



Dr. Donato Acocella
Stadt- und Regionalentwicklung

Stadtteilzentren KONKRET

Handlungskonzepte für lebendige Stadtteilzentren

Stadt Stuttgart

Bericht



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:
Dr. rer.pol. Donato Acocella
Dipl.-Ing. Antje Schnacke-Fürst

Lörrach, 01.06.2017

INHALTSVERZEICHNIS:

1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG	1
2. ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG	4
2.1 HANDESENDogene UND -EXOGENE FAKTOREN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG	4
2.2 STÄDTEBAULICHE FOLGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG	7
2.3 ONLINEHANDEL	10
3. METHODISCHES VORGEHEN	13
3.1 STÄDTEBAULICHE-FUNKTIONALE ANALYSE	13
3.1.1 Einzelhandelsangebot.....	14
3.1.2 Dienstleistungs- und Gastronomieangebot	15
3.1.3 Städtebauliche und verkehrliche Situation.....	16
3.2 BETEILIGUNGSPROZESS.....	16
4. HANDLUNGSKONZEPT - ALLGEMEINE EMPFEHLUNGEN	18
4.1 FORTLAUFENDE UND KONSEQUENTE VERFOLGUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTES	18
4.2 REVITALISIERUNG ÖFFENTLICHER RAUM	19
4.3 FREQUENZBRINGER IN DEN ZENTREN.....	20
4.4 FLÄCHENERWERB ZUR AKTIVIERUNG UND STANDORTENTWICKLUNG	21
4.5 STÄDTEBAULICHE SANIERUNGSMABNAHME § 136 BAUGESETZBUCH	21
4.6 STÄRKUNG DER WOHNFUNCTION IN DEN ZENTREN	23
4.7 GESETZ ZUR STÄRKUNG DER QUARTIERSENTWICKLUNG DURCH PRIVATINITIATIVE (GQP)	23
4.8 KOMMUNALER INVESTITIONSFONDS	27
4.9 FÖRDERPROGRAMM ZUR REVITALISIERUNG VON LADENLOKALEN BZW. ZUR ENTWICKLUNG VON ADÄQUATEN LADENFLÄCHEN	28
4.10 LADENZENTREN IN WEG-EIGENTUM (U.A. LÖWENMARKT, STORCHENMARKT) - PROBLEMATIK UND LÖSUNGSANSÄTZE.....	29
5. HANDLUNGSKONZEPT - STADTTEILZENTREN	31
5.1 BAD CANNSTATT	33
5.1.1 Städtebaulich-funktionale Analyse	33
5.1.2 Handlungsempfehlungen	40
5.1.3 Fazit	47
5.2 FEUERBACH.....	48
5.2.1 Städtebaulich-funktionale Analyse	48
5.2.2 Handlungsempfehlungen	56
5.2.3 Fazit	63
5.3 UNTERTÜRKHEIM	64
5.3.1 Städtebaulich-funktionale Analyse	64
5.3.2 Handlungsempfehlungen	73
5.3.3 Fazit	83
5.4 VAIHINGEN.....	85
5.4.1 Städtebaulich-funktionale Analyse	85
5.4.2 Handlungsempfehlungen	92



5.4.3 Fazit	101
5.5 WEILIMDORF.....	102
5.5.1 Städtebaulich-funktionale Analyse.....	102
5.5.2 Handlungsempfehlungen.....	109
5.5.3 Fazit	116
5.6 ZUFFENHAUSEN.....	118
5.6.1 Städtebaulich-funktionale Analyse.....	118
5.6.2 Handlungsempfehlungen.....	125
5.6.3 Fazit	134
6. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	135



ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1:	Online-Anteile der Umsätze in % je Warengruppe (2014).....	10
Abb. 2:	Volumina 2015 in Mio. € nach Versandertyp.....	11
Abb. 3:	Einzelhandelsangebot in den Zentren 2016.....	32
Abb. 4:	Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Bad Cannstatt 2016 im Vergleich zu 2008.....	34
Abb. 5:	unechte Bindungsquoten Stadtteilzentrum Bad Cannstatt 2016 im Vergleich zu 2008.....	34
Abb. 6:	Stadtteilzentrum Bad Cannstatt – zusammenfassende Bewertung	40
Abb. 7:	Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Feuerbach 2016 im Vergleich zu 2008	49
Abb. 8:	unechte Bindungsquoten Stadtteilzentrum Feuerbach 2016 im Vergleich zu 2008	50
Abb. 9:	Stadtteilzentrum Feuerbach – zusammenfassende Bewertung.....	56
Abb. 10:	Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Untertürkheim 2016 im Vergleich zu 2008.....	65
Abb. 11:	unechte Bindungsquoten Stadtteilzentrum Untertürkheim 2016 im Vergleich zu 2008.....	65
Abb. 12:	Stadtteilzentrum Untertürkheim – zusammenfassende Bewertung	72
Abb. 13:	Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Vaihingen 2016 im Vergleich zu 2008.....	86
Abb. 14:	unechte Bindungsquoten Stadtteilzentrum Vaihingen 2016 im Vergleich zu 2008	86
Abb. 15:	Stadtteilzentrum Vaihingen - zusammenfassende Bewertung	92
Abb. 16:	Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Weilimdorf 2016 im Vergleich zu 2008	103
Abb. 17:	unechte Bindungsquoten Stadtteilzentrum Weilimdorf 2016 im Vergleich zu 2008.....	103
Abb. 18:	Stadtteilzentrum Weilimdorf - zusammenfassende Bewertung.....	109
Abb. 19:	Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Zuffenhausen 2016 im Vergleich zu 2008.....	119
Abb. 20:	unechte Bindungsquoten Stadtteilzentrum Zuffenhausen 2016 im Vergleich zu 2008.....	119
Abb. 21:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - zusammenfassende Bewertung.....	124



KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1:	Untersuchungsstandorte	32
Karte 2:	Stadtteilzentrum Bad Cannstatt und Umfeld	33
Karte 3:	Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Nutzungsstruktur	35
Karte 4:	Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Vertriebsformen im Einzelhandel	36
Karte 5:	Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Magnetbetriebe	36
Karte 6:	Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Leerstände.....	37
Karte 7:	Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Preisniveau Handel und Gastronomie ..	38
Karte 8:	Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - mögliche Trading-Down-Indikatoren...	38
Karte 9:	Stadtteilzentrum Bad Cannstatt – Stärken-Schwächen-Analyse.....	39
Karte 10:	Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Handlungsempfehlungen.....	41
Karte 11:	Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Stärkung Altstadtbereich	42
Karte 12:	Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Stärkung Bahnhofsviertel	44
Karte 13:	Stadtteilzentrum Feuerbach und Umfeld.....	48
Karte 14:	Stadtteilzentrum Feuerbach - Nutzungsstruktur.....	51
Karte 15:	Stadtteilzentrum Feuerbach – Vertriebsformen im Einzelhandel.....	51
Karte 16:	Stadtteilzentrum Feuerbach - Magnetbetriebe.....	52
Karte 17:	Stadtteilzentrum Feuerbach - Leerstände.....	52
Karte 18:	Stadtteilzentrum Feuerbach - Preisniveau Handel und Gastronomie	53
Karte 19:	Stadtteilzentrum Feuerbach - mögliche Trading-Down-Indikatoren.....	54
Karte 20:	Stadtteilzentrum Feuerbach – Stärken-Schwächen-Analyse	55
Karte 21:	Stadtteilzentrum Feuerbach – Stärken-Schwächen-Analyse westlicher Zentrumsbereich.....	55
Karte 22:	Stadtteilzentrum Feuerbach - Handlungsempfehlungen	57
Karte 23:	Stadtteilzentrum Feuerbach - Empfehlung Neuabgrenzung Zentrum	58
Karte 24:	Empfehlungen westliche Stuttgarter Straße Straße als Einkaufs- und Aufenthaltsbereich entwickeln	59
Karte 25:	Empfehlungen: östliche Stuttgarter Straße als Versorgungs- und Gastronomiestandort etablieren	60
Karte 26:	Stadtteilzentrum Untertürkheim und Umfeld	64
Karte 27:	Stadtteilzentrum Untertürkheim - Nutzungsstruktur	66
Karte 28:	Stadtteilzentrum Untertürkheim – Vertriebsformen im Einzelhandel.....	67
Karte 29:	Stadtteilzentrum Untertürkheim - Magnetbetriebe	68
Karte 30:	Stadtteilzentrum Untertürkheim - Leerstände.....	69
Karte 31:	Stadtteilzentrum Untertürkheim - Preisniveau Handel und Gastronomie ..	70
Karte 32:	Stadtteilzentrum Untertürkheim - mögliche Trading-Down-Indikatoren..	71
Karte 33:	Stadtteilzentrum Untertürkheim – Stärken-Schwächen-Analyse.....	71
Karte 34:	Stadtteilzentrum Untertürkheim - Entwicklung Postareal und angrenzende Bereiche	74
Karte 35:	Stadtteilzentrum Untertürkheim - Vorschlag zur künftigen Abgrenzung ..	75
Karte 36:	Stadtteilzentrum Untertürkheim - Vorschlag künftige Entwicklung.....	76
Karte 37:	Stadtteilzentrum Untertürkheim - Entwicklung Potenzialfläche Postareal und AOK.....	77
Karte 38:	Stadtteilzentrum Untertürkheim - Entwicklung Bahnhof und L.-Schmidt- Platz/ Widdersteinstraße	78
Karte 39:	Stadtteilzentrum Untertürkheim - Entwicklung Oberstdorfer Straße	79



Karte 40:	Stadtteilzentrum Untertürkheim - Zielgruppen ansprechen und Image-träger nutzen.....	79
Karte 41:	Stadtteilzentrum Vaihingen und Umfeld.....	85
Karte 42:	Stadtteilzentrum Vaihingen - Nutzungsstruktur.....	87
Karte 43:	Stadtteilzentrum Vaihingen - Vertriebsformen im Einzelhandel.....	88
Karte 44:	Stadtteilzentrum Vaihingen - Magnetbetriebe.....	88
Karte 45:	Stadtteilzentrum Vaihingen - Leerstände.....	89
Karte 46:	Stadtteilzentrum Vaihingen - Preisniveau Handel und Gastronomie.....	90
Karte 47:	Stadtteilzentrum Vaihingen - mögliche Trading-Down-Indikatoren.....	90
Karte 48:	Stadtteilzentrum Vaihingen - Stärken-Schwächen-Analyse.....	91
Karte 49:	Stadtteilzentrum Vaihingen - Handlungsempfehlungen.....	93
Karte 50:	Stadtteilzentrum Vaihingen - Entwicklung Vaihinger Markt.....	94
Karte 51:	Stadtteilzentrum Vaihingen - Entwicklung Postareal.....	95
Karte 52:	Stadtteilzentrum Vaihingen - Entwicklung Hauptstraße zum Stadtboulevard.....	96
Karte 53:	Stadtteilzentrum Vaihingen - Wohnen für Studenten fördern.....	97
Karte 54:	Sanierungsmaßnahme.....	98
Karte 55:	Stadtteilzentrum Weilimdorf und Umfeld.....	102
Karte 56:	Stadtteilzentrum Weilimdorf - Nutzungsstruktur.....	104
Karte 57:	Stadtteilzentrum Weilimdorf - Vertriebsformen im Einzelhandel.....	105
Karte 58:	Stadtteilzentrum Weilimdorf - Magnetbetriebe.....	106
Karte 59:	Stadtteilzentrum Weilimdorf - Leerstände.....	106
Karte 60:	Stadtteilzentrum Weilimdorf - Preisniveau Handel und Gastronomie ...	107
Karte 61:	Stadtteilzentrum Weilimdorf - mögliche Trading-Down-Indikatoren ...	107
Karte 62:	Stadtteilzentrum Weilimdorf - Stärken-Schwächen-Analyse.....	108
Karte 63:	Stadtteilzentrum Weileimdorf - Handlungsempfehlungen.....	110
Karte 64:	Stadtteilzentrum Weilimdorf - Empfehlungen Bereich Löwenmarkt.....	111
Karte 65:	Stadtteilzentrum Weilimdorf - Empfehlungen Bereich Pforzheimer Straße.....	113
Karte 66:	Stadtteilzentrum Weilimdorf - Empfehlungen Glemsgaustraße.....	114
Karte 67:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen und Umfeld.....	118
Karte 68:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Nutzungsstruktur.....	120
Karte 69:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Vertriebsformen im Einzelhandel.....	121
Karte 70:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Magnetbetriebe.....	121
Karte 71:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Leerstände.....	122
Karte 72:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Preisniveau Handel und Gastronomie	122
Karte 73:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - mögliche Trading-Down-Indikatoren .	123
Karte 74:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Stärken-Schwächen-Analyse.....	124
Karte 75:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Neuabgrenzung C-Zentrum.....	125
Karte 76:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Empfehlungen.....	126
Karte 77:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - östliche Unterländer Straße als Einkaufs- und Aufenthaltsbereich entwickeln.....	127
Karte 78:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Ludwigsburger Straße als Eingangs- und Versorgungsbereich entwickeln.....	129
Karte 79:	Stadtteilzentrum Zuffenhausen - westliche Unterländer Straße Wohnen, Dienstleistungen, Nahversorgung.....	131



1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

In mehreren Stuttgarter Stadtteilzentren sind leerstehende Ladenlokale, erhöhte Fluktuation, Billiganbieter und das Vordringen von Spielhallen, Wettbüros sowie Vergnügungsstätten ähnlichen Gastronomiebetrieben zu beobachten. Diese Zentren weisen erhebliche funktionale Defizite und Trading-Down-Prozesse auf. Die Situation in den Zentren führt nicht nur zu einer Gefährdung der Versorgung der Bevölkerung in den entsprechenden Stadtbezirken, sondern auch zu einem drohenden Verlust der gesellschaftlichen und kulturellen Mitte.

Durch das Amt für Stadtplanung und Stadterneuerung und die Abteilung Wirtschaftsförderung erfolgte im Sommer 2015 eine qualitative Erstbewertung der Stuttgarter Stadtteilzentren gegenüber der im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 2008¹ ermittelten Situation. Dabei wurden nur die B-, C-, und D-Zentren berücksichtigt. Die E-Zentren wurden auf Grund ihrer geringen Bedeutung zurückgestellt.

Nach dieser Erstbewertung wurden in neun von insgesamt 28 Zentren Trading-Down-Prozesse festgestellt. Die Stadt Stuttgart hat das Büro Dr. Acocella mit der Erarbeitung von Handlungskonzepten für die folgenden sechs Zentren beauftragt:

- Bad Cannstatt,
- Feuerbach (westliche Stuttgarter Straße),
- Zuffenhausen (westlicher Bereich Unterländer Straße),
- Vaihingen (Vaihinger Markt),
- Weilimdorf (Löwenmarkt) und
- Untertürkheim.

Die Untersuchung der Stadtteilzentren enthält eine städtebauliche-funktionale Analyse und ein ortsspezifisches, umsetzungsorientiertes und integriertes Handlungskonzept für die jeweiligen Zentren.

Dabei war es im Hinblick auf die Akzeptanz und Umsetzungsorientierung ein besonderes Anliegen, das Handlungskonzept gemeinsam mit den Akteuren vor Ort zu erarbeiten. Hierfür wurde für jedes Zentrum ein begleitender Arbeitskreis eingerichtet.

¹ Büro Dr. Acocella: Fortschreibung Konzeption Einzelhandel und Zentren für die Landeshauptstadt Stuttgart, Lörrach, Juli 2008.



In diesen waren Vertreter der Stadtverwaltung sowie Vertreter der örtlichen Handels- und Gewerbevereine, ausgewählte Gewerbetreibende, Schlüsseleigentümer, Gewerbemakler und Bezirksvorsteher sowie die Sprecher der Fraktionen im Bezirksbeirat eingebunden. In den Arbeitskreissitzungen wurden die Akteure über den jeweiligen Arbeitsstand informiert und hatten gleichzeitig die Gelegenheit, ihre Ortskenntnisse, Ideen und Überlegungen in das Projekt einzubringen. Dies erfolgte in zufällig zusammengestellten drei bis vier Arbeitsgruppen, in denen jeweils dieselbe Fragestellung und Aufgabe unabhängig bearbeitet wurden. Kernfragen waren jeweils die nach den Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der jeweiligen Zentren. Als zentrale Themen wurden diejenigen definiert, die in allen Arbeitsgruppen unabhängig voneinander behandelt wurden. Die anderen Themenfelder/ Ergebnisse wurden als ergänzende Inhalte im Blick behalten. Die gutachterliche Aufgabe bestand im Anschluss innerhalb der Arbeitsgruppensitzungen und im Nachgang darin, die Ergebnisse hinsichtlich der Umsetzungsmöglichkeiten der Vorschläge und deren Bedeutung für die Zentrenentwicklung zu gewichten und aus den kumulierten Ergebnissen der Beteiligungsrunden und der gutachterlichen Wahrnehmung ein Gesamtkonzept zur städtebaulich-funktionalen Entwicklung der Stadtteilzentren zu entwerfen.

Insbesondere aus der Fortschreibung zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept liegen dem Büro Dr. Acocella detaillierte Kenntnisse und Daten vor, die sowohl in die Analyse als auch in die konzeptionellen Schlussfolgerungen zu den Zentren eingeflossen sind. Aus dem Vergleich der Situation 2008 und 2016 lassen sich u.U. wichtige Erkenntnisse, die für die Erarbeitung einer fundierten Handlungskonzeption von wesentlicher Bedeutung sind (z.B. Schließung eines wichtigen Magnetbetriebes) ableiten.

Durch das Büro Dr. Acocella wurden u.a. folgende Untersuchungen für die Stadt Stuttgart durchgeführt:

- Markt- und Standortanalyse sowie Stadt-Marketing-Konzept für Stuttgart-Bad Cannstatt - 2001
- Einzelhandelskurzgutachten zu den Auswirkungen der Erweiterung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters im Gebiet Stuttgart-Hallschlag sowie Beurteilung der Nachbarschaftszentren im Stadtteil Hallschlag und angrenzenden Stadtteilen - 2006



- Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Landeshauptstadt Stuttgart - 2008
- Raumpotenziale und Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel - Weiterentwicklung von Geschäftslagen und Einzelhandelsstandorten in der Stuttgarter Innenstadt und ihren Randbereichen - 2009
- Vergnügungsstättenkonzeption für die Landeshauptstadt Stuttgart - 2011

Durch die langjährige, deutschlandweite Gutachtertätigkeit des Büros Dr. Acocella konnte die Entwicklung von Zentren insbesondere bei der Fortschreibung von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten in den vergangenen 10 bis 20 Jahren beobachtet und mit konkreten Fakten belegt werden. Dabei zeigte sich in nahezu allen durch das Büro Dr. Acocella untersuchten Städten ein Bedeutungsverlust der Stadtteilzentren gegenüber der Innenstadt und den nicht integrierten Lagen. Die Ursachen für diese Entwicklungen sind vielfältig, u.a. das Verkaufsflächenwachstum pro Betriebseinheit, das zwar seit vielen Jahren stattfindet, aber oftmals erst jetzt tatsächlich spürbar zum Ausdruck kommt, der Betriebstypenwandel, etc.



2. ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

Ein lebendiges Zentrum mit einem vielfältigen Angebot ist ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Im Zuge des Strukturwandels und hier insbesondere der Suburbanisierung der Einzelhandelsstandorte seit Mitte der siebziger 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 Genehmigungs politik 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 HANDELSENDOGENE UND -EXOGENE FAKTOREN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

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, 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 dabei verbunden mit einer Auffächerung des Niedrigpreisbereiches in Markendiscountern, Factory-Outlet-Centern (FOC), Sonderpostenmärkten und traditionellen (Lebens-



mittel-)Discountern, einem Anstieg der Verkaufsfläche und einer kontinuierlichen Abnahme der Fachgeschäfte.

Problematisch ist dies vor allem, weil ein Großteil der neuen Betriebstypen häufig außerhalb gewachsener Strukturen angesiedelt wird und somit zur Auflösung der vorhandenen Funktionen und der Nutzungsvielfalt in den Zentren 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 selbst, z.B. im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische Branchenaufteilung bricht dadurch langsam auf, so dass 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 in den Zentren.
- **Neue Betriebsformen:** Neben diesen Entwicklungen entstehen neue groß dimensionierte Betriebstypen wie Factory Outlet Center und Urban Entertainment Center (UEC). Allerdings ist zu berücksichtigen, dass diese Betriebstypen angesichts der je erforderlichen Einzugsbereiche nur begrenzte Entwicklungspotenziale aufweisen.
- **Standortdynamik:** Die Betriebstypendynamik führt - teilweise gemeinsam mit den Trends auf Seiten der Konsumenten - auch zu Neubewertungen von Standorten: Insbesondere werden autokundenorientierte Standorte und preisgünstige Grundstücke vorgezogen. Die Funktionsmischung großflächiger Einzelhandelsstandorte an der Peripherie führt zu einer Erhöhung ihrer Standortattraktivität, insbesondere im Verhältnis zu den Zentren, so dass 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 Zentren zu finden sind, werden preisgünstige Waren 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 Einwohnerzahl in Deutschland wird auf Grund der konstant niedrigen Geburtenrate trotz anhaltender Zuwanderungen aus dem Ausland langfristig abnehmen². Hinzu kommt, dass der Anteil der älteren Menschen kontinuierlich zunimmt. Diese Entwicklung hat für den Einzelhandel und damit auch für die Zentren eine wichtige Bedeutung, z.B. in Bezug auf den Bedarf an Kinderbekleidung und Spielwaren, die Erreichbarkeit von Nahversorgungseinrichtungen für ältere Menschen oder auch das Angebot an gesundheitsfördernden Artikeln. Eng mit dem Wandel der Altersstruktur ist die Veränderung der Haushaltstypen verbunden. Die Anzahl der Haushalte steigt - auch im Verhältnis zur Bevölkerungszahl - in Deutschland kontinuierlich an, die Haushaltsgröße nimmt gleichzeitig ab, was sich an der deutlichen Zunahme von Single-Haushalten zeigt. Die Pluralisierung und Individualisierung der Lebens- und auch Wohnformen, welche u.a. zu einem veränderten Kaufverhalten führen, ist ein weiterer Trend, der bei anstehenden Planungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung berücksichtigt werden muss.
- **Mobilität:** Zunehmende Mobilität und Mobilitätsbereitschaft führen dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung häufiger wohnortfernere Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. Dies führt gleichzeitig zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte in zentralen Lagen bis hin zum Wegfall der Nahversorgung.
- **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 sog. One-Stop-Shopping, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Andererseits wer-

² Für die Landeshauptstadt Stuttgart ist gemäß der Vorausberechnungen des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg in der Hauptvariante bis 2035 von einem Anstieg der Bevölkerung auszugehen. Selbst bei Berücksichtigung des unteren Randes des Entwicklungskorridors steigt die Bevölkerung bis zum Jahr 2022 an.



den zentrale Bereiche häufig gezielt für den Einkauf ausgesuchter zentrenrelevanter Sortimente wie Bekleidung oder Schuhe aufgesucht. Ob dieses Einkaufsverhalten angesichts hoher Mobilitätskosten bei gleichzeitig steigenden Lebensmittelpreisen, bei einer älter werdenden Gesellschaft so bleiben wird, darf bezweifelt werden.

- **Einkommen:** Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. Wohn-/ Energiekosten) führen 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.

2.2 STÄDTEBAULICHE FOLGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

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

1. Die Suburbanisierung der Handelsstandorte gefährdet die Rentabilität stadtzentrenbezogener Entwicklungskonzepte sowie von Investitionen der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft, inkl. der privaten Immobilieneigentümer. Die fehlende wirtschaftliche Perspektive führt zum Rückzug weiterer Einzelhandelsunternehmen aus den Innenstädten bzw. Ortszentren (und weiteren zentralen Bereichen).
2. Die aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen für erforderlich erachtete Mindestverkaufsfläche steigt in allen Einzelhandelsbranchen an und erschwert in Kombination mit der vorherrschenden eingeschossigen Bauweise die Integration der Betriebe in die gewachsenen Strukturen der Zentren. Durch den Onlinehandel des stationären Handels induzierte Flächenreduktion führt allerdings (noch) nicht dazu, dass die Flächenbedarfe so klein werden, dass sich das städtebauliche Integrationsproblem auflöst. Die Multifunktionalität des Handels und die kleinteiligen Strukturen in den Kernbereichen drohen abhanden zu kommen. Für den eher kleinteiligen Einzelhandel gilt bzgl. der städtebaulichen Integration Vergleichbares, denn die steigenden Anforderungen an Sortimentstiefe (z.T.



auch Sortimentsbreite) und Präsentationsformen an die Fachgeschäfte führen auch bei diesen zu erhöhten Flächenbedarfen.

3. Durch die in der Regel in den Stadtteilzentren kleinstrukturierten Parzellen, die nur kleinere Verkaufsflächen ermöglichen, besteht die Gefahr von Geschäftsaufgaben bzw. städtebaulich unerwünschten Flächenumnutzungen in Dienstleistungsangebote verschiedener Art (vom Wettbüro bis zu Versicherungsmaklern o.ä.). Viele dieser Angebote sind auch in Stadtteilzentren wünschenswert, aber in den Erdgeschossen führen sie auf Grund der geringeren Passantenfrequenzen und/ oder unattraktiven "Schaufensterflächen" zu Frequenzverlust und damit einhergehend zu Attraktivitäts- und Zentralitätsverlust mit den entsprechenden städtebaulichen negativen Effekten im öffentlichen Raum und bei den Gebäuden. Letztlich müssen auch in den Zentren Verkaufsflächendimensionen entstehen, die von Fachgeschäften erfolgreich bewirtschaftet werden können. Ziel muss es sein, Verkaufsflächen zusammenzulegen, ohne die städtebauliche Struktur zu zerstören und bei Neubauten in zentralen Lagen, darauf zu achten, dass diese in den Erdgeschossen ausreichende Flächengrößen von mindestens 200 m² Geschossflächen haben.
4. 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 Zentren als Einkaufsorte hemmt die Bereitschaft, in verbesserte ÖPNV-Konzepte zu investieren. Es ist die Ausnahme, dass auto-kundenorientierte Einzelhandelsgroßbetriebe im Umland der Gemeinden und Städte an öffentliche Verkehrsmittel angebunden werden (wollen). Die Größe des Einzugsgebietes des suburbanen Einzelhandels führt zu einem zusätzlichen Anstieg des Individualverkehrs.
5. Die wohnungsnah Grundversorgung ist nicht mehr garantiert. Als Folge der (durch die Genehmigungspolitik zugelassenen) Suburbanisierung ziehen sich der Handel und andere Infrastruktureinrichtungen (z.B. Poststellen, Bankfilialen) 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 Be-



etriebes. Der dadurch ausgelöste Verdrängungswettbewerb reduziert das Angebot zunehmend auf standort- und betriebstypenbezogen optimierte Betriebe: Eine fußläufige bzw. wohnortnahe Nahversorgung durch relativ kleinflächige 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 Pkw 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 Pkw.

6. Der Flächenverbrauch der modernen Betriebstypen für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser Betriebstypen auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet führen zu zusätzlichen Umweltbelastungen.

Die aufgezeigten Probleme beeinträchtigen den Einzelhandel in den Zentren immer häufiger. Dabei weisen die Einzelhändler auf die Abhängigkeit des Standortes 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 an Standorten in den Zentren eine (bauliche) Aufwertung des Ambientes, z.B. durch verkehrsberuhigte Zonen, und eine vielfältige Funktionsmischung, um einen "Erlebnisraum" in den Zentren zu schaffen bzw. auszubauen.

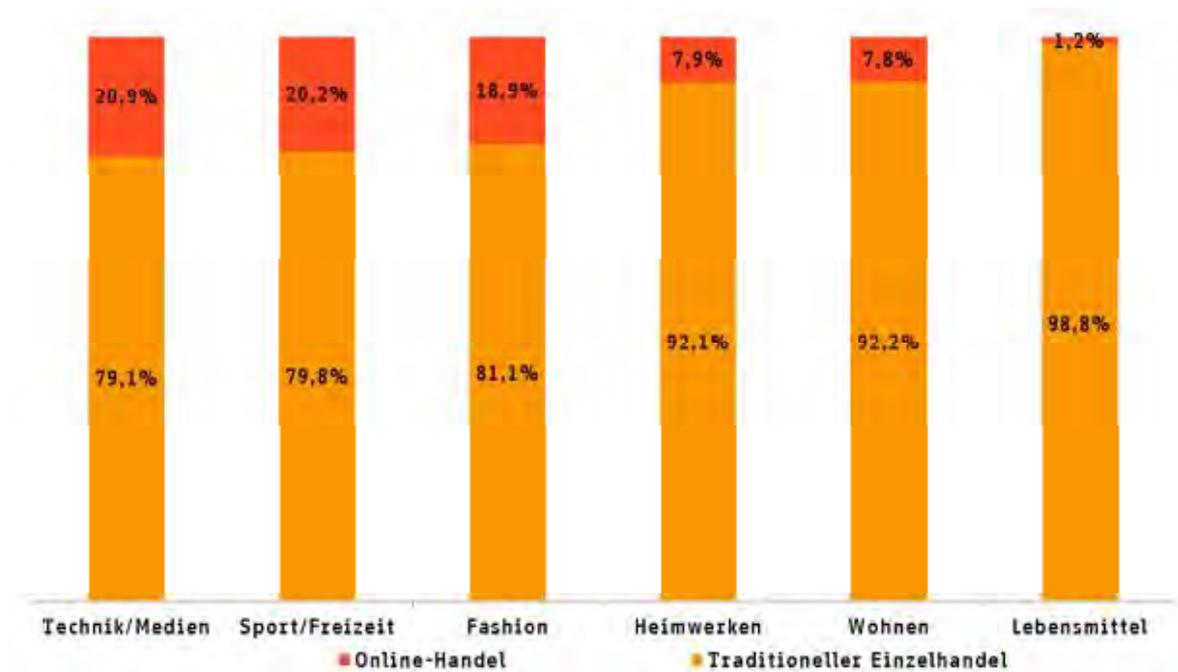


2.3 ONLINEHANDEL

Das Internet ist zu einem Teil der Handelslandschaft geworden, aber der Distanzhandel, zu dem auch der Internethandel gehört, ist schon seit jeher Teil der Handelsformen. Das Wachstum des Distanzhandels in Deutschland wird durch den Internethandel getragen. Der Umsatz im Internethandel wird bis 2020 auf rd. 60 Mrd. € geschätzt³, was nach heutigem Umsatzvolumen im Einzelhandel einem Anteil von insgesamt rd. 15% entsprechen würde.

Die größten Umsatzanteile im Online-Handel werden allerdings z.T. durch die Sortimente erreicht, die schon beim klassischen Versandhandel am stärksten im Distanzhandel vertreten waren.

Abb. 1: Online-Anteile der Umsätze in % je Warengruppe (2014)



Quelle: GfK 2015: Ecommerce: Wachstum ohne Grenzen?: Online-Anteile der Sortimente - heute und morgen

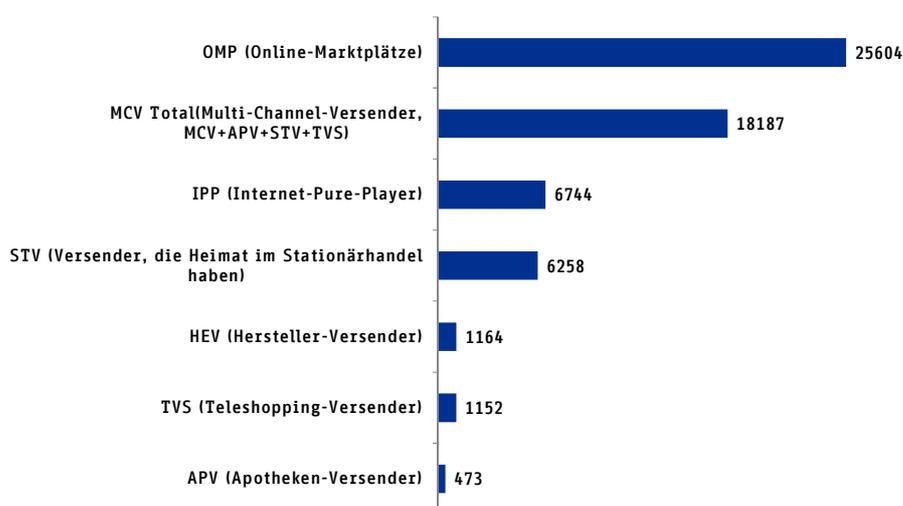
Allerdings ist zu beachten, dass 1997 der Versandhandel (Kataloggeschäft) bereits einen Umsatz von rd. 21 Mrd. € erreichte, was etwa 6% des damaligen Einzelhandel-

³ <http://de.statista.com/prognosen/400447/versand--und-internet-einzelhandel-in-deutschland-umsatzprognose>



umsatzes entsprach⁴. Im langjährigen Vergleich hatte der Versandhandel immer schon einen Umsatzanteil am Einzelhandel im engeren Sinne im Rahmen von rd. 6%⁵. Insofern ist zu fragen, ob und welche Auswirkungen der Zuwachs im Onlinehandel auf die Entwicklung unserer Städte und Gemeinden haben könnte. Allerdings ist bei diesem Zuwachs ebenfalls zu beachten, dass der Distanzhandel neue Teilnehmer hat, die es vorher nicht gab: Der klassische Einzelhandel, der ebenfalls eine Distributionslinie "Onlinehandel" unterhält. Insofern trägt in diesem Kontext der Onlinehandel zum Erhalt des stationären Einzelhandels bei.

Abb. 2: Volumina 2015 in Mio. € nach Versendertyp



Quelle: BEVH 2015: Interaktiver Handel in Deutschland: Ergebnisse 2015

Das IfH Köln hat ermittelt, dass insbesondere die "Fashionmisser", also diejenigen, die Bekleidung in den Innenstädten vermissen, besonders internetaffin seien⁶; durch eigene Passantenbefragungen in Städten verschiedenster Größen haben wir ermittelt, dass Bekleidung unabhängig vom tatsächlichen Angebot immer vermisst wurde. Beide Erkenntnisse zusammen genommen werfen die Frage auf, ob diejenigen, die Bekleidung in den Innenstädten vermissen, nicht gleichzeitig die sind, die Bekleidung immer vermissen und daher zwangsläufig auch vermehrt das Internet zur Angebotsverbreiterung nutzen.

⁴ <http://www.handelsdaten.de/e-commerce-und-versandhandel/online-und-versandhandel-umsatzanteil-am-einzelhandel-zeitreihe>

⁵ BAG: Vademecum des Einzelhandels 1994, S. 38f. und EHI: Handel aktuell, verschiedene Jahrgänge; z.B. 99, S. 55f.

⁶ Vortrag beim ISB am 08.05.2015



Dieser kurze Exkurs soll zeigen, dass häufig einfache Erklärungsmuster bzw. Wirkungszusammenhänge beim Onlinehandel nicht zwangsläufig greifen, wenn weiter analysiert wird. Auch die Zuwachsraten gehen von gleichen Rahmenbedingungen aus:

- Was ist aber, wenn die Transportkosten steigen und tatsächlich vollständig auf die Kunden abgewälzt werden?
- Was ist, wenn die Ware vor Erhalt bezahlt werden muss?
- Was ist, wenn Kommunen Zufahrtsbeschränkungen für Wohngebiete für 2,8 t einführen würden?

Die Auswirkungen des Onlinehandels sind zunächst rein betriebswirtschaftliche Effekte, worauf der Handel zunächst auch selbst reagieren muss.

Städtebaulich betrachtet, ist der Umsatzverlust durch den Onlinehandel dem Umsatzentzug durch periphere stationäre Ansiedlungen gleichzusetzen, nur haben auf letzteres die Städte selbst Einfluss.

Die Frage der Wechselwirkungen zwischen Onlinehandel und Innenstadt ist seit 15 Jahren offen. Es gibt mehr oder weniger begründete Meinungen, aber kaum belastbare wissenschaftliche Erkenntnisse.



3. METHODISCHES VORGEHEN

Ziel der vorliegenden Untersuchung ist die Erarbeitung eines ortsspezifischen, umsetzungsorientierten und integrierten Handlungskonzeptes für die sechs ausgewählten Stuttgarter Stadtteilzentren. Um die tatsächliche Problemstellung in den Zentren erfassen zu können, wurden neben einer städtebaulich-funktionalen Analyse vor allem die Akteure vor Ort in die Erarbeitung des Handlungskonzeptes einbezogen. Hierfür wurden vorbereitende Gespräche mit den jeweiligen Bezirksvorstehern und mindestens zwei Workshops pro Stadtteilzentrum mit Vertretern der Stadtverwaltung, der örtlichen Handels- und Gewerbevereine, ausgewählten Gewerbetreibenden, Schlüsseleigentümern, Gewerbeamaklern sowie Sprechern der Fraktionen im Bezirksbeirat durchgeführt. Im Rahmen dieses Diskussionsprozesses konnten die spezifischen Fragestellungen für jedes Stadtteilzentrum benannt werden, um dann entsprechende Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Aus der Fülle von Maßnahmenvorschlägen wurden gemeinsam mit den Akteuren in den Workshops die Schlüsselprojekte für jedes Stadtteilzentrum formuliert.

Die Analyseergebnisse und die konzeptionellen Vorschläge des Büros Dr. Acocella bildeten jeweils die Diskussionsgrundlage für Arbeit in den Workshops. Dabei war insbesondere der Vergleich der Einzelhandelsentwicklung zu 2008 eine wesentliche Voraussetzung dafür, den Handlungsbedarf in den Stadtteilzentren konkret deutlich zu machen. Der Bedeutungsverlust der Stadtteilzentren findet nicht nur "gefühl" statt, sondern drückt sich in rückläufigen Betriebszahlen und Verkaufsflächen sowie in zunehmenden Leerständen und Mindernutzungen (u.a. Wettbüros, Spielhallen, Imbissbetrieben) aus.

3.1 STÄDTEBAULICHE-FUNKTIONALE ANALYSE

Um die Situation der sechs Stadtteilzentren fundiert bewerten zu können, erfolgte für jedes Stadtteilzentrum eine ausführliche städtebauliche und funktionale Analyse. Die Ergebnisse dieser Analyse wurden textlich und anhand von Fotos, Karten und Abbildungen aufbereitet.



3.1.1 Einzelhandelsangebot

Als Grundlage für die Analyse wurde zunächst das gesamte Einzelhandelsangebot eines jeden Stadtteilzentrums sortimentsgenau erfasst⁷. Dazu wurden alle Straßen und Wege des jeweiligen Stadtteilzentrums in seiner derzeitigen Abgrenzung abgegangen/ abgefahren. Im Rahmen der Erhebung erfolgte zudem die Erfassung der vorhandenen Leerstände, wobei die (Verkaufs-)Fläche von außen geschätzt oder mittels Aushang etc. erfasst wurde. Die Erhebung erfolgte durch wissenschaftliche Mitarbeiter des Büros Dr. Acocella.

Die Ergebnisse der Erhebung wurden zum einen für jedes Stadtteilzentrum kartografisch aufgearbeitet und zum anderen umfangreich quantitativ und qualitativ analysiert.

Dazu zählen

- die Zuordnung der vorhandenen Betriebe zu verschiedenen Betriebsformen (z.B. inhabergeführt/ Filiale/ Franchise und/ oder Nahversorgungsbetriebe etc.),
- die systematische Einordnung der vorhandenen Betriebe in verschiedene Preiskategorien (Preisniveau) und deren kartografische und tabellarische Darstellung, wobei im Rahmen der Erhebung das Preisniveau der einzelnen Betriebe differenziert (niedriges, mittleres, hohes Preisniveau) aufgenommen wird,
- die Analyse und kartografische Darstellung der Einzelhandelsdichte in den einzelnen Stadtteilzentren und in deren Teilbereichen,
- die Darstellung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenbedeutsamer Magnet- und Frequenzbringerfunktion - kartografisch und textlich - in den einzelnen Stadtteilzentren, wobei auch nicht großflächigen Betrieben eine derartige Funktion zukommen kann,
- die Analyse und grafische Darstellung des Verkaufsflächenbestandes nach Sortimenten und Betriebsgrößen je Stadtteilzentrum,

⁷ Erhoben wird der Einzelhandel im engeren Sinne inkl. Apotheken und Lebensmittelhandwerk. Bei der Erhebung wird die Gesamtverkaufsfläche nicht dem Hauptsortiment zugeordnet, sondern es werden auch Rand- und Ergänzungssortimente - z.B. Drogeriewaren im Supermarkt - mit ihrem jeweiligen Umfang berücksichtigt.



- die Analyse und grafische Darstellung der Kaufkraftbindung, wobei der Umsatz - insgesamt und sortimentsbezogen - der Kaufkraft im jeweiligen Stadtteil gegenübergestellt wird ("unechte Bindungsquote"⁸),
- die Analyse des Leerstandsanteils, sowohl anzahl- als auch flächenbezogen.

Die o.g. Analyseergebnisse wurden mit denjenigen von 2008 - soweit auf Grund der Datenbasis möglich - verglichen und signifikante/ wesentliche Veränderungen bewertet. Da das Büro Dr. Acocella die Erhebung im Jahr 2008 durchführte, ist eine bestmögliche Vergleichbarkeit gewährleistet.

Ergänzend erfolgte eine qualitative Einschätzung des Einzelhandelsangebotes im Umfeld des jeweiligen Stadtteilzentrums: Insbesondere zwischenzeitlich, d.h. seit 2008, neu entstandene Konkurrenzsituationen können zu negativen Veränderungen in einem Stadtteilzentrum geführt haben. Durch einen Vergleich mit der im Jahr 2008 vorliegenden Situation im Umfeld der Zentren können mögliche Einflüsse von außen identifiziert werden.

3.1.2 Dienstleistungs- und Gastronomieangebot

Neben dem Einzelhandelsangebot und den vorhandenen Leerständen erfolgte auch eine qualitative und quantitative Analyse des Dienstleistungs- und Gastronomieangebotes. Dazu wurde dieses Angebot ebenfalls im Rahmen der Erhebung erfasst und kartografisch dargestellt.

Zusätzlich erfolgte

- eine Analyse der Dichte des Dienstleistungs- und Gastronomiebesatzes,
- eine qualitative Bewertung des Bestandes an Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten, dazu wurde z.B. das Gastronomieangebot mittels eines Bewertungskataloges in einzelne Kategorien eingeordnet, wobei u.a. die Qualität der Bestuhlung, die Ausstattung, die Art des Speisenangebotes (z.B. Imbiss, Restaurant) etc. bewertet wurden.

⁸ Eine unechte sortimentsbezogene Bindungsquote von mehr (weniger) als 100% bedeutet, dass der im Stadtteilzentrum in einem Sortiment erzielte Umsatz höher (niedriger) ist als die entsprechende Kaufkraft der Bevölkerung des Stadtteils insgesamt. Hierdurch lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels der Stadtteilzentren in den einzelnen Sortimenten darstellen und bewerten.



3.1.3 Städtebauliche und verkehrliche Situation

Im Rahmen einer intensiven Begehung wurde die städtebauliche und verkehrliche Situation der Zentren erfasst. Diese wurde im Rahmen einer Stärken-Schwächen-Analyse textlich und kartographisch aufbereitet und bewertet.

Im Rahmen der Begehung erfasst wurden

- die Erdgeschossnutzungen - ergänzend zu den im Rahmen der Erhebung ohnehin aufgenommenen Nutzungen stehen dabei z.B. Wohnnutzungen im Erdgeschoss oder sonstige Nutzungen im Vordergrund,
- die baulich-architektonische Qualität und die Qualität der Gestaltung des öffentlichen Raums in den Stadtteilzentren,
- die Identifizierung von Flächenpotenzialen,
- die verkehrliche Erreichbarkeit (ÖPNV-Anbindung, Straßenführung, verkehrsberuhigte Bereiche etc.) sowie
- Parkmöglichkeiten.

3.2 BETEILIGUNGSPROZESS

Die Handlungskonzepte für die sechs ausgewählten Stadtteilzentren sollten gemeinsam mit den Akteuren vor Ort erarbeitet, entwickelt und vorabgestimmt werden. Daher wurde für jeden Handlungsraum ein begleitender Arbeitskreis eingerichtet. In diesen waren Vertreter der Stadtverwaltung (Abt. Wirtschaftsförderung und Amt für Stadtplanung und Stadterneuerung) sowie Vertreter der örtlichen Handels- und Gewerbevereine, ausgewählte Gewerbetreibende, Schlüsseleigentümer, Gewerbetmakler und Bezirksvorsteher sowie die Sprecher der Fraktionen im Bezirksbeirat eingebunden.

Im Rahmen des Beteiligungsprozesses wurden in jedem Stadtteilzentrum mindestens zwei Workshops durchgeführt. Zur Vorbereitung der Workshops führte das Büro Dr. Acocella Gespräche mit den jeweiligen Bezirksvorstehern durch.

Ziel des ersten Workshops war es, die durch das Büro Dr. Acocella im Juli 2016 ermittelten Daten und Erkenntnisse zur städtebaulich-funktionalen Situation in den Stadtteilzentren den Akteuren vor Ort vorzustellen und diese zunächst in Arbeitsgruppen zu diskutieren und ggf. zu ergänzen. Außerdem konnten die Teilnehmer be-

reits erste Ideen und Handlungserfordernisse für die künftige Entwicklung der Stadtbezirkszentren formulieren.

Im zweiten Workshop wurden die gutachterlichen Empfehlungen für die künftige Entwicklung der Stadtteilzentren den Akteuren vor Ort vorgestellt. Die Teilnehmer hatten anschließend die Gelegenheit, die Empfehlungen in Arbeitsgruppen zu diskutieren und ggf. zu ergänzen.





4. HANDLUNGSKONZEPT - ALLGEMEINE EMPFEHLUNGEN

In diesem Kapitel werden die besonders relevanten Handlungsempfehlungen zur Stabilisierung und Stärkung der Zentren dargestellt, die z.T. allgemeinen Charakter haben und für mehrere Zentren von Bedeutung sind:

- Fortlaufende und konsequente Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Stuttgart
- Revitalisierung Öffentlicher Raum
- Frequenzbringer/ Ankernutzungen in den Zentren
- Flächenerwerb zur Aktivierung und Standortentwicklung
- Städtebauliche Sanierungsmaßnahmen
- Stärkung der Wohnfunktion in den Zentren
- Quartiersentwicklung durch Privatinitiative (GQP)
- Kommunaler Investitionsfonds
- Förderprogramm zur Revitalisierung und adäquaten Nutzung von Ladenlokalen
- Ladenzentren in WEG-Eigentum (u.a. Löwenmarkt, Storchenmarkt) - Problematik und Lösungsansätze

Die Handlungsempfehlungen sind dabei vor allem das Ergebnis der Vor-Ort-Analysen und allgemeinen Recherchen, der Diskussionen in den Arbeitskreisen sowie der Fachkenntnisse und langjährigen Erfahrungen des Büros Dr. Acocella.

Die Erhaltung, Stärkung und Entwicklung der Stadtteilzentren ist eine wesentliche Aufgabe der Stadt Stuttgart, die entsprechend auch im Einzelhandels- und Zentrenkonzept formuliert ist. Eine Kommune kann bei der Stadtteilzentrenentwicklung vor allem mit rahmensetzenden Maßnahmen und Förderprogrammen unterstützen. Eine erfolgreiche Zentrenentwicklung kann aber nur durch das Zusammenspiel und Engagement aller Akteure (u.a. Immobilieneigentümer, Anwohner, Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister) gelingen.

4.1 FORTLAUFENDE UND KONSEQUENTE VERFOLGUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTES

In allen sechs untersuchten Zentren wurde ein Rückgang der Betriebe und Verkaufsflächen gegenüber der Einzelhandelsuntersuchung von 2008 festgestellt, d.h. in



Stuttgart - wie in vielen anderen Städten auch - ist ein Bedeutungsverlust der Stadtteilzentren erkennbar. Wie die Entwicklung der Stadtteilzentren im Vergleich zur Stuttgarter Innenstadt und den sonstigen Stuttgarter Einzelhandelsstandorten ausfällt, kann nur im Rahmen einer gesamtstädtischen Untersuchung ermittelt werden.

Eine wesentliche Voraussetzung, um die Stadtteilzentren als Einzelhandelsstandorte zu erhalten und zu stärken ist die konsequente Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Stuttgart. Ziele des Konzeptes sind u.a. die Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt in den Stadtteilzentren sowie die Erhaltung und Stärkung der polyzentralen Nahversorgungsstruktur durch die Stadtteilzentren.

Um den Problemen der Stadtteilzentren gerecht zu werden bzw. diese im gesamtstädtischen Kontext richtig einordnen zu können ist ggf. eine gesamtstädtische Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes erforderlich. Nur die gesamtstädtische Betrachtung ermöglicht eine tatsächliche Abschätzung der Möglichkeiten/ Entwicklungsspielräume für die Stadtteilzentren.

4.2 REVITALISIERUNG ÖFFENTLICHER RAUM

Als eine Schlüsselmaßnahme zur Erhaltung und Stärkung der untersuchten Zentren hat sich insbesondere im Rahmen der Arbeitskreissitzungen die Revitalisierung des öffentlichen Raumes herauskristallisiert. Die Zentren sind wichtige Treff- und Identifikationspunkte für die Menschen, die in den Zentren und in deren Umfeld wohnen. Eine wesentliche Voraussetzung dafür, dass die Zentren auch als Aufenthaltsort und Treffpunkt wahrgenommen werden, ist ein attraktiv gestalteter öffentlicher Raum.

Für alle sechs untersuchten Stadtteilzentren hat sich hier ein Handlungsbedarf gezeigt, der von der Schaffung von Platzbereichen über die Gestaltung von Wegeverbindungen bis hin zu Gestaltungs- und Verkehrskonzepten reicht. Ziel ist dabei immer die Schaffung von lesbaren Zentrenbereichen mit Aufenthaltsqualität und Identifikationsfunktion.



Zur Revitalisierung des öffentlichen Raumes können u.a. die Einrichtung eines kommunalen Investitionsfonds, die Durchführung von Sanierungsmaßnahmen, die Überprüfung zur Einrichtung eines GQP beitragen. Gleichzeitig sind Hauseigentümer und Gewerbetreibende gefragt, durch die Gestaltung der Häuser, der Schaufenster, die Art der Warenpräsentation und die Qualität der Außengastronomie ihren Beitrag zur Gestaltung des öffentlichen Raumes zu leisten.

4.3 FREQUENZBRINGER IN DEN ZENTREN

Frequenzbringer sind wichtig für eine lebendige Atmosphäre in einem Zentrum und für die kleineren Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe im Umfeld. Frequenzbringer müssen dabei nicht zwingend Betriebe mit einer besonders großen Verkaufsfläche sein, sondern können auch auf Grund ihres Angebotes Magnetwirkung ausüben. Inwieweit ein Betrieb als Frequenzbringer wirkt ist entscheidend von seinem Umfeld abhängig.

In den sechs Stuttgarter Stadtteilzentren sind Frequenzbringer häufig Lebensmittelmärkte und Drogeriemärkte, die Waren des täglichen Bedarfs anbieten und deshalb häufig aufgesucht werden und somit zu einer Grundfrequenz im Zentrum beitragen. Die Frequenzbringer sollten durch eine entsprechende räumliche Einzelhandelsentwicklung erhalten und gestärkt werden, d.h. außerhalb der Zentren sollten solche Frequenzbringer grundsätzlich nicht angesiedelt werden. Das bestehende Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Stuttgart sieht lediglich eine Ausnahme für die Ansiedlung von Lebensmittelbetrieben an integrierten Standorten außerhalb der Zentren vor, sofern eine Nahversorgungslücke besteht. Hier ist eine konsequente Umsetzung des bestehenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes durch Politik und Verwaltung gefordert.

Die Neuansiedlung von Frequenzbringern ist in historisch gewachsenen Stadtteilzentren auf Grund mangelnder Flächenverfügbarkeit oftmals schwierig. Sollten dennoch räumliche Entwicklungsmöglichkeiten bestehen, ist eine intensive Vorhabenprüfung, bei der u.a. die Frage zu klären ist, inwieweit der künftige Betrieb auch tatsächlich als Frequenzbringer fungiert, erforderlich. So kann beispielsweise ein am Rand des Zentrums gelegener Lebensmittelbetrieb mit einem vorgelagerten Parkplatz und einer mangelnden fußläufigen Anbindung an das bestehende Zentrum



nur bedingt Magnetwirkung entfalten. Ein überdimensioniertes, introvertiertes Einkaufszentrum wird eher als "Staubsauger"⁹ wirken und somit die bestehenden städtebaulich-funktionalen Probleme im Stadtteilzentrum eher verstärken.

Wichtige Bedingungen für die erfolgreiche Ansiedlung eines Frequenzbringers sind

- die Lage innerhalb des Zentrums,
- die maßstabsgerechte Dimensionierung,
- die städtebauliche Einbindung in das bestehende Zentrum und
- eine anspruchsvolle Architektur mit einer "Öffnung" (Orientierung der Eingänge) zum Zentrumsbereich.

4.4 FLÄCHENERWERB ZUR AKTIVIERUNG UND STANDORTENTWICKLUNG

Bei der Begehung der Stadtteilzentren zeigte sich, dass bestimmte städtebaulich-funktionale Defizite, die bereits 2008 festgestellt wurden, weiterhin bestehen. Die Ursachen für diese längerfristigen Missstände sind vielfältig und teilweise in komplizierten Eigentümerstrukturen zu suchen und/ oder in der mangelnden Bereitschaft der Eigentümer tätig zu werden. Die Erfahrungen in anderen Städten haben gezeigt, dass eine Kommune durch den Erwerb von privaten Grundstücken aktiv in die Zentrenentwicklung eingreifen und damit solche nahezu unlösbaren Probleme aktiv angehen kann. Vor diesem Hintergrund ist im Sinne einer Stärkung der Stadtteilzentren der Erwerb von Schlüsselgrundstücken durch die Stadt Stuttgart zu empfehlen.

4.5 STÄDTEBAULICHE SANIERUNGSMABNAHME § 136 BAUGESETZBUCH

Städtebauliche Sanierungsmaßnahmen sind gemäß § 136 Abs. 2 BauGB komplexe Gesamtmaßnahmen, durch die ein Gebiet zur Behebung städtebaulicher Missstände wesentlich verbessert oder umgestaltet wird und deren einheitliche Vorbereitung und zügige Durchführung im öffentlichen Interesse liegt.

Im Stadtteilzentrum Zuffenhausen läuft bereits eine städtebauliche Sanierungsmaßnahme, im Stadtteilzentrum Vaihingen ist eine in Vorbereitung. Für die anderen Zentren sollte geprüft werden, inwieweit eine städtebauliche Sanierungsmaßnahme

⁹ Noch vorhandene Betriebe im Umfeld des neuen Einkaufszentrums ziehen mangels Passantenfrequenz auch in das Einkaufszentrum. Somit verschärfen sich die funktionalen (Leerstände, Mindernutzungen) und städtebaulichen Probleme.



geeignet ist, um bestehende Missstände zu beheben. Dies gilt insbesondere für das Stadtteilzentrum Bad Cannstatt.

Das Städtebauförderprogramm "Aktive Stadt- und Ortsteilzentren" wurde 2008 ausgehend von Bund und Ländern entwickelt. Zentrales Ziel des Förderprogramms ist die Stärkung von zentralen Bereichen, die Funktionsverluste und städtebauliche Defizite aufweisen. Anliegen des Zentrenprogramms ist es, "die stadtbaukulturelle Substanz, die städtebauliche Funktionsfähigkeit, die soziale Vitalität und den kulturellen Reichtum der Innenstädte, Stadtteil- und Ortsteilzentren zu erhalten bzw. wiederzugewinnen"¹⁰. Mit den finanziellen Mitteln sollen also zukunftsfähige, attraktive Stadtteilzentren mit hohem Identifikationspotenzial entwickelt werden.

Die Entwicklung der Zentren ist im Rahmen ganzheitlicher und umfassender Konzepte zu planen. Voraussetzung für die Aufnahme in das Förderprogramm ist die Erstellung eines integrierten Handlungskonzeptes, in dem vorausschauendes Handeln gefördert und die komplexen Aufgaben aufeinander abgestimmt werden können. Wesentliche Punkte des Planungsprozesses eines integrierten Handlungskonzeptes sind, neben der Bearbeitung unterschiedlicher Handlungsfelder, die Beteiligung wichtiger Akteure und Betroffener und die stetige partnerschaftliche Zusammenarbeit.

Fördermittel von Bund und Ländern können unter anderem für Maßnahmen der Standortaufwertung, die Aufwertung des öffentlichen Raumes, Instandsetzungs- und Modernisierungsmaßnahmen, Citymanagement sowie Teilfinanzierung von Verfügungsfonds eingesetzt werden.¹¹

Inhaltlich stellt das Programm "Aktive Stadt- und Ortsteilzentren" genau auf die vorliegende Problematik der Stuttgarter Stadtteilzentren ab. Inwieweit das Förderprogramm ein geeignetes Instrument zur Verbesserung der Situation in den Stuttgarter Zentren darstellt, sollte deshalb geprüft werden.

¹⁰ Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (Hrsg.): Aktive Stadt- und Ortsteilzentren - Das Zentrenprogramm der Städtebauförderung. 2009

¹¹ vgl. ebd.



4.6 STÄRKUNG DER WOHNFUNCTION IN DEN ZENTREN

In allen durch das Büro Dr. Acocella durchgeführten Passantenbefragungen in mehr als 40 unterschiedlichen Städten wird jeweils die Nähe zum Wohnort als Hauptmotiv für den Einkauf in einem Zentrum benannt. Diese Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung der Wohnfunktion für die Entwicklung der Zentren. Eine Stärkung der Wohnfunktion stellt somit eine wichtige Maßnahme zur Stärkung der Zentren dar.

In allen untersuchten Zentren hat sich gezeigt, dass es Randbereiche und Nebenlagen gibt, die auf Grund ihrer baulichen Strukturen und der sonstigen Rahmenbedingungen (u.a. Ausdehnung Zentrum, neue Handelsschwerpunkte) auch künftig keine Einzelhandels- und Dienstleistungsstandorte mehr sein werden. Hier sollte geprüft werden, inwieweit diese Bereiche, ggf. durch kommunale Förderung, zu Gunsten der Wohnnutzung umgebaut werden könnten und welche Wohnformen (u.a. studentisches Wohnen, Mehrgenerationenwohnen, Boardinghouse) für die jeweiligen Standorte geeignet wären.

4.7 GESETZ ZUR STÄRKUNG DER QUARTIERSENTWICKLUNG DURCH PRIVATINITIATIVE (GQP)

Als eine weitere Möglichkeit zur Stärkung der Stadtteilzentren wurde auch in den Workshops in den Stadtteilzentren die Einrichtung von sogenannten "eigentümergeprägten Aufwertungsbereichen" diskutiert, die auf Grundlage des Gesetzes zur Stärkung der Quartiersentwicklung durch Privatinitiative (GQP) ausgewiesen werden könnten, um Maßnahmen zur Aufwertung der Stadtteilzentren zu initiieren und durchzuführen.

Der Landtag (in Baden-Württemberg) hatte am 26. November 2014 das Gesetz zur Stärkung der Quartiersentwicklung durch Privatinitiative (GQP) beschlossen. Das Gesetz ist die Voraussetzung dafür, dass seit 2015 auch in Baden-Württemberg so genannte "Urban Improvement Districts" (UID) oder "Business Improvement Districts" (BID) eingerichtet werden können. Mit dem GQP werden neue Chancen zur Stärkung von Einzelhandels- und Dienstleistungszentren, zur Steigerung der Attraktivität von Innenstädten und Stadtteilzentren und der Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt eröffnet. Dabei handelt es sich um ein Angebot vor allem für den Einzelhandel in zentralen Geschäftslagen. Wenn sich in einem Stadtquartier eine Gemeinschaft ein gutes Konzept einfallen lässt, um für mehr Attraktivität zu



sorgen, dann kann die Gemeinde dafür den notwendigen rechtlichen Rahmen schaffen, damit alle Grundstückseigentümer mitbezahlen, die einen Nutzen davon haben.

Für das Antragsverfahren muss sich eine Quartiersgemeinschaft bilden und 15 Prozent der Grundstückseigentümer mit 15 Prozent der Fläche hinter einem Antrag auf Bildung eines eigentümergetragenen Aufwertungsbereichs stehen. Die Gemeinde kann einen Antrag für einen „eigentümergetragenen Aufwertungsbereich“ auch ablehnen. Entspricht das Maßnahmenkonzept des Antrags den städtebaulichen Zielen der Gemeinde, kann diese eine auf maximal fünf Jahre befristete Satzung über die Bildung eines eigentümergetragenen Aufwertungsbereichs erlassen. Voraussetzung dafür ist, dass nicht mehr als ein Drittel der Abgabepflichtigen, oder Abgabepflichtige mit maximal einem Drittel der Fläche widersprechen. Zwischen Gemeinde und Quartiersgemeinschaft wird ein öffentlich-rechtlicher Vertrag zur Einhaltung der Pflichten, Ziele und Aufgaben abgeschlossen.

Die IHK Baden-Württemberg hat in Kooperation mit dem Handelsverband Baden-Württemberg und dem Ministerium für Finanzen und Wirtschaft einen Leitfaden zum GQP herausgegeben. (...) UID- und BID-Gesetze gibt es derzeit in den Ländern Berlin, Bremen, Hamburg, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Saarland, Sachsen und Schleswig-Holstein und seit dem 1. Januar 2015 auch in Baden-Württemberg.¹²

Angesichts eines hohen Organisations- und Abstimmungsaufwandes sollte die Einrichtung eines solchen Instrumentes gut überlegt sein. Von städtischer Seite ist zunächst zu prüfen, in welchen der sechs untersuchten Stadtteilzentren die Einrichtung eines eigentümergetragenen Aufwertungsbereiches sinnvoll sein könnte.

Die Quartiersentwicklung durch Privatinitiative besitzt einen hohen Eigenwert, da sich die in einem abgrenzbaren Quartier befindlichen Eigentümer aktiv zusammenschließen und abstimmen müssen, um aktiv zu werden. Ist dies schließlich getan, können abgestimmte Maßnahmen mit hoher Identifikation der Beteiligten angegangen und umgesetzt werden. Bereits im Vorfeld des Projektes Stadtteilzentren Konk-

¹² <https://wm.baden-wuerttemberg.de/de/bauen/staedtebaufoerderung/gesetz-zur-staerkung-der-quartiersentwicklung-durch-privatinitiative>



ret hatte sich eine entsprechende Quartiersinitiative in Untertürkheim auf der Grundlage des GQP gebildet.

Nachfolgend werden die Grundzüge dieses Quartiersentwicklungsansatzes kurz erläutert:

Im November 2014 hat der Landtag das Gesetz zur Stärkung der Quartiersentwicklung durch Privatinitiative beschlossen, zum 1. Januar 2015 trat das Gesetz in Kraft. Dadurch kann das Konzept der Business Improvement District (BID, in BW eigentümergelegene Aufwertungsbereiche) auch in Baden-Württemberg angewandt werden.

Mit einem GQP besteht die Möglichkeit, die Kosten vorher abgestimmter Maßnahmen in einem Bereich auf alle Haus- und Grundstücksbesitzer umzulegen. Es geht um den Werterhalt der Immobilien, ebenso sollen Trading-Down Ansätze verhindert werden. Es werden gemeinsame Vorstellungen zur Verbesserung der Situation entwickelt und diese dann gemeinsam finanziell realisiert.

Verfahrensablauf

1. Vorbereitungsphase

- a) Bildung einer örtlichen Initiative durch Grundeigentümer und Gewerbetreibende
 - Entwicklung von Ideen
 - Prüfen der Interessenslagen
 - Betroffenheit festlegen
 - Abgrenzung des potentiellen Aufwertungsbereiches
 - Kontaktaufnahme mit der Kommune
- b) Konkretisierung der Idee und Gründung einer Quartiersgemeinschaft
 - Situationsanalyse
 - genaue Abgrenzung des Aufwertungsbereiches
 - Information und Diskussion mit den örtlichen betroffenen Grundeigentümern und Gewerbetreibenden
 - Einwerbung von möglichst vielen Mitstreitern
 - Erstellung eines Maßnahmen- und Finanzierungskonzeptes (inkl. vorgesehene Verteilungsmaßstab)
 - Gründung einer Quartiersgemeinschaft von möglichst vielen Mitstreitern
- c) Antragstellung (§ 3 GQP)



- Quartiersgemeinschaft stellt förmlichen Antrag auf Gründung eines eigentümergezogener Aufwertungsbereich
- bindende Maßnahmen- und Finanzpläne müssen bereits vorhanden sein
- schriftliche Zustimmung von mind. 15% der Eigentümer des Aufwertungsbereiches, deren Grundstücksfläche auch mind. 15% der Fläche des Aufwertungsbereiches ausmachen, muss vorliegen, ansonsten scheitert die Antragstellung

2. Gründungs- und Entscheidungsphase

d) öffentliche Auslegung/ Anhörungsverfahren durch die Kommune (§ 4 GQP)

- Auslegung der Unterlagen für die Dauer eines Monats
- Information aller Abgabepflichtigen und Träger öffentlicher Belange durch die Kommune
- Kommune muss den Antrag ablehnen, wenn mehr als ein Drittel der Abgabepflichtigen oder Abgabepflichtige, deren Grundstücksflächen insgesamt mehr als ein Drittel der Fläche des Aufwertungsbereiches umfassen, Einwendungen erheben

e) Einrichtung des Aufwertungsbereiches

- öffentlich-rechtlicher Vertrag zwischen Quartiersgemeinschaft und Kommune
- Kommune beschließt den eigentümergezogenen Aufwertungsbereich als Satzung für maximal 5 Jahre (enthält u.a. Maßnahmen, Finanzierung, Abgabefestsetzung, Laufzeit und Aufwertungsbereich)

3. Umsetzungsphase

f) Durchführung der Maßnahmen durch den Aufgabenträger

- Abgabenerhebung auf Grundlage des jährlichen Maßnahmen- und Finanzierungsplans durch die Kommune (§ 6 GQP)
- Realisierung der standortbezogenen Maßnahmen durch den Aufgabenträger
- Kommune prüft mindestens jährlich die ordnungs- und zweckmäßige Mittelverwendung (§ 7 GQP)

Die Einrichtung eines solchen GQP ist kein Allheilmittel für die Entwicklung strukturschwacher Stadtteilzentren, sondern kann lediglich private Aktivitäten fördern und lenken. Wesentliche Voraussetzung dabei ist die Unterstützung der Stadt bei der Einrichtung und Umsetzung des GQP.



Kritisch kann u.U. das Verhältnis zwischen dem aufwändigen Verfahrensablauf und den tatsächlich im Stadtteilzentrum umgesetzten Maßnahmen bewertet werden. Darüber hinaus besteht die Gefahr, dass einige Maßnahmen den Bestrebungen der Stadt zur Gestaltung und Nutzung des öffentlichen Raumes entgegenstehen und möglicherweise längerfristige Konzepte konterkarieren. Ist der Abstimmungsprozess mit der Stadt zu langwierig und "einschränkend" besteht andererseits die Gefahr, dass die privaten Akteure das Interesse verlieren.

Grundsätzlich stellt sich die Frage, ob die Kosten, die für die Stadt Stuttgart für die Einrichtung und Betreuung eines eigentümergelegenen Aufwertungsbereiches anfallen, nicht wirksamer und effizienter für konkrete Maßnahmen direkt in den Zentren investiert würden.

4.8 KOMMUNALER INVESTITIONSFONDS

Die positive Sicherung und Entwicklung der städtebaulich-funktionalen Situation der Zentren ist ohne Investitionen im öffentlichen und privaten Bereich nicht zu bewältigen. Öffentliche Investitionen, insbesondere in den öffentlichen Raum, induzieren private Investitionen in mehrfachem Umfang der öffentlichen Summen, wie aus der Erfahrung mit dem Investitionsverhalten in städtebaulichen Sanierungsgebieten bekannt ist. Allerdings werden in diesem Kontext die privaten Investitionen, sofern sie sich im Förderrahmen bewegen, bezuschusst.

Da die Festsetzung von Sanierungsgebieten einen langen Vorbereitungszeitraum umfaßt und ggf. bis zur Bewilligung ebenfalls erhebliche Zeiträume vergehen können, da diese Landesförderungen regelmäßig überzeichnet sind, erscheint die Aktivierung eigener kommunaler Fördermittel ein sinnvoller Weg zu sein, um den Investitionsstau vor Ort aufzulösen bzw. eine Investitionsspirale in Gang zu setzen.

Über einen Investitionsfonds könnten Mittel zur planerischen Vorbereitung und Durchführung von Planungsaufgaben wie, z.B. Wettbewerben bis hin zur Umsetzung von konkreten Entwicklungsmaßnahmen im öffentlichen Raum oder zum gezielten städtebaulich relevanten Immobilienerwerb zur Verfügung gestellt werden. Andererseits müssten auch die privaten Immobilieneigentümer und Gewerbetreibenden bei Maßnahmen unterstützt werden, die der städtebaulich-funktionalen Sicherung und Entwicklung der Zentren dienen.

Dieser Investitionsfonds soll sich nicht auf ein Haushaltsjahr bzw. Doppelhaushaltsjahr beschränken, sondern müsste auch Planungsphasen beinhalten, so dass der



Investitionsfond über einen noch zu definierenden Zeitraum (z.B. 5 oder 10 Jahre) mit entsprechenden Finanzmitteln ausgestattet werden muss. Neben Fragen der Laufzeit und des Verwendungszwecks der investiven Mittel, müssten die Voraussetzungen für die Inanspruchnahme und deren maximale Höhe, relativ und absolut, definiert werden. Diese könnten auch als Förderrichtlinien bezeichnet werden.

4.9 FÖRDERPROGRAMM ZUR REVITALISIERUNG VON LADENLOKALEN BZW. ZUR ENTWICKLUNG VON ADÄQUATEN LADENFLÄCHEN

Insbesondere die Zentren von kleineren Stadtteilen bzw. in Altstadtstrukturen entstehen immer mehr Leerstände auf Grund zu geringer Ladengrößen. Ladenflächen mit 100 m² und weniger sind auf Grund der Wettbewerbssituation mit wenigen sortimentsbezogenen Ausnahmen – z.B. Uhren/ Schmuck oder Spezialanbieter – kaum noch wettbewerbsfähig, weil auf diesen Flächen keine Möglichkeit besteht, die Sortimentskompetenz (Breite und Tiefe des Angebots) kundenfreundlich anzubieten. Es bedarf einer Mindestfläche zur Warenpräsentation, eine Mindestfläche für den Kassenbereich, in Bekleidungsgeschäften eine Mindestfläche für bequeme Anprobe etc. Zusätzlich könnten Online-Angebote zum erhöhten Bedarf von Lagerflächen führen bzw. könnten digitalbasierte Angebote im Ladengeschäft weitere Flächen in Anspruch nehmen, weil dann quasi zwei Betriebsformen in einem betrieben werden.

In einer weitgehend gesättigten Struktur muss der Kundschaft ein entsprechendes Einkaufserlebnis bzw. – ambiente geboten werden: Kaffeeecke im Buchladen oder Frisör, Sitzgelegenheiten für Begleitungen in Bekleidungsgeschäften, Fläche zur Schuhanprobe und "Gehversuchen", Spielecken usw.

Ein moderner Einzelhandelsbetrieb besteht aus weitaus mehr als nur aus "Warenpräsentation und Verkaufstheke", was letztlich insgesamt zu erhöhten Flächenbedürfnissen führt.

Eine Vergrößerung der Ladenflächen am Standort - Standortwechsel ist mit zusätzlichem Werbeaufwand verbunden - ist schon immobilienwirtschaftlich eine Herausforderung, weil es eher die Ausnahme ist, dass zwei benachbarte Gebäude demselben Eigentümer bzw. derselben Eigentümerin gehören. Oft fehlt schon bei den Immobilieneigentümern das spezifische Know-how, um so einen Ladenverbund zu organisieren. Häufig sind auch fiskalische Aspekte für eine Zusammenführung von Ladeneinheiten hinderlich. Darüber hinaus sind möglicherweise (zusätzlich) andere ei-



gentumsrechtliche, baurechtliche oder baustatische Fragen zu klären, bevor eine Ladenflächenfusion überhaupt geplant werden kann.

Die vielen offenen Fragen, die vor der Inbetriebnahme einer erweiterten Ladenfläche geklärt werden müssen, sind mit Verfahrensschritten und Kosten verbunden, die für inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe abschreckend sein können.

Um die Möglichkeiten für die oft betriebswirtschaftlich notwendige Erweiterung von Leerständen bzw. vorhandenen Einzelhandelsbetrieben soweit, wie möglich nutzen zu können, sollten die u.U. unrentierlichen Vorlaufkosten für Immobilieneigentümerinnen und Immobilieneigentümer sowie den Nutzern der Ladenflächen durch entsprechende Förderprogrammen minimiert werden. Das Förderprogramm sollte sich daher an beide Parteien richten und sollte sich auf investive Kosten beschränken. Als investiv sind auch alle vorbereitenden Kosten wie z.B. fiskalische oder bauliche Vorklärungen zu verstehen. Die genauen Modalitäten des Förderprogramms sind bei einem positiven Beschluss hierzu auszuarbeiten.

4.10 LADENZENTREN IN WEG-EIGENTUM (U.A. LÖWENMARKT, STORCHENMARKT) - PROBLEMATIK UND LÖSUNGSANSÄTZE

In den 1970er und 80er Jahren wurden zahlreiche Immobilienobjekte mit gemischten Nutzungen im Teileigentum errichtet. In den Zentren verursachen diese Objekte städtebauliche und funktionale Probleme, wenn in diesen auch Einzelhandel untergebracht ist. Die technischen, baulichen, atmosphärischen und funktionalen Ansprüche an diese Gebäude haben sich seit ihrer Errichtung erheblich verändert. Viele dieser kleinen und mittleren Einkaufszentren wurden mit Wohnen und Büros kombiniert, so dass eine weitverzweigte und inhomogene – wohnungsbezogene und gewerbliche/ freiberufliche Selbstnutzende, private und institutionelle Anleger – Eigentümerstruktur besteht, die unterschiedliche Interessen und finanzielle Möglichkeiten zur Nachinvestition hat. Augenscheinlich ist eine Folge dieser z.T. differenzierten Eigentümerstrukturen oftmals ein erheblicher Investitionsstau, weil bei Investitionsentscheidungen, wenn überhaupt, anscheinend nur zwingend erforderliche Maßnahmen durchgeführt wurden. Durchgreifende Investitionen z.B. zur Anpassung des Einzelhandelsbereiches an moderne Anforderungen hätten erhebliche finanzielle Aufwendungen erfordert, die entweder nicht gewollt waren oder an den finanziellen Möglichkeiten einzelner gescheitert zu sein scheinen. Unabhängig von diesen Hin-



tergründen sind durchgreifende bauliche und strukturelle Veränderungen erforderlich, um die funktionale Bedeutung dieser Anlagen zu sichern und die städtebaulichen Qualitäten wieder herzustellen.

Zwei grundsätzliche Wege ergeben sich:

1. Es gelingt, mit den Eigentümerinnen und Eigentümern eine Projektentwicklung zu initiieren, um das Objekt wieder zeitgemäß zu positionieren und damit wettbewerbsfähige Ladenkonzepte zu ermöglichen. In diesem Fall könnte die Stadt eine koordinierende Aufgabe übernehmen, um die notwendigen behördlichen Verfahrensgänge zu vereinfachen. Darüber hinaus könnte die Stadt prüfen, welche Fördermöglichkeiten, ggf. auch eigens durch die Stadt geschaffene Rahmenbedingungen, aktiviert werden können, um die Investitionen auch für private Anleger/ Nutzer leistbar zu machen.
2. Es gelingt – aus welchen Gründen auch immer - nicht, insbesondere die Eigentümer der Ladeneinheiten zu einem Relaunch des Objektes zu bewegen, muss die Stadt versuchen, ins Zwischeneigentum zu kommen, um eine erforderliche Projektentwicklung mit entsprechenden Investoren/ Betreibern zu befördern. Nach erfolgter Restrukturierung sollte ein entsprechender Weiterverkauf erfolgen. Ein bisher erfolgreiches Beispiel ist das Marstall-Center in Ludwigsburg.

Im Extremfall erreichen die notwendigen Restrukturierungskosten Dimensionen, die betriebswirtschaftlich einen Gesamtabriss nahe legen. Dies ist allerdings mit erheblichen Hürden verbunden: Wohin mit den aktuellen Nutzern? Wie können die Eigentümer den Erlös wirtschaftlich vertretbar wieder reinvestieren?

Auch wenn dieses extreme Szenario mit zusätzlichen Schwierigkeiten verbunden sein wird, sollte es dennoch als eine mögliche Variante untersucht werden.



5. HANDLUNGSKONZEPT - STADTTEILZENTREN

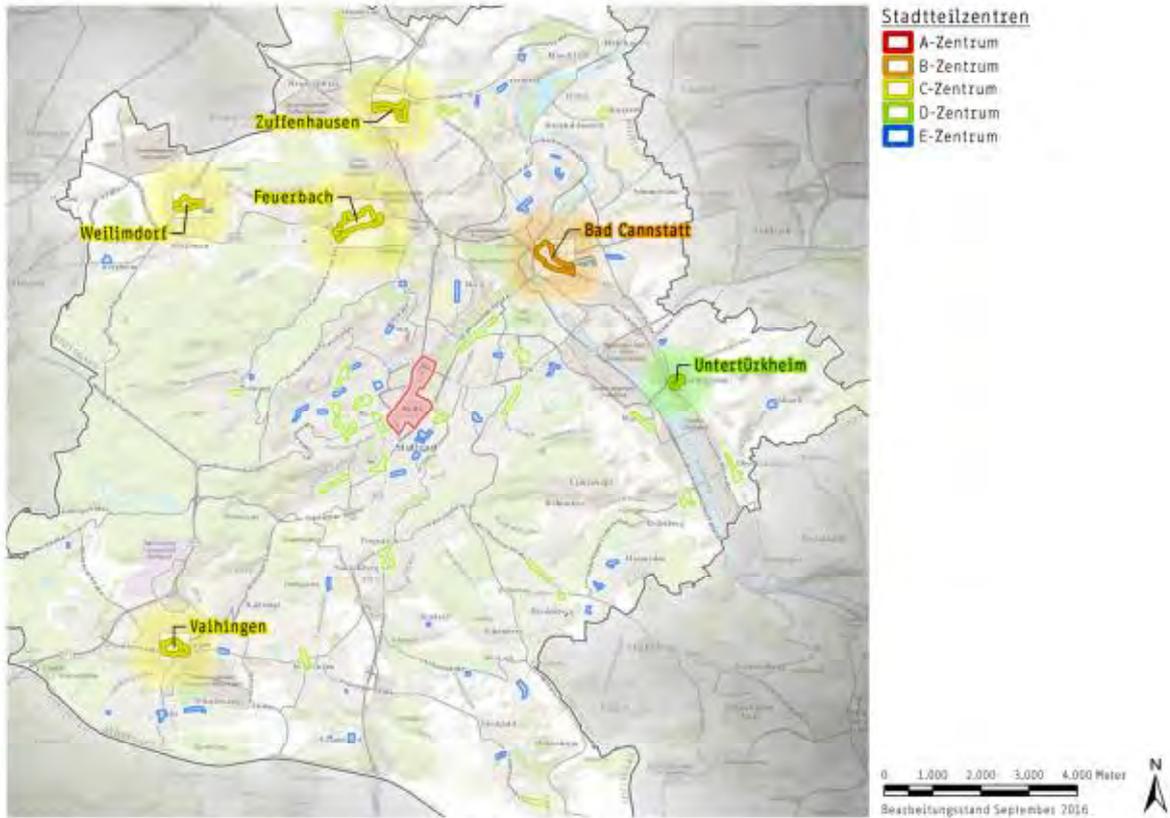
In den nachfolgenden Kapiteln werden die Analyseergebnisse und die Handlungsempfehlungen für die sechs untersuchten Stuttgarter Zentren dargestellt. Untersuchungsraum der Zentren ist der jeweilige im Einzelhandelskonzept der Stadt Stuttgart dargestellte zentrale Versorgungsbereich. Entsprechend dem Einzelhandelskonzept handelt es sich mit Ausnahme von Bad Cannstatt und Untertürkheim bei den zu untersuchenden Zentren um C-Zentren. Bad Cannstatt ist das einzige Stuttgarter B-Zentrum und Untertürkheim wurde auf Grund seines eher geringen Angebotes als D-Zentrum eingestuft.

Die städtebaulich-funktionalen Analyse ist dabei im Wesentlichen das Ergebnis der Erhebung und Begehung durch das Büro Dr. Acocella. In den Gesprächen und Workshops bestand grundsätzlich Konsens über die jeweilige Bewertung der Stadtteilzentren durch das Büro Dr. Acocella. Eine zusammenfassende Bewertung der wichtigsten Stärken und Schwächen ist am Ende von jedem Analyse-Kapitel dargestellt.

Für die Handlungsempfehlungen wurden bereits im ersten Workshop Ideen und Maßnahmen von den Teilnehmern entwickelt, die in der Folge durch das Büro Dr. Acocella z.T. aufgenommen, weiterentwickelt und ergänzt wurden. Die Handlungsempfehlungen wurden dann im zweiten Workshop vorgestellt, diskutiert und z.T. durch die Teilnehmer ergänzt. Für jedes Stadtteilzentrum wurden von den Teilnehmern die Schlüsselmaßnahmen benannt.



Karte 1: Untersuchungsstandorte



Quelle: eigene Darstellung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

In Bezug auf das aktuelle Einzelhandelsangebot zeigt sich, dass Bad Cannstatt und Feuerbach die beiden größten Zentren darstellen. Das Zentrum von Untertürkheim weist mit lediglich 22 Betrieben und einer Verkaufsfläche von weniger als 3.000 m² das geringste Einzelhandelsangebot der sechs untersuchten Zentren auf.

Abb. 3: Einzelhandelsangebot in den Zentren 2016

Zentraler Versorgungsbereich	Bad Cannstatt	Feuerbach	Vaihingen	Weilimdorf	Zuffenhausen	Untertürkheim
Betriebe	149	103	76	56	65	22
Verkaufsfläche (m ²)	38.550	37.425	27.325	8.900	10.625	2.750
Umsatz (Mio. €)	181,8	160,0	169,4	51,6	58,2	14,3

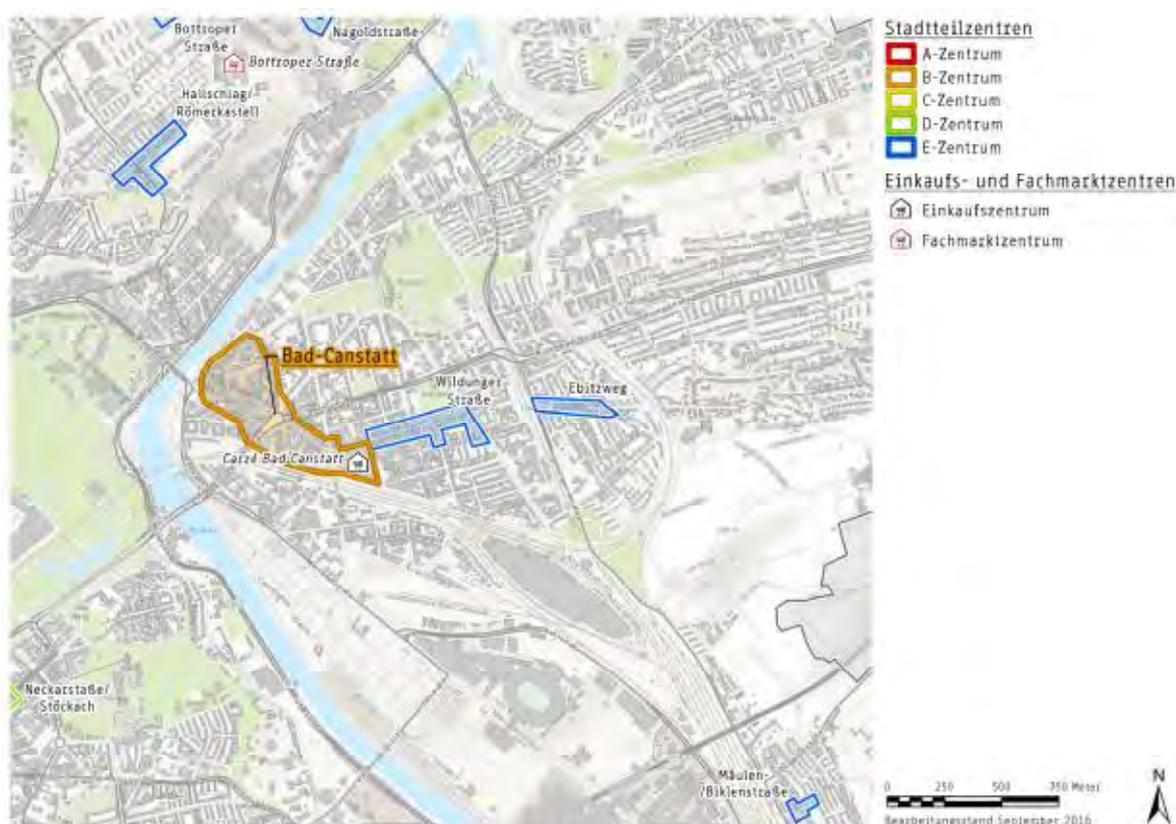
Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

5.1 BAD CANNSTATT

5.1.1 Städtebaulich-funktionale Analyse

Das Zentrum Bad Cannstatt ist das einzige B-Zentrum innerhalb der Stuttgarter Zentrenstruktur und stellt im Stadtbezirk Bad Cannstatt das größte Zentrum dar. Die nahe gelegene Innenstadt und das Einkaufszentrum Milaneo sind die wichtigsten Konkurrenzstandorte für das Stadtteilzentrum. Das Zentrum erstreckt sich im Wesentlichen beidseitig des Wilhelmplatzes entlang der Marktstraße und der Seelbergstraße.

Karte 2: Stadtteilzentrum Bad Cannstatt und Umfeld



Quelle: eigene Darstellung 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Im Vergleich zu 2008 hat sich das Einzelhandelsangebot im Zentrum Bad Cannstatt – ebenso wie in den anderen fünf Zentren - rückläufig entwickelt. Während die Betriebe und Verkaufsflächen über 10% gesunken sind, ist die Anzahl der Leerstände weitgehend konstant geblieben.



Abb. 4: Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Bad Cannstatt 2016 im Vergleich zu 2008

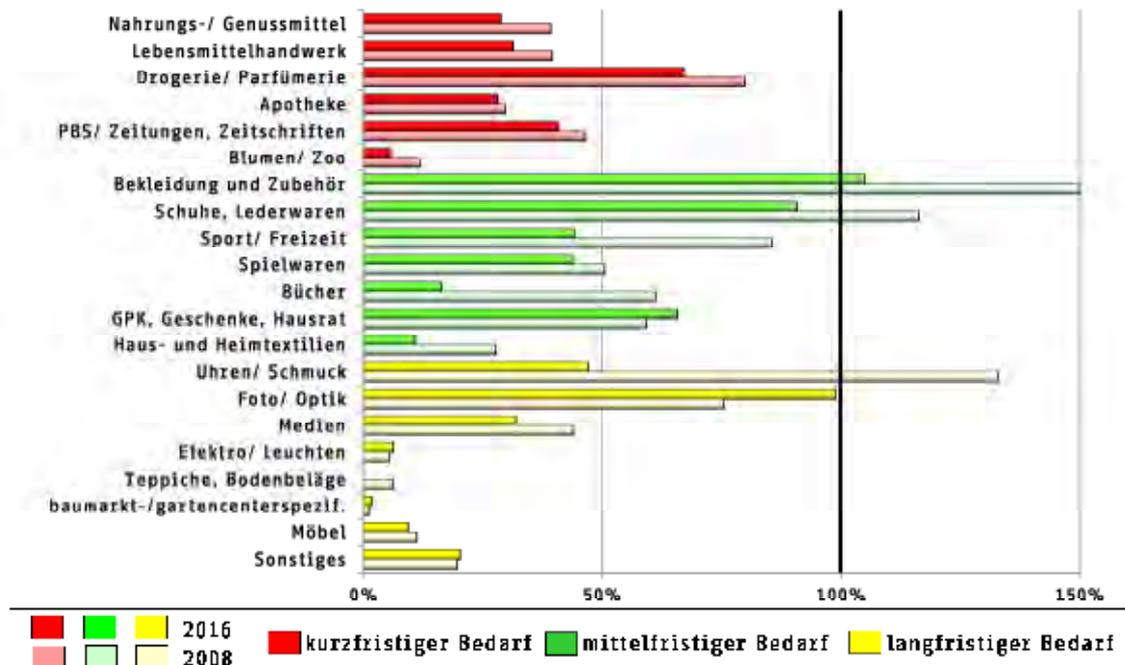
	2016	2008	Veränderung in %
Betriebe	149	170	- 12%
Verkaufsfläche (m ²)	38.550	44.350	- 13%
Leerstände	21	20	

Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Die **unechte Bindungsquote** errechnet sich, indem der im zentralen Versorgungsbereich Bad Cannstatt erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft des gesamten Stadtbezirkes gesetzt wird.

Die unechten Bindungsquoten verdeutlichen das weiterhin bestehende vielfältige Einzelhandelsangebot in den klassischen zentrenrelevanten Sortimentsbereichen (u.a. Bekleidung, Schuhe, Foto, Optik). In den meisten Sortimentsbereichen sind rückläufige Bindungsquoten im Vergleich zu 2008 zu verzeichnen.

Abb. 5: unechte Bindungsquoten Stadtteilzentrum Bad Cannstatt 2016 im Vergleich zu 2008

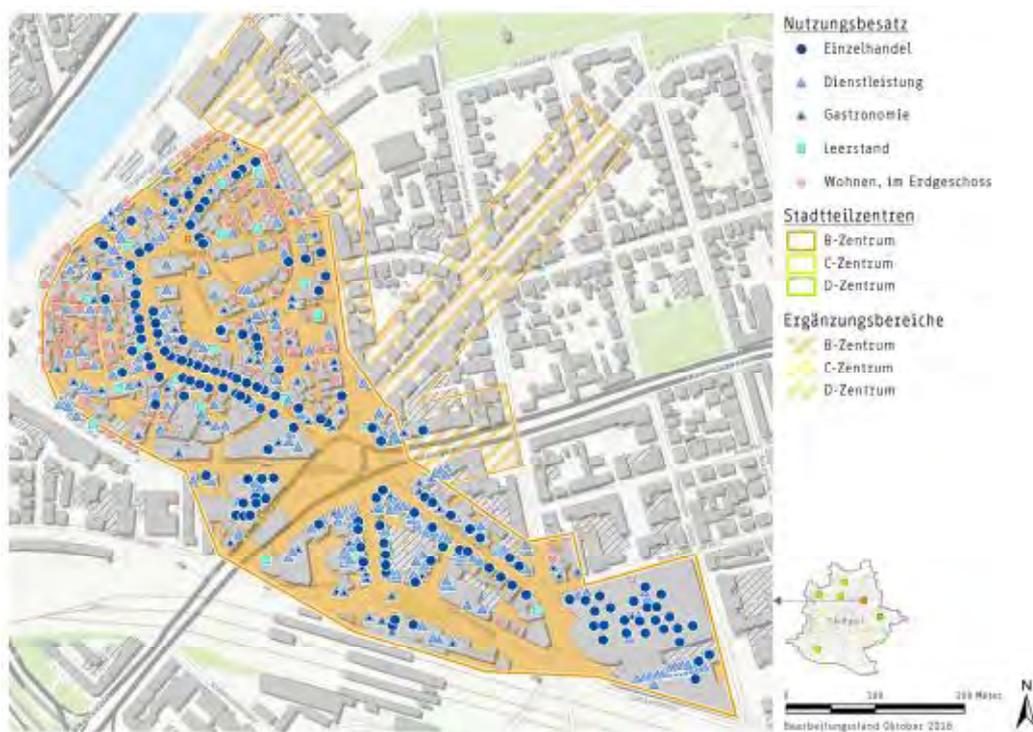


PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Die Analyse der Nutzungsstruktur zeigt eine Konzentration des Einzelhandelsangebots im Bereich der Marktstraße und am Cannstatter Carreé. Auffällig ist zudem der hohe Wohnanteil in den Erdgeschosszonen im Altstadtbereich abseits der Marktstraße.

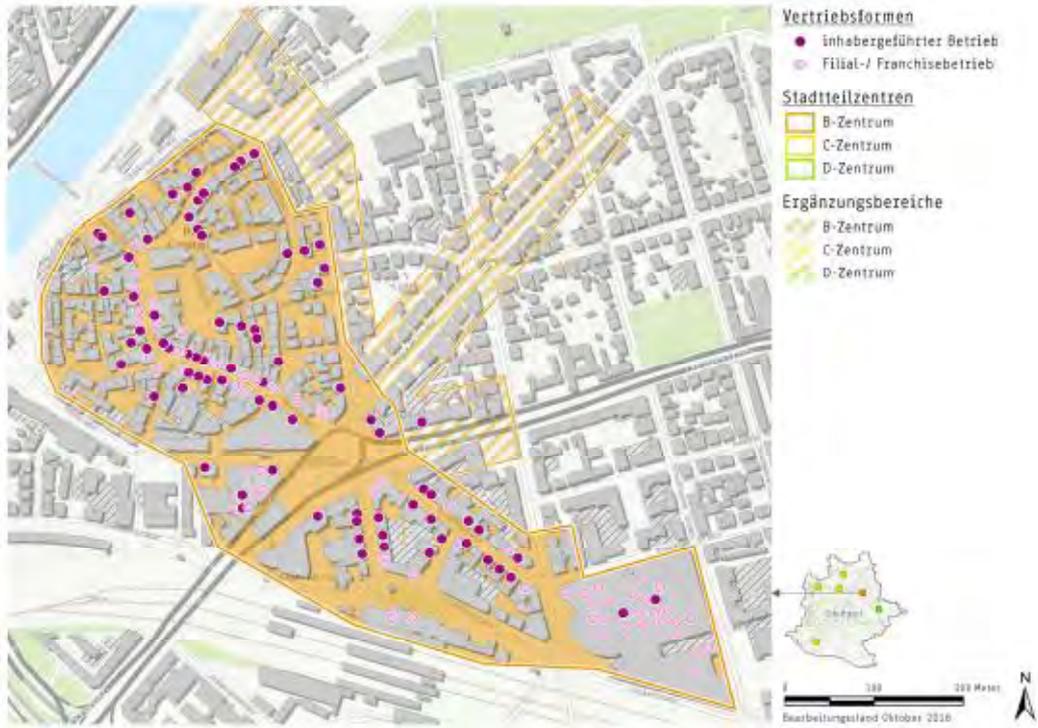
Karte 3: Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Nutzungsstruktur



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

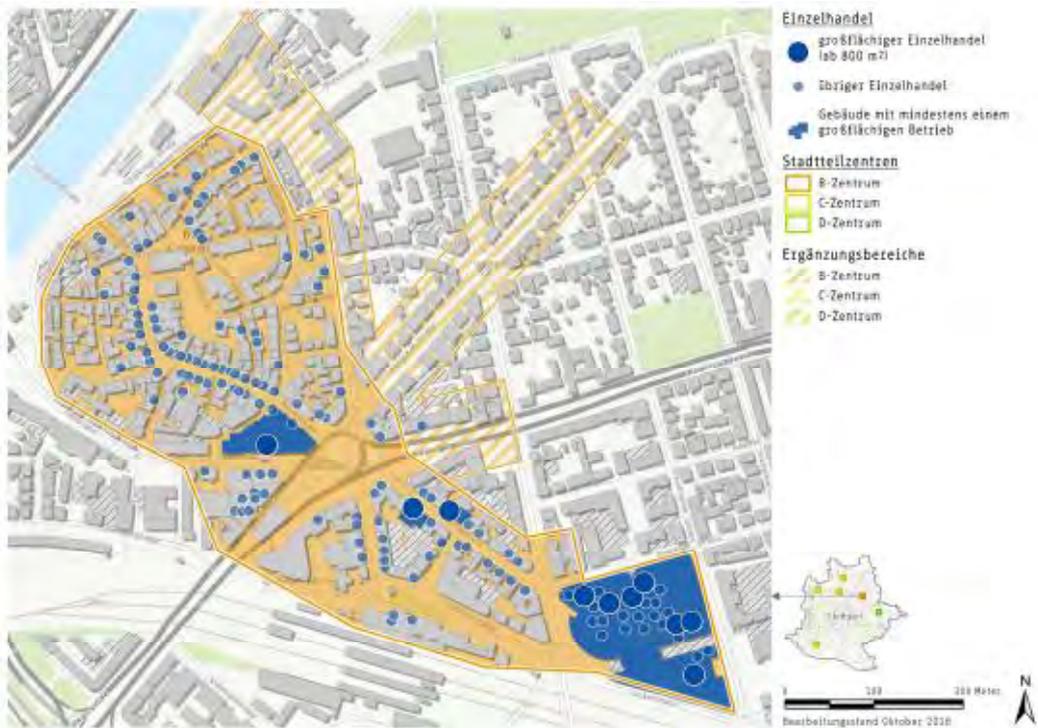


Karte 4: Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Vertriebsformen im Einzelhandel



Quelle: eigene Darstellung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 5: Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Magnetbetriebe



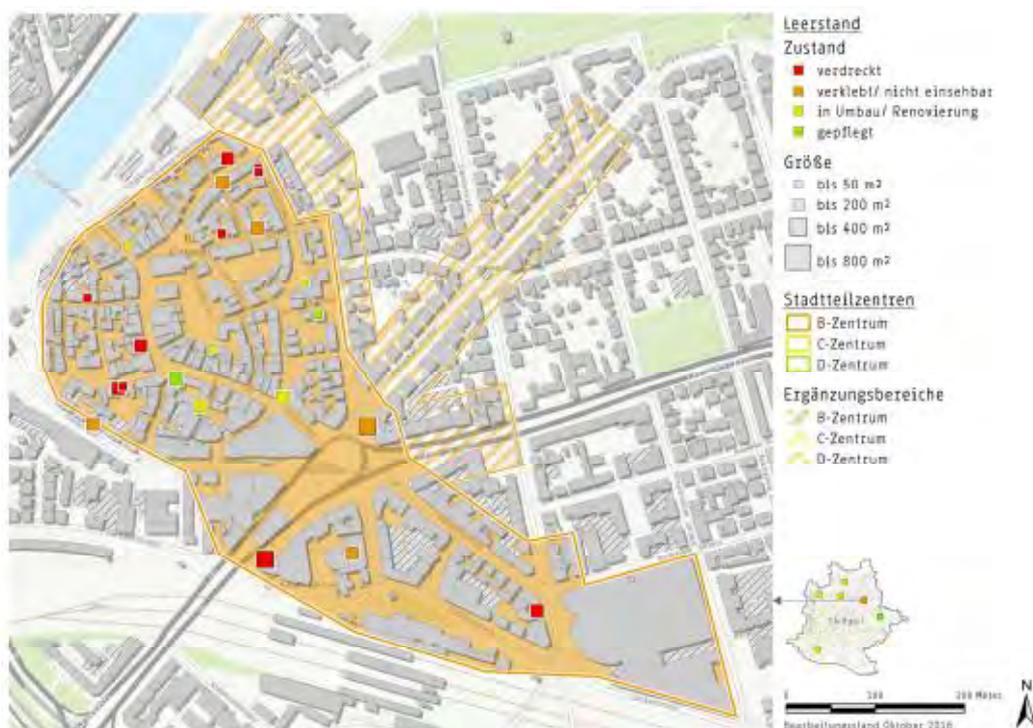
Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Die Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe in der Cannstatter Altstadt können kaum von den Magnetbetrieben Cannsatter Carreé profitieren, da dieses am äußersten östlichen Rand des Zentrums liegt (vgl. Karte 5). Die Entfernung ist mit 300 Metern entlang der Seelbergstraße relativ hoch; zudem übt der verkehrsreiche Wilhelmsplatz erhebliche Trennwirkung aus. Einziger Magnetbetrieb im Altstadtbereich ist der modernisierungsbedürftige Kaufhofkomplex.

In Karte 6 wird deutlich, dass sich die Leerstände überwiegend im Altstadtbereich befinden. Hierbei handelt es sich doch überwiegend um kleinere Leerstände in den Nebenlagen der Marktstraße. Zwei größere Leerstände befinden sich im Bereich um den Wilhelmsplatz.

Das Preisniveau ist im Handels- und Gastronomiebereich überwiegend mittelpreisig. Im Bahnhofsbereich gibt es zudem auch viele niedrigpreisige Angebote, während im Altstadtbereich auch einige höherpreisige Angebote zu finden sind (vgl. Karte 7).

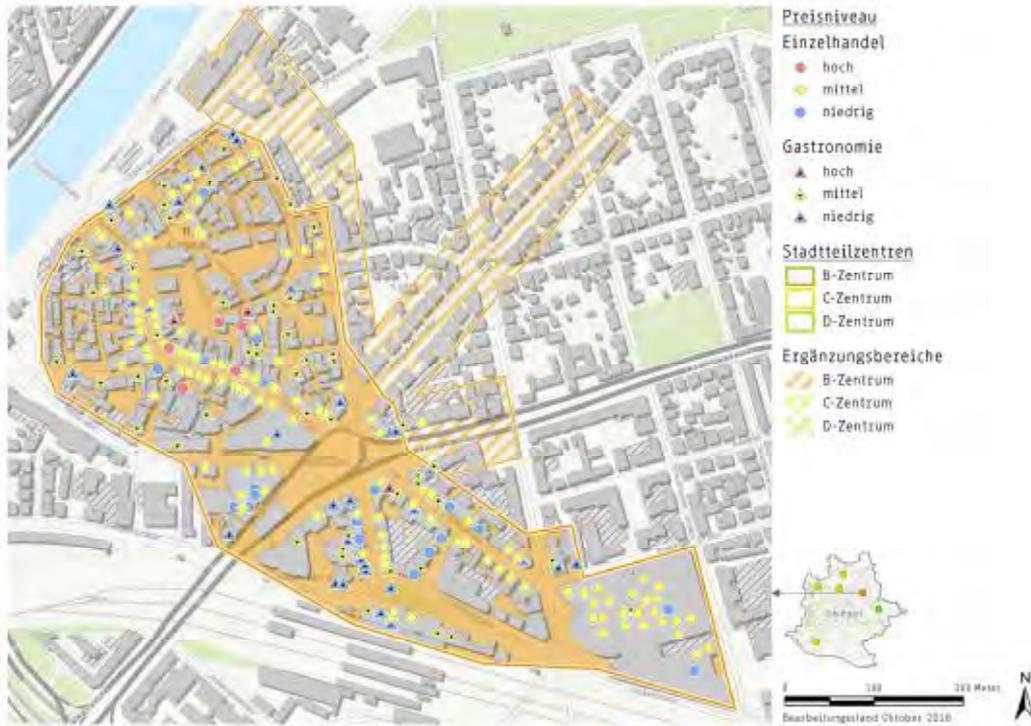
Karte 6: Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Leerstände



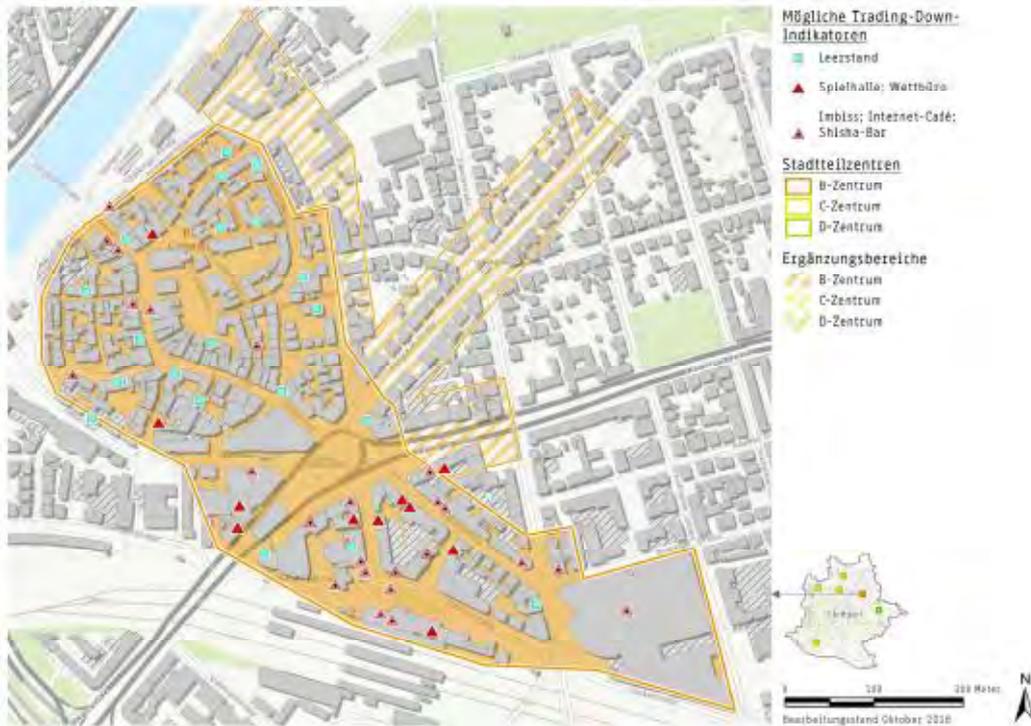
Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Karte 7: Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Preisniveau Handel und Gastronomie



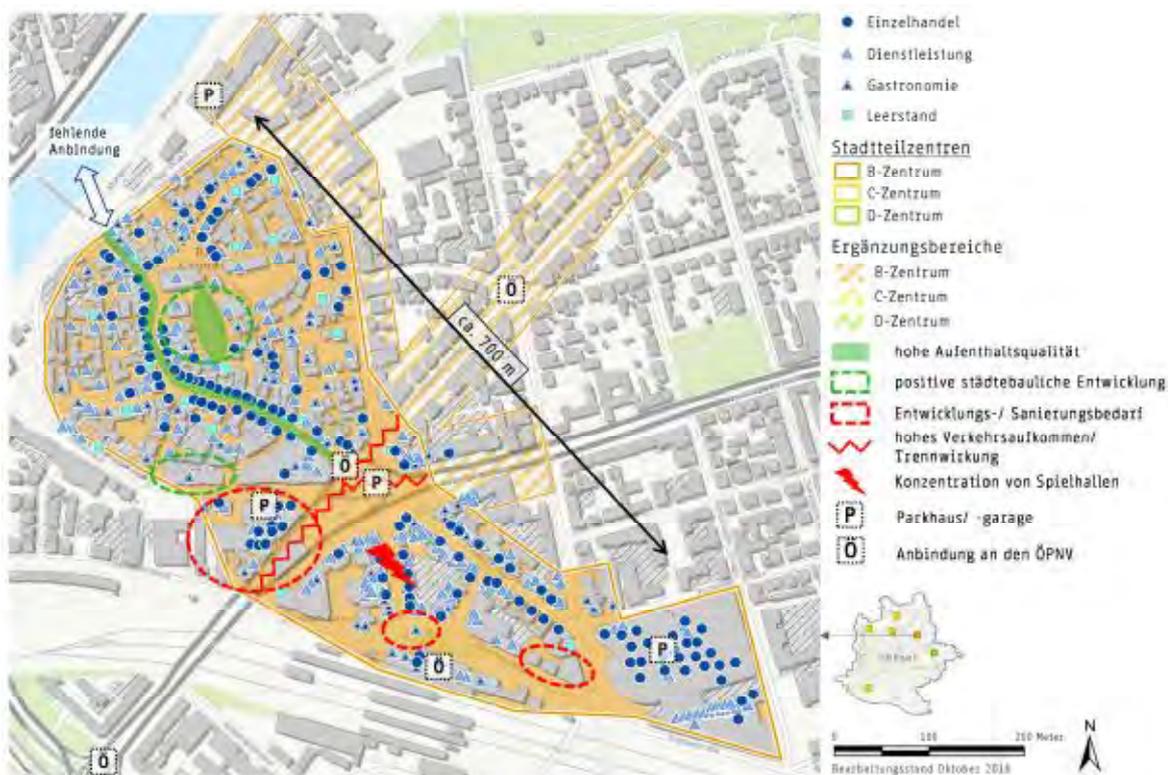
Karte 8: Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - mögliche Trading-Down-Indikatoren



Auffällig ist der hohe Anteil an Spielhallen, Wettbüros, Imbissbetrieben, Internet-Cafés und Shisha-Bars im Bahnhofsbereich. Im Altstadtbereich sind dagegen mehr Leerstände zu verzeichnen.

In Karte 9 und in Abb. 6 sind die oben aufgeführten Ergebnisse gemeinsam mit den städtebaulichen Bewertungen dargestellt. Insgesamt kann festgehalten werden, dass es im Zentrum Bad Cannstatt einige positive Entwicklungsimpulse im Altstadtbereich gibt (z.B. Hotel Badstraße), gleichzeitig jedoch der Trading-Down-Prozess im Bahnhofsbereich fortschreitet. Wie bereits 2001 und 2008 durch das Büro Dr. Acocella festgestellt, besteht in Bad Cannstatt insbesondere im Hinblick auf die Gestaltung der Eingangsbereiche (Wilhelmsplatz und Bahnhofsvorplatz) und Wegeverbindungen (Wilhelmstraße zur Altstadt) Handlungsbedarf. Auch ist die Erlebbarkeit des Neckars weiterhin nicht gegeben.

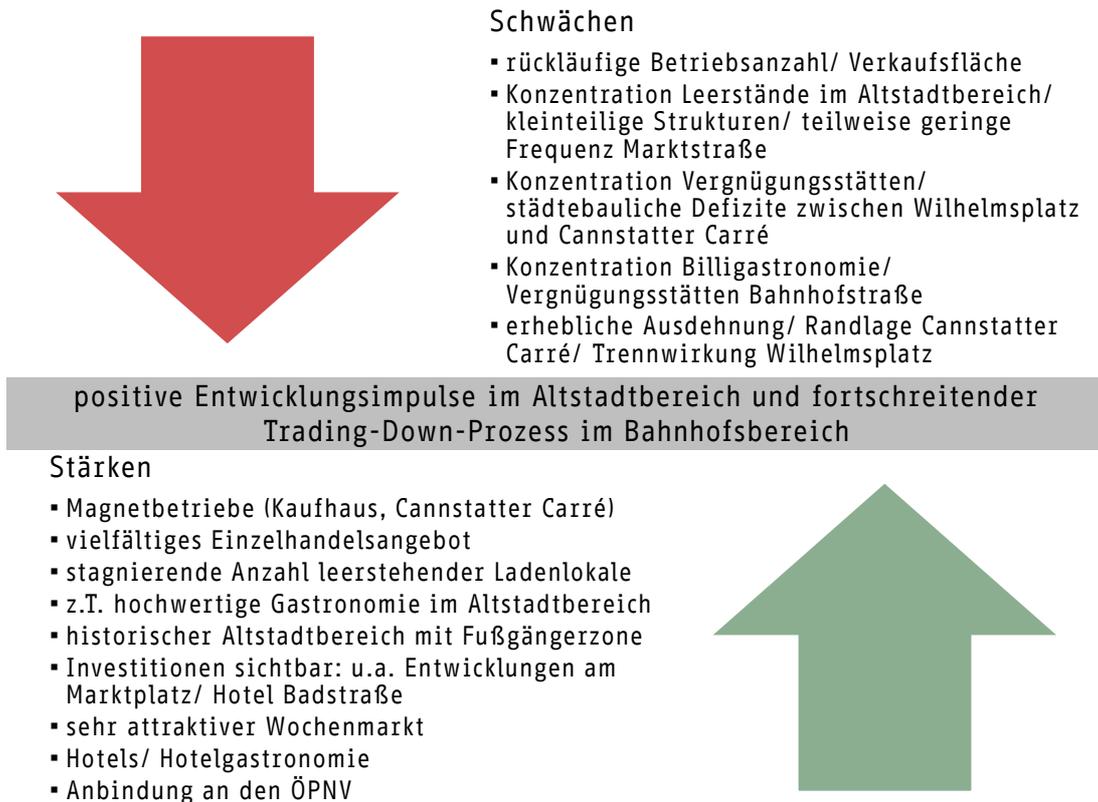
Karte 9: Stadtteilzentrum Bad Cannstatt – Stärken-Schwächen-Analyse



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Abb. 6: Stadtteilzentrum Bad Cannstatt – zusammenfassende Bewertung



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016

5.1.2 Handlungsempfehlungen

In der nachfolgenden Karte sind die wichtigsten Handlungsempfehlungen für das Stadtteilzentrum Bad Cannstatt zusammengefasst. Diese werden zudem in tabellarischer Form nach Zielen, Handlungserfordernissen, Akteuren und Zeitrahmen gegliedert, detailliert dargestellt.

Die Handlungsempfehlungen basieren im Wesentlichen auf den Ergebnissen der städtebaulich-funktionalen Analyse durch das Büro Dr. Acocella und den Diskussionen mit den örtlichen Akteuren im Rahmen der beiden Workshops.

Karte 10: Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Handlungsempfehlungen



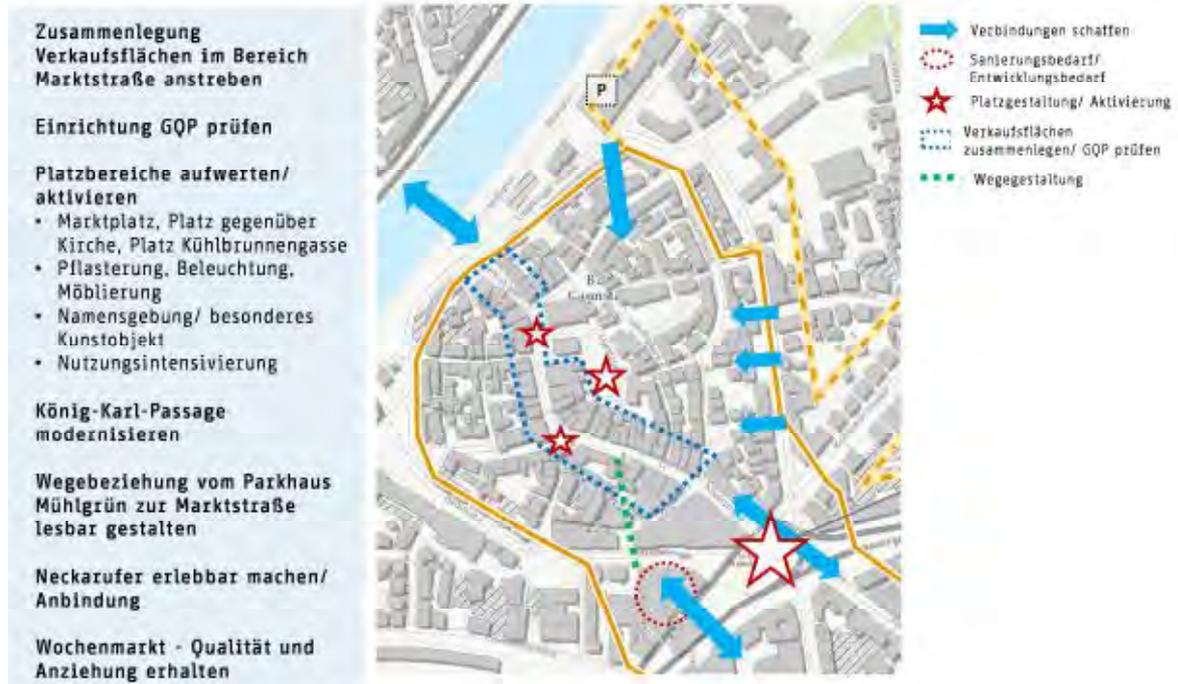
Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Empfehlungen: funktionale und städtebauliche Stärkung Stadtteilzentrum Bad Cannstatt

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
B-Zentrum erhalten und stärken	konsequente Ansiedlungspolitik/ Anwendung Einzelhandelskonzept	Stadt	kurz- langfristig
Frequenz erhalten und stärken	keine Ausdehnung Zentrum	Stadt	kurz- langfristig
einzelhandelsbezogene Ausrichtung Stadtbezirkszentrum definieren: Was ist Bad Cannstatt neben der Stuttgarter Innenstadt? Und was soll es künftig sein?	Befragung: Besucherströme, Besuchsmotive, Zielgruppen identifizieren	Stadt	kurz- langfristig



Karte 11: Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Stärkung Altstadtbereich



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Empfehlungen: funktionale und städtebauliche Stärkung Altstadtbereich Stadtteilzentrum Bad Cannstatt

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
größere Verkaufsflächen schaffen Zusammenlegung im Bereich Marktstraße	Identifizierung erforderlicher Flächengrößen: <ul style="list-style-type: none"> • Befragung ansässige Händler • Abfrage bei Filialisten Gespräche mit Eigentümern ggf. Erwerb von Eigentum durch Stadt Fördermöglichkeiten prüfen Einrichtung GQP prüfen	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilieneigentümer/ Mieter	kurz- langfristig
Seitenstraßen/ Gassen eher für Wohnen, kleinteilige Geschäfte und Gastronomie	Gespräche mit Eigentümern/ Information und Beratung	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilieneigentümer/ Mieter	kurz- langfristig
Branchenmix	Biosupermarkt etablieren	Stadt	kurz- langfristig
Sanierung/ Modernisierung König-Karl-Passage <ul style="list-style-type: none"> • Schaffung großer zusammenhängender Verkaufsflächen • Attraktivierung Eingangsbereiche • Verbindungsfunktion erhalten 	Kontaktaufnahme zu Immobilieneigentümern Unterstützung/ Förderung Umbau und Sanierung	Initiator Stadt Akteure: Investor/ Eigentümer/ Mieter/ Stadt	kurz- langfristig
Erhaltung und Stärkung Wochenmarkt	Qualitätssicherung/ Stuttgarter Märkte Prüfung Nachmittagsmarkt (Donnerstag)	Stadt als Initiator Akteure: Marktmeister und Bezirksvorsteher	kurz- langfristig
Aufwertung öffentlicher Raum <ul style="list-style-type: none"> • Plätze/ Platzbereiche gestalten und aufwerten • Außengastronomie/ Warenpräsentation verbessern 	Gestaltungskonzept Veranstaltung zum Thema Außengastronomie und Warenpräsentation organisieren regelmäßige Veranstaltungen organisieren zum Thema Standortqualität	Stadt/ Händler/ Gastronomen	kurz- langfristig
Aktiv mit dem Thema Onlinehandel umgehen	<ul style="list-style-type: none"> • Click- und Collect gemeinsam entwickeln • gemeinsamer Onlineauftritt 	Stadt/ Händler	kurz- langfristig

Stärkung Bahnhofsviertel

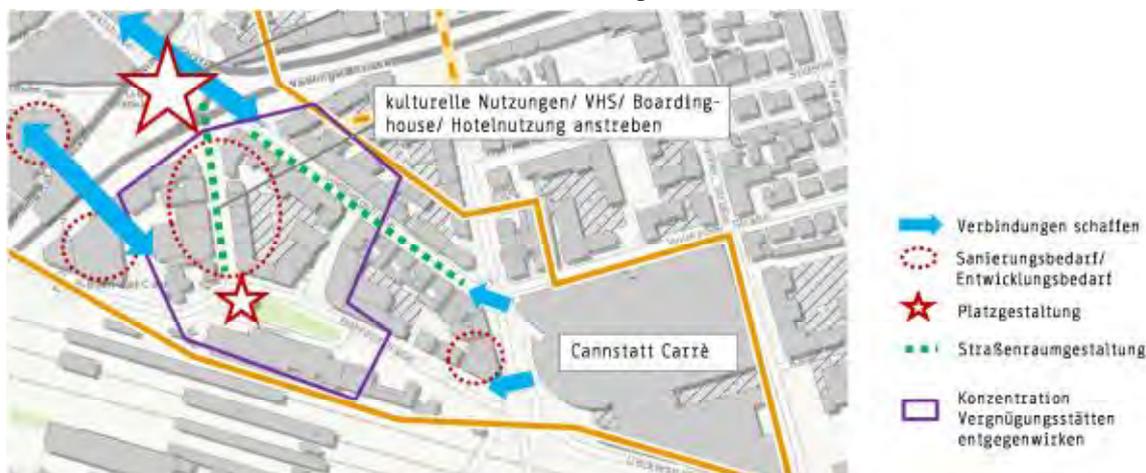
Aufwertung öffentlicher Raum - Gestaltungskonzept

- Aufwertung Bahnhofsvorplatz als Eingangsbereich
- Seelbergstraße und Bahnhofstraße als wichtige Verbindungsachsen gestalterisch aufwerten/ modernisieren



- Aufwertung Umfeld Cannstatt Carré
- Konzentration Vergnügungsstätten im Bereich Bahnhofstraße entgegenwirken
- künftig Schwerpunkt für kulturelle Nutzungen/ VHS/ Boardinghouse/ Hotel/ Dienstleistungseinrichtungen/ Büros/ Wohnen
 - Umsetzung Vergnügungsstättenkonzeption in Bebauungsplanung
- Immobilien sanieren und umbauen
- Kontakt zu Eigentümern suchen/ Erwerb von Immobilien durch Stadt anstreben
- Kunst- und Kulturprojekte unterstützen/ initiieren (Kontakt zu Sozialarbeitern und Wifö)

Karte 12: Stadtteilzentrum Bad Cannstatt - Stärkung Bahnhofsviertel



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Empfehlungen: funktionale und städtebauliche Stärkung Bahnhofsviertel

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeiträumen
Aufwertung Bahnhofsvorplatz	Gestaltungskonzept	Stadt	mittel- lang- fristig
bauliche und gestalterische Aufwertung Umfeld Cannstatt Carré	Gespräche mit Eigentümern	Stadt als Initiator Akteure: Eigentümer/ Mieter/ Stadt	mittel- lang- fristig
Sanierung/ Modernisierung Immobilien	Gespräche mit Eigentümern Förderungsmöglichkeiten prüfen	Eigentümer/ Stadt	mittel- lang- fristig
Konzentration Vergnügungsstätten entgegenwirken	B-Plan zur Rechtskraft bringen Genehmigungen für Spielhallen laufen am 30.6.17 aus/ Alternativenutzungen prüfen	Stadt	kurz- langfristig
Kunst- und Kulturprojekte/ VHS/ Boardinghouse/ Hotel	fördern und unterstützen Künstler und Eigentümer ansprechen/ Kontakt zu anderen Städten	Stadt als Initiator Akteure: Künstler, Förderer	kurz-langfristig



Empfehlungen: Eingangsbereiche aufwerten und Verbindungen schaffen

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
Wilhelmsplatz als zentralen Eingangsbereich und Bindeglied zwischen Altstadt und Bahnhofsviertel gestalten Zugänge/ Wege zum Bahnhof aufwerten Sanierung und Gestaltung Bahnhofsvorplatz Wegeverbindung Parkhaus Mühlgrün lesbar gestalten (u.a. Pflasterung, Beleuchtung, Beschilderung) Wegeverbindungen von Wilhelmstraße in Richtung Marktstraße aufwerten	Gestaltungskonzept • Zusammenführung Ideen und Maßnahmen aus bestehenden Konzepten/ Veranstaltungen • identitätsstiftende Gestaltungselemente • z.B. thematische Wegeführung • z.B. Beleuchtungskonzept	Stadt	kurz- langfristig

Die durch das Büro Dr. Acocella vorgestellten **Empfehlungen** konnten von den Teilnehmern des Workshops grundsätzlich nachvollzogen werden. Dies betraf insbesondere:

- Reduzierung der Ausdehnung des Zentrums, Beschränkung auf den Kernbereich (Altstadt und Seelberg - ohne nördliche König-Karl-Straße und nördliche Wilhelmstraße)
- Entwicklung/ Umgestaltung des Wilhelmsplatzes als zentralen Eingangsbereich und Bindeglied zwischen den Teilräumen Altstadt (Marktstraße, Marktplatz) und Seelberg (Seelbergstraße, Cannstatt Carré, Bahnhofsquartier)
- Entwicklung des Altstadtbereiches als Ort mit hohem Einkaufserlebnis und als Aufenthalts- und Gastronomieschwerpunkt
- Funktionale und gestalterische Aufwertung des Bahnhofsquartiers (Sanierungs-/ Entwicklungsbedarf)
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität/ Aufwertung des öffentlichen Raumes in der Altstadt/ Aktivierung des Marktplatzes und der angrenzenden Seitenstraßen (Stärkung des Wochenmarktes)
- Prüfung der Zusammenlegung von Verkaufsflächen (Marktstraße)
- Verknüpfung der zentralen Einkaufsbereiche mit den umliegenden Quartieren
- Abgleich/ Abstimmung mit den Planungs- und Beteiligungsprozess "Zukunft Bad Cannstatt 2030" (Handlungsfelder, Maßnahmen)



- Einrichtung eines bezirksübergreifenden Investitionsfonds "Lebendige Stadtteilzentren", u.a. zur Finanzierung von Schlüsselprojekten in Bad Cannstatt.

Schlüsselprojekte für die Entwicklung des Zentrums sind aus Sicht der Teilnehmer der Workshops:

- die Gestaltung und Aufwertung von Eingangsbereichen ins Zentrum und von Verbindungen in benachbarte Quartiere,
- die Entwicklung des Wilhelmsplatzes zu einem zentralen Ort mit urbanen und attraktiven Aufenthaltsqualitäten (Gestaltungskonzept),
- die Verbesserung der Anbindung der Altstadt an den Neckar (Thema "Stadt am Fluss"),
- die Aufwertung des Bahnhofsbereiches (Bahnhofstraße/ Bahnhofsvorplatz) und dessen Entwicklung zu einem Standort für kulturelle und öffentliche Nutzungen, Hotels und studentisches Wohnen (Gestaltungskonzept, Kunst-/ Kulturprojekte), Standortentwicklung/ Aktivierung des Baublocks König-Karl-Straße/ Bahnhofstraße/ Eisenbahnstraße (Entwicklungskonzept),
- ein Verkehrs- und Parkierungskonzept für das Zentrum (u.a. Parkleitsystem) und
- die verbesserte Vermarktung der touristischen Potenziale von Bad Cannstatt.

Desweiteren äußerten die Teilnehmer folgende **Anregungen und Ergänzungen**:

- Für die Verbesserung der Situation am Bahnhof ist der Ankauf von Schlüsselimmobilien durch die Stadt von besonderer Bedeutung.
- Im Stadtbezirkszentrum Bad Cannstatt besteht Bedarf für einen Bio-Supermarkt.
- Die Frequenz am Umsteigepunkt Wilhelmsplatz sollte besser für die Altstadt genutzt werden, die Altstadt sollte in ihrer Außenwirkung besser sichtbar gemacht werden (z.B. durch die Benennung einer Haltestelle oder eines Parkhauses „Altstadt“).
- Der gesamte Altstadtbereich soll besser vermarktet werden. Der Sightseeing-Bus sollte wieder am Kursaal Bad Cannstatt halten.
- In Bezug auf den Wilhelmsplatz wurde hervorgehoben, dass bereits bei aktuellen verkehrstechnischen Veränderungen die Gestaltungsziele berücksichtigt werden (Hinweis: weitere Straßenbahnlinie in Bau).
- Die Fassade des Kaufhofs könnte als attraktive Werbefläche für die Altstadt genutzt werden.



- Um die Anbindung zwischen Neckar und Altstadt zu verbessern, sollten die schmalen Gassen/ Brunnen aufgewertet werden. Voraussetzung ist die Aufwertung der gesamten Uferzone am Neckar.
- Wichtig ist die Verbesserung der Erreichbarkeit der Altstadt mit dem Fahrrad. Es sollten Fahrradwege (oder zumindest ein Fahrradleitsystem) innerhalb des Zentrums eingerichtet werden. Insgesamt ist der Fahrradverkehr mehr zu fördern.
- Wichtig sind aus Sicht der Teilnehmer auch die Aufwertung des Bodenbelages und die Gestaltung lesbarer Wegebeziehungen im Bahnhofsbereich (Bahnhof Richtung Altstadt) sowie die "Entrümpelung" des öffentlichen Raumes.

5.1.3 Fazit

Das Zentrum von Bad Cannstatt weist einerseits deutliche Funktionsverluste gegenüber 2008 auf, andererseits bestehen städtebauliche Missstände, die bereits im Rahmen früherer Konzepte festgestellt wurden, weiterhin, so dass ein Handlungsbedarf deutlich wird (u.a. Wilhelmsplatz, König-Karl-Passage).

Unterstützung benötigt das Stadtteilzentrum insbesondere im Hinblick auf die Aufwertung und Gestaltung von Eingangsbereichen und Verbindungswegen. Dies betrifft vor allem den Bahnhofsvorplatz, den gesamten Wilhelmsplatz und die Anbindung zum Neckar. Die Altstadt sollte als Aufenthalts- und Gastronomieschwerpunkt, in dem das Einkaufserlebnis im Mittelpunkt steht, gestärkt werden. Das Bahnhofsviertel sollte zu einem Schwerpunkt für Dienstleistungen, Hotels sowie öffentlichen und kulturellen Nutzungen entwickelt werden.

Insgesamt sollte das touristische Potenzial von Bad Cannstatt stärker herausgearbeitet werden.

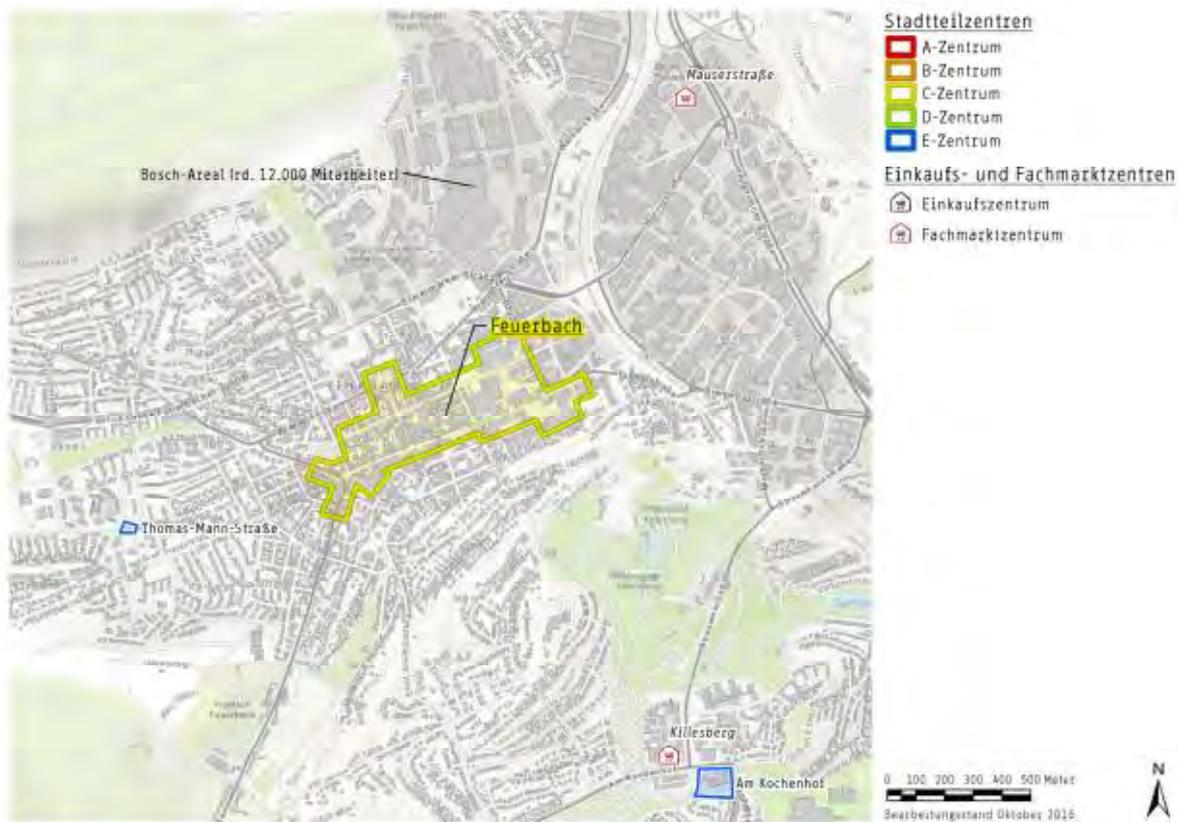


5.2 FEUERBACH

5.2.1 Städtebaulich-funktionale Analyse

Das Zentrum Feuerbach ist ein C-Zentrum und erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Stuttgarter Straße zwischen Dornbirner Straße und Feuerbacher-Tal-Straße. Das C-Zentrum stellt den zentralen Versorgungsstandort innerhalb des Stadtbezirkes Feuerbach dar. Zwischen dem Bahnhof Feuerbach und dem Zentrum Feuerbach entsteht derzeit das Quartier am Wiener Platz.

Karte 13: Stadtteilzentrum Feuerbach und Umfeld



Quelle: eigene Darstellung 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Im Vergleich zu 2008 hat sich das Einzelhandelsangebot im Zentrum Feuerbach – ebenso wie in den anderen fünf Zentren – rückläufig entwickelt. Während die Betriebe und Verkaufsflächen um 10% bzw. 12% gesunken sind, hat die Anzahl der Leerstände leicht zugenommen.



Abb. 7: Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Feuerbach 2016 im Vergleich zu 2008

	2016	2008	Veränderung in %
Betriebe	103	115	- 10%
Verkaufsfläche (m ²)	37.425	42.700	- 12%
Leerstände	11	8	

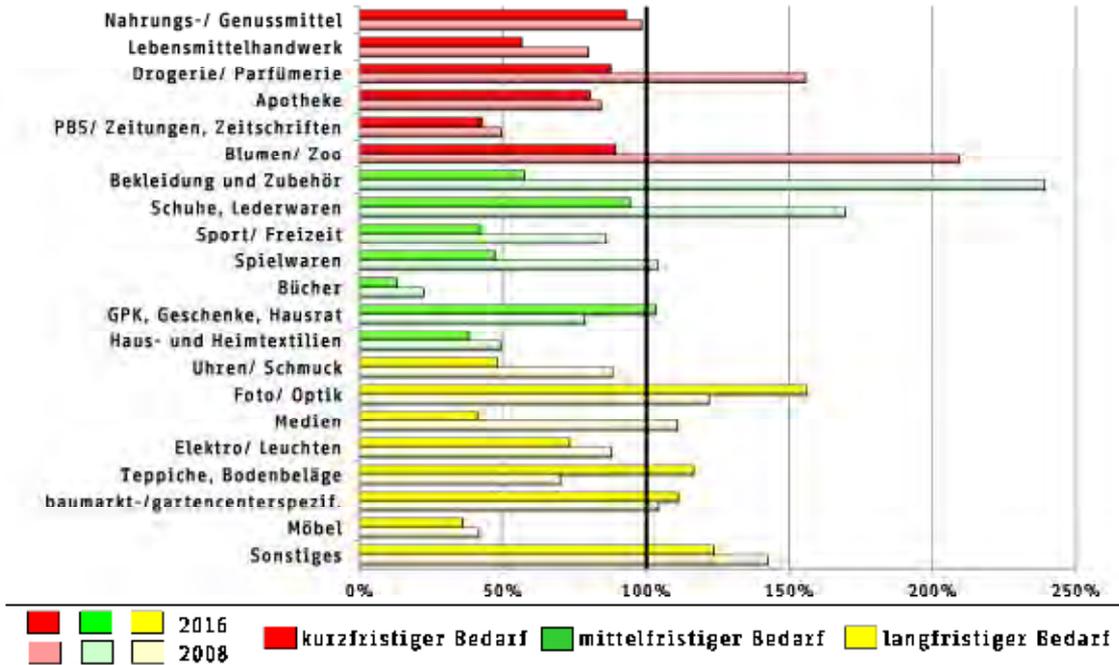
Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Die **unechte Bindungsquote** errechnet sich, indem der im zentralen Versorgungsbereich Feuerbach erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft des gesamten Stadtbezirkes gesetzt wird.

Der Vergleich der unechten Bindungsquoten zu 2008 zeigt, dass mit Ausnahme des Sortimentsbereiches Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenke, Hausrat in allen Sortimenten des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereiches rückläufige Bindungsquoten zu verzeichnen sind. Neben den Sortimenten Drogerie/ Parfümerie und Blumen/ Zoo, sind vor allem bei den klassischen zentrenrelevanten Sortimenten Bekleidung und Zubehör, Schuhe, Lederwaren, Sport/ Freizeit und Spielwaren teils erhebliche Rückgänge zu verzeichnen. Im langfristigen Bedarfsbereich konnten die Bindungsquoten in den Sortimenten Foto/ Optik, Teppiche, Bodenbeläge und den baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimenten hingegen gesteigert werden.



Abb. 8: unechte Bindungsquoten Stadtteilzentrum Feuerbach 2016 im Vergleich zu 2008

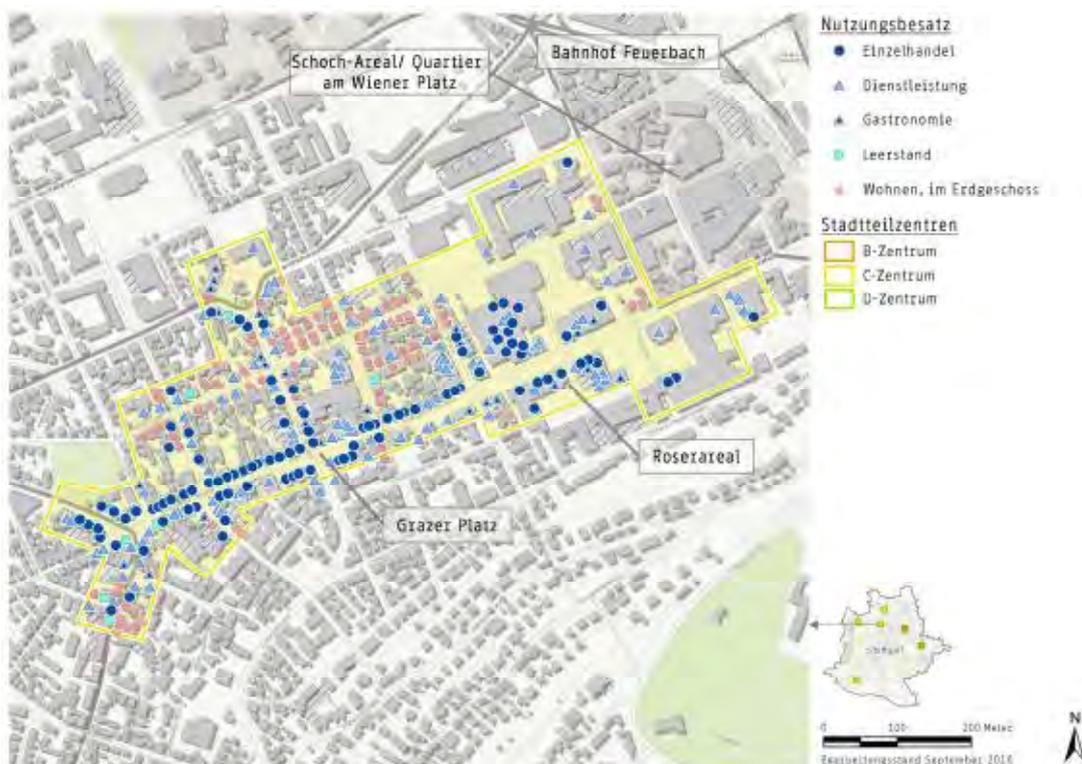


PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Die Analyse der Nutzungsstruktur zeigt einen relativ dichten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz entlang der Stuttgarter Straße und z.T. an der Grazer Straße (vgl. Karte 14). Die Burgenlandstraße und die übrigen Bereiche sind neben einzelnen Dienstleistungsangeboten vor allem durch Wohnnutzungen im Erdgeschoß geprägt.

Karte 14: Stadtteilzentrum Feuerbach - Nutzungsstruktur

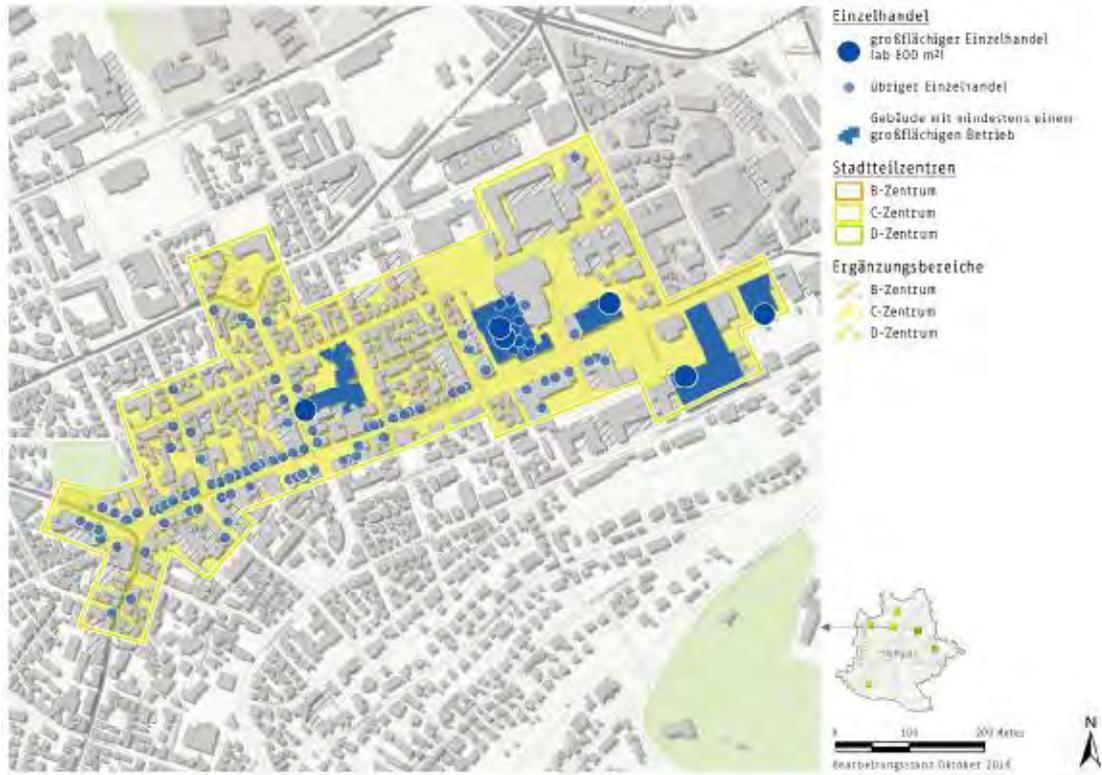


Karte 15: Stadtteilzentrum Feuerbach - Vertriebsformen im Einzelhandel





Karte 16: Stadtteilzentrum Feuerbach - Magnetbetriebe



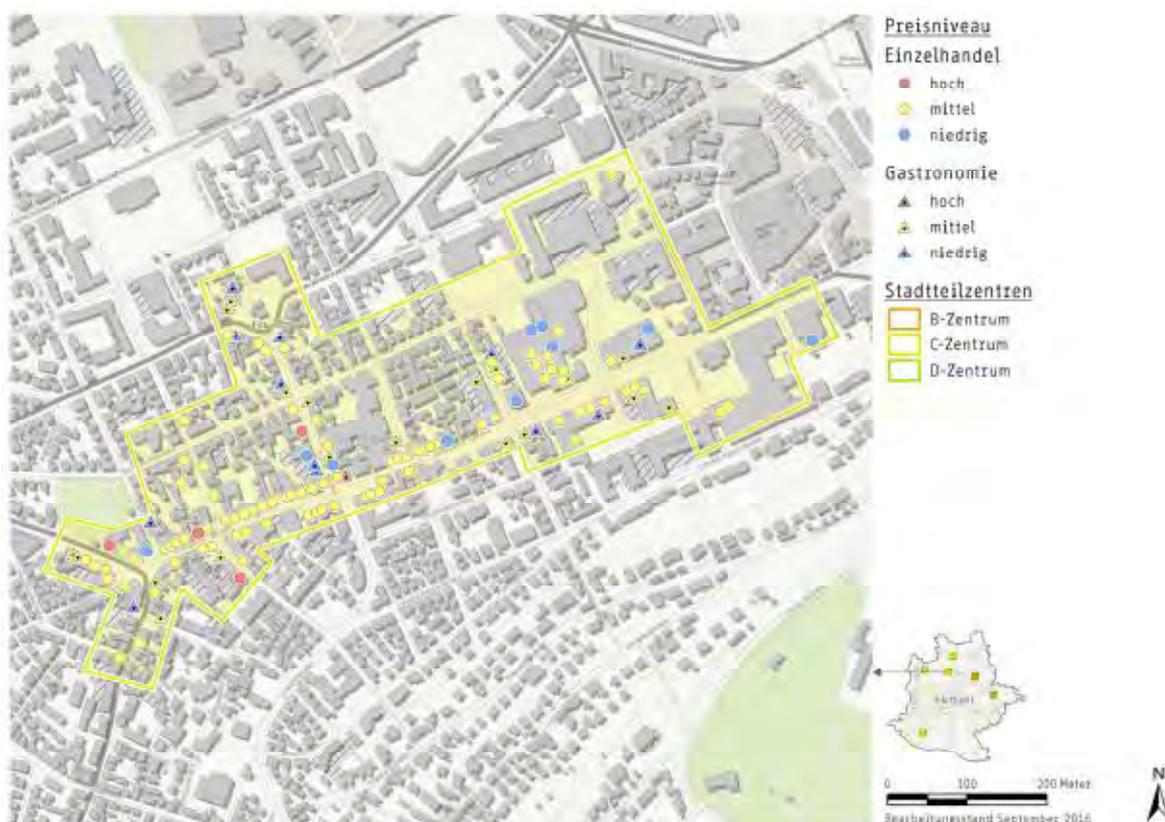
Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 17: Stadtteilzentrum Feuerbach - Leerstände



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 18: Stadtteilzentrum Feuerbach - Preisniveau Handel und Gastronomie



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Die Einzelhandels- und Dienstleistungsstruktur im Zentrum Feuerbach weist eine strukturelle Zweiteilung auf. Während sich großflächige Betriebe im östlichen Bereich konzentrieren, wird der westliche Bereich durch kleinteiligere Betriebe und einige Leerstände geprägt (vgl. Karte 16 und Karte 17).

Das Preisniveau ist im Handels- und Gastronomiebereich tendenziell niedrig bis mittelpreisig mit einigen höherpreisigen Angeboten im westlichen Bereich (vgl. Karte 18).



Karte 19: Stadtteilzentrum Feuerbach - mögliche Trading-Down-Indikatoren



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Spielhallen, Wettbüros, und Shisha-Bars sind schwerpunktmäßig im östlichen Teil des Zentrums zu finden. Am Grazer Platz und am Kreuzungsbereich Stuttgarter Straße, Feuerbacher-Tal-Straße, Hohewartstraße sind gestalterische Defizite festzustellen (vgl. Karte 19).

Karte 20: Stadtteilzentrum Feuerbach – Stärken-Schwächen-Analyse



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

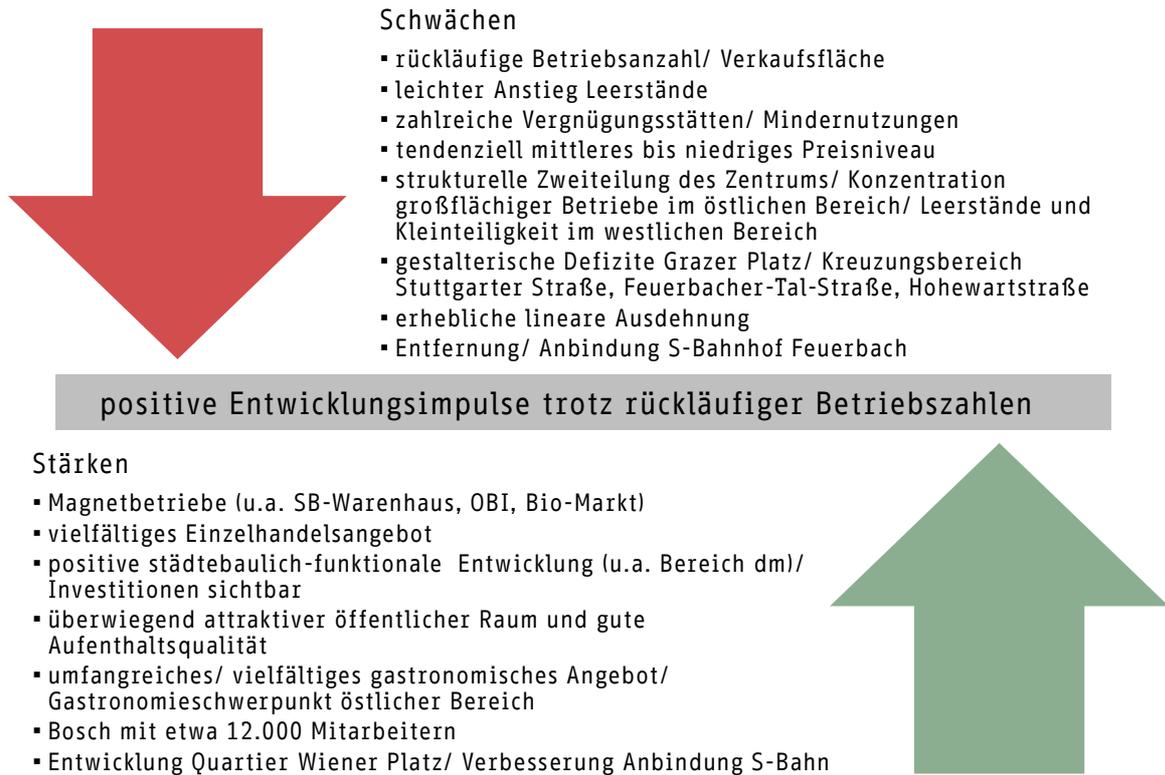
Karte 21: Stadtteilzentrum Feuerbach – Stärken-Schwächen-Analyse westlicher Zentrumsbereich



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Abb. 9: Stadtteilzentrum Feuerbach – zusammenfassende Bewertung



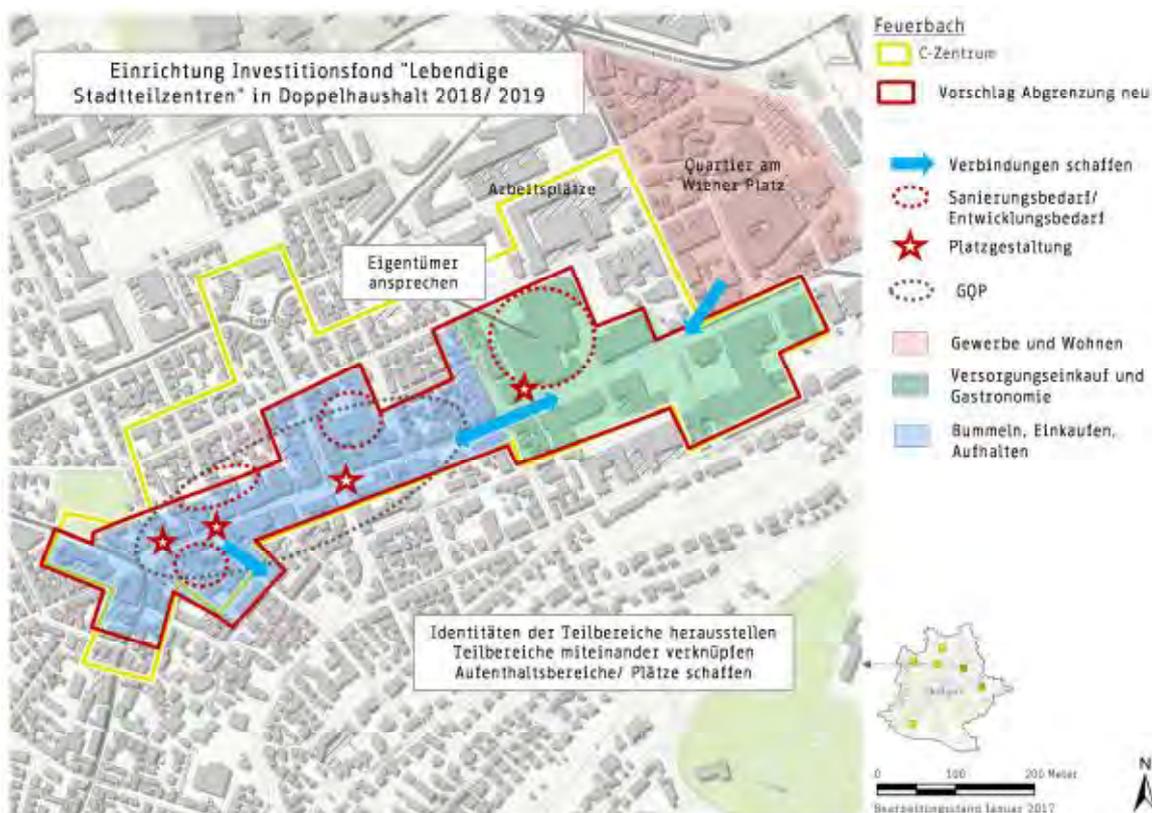
Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016

5.2.2 Handlungsempfehlungen

In den nachfolgenden Karten sind die wichtigsten Handlungsempfehlungen für das Stadtteilzentrum Feuerbach zusammengefasst. Diese werden zudem in tabellarischer Form nach Zielen, Handlungserfordernissen, Akteuren und Zeitrahmen gegliedert, detailliert dargestellt.

Die Handlungsempfehlungen basieren im Wesentlichen auf den Ergebnissen der städtebaulich-funktionalen Analyse durch das Büro Dr. Acocella und den Diskussionen mit den örtlichen Akteuren im Rahmen der beiden Workshops.

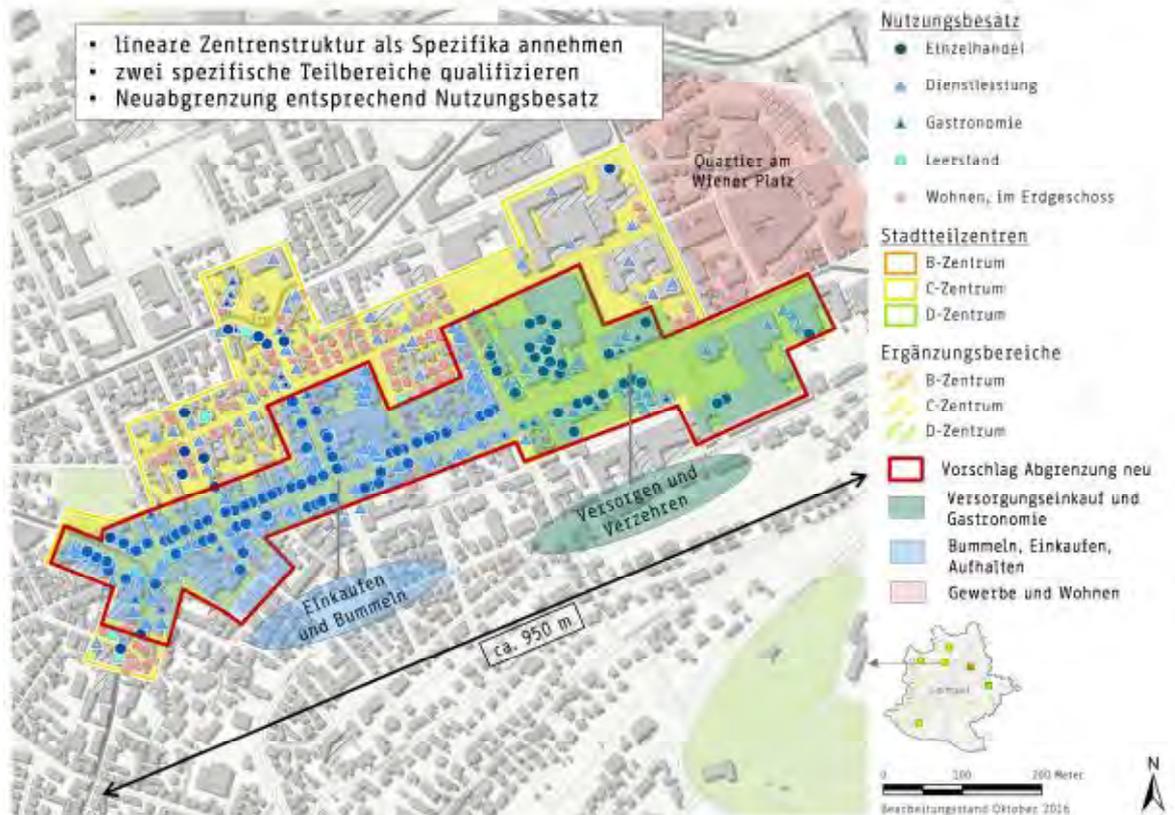
Karte 22: Stadtteilzentrum Feuerbach - Handlungsempfehlungen



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Karte 23: Stadtteilzentrum Feuerbach - Empfehlung Neuabgrenzung Zentrum



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Empfehlungen: funktionale Stärkung Stadtteilzentrum Feuerbach

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
C-Zentrum erhalten und stärken	konsequente Ansiedlungspolitik/ Anwendung Einzelhandelskonzept	Stadt	kurz- langfristig
Frequenz erhalten und stärken	Neuabgrenzung Zentrum (ohne Burgenlandstraße) Teilbereiche qualifizieren westliche Stuttgarter Straße: Bummeln, Einkaufen, Aufhalten östliche Stuttgarter Straße: Versorgungseinkauf und Gastronomie Informationsveranstaltung für örtliche Akteure	Stadt	kurz- langfristig

Karte 24: Empfehlungen westliche Stuttgarter Straße Straße als Einkaufs- und Aufenthaltsbereich entwickeln



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Empfehlungen: westl. Stuttgarter Straße als Einkaufs- und Aufenthaltsbereich entwickeln

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
Entwicklung Brachflächen/ Hinterhofbereiche	Prüfung Einrichtung GQP für westliche Stuttgarter Straße städtebauliche Studie	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilien-eigen-tümer/ Mieter	kurz-langfris-tig
größere Verkaufsflächen schaffen Zusammenlegung im Bereich Stuttgarter Straße/ Grazer Straße	Identifizierung erforderlicher Flächen-größen: <ul style="list-style-type: none"> • Befragung ansässige Händler • Abfrage bei Filialisten weitere Gespräche mit Eigentü-mern ggf. Erwerb von Eigentum durch Stadt Fördermöglich-keiten prüfen	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilien-eigen-tümer/ Mieter	kurz-langfris-tig
Plätze als Aufenthalts-bereiche entwickeln und Straßenraum als Shared Space/ ver-kehrsberuhigter Be-reich umgestalten	Prüfung Einrichtung GQP Gestaltungskonzept <ul style="list-style-type: none"> • Platznamen • besonderes Kunstobjekt • Möblierung/ Bodenbelag/ Be-leuchtung Parkraum- und Verkehrsstudie <ul style="list-style-type: none"> • Einbahnregelung prüfen • Parkplätze konzentrieren und beschildern • Prüfauftrag für Shared-Space 	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilien-eigen-tümer/ Mieter	kurz-langfris-tig

Karte 25: Empfehlungen: östliche Stuttgarter Straße als Versorgungs- und Gastronomiestandort etablieren



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Empfehlungen: östliche Stuttgarter Straße als Versorgungs- und Gastronomiestandort etablieren

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
Modernisierung Bereich Marktkauf	Modernisierung Bereich Marktkauf <ul style="list-style-type: none">• Sanierung Marktkaufimmobilie• Kontakt zu Marktkauf/ Eigentümer• attraktiver Eingang zur Stuttgarter Straße• Schaufenster/ Öffnung Fassade• Umfeldgestaltung - Platzbereich entwickeln/ Namensgebung/ Skulptur	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilieneigentümer/ Mieter	kurz- langfristig
Übergänge über Stuttgarter Straße gestalten	Bodenbelag/ Fußgängerüberweg gestalten	Stadt	kurz- langfristig
Lesbare Anbindung Bahnhof/ Quartier am Wiener Platz zur Stuttgarter Straße schaffen	<ul style="list-style-type: none">• Gestaltungskonzept• Abstimmung der Planungen• Fördermöglichkeiten für Platzgestaltung prüfen• Straßenraumgestaltung (Bodenbelag/ Beleuchtung, Möblierung)• Skulpturenpfad bis Hohewartstraße• Dienstleistungsnutzungen und kleinteiliger Einzelhandel im EG in Kremser Straße	Stadt	kurz- langfristig

Die durch das Büro Dr. Acocella vorgestellten **Empfehlungen** konnten von den Teilnehmern des Workshops grundsätzlich nachvollzogen werden. Dies betraf insbesondere:

- die Beibehaltung der linearen Ausdehnung des Zentrums entlang der Stuttgarter Straße, aber ohne Burgenlandstraße,
- die thematische Differenzierung des Zentrums in zwei Teilräume und deren Qualifizierung (östliche Stuttgarter Straße als Versorgungs- und Gastronomiestandort etablieren, westliche Stuttgarter Straße als Einkaufsquartier mit Flanier- und Aufenthaltsqualität entwickeln),
- die Empfehlung, das Quartier Wiener Platz nicht dem Zentrum zuzuordnen,
- die Strukturierung der Parksituation,
- die Schaffung von Aufenthaltsqualität im westlichen Bereich der Stuttgarter Straße durch Straßenraumgestaltung und die Überprüfung bzw. Verbesserung der bestehenden Verkehrssituation,
- die Aktivierung einzelner Baublöcke mit Entwicklungs- und Sanierungsbedarf im Bereich der westlichen Stuttgarter Straße,



- Prüfung der Ausweisung eines GQP-Quartiers (Gesetz zur Stärkung der Quartiersentwicklung durch Privatinitiative GQP, Baden-Württemberg) für einen Teilbereich des Zentrums (westliche Stuttgarter Straße),
- Einrichtung eines Investitionsfonds "Lebendige Stadtteilzentren", u.a. zur Finanzierung von Schlüsselprojekten in Feuerbach.

Schlüsselprojekte für die Entwicklung des Zentrums sind aus Sicht der Teilnehmer der Workshops:

- die Entwicklung des Baublocks Klagenfurter Straße/ Stuttgarter Straße/ Rudolf-Gehring-Platz (Kelter),
- die Stärkung des Edeka-Marktes (einschließlich der Modernisierung/ Aktivierung der kaum genutzten Parkierungsanlage) im Bereich Grazer Straße und
- die Stärkung der Aufenthaltsqualität im Bereich der westlichen Stuttgarter Straße, u.a. mit der Neugestaltung des Platzbereiches im Kreuzungsbereich Stuttgarter Straße/ Grazer Straße (Grazer Platz) sowie im Kreuzungsbereich Stuttgarter Straße/ Klagenfurter Straße und Kreuzungsbereich Stuttgarter Straße/ Linzer Straße, verbunden mit der Prüfung eines verkehrsberuhigten Straßenabschnitts (Shared Space).

Wichtig war den Teilnehmern für die westliche Stuttgarter Straße, dass der Parksuchverkehr minimiert wird. Sofern hierfür im westlichen Bereich der Stuttgarter Straße die Parkplätze beseitigt werden müssen, sollten alternative Parkmöglichkeiten geschaffen werden. Hierfür sollten bestehende private Parkplätze/ Tiefgaragen in Seitenstraßen und rückwärtigen Bereichen mit Unterstützung der Stadt saniert/ aktiviert werden. Grundsätzlich sollte eine Bündelung der Parkplätze angestrebt werden. Wichtig war den Teilnehmern auch die Einrichtung eines innerstädtischen Parkleitsystems.

In Bezug auf den öffentlichen Raum waren den Teilnehmern insbesondere die Aufwertung und Umgestaltung der westlichen Stuttgarter Straße und weitere Maßnahmen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität und der Einkaufsatmosphäre wichtig. Einen aufzuwertenden Platzbereich sehen die Teilnehmer im Kreuzungsbereich Grazer Straße/ Stuttgarter Straße.

Ein besonderer Anstoß ist hinsichtlich der Aktivierung und baulichen Entwicklung der Potenziale im Baublock Klagenfurter Straße/ Stuttgarter Straße/ Kelterplatz



vonnöten. Hier ist, neben der Ladenaktivierung einzelner Objekte und der Prüfung von Erweiterungsmöglichkeiten für Geschäfte, auch der Standort für ein Parkhaus (Quartiersgarage) zu prüfen. Der Kontakt zu einzelnen Eigentümern ist auch diesbezüglich herzustellen. Zur Stärkung der westlichen Stuttgarter Straße sollte - so wurde es diskutiert - die Ausweisung eines GQP-Quartiers näher geprüft werden.

5.2.3 Fazit

Das Zentrum Feuerbach kann trotz rückläufiger Betriebszahlen und Verkaufsflächen seit 2008 einige positive Entwicklungsimpulse aufweisen (u.a. Neubau Drogeriemarkt). Dennoch benötigt auch das Zentrum Feuerbach Unterstützung, um den westlichen Teilbereich tatsächlich als Einkaufs- und Aufenthaltsquartier und den östlichen Teilbereich als Versorgungs- und Gastronomiestandort zu entwickeln. Die besondere Herausforderung besteht dabei in der "Bespielung" des linear geprägten Zentrums auf der gesamte Länge von fast einem Kilometer.



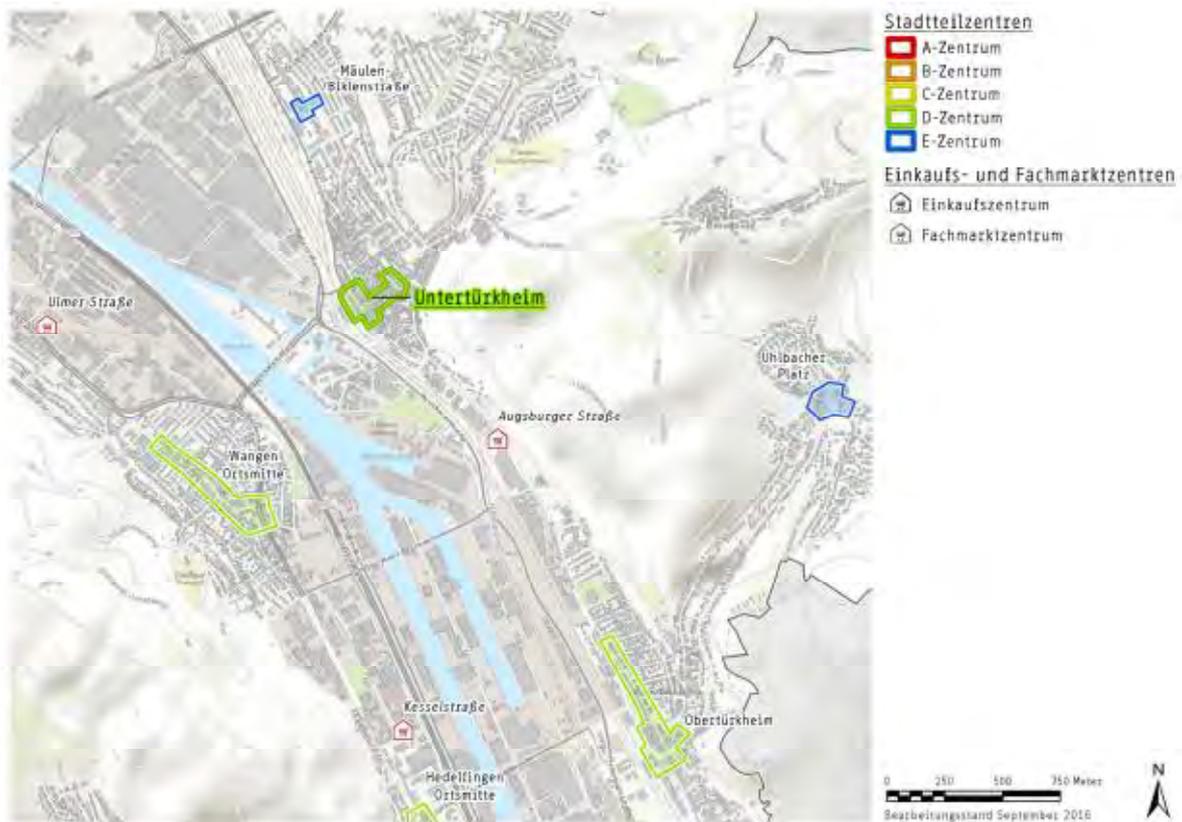
5.3 UNTERTÜRKHEIM

5.3.1 Städtebaulich-funktionale Analyse

Das Zentrum Untertürkheim ist das einzige D-Zentrum der sechs untersuchten Stuttgarter Zentren. Unter quantitativen Gesichtspunkten stellt es mit lediglich 22 Einzelhandelsbetrieben und einer Verkaufsfläche von weniger als 3.000 m² auch das kleinste der sechs Zentren dar.

Der nicht integrierte, südöstlich gelegene große Supermarkt stellt einen erheblichen Konkurrenzstandort für das Zentrum dar.

Karte 26: Stadtteilzentrum Untertürkheim und Umfeld



Quelle: eigene Darstellung 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Im Vergleich zu 2008 hat sich das Einzelhandelsangebot im Zentrum Untertürkheim rückläufig entwickelt. Während die Anzahl der Betriebe und die Größe der Verkaufsflächen deutlich gesunken sind, hat sich die Anzahl der Leerstände mehr als verdoppelt. Im Vergleich zu den anderen untersuchten Stuttgarter Zentren weist Untertürkheim damit die deutlichsten Rückgänge des Einzelhandelsangebotes auf.

Abb. 10: Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Untertürkheim 2016 im Vergleich zu 2008

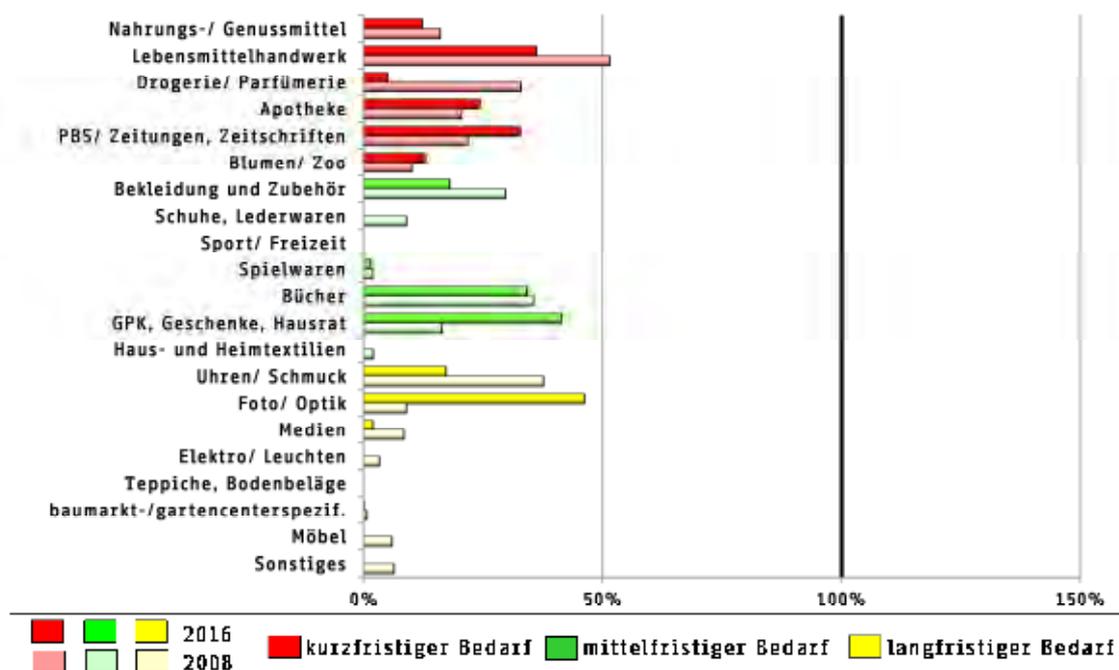
	2016	2008	Veränderung in %
Betriebe	22	30	- 27%
Verkaufsfläche (m ²)	2.750	3.300	- 17%
Leerstände	7	3	

Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Die **unechte Bindungsquote** errechnet sich, indem der im zentralen Versorgungsbereich Untertürkheim erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft des gesamten Stadtbezirkes gesetzt wird.

Die unechten Bindungsquoten verdeutlichen die geringe Bedeutung des Stadtteilzentrums für den gesamten Stadtbezirk - in keinem Sortimentsbereich wird eine Bindungsquote von 50% erreicht. In den meisten Sortimentsbereichen sind rückläufige Bindungsquoten im Vergleich zu 2008 zu verzeichnen.

Abb. 11: unechte Bindungsquoten Stadtteilzentrum Untertürkheim 2016 im Vergleich zu 2008



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

Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen



Die Analyse der Nutzungsstruktur zeigt eine Konzentration des Einzelhandelsangebots im Bereich Augsburgstraße/ Widdersteinstraße. Die übrigen Bereiche des Zentrums sind durch einen deutlich höheren Dienstleistungsanteil gekennzeichnet; teilweise befinden sich Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Insgesamt ist die funktionale Dichte vergleichsweise gering.

Karte 27: Stadtteilzentrum Untertürkheim - Nutzungsstruktur



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 28: Stadtteilzentrum Untertürkheim – Vertriebsformen im Einzelhandel



Quelle: eigene Darstellung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Der Anteil der inhabergeführten Geschäfte ist im Vergleich zu den anderen untersuchten Zentren relativ hoch und stellt damit durchaus ein Potenzial für das Zentrum dar.

Bei Betrachtung der Betriebsgrößen im Einzelhandel fällt auf, dass es im Zentrum von Untertürkheim keinen Betrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 m² und mehr gibt. Dennoch nimmt der bestehende Lebensmittelmarkt in der Augsburgers Straße, der mit mehr als 700 m² Verkaufsfläche den flächenmäßig größten Betrieb darstellt, eine wichtige Magnetfunktion wahr.



Karte 29: Stadtteilzentrum Untertürkheim - Magnetbetriebe



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 30 zeigt eine Häufung von Leerständen in der Widdersteinstraße. Die fünf zum Zeitpunkt der Erhebung ermittelten Leerstände in der Widdersteinstraße haben angesichts der wenigen Geschäfte und Dienstleistungsbetriebe dort besonders problematischen Einfluss auf die Atmosphäre.

Karte 30: Stadtteilzentrum Untertürkheim - Leerstände



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Karte 31: Stadtteilzentrum Untertürkheim - Preisniveau Handel und Gastronomie



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Das Preisniveau ist im Handelsbereich zum größten Teil mittelpreisig. Im Gastronomiebereich überwiegen niedrigpreisige Angebote. (vgl. Karte 31).

Auffällig ist der hohe Anteil an Spielhallen, Wettbüros, Imbissbetrieben, Internet-Cafés und Shisha-Bars im Bahnhofsbereich (Arlbergstraße). Leerstände sind dagegen überwiegend im Bereich der Widdersteinstraße zu finden. Sowohl im Bahnhofsbereich als auch in der Widdersteinstraße sind deutliche Trading-Down-Effekte erkennbar.

Karte 32: Stadtteilzentrum Untertürkheim - mögliche Trading-Down-Indikatoren



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 33: Stadtteilzentrum Untertürkheim – Stärken-Schwächen-Analyse



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



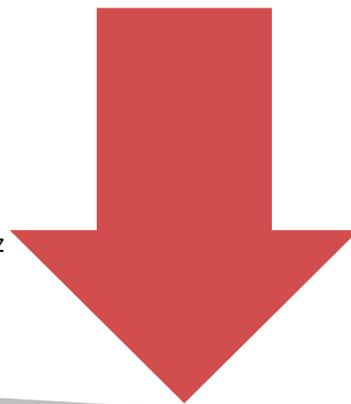
In Karte 33 und in Abb. 12 sind die oben aufgeführten Ergebnisse gemeinsam mit den städtebaulichen Bewertungen dargestellt. Insgesamt kann festgehalten werden, dass sich das Angebot im Zentrum von Untertürkheim im Wesentlichen auf die Nahversorgung beschränkt und es darüber hinaus u.a. mit der Weinmanufaktur und einigen anderen inhabergeführten Betrieben besondere Anziehungspunkte gibt. Gleichzeitig sind jedoch deutliche Trading-Down-Tendenzen - insbesondere in der Widdersteinstraße und im Bahnhofsbereich - erkennbar.

Anders als in den anderen untersuchten Zentren gibt es in Untertürkheim innerhalb des Zentrums mit dem Postareal eine zentral gelegene Fläche, die als Entwicklungspotenzial zur Verfügung steht.

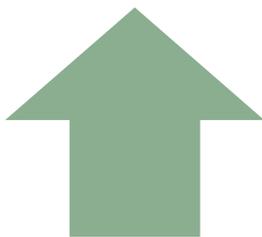
Abb. 12: Stadtteilzentrum Untertürkheim – zusammenfassende Bewertung

Schwächen

- rückläufige Betriebsanzahl/ Verkaufsfläche
- kein großflächiger Betrieb
- Angebote im kurzfristigen Bedarf nicht in Konkurrenzsituation
- Anstieg Leerstände/ insgesamt kleinteilige Strukturen
- Konzentration Leerstände in Fuzo Widdersteinstraße/ kleinteilige Strukturen/ geringer Besatz/ geringe Frequenz
- Konzentration Vergnügungsstätten im Bahnhofsbereich
- Sanierungsbedarf Bahnhofsbereich und Augsburgsberger Straße
- mangelnder städtebaulicher Zusammenhang



rückläufige Entwicklung - Trading-Down-Tendenzen erkennbar



Stärken

- Nahversorgungsangebote
- Wochenmarkt
- Buchhandlung mit Gastronomie, Weinmanufaktur und Gastronomie am Kelterplatz, Bibliothek, Bezirksrathaus
- Potenzialfläche Augsburgsberger Straße
- Anbindung an den ÖPNV
- Nähe zu Daimler und Lindenschulviertel
- Initiative GQP

Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016



5.3.2 Handlungsempfehlungen

Die Handlungsempfehlungen für das Zentrum Untertürkheim basieren im Wesentlichen auf den Ergebnissen der städtebaulich-funktionalen Analyse durch das Büro Dr. Acocella und den Diskussionen mit den örtlichen Akteuren im Rahmen der Workshops.

Angesichts der besonderen Problemstellung mit Trading-Down-Tendenzen einerseits und Entwicklungspotenzialen auf dem Postgelände andererseits wurden in Untertürkheim drei Workshops zur Erarbeitung des Handlungskonzeptes durchgeführt. Während sich die Akteure im ersten Workshop vor allem mit der Bewertung der Bestandsituation und ersten Ideen für die künftige Entwicklung auseinandersetzten, stand im Mittelpunkt des zweiten Workshops die Entwicklung des Postareals und der angrenzenden Bereiche.

Bereits im zweiten Workshop wurde von den Teilnehmern formuliert, dass das Postgelände gemeinsam mit seinem Umfeld entwickelt werden sollte, d.h. dem angrenzenden Leonard-Schmidt-Platz, dem Bahnhofsbereich und möglichst auch dem AOK-Gebäude. Bei der künftigen Zentrenentwicklung sollten der Weinanbau in Untertürkheim und das nahe gelegene Daimler-Werk als Imageträger genutzt werden. Das Postareal selbst sollte qualitativ hochwertig, mehrgeschossig und mit verschiedenen Nutzungen (u.a. Einzelhandelsmagnetbetrieb, Gastronomie, Post, Ärzte, Hotel) entwickelt werden (vgl. Karte 34).



Karte 34: Stadtteilzentrum Untertürkheim - Entwicklung Postareal und angrenzende Bereiche



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Im dritten Workshop wurden die aus den Analysen und Erkenntnissen der ersten beiden Workshops abgeleiteten Handlungsempfehlungen für das Zentrum von Untertürkheim durch das Büro Dr. Acocella vorgestellt und anschließend mit den Teilnehmern diskutiert.

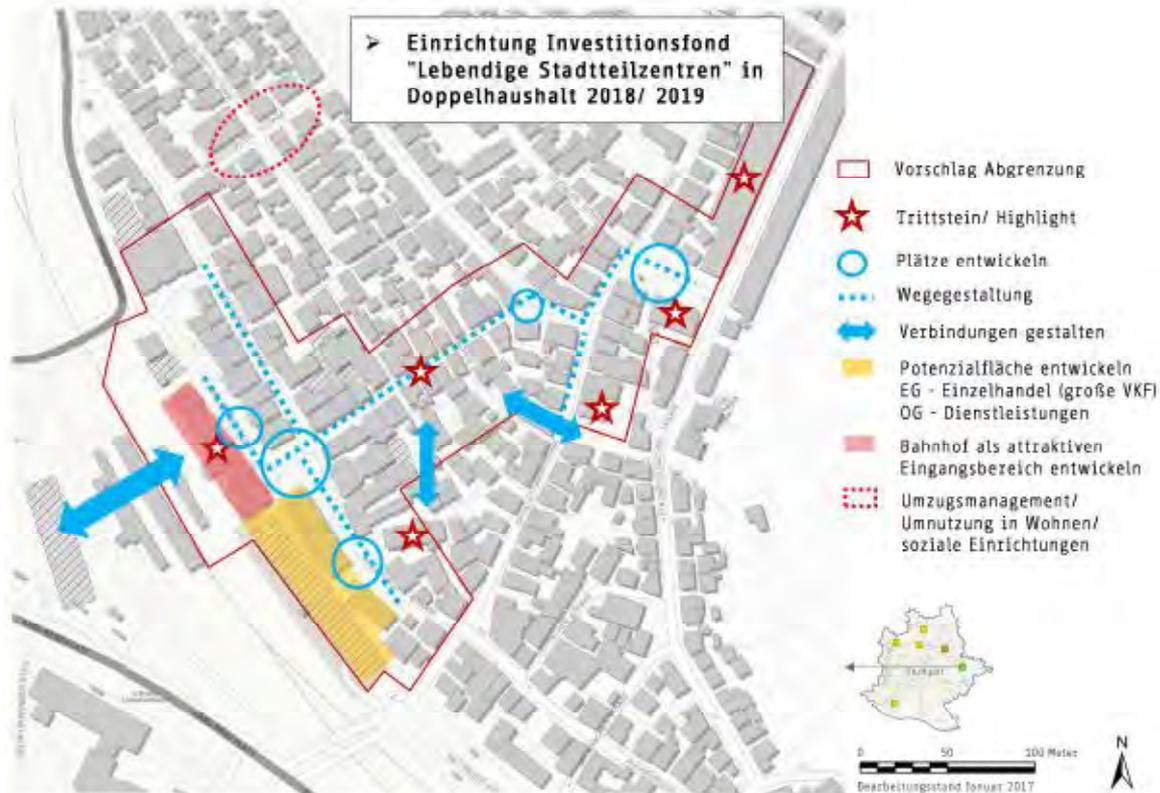
Karte 35: Stadtteilzentrum Untertürkheim - Vorschlag zur künftigen Abgrenzung



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Karte 36: Stadtteilzentrum Untertürkheim - Vorschlag künftige Entwicklung



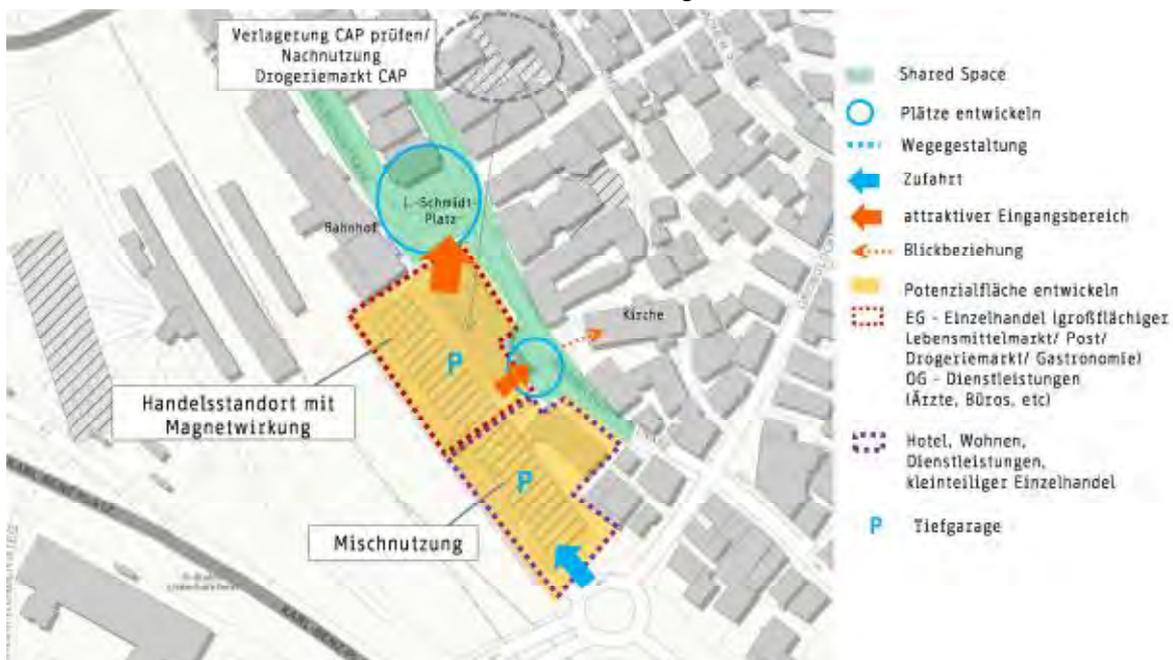
Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Entwicklung Postareal und AOK-Gebäude

Entwicklung von großen zusammenhängenden Verkaufsflächen im Erdgeschoss (z.B. Lebensmittelmarkt, Drogeriemarkt) unter folgenden Bedingungen:

- zwei-dreigeschossige Bauweise
- EG: Einzelhandel/ Gastronomie/ Post/ Hotel
- OG: Dienstleistungen/ Büros
- mindestens ein großer Einzelhandelsbetrieb im Nahversorgungsbereich mit Magnetfunktion
- attraktive Eingänge zum L.-Schmidt-Platz und zur Kirche
- platzartigen Bereich gegenüber Kirche schaffen
- anspruchsvolle Architektur
- Zufahrt für Pkw vom Kreisel Großglocknerstraße (Tiefgarage oder Parkplätze entlang der Bahn

Karte 37: Stadtteilzentrum Untertürkheim - Entwicklung Potenzialfläche Postareal und AOK



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Entwicklung Bahnhof und Leonhard-Schmidt-Platz/ Widersteinstraße

Bahnhof als Informations- und Kulturstandort entwickeln

- Sanierung und Modernisierung
- Informationspunkt/ Vinothek/ Café/ Kultur (z.B. Museum, Programm kino, Kleinkunstbühne)

Leonhard-Schmidt-Platz als zentralen Eingangs- und Aufenthaltsbereich umgestalten

- Gebäudeabriss an nördlicher Platzseite prüfen/ moderne Platzgestaltung/ Skulpturen (Industrie und Wein)
- Außengastronomie/ Wochenmarktnutzung/ Informationstafeln

Widersteinstraße - Internationalen Markt etablieren

- Suche nach Anbietern/ ggf. Zusammenlegung von Geschäften/ GQP
- Unterführung modernisieren und aufwerten - Daimler-Showroom



Karte 38: Stadtteilzentrum Untertürkheim - Entwicklung Bahnhof und L.-Schmidt-Platz/ Widersteinstraße

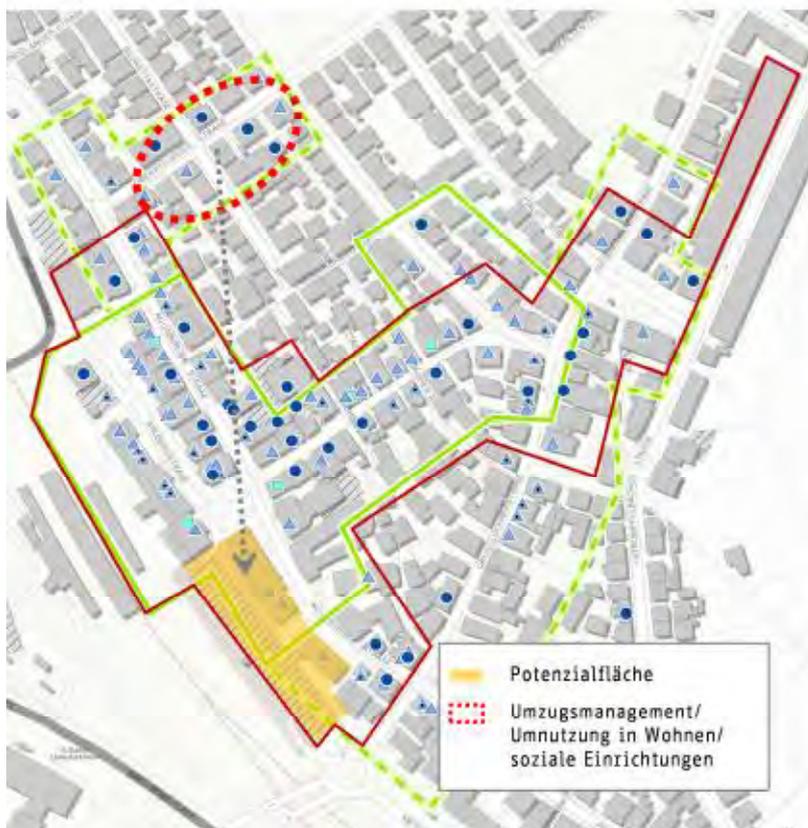


Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Entwicklung Oberstdorfer Straße

- Umsiedlung Einzelhandelsnutzungen Oberstdorfer Straße anstreben
- Konzentration Einzelhandel im Zentrum anstreben
- Verlagerung vorhandener Betriebe auf Postareal prüfen
- Kontakt mit Eigentümern
- Umzugsmanagement
- Nachnutzung Oberstdorfer Straße unterstützen
- Fördermöglichkeiten für Umnutzung in Wohnen prüfen
- evtl. Mehrgenerationenhaus
- Boardinghouse
- Dienstleistungen im Erdgeschoss

Karte 39: Stadtteilzentrum Untertürkheim - Entwicklung Oberstdorfer Straße



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 40: Stadtteilzentrum Untertürkheim - Zielgruppen ansprechen und Imageträger nutzen



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Empfehlungen: funktionale Stärkung und Entwicklung Stadtteilzentrum Untertürkheim

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
D-Zentrum stärken	konsequente Ansiedlungspolitik/ Anwendung Einzelhandelskonzept	Stadt	kurz- langfristig
Frequenz erhalten und stärken	keine Ausdehnung Zentrum	Stadt	kurzfristig
größere Verkaufsflächen schaffen im Bestand Zusammenlegung im Bereich Widdersteinstraße	Identifizierung erforderlicher Flächengrößen: <ul style="list-style-type: none"> • Befragung ansässige Händler • Abfrage bei potenziellen Anbietern (internationaler Markt) Gespräche mit Eigentümern Fördermöglichkeiten prüfen/ GQP	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilieneigentümer/ Mieter	kurz- langfristig
Entwicklung Postareal und AOK-Gebäude (Einzelhandelsmagnet/ Mischnutzung)	Gespräche mit Eigentümern städtebaulicher Wettbewerb	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilieneigentümer/ Mieter	kurz- langfristig
Entwicklung Postareal und AOK-Gebäude: Parkhaus, großer Lebensmittelmarkt und weitere Handelsbetriebe im EG, OG Dienstleistungen, Hotel	Gespräche mit Eigentümern städtebaulicher Wettbewerb	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilieneigentümer/ Mieter	kurz- langfristig
Entwicklung Bahnhof zum Eingangs- und Kulturbereich (Kultur, Info, Gastronomie)	Kontakt zu Eigentümer Erwerb durch Stadt anstreben Konzept entwickeln Kulturschaffende einbeziehen	Immobilieneigentümer/ Stadt	mittel- lang- fristig
Entwicklung Oberstdorfer Straße Umsiedlung Einzelhandelsnutzungen anstreben Verlagerung auf Postareal prüfen Nachnutzung unterstützen	Kontakt mit Eigentümern Umzugsmanagement Fördermöglichkeiten für Umnutzung in Wohnen prüfen <ul style="list-style-type: none"> • evtl. Mehrgenerationenhaus • Boardinghouse • Dienstleistungen im Erdgeschoss 	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilieneigentümer/ Mieter	mittel- lang- fristig
imageprägende Gastronomie unterstützen (Tourismus, Wein, Daimler)	Kontakt zu Firmen und potenziellen Anbietern suchen Fördermöglichkeiten prüfen	Immobilieneigentümer/ Gastronomen/ Stadt	kurz- langfristig
Hotel für Geschäftsleute und Touristen im Bereich AOK-Gelände	Kontakt zu Eigentümer Investor suchen	Eigentümer/ Investor/ Stadt	mittel- lang- fristig
Wochenmarkt ausbauen/ Themenmärkte/ evtl. Verlagerung Richtung L.-Schmidt-Platz	Gespräche mit Marktbeschickern/ Eigentümern	Stadt/ Eigentümer/ Marktbeschicker	kurz-mittelfristig
internationalen Markt in Widdersteinstraße etablieren	Berücksichtigung bei GQP gezielt Anbieter suchen (Leerstände belegen)	Stadt/ Händler/ Gastronomen	kurz-mittelfristig



Empfehlungen: städtebauliche/ gestalterische Stärkung und Entwicklung Stadtteilzentrum Untertürkheim

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
Platzfolgen/ Trittsteine schaffen Lesbarkeit Wegebeziehung vom Bahnhof über Widdersteinstraße zur Weinmanufaktur durch Gestaltung öffentlicher Raum	Gestaltungs- und Verkehrskonzept <ul style="list-style-type: none"> • Platz am Neubau gegenüber Kirche • L.-Schmidt-Platz als Aufenthaltsbereich und zentraler Platz im Zentrum • Platz gegenüber Bahnhof/ Außengastronomie • Widdersteinstraße als Bindeglied zum Kelterplatz und zur Weinmanufaktur 	Stadt	mittel- langfristig
Verkehrsberuhigung/ Shared Space im Bereich L.-Schmidt-Platz bis Platz gegenüber Kirche	Gestaltungs- und Verkehrskonzept	Stadt	mittel- langfristig
qualitativ hochwertige Bebauung Postareal/ AOK-Gebäude	städtebaulicher Wettbewerb <ul style="list-style-type: none"> • zwei- dreigeschossig • Eingangsbereiche zur Augsburgsburger Straße und zum L.-Schmidt-Platz orientieren • Platzbereich gegenüber Kirche • Tiefgarage/ alternativ ebenerdige Parkplätze zur Bahnlinie orientiert 	Investor/ Eigentümer/ Stadt	mittel- langfristig
Bahnhofsgebäude sanieren und als Eingangsbereich und Informationspunkt entwickeln	Kontakt zu Eigentümer aufnehmen/ Fördermöglichkeiten prüfen	Investor/ Eigentümer/ Stadt	mittel- langfristig
Anbindung zum Karl-Benz-Platz aufwerten/ Unterführung sanieren und gestalten/ Daimler-Showroom	Gestaltungskonzept Kontakt zu Daimler	Stadt/ Daimler	mittel- langfristig
Imageträger Wein und Industrie im öffentlichen Raum sichtbar machen (z.B. Skulpturen/ Showroom Daimler)	Gestaltungskonzept Kontakt zu Daimler	Stadt/ Eigentümer/ Mieter	mittel- langfristig

Die **Empfehlungen** durch das Büro Dr. Acocella konnten von den Teilnehmern grundsätzlich nachvollzogen werden. Dies betraf insbesondere:

- Reduzierung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (Zentrum)
- Entwicklung des Bahnhofsbereiches als attraktiven Eingangsbereich
- Neugestaltung des Leonhard-Schmidt-Platzes
- Neugestaltung des Post-Areals an der Augsburgsburger Straße (ggf. unter Einbeziehung des AOK-Areals), Entwicklung der Potenzialflächen (als Handelsstandort mit Magnetwirkung, Mischnutzung)



- Nutzungsintensivierung/ Aktivierung der leer stehenden Ladengeschäfte in der Widdersteinstraße (als städtische Managementaufgabe)
- städtebauliche Stärkung und Entwicklung von zentralen Plätzen, Herausarbeitung von punktuellen "Trittsteinen"/ Besonderheiten (Stadttraumgestaltung/ Aufenthaltsqualität)
- Aufwertung/ Umgestaltung wichtiger Wegebeziehungen im Zentrum
- Anbindung Karl-Benz-Platz an das Ortszentrum (erhebliche Aufwertung Platz und Unterführung)
- Unterstützung des bereits initiierten GQP-Quartiers (Gesetz zur Stärkung der Quartiersentwicklung durch Privatinitiative GQP, Baden-Württemberg) im Zentrum Untertürkheim
- Einrichtung eines Investitionsfonds "Lebendige Stadtteilzentren", u.a. zur Finanzierung von Schlüsselprojekten in Untertürkheim.

Schlüsselprojekte für die Entwicklung des Zentrums sind aus Sicht der Teilnehmer der Workshops:

- Erarbeitung eines Verkehrskonzeptes mit dem Ziel Aufenthaltsqualität zu schaffen, insbesondere am Leonhard-Schmidt-Platz (Augsburger Straße/ Arlbergstraße)
- Entwicklung Postareal mit gemischten Nutzungen - nicht ausschließlich Einzelhandel (Musikschule, Museum, Familienzentrum, VHS, Kita, ...)
- Intensive Unterstützung/ Beratung der Immobilieneigentümer in der Widdersteinstraße durch die Stadt zur Leerstands-beseitigung (Umbau, Fördermöglichkeiten, Baurecht...)
- Kommunales Grundstücksmanagement für den Bereich Leonhard-Schmidt-Platz/ Augsburger Straße unbedingt erforderlich, u.a.:
 - durch (Zwischen-)Erwerb des Bahnhofsgebäudes durch die Stadt, um dieses zu einem attraktiven Eingangsbereich für das Ortszentrum und Kulturstandort zu entwickeln,
 - ggf. durch (Zwischen-) Erwerb des AOK-Gebäudes an der Augsburger Straße durch die Stadt im Kontext der Quartiersentwicklung auf dem Post-Areal.

Desweiteren äußerten die Teilnehmer folgende **Anregungen und Ergänzungen**:

In den Arbeitsgruppen erarbeiteten die Teilnehmer weitere Ideen:



- Einbeziehung der Gebäude Großglocknerstraße/ Augsburgener Straße in die Quartiersentwicklung Postareal (verbesserte Zufahrtsmöglichkeit), Prüfung einer zusätzlichen Zufahrt zur künftigen Tiefgarage Postareal unter der Bahnlinie
- Aufwertungsmaßnahmen auf dem Karl-Benz-Platz, u.a. Parkplätze schaffen (Abholverkehr Bahn), ggf. Taxistand an den Platz verlagern, um den Bereich Leonhard-Schmidt-Platz zu entlasten
- Sperrung des Leonhard-Schmidt-Platzes für den Autoverkehr an Samstagen zugunsten des Wochenmarktes
- Stärkung der Gastronomiefunktion und Nutzungsausweitung (u.a. kulturelle/ soziale Angebote) in der Widdersteinstraße
- Revitalisierung/ Modernisierung des Quartiers „Storchenmarkt“

Wichtig war den Teilnehmern außerdem, dass die verschiedenen, aktuell laufenden Prozesse zur Entwicklung von Untertürkheim (u.a. "Masterplan Untertürkheim") - wie schon in den letzten Monaten geschehen – eng miteinander verknüpft und abgestimmt werden. Weiterhin wurde seitens der Teilnehmer betont, dass die Arbeitsplätze für Menschen mit Handicap im CAP-Markt nicht verloren gehen sollten.

5.3.3 Fazit

Von den sechs untersuchten Stuttgarter Zentren weist das Stadtteilzentrum Untertürkheim die stärksten funktionalen Verluste gegenüber 2008 auf. Viele Leerstände und deutliche Trading-Down-Tendenzen machen einen dringenden Handlungsbedarf deutlich. Mit dem zentral gelegenen Post-Areal bestehen gute Voraussetzungen die notwendigen Entwicklungsimpulse zu setzen. Ziel sollte dabei eine städtebaulich-architektonisch anspruchsvolle Bebauung sein (u.a. mehrgeschossig, Orientierung Eingang zum L.-Schmidt-Platz), die im Erdgeschoss Flächen für einen Magnetbetrieb und weitere Geschäfte und Gastronomiebetriebe und in den Obergeschossen Platz für Dienstleistungen, Kultur und Wohnen bietet. Neben der Entwicklung des Postareals ist es von wesentlicher Bedeutung den Leonard-Schmidt-Platz als zentralen Eingangs- und Aufenthaltsbereich zu gestalten und die Leerstände in der Widdersteinstraße zu verringern (städtische Managementaufgabe).

Wie die drei Workshops gezeigt haben, besteht ein großes Interesse und Engagement seitens der örtlichen Akteure zur Entwicklung des Zentrums von



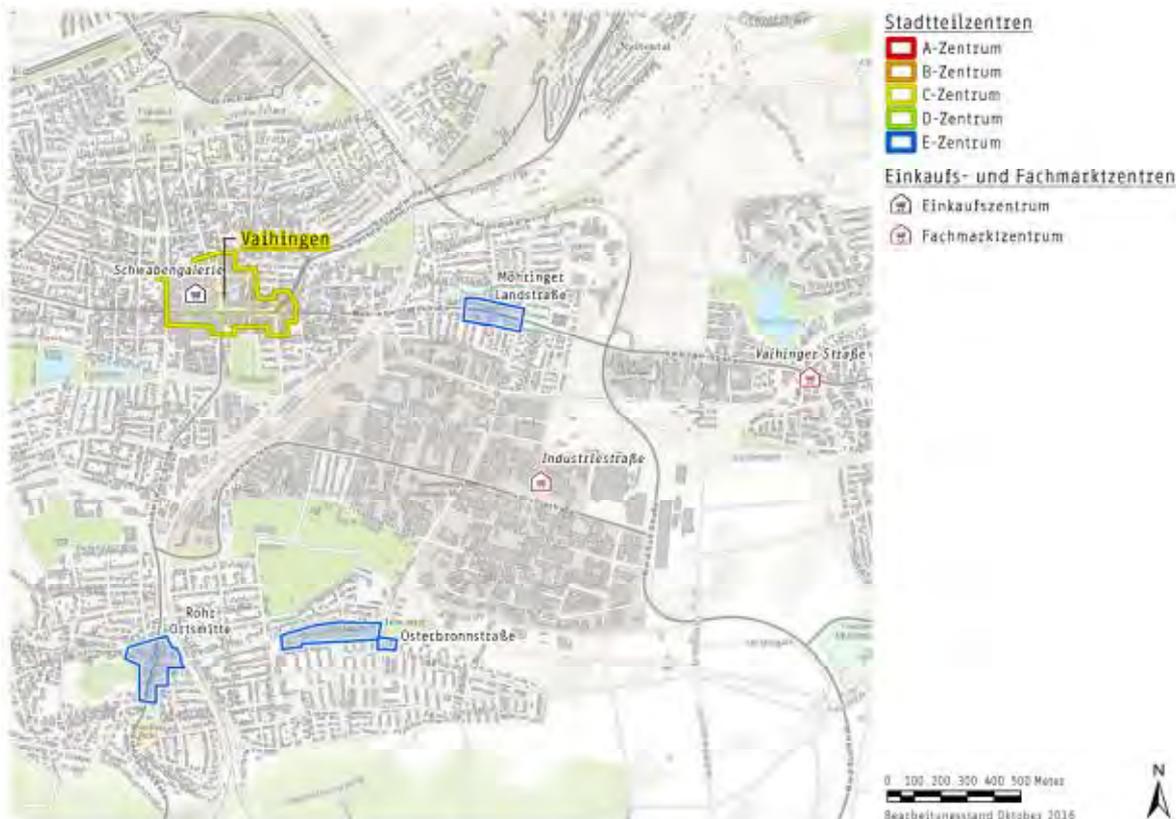
Untertürkheim. Aktuell wird ein GQP-Quartier initiiert. Diese Aktivitäten sollten unterstützt und möglichst weiterentwickelt werden.

5.4 VAIHINGEN

5.4.1 Städtebaulich-funktionale Analyse

Das Zentrum Vaihingen ist ein C-Zentrum und nimmt auf Grund seines umfangreichen Einzelhandelsangebotes wichtige Versorgungsfunktion für die Bewohner des im Südwesten gelegenen Stadtbezirkes wahr.

Karte 41: Stadtteilzentrum Vaihingen und Umfeld



Quelle: eigene Darstellung 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Im Vergleich zu 2008 hat sich das Einzelhandelsangebot im Zentrum Vaihingen - ebenso wie in den anderen fünf Zentren - rückläufig entwickelt. Während die Betriebe und Verkaufsflächen um 23% bzw. 11% gesunken sind, ist die Anzahl der Leerstände konstant geblieben.



Abb. 13: Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Vaihingen 2016 im Vergleich zu 2008

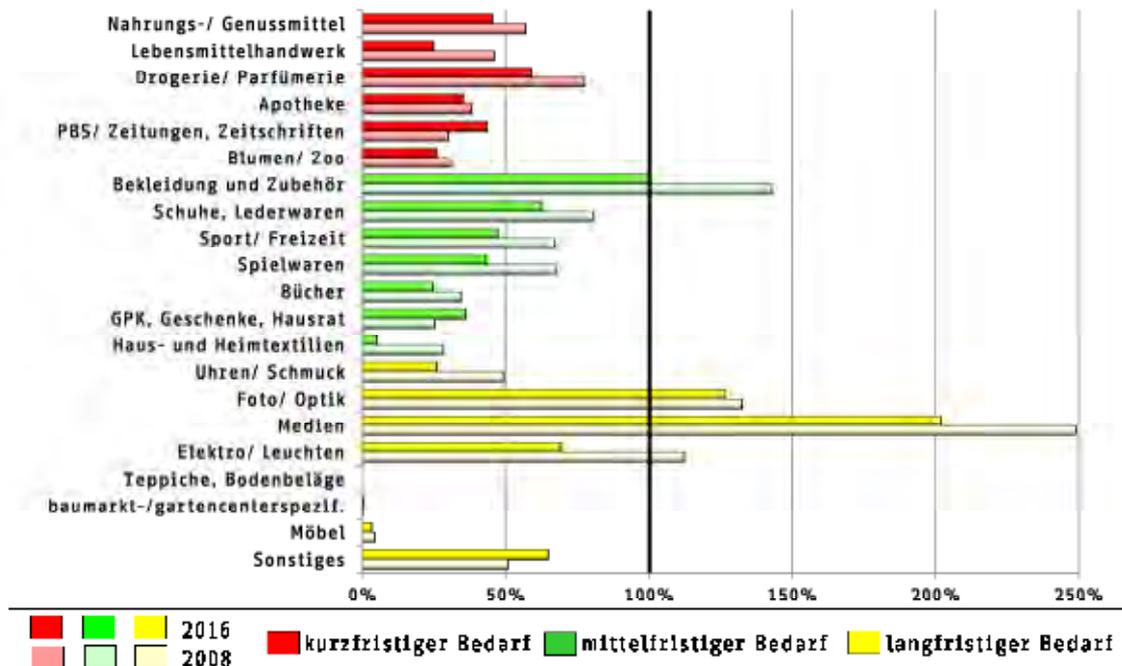
	2016	2008	Veränderung in %
Betriebe	76	99	- 23%
Verkaufsfläche (m ²)	27.325	30.725	- 11%
Leerstände	12	12	

Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Die **unechte Bindungsquote** errechnet sich, indem der im zentralen Versorgungsbereich Vaihingen erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft des gesamten Stadtbezirkes gesetzt wird.

Die unechten Bindungsquoten verdeutlichen, dass das Zentrum insbesondere in den Sortimentsbereichen Bekleidung und Zubehör, Foto/ Optik und Medien Versorgungsfunktion für den gesamten Stadtbezirk und z.T. darüber hinaus wahrnimmt. In den meisten Sortimentsbereichen sind rückläufige Bindungsquoten im Vergleich zu 2008 zu verzeichnen.

Abb. 14: unechte Bindungsquoten Stadtteilzentrum Vaihingen 2016 im Vergleich zu 2008

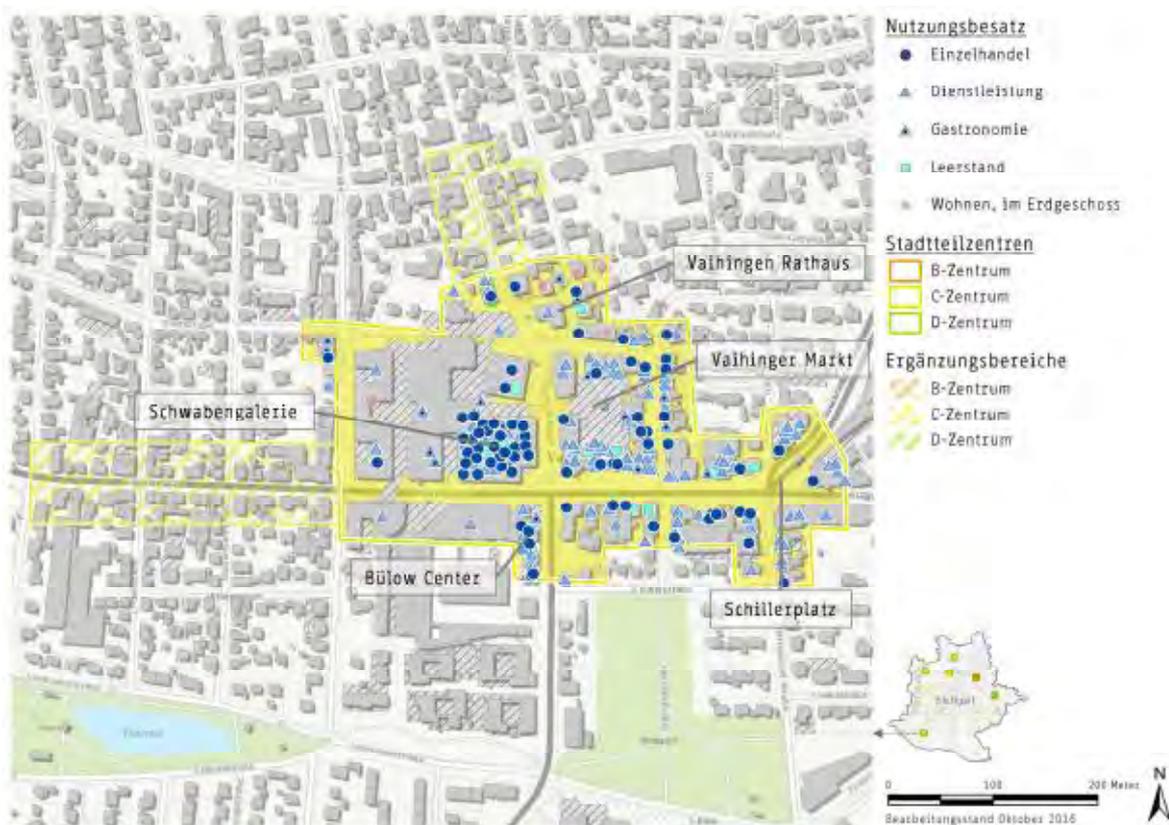


PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Die Analyse der Nutzungsstruktur zeigt eine Konzentration des Einzelhandelsangebots im Bereich der Schwabengalerie. In den übrigen Bereichen des Zentrums dominieren Dienstleistungsangebote.

Karte 42: Stadtteilzentrum Vaihingen - Nutzungsstruktur



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

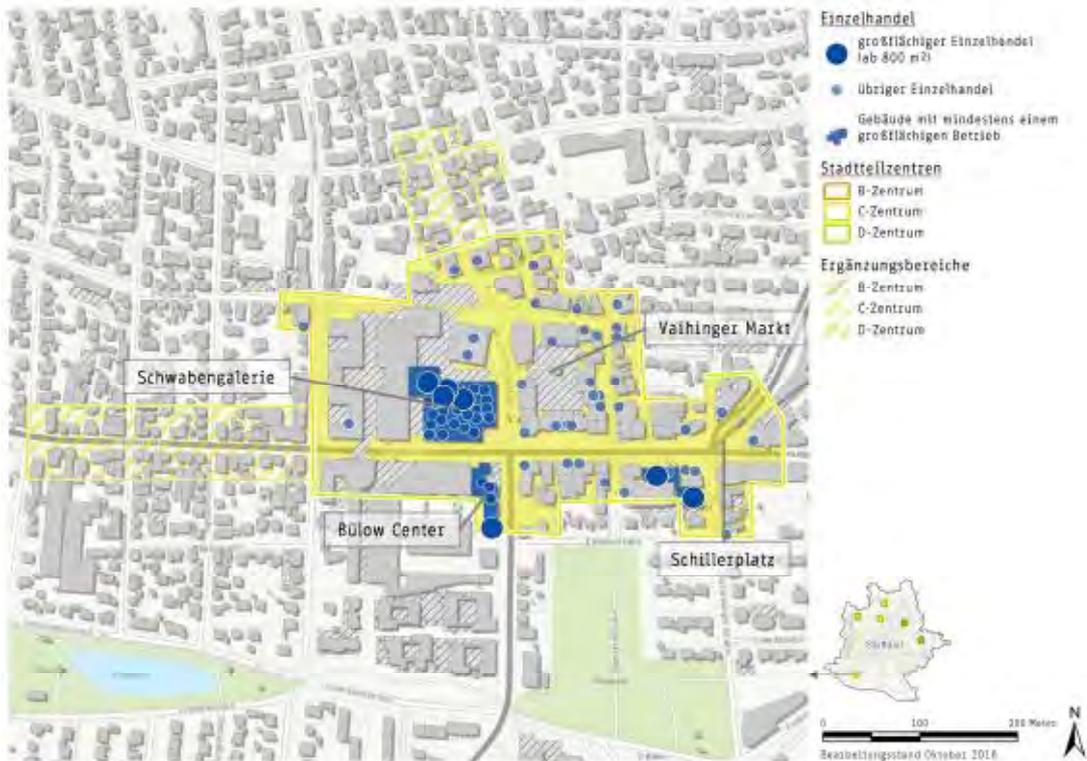


Karte 43: Stadtteilzentrum Vaihingen - Vertriebsformen im Einzelhandel



Quelle: eigene Darstellung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 44: Stadtteilzentrum Vaihingen - Magnetbetriebe



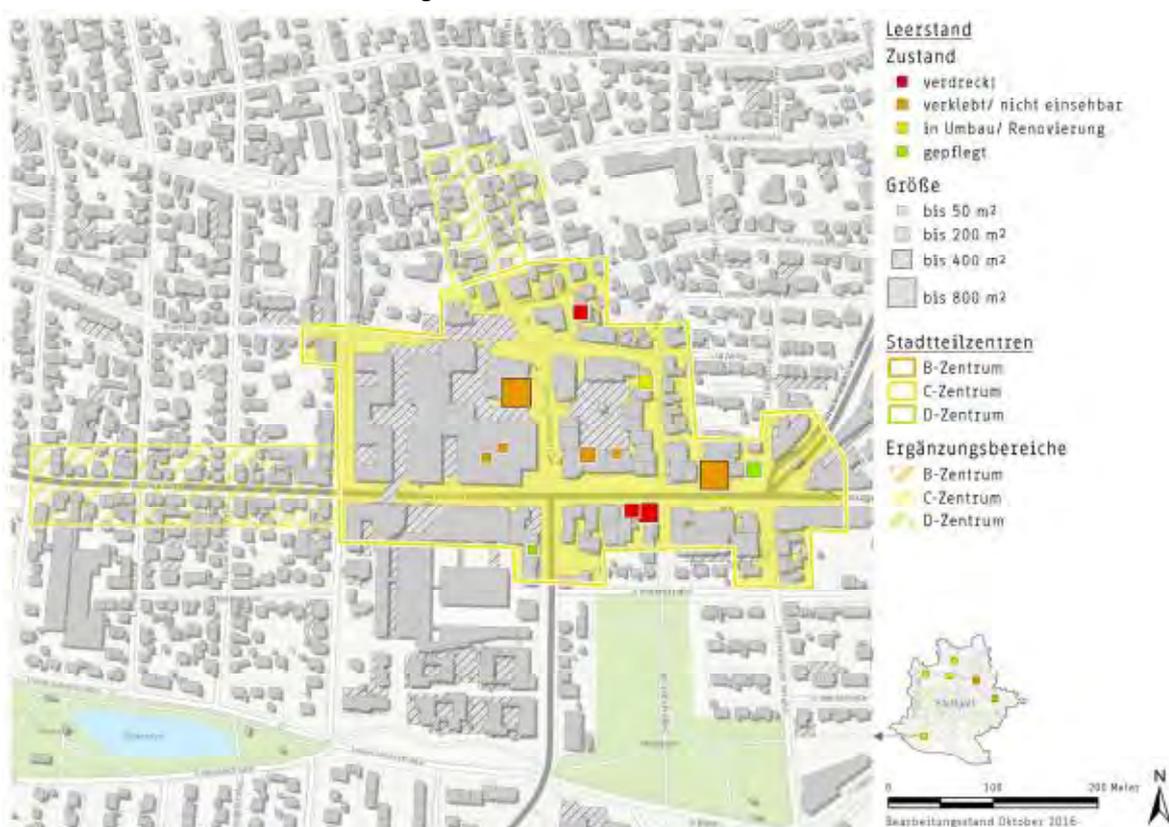
Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Das insgesamt vielfältige Einzelhandelsangebot ist durch mehrere Magnetbetriebe geprägt, die sich in der Schwabengalerie konzentrieren (vgl. Karte 44). Dennoch gibt es auch am Schillerplatz und im Bülow Center Magnetbetriebe. Dabei handelt es sich u.a. um Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte, einen Elektrofachmarkt und Bekleidungsfachmärkte.

In Karte 45 und Karte 47 zeigt sich eine Häufung von Leerständen, Vergnügungsstätten und weiteren Mindernutzungen im östlichen Zentrumsbereich. Besonders betroffen ist der Vaihinger Markt, der insgesamt städtebauliche und funktionale Defizite aufweist.

Das Preisniveau ist im Handels- und Gastronomiebereich überwiegend mittelpreisig (vgl. Karte 46), dies betrifft insbesondere die Angebote in der Schwabengalerie.

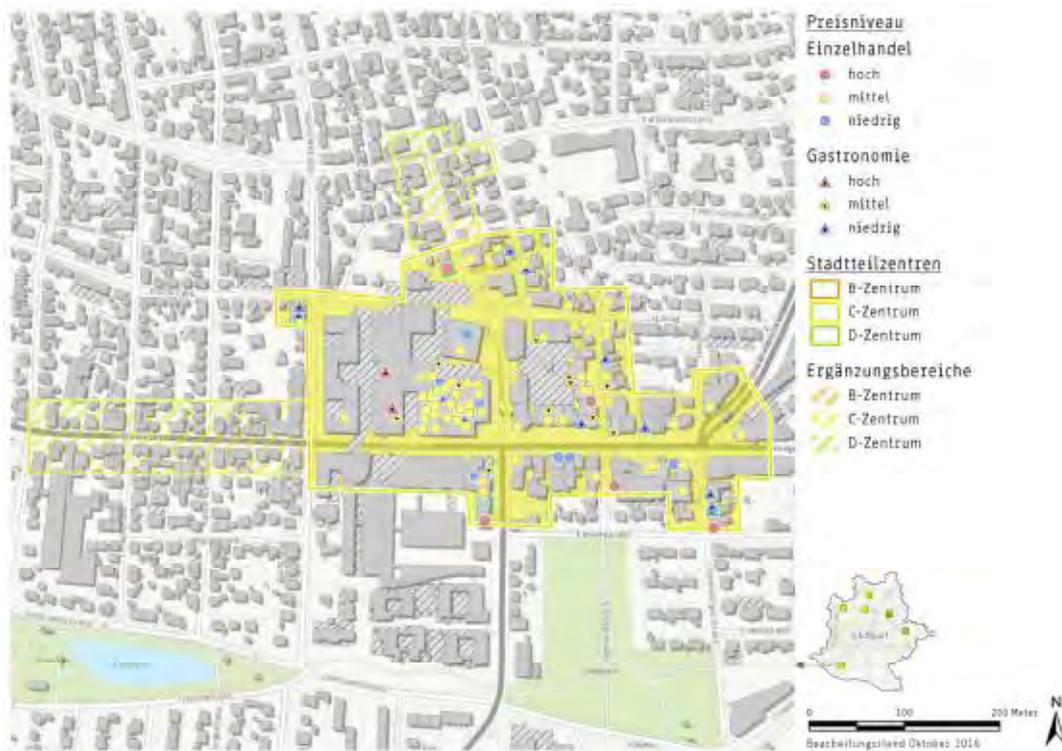
Karte 45: Stadtteilzentrum Vaihingen - Leerstände



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

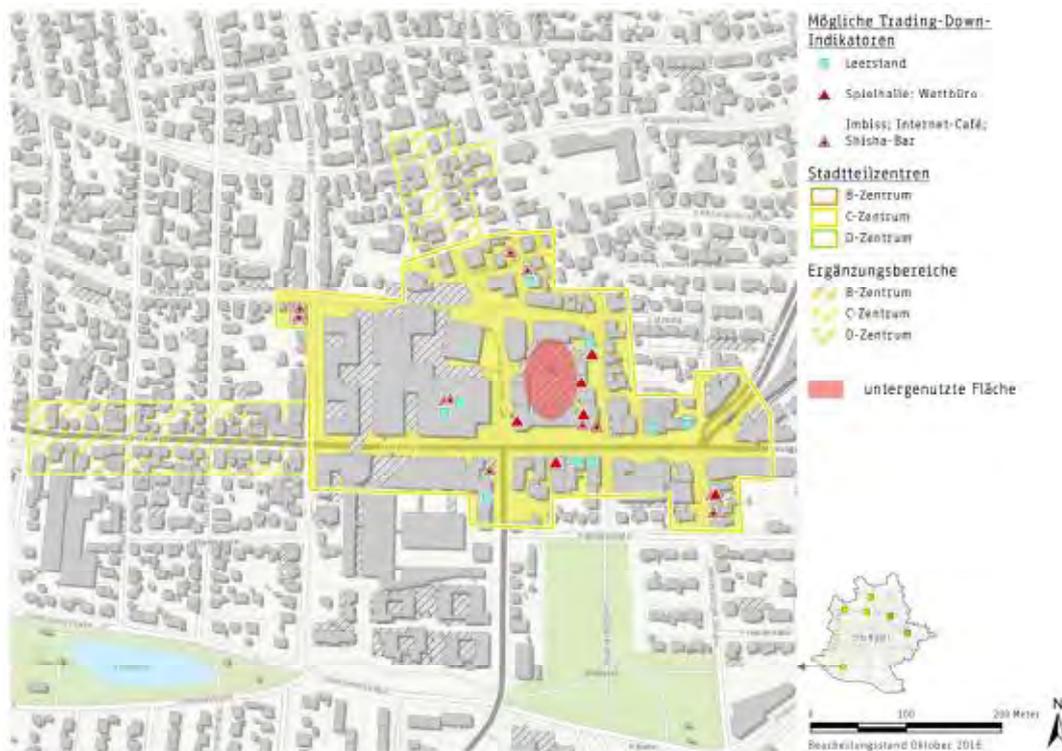


Karte 46: Stadtteilzentrum Vaihingen - Preisniveau Handel und Gastronomie



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

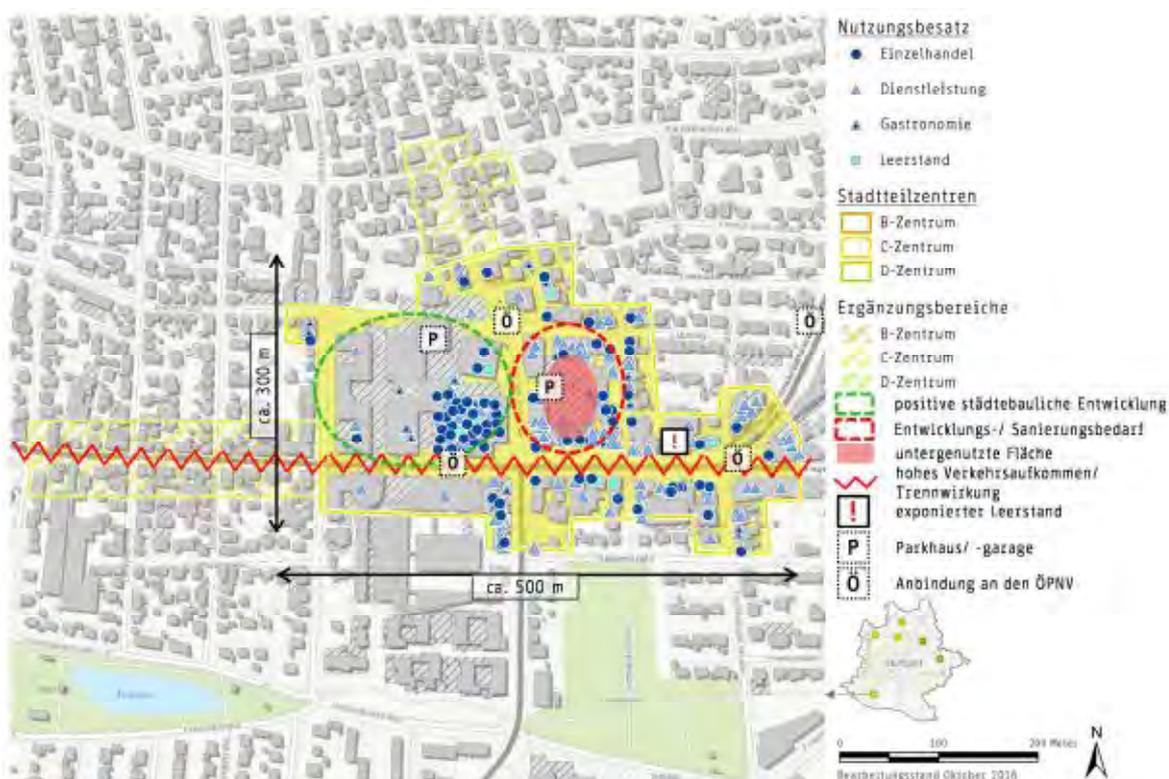
Karte 47: Stadtteilzentrum Vaihingen - mögliche Trading-Down-Indikatoren



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

In Karte 48 und in Abb. 15 sind die oben aufgeführten Ergebnisse gemeinsam mit den städtebaulichen Bewertungen dargestellt. Insgesamt ist das Zentrum Vaihingen durch ein vielfältiges Einzelhandelsangebot geprägt. Im Bereich der Schwabengalerie ist eine positive städtebauliche Entwicklung festzustellen. Im Bereich des Vaihinger Marktes ist hingegen Entwicklungsbedarf festzustellen; es sind deutliche Trading-Down-Tendenzen erkennbar. Auf Grund des mangelnden städtebaulich-funktionalen Zusammenhangs zwischen der Schwabengalerie und dem Bereich östliche Hauptstraße sind kaum positive Synergieeffekte erkennbar. Die Hauptstraße erzeugt zudem auf Grund des hohen Verkehrsaufkommens eine erhebliche Trennwirkung.

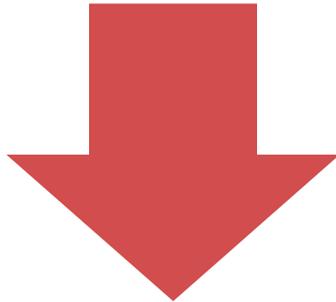
Karte 48: Stadtteilzentrum Vaihingen - Stärken-Schwächen-Analyse



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Abb. 15: Stadtteilzentrum Vaihingen - zusammenfassende Bewertung



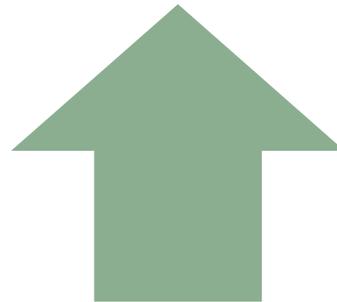
Schwächen

- rückläufige Betriebsanzahl/ Verkaufsfläche
- Häufung von Leerständen, Vergnügungsstätten, Mindernutzungen, Sanierungsbedarf im östlichen Zentrumsbereich
- Entwicklungsbedarf Vaihinger Markt/ Trading-Down-Tendenzen erkennbar
- Trennwirkung Hauptstraße/ Verkehrsaufkommen
- mangelnder städtebaulich-funktionaler Zusammenhang Schwabengalerie und Bereich östliche Hauptstraße/ kaum positive Synergieeffekte erkennbar

positive Entwicklung Schwabengalerie – Vaihinger Markt mit Entwicklungsbedarf

Stärken

- mehrere Magnetbetriebe (u.a. Supermärkte, Drogeriemärkte, Elektrofachmarkt, Bekleidungsmärkte)
- vielfältiges Einzelhandelsangebot
- stagnierende Anzahl leerstehender Ladenlokale
- wenige größere Leerstände
- überwiegend mittleres Preisniveau/ Filialisten
- Schwabengalerie (moderne Architektur, Plätze, ...)
- Studenten und Amerikaner
- gute Anbindung an den ÖPNV



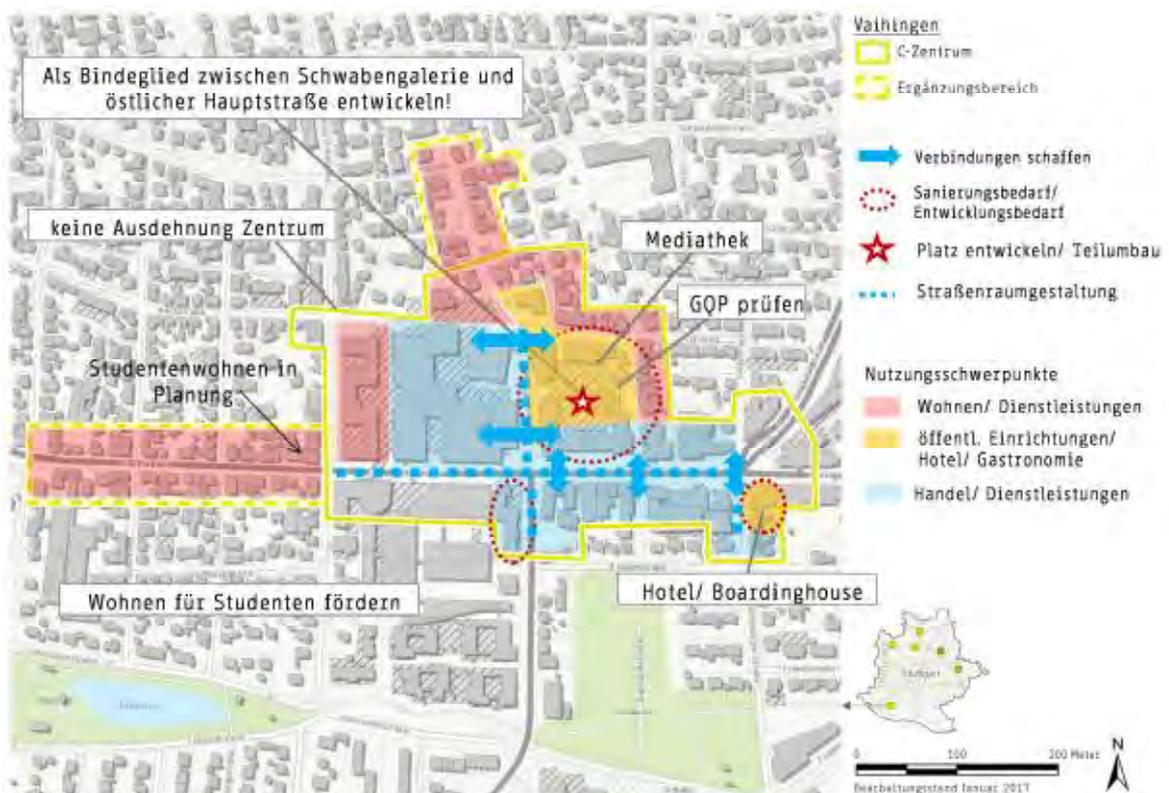
Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016

5.4.2 Handlungsempfehlungen

In der nachfolgenden Karte sind die wichtigsten Handlungsempfehlungen für das Stadtteilzentrum Vaihingen zusammengefasst. Diese werden zudem in tabellarischer Form nach Zielen, Handlungserfordernissen, Akteuren und Zeitrahmen gegliedert, detailliert dargestellt.

Die Handlungsempfehlungen basieren im Wesentlichen auf den Ergebnissen der städtebaulich-funktionalen Analyse durch das Büro Dr. Acocella und den Diskussionen mit den örtlichen Akteuren im Rahmen der beiden Workshops.

Karte 49: Stadtteilzentrum Vaihingen - Handlungsempfehlungen



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Empfehlungen: funktionale Stärkung Stadtteilzentrum Vaihingen

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeiträumen
C-Zentrum erhalten und stärken	konsequente Ansiedlungspolitik/ Anwendung Einzelhandelskonzept	Stadt	kurz- langfristig
Frequenz erhalten und stärken	keine Ausdehnung Zentrum/ Beschränkung Einzelhandelsentwicklung auf Kernbereich	Stadt	kurz- langfristig
Umgestaltung Vaihinger Markt	<ul style="list-style-type: none"> Gastronomie/ Dienstleistungen/ Parken moderne Mediathek 	Stadt/Investor/ Eigentümer/ Mieter	mittel- langfristig
Erhaltung und Stärkung Wochenmarkt	<ul style="list-style-type: none"> Qualitätssicherung/ Obst- und Gemüseanbieter Standortverlagerung auf Vaihinger Markt 	Stuttgarter Märkte und Bezirksvorsteher	kurz- langfristig
Entwicklung Postareal	Magnetbetrieb im östlichen Zentrenbereich schaffen	Stadt/ Eigentümer/ Investor	mittel-langfristig
Aufwertung	Modernisierung Bülow-Center	Stadt/ Eigentümer/ Investor	mittel-langfristig

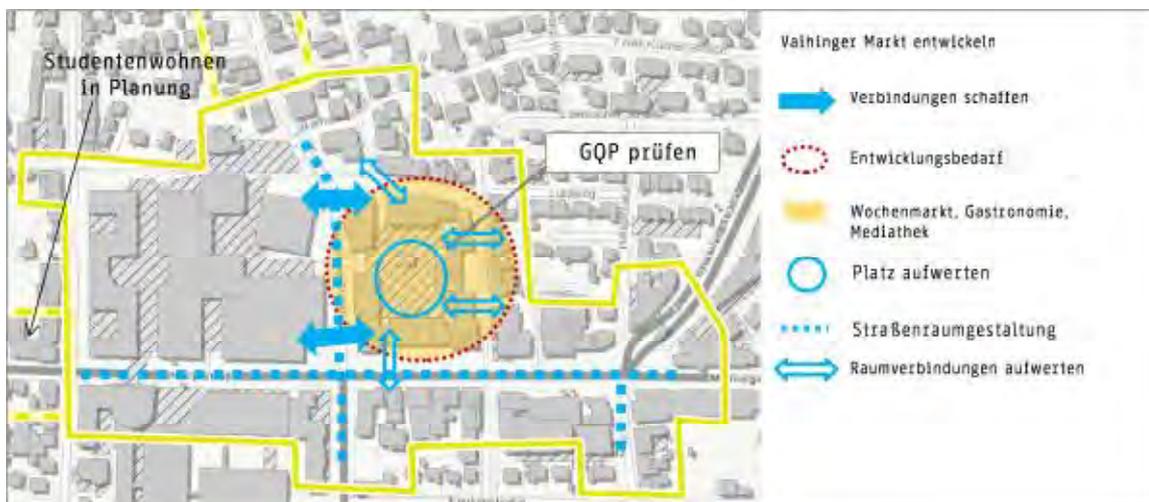
Vaihinger Markt als öffentlichen Platz mit hoher Aufenthalts- und Gestaltqualität entwickeln

- Gestaltungskonzept



- Verbindung Süd- und Nordeingang Schwabengalerie - "Öffnung" Vaihinger Markt
- Zufahrt Tiefgarage Vaihinger Markt verlegen
- Nutzungsschwerpunkt: Gastronomie und öffentliche Einrichtungen und Wochenmarkt
- studentisches Wohnen in OG anstreben - Umbau/ Neubau
- attraktive Mediathek/ Stadtbezirksbibliothek - Verbindung zum Forschungscampus
- Einrichtung GQP im Erdgeschoss prüfen

Karte 50: Stadtteilzentrum Vaihingen - Entwicklung Vaihinger Markt



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

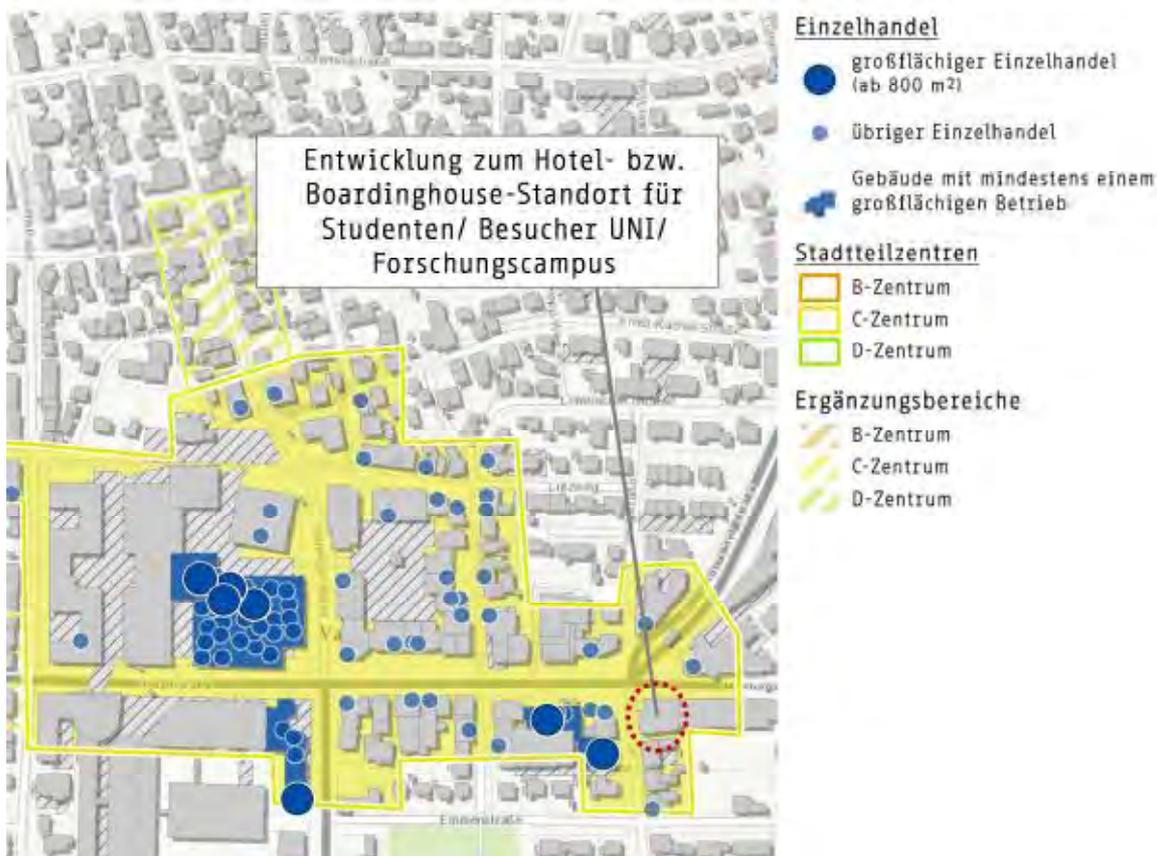
Empfehlungen: Entwicklung Vaihinger Markt

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeiträumen
Entwicklung Vaihinger Markt	Bürger-Workshop zur künftigen Entwicklung Vaihinger Markt	Stadt/ Bürger	kurzfristig
	Gespräche Stadt mit Eigentümern/ Infoveranstaltung	Stadt/ Eigentümer	kurzfristig
	Gestaltungskonzept Vaihinger Markt	Stadt	kurz- mittelfristig
	Einrichtung GQP im Erdgeschoss prüfen	Stadt	kurz- mittelfristig
öffentlicher Platz mit hoher Aufenthalts- und Gestaltqualität/ Gestaltungskonzept	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzungsmischung: Gastronomie/ Dienstleistungen/ Parken/ moderne Mediathek/ Wochenmarkt/ studentisches Wohnen im OG • attraktiven Platzbereich mit Aufenthaltsqualität schaffen • Öffnung zu Süd- und Nordeingängen Schwabengalerie/ Hauptstr. • Verlagerung Zufahrt Tiefgarage 	Stadt/ Investor/ Eigentümer/ Mieter	mittel- langfristig

Entwicklung Postareal

- attraktive Nutzung ansiedeln, um östlichen Zentrumsbereich zu stärken
- Hotel für Studenten/ Gäste/ Besucher des Forschungscampus
- oder Boardinghouse
- anspruchsvolle Architektur/ Öffnung zur Hauptstraße

Karte 51: Stadtteilzentrum Vaihingen - Entwicklung Postareal



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Empfehlungen: Entwicklung Postareal

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeiträumen
Entwicklung Postareal	Kontakt zu Eigentümer suchen	Stadt	kurz- mittelfris- tig
östlichen Zentrumsbe- reich stärken	attraktive Nutzung ansiedeln <ul style="list-style-type: none"> • Hotel für Studenten/ Gäste/ Besucher des Forschungscampus • oder Boardinghouse 	Stadt Eigentümer	mittel- langfris- tig
	anspruchsvolle Architektur/ Öffnung zur Hauptstraße	Eigentümer/ Stadt	mittel- langfris- tig



Entwicklung Hauptstraße zum Stadtboulevard

- Umgestaltung im Rahmen Sanierungsmaßnahme
- Querungen zu Süd- und Nordeingängen Schwabengalerie gestalten
- Unterführungen Hauptstraße umgestalten bzw. ebenerdigen Übergang erwägen
- Querung Bereich Schillerplatz und Kreuzung R.-Koch-Straße gestalten
- Parkplätze konzentrieren/ keine Parkbuchten an der Hauptstraße
- Beschilderungskonzept Parkplätze/ Parkhäuser
- Sanierung Fassaden/ Bodenbelag/ Beleuchtung/ Entrümpelung Straßenraum
- Umbau Arkadenbereiche in Schaufenster durch Stadt fördern
- Schaufenstergestaltung verbessern (Händler)

Karte 52: Stadtteilzentrum Vaihingen - Entwicklung Hauptstraße zum Stadtboulevard



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Empfehlungen: Entwicklung Hauptstraße zum Stadtboulevard

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
Umgestaltung im Rahmen Sanierungsmaßnahme	<ul style="list-style-type: none"> • Querungen zu Süd- und Nordeingängen Schwabengalerie gestalten • Unterführungen Hauptstraße umgestalten bzw. ebenerdigen Übergang erwägen • Querung Bereich Schillerplatz und Kreuzung R.-Koch-Straße gestalten • Parkplätze konzentrieren/ keine Parkbuchten an der Hauptstraße • Beschilderungskonzept Parkplätze/ Parkhäuser • Sanierung Fassaden/ Bodenbelag/ Beleuchtung/ Entrümpelung Straßenraum 	Stadt	mittel- langfristig
	Umbau Arkadenbereiche in Schaufenster durch Stadt fördern	Stadt	mittel- langfristig
	Schaufenstergestaltung verbessern	Händler	kurz- langfristig

Wohnen für Studenten fördern

- Fördermöglichkeiten für Neu- und Umbaumaßnahmen für studentisches Wohnen prüfen
- Vermietung von Wohnraum an Studenten/ Informationsveranstaltung für Vermieter
- Überprüfung ÖPNV-Tarif/ Studententicket früher als 18:00 aktivieren
- Angebote für Studenten/ Sondertarife in der Gastronomie

Karte 53: Stadtteilzentrum Vaihingen - Wohnen für Studenten fördern



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

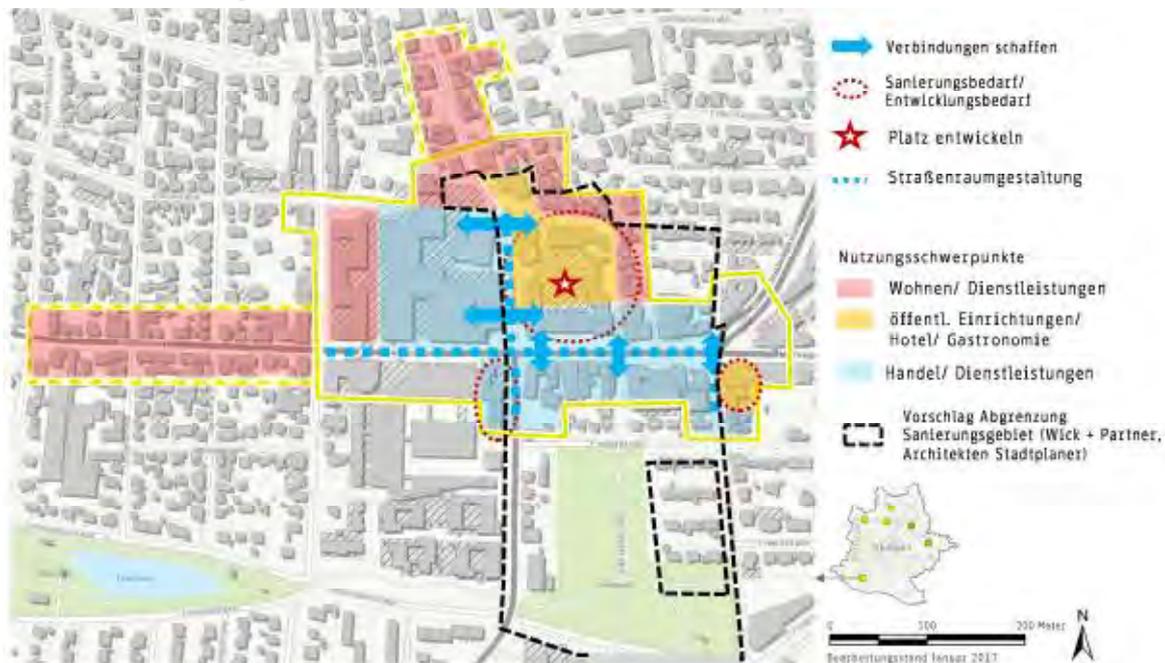


Empfehlungen: Wohnen für Studenten fördern

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
Wohnen für Studenten fördern	<ul style="list-style-type: none"> • Fördermöglichkeiten für Neu- und Umbaumaßnahmen für studentisches Wohnen prüfen • Vermietung von Wohnraum an Studenten/ Informationsveranstaltung für Vermieter • Überprüfung ÖPNV-Tarif / Studententicket früher als 18:00 aktivieren • Angebote für Studenten und Firmenkunden/ Sondertarife in der Gastronomie (Businesslunch, Studentenmenü) 	Stadt	mittel- langfristig

In einem Teilbereich des Zentrums, der insbesondere den Vaihinger Markt umfasst, wird gegenwärtig eine Sanierungsmaßnahme durchgeführt. Im Rahmen der Sanierungsmaßnahme können bereits Vorschläge aus dem vorliegenden Konzept umgesetzt werden.

Karte 54: Sanierungsmaßnahme



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Die durch das Büro Dr. Acocella vorgestellten **Empfehlungen** konnten von den Teilnehmern des Workshops grundsätzlich nachvollzogen werden. Dies betraf insbesondere:



- Reduzierung der Abgrenzung des Zentrums (Beschränkung auf den Kernbereich)
- Transformation/ Umgestaltung des Vaihinger Marktes und Schaffung einer Vaihinger Mitte sowie Neuprofilierung des Gebäudekomplexes (Gastronomie, Dienstleistungen, Mediathek)
- Erhalt/ Stärkung des Wochenmarktes (Prüfung Standortverlagerung auf das Areal Vaihinger Markt)
- Entwicklung des Post-Areals, Schaffung eines Magnetbetriebs im östlichen Zentrenbereich (Schillerplatz)
- Modernisierung des Bülow-Centers
- Entwicklung der Hauptstraße zum Stadtboulevard
- Aufwertung/ Verbesserung der Querungsmöglichkeiten (Bindeglieder) zwischen den Teilquartieren des Zentrums (Schwabengalerie, Vaihinger Markt, Hauptstraße/ Emilienstraße)
- Prüfung der Ausweisung eines GQP-Quartiers (Gesetz zur Stärkung der Quartiersentwicklung durch Privatinitiative GQP, Baden-Württemberg) für die Erdgeschosse des Vaihinger Marktes
- Erhöhung der Erlebbarkeit der Universität/ des Forschungscampus im Stadtteilzentrum durch Förderung des Wohnens für Studierende
- Einrichtung eines Investitionsfonds "Lebendige Stadtteilzentren", u.a. zur Finanzierung von Schlüsselprojekten in Vaihingen.

Schlüsselprojekte für die Entwicklung des Zentrums sind aus Sicht der Teilnehmer der Workshops:

- die Entwicklung/ Umgestaltung des Vaihinger Marktes als lebendige Mitte, d.h. als öffentlicher Platz mit hoher Aufenthalts- und Gestaltqualität, mit Gastronomie/ öffentlichen Einrichtungen/ Wochenmarkt/ temporäre kulturelle Angebote (Gestaltungs- und Nutzungskonzept), studentisches Wohnen in den Obergeschossen (prüfen),
- eine Mediathek/ ein Medienhaus (in Ergänzung/ Ausweitung der Stadtbücherei) als attraktiver Nutzungsanker am Vaihinger Markt,
- für den Vaihinger Markt (Erdgeschossbereich) ist die Einrichtung eines GQP-Quartiers näher zu untersuchen,



- die Umgestaltung der Hauptstraße zu einer attraktiven Einkaufsstraße sowie Umgestaltung der Quermöglichkeiten (Hauptstraße, Robert-Leicht-Straße/ Vaihinger Markt).

Desweiteren äußerten die Teilnehmer folgende **Anregungen und Ergänzungen**:

Als zentraler Ansatz für eine nachhaltige Aktivierung des Vaihinger Zentrums wird die Neukonzeption bzw. Umgestaltung des Vaihinger Marktes angesehen. Statt einer zweiten Einkaufsgalerie soll hier eine lebendige Mitte als öffentlicher Platz mit Gastronomieangeboten, Cafés und öffentlichen Einrichtungen/ Mediathek entstehen, ergänzt durch den (ggf. verlagerten) Wochenmarkt und temporäre Kulturangebote/ Platznutzungen. Die umgebaute Stadtteilbibliothek könnte ggf. auch als Veranstaltungsort für die Universität und die Institute des Forschungscampus dienen.

Zur attraktiveren Nutzung/ Umgestaltung des Innenbereichs des Vaihinger Marktes ist die Verlegung der Tiefgaragenzufahrt (direkt zur Robert-Leicht-Straße) Voraussetzung. Die Kleinteiligkeit der Erdgeschossnutzung des Vaihinger Marktes ist zu erhalten. Die Erdgeschosszone (Blockrand) sollte aber verstärkt mit Nutzungen außerhalb des Einzelhandels ausgestaltet werden, da diese Geschäftslage durch das Einkaufszentrum Schwabengalerie ins Hintertreffen geraten und von daher eine aktive Neuprofilierung in Richtung Nahversorgung, Dienstleistung, Gastronomie und publikumsbezogene, vereinsbezogene Nutzungen notwendig ist. Unterstützt werden könnten all diese Ansätze durch die Einrichtung eines GQP-Quartiers.

Die Umgestaltung der Hauptstraße sollte auch aus Sicht der Teilnehmer mit einer Aufwertung und "Entrümpelung" des öffentlichen Raumes, einer Beseitigung der bestehenden Unterführungen, der attraktiven Gestaltung ebenerdiger Übergänge und (zum Teil) der Beseitigung der Parkbuchten einhergehen. Die Zugänge zum Vaihinger Markt (Hof) sind deutlich zu verbessern, auszuweiten und attraktiver zu gestalten.

Das Postareal sollte mit bezahlbarem Wohnraum entwickelt werden. Insbesondere könnten auch hier Angebote für studentisches Wohnen und ein Boardinghouse bzw. ein Hotel (z.B. für Besucher der Universität/ des SynergieParks) angeboten werden.



Das Bülow-Center (erheblicher Modernisierungsbedarf) sollte besser an die Schwabengalerie und an die Nordseite der Hauptstraße angebunden werden. Hierzu ist der Kreuzungsbereich Hauptstraße/ Robert-Leicht-Straße entsprechend umzugestalten.

5.4.3 Fazit

Das Zentrum von Vaihingen hat ebenso wie die anderen untersuchten Zentren Funktionsverluste zu verzeichnen. Insbesondere die Bereiche außerhalb der Schwabengalerie weisen städtebauliche Defizite, Leerstände und Mindernutzungen (u.a. Spielhallen, Wettbüros, Imbissbetriebe) auf, so dass auch hier ein Handlungsbedarf deutlich wird.

Im Mittelpunkt sollte die Umgestaltung und Neuprofilierung des Vaihinger Marktes zu einem Treffpunkt und Aufenthaltsbereich mit Gastronomie Dienstleistungen und Wohnen stehen. Eine moderne Mediathek könnte ein wichtiger Impulsgeber sein. Eine besondere Herausforderung stellen dabei die komplizierten Eigentumsverhältnisse und die bestehende Bebauung (Tiefgaragenzufahrt in Platzmitte) dar.

Darüber hinaus sollte die Hauptstraße im Rahmen der anlaufenden Sanierungsmaßnahme als Stadtboulevard entwickelt werden. Angesichts der Nähe zum Forschungscampus sollte studentisches Wohnen im Zentrum und im Umfeld des Zentrums gezielt gefördert werden.

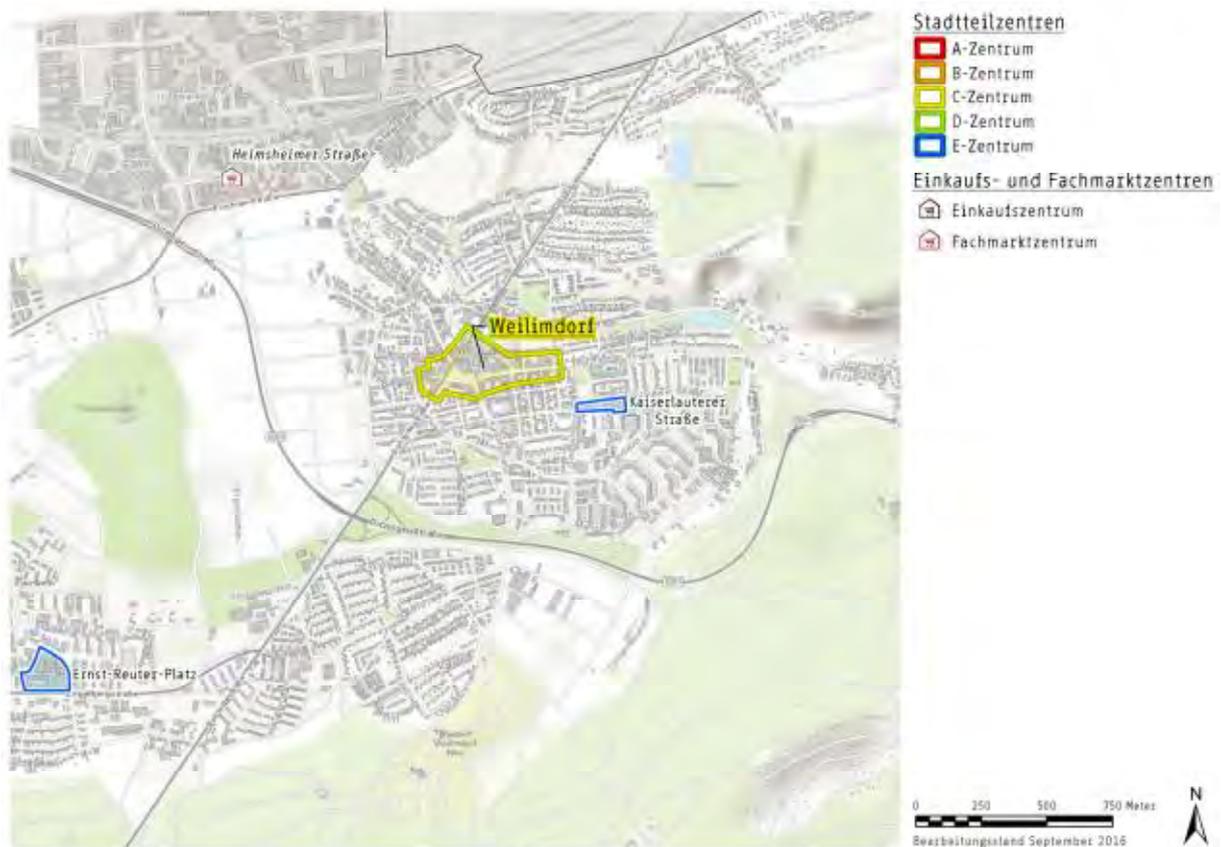


5.5 WEILIMDORF

5.5.1 Städtebaulich-funktionale Analyse

Das Zentrum Weilimdorf ist im aktuellen Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Stuttgart als C-Zentrum eingestuft. Für die Bewohner des im Nordwesten gelegenen Stadtbezirkes Weilimdorf nimmt es wichtige Versorgungs- und Identifikationsfunktion wahr.

Karte 55: Stadtteilzentrum Weilimdorf und Umfeld



Quelle: eigene Darstellung 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Im Vergleich zu 2008 hat sich das Einzelhandelsangebot im Zentrum Weilimdorf - ebenso wie in den anderen fünf Zentren - rückläufig entwickelt. Die Zahl der Betriebe hat sich um 18% verringert und die Verkaufsfläche um 6%. Die Anzahl der Leerstände ist leicht gestiegen.



Abb. 16: Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Weilimdorf 2016 im Vergleich zu 2008

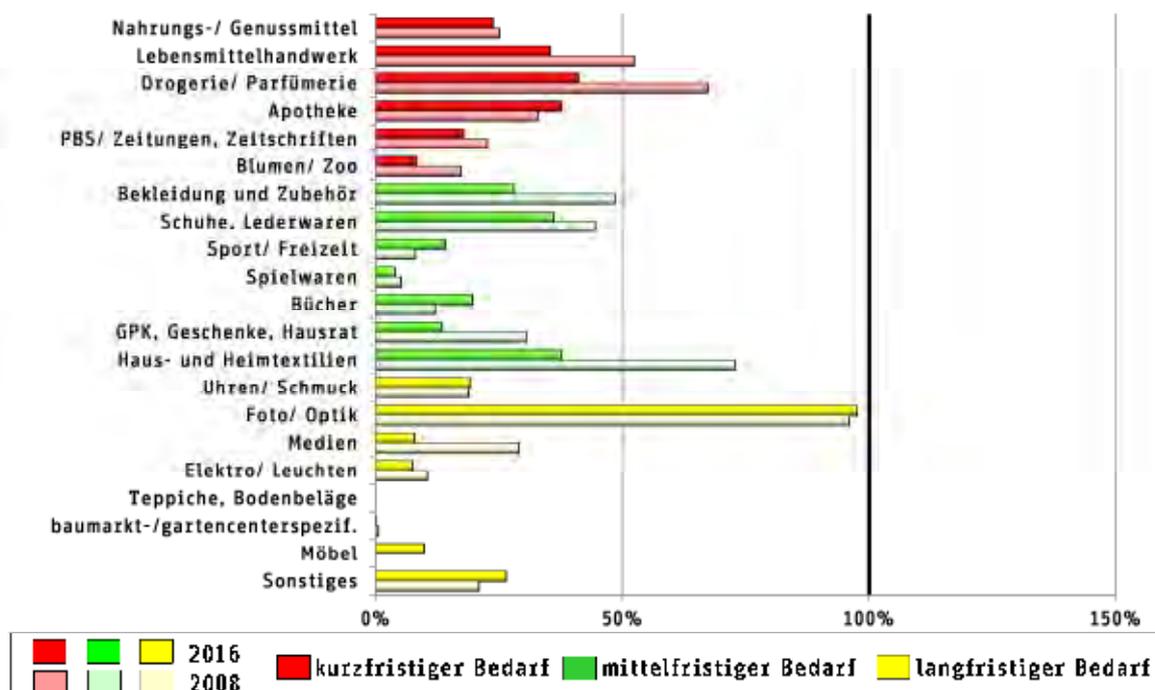
	2016	2008	Veränderung in %
Betriebe	56	68	- 18%
Verkaufsfläche (m ²)	8.900	9.500	- 6%
Leerstände	8	5	

Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Die **unechte Bindungsquote** errechnet sich, indem der im zentralen Versorgungsbereich Weilimdorf erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft des gesamten Stadtbezirkes gesetzt wird.

Die unechten Bindungsquoten verdeutlichen die quantitativ eher geringe Bedeutung des Stadtteilzentrums für die Versorgung der Bewohner des Stadtbezirkes. Mit Ausnahme von Foto/ Optik liegen sämtliche Bindungsquoten unter 50%. In den meisten Sortimentsbereichen sind rückläufige Bindungsquoten im Vergleich zu 2008 zu verzeichnen.

Abb. 17: unechte Bindungsquoten Stadtteilzentrum Weilimdorf 2016 im Vergleich zu 2008



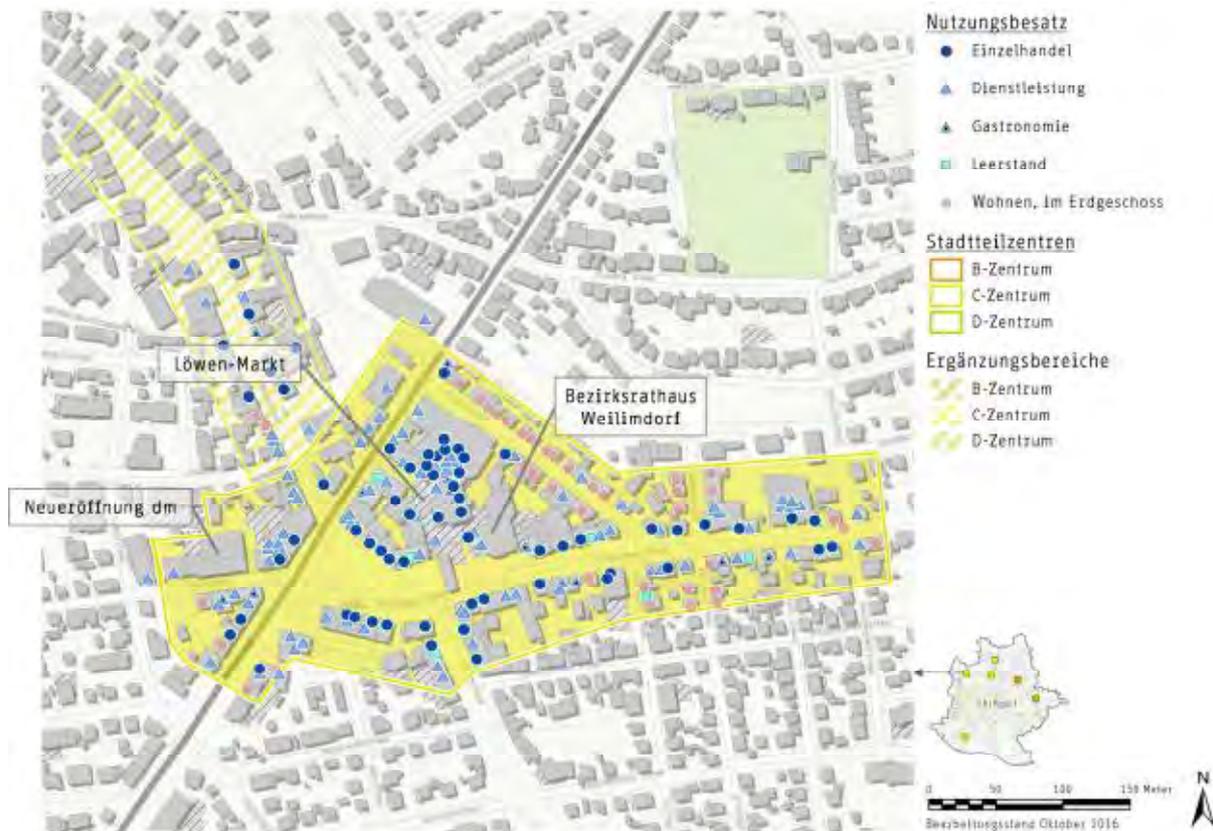
PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen



Die Analyse der Nutzungsstruktur zeigt eine Konzentration des Einzelhandelsangebotes im Bereich Löwenmarkt und einen relativ dichten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz an der Pforzheimer Straße. Dagegen ist in der Staigerstraße ein hoher Wohnanteil in den Erdgeschosszonen zu verzeichnen (vgl. Karte 56).

Karte 56: Stadtteilzentrum Weilimdorf - Nutzungsstruktur



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 57: Stadtteilzentrum Weilimdorf - Vertriebsformen im Einzelhandel



Quelle: eigene Darstellung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Im Zentrum Weilimdorf gibt es relativ viele inhabergeführte Betriebe. Auffällig ist, dass sich in der Glemsgaustraße ausschließlich inhabergeführte Geschäfte befinden. Betriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² gibt es lediglich im Bereich Löwenmarkt. Dennoch nehmen ein Lebensmittelmarkt am östlichen Rand des Zentrums und ein neu eröffneter Drogeriemarkt am westlichen Rand wichtige Magnetfunktion wahr.

In Karte 59 wird deutlich, dass sich die Leerstände überwiegend im Bereich Löwenmarkt befinden. Mit einer Ausnahme handelt es sich um kleinere Leerstände. Weitere Leerstände befinden sich an der Pforzheimer Straße bzw. in Querstraßen.

Das Preisniveau ist im Handels- und Gastronomiebereich überwiegend mittelpreisig. Zusätzlich besteht ein Angebot an hoch- und niedrigpreisigen Einzelhandelsbetrieben in verschiedenen Bereichen des Zentrums (vgl. Karte 60).



Karte 58: Stadtteilzentrum Weilimdorf - Magnetbetriebe



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 59: Stadtteilzentrum Weilimdorf - Leerstände



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 60: Stadtteilzentrum Weilimdorf - Preisniveau Handel und Gastronomie



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 61: Stadtteilzentrum Weilimdorf - mögliche Trading-Down-Indikatoren



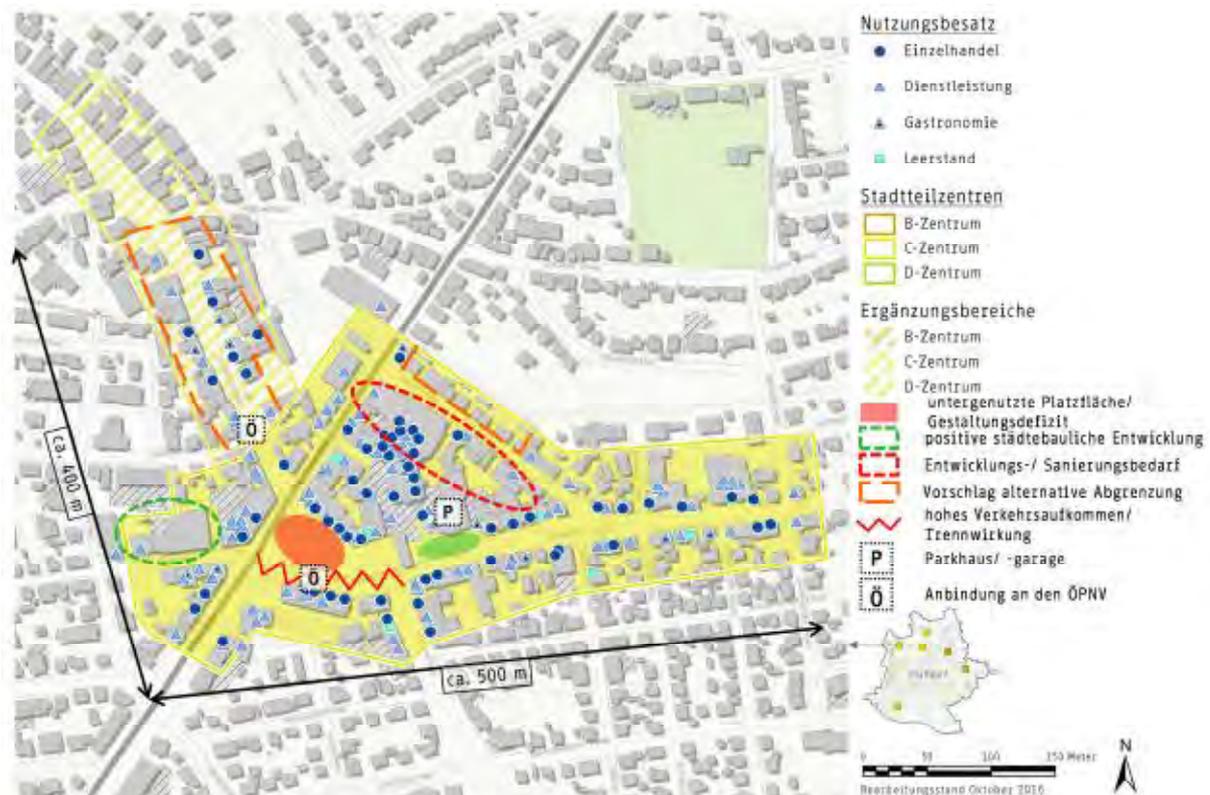
Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Im Bereich um den Löwenmarkt und an der Pforzheimer Straße sind zwar einige Spielhallen und weitere Mindernutzungen vorhanden, der Anteil ist jedoch insgesamt vergleichsweise gering (vgl. Karte 61).

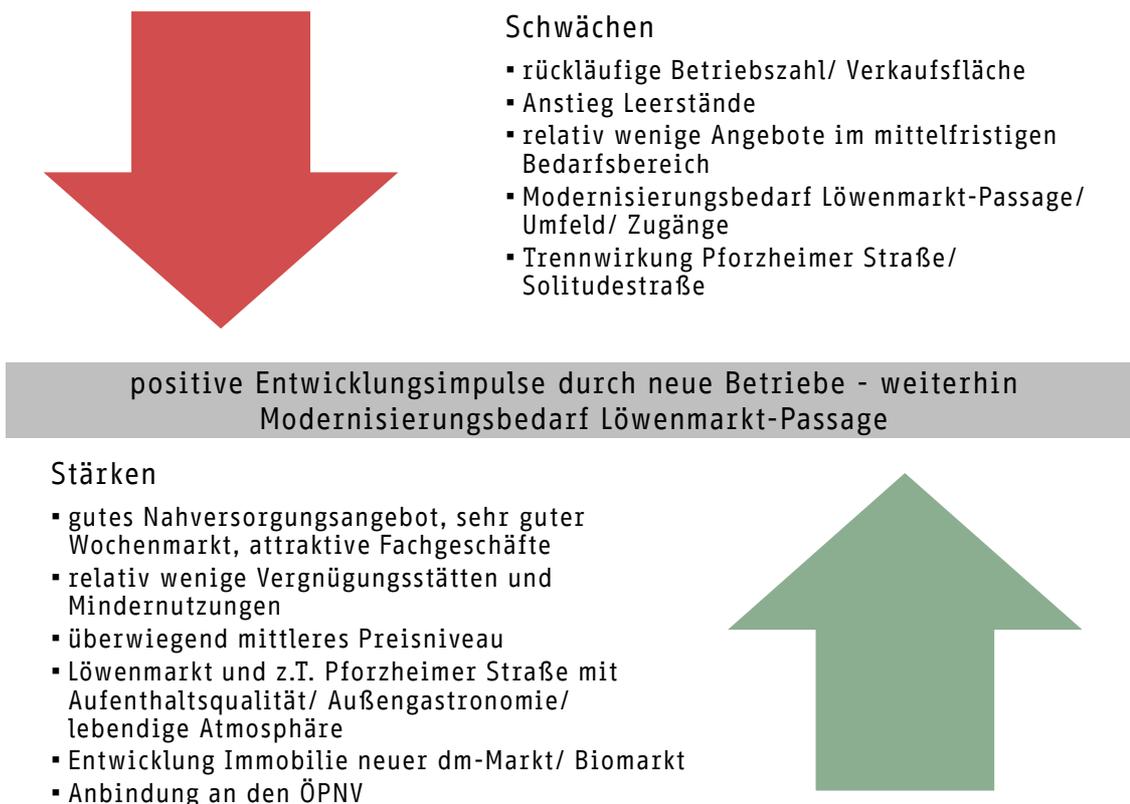
In Karte 62 und in Abb. 18 sind die oben aufgeführten Ergebnisse gemeinsam mit den städtebaulichen Bewertungen dargestellt. Insgesamt kann festgehalten werden, dass es im Zentrum Weilimdorf positive Entwicklungsimpulse durch neue Betriebe gibt (Drogeriemarkt, Biomarkt). Es besteht ein gutes Nahversorgungsangebot, das durch einen sehr guten Wochenmarkt und attraktive Fachgeschäfte ergänzt wird. Die Einkaufspassage Löwenmarkt einschließlich ihrer Zugänge und der Tiefgarage weist erheblichen Umgestaltungs- und Modernisierungsbedarf auf.

Karte 62: Stadtteilzentrum Weilimdorf - Stärken-Schwächen-Analyse



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Abb. 18: Stadtteilzentrum Weilimdorf - zusammenfassende Bewertung



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016

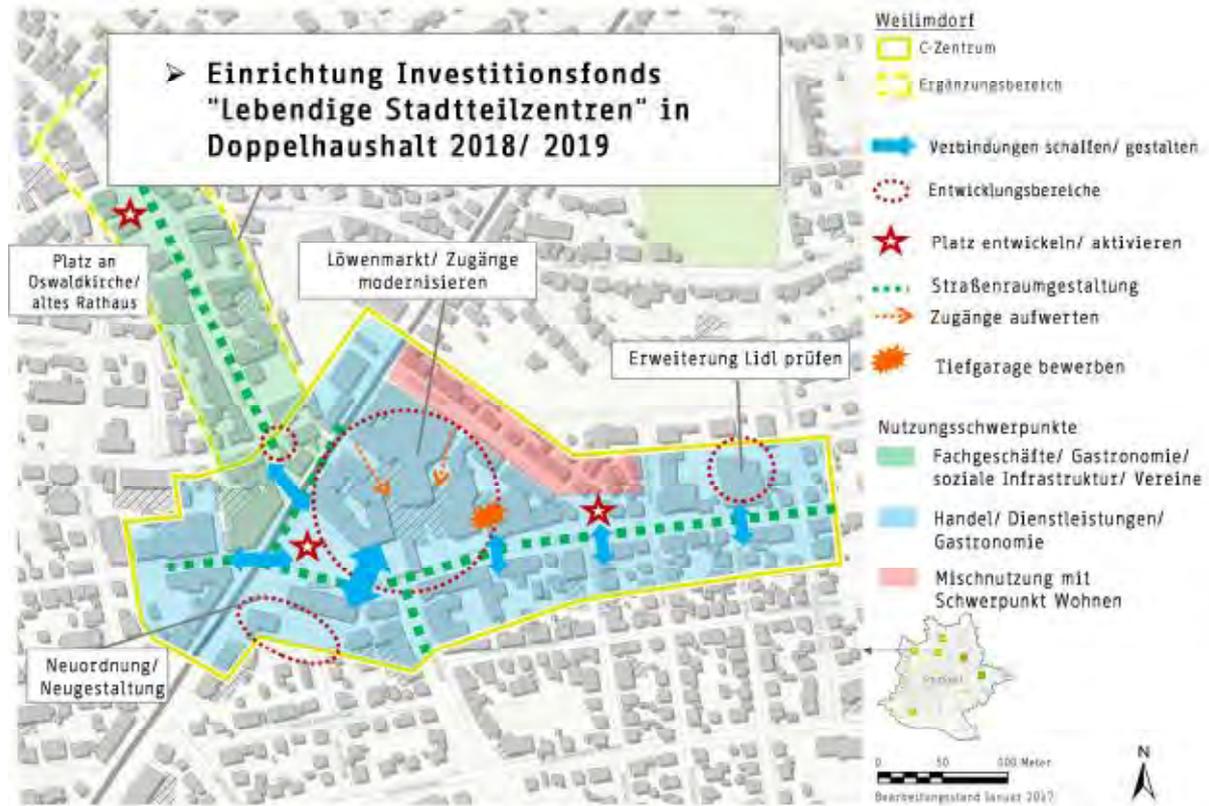
5.5.2 Handlungsempfehlungen

In der nachfolgenden Karte sind die wichtigsten Handlungsempfehlungen für das Stadtteilzentrum Weilimdorf zusammengefasst. Diese werden zudem in tabellarischer Form nach Zielen, Handlungserfordernissen, Akteuren und Zeitrahmen gegliedert, detailliert dargestellt.

Die Handlungsempfehlungen basieren im Wesentlichen auf den Ergebnissen der städtebaulich-funktionalen Analyse durch das Büro Dr. Acocella und den Diskussionen mit den örtlichen Akteuren im Rahmen der beiden Workshops.



Karte 63: Stadtteilzentrum Weilimdorf - Handlungsempfehlungen



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Empfehlungen: funktionale Stärkung Stadtteilzentrum Weilimdorf

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeiträumen
C-Zentrum erhalten und stärken	konsequente Ansiedlungspolitik/ Anwendung Einzelhandelskonzept	Stadt	kurz- langfristig
Frequenz erhalten und stärken	Abgrenzung Zentrum einschließlich Ergänzungsbereich erhalten Teilbereiche qualifizieren <ul style="list-style-type: none"> • Glemsgastraße – Fachgeschäfte/ historischer Ortskern • Bereich Löwenmarkt/ Pforzheimer Straße - Einkaufen und Aufhalten/ zentrale Mitte • Staigerstraße - Wohnen Informationsveranstaltung für örtliche Akteure	Stadt	kurz- langfristig

Löwenmarkt als zentralen Einkaufs- und Aufenthaltsbereich entwickeln

Modernisierung und Umbau Löwenmarkt

- Aufwertung Eingangsbereiche/ Zugänge Löwenmarkt
- Aufwertung Tiefgarage

- Aufwertung Ladenpassage
- Flächenzusammenlegung prüfen
- Teilplätze verbinden
- Anbindung zur Pforzheimer Straße/ Solitudestraße/ Übergänge gestalten

Neuordnung/ Neugestaltung Bereich Pforzheimer Straße/ Solitudestraße

- Platzbereich und angrenzende Gebäude
- ggf. rückwärtige Bereiche einbeziehen
- Anlage von Sammelparkplätzen prüfen (Tiefgarage)
- Aufwertung Kreuzungsbereich

Verbesserung Aufenthaltsqualität Köstlinstraße

- Parksituation ordnen/ Parken einschränken
- Aufenthaltsbereiche schaffen/ gestalten
- erkennbarer Hinweis auf Zufahrt Tiefgarage

Karte 64: Stadtteilzentrum Weilimdorf - Empfehlungen Bereich Löwenmarkt



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Empfehlungen: Löwenmarkt als zentralen Einkaufs- und Aufenthaltsbereich entwickeln

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
Modernisierung und Umbau Löwenmarkt	Kontakt zu Eigentümer Fördermöglichkeiten prüfen Konzept <ul style="list-style-type: none"> • Aufwertung Eingangsbereiche/ Zugänge Löwenmarkt • Aufwertung Tiefgarage • Flächenzusammenlegung prüfen • Aufwertung Ladenpassagae • Teilplätze verbinden/ Anbindung zur Pforzheimer Straße/ Solitudestraße/ Übergänge gestalten 	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilieneigen- tümer/ Mieter	kurz- langfristig
Neuordnung/ Neugestaltung Bereich Pforzheimer Straße/ Solitudestraße	Gespräche mit Eigentümer Konzept <ul style="list-style-type: none"> • Platzbereich und angrenzende Gebäude entwickeln • ggf. rückwärtige Bereiche einbeziehen • Anlage von Sammelparkplätzen prüfen (Tiefgarage) • Aufwertung Kreuzungsbereich 	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilieneigen- tümer/ Mieter	kurz- langfristig

Pforzheimer Straße als Einkaufs- und Aufenthaltsbereich erhalten und stärken

- Einrichtung GQP prüfen/ abklären
- Straßenraumgestaltung - Übergänge sichtbar gestalten
- Einrichtung von Sammelparkplätzen in rückwärtigen Bereichen prüfen
- Erweiterung Lidl prüfen/ Kontakt zu Eigentümer
- Zusammenlegung von Geschäften prüfen
- Platzbereich an Staigerstraße lesbar gestalten
- Tiefgarage ausschildern/ bewerben und Zufahrt erkennbar gestalten

Karte 65: Stadtteilzentrum Weilimdorf - Empfehlungen Bereich Pforzheimer Straße



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Empfehlungen: Pforzheimer Str. als Einkaufs- und Aufenthaltsbereich erhalten/ stärken

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
Pforzheimer Straße als Einkaufs- und Aufenthaltsbereich erhalten und stärken	Einrichtung GQP prüfen/ abklären Fördermöglichkeiten prüfen Gestaltungskonzept <ul style="list-style-type: none"> • Straßenraumgestaltung - Übergänge sichtbar gestalten • Einrichtung von Sammelparkplätzen in rückwärtigen Bereichen prüfen • Platzbereich an Staigerstraße lesbar gestalten 	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilieneigentümer/ Mieter	kurz-langfristig
größere Verkaufsflächen schaffen Erweiterung Lidl prüfen	Identifizierung erforderlicher Flächengrößen: <ul style="list-style-type: none"> • Befragung ansässige Händler • Abfrage bei Filialisten weitere Gespräche mit Eigentümern ggf. Erwerb von Eigentum durch Stadt Fördermöglichkeiten prüfen	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilieneigentümer/ Mieter	kurz-langfristig

Glemsgaustraße als Standort für Fachgeschäfte etablieren

historischen Ortskern sichtbar machen

Gestaltung/ Aufwertung Eingangsbereich Solitudestraße/ Glemsgaustraße

- Straßenraumgestaltung
- Übergang Löwenmarkt gestalten
- Eckbebauung aufwerten

Straßenraumgestaltung Glemsgaustraße

Platzbereich/ Aufenthaltsbereich an der Oswaldkirche/ am alten Rathaus schaffen



- Gestaltung Platzbereich
- Café mit Außengastronomie

Erweiterungsmöglichkeiten Fachgeschäfte prüfen/ Gespräche mit Eigentümern/ Mietern

Karte 66: Stadtteilzentrum Weilimdorf - Empfehlungen Glemsgaustraße



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Empfehlungen: Glemsgaustraße als Standort für Fachgeschäfte etablieren

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
Glemsgaustraße als Standort für Fachgeschäfte etablieren historischen Ortskern sichtbar machen	Gestaltungskonzept Gestaltung/ Aufwertung Eingangsbereich Solitudestraße/ Glemsgaustraße • Straßenraumgestaltung • Übergang Löwenmarkt gestalten • Eckbebauung aufwerten Straßenraumgestaltung Glemsgaustraße Platzbereich/ Aufenthaltsbereich an der Oswaldkirche/ am alten Rathaus schaffen • Gestaltung Platzbereich • Café mit Außengastronomie • Erweiterungsmöglichkeiten Fachgeschäfte prüfen/ Gespräche mit Eigentümern/ Mietern	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilien-eigen-tümer/ Mieter	kurz- langfristig

Die durch das Büro Dr. Acocella vorgestellten **Empfehlungen** konnten von den Teilnehmern des Workshops grundsätzlich nachvollzogen werden. Dies betraf insbesondere:

- weitgehender Erhalt der Abgrenzung des Zentrums (Erhalt Ergänzungsbereich Glemsgaustraße)
- Differenzierung des Zentrums in drei Teilräume mit eigener funktionaler/ gestalterischer Charakteristik
- Entwicklung des Löwenmarktes als zentralen Einkaufs und Aufenthaltsbereich
- Stärkung/ Erhalt des Einkaufsbereich Pforzheimer Straße
- Aufwertung der Glemsgaustraße, Etablierung als Standort für Fachgeschäfte und Gastronomie
- Revitalisierung des Einkaufszentrums Löwenmarkt (Modernisierung/ Umbau, Verbesserung der Zugänge/ Erschließung, Neuordnung von Nutzungen innerhalb des Einkaufskomplexes, Modernisierung der Tiefgarage zur Erhöhung der Nutzungsintensität)
- Umgestaltung des Platzraums Löwenmarkt an der Solitudestraße (inkl. funktionale Aufwertung)
- Neuordnung/ Neugestaltung der Freiflächen im Block Pforzheimer Straße/ Solitudestraße



- Umgestaltung/ Aktivierung des Platzes an der Oswaldkirche/ am Alten Rathaus
- Umgestaltung/ Aktivierung des Platzes im Mündungsbereich Pforzheimer Straße/ Staigerstraße
- Verbesserung/ Gestaltung von Verbindungen zwischen einzelnen Teilräumen (insbesondere über die Pforzheimer Straße hinweg)
- Verbesserung des Parkleitsystems (u.a. Bewerbung Tiefgaragen, Parkierungsangebote)
- Sicherung der Einzelhandels-/ Nahversorgung (u.a. Prüfung der Erweiterung des LIDL-Marktes)
- Prüfung der Ausweisung eines GQP-Quartiers (Gesetz zur Stärkung der Quartiersentwicklung durch Privatinitiative GQP, Baden-Württemberg)
- Einrichtung eines Investitionsfonds "Lebendige Stadtteilzentren", u.a. zur Finanzierung von Schlüsselprojekten in Weilimdorf.

Schlüsselprojekte für die Entwicklung des Zentrums sind aus Sicht der Teilnehmer der Workshops:

- die Revitalisierung des Löwenmarktes (Einkaufszentrum, Umfeld/ Plätze, Einbindung ÖPNV, Tiefgarage, Parkleitsystem),
- die Anbindung/ Qualifizierung der Glemsgaustraße als Standort für Fachgeschäfte und Gastronomie im Bereich des historischen Ortskerns,
- die Aufwertung/ Gestaltung des öffentlichen Raumes entlang der Pforzheimer Straßen (u.a. Platz an der Solitudestraße, Köstlinstraße, Staigerstraße, Querungsmöglichkeiten, Verringerung der Geschwindigkeit)¹².

5.5.3 Fazit

Das Zentrum Weilimdorf weist durch die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben (u.a. Drogeriemarkt, Biomarkt) positive Entwicklungsimpulse auf, dennoch sind auch hier insgesamt Rückgänge der Einzelhandelsbetriebe und der Verkaufsfläche seit 2008 zu verzeichnen. Zentrale Aufgabe im Zentrum Weilimdorf ist die Revitalisierung des Löwenmarktes in Bezug auf die Einkaufspassage und das Umfeld einschließlich Tiefgarage, Platzbereiche und Zugänge. Ähnlich wie am Vaihinger Markt

¹² Hier sollten die Ergebnisse der Befragung durch den Seniorenbeirat berücksichtigt werden.



bedarf es angesichts der vielschichtigen Eigentümerstruktur einer besonderen Unterstützung und einer spezifischen Vorgehensweise.

Darüber hinaus ist der öffentliche Raum im Bereich der Pforzheimer Straße unter Berücksichtigung aller Verkehrsträger aufzuwerten und zu gestalten.

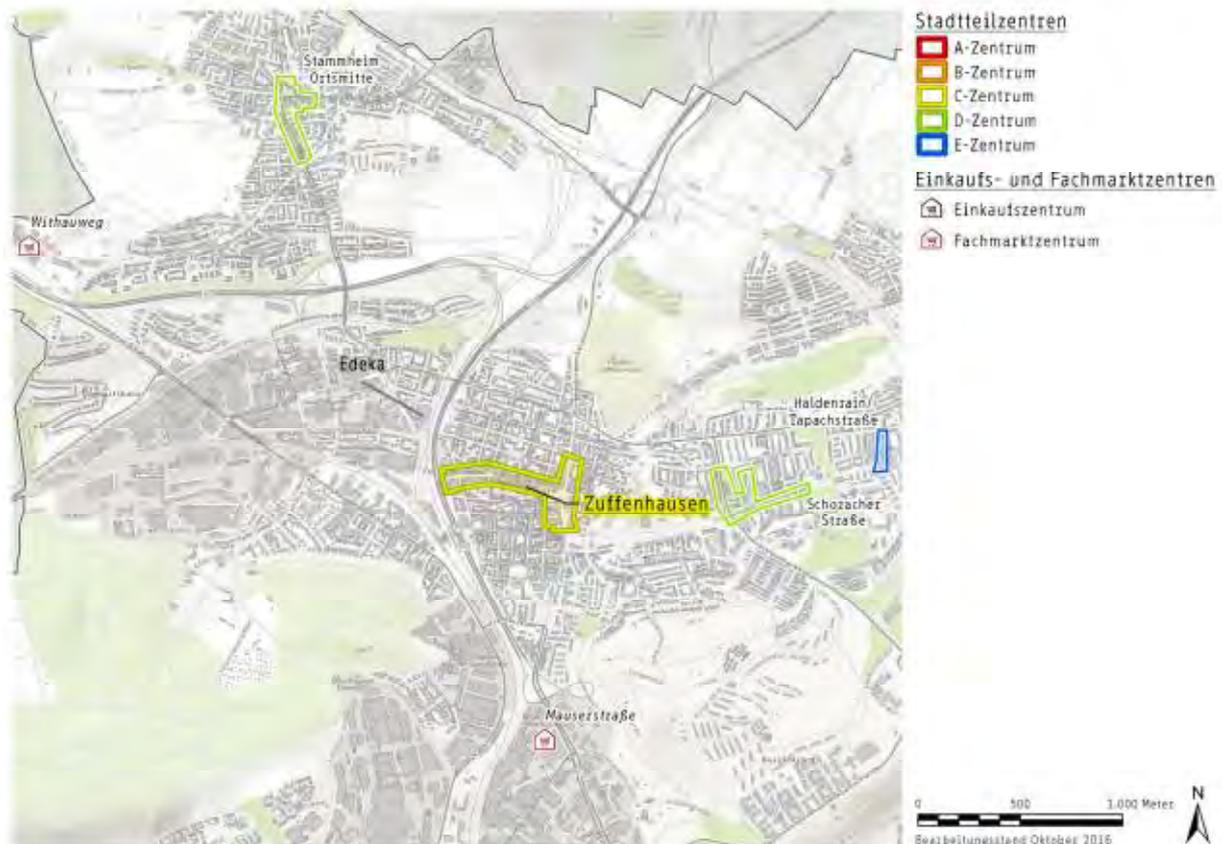


5.6 ZUFFENHAUSEN

5.6.1 Städtebaulich-funktionale Analyse

Das Zentrum Zuffenhausen ist im Stuttgarter Einzelhandels- und Zentrenkonzept als C-Zentrum eingestuft. Für die Bewohner des im Norden von Stuttgart gelegenen Stadtbezirkes ist das Zentrum wichtiger Identifikations- und Versorgungsstandort.

Karte 67: Stadtteilzentrum Zuffenhausen und Umfeld



Quelle: eigene Darstellung 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Im Vergleich zu 2008 hat sich das Einzelhandelsangebot im Zentrum Zuffenhausen - ebenso wie in den anderen fünf Zentren - rückläufig entwickelt. Die Anzahl der Betriebe ist um 8% gesunken, die Verkaufsfläche um 18%. Die Anzahl der Leerstände ist weitgehend konstant geblieben.



Abb. 19: Einzelhandelsangebot Stadtteilzentrum Zuffenhausen 2016 im Vergleich zu 2008

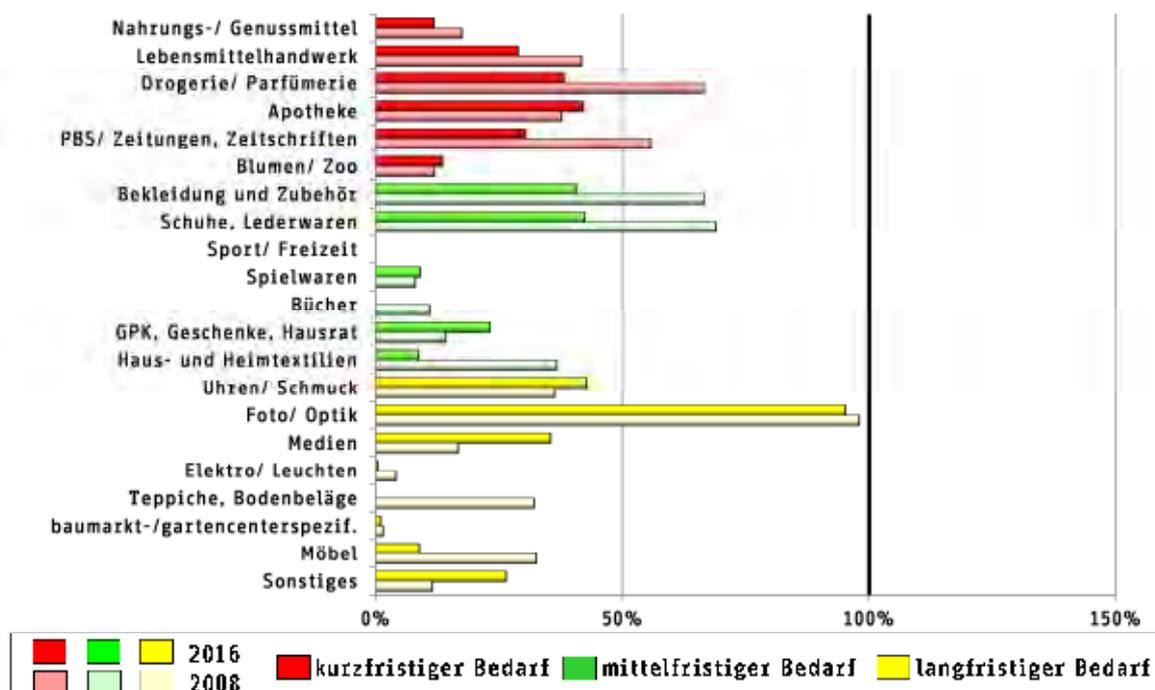
	2016	2008	Veränderung in %
Betriebe	65	71	- 8%
Verkaufsfläche (m ²)	10.625	12.975	- 18%
Leerstände	6	5	

Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Die **unechte Bindungsquote** errechnet sich, indem der im zentralen Versorgungsbereich Zuffenhausen erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft des gesamten Stadtbezirkes gesetzt wird.

Die unechten Bindungsquoten liegen mit Ausnahme von Foto/ Optik in allen Sortimentsbereichen unter 50%, d.h. das Zentrum Zuffenhausen nimmt nur eingeschränkt die Versorgung der Bewohner des Stadtbezirkes wahr. In den meisten Sortimentsbereichen sind rückläufige Bindungsquoten im Vergleich zu 2008 zu verzeichnen.

Abb. 20: unechte Bindungsquoten Stadtteilzentrum Zuffenhausen 2016 im Vergleich zu 2008



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

Quelle: eigene Erhebung Juli 2016; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen



Die Analyse der Nutzungsstruktur zeigt eine relativ hohe Dichte an Einzelhandelsnutzungen im Bereich der östlichen Unterländer Straße (vgl. Karte 68). In der westlichen Unterländer Straße überwiegen dagegen Dienstleistungsangebote.

Die Nutzungsstruktur ist überwiegend kleinteilig, es sind lediglich zwei großflächige Betriebe vorhanden (vgl. Karte 70).

Die teilweise größeren Leerstände verteilen sich auf die verschiedenen Bereiche des Zentrums (vgl. Karte 71).

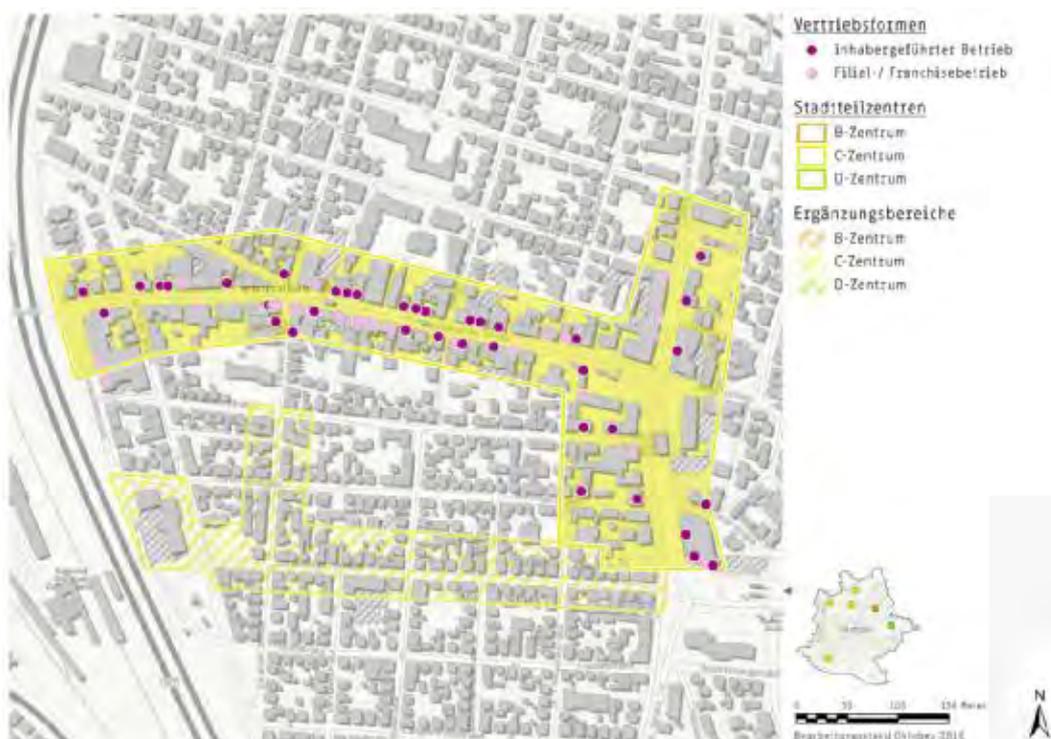
Das Preisniveau ist im Handels- und Gastronomiebereich überwiegend mittelpreisig. Zudem sind zahlreiche niedrigpreisige und vor allem im westlichen Bereich auch einige hochpreisige Angebote vorhanden (vgl. Karte 72).

Karte 68: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Nutzungsstruktur



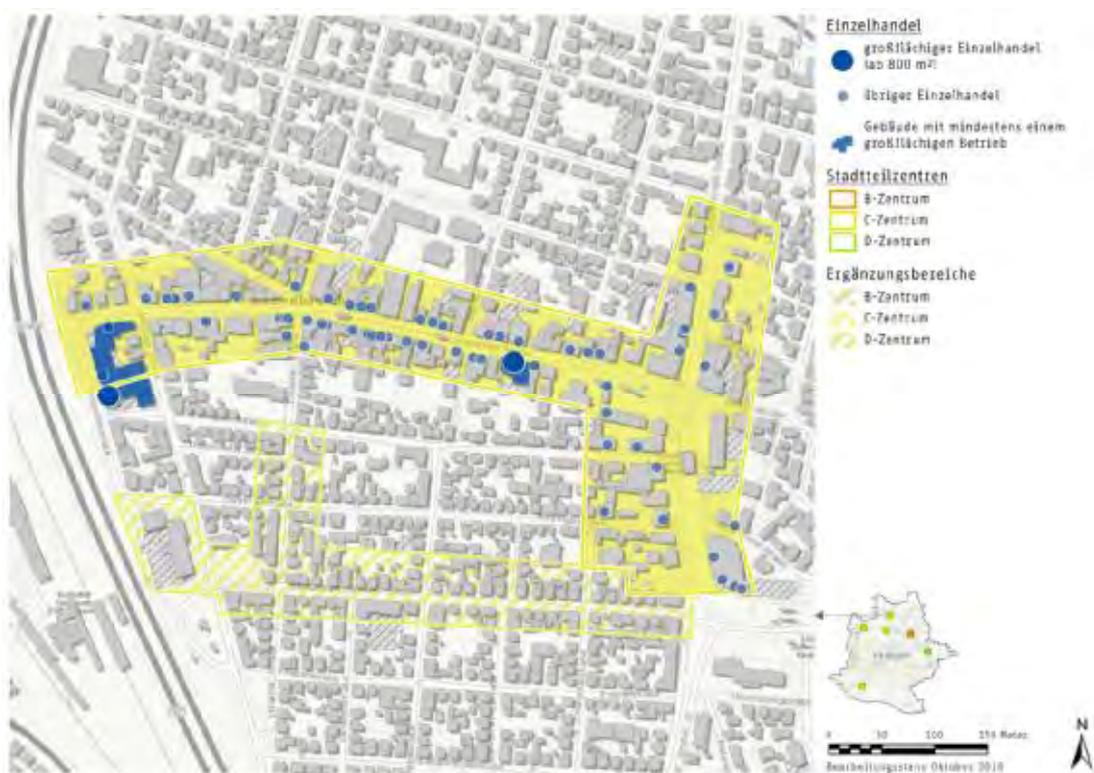
Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Karte 69: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Vertriebsformen im Einzelhandel



Quelle: eigene Darstellung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

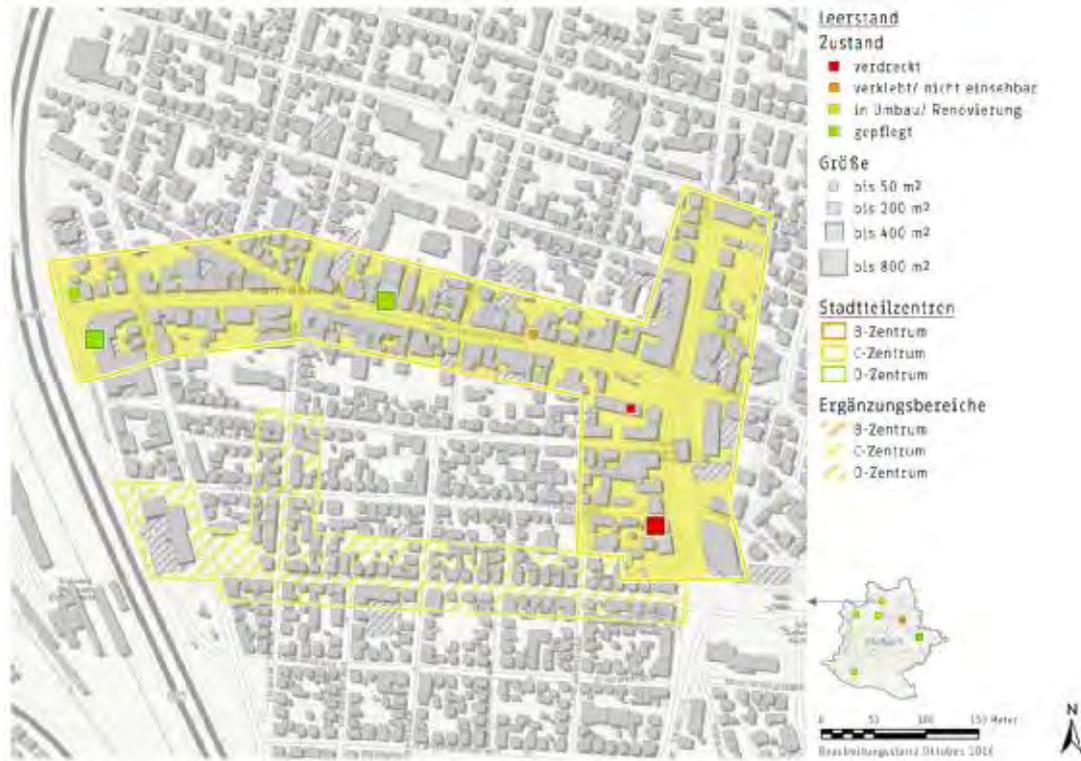
Karte 70: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Magnetbetriebe



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



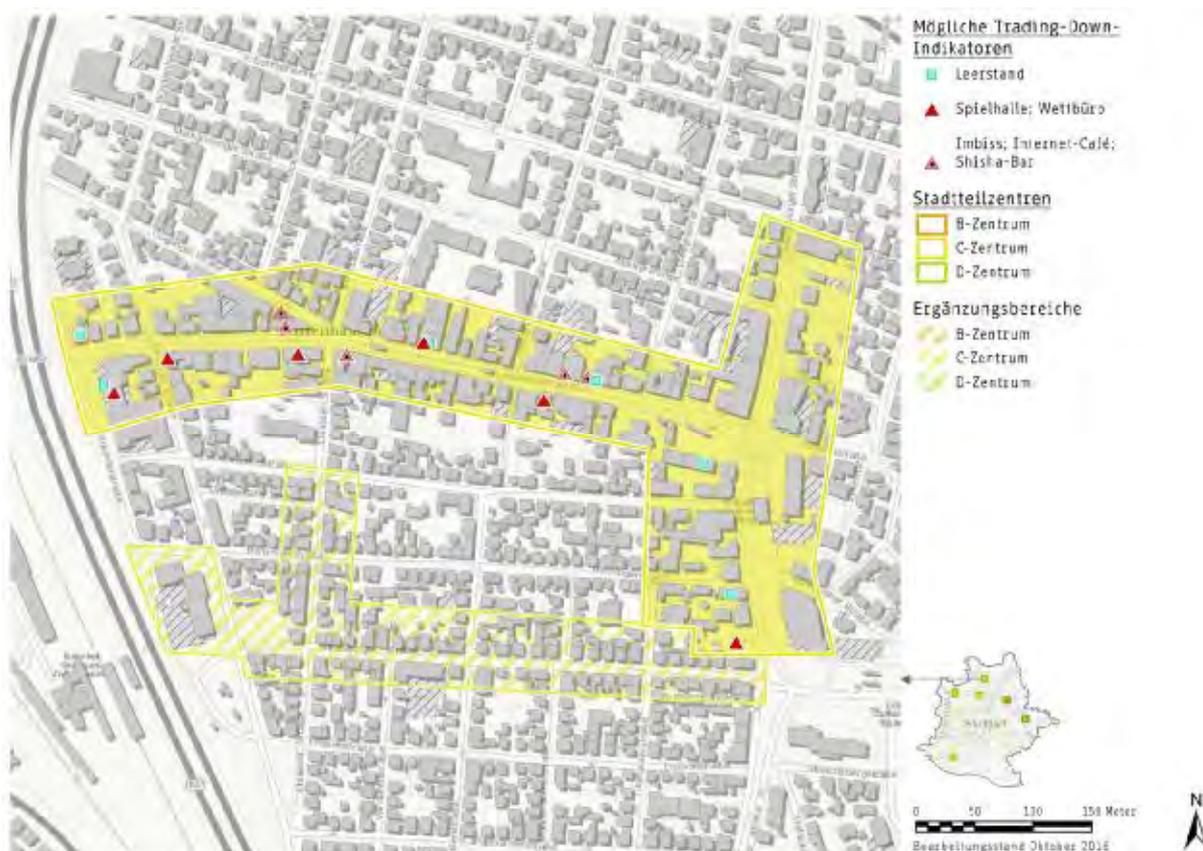
Karte 71: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Leerstände



Karte 72: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Preisniveau Handel und Gastronomie



Karte 73: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - mögliche Trading-Down-Indikatoren



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Auffällig sind mehrere Vergnügungsstätten und verschiedene Mindernutzungen vor allem an der westlichen Unterländer Straße.

In Karte 74 und in Abb. 21 sind die oben aufgeführten Ergebnisse gemeinsam mit den städtebaulichen Bewertungen dargestellt. Insgesamt kann festgehalten werden, dass es im Zentrum Zuffenhausen vor allem an der Ludwigsburger Straße eine positive Entwicklungsdynamik gibt (modern gestaltete Haltestelle Stadtbahn, Ärztehaus, Flächenpotenziale, Ansiedlung Supermarkt geplant). In der Unterländer Straße befinden sich verschiedene Nutzungen mit wichtiger Nahversorgungsfunktion für die Anwohner. Allerdings sind die Entwicklungsmöglichkeiten angesichts der kleinteiligen Strukturen und des relativ schmalen Straßenraumes begrenzt.

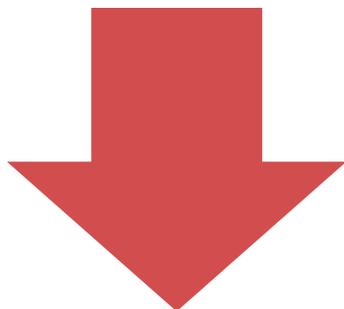


Karte 74: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Stärken-Schwächen-Analyse



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Abb. 21: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - zusammenfassende Bewertung



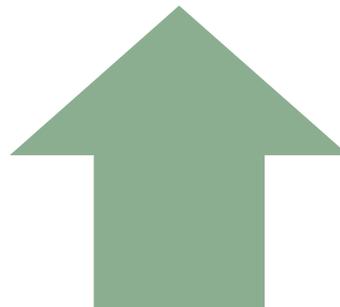
Schwächen

- rückläufige Betriebsanzahl/ Verkaufsfläche
- nur zwei großflächige Betriebe
- wenige Angebote im mittelfristigen Bedarfsbereich
- Unterländer Straße: kleinteilige Strukturen/ Ausdehnung/ Topographie/ schmale Gehwege/ Konzentration Vergnügungsstätten/ Imbiss
- Ludwigsburger Straße: Sanierungsbedarf/ Verkehrsaufkommen/ Trennwirkung Straßenraum

Entwicklungsdynamik Ludwigsburger Straße - eingeschränkte Entwicklungsmöglichkeiten Unterländer Straße

Stärken

- gutes Nahversorgungsangebot/ in Konkurrenzsituation
- Magneten: Kaufhaus und Lebensmittelmarkt
- überwiegend mittleres Preisniveau
- Straßenraum Unterländer Straße saniert
- moderne U-Bahn-Haltestelle/ Emil-Schuler-Platz
- Anbindung an den ÖPNV



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016

5.6.2 Handlungsempfehlungen

In der nachfolgenden Karte sind die wichtigsten Handlungsempfehlungen für das Stadtteilzentrum Zuffenhausen zusammengefasst. Diese werden zudem in tabellarischer Form nach Zielen, Handlungserfordernissen, Akteuren und Zeitrahmen gegliedert, detailliert dargestellt.

Die Handlungsempfehlungen basieren im Wesentlichen auf den Ergebnissen der städtebaulich-funktionalen Analyse durch das Büro Dr. Acocella und den Diskussionen mit den örtlichen Akteuren im Rahmen der beiden Workshops.

Karte 75: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Neuabgrenzung C-Zentrum



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Karte 76: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Empfehlungen



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Empfehlungen: funktionale Stärkung Stadtbezirkszentrum Zuffenhausen

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeiträumen
C-Zentrum erhalten und stärken	konsequente Ansiedlungspolitik/ Anwendung Einzelhandelskonzept	Stadt	kurz- langfristig
Frequenz erhalten und stärken	Neuabgrenzung Zentrum Teilbereiche qualifizieren <ul style="list-style-type: none"> Ludwigsburger Straße: Eingangs- und Versorgungsbereich östliche Unterländer Straße: Einkaufs- und Aufenthaltsbereich westliche Unterländer Straße: Dienstleistungen, Nahversorgung und Wohnen Bahnhof: Kultur, Jugend, Bildung Informationsveranstaltung für örtliche Akteure/ Umnutzungen fördern	Stadt	kurz- langfristig

Östliche Unterländer Straße aufwerten

Umgestaltung Straßenraum östliche Unterländer Straße/ Verkehrsberuhigung

- Parkplätze im Straßenraum entfernen
- Anlage von Sammelparkplätzen prüfen
- Gehwege verbreitern

- farbliche Anpassung Haltestelle Stadtbahn (Ludwigsburger Straße)
- Entrümpelung Straßenraum

Platz als zentrale Mitte gestalten

- Namensgebung
- Nutzungsstruktur verbessern (z.B. Café mit Außengastronomie)
- Boulebahn/ Begrünung
- Anbindung zum Emil-Schuler-Platz

Zusammenlegung von Verkaufsflächen/ Hinterhofbereiche entwickeln/ Gebäude abreißen

- Gespräche mit Eigentümern
- GQP prüfen
- Fördermöglichkeiten prüfen
- Ankauf Immobilien durch Stadt

Karte 77: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - östliche Unterländer Straße als Einkaufs- und Aufenthaltsbereich entwickeln



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Empfehlungen: östliche Unterländer Str. als Einkaufs- und Aufenthaltsbereich entwickeln

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
Entwicklung Brachflächen/ Hinterhofbereiche	GQP für östliche Unterländer Straße prüfen städtebauliche Studie Stadt sollte Eigentum erwerben	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilien-eigen- tümer/ Mieter	kurz- langfristig
größere Verkaufsflächen schaffen Zusammenlegung im Bereich östliche Unter- länder Straße Vergrößerung Rewe prüfen/ Anfahrtheit ver- bessern	Identifizierung erforderlicher Flä- chengrößen: • Befragung ansässige Händler • Abfrage bei Filialisten weitere Gespräche mit Eigentümern ggf. Erwerb von Eigentum durch Stadt Fördermöglichkeiten prüfen ggf. Standortalternative	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilien-eigen- tümer/ Mieter	kurz- langfristig
Platz als zentrale Mitte gestalten/ Nutzungs- struktur verbessern	GQP prüfen Kontakt zu Eigentümern/ Mietern Umbau/ Modernisierung/ Umzugs- management Gestaltungskonzept • Namensgebung Platz • Café mit Außengastronomie • Kunstobjekt/ Boulebahn/ Begrü- nung • Möblierung/ Bodenbelag/ Beleuchtung	Initiator: Stadt Akteure: Stadt/ Immobilien-eigen- tümer/ Mieter	kurz- langfristig
Straßenraum als ver- kehrsberuhigten Be- reich umgestalten	Parkraum- und Verkehrsstudie • Parkplätze konzentrieren und beschildern • Anlage von Sammelparkplätzen prüfen • bestehende Tiefgaragen attraktivieren • Parkplätze in Straßenmitte entfernen • breitere Gehwege schaffen	Stadt/ Immo- bi- lieneigen- tümer/ Mieter	kurz- langfristig

Ludwigsburger Straße als Einkaufs- und Versorgungsbereich entwickeln

Entwicklung Flächenpotenzial

- Ansiedlung großflächiger Lebensmittelmarkt
- Parkplätze schaffen
- Öffnung zur Ludwigsburger Straße
- anspruchsvolle Architektur

Umgestaltung Straßenraum Ludwigsburger Straße
(Umfeld Potenzialfläche)

- Übergänge gestalten/ prüfen

- Gehwege gestalten

Emil-Schuler-Platz sichtbar machen (Bereich am Rathaus)

- Bäume zurückschneiden
- Café mit Außengastronomie im EG
- Anbindung zum Platz an Unterländer Straße

Bereich vor Zehntscheuer als Platz gestalten

Standort Post - Parkhaus/ Dienstleistungen/ städtische Einrichtungen

- Beschilderung als Zentrumsarkhaus
- fußläufige Anbindung gestalten

Karte 78: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - Ludwigsburger Straße als Eingangs- und Versorgungsbereich entwickeln



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart



Empfehlungen: Ludwigsburger Straße als Eingangs- und Versorgungsbereich entwickeln

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
Entwicklung Flächenpotenzial/ moderner Supermarkt	Kontakt zu Eigentümer/ Investor (Projekt bereits in Planung) <ul style="list-style-type: none"> • Ansiedlung großflächiger Lebensmittelmarkt • Parkplätze schaffen • Öffnung zur Ludwigsburger Straße • anspruchsvolle Architektur 	Stadt/ Immobilieneigentümer/ Mieter	mittel- langfristig
Standort Post als Parkhaus- und Dienstleistungsstandort entwickeln/ städtische Einrichtungen	Kontakt zu Eigentümer/ Investor Konzept	Stadt/ Immobilieneigentümer/ Mieter	kurz- langfristig
Emil-Schuler-Platz sichtbar machen (Teilbereich am Rathaus)	Gestaltungskonzept <ul style="list-style-type: none"> • Bäume zurückschneiden • Café mit Außengastronomie im EG • Anbindung zum Platz an Unterländer Straße 	Stadt/ Gastronomen	mittelfristig
Umgestaltung Ludwigsburger Straße	Gestaltungskonzept <ul style="list-style-type: none"> • Übergänge gestalten (Stadtbahnbereich/ Emil-Schuler-Platz) • Gehwege gestalten 	Stadt	kurz- mittelfristig
Bereich vor Zehntscheuer als Platz gestalten	Gestaltungskonzept	Stadt	mittelfristig

Westliche Unterländer Straße - Wohnen, Dienstleistungen, Nahversorgung

bestehende Nutzungsstruktur westliche Unterländer Straße erhalten

- Umnutzungsmöglichkeiten in Dienstleistungen und Wohnen prüfen
- Boardinghouse
- Fördermöglichkeiten prüfen
- Nahversorgungsangebot erhalten/ Kontakt Stadt zu Betreibern und Eigentümern/ konsequente Ansiedlungspolitik

Anbindung Bahnhof Zentrum verbessern

- Bereich Bibliothek/ Jugendhaus/ VHS als Trittstein sowie als Treff- und Identifikationspunkt
- Fördermöglichkeiten prüfen
- Wegebeziehungen prüfen

Karte 79: Stadtteilzentrum Zuffenhausen - westliche Unterländer Straße Wohnen, Dienstleistungen, Nahversorgung



Quelle: eigene Darstellung, Erhebung Juli 2016; Kartengrundlage: Stadt Stuttgart

Empfehlungen: westliche Unterländer Straße Wohnen, Dienstleistungen, Nahversorgung

Ziele	Handlungserfordernisse	Akteure	Zeitraumen
bestehende Nutzungsstruktur westliche Unterländer Straße erhalten	<ul style="list-style-type: none"> • Umnutzungsmöglichkeiten in Dienstleistungen und Wohnen prüfen • Boardinghouse • Fördermöglichkeiten prüfen • Nahversorgungsangebot erhalten/ Kontakt Stadt zu Betreibern und Eigentümern/ konsequente Ansiedlungspolitik 	Stadt/ Immobilieneigentümer/ Mieter	kurz- langfristig
Anbindung Bahnhof Zentrum verbessern	<ul style="list-style-type: none"> • Bereich Bibliothek/ Jugendhaus/ VHS als Trittstein sowie als Treff- und Identifikationspunkt • Fördermöglichkeiten prüfen • Wegebeziehungen prüfen 	Stadt	mittel- langfristige



Die durch das Büro Dr. Acocella vorgestellten **Empfehlungen** konnten von den Teilnehmern des Workshops grundsätzlich nachvollzogen werden. Dies betraf insbesondere:

- Weitgehender Erhalt der Abgrenzung des Zentrums, Reduzierung der Abgrenzung des Zentrums (Beschränkung auf den Kernbereich, Anpassung im Bereich Ludwigsburger Straße)
- Differenzierung des Zentrums in drei Teilräume mit eigener funktionaler/ gestalterischer Charakteristik (Ludwigsburger Straße/ Kelterplatz, östliche Unterländer Straße/ Emil-Schuler-Platz, westliche Unterländer Straße)
- (Nutzungs-)Aktivierung von Teilräumen außerhalb des Zentrums (aber mit funktionalem Bezug) - Stadtteilbibliothek/ Jugendhaus/ VHS (Kultur und Jugend), Straßburger Straße (Dienstleistungen/ Start-Ups), Postgebäude am Kelterplatz (Parkhaus/ Dienstleistungen/ städtische Einrichtungen)
- Anbindung des Bahnhofsbereichs an das Zentrum (Verbindungen/ Beschilderung zur Unterländer Straße, Kelterplatz)
- Prüfung der Zusammenlegung von Verkaufsflächen in der Unterländer Straße
- Prüfung der Entwicklung der rückwärtigen Bereiche entlang der Unterländer Straße
- Aktivierung/ Neugestaltung von öffentlichen Räumen/ Plätzen im Zentrum (Terrasse westlich Emil-Schuler-Platz, Rathausvorplatz/ Zehntscheuer)
- Ansiedlung/ Entwicklung eines Lebensmittelmarktes westlich der Ludwigsburger Straße (Sanierungsgebiet)
- Prüfung der Ausweisung eines GQP-Quartiers (Gesetz zur Stärkung der Quartiersentwicklung durch Privatinitiative GQP, Baden-Württemberg) u.a. in der östlichen Unterländer Straße
- Einrichtung eines bezirksübergreifenden Investitionsfonds "Lebendige Stadtteilzentren", u.a. zur Finanzierung von Schlüsselprojekten in Zuffenhausen.

Schlüsselprojekte für die Entwicklung des Zentrums sind aus Sicht der Teilnehmer der Workshops:

- die Aufwertung des Straßenraums der Unterländer Straße einschließlich der Neuordnung der Parkplatzsituation (auf Basis der heutigen Gestaltung),
- die funktionale Stärkung vor allem der östlichen Unterländer Straße im Sinne eines lebendigen Einkaufs- und Aufenthaltsbereiches und



- die Gestaltung von lesbaren Wegebeziehungen zwischen Bahnhof/ S-Bahn und Kelterplatz/ Stadtbahn sowie zwischen Bahnhof und Unterländer Straße (u.a. Stadtraumgestaltung, Beschilderung).

Des Weiteren äußerten die Teilnehmer folgende **Anregungen und Ergänzungen**:

- Von hoher Bedeutung ist den Teilnehmern die Stärkung der Wohnfunktion im Umfeld des Zentrums Zuffenhausen. Von einer attraktiven Wohnsituation profitieren auch Geschäfte und gastronomische Betriebe.
- Die Einrichtung eines P&R-Parkplatzes im Bereich S-Bahn könnte die problematische Parksituation in den Wohnstraßen beiderseits der Unterländer Straße entlasten. In den angrenzenden Wohngebietsstraßen sollten vorwiegend Anwohnerparkplätze ausgewiesen werden.
- Die Parkplätze in der Mitte der Unterländer Straße sind dringend zu beseitigen.
- Die Stadtbahnhaltestelle Unterländer Straße (oberirdischer Zugang) sollte analog zur Farbgestaltung der Stadtbahnhaltestelle in der Ludwigsburger Straße erfolgen (d.h. umgestrichen werden).
- Nach erfolgter Parkraum- und Verkehrsuntersuchung/ Konzeption ist ggf. ein Parkleitsystem einzurichten.
- Der Terrassenplatz (Eisdiele) an der Unterländer Straße/ Ludwigsburger Straße sollte aufgewertet werden, insbesondere mit attraktiver Außengastronomie/ Cafés.
- Für die funktionale Stärkung der Unterländer Straße ist ein begleitendes Ladenflächenmanagement erforderlich. Schwerpunkt sollte die östliche Unterländer Straße sein. Ein weiterer Versuch für die Einrichtung eines GQP-Quartiers ist anzustreben.
- Im Stadtbezirkzentrum Zuffenhausen besteht Bedarf für einen Bio-Supermarkt.
- Baurechtlich sollten die Voraussetzung geschaffen werden, dass weitere Entwicklungen in der Unterländer Straße (und in den rückwärtigen Bereichen) möglich sind.
- Die Straßburger Straße ist eine wichtige Verbindungsachse zwischen S-Bahn und Kelterplatz und sollte entsprechend gestalterisch aufgewertet werden. Die besondere Struktur aus Wohnen, Dienstleistungen, konsumnahem Gewerbe und Start-Up-Unternehmen sollte gestärkt werden.



5.6.3 Fazit

Das Zentrum von Zuffenhausen weist ebenfalls einen Rückgang des Einzelhandelsangebotes seit 2008 auf. Der Haupteinkaufsbereich in der Unterländer Straße ist teilweise durch Leerstände und Mindernutzungen (u.a. Spielhallen, Wettbüros, Imbissbetriebe) sowie Defizite hinsichtlich der Gestaltung des öffentlichen Raumes geprägt, während in der Ludwigsburger Straße einige positive Entwicklungsimpulse (u.a. modern gestaltete Stadtbahnhaltestelle und Ärztehaus) erkennbar sind.

Handlungsbedarf besteht vor allem hinsichtlich der Aufwertung des Straßenraumes in der Unterländer Straße einschließlich der Neuordnung der Parkplatzsituation. Durch ein begleitendes Ladenflächenmanagement und einen weiteren Versuch zur Einrichtung eines GQP-Quartiers sollte die Unterländer Straße funktional gestärkt werden. Dabei sollte der östliche Bereich schwerpunktmäßig als Einkaufs- und Aufenthaltsbereich und der westliche Bereich für Nahversorgung, Dienstleistungen und Wohnen entwickelt werden.

Die Ludwigsburger Straße ist als Eingangs- und Versorgungsbereich weiterhin zu etablieren. Hierzu gehört vor allem die qualitativ anspruchsvolle Entwicklung des Flächenpotenzials mit einem großflächigen Lebensmittelbetrieb.



6. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Bei der intensiven Auseinandersetzung mit den Stuttgarter Zentren und ihren Akteuren hat sich die Ausgangsthese bestätigt, dass die Stadtteilzentren zunehmend städtebaulich und funktional in Bedrängnis geraten. Grund dafür ist der zunehmende interkommunale, vor allem auch der intrakommunale Wettbewerb. Insbesondere die erfreulich starke Innenstadt der Landeshauptstadt Stuttgart, deren Bedeutung immer weiter steigt, schafft andererseits eine erhebliche Wettbewerbssituation gegenüber den Stadtteilzentren. Die für diese Untersuchung ausgewählten Stadtteilzentren haben zudem eigene städtebauliche und funktionale Problemfelder, die davon unabhängig sind. Dies betrifft städtebaulich ungünstige Strukturen, wie z.B. große Längsausdehnungen der Stadtteilzentren (z.B. Feuerbach und Zuffenhausen), klein parzellierte Gebäudestrukturen (z.B. Altstadt Bad Cannstadt und Untertürkheim) oder städtebaulich-funktional schwierige Immobilienstrukturen (z.B. Vaihingen mit dem Vaihinger Markt und Weilimdorf mit dem Löwen-Markt). Traditionelle stadtplanerische und stadtentwicklungsplanerische Instrumente wie Einzelhandelskonzept, Stadtteilmanagement und Sanierungsmaßnahmen waren in allen untersuchten Stadtteilzentren nicht hinreichend, um Funktionsverluste, und in einigen Zentren auch Trading-Down-Tendenzen, zu verhindern. Sie konnten diese Abwärtsspiralen bestenfalls verlangsamen. Daraus ergibt sich die allgemeine Erkenntnis, dass ein Handlungsprogramm akteursübergreifend und vor allem konkret umsetzungsorientiert sein muss. Die Stadt muss einer der Akteure sein, allerdings sind die privaten und gewerblichen Akteure in gleicher Weise gefordert. Besonderes die Zusammenarbeit und Diskussion mit den örtlichen Akteuren hat noch einmal verdeutlicht, dass sie die Stadtteilzentren nicht nur reine Versorgungsstandorte sind, sondern die soziale und kulturelle Mitte der jeweiligen Stadtbezirke darstellen. Sie sind Identifikationsorte und Treffpunkte und stärken den Heimatbezug – sie sind Lebensraum der Menschen, die diese Zentren "bespielen" und nutzen.

Die jeweiligen Handlungskonzepte sind daher ein Handlungsleitfaden für alle Akteure, wobei die Verantwortlichkeiten klar definiert sind:

Die Stadt hat insofern eine zentrale Aufgabe, da sie den planungspolitischen Handlungsrahmen klar und verlässlich definieren muss. Dies kann sie tun, in dem sie den ihr möglichen stadtentwicklungsplanerischen Handlungsrahmen, soweit wie möglich ausdehnt. Dies bedeutet, dass die Stadt dort unterstützt und begleitet, wo die Ei-



geninitiative der örtlichen Akteure allein nicht ausreicht, um die gesteckten Ziele zu erreichen. Dies betrifft die organisatorische Unterstützung, die sie zwar bisher schon im Rahmen des Stadtteilmanagements oder bei der Organisation von GQP einbringt, die, wie dargestellt, weitgehender sein muss, als bisher.

Das städtische Engagement muss sich auch finanziell dort unterstützend einbringen, wo allein auf privatwirtschaftlicher Basis mit Verknüpfung sonstiger Fördermöglichkeiten (z.B. energetische Sanierung) die stadtentwicklungsplanerischen Zielsetzungen nicht erreicht werden können (z.B. Unterstützung privater bei der Ladenflächenerweiterung). Dies muss über den Rahmen der klassischen Sanierungsgebiete hinausgehen, aber bedarf auch klarer Spielregeln bzw. eine klare Definition der Förderbedingungen etc., damit einem Missbrauch entgegen gewirkt werden kann. Es handelt sich somit um eine öffentliche Anschubfinanzierung/ Unterstützung zur Erreichung städtebaulich-funktionaler Zielsetzungen.

In Kombination mit der Förderung Privater ist auch sicherzustellen, dass auch die öffentlichen Maßnahmen, z.B. Instandsetzung öffentlicher Räume, Ordnung der verkehrlichen Infrastruktur etc., entsprechend zeitangepasst umgesetzt werden können. Es nützt im Zweifel nichts, wenn die Privatwirtschaft investiert, aber ein attraktiver öffentlicher Raum eine wichtige Voraussetzung für die Rentabilität der privatwirtschaftlichen Maßnahme ist. Ein Gastronom mit einer notwendigen Außenbestuhlung siedelt sich nur unter der planerischen Maßgabe an, dass der öffentliche Raum auch entsprechend nutzbar ist. Wenn die öffentliche Investition nicht verlässlich ist, wird der Gastronom sich entweder gar nicht ansiedeln oder sein Investition verlieren.

Mit Hilfe eines städtischen Investitionsfonds könnten die notwendigen Aufgabenpakete und Investitionsbedarfe finanziert, ggf. auch über einen längeren Zeitraum angelegt werden, d.h. über mehrere Doppelhaushalte verteilt. Die identifizierten Handlungs- und Investitionserfordernisse sind Schwerpunktaufgaben der Stadtentwicklung und der Stadtpolitik, die finanziell abgesichert werden müssen, um das Kernthema und die Charakteristik der europäischen Stadt auch auf der Ebene der Stadtteilzentren nachhaltig zu sichern.



Nicht zuletzt ist im Rahmen der Stadt(teil)entwicklung sehr oft ein immobilienwirtschaftliches Engagement der Stadt unumgänglich. Allerdings sollte dieses vorausschauend und nicht nur situationsbedingt erfolgen, da ansonsten die Preise für den Erwerb von Immobilien durch die Stadt zwangsläufig steigen. Dieser immobilienwirtschaftliche Eingriff sollte allerdings zur Sicherung der Entwicklungsoptionen in den Zentren und nicht als Beitrag zum öffentlichen Vermögen erfolgen, daher geht es vor allem um einen Zwischenkauf. Dies ist dann sinnvoll und notwendig, wenn Entwicklungen nur durch das Zusammenführen mehrerer Grundstücke möglich sind. Wenn die Stadt im Eigentum der Grundstücke ist, kann sie als alleinige Grundstückseigentümerin möglichen Investoren als verlässlicher Verhandlungspartner dienen, gleichzeitig kann die Stadt über das Eigentumsrecht ihre städtebaulich-funktionalen Vorstellungen einbringen und muss sich nicht nur auf das Bau- und Planungsrecht stützen, das weit weniger Einflussmöglichkeiten bietet (z.B. kann mit dem Planungsrecht nicht definiert werden, welcher Betreiber an einem Standort seinen Einzelhandelsbetrieb errichtet).

Der Einzelhandel oder andere private Dienstleister müssen ihren unternehmerischen Aufgaben gerecht werden und ihren jeweiligen Betrieb an die modernen Anforderungen der Kundschaft anpassen. Dies beginnt augenscheinlich mit der entsprechenden optischen, inhaltlichen und technologischen Präsentation ihres Betriebes; dazu gehört auch einen Mindeststandard an Nutzungen der digitalen Möglichkeiten zum Marketing und Verkauf.

Die Immobilieneigentümer müssen ihrer Verantwortung gegenüber dem öffentlichen Raum und ihrem Standort gerecht werden. Mietmaximierung dient langfristig weder dem Eigentümer noch dem Standort, da in den Stadtteilzentren immer noch eine Vielzahl inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe vorhanden sind, die für die Qualität des Standortes langfristig wertsichernd sind bzw. sein können.

Eine an Mietmaximierung orientierte Vermietungspraxis kann dazu führen, dass städtebaulich und funktional schwierige Situationen entstehen, wie z.B. durch die Häufung von Vergnügungsstätten, die i.d.R. höhere Mieten zahlen können als Einzelhandelsbetriebe oder Ladenflächen anmieten, die ansonsten von anderen Nutzern nicht mehr nachgefragt werden.



Nicht zuletzt ist auch ein Bewusstsein der Bevölkerung in den Stadtbezirken erforderlich, dass zur Kenntnis nimmt, dass der Erhalt vorhandener Strukturen nicht selbstverständlich ist, sondern Kundschaft und Besucher zur Sicherung erforderlich sind. Die Kundenansprache und -bindung ist zwar die vornehmliche Aufgabe der Unternehmen, allerdings wird es dann auch zu einer öffentlichen Aufgabe, wenn öffentliches Geld in den öffentlichen Raum oder als Förderung in die Privatwirtschaft fließt.