

6. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENBEDARFS IN DER STADT VAIHINGEN SOWIE IM GESAMTEN MITTELBEREICH

Das vorliegende Gutachten soll die Basis für eine mittel- bis langfristige Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in Vaihingen, Eberdingen und Sersheim darstellen: Die zukünftige Funktionsfähigkeit der Innenstadt, der Ortszentren sowie der sonstigen zentralen Bereiche der drei Gemeinden hängt auch davon ab, ob, wie und wo weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Es ist deshalb notwendig, neben der Beschreibung der Ist-Situation mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Zur Quantifizierung des zukünftigen Flächenbedarfs wurde deshalb eine Verkaufsflächenprognose durchgeführt.

Die künftigen quantitativen Entwicklungsmöglichkeiten sind zum einen von der wirtschaftlichen Entwicklung und der Bevölkerungsentwicklung abhängig. Zum anderen ist für die quantitative Entwicklung entscheidend, ob und wie weit die Position der Stadt Vaihingen sowie der Gemeinden Eberdingen und Sersheim im Hinblick auf ihr Einzelhandelsangebot gestärkt werden kann. Diese Positionierung wiederum ist - zumindest teilweise - auch von der künftigen räumlichen Entwicklung abhängig.

Das abgeleitete quantitative Entwicklungspotenzial ist einer räumlichen Steuerung zugänglich: Es ist eher die Ausnahme, dass in einer stagnierenden Situation Verbesserungen in der Handelsstruktur erreicht werden können, da der Bestand kaum zu lenken ist⁵¹.

Das quantitative Entwicklungspotenzial im Einzelhandel wird auf der Grundlage von Einwohnerprognosen und Prognosen zur wirtschaftlichen Entwicklung abgeleitet.

- Da zukünftige Verhaltensmuster der Verbraucher und der Anbieter nur schwer zu prognostizieren sind, werden zur Verdeutlichung von Prognoseunsicherheiten eine obere und eine untere Variante berechnet (Gabelbetrachtung). Als Prognoseergebnis ergibt sich ein Entwicklungskorridor, der Prognoseunsicherheiten reduziert (vgl. Kap. 6.5). Damit haben die zu treffenden Entscheidungen zugleich eine sicherere Grundlage.
- Zur Verdeutlichung der Prozesshaftigkeit der Einzelhandelsentwicklung werden Prognosen für zwei Zeitpunkte erstellt: Eine eher kurzfristige Prognose bis zum

⁵¹ Ausnahmen hiervon sind allenfalls durch eine freiwillige bzw. seitens der Verwaltung aktive Umsiedlung bestehender Einzelhandelsbetriebe möglich, wobei für den bisherigen Standort das Baurecht entsprechend geändert werden müsste.



Jahr 2010 und eine mittelfristige Prognose bis zum Jahr 2015.

- Zur Verdeutlichung der Handlungsabhängigkeit des quantitativen Potenzials werden unterschiedliche Prognoseszenarien berechnet.

Für die vorliegende Untersuchung reicht eine allgemeine Prognose der Kaufkraft jedoch nicht aus. Vielmehr sind branchenspezifische Potenziale zu prognostizieren. Dabei sind die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen. Diese basieren u.a. auf den absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 2), der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern⁵².

Die Annahmen zur Entwicklung des Prognoserahmens wurden dabei mit der Stadt Vaihingen sowie der projektbegleitenden Arbeitsgruppe abgestimmt.

6.1 PROGNOSE DER BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG

Zu beachten ist, dass die für das Einzelhandelskonzept zugrunde gelegte Einwohnerprognose im Hinblick auf die anstehende Fortschreibung des FNP mit den dortigen Darstellungen, aus denen auch die Wohnbauentwicklung abgeleitet wird, konsistent sein sollte.

Die Entwicklung der Einwohner entstammt für Vaihingen in der unteren Variante der Prognose für den FNP⁵³: Hierzu ist anzumerken, dass die städtischen Einwohnerdaten für Vaihingen unter der Einwohnerzahl des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg liegen, die Kaufkraftberechnung (vgl. Kap. 4.1.1.3) jedoch auf Grundlage der Einwohnerzahlen des Statistischen Landesamtes erfolgte. In der oberen Prognosevariante wurden die Angaben des Statistischen Landesamtes zugrunde gelegt.

Für Eberdingen und Sersheim bildete hingegen die Prognose des Statistischen Landesamtes die untere Variante, diejenige für den FNP die obere.

Für Oberriexingen wurde die Prognose aus dem FNP herangezogen.

Sämtliche Prognosewerte wurden dabei auf 25 gerundet, um die Prognosegenauigkeit zu verdeutlichen.

⁵² Vgl. z.B. EHI: Handel aktuell 2005/ 2006, Köln, S. 54.

⁵³ Drucksache 256/ 04 vom 25.10.2004: Fortschreibung des Flächennutzungsplanes (FNP), S. 6.



Damit werden für die Bevölkerungsentwicklung in Vaihingen für 2010 in der unteren Variante 28.850 Einwohner, in der oberen Variante 29.925 Einwohner und für 2015 in der unteren Variante 29.300 Einwohner und in der oberen Variante 30.475 Einwohner angenommen. Für Eberdingen, Oberriexingen und Sersheim ergeben sich 2010 6.525 bis 6.650/ 3.025 bis 3.050/ 5.100 bis 5.250 Einwohner, für 2015 6.475 bis 6.650/ 3.025 bis 3.050/ 5.100 bis 5.300 Einwohner.

6.2 PERSPEKTIVEN FÜR DEN EINZELHANDEL

Insgesamt werden sich nach heutiger Kenntnis die ökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel bis zum Jahr 2008 allenfalls geringfügig verbessern: Die Mehrwertsteuererhöhung zum Jahresbeginn 2007 stellt eine besondere mögliche Belastung für den Einzelhandel dar. Selbst bei wieder einsetzender Konjunkturbelebung und einer Steigerung der Konsumausgaben stehen dem Einzelhandel allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevor: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauchs kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben weiter zurückgehen.

Trotz dieser insgesamt wenig positiven Vorzeichen darf nicht übersehen werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unterschiedlich betroffen waren: Z.T. waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen.

Von den im Lauf der Jahre angesammelten Geldvermögen, die bei konjunkturellen Einbrüchen zur Stabilisierung des Konsumniveaus eingesetzt werden könnten, profitieren im Einzelhandel allerdings allenfalls einzelne Branchen (z.B. Möbel und Einrichtungen). In der Mehrzahl werden die Verbraucher eher zurückhaltender. Die Preissensibilität nimmt zu - mit entsprechenden Folgen für die Vertriebssysteme.

6.3 NACHFRAGE: ANNAHMEN ZUR ENTWICKLUNG UND KAUFKRAFTPOTENZIAL

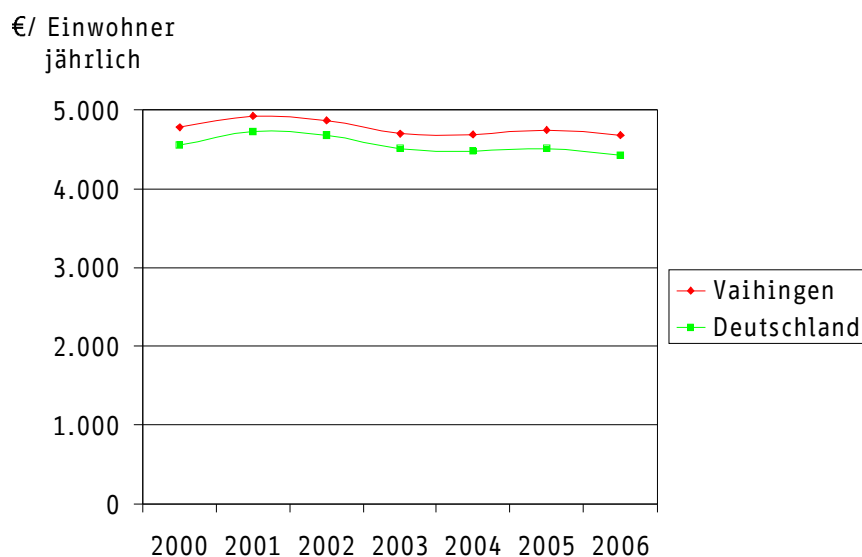
Für die Kaufkraftentwicklung wurde in den nächsten beiden Jahren ein jährlicher Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Ausgaben⁵⁴ je Einwohner um 0 bis 0,5% und für den übrigen Zeitraum bis 2015 um 0,5 bis 1% angenommen. Die wirtschaftliche Entwicklung wird damit zurückhaltend bis vorsichtig positiv eingeschätzt.

⁵⁴ Enthalten sind nur die Ausgaben im Einzelhandel i.e.S., d.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.



In Anbetracht der weitgehenden Stagnation im deutschen Einzelhandel seit 1993 (vgl. auch Abb. 4, S. 14) ist dies als Hoffnung anzusehen, dass dem Einzelhandel der "Ausbruch" aus dieser Entwicklung gelingen kann, dass der Einzelhandel mithin an der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung wieder etwas (wenn auch weiterhin unterdurchschnittlich) partizipieren kann. Dies wird auch durch die Betrachtung der Prognosedaten der BBE Köln für Deutschland und die Stadt Vaihingen deutlich.

Abb. 53: Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Vaihingen und Deutschland - Prognosewerte der BBE Köln



Quelle: BBE, Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft, Jahrgänge 2000 bis 2006

Sowohl für Vaihingen wie auch für Deutschland zeigt sich bei den Prognosewerten eine seit 2003 nur leicht wieder ansteigende Tendenz; für das Jahr 2006 wurden die Prognosewerte gegenüber 2005 jedoch zurückgenommen.

Da eine weitere Abnahme des Anteils der Ausgaben im Einzelhandel an den Einkommen prognostiziert wird (vgl. auch Kap. 6.2), sind die getroffenen Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gleichbedeutend mit der Unterstellung eines über diesen Werten liegenden gesamtwirtschaftlichen Wachstums.

Die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Mittelbereich von Vaihingen sind in Tab. 7 als Übersicht dargestellt.



Tab. 7: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Mittelbereich von Vaihingen im Überblick

	untere Variante	obere Variante
Einwohner 2010	43.500	44.875
Einwohner 2015	43.900	45.475
Kaufkraftzuwachs 2006 - 2008	0,0% p.a.	0,5% p.a.
Kaufkraftzuwachs 2008 - 2015	0,5% p.a.	1,0% p.a.
Kaufkraftzuwachs 2006 - 2015 insgesamt	3,6%	8,3%
Kaufkraft/ Einw. (MB Vaihingen) 2006	4.740 €	
Kaufkraft / Einw. (MB Vaihingen) 2010	4.812 €	4.932 €
Kaufkraft / Einw. (MB Vaihingen) 2015	4.907 €	5.131 €
Kaufkraftpotenzial MB Vaihingen 2006	206,3 Mio. €	
Kaufkraftpotenzial MB Vaihingen 2010	209,3 Mio. €	221,3 Mio. €
Kaufkraftpotenzial MB Vaihingen 2015	215 Mio. €	233 Mio. €

Quelle: Stadt Vaihingen an der Enz; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; BBE Köln; eigene Berechnungen

Das Kaufkraftpotenzial liegt 2010 in der unteren Variante um rd. 1,4% und in der oberen Variante um rd. 7,3% über demjenigen von 2006; 2015 liegt es um rd. 4% bis rd. 13% darüber.

Für die Ableitung des Kaufkraftpotenzials nach Sortimenten wurden vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt. Dieses ist tabellarisch im Anhang dargestellt (vgl. Tab. A - 20).

6.4 ANNAHMEN ZUR ENTWICKLUNG DER ANGEBOTSSEITE

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf den Verkaufsflächenbedarf haben⁵⁵. Der zusätzliche Bedarf ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung des aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenpotenzials wurden drei Prognosevarianten berechnet, die auch die Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in den Städten des Mittelbereichs aufzeigen sollen:

⁵⁵ Dies bedeutet, dass das ermittelte Flächenpotenzial aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig (z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereiches, wie dies bei der Ansiedlung eines Magnetbetriebes erreicht werden könnte) zusätzlicher Flächenbedarf entstehen kann, sei hier lediglich angemerkt.



- Die **Status-quo-Prognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demographischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Fortschreibung der bestehenden Rahmenbedingungen, d.h. die derzeit erreichten Bindungsquoten (vgl. Abb. 51, S. 104) können gehalten werden. Dies bedeutet, dass zusätzliche Einwohner Kaufgewohnheiten wie die derzeitigen Einwohner entwickeln.

Diese Prognosevariante dient vorrangig der Identifikation desjenigen Teils des Verkaufsflächenbedarfs, der auf Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zurückzuführen ist.

Allerdings ist diese Variante keinesfalls so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung ohne eigene Anstrengungen in den Städten erreicht würde: Nichtstun ist gleichbedeutend mit einem relativen Zurückfallen, da andere etwas tun werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen.

- Die **Zielprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demographischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Verbindung mit einer Steigerung der Bindungsquoten in den Sortimentsbereichen, wo sie derzeit bezogen auf den gesamten Mittelbereich unter 100% liegen (vgl. Abb. 51, S. 104). Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebotes auf "freie Nachfragepotenziale" angenommen werden. Für die Bereiche, in denen bereits eine höhere Kaufkraftbindung erreicht wird, wird davon ausgegangen, dass die bestehenden Bindungsquoten bis zum Jahr 2015 gehalten werden können.
 - Im nahversorgungsrelevanten kurzfristigen Bedarfsbereich ist die Begründung für eine Bindungsquote von 100% darin zu sehen, dass zunächst jede Stadt oder Gemeinde in der Lage sein sollte, diesen Bedarf der eigenen Einwohner selbst zu decken. Entsprechend wurden als Hintergrund die derzeit in den einzelnen Gemeinden erreichten Bindungsquoten (vgl. für Vaihingen Abb. 10, S. 35, für Eberdingen Abb. 44, S. 89, für Sersheim Abb. 46, S. 97 und für Oberriexingen Tab. A - 2 im Anhang) mit diesem Ziel verglichen.
 - Im mittel- und langfristigen Bereich ist die Begründung für eine Zielbindungsquote von 100% in der mittelzentralen Funktion zu sehen: Die Stadt Vaihingen soll hier auch eine mittelzentrale Versorgungsfunktion erfüllen, wobei bestehende Angebote in den übrigen drei Gemeinden des Mittelbereichs berücksichtigt werden sollten.

Da eine Steigerung auf 100% bis zum Jahr 2015 als zu anspruchsvoll angesehen wurde, wurde in der Arbeitsgruppe vereinbart, eine Selbstversorgung als Ziel



erst für das Jahr 2020 zugrunde zu legen. Ein generelles Abrücken von diesem Ziel unter Hinweis auf den Auspendlerüberschuss in Vaihingen⁵⁶ erschien hingegen nicht sinnvoll.

Dennoch ist dieses Ziel in den Sortimentsbereichen Bekleidung, Spielwaren, Bücher, GPK/ Geschenke/ Hausrat, Haus-/ Heimtextilien, Uhren/ Schmuck, Medien, Elektro/ Leuchten und Möbel/ Antiquitäten als anspruchsvoll anzusehen: Hier werden derzeit weniger als 40% der Kaufkraft im Mittelbereich gebunden (vgl. Abb. 51, S. 104).

- Die **Risikoprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demographischer und wirtschaftlicher Faktoren bei ebenfalls ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsentwicklung unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (unvorhersehbare politische Ereignisse, Änderungen in den Nachbarstädten, stärkere Konkurrenz des Internets, unerwartete Änderungen des Kaufverhaltens o.ä.). Dabei wird von einem Umsatzrückgang von 10% gegenüber dem bei der Zielprognose erreichbaren Niveau ausgegangen.

Bei sämtlichen Prognosevarianten wurde angenommen, dass die Flächenleistungen bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung (obere Variante) in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen werden⁵⁷. Bei der unteren Variante ist hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen zu erwarten.

Dabei kann es nicht ausschließliches Ziel sein, quantitativ Selbstversorgung bzw. eine bestimmte Quote zu erreichen. Vielmehr wird die Leitfrage nach Ermittlung des künftigen Flächenbedarfs lauten, wo sich vor dem Hintergrund einer langfristigen Steigerung der Attraktivität insbesondere der Innenstadt von Vaihingen, aber auch der Ortszentren sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung in den

⁵⁶ Tatsächlich wohnten Vaihingen im Jahr 2004 zwar rd. 10.075 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, in der Stadt arbeiteten aber nur rd. 7.300 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (vgl. Daten des Statistischen Landesamtes). Allerdings hat die Passantenbefragung ergeben, dass nur gut jeder Dritte eine Kopplung von Arbeiten und Einkaufen vornimmt; gekauft werden bei einer solchen Koppelung darüber hinaus überwiegend Sortimente des kurzfristigen Bedarfs (überwiegend Nahrungs-/ Genussmittel) (vgl. Kap. 4.1.1.6.2) - und gerade bei diesen sieht die Versorgungssituation gar nicht so schlecht aus (vgl. Abb. 10, S. 35): Die Lücken in der Versorgung bestehen vielmehr im Bereich der klassischen Innenstadtsortimente sowie der weiteren üblicherweise in zentralen Orten angebotenen Sortimente.

⁵⁷ Nach dem Rückgang der Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren ist zu erwarten, dass bei positiver wirtschaftlicher Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden.



sonstigen zentralen Bereichen zentrenrelevanter Einzelhandel in Zukunft sinnvoll ansiedeln sollte (vgl. Kap. 7.3).

Einschränkend ist zu bemerken, dass die Bindungsquoten nur gehalten bzw. gesteigert werden können, wenn eine hohe Identifikation mit der (Innen-)Stadt und den Ortszentren und ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie ein insgesamt guter Funktionsmix (auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie) erreicht wird (vgl. auch Kap. 3.4). Dies verdeutlicht die Abhängigkeit des Flächenbedarfs vom Handeln in der Stadt.

6.5 PROGNOSE: VERKAUFSFLÄCHENBEDARF IM MITTELBEREICH VAIHINGEN

Aus den branchendifferenzierten Kaufkraftprognosen und der sich daraus ergebenden Umsatzentwicklung wurden, unter Berücksichtigung der Entwicklung der Flächenproduktivität, **Verkaufsflächenpotenziale** für den Mittelbereich Vaihingen prognostiziert.

Der **Verkaufsflächenbedarf** ergibt sich als Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe⁵⁸. Infolge

- des bei der Risiko-Prognose in einigen Sortimentsbereichen angenommenen Rückgangs der Bindungsquoten,
 - der zu erwartenden Verschiebungen in der Nachfragestruktur sowie
 - der in der oberen Variante angenommenen Steigerung der Flächenleistungen
- können sich in einzelnen Sortimenten rechnerisch auch negative Werte ergeben. Hier wurde unterstellt, dass diese nicht zu tatsächlichen Flächenabgängen, sondern zu einer geringeren Steigerung bzw. einem Rückgang der Flächenleistung führen werden.

Der auf diese Weise abgeleitete Flächenbedarf ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den Prognosezeitraum verteilten Realisierung der zusätzlichen Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Er ist auf **nachfrageseitige** Änderungen zurückzuführen.

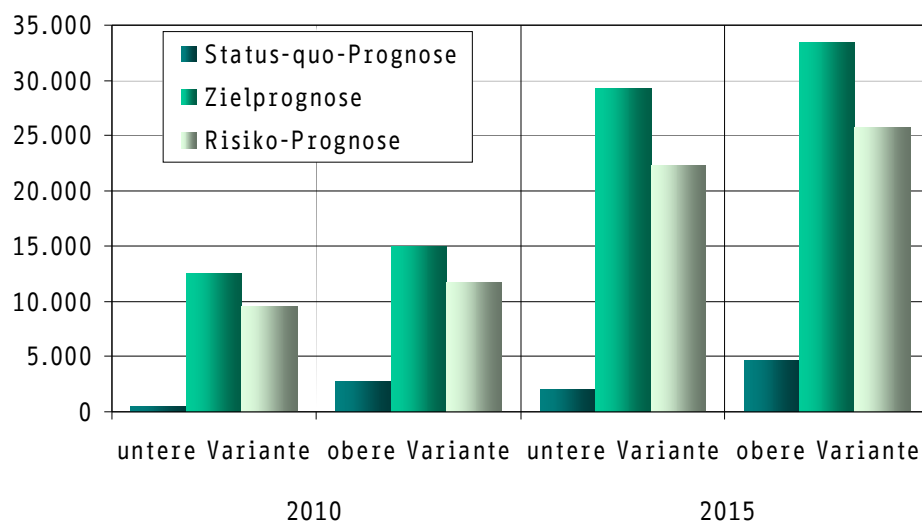
⁵⁸ In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung im Februar/ März 2006 bzw. im März 2005, auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter für eine Einzelhandelsnutzung zur Verfügung stehen, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Bedarf.

Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist - und dies ist in allen Sortimentsbereichen der Fall - kann dieser Bedarf auch durch Geschäftserweiterungen gedeckt werden. Die ermittelten Werte für den Mittelbereich waren deshalb nicht auf ihre ökonomische Tragfähigkeit hin zu überprüfen.

Allerdings waren die einzelnen Werte auf ihre Plausibilität zu untersuchen.

Die folgende Abbildung zeigt den rechnerisch ermittelten Flächenbedarf für den Mittelbereich Vaihingen in den drei Prognosevarianten für die beiden Prognosezeiträume.

Abb. 54: Rechnerischer Verkaufsflächenbedarf im Mittelbereich Vaihingen bis 2015
- Angaben in qm



Quelle: eigene Berechnungen

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich ein Verkaufsflächenbedarf von rd. 29.300 bis rd. 33.450 qm bis zum Jahr 2015 (**Zielprognose**; vgl. Tab. A - 22 im Anhang). Dies entspricht im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche von gut 43.500 qm einer Steigerung um zwei Drittel bis drei Viertel. Selbst wenn der Einzelhandelsumsatz aus nicht prognostizierbaren Gründen um 10% einbrechen sollte (**Risiko-Prognose**), ergibt sich noch ein Flächenbedarf von rd. 22.300 bis gut 25.700 qm (vgl. Tab. A - 23 im Anhang)⁵⁹.

⁵⁹ Dass der Flächenbedarf bei der Risiko-Prognose höher ist als bei der Status-quo-Prognose, liegt daran, dass Ausgangspunkt für diese Prognosevariante die Zielprognose ist: Es wird unterstellt, dass die für die Zielprognose angenommenen Anstrengungen trotz dieser unvorhersehbaren Ereignisse unternommen werden.



Wird dies mit dem Flächenbedarf der **Status-quo-Prognose** verglichen (rd. 1.950 bis knapp 4.700 qm; vgl. Tab. A - 21 im Anhang), so zeigt sich deutlich, dass der überwiegende Teil des Verkaufsflächenbedarfs auf die unterstellte verbesserte Kaufkraftbindung (und nicht auf die Entwicklung der Nachfrage) zurückzuführen ist: In der unteren Variante sind mehr als 90% dieses Flächenbedarfs auf die verbesserte Kaufkraftbindung zurückzuführen sind; weniger als 10% gehen auf die Entwicklung des Kaufkraftpotenzials zurück. In der oberen Variante kommt hingegen der Entwicklung des Kaufkraftpotenzials ein höherer Anteil zu: Bei einer solchen Entwicklung der Rahmenbedingungen sind knapp 15% des Flächenbedarfs auf die Entwicklung der Nachfrage zurückzuführen.

In den nächsten neun Jahren ergibt sich also im Mittelbereich ein rechnerischer Verkaufsflächenbedarf zwischen rd. 1.950 qm in der unteren Variante der Status-quo-Prognose und rd. 33.450 qm in der oberen Variante der Zielprognose. Schon diese Spannweite zeigt, welche Bedeutung die - zumindest zum Teil - im Einflussbereich der Stadt (einschließlich der städtischen Einzelhändler) liegenden Handlungsoptionen auf den zu erwartenden Flächenbedarf haben.

Allerdings sollte keine ausschließliche Fixierung auf diese zunächst hoch erscheinenden Werte erfolgen.

Diese rechnerisch ermittelten Werte sind auf ihre Plausibilität zu prüfen: Die bei der Zielprognose (aber auch bei der Risiko-Prognose) angenommene Steigerung der Kaufkraftbindung ist vor dem Hintergrund der derzeit erreichten Kaufkraftbindung zu betrachten. Insbesondere in den Sortimentsbereichen Bekleidung, Spielwaren, Bücher, GPK/ Geschenke/ Hausrat, Haus-/ Heimtextilien, Uhren/ Schmuck, Medien, Elektro/ Leuchten und Möbel/ Antiquitäten sind erhebliche Anstrengungen erforderlich, um eine solche verbesserte Kaufkraftbindung zu erreichen.

Wird der für diese Sortimentsbereiche prognostizierte Flächenbedarf auf die jeweiligen Ergebnisse der Status-quo-Prognose beschränkt, so reduziert sich der Flächenbedarf bei der Zielprognose auf rd. 10.850 bis 13.900 qm bis zum Jahr 2015 sowie auf 6.850 bis 9.375 qm bei der Risikoprognose.

Eine stärkere Ausweitung der Flächen ist nur dann ohne Verdrängung bestehenden Einzelhandels möglich, wenn diese die Attraktivität der Stadt Vaihingen und der übrigen Gemeinden im Mittelbereich derart erhöht, dass über die hier angenommene



künftige Bindungsquote hinaus weitere Kaufkraft in den Mittelbereich gezogen werden kann.

Zu Beginn dieses Kapitels wurde angemerkt, dass Flächenabgänge den Brutto-Bedarf an Verkaufsflächen erhöhen. Aus den Antworten der Einzelhändler auf die Frage nach beabsichtigten Veränderungen (vgl. Kap. 4.1.1.5.2 für Vaihingen und Kap. 4.3.1.5.2 für Sersheim) ergeben sich Flächenabgänge von rd. 195 qm bis 2.590 qm (200 bis 2.600 qm in Vaihingen und 60 bis 160 qm in Sersheim). (Dem stehen - ausschließlich in Vaihingen - rd. 430 bis 5.200 qm vorgesehene bzw. potenzielle Flächenerweiterungen gegenüber.)

Das Ergebnis der Prognosevarianten ist - wie bei allen Prognosen über einen größeren Zeitraum - als **Orientierungswert** zu verstehen: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Einzelhandelsentwicklung dar. Außerdem erfordert die unterstellte deutliche Erhöhung der Bindungsquote bei der Ziel-, aber auch der Risikoprognose in den o.g. Bereichen eine Änderung von Kaufkraftströmen und stellt einen längerfristigen Prozess dar.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass der prognostizierte Bedarf im Laufe von etwa zehn Jahren entsteht und nicht in vollem Umfang zum jetzigen Zeitpunkt realisiert werden kann. Ansonsten entsteht die Gefahr, dass die damit verbundene zusätzliche Konkurrenz - entgegen den für die Prognose getroffenen Annahmen - auch zu einer Verdrängung bestehenden Einzelhandels führen könnte.

Allerdings bedeutet die Realisierung eines konkreten Projektes regelmäßig (ab einer bestimmten Größe) auch eine **angebotsseitige** Änderung: Durch die zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann davon ausgegangen werden, dass auch die Kaufkraftzuflüsse in den Mittelbereich steigen. Entsprechend kann bei Realisierung eines neuen Projektes nicht einfach die neu realisierte Verkaufsfläche vom prognostizierten Flächenbedarf abgezogen werden.

6.6 RÄUMLICHE VERTEILUNG DES NACHFRAGESEITIGEN FLÄCHENBEDARFS

Bei der räumlichen Verteilung des für den gesamten Mittelbereich ermittelten Flächenbedarfs ist die Zielsetzung einer Funktionsstärkung der Innenstadt, der Ortszentren sowie der sonstigen zentralen Bereiche und der Verbesserung der Nahversorgung zu berücksichtigen (vgl. Kap. 5). Entsprechend dieser Zielsetzung sollte an



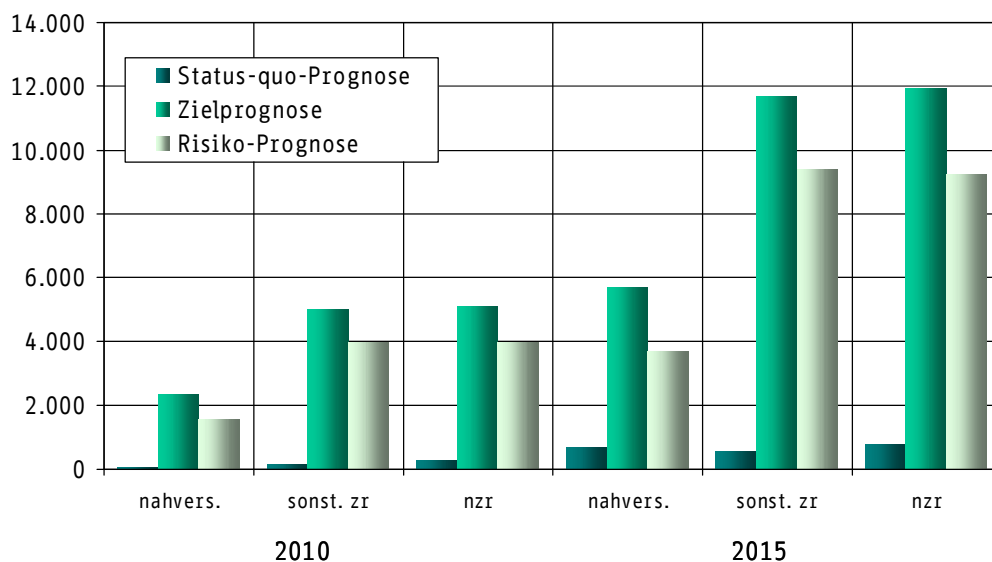
nicht integrierten Standorten künftig kein zentrenrelevanter Einzelhandel (vgl. Kap. 7.4.1) mehr zugelassen werden (vgl. Kap. 7.2).

Weiter sollte die Innenstadt von Vaihingen (vgl. hierzu Kap. 7.3.1) insbesondere im Bereich des mittel-/ langfristigen Bedarfs gestärkt werden: Hier soll zum einen die Gesamtstadt versorgt werden, zum anderen die mittelzentrale Einzelhandelsfunktion auch für den Verflechtungsbereich wahrgenommen werden.

Um zu zeigen, an welchen Standorten der prognostizierte Flächenbedarf entsteht, ist in den folgenden Abbildungen dargestellt, wie sich der rechnerische Verkaufsflächenbedarf überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (mittelfristiger und Teile des langfristigen Bedarfs) sowie auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente verteilt.

Im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf) entsteht ein Verkaufsflächenbedarf von rd. 5.700 bis gut 7.000 qm (vgl. Abb. 55 und Abb. 56), der zu einem großen Teil auf den Bereich Nahrungs-/ Genussmittel entfällt: Dieser Bedarf sollte möglichst wohnortnah realisiert werden, so dass eine Verbesserung der Nahversorgungssituation erfolgen kann.

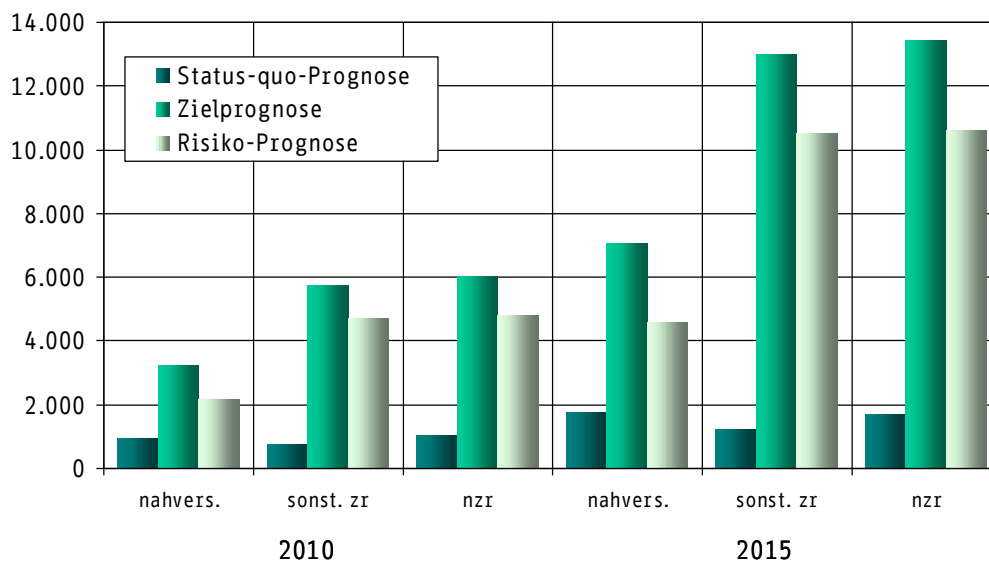
Abb. 55: Verkaufsflächenbedarf nach Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz in qm - untere Variante



Quelle: eigene Berechnungen



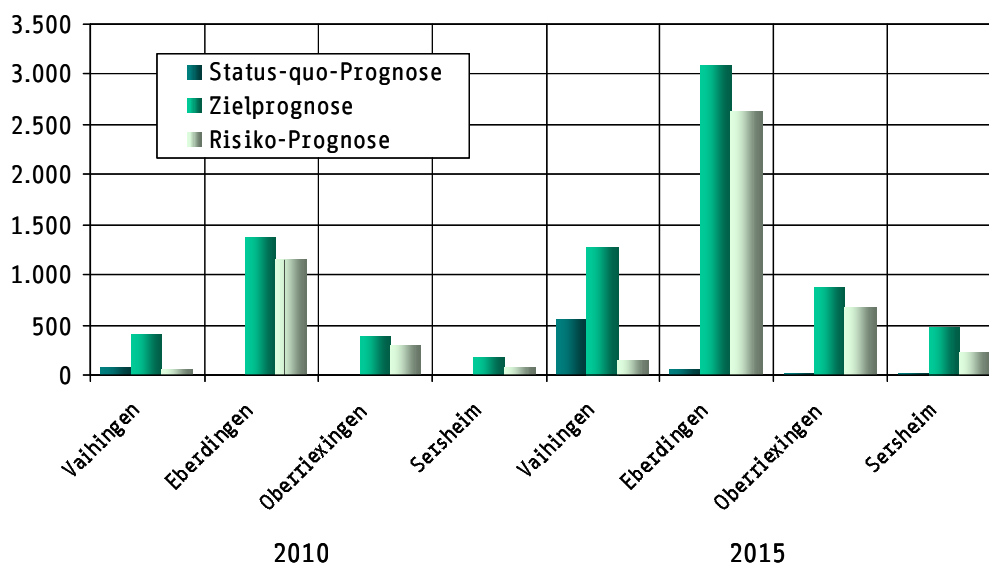
Abb. 56: Verkaufsflächenbedarf nach Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz in qm - obere Variante



Quelle: eigene Berechnungen

Nach Gemeinden betrachtet (vgl. Tab. A - 24ff. im Anhang) zeigt sich, dass der größte Teil des in diesem Bereich entstehenden Flächenbedarfs auf die Gemeinde Eberdingen entfällt, da dort bislang ein geringes Angebot vorhanden ist (vgl. Abb. 44, S. 89).

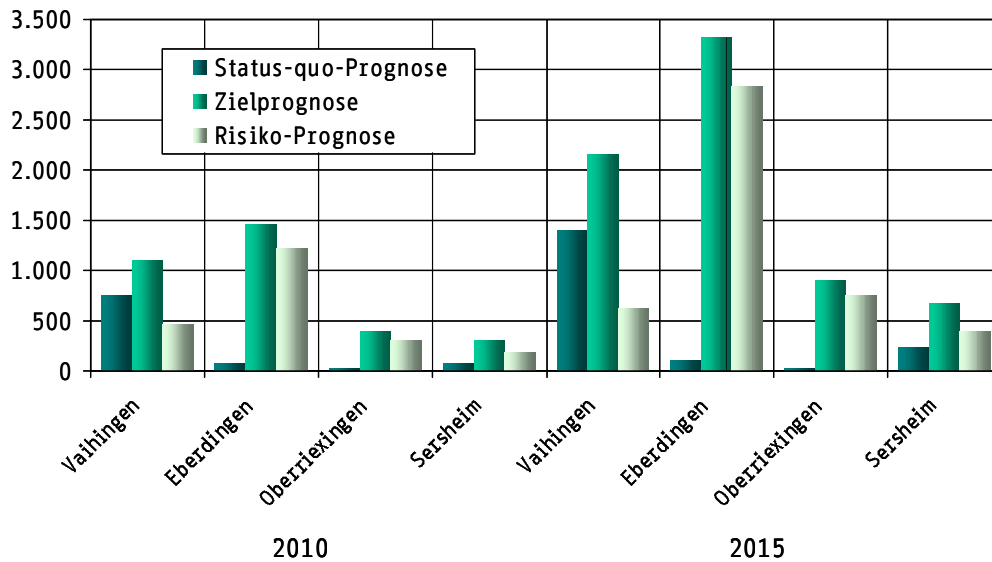
Abb. 57: Verkaufsflächenbedarf im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente nach Gemeinden in qm - untere Variante



Quelle: eigene Berechnungen



Abb. 58: Verkaufsflächenbedarf im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente nach Gemeinden in qm - obere Variante



Quelle: eigene Berechnungen

Da die Kernstadt von Vaihingen bereits gut versorgt ist⁶⁰ - auch wenn dies überwiegend auf nicht integrierte Angebote zurückzuführen ist - (vgl. Abb. 52, S. 107), muss dieser Teil des prognostizierten Flächenbedarfs nicht im Bereich der Innenstadt realisiert werden.

Im Bereich der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente entsteht ein Flächenbedarf von knapp 11.700 bis knapp 13.000 qm. Von diesen klassischen Innenstadtsortimenten sollte ein erheblicher Teil in der Innenstadt von Vaihingen untergebracht werden (vgl. Kap. 7.2.1.1), so dass zu entscheiden ist, wie diese räumlich entwickelt werden kann (vgl. Kap. 7.3.1): Derzeit sind in der Innenstadt knapp 9.400 qm VKF zu finden (vgl. 4.1.2.1, insbes. Tab. 3, S. 48).

Bei diesen Sortimenten ist zu berücksichtigen, dass davon 10.200 bis 11.300 qm auf die Sortimentsbereiche Bekleidung, Spielwaren, Bücher, GPK/ Geschenke/ Hausrat, Haus-/ Heimtextilien, Uhren/ Schmuck und Medien entfallen, bei denen eine deutliche Steigerung der Bindungsquote unterstellt wurde (vgl. auch Abb. 51, S. 104), so dass ein Flächenbedarf in dieser Dimension nicht notwendigerweise entstehen muss (vgl. auch oben S. 124).

⁶⁰ Dass in diesem Fall die Werte der Status-quo-Prognose über denjenigen der Risikoprognose liegen, ist darauf zurückzuführen, dass in diesen Sortimentsbereichen schon derzeit Bindungsquoten von mehr als 90% zu verzeichnen sind (vgl. Abb. 10, S. 35); diese also von einem Umsatzeinbruch am stärksten betroffen würden.



Im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente (v.a. Möbel sowie bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente) entsteht ein geringfügig größerer Teil des zu erwartenden Verkaufsflächenbedarfs (gut 11.900 bis gut 13.400 qm). Bei diesem Teil des Flächenbedarfs ist die räumliche Komponente von nachgeordneter Bedeutung (vgl. Kap. 7.2.2).

Dabei ist zu berücksichtigen, dass dieser Bedarf größtenteils im Bereich Möbel/Antiquitäten entsteht, so dass ein Flächenbedarf in dieser Dimension nicht notwendigerweise entstehen muss (vgl. auch oben S. 124).

Insgesamt lässt sich damit festhalten, dass sich der Verkaufsflächenbedarf je nach Prognoseart und nach Entwicklung des wirtschaftlichen Rahmens sehr unterschiedlich auf die drei Teilbereiche verteilt. Während sich der Bedarf bei der Status-quo-Prognose recht gleichmäßig auf die Teilbereiche verteilt, entsteht der deutlich höchste Flächenbedarf bei Ziel- und Risiko-Prognose im Bereich der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente sowie der nicht zentrenrelevanten Sortimente, wo sich eine Steigerung der Kaufkraftbindung am stärksten bemerkbar macht.