

**EINZELHANDELS-
KONZEPTION**
für die Stadt Balingen
– Fortschreibung –



Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen

– Fortschreibung –

Im Auftrag der Stadt Balingen

*Beschlossen durch den Gemeinderat
der Stadt Balingen am 23.10.2018*

Stefan Kruse
Szymon Smolana

Unter Mitarbeit von
Charlotte Kreckel

**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

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

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

Inhaltsverzeichnis

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung	7
2	Untersuchungsaufbau	9
3	Methodische Vorgehensweise.....	11
3.1	Angebotsanalyse	11
3.2	Nachfrageanalyse	19
3.3	Städtebauliche Analyse.....	23
3.4	Ergebnisse der Experteninterviews zur Evaluierung der Einzelhandelskonzeption	24
4	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen	25
4.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	25
4.2	Einzugsgebiet des Balingen Einzelhandels	29
4.3	Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	32
4.4	Räumliche Einkaufsorientierung der Wohnbevölkerung Balingens	35
4.5	Ergebnisse der Händler- bzw. Unternehmensbefragung	48
5	Einzelhandelsrelevantes Standortprofil.....	52
5.1	Gesamtstädtische einzelhandelsrelevante Kennziffern.....	52
5.2	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes.....	55
5.3	Städtebauliche Analyse der Angebotsschwerpunkte	62
5.3.1	Hauptzentrum Innenstadt Balingen	62
5.3.2	Nahversorgungszentrum Frommern	68
5.3.3	Nahversorgungszentrum Schmiden	71
5.3.4	Nahversorgungszentrum Heselwangen / Neige	74
5.3.5	Sonderstandort Gehrn	78
5.4	Wohnungsnah Grundversorgung in Balingen.....	80
5.5	Umsätze und Zentralität des Balingen Einzelhandels	85
6	Entwicklungsspielräume des Balingen Einzelhandels	88
7	Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen	96
7.1	Räumliches Entwicklungsleitbild	96
7.2	Ziele der Einzelhandelsentwicklung	98
7.3	Standortstrukturmodell	102

7.4	Zentrale Versorgungsbereiche in Balingen	106
7.4.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Balingen.....	109
7.4.2	Nahversorgungszentrum Frommern	112
7.5	Sonderstandort Gehr	113
7.6	Solitäre Nahversorgungsstandorte	118
7.7	Balinger Sortimentsliste	123
7.7.1	Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste	123
7.7.2	Herleitung der Balinger Sortimentsliste	128
7.8	Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung	132
Verzeichnisse		140
Glossar		144
Anhang		148

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Stadt Balingen verfügt seit 1989 über eine von dem Gemeinderat beschlossene gesamtstädtische Einzelhandelskonzeption, die zuletzt 2005 als Markt- und Standortgutachten von der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) erarbeitet wurde. Seit der letzten Fortschreibung haben immer wieder neue Veränderungen in der Balingener Einzelhandelslandschaft stattgefunden (u. a. Diskussion der Einzelhandelsentwicklung an diversen Standorten, insbesondere im Bereich Innenstadt, Entwicklung des Sonderstandortes Gehr). Auch die einschlägige Rechtsprechung hat sich seitdem weiterentwickelt¹. Aus diesen nachvollziehbaren Gründen hat der Rat der Stadt Balingen beschlossen, das Verfahren zur Aufstellung einer Einzelhandelskonzeption bezogen auf das Balingener Stadtgebiet fortzuschreiben. Das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung aus Dortmund wurde mit der Evaluierung und Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption sowie einer aktuellen Einzelhandelsbestandsaufnahme beauftragt. Die Einzelhandelskonzeption wurde am 23.10.2018 durch den Gemeinderat der Stadt Balingen beschlossen.

Die neue Einzelhandelskonzeption soll Strategien zur Einzelhandels- und letztlich auch zur Stadtentwicklung in der Stadt Balingen unter Berücksichtigung sowohl der rechtlichen, demographischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen aufzeigen. Dabei sollen die bisherigen städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Balingen:

- „Erhalt und Ausbau der Einzelhandelsfunktion der Innenstadt [...]
- Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung in der Kernstadt und in den übrigen Stadtteilen, um einen Einkauf der kurzen Wege bei den Gütern des täglichen Bedarfs zu ermöglichen.
- Vermeidung negativer Auswirkungen durch den Verkehr.“²

grundsätzlich beibehalten und falls erforderlich, weiterentwickelt werden.

Die Konzeption dient dabei als städtebauliches Konzept i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB sowohl als fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle sowie zukünftige Planvorhaben als auch dem Aufzeigen möglicher Entwicklungsperspektiven und erforderlicher (insbesondere baurechtlicher) Handlungsnotwendigkeiten.

Der Stadtverwaltung und Politik soll es mit Hilfe einer konsensfähigen Einzelhandelskonzeption erleichtert werden, stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidungen zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen in der Stadt Balingen einschätzen zu können. Einerseits können politisch-fachliche Auseinandersetzungen in Fragen der Einzelhandelsentwicklung unterstützt und die Schaffung von städtebaulichen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung gefördert wer-

¹ zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

² Quelle: GMA (2005): Die Große Kreisstadt Balingen als Standort für Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk: Fortschreibung 2005 der GMA-Markt- und Standortuntersuchung 1999. S. 51 ff. Ludwigsburg.

den. Andererseits kann die Akzeptanz zukünftiger einzelhandelsrelevanter Planungsentscheidungen in der Öffentlichkeit der Stadt Balingen erhöht werden.

Für die Fortschreibung stehen in einem ersten Schritt die Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie die daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Balingen im Fokus der Untersuchung. Darauf aufbauend werden die in der bisherigen Einzelhandelskonzeption der Stadt Balingen formulierten konzeptionellen Bausteine (Zielsetzungen, Standortstrukturmodell, Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Grundsätze zur zukünftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) für die Stadt Balingen kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst.

2 Untersuchungsaufbau

Die Erarbeitung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen umfasst drei wesentliche, aufeinander aufbauende Bausteine:

- die Analyse des Status Quo,
- die Betrachtung von Entwicklungsspielräumen sowie
- die umsetzungsorientierte Konzeption zur künftigen Steuerung des Einzelhandels in Balingen.

Die Analyse des **Status Quo** (vgl. Kapitel 4 und 5) beinhaltet die Darstellung und Bewertung der bestehenden Angebots- und Nachfragesituation unter besonderer Berücksichtigung räumlicher und städtebaulicher Aspekte. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der wohnungsnahen Grundversorgung der Balingener Kernstadt sowie in den weiteren einzelnen Stadtteilen, die insbesondere auch unter Berücksichtigung der demographischen Entwicklung nachhaltig gesichert werden soll.

Im Rahmen der Betrachtungen zu den künftigen **Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung** in Balingen werden neben möglichen, gesamtstädtischen Entwicklungsstrategien absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume, unter Berücksichtigung ökonomischer und insbesondere auch demographischer Rahmenbedingungen, diskutiert (vgl. Kapitel 6).

Die „eigentliche“ **Konzeption** (vgl. Kapitel 7) stellt als selbstständiger Baustein des Gesamtberichtes insbesondere Strategien und Instrumente zur zukünftigen stadt- und regionalverträglichen Steuerung des Einzelhandels in der Stadt dar. Dazu gehören

- die übergeordneten Ziele der Einzelhandelsentwicklung,
- das Standortstrukturmodell,
- die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche,
- die Identifizierung und Sicherung der solitären Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorte,
- die Balingener Sortimentsliste sowie
- Ansiedlungsregeln (Grundsätze) zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Balingen.

Prozessbegleitung

Wie der Erarbeitungs- und Umsetzungsprozess zahlreicher Einzelhandels- und Zentrenkonzepte gezeigt hat, ist die Akzeptanz des besten Konzeptes nur dann gegeben, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure sowohl in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch – auf einer breiteren Ebene – allen Akteursgruppen (insbesondere der Politik, der lokalen Kaufmannschaft und der Verwaltung) die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen. Aus diesem Grund wird von Seiten des Gutachters ein besonderer Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt. Die Erarbeitung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen wurde dementsprechend durch Sitzungen mit folgenden Gruppen/Gremien begleitet:

Projektbegleitender Arbeitskreis

Der projektbegleitende Einzelhandelsbeirat traf sich während des Bearbeitungszeitraumes ebenfalls je nach Arbeitsfortschritt. Die organisatorische Federführung des Einzelhandelsbeirates oblag dabei der Stadtverwaltung. Im Rahmen der Arbeitskreistreffen wurden die jeweiligen Untersuchungsinhalte diskutiert und das weitere Vorgehen des Gutachters konsensual abgestimmt.

Zu den Mitgliedern des Balingener Arbeitskreises gehörten neben dem Büro Junker + Kruse Vertreter der IHK Reutlingen, des Regionalverbandes Neckar-Alb, des HGV Balingen e.V., des Vereins Balingen aktiv e.V. sowie die Stadtverwaltung Balingen.

An folgenden Terminen wurden entsprechende Sitzungen durchgeführt:

- 1. Arbeitskreis: 11. Juli 2016
- 2. Arbeitskreis: 4. Oktober 2016

Vorstellung und Diskussion im Gemeinderat

Durch diesen Kommunikationsprozess wurde insbesondere der lokale Sachverstand sowie internes und externes Fachwissen in den Prozess eingebracht. Die öffentliche Erörterung und Beratung in dem zuständigen Gremium der Stadt Balingen führte zu einer größtmöglichen Transparenz der Ergebnisse und des vorliegenden Konzepts. Allen Personen, Institutionen und Fachexperten, die an den verschiedenen Sitzungen und Beratungen teilgenommen haben, sei für die konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle noch einmal ausdrücklich gedankt.

3 Methodische Vorgehensweise

Die Aufstellung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen als auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Erarbeitung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Balingener Stadtgebiet. Darüber hinaus wurden im Oktober / November 2016 eine telefonische Haushaltsbefragung und eine schriftliche Händlerbefragung durchgeführt. Die Händlerbefragung orientiert sich an der „alten“ Balingener Einzelhandelskonzeption und schrieb die Fragen aus diesem Gutachten fort.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Balingen gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Darüber hinaus rundet dieser Arbeitsschritt die quantitativen Bausteine sinnvoll ab, so dass sich in der Gesamtschau ein detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Balingen ergibt.

3.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

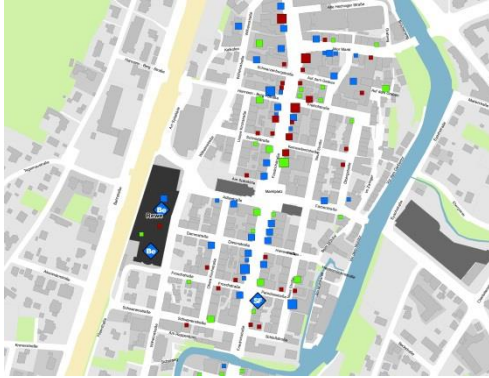
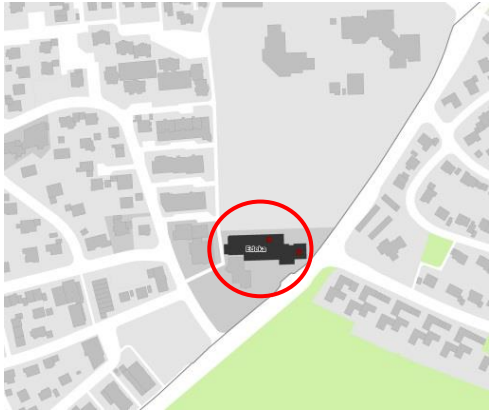

Der Analyse der Angebotssituation in Balingen liegen Daten aus einer umfassenden aktuellen Bestandserhebung **aller Einzelhandelsbetriebe** (inkl. Leerstände) im gesamten Balingener Stadtgebiet zugrunde. Hierzu wurde im April 2016 eine flächendeckende Begehung des gesamten Stadtgebietes mit gleichzeitiger Erfassung und Kartierung aller Ladengeschäfte des funktionellen Einzelhandels³ (inkl. Leerstände) durchgeführt. Im Rahmen dieser Erhebung wurden die jeweils angebotenen Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen⁴

³ Zum funktionellen Einzelhandel (auch Einzelhandel im engeren Sinne genannt) werden neben dem eigentlichen Einzelhandel im engeren Sinne auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien, Konditoreien), Tankstellenshops, Kiosks und Apotheken sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen, gezählt.

⁴ Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen, Schaufenster und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden. Dabei können aufgrund unterschiedlicher Definitio-

der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte soweit zugelassen und möglich⁵ – erhoben und eine räumliche Zuordnung der Geschäfte durchgeführt. Unterschieden wurden in diesem Zusammenhang **drei Lagekategorien**, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 1 erläutert werden:

Tabelle 1: Definition von Lagekategorien

<p>Zentraler Versorgungsbereich</p> <p>Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d.h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)</p>	<p>Beispiel: Balingener Innenstadt</p> 
<p>Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage</p> <p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne der Balingener Einzelhandelskonzeption werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als städtebaulich integriert eingestuft, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie z. B. Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.</p>	<p>Beispiel: Edeka in der Lisztstraße</p> 
<p>Städtebaulich nicht integrierte Lage</p> <p>Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).</p>	<p>Beispiel: Gewerbegebiet Gehr</p> 

nen des Begriffs Verkaufsfläche durchaus Differenzen zwischen den nach dieser Methodik ermittelten Verkaufsflächenzahlen und anderen Datenquellen entstehen (z. B. durch Nicht-Berücksichtigung von Kassenzonen und/oder gewichteten Außenflächen). Die Zugehörigkeit solcher Flächen zur Verkaufsfläche wurde jedoch durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts bestätigt (vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005).

⁵ Wenn eine Erhebung mittels lasergestützter Flächenerfassungsgeräte nicht erlaubt wurde, ist die Verkaufsfläche abgeschritten bzw. geschätzt worden.

Außerdem wurde eine Zuordnung der Betriebe zu den **Balinger Stadtteilen** vorgenommen. Dementsprechend wurde das Stadtgebiet von Balingen in folgende Erhebungseinheiten unterteilt:

- Balingen-Kernstadt
- Endingen
- Engstlatt
- Erzingen
- Frommern / Dürrwangen
- Heselwangen
- Ostdorf
- Roßwangen
- Stockenhausen
- Streichen
- Weilstetten
- Zillhausen

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebots sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Stadtteilebene von Bedeutung. Vor allem mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zum Themenkomplex Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten eine zentrenprägende Funktion einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher alle geführten Sortimentsgruppen differenziert erfasst (rund 45 bis 50 Einzelsortimente) und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der späteren Auswertung und Analyse wurden diese Sortimentsgruppen (insbesondere zur Übersichtlichkeit der Ergebnisse) den der nachfolgenden Tabelle zu entnehmenden 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 2: Warengruppenschlüssel zur Einzelhandelserhebung Balingen

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe			
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	<u>Nahrungs- und Genussmittel</u>	dazu zählen Feinkost, Fisch, Kaffee, Obst und Gemüse, Süßwaren, Tabakwaren, Tee, Wein, Sekt, Spirituosen
	Backwaren/Konditoreiwaren	<u>Backwaren/Konditoreiwaren</u>	
	Fleischwaren	<u>Fleisch- und Metzgereiwaren</u>	
	Getränke	<u>Getränke</u>	inkl. Wein, Sekt, Spirituosen
Blumen (Indoor)/Zoo	Blumen	<u>Schnittblumen</u>	inkl. Zimmergestecke, exkl. Topf- und Zimmerpflanzen
	Topfpflanzen/Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	<u>Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe und Vasen</u>	Topf- und Zimmerpflanzen sowie Blumentöpfe und Vasen für die Innennutzung
	Zoologische Artikel	<u>Zoologische Artikel, lebende Tiere (inkl. Heim- und</u>	zoologische Gebrauchsartikel, Reinigungs-, Pflege und

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
		<u>Kleintierfutter</u>	Hygienemittel, Heim- und Kleintiere, Tiere für Aquarien und Terrarien
Gesundheit und Körperpflege	pharmazeutische Artikel	<u>pharmazeutische Artikel</u>	
	Drogeriewaren	<u>Drogeriewaren/Körperpflegeartikel, Kosmetikartikel/Parfümeriewaren</u>	inkl. Wasch-, Putz-, Pflege- und Reinigungsmittel
Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	Bücher	<u>Bücher</u>	inkl. Antiquariat
	Papier/Büroartikel/Schreibwaren	<u>Papier/Büroartikel/Schreibwaren, Büromaschinen</u>	zu Büromaschinen zählen Aktenvernichter, Beschriftungssysteme, Bindegeräte, Diktiergeräte, Falzmaschinen, Kopiergeräte, Schreibmaschinen, Tisch- und Taschenrechner
	Zeitungen/Zeitschriften	<u>Zeitungen/Zeitschriften</u>	
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe			
Bekleidung	Bekleidung	<u>Bekleidung</u>	dazu zählen Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Bademoden, Berufsbekleidung, Hüte/Mützen, Miederwaren, Motorradbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Socken/ Strümpfe, Wäsche
	Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle	<u>Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle</u>	dazu zählen Knöpfe, Nadeln, Reißverschlüsse, Schnallen, Zwirne, Stoffe, Leder etc.
Schuhe/Lederwaren	Schuhe	<u>Schuhe</u>	inkl. Schuhpflegemittel, exkl. Sportschuhe
	Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme	<u>Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme</u>	
Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren	Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren	<u>Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren</u>	Geschirr aus Porzellan, Steingut, Steinzeug und Glas, Besen und Bürstenware, Besteck, Eimer, Kehrblech, Küchenartikel, Küchen- und Haushaltsbehälter, Messbecher, Messer, Pfannen, Scheren, Töpfe, Wäscheständer und -körbe, Kerzen, Servietten u.a.
Spielwaren/Hobbyartikel	Hobbyartikel	<u>Künstlerartikel/Bastelzubehör, Sammlerbriefmarken und -münzen</u>	Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Öl- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.
	Musikinstrumente und Zubehör	<u>Musikinstrumente und Zubehör</u>	inkl. Instrumentenkoffer, Noten, Notenständer, Pflegemittel etc.
	Spielwaren	<u>Spielwaren</u>	inkl. Modellbau, Modelleisenbahnen und Zubehör
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen	<u>Angler-, Jagdartikel und Waffen</u>	
	Campingartikel	<u>Campingartikel</u>	dazu gehören Campingkocher, Campingmöbel, Isomatten, Schlafsäcke, Zelte
	Fahrräder und technisches Zubehör	<u>Fahrräder und technisches Zubehör</u>	inkl. Fahrradanhänger, Fahrradhelme, Fahrradkörbe, Felgen, Kabel und

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
			sonstiges Kleinmaterial für Fahrräder, Lichtsysteme, Mantel, Sattel, Schlauch, Tachometer
	Sportartikel	<u>Sportartikel/-kleingeräte</u> <u>Reitsportartikel</u>	dazu zählen Bälle, Bandagen, Boxhandschuhe, Boxsäcke, Dartboards & Zubehör, Fahnen, Fanartikel, Flossen, Gewichte, Gymnastikmatten, Hanteln, Hantelstangen, Helme, Herzfrequenzmessgeräte, Inlineskates und Zubehör, Pokale/Sportpreise, Schläger, Schlitten, Schlittschuhe, Schwimmbrillen, Skateboards, Skier, Snowboards, Springseile, Stepper, Stöcke, Stutzen, Tauchermasken, Trikots, Trinkflaschen, Waveboards
	Sportbekleidung und Sportschuhe	<u>Sportbekleidung/Sportschuhe</u>	
	Sportgroßgeräte	<u>Sportgroßgeräte</u>	dazu zählen Billardtische, Crosstrainer, Ergometer, Fitnessstationen, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Großhanteln, Hantelbänke, Heimtrainer, Kickertische, Laufbänder, Trampolin, Turmatten, Schlauchboote, Boote und Zubehör (im Fach-Einzelhandel mit Sportbooten, Yachten)
überwiegend langfristige Bedarfsstufe			
Wohneinrichtung	Bettwaren/Matratzen	<u>Bettwaren/Matratzen</u>	umfasst Schlafdecken, Ober- u. Unterbetten, Kopfkissen, Steppdecken, Bettfedern, Daunen, Matratzenschoner
	Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe	<u>Heimtextilien,</u> <u>Gardinen/Dekostoffe</u>	dazu zählen Bettwäsche, Haus- und Tischwäsche (darunter Hand-, Bade-, Geschirr- u. Gläsertücher, Tischdecken und -tücher), Zubehör für Gardinen und Dekostoffe, Vorhänge, Stuhl- und Sesselauflagen, dekorative Decken und Kissen
	Teppiche (Einzelware)	<u>Teppiche (Einzelware)</u>	
	Wohneinrichtung	<u>Kunstgewerbe/Bilder/Bilder-</u> <u>rahmen,</u> <u>Wohndekorationsartikel</u>	kunstgewerbliche Artikel/Erzeugnisse, Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen
Möbel	Möbel	<u>Möbel</u>	dazu zählen Antiquitäten, Bad-, Büro-, Küchen- und Wohnmöbel, Gartenmöbel (inkl. Polsterauflagen), Lattenroste
Elektro/Leuchten	Elektrogroßgeräte	<u>Elektrogroßgeräte</u>	dazu zählt weiße Ware wie Kühl- und Gefrierschrank, Kühltruhe, Herd, Backofen, Waschmaschine, Trockner etc.

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
	Elektrokleingeräte	<u>Elektrokleingeräte</u>	dazu zählen elektrische Küchen- und Haushaltsgeräte (Kaffeemaschine, Wasserkocher, Mikrowelle, Mixer, Toaster, Föhn, Rasierapparat, Staubsauger etc.)
	Lampen/Leuchten/Leuchtmittel	<u>Lampen/Leuchten/Leuchtmittel</u>	Wohnraumleuchten wie Wand-, Decken-, Stand- und Tischleuchten inkl. Zubehör
Elektronik/Multimedia	Elektronik und Multimedia	<u>Bild- und Tonträger,</u> <u>Computer und Zubehör,</u> <u>Fotoartikel,</u> <u>Telekommunikation und Zubehör,</u> <u>Unterhaltungselektronik und Zubehör</u>	Musik- und Film-CD's/DVD's, Computer, Notebooks, Drucker, Scanner, Monitore, Tastaturen, Mouse, Speichermedien (CD/ DVD-Rohlinge, USB-Sticks), Festplatten, Gehäuse, Grafik- und Soundkarten, Computerkabel und -adapter, Kühler & Lüfter, Laufwerke, Modems, Prozessoren, Tintenpatronen, Toner, Software, Fotoapparate, Digitalkameras und Fotozubehör, Telefone, Handys, Smartphones, Faxgeräte und Zubehör, Fernseher, Radio, HiFi-Geräte, Satelliten-Schüssel, Receiver, DVD-Player etc.
medizinische und orthopädische Artikel	medizinische und orthopädische Artikel	<u>Hörgeräte,</u> <u>Optik/Augenoptik,</u> <u>Sanitätsartikel</u>	
Uhren, Schmuck	Uhren/Schmuck	<u>Uhren/Schmuck</u>	
	Bauelemente/Baustoffe	<u>Bauelemente/Baustoffe</u>	dazu zählen Baumaterialien und -elemente aus Metall, Glas, Stein, Styropor oder Kunststoff, Dämmstoffe, Holz (Schnittholz, Holzfaser-, Holzspanplatten, Bauelemente aus Holz), Fenster, Türen, Tore, Saunen, Baustoffe (u.a. Isoliermaterialien, Steinzeug, Glas, Sand, Zement, Bautenschutz, Folien), Flachglas, Zäune/Zaunsysteme
Bau- und Gartenmarktsortimente	baumarktspezifisches Sortiment	<u>Bodenbeläge,</u> <u>Eisenwaren und Beschläge,</u> <u>Elektroinstallationsmaterial,</u> <u>Farben/Lacke,</u> <u>Fliesen,</u> <u>Heizungs- und Klimageräte,</u> <u>Kamine/Kachelöfen,</u> <u>Rollläden/Markisen,</u> <u>Sanitärartikel,</u> <u>Tapeten,</u> <u>Installationsmaterial,</u> <u>Maschinen/Werkzeuge</u>	Kork-, Laminat-, Parkett- und PVC-Beläge sowie Teppichbeläge (Auslegware) inkl. Reinigungs- und Pflegemittel, Schrauben, Nägel, Metallbeschläge, Scharniere, Schlösser, Schlüssel, elektrotechnisches Zubehör, Batterien, Kabel, Schalter, Steckdosen, Sicherungen, elektr. Bauteile, elektr. Mess-, Prüf-, Regel- und Steuerungsgeräte, Elektroinstallations-schränke), Anstrichmittel, Polituren, Mattierungen, Tapetenablösemittel, Klebstoffe, Klebemörtel, Kitte, Holz- und Brandschutzmit-

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
			tel, Malerpinsel und -bürsten), Sonnenschutz, Armaturen, Bad- und WC-Keramik wie Spülbecken, Dusch- und Badewannen, Duschabtrennungen, Kleister, Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkstatt- einrichtungen, Regalsysteme und Leitern, Handtransportgeräte, Lager- und Transportbehälter
	Gartenartikel und -geräte	<u>Gartenartikel und -geräte, Pflanzgefäße/Terrakotta (Outdoor)</u>	Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör, Gartenwerkzeug wie z.B. Schaufeln, Harken, Scheren, Gartenmaschinen wie z.B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer, Grill und -zubehör, Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche, Großspielgeräte für den Garten, Übertöpfe, Pflanzschalen und -behälter etc.
	Pflanzen/Samen	<u>Pflanzen/Samen</u>	dazu zählen abgetropfte und preislich ausgezeichnete Beet- und Gartenpflanzen (Wasserpflanzen, Stauden, Wurzelstöcke, Gehölze, Sträucher, Schnittgrün, Blattwerk, Zweige, Weihnachtsbäume), Saatgut, Zwiebeln und Knollen von Pflanzen/ Blumen
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	<u>Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör</u>	inkl. Autokindersitze
Sonstiges	Erotikartikel	<u>Erotikartikel</u>	
	Kinderwagen	<u>Kinderwagen</u>	

Quelle: eigene Zusammenstellung, in Anlehnung an die Warengruppendifferenzierung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2016

Auf Basis der Verkaufsflächendaten sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieser Konzeption zu erarbeitende beziehungsweise zu überprüfende „Balingener Sortimentsliste“ zwingend geboten.

Umsatzberechnung

Bei der Berechnung der aktuellen Umsatzdaten des Balingener Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Warengruppen angesetzt sondern es wird zugleich die konkrete Situation vor Ort (unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, spezifischen Kennwerte

einzelner Anbieter, detaillierte Angebotsstrukturen) in Balingen berücksichtigt. Unter Einbeziehung dieser Faktoren wird der aktuelle Umsatz des Balingener Einzelhandels ausgehend vom Verkaufsflächenbestand hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung“

Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnort- beziehungsweise wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und der kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* beziehungsweise der wohnungsnahen Grundversorgung wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden. Zu den Gütern des *kurzfristigen Bedarfs* werden zahlreiche Sortimente der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitung/Zeitschriften/Bücher sowie Blumen (Indoor)/Zoo gezählt (vgl. Tabelle 2). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis wird **als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation** einer Stadt insbesondere auf das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel abgestellt.

Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotssituation zu berücksichtigen sind. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Einzelhandelsbetriebe*, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Wohnquartier gewährleisten⁶. Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Nahversorgungszentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinaus gehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadt- / Ortsteile oder -bereiche einnehmen. Insbesondere folgende Sortimente und Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnort- beziehungsweise wohnungsnahen Nahversorgung eingestuft werden:

6 Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte fußläufige Distanz eruiert. Aufgrund der siedlungsräumlichen Struktur Balingens wird im Weiteren eine Distanz von ca. 700 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

Tabelle 3: Angebotsbausteine einer wohnort- beziehungsweise wohnungsnahen (Grund-)Versorgung

„idealtypische“ Ausstattung ⁷ :	Nahrungs- und Genussmittel / Lebensmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel pharmazeutische Artikel
	Bank(automat) Arzt, Friseur, Lotto
Mögliche Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

3.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Analyse der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Balingener Bevölkerung und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse auf den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von der IFH Retail Consultants GmbH, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel angepasst wurden.

Die sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedri-

⁷ Diese „idealtypische Ausstattung“ ist nicht im Sinne einer Mindestausstattung zu verstehen (vgl. OVG NRW, Urteil vom 15. Februar 2012 – 10 D 32/11.NE). In Abhängigkeit von der Siedlungsstruktur sowie der räumlichen Verteilung insbesondere des nahversorgungsrelevanten Angebotes im Stadtgebiet, können auch Bereiche mit einem nicht der „idealtypischen Ausstattung“ entsprechendem Angebot als Nahversorgungszentren ausgewiesen werden.

geres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokal-spezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Haushaltsbefragung

Um einen umfassenden Einblick in das räumliche und branchenspezifische Einkaufsverhalten der Balingener Bevölkerung und die daraus resultierenden Kaufkraftströme zu erhalten, wurde eine Haushaltsbefragung durchgeführt. Hieraus lassen sich u. a. die für Balingen spezifischen Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten ermitteln. Neben diesen Kenngrößen liefert die Befragung aber auch Erkenntnisse über die qualitative Einschätzung des Einkaufsstandorts Balingen aus Kundensicht sowie Gründe und Motive für Einkaufsgewohnheiten.

Die Haushaltsbefragung wurden im Oktober bzw. November 2016 entsprechend der gemeinderäumlichen Verteilung der Wohnbevölkerung von der Firma CSI International GmbH im Auftrag des Büros Junker + Kruse durchgeführt. Insgesamt wurden 300 Balingener Haushalte sowie 300 weitere Haushalte aus dem Umland interviewt. Die 300 Haushalte aus dem Umland wurden auf Grundlage der Erkenntnisse aus der Kundenherkunftserhebung geografisch ausgewählt. Es wurden 200 Haushalte aus dem näheren Einzugsgebiet und 100 Haushalte aus dem Ferneinzugsgebiet befragt (vgl. dazu auch Kapitel 4.2).

Die Befragung wurde in Form eines so genannten Computer-Assisted-Telephone-Interviewing (CATI) durchgeführt. Hierbei handelt es sich um telefonische Interviews mit Hilfe eines elektronischen Fragebogens, der es ermöglicht, bereits während der Interviewdurchführung eine analoge Datensatzspeicherung vorzunehmen (Eingabe während der Befragung in eine Datenbank). Um sicherzustellen, dass bereits während der Befragung keine Fehler unterlaufen, erfolgt eine regelmäßige Evaluation der Ergebnisse.

Die Haushalte bzw. Telefonnummern wurden nach einem statistischen Zufallsbetrieb nach dem Flächenstichproben-Verfahren (sog. area sampling) ausgewählt. Die aus einer Datenbank stammenden Telefondaten unterliegen einer zusätzlichen Kontrolle durch Geocodierung, die auch eine Filterfunktion nach Kommunen und Postleitzahlen zulässt.

Um die Geduld der befragten Haushaltsmitglieder nicht über Gebühr zu strapazieren und die Verweigerungsquote im Rahmen des Üblichen zu halten, ist der Fragebogen bewusst kurz gehalten worden. Adressat der Befragung war jeweils das für den Einkauf verantwortlich zeichnende Haushaltsmitglied. Im Anhang der Konzeption ist der Fragebogen einzusehen.

Die folgenden Übersichten verdeutlichen die räumliche Verteilung der Haushalte sowie Alter und Geschlecht der Befragten. Die Anzahl der Interviews in den Befragungsbereichen entspricht in etwa der Bevölkerungsverteilung in den Balingener Stadtteilen.

Tabelle 4: Struktur der Haushaltsbefragung in Balingen

Befragungsbereich	Anzahl der Interviews	in %
Balingen-Kernstadt	137	46
Übrige Stadt Balingen	163	54
Gesamtsumme	300	100 %

Alter der Befragten	Anzahl	in %
unter 20 Jahre	34	11
21-30 Jahre	50	17
31-40 Jahre	52	17
41-50 Jahre	49	16
51-60 Jahre	51	17
über 60 Jahre	64	21
Gesamtsumme	300	100 %

Quelle: Haushaltsbefragung im Oktober / November 2016

Tabelle 5: Struktur der Haushaltsbefragung im Balingener Umland

Befragungsbereich	Anzahl	in %
Näheres Einzugsgebiet	200	66 %
Ferneinzugsgebiet	100	34 %
Gesamtsumme	300	100 %

Alter der Befragten	Anzahl der Interviews	in %
unter 20 Jahre	34	11
21-30 Jahre	49	16
31-40 Jahre	53	18
41-50 Jahre	56	19
51-60 Jahre	50	17
über 60 Jahre	58	19
Gesamtsumme	300	100 %

Quelle: Haushaltsbefragung im Oktober / November 2016

Der Anteil der männlichen und weiblichen Befragten lag in der Stadt Balingen als auch im Balingener Umland bei jeweils rund 50 %.

Insgesamt liegt mit der räumlichen Differenzierung sowie der Alters- und Geschlechtsstruktur der Haushaltsbefragung eine notwendige und zugleich ausreichende Repräsentativität vor. Die überdurchschnittliche Berücksichtigung weiblicher Befragter spiegelt die generell zu beobachtende Zuständigkeit dieses Bevölkerungsanteils für den Einkauf im Rahmen „familiärer Aufgabenteilung“ wider, denn als Zielperson wurde dasjenige Haushaltsmitglied angesprochen, das die Einkäufe hauptsächlich tätigt.

Händler- bzw. Unternehmensbefragung

Ein weiterer methodischer Baustein war die Durchführung einer schriftlichen Händler- bzw. Unternehmensbefragung in Balingen. Hierzu wurden die lokalen Einzelhändler von der Stadt Balingen angeschrieben. Der Fragebogen, der sich an der Befragung aus dem Jahr 2005 orientierte, konnte dann im Anschluss an das Gutachterbüro zurückgesendet werden und wurde durch das Büro anonym ausgewertet. Insgesamt beteiligten sich 37 Händler an dieser Befragung.

Mit Hilfe eines teilstandardisierten Fragebogens (siehe Anhang) wurden die Gesamtsituation des Handelsstandorts Balingen, Stärken und Schwächen des Hauptgeschäftsbereichs und die Konkurrenzsituation zu umliegenden Standorten beleuchtet.

Kundenherkunftserhebung

Die Kundenherkunftserhebung gibt Auskunft über das Einzugsgebiet des Balingener Einzelhandels und stellt somit eine empirische Basis für die Abgrenzung des Einzugsgebietes dar. Dieses gibt zum einen Aufschluss über die Ausstrahlungskraft des Balingener Einzelhandels und dient zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden in einem einwöchigen Zeitraum (im Juni 2016) bei Balingener Einzelhändlern unterschiedlicher Branchenzugehörigkeit und Größe Listen ausgelegt, in die der Wohnort der zahlenden Kunden eingetragen wurde. Insgesamt beteiligten sich 34 Betriebe (rund 27 % aller Betriebe in der Balingener Innenstadt). Die Kundenherkunft wurde jeweils von dem für den Zahlvorgang zuständigen Personal in den einzelnen Betrieben aufgenommen. Die Kunden wurden anhand ihrer Postleitzahl dem Herkunftsort zugeordnet.

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

Experteninterviews

Die Evaluierung der Praxiserfahrungen von verschiedenen Akteuren mit der Einzelhandelskonzeption ist ebenfalls ein wichtiger Baustein dieser Fortschreibung. Im Rahmen der Aufstellung der Konzeption wurden einige Experten zur Einzelhandelsentwicklung als auch zu dem Umgang mit der bestehenden Konzeption befragt (vgl. dazu auch Kapitel 3.4)

3.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Balingen im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Durch die Lage im Zentrum einer Stadt beziehungsweise eines Orts- bzw. Stadtteils sind für die Prosperität eines zentralen Bereiches neben dem Einzelhandelsprofil insbesondere auch städtebauliche Belange wie beispielsweise die räumliche Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefgreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfungen und die wechselseitigen Beeinflussungen der Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Folgende Kriterien determinieren dabei die städtebauliche Gestaltung eines zentralen Bereiches:

- Einzelhandelsdichte
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen bzw. touristischen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil der Erarbeitung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen. Sie liefert die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO und § 9 (2a) BauGB dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereiches vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung⁸ keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine belastbare Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

⁸ vgl. dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

3.4 Ergebnisse der Experteninterviews zur Evaluierung der Einzelhandelskonzeption

Die Evaluierung der Praxiserfahrungen von verschiedenen Akteuren mit der Einzelhandelskonzeption ist ein wichtiger Baustein der Fortschreibung. Neben der Analyse der Einzelhandelsentwicklung können somit auch Stärken und Schwächen der Möglichkeit zur Steuerung des Einzelhandels aufgedeckt werden und in die Fortschreibung mit einfließen. Zu den Interviewpartnern gehörten die Industrie- und Handelskammer zu Reutlingen, Mitglieder des Handels- und Gewerbeverein Balingen, der Regionalverband Neckar-Alb sowie die Verwaltung der Stadt Balingen.

Die Ergebnisse der jeweiligen Interviews stellen sich wie folgt dar:

- Seit dem Beschluss hat man sich an die grundsätzlichen Bestandteile der Einzelhandelskonzeption gehalten.
- Ansiedlungen von nicht-zentrenrelevanten Sortimenten erfolgten schwerpunktmäßig an dem Sonderstandort Gehr.
- Die Versorgung der Bevölkerung mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Warengruppen wurde durch die Ansiedlung neuer Betriebe in integrierten Lagen gestärkt.
- Ausnahmen von der Konzeption aus dem Jahr 2005 wurden bei der Steuerung des Einzelhandels nicht gemacht.

Nicht zuletzt deshalb ist zum einen eine politische Akzeptanz der Konzeption bis heute vorhanden, zum anderen ist auch die Akzeptanz auf der Investorenseite gegeben. Zusammengefasst bedeutet dies:

Die Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen **wirkt!**

Im Rahmen der Interviews wurden auch Anregungen für die Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption aufgenommen, die in die Erarbeitung der Konzeptbausteine mit einfließen.

Dabei handelt es sich um folgende Aspekte:

- Überprüfung, Erläuterung und ggf. Modifizierung der Balingener Sortimentsliste
- Konzeptionelle Aussagen zur Entwicklung der Innenstadt insbesondere in Bezug auf die räumliche Ausdehnung
- Planungsrechtliche Empfehlungen für bestehende und zukünftige Standortbereiche im Balingener Stadtgebiet (insbesondere für den Lebensmitteleinzelhandel, mögliche Lebensmitteldiscounterstandorte und den Sonderstandort Gehr)
- Darstellung unterversorgter Siedlungsbereiche (bezüglich der Nahversorgung)
- Überprüfung und ggf. Modifizierung der zentralen Versorgungsbereiche, hinsichtlich ihrer Abgrenzung und Funktion

4 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

Im Folgenden werden zunächst die allgemeinen standortrelevanten Rahmenbedingungen dargestellt, die zur Einordnung der Stadt Balingen hinsichtlich ihrer einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation dienen. Diese Rahmenbedingungen wirken sich sowohl direkt als auch indirekt auf die Positionierung, die kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes Balingen aus (vgl. Kapitel 4.1). Anschließend werden die nachfrageseitigen Rahmenbedingungen, und hier insbesondere das Einzugsgebiet des Balingener Einzelhandels (vgl. Kapitel 4.2) sowie die im Einzugsgebiet vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft (vgl. Kapitel 4.3), ermittelt.

Insgesamt stellen die in diesem Untersuchungsschritt gewonnenen Erkenntnisse einen wichtigen Baustein zur Ermittlung möglicher quantitativer Entwicklungsspielräume dar.

4.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die Stadt Balingen ist mit ihren rd. **34.000 Einwohnern**⁹ Kreisstadt des Landkreises Zollernalbkreis, der zum 31.12.2015 über rd. **186.400 Einwohnern verfügte**¹⁰. Damit ist Balingen die zweitgrößte Kommune des Landkreises, der zusammen mit den Landkreisen Reutlingen und Tübingen die Region Neckar-Alb bildet.

Insgesamt ist Balingen mit allen Verkehrsmitteln gut erreichbar. Der Stuttgarter Flughafen kann mit dem Auto in etwa 45 Minuten erreicht werden. An das regionale beziehungsweise überregionale Straßennetz ist die Stadt Balingen über die B 27 und B 463 erreichbar. Die Bundesstraße B 27 verbindet Balingen nach Norden mit dem Großraum Stuttgart. Zudem sind Nachbargemeinden und Städte über ein gut ausgebautes Straßensystem schnell zu erreichen.

Durch Balingen führt eine Bahnlinie von Tübingen bis nach Sigmaringen. Des Weiteren besitzt die Stadt verschiedene Bahnhöfe: Engstlatt, Balingen (Württ), Balingen-Süd und Frommern. Zudem wird der ÖPNV durch den Verkehrsverbund Neckar-Alb-Donau gewährleistet.

Landesplanerische Versorgungsfunktion

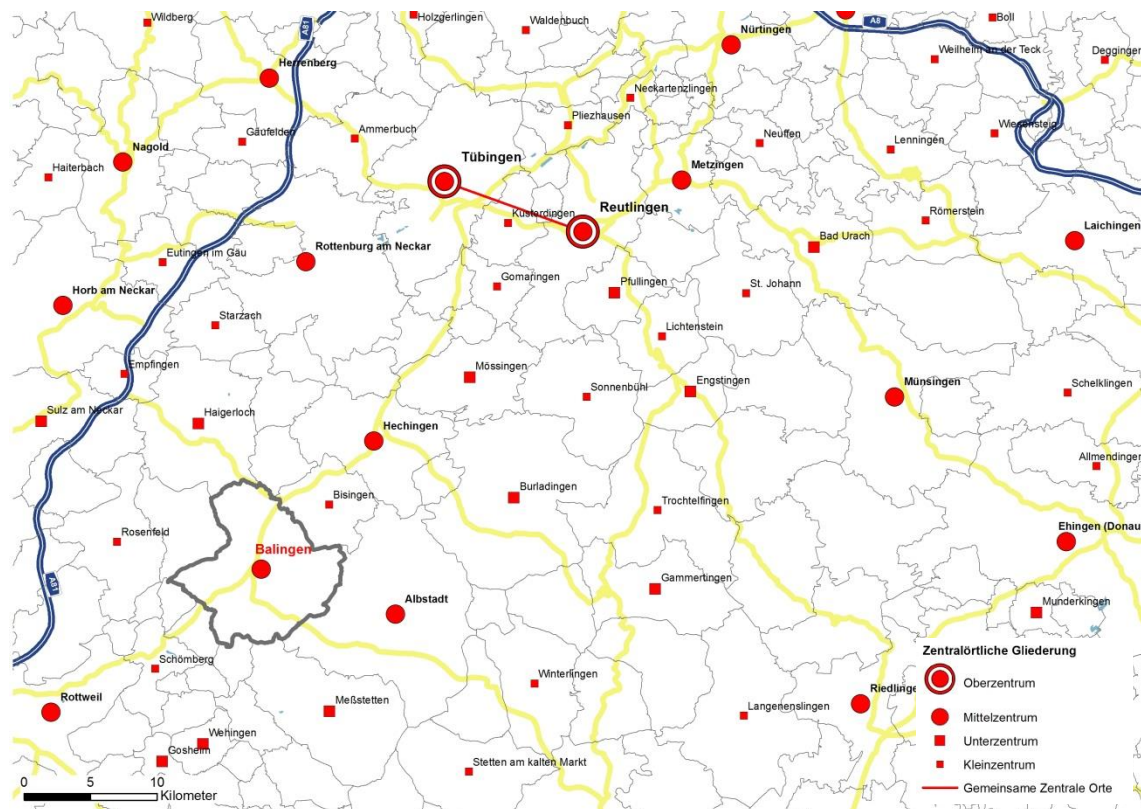
Aus landesplanerischer Sicht ist der Stadt Balingen die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums für den näheren Verflechtungsbereich zugewiesen. Zum Mittelbereich Balingen gehören zudem noch die Gemeinden Dautmergen, Dormettingen, Dotternhausen, Geislingen, Hausen am Tann, Ratshausen, Rosenfeld, Schömberg, Weilen unter den Rinnen und Zimmern unter der Burg. Gemäß den landesplanerischen Vorgaben kommt dem Einzelhandelsangebot in der Stadt Balingen als Mittelzentrum sowohl eine Versorgungsfunktion für die im Stadtgebiet lebenden Einwohner als auch für die Bewohner der angrenzenden Gemeinden im Mittelbereich (Verflechtungsbereich) zu.

⁹ Einwohnerzahl der Stadt Balingen (Stand: 12/2015)

¹⁰ IFH Köln, Stand 2016, Einwohnerzahl des Landkreises Zollernalbkreis (Stand: 12/2015)

Mit der Stadt Haigerloch (rd. 10.400 Einwohner), der Stadt Albstadt (rd. 44.100 Einwohner), der Stadt Meßstetten (rd. 11.300 Einwohner), der Stadt Geislingen (rd. 5.900 Einwohner), der Gemeinde Grosselfingen (rd. 2.100 Einwohner), der Gemeinde Bisingen (rd. 9.200 Einwohner), der Gemeinde Hausen am Tann (rd. 500 Einwohner), der Gemeinde Dotternhausen (rd. 1.800 Einwohner) sowie der Gemeinde Dormettingen (rd. 1.000 Einwohner) grenzt Balingen an neun Gebietskörperschaften an. Die Städte Haigerloch und Meßstetten übernehmen die Funktion eines Unterzentrums. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind Albstadt und Hechingen. Als weitere Standorte mit einem konkurrierenden einzelhandelsrelevanten Angebot sind die rund 40 km entfernten **Oberzentren Tübingen und Reutlingen (als Gemeinsames Oberzentrum)** zu nennen.

Karte 1: Lage der Stadt Balingen im Raum



Quelle: eigene Darstellung © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Das Stadtgebiet umfasst rd. 90 km², was bei der aktuellen Bevölkerungszahl von rd. **34.000 Einwohnern** einer Einwohnerdichte von knapp 380 Einwohnern / km² entspricht. Die Stadt Balingen weist in den letzten Jahrzehnten eine konstante, leicht positive Bevölkerungsentwicklung auf. Für den Prognosehorizont bis 2030 ist für Balingen ebenfalls von einer leicht positiven Bevölkerungsentwicklung (rd. + 0,3 %) auszugehen.¹¹ Balingen besteht aus der Kernstadt und den Stadtteilen Dürrwangen, Endingen, Engstlatt, Erzingen, Frommern, Hesselwangen, Ostdorf, Roßwangen, Stockenhausen, Streichen, Weilstetten und Zillhausen. Die

¹¹ Bezogen auf die Einwohnerzahl der Stadt Balingen (Stand: 12/2015); Prognose nach Website des Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (www.statistik.baden-wuerttemberg.de)

meisten dieser Stadtteile wurden im Rahmen der Gebietsreform der 1970er Jahre nach Balingen eingegliedert.

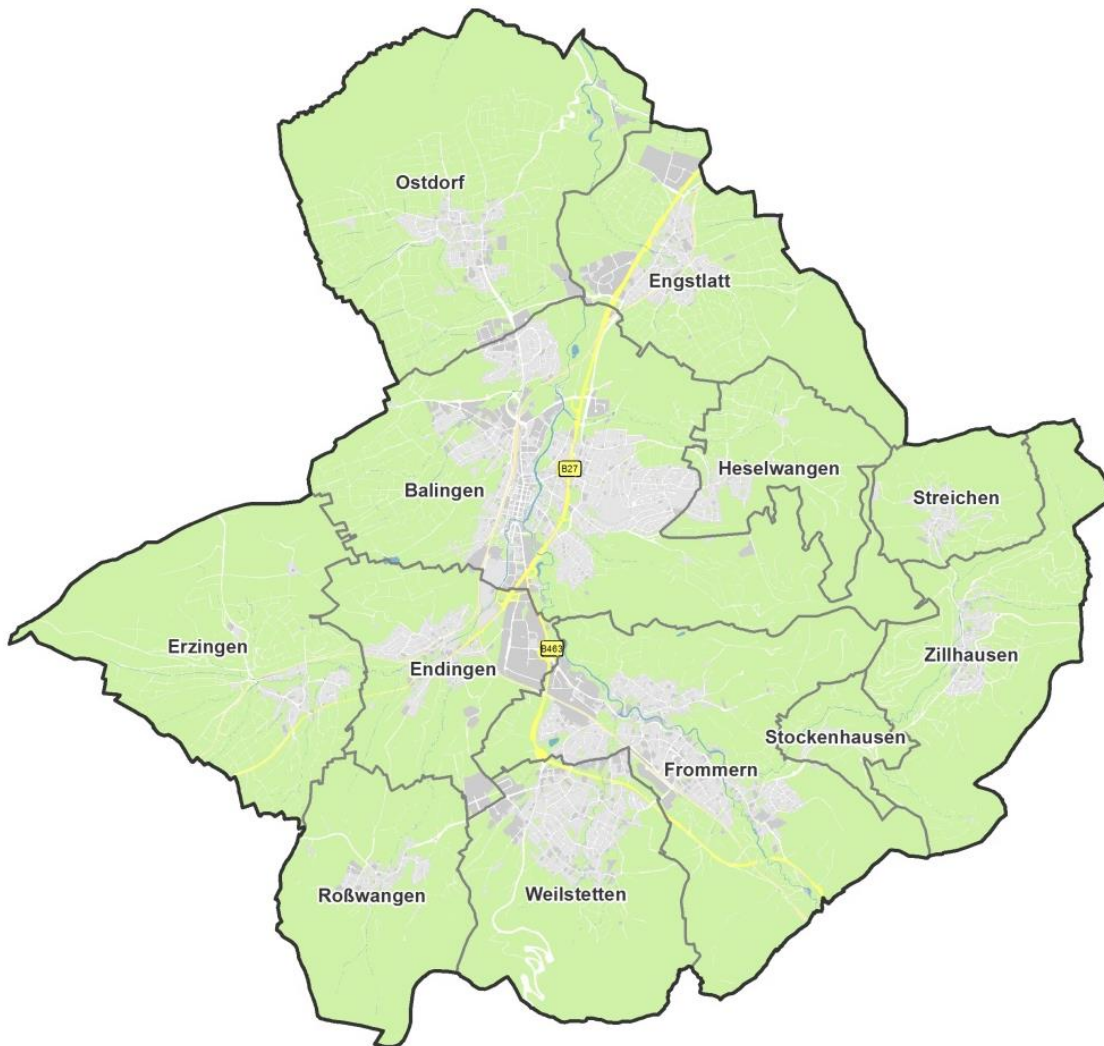
Tabelle 6: Balingener Stadtteile mit Einwohnerzahlen

Erhebungseinheit	Einwohner	Anteil in %*
Kernstadt Balingen	14.488	42,6 %
Heselwangen	946	2,8 %
Endingen	2.350	6,9 %
Engstlatt	1.869	5,5 %
Erzingen	781	2,3 %
Ostdorf	1.528	4,5 %
Streichen	554	1,6 %
Zillhausen	858	2,5 %
Weilstetten	3.731	11,0 %
Roßwangen	717	2,1 %
Frommern	4.511	13,3 %
Stockenhausen	267	0,8 %
Dürrwangen	1.428	4,2 %
Gesamtsumme	34.028	100 %

Quelle: Stadt Balingen (Stand: Dezember 2015), nur Einwohner mit Hauptwohnsitz;
*durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Die Stadt ist dementsprechend in 13 Stadtteile eingeteilt, wobei im Osten und Westen des Stadtgebietes aufgrund von zahlreichen Wald- und Freiflächen teilweise sehr aufgelockerte Siedlungsstrukturen vorhanden sind. Insgesamt ist jedoch eine bandartige Siedlungsstruktur mit nord-südlicher Ausrichtung erkennbar.

Karte 2: Siedlungsstruktur des Balinger Stadtgebietes



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis

Der Siedlungsschwerpunkt liegt in der Kernstadt Balingen, von welchem die Siedlungskörper der übrigen Stadtteile teilweise deutlich räumlich voneinander getrennt sind. Diese zerstreute Siedlungsstruktur ist bedingt durch die Eingemeindung zahlreicher früher eigenständiger Gemeinden. Aufgrund dessen sind außer der Kernstadt Balingen die Stadtteile, in denen überwiegend unter 3.000 Einwohnern leben, ländlich und dörflich geprägt. Größere gewerblich genutzte Flächen befinden sich nördlich (u. a. Gewerbegebiet Hauptwasen) und südlich (u. a. Gewerbegebiet Gehr) der Balinger Innenstadt.

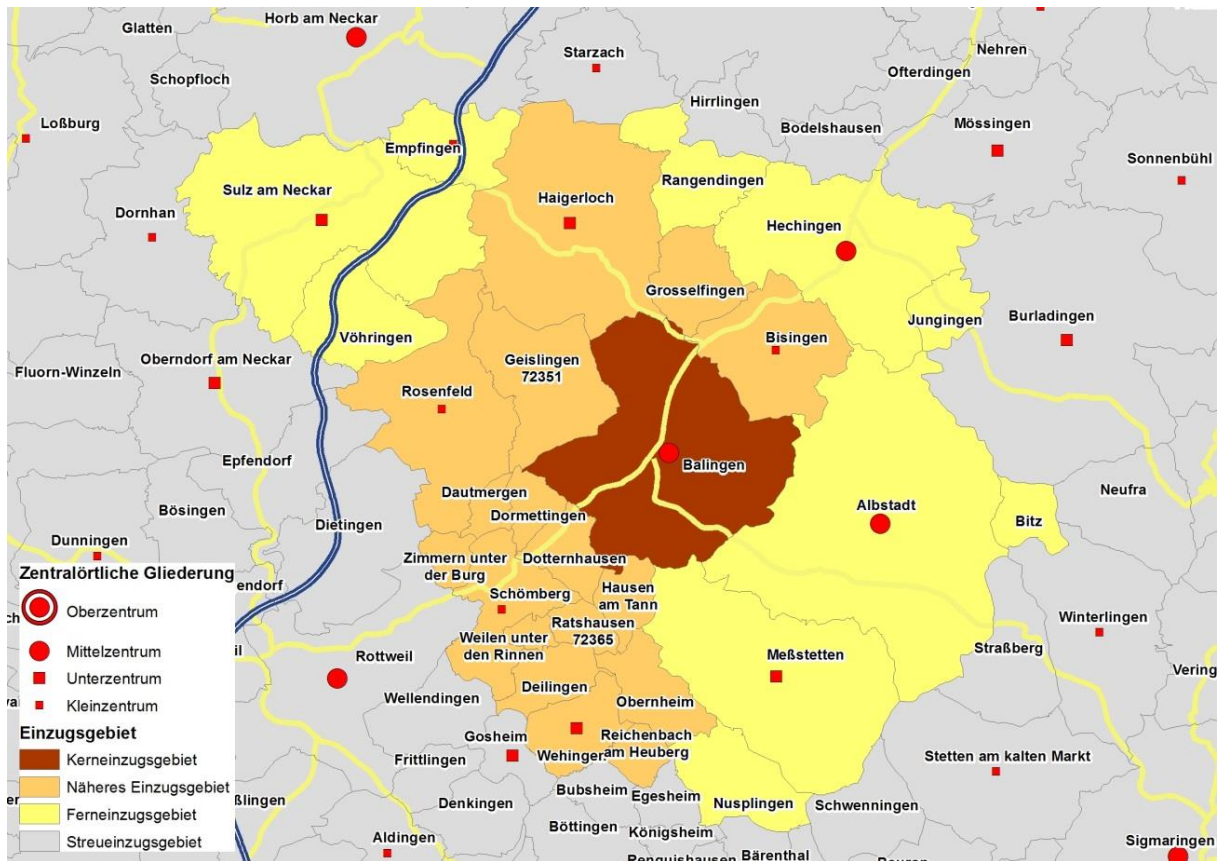
4.2 Einzugsgebiet des Balingener Einzelhandels

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelsstandorten und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Daneben führen auch Einzelhandelsagglomerationen, deren kollektives Einzugsgebiet über das der einzelnen, jeweils dort angesiedelten Betriebe bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Vergrößerung des Einzugsgebietes einer Kommune als Einzelhandelsstandort. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Balingener Einzelhandels, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Zur **empirischen Bestimmung des Einzugsgebietes des Balingener Einzelhandels** wurde im Juni 2016 eine Kundenherkunftserhebung in ausgewählten Balingener Einzelhandelsbetrieben durchgeführt (s. Kapitel 3.2). Die im Rahmen dieser Erhebung ermittelten absoluten Kundenzahlen ($n = 6.946$) wurden in Relation zur Bevölkerungsanzahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die relative Bedeutung des Standortes als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf dieser Grundlage sind Tendenzaussagen zum Verflechtungsbereich des Balingener Einzelhandels möglich.

Die nachfolgende Abgrenzung des Einzugsgebietes (vgl. dazu Karte 3) stützt sich dabei im Wesentlichen auf die zentralörtliche Gliederung des Raumes, der Lage der einzelnen zentralen Orte zueinander sowie der verkehrlichen Erreichbarkeit der jeweiligen Ober-, Mittel-, Unter- und Kleinzentren. Der Abgrenzung liegt dabei die Prämisse zu Grunde, dass das einzelhandelsrelevante Angebot einer Stadt umso eher nachgefragt wird, je attraktiver und verkehrlich gut erreichbar es ist. Folglich nimmt die Bindung außerhalb Balingens lebender Einwohner an das in der Stadt lokalisierte Einzelhandelsangebot mit zunehmender Entfernung vom Balingener Stadtgebiet ab. Basierend auf diesen Überlegungen lässt sich das Einzugsgebiet der Stadt Balingen wie folgt abgrenzen:

Karte 3: Einzugsgebiet des Balinger Einzelhandels

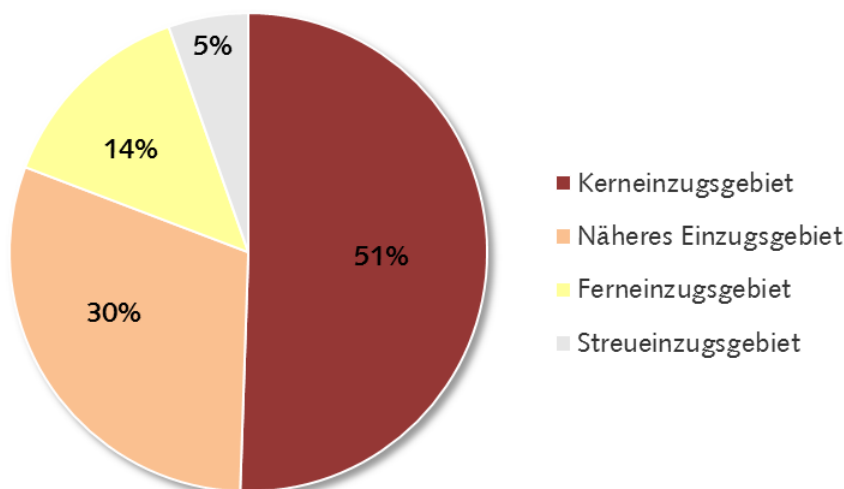


Quelle: eigene Darstellung unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im Juni 2016, n = 6.946 © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA“

Kerneinzugsgebiet

Die Stadt Balingen ist mit einem gesamten Kundenpotenzial von rund 34.000 Einwohnern als Kerneinzugsgebiet definiert. Rund die Hälfte aller erfassten Kunden kam aus diesem Bereich.

Abbildung 1: Zusammensetzung der Kundenherkunft des Balinger Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im Juni 2016, n = 6.946; Anmerkung: Abweichungen von der Summe 100% ergeben sich durch Rundungen.

Näheres Einzugsgebiet

Zum näheren Einzugsgebiet zählen in der Regel die in unmittelbarer Nähe zum Kerneinzugsgebiet gelegenen Nachbarkommunen. Diese liegen somit auch im direkten Verflechtungsbereich des Mittelzentrums. Aus diesem Bereich kamen rund 30 % der erfassten Kunden. Das nähere Einzugsgebiet verfügt über ein Kundenpotenzial von insgesamt rund 51.600 Einwohnern. Dies spiegelt eine hohe Versorgungsbedeutung des Balingener Einzelhandels auch für die kleineren umliegenden Gemeinden wider. Lediglich die angrenzenden Gemeinden Albstadt und Meßstetten zählen nicht zu diesem näheren Einzugsgebiet. Das lässt sich jedoch darauf zurückführen, dass Albstadt als ein Mittelzentrum eingestuft ist und somit eine eigene Versorgungsfunktion für die im Stadtgebiet lebenden Einwohner als auch für die Bewohner der angrenzenden Gemeinden im Mittelbereich besitzt.

Ferneinzugsgebiet

Das Ferneinzugsgebiet (rd. 14 % aller erfassten Kunden) umfasst zusätzlich all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in Balingen noch mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch eine wesentlich deutlichere räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und demnach nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Balingen ausgerichtet sind. Im Balingener Ferneinzugsgebiet leben rund 106.000 Einwohner und somit der größte Anteil an Bewohnern. Im Gegensatz zu anderen Städten dieser Größenordnung generiert der Standort eine vergleichsweise hohe Bindung an Kunden aus dem weit gefassten Gebiet. Kunden aus dem Ferneinzugsgebiet spielen vor allem bei Anbietern von Waren der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe eine wichtige Rolle. Somit kommt der Stadt auch diesbezüglich eine wichtige Versorgungsfunktion im Verflechtungsbereich zu. Dies liegt nicht zuletzt an dem gut ausgestatteten Angebot in diesem Bedarfsbereich (vgl. dazu auch Kapitel 5).

Streuumsätze

Als sogenannte Streuumsätze des Balingener Einzelhandels werden „Zufallseinkäufe“ von Personen von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bezeichnet. Rund 5 % der ermittelten Kunden des Balingener Einzelhandels kommen aus diesem Streugebiet. Somit spielt z. B. der Tourismus als Einnahmequelle für den Balingener Einzelhandel nur eine vergleichsweise geringe Rolle.

Insgesamt gesehen zeigt sich somit eine wichtige Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung, aber auch eine vergleichsweise hohe Versorgungsbedeutung für das Umland. Seit der letzten Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption (2005) sind keine räumlich relevanten Veränderungen in dem Einzugsgebiet zu erkennen.

4.3 Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Retail Consultants Köln zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und jährlich fortgeschrieben. Anhand von Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten beziehungsweise Warengruppen ermitteln. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Balingen stellt sich für das Jahr 2016 wie folgt dar:

Tabelle 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Balingen

Warengruppe	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Balingener Wohnbevölkerung	
	pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.472	84,1
Blumen (Indoor)/Zoo	117	4,0
Gesundheit und Körperpflege*	400	13,6
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/ Bücher	196	6,7
überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.185	108,4
Bekleidung	596	20,3
Schuhe / Lederwaren	159	5,4
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	79	2,7
Spielwaren / Hobbyartikel	147	5,0
Sport und Freizeit	120	4,1
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.102	37,5
Wohneinrichtung	135	4,6
Möbel	340	11,6
Elektro / Leuchten	190	6,5
Elektronik / Multimedia	446	15,2
medizinische und orthopädische Artikel	83	2,8
Uhren / Schmuck	87	3,0
Bau- und Gartenmarktsortimente	586	19,9
überwiegend langfristiger Bedarf	1.867	63,5
Kaufkraftpotenzial gesamt (inkl. „Sonstiges“)	6.190	210,6

Quelle: IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale Stand 2016; * inkl. freiverkäuflichen Apothekenwaren; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Diesem monetären **Kaufkraftpotenzial von rd. 211 Mio. Euro** liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Balingen zugrunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante *Kaufkraftkennziffer* beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Balingen vom Bundesdurchschnitt (D=100) an. Aktuell verfügt die **Stadt Balingen** über eine **einzelhandelsrelevante Kauf-**

kraftkennziffer von 105,3, das heißt, dass das Kaufkraftniveau über dem Bundesdurchschnitt liegendes **Kaufkraftniveau** verfügt.

Tabelle 8: Kaufkraftpotenzial und -kennziffern im Einzugsgebiet

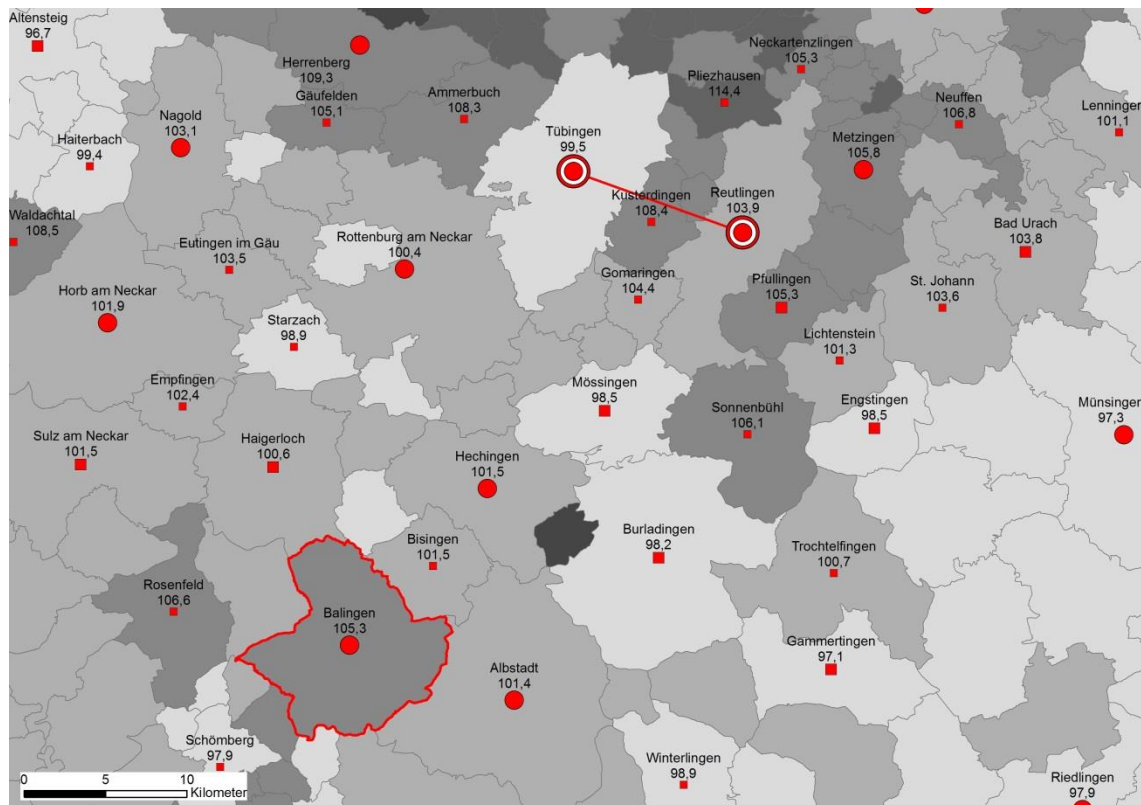
Kommune	Einwohner (absolut)	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial (in Mio. Euro)	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau
Balingen (MZ)	34.028	210,6	105,3
Kerneinzugsgebiet	34.028	210,6	105,3
Dautmergen (OZ)	403	2,3	99,8
Dormettingen (OZ)	1.039	6,3	103,1
Dotternhausen (OZ)	1.808	11,6	108,9
Geislingen (OZ)	5.932	35,2	101,4
Hausen am Tann (OZ)	470	2,7	98,0
Ratshausen (OZ)	774	4,8	105,8
Weilen unter den Rinnen (OZ)	597	3,7	106,2
Reichenbach am Heuberg (OZ)	500	3,2	107,9
Wehingen (UZ)	3.604	21,2	100,7
Grosselfingen (OZ)	2.145	12,2	97,8
Rosenfeld (KZ)	6.370	40,0	106,6
Haigerloch (UZ)	10.444	61,4	100,6
Obernheim (OZ)	1.437	8,4	99,8
Bisingen (KZ)	9.233	54,8	101,5
Zimmern unter der Burg (OZ)	480	2,8	99,5
Schömberg (OZ)	4.644	26,5	97,9
Deilingen (OZ)	1.732	11,1	108,8
Näheres Einzugsgebiet	51.610	308,2	102,0*
Nusplingen (OZ)	1.763	10,8	104,3
Jungingen (OZ)	1.361	9,5	117,3
Rangendingen (OZ)	5.109	30,0	100,4
Empfingen (KZ)	3.883	23,3	102,4
Hechingen (MZ)	18.839	111,9	101,5
Meßstetten (UZ)	11.276	65,9	100,1
Vöhringen (OZ)	4.267	25,9	103,5
Albstadt (MZ)	44.135	261,8	101,4
Bitz (OZ)	3.622	21,3	100,7
Sulz am Neckar (MZ)	11.891	70,6	101,5
Ferneinzugsgebiet	106.150	631,0	101,6*
Gesamt	191.788	1.149,8	-

Quelle: IFH Retail Consultants Köln - Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2016; (Indexwert: Bundesdurchschnitt D = 100); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
GMZ = Gemeinsames Mittelzentrum, KZ = Kleinzentrum, UZ = Unterzentrum, OZ = Ohne zentralörtliche Funktion

* gewichtete Kaufkraft

Im Vergleich zu den Kaufkraftkennziffern im Einzugsgebiet zeigt sich, dass sich das aktuelle einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau der Stadt Balingen (105,3) **über dem Durchschnitt** bewegt. Insgesamt kann festgestellt werden, dass die im Einzugsgebiet vorhandene Kaufkraft im Mittel zuweilen leicht (beispielsweise Hechingen 101,5) über dem Bundesdurchschnitt liegt. Auch im regionalen Vergleich mit den nächstgelegenen Gemeinden bewegt sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Balingen auf einem guten Niveau (vgl. Tabelle 8, Karte 4).

Karte 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Region



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von IfH, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Das Kaufkraftpotenzial im oben definierten **näheren Einzugsgebiet** von der Stadt Balingen beträgt **rund 308,2 Millionen Euro** und im **Ferneinzugsgebiet** **rund 631,0 Milliarden Euro**. Insgesamt liegt das Kaufkraftpotenzial der rd. 192.000 Einwohner im **gesamten Einzugsgebiet** der Stadt Balingen somit bei **rd. 1,1 Milliarden Euro**. Die Abschöpfungsquote sinkt darüber hinaus mit steigender Entfernung zur Stadt Balingen (und zunehmender Nähe zu Wettbewerbsstandorten) deutlich. Zudem hängt der Anteil der zufließenden Kaufkraft stark von den einzelnen Sortimenten (und den üblichen Einzugsbereichen der jeweiligen Anbieter) ab. Nähere Hinweise zum Kaufkraftzufluss aus den Umlandkommunen des Einzugsbereiches geben die im Rahmen der nachfolgenden Angebotsanalyse des Balinger Einzelhandels sortimentspezifisch ermittelten Zentralitätswerte (vgl. Kapitel 5.5).

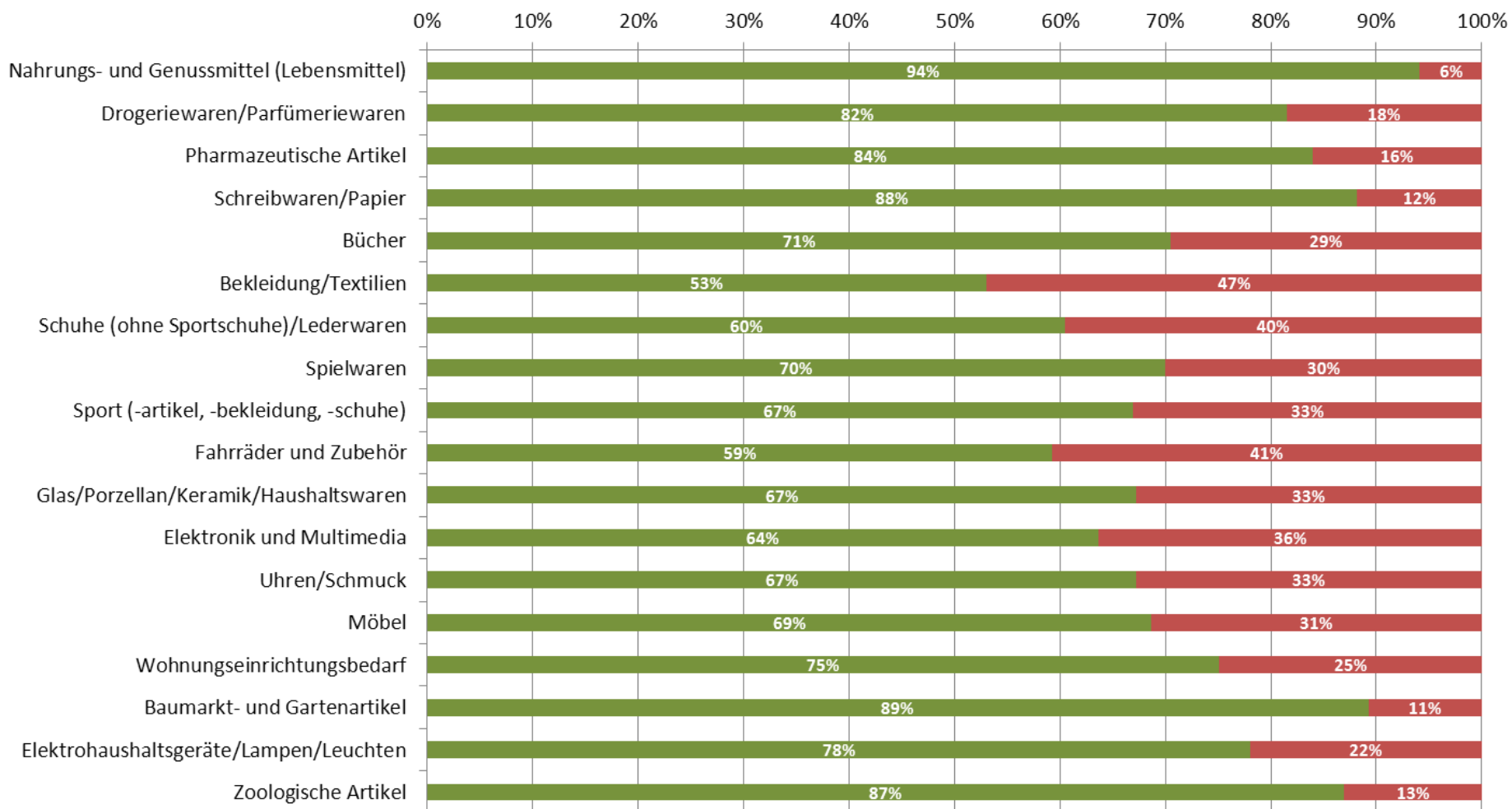
4.4 Räumliche Einkaufsorientierung der Wohnbevölkerung Balingens

Kaufkraftbindung und -abfluss der Balingener Haushalte

Eine wichtige Größe zur Beurteilung der Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsstandorts Balingen sind die auf Grundlage der Haushaltsbefragungen ermittelten, so genannten Kaufkraftbindungs- bzw. -abflussquoten, in denen die räumliche Einkaufsorientierung der Bevölkerung Balingens zum Ausdruck kommt. Um diese Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten zu ermitteln, wurden die Bewohner zufällig ausgewählter Balingener Haushalte befragt, wo sie verschiedene Güter hauptsächlich erwerben. Die Daten beschreiben demnach den Anteil der lokal vorhandenen Kaufkraft, der in Balingen verbleibt und durch den örtlichen Einzelhandel abgeschöpft wird (Bindungsquote) bzw. den Anteil, der in andere Städte abfließt (Abflussquote). Diese Orientierungsgrundlage gibt Aufschluss über die regionale Konkurrenzsituation sowie Stärken und Defizite des örtlichen Einzelhandelsangebots.

Die nachfolgende Übersicht gibt einen Überblick über das branchenspezifische räumliche Einkaufsverhalten der Balingener Haushalte:

Abbildung 2: Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten in Balingen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016, (n=300), nur Balingen Befragte

Insgesamt ist eine gute Kaufkraftbindungsquote über alle befragten Warengruppen bzw. Sortimente von rund 74 % festzustellen.

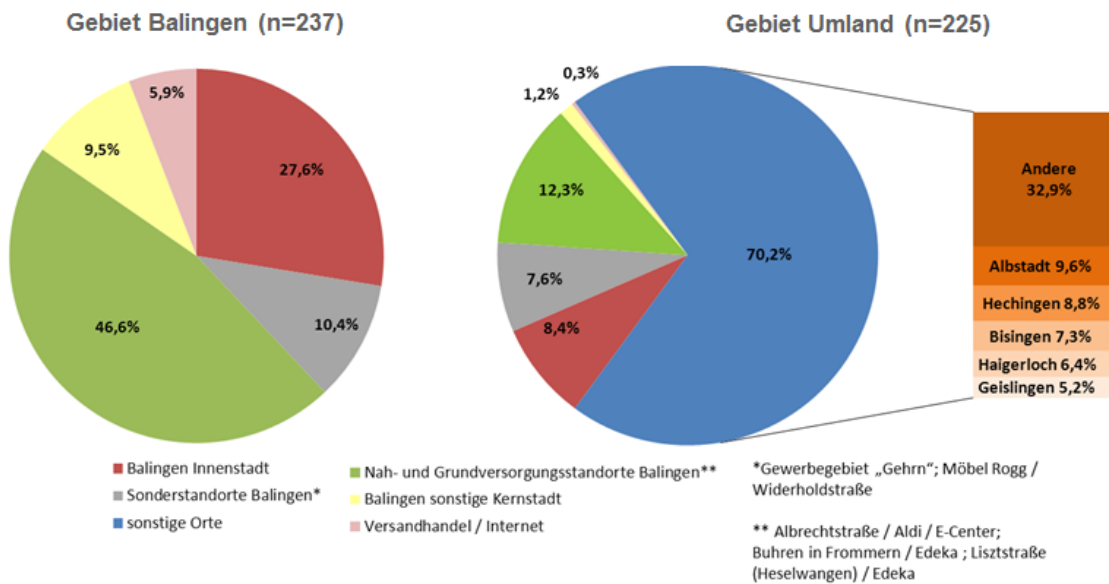
- In den Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfs** werden erwartungsgemäß die höchsten Bindungsquoten erzielt. Insbesondere die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel weisen Bindungsquoten zwischen 71 % und 94 % auf. Diese Dinge des täglichen Bedarfs werden jedoch in der Regel nach Möglichkeit vor Ort gekauft. Dennoch wird eine 100 %-ige Kaufkraftabschöpfung aufgrund unterschiedlichster Beweggründe auch hier kaum zu erreichen sein. Werte über 90 % sind in diesem Zusammenhang positiv zu werten.
- In den **Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs** zeigen die Bindungsquoten eine Spannweite zwischen 53 % und 70 %. Dabei wird die höchste Bindungsquote in der Warengruppe Spielwaren erzielt, während die niedrigste Bindungsquote im Bereich Bekleidung / Textilien vorliegt. Insgesamt ist hier auf das wesentlich umfangreichere und vielfältigere Angebot in dem naheliegenden Oberzentrum Stuttgart bzw. in dem Mittelzentrum Metzingen hinzuweisen. In diesem Zusammenhang spielen auch Versandhandel und Online-Handel eine wichtige Rolle. Vor diesem Hintergrund sind die in Balingen erzielten Werte als normal bis gut zu werten.
- Bei den **Warengruppen des langfristigen Bedarfs** zeigen sich insgesamt erfreulich hohe Bindungsquoten von überwiegend 64 bis 89 %. Niedrige Werte werden im Bereich Elektronik / Multimedia (64 %) und Uhren / Schmuck (67 %) erzielt, wobei in diesen Warengruppen jedoch auf eine hohe Mobilitätsbereitschaft der Kunden und auf ein teilweise stärkeres regionales Konkurrenzangebot (z. B. Media Markt in Albstadt) hinzuweisen ist. Vor diesem Hintergrund sind die erzielten Werte als gut zu beurteilen.

Einkaufsstandorte

Für zukünftige Planungen ist es wichtig, wo die Befragten verschiedene Einkaufsartikel kaufen. Dafür nannten die Befragten für die einzelnen Sortimenten / Warengruppen die Standorte, wo sie diese Artikel in der Regel einkaufen. Pro Sortiment / Warengruppe waren jeweils drei Nennungen möglich.

Die Balingener Befragten nannten als Haupteinkaufsstandort für Einkäufe in der Branche **Nahrungs- und Genussmittel** fast ausschließlich Standorte innerhalb der Stadt Balingen (rund 95 %). Insbesondere die Nah- und Grundversorgungsstandorte übernehmen eine übergeordnete Bedeutung (rd. 47 %). Erwartungsgemäß kaufen die Befragten im Balingener Umland überwiegend (rd. 70 %) in anderen Städten Nahrungs- und Genussmittel ein. Dies lässt sich darauf zurückzuführen, dass Dinge des täglichen Bedarfs in der Regel vor Ort – also in ihrer eigenen Heimatstadt – gekauft werden.

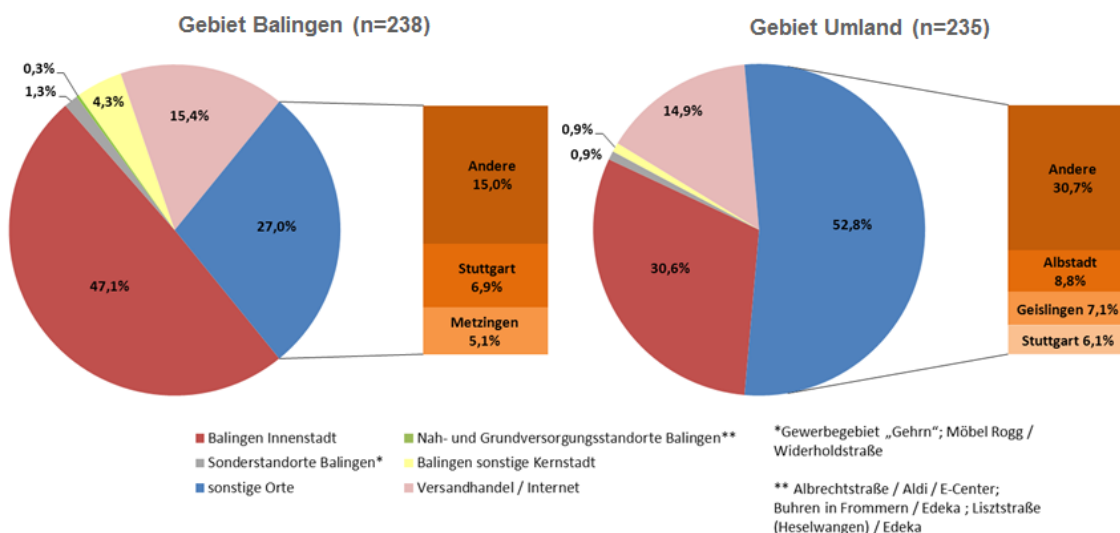
Abbildung 3: Einkaufsstandorte für Nahrungs- und Genussmittel



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

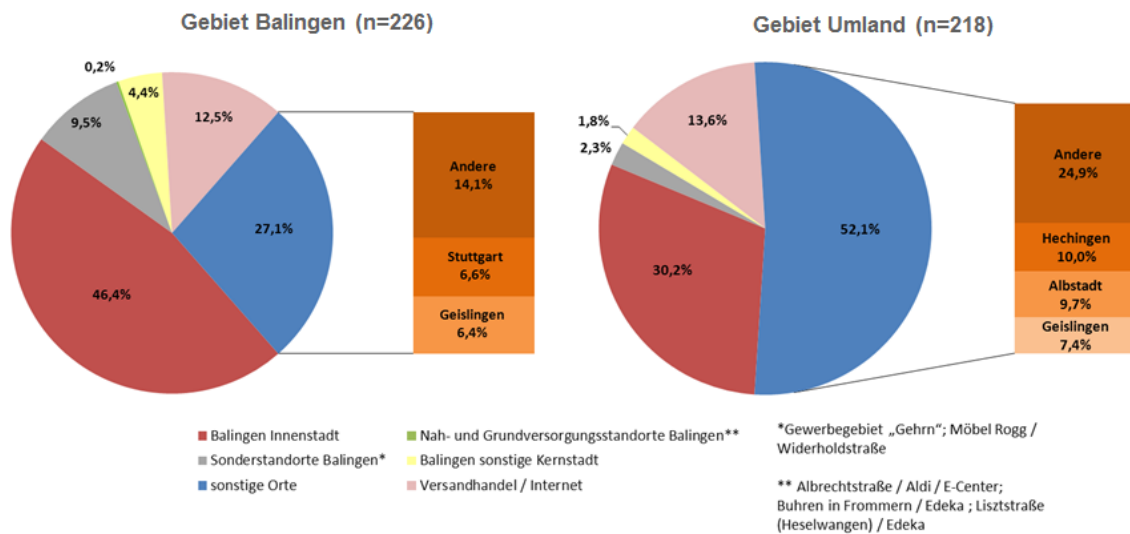
Die Warengruppen **Bekleidung** und **Schuhe / Lederwaren** weisen ähnliche Anteile bei den Nennungen der häufig für den Einkauf gewählten Standorte auf. Die Balingener Befragten nannten als wichtigste Orte für den Einkauf von Bekleidungs- und Textilartikeln sowie Schuhen und Lederwaren Standorte in Balingen, weshalb besonders die Balingener Innenstadt als ein Haupteinkaufsstandort hervorgehoben werden kann. Des Weiteren werden in etwa 27 % der Nennungen die sonstigen Orte genannt, wobei hier das Oberzentrum Stuttgart und das Mittelzentrum Metzingen als größte Konkurrenten des Balingener Umlands herauszustellen sind. Beide Einkaufsstandorte weisen in dieser Warengruppe ein besonders starkes Angebot auf (u. a. die Outletcity in Metzingen, Stuttgart mit diverseren größeren Einkaufszentren). Für die Befragten im Umland ist die Stadt Balingen dennoch ein wichtiger Einkaufsstandort für diese Warengruppen (rd. 31 %). Der Anteil des Versand- und Onlinehandels beträgt bei beiden befragten Gruppen etwa 15 % und ist somit für den lokalen Handel deutlich spürbar.

Abbildung 4: Einkaufsstandorte für Bekleidung



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

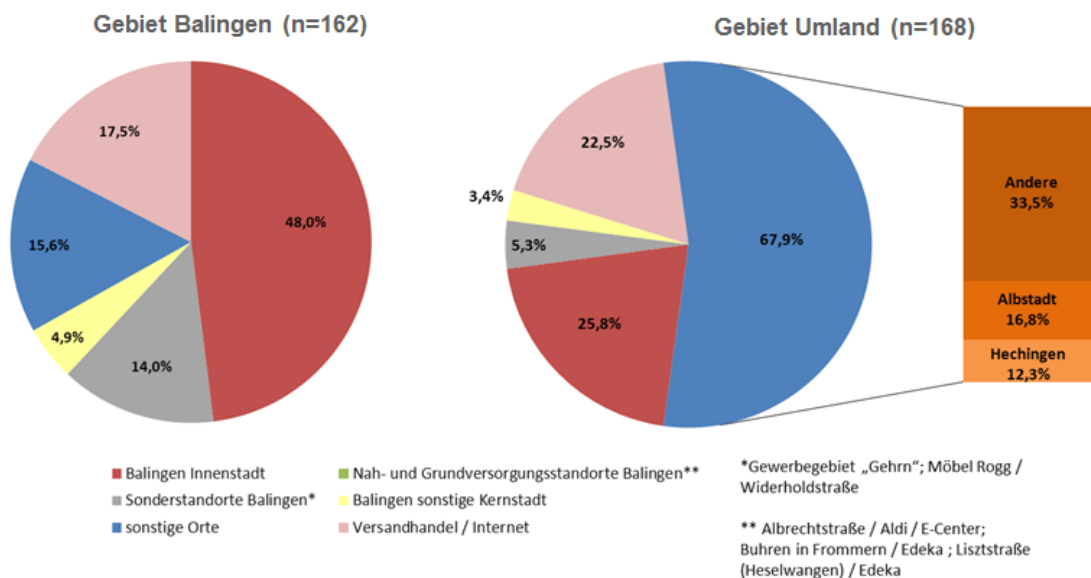
Abbildung 5: Einkaufsstandorte für Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

Als Haupteinkaufsstandort der Warengruppe **Sport** kann für die Balingener Befragten die Stadt Balingen mit ihrer Innenstadt und ihren Sonderstandorten identifiziert werden. Der vergleichsweise hohe Anteil von rund 18 % des Versand- und Onlinehandels macht jedoch gleichzeitig deutlich, dass dieser Vertriebskanal heute spürbar genutzt wird. Von den Befragten im Umland werden zahlreiche andere Standorte (sonstigen Orte) zum Einkauf von **Sportartikeln, -bekleidung** und **-schuhen** genutzt (rd. 68 %).

Abbildung 6: Einkaufsstandorte für Sport (-artikel, -bekleidung, -schuhe)

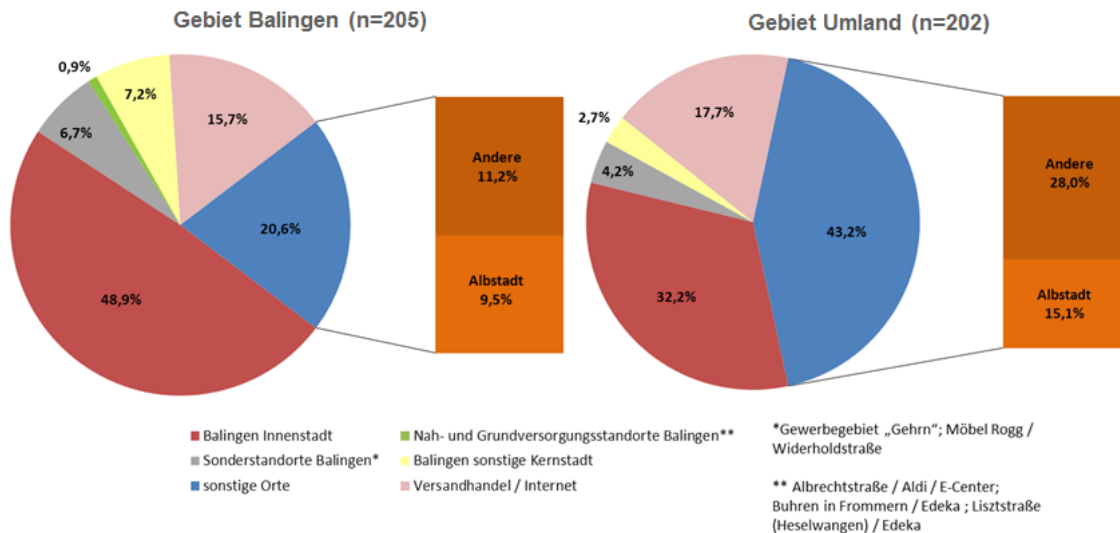


Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

In der Warengruppe **Elektronik / Multimedia** zeigt sich, dass mehr als die Hälfte der Befragten Balingener ihre Stadt als Haupteinkaufsstandort nutzen. Zahlreiche Nennungen weist auch hier die Balingener Innenstadt auf. Der Abfluss der Balingener Kaufkraft in sonstige Städte ist vor allem auf ein stärkeres regionales Konkurrenzangebot zurückzuführen, wie z. B. der Media Markt in Albstadt. Die Befragten im Einzugsgebiet der Stadt Balingen nannten als Hauptein-

kaufsstandorte für Einkäufe in der Branche Elektronik / Multimedia überwiegend sonstige Orte. Mit knapp 40 % der Nennungen ist jedoch der Anteil der Balingener Standorte jedoch vor der regionalen Konkurrenzsituation insgesamt als positiv zu bewerten.

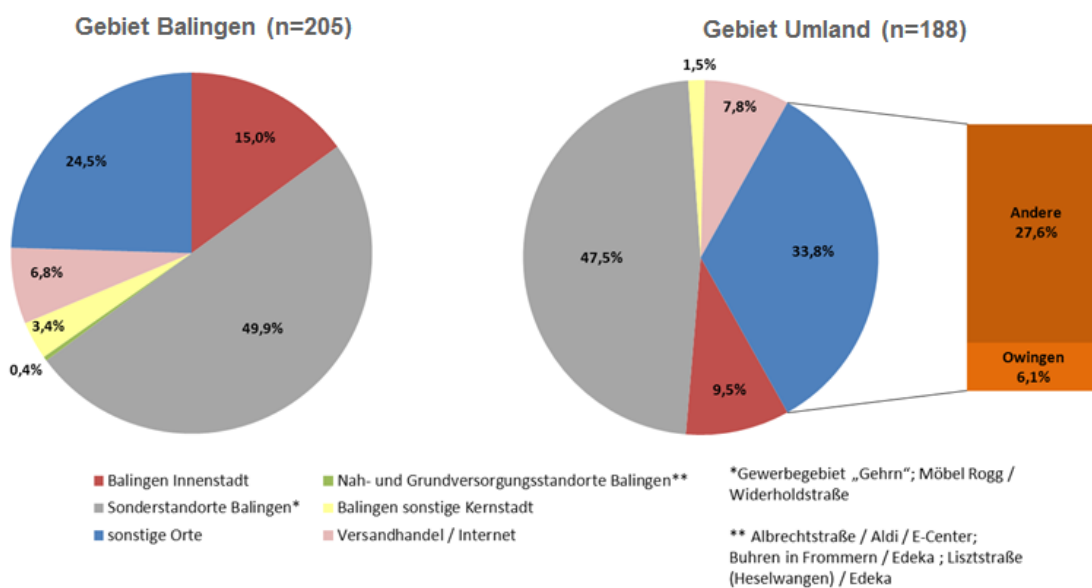
Abbildung 7: Einkaufsstandorte für Elektronik und Multimedia



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

In der Branche der **Möbel** wird die überdurchschnittliche und auch regionale Bedeutung der Sonderstandorte Balingens, besonders die großformatigen Standorte des Anbieters Rogg (Möbel Rogg und Rogg & Roll), sichtbar. Jeweils rund die Hälfte der Befragten gaben diese als Haupteinkaufsstandorte für Einkäufe in der Warengruppe Möbel an. Erwartungsgemäß übernimmt die Innenstadt Balingens eine untergeordnete Rolle in dieser Warengruppe. Als häufige Nennung bei der Kategorie der sonstigen Orte lässt sich vor allem die Gemeinde Owingen mit dem regional verankerten Möbelmarkt „Wohn Schick“ hervorheben.

Abbildung 8: Einkaufsstandorte für Möbel

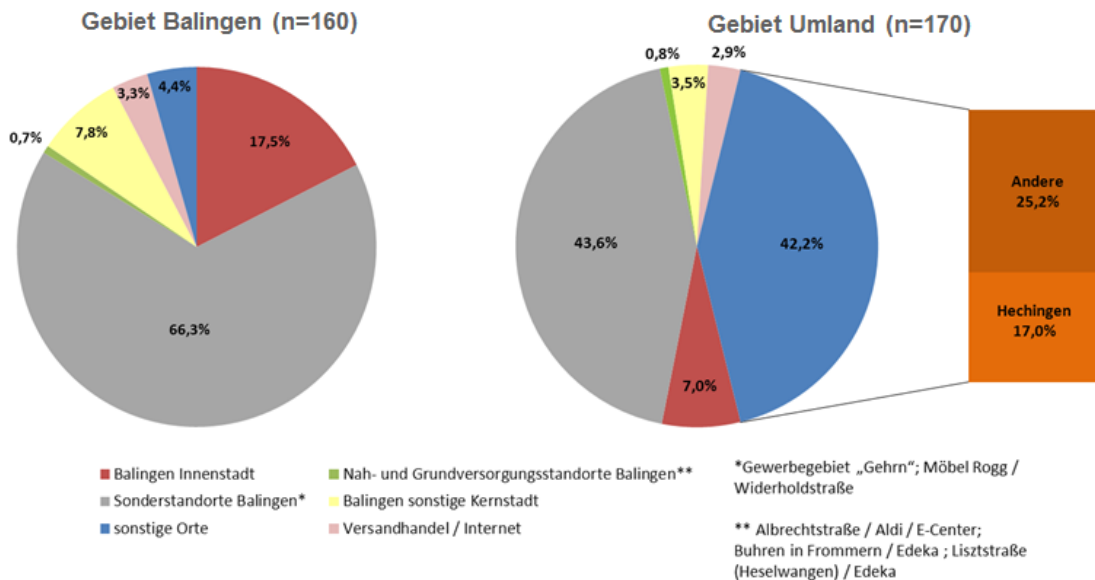


Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

Für die Warengruppe der **Baummarktartikel** gaben die Balingener Befragten als wichtigste Einkaufsstandorte zu etwa zwei Drittel die Sonderstandorte Balingens an. Insgesamt werden nur

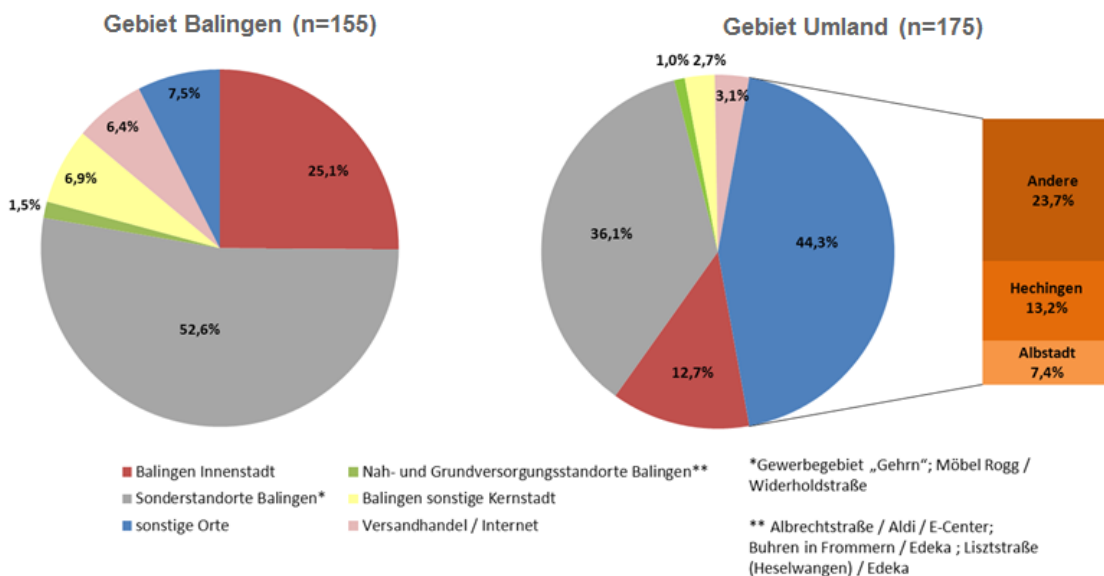
in weniger als 5 % der Nennungen von den Befragten Balingern Standorte außerhalb der Stadt Balingen genannt. Auch für die Befragten aus dem Umland übernehmen die Sonderstandorte eine übergeordnete Bedeutung (rd. 44 %). Hier zeigen sich insbesondere der Einfluss der vorhandenen größeren Anbieter an dem Sonderstandort Gehrn (u. a. die Anbieter Bauhaus und Toom).

Abbildung 9: Einkaufsstandorte für Baumarktartikel



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

Abbildung 10: Einkaufsstandorte für Gartenmarktartikel



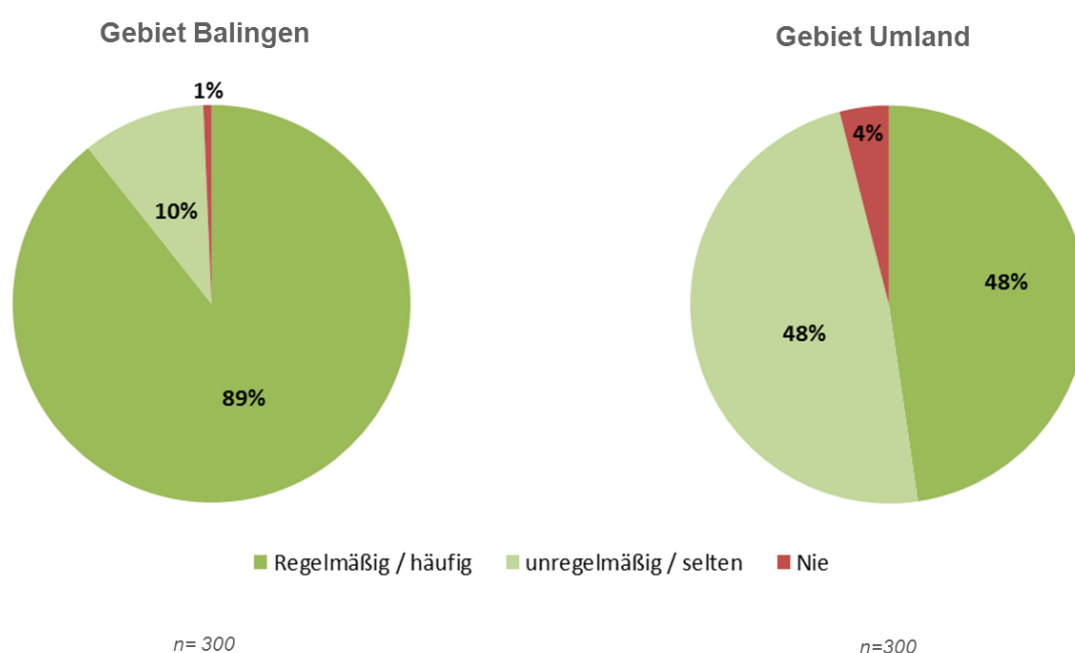
Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bei der Warengruppe der **Gartenmarktartikel**. Als die wichtigsten Einkaufsstandorte für die Balingener Befragten lassen sich ebenfalls die Sonderstandorte der Stadt Balingen (rd. 53 %) sowie die Innenstadt (rd. 25 %) selbst nennen. Für die Befragten im Umland bilden sonstige Orte (rd. 55 %), insbesondere Albstadt und Hechingen, und die Sonderstandorte der Stadt Balingen (rd. 36 %) die präferierten Einkaufsstandorte.

Häufigkeit des Einkaufs in Balingen

Rund 90 % der Balingener Befragten gaben an, dass sie regelmäßig bis häufig in Balingen einkaufen. Dieser Wert bestätigt die oben vorgestellten durchweg guten Kaufkraftbindungen. Die Bewohner Balingens greifen hauptsächlich auf die örtlichen Einzelhandelsangebote zurück. Nur rund 1 % der Bewohner Balingens kaufen nie in Balingen ein. Ein differenziertes Bild zeigt sich bei den Befragten im Umland. Jeweils knapp die Hälfte geben an regelmäßig bzw. unregelmäßig in Balingen einzukaufen. Insgesamt ist in diesem Zusammenhang auf vielfältigere Angebote in dem naheliegenden Oberzentrum Stuttgart bzw. in dem Mittelzentrum Metzingen hinzuweisen. Des Weiteren werden in der Regel Sortimente der kurzfristigen Bedarfsstufe am jeweiligen Wohnort erworben. Vor diesem Hintergrund sind die erzielten Werte als gut zu beurteilen.

Abbildung 11: Häufigkeit des Einkaufs in Balingen

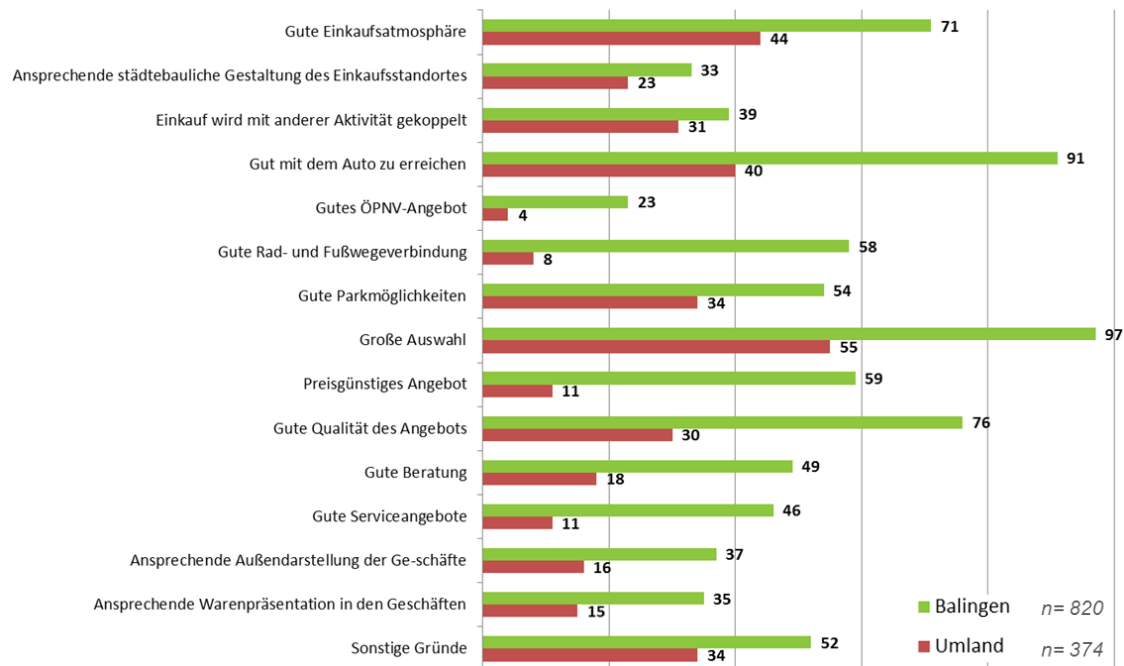


Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

Motive für und gegen einen Einkauf in Balingen

In diesem Zusammenhang wurden die Befragten auch nach ihren Gründen gefragt, warum sie das Einzelhandelsangebot Balingens regelmäßig bzw. eher selten nutzen. Die Balingener Befragten sowie die Befragten aus dem Umland hoben besonders die große Auswahl, die gute Erreichbarkeit mit dem Auto, die gute Qualität des Angebots sowie die gute Einkaufsatmosphäre hervor. Als Beispiele für sonstige Gründe können persönliche Anliegen in der Stadt und die kurzen Wege in der Stadt genannt werden.

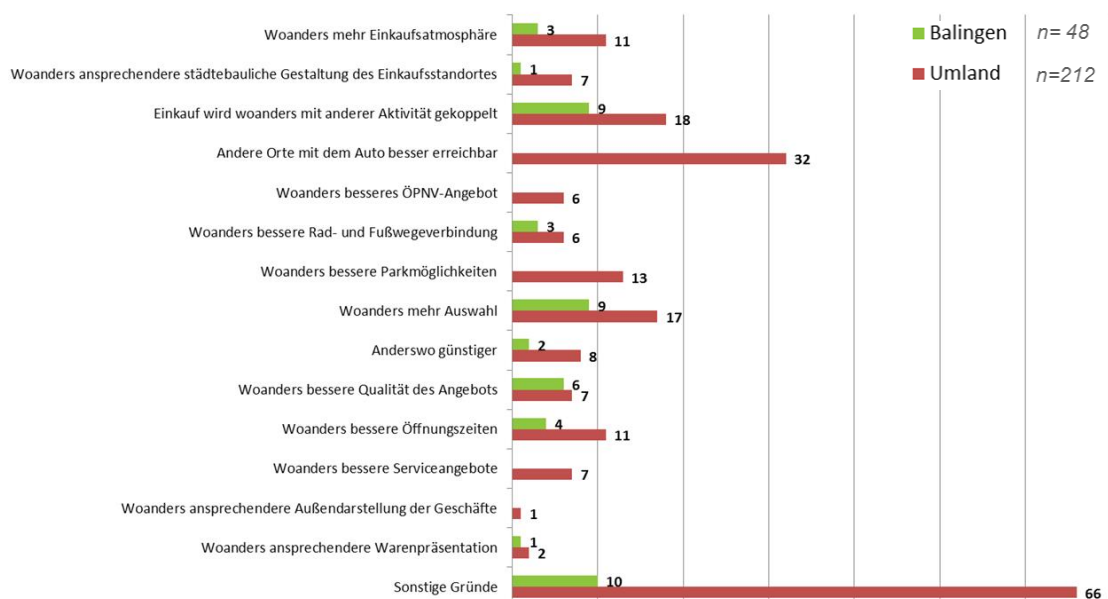
Abbildung 12: Motive für einen Einkauf in Balingen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

Hinsichtlich der **Motive**, die gegen einen Einkauf in Balingen sprechen, zeigt sich bei den Befragten kein eindeutiges Bild, da insgesamt nur wenige Nennungen zu verzeichnen sind und diese sehr differenziert sind. Die am Häufigsten genannten Gründe von den Balingen Befragten, die gegen einen Einkauf vor Ort sprechen sind, dass der Einkauf woanders mit einer anderen Aktivität gekoppelt wird und es woanders mehr Auswahl gibt. Für die Befragten aus dem Umland spielen neben den eben genannten auch die bessere Erreichbarkeit anderer Orte und sonstige Gründe eine wichtige Rolle. Die häufigsten Nennungen bei den sonstigen Gründen waren die Entfernung und der Kauf von Waren am Wohnort, der als bequemer eingestuft wird.

Abbildung 13: Motive gegen einen Einkauf in Balingen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

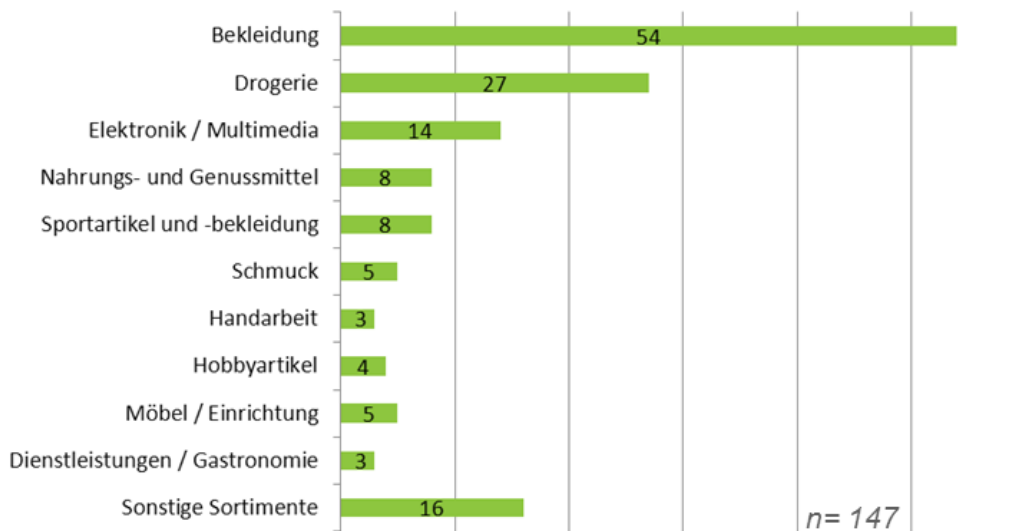
Fehlende Sortimente und / oder Geschäfte in Balingen

Hinsichtlich möglicher neuer Sortimente bzw. Geschäfte in Balingen zeigt sich bei den Befragten ein relativ eindeutiges Bild. Bei den Balingener Befragten sehen rund 37 % und bei den Befragten aus dem Umland nur 20 % Optimierungsbedarf zur Ansiedlung neuer Einzelhandelsbetriebe. Damit zeigt sich hinsichtlich der Einkaufssituation ein insgesamt positives Gesamtbild.

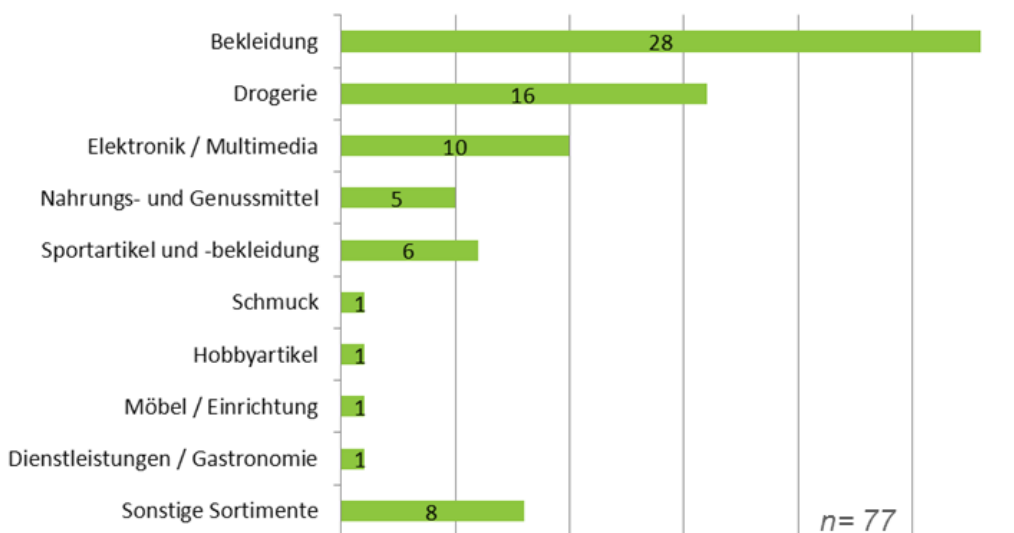
Hinsichtlich der **Verbesserungsmöglichkeiten** wurden sowohl von den Balingener Befragten als auch von den Befragten aus dem Umland ähnliche Wünsche geäußert. Als fehlende Sortimente wurden hier vor allem Bekleidung, Drogeriewaren und Elektronik / Multimedia genannt. Zudem werden spezielle Sport- und Outdoorgeschäfte sowie kleinere Nahrungs- und Genussmittelbetriebe vermisst.

Abbildung 14: Fehlende Sortimente und / oder Geschäfte in Balingen

Gebiet Balingen



Gebiet Umland



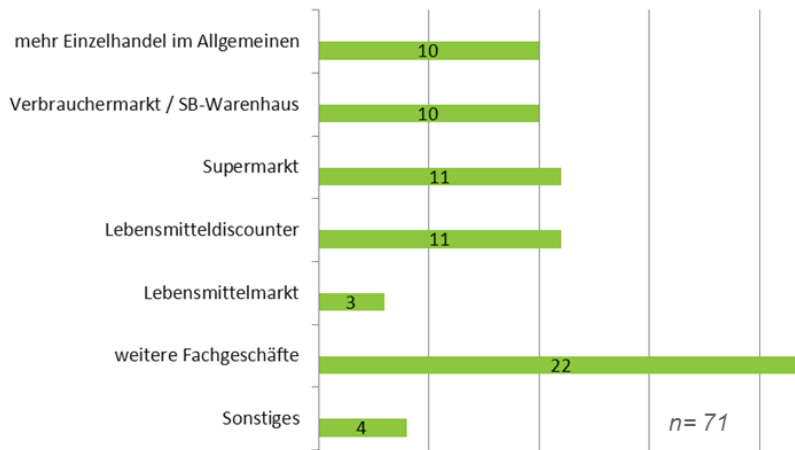
Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

Fehlende Lebensmittelangebote in der Innenstadt von Balingen

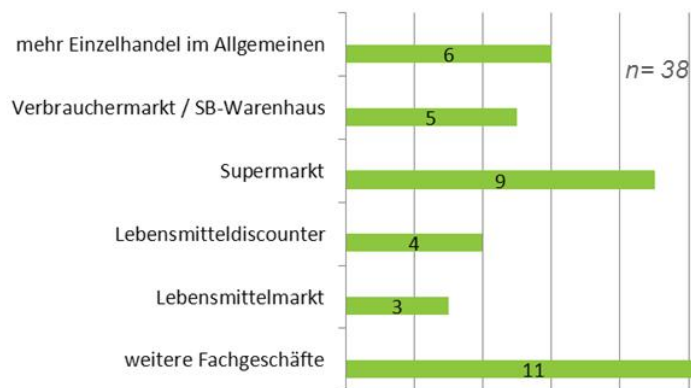
Hinsichtlich der Lebensmittelangebote ist der Großteil der Befragten zufrieden mit dem derzeitigen Angebot und sieht demnach keinen weiteren Bedarf an Lebensmittelangeboten. Rund 21 % der Balingener Befragten und knapp 10 % der Befragten aus dem Umland vermissen Lebensmittelangebote in der Innenstadt und wünschen sich die Entwicklung neuer Lebensmittelgeschäfte. Dabei wird von den Befragten insbesondere der Wunsch nach weiteren spezialisierten Fachgeschäften geäußert, wie beispielsweise Metzgereien, Obst- und Gemüsehändler und Geschäfte für die internationale bzw. gehobene Küche.

Abbildung 15: Fehlende Lebensmittelangebote in der Innenstadt

Gebiet Balingen



Gebiet Umland

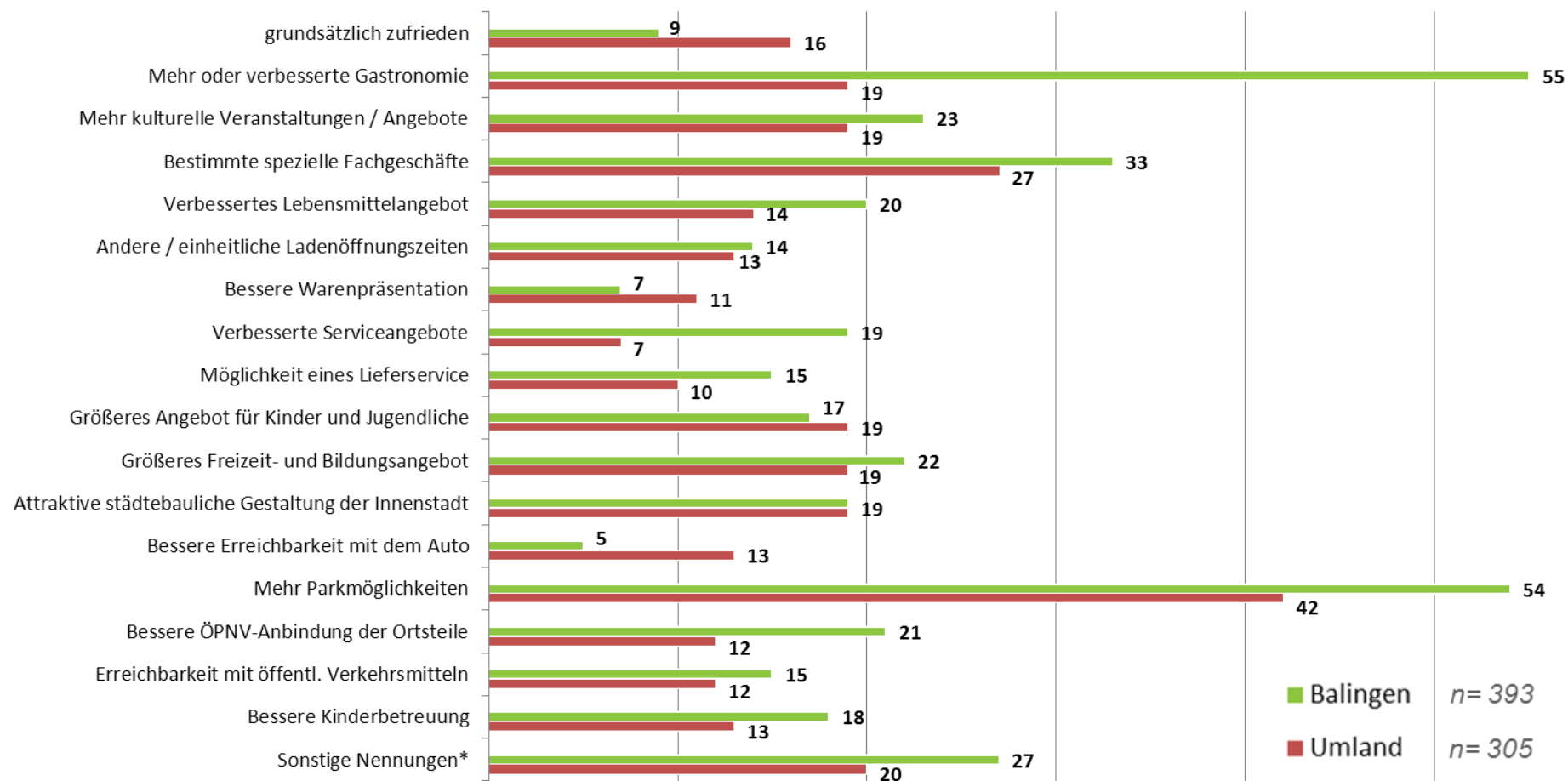


Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

Attraktivierung der Balingener Innenstadt

Hinsichtlich der Verbesserungsmöglichkeiten zur Attraktivierung des Balingener Einkaufsstandortes wurden neben Ideen zu den Einkaufsbedingungen selbst auch viele Ideen zu allgemeinen Angeboten in der Innenstadt genannt. Dabei haben die Befragten Balingens in der Regel ähnliche Vorstellungen wie die Befragten aus dem Umland. Insbesondere werden Wünsche nach mehr oder verbesserter Gastronomie und nach mehr Parkmöglichkeiten geäußert. Verbesserungsmöglichkeiten werden zudem auch in der Entwicklung spezieller Fachgeschäfte, mehr kulturelle Veranstaltungen / Angebote und einem größerem Freizeit- und Bildungsangebot gesehen.

Abbildung 16: Verbesserungsmöglichkeiten für eine attraktivere Innenstadt

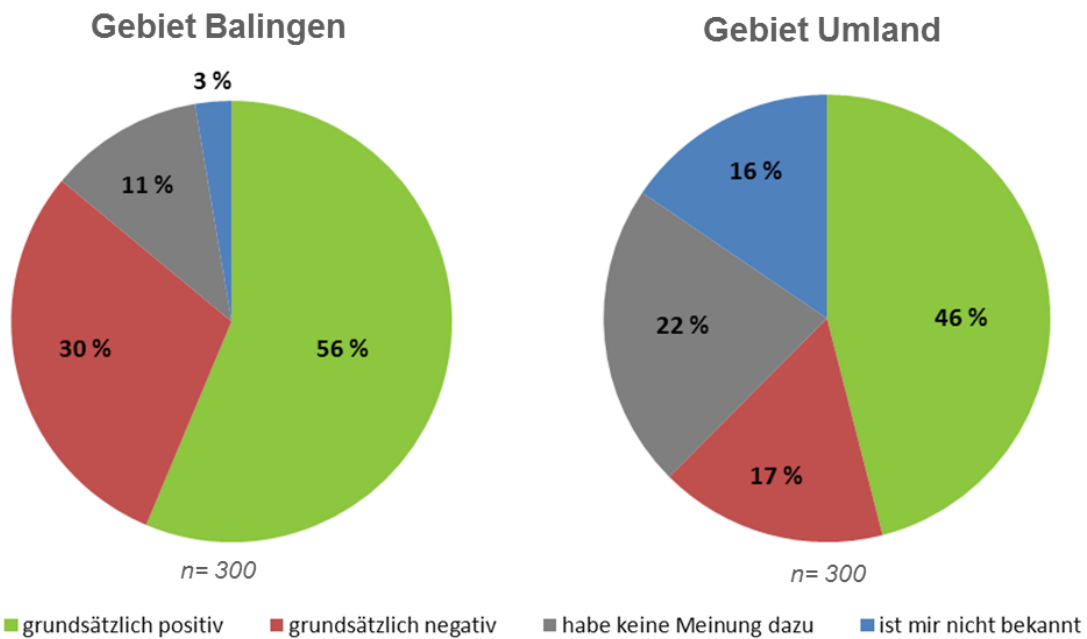


Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

Ansiedlung größerer Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt

Die Balingener Befragten sowie die Befragten im Umland haben eine vergleichsweise ähnliche Meinung zu den derzeit diskutierten Ansiedlungen von neuen und **größeren Einzelhandelsbetrieben** in der **Innenstadt**. Jeweils etwa die Hälfte steht dieser Entwicklung grundsätzlich positiv gegenüber. Im Vergleich zu den Befragten im Umland haben jedoch 30 % der Balingener Befragten eine grundsätzlich negative Haltung. Insgesamt wird diese Entwicklung von den beiden befragten Gruppen jedoch sehr differenziert bewertet.

Abbildung 17: Ansiedlung größerer Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Haushaltsbefragungen im Oktober / November 2016

4.5 Ergebnisse der Händler- bzw. Unternehmensbefragung

Die Befragung der Balingener Einzelhändler, die mit den Facetten des Standorts und Entwicklungen im Einzelhandel vertraut sind, zielt darauf ab, Meinungen und Einschätzungen in Erfahrung zu bringen sowie ein Stimmungsbild zur aktuellen Situation und möglichen Entwicklungsperspektiven zu erhalten. So können die detaillierten Kenntnisse der Einzelhändler in die Bewertungen des Gutachters mit einbezogen werden.

Mit Hilfe eines Leitfragebogens wurden die Gesamtsituation des Handelsstandorts Balingen, Stärken und Schwächen des Hauptgeschäftsbereichs und die Konkurrenzsituation zu umliegenden Standorten beleuchtet. Im Folgenden werden die zentralen Aussagen anonym skizziert und zusätzlich ein Vergleich zu den Fragen aus der bestehenden Balingener Einzelhandelskonzeption (2005) gezogen.

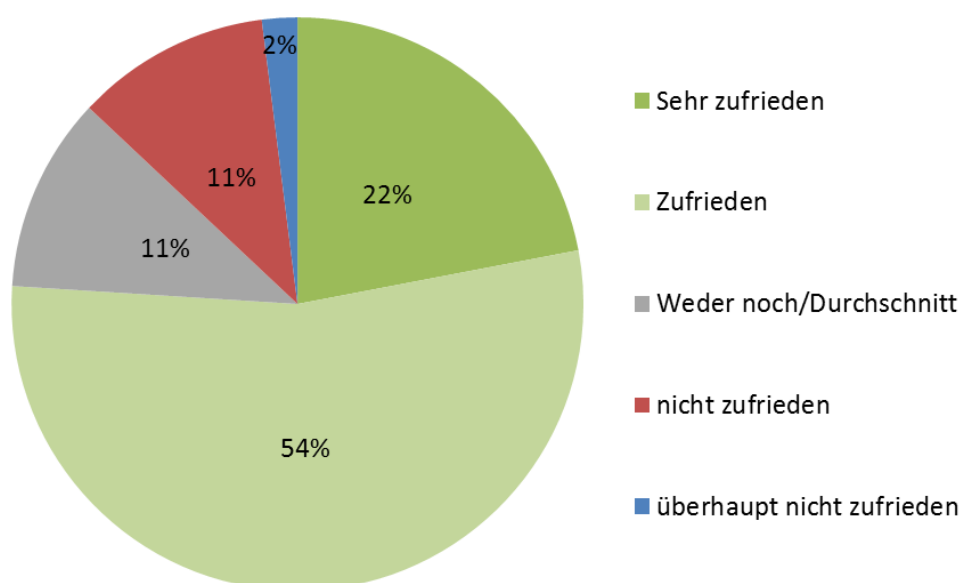
Struktur der Befragung

Insgesamt beteiligten sich an der Befragung 37 Händler. Der überwiegende Teil (rd. 75 %) der teilnehmenden Befragten waren inhabergeführte Händler. Die Mehrheit der Befragten hat ihren Betrieb in der Balingener Innenstadt (rd. 70 %). Hinsichtlich der Eigentumsstruktur zeigte sich ein sehr ausgeglichenes Gesamtbild mit fast gleichmäßigen Anteilen aus Mietern und Eigentümern des jeweiligen Betriebes.

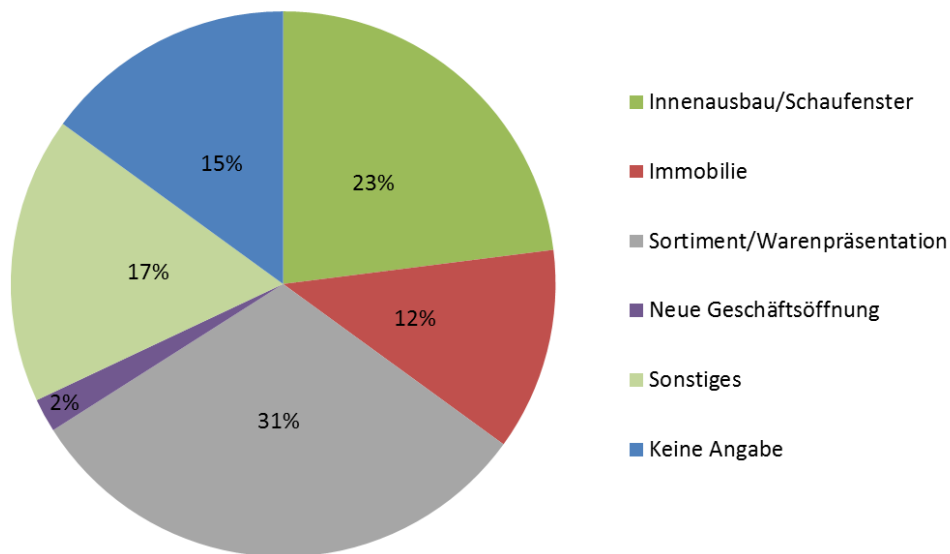
Wesentliche Ergebnisse der Befragung in den einzelnen Fragekategorien

Die Befragten sahen das abgelaufene Geschäftsjahr (2015) größtenteils positiv. Mehr als 75 % der Befragten waren zufrieden bis sehr zufrieden mit diesem Handelsjahr. Im Vergleich zu der Befragung aus dem Jahr 2005 kann eine positive Entwicklung der Gesamtzufriedenheit festgestellt werden, da 2005 nur 37 % der Befragten angaben zufrieden oder sehr zufrieden über die Umsätze des abgelaufenen Geschäftsjahres zu sein.

Abbildung 18: Zufriedenheit mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr (2015)

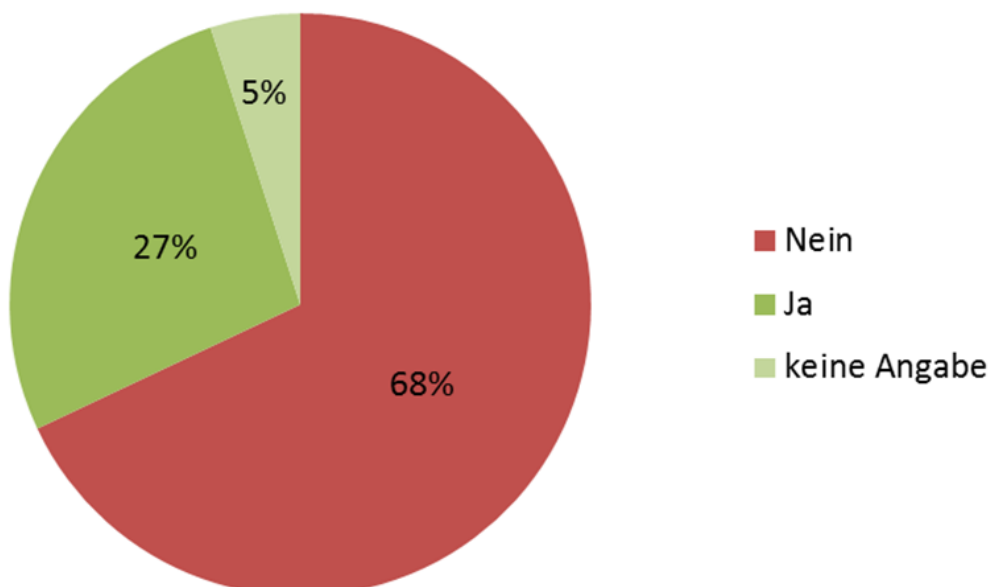


Quelle: Händlerbefragung Oktober / November 2016, n = 37

Abbildung 19: Investitionsbereitschaft in den eigenen Betrieb

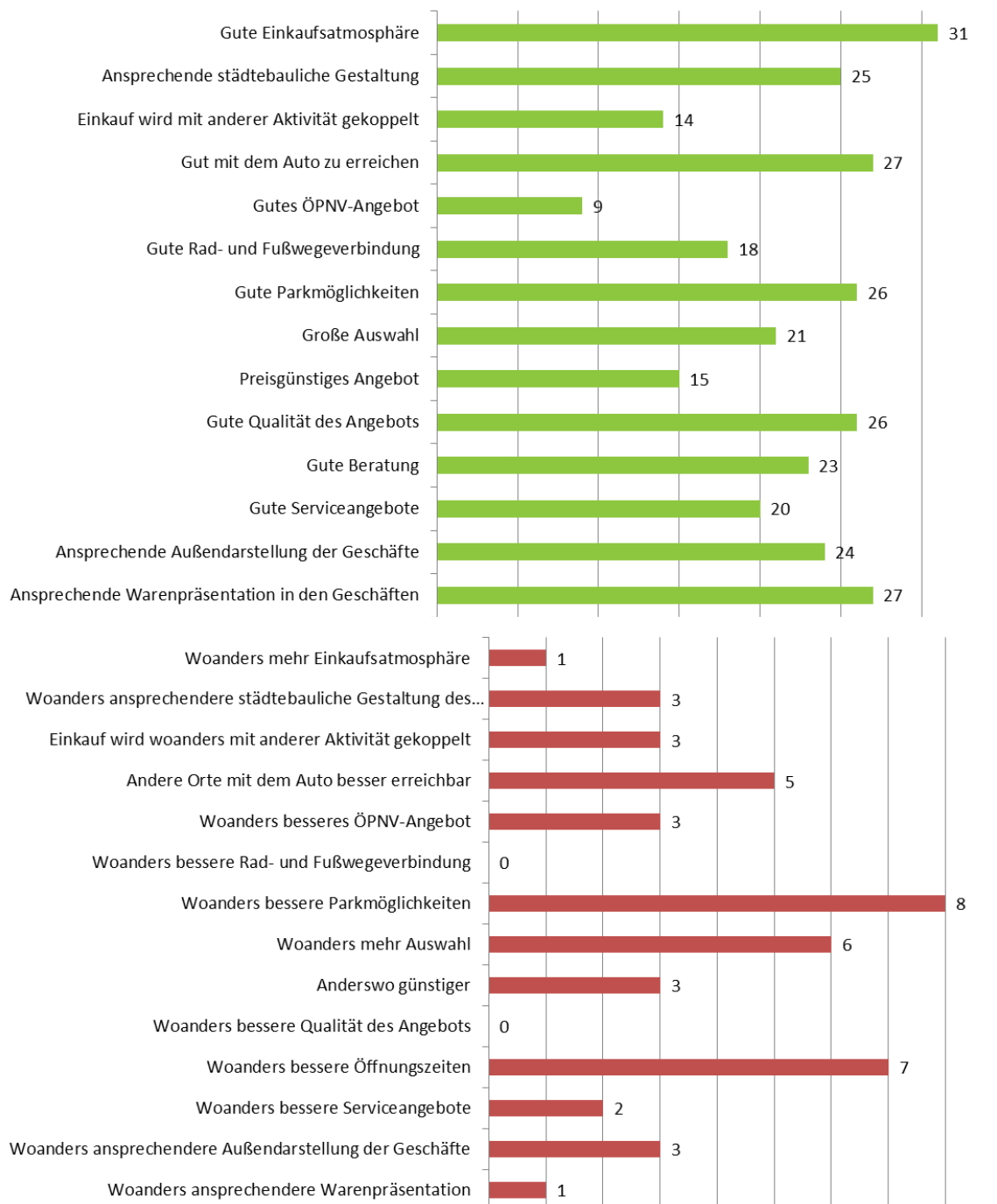
Quelle: Händlerbefragung Oktober / November 2016, n = 37

Die **Investitionsfreude** der Befragten ist seit 2005 angestiegen. Rund 70 % der Befragten haben in den letzten Monaten investiert und hierbei auch mehrfach Investitionen vorgenommen. Im Jahr 2005 gaben nur 53 % der Befragten an in den letzten Monaten Investitionen getätigt zu haben. Die Befragten investierten aktuell (2016) am Meisten in ihr Sortiment bzw. in die Warenpräsentation

Abbildung 20: Fehlende Sortimente / Geschäfte in Balingen

Quelle: Händlerbefragung Oktober / November 2016, n = 37

Hinsichtlich möglicher **neuer Sortimente bzw. Geschäfte** in Balingen zeigt sich bei den Händlern ein relativ eindeutiges Bild. Nur rd. 30 % der Händler sehen hier Optimierungsbedarf zur Ansiedlung neuer Betriebe.

Abbildung 21: Bewertung der Einkaufssituation in Balingen (insgesamt)

Quelle: Händlerbefragung Oktober / November 2016, n = 306 bzw. 45

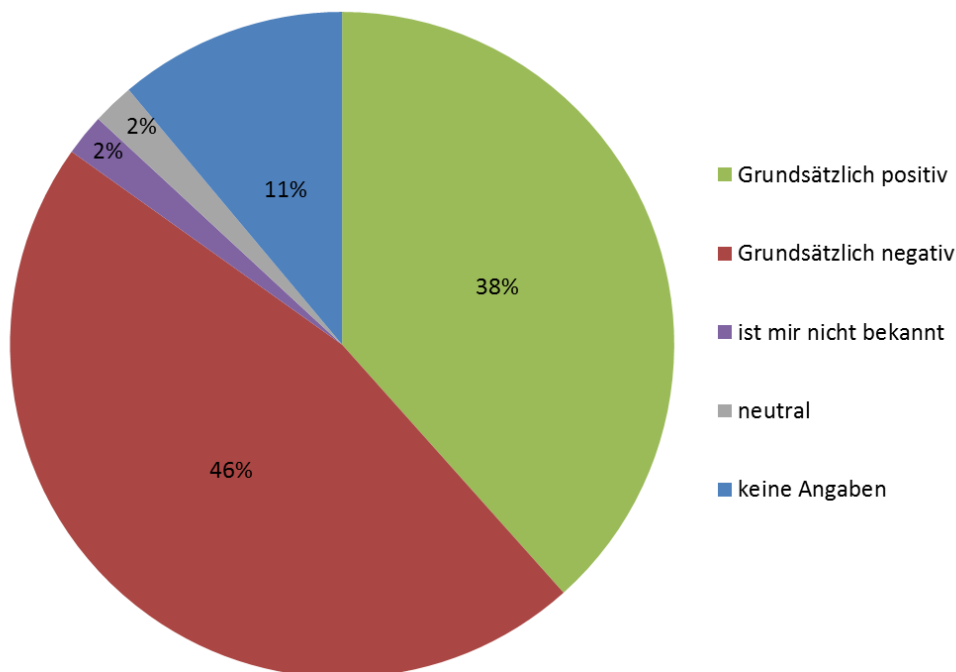
In Bezug auf die **Gesamtbewertung** der Einkaufssituation in Balingen zeigt sich ein sehr positives Gesamtbild. Insbesondere die gute Einkaufsatmosphäre sowie die ansprechende Präsentation der Geschäfte verbunden mit dem Beratungs- und Serviceangebot wird von den Befragten geschätzt. Verbesserungsmöglichkeiten werden am ehesten in den einheitlichen Öffnungszeiten der Geschäfte bzw. in den Parkplatzmöglichkeiten gesehen.

Hinsichtlich der **Verbesserungsmöglichkeiten** zur Attraktivierung des Balingener Einkaufsstandortes wurden in der offenen Antwortmöglichkeit zahlreiche Umsetzungsideen für Händler und Stadt benannt. Insbesondere der weitere Ausbau des Marketings und Eventangebotes in

der Innenstadt sowie die bessere Vernetzung des Handels z. B. mit einheitlichen Öffnungszeiten und der Online-Präsenz wurde von den Befragten angegeben. Zusammen mit der umfangreichen Profilierung der Innenstadt mit entsprechenden Angeboten für die Besucher soll eine Verbesserung der Wahrnehmung der Innenstadt erreicht werden. Auch der HGV Balingen wurde für seine Arbeit ausdrücklich gelobt.

Auch die **Verbesserung der Online-Präsenz** wurde von zahlreichen Händlern befürwortet. Dies betrifft sowohl den eigenen Handel als auch das innerstädtische Angebot, z. B. in Form eines freien W-LAN-Angebotes in der Innenstadt. Die Ergebnisse der jeweiligen Online-Aktivitäten der Händler zeigen, dass das Medium Internet bereits häufig als Werbe- oder Vertriebsplattform in Balingen genutzt wird.

Abbildung 22: Bedarf für die Innenstadt zur Ansiedlung größerer Einzelhandelbetriebe



Quelle: Händlerbefragung Oktober / November 2016, n = 37

Die derzeit diskutierte **Ansiedlung von neuen und größeren Einzelhandelsbetrieben** in der Balinger Innenstadt wird sehr differenziert von den Händlern bewertet. Insgesamt stehen rd. 50 % der Händler der Ansiedlung kritisch gegenüber. Überwiegende Gründe für die Einschätzung sind einerseits die Angst vor Verdrängung der inhabergeführten Geschäfte durch die Filialisten. Auf der anderen Seite sehen viele Händler auch das Potenzial einer solchen Neuansiedlung von größeren Betrieben durch die Bereicherung und den Kundenneugewinnung durch Filialisten. Zum einen wird das bestehende Angebot und der Branchenmix als ausreichend angesehen, zum anderen wird der Kundenverlust an Städte wie Reutlingen oder Stuttgart bemängelt.

5 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

Unter Berücksichtigung der übergeordneten Rahmenbedingungen werden im Folgenden das Standortprofil und die Einzelhandelsstruktur der Stadt Balingen dargestellt. Im Rahmen des Standortprofils werden sowohl einzelhandelsrelevante als auch städtebauliche Gesichtspunkte betrachtet. Auf Grundlage der im April 2016 durchgeführten flächendeckenden primärstatistischen Einzelhandelserhebung und der städtebaulichen Beurteilung der Versorgungsstandorte wird die derzeitige Angebotssituation im gesamten Balingener Stadtgebiet bewertet.

Diesbezüglich ist zu berücksichtigen, dass es sich bei der nachfolgenden Analyse um eine „Momentaufnahme“ des einzelhandelsrelevanten Angebotes zum Erhebungszeitpunkt handelt. Zu einem späteren Zeitpunkt erfolgte Betriebsschließungen oder betriebliche Veränderungen konnten nur bedingt berücksichtigt werden.

5.1 Gesamtstädtische einzelhandelsrelevante Kennziffern

Der einzelhandelsrelevante Angebotsbestand in der Stadt Balingen stellt sich zum Zeitpunkt der Erhebung wie folgt dar:

- Die gesamtstädtische Verkaufsfläche von rund **121.900 m²** verteilt sich auf insgesamt **227 Einzelhandelsbetriebe**. Im Vergleich zu der bestehenden Einzelhandelskonzeption aus dem Jahr 2005 zeigt sich sowohl hinsichtlich der Gesamtverkaufsfläche (2005: rd. 133.700 m²) als auch in Bezug auf die Gesamtanzahl der Betriebe (2005: 269 Betriebe) eine leicht rückläufige Entwicklung¹². Diese Entwicklung deckt sich mit dem bundesdeutschen Trend.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** beträgt rund **540 m²** und liegt damit sehr deutlich über dem bundesdeutschen Schnitt von rd. 230 m². Die bundesweit zu beobachtende Verkaufsflächenausweitung, bei einer sich gleichzeitig vollziehenden absoluten Abnahme der Einzelhandelsbetriebe ist somit auch in Balingen festzustellen. Wobei in Balingen auch eine Reihe von großflächigen Betrieben vorhanden ist und somit in diesem Fall diesen Wert spürbar erhöhen. Insbesondere der großformatige Betrieb Möbel Rogg spielt hierbei eine entscheidende Rolle.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt rd. **3,6 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – deutlich über dem bundesdeutschen Mittel von rund 1,5 m² pro Einwohner. Auch im Vergleich zu anderen Kommunen ähnlicher Größenordnung liegt dieser Wert deutlich über dem Durchschnitt. Zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit 25.000 – 50.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank beträgt rund 2,0 m². Auch hier liegt die Stadt Balingen deutlich über dem Durchschnitt.

¹² GMA (2005): Die Große Kreisstadt Balingen als Standort für Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk: Fortschreibung 2005 der GMA-Markt- und Standortuntersuchung 1999. Ludwigsburg.

- Erwartungsgemäß liegen die **quantitativen Angebotsschwerpunkte** in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. 15.300 m² Verkaufsfläche) sowie in der flächenintensiven Branche **Möbel** (rd. 41.500 m² Verkaufsfläche). Aber auch die in der Regel (innerstädtische) Leitbranche **Bekleidung** weist mit rund 11.500 m² Verkaufsfläche eine hohe quantitative Bedeutung auf.

Angebotssituation nach Warengruppen

Differenziert nach Warengruppen stellt sich die gesamtstädtische Angebotssituation des Balingener Einzelhandels wie folgt dar:

Tabelle 9: Einzelhandelssituation in Balingen nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamt- verkaufsfläche (in %)	einwohnerbezo- gene Verkaufsflä- chenausstattung (in m ² /Kopf)
Nahrungs- und Genussmittel	15.300	13 %	0,45
Blumen (Indoor)/Zoo	3.950	3 %	0,12
Gesundheit und Körperpflege	2.400	2 %	0,07
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	1.750	1 %	0,05
überwiegend kurzfristiger Bedarf	23.350	19 %	0,69
Bekleidung	11.500	9 %	0,34
Schuhe/Lederwaren	3.250	3 %	0,10
GPK/Haushaltswaren	4.050	3 %	0,12
Spielwaren/Hobbyartikel	950	1 %	0,03
Sport und Freizeit	3.300	3 %	0,10
überwiegend mittelfristiger Bedarf	23.050	19 %	0,68
Wohneinrichtung	7.300	6 %	0,21
Möbel	41.550	34 %	1,22
Elektro/Leuchten	2.900	2 %	0,09
Elektronik/Multimedia	2.150	2 %	0,06
medizinische und orthopädische Artikel	1.400	1 %	0,04
Uhren/Schmuck	550	< 1 %	0,02
Baumarktsortimente	8.950	7 %	0,26
Gartenmarktsortimente	10.600	9 %	0,31
überwiegend langfristiger Bedarf	75.350	62 %	2,21
Sonstiges	200	< 1 %	< 0,1
Gesamt	121.950	100 %	3,58

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Balingen April 2016, eigene Berechnungen
(Abweichungen durch Rundungen möglich); PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher;
GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Überwiegend kurzfristiger Bedarf

- Mit rd. **15.300 m²** Verkaufsfläche entfällt der zweitgrößte Verkaufsflächenanteil (rund 13 %) der Gesamtverkaufsfläche auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Auch der größte Anteil der Betriebe (71 Betriebe, rd. 31 %) ist dieser Warengruppe zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere auch die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) eine wesentliche Rolle spielen. Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** von **0,45 m²/ Einwohner** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (vgl. Tabelle 9) liegt leicht über dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von aktuell rund 0,40 m²/ Einwohner. Dieser überdurchschnittliche Wert unterstreicht eine sehr gute **Angebotsausstattung** in dieser Warengruppe¹³.
- Auch die Angebotsausstattungen in den **übrigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs** sind, insbesondere im Vergleich zu Städten ähnlicher Größenordnung, als umfangreich einzustufen. Vor allem in der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** (rund 3.900 m² Verkaufsfläche) zeigt sich hinsichtlich der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung ein überdurchschnittlicher Wert mit 0,12 m² / Einwohner.
- In Summe entfallen mit rund **23.400 m²** rd. 19 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche sowie mit **98 Betrieben** rd. 43 % aller Einzelhandelsbetriebe auf **überwiegend dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnende Einzelhandelsangebote**.

Überwiegend mittelfristiger Bedarf

- In den Warengruppen des überwiegend mittelfristigen Bedarfs konzentriert sich ein Verkaufsflächenangebot von rund **23.000 m²**, was einem Anteil von ca. **19 %** an der **gesamtstädtischen Verkaufsfläche** entspricht. Der quantitative Angebotschwerpunkt liegt dabei in der **zentrumprägenden Leitbranche Bekleidung**, die mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **11.500 m²** über rund **9 %** der **gesamtstädtischen Verkaufsfläche** verfügt.
- In den ebenfalls zentrenprägenden Leitbranchen **Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren, Spielwaren / Hobbyartikel** sowie **Sport und Freizeit** zeigen sich gesamtstädtische Verkaufsflächen zwischen **1.000 m²** und **4.000 m²**, was Anteilen zwischen **1** und **3 %** am gesamten Verkaufsflächenangebot der Stadt Balingen entspricht. Die einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungen bewegen sich über den Durchschnittswerten vergleichbar großer Städte.
- Mit einer einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung von **0,68 m²/ Einwohner** für **überwiegend mittelfristige Bedarfsgüter** stellt sich das aktuelle Angebot im Balinger Einzelhandel unter quantitativen Gesichtspunkten als sehr gut beziehungsweise als deutlich über dem Durchschnitt liegend dar.

¹³ Eine Bewertung der Qualität und der räumlichen Komponente erfolgt in Kapitel 5.4.

Angebotssituation des überwiegend langfristigen Bedarfs

- Mit insgesamt rd. **75.400 m² Verkaufsfläche** nehmen die Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe einen Anteil von rd. **62 % am gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot** ein. Die absolut größten warengruppenspezifischen Verkaufsflächenanteile entfallen dabei auf **Möbel** (rund 41.500 m²). Das Verkaufsflächenangebot verteilt sich dabei auf insgesamt 12 Betriebe. Mit dem großformatigen Angebot des Anbieter Rogg ist jedoch ein Großteil des Angebotes auf einem Anbieter vereint.
- Die **einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungen** im langfristigen Bedarfsbereich weisen ein Spektrum zwischen 0,02 m²/Einwohner (**Uhren / Schmuck**) und 1,22 m²/Einwohner (**Möbel**) auf, was in erster Linie ebenfalls auf den Flächenanspruch der einzelnen Produkte zurückzuführen ist. Im Vergleich zu den durchschnittlichen, warengruppenspezifischen Verkaufsflächenausstattungen vergleichbar großer Städte mit mittelzentraler Versorgungsfunktion zeigt sich, dass sich auch die Warengruppen des langfristigen Bedarfs durchweg über dem Durchschnitt bewegen (0,94 m²/Einwohner¹⁴).

5.2 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes

Die kleinräumige Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die **strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung** von grundlegender Bedeutung. Die nachfolgenden Analyseschritte geben daher einen dezidierten Überblick über die räumliche Verteilung des aktuellen Einzelhandelsangebotes im Balingener Stadtgebiet. Differenziert nach Stadtteilen stellt sich das derzeitige einzelhandelsrelevante Verkaufsflächenangebot der Stadt Balingen wie folgt dar:

Tabelle 10: Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche auf die Balingener Stadtteile (z. T. gerundete Werte)

Stadtteil	Einwohnerzahl	Anzahl der Betriebe	VKF in m ² *	Anteil an Gesamt-VKF in %
Kernstadt Balingen	14.488	151	70.300	58 %
Heselwangen	946	-	-	-
Endingen (SO Gehr)	2.350	27	42.300	35 %
Engstlatt	1.869	5	300	> 1 %
Erzingen	781	3	100	> 1 %
Ostdorf	1.528	7	800	1 %
Streichen	554	1	100	> 1 %
Zillhausen	858	2	< 100	> 1 %

¹⁴ Dieser Wert basiert auf Vergleichsdaten aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank für Städte und Gemeinden zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern.

Stadtteil	Einwohnerzahl	Anzahl der Betriebe	VKF in m ² *	Anteil an Gesamt-VKF in %
Weilstetten	3.731	7	600	1 %
Roßwangen	717	1	100	> 1 %
Frommern / Dürrwangen	5.939	23	7.300	6 %
Stockenhausen	267	-	-	-
Gesamt	34.028	227	121.900	100 %

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Balingen, April 2016 sowie Einwohnerzahlen der Stadt Balingen (Stand: 12/2015) * gerundete Werte

- Insgesamt ist eine räumliche Konzentration des Einzelhandelsangebots in den Stadtteilen Kernstadt Balingen und Endingen (Gewerbegebiet Gehr) festzustellen. Mit rund **178 Betrieben** befinden sich knapp **80 %** aller Anbieter beziehungsweise mit rund **112.600 m² Verkaufsfläche über 90 %** des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebotes innerhalb dieser beiden Stadtteile. Die Angebotsschwerpunkte liegen dabei insbesondere in der Balingener Innenstadt als auch an dem Sonderstandort Gehr, der zahlreiche großflächige Einzelhandelsbetriebe beheimatet.
- Eine weitere Verkaufsflächenkonzentration befindet sich im Stadtteil Frommern, der circa 4 km südlich der Kernstadt Balingen liegt. Dort sind insgesamt **23 Einzelhandelsbetriebe** lokalisiert, die über eine Verkaufsfläche von rd. **7.300 m²** verfügen. Innerhalb dieses Stadtteils befinden sich rd. **6 %** der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Aufgrund der vergleichsweise hohen Anzahl der Betriebe, ist dort eine hohe Konzentration an kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben zu finden.
- In den **übrigen Stadtteilen** ist das vorhandene Angebot insgesamt sehr kleinteilig und beschränkt sich zumeist auf Lebensmittelläden, Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Getränkemärkte.

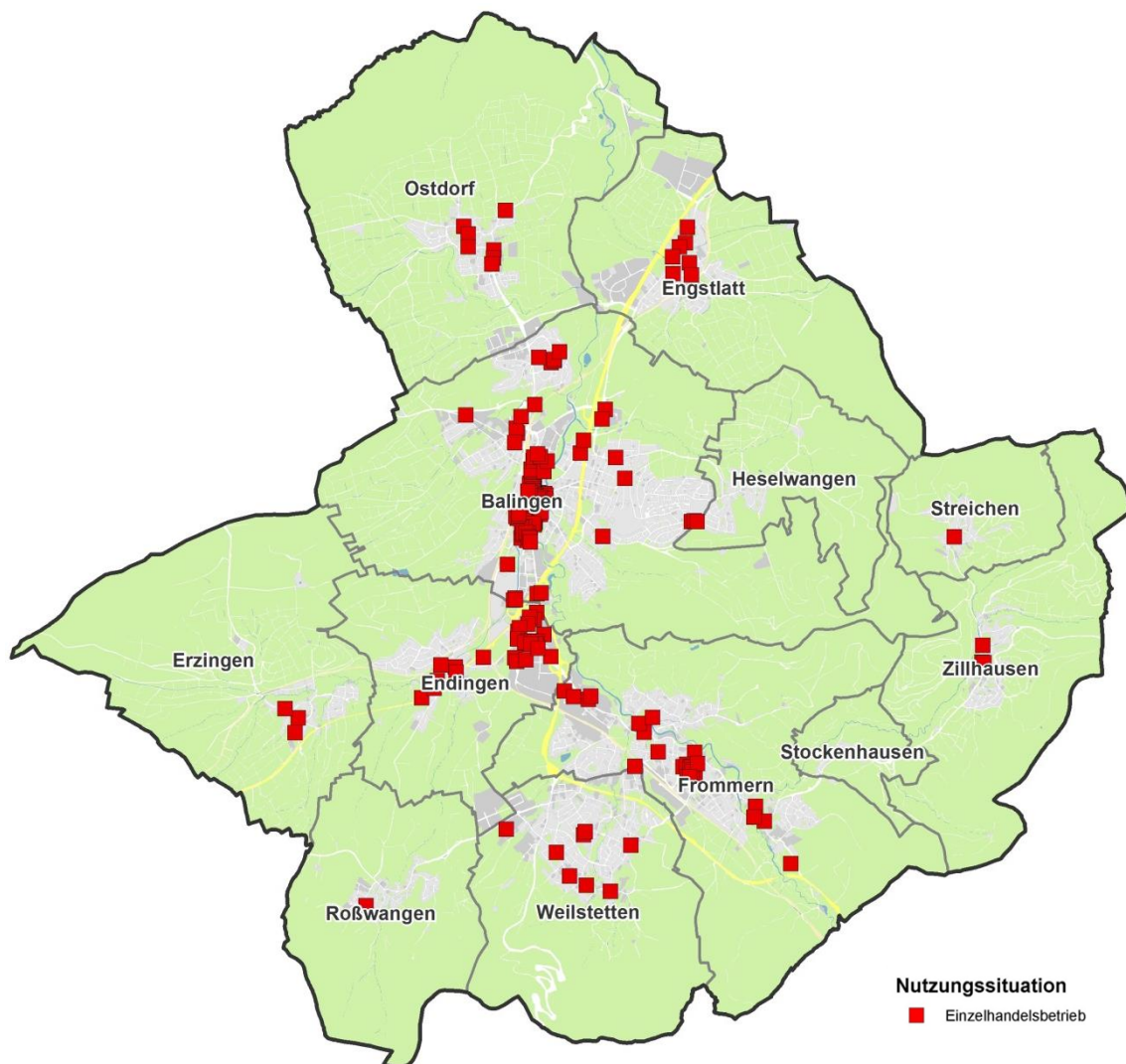
Räumlich-funktionale Angebotsstruktur

In Bezug auf die räumlich-funktionale Angebotsstruktur ist insbesondere die Balingener Innenstadt hervorzuheben. Die **Balingener Innenstadt mit ihrem zentralen Versorgungsbereich** ist der siedlungsräumliche und kulturelle Mittelpunkt des Stadtgebietes. Neben dem zentralen Versorgungsbereich ist aus Sicht des Einzelhandels im Balingener Stadtgebiet vor allem der **Sonderstandort Gehr** von Bedeutung für die räumlich-funktionale Versorgungsstruktur des Balingener Einzelhandels. Dort angesiedelt sind zahlreiche großflächige Anbieter aus allen Bedarfsbereichen. Zudem ist der zentrale Versorgungsbereich Frommern ein wichtiger Bestandteil der räumlich-funktionalen Angebotsstruktur. Dieser ist jedoch zu den beiden anderen Angebotsstandorten deutlich kleinteiliger aufgestellt und die Einzelhandelsbetriebe verfügen überwiegend der kurzfristigen Bedarfsstufe zuzurechnende Einzelhandelsangebote. Darüber hinaus teilen sich die restlichen Einzelhandelsbetriebe auf die kleineren Balingener Stadtteile auf.

An den zuvor genannten Angebotsstandorten stellt sich das quantitative Verkaufsflächenangebot derzeit wie folgt dar:

- Bezüglich der Betriebsanzahl und der Verkaufsflächenausstattung setzt sich die Balingener Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich) vom übrigen Stadtgebiet ab. In diesem Stadtgebiet konzentriert sich sowohl die größte Anzahl an Betrieben (**126**) als auch ein Großteil der Verkaufsfläche des Balingener Stadtgebietes (rd. 26.900 m²). Das in diesem Bereich lokalisierte Angebot verteilt sich auf verschiedene Lagen und Dichten. Der eindeutige Angebotsschwerpunkt innerhalb der Innenstadt entfällt auf Angebote des **mittelfristigen Bedarfs** (rund 14.700 m² Verkaufsfläche) und hier insbesondere auf die Warengruppe **Bekleidung** (rund 9.900 m² Verkaufsfläche).
- Vom gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot entfällt damit rd. **22 %** auf diesen zentralen Bereich, die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** liegt bei rd. **210 m²**, was auf eine insgesamt kleinteilige Angebotsstruktur schließen lässt, die lediglich punktuell durch großflächige Betriebsformen ergänzt wird.
- Eine weitere Angebotskonzentration zeigt sich im Sonderstandort Gehr. Bei einer Gesamtverkaufsfläche von rund **41.700 m²** (rd. **34 %** der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) sind in diesem Bereich **21 Einzelhandelsbetriebe** ansässig, wobei die größten Verkaufsflächenanteile auf Angebote des **langfristigen Bedarfs** (rd. **29.900 m² Verkaufsfläche**) entfallen. Die in diesem Bereich ansässigen Einzelhandelsbetriebe konzentrieren sich im Wesentlichen entlang der Langen Straße sowie der Straße Wasserwiesen.
- Im übrigen Stadtgebiet sind überwiegend kleinteilige und nahversorgungsrelevante Angebote lokalisiert.

Karte 5: Einzelhandelsschwerpunkte in Balingen



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April 2016

Großflächiger Einzelhandel

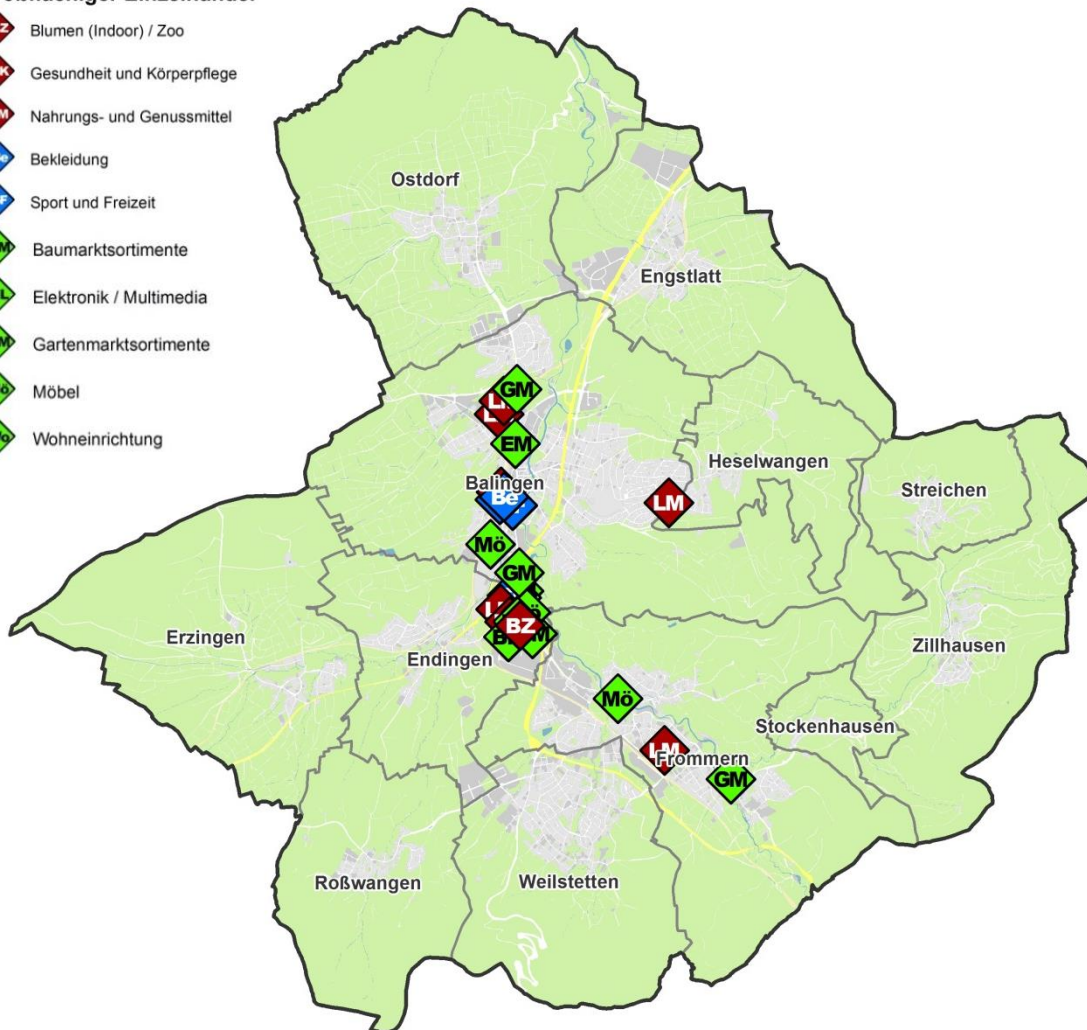
- Aktuell bestehen in Balingen **24 großflächige Einzelhandelsbetriebe**¹⁵ mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **95.400 m²**. Obwohl diese Betriebe nur rund **11 %** aller Betriebe darstellen, umfassen sie **mehr als drei Viertel (78 %)** des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots.
- Rund 46.600 m² Verkaufsfläche, d.h. fast die Hälfte der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter, entfällt auf den Anbieter aus der **Hauptbranche Möbel**. Zu den größten Anbietern zählen insbesondere Möbel Rogg mit rund 35.000 m² und das Möbelhaus Rogg & Roll mit rund 9.000 m² Gesamtverkaufsfläche.

¹⁵ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² zutrifft (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Karte 6: Räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsanbieter

Großflächiger Einzelhandel

- Blumen (Indoor) / Zoo
- Gesundheit und Körperpflege
- Nahrungs- und Genussmittel
- Bekleidung
- Sport und Freizeit
- Baummarktsortimente
- Elektronik / Multimedia
- Gartenmarktsortimente
- Möbel
- Wohneinrichtung



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April 2016

Leerstehende Ladenlokale¹⁶

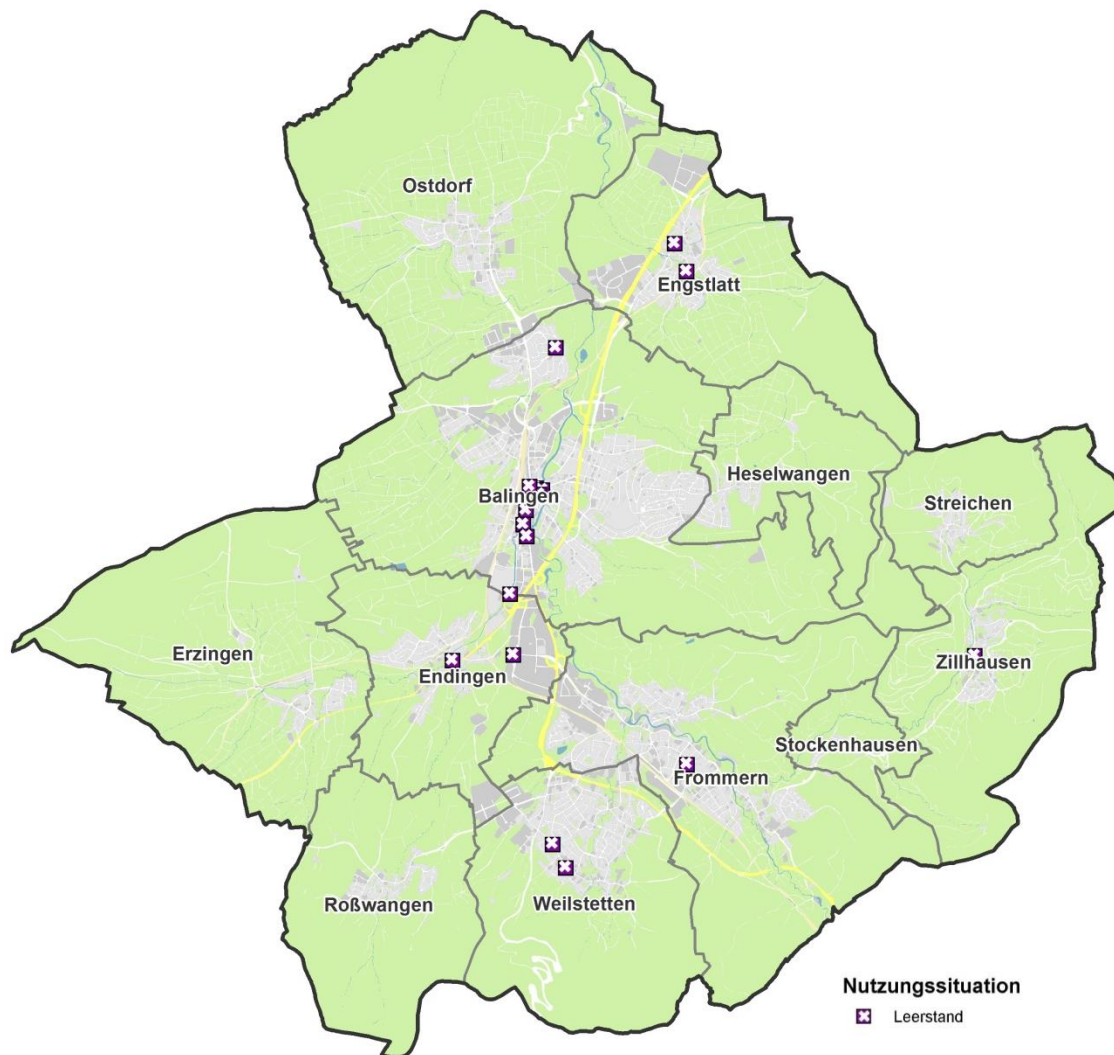
- Zum Erhebungszeitpunkt können im gesamten Stadtgebiet insgesamt **17 leerstehende Ladenlokale** mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.000 m² identifiziert werden¹⁷. Dies entspricht einer Leerstandsquote von **rd. 7 % der Ladenlokale** und **rund 2 % der Verkaufsfläche**. Die Leerstandsquote liegt damit in Bezug auf die Betriebe deutlich unter der „natürlichen Fluktuationsrate“ von bis zu 10 %.
- Der größte Teil (7 Betriebe) der Leerstände befindet sich im zentralen Versorgungsbereich der Balinger Innenstadt. Somit ist der größte Anteil in der **zentralen Lage** zu

¹⁶ Die Erhebung der Leerstände wurde in enger Abstimmung mit der Stadt Balingen geprüft. Hierbei werden nur Leerstände aufgeführt, die einzelhandelsrelevant sind und in Zukunft auch dieser Nutzung zugeführt werden könnten.

¹⁷ Die tatsächlich leerstehende Verkaufsfläche wird über dem genannten Wert liegen, da einige Ladenlokale nicht einsehbar waren und demnach die Verkaufsflächen weder ausgemessen noch geschätzt werden konnten.

finden. Die meisten leerstehenden Ladenlokale sind sehr kleinteilig und verfügen über meist deutlich weniger als 120 m² Verkaufsfläche.

Karte 7: Leerstände in der Stadt Balingen



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April 2016

Angebotssituation nach Lagekategorien

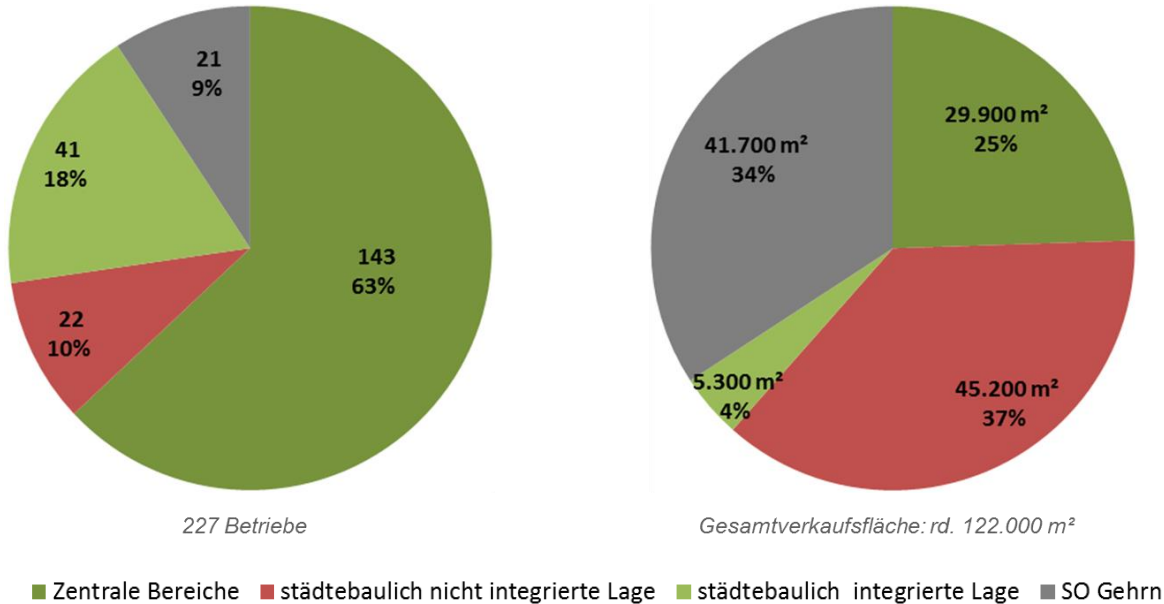
Eine differenzierte Betrachtung der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebotes hinsichtlich der städtebaulichen Integration, d. h. der Unterscheidung zwischen

- Lage in einem **zentralen Versorgungsbereich** im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO (z. B. **zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Balingen**¹⁸)
- sonstigen **städtebaulich integrierten Lagen**, d. h. umliegenden Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar zugeordnete Standorte oder

¹⁸ Die Analyse greift auf die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche aus der Einzelhandelskonzeption aus dem Jahr 2008 zurück.

- **städtebaulich nicht integrierten Lagen**, d. h. Gewerbe- und Industriegebieten (z. B. **Gewebegebiet Gehr**), „Grüne-Wiese“-Standorten, Standorten im Außenbereich, zeigt folgendes Bild:

Abbildung 23: Verteilung der Verkaufsfläche und Betriebe nach Lagen



Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Balingen April 2016; eigene Darstellung; gerundete Werte

- Über alle Angebotsstandorte im Balingener Stadtgebiet zeigt sich, dass sich der **Großteil der Betriebe** (rund 63 % beziehungsweise **143 Betriebe**) innerhalb der **zentralen Bereiche** befindet. Der überwiegende Anteil der **gesamstädtischen Verkaufsfläche** ist hingegen in nicht integrierten Lagen (rund 37 % beziehungsweise **45.200 m²**) lokalisiert. In nicht integrierten Lagen sind überwiegend großflächige Betriebe mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von mehr als 2.000 m² angesiedelt.
- Zusammen mit den **sonstigen städtebaulich integrierten** sind **über 80 % der Betriebe und knapp 30 % der Gesamtverkaufsfläche in integrierten Lagen** zu finden. Es handelt sich entsprechend überwiegend um kleinflächige Betriebe mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von weniger als 200 m².
- Ergänzend zu den zuvor genannten Lagekategorien befinden sich 8 % der Betriebe am Sonderstandort Gehr. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 41.700 m² besitzen sie jedoch rund 34 % der gesamstädtischen Verkaufsfläche.
- **Insgesamt** gesehen zeigt sich somit ein deutlich differenziertes Bild zwischen der räumlichen Verteilung der Betriebe und ihrer Verkaufsfläche. Insbesondere die großformatigen und autokundenorientierten Standorte und der Sonderstandort Gehr prägen – neben der eher kleinteiligen strukturierten Innenstadt – die Balingener Einzelhandelsstruktur.

5.3 Städtebauliche Analyse der Angebotsschwerpunkte

Im Folgenden gilt es, den bestehenden Hauptgeschäftsbereich sowie die zentralen Bereiche in den Balingener Stadtteilen unter strukturellen und städtebaulichen Gesichtspunkten zu bewerten. Dieser Analyseschritt dient der Ableitung der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und bildet damit die Grundlage für einen wesentlichen Bestandteil der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen.

Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, basieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf der bestehenden Einzelhandelskonzeption (= Marktgutachten) aus dem Jahr 2005.

Das heißt: Alle zentralen Bereiche und Sonderstandorte wurden entsprechend ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Im Rahmen der Fortschreibung ist es allerdings möglich, dass – entsprechend der einzelhandelsrelevanten Entwicklung in den letzten Jahren sowie unter Berücksichtigung des derzeitigen Angebotsbestandes – zu den damals abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorten im Konzeptteil dieser Einzelhandelskonzeption (ab Kapitel 7) neue hinzukommen bzw. „alte“ zurückgenommen werden.

5.3.1 Hauptzentrum Innenstadt Balingen

Der Hauptgeschäftsbereich der Stadt Balingen stellt sich sowohl für den Stadtteil als auch für die Gesamtstadt als siedlungsräumlicher, wirtschaftlicher und kultureller Mittelpunkt dar. Der multifunktionale Ortsmittelpunkt ist geprägt durch eine Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen und Wohnen.

Abbildung 24: Innenstadt Balingen – Friedrichstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

Die bauliche Substanz ist durchweg in einem guten und in weiten Teilen historischen Erhaltungszustand und weist **keine** nennenswerten, im Stadtbild auffallenden, Mängel auf.

Die **langgezogene Balingener Innenstadt** gliedert sich in verschiedene Teilräume, die unterschiedliche städtebauliche und einzelhandelsrelevante Qualitäten besitzen. Insbesondere die Kerninnenstadt um die Evangelische Stadtkirche an der Friedrichstraße ist geprägt durch zahl-

reiche ältere Gebäude sowie eine kleinteilige Struktur der Bebauung. Dies sorgt insgesamt für eine hohe Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum. Die Kerninnenstadt setzt sich aus hochwertigem und teilweise inhabergeführtem Einzelhandel sowie aus einer Reihe von Dienstleistern zusammen. Zusätzlich bilden sich durch die städtebaulichen Strukturen zahlreiche verwinkelte und kleinteilige Stadträume aus, die innerhalb der Innenstadt einzelne und ansprechende Quartiere ausbilden. Dazu zählt auch der Bereich „**Klein-Venedig**“ entlang der Eyach, der sich an der alten Stadtmauer und einem alten Mühlkanal schlängelt. Auch in diesem süd-östlichen Stadtbereich zwischen Friedrichstraße / Neue Straße finden sich zahlreiche Dienstleister und inhabergeführte Fachgeschäfte, die das städtebaulich sehr ansprechende Bild an dieser Stelle abrunden.

Neben „älteren“ Stadtquartieren zeichnet sich die vielseitige Balingener Innenstadt auch durch **zahlreiche moderne Bausteine**, die sich gut in das städtebauliche als auch einzelhandelsrelevante Gesamtensemble integrieren, aus. Zu den moderneren Quartieren zählt zweifelsohne auch die Bahnhofstraße sowie die Wilhelmstraße mit den größeren Einzelhandelsbausteinen „Rewe“ und „Modemark Röther“. Aber auch der Bereich um den Viehmarktplatz mit zahlreichen Gastronomieangeboten und kleinteiligem Einzelhandel stellt ein modernes und durchmisches Stadtquartier dar.

Die **Hauptlage** des Balingener Hauptgeschäftsbereiches erstreckt sich im Wesentlichen auf den als Fußgängerzone gestalteten Bereich entlang der Friedrichstraße. Hinzu kommen noch die zahlreichen direkt angrenzenden Eckstraßen die sich zwischen der Neuen Straße und der Wilhelmstraße befinden. Den **einzelhandelsrelevanten Kern bildet** die in Teilen als Fußgängerzone ausgebildete Friedrichstraße, die aufgrund ihrer städtebaulichen Gestaltung und weiteren Aufwertungsmaßnahmen eine hochwertige „Flaniermeile“ der Balingener Kernstadt bildet. Neben zahlreichen inhabergeführten Fachgeschäften finden sich dort auch typische Filialisten (u. a. Depot und Fielmann), wie sie in gut funktionierenden Fußgängerzonen zu finden sind, wieder. Die Friedrichstraße geht später als langes Band in die Bahnhofstraße über und hat trotz ihrer Länge eine vergleichsweise hohe Nutzungsdichte aufzuweisen. Auch in diesem nördlichen Bereich der Friedrichstraße wechseln sich kleinere Fachgeschäfte und größere Filialisten (u. a. Osiander und Rossmann) ab und werden durch weitere innenstadtaffine Dienstleister ergänzt. Der weitergehende Bahnhofsvorbereich bzw. Busbahnhof entlang der Bahnhofstraße ist im Gegensatz dazu durch deutlich größere Bausteine (Lidl und Euronics) geprägt, die den dortigen Einzelhandel deutlich dominieren. Der inhabergeführte Einzelhandel tritt hierbei deutlich zurück und ist hauptsächlich im südlichen Teil der Friedrichstraße (unterhalb der Paulinenstraße) angesiedelt. Ebenfalls deutlich präsent ist das City-Center mit u. a. dem Modemark Röther und einem Lebensmittelanbieter (Rewe), welches sich in der Nähe des Marktplatzes befindet und einen wichtigen Frequenzbringer in fußläufiger Nähe zur Fußgängerzone darstellt.

Die **Nebenlagen** der Balingener Innenstadt werden im Wesentlichen von zahlreichen kleinen Seitenstraßen entlang der Friedrich- bzw. Bahnhofstraße gebildet. Gegenüber der Hauptlage sind dort zahlreiche kleinere Fachgeschäfte zu finden, die größtenteils einen starken Spezialisierungsgrad aufweisen. Durchmischt werden die kleineren Verbindungsachsen in der Innenstadt durch Gastronomie- und Dienstleistungsangebote. Gegenüber der Friedrichstraße sind diese Nebenstraßen ein wichtiges „Gelenk“, welches die Besucher und Kunden zu Angeboten in der Fußgängerzone führt. Zu diesen Nebenstraßen zählt u. a. die z. B. der Bereich des Zollernschlosses, der Zehntscheuer oder der Straße Alter Markt. Diese Stadtbereiche weisen

ebenfalls ein solches durchmischtes Angebot mit kleinteiligem inhabergeführtem Einzelhandel auf.

Durch die Größe der Balingener Innenstadt sind zahlreiche dieser Nebenlagen durch größere Lücken im Nutzungsbestand gekennzeichnet, die teilweise noch durch Dienstleistungsanbieter gefüllt wurden. Zwar weist die Innenstadt nur wenig vorhandene Leerstände auf, jedoch zeigen sich gerade in den Randbereichen größere Lücken im funktionellen Übergang zu den Nebenlagen. Diese Bereiche werden zumeist durch Wohnnutzungen dominiert.

Abbildung 25: Innenstadt Balingen – Bahnhofstraße / Neue Straße



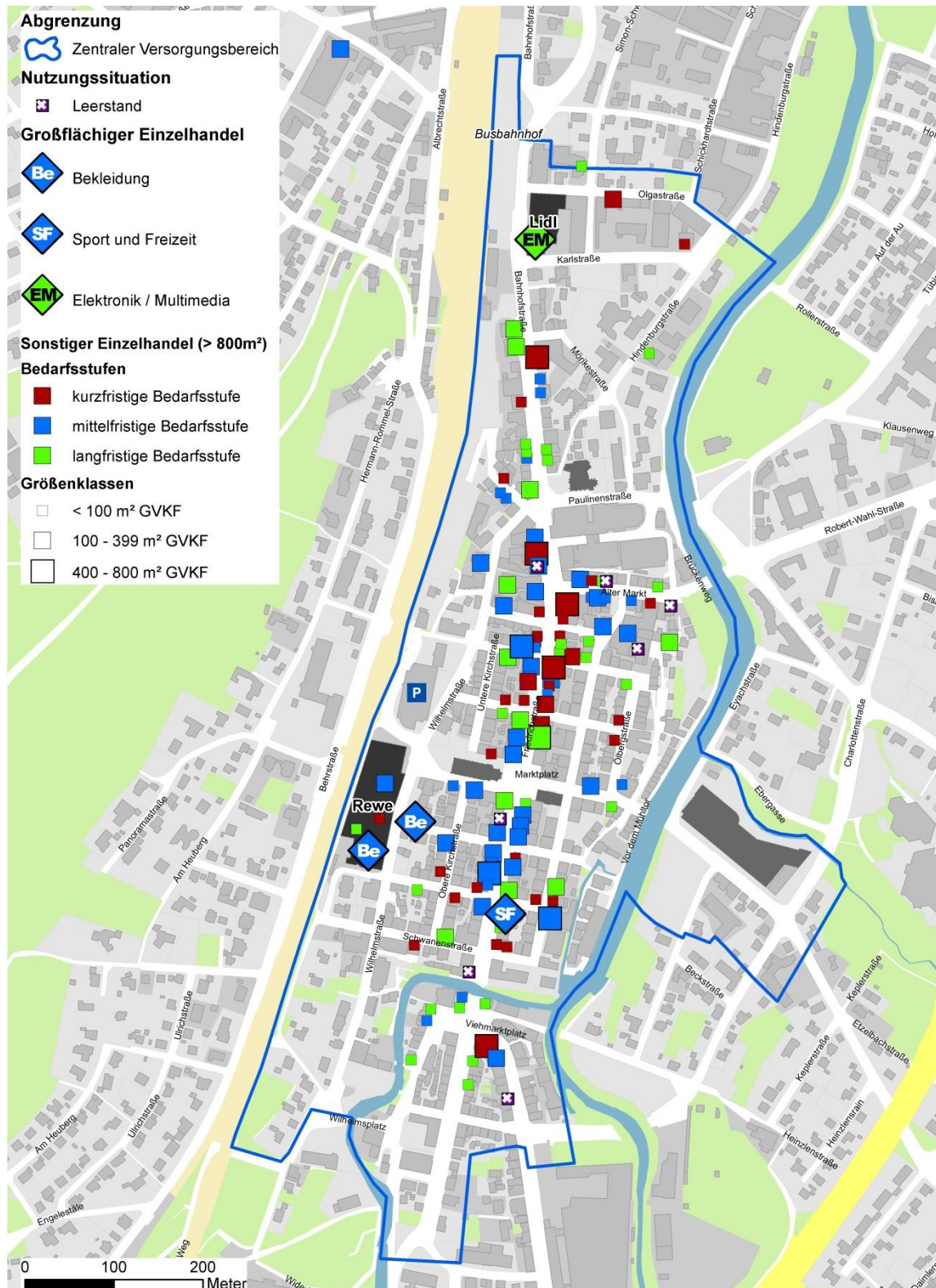
Quelle: eigene Aufnahmen

Die Lage und die Ausdehnung des Balingener Hauptgeschäftsbereiches, die in der bestehenden **Einzelhandelskonzeption** differenziert wurde, hat sich in Bezug auf die relevanten Themenfelder (Dichte, Verteilung der Geschäfte, Atmosphäre etc.) nicht signifikant verändert. Den historisch gewachsenen **Mittelpunkt** der Stadt Balingen stellt weiterhin dabei der Marktplatz dar, an den das Rathaus angrenzt. Das Umfeld des Stadtplatzes ist in erster Linie von einem Gastronomieangebot und kleineren Facheinzelhändlern geprägt. Auch die Randbereiche zeigen weiterhin eine entsprechende Dichte, die durch entsprechende Nutzungen eine klare Kompaktheit ablesbar macht.

Insgesamt zeigt sich eine heterogene Einzelhandelsstruktur in der Balingener Innenstadt, die typische und größere Filialisten mit kleinteiligem inhabergeführtem Einzelhandel durchmischt. Dabei ist unter städtebaulichen und funktionellen Gesichtspunkten trotz der großen Ausdehnung der Innenstadt ein größtenteils kompaktes Zentrum zu erkennen. Dies liegt nicht zuletzt an seiner stabilen städtebaulichen Struktur, die durch attraktive Gastronomie- und Einzelhandelsangebote ergänzt wird und somit eine hohe Nutzungsdichte auf der bandartigen Struktur entstehen lässt.

Die räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots (differenziert nach Größenklassen und Bedarfsstufen) im zentralen Bereich Innenstadt Balingen stellt sich aktuell wie folgt dar:

Karte 8: Zentraler Bereich Innenstadt Balingen



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April 2016; Abgrenzung gemäß EHK 2005

Lage und Struktur des zentralen Bereiches:

- **Zentrale Lage im Stadtgebiet** sowie zentrale Lage in der Kernstadt Balingen (rd. 14.500 Einwohner), eingebettet in die überwiegend kleinteiligen Siedlungsstrukturen und Gebäudekubaturen des Ortsteils.

- Bei der Balingener Innenstadt kann von einem „zweigeteilten Zentrum“ mit unterschiedlichen Lagen gesprochen werden. Zum einen befindet sich überwiegend kleinteiliger Fach Einzelhandel Kern entlang der Fußgängerzone und zum anderen gibt es den Bahnhofsbereich und die Wilhelmstraße, die beide überwiegend von Filialisten und großformatigen Bausteinen geprägt ist.

Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung (April 2016) befanden sich insgesamt 126 Betriebe in diesem zentralen Bereich, die eine **Verkaufsfläche von rund 26.900 m²** auf sich vereinen. Die nachstehende Tabelle 11 zeigt eine differenzierte Angebotsverteilung im zentralen Bereich Innenstadt nach Verkaufsflächen, Anzahl der Betriebe und dem Anteil an der gesamten Einzelhandelsverkaufsfläche.

Tabelle 11: Angebotsituation im zentralen Bereich Innenstadt

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an Gesamtverkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	3.880	23	25 %
Blumen (Indoor)/Zoo	180	2	5 %
Gesundheit und Körperpflege	1.210	9	51 %
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	1.240	5	71 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	6.500	39	28 %
Bekleidung	9.940	34	86 %
Schuhe/Lederwaren	2.480	7	76 %
GPK/Haushaltswaren	710	3	18 %
Spielwaren/Hobbyartikel	410	1	43 %
Sport und Freizeit	1.130	3	34 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	14.660	48	64 %
Wohneinrichtung	1.290	10	18 %
Möbel	350	2	1 %
Elektro/Leuchten	550	-	19 %
Elektronik/Multimedia	1.760	9	82 %
medizinische und orthopädische Artikel	940	10	68 %
Uhren/Schmuck	540	7	96 %
Baumarktsortimente	290	1	3 %
Gartenmarktsortimente	< 50	-	< 1%
überwiegend langfristiger Bedarf	5.740	39	8 %
Sonstiges	< 50	-	3 %
Gesamt	26.900	126	22 %

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Balingen April 2016, eigene Berechnungen
(Abweichungen durch Rundungen möglich); PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher;
GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Nutzungsprofil

- Mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. **26.900 m²** entfällt rd. **22 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche** auf den Balinger Hauptgeschäftsbereich. Damit ist der Bereich gemessen an seiner Verkaufsfläche der zweitgrößte Standort in Balingen. Gemessen an der Zahl der angesiedelten Betriebe ist er der größte Standort (126 Betriebe) in Balingen.
- Größte **Anbieter** sind das Bekleidungsgeschäft Modepark Röther (rd. 5.300 m² Verkaufsfläche), das Elektronikgeschäft Euronics XXL (rd. 1.800 m² Verkaufsfläche) sowie der Lebensmittelanbieter Rewe (rd. 1.600 m² Verkaufsfläche).
- Es sind fast alle Angebote aller Warengruppen und Bedarfsstufen vorhanden, quantitativer Schwerpunkt in den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** (rd. 64 % der Verkaufsfläche in dem zentralen Bereich beziehungsweise absolut rund **14.700 m²**), insbesondere in den Warengruppen **Bekleidung** (rund **9.900 m²** und **34 Betriebe**) und **Schuhe/Lederwaren** (rd. **2.500 m²** und **7 Betriebe**). Die zweitgrößte Angebotskonzentration ist mit **6.500 m²** in den Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfsbereiches**.
- Weiterhin prägend für den zentralen Bereich ist die große Anzahl an **kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben** (durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb: rund **210 m²**), die sich sowohl aus **überregional bekannten Filialisten**, wie beispielsweise Rossmann, Espirit und Quick Schuh als auch aus **inhabergeführten Fachgeschäften zusammensetzen**.
- Zum Zeitpunkt der Erhebung befanden sich 7 Leerstände im Hauptgeschäftsbereich¹⁹, die eine Verkaufsfläche von rund 500 m² auf sich vereinen. Bei insgesamt 133 Ladeneinheiten entspricht dies einer unterdurchschnittlichen **Leerstandsquote von rund 5 %**. Bis zu 10 % leerstehender Verkaufsfläche können in einer Kommune noch als Grenzwert für eine natürliche Fluktuationsrate gelten. Die geringe Leerstandsquote wirkt sich positiv auf das Erscheinungsbild und die Struktur des Einzelhandels aus.

Erreichbarkeit des zentralen Bereiches

- Durch die zentrale Lage im Ortsteil ist der zentrale Bereich sowohl mit dem Pkw als auch zu Fuß sehr gut über die umliegenden Wohnstraßen erreichbar.
- Die Balinger Innenstadt bietet mit ca. 2.500 Parkplätzen ausreichend Stellplatzangebote für den motorisierten Individualverkehr. Diese werden zum einen über eine Vielzahl von Parkplätzen und zum anderen durch Parkhäuser (beispielsweise Parkhaus Arbeitsamt/Stadthalle und Parkhaus City-Center) vorgehalten. In allen Parkhäusern sowie auf allen ausgewiesenen Parkplätzen im Stadtbereich kann kostenlos geparkt werden. Bei verschiedenen Parkplätzen ist jedoch die Benutzung einer Parkscheibe notwendig.
- Der Anschluss an das **übergeordnete städtische Straßennetz** erfolgt über mehrere Kreis-, Bundes- und Landesstraßen (u. a. Bundesstraßen B27 und B463, welche den zentralen Bereich mit den übrigen Stadtteilen sowie dem weiteren Umland anbinden).

¹⁹ Die Datengrundlage der erhobenen Leerstände wurde durch die Stadt Balingen überprüft. Es handelt sich dabei um leerstehende Betriebseinheiten, die einer möglichen einzelhandelsrelevanten Nutzung zugeführt werden könnten.

- Ein direkter Anschluss des zentralen Bereiches Balingen an den lokalen ÖPNV ist durch den Bahnhof gegeben, der den Bereich u. a. an diverse Buslinien anbindet.

Versorgungsfunktion des zentralen Bereiches

- Quantitativ neben dem Gewerbegebiet Gehrn ist der zentrale Bereich Innenstadt der bedeutendste **Versorgungsbereich** der Stadt Balingen; aus siedlungsräumlicher, städtebaulicher und nutzungsstruktureller Sicht einer der wichtigsten Einzelhandels- und Angebotsstandorte im Stadtgebiet.

Der Bereich übernimmt die Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet sowie in Teilen für den Verflechtungsbereich der Umlandregion.

5.3.2 Nahversorgungszentrum Frommern²⁰

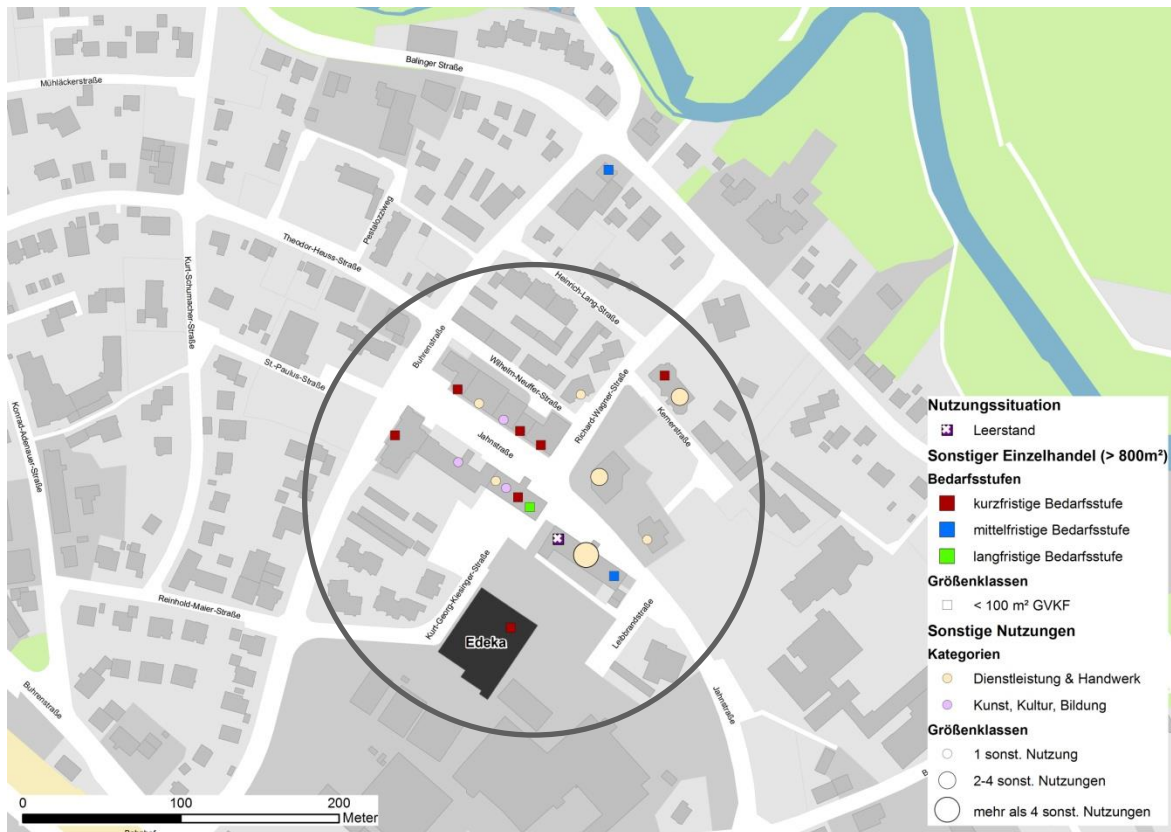
Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Frommern („Buhren-Zentrum“) in dem gleichnamigen Stadtteil befindet sich rd. 3 km (Luftlinie) südlich von dem zentralen Bereich Innenstadt. Der in den 60er /70er Jahren entwickelte Bereich erstreckt sich im Wesentlichen auf einer Länge von rd. 200 m entlang der Jahnstraße. Im Ortszentrum Frommern ist eine **Angebotsmischung** bestehend aus Einzelhandel, Dienstleistung und Wohnen festzustellen, wobei die Einzelhandelsnutzung deutlich von dem Edeka-Lebensmittelmarkt dominiert wird. Der restliche Einzelhandel ist überwiegend nahversorgungsorientiert und ergänzt das Angebot des strukturprägenden Lebensmittelmarktes.

Durch die vergleichsweise hohe Nutzungsdichte im Kern des zentralen Bereiches ist ein klarer Zentrencharakter in der Stadtteilmitte ablesbar. Zudem sind die vorhandenen Anbieter sehr gut in die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche integriert und können daher im fußläufigen Bereich viele Einwohner in Frommern erreichen.

Aus dieser Qualität ergibt sich auch eine deutlich erkennbare städtebauliche Mitte, die über einige einzelhandelsrelevante Angebote verfügt und somit einen klar ablesbaren Zentrencharakter entwickelt. Aktuell stellt sich das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot im zentralen Bereich räumlich betrachtet wie folgt dar:

²⁰ Für das Zentrum lag keine konkrete Abgrenzung vor.

Karte 9: Nahversorgungszentrum Frommern



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April 2016

Lage und Struktur des zentralen Bereiches

- Lage **innerhalb** im Siedlungskern des Balingen **Stadtteils Frommern** (rd. 6.000 Einwohner).
- **Kompakte** Angebotsstruktur, die sich überwiegend auf der Jahnstraße orientiert. Es handelt sich dabei überwiegend um kleinteilige Einzelhandelsbetriebe des Lebensmittelhandwerks und einen größeren Magnetbetrieb (Edeka).

Tabelle 12: Angebotssituation im Nahversorgungszentrum Frommern

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an Gesamtverkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	1.300	5	8 %
Blumen (Indoor)/Zoo	< 100	1	2 %
Gesundheit und Körperpflege	170	1	7 %
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	< 100	1	5 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	1.600	8	7 %
Bekleidung	< 50	-	< 1 %
Schuhe/Lederwaren	-	-	-
GPK/Haushaltswaren	< 50	-	1 %
Spielwaren/Hobbyartikel	-	-	-
Sport und Freizeit	< 100	-	3 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	120	1	1 %
Wohneinrichtung	< 50	-	< 1 %
Möbel	-	-	-
Elektro/Leuchten	-	-	-
Elektronik/Multimedia	< 50	1	1 %
medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren/Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	< 50	-	< 1 %
überwiegend langfristiger Bedarf	< 50	1	< 1 %
Sonstiges	< 50	-	6 %
Gesamt	1.800	10	1 %

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Balingen April 2016, eigene Berechnungen (Abweichungen durch Rundungen möglich); PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher;
GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Nutzungsprofil

- Die Gesamtverkaufsfläche von rund **1.800 m²** verteilt sich auf insgesamt **10 Einzelhandelsbetriebe**, was einer durchschnittlichen Verkaufsfläche pro Betrieb von **180 m²** entspricht. Somit ist das Nahversorgungszentrum, mit seiner Einzelhandelsdichte neben der Innenstadt und dem Gewerbegebiet Gehrn der drittgrößte Angebotsstandort in der Stadt.
- Der Einzelhandelsbesatz setzt sich überwiegend aus Angeboten des Lebensmittelhandwerks sowie nahversorgungsrelevantem Einzelhandel zusammen. Zudem ist mit dem Edeka Markt ein größerer Magnetbetrieb im zentralen Bereich vorhanden.

Erreichbarkeit des zentralen Bereiches

- Durch die zentrale Lage im Ortsteil ist der zentrale Bereich sowohl mit dem Pkw als auch zu Fuß sehr gut über die umliegenden Wohnstraßen erreichbar.

- Der Anschluss an das **übergeordnete städtische Straßennetz** erfolgt über die Balingener Straße, welche den zentralen Bereich mit der Innenstadt sowie dem weiteren Umland anbindet.
- **Stellplatzangebote** für den motorisierten Individualverkehr werden zum einen straßenbegleitend entlang der in Teilen in den angrenzenden Wohn- und Erschließungsstraßen angeboten und zum anderen sind weitere Parkplätze an dem Edeka Markt vorhanden.
- Ein direkter Anschluss des zentralen Bereiches Frommern an den lokalen ÖPNV ist durch die Bahnhaltestelle gegeben, die den Bereich u. a. an die Balingener Innenstadt anbindet.

Versorgungsfunktion des zentralen Bereiches

- Der zentrale Bereich Frommern ist aufgrund seines Angebotsumfangs und seiner Angebotstiefe dem zentralen Bereich Innenstadt zwar insgesamt unterzuordnen, kann jedoch durch den Edeka-Markt eine über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion für den Stadtteil Frommern übernehmen.
- Die im zentralen Bereich ansässigen Lebensmittelbetriebe können die **Nahversorgungsfunktion** für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche erfüllen.
- **Insgesamt** kann derzeit der zentrale Bereich Frommern aufgrund seiner Angebotsausstattung als zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum ausgewiesen werden.

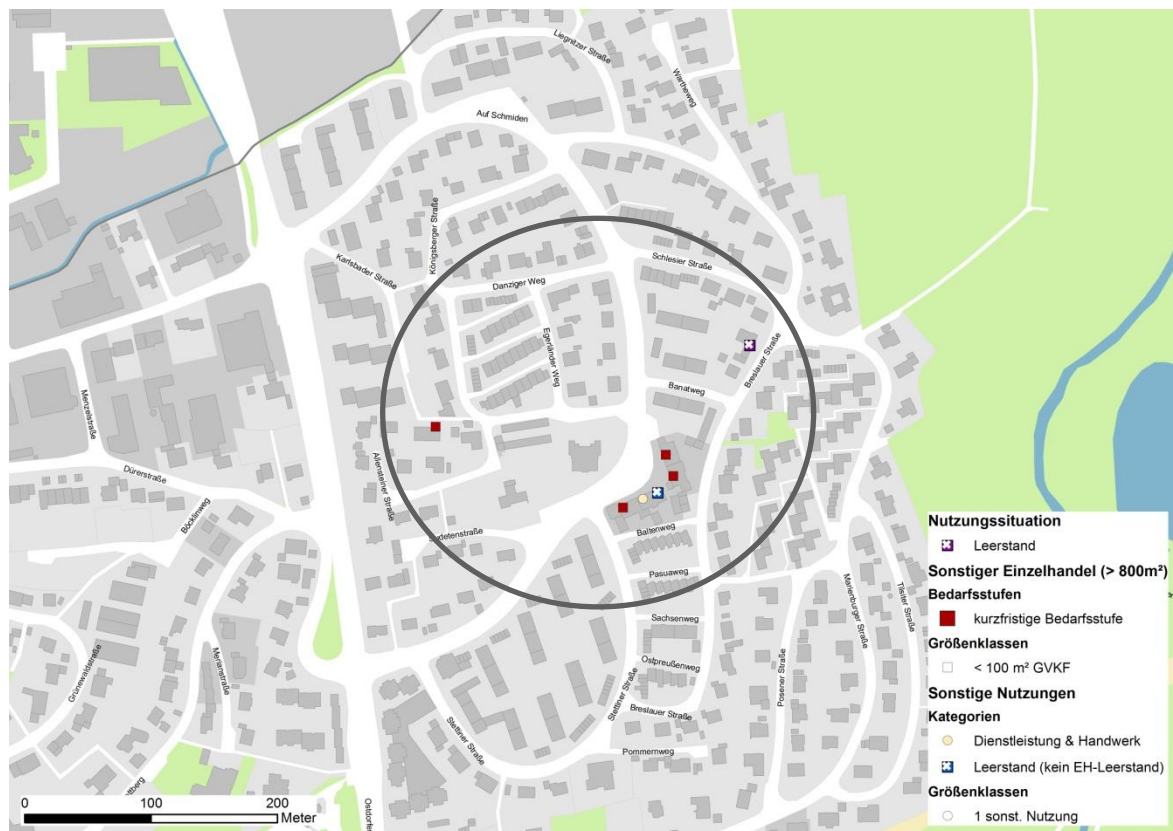
5.3.3 Nahversorgungszentrum Schmiden²¹

Das Nahversorgungszentrum Schmiden befindet sich in der Balingener Kernstadt und liegt nur rd. 1.000 m (Luftlinie) nördlich von der Balingener Innenstadt entfernt. Der Bereich erstreckt sich im Wesentlichen auf einer Länge von rd. 100 m entlang der Straße Auf Schmiden. In diesem Bereich ist eine in erster Linie **sehr kleinteilige Angebotsmischung** bestehend aus Einzelhandel, Dienstleistung und Wohnen zu beobachten, wobei sich die Einzelhandelsnutzung auf einen kleineren Gebäudebereich konzentriert. Das Umfeld ist hauptsächlich von Wohnnutzung geprägt. Der Bereich verfügt weder über einen Magnetbetrieb noch über einen strukturprägenden Lebensmittelanbieter. Das Angebot besteht aus vier sehr kleinen Betrieben, die das direkte Wohnumfeld versorgen. Dazu zählt auch ein kleiner Lebensmittelanbieter „nah und gut“ mit rd. 100 m² Gesamtverkaufsfläche, der insbesondere für das direkte Wohnumfeld eine wichtige Nahversorgungsfunktion einnimmt.

Aktuell stellt sich das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot im zentralen Bereich räumlich betrachtet wie folgt dar:

²¹ Für das Zentrum lag keine konkrete Abgrenzung vor.

Karte 10: Nahversorgungszentrum Schmiden



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April 2016

Lage und Struktur des zentralen Bereiches

- Lage innerhalb des Siedlungskerns des Stadtteils **Balingen** (rd. 14.500 Einwohner).
- **Überwiegend konzentrierte kleinteilig** ausgeprägte Angebotsstruktur, die sich fast ausschließlich auf die Straße Auf Schmiden konzentriert.
- Eine **eindeutige städtebauliche Mitte** kann zwar im Bereich der Straße Auf Schmiden identifiziert werden, jedoch reicht die kleinteilige Nutzungsstruktur nicht aus, um ein entsprechendes Zentrum auszubilden.
- Die **Aufenthaltsqualität** in dem zentralen Bereich ist als durchschnittlich einzuordnen.

Tabelle 13: Angebotssituation im Nahversorgungszentrum Schmidlen

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an Gesamtverkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	100	4	1 %
Blumen (Indoor)/Zoo	-	-	-
Gesundheit und Körperpflege	< 50	-	< 1 %
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	-	-	-
überwiegend kurzfristiger Bedarf	110	4	< 1 %
Bekleidung	-	-	-
Schuhe/Lederwaren	-	-	-
GPK/Haushaltswaren	-	-	-
Spielwaren/Hobbyartikel	-	-	-
Sport und Freizeit	-	-	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	-	-	-
Wohneinrichtung	-	-	-
Möbel	-	-	-
Elektro/Leuchten	-	-	-
Elektronik/Multimedia	-	-	-
medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren/Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-	-
überwiegend langfristiger Bedarf	-	-	-
Sonstiges	-	-	-
Gesamt	110	4	< 1 %

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Balingen April 2016, eigene Berechnungen (Abweichungen durch Rundungen möglich); PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher; GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Nutzungsprofil

- Die Gesamtverkaufsfläche von rund **100 m²** verteilt sich auf insgesamt **4 Einzelhandelsbetriebe**. Der größte Anbieter ist hier mit rund **50 m² Verkaufsfläche** der Anbieter „nah und gut“.
- Ein sehr kleinteiliges zusammenhängendes Einzelhandelsangebot ist vorhanden, jedoch ist die vorhandene Nutzungsstruktur sehr kleinteilig und besteht nur aus sehr wenigen Betrieben.
- In diesem zentralen Bereich sind keine **strukturprägenden Magnetbetriebe** zu identifizieren.

Erreichbarkeit des zentralen Bereiches

- Durch die zentrale Lage in diesem Siedlungsbereich der Kernstadt ist der zentrale Bereich sowohl mit dem Pkw als auch zu Fuß sehr gut über die umliegenden Wohnstraßen erreichbar.
- **Stellplatzangebote** für den motorisierten Individualverkehr sind straßenbegleitend entlang der in Teilen in den angrenzenden Wohn- und Erschließungsstraßen vorhanden.

Versorgungsfunktion des zentralen Bereiches

- In dem zentralen Bereich ist überwiegend ein sehr geringes und kleinteiliges zusammenhängendes Einzelhandelsangebot vorhanden.
- Es ist keine zentrenprägende Nutzungsmischung vorhanden, da der Angebotsstandort überwiegend von Wohnbebauung dominiert wird.
- Aufgrund der fehlenden städtebaulichen Merkmale eines Zentrums sowie einer nicht über den unmittelbaren Nahbereich hinausreichenden Versorgungsfunktion ist der Standort des strukturprägenden Lebensmittelbetriebes „nah und gut“ als Nahversorgungsstandort einzuordnen.
- Aufgrund seiner geringen Verkaufsflächenausstattung sowie geringer städtebaulicher Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches kann dieser Bereich zukünftig nicht als zentraler Versorgungsbereich eingeordnet werden.

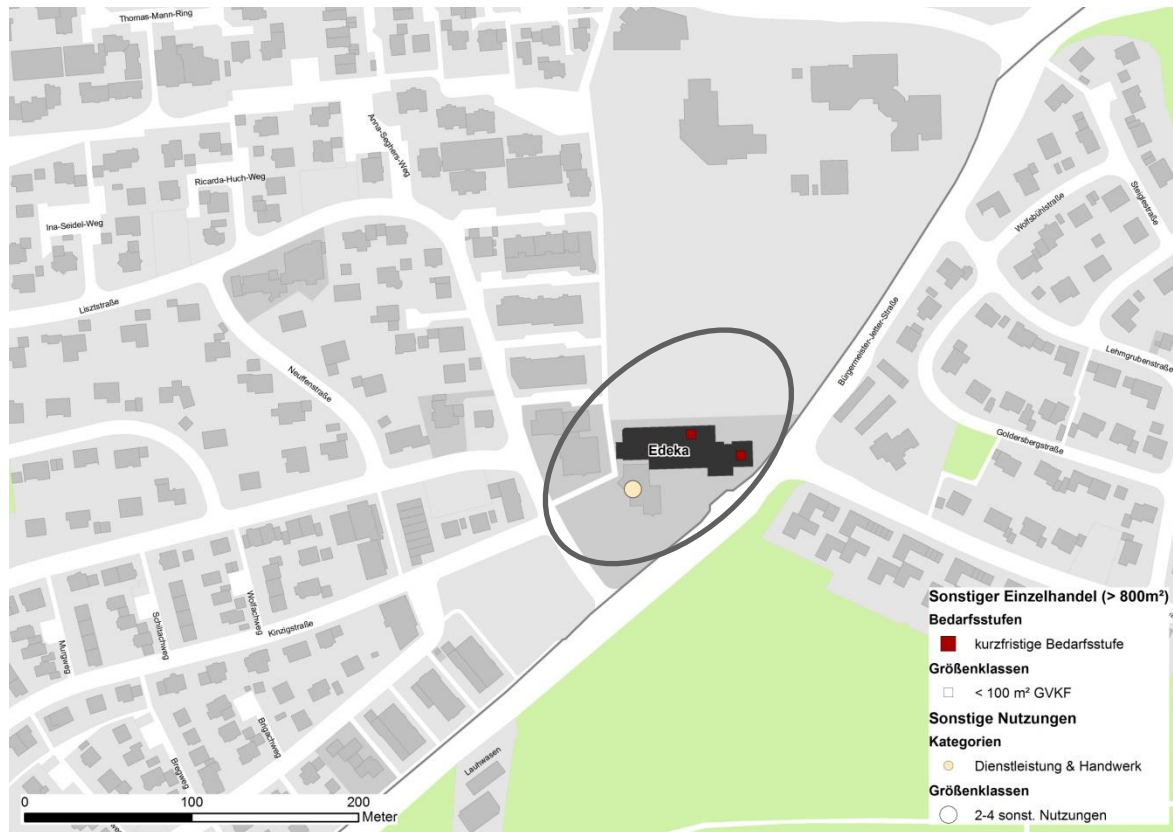
5.3.4 Nahversorgungszentrum Heselwangen / Neige²²

Das Nahversorgungszentrum Heselwangen / Neige befindet sich im östlichen Siedlungsbereich der Balingener Kernstadt und rd. 2,5 km (Luftlinie) östlich von dem zentralen Bereich Innenstadt. Der Bereich erstreckt sich im Wesentlichen auf einer Länge von rd. 100 m entlang der Lisztstraße. Das Angebot in diesem Bereich beschränkt sich im Wesentlichen auf einen strukturprägenden Lebensmittelanbieter (Edeka) und wird lediglich durch einen Bäcker sowie eine Apotheke ergänzt. Angrenzend befinden sich zahlreiche größere Wohnsiedlungsbereiche.

Dem Bereich fehlt aufgrund des insgesamt geringen Einzelhandelsbesatzes sowie von ergänzenden Nutzungsarten der Zentrumscharakter. Aktuell stellt sich das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot im zentralen Bereich räumlich betrachtet wie folgt dar:

²² Der Bereich wurde in der Einzelhandelskonzeption aus dem Jahr 2005 als Nahversorgungsschwerpunkt eingeordnet. In den darauffolgenden Jahren jedoch innerhalb von Einzelgutachten zum Themenbereich der Nahversorgung als Nahversorgungszentrum eingestuft. Für den Bereich liegt ebenfalls keine konkrete Abgrenzung vor.

Karte 11: Nahversorgungszentrum Heselwangen / Neige



Lage und Struktur des zentralen Bereiches

- Lage innerhalb des Siedlungskerns des Stadtteils **Balingen** (rd. 14.500 Einwohner).
- **Solitäre** Angebotsstruktur, die sich im Wesentlichen auf den Standort Edeka beschränkt.
- Eine **eindeutige städtebauliche Mitte** kann, bedingt durch den wenigen Einzelhandelsbesatz bzw. die Konzentration des Angebotes auf einen einzelnen Standort nicht definiert werden.

Tabelle 14: Angebotssituation im Nahversorgungszentrum Heselwangen / Neige

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an Gesamtverkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	820	2	45%
Blumen (Indoor)/Zoo	< 50	1	1 %
Gesundheit und Körperpflege	130	-	5 %
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	< 50	-	1 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	980	3	4 %
Bekleidung	-	-	-
Schuhe/Lederwaren	-	-	-
GPK/Haushaltswaren	< 50	-	< 1 %
Spielwaren/Hobbyartikel	-	-	-
Sport und Freizeit	-	-	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	< 50	-	< 1 %
Wohneinrichtung	-	-	-
Möbel	-	-	-
Elektro/Leuchten	-	-	-
Elektronik/Multimedia	-	-	-
medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren/Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	< 50	-	< 1%
überwiegend langfristiger Bedarf	< 50	-	< 1 %
Sonstiges	< 50	-	6 %
Gesamt	1.020	3	1%

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Balingen April 2016, eigene Berechnungen (Abweichungen durch Rundungen möglich); PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher; GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Nutzungsprofil

- Die Gesamtverkaufsfläche von rund **1.000 m²** verteilt sich auf insgesamt **3 Einzelhandelsbetriebe²³**.
- Der Einzelhandelsbesatz setzt sich im Kern aus Angeboten des **kurzfristigen Bedarfs** zusammen. Die Angebote des **kurzfristigen Bedarfs** (rund 1.000 m² Verkaufsfläche) werden jedoch durch einen einzelnen Anbieter (Edeka) dominiert.

²³ Im Laufe der Erstellung der Einzelhandelskonzeption hat der Edeka-Markt auf rd. 1.200 m² Gesamtverkaufsfläche erweitert. Die Erweiterung im 2. Halbjahr 2016 um rd. 300 m² erfolgte auf Grundlage des Bebauungsplanes mit der Rechtskraft vom 23.12.2015 und wurde bei der Bestandsaufnahme noch nicht berücksichtigt.

- Als **strukturprägender Lebensmittelbetrieb** ist der Supermarkt Edeka zu identifizieren. Das Angebot dieses Betriebs sichert die wohnungsnahe (fußläufige) Grundversorgung der in den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen lebenden Bevölkerung.

Erreichbarkeit des zentralen Bereiches

- Durch die Lage an einer zentralen Durchgangsstraße in diesem Siedlungsbereich ist der zentrale Bereich sowohl mit dem Pkw als auch zu Fuß sehr gut über die umliegenden Wohnstraßen erreichbar.
- Der Anschluss an das **übergeordnete städtische Straßennetz** erfolgt über die Hirschbergstraße / Lisztstraße.
- **Stellplatzangebote** für den motorisierten Individualverkehr werden zum einen auf den privaten Grundstücksflächen des strukturprägenden Lebensmittelanbieters Edeka vorgehalten und sind zum anderen straßenbegleitend entlang der in Teilen in den angrenzenden Wohn- und Erschließungsstraßen vorhanden.
- Ein Anschluss des zentralen Bereiches an den lokalen ÖPNV ist durch Bushaltestellen an der Lauwasenschule sowie der Roßbergstraße gegeben, der den Bereich u. a. an die Balingener Innenstadt anbindet.

Versorgungsfunktion des zentralen Bereiches

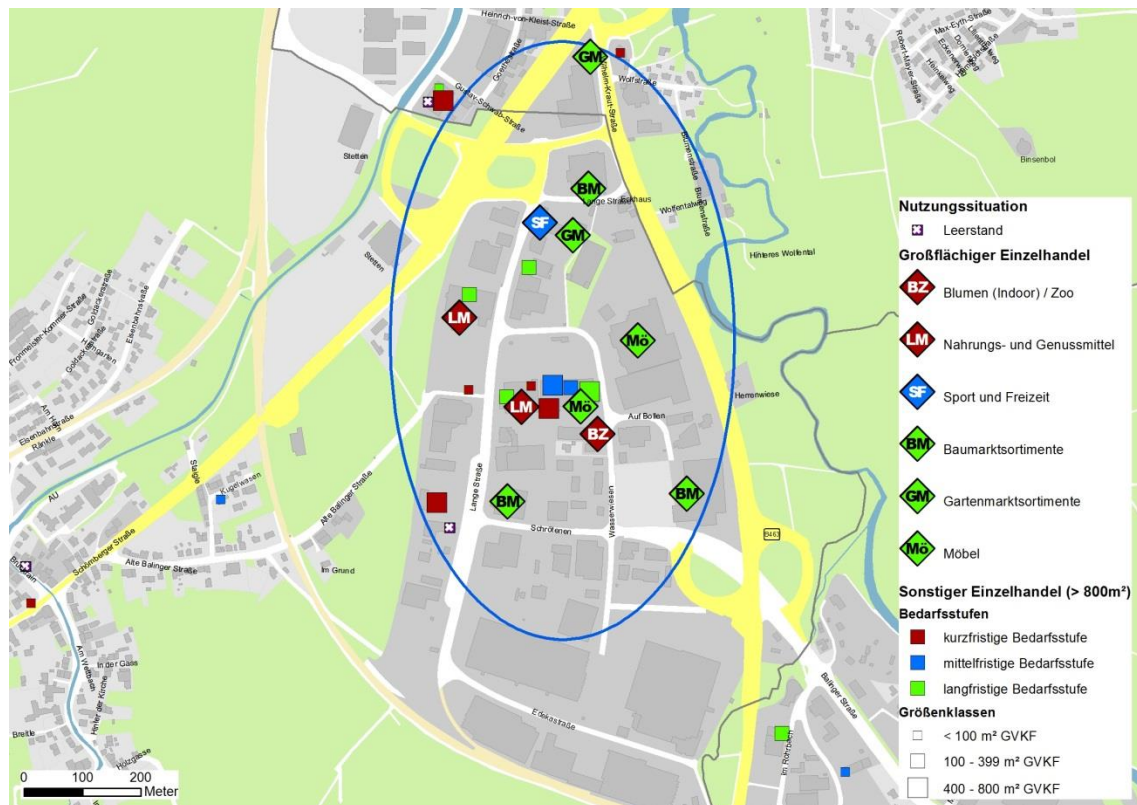
- In dem zentralen Bereich ist das Einzelhandelsangebot auf einen solitären Standort mit wenigen Betrieben konzentriert.
- Außerdem ist keine zentrenprägende Nutzungsmischung vorhanden, da der Angebotsstandort überwiegend von Wohnbebauung dominiert wird. Insgesamt gesehen ist das Angebot außerhalb des Edeka Marktes kleinteilig. Der Bereich übernimmt in seiner derzeitigen Struktur lediglich eine Versorgungsaufgabe für den unmittelbaren Nahbereich. Eine darüber hinaus gehende Versorgungsfunktion wird durch den Besitz nicht erfüllt.
- Aufgrund der fehlenden städtebaulichen Merkmale eines Zentrums ist der Standort des strukturprägenden Lebensmittelbetriebes Edeka als Nahversorgungsstandort einzuordnen.
- Aufgrund seiner geringer städtebaulicher Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches kann dieser Bereich zukünftig nicht als zentraler Versorgungsbereich eingeordnet werden.

5.3.5 Sonderstandort Gehrn

Das Balingener Gewerbegebiet Gehrn befindet sich in unmittelbarer Nähe zum Kreuzungspunkt zwischen den Bundesstraßen 27 und 463. Der Standort befindet sich in städtebaulich nicht integrierter Lage südlich angrenzend an den Siedlungskörper der Kernstadt. Als Ergänzungsstandort des großflächigen Einzelhandels versorgt er die gesamte Stadt und den Verflechtungsbereich mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Durch seine derzeitige Angebotsstruktur und Ausstattung erreicht er dabei eine überregionale Strahlkraft.

Durch seine verkehrsgünstige Lage an den Bundesstraßen B27 und B463 weist der Ergänzungsstandort eine stark **autokundenorientierte Angebotsstruktur** auf. Es befinden sich zahlreiche Stellplatzflächen auf den Grundstücken der Anbieter an diesem Standort. Der Standort beherbergt neben Betrieben des produzierenden Gewerbes und Handwerksbetrieben auch zahlreiche Einzelhandelsbetriebe (21) und ist gemessen an der Verkaufsfläche derzeit der **größte Einzelhandelsstandort** im Balingener Stadtgebiet. Auf die dort lokalisierten Betriebe (u. a. zwei Real Märkte, Toom) entfallen rd. 41.700 m² Verkaufsfläche. Im Vergleich zur Balingener Innenstadt (rd. 26.900 m²) ist der Standort in Bezug auf seine Verkaufsfläche somit noch deutlich größer.

Karte 12: Angebotssituation Sonderstandort Gehrn



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April 2016

Neben typischen nicht-zentrenrelevanten Warengruppen, wie beispielsweise Baummarktartikel, weist dieser Ergänzungsstandort einen hohen Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten auf. Insbesondere durch die beiden Real-Märkte (Food und Non-Food) finden sich an diesem Standort größere Verkaufsflächenanteile in typischen zentrenrelevanten Sortimenten. Insgesamt besitzt der Ergänzungsstandort aufgrund seiner Konzentration auf die Warengruppe

Möbel, insbesondere durch den Möbelmarkt Rogg & Roll (SB-Markt), und seinem diversen Angebot aus fast allen Bedarfsstufen eine regionale Anziehungskraft. In unmittelbarer Nähe zu dem Standort befindet sich zudem das Haupthaus des Anbieter Rogg mit ebenfalls einem sehr großformatigen Angebot aus dem Möbelbereich. Darüber hinaus sind an diesem Standort der Baumarkt Toom (rd. 7.600 m²) und die Mauk Gartenwelt (rd. 5.900 m²) vertreten.

Tabelle 15: Angebotssituation im Ergänzungsstandort Gehr

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an Gesamtverkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	2.950	5	19%
Blumen (Indoor)/Zoo	3.290	2	83 %
Gesundheit und Körperpflege	490	-	21 %
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	280	-	16 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	7.000	7	30 %
Bekleidung	780	1	7 %
Schuhe/Lederwaren	660	1	20 %
GPK/Haushaltswaren	1.700	-	42 %
Spielwaren/Hobbyartikel	450	-	47 %
Sport und Freizeit	2.020	1	61 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	5.600	3	24 %
Wohneinrichtung	2.670	1	37 %
Möbel	9.940	4	24 %
Elektro/Leuchten	1.060	-	37 %
Elektronik/Multimedia	310	-	14 %
medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren/Schmuck	< 50	-	2 %
Baumarktsortimente	8.010	4	90 %
Gartenmarktsortimente	7.100	2	67 %
überwiegend langfristiger Bedarf	29.900	11	39 %
Sonstiges	930	-	14 %
Gesamt	41.700	21	34 %

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Balingen, April 2016* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik; Aufgrund von Rundungen kann es zur Abweichungen in den Summen kommen.

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage ist die Standortagglomeration nach wie vor als auto-kundenorientierter Angebotsstandort zu klassifizieren. Insbesondere in Bezug auf die Angebote des langfristigen Bedarfs kommt dem Standort weiterhin eine gesamtstädtische und zum Teil – insbesondere im Bereich der Möbelsortimente – eine regionale Versorgungsfunktion zu. Das hier lokalisierte Angebot des Lebensmitteleinzelhandels trägt – insbesondere aufgrund der städtebaulich nicht integrierten Lage sowie der fehlenden Mantelbevölkerung im Einzugsbereich – nicht zu einer Stärkung der fußläufigen Grundversorgung bei.

5.4 Wohnungsnahe Grundversorgung in Balingen

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, nimmt die Nahversorgung ein. Unter Nahversorgung beziehungsweise wohnungsnaher Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des **kurzfristigen (täglichen) Bedarfs** verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden²⁴.

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

Quantitative Angebotsausstattung

Eine rein quantitative Einordnung geschieht über die Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (vgl. dazu Tabelle 16).

Das einzelhandelsrelevante Verkaufsflächenangebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in der Stadt Balingen beläuft sich gesamtstädtisch auf rund **14.500 m²**, was einem Anteil von rd. **28 %** an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht. Dabei verteilt sich die warengruppenspezifische Verkaufsfläche auf insgesamt **71 Einzelhandelsbetriebe**, die im Kernsortiment über ein Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel verfügen. Unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Einwohnerzahl (rd. 34.000 Einwohner) errechnet sich eine Verkaufsflächenausstattung von **0,45 m²/ Einwohner**, die über der bundesdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung von aktuell rund 0,40 m²/ Einwohner liegt.

Auch im Vergleich mit dem einwohnerspezifischen Durchschnittswert aller Städte mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank (0,44 m²/Einwohner) ist die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Balingen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel als leicht überdurchschnittlich zu bewerten.

Grundsätzlich ist aus **quantitativer Sicht zur Verkaufsflächenausstattung der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel** in den Balingener Stadtteilen folgendes festzuhalten:

- Die höchste Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner im Balingener Stadtgebiet erreichen die Balingener-Kernstadt und der Stadtteil Endingen. Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel liegt die Verkaufsflächenausstattung hier bei 1,28 bzw. 0,64 m² Verkaufsfläche pro Einwohner. Dies liegt nicht zuletzt an zahlreichen großflächigen Lebensmittelanbietern an dem städtebaulich nicht integrierten Sonderstandort Gehr.
- Es fällt auf, dass die übrigen Stadtteile alle deutlich unter dem Durchschnitt von rd. 0,40 m² / Einwohner liegen. Dies spiegelt eine deutliche Konzentration des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels auf einzelne Standorte wider. Im Umkehrschluss verfügen zahlreiche Stadtteile über derzeit kein (u. a. Roßwangen) oder nur über ein sehr geringes Angebot (u. a. Erzingen).

²⁴ vgl. hierzu Definition der Nahversorgung in Kapitel 3.1

Tabelle 16: Wohnungsnahe Grundversorgung in den Stadtteilen (gerundete Werte)

Stadtteil	Anzahl der Lebensmittelbetriebe (absolut)	Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel (in m ²)	Einwohnerzahl*	Verkaufsfläche pro Einwohner (in m ²)
Balingen-Kernstadt	38	9.200	14.488	0,64
Endingen	6	3.000	2.350	1,28
Engstlatt	4	200	1.869	0,11
Erzingen	2	< 50	781	0,05
Frommern / Dürrwangen	11	1.900	5.939	0,32
Heselwangen	-	-	946	-
Ostdorf	2	300	1.528	0,20
Roßwangen	-	-	717	-
Stockenhausen	-	-	267	-
Streichen	1	100	554	0,18
Weilstetten	5	500	3.731	0,16
Zillhausen	2	50	858	0,06
Gesamt	71	15.300	34.028	0,45

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Balingen April 2016, eigene Darstellung
durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; * gerundete Werte

Bei einer Betrachtung der Kennzahlen in den Stadtteilen wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung große Unterschiede gibt. Bei einer gesamtstädtischen Betrachtung sind abseits der Kernstadt einige räumliche Angebotslücken erkennbar. Allerdings fällt auf, dass viele dieser Ortsteile über eine zu geringe ökonomische Komponente in Form eines geringen Einwohnerpotentials verfügen, um wirtschaftlich tragfähige Versorgungsangebote anzusiedeln. Lediglich die Stadtteile Frommern und Weilstetten bieten derzeit dafür ein ausreichendes Einwohnerpotential.

Qualitative Angebotsausstattung

Im Hinblick auf die Bewertung qualitativer Aspekte der Grundversorgung werden folgende strukturprägende Betriebstypen mit einem Kernsortiment in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel unterschieden, die jedoch nicht alle in Balingen vertreten sind:

Abbildung 26: Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel

Begriff/Betriebsform	Erläuterung
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, Niedrigpreispolitik, z.B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Heutige Marktzutrittsgröße in der Regel 800-1.000 m ² Verkaufsfläche.
Supermarkt 400-1.499 m ² VKF	Selbstbedienung, Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m ² , Lebensmittel einschließlich Frischwaren, i. d. Regel Bedienungstheken, Non-Food-Anteil nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche. Derzeit übliche Größenordnung: 1.200 - 1.500 m ² Verkaufsfläche.
Verbrauchermarkt 1.500-4.999 m ² VKF	Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche mind. 1.500 m ² , Selbstbedienung, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.
SB-Warenhaus ab 5.000 m ² VKF	Einzelhandelsgroßbetrieb, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mind. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, Non-Food-Anteil bis zu 40 % der Verkaufsfläche, Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Kaufland).

Quelle: eigene Zusammenstellung

Darüber hinaus ergänzen Lebensmittel-SB-Läden / -märkte (kleine Selbstbedienungs-Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Gesamtverkaufsfläche) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Fleischereien) das Grundversorgungsangebot einer Stadt. Insbesondere in Siedlungsbereichen mit einer geringen Mantelbevölkerung können diese kleinflächigen Angebotsbausteine einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten.

Der **aktuelle Betriebsformenmix** der Stadt Balingen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel stellt sich wie folgt dar:

- Vier Verbrauchermärkte (E-Center, Rewe und Real (2x)²⁵)
- vier Supermärkte (Edeka (2x), b2 Biomarkt und „Mehmet Öztürk“) sowie
- drei Lebensmitteldiscounter (Aldi (2x) und Lidl).

Damit ist im gesamten Balinger Stadtgebiet im Hinblick auf die Stadtgröße ein umfangreiches Verkaufsflächenangebot und auch ein Betriebsformenmix verfügbar, welches die Bedürfnisse der Balinger Bevölkerung weitestgehend deckt. Des Weiteren lässt sich eine räumlich ausgewogene Angebotsstruktur feststellen. Das Verhältnis zwischen discount- und vollsortimentorientierten Lebensmittelmärkten zeigt, dass das Angebot im Bereich der Vollsortimenter überwiegt und es lediglich drei Discounter im gesamten Stadtgebiet gibt.

²⁵ Es handelt sich dabei zwar um zwei Märkte in direkter räumlicher Lage zueinander, die jedoch in der Kombination ein typisches Verbrauchermarktsortiment anbieten.

Räumliche Angebotsausstattung

Zur räumlichen Bewertung des Einzelhandelsangebotes in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel wird im Wesentlichen auf die **fußläufige Erreichbarkeit der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe** abgestellt. Einen guten Überblick über die **räumliche Versorgung** gewinnt man, wenn man für alle **strukturprägenden Lebensmittelanbieter**²⁶ das fußläufige Einzugsgebiet (maximal fußläufig zurückgelegte Entfernung zwischen Wohn- und Angebotsstandort) ermittelt und die diversen Einzugsgebiete in einer Karte zusammenführt. Darüber hinaus wurden auch die kleineren Lebensmittelmärkte von „nah und gut“ in der Balingener Kernstadt (in der Straße „Auf Schmiden“) bzw. in den Stadtteilen Streichen und Ostdorf in dieser Karte als strukturprägende Lebensmittelanbieter berücksichtigt. Sie nehmen eine wichtige räumliche Nahversorgungsfunktion für den jeweiligen Siedlungsbereich bzw. Stadtteil ein.

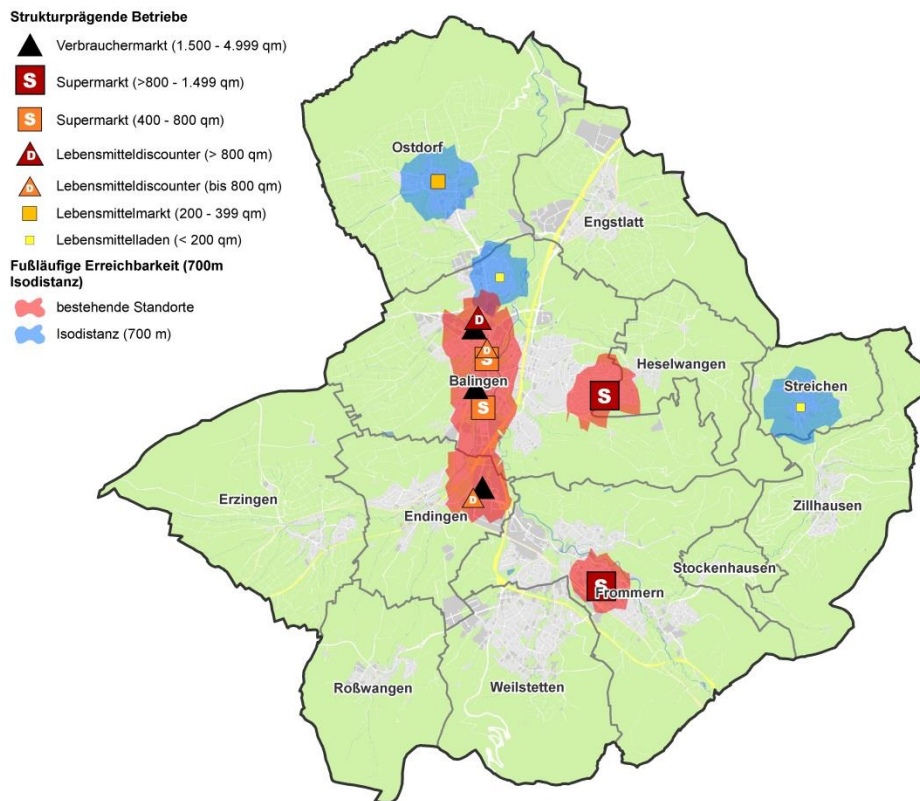
Dabei ist – aus heutiger Sicht – die Anwendung von Einzugsradien als zu ungenau zu bewerten, da tatsächliche Wegelängen unberücksichtigt bleiben und somit das fußläufige Einzugsgebiet der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe regelmäßig überschätzt wird. Aus diesem Grund werden in Karte 13 Isodistanzen zur Bewertung der fußläufigen wohnungsnahen Grundversorgung herangezogen.

Aufgrund der **topographischen** und **siedlungsräumlichen Gegebenheiten** in Balingen liegt dabei der nachfolgenden Darstellung die Annahme zu Grunde, dass die strukturprägenden Lebensmittelanbieter bis zu einer Entfernung von maximal **700 m zu Fuß** aufgesucht werden²⁷.

²⁶ Zu den strukturprägenden Lebensmittelanbietern in Balingen zählen insgesamt 14 Betriebe.

²⁷ Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als von den Kunden maximal akzeptierte fußläufige Distanz ermittelt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wege-Schwelle für Fußgängerdistanzen. Dieser Radius ist allgemein anerkannt als anzusetzende Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten.

Karte 13: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Balingen mit 700 m-Isodistanzen²⁸



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April 2016

- Insgesamt verteilen sich die strukturprägenden Lebensmittelanbieter deutlich auf die Kernstadt, womit innerhalb des Kernsiedlungsbereiches eine vergleichsweise sehr gute fußläufige Erreichbarkeit des nahversorgungsrelevanten Angebotes gegeben ist.
- Demgegenüber verfügen die **etwas abseits gelegenen Stadtteile**, wie beispielweise Stockenhausen, Erzingen, Zillhausen, Engstlatt und Roßwangen, nicht zuletzt wegen des geringen Bevölkerungspotenzials, über keine strukturprägenden Lebensmittelanbieter. Somit sind abseits der Kernstadt einige Angebotslücken erkennbar. Lediglich die Stadtteile Frommern, Streichen, Endingen und Heselwangen haben Lebensmittelanbieter, die auch die fußläufige Nahversorgung sichern. Wobei hierzu auch teilweise kleinere Lebensmittelmärkte zählen, die über ein sehr eingeschränktes Angebot an Verkaufsfläche verfügen. Zu diesen Märkten zählen der Anbieter „nah und gut“ in den Stadtteilen Streichen und Ostdorf sowie im Norden der Balingen Kernstadt (im Siedlungsbereich Schmidlen). Alle diese Märkte von „nah und gut“ verfügen über kleinteilige Verkaufsflächenangebote, haben jedoch eine wichtige Nahversorgungsfunktion in ihrem Siedlungsbereich bzw. für den unmittelbaren Nahbereich im jeweiligen Stadtteil.
- In Bezug auf die Verkaufsflächen in der Branche Nahrungs- und Genussmittel zeigt sich, dass rund 82 % der Verkaufsfläche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind

²⁸ Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien und Fleischereien) werden in diesem Zusammenhang nicht dargestellt.

(v. a. in den zentralen Bereichen). Nur rund 18 % der Verkaufsfläche dieser Warengruppe befindet sich in nicht integrierten Lagen (v. a. am Sonderstandort Gehr).

Fazit

Bei der Bewertung der räumlichen und qualitativen Versorgungssituation mit nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben in Balingen sind, insbesondere vor dem Hintergrund **einer überdurchschnittlichen quantitativen Verkaufsflächenausstattung**, auch übergeordnete stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen zu berücksichtigen.

Grundsätzlich ist weiterhin eine **qualitative Verbesserung** des Angebotes und die Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit der bestehenden Standorte sowie gegebenenfalls eine maßvoll dimensionierte, räumlich gezielte Verbesserung der Nahversorgungssituation durch Angebotsarrondierungen anzustreben.

5.5 Umsätze und Zentralität des Balinger Einzelhandels

Ein weiterer wichtiger Ansatzpunkt zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels ist der generierte Umsatz der ortsansässigen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Stadtgebietes zusammensetzt. Im Verhältnis zur lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ergibt sich hierdurch die Zentralität. Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d. h. sortimentspezifische Umsätze je m² Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der lokalen Einzelhandelssituation modifiziert werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand der Stadt Balingen ergeben sich für die einzelnen Warengruppen folgende Umsätze (vgl. Tabelle 17). Insgesamt setzt der Balinger Einzelhandel demnach **325 Millionen Euro** um.

Die **Ausstrahlungskraft** des Balinger Einzelhandels wird durch die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer abgebildet. Diese wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und vorhandenem Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial) berechnet. Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf eine Leistungsstärke bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Strukturschwächen des Einzelhandels hinweisen können.

Betrachtet man den generierten **Umsatz** des Balinger Einzelhandels, zeigt sich für ein Mittelzentrum ein vergleichsweise untypisches Bild. Der Schwerpunkt des Umsatzes liegt zwar mit rd. 76 Mio. Euro im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel**, wird jedoch von der Warengruppe **Möbel** mit rd. 58 Mio. Euro gefolgt. Aufgrund des starken Verkaufsflächenschwerpunktes in der Warengruppe durch das großformatige Angebot des Anbieters Rogg an zwei Standorten wird hier ein für ein Mittelzentrum vergleichsweise hoher Umsatz erzielt. In der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung wird ebenfalls ein vergleichsweise hoher Umsatz von rd. 41 Mio. Euro erzielt.

Eine Gegenüberstellung des ermittelten Gesamtumsatzes von 325 Mio. Euro mit dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von rund 211 Mio. Euro, das auf Ermittlung der IFH Retail Consultants Köln basiert, ergibt eine Zentralitätskennziffer von 1,54 über alle Warengruppen. Das bedeutet für den Balinger Einzelhandel, dass dieser das Kaufkraftpotenzial der Gemeinde gänzlich am Standort binden kann und ein Teil der Kaufkraft im regionalen Umfeld

der Stadt zufließt. Aufgrund des großformatigen Möbelanbieters Rogg fließt hierbei auch ein nicht unerheblicher Anteil dieser Kaufkraft aus dem überregionalen Einzugsgebiet (auch aus dem Ausland) zu.

Tabelle 17: Einzelhandelsspezifische Zentralität in Balingen differenziert nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufs- fläche (in m ²)	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	15.300	76,1	84,1	0,90
Blumen (Indoor)/Zoo	3.950	9,2	4,0	2,30
Gesundheit und Körperpflege	2.400	13,5	13,6	1,00
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	1.750	9,3	6,7	1,39
überwiegend kurzfristiger Bedarf	23.350	108,1	108,4	1,00
Bekleidung	11.500	40,8	20,3	2,01
Schuhe/Lederwaren	3.250	12,8	5,4	2,35
GPK/Haushaltswaren	4.050	10,3	2,7	3,83
Spielwaren/Hobbyartikel	950	3,3	5,0	0,67
Sport und Freizeit	3.300	10,6	4,1	2,59
überwiegend mittelfristiger Bedarf	23.050	77,7	37,5	2,07
Wohneinrichtung	7.300	14,4	4,6	3,13
Möbel	41.550	57,8	11,6	5,00
Elektro/Leuchten	2.900	10,4	6,5	1,62
Elektronik/Multimedia	2.150	12,8	15,2	0,84
medizinische und orthopädische Artikel	1.400	9,2	2,8	3,25
Uhren/Schmuck	550	5,3	3,0	1,80
Baumarktsortimente	8.950	15,6	16,9	0,93
Gartenmarktsortimente	10.600	13,0	3,1	4,24
überwiegend langfristiger Bedarf	75.350	138,6	63,5	2,18
Sonstiges	200	0,5	1,2	0,45
Gesamt	121.950	325,0	210,6	1,54

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Balingen April 2016, eigene Berechnungen
(Abweichungen durch Rundungen möglich)
PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher; GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Betrachtet man die unterschiedlichen Bedarfsstufen und Sortimente etwas näher, ist ein deutlicher Schwerpunkt im langfristigen Bedarf erkennbar. Mit Blick auf die Tabelle 17 lässt sich folgendes ableiten:

- Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** liegt die Zentralitätskennziffer bei 1,00 und bedeutet, dass die Stadt Balingen die Grund- und Nahversorgung für die Bevölkerung bereitstellen kann und die vorhandene lokale Kaufkraft derzeit vollständig binden kann. Differenziert nach Warengruppen deutet die Zentralitätskennziffer für die Nahrungs- und Genussmittel

mit 0,9 auf eine leicht unterdurchschnittliche Ausstrahlungskraft hin. Diesbezüglich ist jedoch zu beachten, dass 10 % der warengruppenspezifischen Kaufkraft derzeit abfließt und gemäß dem Bundesdurchschnitt in den letzten Jahren gerade in dieser Warengruppe deutlich mehr Kaufkraft hinzugekommen ist. In den übrigen Warengruppen dieser Bedarfsstufe sind überwiegend leicht überdurchschnittliche Zentralitäten festzustellen. Über den gesamten Bedarfsbereich kann die Stadt Balingen die Grundversorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln als auch mit anderen typischen Versorgungsgütern, wie beispielsweise Gesundheits- und Körperpflegeartikel, grundsätzlich fast komplett decken.

- In der Warengruppe des **mittelfristigen Bedarfsbereichs** ist eine Zentralitätskennziffer von 2,07 festzustellen. Somit verzeichnet der Balingener Einzelhandel in diesem Bereich saldiert betrachtet Kaufkraftgewinne. Die stärkste Warengruppe in diesem Bedarfsbereich ist die Warengruppe Glas / Porzellan / Keramik (GPK) / Haushaltswaren, die mit einer Zentralitätskennziffer von 3,83 gleichzeitig auch zu den höchstem warenspezifischen Zentralitäten gehört. Somit ist das Angebot in dieser Warengruppe besonders attraktiv und generiert einen sehr starken Kaufkraftzufluss. Auch die Warengruppen der Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Sport und Freizeit haben eine vergleichsweise überdurchschnittliche Zentralität. Insgesamt weisen fast alle Warengruppen dieser Bedarfsstufe hohe Zentralitäten auf und können das vorhandene Kaufkraftpotenzial zum größten Teil vollständig binden.
- Die Waren des **langfristigen Bedarfsbereichs** erzielen die höchste Zentralität mit einem Wert von 2,18. Wobei hier insbesondere die Warengruppen Möbel, Gartenmarktsortimente, Wohneinrichtung sowie medizinische und orthopädische Artikel aufgrund des spezialisierten Facheinzelhandelsangebotes und der Verkaufsflächenausstattung hohe Zentralitäten und damit auch hohe Kaufkraftzuflüsse generieren. Insbesondere der Bereich der Möbelsortimente generiert durch den regional bedeutsamen Anbieter Möbelmarkt Rogg mit zwei größeren Standorten in Balingen eine hohe Kaufkraftbindung.
- Gegenüber der bestehenden **Einzelhandelskonzeption (2005)** ist ein leichter Rückgang in der Gesamtzentralität von vormals 1,75²⁹ auf rd. 1,54 festzustellen. Diesbezüglich ist jedoch darauf hinzuweisen, dass in den letzten Jahren die Kaufkraft im bundesweiten Durchschnitt deutlicher als der Umsatz gestiegen ist. Somit ist dieser Rückgang der Zentralität auch in diesem Gesamtzusammenhang zu stellen.

²⁹ vgl. GMA (2005): Die Große Kreisstadt Balingen als Standort für Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk: Fortschreibung 2005 der GMA-Markt- und Standortuntersuchung 1999. Ludwigsburg.

6 Entwicklungsspielräume des Balinger Einzelhandels

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (**Prognosehorizont: 2030**) des Einzelhandels in der Stadt Balingen erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als **Orientierungsrahmen** zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Stadt Balingen fließen folgende Faktoren ein:

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse erstellt (vgl. dazu Kapitel 4 und 5). Insbesondere der warengruppenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung künftiger Entwicklungsspielräume ein.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern/Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität³⁰ wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenten gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit leicht steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für Balingen von einer konstanten Entwicklung der Flächenproduktivitäten ausgegangen.

Bevölkerungsentwicklung in Balingen und dem Umland bis 2030

Die vorliegenden Bevölkerungsvorausberechnungen des Statistischen Landesamts Baden-Württemberg prognostizieren für die nächsten Jahre für die Stadt Balingen und den Landkreis Balingen eine **abnehmende Bevölkerungsentwicklung** bis 2030. Ausgehend von dem Basisjahr 2015 (rd. 34.000³¹) geht das Statistische Landesamt Baden-Württemberg von einer Einwohnerzahl bis 2030 von rd. 34.200³² aus. Dies entspricht einem Zuwachs von rd. + 0,3 %. Für den Zollernalbkreis Balingen wird auch eine positive Bevölkerungsentwicklung prognostiziert. Ausgehend vom Basisjahr 2015 (rd. 188.600³³) wird für die übrigen Städte und Gemeinden im Landkreis Balingen eine Bevölkerungsabnahme von knapp + 0,5 % (absolut: 189.700) prognostiziert. Der Abschätzung der quantitativen Entwicklungsspielräume werden demnach konstante Bevölkerungs- und Kundenzahlen zugrunde gelegt, da nicht davon aus-

³⁰ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

³¹ Quelle: Einwohnerzahl der Stadt Balingen (Stand: 12/2015)

³² Quelle: Prognose nach Website des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg (www.statistik.baden-wuerttemberg.de)

³³ Quelle: Website des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg (www.statistik.baden-wuerttemberg.de)

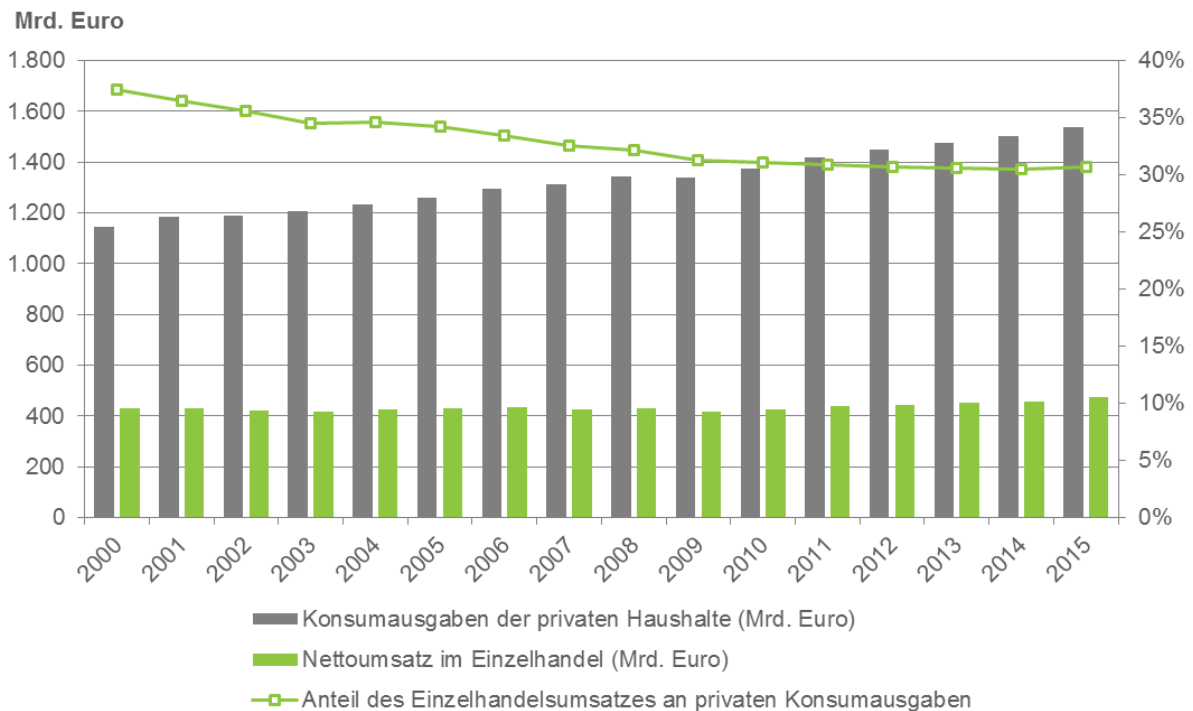
gegangen werden kann, dass die Bevölkerungsentwicklung deutlich steigt und sich damit das Kaufkraftpotenzial erhöht.

Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben

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

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

Abbildung 27: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)



Quelle: eigene Darstellung nach EHI Retail Institute 2016 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2016 (www.destatis.de)

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Deutlich zugenommen haben jedoch vor allem die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit dem Jahr 2003 um mehr als vier Prozent-

punkte auf einen Anteil von aktuell rund 30 % zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend³⁴.

- In der Summe **stagnieren** somit die **einzelhandelsrelevanten Ausgaben** weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen **Einzelhandelsumsatz**, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen –3 und +3 % weitestgehend stagniert (2015: rd. 470 Mrd. Euro)³⁵.

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen³⁶ Kaufkraft zu rechnen ist.

Jedoch sollten **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** berücksichtigt werden, d. h. es erfolgt eine Prognose, die verändernde Ausgabenanteile für einzelne Warengruppen berücksichtigt. Die Trends sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 18: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen

Warengruppe	Ausgabenanteile
Nahrungs- und Genussmittel	
Gesundheits- u. Körperpflegeartikel	
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	
Bekleidung	
Schuhe / Lederwaren	
GPK / Haushaltswaren	
Spielwaren / Hobbyartikel	
Sport und Freizeit	
Wohneinrichtung / Möbel	
Elektro / Leuchten	
Elektronik / Multimedia	
Medizinische und orthopädische Artikel	
Uhren / Schmuck	
Bau- und Gartenmarktsortimente	

Quelle: eigene Darstellung nach EHI Retail Institute 2014 (www.handelsdaten.de); Handelsjournal: Factbook Einzelhandel 2007-2014

³⁴ EHI Retail Institute 2016 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2016 (www.destatis.de): Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Konsumausgaben der Privathaushalte in Deutschland 2004 bis 2014 (in Prozent)

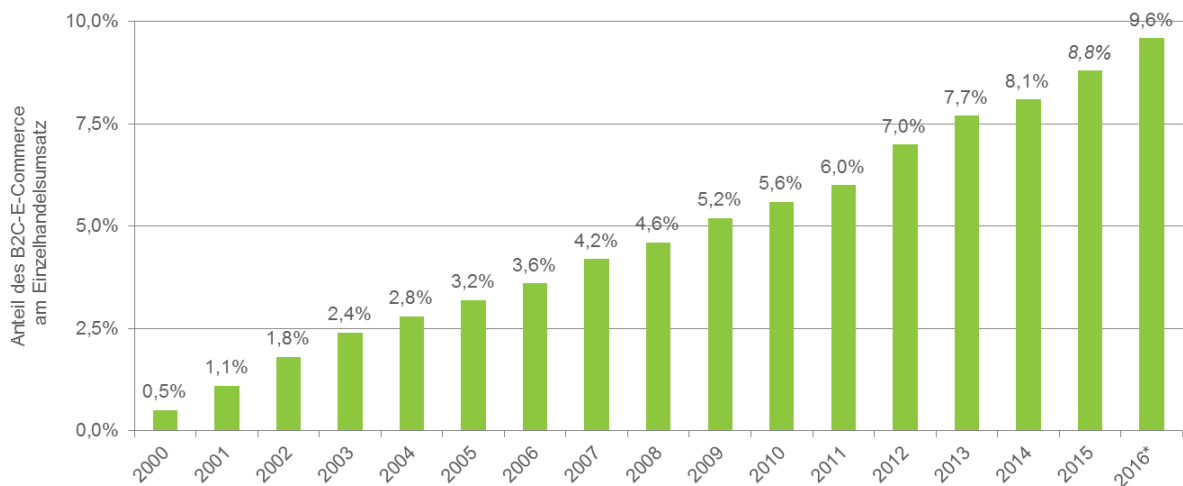
³⁵ EHI Retail Institute 2016 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2016 (www.destatis.de): Nettoumsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland von 2000 bis 2015 mit Prognose für 2016 (in Milliarden Euro)

³⁶ Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

Entwicklung des E-Commerce (=Onlinehandel)³⁷ in Deutschland

Ein Trend, der den stationären Einzelhandel auch zukünftig vor große Herausforderungen stellen wird, ist der sogenannte E-Commerce. Die Vorteile des Onlinehandels, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte in das Haus haben in den vergangenen Jahren zu einem sukzessiven Bedeutungszuwachs dieses Vertriebsweges geführt. Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 2,3 Mrd. Euro im Jahr 2000 bis auf rund 42 Mrd. Euro im Jahr 2015. Für das Jahr 2016 wird eine weitere Zunahme auf rund 46 Mrd. prognostiziert³⁸. Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entsprechen diese Werte relativen Umsatzanteilen von ca. **0,5 %** im Jahr 2000 bzw. ca. **8,8 %** im Jahr 2015 (vgl. nachfolgende Abbildung 28).

Abbildung 28: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2016)



Basis: Nettoumsätze; Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken; *Prognose

Quelle: eigene Darstellung nach EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de

Grundsätzlich werden inzwischen nahezu alle Sortimente über den Internethandel vertrieben, jedoch ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß der Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und

³⁷ „E-Commerce – der elektronische Handel E-Commerce umfasst alle Ein- und Verkäufe von Waren und Dienstleistungen, die über elektronische Netze wie etwa das Internet oder EDI (Electronic Data Interchange) getätigt werden. EDI ist der elektronische Datenaustausch in strukturierter Form (zum Beispiel auf Basis des Standards EDI FACT) zwischen Computersystemen verschiedener Unternehmen über so genannte Standleitungen, bei denen der Datenaustausch beispielsweise über Telefonleitungen erfolgt. Voraussetzung einer E-Commerce-Aktivität ist die Bestellung von Waren oder Dienstleistungen über diese elektronischen Netze, Zahlung und Lieferung können online oder auf herkömmlichen Wegen erfolgen. Bestellungen per E-Mail sind darin nicht enthalten.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; www.destatis.de, zuletzt zugegriffen am 04.02.2016)

³⁸ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Nettoumsatz im B2C-E-Commerce in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2015 mit Prognose für 2016 (in Milliarden Euro), Zugriff unter www.handelsdaten.de

Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2014 rund 55 % des im interaktiven Handel³⁹ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe sowie Haushaltswaren und -geräte erwirtschaftet⁴⁰. Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig die Umsatzzahlen und -zuwächse im Onlinehandel bestimmen. Bislang relativ gering sind mit rund 2 % die Anteile der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel an den Umsätzen des Online-Handels⁴¹, aber auch hier werden deutliche Zuwächse prognostiziert.

Trotz dieser aktuell hohen Zuwachsraten, wird der Onlinehandel den stationären Handel jedoch auch zukünftig nicht ersetzen können. Verschiedene Einkaufsmotive, wie die persönliche Beratung im Geschäft, das Aus- bzw. Anprobieren des jeweiligen Produktes und / oder die direkte Verfügbarkeit der Ware, genießen in Kundenkreisen weiterhin ebenfalls einen hohen Stellenwert. Ein Beleg für die anhaltende Attraktivität auch des stationären Einzelhandels ist nach wie vor die dynamische Verkaufsflächenentwicklung: So ist im letzten Jahrzehnt die bundesweite Gesamtverkaufsfläche im stationären Einzelhandel um rund 13 % von 109 Mio. m² im Jahr 2000 auf knapp 123,1 Mio. m² im Jahr 2014 angestiegen⁴².

Es sind jedoch nicht die reinen Online-Händler (Pure Player), die die Veränderungen im Einzelhandel bestimmen, vielmehr gewinnen **Multichannel-Konzepte**⁴³ an Bedeutung. Während vormals reine Online-Händler mittlerweile auch Ladenlokale im stationären Handel eröffnen (z. B. Cyberport), gehen einst ausschließlich stationäre Händler auch online. Es werden in diesem Zuge unterschiedlichste Mischformen entwickelt, wie beispielsweise Bestellung im Internet, Abholung im Laden vor Ort oder Umtausch oder Retoure vor Ort.

Zudem kann auch der stationäre Einzelhandel vom multioptionalen Kunden bzw. dem oben genannten Multi-Channel-Konzept profitieren. Unter anderem über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Für den Non-Food-Einzelhandel im Jahr 2015 werden die nachfolgend aufgelisteten Umsatzanteile je Vertriebsweg prognostiziert: 73 % rein stationär erzielte Umsätze, 10 % rein online erzielte Umsätze und 17 % Umsatzgenerierung mittels Multi-Channel-Konzept⁴⁴.

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Onlinehandel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswe-

³⁹ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen

⁴⁰ vgl. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Daten abrufbar unter www.bevh.org

⁴¹ ebenda

⁴² vgl. EHI Retail Institute Köln 2016. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de

⁴³ Bei dem Multi-Channel-Konzept verknüpfen die Kunden die positiven Implikationen eines jeden Vertriebsweges ohne bewusst zwischen stationärem Handel und Onlinehandel zu unterscheiden. Auch der Einzelhandel entdeckt zunehmend die neue Wertigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle und versucht über die verstärkte Verknüpfung der einzelnen Absatzwege ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen.

⁴⁴ vgl. EHI Retail Institute Köln 2013. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de

ge zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Vor allem gilt es in erster Linie, die Stärken des stationären Einzelhandels in Balingen zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes das städtische Zentrum zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln.

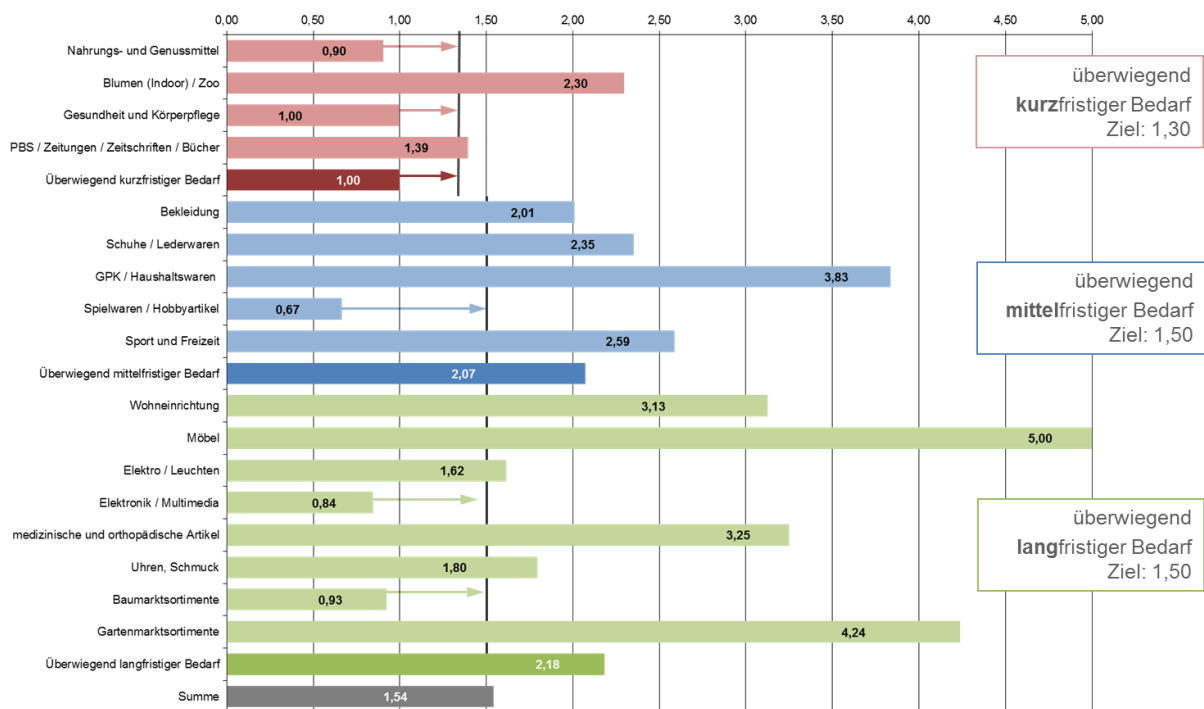
Zielzentralitäten für das Jahr 2030

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der **raumordnerischen Versorgungsfunktion** Balingens als Mittelzentrum, der **regionalen Wettbewerbssituation** sowie der **lokalen Bevölkerungsentwicklung**. Entsprechend der landesplanerischen Versorgungsaufgabe übernimmt die Stadt Balingen ebenfalls eine Versorgungsaufgabe für den zugewiesenen Verflechtungsbereich.

Unter Berücksichtigung dieser Überlegungen sowie unter Einbeziehung der vorangestellten Parameter ergeben sich für die Stadt Balingen bis zum Jahr 2030 folgende Zielzentralitäten:

- In der Modellrechnung wird im Hinblick sowohl auf eine **optimale Vollversorgung** der in Balingen lebenden Bevölkerung in den Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfs** als auch bedingt durch **Nachfragepotenzial** im zugewiesenen Verflechtungsbereich für diese Bedarfsstufe eine Zielzentralität von maximal **1,1** angenommen.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** können entsprechend der **mittelzentralen Versorgungsfunktion** Balingens (in Abhängigkeit von der jeweiligen Warengruppe) Zielzentralitäten von maximal **1,5** angenommen werden. Diese Werte werden in nahezu allen Warengruppen bereits heute erreicht beziehungsweise zum Teil deutlich überschritten, was bereits aktuell auf eine (unter quantitativen Gesichtspunkten) überdurchschnittliche Angebotsausstattung in diesem Bedarfsbereich schließen lässt.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** kann, unter Berücksichtigung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, eine Zielzentralität von maximal 1,5 angenommen werden. Diese Zentralität wird bereits heute in einigen Warengruppen erreicht.

Abbildung 29: Zielzentralitäten für die Stadt Balingen



Quelle: eigene Darstellung; GPK = Glas / Porzellan / Keramik

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Balingen nur in wenigen Warengruppen absatzwirtschaftlich zusätzliche tragfähige **Verkaufsfächenpotenziale und Entwicklungsspielräume bzw. Entwicklungserforderlichkeiten**, die eine relevante Größenordnung zur Ansiedlung neuer beziehungsweise zur Erweiterung bestehender Einzelhandelsbetriebe erkennen lassen:

- In den Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfs** sind unter quantitativen Gesichtspunkten kleinere Entwicklungserforderlichkeiten mehr gegeben. Insbesondere in Bezug auf die wohnungsnah Grundversorgung der Einwohner (Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** sowie **Gesundheit und Körperpflege**) hat die zukünftige Einzelhandelsentwicklung im Balingener Stadtgebiet auf eine qualitative Aufwertung (u. a. die Angebotsqualität) sowie eine räumliche Optimierung des bestehenden Angebotes abzielen (vgl. hierzu auch Kapitel 5.4). Diesbezüglich ist darauf hinzuweisen, dass durch die Erweiterung einzelner Anbieter sich die Zentralität im Bereich Nahrungs- und Genussmittel zukünftig erhöhen wird.
- Auch in den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfs** zeigen sich kaum quantitative Entwicklungserforderlichkeiten – lediglich in der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel – besteht noch eine quantitative Möglichkeit zur Arrondierung des bestehenden Angebotes. Insbesondere in Bezug auf die zentrumsprägenden Leitsortimente **Bekleidung** und **Schuhe/Lederwaren** ist eine qualitative Verbesserung des derzeitigen Angebotes sowie eine räumliche Konzentration auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu empfehlen.
- Im langfristigen Bedarfsbereich zeigen sich ebenfalls in wenigen Warengruppen noch quantitative Entwicklungserforderlichkeiten. Lediglich in der Warengruppe der Bau-

marktsortimente und in der Warengruppe Elektro / Multimedia zeigen sich Entwicklungsspielräume. In Abhängigkeit von der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente (vgl. Kapitel 7.7) ist bei der möglichen Erweiterung des derzeitigen Angebotsbestandes vor allem auf die räumliche Konzentration der jeweiligen Anbieter auf die stadtentwicklungspolitisch wünschenswerten Standorten zu achten (vgl. hierzu auch Kapitel 7.3).

Aus den vorangestellten Ausführungen wird deutlich, dass sich (insbesondere neue) Einzelhandelsbetriebe nicht wahllos im Stadtgebiet niederlassen sollten, nur um den jeweiligen, warengruppenspezifischen Zentralitätswert zu erhöhen. Potenzielle Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben im Balingener Stadtgebiet sind zukünftig in einem ersten Schritt anhand folgender Kriterien zu bewerten:

- Soll das Vorhaben an einem städtebaulich (und konzeptionell) sinnvollen Standort realisiert werden?
- Welche Gesamtverkaufsfläche soll das Vorhaben umfassen und welchem Betriebstyp ist das Vorhaben zuzuordnen?
- Kann das Vorhaben eine Ergänzungsfunktion zu bereits bestehenden Angeboten übernehmen? Ergeben sich Synergieeffekte?

Ausdrücklich hinzuweisen ist auf den Umstand, dass die in Abbildung 29 mit Pfeilen dargestellten quantitativen Entwicklungsmöglichkeiten lediglich einen „Orientierungscharakter“ darstellen und nicht als absolute Obergrenze zu verstehen sind. Die absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit sowie insbesondere die städtebauliche Verträglichkeit eines konkreten Vorhabens in Bezug auf Lage, Art und Umfang sind durch entsprechende Analysen sicherzustellen. Darüber hinaus sind einer „zügellosen“ Ausweitung von Verkaufsflächen in der Stadt Balingen Grenzen gesetzt, da zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies auch zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten beziehungsweise einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit von der Relevanz eines Vorhabens. Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten können zur Verbesserung und Attraktivierung des Balingener Einzelhandelsangebotes beitragen. Wichtiger Eckpunkt ist in diesem Zusammenhang, dass zusätzliche Einzelhandelsangebote nur an den „richtigen“ Standorten zu realisieren sind. In der Regel bedeutet dies, dass zentren- und auch nahversorgungsrelevante Angebote in die zentralen (Einzelhandels-) Bereiche der Stadt Balingen gelenkt werden, da eine Konzentration an ungeeigneten, städtebaulich nicht integrierten Standorten Umsatzumverteilungseffekte zulasten der bestehenden Zentren- und Versorgungsstrukturen bedingen kann. Ebenso besitzt die Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung durch die räumlich-funktionale Zuordnung nahversorgungsrelevanter Angebote sowohl zu den Zentren als auch unmittelbar zu den Wohnsiedlungsbereichen hohe Priorität. Dies ist jedoch nicht als grundsätzlicher Konkurrenzschutz oder als Wettbewerbsverzerrung zu verstehen. Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung von potenziellen Ansiedlungsvorhaben sowie von Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

7 Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen

Die Betrachtung der aktuellen Nachfrage- und Angebotsituation (vgl. Kapitel 4 und Kapitel 5) sowie die Überlegungen der daraus ableitbaren Entwicklungsspielräume (vgl. Kapitel 6) zeigen, dass sich **Spielräume** hinsichtlich stadtentwicklungspolitisch wünschenswerter Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotsituation** ergeben. Darüber hinaus sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Standorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Folglich sind Entwicklungsabsichten oder unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche weiterhin kritisch zu bewerten.

Es gilt vielmehr, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Balingener Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten beziehungsweise zu stärken sowie das einzelhandelsrelevante Angebot außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zentrenverträglich zu gestalten. Die Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen definiert zur Umsetzung dieser Ziele die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

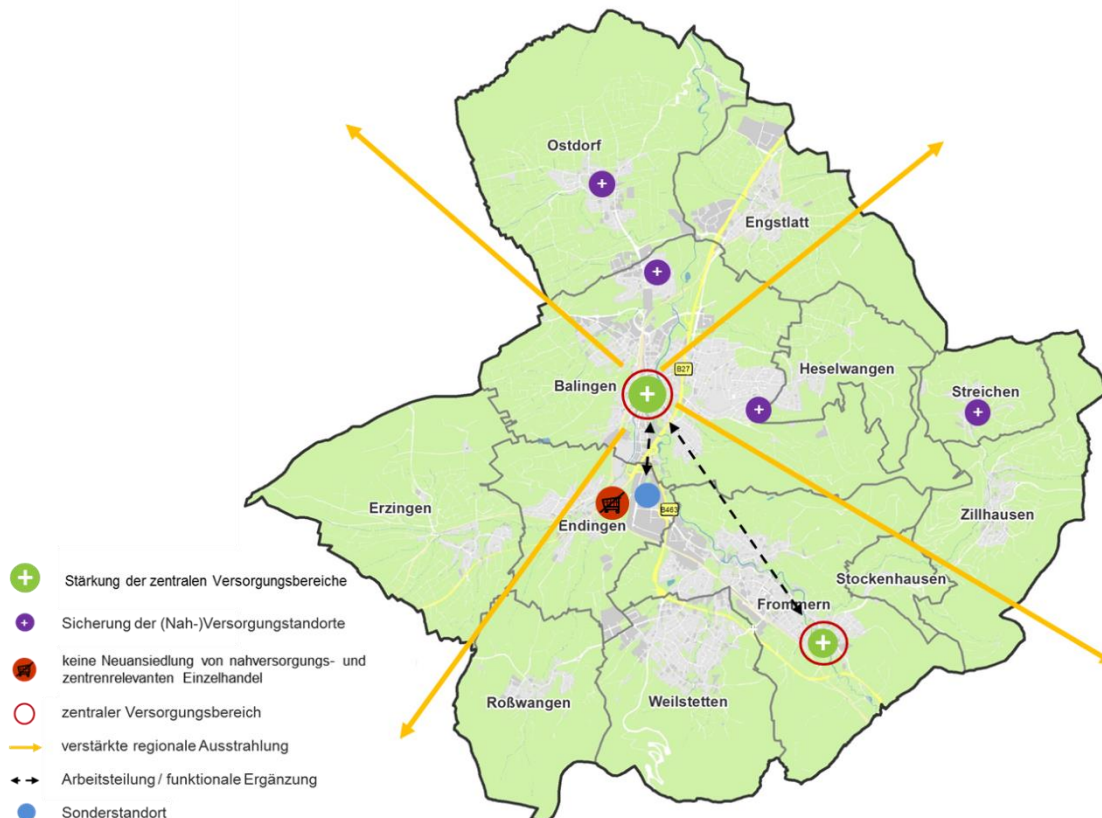
- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 7.1)
- Übergeordnete Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 7.2)
- Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 7.3)
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kapitel 7.4)
- Definition von Ergänzungsstandorten, insbesondere zur Ansiedlung von großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels (vgl. Kapitel 7.5)
- Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 7.6)
- Balingener Sortimentsliste (vgl. Kapitel 7.7)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 7.8)

7.1 Räumliches Entwicklungsleitbild

Der Einzelhandelsstandort Balingen soll nach wie vor seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf bestimmte Standortbereiche** zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden und der Entwicklungsfokus auf den zentralen Versorgungsbereich sowie eine möglichst wohnungsnah Grundversorgung zu richten.

Das bereits mit der aktuellen Einzelhandelskonzeption umgesetzte gesamtstädtische **Leitbild** der „räumlich-funktionalen Gliederung“ hat sich diesbezüglich grundsätzlich etabliert und in der Umsetzung bewährt. Es ist dementsprechend **fortzuschreiben** und an die **aktuelle Einzelhandelsentwicklung** im Stadtgebiet (*konzeptionelle Einbeziehung des Sonderstandortes Gehr, konzeptionelle Überplanung von drei zentralen Versorgungsbereichen*) **anzupassen**.

Karte 14: Räumliches Entwicklungsleitbild



Quelle: schematische Darstellung auf Geodatenbasis

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größen-spezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert werden und (möglicherweise) eine bessere Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung erreicht werden. Durch ergänzende Zielvorgaben seitens der Stadt Balingen (vgl. Kapitel 7.2) bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auf die Balingener Innenstadt, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Balingen können – durch das Zusammenwirken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandelsentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden.
- Aus **politischer** und **planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbildes mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investitionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch der bestehenden Betreiber – ist somit weiterhin gegeben. Die Stadtplanung wird ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht und die aktive Rolle von Politik und Verwaltung in der Stadtplanung bleibt

erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung des Balinger Einzelhandels wird zudem das Entwicklungsziel einer attraktiven und lebendigen Innenstadt unterstützt.

- Aus **rechtlicher Sicht** nutzt die Stadtplanung auch weiterhin ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten, was eine zielgerichtete und konsequente Anwendung des rechtlichen Instrumentariums bedeutet. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitverfahren, werden erleichtert.

Das Entwicklungsleitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Balingen ist in sich konsequent und es erfolgen klare **räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen** im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt. Zugleich wird ein **ruinöser Wettbewerb ausgeschlossen**, der ausschließlich zu Lasten der Balinger Innenstadt ginge.

7.2 Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Bereits in den letzten Einzelhandelskonzeptionen wurden – basierend auf der damaligen einzelhandelsspezifischen Situation in der Stadt Balingen und den daraus resultierenden Bewertungen – übergeordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung definiert. In Anbetracht der seitdem vollzogenen positiven Einzelhandelsentwicklung (u. a. kein weiterer Ausbau zentrenrelevanten Einzelhandels an stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten, stabile Einzelhandelsentwicklung insbesondere in der Innenstadt) ist es zu empfehlen, an den einzelhandelsrelevanten Zielen zur Einzelhandelsentwicklung grundsätzlich festzuhalten und diese – entsprechend der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation in Balingen – **fortzuschreiben und anzupassen**.⁴⁵

- **Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in der Stadt Balingen**

Die Attraktivität eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die Qualität des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Balingen attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten bzw. zu sichern. Ein Ziel bleibt es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen bzw. zu erhalten, das der Versorgungsfunktion der Stadt Balingen als Mittelzentrum innerhalb der Region gerecht wird. Dies hat zwangsläufig zur Folge, dass die Einzelhandelsent-

⁴⁵ Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

wicklung in die einzelnen, sich räumlich-funktional ergänzenden Standortbereiche gemäß der ihnen zuerkannten Versorgungsfunktion gelenkt wird. So kommt der Balingener Innenstadt eine zentrale Bedeutung nicht nur für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren innerstädtischen Funktionen wie Kultur, Verwaltung, Gastronomie etc. zu. Daneben ist es Aufgabe der übrigen solitären Nahversorgungsstandorte sowie des Ergänzungsstandortes die Angebotsituation der Innenstadt zu ergänzen.

■ **Sicherung und Stärkung der landesplanerischen Versorgungsfunktion Balingen als Mittelzentrum**

Ein bedeutendes stadtentwicklungspolitisches Ziel für die Stadt Balingen bleibt weiterhin die Erfüllung der raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit ausreichend erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,54). Diese Entwicklung und auch weitere Ansiedlungsanfragen – insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten – offenbaren jedoch ein kontinuierliches Investitionsinteresse am Standort Balingen. Diesbezüglich würde eine Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte eine Angebotsverschiebung auch in städtebaulich nicht integrierte Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadt Balingen bleibt es daher, einer solchen drohenden räumlichen „Schieflage“ und ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation zu begegnen und die Funktion als Mittelzentrum gesamtstädtisch – insbesondere jedoch mit Fokus auf die Balingener Innenstadt als (regional) bedeutsames „Aushängeschild“ – langfristig zu erhalten.

■ **Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß des Entwicklungsleitbildes**

Wesentliche Grundlage für eine konkurrenzfähige und attraktive Einzelhandelssituation der Stadt Balingen ist eine ausgewogene, hierarchisch und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten in dem zentralen Versorgungsbereich sowie grundversorgungsrelevanten Sortimenten an ergänzenden Versorgungsstandorten. Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen, zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren.

Dasselbe gilt für auf den Versandhandel spezialisierte Einzelhandelsbetriebe, die neben dem umfangreichen Online-Vertrieb über ein (kleinteiliges) Ladenlokal in beispielsweise Gewerbegebieten oder sonstigen städtebaulich nicht integrierten Lagen verfügen. Sofern in diesen Betrieben zentrenrelevante Sortimente angeboten werden, treten diese Betriebe in direkter Konkurrenz zum Angebot – insbesondere zur Innenstadt – und können (eine ausreichend

große Betriebsanzahl vorausgesetzt) die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Entwicklung der Innenstadt negativ beeinflussen. Die Förderung eines derartigen Betriebskonzeptes sollte im Hinblick auf die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Balingen unterbunden werden.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den Ergänzungsstandorten ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

- **Sicherung und Stärkung der Balingener Innenstadt als bedeutsamster Einkaufsstandort und attraktiver historischer Stadtkern mit regionaler Ausstrahlungskraft**

Die Balingener Innenstadt stellt einen historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigen Einzelhandelsstandort innerhalb Balingens dar, der sich durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt ist insbesondere das Ergebnis der bisherigen Stadtentwicklungspolitik.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf den wichtigsten Hauptgeschäftsbereich gelegt werden. Eine die zentralen Strukturen stärkende Einzelhandelsentwicklung hat dabei nicht nur die derzeitige Versorgung der im Stadtgebiet und im Einzugsgebiet lebenden Einwohner im Blick, sondern gibt zugleich Antworten auf die zu erwartenden demographischen Veränderungen. Die Kunden von (über-)morgen werden weniger, im Durchschnitt älter sowie, mit zunehmendem Alter, immobiler. Zugleich ist davon auszugehen, dass die Mobilitätskosten zukünftig weiter steigen werden. Die Konzentration der Einzelhandelsnutzung in dem zentral gelegenen gewachsenen Ortskern sichert demnach nicht nur die Versorgung der immobilen Bewohner von (über-)morgen sondern schafft für die hier ansässigen Einzelhandelsbetriebe (mittel- bis langfristig) Synergieeffekte und Führungsvorteile gegenüber Betrieben an autokundenorientierten Standorten, so dass der Fortbestand dieser Betriebe sowie die Versorgungsfunktion des Geschäftsbereiches gesichert ist.

- **Sicherung und (soweit notwendig) Ausbau einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch funktionsfähige Nahversorgungsstandorte und durch das Nahversorgungszentrum Frommern**

Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen strategischen Einzelhandelsplans. Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten betriebswirtschaftliche Notwendigkei-

ten⁴⁶ gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf räumlich abgesetzte Siedlungsbereiche in den Stadtteilen außerhalb der Kernstadt Balingen mit ihren im Vergleich zu der Kernstadt teilweise sehr niedrigen Einwohnerzahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur in der Stadt Balingen zu schaffen bzw. zu erhalten. Primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte als auch das Nahversorgungszentrum in Frommern zu erhalten und (soweit es geht) zu stärken.

■ **Gezielte und geordnete Entwicklung des großflächigen, zentrenrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels**

Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11 (3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bewirken, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine starke Stadtplanung konsequent gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit sowohl zentren- als auch nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgehen. Deshalb ist die gezielte und geordnete Entwicklung dieser Betriebe in den zentralen Versorgungsbereich bzw. an die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

Standorte bzw. Standortgemeinschaften des großflächigen Einzelhandels, die sich außerhalb der gewachsenen Zentren befinden, sind – im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung – ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer i. d. R. autokundenorientierter Standorte) bzw. Umnutzung und Erweiterung bestehender Betriebe eine Verträglichkeitsanalyse i. S. v. § 11 (3) BauNVO – auf der Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Grundsätze der Einzelhandelskonzeption der Stadt Balingen – durchzuführen ist. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Grundsätzlich sind Ergänzungsstandorte für die Aufnahme von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten prädestiniert, so dass sie – in Ergänzung zu den Einzelhandelsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen – zu einer Komplettierung des städtischen Einzelhandelsangebots beitragen.

■ **Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe**

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel eine mögliche Entwicklungsoption.

⁴⁶ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingt.

7.3 Standortstrukturmodell

Auf Basis der Angebots- und Nachfrageanalyse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Balingen sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung werden die räumlichen Angebotsschwerpunkte im Balingener Stadtgebiet unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereichs in das Standortstrukturmodell haben das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestaltung des Standortes. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden ist.

Dementsprechend stellt sich die zukünftige Standortstruktur des Balingener Einzelhandels wie folgt dar:

Abbildung 30: Standortstrukturmodell



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftszentrum“

Dieser Zentrentyp zeichnet sich idealtypisch⁴⁷ durch folgende Merkmale aus:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,

⁴⁷ Diese „idealtypische Ausstattung“ ist nicht im Sinne einer Mindestausstattung zu verstehen (vgl. OVG NRW, Urteil vom 15. Februar 2012 – 10 D 32/11.NE). In Abhängigkeit von der Siedlungsstruktur sowie der räumlichen Verteilung insbesondere des nahversorgungsrelevanten Angebotes im Stadtgebiet, können auch Bereiche mit einem nicht der „idealtypischen Ausstattung“ entsprechendem Angebot als Nahversorgungszentren ausgewiesen werden.

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

Entsprechend der vorangestellten Kriterien wird der **Balinger Hauptgeschäftsbereich als zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Balingen“** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung⁴⁸ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum“

Dieser Zentrentyp ist vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- Versorgungsfunktion für den Ortsteil bzw. umliegende Wohngebiete,
- Vorhandensein mindestens eines strukturprägenden Betriebes des kurzfristigen Bedarfsbereiches (v. a. im Lebensmittelbereich), ergänzende kleinflächige Anbieter und Randsortimente aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, hinsichtlich der gesamten Warenpalette lückenhaft und wenig differenziert,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- geringes bzw. eingeschränktes Dienstleistungsangebot,
- vereinzelt Gastronomie

Entsprechend der vorangestellten Kriterien wird das **Nahversorgungszentrum Frommern als zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Frommern“** mit stadtteilweiter Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung⁴⁹ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

⁴⁸ „‘Zentrale Versorgungsbereiche‘ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...]. Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05).

⁴⁹ „‘Zentrale Versorgungsbereiche‘ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...]. Dem Bereich

Die in der Einzelhandelskonzeption 2005 als auch in weiteren Einzelgutachten für die Nahversorgung als Nahversorgungszentren definierten Angebotsstandorte in Schmiden und Heselwangen / Neige entwickeln aufgrund ihres aktuellen Besatzes keinen Zentrencharakter. Vielmehr sind diese ehemaligen Nahversorgungszentren durch zum Teil solitär gelegene Lebensmittelanbieter geprägt. Darüber hinaus sind keine städtebaulichen Merkmale vorhanden, die zur Bildung eines zentralen Versorgungsbereiches beitragen.

Aus heutiger Sicht können deshalb diese Standortbereiche nicht die Funktion von **zentralen Versorgungsbereichen als Nahversorgungszentrum** übernehmen. Sie werden zukünftig als etablierte und städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte eingestuft, wenn zumindest ein strukturprägender Lebensmittelanbieter an dem jeweiligen Standort vorhanden ist.

Solitäre Nahversorgungsstandorte

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in **städttebaulich integrierter Lage**, an denen zumindest ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden fußläufigen Nahversorgung der Balingener Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche in Balingen geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung im Sinne von § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (im Sinne einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnah Grundversorgung der Bevölkerung auswirken.

Im Balingener Stadtgebiet gibt es aktuell vier solcher Angebotsstandorte, die als solitäre Nahversorgungsstandorte zu definieren sind:

- Auf Schmiden (derzeit nah & gut),
- Lisztstraße (derzeit Edeka),
- Dorfwiese (derzeit Edeka) sowie
- Katharinenstraße (derzeit nah & gut).

Als sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels qualifizieren sich jene Standorte in **städttebaulich nicht-integrierter Lage**, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist. Sie dienen – primär für Pkw-orientierte Kundschaft – der ergänzenden Grundversorgung der Balingener Bevölkerung, leisten jedoch aufgrund ihrer Lage **keinen Beitrag zur ergänzenden fußläufigen Nahversorgung**. Somit sollten Veränderungen dieser Standorte (im Sinne von Verkaufsflächenerweiterungen) restriktiv behandelt werden. Diese Standorte stellen im Umkehrschluss somit auch kein bauleitplanerisches Schutzgut dar.

muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05).

Im Balingener Stadtgebiet sind folgende Angebotsstandorte als sonstige Grundversorgungsstandorte in städtebaulich nicht integrierter Lage zu definieren:

- Albrechtstraße (derzeit Aldi Süd),
- Fischerstraße (derzeit E-Center),
- Lange Straße (derzeit Real Food-Markt) sowie
- Lange Straße (derzeit Aldi Süd).

Ergänzungs- / Sonderstandorte

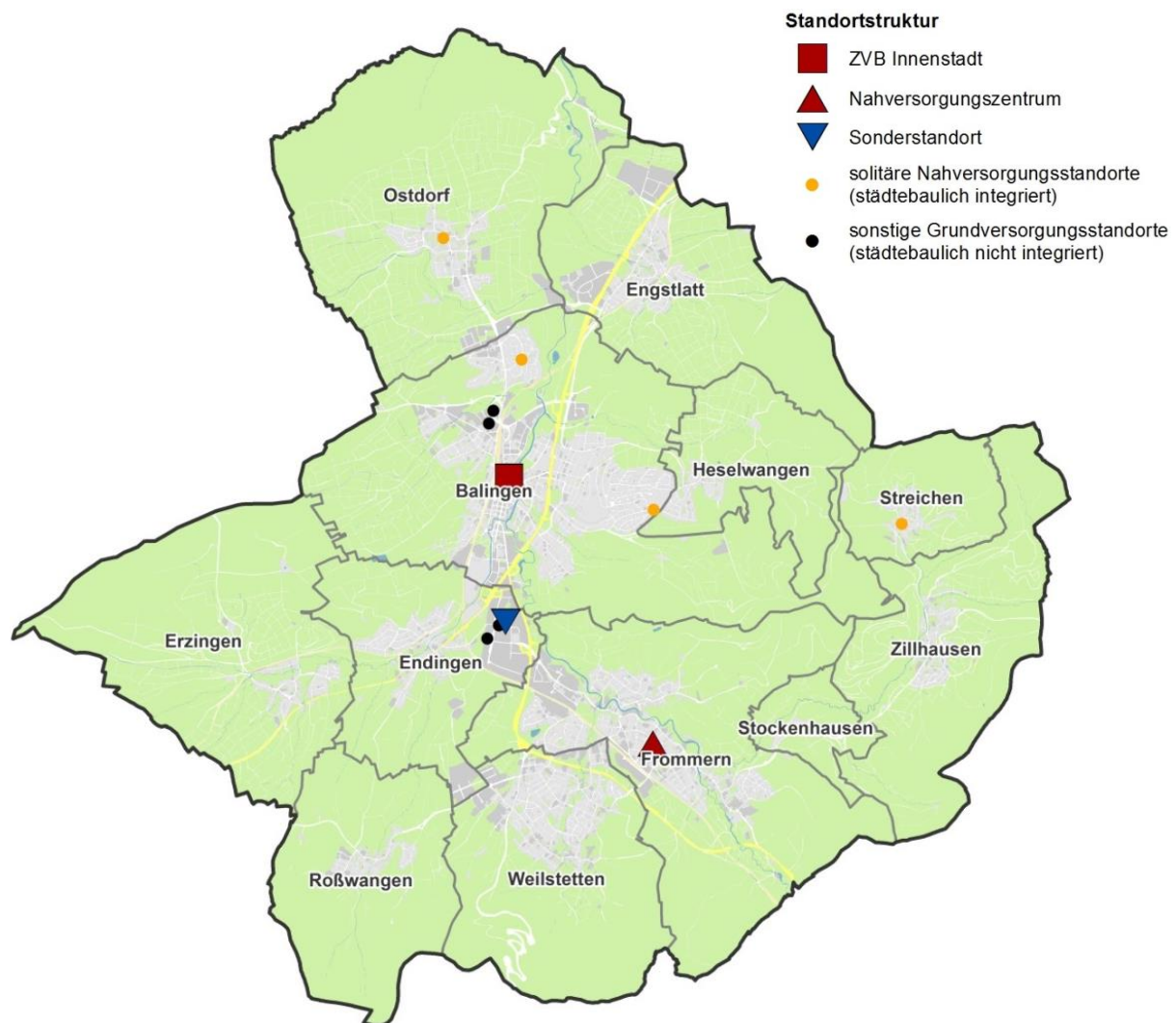
Dieser Angebotsstandort zeichnet sich idealtypisch durch folgende Merkmale aus:

- gesamtstädtische(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet/Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- in der Regel kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Entsprechend den vorangestellten Kriterien kann mit dem Gewerbegebiet Gehr ein solcher Angebotsstandort im Balingener Stadtgebiet als Sonderstandort, insbesondere zur Ansiedlung großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels, definiert werden.

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche im Balingener Stadtgebiet stellt sich wie folgt dar:

Karte 15: Perspektivische Standortstruktur in der Stadt Balingen



Quelle: schematische Darstellung auf Geodatenbasis; ZVB = zentraler Versorgungsbereich

7.4 Zentrale Versorgungsbereiche in Balingen

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition der zentralen Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse

Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁵⁰ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/ oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs, versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.⁵¹

Ergänzungs-/ Sonderstandorte und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der Literatur⁵² – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und/ oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. der Einzelhandelskonzeption) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium. Jedoch muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein.⁵³

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Mittlerweile auch geklärt ist die Frage, welche Kriterien an die (räumliche) Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche anzulegen sind. Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitpläne**

⁵⁰ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

⁵¹ vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

⁵² vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

⁵³ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen

nung. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung/ Entwicklung einer funktional gegliederten Zentrenhierarchie unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Zentrenstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne der Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bilden, also nach wie vor die **Balinger Innenstadt und das Nahversorgungszentrum Frommern**.

Wichtige Abgrenzungskriterien des zentralen Versorgungsbereiches sind der Besitz der Erdgeschoss mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

- wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um **perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen**, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen des zentralen Versorgungsbereiches stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entschei-

dungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Balinger Sortimentsliste; siehe Kapitel 7.7) unabdingbar.

In der Karte 18 wird der zentrale Versorgungsbereich in der Balinger Innenstadt auf mikro-räumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzung wurde auf Basis der vorgestellten Kriterien vorgenommen und ist als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen heranzuziehen.

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 7.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung sowie der Versorgungssituation in den jeweiligen Stadtteilen vorgenommen. Grundsätzlich gilt der zentrale Versorgungsbereich als Entwicklungsbereich für den Einzelhandel, wobei sich die spezifische Notwendigkeit einer quantitativen Erweiterung an den Entwicklungsempfehlungen zur zukünftigen Versorgungsfunktion und der Angebotssituation im jeweiligen Stadtteil der Stadt Balingen orientiert.

7.4.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Balingen

Die Innenstadt der Stadt Balingen als Hauptgeschäftsbereich ist sowohl unter qualitativen (sprich: städtebaulichen) als auch unter quantitativen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotsstandort in der Stadt Balingen. Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt, wie in Karte 16 dargestellt.

Die **räumliche Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereiches wird im Wesentlichen durch die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie der ortsansässigen Dienstleister und weiteren zentrenprägenden Einrichtungen bestimmt. Dementsprechend ist die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, bis auf einige kleinere Abweichungen (u. a. Anpassung an parzellenscharfe Flurstücksgrenzen), weitestgehend identisch mit der Abgrenzung des Jahres 2005. Die Abgrenzung orientiert sich an dem Entwicklungsziel, ein räumliches „Ausfließen“ des Zentrums zu unterbinden (vgl. Kapitel 7.2) und die vorhandenen Flächen und Strukturen zu sichern. Trotz der vergleichsweise weiten Ausdehnung des Zentrums ist durch die vorhandene Nutzungsstruktur eine Kompaktheit des Zentrums als Stärke sichtbar. Dies liegt nicht zuletzt an einer sehr hohen städtebaulichen Qualität in der gesamten Innenstadt.

Der angesiedelte Einzelhandel dient nicht nur der Versorgung der Balinger Bevölkerung, sondern – v. a. im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufen – auch der angrenzenden Gemeinden im Verflechtungsbereich und nimmt deshalb mit seinen Nutzungsstrukturen eine herausragende Stellung als Frequenzbringer ein, der für die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität des Balinger Zentrums sorgt.

Weiterhin zählen zur Hauptlage des Balingener Einzelhandels im Wesentlichen die Einkaufsstraßen der Bahnhofstraße und der Friedrichstraße. Zusätzlich wird das Bild des Einzelhandels durch kleinere Stadtstraßen, die parallel zu der Hauptachse der Bahnhofstraße / Friedrichstraße laufen, geprägt. Neben den als **Hauptlage** zu qualifizierenden Straßenbereichen umfasst der zentrale Versorgungsbereich zahlreiche **Nebenlagen** (im Wesentlichen die Neue Straße und die Wilhelmstraße). Im Gegensatz zu den filialisierten Angeboten in der Hauptlage der Fußgängerzone befinden sich hier viele kleinteilige oftmals inhabergeführte Fachgeschäfte, die von einem stärkeren Dienstleistungs- und Gastronomiebesatz flankiert werden.

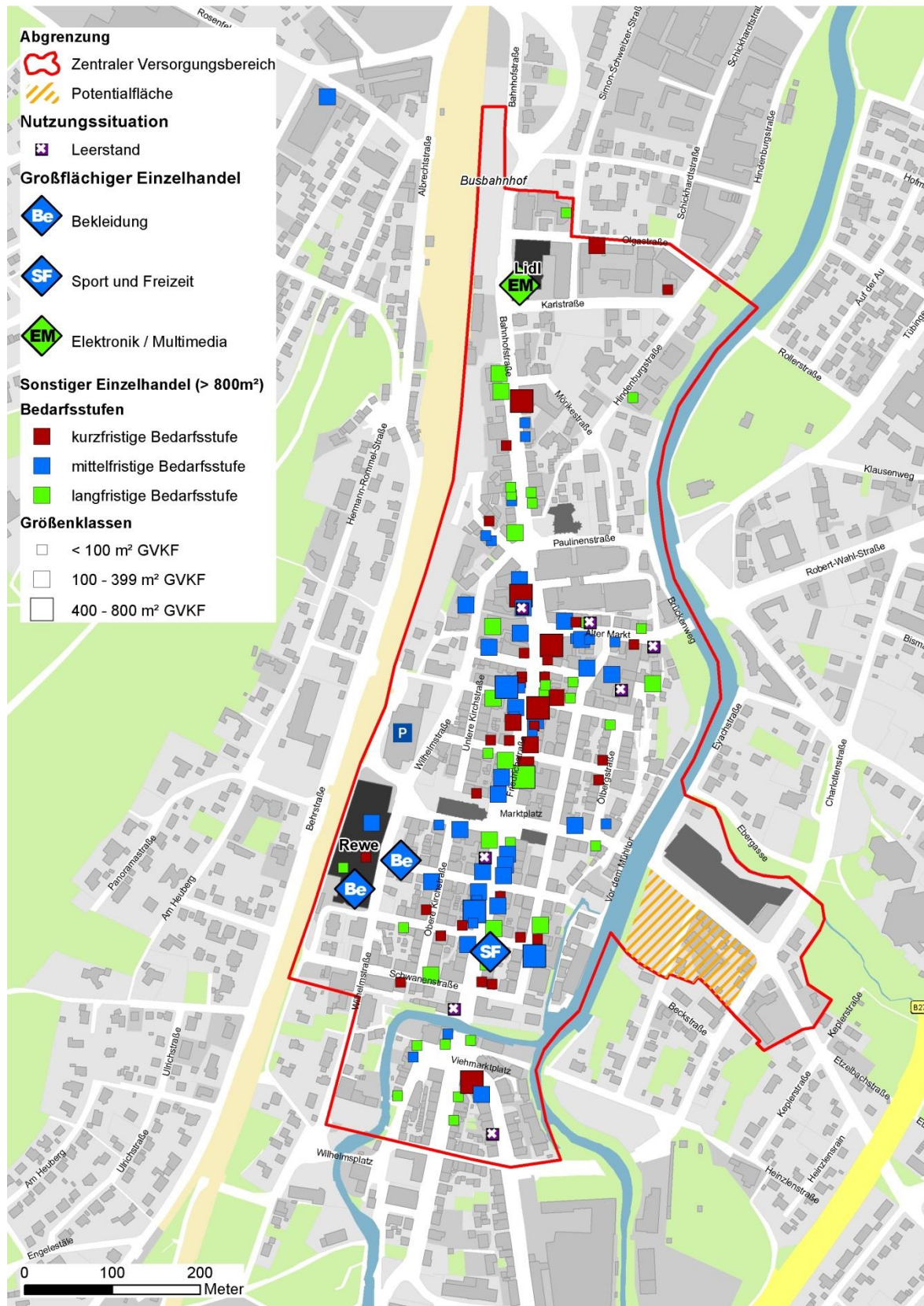
Seit 2005 hat sich die **Einzelhandelslandschaft** im Balingener Geschäftsbereich nicht wesentlich verändert. Jedoch hat die Stadt Balingen die städtebauliche Qualität in den letzten Jahren kontinuierlich verbessert und die Infrastruktur in der Innenstadt – insbesondere im öffentlichen Raum – modernisiert. Davon profitiert natürlich auch in erster Linie der Balingener Einzelhandel, der sich seit der letzten Einzelhandelskonzeption stabil positiv entwickelt hat. Trotz der relativ weitläufigen Innenstadt gibt es wenige Kontraste im Stadtbild, die unterschiedliche Qualitäten aufweisen. So sind auch heute Nutzungsänderungen oder Leerstände in der gesamten Innenstadt kaum spürbar bzw. werden durch neue Nutzungen zeitnah ersetzt. Dies wird auch durch die kontinuierliche Nachfrage nach neuen Verkaufsflächen bestätigt.

Insbesondere die zielgerichtete, branchenspezifische **Weiterentwicklung** mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten ist empfehlenswert, um die Attraktivität dieses räumlichen Entwicklungs- und Angebotsschwerpunkts in Balingen weiterhin sichern zu können. Ein mögliches Potenzial zu Arrondierung des Angebotes bietet die **Potenzialfläche** in der Nähe des heutigen Jobcenters der Stadt Balingen. Hier ist eine Entwicklungsfläche mit direkter Anbindung zur Hauptlage vorhanden, die eine etwaige Ansiedlung eines Einkaufszentrums möglich macht. Der Bau der sogenannten „Eyach-Arkaden“ auf dem sog. „Strasser-Areal“ und der daran angrenzenden Fläche im Bereich Stingingstraße / Im Rossnägele wird seit mehreren Jahren diskutiert. Im Vorfeld der Planungen wurde hierzu bereits eine detaillierte gutachterliche Untersuchung des Centers mit einer möglichen Gesamtverkaufsfläche von rd. 6.500 m² durchgeführt⁵⁴. Dieses Gutachten bestätigt die Eignung der Fläche zur Ansiedlung von typischen zentrenrelevanten Sortimenten zur Sicherung und Aufwertung des Balingener Einzelhandels. Nach dem derzeitigen Stand (Anfang 2017) ruhen die Pläne für den Bau der „Eyach-Arkaden“, jedoch ist die Fläche grundsätzlich ein mögliches Entwicklungspotential für etwaige Neuvorhaben in der Innenstadt.

Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Balingen liegt aus gutachterlicher Sicht eine ausreichende Dimensionierung, auch im Sinne einer potenziellen Angebotsausweitung, vor. Deshalb ist es auch zukünftig ratsam, das Balingener Zentrum von innen nach außen zu entwickeln und einzelhandelsrelevante Entwicklungen weiterhin auf die Innenstadt zu konzentrieren.

⁵⁴ vgl. dazu auch: Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) (2012): Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung des Fachmarktzentrums „Eyach-Arkaden“ in Balingen. Ludwigsburg.

Karte 16: Zentraler Versorgungsbereich Balingen Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April 2016

Entwicklungsziele und -empfehlungen für den Einzelhandel

Oberstes Ziel ist die Entwicklung und langfristige Stärkung der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten Einzelhandels in den innerstädti-

schen zentralen Versorgungsbereich. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

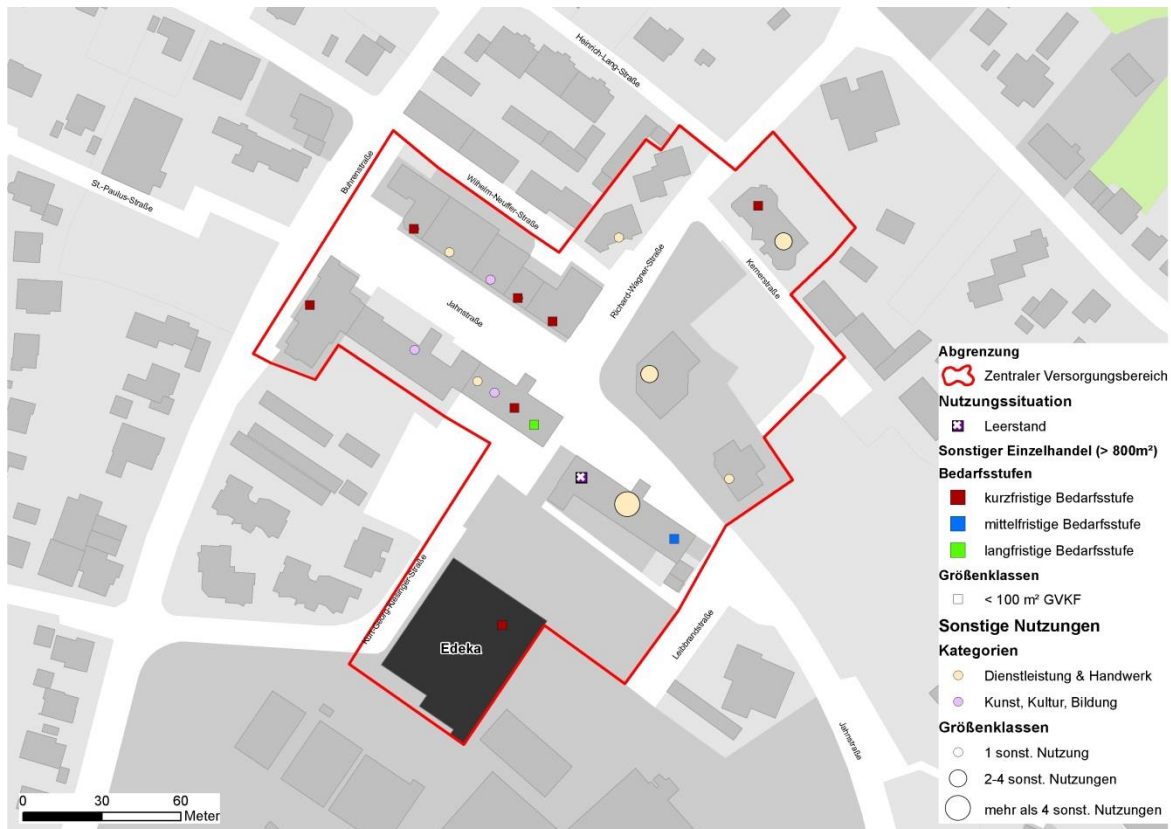
- Sicherung und Ausbau des Hauptgeschäftsbereiches mit einer Versorgungsfunktion als Mittelzentrum für das gesamte Stadtgebiet sowie für den Verflechtungsbereich
- kompakte Strukturen sichern, keine weitere räumliche Ausdehnung; Entwicklung von Innen
- Sicherung der Grundversorgung für die Bevölkerung der Stadt Balingen
- Sicherung einer funktionsfähigen und attraktiven Innenstadt (auch im Hinblick auf die Multifunktionalität und städtebauliche Qualität)
- qualitative Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots; ggf. weitere Ansiedlung ergänzender Dienstleistungsbetriebe zur Stärkung der Nutzungsmischung

7.4.2 Nahversorgungszentrum Frommern

Das Nahversorgungszentrum Frommern im gleichnamigen Stadtteil ist mit zehn Einzelhandelsbetrieben auf zusammen rund 1.800 m² Verkaufsfläche sowie den ergänzenden Dienstleistungseinrichtungen mit Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich der derzeit einzige Angebotsstandort in Balingen, der die Anforderungskriterien an die Einstufung als zentraler Versorgungsbereich („Nahversorgungszentrum“) erfüllt. Er übernimmt in erster Linie die Versorgungsfunktion der Grundversorgung der Bevölkerung des Stadtteils Frommern und Dürrwangen mit rd. 6.000 Einwohnern.

Der zentrale Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Frommern“ befindet sich rd. 3 km (Luftlinie) südlich von dem zentralen Bereich Innenstadt. Der Bereich erstreckt sich im Wesentlichen auf einer Länge von rd. 200 m entlang der Jahnstraße. Darüber hinaus zählen kleinere Teilbereiche der angrenzenden Nebenstraßen zu der Ortsmitte. Im Ortszentrum Frommern ist eine in erster Linie **Angebotsmischung** bestehend aus Einzelhandel, Dienstleistung und Wohnen festzustellen, wobei die Einzelhandelsnutzung deutlich von dem Edeka-Lebensmittelmarkt dominiert wird. Der restliche Einzelhandel ist überwiegend nahversorgungsorientiert und ergänzt das Angebot des strukturprägenden Lebensmittelmarktes.

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Jahnstraße. Neben dem strukturprägenden Lebensmittelvollsortimenter Edeka, der im Wesentlichen die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums sicherstellt, sind weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote ansässig, die das nahversorgungsrelevante Angebot ergänzen. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches orientiert sich am vorhandenen Einzelhandelsbesatz in dem Zentrum.

Karte 17: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Frommern

Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April 2016

Entwicklungsziele und -empfehlungen:

- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Nahversorgungszentrum für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche in dem Stadtteil Frommern
- Sicherung des vorhandenen Lebensmittelmarktes als frequenzerzeugender Magnetbetrieb
- Arrondierung und qualitative Optimierung des grundversorgungsrelevanten Angebots durch kleinteilige Ergänzungen

7.5 Sonderstandort Gehr

Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem Nahversorgungszentrum Frommern besteht mit dem Sonderstandort Gehr in Balingen ein weiterer räumlicher Angebotsschwerpunkt im Stadtgebiet. Hierbei handelt es sich um einen städtebaulich nicht integrierten Standort mit zahlreichen großflächigen Anbietern.

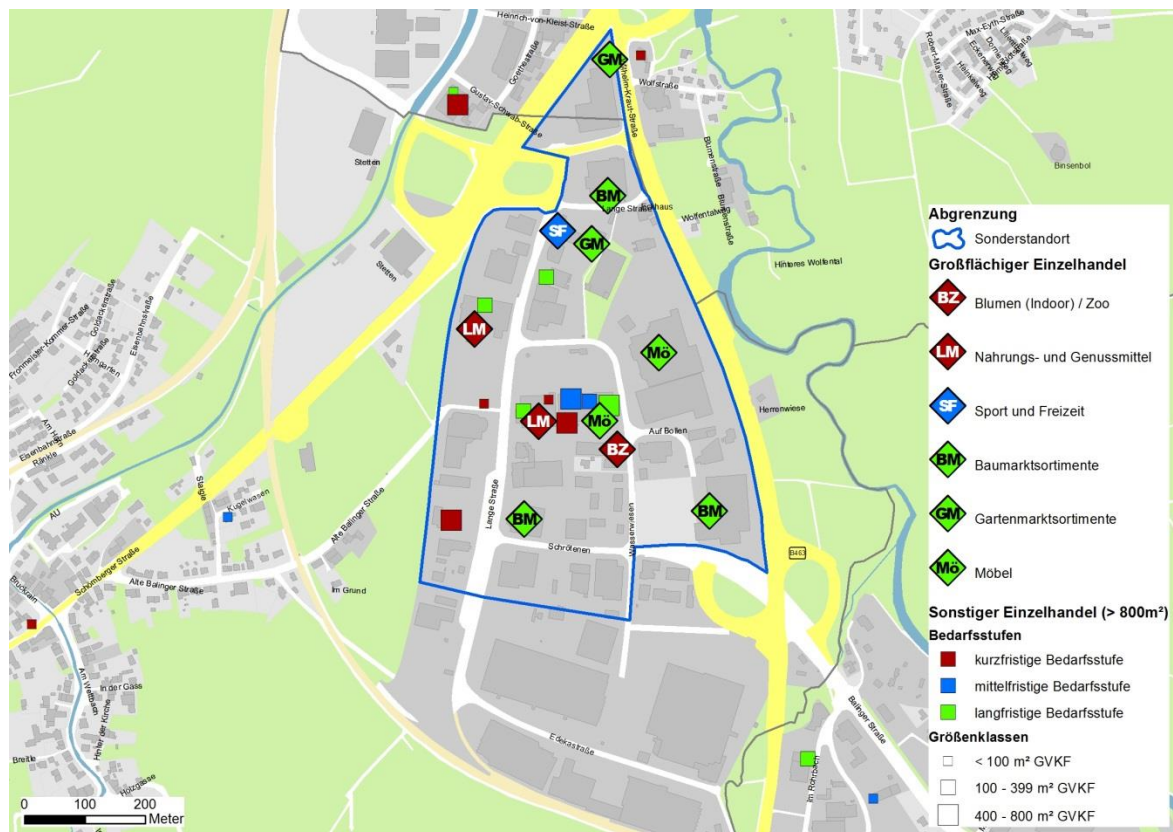
Der Sonderstandort im Stadtteil Endingen ist rund 1,5 Kilometer südlich von der Balingen Innenstadt gelegen. Der Standort umfasst überwiegend großflächige Einzelhandelsangebote des kurz- und langfristigen Bedarfs und besitzt großzügige Stellplatzflächen auf den Grund-

stücken der Anbieter an diesem Standort. Insgesamt beherbergt der Standort neben Betrieben des produzierenden Gewerbes und Handwerksbetrieben auch zahlreiche Einzelhandelsbetriebe und ist gemessen an der Verkaufsfläche derzeit der größte Einzelhandelsstandort im Balingener Stadtgebiet. Der Standort weist neben nicht-zentrenrelevanten Warengruppen einen hohen Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten auf. Es lassen sich einige größere Verkaufsflächenanteile in typischen innenstadtrelevanten Sortimenten – insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel – finden.

Nicht zuletzt aufgrund der verkehrstechnischen Organisation des Angebotsstandortes, der eingeschränkten fußläufigen Erreichbarkeit sowie der großzügig dimensionierten Stellplatzflächen für den ruhenden Verkehr ist auch dieser als **autokundenorientierter Angebotsstandort** zu klassifizieren. Mit den vorgenannten Angeboten kommt dem Standort eine **stadtteilweite** sowie in Bezug auf zahlreiche Warengruppen eine **gesamstädtische bzw. (über-)regionale Versorgungsfunktion** zu. In der Warengruppe Möbel kommt dem Standort aufgrund seiner Größe neben einer gesamstädtischen auch eine regionale Versorgungsfunktion zu. Insbesondere im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich stellen die Angebote an der Standortagglomeration allerdings auch eine wesentliche Konkurrenz zu den Angeboten in dem zentralen Versorgungsbereich dar.

Der Standort Gehrn soll weiterhin die Funktion als **Ergänzungsstandort** des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels im siedlungsräumlichen Gefüge der Stadt Balingen beibehalten. Die räumliche Ausdehnung dieses Standortes sowie seine zukünftige Funktion in Bezug auf die einzelhandelsrelevante Entwicklung stellen sich wie folgt dar:

Karte 18: Abgrenzung Sonderstandort Gehrn



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April 2016

Bei der Weiterentwicklung des Standortes ist darauf zu achten, dass dies in funktionaler Ergänzung zum Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen in Balingen geschieht und sich weder zulasten dieser städtebaulich schützenswerten Bereiche noch zulasten der wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet auswirkt. Eine Ergänzung und Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Angebote ist jedoch möglich. Der gesamte Standortbereich sollte dementsprechend planungsrechtlich abgesichert werden, wobei bestehende Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment dabei grundsätzlich Bestandsschutz genießen⁵⁵. Eine Neuansiedlung von Betrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollte jedoch konsequent vermieden werden.

Vor allem hinsichtlich der funktionalen Ergänzung des an dem Standort lokalisierten Einzelhandelsangebotes ist sicherzustellen, dass insbesondere das zentrenrelevante Randsortiment dieser Betriebe auf ein zentrenverträgliches Maß (vgl. Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandelsentwicklung in Kapitel 7.8) zu begrenzen ist.

Exkurs: Veränderungsabsichten der beiden Real-Märkte an dem Sonderstandort Gehr

Eine strukturelle Besonderheit des Standortes sind zweifelsohne die beiden großflächigen Real-Märkte, die sich in direkter räumlicher Nähe zueinander befinden, jedoch baulich voneinander getrennt sind und jeweils über ein differenziertes Warenangebot verfügen. Zwar bieten beide Märkte jeweils ein Lebensmittelangebot an, jedoch konzentriert sich nur der Real Food-Markt ausschließlich auf das Kernangebot der Nahrungs- und Genussmittel. Der Non-Food-Markt in der Lange Straße 24 bietet derzeit ein breites Warenangebot aus fast allen Bedarfsbereichen auf rd. 3.500 m² Verkaufsfläche an. Zusätzlich besitzt der Markt eine größere Getränkemarktabteilung von rd. 800 m², die den überwiegenden Teil des nahversorgungsrelevanten Angebotes des Marktes ausmacht. Darüber hinaus besteht das Angebot dieses Non-Food-Marktes aus zahlreichen zentrenrelevanten Sortimenten (u. a. Bekleidung, Schuhe und Sportartikel). Der Markt verfügt über eine Baugenehmigung, die es ihm erlaubt diese zentrenrelevanten Sortimente auf rd. 2.000 m² Verkaufsfläche anzubieten. Der typische Food-Markt in der Lange Straße 37 mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.100 m² konzentriert sein Angebot hingegen typischerweise auf Nahrungs- und Genussmittel. Lediglich das Randsortiment des Marktes bietet kleinteilige Verkaufsflächenanteile an weiteren zentrenrelevanten Angeboten. In der Gesamtheit bieten sie jedoch ein typisches Verbrauchermarktangebot an.

Zukünftig läuft bei beiden Real-Märkten der Mietvertrag aus⁵⁶. Da die Gültigkeit der vorhandenen Baugenehmigungen nicht durch die Aufgabe der Märkte aufgehoben wird, ist aufgrund des Standortes und der Marktsituation in Balingen mit hoher Wahrscheinlichkeit von einer Nachnutzung in ähnlicher Form auszugehen. Zum jetzigen Zeitpunkt ist davon auszugehen, dass der Food-Markt am selben Standort durch einen Edeka Vollsortimenter ersetzt wird und die Baugenehmigung durch die Fa. Edeka mit rd. 2.000 m² Gesamtverkaufsfläche für einen Vollsortimenter genutzt wird. Diesbezüglich ist darauf hinzuweisen, dass sich diese Neuansiedlung mit der „alten“ und „neuen“ Balingener Einzelhandelskonzeption explizit nicht

⁵⁵ Der Lebensmitteldiscounter Aldi an der Lange Straße 52 wird zur Sicherung des Standortes zeitnah seine Gesamtverkaufsfläche erweitern. Ein entsprechendes Einzelgutachten dazu wurde im Vorfeld bereits durch ein Gutachterbüro vorgelegt.

⁵⁶ Quelle: Stadt Balingen

verhindern lässt, weil eine gültige Baugenehmigung für einen Lebensmittelmarkt in dieser Größenordnung besteht.

Aktuell bestehen Überlegungen den Non-Food-Markt zukünftig aufzugeben und zu einem „typischen“ Food-Markt umzustrukturieren. An diesem Standort besteht eine Baugenehmigung für einen Verbrauchermarkt von rd. 3.000 m² Gesamtverkaufsfläche mit insgesamt rd. 2.000 m² Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente. Somit entsteht mit der Schließung des Marktes das wahrscheinliche Szenario, dass sich hier wieder ein neuer zentrenrelevanter Betrieb ansiedelt, der diese bestehende Genehmigung weiternutzt. Denkbar wäre in der Konsequenz ein zentrenrelevanter Fachmarkt z. B. aus den Bereichen Bekleidung, Sport oder Elektro / Multimedia, der ein entsprechend starkes und neues Konkurrenzangebot, insbesondere zur Balingener Innenstadt, herstellt. Im Rahmen eines **städtebaulichen Abwägungsprozesses** ist es daher entscheidend im Vorfeld einer Neuansiedlung mögliche Gefahren und Potenziale der Nachnutzung dieses Real-Marktes gegeneinander abzuwägen. Grundsätzlich ist jedoch darauf hinzuweisen, dass auch hier eine Neuansiedlung eines großflächigen zentrenrelevanten Betriebes nicht im Einklang mit der „alten“ und „neuen“ Balingener Einzelhandelskonzeption steht, jedoch nicht durch diese Konzeption oder durch die Bauleitplanung der Stadt Balingen verhindert werden kann.

In Abstimmung mit der Stadt Balingen wurde im Rahmen eines Arbeitskreises das Szenario eines neuen Verbrauchermarktes, z. B. in Form eines Kaufland-Marktes oder eines „neuen“ Real-Verbrauchermarktes (als Food-Markt), an diesem Standort mit einer ähnlichen Gesamtverkaufsfläche „durchgespielt“. Bei der Abwägung eines solchen Marktes an diesem Standort gilt es die möglichen Risiken einer solchen Ansiedlung in das Verhältnis zu einer potenziellen Ansiedlung eines anderen zentrenrelevanten Einzelhandelsbetriebes in ähnlicher Größenordnung zu setzen. Nachfolgend werden die wesentlichen diskutierten Argumente kurz vorgestellt.

- ⊕ Ein neuer Verbrauchermarkt an diesem Standort würde zum einen die Grundversorgung in Balingen sichern und zum anderen die derzeit abfließende Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel binden. Die vorhandene Zentralität im Nahrungs- und Genussmittelbereich zeigt Entwicklungsspielräume in dieser Warengruppe für das Mittelzentrum Balingen.

- ⊕ Durch die Eröffnung des Marktes an einem Alt-Standort müsste kein neuer Einzelhandelsstandort in die bewährte Einzelhandelsstruktur in Balingen integriert werden.

- ⊕ Das derzeit vergleichsweise breite Angebot an Vollsortimentern in Balingen, würde im Falle einer Verbrauchermarkt-Ansiedlung durch eine Mischangebotsform („Hybriden“) zwischen Supermarkt und Discounter ergänzt werden.

- ⊕ Es entsteht durch einen neuen Verbrauchermarkt keine neue und starke Konkurrenz zu typischen innerstädtischen Angeboten, wie beispielsweise dem Bekleidungsfachhandel.

- ⊕ Ein Verbrauchermarkt in der Größenordnung von rd. 3.500 m² hätte einen Anteil von rd. 2.600 m² Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke) sowie einen Anteil von rd. 800 m² sonstigen typischen zentrenrelevanten Artikeln. Er würde somit unterhalb der 2.000 m² für typische zentrenrelevante Sortimente aus der vorhandenen Baugenehmigung bleiben. Der Anteil der Nahrungs- und Genussmittel würde sich, abzüglich des derzeitigen Getränkebestandes im Real Non-Food-Markt, um bis zu rd. 1.800 m²

erhöhen. Aufgrund der derzeitigen vergleichsweise niedrigen Zentralität in dieser Warengruppe, könnte abfließende Kaufkraft gebunden werden.

- Der Standort leistet bereits heute keinen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung und würde bei einer Neuansiedlung ebenfalls die Nahversorgung in Balingen nicht stärken.
- Diese Ansiedlung stärkt nicht die vorhandenen zentralen Versorgungsbereiche und gefährdet diese etwaig. Es muss daher geprüft werden, ob von der Ansiedlung negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche – auch benachbarter Gemeinden – ausgehen. Eine ergänzende Untersuchung, die ein konkretes Planvorhaben untersucht, wäre gutachterlich für diesen Standort zu empfehlen.

Insgesamt ist zwar eine Kompatibilität mit der „alten“ und „neuen“ Einzelhandelskonzeption der Stadt Balingen grundsätzlich für einen neuen Verbrauchermarkt an diesem Standort des Real Non-Food-Marktes nicht gegeben ist, jedoch kann das **bestehende Baurecht** für einen solchen Markt nicht gelöscht werden. Somit ist **abzuwägen**, welche Gefahren für die Balinger Zentren- und Standortstruktur von einer Neuansiedlung eines solchen Marktes ausgehen. Die ersten Ergebnisse der städtebaulichen Abwägung zeigen jedoch, dass ein Lebensmittelmarkt als Nachnutzung grundsätzlich eine, aus städtebaulicher Sicht, bessere Alternative ist, als ein anderer zentrenrelevanter Fachmarkt, der möglicherweise die Balinger Innenstadt durch das zentrenrelevante Angebot in ihrer Entwicklung gefährdet. Eine vertiefende Wirkungsanalyse bei einer konkreten Ansiedlungsanfrage ist hierfür nötig.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Als Entwicklungsziele und -empfehlungen für den Ergänzungsstandort lassen sich folgende Aussagen formulieren:

- Sicherung und Entwicklung als **zentrenverträglicher Ergänzungsstandort** für überwiegend großflächigen Einzelhandel (Fachmärkte) mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment (Vorrangstandort) in funktionaler Ergänzung zu den zentralen Versorgungsbereichen in Balingen und der wohnungsnahen Grundversorgung;
- **kein weiterer Ausbau / keine zusätzliche Ansiedlung** von Einzelhandelsbetrieben mit **nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment** mit Blick auf die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Grundversorgung (Veränderungen bestehender Betriebe ausschließlich im Rahmen des Bestandschutzes);
- **Umstrukturierungen und Ergänzungen** von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment insbesondere in funktionaler Ergänzung zu den zentralen Versorgungsbereichen; Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß.
- **Veränderungen** im Bestand sind im Einzelfall abhängig von bauplanungsrechtlichen sowie bauordnungsrechtlichen Festlegungen und dem baurechtlichen Bestand.
- Darüber hinaus ist die **Ansiedlung** von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unter Beachtung der Regionalplanung grundsätzlich möglich.

7.6 Solitäre Nahversorgungsstandorte

Da eine flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb der Stadt Balingen nicht ausschließlich über die vorhandenen Standorte bzw. den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sichergestellt werden kann, können die städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte räumliche Versorgungslücken abdecken. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen grundsätzlich der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung, die in Balingen nicht allein durch die definierten Standorte geleistet werden kann.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind grundsätzlich städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig ob innerhalb oder außerhalb von der Stadt Balingen – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei immer auf seine Funktion als Nahversorger (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet.

Zum Erhebungszeitpunkt können in Balingen folgende in städtebaulich nicht integrierter Lage sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter definiert werden⁵⁷:

- Albrechtstraße (derzeit Aldi Süd),
- Fischerstraße (derzeit E-Center),
- Lange Straße (derzeit Real Food-Markt) sowie
- Lange Straße (derzeit Aldi Süd).

In den Balingen Stadtteilen Streichen und in der Balingen Kernstadt übernehmen weitere kleinere Lebensmittelläden der Anbieter nah & gut bzw. Edeka (< 400 m² Verkaufsfläche) in städtebaulich integrierter Lage eine wichtige Versorgungsfunktion für die dort lebende Bevölkerung, weshalb auch diese beiden Anbieter als solitäre Nahversorgungsstandorte definiert werden:

- Auf Schmiden (derzeit nah & gut),
- Lisztstraße (derzeit Edeka),
- Dorfwiese (derzeit Edeka) sowie
- Katharinenstraße (derzeit nah & gut).

⁵⁷ Der Einzelhandelsbetrieb Real Non-Food-Markt in der Langen Straße wird nicht in die Liste der sonstigen (solitären) Standorte aufgenommen, da er aus der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Kern überwiegend nur das Sortiment Getränke anbietet.

Eine perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte kann vor allem dann zu empfehlen sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken (beispielsweise in den Stadtteilen außerhalb der Balingener Kernstadt) geschlossen werden können. Eine Ansiedlung ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich (700 m Isochrone), die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde, verfügt. Da die heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rd. 1.200 m² betragen, ist für einen rentablen Betrieb in der Regel ein Kaufkraftpotenzial von etwa 5.000 Einwohnern im Einzugsbereich erforderlich.

Diese Schwelle wird mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen in einigen Stadtteilen außerhalb der Kernstadt signifikant unterschritten. So stehen die aufgelockerten Siedlungsstrukturen mit teilweise geringen Bevölkerungszahlen dem Aufbau eines flächendeckenden wohnortnahen Nahversorgungsangebots entgegen. Aus diesem Grund wird es für diese Stadtteile schwierig werden, marktübliche Lebensmittelanbieter anzusiedeln. Vielmehr geht es in diesen Siedlungsbereichen um kleinteilige Lösungsansätze, wie z. B. „Dorfläden“, Nachbarschaftsläden, Convenience-Stores oder eine mobile Versorgung. Mithilfe solcher Angebotsformen können insbesondere die bevölkerungsarmen Stadtteile zumindest mit Gütern der kurzfristigen Bedarfsstufe versorgt werden. Auch perspektivisch wird es schwer sein in den beiden Stadtteilen neue Lebensmittelanbieter anzusiedeln und vorhandene räumliche Defizite in der Grundversorgung zu beseitigen.

Exkurs: Einordnung von Planvorhaben anhand der „35 % - Regel“⁵⁸

Von einer **Nahversorgungsfunktion** eines Anbieters kann ausgegangen werden, wenn der zu erwartende Umsatz des geplanten Vorhabens im Wesentlichen aus dem funktionalen Versorgungsgebiet⁵⁹, d. h. dem unmittelbaren Wohnumfeld realisiert werden kann, also überwiegend der Versorgung dieser sogenannten Mantelbevölkerung dient.

Ein einzelner Lebensmittelanbieter kann je nach örtlicher Marktsituation bis zu rd. **35 Prozent Kaufkraftabschöpfung** (Orientierungswert) im Einzugsgebiet realisieren, nur bei fehlender kleinräumiger Konkurrenzsituation und abgesetzter Lage der Siedlungsgebiete kann ein Anbieter in Ausnahmefällen auch darüber hinaus Kaufkraft auf sich vereinigen; Werte bis zu maximal etwa 50 Prozent der sortimentspezifischen Kaufkraft in diesem Nahversorgungs-Einzugsgebiet können in begründeten Ausnahmefällen noch plausibel sein. Gründe für diese maximal erreichbaren Abschöpfungsquoten liegen unter anderem in traditionellen Einkaufsbeziehungen zu anderen Standorten und vor allem einer Ausdifferenzierung des Lebensmitte-

⁵⁸ Beispielhafte Modellrechnung; eine konkrete Einzelfallbetrachtung ist gemäß der Steuerungsgrundsätze dieser Einzelhandelskonzeption (vgl. Kapitel 7.9) zu beachten.

⁵⁹ Dieses kann abhängig von den siedlungsräumlichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen variieren. In der Regel kann jedoch mindestens der 600 m – Radius (bzw. einer Wegedistanz) einer fußläufigen Erreichbarkeit (entspricht etwa 5-10 Minuten Fußweg) zugrunde gelegt werden. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 Metern als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen. Dieser Radius ist eine allgemein anerkannte, zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten anzusetzende, Entfernung. Letztendlich ist allerdings – gerade mit Blick auf das Ziel, eine möglichst gute Versorgung auch für ältere und immobile Bevölkerungsgruppen bereitzustellen – ein Fußweg von einem Kilometer das äußerste Maximum einer realistischen Zeit-Weg-Schwelle. Es ist davon auszugehen, dass nur noch ein sehr geringer Anteil der potenziellen fußläufigen Kunden diesen Weg in Anspruch nehmen wird und (teilweise) kann.

leinkaufs (u. a. auch Einkäufen bei Lebensmitteldiscountern, Fachgeschäften, Betrieben des Lebensmittelhandwerks etc.).

Sofern der branchenübliche Soll-Umsatz eines Planvorhabens also diesen abschöpfbaren Anteil der vorhandenen sortimentspezifischen Kaufkraft im Versorgungsgebiet übersteigt, ist von der Notwendigkeit eines größeren Einzugsbereiches bzw. Kaufkraftzuflüssen aus anderen Gebieten auszugehen. In einem solchen Fall würde das entsprechende Vorhaben nicht primär der Nahversorgung dienen. Somit kann mithilfe dieser Vorgehensweise auch die mögliche (Verkaufsflächen)Dimensionierung eines Lebensmittelmarktes ermittelt werden.

Anwendungsbeispiel (fiktiv):

Planvorhaben:

- **Lebensmitteldiscounter mit 1.200 m² Gesamtverkaufsfläche**, davon rd. 85 % (d. h. etwa 1.000 m²) in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.
- Bei einer zugrunde gelegten Flächenproduktivität von rund 5.400 Euro je m² entspricht dies einem sortimentspezifischen **Soll-Umsatz** von rund **5,4 Mio. Euro**.

Mögliche Kaufkraftabschöpfung im Versorgungsgebiet:

- Annahme: Anhand der siedlungsstrukturellen und verkehrlichen Rahmenbedingungen sowie der örtlichen Marktsituation lässt sich ein zu versorgendes Gebiet mit rd. **4.000 Einwohnern** definieren, von dem aus der Vorhabenstandort fußläufig erreicht werden kann.
- Die **sortimentspezifische Kaufkraft** im Bereich Nahrungs- und Genussmittel beträgt jährlich rund 2.000 Euro pro Kopf, d. h. rund **8 Mio. Euro** im Versorgungsgebiet.
- Durch einen Einzelanbieter sind – unter Berücksichtigung der marktüblichen Konkurrenzsituation – rund 35 % dieser Kaufkraft, d. h. rund 2,8 Mio. Euro abschöpfbar.

Gegenüberstellung abschöpfbare Kaufkraft – Soll-Umsatz des Planvorhabens:

- Das Planvorhaben kann lediglich rund die Hälfte (2,8 Mio. Euro, rd. 52 %) des branchenüblichen Soll-Umsatzes (5,4 Mio. Euro) aus dem eigentlichen Versorgungsgebiet generieren und ist in erheblichem Maße auf Kaufkraftzuflüsse aus anderen Siedlungsgebieten angewiesen.
- Die daraus resultierenden Veränderungen der Kaufkraftströme können möglicherweise den Aufbau bzw. die Sicherung einer wohnortnahen Versorgung in diesen Wohnsiedlungsgebieten gefährden.

Das bedeutet: Moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung von rd. 1.000 – 1.200 m² Verkaufsfläche (Lebensmitteldiscounter) bzw. 1.200 – 1.800 m² Verkaufsfläche (Lebensmittelvollsortimenter) wären auf eine Mantelbevölkerung von mindestens rund 5.000

bis 8.000 Einwohner innerhalb des unmittelbaren Versorgungsgebiets angewiesen⁶⁰. Diese Schwelle ist mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen der Stadt Balingen in einigen Teilen des Stadtgebiets unterschritten. Die gemäß dieser Regelung zulässigen Ausnahmefälle bewegen sich überwiegend deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (800 m² Verkaufsfläche).

Der Aufbau eines adäquaten, wohnortnahen Angebots in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel **in den dünn besiedelten Lagen und kleineren** Stadtteilen sowie Siedlungsrandbereichen ist allerdings erschwert. Die aufgelockerten Siedlungsstrukturen mit teilweise geringen Bevölkerungszahlen stehen dem Aufbau eines flächendeckenden wohnortnahen Nahversorgungsangebots entgegen. Die mit der Bevölkerungszahl verbundene sortimentspezifische Kaufkraft in den einzelnen Stadtteilen bietet in vielen Fällen aus betriebswirtschaftlicher Sicht keine ausreichende ökonomische Basis für die Ansiedlung bzw. Etablierung größerer Lebensmittelanbieter derzeit üblicher Markteintrittsgrößen. Vor allem im Lebensmittelbereich schlägt sich der Strukturwandel im Einzelhandel durch Verkaufsflächenwachstum und Unternehmenskonzentrationen auf der einen und einen Rückgang der Betriebszahlen und ein Ausdünnen des wohnortnahen Versorgungsnetzes auf der anderen Seite nieder. Bei geringeren als den o. g. Einwohnerzahlen im unmittelbaren Versorgungsgebiet sind die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.

Insbesondere in den räumlich abgesetzten, einwohnerschwachen Balingener Stadtteilen außerhalb der Kernstadt (bspw. dem Stadtteil Roßwangen) ist die Ansiedlung von strukturprägenden Lebensmittelbetrieben unter dem Gesichtspunkt der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit als unrealistisch einzustufen.

In diesen einwohnerschwachen Stadtteilen sind aller Voraussicht nach bestenfalls Ansiedlungen in Form von **alternativen Nahversorgungskonzepten** möglich und sinnvoll. Dazu zählen Kleinflächenkonzepte, Convenience Stores oder auch mobile Verkaufswagen. Darüber hinaus erlangt auch der Internethandel zunehmend an Bedeutung, wobei er als eine Form des Bringservice für Lebensmittel fungiert. Die **Convenience Stores** bieten die Möglichkeit des bequemen Einkaufs von Nahversorgungsgütern zu jeder Tageszeit. Die am häufigsten anzutreffende Form sind Tankstellenshops, die vor allem auf Autokunden ausgerichtet sind. Darüber hinaus übernehmen größere Kioske und Trinkhallen mit einem auf den täglichen Bedarf erweiterten Angebot, insbesondere an wohnortnahen Standorten, eine ergänzende Versorgungsaufgabe. Auch sie sind, ebenso wie die Tankstellenshops, nicht an die gesetzlichen Ladenöffnungszeiten gebunden.

Die einzelnen **Kleinflächenkonzepte** lassen sich grundsätzlich in fünf Konzepttypen einteilen, wobei die Grenzen der einzelnen Typen zum Teil fließend sind⁶¹:

⁶⁰ Bei einer Flächenproduktivität von 4.300 Euro/m² für Lebensmittelvollsortimenter bzw. 5.400 Euro/m² für Lebensmitteldiscounter und einem Flächenanteil für (nicht nahversorgungsrelevante) Randsortimente von rd. 15-20 %.

⁶¹ vgl. dazu auch: BBE Handelsberatung Münster: Nahversorgung, Struktur – Entwicklung – Chancen, Münster 2010

- **klassische Filial- und Kleinflächenkonzepte der großen Lebensmittelketten und Lebensmittelgroßhändler (u. a. Nahkauf (Rewe), Edeka (nah und gut))**
Die großen Lebensmittelketten haben in der Vergangenheit Konzepte entwickelt, die mit Betriebsgrößen von rund 300 - 500 m² Verkaufsfläche die Versorgung der Bevölkerung vor Ort gewährleisten soll. Dabei ist eine Mindesteinwohnerzahl von 2.000 - 2.500 im erschließbaren Einzugsgebiet aus betrieblicher Sicht notwendig.
- **Ansätze im Rahmen regionaler Förderprogramme**
In einigen sehr dünn besiedelten Gebieten in Deutschland sind in den vergangenen Jahren mit Hilfe öffentlich geförderter Konzeptansätze auf kommunaler und regionaler Ebene Nahversorgungslösungen entwickelt worden, die dazu beitragen sollen, Versorgungslücken zu schließen. Beispiele dafür gibt es in Schleswig-Holstein oder Baden-Württemberg.
- **Ansätze im Rahmen von Integrationsmaßnahmen (sogenannte CAP-Märkte⁶²)**
Bei diesen Ansätzen steht vor allem der soziale Aspekt im Vordergrund. Neben der Sicherung der Nahversorgung geht es bei diesen konzeptionellen, öffentlich geförderten Ansätzen vor allem auch darum, sozial benachteiligten Menschen (z.B. behinderten Menschen oder Arbeitslosen) eine Chance auf dem Arbeitsmarkt zu bieten. Träger solcher Einrichtungen sind in der Regel soziale Einrichtungen aus der Region.
- **bewohnergetragene Ansätze (u. a. Dorfläden-Netzwerk Niedersachsen⁶³, Dorv-Zentrum NRW⁶⁴)**
Bei bewohnergetragenen Ansätzen werden die Bewohner eines Gebietes selbst aktiv, um die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs vor Ort zu ermöglichen. Die Verkaufsflächen entsprechender Betriebe liegen oftmals bei 100 - 200 m². Ein solches Konzept hat nicht die marktübliche Gewinnorientierung zum Ziel. Das wirtschaftliche Risiko liegt dabei möglichst auf vielen Schultern, z.B. im Rahmen eines genossenschaftlichen Ansatzes (nachbarschaftlich-gemeinschaftliche Trägerschaft). Daneben ist vor allem auch überwiegend ehrenamtliches Engagement der Einzelnen gefragt.
- **Ladengemeinschaften / Bündelung kleinteiliger Anbieter**
Die Bündelung verschiedener Anbieter (kleiner Einzelhändler und Dienstleister) ist ein weiterer Ansatz zur Sicherung der Nahversorgung. Durch die Bündelung von verschiedenen Angeboten wie Bäcker, Metzger, Gemüse- und Obsthändler, Zeitschriftenhändler, Lottoannahme, Post, Bank oder Gaststätte soll die Nahversorgung hergestellt werden.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass **alternative Nahversorgungskonzepte** im Gegensatz zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit häufig schwierig zu betreiben sind. In der Praxis kommen sie daher bislang nur in Ausnahmefällen vor. Sie sollten aber dennoch zur Sicherung der Nahversorgung auch künftig in Einzelfällen zumindest in Betracht gezogen werden.

⁶² Weitere Informationen hierzu unter www.cap-markt.de

⁶³ Weitere Informationen hierzu unter www.dorfladen-netzwerk.de/niedersachsen

⁶⁴ Weitere Informationen hierzu unter www.dorv.de

Angebotsausweitungen bzw. Ansiedlungen weiterer Anbieter sind zwar grundsätzlich aus betriebswirtschaftlicher Sicht denkbar, jedoch stets kritisch hinsichtlich möglicher Auswirkungen die Balingener Innenstadt und die bestehenden Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet zu überprüfen. Insbesondere einige noch vorhandene kleinere Lebensmittelanbieter in städtebaulich integrierten Lagen verfügen über relativ kleine Verkaufsflächengrößen sowie geringe Stellplatzangebote und agieren entsprechend bereits unter einem gewissen Wettbewerbsdruck. Voraussetzung für städtebaulich sinnvolle Angebotsausweitungen ist eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung und ein Standort in städtebaulich integrierter Lage. Die Ansiedlung größerer Märkte ist allein zur Nahversorgung der Wohnbevölkerung in kleineren Stadtteilen und Siedlungsrandbereichen jedoch in der Regel ökonomisch nicht tragfähig. Insbesondere im südlichen Balingener Stadtgebiet (u. a. Stadtteil Weilstetten und Teilbereiche von Frommern) bestehen jedoch größere räumliche Versorgungslücken in Bezug auf die Nahversorgungssituation, die hinsichtlich des vorhandenen Einwohnerpotenzials über eine eigentlich ökonomisch tragfähige Struktur verfügen. Im Einzelfall könnte hier aufgrund der Stadtteilstruktur und des vorhandenen Einwohnerpotenzials zur Entwicklung der Nahversorgung auf größere zusammenhängende Wohnsiedlungsbereiche (funktionelles Versorgungsgebiet) zurückgegriffen werden, die über die zugrunde gelegte 700-Meter-Distanz des Nahbereiches hinausgehen. Hierbei sind insbesondere die Grundsätze und Ziele der Balingener Einzelhandelskonzeption zu beachten (vgl. Kapitel 7.9, Grundsatz 1). Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der in der Einzelhandelskonzeption genannten Kriterien durchzuführen.

7.7 Balingener Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Definition der Ergänzungs- sowie solitären Nahversorgungsstandorte stellt vor allem die „Balingener Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen der Einzelhandelskonzeption in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten**, **zentrenrelevanten** und **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig.

Grundsätzlich orientiert sich die aktuelle Balingener Sortimentsliste an den Einschätzungen und Festlegungen des Jahres 2005. Die Neubewertung einzelner Sortimente trägt insbesondere der aktuellen Angebotssituation im Balingener Stadtgebiet sowie den zukünftigen Entwicklungsabsichten von Planung und Politik wie den Regionalplanerischen Zielvorgaben ebenso Rechnung.

7.7.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchststrichterlich anerkannt⁶⁵. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortiments-

⁶⁵ vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

spezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z.B.

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten),
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss beziehungsweise der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich gem. § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden⁶⁶. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsschwelle von 800 m²⁶⁷, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden. Zur Steuerung des Einzelhandels sollte daher eine ortsspezifische Sortimentsliste vereinbart werden, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen⁶⁸. **Die Ortstypik ist entscheidend.**

Begriffsdefinitionen

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem **zentrenrelevante**, **nahversorgungsrelevante** und **nicht-zentrenrelevante Sortimente**⁶⁹ zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Sortimente** sind in der Regel für einen attraktiven Warengrup-

⁶⁶ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

⁶⁷ vgl. dazu das Urteil des BVerwG vom 24.11.2005 (BVerwG 4 C 10.04)

⁶⁸ vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

⁶⁹ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Waren verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

penmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu.

- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Auf sie treffen i. d. R. die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu. Insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- sowie Grund- und Nahversorgungszentren nehmen sie zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung von Betrieben an Einzelstandorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Sie sind somit nicht stets, sondern i. d. R. als zentrenrelevant einzustufen. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Bau- und Gartenmärkte) haben diese Sortimente in der Regel für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann.

Tabelle 19: Merkmale zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

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

Quelle: eigene Darstellung

Regionalplanerische Vorgaben in Baden-Württemberg

Bei der Aufstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind auch die regionalplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente zu berücksichtigen. Hinsichtlich der regionalplanerischen Regelungen zur Einzelhandelsentwicklung sind die Vor- und Maßgaben des Regionalplanes für die Region Neckar-Alb einschlägig.⁷⁰ Die Liste aus dem Regionalplan Neckar-Alb orientiert sich an der Sortimentsliste, die aus dem Regionalen Zentren- und Märktekonzept Neckar-Alb hervorgeht. Es erfolgt eine sortimentspezifische Differenzierung, die von der Verbandsversammlung angepasst wurde.

Folgende Sortimente gelten gemäß dem Regionalplan Neckar-Alb regelmäßig als zentrenrelevant, wenngleich unter Würdigung der jeweiligen örtlichen Situation über die Zentrenrelevanz einzelner Sortimente sowie die nähere inhaltliche Konkretisierung im Einzelfall zu entscheiden ist⁷¹:

- Kleinteilige Baby- / Kinderartikel
- Kunst / Antiquitäten

⁷⁰ vgl. Regionalplan Neckar-Alb (2013), in der Fassung vom 26. November 2013, S. 51 ff.

⁷¹ ebenda

- Unterhaltungselektronik / Computer, kleinteilige Elektrowaren (bspw. Toaster, Rühr- und Mixgeräte)
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Körperpflege / Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Putz-, Wasch- und Reinigungsmittel
- Bücher / Zeitschriften / Papier / Schreibwaren / Büroorganisation
- Foto / Optik
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Musikalienhandel
- Uhren / Schmuck
- Spielwaren , kleinteilige Sportartikel
- Blumen
- Haushaltswaren

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i.d.R. stärker differenziert sind. Darüber hinaus ergeben sich teilweise unterschiedliche Sortimentseinteilungen bzw. -benennungen. Im Rahmen der Aufstellung der Balingener Sortimentsliste wurden neben den landes- bzw. regionalplanerischen Vorgaben insbesondere bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Balingen näher betrachtet.

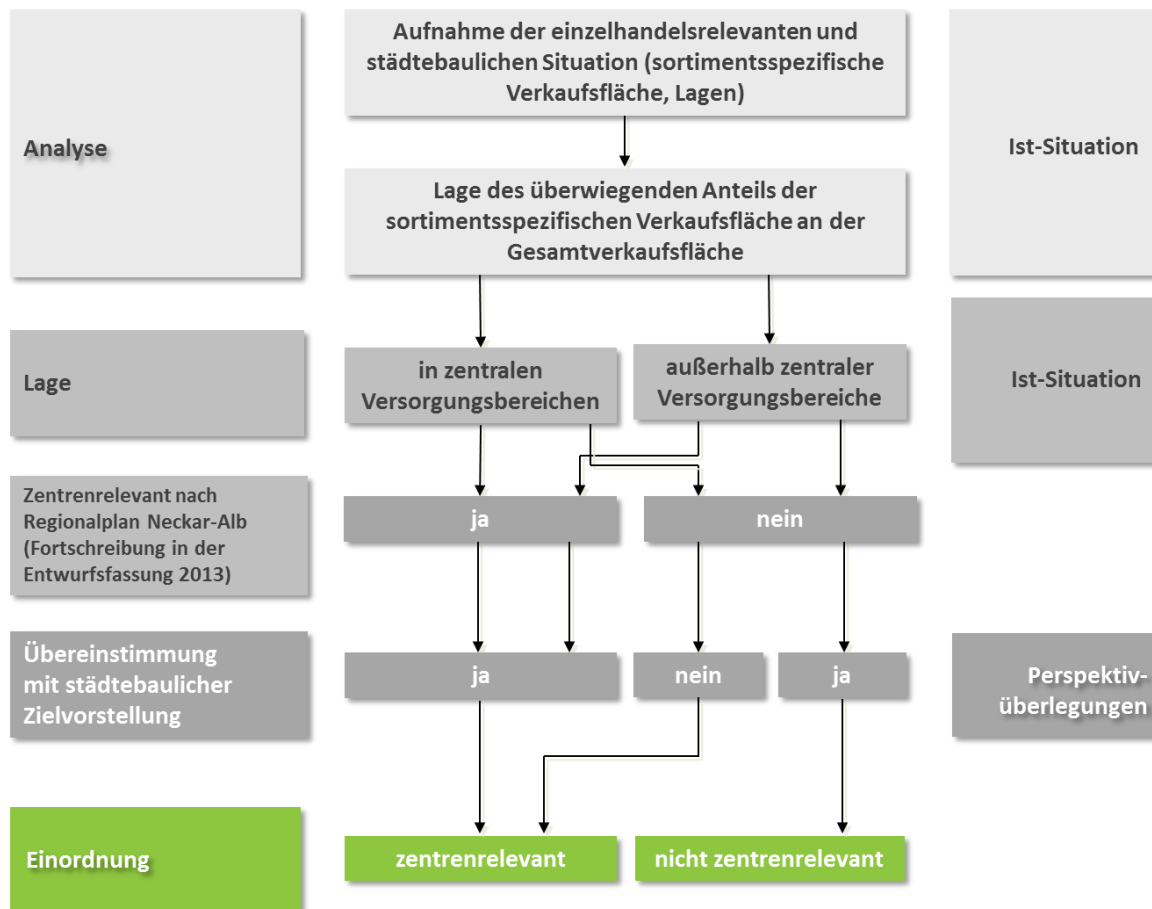
7.7.2 Herleitung der Balinger Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁷² stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Aufstellung beziehungsweise Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes/Einzelhandel- und Zentrenkonzeptes notwendig).
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

⁷² vgl. Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rn. 530

Abbildung 31: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des in Balingen ansässigen Einzelhandelsangebotes sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb beziehungsweise außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Balingen aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen – insbesondere der Stärkung gewachsener Siedlungs- und Zentrenstrukturen – in Balingen ergibt sich die in Tabelle 20 dargestellte Balingener Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 20: Sortimentenliste für die Stadt Balingen⁷³

zentrenrelevante Sortimente	
hiervon nahversorgungsrelevant	
Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)	Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren
Backwaren / Konditoreiwaren	Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle
Drogeriewaren / Körperpflegeartikel (inkl. Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)	Heimtextilien (inkl. Haus- und Tischwäsche, Bettwäsche) / Gardinen / Dekostoffe
Fleisch- und Metzgereiwaren	Kosmetikartikel / Parfümeriewaren
Getränke	Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen
Nahrungs- und Genussmittel	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regen- schirme
Schnittblumen	Medizinische und orthopädische Artikel ²
Zeitungen / Zeitschriften	Musikinstrumente und Zubehör
Angler-, Jagdartikel und Waffen	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Bastel- und Künstlerartikel, Sammlerbrief- marken und -münzen	Reitsportartikel
Bekleidung	Schuhe
Bücher	Spielwaren
Elektrokleingeräte (inkl. Nähmaschinen)	Sportartikel / -kleingeräte
Elektronik und Multimedia ¹	Sportbekleidung / Sportschuhe
Erotikartikel	Uhren / Schmuck
	Wohndekorationsartikel
¹ Dazu gehören u. a.: Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör	
² Dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel	
Nicht-zentrenrelevante Sortimente (keine abschließende Auflistung)	
Bauelemente, Baustoffe	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Baumarktspezifisches Sortiment ³	Möbel
Bettwaren / Matratzen	Pflanzen / Samen
Büromaschinen	Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor)
Campingartikel	Teppiche (Einzelware)
Elektrogroßgeräte	Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe und Vasen
Fahrräder und technisches Zubehör	Sportgroßgeräte
Gartenartikel und -geräte	Zoologische Artikel (inkl. Heim- und Klein- tierfutter), lebende Tiere
Kinderwagen	
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Autokindersitze)	
³ Dazu gehören u. a.: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärarti- kel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge, Teppiche (Rollware)	

Quelle: eigene Darstellung

⁷³ Weitere Erläuterungen zu einzelnen Sortimenten und Artikeln können der Tabelle 2 (S. 16) entnommen werden.

Die vorliegende Balingener Sortimentsliste ist ein, wie eingangs erläutert, Ergebnis der gutachterlichen Analysen und Einschätzungen einerseits sowie der städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Balingen andererseits.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht-zentrenrelevant eingestuften Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt. Sehr deutlich wird dies beispielsweise im Bau- und Gartenmarktsortiment, das zu fast 100 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten wird. Auch in Bezug auf die nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich ein erfreuliches Bild: Zahlreiche Sortimente (beispielsweise die Warengruppe Bekleidung), die unter städtebaulich-versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten in die zentralen Bereiche gehören, sind in den Balingener Zentren zu finden. Insgesamt ergeben sich gegenüber der „alten“ Balingener Sortimentsliste nur geringfügige Abweichungen in der Einstufung einzelner Sortimente.

Vor diesem Hintergrund lässt sich die konkrete Einstufung einzelner Sortimente wie folgt näher erläutern:

- Im Bestand findet sich im nahversorgungsrelevanten Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** rund 40 % der Verkaufsfläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Weitere knapp 10 % der sortimentspezifischen Angebote werden in städtebaulich integrierten Lagen angeboten und leisten hier einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung. Nicht nur im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche sondern vor allem auch unter dem Gesichtspunkt des Erhalts der wohnungsnahen Grundversorgung ist es wichtig, das Nahrungs- und Genussmittelanangebot (inklusive Getränke) in den Zentren sowie an städtebaulich integrierten Standorten zu stärken und dementsprechend das Sortiment als nahversorgungsrelevant einzustufen.
- Aufgrund der Unbestimmbarkeit des Sortimentes **Geschenkartikel** wird es in der Balingener Sortimentsliste nicht mehr aufgeführt. Geschenkartikel können z.B. Bilder, Glas / Porzellan / Keramik, Papier / Büroartikel / Schreibwaren oder Uhren sein. Da die vorgenannten Sortimente allesamt Eingang in die Balingener Sortimentsliste gefunden haben, wird auf eine Aufnahme des Sortimentes verzichtet.
- Weiterhin wird das Sortiment „zoologischer Bedarf“ zu einem Sortiment **„Zoologische Artikel (inkl. Heim- und Kleintierfutter), lebende Tiere“** zusammengefasst. Im Balingener Stadtgebiet wird das Sortiment Heim- und Kleintierfutter zu meist in kleineren Verkaufsflächenanteilen lediglich als Randsortiment in größeren Lebensmittelmärkten angeboten. Ein spezialisiertes Facheinzelhandelsangebot besteht mit den Betrieben Fressnapf und Zoo Kölle im Gewerbegebiet Gehr, das über 50 % der Gesamtverkaufsfläche dieses Sortimentes auf sich vereint. Aufgrund der aktuell zu beobachtenden Verkaufsflächenverteilung im Balingener Stadtgebiet wird es als nicht-zentrenrelevantes Sortiment bewertet.
- Die Sortimente **Angler-, Jagdartikel und Waffen, Reitsportartikel, Kinderwagen, Bettwaren / Matratzen** und **Erotikartikel** werden neu in die Balingener Sortimentsliste aufgenommen. Die Sortimente **Erotikartikel, Reitsportartikel** und **Angler-, Jagdartikel und Waffen** werden aufgrund der städtebaulichen Zielsetzung der Stadt Balingen als zentrenrelevante Sortimente eingeordnet. Die Sortimente **Bettwaren / Matratzen** und **Kinderwagen** haben ihren Angebotsschwerpunkt eindeutig außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und werden deshalb als nicht-zentrenrelevant eingeordnet.

- **Surfboards** sind ein Bestandteil des zentrenrelevanten Sortimentes Sportartikel/-kleingeräte. **Antennen-/Satellitenanlagen** sind ein Bestandteil der zentrenrelevanten Warengruppe Elektronik / Multimedia.
- **Fahrräder und Zubehör** werden als „neues“ und eigenes Sortiment in die Sortimentsliste aufgenommen (bisher: Bestandteil der Sortimente Sportgroßgeräte bzw. Kfz- und Motorradzubehör). Die Verteilung des Fachangebotes spricht eindeutig für eine Einstufung als nicht-zentrenrelevantes Sortiment.
- Eine Unterscheidung zwischen „**Brauner und Weißer Ware**“ findet nicht mehr statt. Die Differenzierung erfolgt zwischen Elektroklein- (zentrenrelevant) und Elektrogroßgeräten (nicht-zentrenrelevant). Zwar haben auch Elektrogroßgeräte einen mehrheitlichen Angebotsschwerpunkt innerhalb der Balingen Zentren, jedoch haben diese Produkte eine eher untergeordnete Rolle und sind auch aufgrund der eingeschränkten Transportfähigkeit und des hohen Flächenbedarfs als nicht-zentrenrelevant einzuordnen.
- Einige branchenspezifische Differenzierungen ergeben sich durch die Erhebungssystematik von Junker + Kruse (vgl. Tabelle 2).

7.8 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung

Im Rahmen der Einzelhandelskonzeption bilden **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Balingen** (vgl. Kapitel 7.2) die übergeordnete Betrachtungsebene aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Balingen abgeleitet werden. Diese als Ansiedlungsregeln (bzw. Grundsätze) formulierten Leitlinien bilden die Basis zur Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Bereits in der Einzelhandelskonzeption 2005 wurden derartige **Grundsätze definiert und formuliert**, die seitdem – gestärkt durch den politischen Beschluss der Konzeption – zur Bewertung und Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben und -standorten im Balingen Stadtgebiet herangezogen werden. **Die nachfolgend aufgeführten Regelungen greifen diese Grundsätze inhaltlich auf und entwickeln sie unter Berücksichtigung der jüngsten obergerichtlichen und höchstrichterlichen Rechtsprechung fort**, so dass sie zukünftig bei der Neuan-siedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben angewandt werden können.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Grundsätze ist vorab noch folgendes herauszustellen:

- die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Grundsätze für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar;
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend;
- die Grundsätze gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen;
- bestehende Einzelhandelsbetriebe bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln **unberührt** (Bestandsschutz).

Grundsatz 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment im Sinne der Balingener Sortimentsliste

Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (klein- und großflächig) sollen in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Balingen oder im Nahversorgungszentrum liegen.

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können – je nach Lage und Verkaufsflächendimensionierung – ausnahmsweise auch außerhalb der beiden zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadt Balingen oder Nahversorgungszentrum Frommern) an städttebaulich integrierten Nahversorgungsstandorten in den Stadtteilen angesiedelt werden, wenn sie der wohnungsnahe Grundversorgung des jeweiligen Stadtteils bzw. des funktionalen Versorgungsgebietes dienen.

Die Dimensionierung eines Betriebes soll sich an der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches (Nahversorgungszentrum bzw. Hauptzentrum) bzw. des städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandortes orientieren. Dabei soll ein angemessenes Verhältnis zwischen der Funktion und der maximalen Dimensionierung der Verkaufsfläche des Einzelhandelsbetriebes gewährleistet sein (Kaufkraftabschöpfung).

Erläuterungen:

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur sowie der Sicherung und gegebenenfalls dem Ausbau des nahversorgungsrelevanten Angebots im gesamten Balingener Stadtgebiet sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch nicht großflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig nur in den beiden Balingener zentralen Versorgungsbereichen liegen. Um die fußläufige Nahversorgung möglichst für alle Bevölkerungsgruppen (mobile und immobile) attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die **Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben (insbesondere auch großflächigen) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment positiv zu steuern**.

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, **die Nahversorgung auch zukünftig zu sichern**. Zusätzliche Angebote dürfen die wohnungsna-

he Grundversorgung in der Stadt Balingen nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen nicht beeinträchtigen.

Demnach

- ist eine über den Bestandsschutz (bzw. die Standortoptimierung) hinausgehende Erweiterung der bestehenden nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe an dem Sonderstandort Gehrn sowie eine Ansiedlung zusätzlicher nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsbetriebe an diesen Standorten auszuschließen;
- können außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ausnahmsweise sinnvoll sein, wenn sie der Nahversorgung dienen. Die Ausnahme gilt ausschließlich für städtebaulich integrierte Standortbereiche, wobei Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten ausdrücklich ausgeschlossen sind, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.
- können Erweiterungen von bestehenden Betrieben zur Sicherung der Grundversorgung möglich sein, wobei hier entsprechend sicherzustellen ist, dass von dem Erweiterungsvorhaben keine negativen Auswirkungen auf die wohnungsnah Grundversorgung ausgeht (Einzelfallbetrachtung).

Zur **Operationalisierung** der Nahversorgungsfunktion können das Kaufkraft-Umsatz-Verhältnis im Versorgungsraum sowie die Distanz zum nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich herangezogen werden. Von einer Nahversorgungsfunktion ist folglich in der Regel auszugehen, wenn

- es sich um einen **städtebaulich integrierten Standort** mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt,
- die **sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens** im funktionalen Versorgungsgebiet an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von i. d. R. 35 % bis 40 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen) der Bevölkerung nicht wesentlich überschreitet (Orientierungswert).
- und somit keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen zu erwarten sind.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll. Im Siedlungsbereich der Stadt Balingen entspricht dies einer Entfernung von rd. 700 m. In den dispers gelegenen Stadtteilen außerhalb der Balingener Kernstadt kann dies alle Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils umfassen, selbst wenn einzelne Wohnsiedlungsbereiche mehr als 700 m vom Vorhabenstandort entfernt liegen. Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien **einzelfallbezogen** zu definieren.

Um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen, müsste für moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung von rd. 800 m² Verkaufsfläche ein Bevölkerungspotenzial von mindestens

tens rund 4.000 Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich vorhanden sein⁷⁴. Bei Nicht-Erfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstünde. Mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen in Balingen ist das Potenzial für weitere Betriebseinheiten nur in wenigen Stadtteilen vorhanden.

Die insbesondere außerhalb der Kernstadt Balingen vorhandene disperse Siedlungsstruktur erfordert eine weiter ausdifferenzierte Regelungssystematik. Denn die in diesen Stadtteilen vorherrschenden siedlungsstrukturellen, verkehrlichen, städtebaulichen wie z.T. auch topographischen Rahmenbedingungen führen dazu, dass die beiden zentralen Versorgungsbereiche oder auch städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte vergleichsweise weit entfernt von den Wohnstandorten liegen. Somit greift zwar die Entfernung zu den zentralen Versorgungsbereichen als Prüfkriterium, nicht jedoch das erforderliche Kaufkraftpotenzial im Nahbereich eines Planvorhabenstandortes. Um aber auch in diesen Stadtteilen – unter Berücksichtigung des formulierten Ziels einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet – eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung (**Einzelfallprüfung**) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb der Stadt Balingen zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Dies gilt insbesondere für den Nachweis der Nahversorgung in den Stadtteilen außerhalb der Kernstadt Balingen.

Grundsatz 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente) im Sinne der Balingener Sortimentsliste

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe i.S.v. § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment, aber ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente im Sinne der Balingener Sortimentsliste, sollen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen.

Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment, aber ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente, sollen in den zentralen Versorgungsbereichen (Innenstadt, Nahversorgungszentrum Frommern) liegen.

Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten liegen; Ausnahme: „Handwerkerprivileg“.

Erläuterung:

Um die Zukunftsfähigkeit und die Entwicklung der beiden Balingener zentralen Versorgungsbereiche zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Balingener Stadtgebietes attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrele-

⁷⁴ Bei einer Flächenproduktivität von 4.500 Euro / m² und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 %.

vanthem Kernsortiment sollen demnach zukünftig in die beiden zentralen Versorgungsbereiche gelenkt werden, um diese Standorte in der Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Eine klare Priorisierung sollte dabei in Anbetracht der Funktion als Hauptgeschäftszentrum auf dem zentralen Versorgungsbereich der Balingener Innenstadt liegen.

Ausnahmen:

Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist.

Dabei wird die Verkaufsfläche für den jeweiligen Fabrikverkauf bis zu einer Verkaufsfläche von 5 % der Hauptbetriebsfläche bzw. maximal 100 m² ermöglicht. Die obigen Bedingungen sind daran gebunden, dass am Verkaufsort selbst eine Produktion stattfindet.

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

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

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

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zu den zentralen Versorgungsbereichen erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für die zentralen Versorgungsbereiche. Auch die Ansiedlung kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche erfordert, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken.

Der Grundsatz impliziert einen **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** in der Stadt Balingen. Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik / Multimedia) klar verneint werden. Denn z. B. ein Bekleidungsfachmarkt mit einer Größenordnung von 500 m² Verkaufsfläche erreicht recht schnell relative Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich von 50% oder mehr. Dass in so einer Konstellation städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären, lässt sich auch aus dem Urteil des OVG NRW vom 24. Oktober 2006 schlussfolgern. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in besonderen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer – auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit – stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** dar.

Denn die Stadt Balingen, ebenso wie auch zahlreiche andere kleinere oder größere Kommunen, weisen z.T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll die Konzeption keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i.d.R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Balingen entspricht. Für Mischgebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Balingen entspricht.

Diese Regelung intendiert nicht zwingend und für jeden Fall die Durchführung einer städtebaulichen Wirkungsanalyse, sondern postuliert vielmehr die geforderte Auseinandersetzung mit den konkreten örtlichen (kleinräumigen) Gegebenheiten (z. B. im Falle eines zukünftigen Bauleitplanverfahrens). Mit Blick auf die Balingener Angebotsstruktur außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen kann grundsätzlich bei nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Betrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment ab einer Betriebsgröße von mehr als 50 m² Verkaufsfläche davon ausgegangen werden, dass dieser Betrieb als strukturprägend (= Erheblichkeitsschwelle) einzuordnen ist.

- Eine Ausnahme für Betriebe mit zentrenrelevantem und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage ist bei einer Unterschreitung der jeweiligen Größenordnung daher grundsätzlich möglich.
- Diese Kleinstverkaufsflächenregelung hat sich in der Balingener Planungspraxis bewährt. Wichtige Voraussetzung für die Ausnahmeregel ist bei neuen Geschäftsgründungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, dass keine negativen Auswirkungen von dem Vorhaben ausgehen (Einzelfallprüfung).

Grundsatz 3:**Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S.1 Nr.2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Balinger Sortimentsliste⁷⁵**

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Balinger Sortimentsliste können im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Balingen (Hauptzentrum) oder Nahversorgungszentrum Frommern liegen. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen für den jeweiligen zentralen Versorgungsbereich vereinbart werden kann.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment auf den definierten **Sonderstandort Gehr**n zu konzentrieren. Voraussetzung hierfür ist, dass eine Abstimmung mit der Regionalplanung erfolgt.

Zentrenrelevante Randsortimente sind bei Betriebsstandorten von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu begrenzen. Bei Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche dürfen die zentrenrelevanten Randsortimente bis zu max. 10 % bzw. bis zu 350 m² der Gesamtverkaufsfläche einnehmen, wenn dadurch keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Zwischen dem Kernsortiment und den Randsortimenten muss ein **funktionaler Zusammenhang** bestehen. Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem oder einigen wenigen Sortiment(en) belegt werden.

Erläuterungen:

Als Vorrangstandort für die **Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment** definiert die Einzelhandelskonzeption (mit Einschränkungen) und die Regionalplanung den Sonderstandort Gehr im Balinger Stadtgebiet. Insbesondere unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Verkehrs- und Lieferströme sowie der bestehenden Einzelhandelsvorprägung an diesem Sonderstandort ist die Konzentration großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment an diesem Standort empfehlenswert. Darüber hinaus können derartige Betriebe auch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Balingen realisiert werden soweit Auswirkungen gemäß § 11 (3) BauNVO ausgeschlossen werden können und das Vorhaben die Entwicklungsziele und -empfehlungen des zentralen Versorgungsbereiches nicht beeinträchtigt.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte Ergänzungs- oder Randsortimente. Während von nicht-

⁷⁵ Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment betrifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung keine Ermächtigungsgrundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas / Porzellan / Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht die Einzelhandelskonzeption für die Stadt Balingen eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (max. 350 m² Verkaufsfläche in Anlehnung an die bisherige Konzeption und Planungspraxis), vor. Eine städtebauliche und regionalplanerische Verträglichkeit muss dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

Ausnahmen:

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb des Sonderstandortes Gehrn an nicht integrierten Standorten liegen, unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebes sollte im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Balingener Einzelhandelskonzeptes und der Regionalplanung bewertet werden. In sonstigen bestehenden **Gewerbe- und Industriegebieten ohne Einzelhandelsvorprägung** ist der Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten gänzlich (also auch jener unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit) durch entsprechende bauleitplanerische Maßnahmen auszuschließen. Zum einen können solche Vorhaben die Entwicklung des Vorrangstandortes gefährden, zum anderen hat die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Gewerbegebieten oftmals eine drastische Erhöhung der Bodenpreise im betroffenen Gebiet und somit einen Wettbewerbsnachteil insbesondere für mittelständische Handwerks- und Gewerbebetriebe zur Folge.

Verzeichnisse

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Zusammensetzung der Kundenherkunft des Balingener Einzelhandels.....	30
Abbildung 2:	Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten in Balingen.....	36
Abbildung 3:	Einkaufsstandorte für Nahrungs- und Genussmittel	38
Abbildung 4:	Einkaufsstandorte für Bekleidung	38
Abbildung 5:	Einkaufsstandorte für Schuhe (ohne Sportschuhe) / Lederwaren	39
Abbildung 6:	Einkaufsstandorte für Sport (-artikel, -bekleidung, -schuhe)	39
Abbildung 7:	Einkaufsstandorte für Elektronik und Multimedia	40
Abbildung 8:	Einkaufsstandorte für Möbel	40
Abbildung 9:	Einkaufsstandorte für Baumarktartikel	41
Abbildung 10:	Einkaufsstandorte für Gartenmarktartikel	41
Abbildung 11:	Häufigkeit des Einkaufs in Balingen	42
Abbildung 12:	Motive für einen Einkauf in Balingen.....	43
Abbildung 13:	Motive gegen einen Einkauf in Balingen.....	43
Abbildung 14:	Fehlende Sortimente und / oder Geschäfte in Balingen.....	44
Abbildung 15:	Fehlende Lebensmittelangebote in der Innenstadt	45
Abbildung 16:	Verbesserungsmöglichkeiten für eine attraktivere Innenstadt	46
Abbildung 17:	Ansiedlung größerer Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt	47
Abbildung 18:	Zufriedenheit mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr (2015)	48

Abbildung 19:	Investitionsbereitschaft in den eigenen Betrieb	49
Abbildung 20:	Fehlende Sortimente / Geschäfte in Balingen	49
Abbildung 21:	Bewertung der Einkaufssituation in Balingen (insgesamt)	50
Abbildung 22:	Bedarf für die Innenstadt zur Ansiedlung größerer Einzelhandelbetriebe	51
Abbildung 23:	Verteilung der Verkaufsfläche und Betriebe nach Lagen	61
Abbildung 24:	Innenstadt Balingen – Friedrichstraße	62
Abbildung 25:	Innenstadt Balingen – Bahnhofstraße / Neue Straße	64
Abbildung 26:	Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel	82
Abbildung 27:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)	89
Abbildung 28:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2016)	91
Abbildung 29:	Zielzentralitäten für die Stadt Balingen	94
Abbildung 30:	Standortstrukturmodell	102
Abbildung 31:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	129

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Definition von Lagekategorien	12
Tabelle 2:	Warengruppenschlüssel zur Einzelhandelserhebung Balingen	13
Tabelle 3:	Angebotsbausteine einer wohnort- beziehungsweise wohnungsnahen (Grund-)Versorgung	19
Tabelle 4:	Struktur der Haushaltsbefragung in Balingen	21
Tabelle 5:	Struktur der Haushaltsbefragung im Balingener Umland	21

Tabelle 6:	Balinger Stadtteile mit Einwohnerzahlen	27
Tabelle 7:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Balingen	32
Tabelle 8:	Kaufkraftpotenzial und -kennziffern im Einzugsgebiet	33
Tabelle 9:	Einzelhandelssituation in Balingen nach Warengruppen	53
Tabelle 10:	Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche auf die Balinger Stadtteile (z. T. gerundete Werte)	55
Tabelle 11:	Angebotssituation im zentralen Bereich Innenstadt	66
Tabelle 12:	Angebotssituation im Nahversorgungszentrum Frommern	70
Tabelle 13:	Angebotssituation im Nahversorgungszentrum Schmidlen	73
Tabelle 14:	Angebotssituation im Nahversorgungszentrum Heselwangen / Neige ..	76
Tabelle 15:	Angebotssituation im Ergänzungsstandort Gehrn	79
Tabelle 16:	Wohnungsnahe Grundversorgung in den Stadtteilen (gerundete Werte)	81
Tabelle 17:	Einzelhandelsspezifische Zentralität in Balingen differenziert nach Warengruppen	86
Tabelle 18:	Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen	90
Tabelle 19:	Merkmale zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente	126
Tabelle 20:	Sortimentsliste für die Stadt Balingen	130

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Balingen im Raum	26
Karte 2:	Siedlungsstruktur des Balinger Stadtgebietes	28
Karte 3:	Einzugsgebiet des Balinger Einzelhandels.....	30
Karte 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Region	34

Karte 5:	Einzelhandelsschwerpunkte in Balingen	58
Karte 6:	Räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsanbieter	59
Karte 7:	Leerstände in der Stadt Balingen	60
Karte 8:	Zentraler Bereich Innenstadt Balingen	65
Karte 9:	Nahversorgungszentrum Frommern	69
Karte 10:	Nahversorgungszentrum Schmiden	72
Karte 11:	Nahversorgungszentrum Heselwangen / Neige	75
Karte 12:	Angebotssituation Sonderstandort Gehrn	78
Karte 13:	Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Balingen mit 700 m-Isodistanzen	84
Karte 14:	Räumliches Entwicklungsleitbild	97
Karte 15:	Perspektivische Standortstruktur in der Stadt Balingen	106
Karte 16:	Zentraler Versorgungsbereich Balingen Innenstadt	111
Karte 17:	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Frommern....	113
Karte 18:	Abgrenzung Sonderstandort Gehrn	114

Glossar

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

Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder mehrere Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips.
großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte/das Umland oder in den Versand-/ Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner eines Ortes, der von den Anbietern gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Lebensmitteldiscounter	Ähnlich dem Supermarkt, jedoch Discountcharakter und i.d.R. keine Käse- oder Wursttheke (mit Bedienung), z.B. Aldi, Penny, Lidl. Verkaufsfläche mindestens 800 - 1.000 m ² , Selbstbedienung.
nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie gegebenenfalls auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente können gegebenenfalls auch innenstadtrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Handelsstandort, bestehend aus einem Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmitteldiscounter. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit kein Zentrum). Ein Nahversorgungsstandort ist sowohl in städtebaulich integrierten als auch nicht integrierten Lagen anzutreffen.
SB-Warenhaus	Nach dem Discountprinzip arbeitender Einzelhandelsgroßbetrieb, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mindestens 3.000 m ² beziehungsweise 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel/ Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf).
Sonderstandort	Sonderstandorte des Einzelhandels sind Standorte des großflächigen Einzelhandels. Vorrangig handelt es sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe aus dem nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	Verkaufsfläche mind. 400 m ² – max. 1.500 m ² , Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, vorwiegend Selbstbedienung.

Umsatzkennziffer	Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin beziehungsweise eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.
Verbrauchermarkt	Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche 1.500 – 3.000 beziehungsweise 5.000 m ² , breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.
Verkaufsfläche	Gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzu beziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

<p>zentraler Versorgungsbereich</p>	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne des §2(2) BauGB, §9 (2a) BauGB, § 34 (3) BauGB, §11(3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben- oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Handel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). ▪ Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung, -präsentation.
<p>zentrenrelevante Sortimente</p>	<p>Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit („Handtaschensortimente“) aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Sortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen beziehungsweise städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d.h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u.a. aufgrund günstiger Miet- beziehungsweise Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken) zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Ortsteilzentren beitragen. Im Hinblick auf die Verwendung von Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene beziehungsweise stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten).</p>

Anhang

Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten in Balingen 2016

Einleitung durch Interviewer. Adressat: Haushaltsmitglied, das die Einkäufe hauptsächlich tätigt.

Wohnort (Räumliche Erhebungseinheit Nr.):

Bogen-Nr.: Interviewer (Kürzel):

Alter der befragten Person:

unter 20 Jahre (1) 21-30 Jahre (2) 31-40 Jahre (3) 41-50 Jahre (4) 51-60 Jahre (5) 1 2 3 4 5 6
über 60 Jahre (6)

Geschlecht der befragten Person:

männlich (1), weiblich (2) 1 2

Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt:

1 2 3 4 5 >5

..... interessiert uns, wo Sie verschiedene Einkaufsartikel kaufen. Ich zähle jetzt einige auf und Sie sagen mir bitte, wo Sie diese überwiegend einkaufen. Nennen Sie bitte die Orte, wo Sie diese einkaufen (jeweils max. 3 Nennungen möglich)

- Einkaufsorte:** (1) Balingen Innenstadt (2) Gewerbegebiet „Gehrn“ (3) Balingen Albrechtstraße /Aldi / E-Center
(4) Möbel Rogg / Widerholdstraße (5) Balingen - Bühren in Frommern /Edeka (6) Balingen Lisztstraße (Hesselwangen) /Edeka
(7) Balingen sonstige Kernstadt (8) Halgerloch (9) Hechingen (10) Albstadt (11) Reutlingen (12) Tübingen (13) Bisingen
(14) Stuttgart (15) Metzingen (16) Sonstiger Ort und zwar (17) Versandhandel/ Internet.....

Bis zu 3 Nennungen möglich (hauptsächlicher Einkaufsort, weitere Einkaufsorte / Anbieter)

	Ort/Anbieter	weiterer Ort/Anbieter	weiterer Ort/Anbieter
Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel)()()()
Drogeriewaren / Parfümeriewaren()()()
Pharmazeutische Artikel()()()
Schreibwaren/Papier()()()
Bücher()()()
Bekleidung/Textilien()()()
Schuhe (ohne Sportschuhe)/Lederwaren()()()
Spielwaren()()()
Sport (-artikel, -bekleidung, -schuhe)()()()
Fahrräder und Zubehör()()()
Glas/Porzellan/Keramik/ Haushaltswaren()()()
Elektronik und Multimedia()()()
Uhren/Schmuck()()()
Möbel()()()
Wohnungseinrichtungsbedarf ¹()()()
Baumarktartikel()()()
Gartenmarktartikel()()()
Elektrohaushaltsgeräte/Lampen/Leuchten()()()
Zoologische Artikel()()()

¹ Bilderrahmen / Kunstgewerbe / Bilder / Gardinen / Heimtextilien / Dekostoffe / Teppiche / Wohndekorationsartikel / Bettwaren / Matratzen

2. Wie oft kaufen Sie in Balingen ein ?

Regelmäßig / häufig (1) unregelmäßig / selten (2) Nie (3)

*(Interviewer: Kategorien nicht vorlesen, Mehrfachnennungen zulässig !)
Bei Antwort nie: weiter mit nächster Frage*

Ich kaufe regelmäßig / häufig in Balingen ein,, weil **Ich kaufe weniger / selten in Balingen ein, weil**

Gute Einkaufsatmosphäre	(1)	Woanders mehr Einkaufsatmosphäre	(16)
Ansprechende städtebauliche Gestaltung des Einkaufsstandortes	(2)	Woanders anspruchendere städtebauliche Gestaltung des Einkaufsstandortes	(17)
Einkauf wird mit anderer Aktivität gekoppelt	(3)	Einkauf wird woanders mit anderer Aktivität gekoppelt	(18)
Gut mit dem Auto zu erreichen	(4)	Andere Orte mit dem Auto besser erreichbar	(19)
Gutes ÖPNV-Angebot	(5)	Woanders besseres ÖPNV-Angebot	(20)
Gute Rad- und Fußwegeverbindung	(6)	Woanders bessere Rad- und Fußwegeverbindung	(21)
Gute Parkmöglichkeiten	(7)	Woanders bessere Parkmöglichkeiten	(22)
Große Auswahl	(8)	Woanders mehr Auswahl	(23)
Preisgünstiges Angebot	(9)	Anderswo günstiger	(24)
Gute Qualität des Angebots	(10)	Woanders bessere Qualität des Angebots	(25)
Gute Beratung	(11)	Woanders bessere Öffnungszeiten	(26)
Gute Serviceangebote	(12)	Woanders bessere Serviceangebote	(27)
Ansprechende Außendarstellung der Geschäfte	(13)	Woanders anspruchendere Außendarstellung der Geschäfte	(28)
Ansprechende Warenpräsentation in den Geschäften	(14)	Woanders anspruchendere Warenpräsentation in den Geschäften	(29)
Sonstige Gründe	(15)	Sonstige Gründe	(30)

3. Vermissen Sie bestimmte Sortimente und/oder Geschäfte in Balingen?

- Nein
- Ja
- Wenn ja, welche (welche Standorte?)

4. Vermissen Sie Lebensmittelangebote in der Innenstadt von Balingen?

- Nein
- Ja
- Wenn ja, welche?

5. Wodurch könnte die Innenstadt von Balingen für Sie bzw. Ihre Familie noch attraktiver werden?

Denken Sie auch an andere Dinge als an das Einkaufen.

(Interviewer: Kategorien nicht vorsehen, Mehrfachnennungen möglich, wenn Antwort nicht eindeutig bitte klären / vertiefen)

Mehr oder verbesserte Gastronomie	(1)	Bessere ÖPNV-Anbindung der Ortsteile	(14)
Mehr kulturelle Veranstaltungen / Angebote	(2)	Erreichbarkeit mit öffentl. Verkehrsmitteln	(15)
Bestimmte spezielle Fachgeschäfte	(3)	Bessere Kinderbetreuung	(16)
Verbessertes Lebensmittelangebot	(4)	Weiß nicht / keine Meinung	(17)
Andere / einheitliche Ladenöffnungszeiten	(5)	Sonstige Nennungen:	(18)
Bessere Warenpräsentation	(6)	Sonstige Nennungen	(19)
Verbesserte Serviceangebote	(7)		
Möglichkeit eines Lieferservice	(8)		
Größeres Angebot für Kinder und Jugendliche	(9)		
Größeres Freizeit- und Bildungsangebot	(10)		
Attraktive städtebauliche Gestaltung der Innenstadt	(11)		
Bessere Erreichbarkeit mit dem Auto	(12)		
Mehr Parkmöglichkeiten	(13)		

6. Wie Sie vielleicht wissen, werden derzeit verschiedene Einzelhandelsentwicklungen in der Balingener Innenstadt diskutiert. Wie sehen Sie den Bedarf für die Balingener Innenstadt zur Ansiedlung größerer Einzelhandelsbetriebe ?

Grundsätzlich positiv (1) grundsätzlich negativ (2) habe keine Meinung dazu (3) ist mir nicht bekannt (4)

Händlerbefragung in Balingen 2016

Name des Betriebs und des teilnehmenden Händlers : (freiwillige Angabe)

.....

Handelt sich um einen inhabergeführten Betrieb (1) oder einen Filialbetrieb (2): 1 2

Sind Sie Eigentümer (1) oder Mieter (2) Ihres Ladenlokals: 1 2

Wie lange sind Sie bereits an dem Standort in Balingen niedergelassen (Angabe in Jahren) ?

Wo befindet sich Ihr Einzelhandelsbetrieb? 1 2
In der Balingener Innenstadt (1) oder im übrigen Balingener Stadtgebiet (2):

1. Wie zufrieden sind Sie mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr (2015) gewesen ?

Sehr zufrieden <input type="checkbox"/>	Nicht zufrieden <input type="checkbox"/>
Zufrieden <input type="checkbox"/>	Überhaupt nicht zufrieden <input type="checkbox"/>
Weder noch / Durchschnittlich <input type="checkbox"/>	Keine Angabe <input type="checkbox"/>

.....

.....

.....

2. Haben Sie in den letzten Monaten in Ihren Betrieb investiert, wenn ja inwiefern ?

Innenausbau / Schaufenster <input type="checkbox"/>	Neue Geschäftseröffnung <input type="checkbox"/>
Immobilie <input type="checkbox"/>	Sonstiges <input type="checkbox"/>
Sortiment / Warenpräsentation <input type="checkbox"/>	Keine Angabe <input type="checkbox"/>

.....

.....

.....

.....

3. Vermissen Sie bestimmte Sortimente und/oder Geschäfte in Balingen?

- Nein
- Ja
- Wenn ja, welche (welche Standorte?)

.....

4. Wie schätzen Sie die Einkaufssituation in Balingen insgesamt ein?

Überwiegend positiv oder überwiegend negativ (bitte jeweils ankreuzen)

Falls positiv, weil

- Gute Einkaufsatmosphäre
- Ansprechende städtebauliche Gestaltung des Einkaufsstandortes
- Einkauf wird mit anderer Aktivität gekoppelt
- Gut mit dem Auto zu erreichen
- Gutes ÖPNV-Angebot
- Gute Rad- und Fußwegeverbindung
- Gute Parkmöglichkeiten
- Große Auswahl
- Preisgünstiges Angebot
- Gute Qualität des Angebots
- Gute Beratung
- Gute Serviceangebote
- Ansprechende Außendarstellung der Geschäfte
- Ansprechende Warenpräsentation in den Geschäften
- Sonstige Gründe

Falls negativ, weil

- Woanders mehr Einkaufsatmosphäre
- Woanders ansprechendere städtebauliche Gestaltung des Einkaufsstandortes
- Einkauf wird woanders mit anderer Aktivität gekoppelt
- Andere Orte mit dem Auto besser erreichbar
- Woanders besseres ÖPNV-Angebot
- Woanders bessere Rad- und Fußwegeverbindung
- Woanders bessere Parkmöglichkeiten
- Woanders mehr Auswahl
- Anderswo günstiger
- Woanders bessere Qualität des Angebots
- Woanders bessere Öffnungszeiten
- Woanders bessere Serviceangebote
- Woanders ansprechendere Außendarstellung der Geschäfte
- Woanders ansprechendere Warenpräsentation in den Geschäften
- Sonstige Gründe

.....

.....

.....

.....

.....

5. Was müsste die Stadt Ihrer Meinung nach tun, um Balingen als Einkaufsstadt attraktiver zu machen?

Denken Sie auch an andere Dinge als an das Einkaufen.

.....

.....

.....

.....

6. Was müssten die Händler Ihrer Meinung nach tun, um Balingen als Einkaufsstadt attraktiver zu machen?

Denken Sie auch an andere Dinge als an das Einkaufen.

.....

.....

.....

.....

7. Nutzen Sie das Internet z.B. als Werbemedium (z.B. eigene Homepage oder auch regelmäßige Mailings an Ihre Kunden) oder auch als weiteren Vertriebsweg (z.B. als Anbieter in verschiedenen Plattformen im Internet) ?

Falls nein: beabsichtigen Sie, in naher Zukunft das Internet als neuen Absatzweg zu nutzen?

.....

.....

.....

.....

8. Wie Sie vielleicht wissen, werden derzeit verschiedene Einzelhandelsentwicklungen in der Balingener Innenstadt diskutiert. Wie sehen Sie den Bedarf für die Innenstadt zur Ansiedlung größerer Einzelhandelsbetriebe ?

Grundsätzlich positiv (☐) grundsätzlich negativ (☐) habe keine Meinung dazu (☐) ist mir nicht bekannt (☐)

Nennen Sie uns bitte die Gründe für Ihre Einschätzung

.....

.....

.....

.....

9. Haben Sie sonst noch Anregungen, die Sie uns bezüglich der Einzelhandelsentwicklung in Balingen mitteilen möchten ?

.....

.....

.....

.....

.....