



**Dr. Donato Acocella**  
Stadt- und Regionalentwicklung

## **Gutachten als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Schwäbisch Hall**



Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29  
Arndtstraße 10 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29  
Peter-Vischer-Straße 17 ▪ 90403 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43  
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de

**Bearbeiter:**  
Dipl.-Ing. Rasmus Bürger  
Dipl.-Geograph Peter Helbig

**Nürnberg/ Dortmund, 15.04.2020**

# INHALTSVERZEICHNIS:

<b>1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG</b>	<b>1</b>
<b>2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN</b>	<b>3</b>
2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG	3
2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung	4
2.1.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung	6
2.1.3 Onlinehandel	8
2.2 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES	11
2.2.1 Zentraler Versorgungsbereich	11
2.2.2 Sortimentsliste	12
2.2.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene	13
2.2.4 Regional- und landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels	17
2.3 KONSEQUENZEN FÜR GENEHMIGUNGSVERFAHREN	19
2.4 FAZIT - PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN	21
<b>3. EINZELHANDELSSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE</b>	<b>22</b>
3.1 METHODISCHES VORGEHEN	22
3.2 ENTWICKLUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES IN DER STADT SCHWÄBISCH HALL	24
3.3 BEURTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES VOR DEM HINTERGRUND DER NACHFRAGE: BINDUNGSQUOTEN	25
3.4 ERGEBNISSE DER EINZELHÄNDLERBEFRAGUNG: UMSATZHERKUNFT, EINZUGSGEBIET, VERBLEIBQUOTE, UMSATZENTWICKLUNG	30
3.4.1 Umsatzherkunft, Kundenherkunft, Verbleibquote und Umsatzentwicklung	30
3.4.2 Weitere Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung	34
3.5 BEURTEILUNG DER EINZELHANDELSSITUATION AUS HÄNDLERSICHT	36
3.6 FAZIT - EINZELHANDELSSITUATION	38
<b>4. ZENTRALER VERSORGBEREICH UND NAHVERSORGUNGSSTANDORTE</b>	<b>40</b>
4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME	40
4.2 ZENTRALER VERSORGBEREICH INNENSTADT SCHWÄBISCH HALL	42
4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	42
4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	45
4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse Innenstadt	47
4.3 NAHVERSORGUNGSSTANDORTE	55
4.3.1 Nahversorgungsstandort Kreuzäcker	55
4.3.2 Nahversorgungsstandort Teurershof	56
4.3.3 Nahversorgungsstandort Reifenhof	58
4.3.4 Nahversorgungsstandort Tullauer Höhe	59
4.3.5 Nahversorgungsstandort Hessental	61
4.3.6 Nahversorgungsstandort Sulzdorf	62
<b>5. RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES</b>	<b>64</b>



5.1 EINZELHANDELSKONZENTRATIONEN .....	64
5.2 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES.....	66
5.3 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION .....	67
<b>6. ZIELKATALOG DES EINZELHANDELSKONZEPTES</b> .....	<b>70</b>
<b>7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES</b> .....	<b>74</b>
7.1 METHODISCHES VORGEHEN .....	74
7.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage.....	75
7.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite .....	78
7.2 PROGNOSEERGNISSE .....	81
7.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt .....	81
7.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraumes .....	86
7.2.3 Fazit Prognoseergebnis .....	88
<b>8. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG</b> .....	<b>90</b>
8.1 VORSCHLAG FÜR EINE SORTIMENTSLISTE.....	91
8.1.1 Kriterien .....	91
8.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Schwäbisch Hall .....	92
8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste .....	95
8.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG.....	97
8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel .....	99
8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel .....	103
8.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN .....	104
8.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive).....	105
8.3.2 Nahversorgungsstandorte .....	109
8.3.3 Vorschläge zur Nahversorgung.....	111
8.3.4 Gewerbegebiete .....	112
8.4 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG .....	113
8.4.1 Öffentliche Information .....	113
8.4.2 Festlegen einer Sortimentsliste.....	114
8.4.3 Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig.....	115
8.4.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen .....	117
8.5 ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG .....	118
<b>GLOSSAR</b> .....	<b>120</b>
<b>ANHANG</b> .....	<b>124</b>



## TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1:	Vergleich Einzelhandelsangebot 2019 zu 2008 (GMA) .....	25
Tab. 2:	Ist-Situation im Einzelhandel in der Stadt Schwäbisch Hall: Verkaufsfläche (auf 25 m <sup>2</sup> gerundet), Umsatz und Kaufkraft in Mio. € (mit Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellen) .....	29
Tab. 3:	Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt .....	45
Tab. 4:	Prognoserahmen .....	78
Tab. 5:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bzw. 2030 bei Entwicklungsprognose - Angaben auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....	82
Tab. 6:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bzw. 2030 bei Wettbewerbsprognose - Angaben auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....	84
Tab. 7:	Vorschlag für die künftige Sortimentsliste Schwäbisch Hall.....	96
Tab. 8:	Standortkatalog nach den Ansiedlungsleitsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung.....	98
Tab. 9:	Rechnerisch versorgte Einwohner je 100 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche bei nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten .....	102
Tab. A - 1:	Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Schwäbisch Hall: Anzahl und Verkaufsfläche (auf 25 m <sup>2</sup> gerundet).....	124
Tab. A - 2:	Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Schwäbisch Hall: Anzahl und Verkaufsfläche (auf 25 m <sup>2</sup> gerundet).....	124
Tab. A - 3:	Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich: VKF (auf 25 m <sup>2</sup> gerundet), Umsatz und Kaufkraft (Gesamtstadt) (je in Mio. €) .....	125
Tab. A - 4:	Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2025 und 2030 in Mio. €.....	126
Tab. A - 5:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Status-quo- Prognose - Angaben auf 25 m <sup>2</sup> gerundet .....	127
Tab. A - 6:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Auswahl/ Angebot .....	128
Tab. A - 7:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Parkplätze.....	128
Tab. A - 8:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Erreichbarkeit.....	128
Tab. A - 9:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität .....	129
Tab. A - 10:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Veranstaltungen/ Zusammenarbeit .....	129
Tab. A - 11:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Dienstleistungen.....	129
Tab. A - 12:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Tourismus .....	129
Tab. A - 13:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Öffnungszeiten .....	130
Tab. A - 14:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Leerstand .....	130
Tab. A - 15:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Mieten .....	130
Tab. A - 16:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Sonstiges .....	130



## ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1:	Umsätze im Onlinehandel sowie im Einzelhandel insgesamt.....	9
Abb. 2:	Entwicklung Online-Umsatz in Mrd. € und jährliche Zuwachsraten .....	9
Abb. 3:	Beteiligung Händlerbefragung 2019.....	24
Abb. 4:	Bindungsquoten 2019 (Gesamtbindungsquote = 141%) .....	26
Abb. 5:	Bindungsquoten 2019 nach Standorttypen .....	27
Abb. 6:	Umsatzherkunft 2019 .....	30
Abb. 7:	Vergleich Kundenherkunftserfassung und Händlerbefragung.....	31
Abb. 8:	Verbleibquote 2019.....	33
Abb. 9:	Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren nach Standorttypen .....	34
Abb. 10:	Änderungsabsichten 2019 .....	35
Abb. 11:	Internetauftritt (Auskunft 163 Händler).....	35
Abb. 12:	Einschätzung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht 2019 (Auskunft 184 Betriebe).....	37
Abb. 13:	"Unechte Bindungsquoten" in der Innenstadt nach Sortimenten.....	47
Abb. 14:	Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttypen .....	66
Abb. 15:	Einzelhandelsstruktur nach Standorttypen.....	67
Abb. 16:	Einwohnerentwicklung in der Stadt Schwäbisch Hall 1990 bis 2018 (tatsächliche Entwicklung) und 2016 bis 2030 (Prognosewerte) .....	76
Abb. 17:	Verkaufsflächenverteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen .....	93
Abb. 18:	Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen .....	95

## KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1:	Tendenzielles Einzugsgebiet der Stadt Schwäbisch Hall - Kundenherkunftserfassung.....	32
Karte 2:	Nutzungsschwerpunkte Innenstadt.....	43
Karte 3:	Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz Innenstadt .....	43
Karte 4:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt.....	44
Karte 5:	Stärken zentraler Versorgungsbereich Innenstadt.....	49
Karte 6:	Schwächen zentraler Versorgungsbereich Innenstadt - Leerstände .....	53
Karte 7:	Nahversorgungsstandort Kreuzäcker.....	56
Karte 8:	Nahversorgungsstandort Teurershof .....	57
Karte 9:	Nahversorgungsstandort Reifenhof .....	59
Karte 10:	Nahversorgungsstandort Tullauer Höhe.....	60
Karte 11:	Nahversorgungsstandort Hessental.....	62
Karte 12:	Nahversorgungsstandort Sulzdorf .....	63
Karte 13:	Einzelhandelskonzentrationen .....	65
Karte 14:	Nahversorgungssituation in Schwäbisch Hall .....	69
Karte 15:	perspektivische Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	105
Karte 16:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt - Empfehlungen.	107



## FOTOVERZEICHNIS:

Foto 1:	Magnetbetrieb.....	48
Foto 2:	Kocherquartier.....	48
Foto 3:	Markthalle .....	49
Foto 4:	Stadtbibliothek .....	49
Foto 5:	historische Altstadt.....	50
Foto 6:	St. Michael.....	50
Foto 7:	Am Spitalbach/ Straßenraumgestaltung .....	51
Foto 8:	Kunst im öffentlichen Raum .....	51
Foto 9:	Marktplatz .....	51
Foto 10:	Globe.....	51
Foto 11:	Platz mit Aufenthaltsqualität .....	52
Foto 12:	Dietrich-Bonhoeffer-Platz.....	52
Foto 13:	Busbahnhof .....	52
Foto 14:	Kunsthalle Würth .....	52
Foto 15:	fehlender Besatz .....	53
Foto 16:	Werbeaufsteller .....	53
Foto 17:	Parkplatz - Haalplatz .....	55
Foto 18:	Modernisierungsbedarf.....	55
Foto 19:	Einzelhandel/ Dienstleistungen .....	56
Foto 20:	Limpurger Platz.....	56
Foto 21:	LM-SB-Markt .....	58
Foto 22:	Apotheke.....	58
Foto 23:	LM-SB-Markt .....	59
Foto 24:	Straßenraum .....	59
Foto 25:	Supermarkt .....	61
Foto 26:	Passage .....	61
Foto 27:	Supermarkt .....	62
Foto 28:	Sulzdorfer Straße .....	62
Foto 29:	LM-SB-Markt .....	63
Foto 30:	Umfeld LM-SB-Markt .....	63





## 1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die Stadt Schwäbisch Hall, die 40.621 Einwohner umfasst<sup>1</sup>, ist im Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 als Mittelzentrum ausgewiesen<sup>2</sup>. Schwäbisch Hall ist die größte Stadt des gleichnamigen Landkreises und liegt etwa 35 Kilometer östlich des Oberzentrums Heilbronn und rd. 60 Kilometer nordöstlich der Landeshauptstadt Stuttgart. Hinsichtlich der verkehrlichen Anbindung weist Schwäbisch Hall mittels der nahe dem Stadtgebiet gelegenen Anschlussstelle Schwäbisch Hall der Bundesautobahn A 6 sowie mittels der beiden durch das Stadtgebiet führenden Bundesstraßen B 14 und B 19 eine Anbindung an das überregionale Straßenverkehrsnetz auf.

An das Schienennetz ist Schwäbisch Hall durch die beiden Bahnhöfe Schwäbisch Hall - Hessental (Schnittpunkt der Nahverkehrsstrecken Stuttgart Hbf - Nürnberg Hbf und Crailsheim - Heilbronn Hbf) und Schwäbisch Hall Stadtbahnhof (an der Nahverkehrsstrecke Crailsheim - Heilbronn Hbf gelegen) angeschlossen.

Der Regionalverband Heilbronn-Franken hat die Stadt Schwäbisch Hall im Zuge der Teilfortschreibung des Regionalplanes aufgefordert, ein Einzelhandelskonzept erstellen (und beschließen) zu lassen, in dem u.a. der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich parzellenscharf abgegrenzt dargestellt wird. Vor diesem Hintergrund und um die perspektivischen Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels in Schwäbisch Hall insgesamt und für unterschiedliche Standorte bzw. Standorttypen zu analysieren und aufzuzeigen hat die Stadt Schwäbisch Hall das Büro Dr. Donato Acocella mit der Erstellung des vorliegenden Gutachtens als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept beauftragt.

In dem Gutachten sind insbesondere folgende Aspekte zu erörtern:

- Wie stellt sich die Versorgungssituation in der Stadt Schwäbisch Hall in den einzelnen Sortimenten dar?
- In welchem Maße wird der Einzelhandel der zentralörtlichen Funktion der Stadt Schwäbisch Hall gerecht?

---

<sup>1</sup> Vgl. <http://www.schwaebischhall.de/buergerstadt/buergerinfo/statistiken/einwohnerinnen-einwohner/>; Zugriff am 19.07.2019.

<sup>2</sup> Vgl. Regionalverband Heilbronn-Franken: Regionalplan Heilbronn-Franken 2020, Ziffer 2.3.2 N (1) sowie Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg, Karte 2 Zentrale Orte und Verflechtungsbe-  
reiche.



- Wie verteilt sich der Einzelhandel in der Stadt Schwäbisch Hall auf die unterschiedlichen Standortlagen?
- Wie ist der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich abzugrenzen und wie kann dieser unter räumlichen, städtebaulichen und funktionalen Aspekten weiterentwickelt werden?
- Welche weiteren wichtigen Einzelhandelsschwerpunkte bestehen in Schwäbisch Hall darüber hinaus?
- Welcher quantitative Entwicklungsspielraum ist bis zum Jahr 2030 unter Berücksichtigung der Einwohnerentwicklung, der Konkurrenz durch den Onlinehandel und weiterer Faktoren zu verzeichnen?
- Nach welchen übergeordneten Zielen soll die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Schwäbisch Hall ausgerichtet werden?
- An welchen Standorten bzw. Standorttypen soll zukünftig Einzelhandel welcher Art und in welcher Dimension angesiedelt werden?
- Welche Sortimente sind vor dem Hintergrund der örtlichen Verhältnisse und allgemeiner Kriterien als nahversorgungsrelevant, zentrenrelevant und nicht zentrenrelevant einzustufen ("Sortimentsliste Schwäbisch Hall")?
- Wie ist die räumliche Nahversorgung der Bevölkerung zu bewerten und welche Möglichkeiten zum Erhalt bzw. für eine Verbesserung dieser bestehen?

**Zentrales Anliegen des zu erstellenden Einzelhandelsgutachtens ist die städtebauliche Begründung zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels. Das auf diesem basierende Einzelhandelskonzept<sup>3</sup> entspricht, wenn es durch den Stadtrat von Schwäbisch Hall beschlossen wird, auf kommunaler Ebene auch einem städtebaulichen Entwicklungskonzept nach § 1 (6) Nr. 11 BauGB.**

Während der Erarbeitung des Einzelhandelsgutachtens wurden die Vorgehensweise und die einzelnen Arbeitsschritte sowie die Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung, der städtebaulich-funktionalen Stärken-Schwächen-Analyse und die konzeptionellen Ergebnisse und Empfehlungen mit Vertretern der Verwaltung in einer projektbegleitenden Arbeitsgruppe regelmäßig abgestimmt und diskutiert.

---

<sup>3</sup> Ein Einzelhandelskonzept muss von einer Stadt/ Gemeinde (politisch) beschlossen werden. Insofern kann das vorliegende Gutachten lediglich die Grundlage für ein solches Konzept darstellen.



## **2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN**

Einleitend werden vergangene und in der Tendenz absehbare Trends der Einzelhandelsentwicklung unter planerischen und betriebswirtschaftlichen Aspekten näher beleuchtet. Anschließend werden die aktuellen planungsrechtlichen Vorgaben, welche diesem Gutachten zugrunde liegen, dargestellt.

### **2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG**

Die gesellschaftliche Aufgabe des Einzelhandels liegt in der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern. In jeder Stadt bzw. Gemeinde (unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion) betrifft dies zunächst die Deckung der Grundversorgung, insbesondere mit Lebensmitteln.

Eine lebendige Innenstadt mit einem vielfältigen Angebot ist ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Im Zuge des Strukturwandels und hier insbesondere der Suburbanisierung der Einzelhandelsstandorte seit Mitte der 1970er Jahre, wurde den Zentren jedoch viel von der stadtbildenden Kraft des Einzelhandels entzogen.

Auf Grund der Lösung des Einzelhandels von klassischen Standortfaktoren wie "Einwohnerdichte im Naheinzugsbereich" oder "hohe Passantendichte" - auch als Folge der Genehmigungspolitik der Baugenehmigungsbehörden - kam es zu einer Entwertung traditioneller Einkaufsstandorte und der auf diese Standorte ausgerichteten infrastrukturellen Einrichtungen. Durch die Ansiedlungspolitik der Kommunen im Außenbereich der Gemeinden und Städte entwickelten sich neue, zum Teil erhebliche Nutzungskonflikte (gewerbliche Nutzung, industrielle Nutzung, Sportstätten, Einzelhandelsnutzung) und ökologische Probleme (Verkehrsaufkommen, Landschaftsverbrauch, Flächenversiegelung).

Um die zentrenprägende Kraft des Einzelhandels aufrechtzuerhalten - und darüber hinaus die Nahversorgung der gesamten Bevölkerung (auch der weniger mobilen) zu sichern - bedarf es deshalb der gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung.



### 2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung

Die Entwicklung des Einzelhandels wird sowohl durch die Anbieter als auch durch die Nachfrager/ Konsumenten bestimmt.

#### Bedeutung handelsendogener Faktoren

Veränderungen auf Anbieterseite (handelsendogene Faktoren) sind die Konzeption von Betriebstypen ("Tante-Emma-Laden", Supermarkt, Biomarkt, Discounter, SB-Warenhaus etc.), die Standortdynamik oder die Sortimentspolitik der unterschiedlichen Anbieter:

- **Betriebstypenentwicklung:** Die Betriebstypenentwicklung, als Folge des stetigen Bestrebens der Handelskonzerne, Kostenstrukturen zu optimieren, ist verbunden mit einer Auffächerung des Niedrigpreisbereiches in Markendiscountern, Factory-Outlet-Centern (FOC), Sonderpostenmärkten und traditionellen (Lebensmittel-)Discountern, einem Anstieg der Verkaufsfläche je Betriebseinheit in vielen Branchen und einer kontinuierlichen Abnahme der (inhabergeführten) Fachgeschäfte.

Problematisch ist dies vor allem, weil ein Großteil der Einzelhandelsbetriebe häufig außerhalb gewachsener Strukturen angesiedelt wird und somit zur Auflösung der vorhandenen Funktionen und der Nutzungsvielfalt in den Zentren beiträgt bzw. beitragen kann. Der aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen erfolgte Anstieg der Verkaufsfläche je Betrieb erschwert häufig die Integration der neuen Betriebstypen in die gewachsenen Strukturen der Zentren, wodurch die Multifunktionalität des Handels abhandenkommen kann.

- **Sortimentspolitik:** Daneben verändern sich auch die einzelnen Betriebstypen fortwährend selbst, z.B. im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische Branchenaufteilung ist dadurch aufgebrochen, sodass mittlerweile nicht nur Warenhäuser als Mehrbranchenanbieter angesehen werden können. Baumärkte oder Lebensmittelbetriebe führen i.d.R. Randsortimente oder auf sog. Aktionsflächen Sortimente, die von der für diese (ursprünglichen) Betriebsarten üblichen Sortimentsstrukturierung erheblich abweichen. Diese Sortimente stehen oftmals in Konkurrenz zu den entsprechenden Angeboten der Innenstädte oder anderer Zentren.
- **Standortdynamik:** Die Betriebstypendynamik führt - teilweise gemeinsam mit den Trends auf Seiten der Konsumenten - oftmals dazu, dass autokundenorientierte Standorte und preisgünstige Grundstücke vorgezogen werden. Die Funktionsmi-



sung großflächiger Einzelhandelsstandorte an der Peripherie führt zu einer Erhöhung ihrer Standortattraktivität, insbesondere im Verhältnis zu Innenstädten, sodass sich für diese ein Entwicklungshemmnis ergeben kann.

Weiterhin hat sich eine Funktionsteilung der Betriebstypen der unterschiedlichen Einzelhandelsnetze herausgebildet. Während höherwertige, service-intensive, und damit vor allem von Fachgeschäften angebotene Waren vornehmlich in den innerstädtischen Zentren sowie teilweise in den Zentren zu finden sind, werden preisgünstige Waren häufig in peripheren Lagen angeboten.

### **Bedeutung handelsexogener Faktoren**

Zu den handelsexogenen Faktoren gehören vor allem nachfragebedingte Faktoren wie Einkommen, Mobilität und Einkaufsverhalten sowie soziodemografische und rechtliche Rahmenbedingungen, welche die Einzelhandelsentwicklung entscheidend beeinflussen können:

- **Soziodemografische Entwicklung:** Die Prognosen zur Einwohnerentwicklung in Deutschland zeigen aktuell ja nach Szenario, anders als in der Vergangenheit erwartet, nur noch einen leichten Bevölkerungsrückgang bzw. tlw. konstante Zahlen. Dies ist auf eine anhaltende Zuwanderung sowie aktuell zunehmende Geburtenraten zurückzuführen. Dabei nimmt der Anteil der älteren Menschen kontinuierlich zu. Diese Entwicklung hat für den Einzelhandel und damit auch für die Zentren eine wichtige Bedeutung, z.B. in Bezug auf den Bedarf an gesundheitsfördernden Artikeln und die Erreichbarkeit von Nahversorgungseinrichtungen. Eng mit dem Wandel der Altersstruktur ist die Veränderung der Haushaltstypen verbunden: Die Anzahl der Haushalte steigt - auch im Verhältnis zur Bevölkerungszahl - in Deutschland weiterhin an, die durchschnittliche Haushaltsgröße nimmt gleichzeitig ab, was sich an der signifikanten Zunahme von Single-Haushalten zeigt. Die Pluralisierung und Individualisierung der Lebens- und auch Wohnformen, welche u.a. zu einem veränderten Kaufverhalten führen, sind weitere Trends, die bei anstehenden Planungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung berücksichtigt werden müssen.
- **Mobilität:** Eine hohe Mobilität und Mobilitätsbereitschaft führen dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung häufig wohnortfernere Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. Dies führt gleichzeitig zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte in zentralen Lagen und/ oder zum Wegfall der Nahversor-



gung.

- **Konsumgewohnheiten:** Ebenso führt die Veränderung der Konsumgewohnheiten, in Verbindung mit einer Veränderung der Lebensstile zu einer Neubewertung verschiedener Einzelhandelsstandorte. Bei Lebensmitteleinkäufen dominiert in großen Teilen der Gesellschaft das sogenannte One-Stop-Shopping, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Andererseits werden Zentren häufig gezielt für den Einkauf ausgesuchter zentrenrelevanter Sortimente, wie Bekleidung oder Schuhe, aufgesucht. Ob dieses Einkaufsverhalten angesichts hoher Mobilitätskosten und einer älter werdenden Gesellschaft so bleiben wird, darf bezweifelt werden. Weiterhin kommt in Teilen der Gesellschaft dem Thema der Nachhaltigkeit eine größer werdende Rolle bei Einkaufsentscheidungen zu.
- **Einkommen:** Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. Wohn-/ Energiekosten) führ(t)en zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen. Darüber hinaus erfolgt zunehmend eine Kopplung von Freizeitaktivitäten, Gastronomiebesuchen und Einkauf (Trend zum Erlebniseinkauf).

Es ist festzustellen, dass der Einzelhandel nicht vorrangig auf die Bedürfnisse der Nachfrage (Kunden) reagiert, sondern dass die verschiedenen Entwicklungen im Einzelhandel primär durch diesen selbst verursacht/ bestimmt werden.

### 2.1.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung

Bei systematischer Betrachtung ist insbesondere auf die nachfolgend dargestellten typischen Probleme von Innenstädten und Ortszentren infolge der Einzelhandelsentwicklung hinzuweisen:

- Die Suburbanisierung der Handelsstandorte gefährdet die Rentabilität stadt- bzw. gemeindezentrenbezogener Entwicklungskonzepte sowie von Investitionen der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft. Eine fehlende wirtschaftliche Perspektive führt zum Rückzug weiterer Einzelhandelsunternehmen aus den Innenstädten bzw. Ortszentren.
- Die aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen für erforderlich erachtete Mindestverkaufsfläche steigt in allen Einzelhandelsbranchen an und erschwert in Kombination mit einer von Betreibern noch immer häufig bevorzugten einge-



schossigen Bauweise die Integration der Betriebe in die gewachsenen Strukturen der Innenstädte und Ortszentren sowie der sonstigen Zentren. Die Multifunktionalität des Handels und die kleinteiligen Strukturen in den Kernbereichen drohen abhanden zu kommen.

- Die kommunale Verkehrssituation gerät in ein Spannungsfeld. Das Flächenwachstum im Handel reduziert die Möglichkeiten, die Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen und damit das Individualverkehrsaufkommen zu reduzieren. Die schwindende Attraktivität der Innenstädte bzw. der Ortszentren als Einkaufsorte hemmt die Bereitschaft, in verbesserte ÖPNV-Konzepte zu investieren. Nur zum Teil werden autokundenorientierte Einzelhandelsgroßbetriebe im Umland der Städte und Gemeinden an öffentliche Verkehrsmittel angebunden. Die Größe des Einzugsgebietes des suburbanen Einzelhandels führt zu einem großen Aufkommen des Individualverkehrs.
- Die wohnungsnahe Grundversorgung ist nicht mehr garantiert. U.a. als Folge der (durch die Genehmigungspolitik zugelassenen) Suburbanisierung ziehen sich der Handel und andere Infrastruktureinrichtungen aus den Wohngebieten und dem ländlichen Raum zurück. Die durch den Konzentrationsprozess im Lebensmitteleinzelhandel ausgelöste Erhöhung der durchschnittlichen Betriebsgröße hat zur Folge, dass für Anbieter die Notwendigkeit entsteht, mit diesen größeren Betriebseinheiten auch entsprechend höhere Umsätze zu erwirtschaften. Damit vergrößert sich der notwendige Einzugsbereich jedes Betriebes. Der dadurch ausgelöste Verdrängungswettbewerb reduziert das Angebot zunehmend auf standort- und betriebstypenbezogen optimierte Betriebe: Eine fußläufige bzw. wohnortnahe Nahversorgung durch kleinere Lebensmittelbetriebe in Wohnlagen ist wegen der Ausdünnung des Versorgungsnetzes häufig nicht mehr gewährleistet. Die Entwicklung verläuft entgegen dem für die Nahversorgung wichtigen Ziel einer "Stadt/ Gemeinde der kurzen Wege". Betroffen ist vor allem der mobilitätseingeschränkte Teil der Bevölkerung. Mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen steigt so die Zahl potenziell unterversorgter Haushalte.
- Nahezu unabhängig von der Einwohnerzahl einer Kommune sind gerade ältere Menschen in besonders hohem Maße von einer unzureichenden Nahversorgung betroffen. Zurückzuführen ist dies u.a. auf:
  - Mangelnde finanzielle Möglichkeiten für den Besitz und die Nutzung eines Pkws für den Einkauf,



- den noch immer überdurchschnittlich hohen Anteil von Personen, insbesondere Frauen, ohne Führerschein in dieser Altersgruppe sowie
- auf die fehlenden gesundheitlichen/ körperlichen Voraussetzungen zum Führen eines Pkws.
- Der Flächenverbrauch einzelner Betriebstypen für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet führen zu zusätzlichen Umweltbelastungen.
- Die aufgezeigten Probleme beeinträchtigen den innerstädtischen bzw. innerörtlichen Einzelhandel immer häufiger. Dabei weisen die Einzelhändler auf die Abhängigkeit des Standortes Innenstadt bzw. Zentrum von seiner Erreichbarkeit hin. Gleichzeitig muss sich der Handel der Konkurrenz optimal geplanter Shopping-Center mit guter Verkehrsanbindung, Flanierambiente, hochwertigen Anbietern und hohem Organisationsgrad (Werbung, Öffnungszeiten etc.) sowie mit Angeboten zur Freizeitgestaltung stellen. Dies erfordert wiederum insbesondere an innerstädtischen Standorten eine (bauliche) Aufwertung des Ambientes, z.B. durch Fußgängerzonen und eine vielfältige Funktionsmischung, um einen "Erlebnisraum" zu schaffen bzw. diesen auszubauen.

### **2.1.3 Onlinehandel**

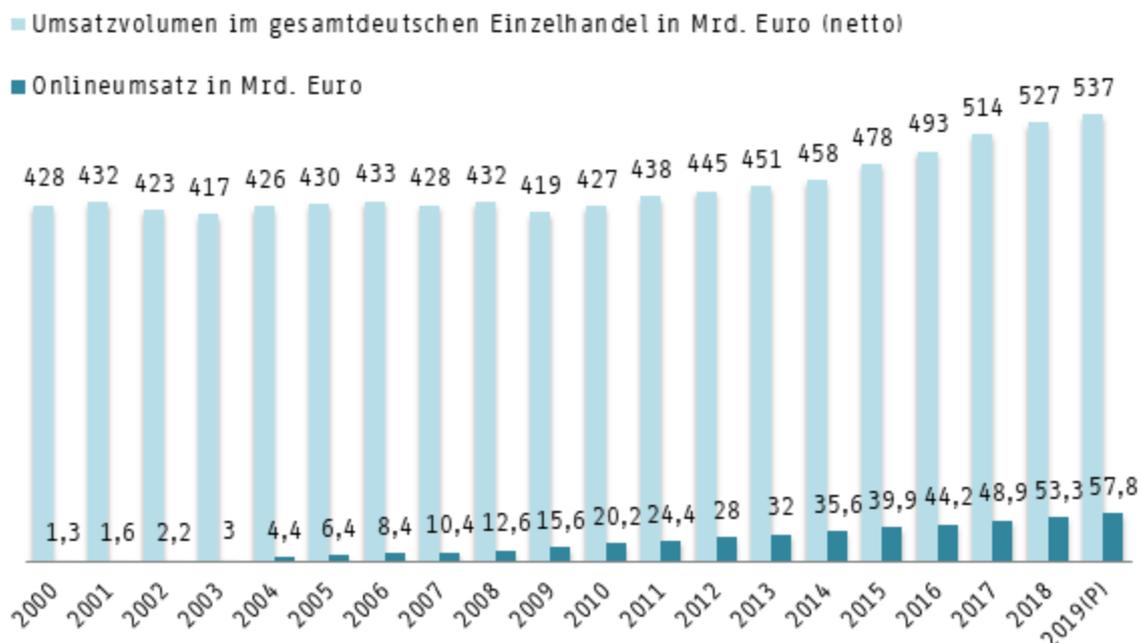
Das Internet ist zu einem Teil der Handelslandschaft geworden, aber der Distanzhandel, zu dem auch der Onlinehandel gehört, ist schon seit jeher ein Teil der Handelsformen.

In Abb. 1 ist zu erkennen, dass der Onlinehandel - trotz der hohen Zuwächse in den vergangenen Jahren (vgl. Abb. 2) - nur einen Anteil von rd. 10% am Gesamtumsatz des Einzelhandels erreicht. Der größte Teil des Einzelhandelsumsatzes wird weiterhin im stationären Handel erwirtschaftet, sodass der räumlichen Steuerung des Einzelhandels weiterhin besondere Bedeutung beizumessen ist.

Zusätzlich ist zu berücksichtigen, dass im Onlinehandel auch die über das Internet erzielten Umsätze des stationären Einzelhandels enthalten sind.



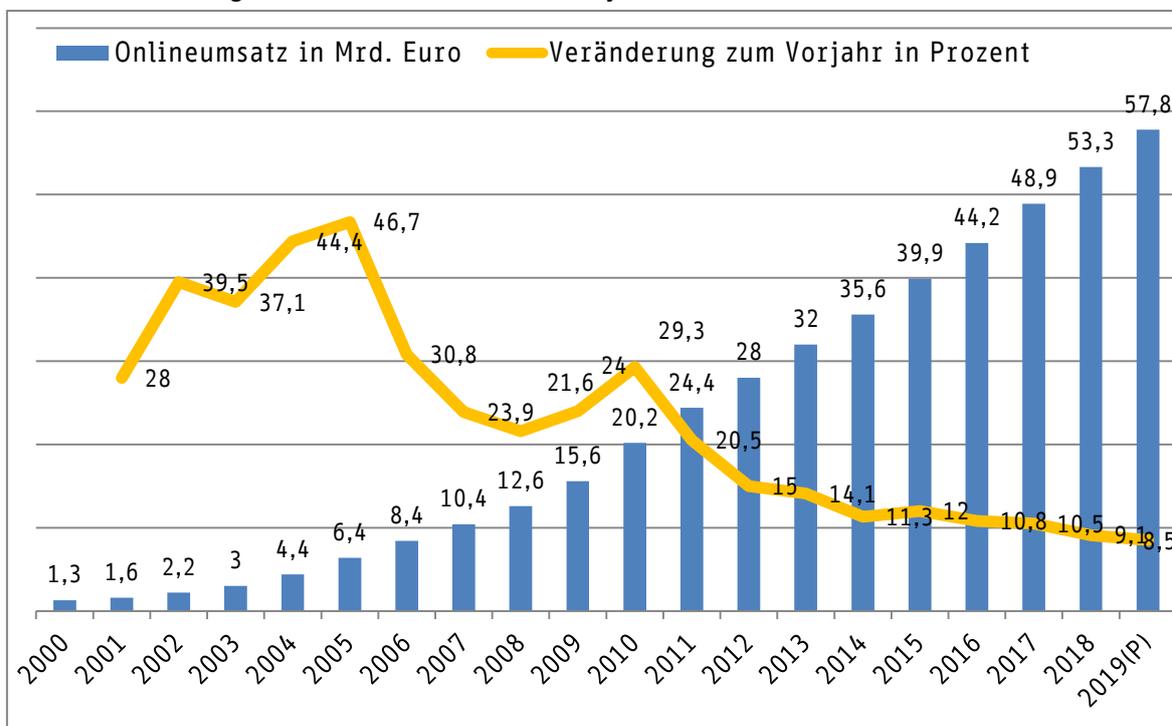
Abb. 1: Umsätze im Onlinehandel sowie im Einzelhandel insgesamt



Quelle: HDE Handelsverband Deutschland: Handel digital, Online-Monitor 2019

In Abb. 2 wird darüber hinaus deutlich, dass der Online-Umsatz, absolut betrachtet, zwar steigt, der prozentuale Anstieg jedoch deutlich rückläufig ist.

Abb. 2: Entwicklung Online-Umsatz in Mrd. € und jährliche Zuwachsraten



Quelle: Handelsverband Deutschland 2019: Online-Monitor (Umsatzangaben netto: ohne Umsatzsteuer; ohne Dienstleistungen; ohne Streaming und ohne Online-Mietervices; ohne Retouren)



Es stellt sich die Frage, welche Auswirkungen der Zuwachs im Onlinehandel auf die Entwicklung unserer Städte und Gemeinden hat:

- In größeren Städten und Großstädten ist der Druck auf die Stadtteilzentren schon lange als Auswirkung der großen Zentren und der dezentralen Standorte zu beobachten. In kleineren Städten und Gemeinden ist dieser Druck von den dezentralen Standorten auf die Innenstädte und Ortszentren ebenso erkennbar. Der Onlinehandel verstetigt bzw. verstärkt diesen Prozess, auch auf Grund der Reaktion/Nichtreaktion des Handels, zusätzlich. Der Onlinehandel setzt vor allem die "unrentierlichen" Standorte in Randlagen unter Druck bzw. "ersetzt" entstandene Netzlücken.
- Zentren mit hohem inhabergeführten Besatz - also eher die kleineren - sind latent stärker gefährdet, weil der inhabergeführte Einzelhandel zum Großteil die Potenziale des Onlinehandels weniger stark nutzt und selbst geringfügige Umsatzrückgänge weniger gut verkraften kann als große Filialunternehmen.
- Onlinehandel erzeugt Investitionsdruck - insbesondere beim inhabergeführten Einzelhandel - und verschärft damit die Nachfolgeregelungen.
- Es besteht durch den Onlinehandel ein höherer Bedarf an Logistikflächen an Standorten, die auch für produzierendes Gewerbe attraktiv sind und verschärft damit die Nachfrage nach Gewerbeflächen in vielen Städten und Gemeinden. Zudem kommt es durch den zunehmenden Lieferverkehr zu einer deutlich ansteigenden Verkehrsbelastung.
- Insgesamt sind die Auswirkungen des Onlinehandels insbesondere als betriebswirtschaftliche Effekte zu verstehen, auf die der Handel auch selbst reagieren muss.
- Die Städte und Gemeinden haben mit Einzelhandelskonzepten oder anderen Steuerungsinstrumenten nur geringe Ansatzmöglichkeiten, um den Auswirkungen des Onlinehandels entgegenzutreten. Generell können Städte und Gemeinden nur die Voraussetzungen für die Digitalisierung im Handel unterstützen, diese aber nicht ersetzen. Hauptakteur bei der Digitalisierung ist der Handel selbst; jeder Einzelhändler muss selbst aktiv werden. Zudem sollten gemeinschaftliche Konzepte der Einzelhändler untereinander, aber auch der Händlerverbände und der Wirtschaftsförderung sowie Industrie- und Handelskammern, angestrebt werden.
- **Eine konsequente Steuerung der räumlichen Einzelhandelsentwicklung ist vor dem Hintergrund des Onlinehandels unverändert wichtig.**



## 2.2 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES

Die rechtlichen Vorgaben für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes betreffen u.a.

- die erforderliche Definition der zentralen Versorgungsbereiche, abgeleitet auf Basis einer Ist-Analyse und
- die Anforderungen an die Ableitung einer Sortimentsliste.

### 2.2.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels ist seit langem möglich, wobei die (Einzelhandels-)Innenstadt bzw. das einzelhandelsbezogene Ortszentrum eine besondere Rolle spielt. Durch das EAG Bau 2004 und durch die Baurechtsnovelle 2007 sind die sogenannten "zentralen Versorgungsbereiche" in den Fokus der Begründung für eine städtebaulich motivierte räumliche Lenkung gerückt worden. Sie stellen bei der Bauleitplanung zu berücksichtigende Belange dar. So wurde in § 1 (6) Nr. 4 BauGB die "Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" festgeschrieben. Hiernach können sich Gemeinden, im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebotes gemäß § 2 (2) BauGB, nun ausdrücklich auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Des Weiteren sind nach § 34 (3) BauGB bei Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche, auch außerhalb der näheren Umgebung, zu beachten.

Rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, ist damit die Abgrenzung sog. zentraler Versorgungsbereiche. Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Gemeinde als zentraler Versorgungsbereich anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen worden ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung des Stadt- bzw. Ortszentrums erreichbar ist<sup>4</sup>. Nur auf diese Weise kann der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

---

<sup>4</sup> Vgl. bereits Birk, H.J.: Der Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in Bebauungsplänen, in: Verwaltungsblätter für Baden-Württemberg - Zeitschrift für öffentliches Recht und öffentliche Verwaltung, 9. Jg., Heft 8, 1988, S. 288.



Nach dem Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichtes in dieser Sache sind zentrale Versorgungsbereiche "*räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt*"<sup>5</sup>. Für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes ist dabei von Bedeutung, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss<sup>6</sup>.

### 2.2.2 Sortimentsliste

Da nicht jeder Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden muss bzw. soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten oder in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden sollen, ist ein kommunalentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der gesamten Stadt zu schaffen. Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentsliste (z.B. aus dem Einzelhandelserlass) rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist<sup>7</sup>. Dies entspricht der Maßgabe und den Erkenntnissen, nach denen das Büro Dr. Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung (bis 31.07.03: AGENDA) seit seinem Bestehen (1993) arbeitet:

*"Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ..."*<sup>8</sup>.

Als Grundlage dafür ist die Einzelhandelsstruktur analysiert worden (vgl. Kap. 3 - 5) und eine Überprüfung der bestehenden Sortimentsliste in Kap. 8.1 erfolgt.

---

<sup>5</sup> BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az.: 4 C 7.07.

<sup>6</sup> "Zentrale Versorgungsbereiche [...] können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben" (BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07).

<sup>7</sup> Vgl. dazu VGH Mannheim: Urteil vom 02.05.2005, Az. 8 S 1848/04, Rn 17 sowie unter Verweis hierauf Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, Rn 42.

<sup>8</sup> Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.



### 2.2.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene

Die Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene sind insbesondere durch das BauGB und die BauNVO - also bundeseinheitlich - geregelt.

Durch die Aufstellung eines **Flächennutzungsplanes** werden erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen auf der kommunalen Ebene getroffen<sup>9</sup>, die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind.

Für die Flächen der Gebietskategorien W und G sind nur solche Bebauungspläne aus dem FNP zu entwickeln, in denen Einzelhandelsbetriebe zulässig sind, die keines SO bedürfen. Die konkrete planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Baugebieten ergibt sich jedoch erst durch die Festsetzungen in Bebauungsplänen nach §§ 2 bis 9 BauNVO.

Die Aufstellung eines **vorhabenbezogenen Bebauungsplanes** (§ 12 BauGB) kann in Einzelfällen eine steuernde Wirkung, insbesondere im Hinblick auf die Ausgestaltung eines geplanten Einzelhandelsvorhabens, entfalten. Eine grundsätzliche räumliche Steuerung des Einzelhandels ist jedoch auf dieser Basis nicht möglich, da der vorhabenbezogene Bebauungsplan eher reaktiv auf die potenzielle räumliche und inhaltliche Einzelhandelsentwicklung eingesetzt wird.

Mit **Veränderungssperren** nach § 14 BauGB und/ oder **Zurückstellung von Baugebieten** nach § 15 BauGB kann lediglich zeitlich begrenzt abgewendet werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instrumente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städtebaulichen Zielen abzuschließen<sup>10</sup>. Mit Hilfe dieser Instrumente wird eine gegebene Situation im Ist-Zustand vorläufig gesichert, was letztlich jedoch eine Sperrwirkung - zumindest in Bezug auf ungewollte Entwicklungen im Plangebiet - entfaltet.

Im § 34 (1, 2 und 3) BauGB werden die Bedingungen für die Zulässigkeit von Nutzungen "innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile", für die kein Bebauungsplan nach § 30 (1) BauGB vorliegt, aufgeführt.

---

<sup>9</sup> Vgl. Baugesetzbuch (BauGB) (2007), § 5 (2) Satz 1.

<sup>10</sup> Vgl. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.



Die **Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben in § 34-Gebieten** richtet sich eben nicht nach den jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde, sondern danach, ob sich das Einzelhandelsvorhaben *"nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist"* und bezieht bei der Beurteilung der negativen Wirkungen lediglich die "zentralen Versorgungsbereiche" ein, deren Schädigung vermieden werden soll. Im Übrigen ist die Zulässigkeit eines Einzelhandelsvorhabens gegeben, wenn das Plangebiet einem der Baugebiete nach §§ 2 bis 9 BauNVO entspricht und das Vorhaben innerhalb dieser Gebiete zulässig wäre.

Daher ist der § 34 BauGB kaum geeignet, eine im Sinne der jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen wirksame, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten.

Nur mit Hilfe der **Bauleitplanung** (§§ 2 bis 9 BauNVO) kann eine reaktive in eine aktive Planung übergeleitet werden, woraus sich eine systematische, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ergeben kann.

Im BauGB 2007 ist als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsinstrument § 9 (2a) BauGB eingeführt worden. Danach ist es möglich für im Zusammenhang bebaute Ortsteile in einem Bebauungsplan, ohne Ausweisung von Baugebieten i.S. der Baunutzungsverordnung, die Zulässigkeit nach § 34 (1 und 2) BauGB beschränkende Festsetzungen, namentlich zum Einzelhandel, zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Hierdurch werden planerische Gestaltungsmöglichkeiten geschaffen, die über die Zulässigkeitsregel des § 34 (3) BauGB (s.o.) hinausgehen. Der Bebauungsplan kann dabei für die nach § 34 BauGB zu beurteilenden Gebiete insgesamt oder für Teile davon aufgestellt werden. Der Zweck muss auf die *"Erhaltung oder Sicherung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden"*<sup>11</sup> gerichtet sein.

In der öffentlichen Diskussion zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels stehen vor allem Einzelhandelsbetriebe nach § 11 (3) BauNVO (**großflächige Einzelhan-**

---

<sup>11</sup> Söfker, W. (2007): Steuerungsinstrumente der Innenentwicklung für den Handel durch das EAG Bau und das BauGB 2007, Kurzfassung des Vortrages im 547/6. Kurs des Instituts für Städtebau Berlin "Städtebau und Handel", Berlin.



**delsbetriebe**) im Vordergrund; sehr viel Aufmerksamkeit und gerichtliche Auseinandersetzungen erzeugen insbesondere Fachmarktzentren und Factory-Outlet-Center. Dass diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe reaktiv, also auf Grund eines konkreten Vorhabens nach Standort, Größe und Sortimenten gesteuert werden können, ist unstrittig<sup>12</sup>. Eine Kommune kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab<sup>13</sup> die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im FNP nach § 5 BauGB vornehmen.

Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 (3) BauNVO zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegenstehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt bzw. des Ortszentrums und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Baugebieten<sup>14</sup> entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind<sup>15</sup>. Dies kann dazu führen, dass sich im Verlauf der Zeit **Einzelhandelsagglomerationen mit nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben** in Gewerbe- und Industriegebieten nach §§ 8 bzw. 9 BauNVO entwickeln. Solche Einzelhandelsstandorte waren zunächst auf Grund ihres Umfangs für die Entwicklung der Zentren unproblematisch und/ oder haben auf Grund der verfügbaren Gewerbegebietsflächen auch nicht zur Flächenverknappung geführt. Ähnliche Entwicklungen in Mischgebieten (§ 6 BauNVO) können ebenfalls städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen haben.

Zur Vermeidung dieser unerwünschten Entwicklungen hat der Ordnungsgeber die Möglichkeit einer **Feingliederung durch § 1 (5 und 9) BauNVO** geschaffen:

*"Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2, 4 bis 9 und 13 [BauNVO] allgemein zulässig sind, nicht*

---

<sup>12</sup> Vgl. Kopf, H. (2002): Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin.

<sup>13</sup> BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.

<sup>14</sup> Die Baunutzungsverordnung definiert in den §§ 2 bis 9 abschließend Baugebietstypen. Eine planende Gemeinde kann darüber hinaus keine neuen Baugebietstypen "erfinden". Vgl. dazu BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31.98.

<sup>15</sup> Birk (1988), a.a.O., S. 284.



*zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.*"<sup>16</sup>

*"Wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen, kann im Bebauungsplan bei Anwendung der Abs. 5 bis 8 festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können."*<sup>17</sup>

In GE- (§ 8 BauNVO), GI- (§ 9 BauNVO) und auch in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) kann der Einzelhandel insgesamt bzw. eine bestimmte Art von Einzelhandel, z.B. zentrenrelevante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden<sup>18</sup>; eine darüber hinausgehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich<sup>19</sup>. Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche<sup>20</sup> oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe<sup>21</sup>.

Eine wesentliche, neue planungsrechtliche Erkenntnis ergibt sich aus einem Urteil des Europäischen Gerichtshofes zur Steuerung des Einzelhandels vor dem Hintergrund der EU-Dienstleistungsrichtlinie:

*"Zwar ist nicht auszuschließen, dass im Lichte der Entscheidung des EuGH zukünftig in Normenkontrollverfahren die Rechtmäßigkeit von standortsteuernden Einzelhandelsfestsetzungen im Hinblick auf ihre Rechtfertigung vermehrt in Zweifel gezogen werden wird. Insoweit sind die Gemeinden gut beraten, sich der Notwendigkeit bewusst zu sein, Festsetzungen zur Einzelhandelssteuerung auch unter dem Blickwinkel des Unionsrechts nachvollziehbar und aus städtebaulichen Gründen belastbar be-*

---

<sup>16</sup> BauNVO § 1 (5) i.d.F. vom 23.01.1990.

<sup>17</sup> BauNVO § 1 (9) i.d.F. vom 23.01.1990.

<sup>18</sup> Vgl. dazu z.B. BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31/98, BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04 Rn. 6.

<sup>19</sup> Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

<sup>20</sup> Vgl. z.B. Müller, M.: Rechtliche Voraussetzungen für die Ansiedlung großflächiger Handelsbetriebe, in: Bundesarbeitsgemeinschaft für Mittel- und Großbetriebe: Standortfragen des Handels, Köln, 1992, S. 123.

<sup>21</sup> Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Loseblattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.



*gründen zu können und dies entsprechend - in der Begründung des Bebauungsplans oder den Aufstellungsvorgängen - zu dokumentieren.“<sup>22</sup>*

In diesem Urteil wird auf die - eigentlich selbstverständliche und bereits in der Vergangenheit vom Büro Dr. Acocella beachtete - Grundregel verwiesen, dass diese Steuerungskonzepte vor allem und schwergewichtig städtebaulich motiviert sein müssen. Dabei sind stadtsoziologische und stadtverkehrliche sowie ökologische Aspekte Teil der städtebaulichen Begründung.

Keine hinreichende Begründung sind wettbewerbliche Fragen. Dies bezieht sich sowohl auf den Wettbewerb zwischen Handelsangeboten als auch zwischen Städten.

#### **2.2.4 Regional- und landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels**

Jedes kommunale Einzelhandelskonzept unterliegt regional- und landesplanerischen Festlegungen und Vorgaben. Im Folgenden sind daher die wesentlichen versorgungs- und einzelhandelsspezifischen Regelungen aus der Regional- und Landesplanung aufgeführt.

Der **Landesentwicklungsplan (LEP) 2002** bildet die landesplanerische Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels in Baden-Württemberg. Entsprechend den Zielen des LEP sollen sich Einzelhandelsgroßprojekte in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen und dürfen i.d.R. nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind<sup>23</sup>. Die Verkaufsfläche von Einzelhandelsgroßprojekten soll den Einzugsbereich des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches nicht wesentlich überschreiten, die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden<sup>24</sup>.

---

<sup>22</sup> Wahlhäuser, J. in UPR 5/ 18, S. 165ff.: Anmerkung zum Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 30. Januar 2018 in dem Vorabentscheidungsverfahren C-31/16 Raad van State (Visser Vastgoed Beleggingen BV/Raad van de Gemeente Appingedam).

<sup>23</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7 (Z).

<sup>24</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.1 (Z).



Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Sie sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden<sup>25</sup>.

Als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden<sup>26</sup>.

Insbesondere das Beeinträchtigungsverbot und das Kongruenzgebot nach den Plansätzen 3.3.7.1 und 3.3.7.2 des Landesentwicklungsplans stellen Ziele der Raumordnung und damit nicht abwägbare Vorgaben dar.

Der **Einzelhandelserlass**<sup>27</sup> präzisiert raumordnungs- und bauplanungsrechtliche Zulässigkeiten von Vorhaben. Dieser ist inzwischen zwar formal außer Kraft getreten, ist jedoch weiterhin als Auslegungshilfe heranzuziehen.

Die Ziele der Raumordnung werden im **Regionalplan** Heilbronn-Franken 2020 (Plansatz 2.4.3.2) aufgegriffen und z.T. konkretisiert.

In Präzisierung des Integrationsgebotes werden Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten auf die *"abgegrenzten Innenstädte"* (zentralörtliche Standortbereiche) verwiesen<sup>28</sup>. Zentrenrelevante Sortimente dürfen nur in diesen, als Vorranggebiete abgegrenzten Standorten, angesiedelt werden.

Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind, sofern sie nicht in der Innenstadt angesiedelt werden können, darüber hinaus auch in den ausgewiesenen *"Ergänzungsstandorten"* (Vorbehaltsgebiete) zulässig<sup>29</sup>.

In der Begründung zu den Plansätzen 2.4.3.2.3 und 2.4.3.2.4 ist eine Sortimentsliste für zentrenrelevanten Einzelhandel enthalten, die unter Verweis auf die Verhältnisse des konkreten Einzelfalls, *grundsätzlich zentrenrelevante, in der Regel auch zen-*

---

<sup>25</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.2 (Z).

<sup>26</sup> Vgl. LEP Baden-Württemberg 2002, Plansatz 3.3.7.4 (G).

<sup>27</sup> Einzelhandelserlass Baden-Württemberg 2001.

<sup>28</sup> RV Heilbronn-Franken 2006: Regionalplan Heilbronn-Franken 2020, Plansatz 2.4.3.2.3 (Z).

<sup>29</sup> RV Heilbronn-Franken 2006: Regionalplan Heilbronn-Franken 2020, Plansatz 2.4.3.2.4 (Z).



*trenrelevante und nahversorgungs- oder zentrenrelevante* Sortimente benennt. Die letztendliche Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente richtet sich jedoch nach den Verhältnissen des konkreten Einzelfalls.

Ebenfalls in dieser Begründung heißt es für Schwäbisch Hall: *"Die abgegrenzte Innenstadt lässt sich als etwas erweiterte Altstadt definieren."*

Durch die Vorgabe, dass mehrere selbständige, je für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe bei einer räumlichen Konzentration als Agglomeration anzusehen und damit wie ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb bzw. als Einkaufszentrum zu beurteilen sind<sup>30</sup>, entfaltet der Regionalplan für einen Teil nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe ebenfalls Wirkung.

Weiterhin haben bestehende Betriebe außerhalb der abgegrenzten Bereiche Bestandsschutz, sollen jedoch darüber hinaus nicht erweitert werden<sup>31</sup>. Zur baurechtlichen Absicherung (Bebauungspläne) sind durch die Kommune die zentrenrelevanten Sortimente festzulegen und in unerwünschten Standorten auszuschließen<sup>32</sup>.

Schließlich soll die Einzelhandelsentwicklung durch die Gemeinde innerhalb eines Entwicklungskonzeptes gesteuert werden, das auch übergemeindliche Wirkungen einbezieht<sup>33</sup>.

## **2.3 KONSEQUENZEN FÜR GENEHMIGUNGSVERFAHREN**

Anhand der vorstehenden planungsrechtlichen Regelungsmöglichkeiten wird deutlich, dass die räumliche Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene insbesondere davon abhängig ist, inwieweit die Stadt (Verwaltung und Politik) ihren weiten Gestaltungsspielraum in der Frage nutzt, ob und in welchem Rahmen sie planerisch tätig wird<sup>34</sup>.

Als Planungsgrundsatz kommt dabei dem § 1 (6) Nr. 4 BauGB insbesondere Bedeutung für eine Bauleitplanung zu, durch welche vorhandene oder zu entwickelnde Versor-

---

<sup>30</sup> RV Heilbronn-Franken 2006: Regionalplan Heilbronn-Franken 2020, Plansatz 2.4.3.2.5 (Z).

<sup>31</sup> RV Heilbronn-Franken 2006: Regionalplan Heilbronn-Franken 2020, Plansatz 2.4.3.2.7 (G).

<sup>32</sup> RV Heilbronn-Franken 2006: Regionalplan Heilbronn-Franken 2020, Plansatz 2.4.3.2.8.

<sup>33</sup> RV Heilbronn-Franken 2006: Regionalplan Heilbronn-Franken 2020, Plansatz 2.4.3.2.9 (G).

<sup>34</sup> Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.



gungsbereiche dadurch geschützt werden sollen, dass außerhalb solcher zentralen Versorgungsbereiche Vorhaben, die diese beeinträchtigen könnten, nicht oder nur eingeschränkt verwirklicht werden können.

Nach § 9 (2a) BauGB ist ein **städtebauliches Entwicklungskonzept** i.S. des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches Aussagen über die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Kommune enthält, insbesondere zu berücksichtigen, da ein solches Konzept eine für die Aufstellung des Bebauungsplanes unterstützende Funktion hat; es sind nachvollziehbare Aussagen über die zentralen Versorgungsbereiche und ihre Schutzbedürftigkeit enthalten<sup>35</sup>.

Im Hinblick auf eine Umsetzung des Konzeptes bedeutet dies, dass bei Planvorhaben bzw. Ansiedlungs-/ Erweiterungsvorhaben nicht danach zu fragen ist, was derzeit planungsrechtlich möglich ist, sondern zuerst die Frage nach der **städtebaulichen Zielsetzung** zu beantworten ist. Aus der gegebenen planungsrechtlichen Situation am konkreten Standort und der städtebaulichen Zielsetzung leiten sich die erforderlichen/ möglichen planungsrechtlichen Schritte ab. Dies kann im Einzelnen bedeuten, dass bei einem erwünschten Ansiedlungsvorhaben die rechtlichen Voraussetzungen zur Ansiedlung geschaffen werden müssen oder bei einem unerwünschten Vorhaben die bisherige Zulässigkeit aufgehoben werden muss. Dies kann ohne konkreten Anlass, z.B. einen Bauantrag, oder auf Grund eines solchen konkreten<sup>36</sup> Planvorhabens erfolgen.

Zur **Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen** können bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung<sup>37</sup>, die mit diesem Gutachten gegeben sein dürfte, Sicherungsinstrumente wie z.B. Veränderungssperren nach § 14 BauGB und/ oder Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB zwar zeitlich begrenzt, aber doch wirksam verhindern, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten.

Maßgeblich für die **Erstbewertung eines Planvorhabens** sind der Planstandort und die Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz des Hauptsortimentes.

---

<sup>35</sup> Vgl. Söfker (2007), a.a.O.

<sup>36</sup> Vgl. dazu z.B. BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14/99 und OVG NRW: Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.

<sup>37</sup> Vgl. dazu z.B. OVG NRW: Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.



Bezogen auf den Standort und seine einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten werden in diesem Gutachten die entsprechenden Aussagen getroffen. Hinsichtlich der Sortimente wird eine ortsspezifische Liste vorgeschlagen, die einerseits die Gegebenheiten in Schwäbisch Hall und andererseits die aus Gutachtersicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt.

## **2.4 FAZIT - PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN**

Abschließend ist festzuhalten, dass dieses Gutachten es ermöglicht, systematisch Einzelhandelsvorhaben entsprechend der städtebaulichen Zielsetzungen für die jeweiligen Planstandorte zu bewerten. Es stellt dar, an welchen Standorten grundsätzlich Einzelhandel zulässig sein soll bzw. wo welche planungsrechtlichen Beschränkungen angestrebt werden sollen.

Im Außenverhältnis dient dieses Gutachten auch dazu, die zentrenbezogenen Zielsetzungen der Stadt Schwäbisch Hall, im Rahmen von Beteiligungsverfahren z.B. nach § 2 (2) BauGB, substantiell und umfänglich darzustellen, sodass damit möglichen Planungen außerhalb der Stadt Schwäbisch Hall, die zentrenschädlich sein könnten, entsprechend umfangreich und umfassend begegnet werden kann. **Voraussetzung ist allerdings, dass sich die Stadt Schwäbisch Hall selbst an ihr eigenes Konzept hält und keine Ansiedlungsentscheidungen trifft, die dazu geeignet sind, die eigenen Zielsetzungen zu konterkarieren.**



### 3. EINZELHANDELSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE

In diesem Kapitel wird die Versorgungssituation in der Stadt Schwäbisch Hall insgesamt dargestellt und, sofern auf Grund der vorliegenden Daten möglich, mit den Ergebnissen der Einzelhandelsanalyse aus dem Innenstadtentwicklungskonzept von 2008<sup>38</sup> verglichen (vgl. Kap. 3.2). Die Untersuchung von 2008 basiert auf einer vollständigen Erhebung des Einzelhandelsbestandes 2007 und einer Aktualisierung des innerstädtischen Einzelhandelsbestandes 2008. Die Angaben zum Einzelhandelsangebot umfassen, wie 2008, auch die Betriebe im Gewerbegebiet Kerz. Dieser Bereich, der unmittelbar an das Stadtgebiet von Schwäbisch Hall angrenzt, befindet sich zwar auf der Gemarkung der Gemeinde Michelfeld, ist jedoch mit dem angrenzenden Gewerbegebiet Stadtheide auf der Gemarkung der Stadt Schwäbisch Hall als funktionale Einheit zu betrachten.

In den anschließenden Kapiteln 4 und 5 wird auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, die Nahversorgungsstandorte sowie die räumliche Verteilung des Einzelhandels eingegangen.

#### 3.1 METHODISCHES VORGEHEN

Das Einzelhandelsangebot in der Stadt Schwäbisch Hall wurde auf der Basis einer flächendeckenden Erhebung des gesamten Einzelhandelsbesatzes mit gleichzeitiger Befragung sämtlicher Einzelhändler im Zeitraum Oktober bis Anfang Dezember 2019 erfasst. Dabei wurde nicht nur der Einzelhandel i.e.S. berücksichtigt, sondern auch Apotheken und Lebensmittelhandwerk; darüber hinaus wurden auch Tankstellenshops erhoben (jedoch nicht befragt, s.u.), soweit diese überwiegend Nahrungs-/ Genussmittel führen<sup>39</sup>.

In jedem Einzelhandelsbetrieb sowie in allen Apotheken und Betrieben des Lebensmittelhandwerks erfolgte eine mündliche Kurzbefragung anhand eines Fragebogens. Die Befragung bezog sich auf folgende Aspekte:

- Verkaufsfläche insgesamt und je Sortiment,
- Eigentumsverhältnisse, Mieten, Anzahl der Beschäftigten,
- Umsatz im Jahr 2018,

---

<sup>38</sup> GMA 2008: Innenstadtentwicklungskonzept für die Stadt Schwäbisch Hall

<sup>39</sup> Nicht erfasst wurde der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.



- Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren,
- Kundenherkunft nach prozentualem Umsatzanteil,
- Änderungs- bzw. Investitionsabsichten,
- Homepage/ Onlineshop,
- Einschätzung der Einzelhandelssituation in der Stadt Schwäbisch Hall in Form einer offen gestellten Frage (Was finden Sie gut?/ Was finden Sie schlecht?)

Die Erfassung der Verkaufsflächen in den einzelnen Geschäften erfolgte sortimentsgenau: Die Betriebe wurden nicht entsprechend dem angebotenen Hauptsortiment insgesamt einer Branche zugerechnet (Schwerpunktprinzip), sondern jedes Sortiment wurde einzeln mit der zugehörigen Verkaufsfläche erfasst (z.B. in Supermärkten auch Drogeriewaren).

Erst hierdurch ergibt sich ein realistisches Abbild der derzeitigen Situation im Einzelhandel, bei dem Ergänzungssortimente, denen im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle zukommt, die in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, nicht unterschätzt werden. Darüber hinaus ist u.E. die Ableitung einer ortsspezifischen Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich. Die Ergebnisse werden in der vorliegenden Untersuchung ausschließlich aggregiert dargestellt, da einzelbetriebliche Daten dem Datenschutz unterliegen.

Alle wesentlichen Bausteine, insbesondere die Vor-Ort-Arbeiten, wurden durch wissenschaftliche MitarbeiterInnen des Büros Dr. Acocella durchgeführt.

### **Übersicht über die Beteiligung an der Einzelhändlerbefragung**

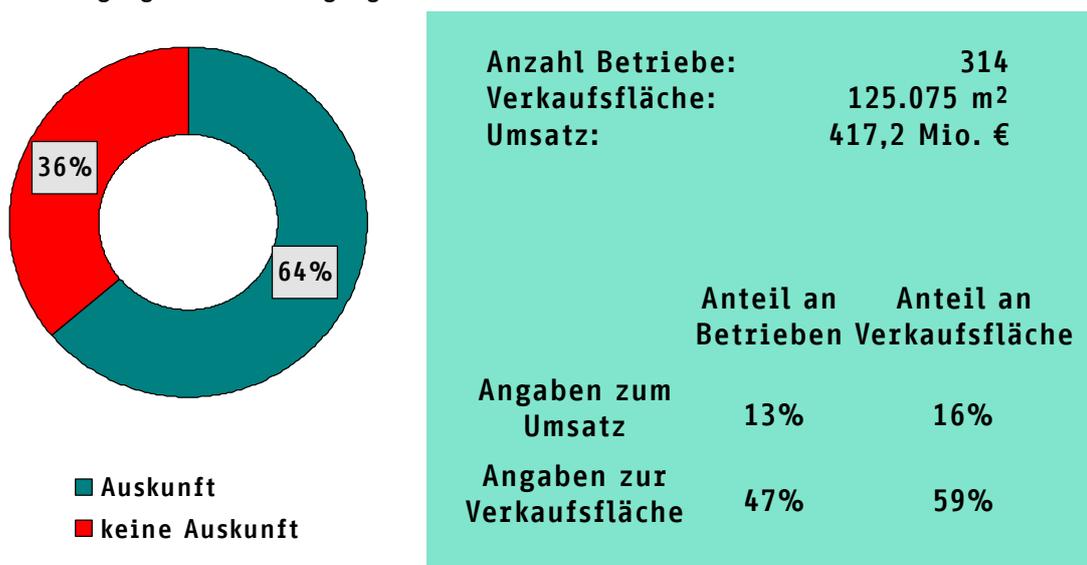
An der Befragung beteiligten sich rd. 64% aller Einzelhändler in Schwäbisch Hall (vgl. Abb. 3). Damit liegt eine gute Datenbasis vor.

Sofern die Händler keine Angaben zur Verkaufsfläche machten, wurden die Verkaufsflächen - insgesamt und sortimentsweise - von Mitarbeitern des Büros Dr. Acocella selbst ermittelt. Somit sind alle in Schwäbisch Hall ansässigen Einzelhandelsbetriebe in den Daten enthalten.



Angaben zum Umsatz im Jahr 2018 wurden zu 16% der Gesamtverkaufsfläche gemacht. Dies ist im Vergleich zu ähnlichen Befragungen in anderen Kommunen ein tendenziell unterdurchschnittlicher Wert. Für die Betriebe ohne Umsatzangabe wurde der Umsatz auf Grundlage vorliegender Daten zur sortiments- und betreiberbezogenen Leistungsfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben sowie eigener Erfahrungswerte und unter Berücksichtigung der örtlichen Situation rechnerisch ermittelt.

Abb. 3: Beteiligung Händlerbefragung 2019



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; IfH; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

### 3.2 ENTWICKLUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES IN DER STADT SCHWÄBISCH HALL

Insgesamt wurde in Schwäbisch Hall von den 314 ermittelten Betrieben (einschließlich Apotheken, Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Tankstellenshops) auf einer Verkaufsfläche von rd. 125.075 m<sup>2</sup> ein Umsatz von rd. 417,2 Mio. € erzielt<sup>40</sup>.

Demzufolge ist seit 2008 die Anzahl der Betriebe in Schwäbisch Hall konstant geblieben, der Umfang der Verkaufsflächen ist hingegen deutlich um rd. 11% angestiegen (vgl. Tab. 1). Hinsichtlich der Betriebszahl zeichnet sich in Schwäbisch Hall damit eine dem bundesweiten Trend rückläufiger Betriebszahlen gegenläufige Entwicklung ab. Entsprechend der bundesweiten Entwicklung ist in Schwäbisch Hall die

<sup>40</sup> Inklusive der Betriebe im Gewerbegebiet Kerz auf der Gemarkung der Gemeinde Michelfeld.



durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb seit 2008 gestiegen. Die Flächenproduktivität nahm in annähernd gleichem Maße zu.

Tab. 1: Vergleich Einzelhandelsangebot 2019 zu 2008 (GMA)

	2019	2008	Änderung zu 2008
Betriebe	314	312	+1%
Verkaufsfläche (auf 50 m <sup>2</sup> gerundet)	125.075	112.975	+11%
Umsatz (Mio. €)	417,2	347,0	+20%
Kaufkraft (Mio. €)	295,3	204,9	+44%
Verkaufsfläche je Betrieb (m <sup>2</sup> )	398	362	+10%
Flächenproduktivität (€/ m <sup>2</sup> VKF)	3.336	3.072	+9%
Bindungsquote (Umsatz-Kaufkraft-Relation)	141%	169%	-17%

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragungen Oktober-Dezember 2019 und GMA 2008; IfH; www.handelsdaten.de; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

### 3.3 BEURTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES VOR DEM HINTERGRUND DER NACHFRAGE: BINDUNGSQUOTEN

Eine erste Bewertung des Einzelhandelsangebotes kann vor dem Hintergrund der Nachfrage vorgenommen werden.

*Die Relation des in Schwäbisch Hall erzielten Umsatzes zu der in Schwäbisch Hall verfügbaren Kaufkraft<sup>41</sup> ergibt lokale **Bindungsquoten** (z.T. auch Einzelhandelszentralität genannt): Eine Quote von mehr als 100% bedeutet dabei, dass per Saldo (Zuflüsse nach Schwäbisch Hall, vermindert um die Abflüsse aus Schwäbisch Hall) Kaufkraft zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass per Saldo Kaufkraft aus Schwäbisch Hall abfließt.*

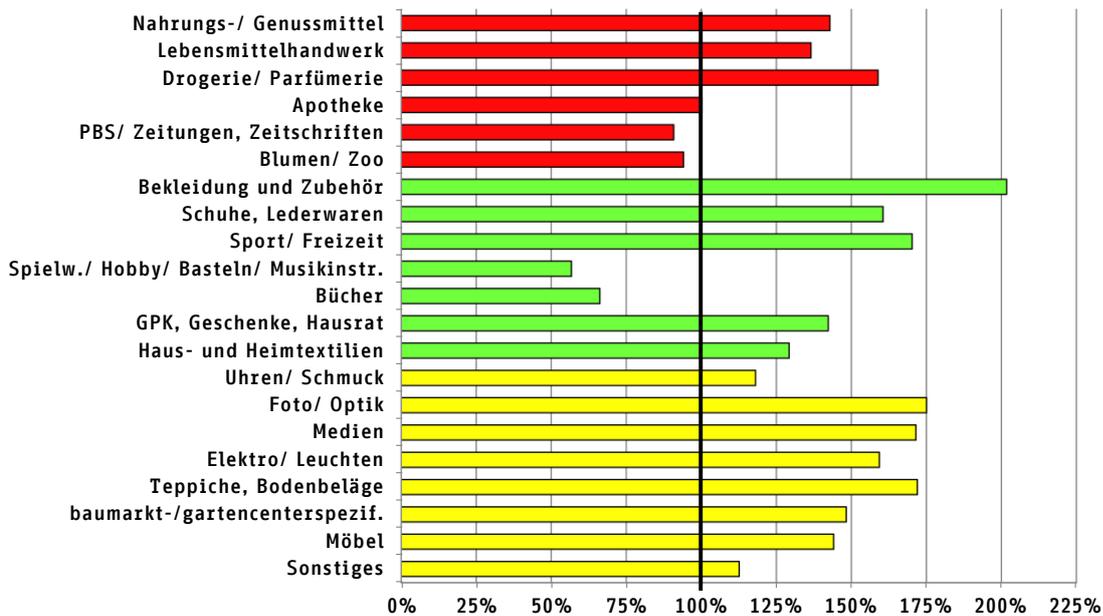
Die Gesamtbindungsquote in der Stadt Schwäbisch Hall beträgt rd. 141% (vgl. Abb. 4). Insgesamt ist damit gegenüber 2008 (rd. 169%) eine rückläufige Bindungsquote zu verzeichnen. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass die Kaufkraft seit 2008 in deutlich höherem Maße gestiegen ist als der Umsatz.

Für die jeweiligen Bedarfsbereiche (kurz-, mittel-, und langfristig) ergibt sich ein differenziertes Bild:

<sup>41</sup> Die gesamtstädtische Kaufkraft ergibt sich aus der Kaufkraft je Einwohner und der Einwohnerzahl, wobei es sich bei der Kaufkraft je Einwohner um einen bundesdeutschen Durchschnittswert handelt, der mit Hilfe entsprechender Kennziffern auf die gebietsspezifische Situation angepasst wird (vgl. IFH Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2019).



Abb. 4: Bindungsquoten 2019 (Gesamtbindungsquote = 141%)



PBS= Papier/ Büro/ Schreibwaren; GPK= Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragungen Oktober-Dezember 2019; IfH; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; IFH Köln (2018); BBE Köln (2005); eigene Berechnungen

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung rot dargestellt) sollte jede Kommune eine möglichst vollständige rechnerische und wohnungsnahе Versorgung ihrer eigenen Bevölkerung gewährleisten. Das bedeutet, dass im kurzfristigen Bedarfsbereich Bindungsquoten von 100% erreicht werden sollten. In Schwäbisch Hall beträgt die Bindungsquote im kurzfristigen Bedarfsbereich rd. 133%. Somit liegt rechnerisch mehr als eine Vollversorgung vor.

Im für die Nahversorgung in besonderem Maße bedeutsamen Sortimentsbereich Nahrung-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie liegt die Bindungsquote bei rd. 143% bzw. rd. 159%. Damit sind in beiden Sortimenten erhebliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland zu verzeichnen.

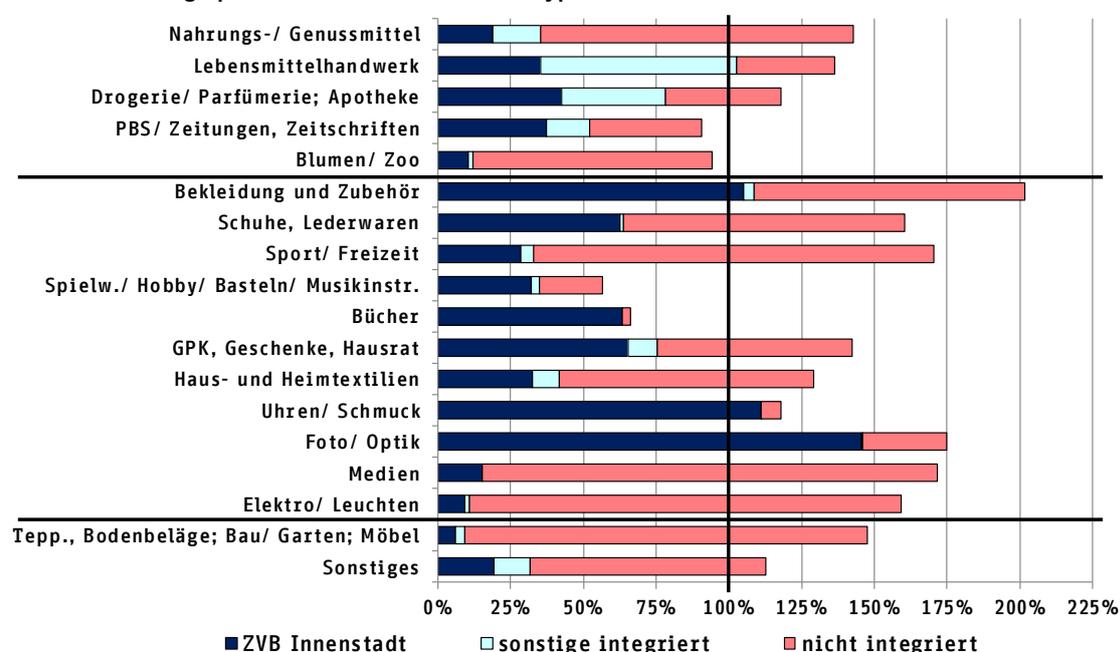
In den Sortimenten Papier/ Büro/ Schreibwaren, Zeitungen, Zeitschriften (rd. 91%) und Blumen/ Zoo (rd. 94%) sind hingegen geringfügige Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung grün dargestellt) wird eine Gesamtbindungsquote von rd. 158% erreicht, sodass per Saldo deutliche Zuflüsse von außen zu verzeichnen sind.

Bei den typischen innenstadtrelevanten Sortimenten sind per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse festzustellen. So wird im Bereich Bekleidung und Zubehör eine Bindungsquote von mehr als 200% erreicht. Im Bereich Schuhe, Lederwaren liegt die Bindungsquote bei rd. 161% und bei Sport/ Freizeit bei rd. 170%. Auch in den Sortimenten Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenke, Hausrat (rd. 142%) und Haus- und Heimtextilien (rd. 129%) sind deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Lediglich in den Sortimenten Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente und Bücher liegen die Bindungsquoten unter 100%. Entsprechend fließt in diesen Sortimentsbereichen Kaufkraft aus Schwäbisch Hall ab, wobei dies auch auf die starke Konkurrenz des Onlinehandels in diesen beiden Sortimenten zurückzuführen ist.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung gelb dargestellt) wird eine Bindungsquote von rd. 145% erreicht, d.h. per Saldo ist wiederum ein erheblicher Kaufkraftzufluss festzustellen. In nahezu allen Sortimenten des langfristigen Bedarfsbereiches sind per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Die höchsten Bindungsquoten werden in den Sortimentsbereichen Foto/ Optik mit rd. 175% sowie Medien und Teppiche, Bodenbeläge mit je rd. 172% erreicht.

Abb. 5: Bindungsquoten 2019 nach Standorttypen



PBS= Papier/ Büro/ Schreibwaren; GPK= Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragungen Oktober-Dezember 2019; IfH; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; IFH Köln (2018); BBE Köln (2005); eigene Berechnungen



Werden die Bindungsquoten differenziert nach Standorttypen betrachtet, zeigt sich, dass die z.T. sehr hohen Bindungsquoten in den meisten Sortimenten in hohem Maße auf Angebote an nicht integrierten Standorten zurückzuführen sind (vgl. Abb. 5, S. 27). Bei den üblicherweise innenstadtrelevanten Sortimenten betrifft das neben dem Bereich Bekleidung und Zubehör, in dem die Bindungsquote zu etwa gleichen Anteilen auf Angebot in der Innenstadt und an nicht integrierten Standorten zurückzuführen ist, v.a. die Sortimentsbereiche Schuhe, Lederwaren, Sport/ Freizeit, Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenke, Hausrat, Haus- und Heimtextilien sowie auch Medien und Elektro/ Leuchten.

In Tab. 2 ist das Einzelhandelsangebot in der Stadt Schwäbisch Hall nach Sortimenten differenziert dargestellt.



**Tab. 2: Ist-Situation im Einzelhandel in der Stadt Schwäbisch Hall: Verkaufsfläche (auf 25 m<sup>2</sup> gerundet), Umsatz und Kaufkraft in Mio. € (mit Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellen)**

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	21.725	128,8	90,1	143%
Lebensmittelhandwerk	1.400	17,1	12,5	137%
Drogerie/ Parfümerie;	3.925	19,3	12,2	159%
Apotheke	600	28,2	28,2	100%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	850	3,0	3,3	91%
Blumen/ Zoo	2.650	4,4	4,7	94%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>31.150</b>	<b>200,8</b>	<b>151,0</b>	<b>133%</b>
Bekleidung und Zubehör	16.550	47,2	23,4	202%
Schuhe/ Lederwaren	4.000	10,5	6,5	161%
Sport/ Freizeit	4.775	11,3	6,6	170%
Spielwaren/ Hobby/ Musikinstrumente	1.450	3,4	6,0	57%
Bücher	725	2,6	4,0	66%
GPK, Geschenke, Hausrat	4.400	4,2	3,0	142%
Haus-/ Heimtextilien	2.125	4,1	3,2	129%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>34.050</b>	<b>83,3</b>	<b>52,6</b>	<b>158%</b>
Uhren/ Schmuck	575	3,7	3,2	118%
Foto/ Optik	1.150	7,0	4,0	175%
Medien	2.750	25,8	15,0	172%
Elektro/ Leuchten	4.250	12,3	7,7	159%
Teppiche/ Bodenbeläge	1.625	2,7	1,6	172%
baumarkt-/ gartencenterspez.	30.025	37,7	25,4	148%
Möbel	15.275	21,6	15,0	144%
Sonstiges	4.275	22,3	19,8	113%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>59.900</b>	<b>133,1</b>	<b>91,7</b>	<b>145%</b>
<b>Summe</b>	<b>125.082</b>	<b>417,2</b>	<b>295,3</b>	<b>141%</b>

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

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; IfH; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; IFH Köln (2019); eigene Berechnungen



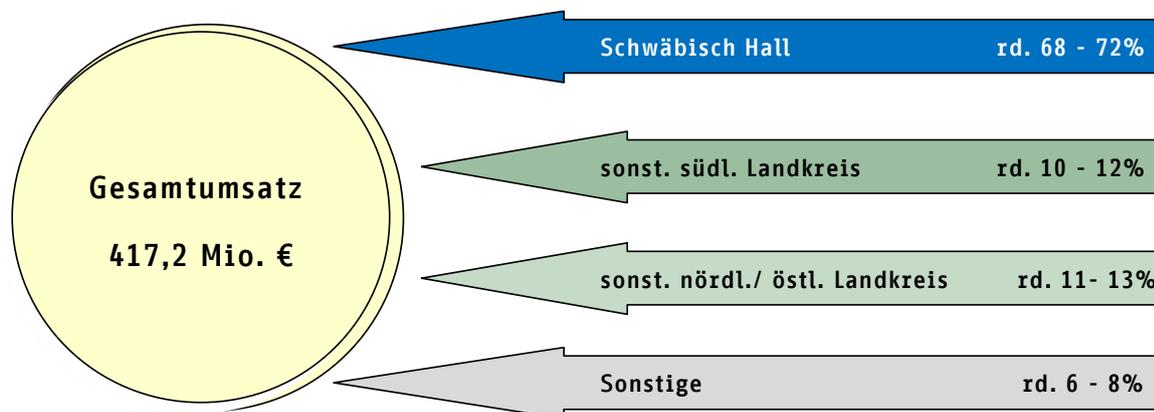
### 3.4 ERGEBNISSE DER EINZELHÄNDLERBEFRAGUNG: UMSATZHERKUNFT, EINZUGSGEBIET, VERBLEIBQUOTE, UMSATZENTWICKLUNG

#### 3.4.1 Umsatzherkunft, Kundenherkunft, Verbleibquote und Umsatzentwicklung

##### Umsatzherkunft

Eine zuverlässige Möglichkeit zur Ermittlung von Kaufkraftströmen stellt die Befragung der Einzelhändler nach der **Umsatzherkunft** dar<sup>42</sup>. Zwar handelt es sich i.d.R. um geschätzte Werte, dennoch lässt sich näherungsweise eine Tendenz ermitteln, aus der sich Bandbreiten für die Umsatzherkunft und damit für den Einzugsbereich ermitteln lassen (vgl. Abb. 6). Zur Umsatzherkunft machten 133 Betriebe (rd. 43% der befragten Betriebe) Angaben.

Abb. 6: Umsatzherkunft 2019



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; IfH; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; IFH Köln (2019); eigene Berechnungen

Etwa 68% bis 72% des Gesamtumsatzes werden demnach mit Kunden aus Schwäbisch Hall erzielt. Zu etwa gleichen Anteilen kommt der restliche Umsatz aus Städten und Gemeinden des sonstigen südlichen Landkreises Schwäbisch Hall (rd. 10% bis 12%) und dem sonstigen nördlichen und östlichen Landkreis Schwäbisch Hall (rd. 11% bis 13%). Rd. 6% bis 8% des Umsatzes werden mit Kunden außerhalb des Landkreises erzielt.

##### Kundenherkunft

Zur Vermeidung stadtentwicklungsplanerischer Fehleinschätzungen sowie zur Abschätzung von Risiken für den Einzelhandel sind Informationen über Kaufkraftströ-

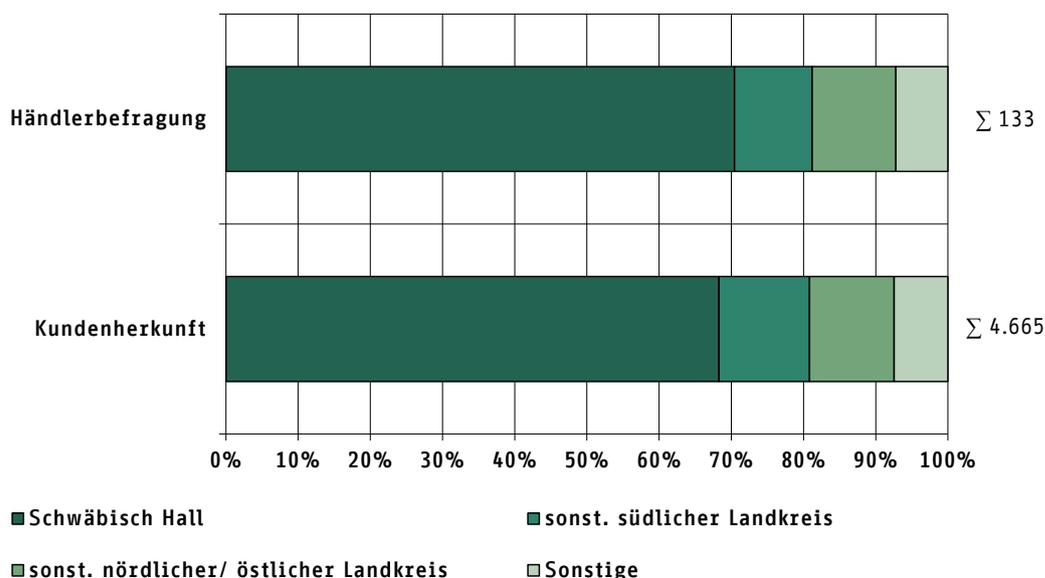
<sup>42</sup> Dies zeigt sich regelmäßig bei einem Vergleich mit zeitgleich durchgeführten Passanten-/ Kundenbefragungen.



me in Schwäbisch Hall wichtig. Zur Ermittlung des Einzugsgebietes konnte im Rahmen dieser Untersuchung, neben der Umsatzherkunft im Rahmen der Händlerbefragung, auf die Ergebnisse der Kundenherkunftserfassung zurückgegriffen werden.

Angesichts der geringen Beteiligung von lediglich 15 Geschäften in Schwäbisch Hall sind diese Ergebnisse jedoch eher ergänzend zu berücksichtigen. Insgesamt haben sich 4.665 Kunden in die in den Geschäften i.d.R. im Kassensbereich ausgelegten Listen eingetragen. In Abb. 7 sind die Ergebnisse der Händlerbefragung (Frage nach der Umsatzherkunft) und der Kundenherkunftserfassung gegenübergestellt. Es zeigt sich, dass die Einschätzung der Händler mit den Ergebnissen der Kundenherkunft weitestgehend übereinstimmt.

Abb. 7: Vergleich Kundenherkunftserfassung und Händlerbefragung



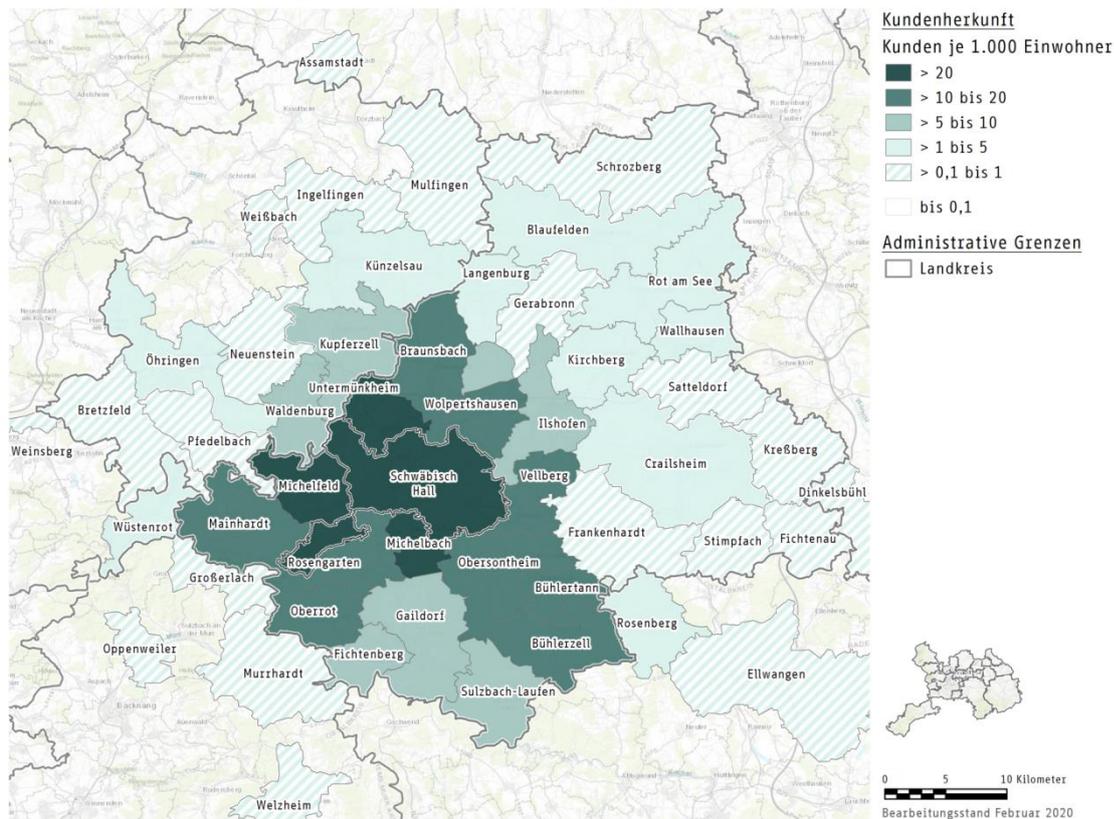
Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung und Kundenherkunftserfassung Oktober-Dezember 2019

### Einzugsgebiet

Auf Grundlage der Kundenherkunftserfassung wurde ein tendenzielles Einzugsgebiet des Einzelhandels in Schwäbisch Hall abgeleitet: Hierfür wurde jeweils die Zahl der insgesamt erfassten Kunden in Relation zu den Einwohnern der jeweiligen Kommune gesetzt. In Karte 1 ist das Einzugsgebiet räumlich dargestellt.



### Karte 1: Tendenzielles Einzugsgebiet der Stadt Schwäbisch Hall - Kundenherkunftserfassung



Quelle: Kundenherkunftserfassung Oktober-Dezember 2019; Kartengrundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Es wird deutlich, dass - neben den Kunden aus Schwäbisch Hall - die höchsten Anteile bei Kunden aus den benachbarten Gemeinden Michelfeld, Untermünkheim und Michelbach erreicht werden. Ebenfalls hohe Anteile konnten bei den Kunden aus den Gemeinden

- im Westen und Südwesten Mainhardt, Rosengarten und Oberrot,
- im Norden Braunsbach und Wolpertshausen sowie
- im Osten und Südosten Vellberg, Obersontheim, Bühlertann und Bühlertzell

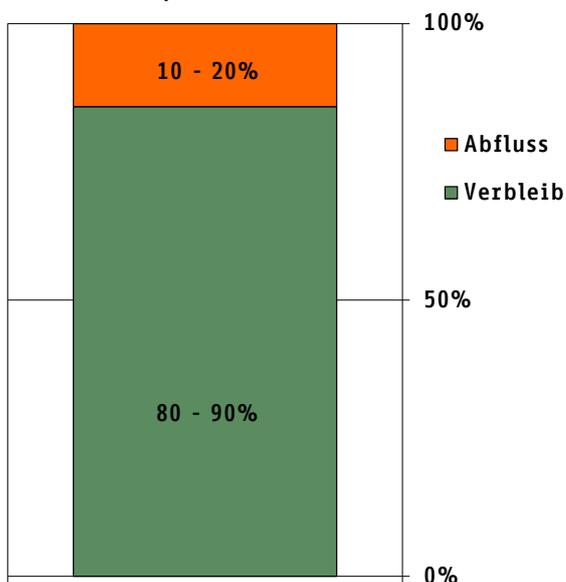
festgestellt werden. Insgesamt zeigt sich bei der Kundenherkunft eine deutliche Übereinstimmung des Einzugsgebietes mit dem Landkreis Schwäbisch Hall. Lediglich im Nordwesten geht das Einzugsgebiet der Stadt Schwäbisch Hall bis Waldenburg und Kupferzell sowie z.T. auch noch bis Öhringen und Künzelsau und damit über die Grenze des Landkreises hinaus.

## Verbleibquote

Aus den Angaben zur Kundenherkunft lässt sich zusätzlich die Verbleibquote ableiten.

Die **Verbleibquote** errechnet sich, indem der aus Schwäbisch Hall stammende Umsatz in Relation zur Kaufkraft in Schwäbisch Hall gesetzt wird. Die Verbleibquote gibt damit den Teil der örtlichen Kaufkraft an, der durch den Einzelhandel in der Stadt Schwäbisch Hall gebunden werden kann.

Abb. 8: Verbleibquote 2019



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

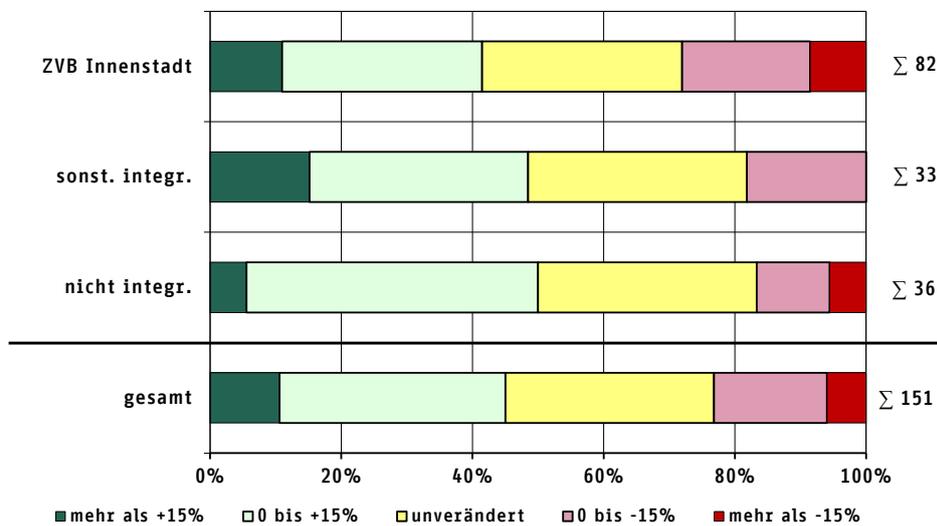
In Schwäbisch Hall können rd. 80% bis 90% der Kaufkraft durch den örtlichen Handel gebunden werden; die übrige Kaufkraft fließt dagegen in andere Gebiete ab. Dies entspricht in der Summe einem Abfluss der ortsansässigen Kaufkraft in Höhe von etwa 29 bis 59 Mio. €. Die o.g. Verbleibquote ist jedoch im Vergleich mit anderen Städten sehr hoch, d.h. dem örtlichen Handel gelingt es gut, die in der Stadt Schwäbisch Hall vorhandene Kaufkraft zu binden.



## Umsatzentwicklung

Im Rahmen der Interviews wurden die Händler auch gefragt, wie sich der Umsatz ihres Betriebes in den vergangenen drei Jahren entwickelt hat. Die 151 Händler, die sich zu dieser Frage äußerten (rd. 49% der Befragten), verzeichneten zu einem großen Teil eine positive Umsatzentwicklung (vgl. Abb. 9). An den sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten war der Anteil derjenigen Betriebe mit Umsatzzuwächsen etwas höher als im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Weiterhin konnten großflächige Betriebe mit mehr als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eine eher positive Umsatzentwicklung verzeichnen als kleinere Betriebe.

Abb. 9: Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren nach Standorttypen



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

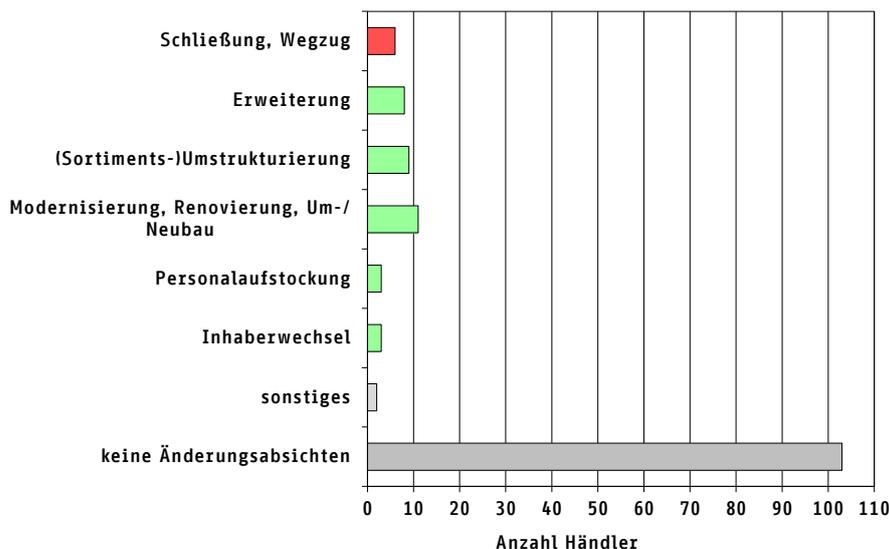
### 3.4.2 Weitere Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung

Neben Angaben zur Einzelhandelssituation und Umsätzen konnten im Rahmen der Einzelhändlerbefragung noch weitere Informationen gesammelt werden. Dazu zählen mögliche Änderungsabsichten oder auch Angaben zum Onlinehandel.

#### Änderungsabsichten

Von 146 antwortenden Händlern haben rd. 70% keine Änderungsabsichten. Fünf Händler beabsichtigen gegebenenfalls eine Schließung, acht Händler eine Erweiterung ihres Betriebes, neun Händler eine Umstrukturierung ihres Sortiments. Eine Modernisierung, Renovierung, Um- oder Neubau ihres Betriebes ist von elf Händlern geplant (vgl. Abb. 10).

Abb. 10: Änderungsabsichten 2019

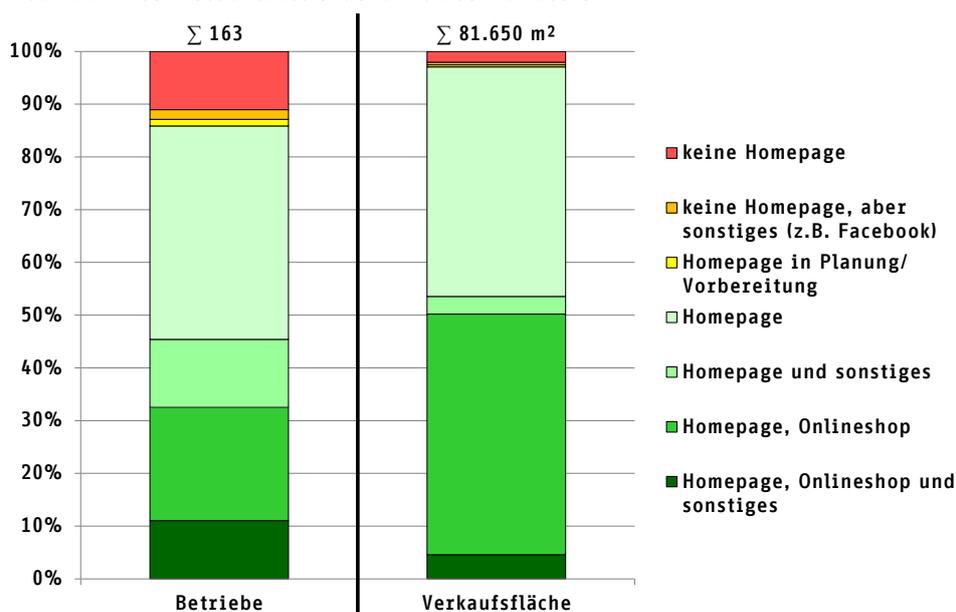


Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

## Onlinehandel

Rund 86% der interviewten Einzelhändler gaben an, dass sie über einen Onlineauftritt (Homepage) verfügen (vgl. Abb. 11). Rund 32% der Händler betreiben zusätzlich einen eigenen Onlineshop. In anderen Städten und Gemeinden ergibt sich bei diesen Befragungen ein ähnliches Bild, wobei der Anteil der Händler mit eigenem Onlineshop in Schwäbisch Hall vergleichsweise hoch ist. Bezogen auf die Verkaufsfläche steigt der Anteil der Händler mit einem Internetauftritt auf rd. 97%, der Anteil der Händler mit eigenem Onlineshop erhöht sich auf rd. 50%.

Abb. 11: Internetauftritt (Auskunft 163 Händler)



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019



### 3.5 BEURTEILUNG DER EINZELHANDELSSITUATION AUS HÄNDLERSICHT

Die Befragung soll, neben der Erfassung wichtiger Einzelhandelsdaten, den Händlern die Gelegenheit geben, ihre persönliche Meinung und Stimmungslage in die Analyse einzubringen. Diese Aussagen sind von großer Bedeutung für eine umfassende Darstellung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall.

Die Einzelhändler wurden im Zuge der Befragung gebeten, sich in einer offen gestellten Frage<sup>43</sup> (ohne vorgegebene Antwortmöglichkeit) zu positiven und negativen Aspekten im Hinblick auf die Einzelhandelssituation in der Stadt Schwäbisch Hall zu äußern. Die Auskünfte der Einzelhändler wurden zu den in Abb. 12 dargestellten Themenbereichen zusammengefasst. Eine detaillierte Übersicht der Ergebnisse, in der die einzelnen Aspekte eines jeden Themenbereiches differenziert aufgezeigt werden, befindet sich im Anhang.

Die Abbildung spiegelt die allgemeine Stimmungslage der Händler zum Befragungszeitpunkt wider und verschafft gleichzeitig einen Überblick über aktuelle Themenschwerpunkte bei den Einzelhändlern in Schwäbisch Hall. Insgesamt haben 184 der befragten Händler auf die offene Frage geantwortet (rd. 60% der Befragten).

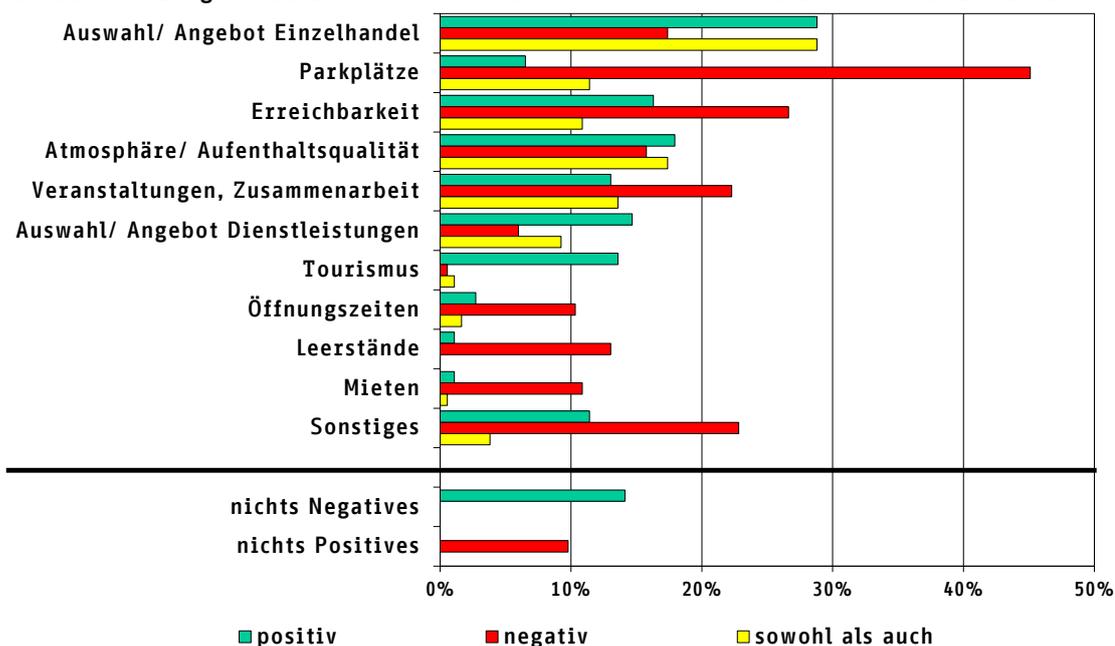
Für die Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass bei offen gestellten Fragen i.d.R. negative Aussagen überwiegen. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass positive Sachverhalte häufig als selbstverständlich aufgefasst werden, während negative Aspekte präsenter sind und daher spontaner geäußert werden. Deshalb ist den positiven Angaben ein größeres Gewicht beizumessen.

Rund 10% der Händler, von den 184 Händlern, die sich zu dieser Frage äußerten, fiel nichts Positives zur Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall ein. Einen etwas größeren Anteil, rd. 14% der antwortenden Händler, fiel hingegen nichts Negatives zu Schwäbisch Hall ein. Diese Einschätzung deutet im Vergleich zu ähnlichen Untersuchungen in anderen Städten ein Hinweis auf eine tendenziell gute Stimmungslage hin.

---

<sup>43</sup> "Was finden Sie an der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall gut bzw. schlecht?"

Abb. 12: Einschätzung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht 2019 (Auskunft 184 Betriebe)



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

Das Thema **"Auswahl/ Angebot"** wurde überwiegend positiv bewertet. Hier wurde vor allem auf die inhabergeführten Fachgeschäfte sowie das Angebot allgemein ("alles vorhanden") verwiesen. Auch der Wochenmarkt wurde sehr positiv eingeschätzt. Dagegen wurde das Thema Vielfalt/ Branchenmix zu gleichen Teilen positiv und negativ bewertet. Beklagt wurde weiterhin der zunehmende Filialisierungsgrad, das große Einzelhandelsangebot außerhalb der Innenstadt auf der "grünen Wiese" oder die starke Konkurrenz durch den Onlinehandel.

Zahlreiche Nennungen wurden zum Thema **"Parkplätze"** gemacht. Wie auch bei vergleichbaren Befragungen in anderen Städten überwiegen die negativen Nennungen dabei deutlich. Die Händler beklagen vor allem die Anzahl und Verfügbarkeit der vorhandenen Parkplätze, die hohen Gebühren oder fehlende Möglichkeiten für Kurzzeitparken. Im Hinblick auf u.a. ein Parkplatzangebot "in der Nähe der Geschäfte" wurde auch die vollständige Erhaltung der Parkplätze auf dem Haalplatz mehrfach gefordert.

Zum Thema **"Erreichbarkeit"** wurden vor allem die kompakte Struktur der Innenstadt und die fußläufige Erreichbarkeit positiv bewertet. Zum ÖPNV-Angebot über-



wiegen die negativen Nennungen geringfügig. Weitere wichtige Aspekte waren die mangelnde Barrierefreiheit, Probleme durch Lieferverkehr und Baustellen.

Überwiegend positiv wurde das Themenfeld "**Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität**" bewertet. Positiv sahen die Händler vor allem das Stadtbild, die historische Bausubstanz und die Altstadt allgemein. Negative Aussagen bezogen sich vor allem auf die mangelnde Sicherheit und Sauberkeit (u.a. im Bereich des Bahnhofs), aber auch auf mangelnde Belebtheit und die Kundenfrequenz in der Innenstadt.

Das Thema "**Veranstaltungen/ Zusammenarbeit**" wurde von den Händlern überwiegend negativ bewertet. Insbesondere werden Verbesserungsmöglichkeiten beim Stadtmarketing gesehen und - demzufolge - ein geringer Stellenwert des Themas Einzelhandel bei der Verwaltung beklagt. Überwiegend positiv wurden hingegen Aktionen und Veranstaltungen in der Innenstadt bewertet.

Das Angebot an "**Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen**" wurde überwiegend positiv eingeschätzt. In diesem Zusammenhang wurde v.a. das umfangreiche kulturelle Angebot hervorgehoben. Zum Thema Gastronomie überwiegen zwar die positiven Nennungen, es wird jedoch auch Potenzial zur Verbesserung (z.B. Qualität) gesehen. Negative Aussagen beziehen sich auf die Vielfalt und die Qualität sonstiger Dienstleistungsangebote.

Die Bedeutung des "**Tourismus**" für Schwäbisch Hall wurde mehrheitlich positiv eingeschätzt. Einzelne negative Aussagen bezogen sich auf geringe Effekte für den Umsatz im Einzelhandel.

Kritikpunkte waren außerdem unflexible "**Öffnungszeiten**", die zu hohen "**Mieten**" und die "**Leerstände**" die z.T. über längere Zeiträume bestehen.

Unter "**Sonstiges**" wurden Äußerungen zusammengefasst, die auf Grund der geringen Anzahl der Nennungen keinen eigenständigen Themenbereich bilden.

### **3.6 FAZIT - EINZELHANDELSSITUATION**

Die Stadt Schwäbisch Hall nimmt ihre mittelzentrale Versorgungsfunktion bei einer Bindungsquote von rd. 141% insgesamt gut wahr - es sind per Saldo deutliche Kauf-



kraftzuflüsse von außerhalb zu verzeichnen. Im Bereich der Grundversorgung (kurzfristiger Bedarfsbereich) sind ebenfalls Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen, sodass rechnerisch die Versorgungsfunktion über die Versorgung der eigenen Bevölkerung hinausgeht. Einen wesentlichen Einfluss haben dabei auch die großen Einzelhandelsstandorte in den Gewerbegebieten, d.h. an nicht integrierten Standorten ohne Bezug zur Wohnbebauung. Gleiches gilt für die innenstadtprägenden Sortimente wie Bekleidung und Schuhe. Die z.T. hohen Bindungsquoten sind demzufolge neben der Innenstadt in hohem Maße auf die Angebote an nicht integrierten Standorten zurückzuführen.

Die Entwicklung seit 2008 weist bei einer unveränderten Betriebszahl und einer gestiegenen Gesamtverkaufsfläche auf eine insgesamt stabile Einzelhandelsituation in Schwäbisch Hall hin. Dies gilt auch im Vergleich zu anderen Städten und Gemeinden, bei denen i.d.R. eine rückläufige Betriebszahl festzustellen ist.

Positiv ist festzuhalten, dass es dem Handel in Schwäbisch Hall sehr gut gelingt, die bestehende örtliche Kaufkraft zu binden.

Die Stimmungslage innerhalb der Händlerschaft ist vergleichsweise positiv, wenngleich die Anzahl der negativen Antworten die der positiven Antworten im Rahmen der offenen Frage übersteigt. Dabei werden das Einzelhandelsangebot sowie auch das Dienstleistungsangebot durch die Händler mehrheitlich positiv bewertet. Besonders negativ wurden hingegen die Themen Parken und Erreichbarkeit wahrgenommen. Zudem wünschen sich viele Händler mehr Aktivitäten im Rahmen des Stadtmarketings sowie eine bessere Zusammenarbeit mit der Verwaltung.



## 4. ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH UND NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ist durch die Baurechtsnovellen der vergangenen Jahre stärker in den Fokus der Stadtentwicklungsplanung gerückt und stellt einen wichtigen formalen Teil des Gutachtens zum Einzelhandelskonzept für die Stadt Schwäbisch Hall dar<sup>44</sup>. Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG<sup>45</sup> (vgl. Kap. 2.2.1).

Welche Bereiche unter diese Kategorie fallen und welche Kriterien diese erfüllen müssen, wird im Folgenden erläutert.

### 4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME

Der Einzelhandel stellt für die Entwicklung der Innenstädte und Stadtteilzentren nach wie vor die Leitfunktion dar: Zahlreiche Untersuchungen des Büros Dr. Acocella mit mittlerweile über 40.000 Passanten in verschiedenen Städten unterschiedlicher Größe und regionaler Einbindung ergaben, dass Einkaufen und Bummeln als häufigstes **Motiv für den Besuch einer Innenstadt** genannt wird. Dies unterstreicht die Bedeutung des Einzelhandels für eine funktionsfähige Innenstadt.

Eine attraktive Innenstadt wird jedoch nicht allein durch das Einzelhandelsangebot, sondern auch durch die funktionale Mischung sowie die städtebaulichen und verkehrlichen Bedingungen geprägt und charakterisiert.

Die wichtigste planerische Aufgabe für die Sicherung der Funktionsfähigkeit einer Innenstadt mit entsprechender funktionaler Vielfalt und städtebaulichen Qualitäten stellt dabei die **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** dar, mit der verschiedene Aspekte des Bau- und Planungsrechtes zusammenhängen. Dabei ist im Einzelhandelskonzept eine gleichsam parzellenscharfe Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erforderlich.

---

<sup>44</sup> Vgl. insbesondere §§ 1 (6) Nr. 11, 9 (2a) und (3) BauGB.

<sup>45</sup> Vgl. BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7.07.



### **Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche**

Ein unabdingbares Kriterium, das ein zentraler Versorgungsbereich aufweisen muss, ist eine städtebaulich **integrierte Lage**. Das bedeutet, dass dieser städtebaulich und siedlungsstrukturell eingebunden sein und einen unmittelbaren Bezug bzw. die Nähe zur Wohnbebauung haben muss, sodass auch für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen eine möglichst gute Erreichbarkeit - z.T. eine fußläufige Erreichbarkeit - vorhanden ist. Daneben sollte eine gute verkehrliche Anbindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz gegeben sein.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches orientiert sich insbesondere am Bestand der Einzelhandelsbetriebe. Obgleich der **Einzelhandel die Leitfunktion** für ein Zentrum wahrnimmt, ist für die Qualifizierung eines Gebietes als zentraler Versorgungsbereich, neben der **Wohnfunktion**, das Angebot weiterer Nutzungen von erheblicher Bedeutung. Das Vorhandensein von - in der Regel publikumsorientierten - **Dienstleistungsbetrieben** ist für eine funktionale Vielfalt im Zentrum von erheblicher Bedeutung.

Ein zentraler Versorgungsbereich bedarf einer **räumlich-funktionalen Konzentration an Versorgungsangeboten** mit einer entsprechenden Dichte und Kompaktheit, die im Zusammenhang erkennbar ist. Die räumliche Abgrenzung der Ränder derartiger Bereiche erfolgt dort, wo funktionale Brüche infolge anderer baulicher Nutzungen wie zusammenhängender Wohnbebauung oder Büro/ Gewerbe/ Industrie auftreten.

Neben funktionalen Kriterien müssen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche auch städtebauliche Gegebenheiten berücksichtigt werden. Bei einer Ortsbegehung wurden daher folgende **städtebauliche/ infrastrukturelle Zäsuren** berücksichtigt:

- Verkehrliche Barrieren (z.B. Straßen, Bahnlinien),
- natürliche Barrieren (z.B. Gewässer, Topographie, Grünzug),
- bauliche Barrieren (z.B. Wohngebäude, Bürokomplexe) sowie
- städtebauliche Brüche (z.B. Straßenraumgestaltung, Baustruktur).

Um den Voraussetzungen der Kompaktheit und Dichte Rechnung zu tragen, sind überdies **städtebauliche Qualitäten** aufzunehmen und zu beschreiben. Insbesondere die



Gestaltung des öffentlichen Raumes übernimmt je nach Qualität eine unterstützende Wirkung für das Aufsuchen eines Zentrums, das Verweilen und letztlich für eine entsprechende Passantenfrequenz, die für das Funktionieren der Einzelhandelslage eine unverzichtbare Voraussetzung darstellt.

Entsprechend der o.g. Kriterien wurden in der Stadt Schwäbisch Hall neben der Innenstadt keine weiteren zentralen Versorgungsbereiche identifiziert.

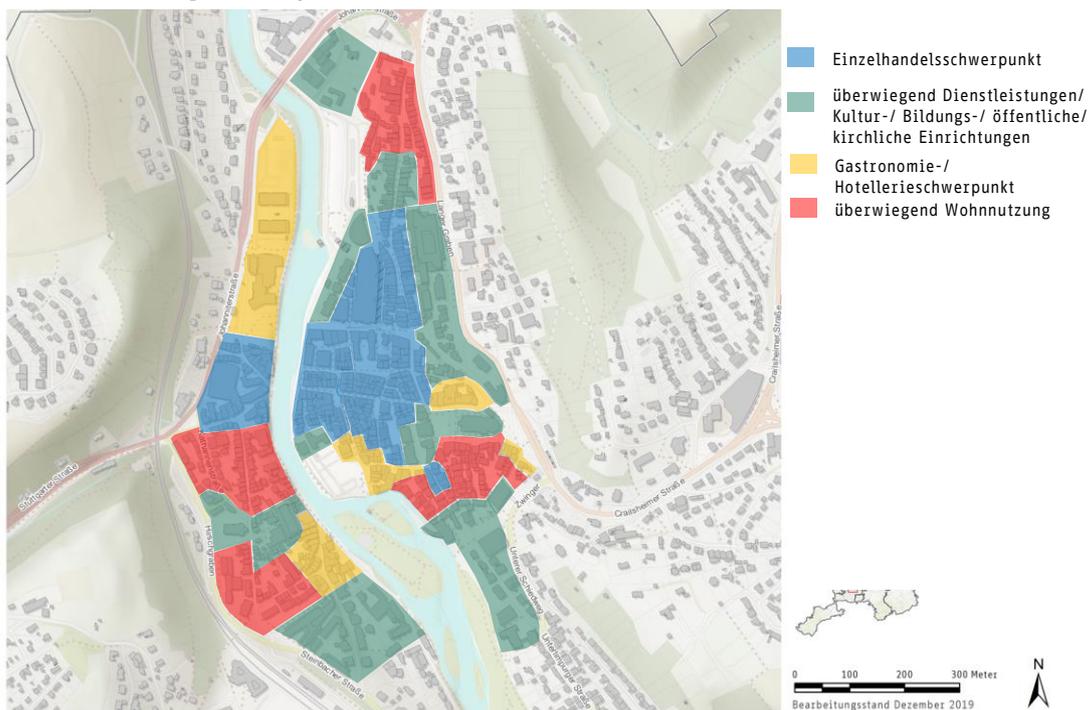
## **4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT SCHWÄBISCH HALL**

### **4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt**

Im Rahmen einer Begehung wurden das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die öffentlichen Einrichtungen in der Innenstadt von Schwäbisch Hall als Grundlage für die Abgrenzung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches kartiert. Die Karte 2 zeigt zunächst eine schematische Darstellung der Nutzungsschwerpunkte in der Innenstadt. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um den Bereich, der auch im Regionalplan als Innenstadt dargestellt ist. Es wird deutlich, dass sich der Einzelhandelsschwerpunkt vor allem in den Bereichen Neue Straße, Am Spitalbach, Kocherquartier sowie auch noch in den Bereichen Gelbinger Gasse und westlich der Henkersbrücke befindet. In weiteren angrenzenden Bereichen überwiegen hingegen Dienstleistungsnutzungen mit Kultur-, Bildungs-, öffentlichen und kirchlichen Einrichtungen. Im Bereich des Haalplatzes, östlich davon, aber auch auf der westlichen Seite der Kocher nördlich und südlich sind Schwerpunkte mit Angeboten im Bereich Gastronomie und Hotellerie zu erkennen. Im nördlichen Bereich der Gelbinger Gasse, südlich des Marktplatzes sowie auch westlich der Kocher bestehen innerhalb der Innenstadt Teilbereiche, in denen Wohnnutzungen überwiegen, ohne nennenswerten funktionalen Besatz.

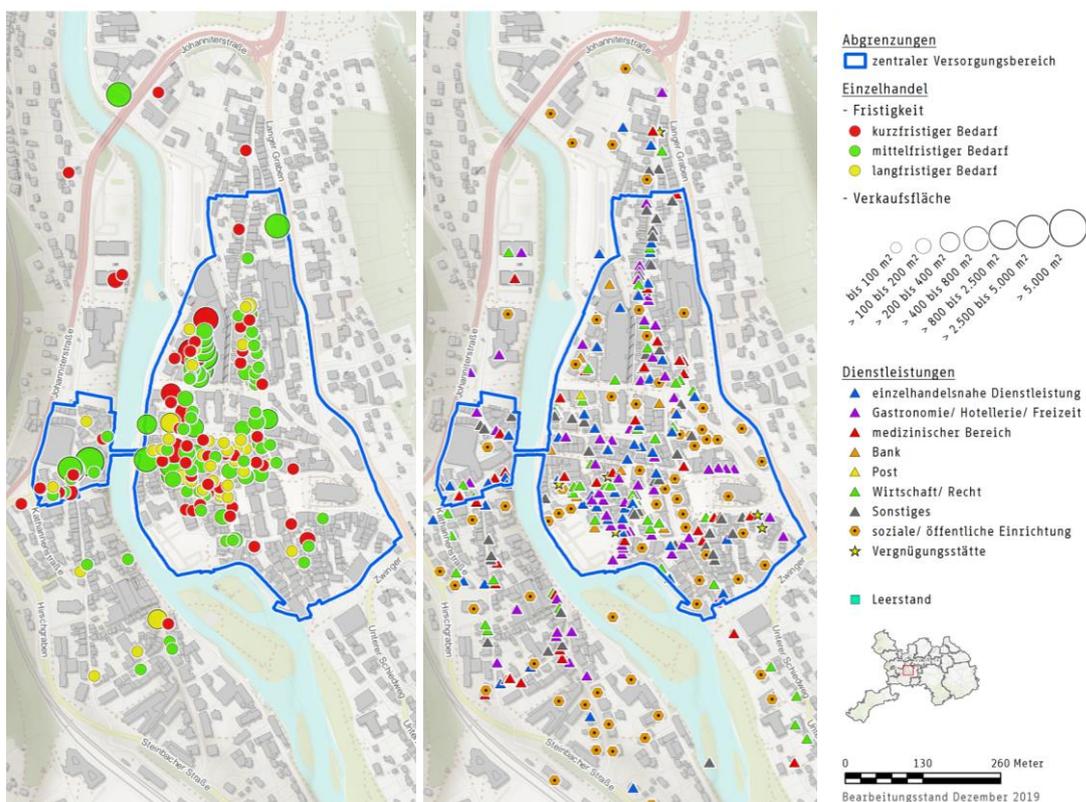
In Karte 3 ist der aktuellen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz sowie die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt dargestellt. Wie auch die Darstellung der Nutzungsschwerpunkte gezeigt hat, ist die funktionale Dichte mit Einzelhandelsangeboten in den oben genannten Bereichen, insbesondere Neue Straße, Am Spitalbach, Kocherquartier und im südlichen Teil der Gelbinger Gasse am höchsten. In den übrigen Bereichen sind zwar auch Einzelhandelsangebote vorhanden, jedoch stehen Dienstleistungsangebote (Kultur-, Bildungs-, öffentliche und kirchliche Einrichtungen) sowie Wohnnutzungen im Vordergrund.

**Karte 2: Nutzungsschwerpunkte Innenstadt**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Kartengrundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

**Karte 3: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz Innenstadt**



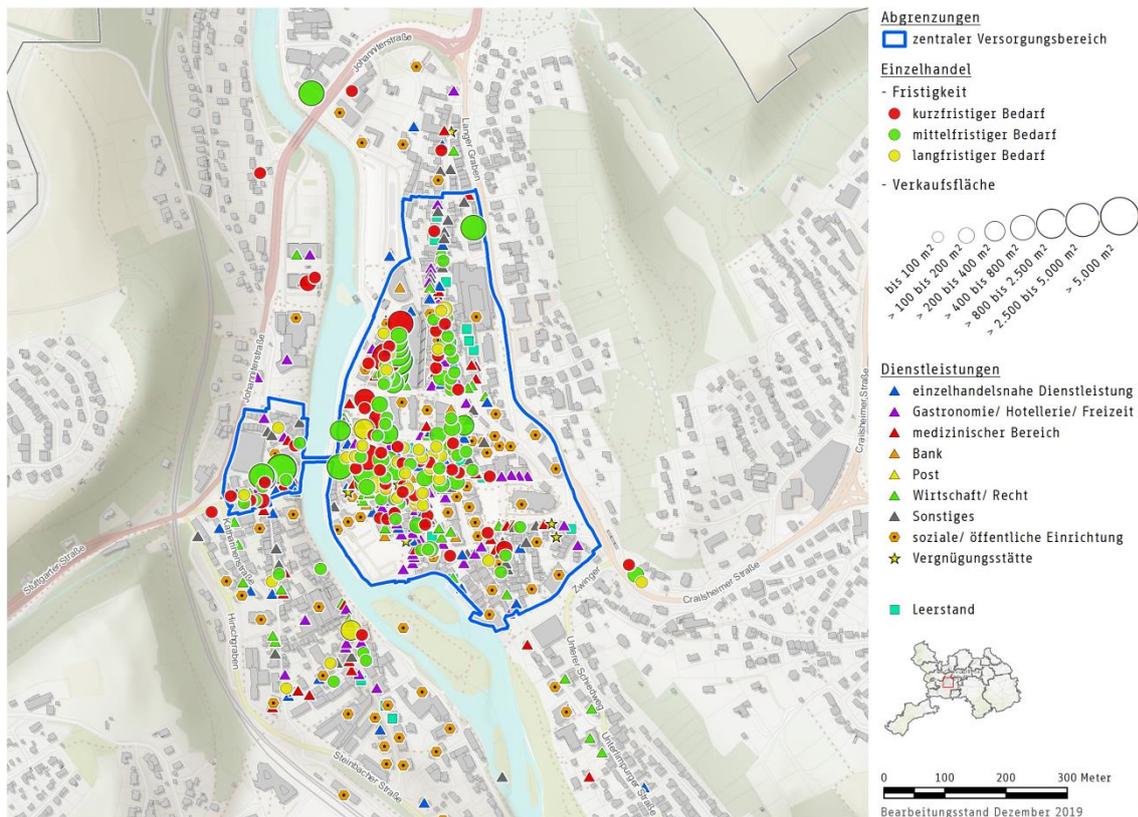
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Kartengrundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches orientiert sich neben der historischen Altstadtstruktur vor allem an dem dargestellten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz (vgl. Karte 4). Sie erstreckt sich im Bereich zwischen Am Mühlenbollwerk/ Gelbinger Gasse im Norden bis zum Schiedgraben im Süden. Im Westen verläuft die Abgrenzung im Wesentlichen entlang des Kocher, mit zusätzlich einem Bereich auf der westlichen Seite des Flusses zwischen Johannerstraße und Henkersbrücke. Im Osten begrenzen die Straßen Langer Graben und Crailheimer Straße den zentralen Versorgungsbereich.

Die Abgrenzung umfasst einen Bereich mit Einzelhandelsnutzungen, Dienstleistungsbetrieben und öffentlichen Einrichtungen, der auch auf Grund seiner baulichen und städtebaulichen Merkmale (vgl. Kap. 4.2.3) als Innenstadt zu erkennen ist.

**Karte 4: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Karten-  
grundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



#### 4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt befanden sich zum Erhebungszeitpunkt Oktober bis Dezember 2019 fast die Hälfte der Einzelhandelsbetriebe (rd. 48%) von Schwäbisch Hall, jedoch lediglich rd. 18% der gesamten Verkaufsfläche. Hier wird die kleinteilige Betriebsstruktur des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt deutlich. Lediglich vier Betriebe der insgesamt 151 Betriebe der Innenstadt weisen eine Verkaufsfläche von mehr als 800 m<sup>2</sup> auf, während rd. 69% der Betriebe des zentralen Versorgungsbereiches über eine Verkaufsfläche von weniger als 100 m<sup>2</sup> verfügen.

Tab. 3: Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Sortimente	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	2.950	17,1
Lebensmittelhandwerk	425	4,4
Drogerie/ Parfümerie; Apotheke	1.500	17,1
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	375	1,2
Blumen/ Zoo	250	0,5
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>5.500</b>	<b>40,4</b>
Bekleidung und Zubehör	8.200	24,6
Schuhe, Lederwaren	1.625	4,1
Sport/ Freizeit	650	1,9
Spielwaren/ Hobby/ Musikinstrumente	825	1,9
Bücher	700	2,5
GPK, Geschenke, Hausrat	1.850	1,9
Haus-/ Heimtextilien	475	1,0
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>14.300</b>	<b>38,0</b>
Uhren/ Schmuck	525	3,5
Foto/ Optik;	850	5,8
Medien	250	2,3
Elektro/ Leuchten	75	0,7
Teppiche, Bodenbeläge; Bau/ Garten; Möbel	275	2,6
Sonstiges	1.150	3,8
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>3.125</b>	<b>18,8</b>
<b>Summe</b>	<b>22.925</b>	<b>97,1</b>

Verkaufsfläche auf 25 m<sup>2</sup> gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen aus Datenschutzgründen mussten Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst werden  
Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; IfH; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Wie in Tab. 3 deutlich wird, liegt - bezogen auf die Verkaufsflächen - der Angebotschwerpunkt des zentralen Versorgungsbereiches im mittelfristigen Bedarfsbereich, d.h. im Bereich der klassischen innenstadtrelevanten Sortimente. Im kurzfristigen Bedarfsbereich ist jedoch ebenfalls ein signifikantes Angebot vorhanden.

### "Unechte Bindungsquote"

In Kap. 3.3 wurde dargestellt, dass die Stadt Schwäbisch Hall mit einer Bindungsquote von rd. 141% per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse verzeichnen kann. Da einem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich regelmäßig gesamtstädtische und - in Abhängigkeit der zentralörtlichen Funktion - auch überörtliche Versorgungsfunktion zukommt, werden für die quantitative Bewertung des innerstädtischen Angebots die Umsätze in der Innenstadt auf die Nachfrage in der Gesamtstadt bezogen ("unechte Bindungsquote").

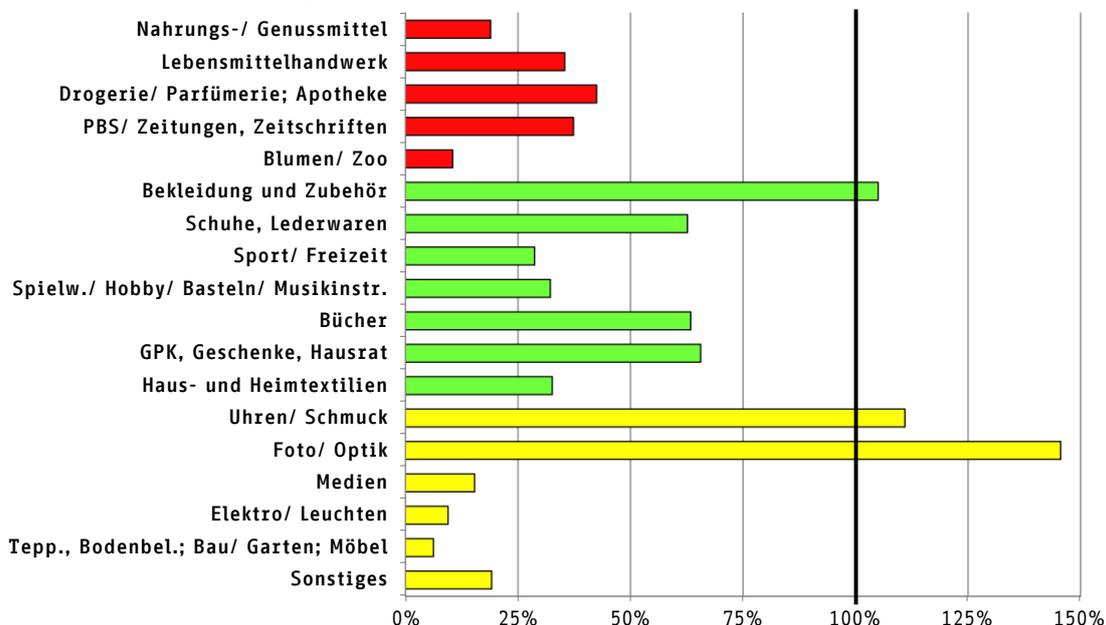
*Die **unechte Bindungsquote** errechnet sich, indem der im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft der gesamten Stadt Schwäbisch Hall gesetzt wird.*

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (rote Balken in der Abb. 13) sind diese "unechten Bindungsquoten" wenig aussagekräftig: Hier kommt dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt weder gesamtstädtische noch überörtliche Versorgungsfunktion zu, da diese Sortimente wohnortnah angeboten werden sollten. Entsprechend sollen unter dem Aspekt einer wohnortnahen Versorgung vorrangig die Einwohner in der Innenstadt und deren Umfeld mit den Angeboten im kurzfristigen Bedarfsbereich versorgt werden (vgl. Kap. 6).

Bedeutsam für die Bewertung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind dagegen die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente des **mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches**. Dabei zeigt sich, dass der innerstädtische Einzelhandel lediglich in den Sortimentsbereichen Bekleidung und Zubehör, Uhren/ Schmuck und Foto/ Optik Bindungsquoten von 100% und mehr erreicht und somit eine Versorgung der Gesamtstadt erbringt. In den übrigen Sortimentsbereichen liegen die "unechten Bindungsquoten" deutlich unter 100%. Sehr geringe Werte von rd. 30% sind - bezogen auf üblicherweise zentrenrelevante Sortimente - in den Sortimenten Sport/ Freizeit, Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente sowie Haus- und Heimtexti-

lien zu verzeichnen, in den beiden Sortimentsbereichen Medien und Elektro/ Leuchten betragen fallen die unechten Bindungsquoten sogar noch deutlich niedriger aus.

Abb. 13: "Unechte Bindungsquoten" in der Innenstadt nach Sortimenten



PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; IfH; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; IFH Köln; eigene Berechnungen

#### 4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse Innenstadt

Die Stärken-Schwächen-Analyse bildet eine wesentliche Grundlage für die Abgrenzung und die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt (vgl. Kap. 8.3.1).

##### Stärken

Die Innenstadt von Schwäbisch Hall umfasst im Wesentlichen den Bereich der historischen Altstadt zwischen Kocher und Langer Straße bzw. Crailsheimer Straße sowie den Bereich westlich der Kocher bis zur Johanniterstraße bzw. Hirschgraben. Prägend sind, neben der besonderen Topografie, die historische Bausubstanz, der neu entwickelte Bereich Kocherquartier im Zentrum der Innenstadt und ein relativ dichter Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz mit einer guten Nutzungsmischung. Wesentliche Stärken sind auch in Karte 5 dargestellt.



### *funktional*

- Es besteht ein vielfältiges Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen mit einem Schwerpunkt im mittelfristigen Bedarfsbereich.
- Mit (u.a.) einem Supermarkt, Biomarkt und einer Markthalle besteht auch ein gutes Nahversorgungsangebot.
- Ein Wochenmarkt auf dem Marktplatz, der auch als Treff- und Identifikationspunkt dient, stellt einen zusätzlichen Frequenzbringer dar, der das Nahversorgungsangebot des stationären Einzelhandels ergänzt.
- Insgesamt betrachtet ist die Dichte des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes vergleichsweise hoch.
- Es besteht eine attraktive Mischung aus kleinteiligen inhabergeführten Fachgeschäften und - z.T. auch großflächigen - Filialbetrieben.

**Foto 1: Magnetbetrieb**



Quelle: eigenes Foto, November 2019

**Foto 2: Kocherquartier**



Quelle: eigenes Foto, November 2019

- U.a. ein Supermarkt, Bekleidungshäuser oder Drogeriemärkte übernehmen eine wichtige Magnetfunktion.
- Das Einzelhandelsangebot wird durch ein vielfältiges Dienstleistungsangebot und gastronomische Angebote mit u.a. Cafés, Bars, Restaurants oder Imbissgastronomie ergänzt. Dazu gehören z.T. auch Bereiche mit attraktiver Außengastronomie.
- Es sind verschiedene kulturelle Angebote vorhanden. Dazu zählen u.a. Theater, Kino und Museen.
- Wichtige öffentliche Einrichtungen mit Rathaus, Landratsamt, Bibliothek, Schule etc. runden das Dienstleistungsangebot ab.

- Insgesamt besteht eine gute Nutzungsmischung. Dabei liegt der Einzelhandels-  
schwerpunkt vor allem im östlichen Altstadtbereich. Auf der westlichen Seite des  
Kocher ergänzen u.a. wichtige kulturelle Einrichtungen wie die Kunsthalle Würth,  
das Angebot.

Foto 3: Markthalle



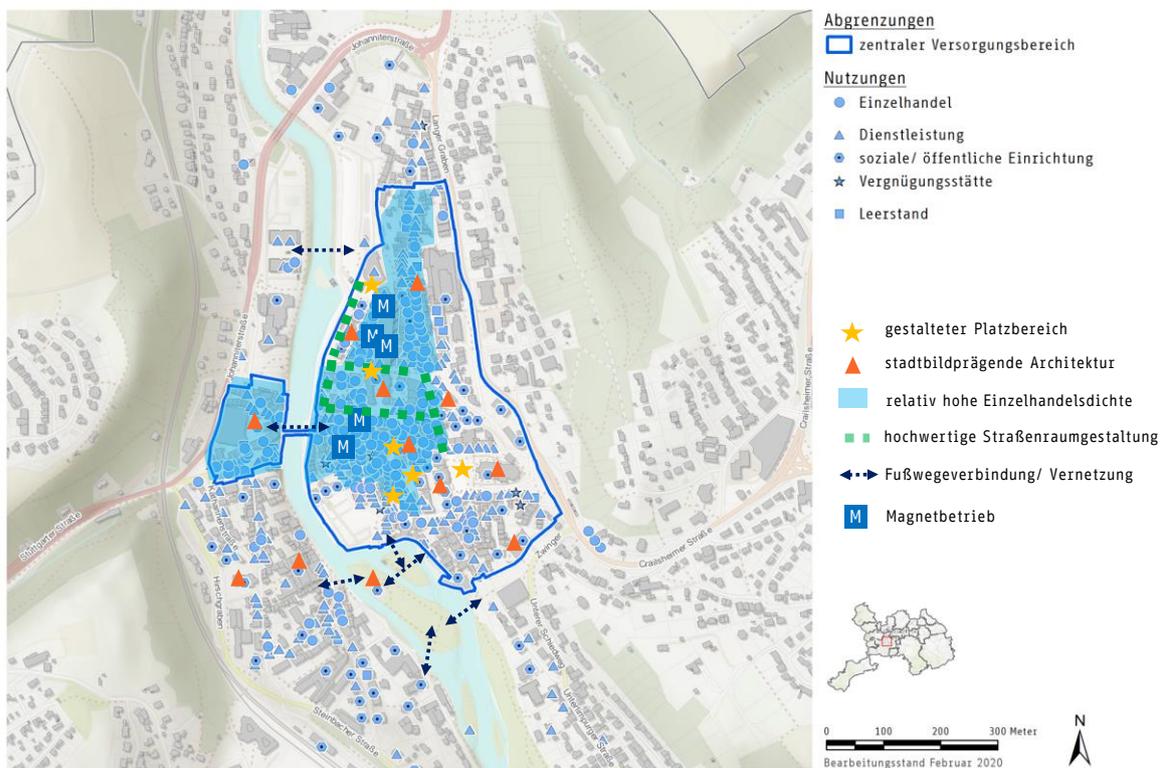
Quelle: eigenes Foto, November 2019

Foto 4: Stadtbibliothek



Quelle: eigenes Foto, November 2019

Karte 5: Stärken zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Karten-  
grundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



### *städtebaulich*

- Die Innenstadt von Schwäbisch Hall zeichnet sich durch ihre historische Altstadt und ihre kleinteilige, mittelalterliche Struktur mit schmalen Gassen sowie kleinen und größeren Plätzen aus.
- Zahlreiche historische Gebäude und einzelne moderne Gebäude prägen das Stadtbild.

Foto 5: historische Altstadt



Quelle: eigenes Foto, November 2019

Foto 6: St. Michael



Quelle: eigenes Foto, November 2019

- Überwiegend attraktiv gestaltete und restaurierte Fassaden tragen zu einem positiven Gesamteindruck bei.
- Verschiedene historische und z.T. auch moderne Bauwerke mit einer stadtbildprägenden Architektur übernehmen eine Orientierungs- und Identifikationsfunktion. Dazu zählen neben den Stadttoren und Türmen u.a. die Kirche St. Michael, das Alte Zeughaus, das neue Globe-Theater oder die Kunsthalle Würth.
- Das Kocherquartier stellt eine gelungene Ergänzung der historischen Bebauung durch großformatige bauliche Strukturen dar, die sich gut in die bestehenden Strukturen einfügen.
- Der öffentliche Raum ist überwiegend hochwertig gestaltet. In Teilbereichen, u.a. Am Spitalbach, Am Froschgraben oder auch an der Salinenstraße im Bereich des Kocherquartiers ist bereits eine moderne und barrierefreie Gestaltung erfolgt.
- Die Innenstadt ist weitestgehend autofrei oder verkehrsberuhigt gestaltet mit ausgedehnten Fußgängerbereichen.

Foto 7: Am Spitalbach/ Straßenraumgestaltung



Quelle: eigenes Foto, November 2019

Foto 8: Kunst im öffentlichen Raum



Quelle: eigenes Foto, November 2019

Foto 9: Marktplatz



Quelle: eigenes Foto, November 2019

Foto 10: Globe



Quelle: eigenes Foto, November 2019

- Verschiedene größere und kleinere Plätze, die mit historischen Brunnen, Kunstobjekten oder Begrünung gestaltet sind, laden zum Verweilen ein und bilden im Gefüge der kleinen Gassen und breiteren Straßen abwechslungsreiche Raumsituationen mit einem besonderen Flair/ Ambiente.
- Die historischen Gebäude, der gestaltete und begrünte öffentliche Raum, die kleinen Gassen und gestalteten Plätze, die Verkehrsberuhigung und die insgesamt gut vernetzte Struktur tragen zu einer hohen Aufenthaltsqualität bei.
- Mit den Kocherinseln Unterwöhrd und Grasbödele besteht in der Innenstadt ein attraktiver Grün- und Freiraum.
- Mehrere Fußgängerbrücken ermöglichen eine gute Anbindung der westlichen Innenstadtbereiche.



- Insbesondere durch verschiedene Parkhäuser und Parkplätze bestehen gute Parkmöglichkeiten in verschiedenen Bereichen der Innenstadt.
- Mit dem neuen und modern gestalteten Busbahnhof ist die Innenstadt gut an den ÖPNV angebunden.

**Foto 11: Platz mit Aufenthaltsqualität**



Quelle: eigenes Foto, November 2019

**Foto 12: Dietrich-Bonhoeffer-Platz**



Quelle: eigenes Foto, November 2019

**Foto 13: Busbahnhof**



Quelle: eigenes Foto, November 2019

**Foto 14: Kunsthalle Würth**

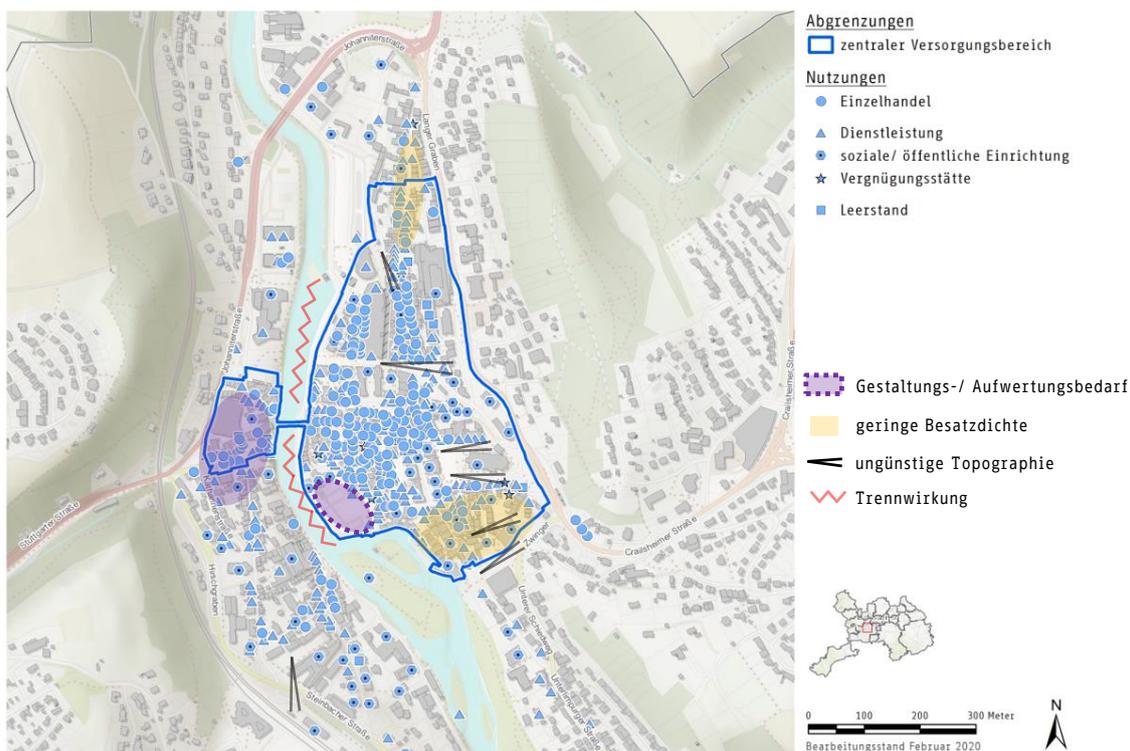


Quelle: eigenes Foto, November 2019

## **Schwächen**

In den Randlagen der Innenstadt besteht ein geringer Einzelhandelsbesatz, z.T. überwiegen Dienstleistungsnutzungen oder auch Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Insgesamt ist das Einzelhandelsangebot sehr kleinteilig. Die topografischen Verhältnisse wirken sich ungünstig auf die Erlebbarkeit der Innenstadt im Zusammenhang aus. Zusätzlich erzeugt der Kocher eine Teilung der Innenstadt in zwei Bereiche. Im westlichen Bereich besteht z.T. Gestaltungs- und Sanierungsbedarf (vgl. Karte 6).

## Karte 6: Schwächen zentraler Versorgungsbereich Innenstadt - Leerstände



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Karten-  
grundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

### funktional

- In den Randlagen besteht nur eine geringe Dichte an Einzelhandelsnutzungen.
- Teilweise fehlt der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz in Nebenstraßen/  
Gassen (Gebäuderückseiten, Wohnnutzungen im Erdgeschoss).

Foto 15: fehlender Besatz



Quelle: eigenes Foto, November 2019

Foto 16: Werbeaufsteller



Quelle: eigenes Foto, November 2019



- Insgesamt sind in der Innenstadt nur wenige großflächige Betriebe vorhanden, die Betriebsstruktur ist überwiegend kleinteilig.
- Im Umfeld Neue Straße und z.T. auch Gelbinger Gasse ist eine Häufung von kleineren Leerständen festzustellen.
- Außerhalb der Innenstadt bestehen in Schwäbisch Hall weitere Einzelhandelsstandorte mit umfangreichen nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angeboten, die eine starke Konkurrenzsituation zur Innenstadt erzeugen.

#### *städtebaulich*

- Der zentrale Haalplatz mit seiner exponierten Lage am Wasser wird überwiegend als Parkplatz genutzt und bietet nur eine geringe Aufenthaltsqualität.
- Die Wahrnehmbarkeit und Zugänglichkeit des Kocher ist insbesondere im Bereich Haalplatz eingeschränkt.
- Die kleinteilige Altstadtstruktur und auch die topografischen Verhältnisse schränken die räumlichen Entwicklungspotenziale ein.
- Augenscheinliche größere Potenzialflächen sind nicht erkennbar.
- Das Stadtbild wird durch zahlreiche Werbeaufsteller/ Kundenstopper im öffentlichen Raum beeinträchtigt.
- Obwohl der öffentliche Raum insgesamt hochwertig gestaltet ist, beeinträchtigen unterschiedliche Bodenbeläge den Gesamteindruck. Hinsichtlich einer barrierefreien Gestaltung besteht in diesem Zusammenhang ebenfalls Verbesserungsbedarf.
- Die ungünstige Topografie schränkt die grundsätzlich gut vernetzte Innenstadtstruktur ein, da für mögliche Rundläufe erhebliche Steigungen zu überwinden sind.
- Im westlichen Bereich der Innenstadt (Ritterquartier) sind gestalterisch Mängel an Gebäuden, aber auch im öffentlichen Raum erkennbar.
- Auch der Bereich der Kocherinseln kann hinsichtlich der Gestaltung von Grünflächen, Wegen oder der Möblierung den Anforderungen an einen hochwertigen Grün- und Freiraum nicht gerecht werden.
- Die Anbindung des Bahnhofs an die Innenstadt ist für ortsunkundige nur eingeschränkt lesbar. Neben der Aufzuanlage in schlechtem baulichen Zustand fehlen auch Querungsmöglichkeiten für Fußgänger im Kreuzungsbereich Lange Straße/ Hirschgraben.

Foto 17: Parkplatz - Haalplatz



Quelle: eigenes Foto, November 2019

Foto 18: Modernisierungsbedarf



Quelle: eigenes Foto, November 2019

### 4.3 NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (vgl. Kap. 4.2) sind im Stadtgebiet von Schwäbisch Hall keine weiteren Bereiche vorhanden, die den Kriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen entsprechen. Dennoch sind in den Stadtteilen z.T. wichtige Angebotsstandorte vorhanden, die insbesondere für die Grundversorgung von Bedeutung sind.

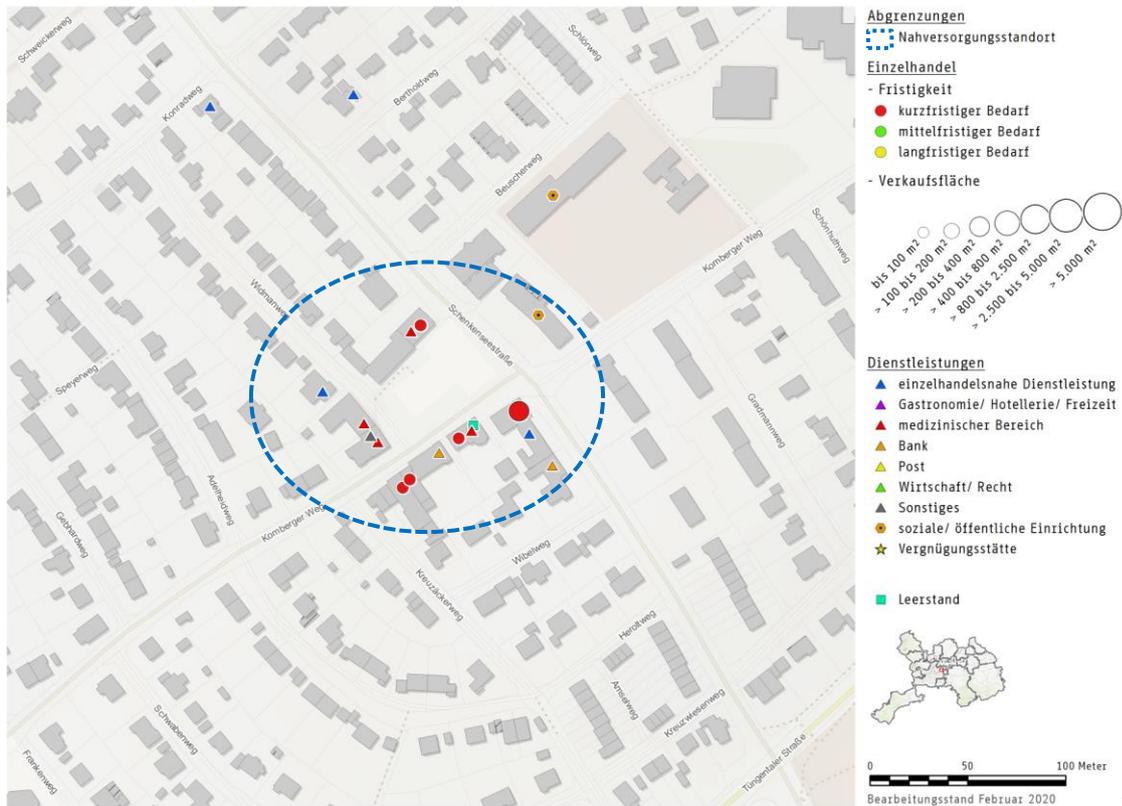
#### 4.3.1 Nahversorgungsstandort Kreuzäcker

In der Kernstadt im Teilort Kreuzäcker befinden sich im Kreuzungsbereich der Schenkenseestraße/ Komberger Weg mehrere Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote (vgl. Karte 7). Die Betriebe gruppieren sich um den Limpurger Platz. Das Nahversorgungsangebot besteht v.a. aus einem kleinen Lebensmittel-SB-Markt und Betrieben des Lebensmittelhandwerks. Das Angebot wird durch weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote ergänzt.

Der Limpurger Platz ist attraktiv gestaltet und bietet eine gute Aufenthaltsqualität. Insgesamt ist das Angebot nicht ausreichend für die Einstufung als zentraler Versorgungsbereich. Der Nahversorgungsstandort übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete.



## Karte 7: Nahversorgungsstandort Kreuzäcker



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Karten-  
grundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Foto 19: Einzelhandel/ Dienstleistungen



Quelle: eigenes Foto, November 2019

Foto 20: Limpurger Platz



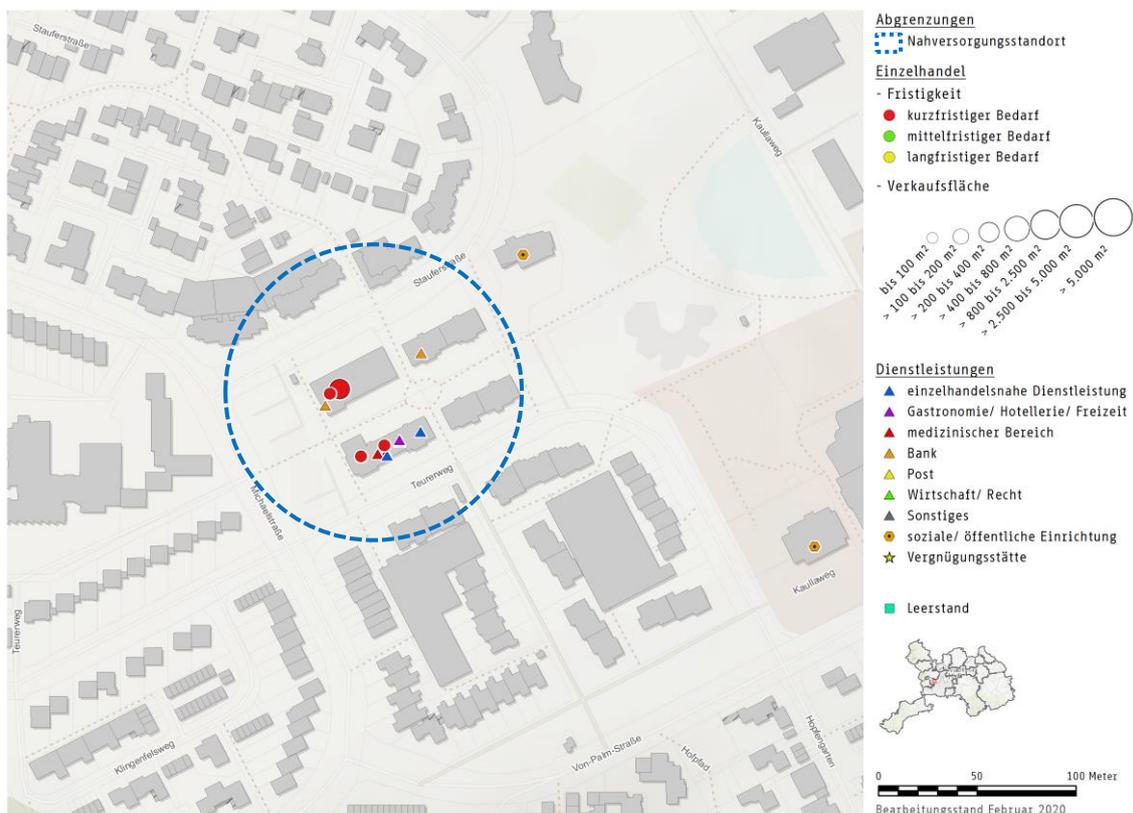
Quelle: eigenes Foto, November 2019

### 4.3.2 Nahversorgungsstandort Teurershof

Im Bereich der Kernstadt im Stadtteil Teurershof befinden sich an der Michael-  
straße in einer baulichen Einheit mehrere Einzelhandels- und Dienstleistungsange-  
bote (vgl. Karte 8). Das Nahversorgungsangebot besteht im Wesentlichen aus einem

Lebensmittel-SB-Markt, einer Bäckerei und einer Apotheke. Einzelne Dienstleistungsangebote (u.a. Bank, Gastronomie) ergänzen das Angebot.

**Karte 8: Nahversorgungsstandort Teurerhof**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Karten-  
 grundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Der funktionale Besitz konzentriert sich auf zwei Gebäude, die durch ihre Anordnung einen kleinen Platzbereich bilden, der Gestaltungsbedarf erkennen lässt. Der Nahversorgungsstandort übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete. Für einen zentralen Versorgungsbereich sind das Angebot und das Einzugsgebiet jedoch nicht hinreichend.



Foto 21: LM-SB-Markt



Quelle: eigenes Foto, November 2019

Foto 22: Apotheke



Quelle: eigenes Foto, November 2019

### 4.3.3 Nahversorgungsstandort Reifenhof

Im Stadtteil Reifenhof an der Reifenhofstraße befindet sich innerhalb eines Wohngebietes ein Lebensmittel-SB-Markt (vgl. Karte 9). Das Nahversorgungsangebot wird durch Dienstleistungsbetriebe, u.a. Friseur, Postagentur, Bank ergänzt. Der Lebensmittelmarkt erscheint modernisierungsbedürftig, der öffentliche Raum im Umfeld weist gestalterische Mängel auf.

Der Nahversorgungsstandort übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete, das Angebot ist jedoch nicht ausreichend für eine Einstufung als zentraler Versorgungsbereich.

### Karte 9: Nahversorgungsstandort Reifenhof



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Karten- grundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Foto 23: LM-SB-Markt



Quelle: eigenes Foto, November 2019

Foto 24: Straßenraum



Quelle: eigenes Foto, November 2019

#### 4.3.4 Nahversorgungsstandort Tullauer Höhe

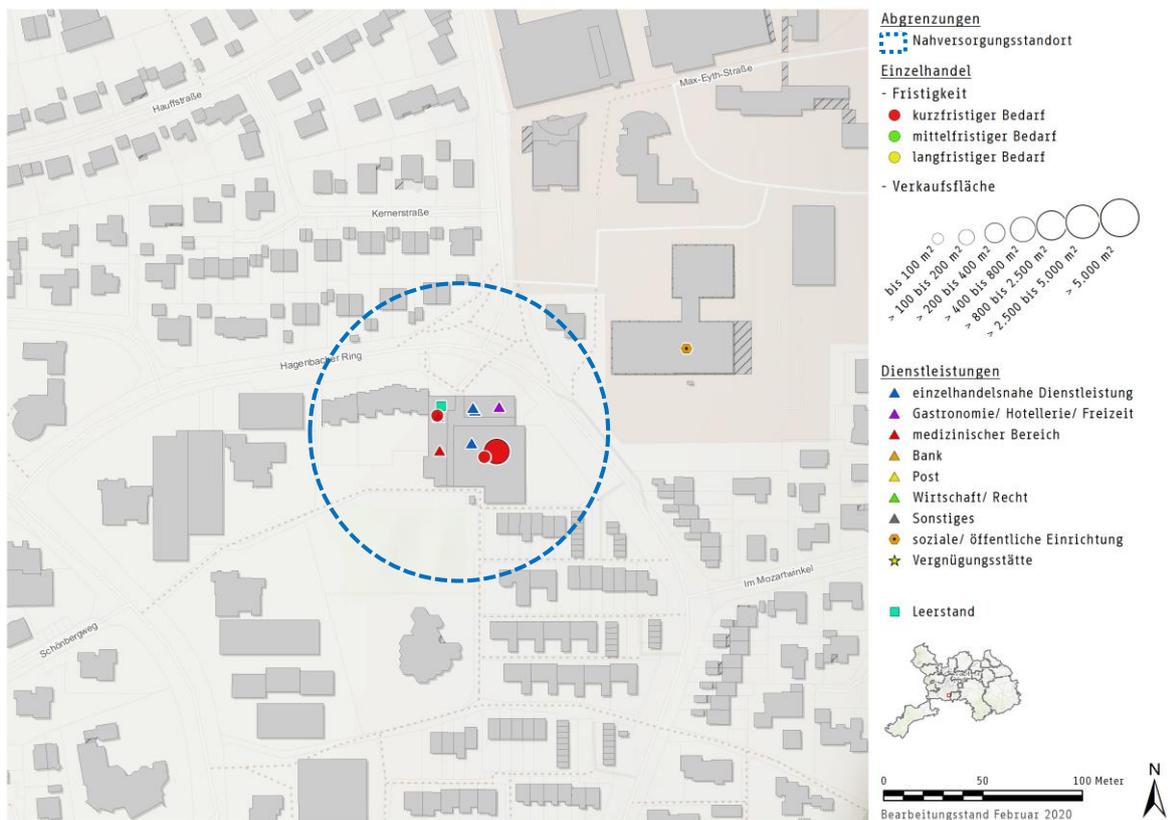
Südlich der Innenstadt von Schwäbisch Hall im Bereich Tullauer Höhe/ Hagenbach befinden sich am Hagenbacher Ring ein kleiner Supermarkt und weitere ergänzende Angebote (vgl. Karte 10). Dabei handelt es sich im Wesentlichen um eine Apotheke



und Dienstleistungen mit u.a. Gastronomie und sonstigen einzelhandelsnahen Dienstleistungen.

Der funktionale Besatz konzentriert sich auf einen Gebäudekomplex, der eine kleine Passage beinhaltet. Das Gebäude weist erheblichen Modernisierungsbedarf auf, der öffentliche Raum ist weitestgehend ungestaltet. Der Standort übernimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich dabei auf die umliegenden Wohngebiete, sodass die Einstufung als zentraler Versorgungsbereich nicht möglich ist.

**Karte 10: Nahversorgungsstandort Tullauer Höhe**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Karten-  
grundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Foto 25: Supermarkt



Quelle: eigenes Foto, November 2019

Foto 26: Passage



Quelle: eigenes Foto, November 2019

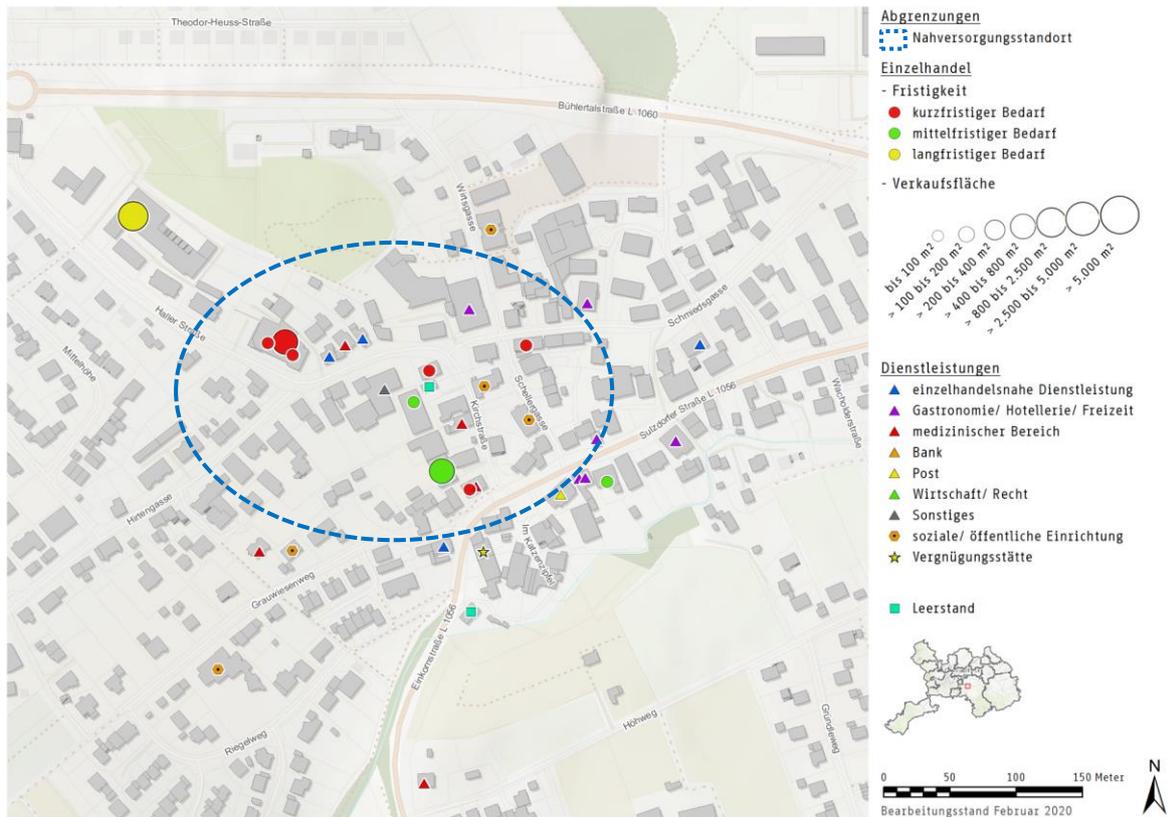
#### 4.3.5 Nahversorgungsstandort Hessental

Im Stadtteil Hessental, östlich der Kernstadt von Schwäbisch Hall, befinden sich im Bereich zwischen Haller Straße und Sulzdorfer Straße mehrere Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote (vgl. Karte 11). Das Nahversorgungsangebot besteht im Wesentlichen aus einem kleinen Supermarkt und Betrieben des Lebensmittelhandwerks. Der Besatz verteilt sich entlang der Haller Straße, der Sulzdorfer Straße sowie Kirchstraße und Wirtsgasse. Die funktionale Dichte ist sehr gering und ein städtebaulicher Zusammenhang ist nur eingeschränkt erkennbar.

Der Standort übernimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete. Das Angebot ist jedoch nicht hinreichend und kompakt für die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches.



### Karte 11: Nahversorgungsstandort Hesselental



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Karten-  
 grundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Foto 27: Supermarkt



Quelle: eigenes Foto, November 2019

Foto 28: Sulzdorfer Straße



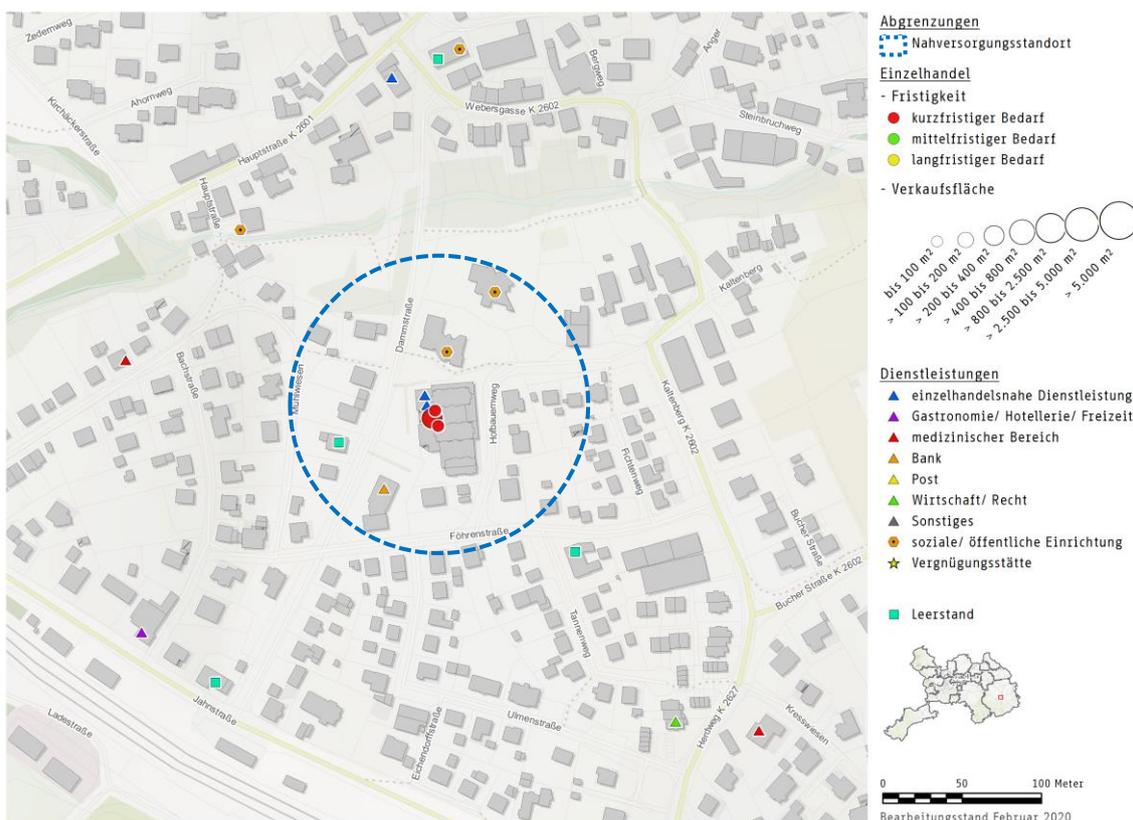
Quelle: eigenes Foto, November 2019

### 4.3.6 Nahversorgungsstandort Sulzdorf

Im Stadtteil Sulzdorf im Westen des Stadtgebietes von Schwäbisch Hall befindet sich an der Dammstraße ein Lebensmittel-SB-Markt (vgl. Karte 12). Neben Betrieben des Lebensmittelhandwerks ergänzen einzelne Dienstleistungsbetriebe das Angebot.

Insbesondere der Lebensmittelmarkt übernimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete. Es handelt sich um einen Nahversorgungsstandort, zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches ist das Angebot nicht ausreichend.

**Karte 12: Nahversorgungsstandort Sulzdorf**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Kartengrundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

**Foto 29: LM-SB-Markt**



Quelle: eigenes Foto, November 2019

**Foto 30: Umfeld LM-SB-Markt**



Quelle: eigenes Foto, November 2019



## 5. RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES

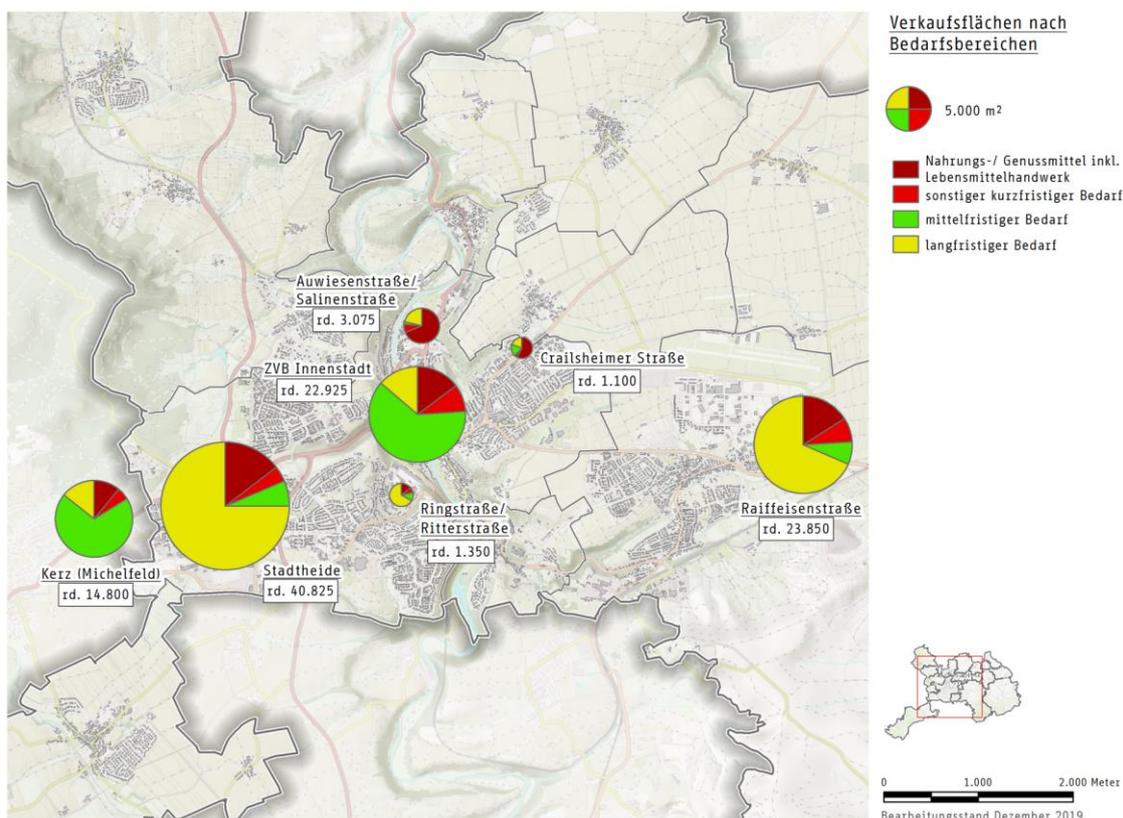
### 5.1 EINZELHANDELSKONZENTRATIONEN

Neben der Innenstadt und den Nahversorgungsstandorten, die vor allem auf die Grundversorgung im unmittelbaren Umfeld ausgerichtet sind, gibt es in Schwäbisch Hall weitere quantitativ bedeutsame Einzelhandelsstandorte (vgl. Karte 13).

Der bezogen auf die Verkaufsfläche größte Einzelhandelsstandort in Schwäbisch Hall ist das Gewerbegebiet Stadtheide. Der nicht integrierte Standort liegt am westlichen Stadtrand und weist überwiegend Sortimente des langfristigen Bedarfs auf, wengleich angesichts der Größe des Einzelhandelsstandortes auch das Angebot an Sortimenten des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereiches relativ umfangreich ist. U.a. sind an diesem Standort ein Baumarkt mit Drive-In-Bereich, mehrere Möbelmärkte, ein SB-Warenhaus, ein Lebensmitteldiscounter und ein Elektrofachmarkt angesiedelt.

Westlich an das Gewerbegebiet Stadtheide unmittelbar angrenzend befindet sich auf der Gemarkung der Gemeinde Michelfeld das Gewerbegebiet Kerz. Es besteht ein funktionaler Zusammenhang zu den Angeboten im Gewerbegebiet Stadtheide, sodass die bestehenden Betriebe bei der räumlichen Betrachtung des Einzelhandelsangebotes in Schwäbisch Hall mit berücksichtigt wurden. In diesem ebenfalls nicht integrierten Einzelhandelsstandort liegt der Schwerpunkt im Bereich der Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches und stellt damit einen erheblichen Konkurrenzstandort zur Innenstadt von Schwäbisch Hall dar. U.a. sind ein sehr großer Bekleidungsmarkt, mehrere nicht großflächige Bekleidungs- und Schuhfachmärkte, ein Bio-markt, ein Lebensmitteldiscounter und ein Drogeriemarkt angesiedelt.

Karte 13: Einzelhandelskonzentrationen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Karten-  
grundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

Östlich der Kernstadt im Stadtteil Hessental befindet sich ebenfalls in nicht integrierter Lage der Einzelhandelsstandort Raiffeisenstraße. Dabei handelt es sich, gemessen an der Verkaufsfläche, um den zweitgrößten Standort in Schwäbisch Hall. Der Angebotsschwerpunkt liegt auf Grund eines Baumarktes und eines Gartencenters zwar funktionsgerecht im langfristigen Bedarfsbereich. Jedoch ist der Anteil insbesondere im kurz- und im mittelfristigen Bedarfsbereich auf Grund eines großen Supermarktes, eines Lebensmitteldiscounters und eines großen Fahrradmarktes relativ hoch.

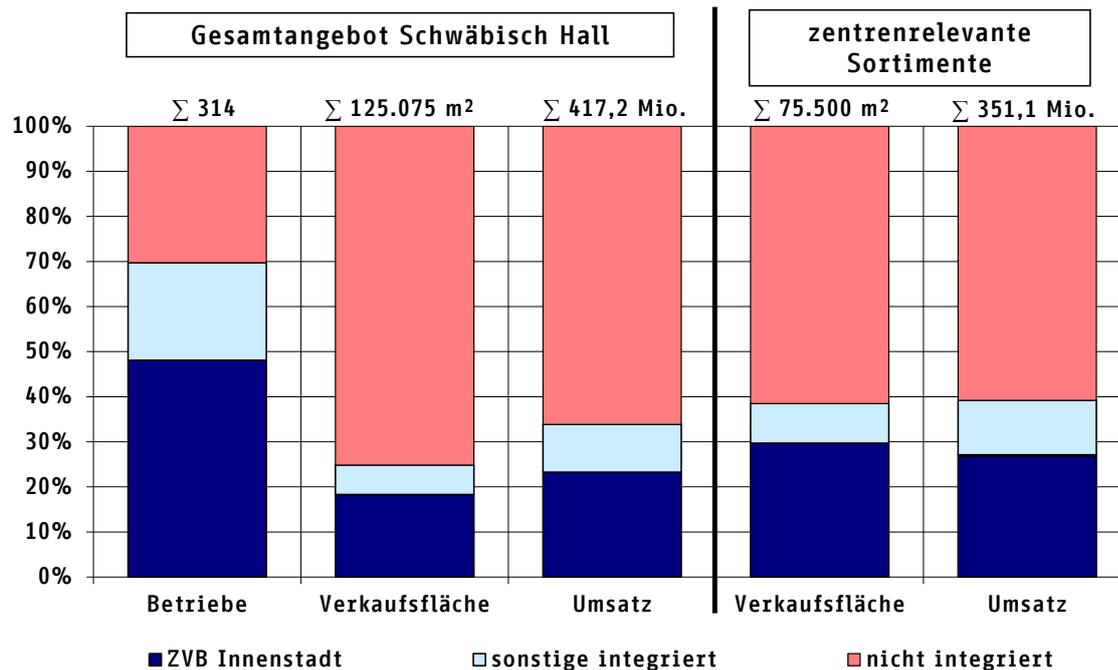
Bei den weiteren dargestellten Einzelhandelskonzentrationen Auwiesenstraße/ Salinenstraße, Ringstraße/ Ritterstraße und Crailsheimer Straße handelt es sich um flächenmäßig deutlich kleinere Standorte in überwiegend nicht integrierter Lage, bei denen jedoch insbesondere die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches auf Grund von dort ansässigen Lebensmittelbetrieben eine nicht unwesentliche Rolle spielen.



## 5.2 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES

Im Folgenden werden die bisher dargestellten Ergebnisse zur Einzelhandelssituation, differenziert nach Standorttyp der Betriebe innerhalb des Stadtgebietes, aufgezeigt. Es wird untergliedert nach dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den sonstigen integrierten Lagen sowie nicht integrierten Lagen (Begriffsdefinitionen siehe Glossar).

Abb. 14: Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttypen



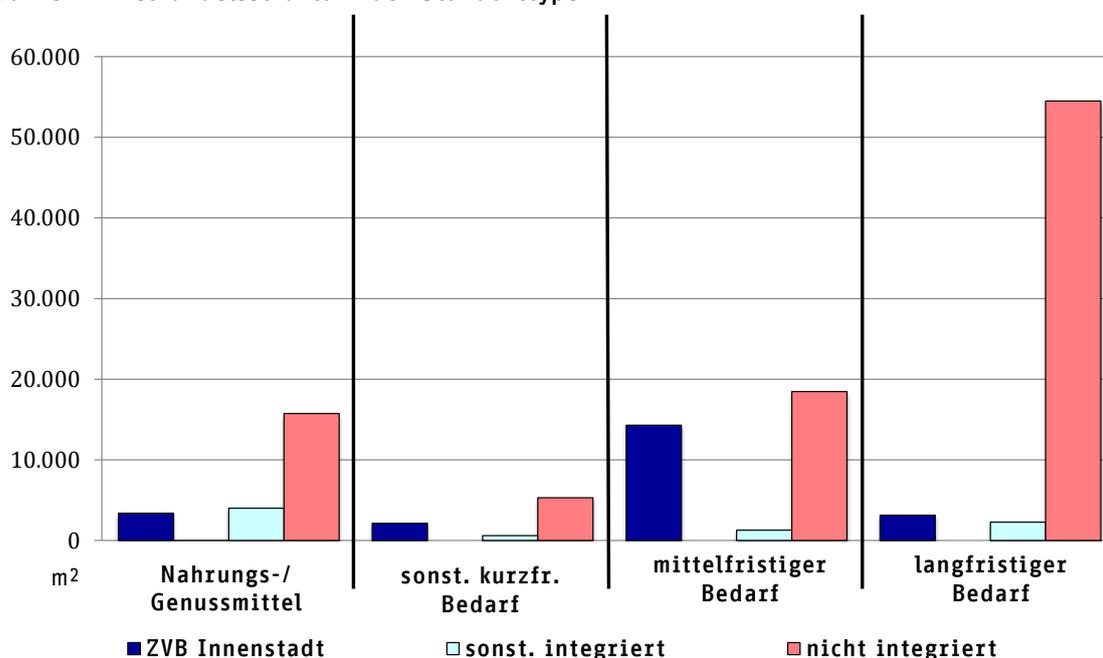
Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; IfH; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Die Darstellung des Einzelhandelsangebotes nach Standorttypen (vgl. Abb. 14) zeigt:

- Gemessen an der Zahl der Betriebe ist knapp die Hälfte des Angebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu finden.
- Wird die Verteilung der Gesamtverkaufsfläche betrachtet, so entfallen rd. drei Viertel des Einzelhandelsangebotes auf nicht integrierte Lagen. Bezogen auf den insgesamt erzielten Umsatz entfallen rd. zwei Drittel auf nicht integrierte Standorte.
- Bei Betrachtung der Verkaufsfläche und des Umsatzes der üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich ein ähnliches Bild. Mehr als 60% der Verkaufsflächen in Schwäbisch Hall befinden sich - nicht funktionsadäquat - in nicht integrierten Lagen.

In der Abb. 15 sind die Verkaufsflächen nach Standorttypen dargestellt. Es wird deutlich, dass sich das Angebot im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel in Schwäbisch Hall überwiegend an Standorten in nicht integrierter Lage befindet, obwohl dieses Sortiment an Standorten mit unmittelbarem Bezug zur Wohnbebauung angesiedelt sein sollte. Beides gilt ebenso für die sonstigen Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches. Die Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches befinden sich zwar zu einem großen Teil funktionsgerecht im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, der überwiegende Teil wird jedoch ebenfalls an den nicht integrierten Standorten angeboten.

Abb. 15: Einzelhandelsstruktur nach Standorttypen



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; IfH; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

### 5.3 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION

Es wurde bereits festgestellt, dass im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel der Einzelhandel der Stadt Schwäbisch Hall bei einer Bindungsquote von rd. 143% mehr als eine rechnerische Vollversorgung der Bevölkerung erreicht (vgl. Kap. 3.3).

Neben dem quantitativen Aspekt, wie er in den Bindungsquoten zum Ausdruck kommt, ist für die Beurteilung des Einzelhandelsangebotes auch die Frage nach des-



sen räumlicher Verteilung von Bedeutung. Im Folgenden wird daher der Frage nachgegangen, welcher Teil der Einwohner in der Stadt Schwäbisch Hall in der Lage ist, ein entsprechendes Angebot auch zu Fuß zu erreichen.

Zur Verdeutlichung der Nahversorgungssituation im räumlichen Sinne sind in Karte 14 die in der Stadt Schwäbisch Hall ansässigen Lebensmittelbetriebe dargestellt. Um die Lebensmittelbetriebe mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und einer Verkaufsfläche von über 200 m<sup>2</sup><sup>46</sup> wurde jeweils ein Bereich von 700 Metern Realdistanz gezogen (grün eingefärbt). Darüber hinaus wurden um die Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche unter 200 m<sup>2</sup> ebenfalls jeweils solche Bereiche gezogen, da diese Betriebe auch einen Beitrag zur Versorgung der Bevölkerung - insbesondere immobiler Bevölkerungsgruppen - leisten (gelb eingefärbt).

Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass die Bevölkerung, die in einer Entfernung von bis zu 700 Metern (Realdistanz) - entsprechend bis zu ca. zehn Gehminuten - zu einem solchen Einzelhandelsbetrieb wohnt, sich durch diesen zu Fuß mit Lebensmitteln versorgen kann.

Karte 14 macht deutlich, dass ein Großteil der derzeitigen Einwohner von Schwäbisch Hall (rd. 65%) in einer Entfernung von bis zu 700 Metern (Realdistanz) zu mindestens einem Lebensmittelbetrieb wohnt. Werden nur die Lebensmittelbetriebe mit mehr als 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche betrachtet, reduziert sich dieser Anteil auf rd. 59%. Im Vergleich zu anderen Kommunen weist Schwäbisch Hall damit - ungeachtet topographischer Aspekte - noch eine relativ gute räumliche Nahversorgung auf. Ursache hierfür sind im Wesentlichen die Lebensmittelbetriebe an den dargestellten Nahversorgungsstandorten, die in den umliegenden Wohngebieten eine Grundversorgung ermöglichen.

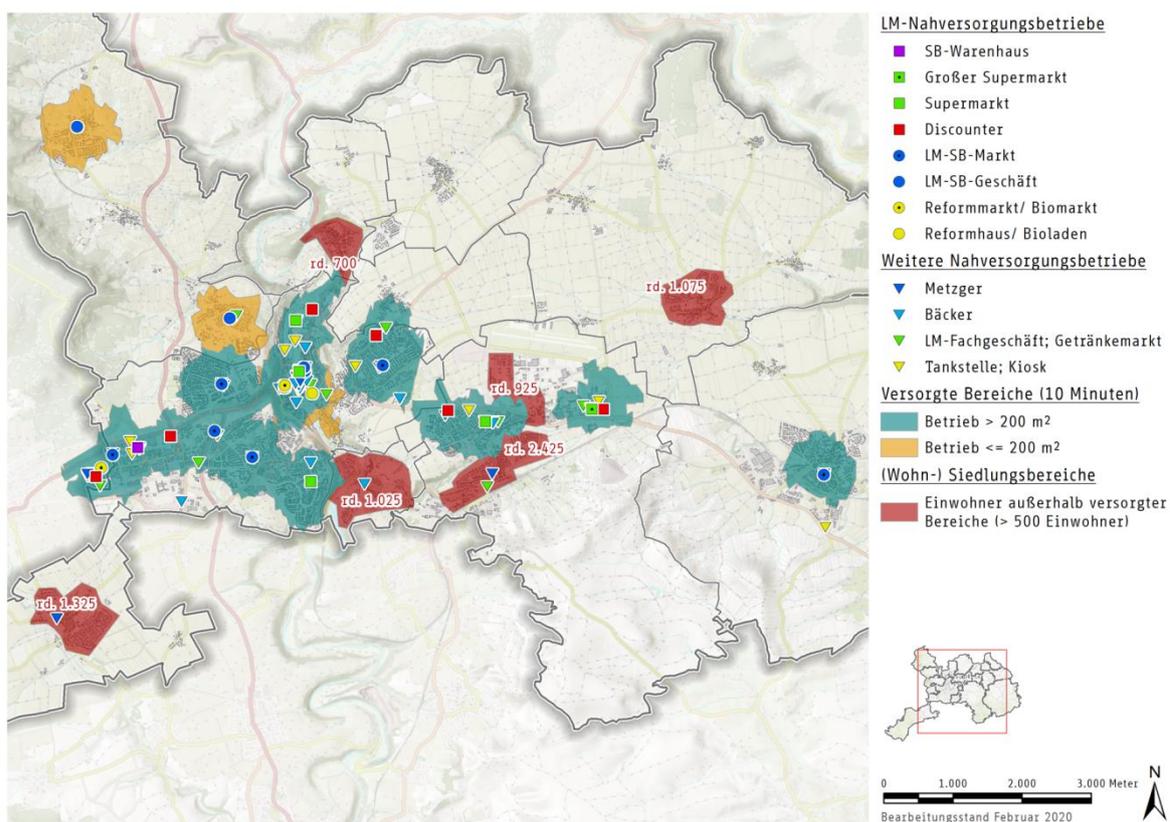
In der Karte in rot dargestellt ist die Anzahl der räumlich nicht versorgten Einwohner in Schwäbisch Hall. Die jeweilige Einwohnerzahl in diesen Bereichen ist angesichts der Standortanforderungen der Betreiber von Lebensmittelbetrieben - insbe-

---

<sup>46</sup> I.d.R. kann erst bei Lebensmittelbetrieben ab einer Verkaufsfläche von 200 m<sup>2</sup> davon ausgegangen werden, dass das vorhandene Angebot die nahversorgungsspezifischen Bedarfe ausreichend abdeckt. Es ist jedoch nicht generell auszuschließen, dass auch kleinere Lebensmittelbetriebe eine wichtige Nahversorgungsfunktion insbesondere für (zumindest temporär) eingeschränkt mobile Menschen haben.

sondere hinsichtlich der Mantelbevölkerung im Standortumfeld und der Mindestverkaufsfläche - zu gering, um dort konventionelle Nahversorgungsangebote anzusiedeln. Eine Ausnahme stellt dem Grunde nach der südliche Siedlungsbereich des Stadtteiles Hessental dar. Allerdings befinden sich in dessen Nachbarschaft der Nahversorgungsstandort Hessental, der in hohem Maße zur fußläufigen Grund-/ Nahversorgung im Stadtteil beiträgt, sowie die Einzelhandelskonzentration Raiffeisenstraße mit einem großen Supermarkt und einem Lebensmitteldiscounter. Ebenfalls in Hessental entsteht nördlich der Bühlertalstraße das Neubaugebiet Sonnenrain mit rd. 1.000 zusätzlichen Einwohnern. Im Zusammenhang mit den bestehenden nicht versorgten Einwohnern in diesem Bereich und unter Berücksichtigung der bestehenden Angebote kann dort ein Standort für ein zusätzliches Lebensmittelangebot geprüft werden.

**Karte 14: Nahversorgungssituation in Schwäbisch Hall**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Karten-  
grundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



## 6. ZIELKATALOG DES EINZELHANDELSKONZEPTES

Das vorhandene Baurecht ermöglicht auf der Basis der Baunutzungsverordnung die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schwäbisch Hall auf Grund städtebaulicher Zielsetzungen räumlich zu steuern. Auch wenn der neue § 34 (3) BauGB die Problematik ungewollter Entwicklungen in Innenbereichen reduziert, können die Kommunen dabei nur reaktiv handeln. Für eine aktive Steuerung sind Bebauungspläne und die entsprechenden Festsetzungen unerlässlich.

Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Stadt Schwäbisch Hall und des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sowie der Nahversorgungsstandorte. Dabei hat die Erfahrung mit der Erarbeitung zahlreicher Gutachten als Grundlage für Einzelhandelskonzepte für unterschiedliche Städte und Gemeinden gezeigt, dass die Oberziele für die verschiedenen Kommunen weitgehend identisch sind.

Vor diesem Hintergrund wird im Folgenden der Vorschlag für einen Zielkatalog vorgestellt, welcher der künftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schwäbisch Hall zugrunde gelegt werden sollte. Gleichzeitig dienen diese Zielvorschläge als Grundlage für das planungsrechtliche Konzept.

Als vorrangiges Ziel wird aus gutachterlicher Sicht die Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gesehen.

### ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER MITTELZENTRALEN VERSORGENGSFUNKTION DER STADT

#### SCHWÄBISCH HALL

Ein Ziel des Einzelhandelskonzeptes ist die langfristige Erhaltung und Stärkung der (quantitativen) mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Schwäbisch Hall. Auf Grund der derzeitigen Gesamtbindungsquote von rd. 141%, die eine deutliche überörtliche Versorgungsfunktion bedeutet, ist der Schwerpunkt

- bezogen auf den gesamtstädtischen Einzelhandel bei der Erhaltung dessen Versorgungsfunktion im gesamten Stadtgebiet und
- bezogen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt auf dessen Stärkung der Einzelhandelsfunktion

zu sehen.



#### **ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER VERSORGENGSFUNKTION DES ZENTRALEN VERSORGENGSBEREICHES INNENSTADT SOWIE DER NAHVERSORGENGSSTANDORTE**

Die europäische Stadttradition weist der Innenstadt eine herausgehobene Funktion zu. Das Ziel der Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches kann aus der Bedeutung des Einzelhandels für diesen Bereich und dessen zukünftiger Entwicklung abgeleitet werden. Das im zentralen Versorgungsbereich vorhandene Einzelhandelsangebot sollte erhalten und gestärkt werden. Mit der Entwicklung des Kocherquartiers konnte der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt bereits in der Vergangenheit in erheblichem Maße gestärkt werden. Auch in Zukunft sollten im zentralen Versorgungsbereich Entwicklungsflächen zur Stärkung der Einzelhandelszentralität des zentralen Versorgungsbereiches geschaffen werden, zumal dieser quantitativ-funktional betrachtet in deutlicher Konkurrenz zu nicht integrierten Einzelhandelskonzentrationen steht.

Die Nahversorgungsstandorte übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete. Die bestehenden Angebote sollen in Zukunft erhalten und gestärkt werden, zumal sie für die Grund-/ Nahversorgung vor Ort von hoher Bedeutung sind.

#### **ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER EINZELHANDELS- UND FUNKTIONSVIELFALT DES ZENTRALEN VERSORGENGSBEREICHES INNENSTADT SOWIE DER NAHVERSORGENGSSTANDORTE**

Neben der Zentralität - also der vorrangig quantitativen Komponente - soll aber auch die Vielfalt an Funktionen im zentralen Versorgungsbereich (und dessen benachbartem Umfeld), d.h. die bestehende Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen, erhalten und weiter gestärkt werden. Dabei soll der Einzelhandel von verschiedenen Betriebstypen und -größen geprägt sein, d.h. sowohl von filialisierten als auch von inhabergeführten Betrieben sowie sowohl von großflächigen Betrieben mit Magnet- und Frequenzbringerfunktion als auch ergänzenden, das Angebot abrundenden kleine(re)n Geschäften. Ein derartiger Mix ist zum Erhalt bzw. zur Stärkung der Attraktivität des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches von Schwäbisch Hall erforderlich.

Im Hinblick auf die Nahversorgungsstandorte sind die bestehenden Angebote zu erhalten und zu stärken, um die Nahversorgungsfunktion langfristig zu erhalten. Dies



gilt insbesondere für die an diesen Standorten ansässigen Lebensmittelbetriebe, deren Verkaufsflächen deutlich unter den Mindestanforderungen der Betreiber von filialisierten Supermärkten liegen.

## **ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER IDENTITÄT DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES**

### **INNENSTADT**

Die unverwechselbare Identität der Innenstadt wird durch verschiedene Faktoren (historische Strukturen, Architektur, Einzelhandels- und Dienstleistungsmix etc.) geprägt, die es zu erhalten und zu stärken gilt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden interkommunalen Wettbewerb und den Onlinehandel ist die Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren Profils von wesentlicher Bedeutung. Das äußere Erscheinungsbild (Städtebau und Architektur) der Zentren gewinnt angesichts der stetig zunehmenden Filialisierung im Handel und der damit verbundenen Uniformität der Waren- bzw. Geschäftspräsentation an Gewicht.

Potenziale sind in Schwäbisch Hall u.a. mit der Vielzahl historischer Gebäude, der Lage am Wasser, dem Kocherquartier und den individuellen Fachgeschäften gegeben.

### **VERKÜRZUNG DER WEGE ("STADT DER KURZEN WEGE")**

Ein kompakter innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich mit kurzen Wegen ist eine wichtige Voraussetzung für Dichte und Frequenz und damit unabdingbar für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger Räume. Bezogen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Schwäbisch Hall ist diesbezüglich insbesondere dessen Topographie mit zu berücksichtigen.

Darüber hinaus ist, insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen, eine Stadt der kurzen Wege von wesentlicher Bedeutung, vor allem in Bezug auf die Nahversorgung. Dadurch werden überflüssiger Verkehr weitgehend vermieden und die entstehenden Umweltbelastungen reduziert. Vor diesem Hintergrund wird die wichtige Funktion der Nahversorgungsstandorte ersichtlich.

### **ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER NAHVERSORGUNGSSTRUKTUR**

Der Verkürzung der Wege dient auch eine möglichst flächendeckende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs (Nahversorgung), insbesondere im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel: Es soll eine wohnungsnahe Versorgung ermöglicht werden.



Allerdings geht es angesichts der seitens der Betreiber geforderten Mindestverkaufsflächen von Lebensmittelbetrieben und der Einwohnerzahlen in den wenigen unterversorgten Bereichen auch in Zukunft vorrangig um den Erhalt der bestehenden Versorgungsstrukturen. Dabei übernehmen die Nahversorgungsstandorte in Schwäbisch Hall eine wichtige Funktion. Zusätzliche Lebensmittelbetriebe sollten bestehende Nahversorgungsstrukturen, die in hohem Maße zur Grund-/ Nahversorgung im eigentlichen Sinne (fußläufige Grund-/ Nahversorgung) beitragen, nicht gefährden.

#### **SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT) INSGESAMT**

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z.T. von der Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden.

Wenn also mit dem Einzelhandelskonzept ein Schutz des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass dieser vor "unfairem Wettbewerb" geschützt werden soll. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu sein.

#### **SICHERUNG VON GEWERBEGBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GEWERBE**

Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, die mit Hilfe des Baurechtes geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzierenden Gewerbe, zur Verfügung zu stellen. Diese können häufig nicht mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden mithalten.



## 7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES

Das vorliegende Gutachten für ein Einzelhandelskonzept soll die Basis für eine mittel- bis langfristige städtebaulich-funktionale Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in Schwäbisch Hall darstellen. Die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (vgl. Kap. 4) hängt auch davon ab, ob, wo und in welcher Dimension weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Vor diesem Hintergrund ist es erforderlich, neben der Beschreibung der Ist-Situation im Einzelhandel (Kap. 3 bis 5), mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen.

Zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraumes wurde daher eine Verkaufsflächenprognose berechnet. Räumliche Entwicklungsperspektiven werden in Kap. 8.3 beschrieben.

### 7.1 METHODISCHES VORGEHEN

Wesentliche Bestimmungsgründe der Verkaufsflächenprognose sind die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung. Für die Ermittlung der branchenspezifischen Potenziale waren die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen. Diese basieren u.a. auf den absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 2.1), der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern<sup>47</sup>.

Neben diesen nachfrageseitigen Determinanten sind allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel sowie angebotsseitige Veränderungen zu berücksichtigen. Dafür ist entscheidend, ob und inwieweit die Position der Stadt Schwäbisch Hall im Hinblick auf ihr Einzelhandelsangebot gehalten bzw. gestärkt werden kann. Diese Positionierung der Stadt wiederum ist - zumindest teilweise - auch von der künftigen räumlichen Entwicklung abhängig.

Der Entwicklungsspielraum wurde aus diesen ökonomischen Berechnungen abgeleitet. Die städtebaulich und funktional sinnvolle räumliche Verteilung dieser zusätzlichen Verkaufsflächen hängt einerseits von den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes (vgl. Kap. 6 und Kap. 8.2) und andererseits von den verfügbaren

---

<sup>47</sup> Vgl. z.B. Statistisches Bundesamt: Ausstattungsgrad privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern.



Flächen (vgl. Kap. 8.3) ab. Der abgeleitete quantitative Entwicklungsspielraum ist einer räumlichen Steuerung zugänglich (während der Bestand kaum zu lenken ist<sup>48</sup>).

Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine mittelfristige Perspektive bis zum Jahr 2025 sowie eine langfristige Prognose bis zum Jahr 2030.

Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, wurden eine obere und eine untere Variante erarbeitet, sodass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt, der die Prognoseunsicherheiten reduziert (vgl. Kap. 7.2). Damit haben zu treffende Entscheidungen zugleich eine sicherere Grundlage.

Um die Gefahren nicht prognostizierbarer Einbrüche aufzuzeigen, wurden verschiedene Szenarien zugrunde gelegt (vgl. Kap. 7.1.2).

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose wiederum auf den Einzelhandel i.e.S.<sup>49</sup>

### **7.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage**

Als Hintergrund für die Entwicklung der Nachfrageseite ist die bisherige Einwohnerentwicklung von Bedeutung, die im Folgenden anhand der Zahlen des statistischen Landesamts geschildert wird (vgl. Abb. 16). Diese stieg in Schwäbisch Hall von 1990 bis 1997 stetig und deutlich um insgesamt rd. 3.400 Einwohner von rd. 32.225 auf 35.625 Einwohner an. In den Folgejahren ist ein leichter Rückgang der Einwohnerzahl auf rd. 35.425 Einwohner im Jahr 2000 zu verzeichnen. Im Zeitraum bis 2010 stieg die Einwohnerzahl wieder leicht und stetig auf rd. 37.125 Einwohner an. Nach einem Rückgang im Jahr 2011 auf rd. 36.850 Einwohner - bedingt durch den Übergang von der Fortschreibung der Volkszählungsdaten auf die Fortschreibung der Zensusdaten - ist ein deutlicher Zuwachs der Einwohnerzahl bis 2018 auf rd. 40.450 Einwohner festzustellen.

---

<sup>48</sup> Ausnahmen hiervon sind allenfalls durch eine freiwillige bzw. seitens der Verwaltung aktive Umsiedlung bestehender Einzelhandelsbetriebe möglich, wobei für den bisherigen Standort das Baurecht entsprechend geändert werden müsste.

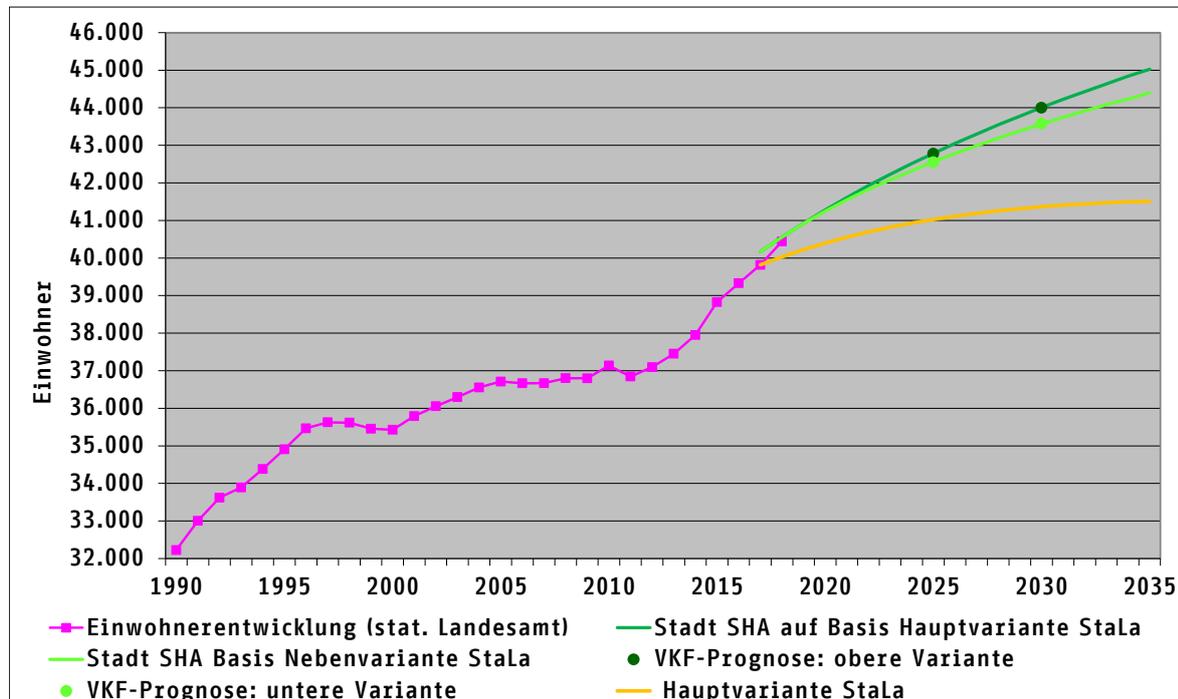
<sup>49</sup> D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.



Als Grundlage für Verkaufsflächenprognose wird die Bevölkerungsvorausberechnung des statistischen Landesamts (Basisjahr 2017) angesetzt; zu diesen Werten werden auf Grund von Angaben der Stadt Schwäbisch Hall zur Bevölkerungsentwicklung jährlich rd. 175 Einwohner hinzu addiert. Zur Entwicklung eines Korridors wurden sowohl die Haupt- als auch die Nebenvariante der Bevölkerungsvorausberechnung des statistischen Landesamts verwendet.

- In der unteren Variante der Verkaufsflächenprognose wird demzufolge die Einwohnerzahl für das Jahr 2025 mit rd. 42.550 Einwohnern und für das Jahr 2030 mit rd. 43.575 Einwohnern angesetzt. Dies sind rd. 2.100 bzw. 3.125 Einwohner mehr als für das Jahr 2018 seitens des statistischen Landesamtes angegeben wurde.
- In der oberen Variante der Prognose wird eine Einwohnerzahl für das Jahr 2025 von rd. 42.775 Einwohnern und für das Jahr 2030 von rd. 44.000 Einwohnern angenommen. Diese Werte liegen rd. 2.325 bzw. 3.550 Einwohner über den Werten für das Jahr 2018 des statistischen Landesamtes.

Abb. 16: Einwohnerentwicklung in der Stadt Schwäbisch Hall 1990 bis 2018 (tatsächliche Entwicklung) und 2016 bis 2030 (Prognosewerte)



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stadt Schwäbisch Hall, eigene Berechnungen



Hinsichtlich der perspektivischen Einzelhandelsentwicklung ist festzustellen, dass es im Hinblick auf die anstehende Integration von Flüchtlingen, den Austritt Großbritanniens aus der Europäischen Union und der derzeitigen Corona-Pandemie sowie deren jeweilige Auswirkung derzeit äußerst schwierig ist, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung abzugeben. Zu berücksichtigen ist dabei, dass auch in den vergangenen Jahren der Einzelhandel von gesamtwirtschaftlichen Zuwächsen nur teilweise profitieren konnte. Daher ist davon auszugehen, dass selbst bei fortwährendem gesamtwirtschaftlichem Wachstum und einer Steigerung der Konsumausgaben dem Einzelhandel allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevorstehen. Auch bei Zunahme des privaten Verbrauches kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben zurückgehen. Dabei muss zugleich berücksichtigt werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unterschiedlich betroffen waren: In einigen Branchen waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen.

Für die Kaufkraftentwicklung wurde vor diesem Hintergrund

- bis 2030 in der unteren Variante eine Stagnation und
- in der oberen Variante in den ersten beiden Jahren ein jährlicher Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Ausgaben je Einwohner um 0,5% und für den übrigen Zeitraum bis zum Jahr 2030 um 1,0% angenommen.

Explizit ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei diesen Werten um die Entwicklung des stationären Einzelhandels handelt; die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels (vgl. dazu Kap. 2.1.3) ist damit bereits berücksichtigt (vgl. aber auch Kap. 7.1.2).

Da von zahlreichen Instituten eine weitere Abnahme des Anteiles der Ausgaben im Einzelhandel an den Einkommen prognostiziert wird, sind die getroffenen Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gleichbedeutend mit der Unterstellung eines deutlich über diesen Werten liegenden gesamtwirtschaftlichen Wachstums.

Die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Schwäbisch Hall sind in Tab.



4 als Übersicht dargestellt. Das Kaufkraftpotenzial liegt demzufolge im Jahr 2030 um rd. 9% bis 22% über dem aktuellen Niveau, d.h. zwischen rd. 279 und 311 Mio. €.

**Tab. 4: Prognoserahmen**

<b>Kaufkraftentwicklung</b>	<b>untere Variante</b>	<b>obere Variante</b>
Einwohner 2025	42.550	42.775
Einwohner 2030	43.575	44.000
Kaufkraftzuwachs 2019 - 2020 (p.a.)	0,0%	0,5%
Kaufkraftzuwachs 2020 - 2030 (p.a.)	0,0%	1,0%
Kaufkraftzuwachs 2019 - 2030 insgesamt	0,0%	5,1%
<b>Kaufkraft/ Einwohner (Schwäbisch Hall) 2019</b> (ohne Lebensmittelhandwerk, Apotheken)	6.395 €	
Kaufkraft/ Einwohner (Schwäbisch Hall) 2025	6.395 €	6.722 €
Kaufkraft/ Einwohner (Schwäbisch Hall) 2030	6.395€	7.065 €
<b>Kaufkraftpotenzial Schwäbisch Hall 2019</b> in Mio. €	254,6	
Kaufkraftpotenzial Schwäbisch Hall 2025 in Mio. €	272,1	287,5
Änderung gegenüber 2019	6,9%	12,9%
Kaufkraftpotenzial Schwäbisch Hall 2030 in Mio. €	279	311
Änderung gegenüber 2019	9%	22%

Quelle: Statistisches Landesamt; IFH Köln; Stadt Schwäbisch Hall; eigene Berechnungen

### 7.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf die Verkaufsflächenentwicklung haben<sup>50</sup>. Die Entwicklung ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung der aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenentwicklung wurden zwei Prognoseszenarien - Entwicklungsprognose und Wettbewerbsprognose - berechnet. Ferner wurde - ausschließlich zum Vergleich - eine Status-quo-Prognose berechnet, um die Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in Schwäbisch Hall aufzuzeigen.

<sup>50</sup> Dies bedeutet, dass die ermittelte Entwicklung aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig zusätzlicher Flächenzuwachs entstehen kann - z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereiches, wie dies bei der Ansiedlung eines Magnetbetriebes erreicht werden könnte - sei hier angemerkt.

Die **Status-quo-Prognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Fortschreibung der bestehenden Rahmenbedingungen, d.h. die derzeit erreichten Bindungsquoten (vgl. Kap. 3.3, insbes. Abb. 4, S. 26 sowie Tab. 2, S. 29) werden fortgeschrieben: Die Umsatzentwicklung folgt der Nachfrageentwicklung im gleichen Ausmaß. Dies bedeutet, dass zusätzliche Einwohner Kaufgewohnheiten wie die derzeitigen Einwohner entwickeln.

Diese Prognosevariante dient *ausschließlich* der Identifikation desjenigen Teiles des Entwicklungsspielraumes, der auf die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zurückzuführen ist. (Ohnehin ist diese Variante keinesfalls so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung sozusagen "automatisch", ohne eigene Anstrengungen in Schwäbisch Hall erreicht würde: Nichtstun ist gleichbedeutend mit einem relativen Zurückfallen, da andere nicht untätig sein werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen.)

Die **Entwicklungsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung, durch die die Versorgungssituation in Schwäbisch Hall in den einzelnen Sortimenten zumindest geringfügig gestärkt werden kann. Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebotes auf "freie Nachfragepotenziale" unterstellt werden.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich sollte jede Stadt unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion in der Lage sein, ihre Einwohner selbst zu versorgen. Demzufolge wird in der oberen Variante eine Steigerung der Bindungsquote auf 100% in denjenigen Sortimenten angenommen, in denen sie derzeit einen geringeren Wert verzeichnet. Bindungsquoten von mehr als 100%, wie sie in den beiden Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie vorliegen, werden fortgeschrieben.
- In den Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches wurde vor dem Hintergrund der derzeitigen Bindungsquoten dieser beiden Bedarfsbereiche, der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Schwäbisch Hall sowie der Wettbewerbssituation mit dem Umland, eine Zielbindungsquote von jeweils 150% unterstellt. Höhere Bindungsquoten werden bis zu einer Obergrenze von 200% fortgeschrieben.

Im Sortiment Haus-/Heimtextilien wird bei einer Bestandsbindungsquote von rd. 129% eine erreichbare Bindungsquote von 140% angenommen.



Im Sortiment Uhren/ Schmuck, das eine Bestandsbindungsquote von rd. 118% verzeichnet, wird perspektivisch eine Bindungsquote von 125% als erreichbar angesehen.

In den Sortimenten Bücher und Spielwaren werden bei Bestandsbindungsquoten von rd. 66% bzw. 57% Bindungsquoten von 75% bzw. 67% angesetzt.

Es wurde jeweils angenommen, dass die entsprechenden Steigerungen bis zum Jahr 2030 erreicht werden können, um zu berücksichtigen, dass die Steigerung in einem längerfristigen Prozess erfolgt.

Die **Wettbewerbsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren bei ebenfalls ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsentwicklung, allerdings unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (politische Ereignisse, stärkerer Bedeutungszuwachs des Onlinehandels als unterstellt, erhöhter Wettbewerb mit den Nachbarkommunen o.ä.). Dabei wurde von einem Umsatzrückgang um 10% gegenüber dem bei der Entwicklungsprognose erreichbaren Niveau ausgegangen.

Bei sämtlichen voranstehend beschriebenen Prognosevarianten wurde angenommen, dass die Flächenleistungen lediglich bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung (obere Variante) in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen werden<sup>51</sup>. Bei einer Entwicklung entsprechend der unteren Variante ist hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen zu erwarten.

Im Hinblick auf die getroffenen Annahmen kann es dabei nicht ausschließliches Ziel sein, quantitativ eine bestimmte (Steigerung der) Kaufkraftbindung zu erreichen. Vielmehr lautet die Leitfrage nach Ermittlung des Entwicklungsspielraumes, wo vor dem Hintergrund einer langfristigen Erhaltung und Steigerung der Attraktivität des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sowie der Sicherung und Entwicklung

---

<sup>51</sup> Nach dem allgemeinen Rückgang der Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren - auch wenn dieser sich in Schwäbisch Hall bezogen auf den gesamten Einzelhandel nicht gezeigt hat - ist zu erwarten, dass bei positiver Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden.



der Nahversorgung insbesondere nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden sollte (vgl. Kap. 8.2).

Einschränkend ist zu bemerken, dass die Bindungsquoten nur gehalten bzw. gesteigert werden können, wenn eine höhere bzw. hohe Identifikation mit Schwäbisch Hall und insbesondere mit der Innenstadt, ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie - eine gute funktionale Mischung - auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie - vor allem in der Innenstadt erreicht bzw. gehalten werden kann. Dies verdeutlicht die Abhängigkeit des Entwicklungsspielraumes vom Handeln in der Stadt.

## 7.2 PROGNOSEERGEBNISSE

### 7.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt

Aus den branchendifferenzierten Kaufkraftprognosen und der sich daraus ergebenden Umsatzentwicklung wurden, unter Berücksichtigung der Entwicklung der Flächenproduktivität, **Verkaufsflächenpotenziale** für die Stadt Schwäbisch Hall prognostiziert.

Der **Entwicklungsspielraum** ergibt sich aus der Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe<sup>52</sup>. Infolge

- des bei der Wettbewerbsprognose in einigen Sortimenten angenommenen Rückgangs der Kaufkraftbindung,
  - der zu erwartenden Verschiebungen in der Nachfragestruktur sowie
  - der in der oberen Variante angenommenen Steigerung der Flächenleistungen
- können sich in einzelnen Sortimenten rechnerisch auch negative Werte ergeben. Hier wurde unterstellt, dass diese *nicht* zu einem tatsächlichen Abschmelzen der vorhandenen Verkaufsfläche führen, sondern der Umsatzrückgang zu einem Rückgang (bzw. zu einer geringeren Steigerung) der Flächenleistung führt.

Der abgeleitete Entwicklungsspielraum ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den

---

<sup>52</sup> In der Zwischenzeit, d.h. nach der Befragung im Zeitraum Oktober bis Dezember 2019 auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind/ werden, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Entwicklungsspielraum.



Prognosezeitraum verteilten Realisierung der zusätzlichen Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Er ist vorrangig auf **nachfrageseitige** Änderungen zurückzuführen.

Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist - und dies ist in allen Sortimenten in Schwäbisch Hall der Fall - kann dieser Spielraum auch für Geschäftserweiterungen genutzt werden. Insofern ist der sortimentspezifische Spielraum nicht auf seine wirtschaftliche Tragfähigkeit hin zu prüfen.

Tab. 5 zeigt den rechnerisch ermittelten Flächenspielraum für die Stadt Schwäbisch Hall für die **Entwicklungsprognose**.

**Tab. 5: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bzw. 2030 bei Entwicklungsprognose**  
- Angaben auf 25 m<sup>2</sup> gerundet

Sortiment	Jahr	2025		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		425	1.450	250	2.175
Drogerie/ Parfümerie		---	125	---	25
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		100	150	175	275
Blumen/ Zoo		250	375	400	675
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>775</b>	<b>2.100</b>	<b>825</b>	<b>3.150</b>
Bekleidung und Zubehör		1.175	1.950	1.500	3.025
Schuhe/ Lederwaren		250	450	350	750
Sport/ Freizeit		400	625	525	975
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente		275	375	450	625
Bücher		100	150	175	250
GPK/ Geschenke/ Hausrat		350	575	575	1.025
Haus-/ Heimtextilien		225	325	375	600
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>2.775</b>	<b>4.450</b>	<b>3.950</b>	<b>7.250</b>
Uhren/ Schmuck		75	125	125	200
Foto/ Optik und Zubehör		100	150	125	225
Medien		300	550	425	925
Elektro/ Leuchten		300	500	400	800
Teppiche/ Bodenbeläge		100	200	150	375
bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente		1.900	3.125	2.675	5.125
Möbel		2.075	2.875	2.825	4.425
Sonstiges		575	800	925	1.375
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>5.425</b>	<b>8.325</b>	<b>7.650</b>	<b>13.450</b>
<b>Summe</b>		<b>8.975</b>	<b>14.875</b>	<b>12.425</b>	<b>23.850</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen



Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich bis 2025 ein Entwicklungsspielraum von rd. 8.975 bis 14.875 m<sup>2</sup>. Bis zum Jahr 2030 erhöht sich dieser Spielraum auf insgesamt rd. 12.425 bis 23.850 m<sup>2</sup>. Eine Realisierung der bis 2030 errechneten Entwicklungsspielräume entspräche im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von rd. 123.075 m<sup>2</sup> einer Steigerung um rd. 10% bis 19%. Pro Jahr bedeutet dies - über alle Sortimente hinweg betrachtet - ein durchschnittliches Potenzial von rd. 1.125 bis 2.175 m<sup>2</sup>.

Wird dieses Ergebnis mit dem Flächenspielraum der Status-quo-Prognose verglichen (rd. 7.525 bis 13.325 m<sup>2</sup> bis zum Jahr 2025 bzw. rd. 9.725 bis 20.875 m<sup>2</sup> bis zum Jahr 2030; vgl. Tab. A - 5), so zeigt sich, dass in der unteren Variante etwa 10% und in der oberen Variante etwa 15% des Entwicklungsspielraumes auf eine verbesserte Kaufkraftbindung zurückzuführen ist.

Dies zeigt, welche Bedeutung die - zum größten Teil - im Einflussbereich der Stadt und ihrer Akteure, insbesondere der Einzelhändler, liegenden Entwicklungen auf die mögliche Flächenentwicklung haben.

Sollte der Einzelhandelsumsatz wegen nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen um 10% einbrechen (**Wettbewerbsprognose**), so reduziert sich der Verkaufsflächenspielraum gegenüber der Entwicklungsprognose bis zum Jahr 2030

- in der unteren Variante um etwa vier Fünftel von auf rd. 2.200 m<sup>2</sup> und
  - in der oberen Variante um annähernd 60% auf rd. 9.975 m<sup>2</sup>,
- sofern Umsatzrückgänge ohne Verkaufsflächenrückgänge hingenommen würden. Gegenüber der aktuellen Gesamtverkaufsfläche stellt dies immerhin noch eine Steigerung um rd. 2% bis 8% dar.

Dies verdeutlicht die Abhängigkeit des Einzelhandels in Schwäbisch Hall von Faktoren, die nicht im Einflussbereich der Stadt und ihrer Akteure liegen.

Eine Ausweitung der Flächen über den prognostizierten Entwicklungsspielraum hinaus ist nur dann ohne Verdrängung des bestehenden Einzelhandels möglich, wenn diese die Attraktivität des Einzelhandels in der Stadt Schwäbisch Hall derart erhöht, dass über die hier angenommenen "Zielbindungsquoten" hinaus weitere Kauf-



kraft in die Stadt gezogen bzw. die örtliche Kaufkraft stärker durch den örtlichen Einzelhandel gebunden werden kann.

**Tab. 6: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bzw. 2030 bei Wettbewerbsprognose  
- Angaben auf 25 m<sup>2</sup> gerundet**

Sortiment	Jahr	2025		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	225	---	---
Drogerie/ Parfümerie		---	---	---	---
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		50	100	75	150
Blumen/ Zoo		75	225	100	350
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>125</b>	<b>550</b>	<b>175</b>	<b>500</b>
Bekleidung und Zubehör		250	975	---	1.150
Schuhe/ Lederwaren		0	200	---	250
Sport/ Freizeit		150	350	25	425
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente		175	250	275	425
Bücher		50	100	75	150
GPK/ Geschenke/ Hausrat		75	275	75	475
Haus-/ Heimtextilien		100	200	125	325
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>800</b>	<b>2.350</b>	<b>575</b>	<b>3.200</b>
Uhren/ Schmuck		50	75	50	100
Foto/ Optik und Zubehör		25	75	0	100
Medien		0	250	---	325
Elektro/ Leuchten		50	250	---	300
Teppiche/ Bodenbeläge		---	75	---	100
bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente		400	1.600	---	2.100
Möbel		1.125	1.875	1.000	2.450
Sonstiges		300	500	400	800
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>1.950</b>	<b>4.700</b>	<b>1.450</b>	<b>6.275</b>
<b>Summe</b>		<b>2.875</b>	<b>7.600</b>	<b>2.200</b>	<b>9.975</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose (vorrangiges Prognoseszenario) über alle Sortimente hinweg betrachtet von einem Entwicklungsspielraum von rd. 1.125 bis 2.175 m<sup>2</sup> pro Jahr auszugehen ist.

Sofern eine Entwicklung entsprechend der Wettbewerbsprognose erfolgen sollte, reduziert sich der jährliche Spielraum, selbst bei Ergreifen von Maßnahmen zur Stei-



gerung der Kaufkraftbindung, auf nur noch rd. 200 bis 900 m<sup>2</sup> - wobei angenommen wurde, dass es bei einem rechnerischen Verkaufsflächenrückgang nicht zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche kommt.

**Diese Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit, die räumliche Einzelhandelsentwicklung konsequent an den Zielen (vgl. Kap. 6) auszurichten.**

Das Ergebnis der Prognose ist lediglich ein **Orientierungswert** für die künftige Einzelhandelsentwicklung: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar. Außerdem erfordert die teilweise unterstellte Steigerung der Bindungsquoten bei der Entwicklungs-, aber auch der Wettbewerbsprognose eine Änderung von Kaufkraftströmen; diese erfolgt in einem längerfristigen Prozess.

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

Allerdings bedeutet die Realisierung eines konkreten Projektes regelmäßig (ab einer bestimmten Größe) auch eine **angebotsseitige** Änderung: Durch die damit zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann i.d.R. davon ausgegangen werden, dass auch die Kaufkraftzuflüsse nach Schwäbisch Hall gesteigert bzw. die Kaufkraftabflüsse aus Schwäbisch Hall reduziert werden. Entsprechend kann bei der Realisierung eines neuen Projektes nicht einfach die neu realisierte Verkaufsfläche vom prognostizierten Entwicklungsspielraum abgezogen werden.

Hinsichtlich der Bewertung des Prognoseergebnisses vor dem Hintergrund des Onlinehandels ist festzustellen, dass der weit überwiegende Teil des gesamten Einzelhandelsumsatzes im stationären Einzelhandel erwirtschaftet wird. Demzufolge ist die Bedeutung bzw. Erfordernis der räumlichen Steuerung unverändert hoch. Weiterhin ist anzumerken, dass die Bedeutung des Multi Channel für den stationären Einzelhandel stetig wächst, wie der in den letzten gut zehn Jahren stetig steigende Umsatzanteil des eCommerce im stationären Einzelhandel zeigt.



Jedoch erzeugt eine häufig noch festzustellende mangelnde Digitalisierung im stationären Einzelhandel ein Frequenzdefizit, das die Innenstädte funktional und städtebaulich belastet. Gleichzeitig erzeugt der Onlinehandel einen Investitionsdruck insbesondere beim inhabergeführten Einzelhandel und verschärft damit nochmals die durch die Filialisierung hervorgerufene Nachfolgeproblematik.

Weiterhin reduziert der Onlinehandel in einzelnen Sortimenten die nötigen Verkaufsflächen, wie sich beispielsweise im Bereich der Elektromärkte ablesen lässt; dies erhöht im Gegenzug die städtebauliche Integrationsfähigkeit entsprechender Betriebe.

**Vor dem Hintergrund der o.g. Entwicklungen im Onlinehandel, wozu auch der Bereich des eCommerce des stationären Einzelhandels gehört, sowie weiterer Faktoren - u.a. der Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den stationären Einzelhandel - ist in den kommenden Jahren die Entwicklung sowohl der Nachfrage- als auch der Angebotsseite zu beobachten: Derzeit lässt sich nicht vorhersehen, ob die quantitativen Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels in der Stadt Schwäbisch Hall sich an der Entwicklungsprognose oder an der Wettbewerbsprognose ausrichten.**

### **7.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraumes**

Die in Kap. 7.2.1 dargestellten Gesamt-Prognosewerte sind nur bedingt von Interesse. Wesentlich bedeutsamer ist die Frage, an welchen Stellen die räumliche Realisierung dieses Entwicklungsspielraumes erfolgen sollte (vgl. Kap. 8.3).

Bei der räumlichen Verteilung des für Schwäbisch Hall insgesamt ermittelten Flächenspielraumes sind insbesondere die Zielsetzungen der Erhaltung und Stärkung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (und der Nahversorgungsstandorte) sowie der Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungsstruktur (insbesondere auch in den Stadtteilen) zu berücksichtigen (vgl. Kap. 6). Entsprechend diesen Zielen, sollte an nicht integrierten Standorten kein zentrenrelevanter Einzelhandel zugelassen werden (vgl. Kap. 8.1; Kap. 8.2.1).

Um aufzuzeigen, für welche Standortbereiche der prognostizierte Entwicklungsspielraum genutzt werden kann, ist im Folgenden dargestellt, wie sich der prognostizierte Entwicklungsspielraum überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (mittelfristiger Bedarf und Teile des langfristigen Bedarfes) sowie auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente verteilt. Dabei wird auf die Ergebnisse der Entwicklungs- und der Wettbewerbsprognose eingegangen (vgl. Tab. 5, S. 82 sowie Tab. 6, S. 84).

- Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** ergibt sich bis zum Jahr 2030 ein Entwicklungsspielraum nach der Entwicklungsprognose von rd. 825 bis 3.150 m<sup>2</sup>; nach der Wettbewerbsprognose beträgt dieser Spielraum lediglich rd. 175 bis 500 m<sup>2</sup>. Dieser Spielraum sollte möglichst wohnortnah realisiert werden. Von diesem Entwicklungsspielraum entfallen über den gesamten Prognosezeitraum von mehr als einem Jahrzehnt maximal rd. 2.175 m<sup>2</sup> auf das Sortiment **Nahrungs-/Genussmittel**: Dieser Entwicklungsspielraum ist - unter Berücksichtigung der von Supermarkt- und Lebensmitteldiscountern derzeit üblicherweise realisierten (Mindest-)Verkaufsflächen - für bis zu zwei zusätzliche Lebensmittelbetriebe hinreichend.

Im Sortiment **Drogerie/ Parfümerie** ist sowohl in der Entwicklungs- als auch in der Wettbewerbsprognose (nahezu) kein Entwicklungsspielraum zu verzeichnen.

- Im Bereich der **sonstigen zentrenrelevanten Sortimente** entsteht bis 2030 ein Entwicklungsspielraum nach der Entwicklungsprognose von rd. 4.625 bis 8.600 m<sup>2</sup>; nach der Wettbewerbsprognose beträgt dieser Spielraum nur rd. 625 bis 3.725 m<sup>2</sup>. Entsprechende Angebote sollten im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt untergebracht werden (vgl. Kap. 8.3).

Wird dieser Entwicklungsspielraum mit der derzeitigen Verkaufsfläche des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (rd. 22.925 m<sup>2</sup>; vgl. Tab. 3, S. 45) verglichen, so zeigt sich, dass insbesondere bezüglich des Ergebnisses der oberen Variante die Frage der Ansiedlung und Unterbringung zusätzlicher Betriebe zu klären ist, um das errechnete Potenzial für die Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches zu nutzen.

Sortimentsbezogen entfällt der größte Entwicklungsspielraum sonstiger zentrenrelevanter Sortimente mit bis zu rd. 3.025 m<sup>2</sup> auf das Sortiment Bekleidung und Zubehör; dies entspricht gut 40% des gesamten Entwicklungsspielraumes sonsti-



ger zentrenrelevanter Sortimente nach der oberen Variante der Entwicklungsprognose.

- Im Bereich der **nicht zentrenrelevanten Sortimente** (v.a. bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente und Möbel) ergibt sich bis zum Jahr 2030 ein Entwicklungsspielraum nach der Entwicklungsprognose von rd. 6.975 bis 12.100 m<sup>2</sup>; nach der Wettbewerbsprognose beträgt dieser Spielraum lediglich rd. 1.400 bis 5.750 m<sup>2</sup>. Der Großteil dieses Spielraums entfällt zu annähernd gleichen Anteilen auf die Gesamtheit der bau-/ gartenmarktspezifischen Sortimente und auf das Sortiment Möbel; lediglich bei der unteren Variante der Wettbewerbsprognose ist bei den baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimenten kein Spielraum zu verzeichnen. Die ermittelten sortimentsweisen Spielräume liegen dabei deutlich unter den Verkaufsflächenanforderungen von Betreibern von Baumärkten bzw. Möbelhäusern.

Zwar ist bei diesem Teil des Entwicklungsspielraumes die räumliche Komponente von nachgeordneter Bedeutung, aber bei einer Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches, insbesondere an nicht integrierten Standorten, ist auf die, häufig von Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment angebotenen, zentrenrelevanten Randsortimente zu achten (vgl. Kap. 8.2.2).

### 7.2.3 Fazit Prognoseergebnis

Insgesamt ergibt sich nach der Entwicklungsprognose bis 2030 ein Entwicklungsspielraum von 12.425 bis 23.850 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, entsprechend einem jährlichen Spielraum über alle Sortimente hinweg von rd. 1.125 bis 2.175 m<sup>2</sup>. Bei (unerwartet) schlechteren Rahmenbedingungen nach der Wettbewerbsprognose reduziert sich der Entwicklungsspielraum bis 2030 auf rd. 2.200 bis 9.975 m<sup>2</sup> (jährlich betrachtet auf rd. 200 bis 900 m<sup>2</sup>) - sofern es in diesem Fall nicht zu einem Abgang von Verkaufsflächen in einzelnen Sortimentsbereichen kommt. **Diese Werte unterstreichen die Notwendigkeit, die räumliche Einzelhandelsentwicklung weiterhin konsequent an den Zielen (vgl. Kap. 6) auszurichten.**

Weiterhin zeigen die Prognoseergebnisse, dass ein gewisses Potenzial zur Verbesserung der **Nahversorgungssituation** - zumindest bezogen auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel - besteht: Langfristig, d.h. bis zum Jahr 2030, ist in diesem



Fall die wettbewerbsneutrale Ansiedlung von bis zu zwei Lebensmittelbetrieben - in Abhängigkeit ihrer Dimensionierung - möglich.

Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten steht insbesondere bei einer positiven Einwohner- und Kaufkraftentwicklung ein deutlicher Entwicklungsspielraum zur **Stärkung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches** zur Verfügung, wobei die räumliche Unterbringung entsprechender Angebote in diesem Bereich zu klären ist.

Bei der Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen sollte berücksichtigt werden, dass

- die Prognosewerte lediglich Orientierungswerte darstellen,
- Ansiedlungen nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Angebote an städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen sollten und
- bei deutlich mehr Verkaufsfläche Umsatzumverteilungen zu erwarten sind,
- eine kurzfristige Realisierung des gesamten, bis zum Jahr 2030 ermittelten Entwicklungsspielraumes vermieden werden sollte.



## 8. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG

In diesem Kapitel wird ein planerisches Konzept erarbeitet, durch das eine räumliche Lenkung des Einzelhandels ermöglicht - und damit ein wichtiger Teil der Zentrenentwicklung langfristig gesichert - werden kann.

Für die planerische Umsetzung des Konzeptes werden die Steuerungsinstrumente dargestellt. Wichtiger Bestandteil dieses Konzeptes ist die auf die Stadt Schwäbisch Hall abgestimmte **Sortimentsliste**, die nach der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente unterscheidet (vgl. Kap. 8.1.3). Diese wurde auf Grundlage der Bestandserfassung erstellt, wobei allgemeine Kriterien zur Einstufung von Sortimenten hinzugezogen wurden.

Auf Grundlage der aktuellen Ist-Situation (Kap. 3ff.) werden vor dem Hintergrund der Ziele (Kap. 6), des aktuell ermittelten quantitativen Entwicklungsspielraums (vgl. Kap. 7.2) und der auf den Zielen basierenden **Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung** (vgl. 8.2), **räumliche Entwicklungsmöglichkeiten** für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und die Nahversorgungsstandorte abgeleitet (vgl. Kap. 8.3.1). Diese sollen die spezifischen Erfordernisse des Einzelhandels berücksichtigen und die dargestellten Ziele unterstützen. Darüber hinaus werden, abgeleitet aus der Stärken-Schwächen-Analyse, Empfehlungen zur städtebaulichen Entwicklung aufgezeigt.

Neben den Entwicklungsmöglichkeiten für den zentralen Versorgungsbereich werden Möglichkeiten zur **Verbesserung der Nahversorgungssituation** dargestellt (vgl. Kap. 8.3.3).

Abschließend wird ein **Verfahrensvorschlag** unterbreitet, welcher ein verwaltungstechnisches und politisches Umsetzen des Planungskonzeptes ermöglicht (vgl. Kap. 8.4). Auf Grund der Erfahrungen aus vergleichbaren Untersuchungen werden Formulierungen für bauplanungsrechtliche Festsetzungen in Bebauungsplänen vorgeschlagen.



## 8.1 VORSCHLAG FÜR EINE SORTIMENTSLISTE

Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste zu erstellen, welche nach nahversorgungsrelevanten<sup>53</sup>, sonstigen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet<sup>54</sup>. Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg, der zwischenzeitlich zwar formal außer Kraft getreten ist, jedoch weiterhin als Auslegungshilfe heranzuziehen ist, sowie auch die Vorgaben des Regionalplans Heilbronn-Franken (vgl. Kap. 2.2.4), bilden dabei Grundlagen, die je nach örtlicher Situation zu konkretisieren sind.

### 8.1.1 Kriterien

Der folgende Kriterienkatalog, der sich auf Grund zahlreicher Erfahrungen herausgebildet hat, wurde für die Zuordnung der Sortimente herangezogen.

**Zentrenrelevant** sind Sortimente, die

- täglich oder wöchentlich nachgefragt werden - kurzfristiger Bedarf; diese Sortimente sind zugleich auch **nahversorgungsrelevant**, was eine zusätzliche Kategorie darstellt (s.u.);
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- im zentralen Versorgungsbereich am stärksten vertreten sind.

**Nahversorgungsrelevante** Sortimente

- dienen der fußläufigen, wohnungsnahen Grundversorgung; eine Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches - aber innerhalb von Wohnlagen - kann daher sinnvoll sein;

---

<sup>53</sup> Nahversorgungsrelevante Sortimente sind dabei immer auch zentrenrelevant.

<sup>54</sup> Vgl. VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, ferner bereits Birk (1988), a.a.O., S. 288.



- sind immer auch zentrenrelevant, sonstige zentrenrelevante Sortimente sind hingegen nicht nahversorgungsrelevant.

**Nicht zentrenrelevant** dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transportes überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfes nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

### **8.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Schwäbisch Hall**

Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird *auch* die momentane räumliche Verteilung des Angebotes in Schwäbisch Hall zur Einstufung der Sortimente herangezogen. Dabei dürfen, städtebaulich begründet, auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden, die heute nicht mehr/ noch nicht im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu finden sind: Solche Sortimente können an Standorten außerhalb mit dem Ziel ausgeschlossen werden, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem zentralen Versorgungsbereich zuzuführen<sup>55</sup>.

In Abb. 17 und Abb. 18 sind nur die Sortimente aufgeführt, die im Rahmen der Erhebung und Befragung des Einzelhandels in Schwäbisch Hall (vgl. Kap. 3.1) in signifikantem Maße festgestellt werden konnten. In der Sortimentsliste für Schwäbisch Hall in Tab. 7 sind dagegen alle grundsätzlich möglichen Sortimente aufgeführt.

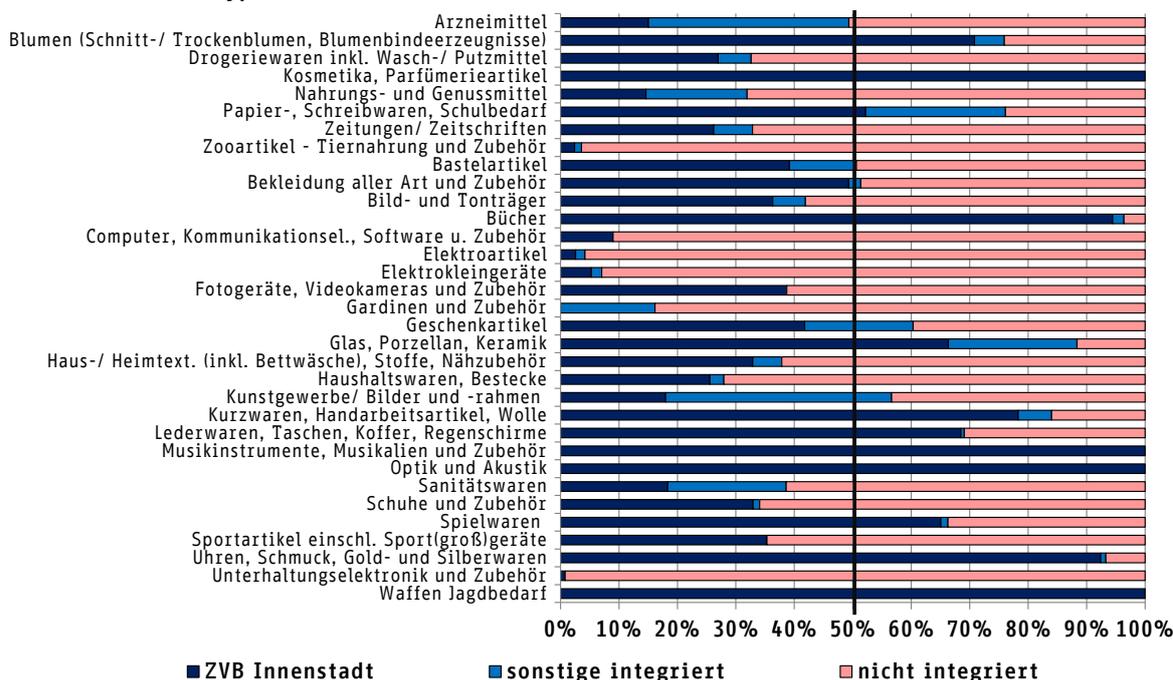
#### **Verteilung zentrenrelevanter Sortimente**

In Abb. 17 wird die Verkaufsflächenverteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Schwäbisch Hall gezeigt.

---

<sup>55</sup> Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04.

**Abb. 17: Verkaufsflächenverteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen**



ZVB = zentraler Versorgungsbereich

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

Es fällt auf, dass viele der klassischen zentrenrelevanten Sortimente überwiegend bzw. teilweise fast ausschließlich an nicht integrierten Standorten anstatt im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angeboten werden. Dies betrifft z.B. Bild- und Tonträger, Computer, Kommunikationselektronik, Software und Zubehör, Elektroartikel, Elektrokleingeräte, Fotogeräte, Videokameras und Zubehör, Haus-/Heimtextilien/ Stoffe, Haushaltswaren, Bestecke, Sanitätswaren, Schuhe und Zubehör oder Unterhaltungselektronik und Zubehör. Ursache für diese Verteilung ist vor allem das Angebot in den großen Einzelhandelskonzentrationen in den Gewerbegebieten. Dennoch sollten diese Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden, da sie für ein vielfältiges Innenstadtangebot von Bedeutung sind. Zudem sind (zusätzliche) Geschäfte mit Angeboten in diesen Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vor dem Hintergrund der festgestellten Entwicklungspotenziale (vgl. Kap. 7) trotz der Angebotskonkurrenz außerhalb der Innenstadt durchaus vorstellbar.

Das Sortiment Sportartikel einschl. Sportgeräte stellt ein wichtiges innenstadtrelevantes Sortiment dar, da Sportgeschäfte zunehmend auch Freizeitbekleidung und Freizeitschuhe sowie Taschen anbieten; zudem werden Sportschuhe und-bekleidung



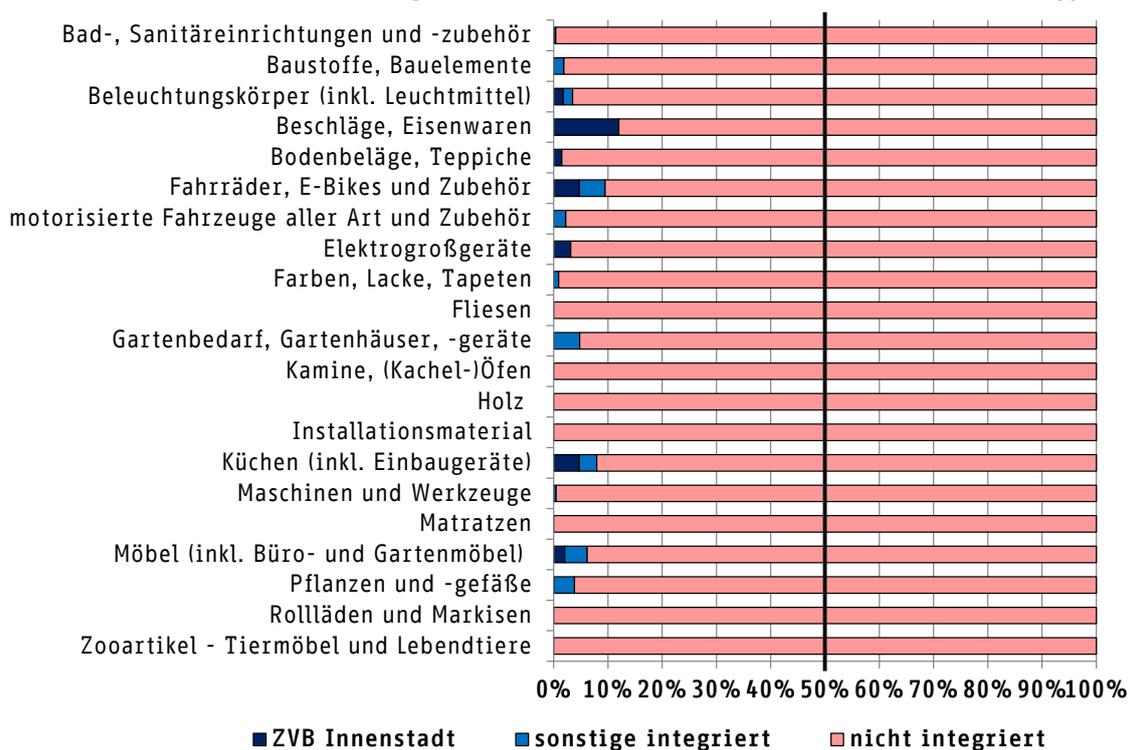
oftmals auch außerhalb sportlicher Tätigkeiten genutzt. In Schwäbisch Hall werden Sportartikel überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten. Da es im Sportbereich neben größeren Sport(fach)geschäften zahlreiche Spezialanbieter gibt, die oftmals keine großen Geschäfte benötigen, ist die Ansiedlung derartiger Betriebe im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich durchaus möglich. Demzufolge sollte eine Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment erfolgen.

Die Betrachtung der üblicherweise nahversorgungsrelevanten Sortimente zeigt, dass u.a. das für die Grund-/ Nahversorgung in besonderem Maße bedeutsame Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel ebenfalls überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten wird. Da Nahrungs-/ Genussmittel täglich bzw. wöchentlich nachgefragt werden und somit Betriebe mit einem entsprechend breiten und tiefen Angebot wesentliche Frequenzbringer für den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich sowie insbesondere für die Nahversorgungsstandorte sind, sind diese als nahversorgungsrelevant einzustufen. Weiterhin werden auch Arzneimittel, Drogeriewaren, Zeitungen/ Zeitschriften und Zooartikel - Tiernahrung und Zubehör überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten. Diese Sortimente sind vor dem Hintergrund allgemeiner Kriterien ebenfalls als nahversorgungsrelevant einzustufen.

### **Verteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente**

Abb. 18 zeigt die Verkaufsflächenverteilung der üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimente nach Standorttypen in Schwäbisch Hall. Dabei ist festzustellen, dass alle üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimente entsprechend an nicht integrierten Standorten angeboten werden. Eine Einstufung eines dieser Sortimente ist demzufolge nicht sinnvoll oder erforderlich.

**Abb. 18: Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen**



ZVB = zentraler Versorgungsbereich

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

### 8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste

Nachfolgend wird der gutachterliche Vorschlag für die Sortimentsliste Schwäbisch Hall (vgl. Tab. 7) dargestellt. Dieser wurde auf Basis der räumlichen Verteilung des Angebotes in Schwäbisch Hall und der in Kap. 8.1.1 genannten allgemeinen Merkmale erstellt und ist somit ortsspezifisch.

Die zentrenrelevanten Sortimente werden nach nahversorgungsrelevanten Sortimenten und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten differenziert. Diese Untergliederung ermöglicht eine differenzierte Steuerung der räumlichen Einzelhandelsentwicklung, die dem Ziel einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Versorgung der Einwohner mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten gerecht wird (vgl. Kap. 8.2.1).



**Tab. 7: Vorschlag für die künftige Sortimentsliste Schwäbisch Hall**

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bastelartikel</li> <li>• Bekleidung aller Art und Zubehör</li> <li>• Bild- und Tonträger</li> <li>• Bücher</li> <li>• Computer, Kommunikationselektronik, Software und Zubehör</li> <li>• Elektroartikel</li> <li>• Elektrokleingeräte</li> <li>• Fotogeräte, Videokameras und Zubehör</li> <li>• Gardinen und Zubehör</li> <li>• Geschenkartikel</li> <li>• Glas, Porzellan, Keramik</li> <li>• Haus-/ Heimtextilien (inkl. Bettwäsche und Bettwaren), Stoffe, Nähzubehör</li> <li>• Haushaltswaren, Bestecke</li> <li>• Kunstgewerbe/ Bilder und -rahmen</li> <li>• Kurzwaren, Handarbeits-artikel, Wolle</li> <li>• Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme</li> <li>• Musikinstrumente, Musikalien und Zubehör</li> <li>• Optik und Akustik</li> <li>• Sanitärwaren</li> <li>• Schuhe und Zubehör</li> <li>• Spielwaren</li> <li>• Sportartikel einschl. Sport(groß)geräte</li> <li>• Uhren, Schmuck, Gold- und Silberwaren</li> <li>• Unterhaltungselektronik und Zubehör</li> <li>• Waffen, Jagdbedarf</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör</li> <li>• Baustoffe, Bauelemente</li> <li>• Beleuchtungskörper (inkl. Leuchtmittel in diesen)</li> <li>• Beschläge, Eisenwaren</li> <li>• Bodenbeläge, Teppiche</li> <li>• Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse</li> <li>• Elektrogroßgeräte</li> <li>• Fahrräder, E-Bikes und Zubehör</li> <li>• motorisierte Fahrzeuge aller Art und Zubehör</li> <li>• Farben, Lacke, Tapeten</li> <li>• Fliesen</li> <li>• Gartenbedarf, Gartenhäuser, -geräte</li> <li>• Kamine, (Kachel-)Öfen</li> <li>• Installationsmaterial</li> <li>• Kinderwagen, -autositze</li> <li>• Küchen (inkl. Einbaugeräte)</li> <li>• Maschinen und Werkzeuge</li> <li>• Matratzen</li> <li>• Möbel (inkl. Büro- und Gartenmöbel)</li> <li>• Pflanzen und -gefäße</li> <li>• Rollläden und Markisen</li> <li>• Zooartikel - Tiermöbel und Lebewtiere</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Nahversorgungsrelevante Sortimente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arzneimittel</li> <li>• Blumen (Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen)</li> <li>• Drogeriewaren inkl. Wasch-/ Putzmittel</li> <li>• Kosmetika, Parfümerieartikel</li> <li>• Nahrungs- und Genussmittel</li> <li>• Papier-, Schreibwaren, Schulbedarf</li> <li>• Zeitungen/ Zeitschriften</li> <li>• Zooartikel - Tiernahrung und Zubehör</li> </ul>	

Quelle: gutachterlicher Vorschlag

Die Sortimentsliste stellt einen gutachterlichen Vorschlag dar und unterliegt dem Abwägungsvorbehalt des Stadtrates; eine Abweichung vom gutachterlichen Vorschlag ist prinzipiell möglich, jedoch inhaltlich zu begründen. Dabei sind "Umstufungen" von als nicht zentrenrelevant vorgeschlagenen Sortimenten in die Kategorie zentrenrelevante Sortimente relativ unproblematisch, da dies eine politische Willensbekundung darstellt.



## 8.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Für die Stadt Schwäbisch Hall ergibt sich bis 2030 entsprechend der Entwicklungsprognose ein Verkaufsflächenentwicklungsspielraum von rd. 12.425 bis 23.850 m<sup>2</sup> (vgl. Kap. 7.2). Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen davon rd. 825 bis 3.150 m<sup>2</sup> und auf die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente 4.625 bis 8.600 m<sup>2</sup>. In Bezug auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich damit signifikante Entwicklungsspielräume für die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Schwäbisch Hall. Die räumliche Verortung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungen ist hierbei insbesondere unter Berücksichtigung der in Kap. 6 formulierten Ziele von zentraler Bedeutung, wofür weiterhin grundsätzliche Strategien verfolgt werden sollten.

Bei einem nicht vorhersehbaren Einbruch der wirtschaftlichen Entwicklung (Wettbewerbsprognose) reduziert sich der Entwicklungsspielraum zwar deutlich auf 175 bis 500 m<sup>2</sup> bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten und rd. 625 bis 3.725 m<sup>2</sup> bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (vgl. ebenfalls Kap. 7.2); zudem ergäben sich in einigen Sortimentsbereichen, insbesondere bei negativerer Entwicklung der Rahmenbedingungen (untere Variante), sogar Schrumpfungstendenzen. Aber auch unter diesen Bedingungen ist nicht davon auszugehen, dass es keine weiteren Einzelhandelsansiedlungen in Schwäbisch Hall geben wird. Dann wäre es umso bedeutsamer, Ansiedlungen an Standorten vorzunehmen, die zur Unterstützung der in Kap. 6 formulierten Ziele beitragen.

In Tab. 8 ist in einer Matrix dargestellt, welche Vorhaben an welchen Standorten angesiedelt werden können. Die Differenzierung erfolgt nach der Zentrenrelevanz und der Dimensionierung der ansiedlungs- oder erweiterungswilligen Betriebe.

In Bezug auf den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel gibt es neben den Anlagentypen "großflächig" und "nicht großflächig" den Anlagentyp Nachbarschaftsladen (Convenience-Store). Hierbei handelt es sich um einen wohngebietsverträglichen Nahversorger, der die Schwelle zur Großflächigkeit erheblich unterschreitet. Ein Nachbarschaftsladen weist i.d.R. nicht mehr als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf<sup>56</sup>.

---

<sup>56</sup> BVerwG: Beschluss vom 08.11.04, AZ 4 BN 39/04.



Für die sonstigen Sortimente, die nicht dem kurzfristigen Bedarf zugerechnet werden, dennoch aber der Gebietsversorgung dienen können, bietet sich der Laden i.S.d. § 4 (2) Satz 2 BauNVO als Anlagentyp an.

Die Tabelle ermöglicht somit eine rasche grundsätzliche Bewertung für Planvorhaben im Sinne eines Standortkataloges. Die Inhalte der Matrix werden in den folgenden Kapiteln näher erläutert.

**Tab. 8: Standortkatalog nach den Ansiedlungsleitsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung**

Zentrenrelevanz	nahversorgungsrelevanter Einzelhandel			sonst. zentrenrelevanter Einzelhandel			nicht zentrenrelevanter Einzelhandel	
	Nachbarschaftsladen	nicht großflächig	großflächig	Laden (analog § 4 BauNVO)	nicht großflächig	großflächig	nicht großflächig	großflächig
zentraler Versorgungsbereich Innenstadt								
Nahversorgungsstandort/ sonst. integrierter Standort			LM-Betrieb/standortgerechte Dimension				vorrangig an EH-geprägten Standorten	
durch Einzelhandel geprägter nicht integrierter Standort	nur flächenneutrale Modernisierung im Bestand			nur flächenneutrale Modernisierung im Bestand			max. 10% zentrenrelevante Randsortimente, max. 800 m <sup>2</sup>	
nicht etablierter und nicht integrierter (Einzel-)Standort							vorrangig an EH-geprägten Standorten; max. 10% zentrenrelevante Randsortimente, max. 800 m <sup>2</sup>	

- Grün: Der jeweilige Vorhabentypus entspricht an den definierten Standorten grundsätzlich dem Konzept.
- Gelb: Der jeweilige Vorhabentypus kann an den definierten Standorten nach einer Einzelfallprüfung nach dem Konzept möglich sein.
- Orange: Der jeweilige Vorhabentypus sollte vorrangig an bereits durch Einzelhandel geprägten Standorten realisiert werden.
- Rot: Der jeweilige Vorhabentypus widerspricht an den definierten Standorten dem Konzept grundsätzlich.

Um die in Kap. 6 aufgeführten Ziele zu erreichen, werden als Strategie zur langfristigen Sicherung der Versorgungsstrukturen für künftige Einzelhandelsansiedlungen die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung vorgeschlagen.



## 8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

### Grundsatz:

**zentrenrelevante Sortimente nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt**

- a) zentraler Versorgungsbereich Innenstadt: großflächige Einzelhandelsbetriebe regelmäßig zulässig
- b) **Ausnahme** Nahversorgungsstandorte und sonstige integrierte Lagen:
  - nahversorgungsrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise zulässig
  - Lebensmittelbetriebe bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise auch großflächig zulässig
- c) **Ausnahme** für nicht integrierte Lagen: zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente bis max. 10% der Verkaufsfläche ausnahmsweise zulässig (max. 800 m<sup>2</sup>)

Zentrenrelevante Sortimente (vgl. Tab. 7) sollen als Hauptsortimente von Einzelhandelsbetrieben künftig vorrangig im abgegrenzten **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** angesiedelt werden (vgl. Karte 4, Seite 44)<sup>57</sup>. Dies wird sowohl für Betriebe unterhalb der Großflächigkeit<sup>58</sup> als auch für großflächige Betriebe vorgeschlagen. Damit soll die besondere Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches erhalten und gestärkt werden, soweit die jeweilige Ansiedlung mit den entsprechenden Vorgaben und Zielen der Landes- und Regionalplanung vereinbar ist.

<sup>57</sup> An dieser Stelle und im Folgenden ist unter *Ansiedlungen* auch die Erweiterung bestehender Betriebe mit dem jeweils entsprechendem Kernsortiment zu verstehen.

<sup>58</sup> Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreitet. Ist dies der Fall, ist das Vorhaben nur in Kern- und Sondergebieten zulässig. Vgl. BVerwG, 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.2005.



An sonstigen integrierten Standorten sowie an nicht integrierten Standorten sollten keine Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden<sup>59</sup>.

Ausnahmsweise können - im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung - an den Nahversorgungsstandorten und an sonstigen integrierten Standorten Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden, sofern sie in Bezug auf ihre Dimensionierung (Verkaufsfläche) der Gebietsversorgung dienen und sie zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation beitragen. Zu prüfen ist dabei auch die Vereinbarkeit eines Vorhabens mit den in Kap. 6 formulierten Zielen.

Weiterhin können ausnahmsweise an den Nahversorgungsstandorten und an sonstigen integrierten Standorten großflächige Lebensmittelbetriebe angesiedelt werden<sup>60</sup>, sofern diese

- standortgerecht dimensioniert sind,
- der Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation dienen sowie
- den Vorgaben und Regelungen der Landes- und Regionalplanung entsprechen (vgl. Kap. 2.2.4).

Standortgerecht dimensioniert bedeutet, dass die Ansiedlung im Einzelfall zu prüfen ist; eine Gefährdung bestehender Strukturen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung beitragen, ist zu vermeiden (Schutz der verbrauchernahen Versorgung). Weiterhin ist auf eine ausreichende Mantelbevölkerung im Umfeld (z.B. Einwohnerzahl im fußläufigen Einzugsbereich oder im Stadtteil bei peripher gelegenen, räumlich kompakten Siedlungskörpern) zu achten<sup>61</sup>. Zu prüfen ist weiterhin die Vereinbarkeit eines Vorhabens mit den in Kap. 6 formulierten Zielen.

---

<sup>59</sup> Auch wenn außerhalb der Zentren in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich ist, sollte geprüft werden, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist - beispielsweise zur Sicherung/ Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt - in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auch unterhalb der Großflächigkeit auszuschließen.

<sup>60</sup> Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass derartige Betriebe mit einem umfassenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und ergänzenden nahversorgungsrelevanten Randsortimenten häufig nur noch mit Verkaufsflächen im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit und darüber realisiert werden.

<sup>61</sup> Diesbezüglich sei angemerkt, dass beispielsweise ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> rechnerisch rd. 2.000 bis 2.500 Einwohner im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel (in Abhängigkeit der jeweiligen Flächenleistung) versorgt.



Mit Hilfe der in Tab. 9 dargestellte Werte können Anfragen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- oder sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten hinsichtlich ihrer standortgerechten Dimensionierung und Gebietsversorgung dem Grunde nach beantwortet werden<sup>62</sup>. Bei den angegebenen Werten handelt es sich um Orientierungswerte, die eine Prüfung der Verträglichkeit im Einzelfall nicht ersetzen können. Bei Verträglichkeitsprüfungen sind jeweils realitätsnahe Worst-Case-Werte anzusetzen, die nicht unbedingt vom Mikrostandort abhängen müssen, sondern (mindestens) die durchschnittliche spezifische Leistungsfähigkeit eines Betreibers bzw. einer Betriebsform oder die durchschnittlichen sortimentsbezogenen Produktivitäten des Einzelhandels in Schwäbisch Hall abbilden. Die aus Marktanteilkonzepten abgeleiteten Flächenleistungen, die eigentlich zur Wirtschaftlichkeitsermittlung eines Vorhabens dien(t)en, sind zur Ermittlung der städtebaulichen Auswirkungen oftmals ungeeignet (vgl. dazu Urteil OVG NRW, vom 28.09.19, Az. 7 D 96/14.NE).

An nicht integrierten Standorten sollen zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich nicht angesiedelt werden. Ausnahmsweise können sie als Randsortimente in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angeboten werden. Ein vollständiger Ausschluss von zentrenrelevanten Rand- und Ergänzungssortimenten in Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment erscheint nicht möglich: Bei einigen Branchen gehört ein derartiges Angebot in gewissem Umfang mittlerweile zum Betriebskonzept (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften).

Es muss jedoch in jedem Fall eine Beziehung zum Hauptsortiment bestehen (beispielsweise keine Lebensmittel im Baumarkt). Darüber hinaus sind die zentrenrelevanten Randsortimente in der Summe auf 10% der Verkaufsfläche bei insgesamt maximal 800 m<sup>2</sup> zu beschränken.

---

<sup>62</sup> Beispielsweise zeigt Tab. 9, dass ein Sportgeschäft mit 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche rechnerisch 1.750 Einwohner und ein ebenso großes Uhren- und Schmuckgeschäft rechnerisch 11.000 Einwohner versorgt.



**Tab. 9: Rechnerisch versorgte Einwohner je 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bei nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten**

Sortimente	je 100 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche rechnerisch versorgte Einwohner (gerundete Werte)
Nahrungs-/ Genussmittel	250
Lebensmittelhandwerk <sup>1)</sup>	4.000
Drogerie/ Parfümerie	1.750
Apotheke <sup>1)</sup>	6.500
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	4.750
Blumen/ Zoo	1.750
Bekleidung und Zubehör	600
Schuhe, Lederwaren	2.000
Sport/ Freizeit	1.750
Spielwaren	1.750
Bücher	4.000
GPK, Geschenke, Hausrat	1.750
Haus-/ Heimtextilien	2.500
Uhren/ Schmuck	11.000
Foto/ Optik	7.000
Medien	2.500
Elektro/ Leuchten	2.000

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

<sup>1)</sup>: rechnerisch versorgte Einwohner je Betrieb

Quelle: eigene Befragung/ Erhebung Oktober-Dezember 2019; [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de); EHI; IFH verschiedene Jahrgänge; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Rand- und Ergänzungssortimente eines Betriebes mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollte sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass zusätzlich eine maximale Verkaufsflächenobergrenze für jedes zentrenrelevante Rand-/ Ergänzungssortiment festzusetzen ist. 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.



## 8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

### Grundsatz:

**nicht zentrenrelevante Sortimente im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und außerhalb (sonstige integrierte Lagen und nicht integrierte Lagen)**

- im zentralen Versorgungsbereich Flächenverfügbarkeit beachten
- insbesondere großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel vorrangig an bereits einzelhandelsgeprägten, nicht integrierten Einzelhandelsstandorten
- sensibler Umgang mit Ansiedlungswünschen: "Leerstandsdomino" vermeiden.
- Prognoseergebnis mitberücksichtigen

**Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel** kann grundsätzlich **im gesamten Stadtgebiet**, wo Einzelhandel zulässig ist, angesiedelt werden.

**Großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel** sollte jedoch vorrangig an den bereits einzelhandelsgeprägten, nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet von Schwäbisch Hall angesiedelt werden, um

- den Flächenverbrauch und die Flächenzersiedlung einzudämmen und
- das durch Einkäufe bedingte Verkehrsaufkommen möglichst gering zu halten und zu bündeln.

Zudem sollten innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und an den Nahversorgungsstandorten bestehende Flächenpotenziale zur Stärkung der jeweiligen Versorgungsfunktion - innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich für nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente und Nahversorgungsstandorte für nahversorgungsrelevante Sortimente - genutzt werden.

Dabei sollte jedoch behutsam mit Flächenbereitstellungen für Einzelhandel **in Gewerbegebieten** umgegangen werden, da ansonsten u.U. die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden. Im Übrigen stellt sich die Frage, ob es sich die Stadt Schwäbisch Hall leisten kann und/ oder will, dem Einzelhandel gewerbliche



Flächen zur Verfügung zu stellen bzw. den Einzelhandel in Gewerbegebieten zu fördern. Daher wird empfohlen, auch die Einzelhandelsentwicklung in den Gewerbegebieten planerisch zu steuern und diesen in denjenigen Gebieten auch nicht großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen, in denen Einzelhandel bisher nicht oder nur untergeordnet angesiedelt ist.

#### **Ausnahme: "Leerstandsdomino"**

Bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist zu beachten, dass - auch bei grundsätzlicher Verträglichkeit - nur eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines "Leerstandsdominos": Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen in gewerblich genutzten Gebieten. Ein ehemaliger Einzelhandelsstandort mit einer sich daran orientierenden Umgebungsnutzung lässt sich nur langsam zu einem (hochwertigen) Gewerbebestandort für sonstige Gewerbebetriebe umwidmen. Zudem entsteht auf solchen Flächen üblicherweise ein Nachnutzungsdruck durch nahversorgungs- oder sonstige zentrenrelevante Sortimente, dem zwar planerisch begegnet werden kann, der aber dennoch immer wieder (unnötige) Diskussionen auslösen kann.

### **8.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN**

Nach dieser grundsätzlichen räumlichen Festlegung zur Ansiedlung von Einzelhandel innerhalb der Stadt Schwäbisch Hall wird nachfolgend dargestellt, an welchen konkreten Standorten in der Stadt eine räumliche Entwicklung sinnvoll möglich ist. Dabei werden die bestehenden Einzelhandelsstandorte innerhalb der Stadt hinsichtlich ihrer räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten bewertet und Vorschläge zur Verbesserung der Nahversorgung aufgezeigt.

Bei Betrachtung der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebotes innerhalb der Stadt wurde eine quantitativ hohe Bedeutung der Einzelhandelsangebote außerhalb der Innenstadt festgestellt (vgl. Kap. 5). Da der Einzelhandel weiterhin die Leitfunktion der Zentren darstellt und für eine lebendige Innenstadt unabdingbar ist, muss der Schwerpunkt der künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Schwäbisch Hall auf dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen.

Die künftige Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt ist vor dem Hintergrund der im vorliegenden Gutachten ermittelten städtebaulich-funktionalen Ist-Analyse und der Prognose zu bewerten.

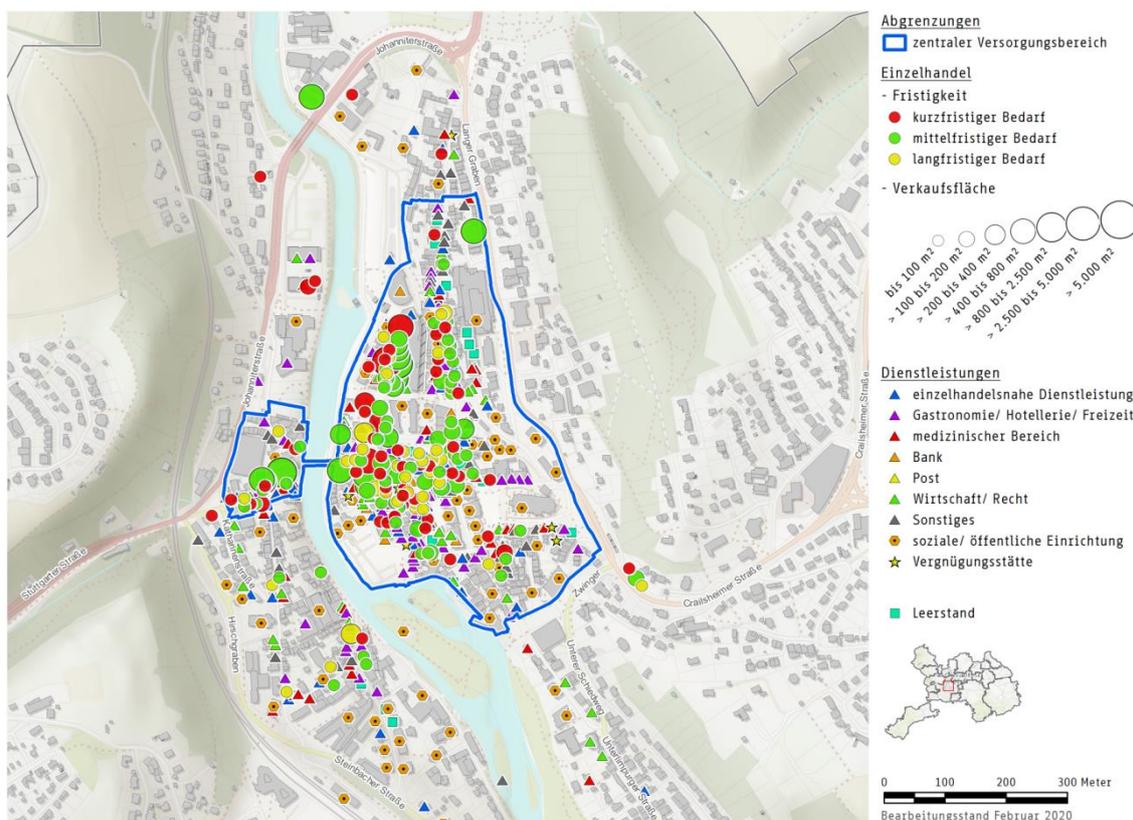
Neben der Innenstadt sind die räumlichen Entwicklungsperspektiven für das Nahversorgungsstandorte zu beschreiben.

### 8.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive)

#### Perspektivische Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Damit der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt von Schwäbisch Hall als Einkaufs- und Aufenthaltsbereich sowie als Treffpunkt und Identifikationsort weiter gestärkt werden kann, ist eine städtebauliche und funktionale Weiterentwicklung erforderlich. Im Sinne eines attraktiven Zentrums mit Aufenthaltsqualität und Atmosphäre sollte der künftige zentrale Versorgungsbereich entsprechend der Abgrenzung auf Basis der städtebaulich-funktionalen Analyse abgegrenzt werden (vgl. Karte 15).

Karte 15: perspektivische Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Karten- grundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA



Vor dem Hintergrund, durch einen möglichst kompakten zentralen Versorgungsbereich mit kurzen Wegen, als Voraussetzung für eine hohe Frequenz und damit für eine lebendige Innenstadt zu sorgen, sollte eine weitere Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches, z.B. auf weitere Bereiche der westlichen Innenstadt, vermieden werden. Durch die Konzentration der Einzelhandelsentwicklung auf den abgegrenzten Bereich, soll zur Erreichung der Ziele (vgl. Kap. 6), v.a. auch im Hinblick auf eine hohe funktionale Dichte und eine gute Nutzungsmischung, beigetragen werden. Während im westlichen Teil der Innenstadt nur der Bereich mit einer hohen Einzelhandelsdichte in die Abgrenzung mit einbezogen wurde, sind im östlichen Teil auch Bereiche enthalten, in denen Dienstleistungsnutzungen überwiegen. Auf Grund der bestehenden historischen Altstadtstruktur, die hier eine städtebauliche Einheit bildet, erscheint hier eine engere Abgrenzung, die sich z.B. nur auf die Bereiche mit hoher Einzelhandelsdichte beschränkt, nicht nachvollziehbar.

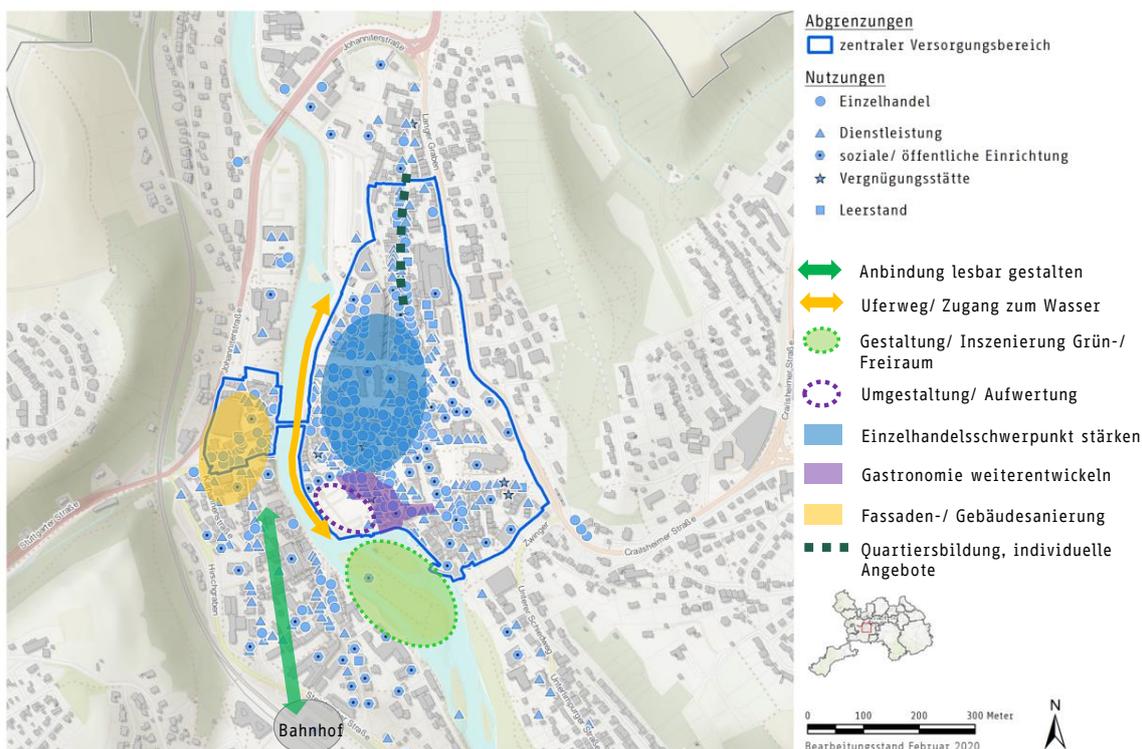
Mit der Entwicklung des Kocherquartiers ist es gelungen, der kleinteilig strukturierten Innenstadt einen wichtigen Impuls auch durch großflächige und moderne Verkaufsflächen zu geben. Die bestehenden Strukturen der historischen Altstadt sind dabei aufgegriffen und weiterentwickelt worden, ohne sich gegenüber dem Bestand abzuschotten.

Auch zeigt beispielsweise der Neubau des Globe-Theaters vor der historischen, mittelalterlichen Kulisse der Altstadt, dass neue Impulse innerhalb bestehender Strukturen möglich sind.

Dennoch stellen die örtlichen Gegebenheiten, insbesondere vor dem Hintergrund der bestehenden kleinteiligen Strukturen, der Trennwirkung durch die Kocher oder auch durch Topografie eine Herausforderung für die zukünftige räumliche Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches dar.

Nachfolgend sind die Handlungsempfehlungen für die Entwicklung der Innenstadt von Schwäbisch Hall aufgeführt (vgl. Karte 16).

**Karte 16: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt - Empfehlungen**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; Karten-  
grundlage Stadt Schwäbisch Hall, © OpenStreetMap und Mitwirkende, CC-BY-SA

### Funktionale Empfehlungen

- Der Fokus der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung muss in Zukunft stärker auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich gelegt werden. Das heißt, dass zentrenrelevante Sortimente, solange sie nicht der Gebietsversorgung dienen, konsequent nur in der Innenstadt angesiedelt werden sollen.
- Die bestehenden Magnetbetriebe sollen als wichtige Frequenzbringer erhalten und gestärkt werden.
- Eine Stärke der Innenstadt von Schwäbisch Hall sind die vorhanden individuellen Fachgeschäfte. Diese sorgen für ein individuelles Erscheinungsbild und tragen zu einem vielfältigen und attraktiven Angebot maßgeblich bei und sind ebenfalls zu erhalten und zu stärken. Beispielsweise im Bereich der Gelbinger Gasse könnte eine Quartiersbildung durch individuelle und neue Konzepte angestrebt werden.
- Das attraktive kulturelle Angebot sowie auch weitere Dienstleistungsnutzungen tragen zu einem guten Angebotsmix bei und sollen auch zukünftig weiterentwickelt werden. Auch das gastronomische Angebot spielt dabei eine wichtige Rolle. Insbesondere attraktive Außengastronomie kann zu einer belebten Innenstadt



beitragen. Dabei bietet es sich an, Bereiche, die ohnehin durch Gastronomie geprägt sind, weiterzuentwickeln.

- Die bestehenden Potenziale durch den Tourismus sollten weiterhin genutzt und ausgebaut werden.
- Neben Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur oder Gastronomie sind auch Wohnnutzungen, medizinische, sowie öffentliche Einrichtungen wesentliche Bausteine für eine positive Zentrenentwicklung. Deren Verbleib bzw. deren Ansiedlung in der Innenstadt gilt es für eine gute Nutzungsmischung zu unterstützen.

Vor dem Hintergrund der begrenzten räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten auf Grund begrenzter Flächenpotenziale ist ein aktives Flächen- und Leerstandsmanagement wichtig, um mögliche Potenziale dadurch nutzen zu können.

- Dazu gehören kontinuierliche Gespräche mit Immobilieneigentümern.
- Durch den gezielten Ankauf von Grundstücken/ Immobilien durch die Stadt können zusätzliche Gestaltungspotenziale geschaffen werden.
- Durch Modernisierung und Umbau von Gebäuden oder durch die Zusammenlegung benachbarter Verkaufsflächen und ggf. Umnutzung können auch größere Flächen geschaffen werden, die den Anforderungen von Betreibern entsprechen.
- Durch eine Leerstandsdatenbank können Leerstandsimmobilien schneller vermittelt werden oder entsprechende Anfragen beantwortet werden.
- Neue Flächenpotenziale können sich u.a. auf Grund von Nutzungsänderungen ergeben. Diese gilt es zu identifizieren und zu nutzen.

Vor dem Hintergrund der Stärkung der Versorgungsfunktion, der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt und der Identität des innerstädtischen zentralen Versorgungsgebietes (vgl. auch Kap. 6) sowie der hohen Konkurrenz durch nicht integrierte Einzelhandelsstandorte (vgl. Kap. 5.1 f) ist die Einsetzung eines Innenstadtförderers/ -beauftragten (m/w/d) als "Kümmerer" sinnvoll und erforderlich.

### **Städtebauliche Empfehlungen**

- Die bestehenden Stärken der Innenstadt mit einer hohen architektonischen und städtebaulichen Qualität sollten erhalten und weiterentwickelt werden.
- Der Haalplatz in zentraler Lage und unmittelbar am Wasser wird seiner Funktion als belebter Platz mit einer hohen Aufenthaltsqualität, auf Grund seiner Gestaltung und überwiegenden Nutzung als Parkplatz, aktuell nicht gerecht. Bestehende



Planungen zur Umgestaltung und Aufwertung sollten umgesetzt werden. Auf Grund der Lage am Wasser können sich dabei auch Potenziale für gastronomische Angebote ergeben. Parken sollte ausgeschlossen oder auf ein Minimum reduziert werden.

- Die besondere Lage der Innenstadt von Schwäbisch Hall - unmittelbar am Fluss - ist nur in Teilbereichen erlebbar. Insbesondere im Bereich des Haalplatzes gilt es, attraktive Zugänge und Blickbeziehungen zum Kocher zu schaffen und den Uferbereich bis zur Henkersbrücke bzw. Salinenstraße mit einem Uferweg als Aufenthaltsbereich zu gestalten. Wichtig ist die Vernetzung der bestehenden Einkaufslagen mit dem Uferbereich.
- In diesem Zusammenhang sollte auch der Grün-/ Freiraum im Bereich der Kocherinseln, der eine wichtige (Nah-)Erholungsfunktion übernimmt, durch eine gestalterische Aufwertung der Grünanlagen, Wege oder auch der Möblierung gestärkt werden.
- In vielen Bereichen des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches zeigen sich deutliche Investitionen in der Vergangenheit. Diese sollten auch zukünftig, insbesondere im Hinblick auf einen hochwertig gestalteten öffentlichen Raum, mit einer einheitlichen, barrierefreien Gestaltung (Pflasterung) in der Innenstadt fortgesetzt werden.
- Vor dem Hintergrund einer guten Erreichbarkeit sollte auch die Anbindung des Bahnhofes Schwäbisch Hall an die Innenstadt verbessert werden. Dabei ist die Beschilderung/ Lesbarkeit der Anbindung, aber auch die Verbesserung von Fuß- und Radwegen im Bereich der Bahnhofszufahrt und der Langen Straße, von hoher Bedeutung. Im Hinblick auf die Barrierefreiheit und die rasche/ kurze Erreichbarkeit sollte die defekte Aufzuganlage am Bahnhof instand gesetzt werden.

### **8.3.2 Nahversorgungsstandorte**

Die Nahversorgungsstandorte in Schwäbisch Hall (vgl. Kap. 4.3) übernehmen wichtige Nahversorgungsfunktionen, insbesondere auch für die fußläufige Grundversorgung der Bevölkerung in den jeweils umliegenden Wohngebieten. Die bestehenden Angebote sollen erhalten und möglichst gestärkt werden. Der Fokus ist dabei auf den Fortbestand des jeweiligen Lebensmittelbetriebes zu legen, da diese wesentliche Versorgungs- und Frequenzbringerfunktion übernehmen, jedoch in Bezug auf die



Anforderungen der Betreiber von filialisierten Lebensmittelbetrieben sehr geringe Verkaufsflächen aufweisen.

#### **Nahversorgungsstandort Kreuzäcker**

Der bestehende Lebensmittel-SB-Markt soll erhalten werden. Es ist zu prüfen, ob ggf. eine Erweiterung möglich ist. Das attraktiv gestaltete Umfeld am Limpurger Platz kann zur langfristigen Erhaltung des Standortes beitragen. Die gute Platzgestaltung mit Aufenthaltsqualität sollte erhalten und weiter gestärkt werden.

#### **Nahversorgungsstandort Teurershof**

Zur Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungsfunktion soll der bestehende Lebensmittel-SB-Markt erhalten und gestärkt werden. Zur langfristigen Erhaltung kann eine Aufwertung der Gestaltung des öffentlichen Raumes und insbesondere eine Platzgestaltung beitragen.

#### **Nahversorgungsstandort Reifenhof**

Zur Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungsfunktion soll der bestehende Lebensmittel-SB-Markt gestärkt werden. Zukünftig sollte eine Modernisierung und ggf. eine Erweiterung der Verkaufsfläche geprüft werden. Auch der öffentliche Raum im unmittelbaren Umfeld sollte gestaltet und aufgewertet werden.

#### **Nahversorgungsstandort Tullauer Höhe**

Zur Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungsfunktion sollte der bestehende Supermarkt erhalten und gestärkt werden. Dazu erscheint eine Modernisierung unerlässlich; es sollte auch eine Erweiterung des Marktes geprüft werden. Der gesamte Gebäudekomplex mit der bestehenden Passage sowie auch das Umfeld ist in einem schlechten baulichen Zustand und sollte städtebaulich aufgewertet werden (ggf. Abriss/ Neubau).

#### **Nahversorgungsstandort Hessental**

Im Umfeld des bestehenden Supermarktes sind ohne erkennbaren städtebaulich funktionalen Zusammenhang weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen vorhanden. Zur Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungsfunktion sollte die Verbindung zwischen Haller Straße und Sulzdorfer Straße aufgewertet und gestaltet wer-

den. Ebenso ist die Anbindung des Supermarktes im Sinne eines städtebaulichen Zusammenhangs mit den weiteren Nutzungen zu verbessern, um Synergieeffekte zu ermöglichen. Es sollte auch geprüft werden, ob ggf. ein anderer Standort für den Supermarkt möglich ist.

### **Nahversorgungsstandort Sulzdorf**

Zur Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungsfunktion ist der bestehende Lebensmittelmarkt zu erhalten. Der Standort sollte nach Möglichkeit durch weitere ergänzende Angebote gestärkt werden.

### **8.3.3 Vorschläge zur Nahversorgung**

Wie in Kap. 5 bereits erläutert, besteht in Schwäbisch Hall unter Berücksichtigung der Siedlungsstrukturen eine vergleichsweise gute räumliche Nahversorgungssituation, die im Wesentlichen auf die Verteilung der bestehenden Lebensmittelmärkte an den Nahversorgungsstandorten zurückzuführen ist. Etwa 65% der Bevölkerung wohnt - ohne Berücksichtigung der topographischen Verhältnisse - in einer fußläufigen Entfernung zu einem Lebensmittelbetrieb<sup>63</sup>.

Eine deutliche Verbesserung der bestehenden Nahversorgung ist vor dem Hintergrund der aktuellen Standortanforderungen der Betriebsformen im Einzelhandel und der räumlichen Verteilung des Angebotes im Bestand nur schwer möglich. Insbesondere das umfangreiche Lebensmittelangebot in den Gewerbegebieten Stadtheide und Raiffeisenstraße binden einen hohen Teil der Kaufkraft im Sortiment Nahrungs-/Genussmittel, tragen aber nicht oder nur in geringem Umfang zu einer fußläufigen Nahversorgung bei. Die Einwohnerpotenziale in den unterversorgten Bereichen (vgl. Karte 14, S. 69) sind zu gering, um eine Neuansiedlung eines klassischen Lebensmittelmarktes zu realisieren<sup>64</sup>.

---

<sup>63</sup> Bei Berücksichtigung aller Lebensmittelbetriebe, mit einem hinreichenden Lebensmittelangebot.

<sup>64</sup> Wie in Kap. 5.3 dargelegt stellt dem Grunde nach der südliche Siedlungsbereich des Stadtteils Hessental eine Ausnahme dar. Allerdings sind in relativ geringer Entfernung der für die stadtteilbezogene Grund-/ Nahversorgung wichtige Nahversorgungsstandort Hessental sowie die Einzelhandelskonzentration Raiffeisenstraße mit einem großen Supermarkt und einem Lebensmitteldiscounter zu verzeichnen.



Im Fokus zukünftiger Entwicklungen sollte der Erhalt der derzeitigen Nahversorgungssituation stehen. Erweiterungen im Bestand infolge von Modernisierungsmaßnahmen etc. sind auch vor dem Hintergrund der langfristigen Erhaltung des vorhandenen Angebotes wünschenswert, primär im Bereich des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches und an den Nahversorgungsstandorten. Letztgenannte spielen eine wichtige Rolle für eine möglichst flächendeckende Grund-/ Nahversorgung. Es sollte demzufolge geprüft werden, ob für die z.T. sehr kleinen Lebensmittelmärkte an diesen Standorten Erweiterungsmöglichkeiten bestehen (vgl. Kap. 8.3.2).

Das rechnerische Entwicklungspotenzial ermöglicht mit bis zu rd. 2.175 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel zwar bis 2030 die Ansiedlung von bis zu zwei weiteren Lebensmittelmärkten (vgl. Kap. 7.2.2). Dieser Spielraum kann jedoch auch für Erweiterungen bestehender Betriebe genutzt werden. In Hesselental kann im Zusammenhang mit dem Neubaugebiet Sonnenrain und den zusätzlichen rd. 1.000 neuen Einwohnern die Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelmarktes geprüft werden. In Abhängigkeit eines konkreten Planstandortes und der Mantelbevölkerung im Umfeld könnte eine Ansiedlung realisiert werden. Dabei sind Überschneidungen der Einzugsbereiche mit bestehenden Lebensmittelbetrieben zu beachten.

Bei der Ansiedlung (oder auch Erweiterung) von Lebensmittelbetrieben insbesondere an sonstigen integrierten Standorten ist auf die entsprechenden Regelungen der Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung zu achten (vgl. hierzu Kap. 8.2.1). Von wesentlicher Bedeutung sind die Aspekte einer standortgerechten Dimensionierung und der Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation.

Auf Grund der teilweise niedrigen Einwohnerzahlen in den z.T. dispers gelegenen Stadtteilen sollten auch alternative Möglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgung geprüft werden. Dazu gehören Dorfläden, wie sie z.B. auch in Gottwollshausen oder Gailenkirchen bereits bestehen. Auch Direktvermarkter, Hofläden, Bäcker/ Metzger mit Lebensmittelangebot oder Liefer-/ Bringservice und Verkaufswagen können zur Verbesserung der Nahversorgungssituation beitragen.

#### **8.3.4 Gewerbegebiete**

Neben den bereits bestehenden, einzelhandelsgeprägten Gewerbegebieten sollten für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel keine weiteren Standorte ermöglicht



werden (vgl. Kap. 8.2.2). Bei der Neuansiedlung von Betrieben an bestehenden gewerblichen Einzelhandelsstandorten sollte eine Begrenzung der branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente erfolgen (vgl. Kap. 8.2.1) und auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche geachtet werden.

Die in den Gewerbegebieten - sowie an sonstigen nicht integrierten Standorten - bestehenden Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- oder sonstigem zentrenrelevanten Angebotsschwerpunkt sollten weitgehend auf ihren Bestand festgeschrieben werden.

An denjenigen Standorten, an denen bisher keine Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind, sollte Baurecht dahingehend geschaffen werden, dass dort auch zukünftig kein Einzelhandel zulässig ist. Generell sollten die Gewerbeflächen der gewerblichen Nutzung zur Verfügung gestellt werden (vgl. Kap. 6).

#### **8.4 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG**

Als Grundlagen für das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels dienen

- die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (vgl. Kap. 4),
- die Entwicklung der Sortimentszuordnung (vgl. Kap. 8.1),
- die Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. 8.2),
- die räumlichen Entwicklungsoptionen (vgl. Kap. 8.3) und
- die Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 7.2).

Im Folgenden sind die Vorgehensweise für Verwaltung/ Politik für die Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes und die sich daran anschließenden Arbeitsschritte dargestellt.

##### **8.4.1 Öffentliche Information**

Damit das Einzelhandelskonzept für die Stadt Schwäbisch Hall seine planungsrechtliche Wirkung voll entfalten kann - dies betrifft die Bauleitplanung insgesamt und speziell die Anwendung des § 9 (2a) BauGB, bei der ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen ist -, ist u.E. eine öffentliche Information/ Beteiligung bzw. Offenlegung in Anlehnung an § 3 BauGB erforderlich. Empfohlen wird auch eine Einbindung der Träger öffentlicher Belange in Anlehnung an § 4 BauGB.



Dafür sollte eine Auslegung des aus dem vorliegenden Gutachten abgeleiteten *Entwurfs des Einzelhandelskonzeptes* (vgl. Kap. 2.2) sowie des Gutachtens selbst (als Begründung) erfolgen (z.B. Homepage der Stadt, Druckexemplar im Rathaus). Die eingehenden Anregungen sollten dann einer Würdigung unterzogen und im Hinblick auf die daraus abgeleiteten Konsequenzen gewertet werden.

Das *endgültige* Einzelhandelskonzept kann dann vom Gemeinderat beschlossen werden, wobei die Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung in die Abwägung eingehen.

Unabhängig von dieser Frage, ergibt sich für die Umsetzung die im Weiteren dargestellte Vorgehensweise.

#### **8.4.2 Festlegen einer Sortimentsliste**

Die in Kap. 8.1.3 dargestellte örtliche Sortimentsliste, die eine Unterscheidung der Sortimente in zentren-/ nahversorgungs- bzw. nicht zentrenrelevant vornimmt, stellt zunächst einen Vorschlag dar, der u.E. der Öffentlichkeitsbeteiligung zugänglich gemacht werden sollte.

Der Stadtrat sollte letztlich diese - nach Abwägung der ggf. durch Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung geänderte - Liste beschließen, damit für jeden Betroffenen (z.B. zukünftige Investoren, vorhandene Betriebe) die Verbindlichkeit und damit die Bedeutung als investitionssicherndes Instrument deutlich wird. Mit einem aktuellen Beschluss wird deren zentraler Stellenwert bestätigt.

Mit diesen Einstufungen - und insbesondere mit der politischen Verabschiedung einer solchen Sortimentsliste - signalisiert die Stadt Schwäbisch Hall, welcher Einzelhandel aus städtebaulichen Gründen in Zukunft im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelt werden soll. Das Konzept muss auch planungsrechtlich in Form von Bebauungsplänen umgesetzt werden.

Diese Sortimentsliste muss zukünftig Teil der Bebauungspläne mit Aussagen zur Steuerung von Einzelhandel sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel hinsichtlich seiner Zentrenrelevanz enthalten sind.



#### **8.4.3 Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig**

In Verbindung mit der o.g. Sortimentsliste ist deutlich zu machen, an welchen Standorten der Stadt welche Art von Einzelhandel auch künftig noch zulässig sein wird. Dafür wurde im vorliegenden Gutachten die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt vorgenommen; diese entspricht den zentralen Versorgungsbereichen gemäß BauGB und ist seitens der Stadt nach Beschluss gleichsam parzellenscharf darzustellen<sup>65</sup>.

Darüber hinaus bietet es sich an, Festsetzungstypen für die jeweiligen Bereiche zu entwickeln (vgl. Vorschläge für gewerblich geprägte Standorte unten).

Sofern die u.E. erforderliche Öffentlichkeitsbeteiligung durchgeführt wird, sind die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sowie evtl. vorgesehene Komplettausschlüsse von Einzelhandel in bestimmten Gebieten und die Festsetzungstypen zunächst im Entwurf zu erstellen.

Auch die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, die Entscheidung über einen vollständigen/ teilweisen Ausschluss von Einzelhandel in bestimmten Bereichen und die Typen sind letztlich vom Gemeinderat zu beschließen.

Auf diese Weise können An- und Umsiedlungsanträge sehr schnell dem Grunde nach bewertet werden: Grundsätzlich zulässige Betriebe können entsprechend schnell weiterbearbeitet werden, sodass dieses Vorgehen auch zur Verfahrensbeschleunigung bzw. zur Erhöhung der Effizienz im Verwaltungshandeln dient.

Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels (vgl. Kap. 8.2) beziehen sich im Wesentlichen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und auf die Gewerbegebiete bzw. auf entsprechend zu definierende unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB. Eine konkrete bauplanungsrechtliche Definition der zukünftigen einzelhandelsbezogenen Nutzungen ist nur durch eine Einzelbeurteilung des jeweiligen Standortes möglich. Im Grundsatz lassen sich jedoch folgende *Festsetzungstypen für gewerblich geprägte Standorte* (§ 34 BauGB bzw. §§ 8 oder 9 BauNVO) unter-

---

<sup>65</sup> BVerwG: Urteil vom 11.10.07, Az. 4 C 7/07. Der getroffene Abgrenzungsvorschlag entspricht bereits dieser Anforderung.



scheiden, wobei die Festsetzung von Sonderbauflächen grundsätzlich eine Einzelfallbetrachtung erforderlich macht:

1. **Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig.*
2. **Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig. Ausnahmsweise ist gemäß § 1 (9) BauNVO der Handel mit Kraftfahrzeugen (Lkw, Pkw, Motorräder), Kraftfahrzeugzubehör sowie Mineralölen, Brennstoffen zulässig. (Typische Vertreter der ausnahmsweise zulässigen Handelsbetriebe stellen neben Autohäusern der Reifenhandel sowie Betriebe mit Autoteilen und -zubehör dar.)*
3. **Festsetzungstyp** *Gemäß §§ 1 (5) und (9) BauNVO ist ausschließlich nicht zentrenrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel zulässig. Ausnahmsweise sind branchentypische zentrenrelevante Randsortimente<sup>66</sup> bis maximal 10% der Verkaufsfläche zulässig.*

Ein Beispiel für einen derartigen Einzelhandelsbetrieb wäre ein Anbieter von Bodenbelägen und Tapeten mit einer Verkaufsfläche von weniger als 800 m<sup>2</sup>, der als Ergänzungs- bzw. Randsortiment Haus-/ Heimtextilien oder Gardinen anbietet.
4. **Festsetzungstyp** *Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerkes der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren auf einer untergeordneten Fläche bis zu xxx m<sup>2</sup> zulässig (Handwerkerprivileg)<sup>67</sup>. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger, Konditor).*
5. **Festsetzungstyp** *Festsetzungen entsprechend dem § 1 (10) BauNVO - "Fremdkörperfestsetzung": Dies könnte beispielsweise in einem Gewerbegebiet angewendet werden, in dem künftig Einzelhandel ausgeschlossen werden soll. Ein bereits vorhandener Einzelhandelsbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) kann dann über die Fremdkörperfestsetzung in seiner Existenz gesichert werden.*

Insbesondere bei der Überplanung von Baugebieten im Bestand sind sonstige rechtliche Aspekte (Fristen, Genehmigungsansprüche, Baurechte etc.) zu beachten. Bevor entsprechende Planungsabsichten formuliert werden können, sind diese und andere relevante Aspekte im Rahmen einer Baurechtsanalyse zu prüfen.

---

<sup>66</sup> Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.

<sup>67</sup> Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die m<sup>2</sup>-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



Üblicherweise werden lediglich gewerblich geprägte Baugebiete im Hinblick auf eine städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels überprüft und ggf. überplant. Außer Acht gelassen werden häufig die Mischgebiete (§ 6 BauNVO), die u.U. im Hinblick auf eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ebenso eine bedeutende Rolle spielen können. Für Mischgebiete sollte überprüft werden, ob auch in diesen zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen werden sollte. Auch dies ist mit dem vorhandenen Planungsinstrumentarium möglich.

Für Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO), allgemeine sowie besondere Wohngebiete (§ 4 bzw. 4a BauNVO) und Dorfgebiete (§ 5 BauNVO) gilt dies ebenfalls.

Mit dem Beschluss des Gemeinderates wird das Einzelhandelskonzept zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, das bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen ist. Damit besteht auch die Möglichkeit der Anwendung von § 9 (2a) BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB).

#### **8.4.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen**

Damit nicht "versehentliche" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen entgegenstehen, ist zu prüfen, welche Bereiche in der Stadt Schwäbisch Hall durch die bisherigen bauplanungsrechtlichen Festsetzungen (überplante Bereiche, §§ 30/ 31 BauGB) oder auch das Fehlen solcher (unbeplante Innenbereiche, § 34 BauGB) im Sinne der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes gefährdet sind. Solche Regelungen sind sodann entsprechend anzupassen. Bei bestehenden Bebauungsplänen reicht u.U. eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO bzw. ein vereinfachtes Bebauungsplanverfahren nach § 13 BauGB aus.

Bei einer reinen Umstellung auf die aktuelle BauNVO ist allerdings zu beachten, dass damit dennoch jeglicher Einzelhandel bis zur Großflächigkeit allgemein zulässig ist, sofern keine anderen Regelungen bestehen. Bei § 34-Gebieten ist die Aufstellung eines Bebauungsplanes oder die Anwendung des § 9 (2a) BauGB zu überprüfen, da nur so beispielsweise durch § 34 (3) BauGB nicht steuerbare Betriebe entsprechend den Zielsetzungen behandelt werden können.

Für den Fall eines akuten Handlungsbedarfes stehen nach einem Aufstellungs-/ Änderungsbeschluss die im Baurecht vorgesehenen Sicherungsinstrumente "Zurückstel-



lung von Baugesuchen" (§ 15 BauGB) bzw. "Veränderungssperren" (§ 14 BauGB) zur Verfügung. Insbesondere bei Veränderungssperren muss deutlich gemacht werden, dass alle Veränderungen, die den planerischen Zielen nicht zuwiderlaufen, auch weiterhin zulässig sind. Es sind nur die Veränderungen unzulässig, die dem Zweck der Veränderungssperre widersprechen.

Die Begründung in den Bebauungsplänen, in denen auf den Einzelhandel bezogene Regelungen vorgenommen werden, muss auf das Einzelhandelskonzept und insbesondere die damit verfolgten Ziele sowie die verfolgte räumliche Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Bezug nehmen.

## **8.5 ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG**

Mit dem Einzelhandelskonzept kann die Stadt Schwäbisch Hall planerisch und politisch den Rahmen für eine positive Entwicklung des Einzelhandels und des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt setzen.

Im vorliegenden Gutachten wurden u.a. die Grundlagen für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und ein Vorschlag für eine Sortimentsliste erstellt. Grundvoraussetzung/ -lage für eine rechtssichere Planung ist die Klärung und Darstellung der tatsächlichen, örtlichen Verhältnisse und Gegebenheiten, die sich auf eine Verkaufsflächenerhebung inklusive Händlerbefragung und eine städtebaulich-funktionale Bestandsaufnahme in der Stadt Schwäbisch Hall stützt.

**Mit der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Sortimentsliste kann in der Stadt flächendeckend jede Anfrage zur Ansiedlung bzw. Erweiterung zumindest von nahversorgungs- und sonstigem zentrenrelevantem Einzelhandel unmittelbar dem Grunde nach bewertet werden:** Es ist direkt feststellbar, an welchen Standorten nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel in Zukunft zulässig und an welchen Standorten er unzulässig sein wird. Jede Standortbewertung - zumindest im Hinblick auf nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Angebote - stellt nichts anderes dar als eine Anwendung der Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung.



Neben der Stadt Schwäbisch Hall, die durch das Einzelhandelskonzept den Rahmen für eine positive Entwicklung vorgeben kann, sind für die tatsächliche positive Entwicklung auch weiterführende verkehrliche und städtebauliche Maßnahmen für die Sicherung bzw. Stärkung der Zentralität und Identität des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches bzw. der Stadt Schwäbisch Hall insgesamt notwendig. Auch weitere Akteure, insbesondere Einzelhändler, Gastronomen und Immobilien-eigentümer sind für eine positive Entwicklung der Innenstadt mit verantwortlich.

Auch wenn eine große Zahl an Akteuren im öffentlichen wie privaten Sektor im Zusammenwirken einen attraktiven Einzelhandelsstandort entstehen lässt, darf nicht übersehen werden, dass ein **Kernelement** für die Attraktivitätssteigerung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt das **Einzelhandelskonzept** ist. Ohne ein solches Konzept, an das sich zunächst vor allem die Politik halten muss, sind ergänzende Maßnahmen, wie sie in Kap. 8.3.1 vorgeschlagen wurden, kaum für eine nachhaltige Qualitätssteigerung ausreichend; das Fehlen eines solchen Konzeptes führt dazu, dass öffentliche und private Investitionen entwertet werden.

Die Wirkungen eines umgesetzten Einzelhandelskonzeptes sind teilweise erst nach Jahren zu erkennen. Die Schaffung von Vertrauen, dass sich die Stadt Schwäbisch Hall an das Einzelhandelskonzept halten wird, erfordert aber kontinuierliche Verlässlichkeit unabhängig von zeitnahen Erfolgsmeldungen.

Aus diesem Grund ist es wichtig, dass der Stadtrat sich konsequent an dieses Konzept hält, wenn er es beschließt. Dies schließt auch ein Überprüfungserfordernis der Wirkungen des Konzeptes nach erfahrungsgemäß etwa fünf Jahren - in Abhängigkeit der allgemeinen und örtlichen einzelhandelsbezogenen bzw. -tangierenden Entwicklungen - ein.



## GLOSSAR

Die **Bindungsquote** bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet (auch Zentralität genannt). Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%) (siehe auch Kaufkraftverbleib). Als "unechte Bindungsquote" wird im vorliegenden Gutachten die Relation des Umsatzes in einem Gebiet (hier im zentralen Versorgungsbereich) zur Kaufkraft in einem anderen Gebiet (hier in der Stadt Schwäbisch Hall) bezeichnet.

**Einzelhandel** im engeren Sinne ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne Apotheken, den Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Metzgereien (Lebensmittelhandwerk).

Darüber hinaus wurden allerdings auch Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen, in die vorliegende Untersuchung einbezogen: Diese Angebotsformen wandeln sich zunehmend zu Handelsbetrieben.

**Fachdiscounter** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haushalt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täglichen Bedarfes in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den niedrigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

**Fachgeschäfte** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) anbieten.

**Fachmärkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport-, Baufachmarkt, oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltwarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend zentrale Lagen im Ortszentrum gewählt. Die Verkaufsverfahren sind



Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Eine **integrierte Lage** im Sinne dieser Untersuchung liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für Ortszentrum/ zentrale Versorgungsbereiche und sonstige integrierte Lagen dar.

Als **nicht integrierte Lagen** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/ Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich als sonstigen zentralen Versorgungsbereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb der Ortszentrum/ des zentralen Versorgungsbereiches.

Als **Innenstadt/ Ortszentrum** ist das Gebiet einer Stadt zu verstehen, in dem sich die bedeutsamen Funktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung der begrenzten Zulässigkeit von Einzelhandel der zentrale Versorgungsbereich entscheidend ist, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (z.B. Lebensmittelhandwerk, Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentliches Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung der Innenstadt/ des Ortszentrums heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Stadt.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt (s.a. Nachfrage).

**Kaufkraftkennziffern** stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten



der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Die IFH Köln prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.

Der **Kaufkraftverbleib** bezeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der in diesem ausgegeben wird. Der **Kaufkraftabfluss** kennzeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der außerhalb dieses Gebietes ausgegeben wird. Der **Kaufkraftzufluss** entspricht der Summe aller Kaufkraftanteile, die aus anderen Gebieten dem betrachteten Gebiet zufließen.

Die **Verbleibquote** ergibt sich dadurch, dass der Verbleib in Relation zur Kaufkraft in dem Gebiet gesetzt wird, in dem sie verbleibt.

Der Umsatz in einem Gebiet (U) ergibt sich aus der Kaufkraft in diesem Gebiet (KK), vermindert um Abflüsse in andere Regionen (A), vermehrt um Zuflüsse von außerhalb (Z):  $U = KK - A + Z$ .

Die am Ort verbleibende Kaufkraft (V) ist die Differenz zwischen vorhandener Kaufkraft und Kaufkraftabflüssen in andere Gebiete:  $V = KK - A$ .

Entsprechend ergibt sich der Umsatz auch als Summe aus am Ort verbleibender Kaufkraft und Kaufkraftzuflüssen von außerhalb:  $U = V + Z$ .

Die **einzelhandelsrelevante Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, d.h. die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt (siehe auch Kaufkraft).

**Supermärkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m<sup>2</sup> Lebensmittel einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen Bedarfes anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 m<sup>2</sup>, nach internationalen Panelinstituten von 800 m<sup>2</sup> und nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts von 1.500 m<sup>2</sup>.

**Verbleibquote** (s. Kaufkraftverbleib)



### **Zentraler Versorgungsbereich** (s. Innenstadt / Ortszentrum).

Der Begriff des **zentralen Versorgungsbereiches** z.B. im Sinne der §§ 9 (2a) und 34 BauGB *kann mehr* als der Begriff des (einzelhandelsbezogenen) zentralen Bereiches umfassen: Wenn nämlich zentrale Einrichtungen außerhalb des zentralen Bereiches, aber angrenzend an diesen, zu finden sind.

In keinem Fall aber kann ein zentraler Versorgungsbereich weniger als den unter Einzelhandelsaspekten abgegrenzten zentralen Bereich umfassen.

Umgekehrt *muss nicht* jeder zentrale Bereich einen zentralen Versorgungsbereich darstellen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die über den Nahbereich hinausreichende Versorgungsfunktion nicht (umfassend) erfüllt ist.

Auch bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen kommt dem Einzelhandel (als einer zentralen Einrichtung) herausgehobene Bedeutung zu - aber allein die Tatsache einer Konzentration von Einzelhandel reicht nicht aus, einen zentralen Versorgungsbereich zu begründen<sup>68</sup>.

---

<sup>68</sup> Vgl. hierzu BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



## ANHANG

Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Schwäbisch Hall: Anzahl und Verkaufsfläche (auf 25 m<sup>2</sup> gerundet)

VKF in m <sup>2</sup>	Anzahl	Anteil	VKF in m <sup>2</sup>	Anteil
bis 50 m <sup>2</sup>	100	33,1%	3.400	2,7%
51 bis 100 m <sup>2</sup>	75	25,2%	5.800	4,6%
101 bis 200 m <sup>2</sup>	25	11,5%	5.275	4,2%
201 bis 400 m <sup>2</sup>	25	11,8%	11.225	9%
401 bis 800 m <sup>2</sup>	25	9,2%	17.275	13,8%
801 bis 2000 m <sup>2</sup>	25	5,4%	21.675	17,3%
ab 2000 m <sup>2</sup>	0	3,8%	60.450	48,3%
<b>Gesamt</b>	<b>325</b>	<b>100%</b>	<b>125.075</b>	<b>100%</b>

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; eigene Berechnungen

Tab. A - 2: Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Schwäbisch Hall: Anzahl und Verkaufsfläche (auf 25 m<sup>2</sup> gerundet)

VKF in m <sup>2</sup>	Anzahl	Anteil	VKF in m <sup>2</sup>	Anteil
bis 50 m <sup>2</sup>	47	31,1%	1500	6,6%
51 bis 200 m <sup>2</sup>	79	52,3%	7000	30,5%
201 bis 800 m <sup>2</sup>	21	13,9%	8900	38,9%
ab 801 m <sup>2</sup>	4	2,6%	5525	24,1%
<b>Gesamt</b>	<b>151</b>	<b>100,0%</b>	<b>22925</b>	<b>100,0%</b>

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

aus Datenschutzgründen können die Betriebe ab 800 m<sup>2</sup> nicht differenziert ausgewiesen werden

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; eigene Berechnungen



**Tab. A - 3: Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich: VKF (auf 25 m<sup>2</sup> gerundet), Umsatz und Kaufkraft (Gesamtstadt) (je in Mio. €)**

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz	Kaufkraft
Nahrungs-/ Genussmittel	2.950	17,1	90,1
Lebensmittelhandwerk	425	4,4	12,5
Drogerie/ Parfümerie; Apotheke	1.500	17,1	40,3
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	375	1,2	3,3
Blumen/ Zoo	250	0,5	4,7
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>5.500</b>	<b>40,4</b>	<b>151,0</b>
Bekleidung und Zubehör	8.200	24,6	23,4
Schuhe, Lederwaren	1.625	4,1	6,5
Sport/ Freizeit	650	1,9	6,6
Spielwaren/ Hobby/ Musikinstrumente	825	1,9	6,0
Bücher	700	2,5	4,0
GPK, Geschenke, Hausrat	1.850	1,9	3,0
Haus-/ Heimtextilien	475	1,0	3,2
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>14.300</b>	<b>38,0</b>	<b>52,6</b>
Uhren/ Schmuck	525	3,5	3,2
Foto/ Optik;	850	5,8	4,0
Medien	250	2,3	15,0
Elektro/ Leuchten	75	0,7	7,7
Teppiche, Bodenbeläge; Bau/ Garten; Möbel	275	2,6	42,0
Sonstiges	1.150	3,8	19,8
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>3.125</b>	<b>18,8</b>	<b>91,7</b>
<b>Summe</b>	<b>22.925</b>	<b>97,1</b>	<b>295,3</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen  
 aus Datenschutzgründen wurden Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019; IfH; EHI; www.handelsdaten.de;  
 Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; IFH Köln (2019); eigene Berechnungen



Tab. A - 4: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2025 und 2030 in Mio. €

Sortiment	Jahr	2025		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		95,4	100,8	98	109
Drogerie/ Parfümerie		13,1	13,9	13	15
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		3,5	3,7	4	4
Blumen/ Zoo		5,0	5,3	5	6
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>117,0</b>	<b>123,6</b>	<b>120</b>	<b>134</b>
Bekleidung und Zubehör		25,2	26,7	26	29
Schuhe/ Lederwaren		6,9	7,3	7	8
Sport/ Freizeit		7,2	7,6	7	8
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente		6,5	6,9	7	7
Bücher		4,2	4,5	4	5
GPK/ Geschenke/ Hausrat		3,1	3,3	3	4
Haus-/ Heimtextilien		3,4	3,6	3	4
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>56,6</b>	<b>59,8</b>	<b>58</b>	<b>65</b>
Uhren/ Schmuck		3,4	3,6	3	4
Foto/ Optik und Zubehör		4,3	4,6	4	5
Medien		15,9	16,8	16	18
Elektro/ Leuchten		8,3	8,7	8	9
Teppiche/ Bodenbeläge		1,7	1,7	2	2
bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente		27,1	28,7	28	31
Möbel		16,7	17,6	17	19
Sonstiges		21,2	22,4	22	24
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>98,5</b>	<b>104,1</b>	<b>101</b>	<b>113</b>
<b>Summe</b>		<b>272,1</b>	<b>287,5</b>	<b>279</b>	<b>311</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Statistisches Landesamt; IFH Köln (2019); BBE; eigene Berechnungen



**Tab. A - 5: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Status-quo-Prognose  
- Angaben auf 25 m<sup>2</sup> gerundet**

Sortiment	Jahr	2025		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		425	1.450	250	2.175
Drogerie/ Parfümerie		---	125	---	25
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		50	100	75	150
Blumen/ Zoo		150	275	225	475
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>625</b>	<b>1.950</b>	<b>550</b>	<b>2.825</b>
Bekleidung/ Zubehör		1.175	1.950	1.500	3.025
Schuhe/ Lederwaren		250	450	350	750
Sport/ Freizeit		400	625	525	975
Spielwaren/ Hobby/ basteln/ Musikinstrumente		125	200	175	325
Bücher		50	75	75	125
GPK/ Geschenke/ Hausrat		200	425	325	725
Haus-/ Heimtextilien		125	225	175	375
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>2.325</b>	<b>3.950</b>	<b>3.125</b>	<b>6.300</b>
Uhren/ Schmuck		50	100	75	150
Foto/ Optik und Zubehör		100	150	125	225
Medien		300	550	425	925
Elektro/ Leuchten		300	500	400	800
Teppiche/ Bodenbeläge		100	200	150	375
bau-/ gartenmarktspezifische Sortimente		1.725	2.950	2.375	4.800
Möbel		1.700	2.475	2.100	3.650
Sonstiges		300	500	400	825
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>4.575</b>	<b>7.425</b>	<b>6.050</b>	<b>11.750</b>
<b>Summe</b>		<b>7.525</b>	<b>13.325</b>	<b>9.725</b>	<b>20.875</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen



**Tab. A - 6: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Auswahl/ Angebot**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
allgemein	9	2	11
Vielfalt/ Branchenmix	36	36	72
Kocherquartier	9	8	17
Beratung/ (regionale) inhabergeführte Fachgeschäfte/ Kleinteiligkeit	40	4	44
Wochenmarkt	10	2	12
(Online-) Konkurrenz	3	24	27
Qualität/ exklusive Angebote	3	6	9
Standort/ Angebot auf der grünen Wiese	3	14	17
(Stamm-)kunden	4	0	4
Filialisierung	0	16	16
Sonstiges	11	11	22
<b>Summe</b>	<b>119</b>	<b>121</b>	<b>240</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

**Tab. A - 7: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Parkplätze**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Anzahl/ Verfügbarkeit	14	37	51
Parken allgemein	5	3	8
Parkgebühren	9	61	70
Entfernung	2	6	8
Kurzzeitparken (fehlt)	0	15	15
geplante Reduzierung Parken Haalplatz	0	16	16
GE Kerz	5	0	5
Sonstiges	3	26	29
<b>Summe</b>	<b>38</b>	<b>164</b>	<b>202</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

**Tab. A - 8: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Erreichbarkeit**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
ÖPNV	16	19	35
fußläufige Erreichbarkeit	16	5	21
(mangelnde) Autofreundlichkeit	2	9	11
(fehlende) Barrierefreiheit	4	15	19
Anbindung zum Kocherquartier	3	2	5
Anliefersituation	0	6	6
Baustellen	0	13	13
Radverkehr	0	4	4
Sonstiges	12	20	32
<b>Summe</b>	<b>53</b>	<b>93</b>	<b>146</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019



**Tab. A - 9: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Altstadt/ historische Bausubstanz Innenstadt/ Stadtbild	35	8	43
Flair/ Belebtheit/ Frequenz	8	13	21
Sicherheit/ Sauberkeit	7	43	50
kompakte/ kleinteilige Struktur	6	1	7
Öffentlicher Raum (Straßenqualität/ Begrünung, Kocherquartier)	1	7	8
Sonstiges	12	18	30
<b>Summe</b>	<b>69</b>	<b>90</b>	<b>159</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

**Tab. A - 10: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Veranstaltungen/ Zusammenarbeit**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Aktionen/ Veranstaltungen	29	13	42
Zusammenarbeit/ Engagement/ Vernetzung der Händler	12	10	22
Stadtmarketing/-verwaltung	11	44	55
Stellenwert Einzelhandel bei Verwaltung	0	20	20
Verein Hall Aktiv	3	6	9
Sonstiges	4	17	21
<b>Summe</b>	<b>59</b>	<b>110</b>	<b>169</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

**Tab. A - 11: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Dienstleistungen**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Kulturangebot	23	0	23
Gastronomieangebot und Qualität	15	11	26
Angebot/ Auswahl allgemein	3	11	14
Sonstiges	8	10	18
<b>Summe</b>	<b>49</b>	<b>32</b>	<b>81</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

**Tab. A - 12: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Tourismus**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Touristen	19	0	19
Sonstiges	5	2	7
<b>Summe</b>	<b>24</b>	<b>2</b>	<b>26</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019



**Tab. A - 13: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Öffnungszeiten**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
verkaufsoffener Sonntag/ Shopping Night	1	4	5
allgemein	3	2	5
lange Öffnungszeiten	3	4	7
Flexibilität der Öffnungszeiten	1	15	16
<b>Summe</b>	<b>8</b>	<b>25</b>	<b>33</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

**Tab. A - 14: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Leerstand**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Dauer der Leerstände	1	13	14
Anzahl	1	6	7
Qualität der Folgenutzung	0	8	7
Sonstiges	0	7	7
<b>Summe</b>	<b>2</b>	<b>34</b>	<b>36</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

**Tab. A - 15: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Mieten**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Mietpreis	2	18	43
Sonstiges	1	2	21
<b>Summe</b>	<b>3</b>	<b>20</b>	<b>23</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019

**Tab. A - 16: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Schwäbisch Hall aus Händlersicht - Sonstiges**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Onlinehandel	3	15	18
Maßnahmen der Stadt	4	11	15
eigener Standort	6	1	7
Kundenverhalten	11	12	23
Arbeitsmarkt/ Personalressourcen	2	16	18
Gewerbesteuern	1	9	10
Sonstiges	3	8	11
<b>Summe</b>	<b>30</b>	<b>72</b>	<b>102</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Oktober-Dezember 2019