



Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Donzdorf

AUFTRAGGEBER: Stadt Donzdorf

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Geogr. Anna-Lena Kettenhofen

Ludwigsburg, den 04.05.2022

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche, weibliche und diverse Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Titelbild: <https://www.leo-bw.de> (Quelle: Donzdorf)



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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek, Birgitt Wachs

Tel 07141 9360-0 / Fax 07141 9360-10
info@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Februar 2022 erteilte die Stadt Donzdorf der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes. Damit soll die bestehende Konzeption aus dem Jahr 2018 (Interkommunales Einzelhandelskonzept für den GVV Mittlere Fils-Lautertal) an die zwischenzeitlich eingetretenen Veränderungen der örtlichen und überörtlichen Rahmenbedingungen angepasst werden.

Der vorliegende Bericht soll der Stadt Donzdorf als Instrument für eine wirtschaftlich und städtebaulich zukunftsfähige Einzelhandelsentwicklung dienen. Hierbei steht insbesondere die rechtssichere planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Mittelpunkt. Dabei werden auch aktuell vorliegende Planungen einbezogen.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, Branchenkenntzahlen des EHI und des Hahn-Verlages, aktuelle Erhebungsdaten, Angaben der Auftraggeberin sowie Erkenntnisse aus früheren GMA-Untersuchungen in der Stadt Donzdorf und angrenzenden Kommunen zur Verfügung.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Donzdorf und der übergeordneten Planungsbehörden. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA dennoch keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, den 04.05.2022
BE KNA wym

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Methodische Vorgehensweise	8
3. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Ziele der Einzelhandelssteuerung	9
4. Planungsrechtliche Instrumente zur Einzelhandelssteuerung	10
4.1 Bauplanungsrecht	10
4.2 Ziele und Grundätze der Landesplanung	12
4.3 Ziele und Grundätze der Regionalplanung	13
5. Herausforderungen für die künftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Donzdorf	16
5.1 Entwicklungen und Trends auf der Angebotsseite	16
5.2 Entwicklungen und Trends auf der Nachfrageseite	18
5.3 Entwicklungen und Trends in der Nahversorgung	19
5.4 Konsequenzen für die (Innen-)Stadtentwicklung von Donzdorf	20
6. Standortrahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten der Stadt Donzdorf	22
II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Donzdorf	26
1. Einzelhandelsbestand in der Stadt Donzdorf	26
2. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Donzdorf	29
III. Nachfragepotenzial für den Einzelhandel in Donzdorf	31
1. Marktgebiet des Donzdorfer Einzelhandels	31
2. Kaufkraftpotenziale im Marktgebiet	33
3. Exkurs: Mögliche Auswirkungen des Onlinehandels und der Corona-Pandemie auf die Flächennachfrage in Donzdorf	34
IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Donzdorf	36
1. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern	36
1.1 Verkaufsflächenausstattung	36
1.2 Bewertung der Nahversorgungssituation	37
2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	42
V. Fortschreibung Einzelhandelskonzept Donzdorf	45

1. Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes	45
2. Sortimentskonzept	46
2.1 Begriffsdefinition	47
2.2 Sortimentsliste der Stadt Donzdorf	49
3. Standortkonzept	50
3.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“	50
3.2 Zentren- und Standortstruktur Donzdorf	54
3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Donzdorf“	56
3.2.2 Nahversorgungsstandort, Netto Hauptstraße	59
3.2.3 Ergänzungsstandort Stellfelbe	59
4. Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und Standortsteuerung	61
4.1 Standortbereich „Stellfelbe“	61
4.2 sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete)	64
4.3 Steuerungsempfehlung für Randsortimente	64
5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	65

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die Stadt Donzdorf liegt im Nordosten des Landkreises Göppingen und zählt heute rd. 10.725 Einwohner. Mit der Ausweisung als Unterzentrum sowie als Sitz des Gemeindeverwaltungsverbandes Mittlere Fils-Lautertal hat die Stadt Donzdorf zentralörtliche Aufgaben für ein Einzugsgebiet von etwa 28.000 Einwohnern wahrzunehmen.

Die GMA hat in Donzdorf bzw. im Gemeindeverwaltungsverband Mittlere Fils-Lautertal zuletzt im Jahr 2018 ein Interkommunales Einzelhandelskonzept erstellt. Darin wurden die formalen Aspekte (u. a. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich, Sortimentsliste für Bebauungspläne, Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten) erarbeitet und im Folgenden in den Flächennutzungsplan des Gemeindeverwaltungsverbandes sowie in Bebauungspläne umgesetzt.

In den vergangenen Jahren haben sich die Rahmenbedingungen deutlich verändert. So lässt sich der Strukturwandel im Einzelhandel in Donzdorf nahezu exemplarisch ablesen:

- Hohe Investitionsbereitschaft besteht v. a. beim Lebensmitteleinzelhandel und bei Drogeriemärkten. So wurden in Donzdorf kürzlich der Rewe-Markt und der Müller-Drogeriemarkt an der Mozartstraße grundlegend modernisiert und vergrößert.
- Kleinere unprofilierte Einzelhändler verschwinden dagegen zunehmend aus dem Stadtbild. Diese Einzelhändler können z. T. dem zunehmenden Druck des Onlinehandels nichts mehr entgegensetzen.

Die aktuelle Corona-Krise hat diesen Strukturwandel nochmals beschleunigt. Allerdings haben sich auch wieder Nischen aufgetan, die z. B. den Trend zu höherwertigen, regionalen und ressourcenschonenden Lebensmitteln widerspiegeln: Biomärkte, Direktvermarkter, Unverpacktläden oder Mischformen von Gastronomie und Handel (z. B. Bauernmarkthalle). Diese Aufzählung zeigt, dass sich ggf. auch in Donzdorf noch neue Konzepte realisieren lassen, die gleichzeitig mit einer höheren Wertschätzung für Lebensmittel verbunden sind.

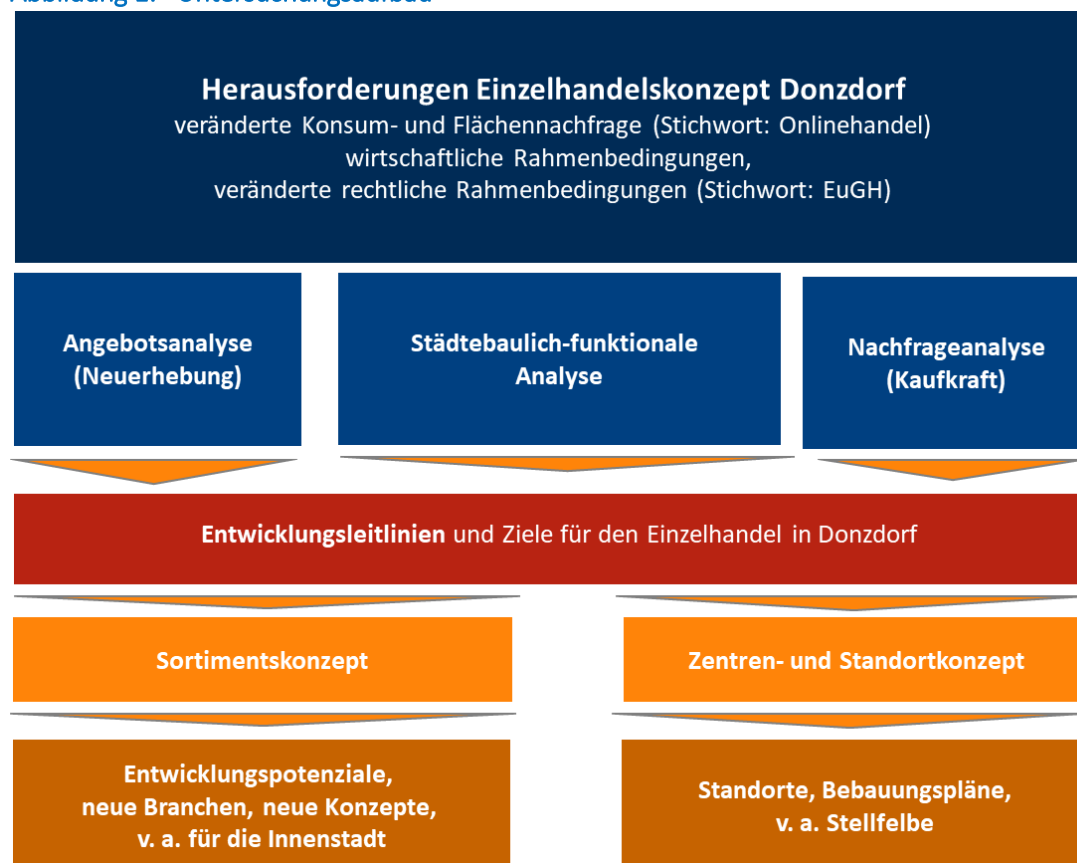
Im Sinne einer Evaluierung ist jedoch festzustellen, dass die Stadt Donzdorf auch im Vergleich zu anderen Städten dieser Größenordnung noch vergleichsweise positiv dasteht. V. a. ist hervorzuheben, dass in Donzdorf nach wie vor eine kompakte Versorgungsstruktur mit kurzen Wegen vorhanden ist. Aus den meisten Wohngebieten der Kernstadt lassen sich die über das Stadtgebiet verteilten Lebensmittelmärkte auch ohne Pkw erreichen.

Zum Erhalt und zur Weiterentwicklung dieser Versorgungsstrukturen soll das bestehende Einzelhandelskonzept fortgeschrieben und an die veränderten Rahmenbedingungen angepasst werden. Besondere Bedeutung kommt dabei der Weiterentwicklung des Gebietes „Stellfelbe“ zu. Hier soll auf Anforderung des Verbandes Region Stuttgart ein alter Bebauungsplan an die Erfordernisse der Raumordnung und Landesplanung angepasst werden.

Der vorliegende Bericht umfasst folgende wesentliche Untersuchungsschritte:

- Darstellung der allgemeinen Entwicklungen im Einzelhandel, insbesondere im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel, sowie ihre Bedeutung für die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Entwicklung

- /// Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- /// Analyse der wesentlichen Struktur- und Standortdaten der Stadt Donzdorf
- /// Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Donzdorf
- /// Ermittlung der Nachfragepotenziale für den Einzelhandel in der Stadt Donzdorf (Marktgebiet, Bevölkerungs- und Kaufkraftaufkommen)
- /// Prüfung der Entwicklungsperspektiven im Einzelhandel in der Stadt Donzdorf
- /// Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandels, unter besonderer Berücksichtigung der Lebensmittelnahversorgung
- /// Überprüfung und Anpassung des Leitbilds für die künftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Donzdorf („Einzelhandelskonzept Donzdorf 2022“), bestehend aus städtebaulichen Zielsetzungen, Sortimentsliste und Standortkonzept
- /// Umsetzungsempfehlungen zum Einzelhandelskonzept.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau


GMA-Darstellung 2022

2. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um primärstatistische Daten (flächendeckende Erhebung der Verkaufsflächen¹ des Ladeneinzelhandels²) die durch die GMA im April 2022 vor Ort erfasst und ausgewertet wurden.

Basis der **Einzelhandelserhebung** ist die in der Abbildung 2 dargestellte Branchensystematik. Im Rahmen der Vor-Ort-Arbeiten wurden durch die GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen geprüft, um eine sachgerechte Beurteilung der Standortvoraussetzungen für den Einzelhandel zu ermöglichen.

Abbildung 2: Verwendete GMA-Branchensystematik

Hauptwarengruppen	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie, Kosmetik, Parfümeriewaren / Apothekenwaren (ohne verschreibungspflichtige Arzneimittel), Sanitätswaren
Blumen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	Schnittblumen, Tiernahrung und -zubehör, Zeitschriften
Bücher, Schreib- und Spielwaren	Bücher, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel, Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele)
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Unterwäsche, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Sportartikel (Sportbekleidung, -schuhe)
Elektrowaren	Elektrohaushaltsgeräte (sog. weiße Ware wie z. B. Waschmaschinen, Kühlschränke, Herde), Telekommunikation (Telefone, Mobil- / Smartphones), Unterhaltungselektronik / Multimedia (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer und -Zubehör)
Hausrat, Einrichtung, Möbel	Haushaltswaren (Glas / Porzellan / Keramik), Möbel (inkl. Matratzen, Gartenmöbel), Kücheneinrichtung, Antiquitäten, Kunst, Bilder, Rahmen, Heimtextilien (Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Gardinen, Wolle, Stoffe), Leuchten und Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartengeräte, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)

GMA-Darstellung 2022

¹ Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

² Hierunter ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale“ Einzelhandel zu verstehen. Dieser umfasst den gewerbsmäßigen Verkauf von Waren, ausschließlich oder überwiegend an den Endverbraucher, ohne Großhandel, den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren und ohne reine Onlineanbieter.

Die erhobenen Betriebe wurden folgenden **Lagekategorien** zugeordnet:

- **zentrale Lagen:** Lagen in zentralen Versorgungsbereichen der Kommune
- **städtebaulich integrierte Lagen:** Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in mindestens zwei Himmelsrichtungen)
- **städtebaulich nicht integrierte Lagen:** Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in maximal einer Himmelsrichtung).

In der Innenstadt von Donzdorf wurden außer dem Einzelhandel auch die sogenannten **Komplementärnutzungen** (d. h. konsumnahe Dienstleister, gastgewerbliche Betriebe, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Bildungseinrichtungen, öffentliche Verwaltung) sowie leerstehende Ladeneinheiten erhoben. Der Übersichtlichkeit halber wurde sich hierbei auf die Erfassung von Erdgeschossnutzungen beschränkt.

Darüber hinaus standen der GMA **sekundärstatistische Daten** des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, diverser Branchenverbände und Research-Unternehmen sowie Informationen der Stadt Donzdorf (u. a. Statistiken, Bebauungspläne, Angaben aus früheren Untersuchungen) zur Verfügung.

3. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Ziele der Einzelhandelssteuerung

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von **Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelssteuerung**. Diese werden in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete Sortimentskonzept, die sog. „Sortimentsliste“, ordnet die einzelnen Sortimente als zentrenrelevant oder nicht zentrenrelevant ein. Mithilfe des Standortkonzeptes erfolgt eine Funktionsaufteilung der einzelnen Einzelhandelslagen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert werden. Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes ist die aktuelle Einzelhandels- und städtebauliche Situation in der Kommune. Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht damit die Steuerung des Einzelhandels anhand städtebaulicher Grundlagen. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar. Erst durch einen Beschluss des Gemeinderates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem **Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB** und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen³. Das Schutzziel ergibt sich aus § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Durch die Konzentration wichtiger Einzelhandelsbetriebe innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung von zentrenrelevanten Sortimenten voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes festgelegt werden. Für die Bauleitplanung in „unbeplanten“ Gebieten gibt § 9 Abs. 2a BauGB eine Handhabe zur Einzelhandelssteuerung.

³ Vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13.

Eine weitere Zielsetzung des Konzepts ist die **Sicherung und Weiterentwicklung der verbraucher-nahen Versorgung**. Das Schutzziel ergibt sich aus § 1 Abs. 6 Nr. 8a BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Eng hiermit verknüpft ist das Ziel einer auf Vermeidung und Verringerung von Verkehr ausgerichteten städtebaulichen Entwicklung (vgl. § 1 Abs. 6 Nr. 9 BauGB), denn eine verbraucher-nahe Versorgung wird grundsätzlich zu einer Verringerung von Autoverkehr führen.

Als weitere Abwägungskriterien des § 1 Abs. 6 BauGB sind das **Ziel der Wahrung der Belange des Umweltschutzes**, einschließlich des Naturschutzes und der Landschaftspflege (vgl. § 1 Abs. 6 Nr. 7 BauGB), sowie das Ziel des Erhalts der Belange der Landwirtschaft (vgl. § 1 Abs. 6 Nr. 8b BauGB) zu beachten. Hieraus lässt sich eine Pflicht zur flächenschonenden Einzelhandelsentwicklung und zur Beachtung des Klimaschutzes ableiten.

Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. So können Gewerbegebiete durch einen Ausschluss von Einzelhandel für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

4. Planungsrechtliche Instrumente zur Einzelhandelssteuerung

4.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann. Folgende Gebietskategorien sind zu unterscheiden:

Gebiete mit Bebauungsplan

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten möglich⁴:

-  Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in urbanen Gebieten, Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),
-  in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 BauNVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete:

- „1. *Einkaufszentren,*
2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*

⁴ Dies gilt auch für solche Vorhaben, die in einem unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB liegen, bei dem die Eigenart der näheren Umgebung jedoch einem der Baugebiete der BauNVO entspricht.

sind außer in Kerngebieten nur in für die festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbraucher-nahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Wenn die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsvorhabens die Grenze zur Großflächigkeit und die Geschossfläche die Regelvermutungsgrenze nach § 11 Abs. 3 BauNVO überschreitet, so ist zunächst davon auszugehen, dass das Vorhaben den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt und damit kern- oder sondergebietspflichtig ist. Bei einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb, der auf Grund seiner Art der Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt, kann somit die Regelvermutung unabhängig von den tatsächlichen Auswirkungen des Vorhabens nicht überwunden werden.

Handelt es sich dagegen um einen Betrieb, der aus städtebaulichen oder betrieblichen Gründen gerade nicht unter die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO fällt, obwohl er mehr als 800 m² Verkaufsfläche und mehr als 1.200 m² Geschossfläche aufweist, liegt eine sogenannte atypische Fallgestaltung vor.⁵ Dann sind in einem nächsten Schritt die konkreten Auswirkungen des Vorhabens zu prüfen. Sollten keine potenziellen Auswirkungen ermittelt werden, sind solche Betriebe auch in anderen Gebietstypen der BauNVO zulässig (z. B. Baustoffhandel in einem Gewerbegebiet oder Lebensmittelhandel in einem Mischgebiet)⁶.

Gebiete ohne Bebauungsplan

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der zu überbauenden Grundstücksfläche in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO (z. B. Gewerbegebiet, Mischgebiet) entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen vom Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder in einer Nachbarkommune ausgehen. Gemäß § 34 Abs. 3a BauGB kann im Einzelfall (z. B. bei Erweiterungen) vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden, wenn der Bestandsbetrieb zulässigerweise errichtet wurde, die Erweiterung städtebaulich vertretbar und unter Würdigung

⁵ Eine betriebliche Atypik kann z. B. bei einem schmalen und schwer transportablen Warenangebot vorliegen (z. B. Baustoffhandel), eine städtebauliche Atypik z. B. bei einem Nahversorger, der vorrangig die Bevölkerung in einem fußläufigen Einzugsbereich versorgt und einen klaren Angebotsschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs hat.

⁶ Dies gilt auch für solche Vorhaben, die nach § 34 Abs. 2 BauGB zu bewerten sind, da die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht.

nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist. Für Einzelhandelsbetriebe, welche die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können, kann vom Erfordernis des Einfügens in die Eigenart der näheren Umgebung dagegen nicht abgewichen werden.

4.2 Ziele und Grundätze der Landesplanung

Der LEP Baden-Württemberg ist seit dem 21. August 2002 rechtsverbindlich. Für den großflächigen Einzelhandel setzt der LEP Baden-Württemberg folgende Ziele und Grundsätze fest:

3.3.7 (Z) Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn

- *dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder*
- *diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind.*

(Z) Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form des großflächigen Einzelhandels sind grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig.

3.3.7.1 (Z) Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

3.3.7.2 (Z) Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.

3.3.7.3 G Neue Einzelhandelsgroßprojekte sollen nur an Standorten realisiert werden, wo sie zeitnah an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen werden können.

3.3.7.4 G Die Festlegung von Standorten für regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte in den Regionalplänen soll vor allem auf Grund eines regionalen Entwicklungskonzepts vorgenommen werden. Als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden.“

4.3 Ziele und Grundsätze der Regionalplanung

Im **Regionalplan der Region Stuttgart** werden im Plansatz 2.4.3.2 die Ziele und Grundsätze der Landesplanung weiter ausgestaltet:

2.4.3.2 Standorte für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe (Einzelhandelsgroßprojekte)

2.4.3.2.1 (G) Gewährleistung der verbrauchernahen Versorgung

- (1) Die wohnungsnahe Grundversorgung (Nahversorgung) soll möglichst in allen Städten und Gemeinden gewährleistet und gesichert werden. Einzelhandelsbetriebe sollen verbrauchernah und städtebaulich integriert in günstiger Zuordnung zu den Stadt- und Ortszentren oder zusammenhängenden Wohngebieten angesiedelt werden.*
- (2) Bei der Standortwahl und der Verkehrserschließung von Einzelhandelsbetrieben soll Belangen der nicht oder nicht ständig über ein motorisiertes Individualverkehrsmittel verfügenden Bevölkerung und mobilitätseingeschränkter Personen besondere Beachtung geschenkt werden. Die Standorte sollen für den Fußgänger- und Fahrradverkehr gut erschlossen und mit dem öffentlichen Personennahverkehr erreichbar sein.*

„2.4.3.2.2 (Z) Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte und Veranstaltungszentren

- (1) Einzelhandelsbetriebe, Einkaufszentren und sonstige Handelsbetriebe für Endverbraucher mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² (Einzelhandelsgroßprojekte), sowie die Erweiterung bestehender Einrichtungen sind nur im Oberzentrum bzw. den Mittel- und Unterzentren zulässig.*
- (2) Verkaufsflächenumfang und Einzugsbereich entsprechender Einrichtungen sind insbesondere auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und dessen Verflechtungsbereichs abzustimmen. Hersteller-Direktverkaufszentren / Fabrikverkaufszentren sind als Einkaufszentren zu behandeln und nur im Oberzentrum vorzusehen. Bei Einzugsbereichen, die nicht wesentlich über einen Mittelbereich hinausgehen kommen hierfür auch Mittelzentren in Betracht.*
- (3) Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerns der Standortgemeinde und anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung dürfen dabei nicht beeinträchtigt werden.*
- (4) Einzelhandelsgroßprojekte, die ausschließlich der Grundversorgung der Einwohner dienen und keine schädliche Wirkungen erwarten lassen, insbesondere auf die zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerne und die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne, sind auch in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion zulässig. Für die vorgenannten Einzelhandelsgroßprojekte gelten die Plansätze 2.4.3.2.3 bis 2.4.3.2.5 nicht. Ausschließlich der Grundversorgung dienen Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke sowie Drogerieartikel umfasst; sonstige Waren dürfen nur als Nebensortiment auf nicht mehr als 10 % der Verkaufsfläche angeboten werden.*
- (5) Überörtlich wirksame Veranstaltungszentren sowie die Erweiterung bestehender Einrichtungen sind ebenfalls nur im Oberzentrum bzw. den Mittel-*

und Unterzentren zulässig. Der Einzugsbereich entsprechender Einrichtungen ist auf die Einwohnerzahl des Zentralen Ortes und seines Verflechtungsbereiches abzustimmen.

2.4.3.2.3 (Z) Standorte für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (VRG)

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

2.4.3.2.4 (Z) Standorte für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte

- (1) Standorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) sind ebenfalls nur in den zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskernen zulässig und in der Regel den in der Raumnutzungskarte dargestellten Vorranggebieten gemäß PS. 2.4.3.2.3 oder deren unmittelbaren Umfeld zuzuordnen.
- (2) Von der Zuordnung zu diesen Vorranggebieten kann für Standorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte dann abgewichen werden, wenn innerhalb der in der Raumnutzungskarte dargestellten Vorranggebiete für Einzelhandelsgroßprojekte, wegen nicht ausreichender Flächengröße, nicht herstellbarer ausreichender Verkehrserschließung oder zwingender Inanspruchnahme potenzieller Flächen für andere Nutzungen, keine Standortmöglichkeiten gegeben sind.
- (3) Soweit für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte von einer Zuordnung zu den Standorten für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte abgesehen werden soll, sind zentrenrelevante Randsortimente auf höchstens 3 % der Gesamtverkaufsfläche, höchstens 350 m² Verkaufsfläche zu beschränken.

2.4.3.2.5 (G) Ergänzungsstandorte

- (1) Aus raumordnerischer Sicht als Standort für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte außerhalb der Vorranggebiete nach PS 2.4.3.2.3 grundsätzlich geeignete Standortbereiche sind in der Raumnutzungskarte als Ergänzungsstandorte festgelegt. Diese Standortbereiche gelten als raumordnerisch abgestimmt, sofern die Vorgaben von PS 2.4.3.2.2 eingehalten sind.
- (2) Als Ergänzungsstandort kann alternativ jeweils auch ein anderer Standort dann in Frage kommen, wenn die Vorgaben der Plansätze 2.4.3.2.2, 2.4.3.2.3 und 2.4.3.2.4 im Übrigen eingehalten werden. Dies ist im Einzelfall konkret zu prüfen und entsprechend nachzuweisen.

2.4.3.2.6 (G) Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr

- (1) Neue Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte und Veranstaltungszentren gemäß PS. 2.4.3.2.2 sollen nur an solchen Standorten realisiert werden, an denen sie an den öffentlichen Personennahverkehr direkt angebunden sind.
- (2) Einrichtungen, die aufgrund des Umfangs ihrer Verkaufsflächen oder ihres zu erwartenden Besucheraufkommens besonders große Bedeutung entfalten können – insbesondere bei Verkaufsflächen über 25.000 m² oder Veranstaltungszentren mit mehr als 5.000 Besucherplätzen –, sollen nur an solchen

Standorten realisiert werden, an denen sie an den öffentlichen Schienenpersonennahverkehr angebunden sind.

2.4.3.2.7 (V) Erarbeitung von Entwicklungskonzepten

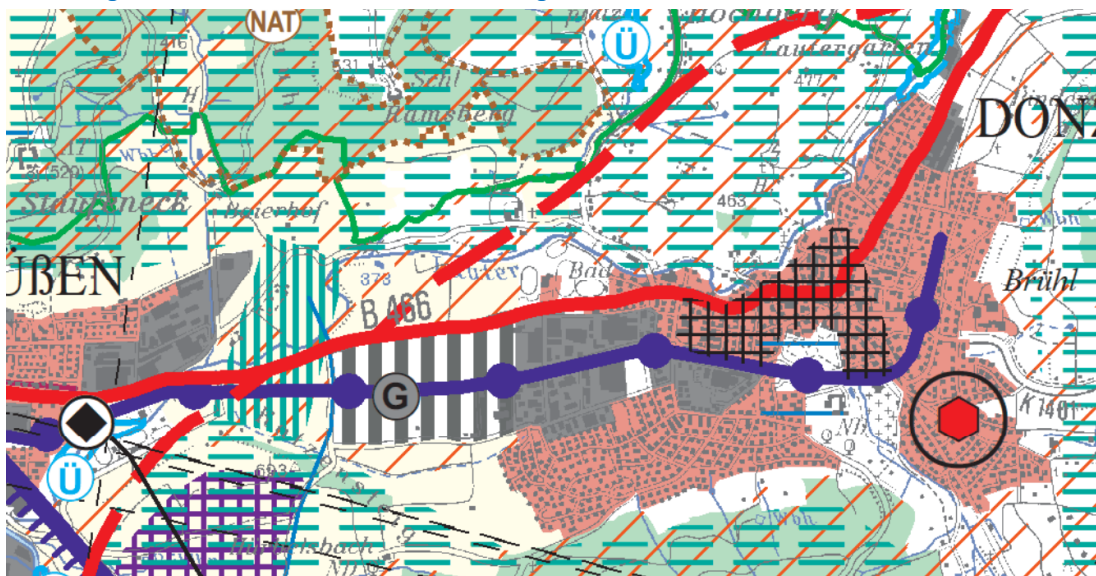
Es wird vorgeschlagen, dass zur Ordnung und Entwicklung von Standorten für Einzelhandelsgroßprojekte und überörtlich wirksame Veranstaltungszentren gemäß PS. 2.4.3.2.2, von den Kommunen umfassende, die ganze Gemeinde sowie das Um-land einbeziehende Entwicklungskonzepte erarbeitet und mit den betroffenen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

2.4.3.2.8 (Z) Räumliche Konzentration von Einzelhandelsbetrieben (Agglomeration)

- (1) Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben sind in den Ortskernen aller Gemeinden zulässig. Wird ein Bauleitplan aufgestellt oder geändert, dessen Geltungsbereich den Ortskern ganz oder teilweise erfasst, so darf die hier-nach zulässige Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben keine schädlichen, überörtlichen Wirkungen entfalten, insbesondere auf die zentralörtlichen Siedlungs- und Versorgungskerne, die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung anderer Gemeinden oder deren Ortskerne. Ansonsten gelten für Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben die Plansätze 2.4.3.2.2 (Z) bis 2.4.3.2.6 (Z) entsprechend.
- (2) Eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entsteht, wenn räumlich nahe beieinander liegend mehrere Einzelhandelsbetriebe errichtet werden, zu einem bestehenden Einzelhandelsbetrieb ein oder mehrere neue Einzelhandelsbetriebe hinzu treten oder bestehende Einzelhandelsbetriebe erweitert oder umgenutzt werden, so dass die Summe der Verkaufsflächen der räumlich nahe beieinander liegenden Einzelhandelsbetriebe größer als 800 m² ist. Räumlich nahe beieinander liegen Einzelhandelsbetriebe, wenn die Luftlinie zwischen den Gebäudezugängen nicht länger als 150 m ist.“

Die nachfolgende Karte zeigt einen Ausschnitt aus der zeichnerischen Darstellung des Regionalplans mit dem Donzdorfer Stadtgebiet

Abbildung 3: Ausschnitt aus der Raumnutzungskarte – Stadt Donzdorf



Quelle: Regionalplan Region Stuttgart

5. Herausforderungen für die künftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Donzdorf

Während die Einzelhandelsentwicklung in Deutschland bis vor einigen Jahren hauptsächlich von der Diskussion um mögliche Auswirkungen von sog. „Grüne Wiese-Standorten“ auf innerstädtische Geschäftslagen geprägt war, bestimmt seit einigen Jahren die fortgeschrittene Digitalisierung zunehmend die Diskussion um die Zukunft des stationären Einzelhandels.

5.1 Entwicklungen und Trends auf der Angebotsseite

Als wesentliche Herausforderungen für den Einzelhandel, die sich aus den vergangenen und kommenden Entwicklungen auf der Angebotsseite ergeben, sind zu nennen:

- / Der kontinuierliche **Verkaufsflächenzuwachs** (v. a. durch die Zunahmen großflächiger Betriebsformen und neuer Angebotskonzepte mit großzügigen Präsentationsflächen) ist zum Stillstand gekommen⁷; Vielmehr ist mittlerweile in vielen Branchen ein Rückgang der Verkaufsfläche zu verzeichnen. Hauptursache dafür ist die wachsende Konkurrenz durch den Onlinehandel (E-Commerce).
- / Anders als der stationäre Einzelhandel kann der **Onlinehandel** jährlich zweistellige Wachstumsraten erzielen (Lt. HDE 14,6 % im Jahr 2020). Nach Angaben des bevh liegt der Marktanteil des Onlinehandels aktuell bei 14 %, insgesamt wurden 2020 online ca. 83,3 Mrd. € netto erzielt⁸. Knapp die Hälfte der Online-Umsätze in Deutschland entfielen auf Amazon (Eigenhandel und Amazon Marketplace)⁹. Der Onlinehandel hat inzwischen **alle Warengruppen** erfasst. Besonders hoch sind die Marktanteile des Onlinehandels bei Unterhaltungselektronik / Fotobedarf, Spielwaren, Sport und Camping sowie Mode / Schuhen / Accessoires (jeweils über 30 %), Elektrogroßgeräten, Büchern, Wohnaccessoires, Büro- und Schreibwaren (jeweils zwischen 25 und 30 %) sowie bei Uhren und Schmuck (knapp 20 %).¹⁰ Damit sind **besonders die Innenstadtleitsortimente von Online-Konkurrenz betroffen**.

Die Zunahme des Onlinehandels kann allerdings nicht gleichgesetzt werden mit einem automatischen Umsatzrückgang bei den etablierten Einzelhändlern in gleicher Höhe. Vielmehr können die etablierten Einzelhandelsgeschäfte auch vom Onlinehandel profitieren, indem sie anstelle von reinem Offline-Ladenverkauf künftig **Multichannel-Strategien** verfolgen, etwa durch zusätzlichen Verkauf über die eigene Webseite, Verkauf über Marketplace-Plattformen (z. B. Amazon, Ebay), Zustellung durch Lieferservice oder Teilnahme an Click-and-Collect-Konzepten¹¹. Dies hat sich auch im „Shutdown“ der Corona-Krise gezeigt, wo sich Betriebe durch Onlinehandel teilweise „am Leben erhalten“ haben. Da mit der Darstellung des eigenen Angebots im Internet nicht mehr alle Waren auch tatsächlich im eigenen Laden ausgestellt werden müssen, kann das Internet auch zur „Vergrößerung des Ladenlokals“ genutzt werden; dies ist insbesondere für Kleinflächen- und Nischenanbieter von Vorteil.

⁷ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, S. 65; EHI handelsdaten aktuell 2013, S. 82.

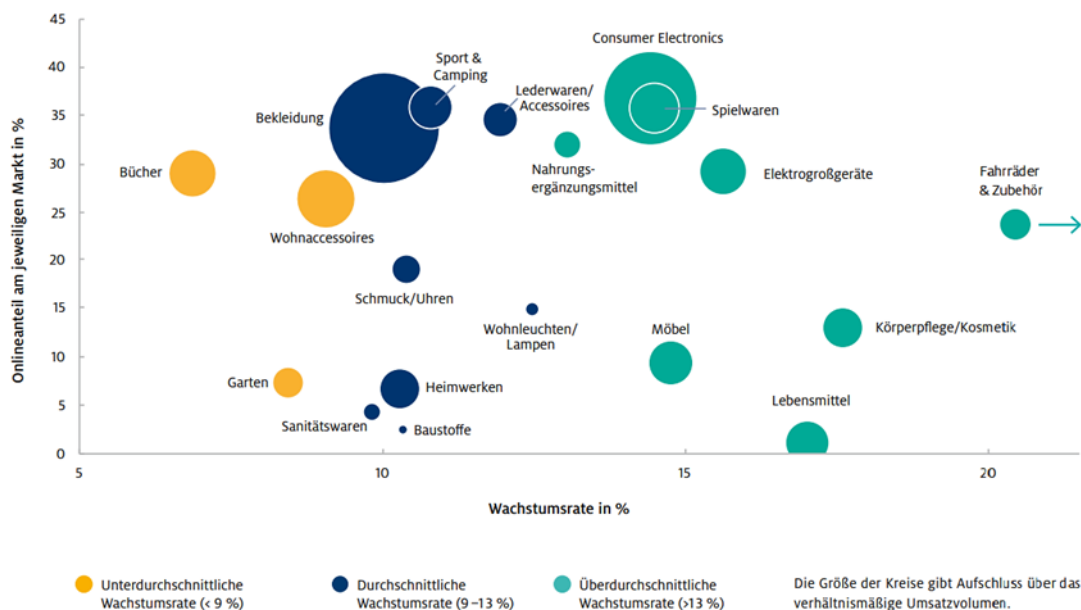
⁸ Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh).

⁹ Quelle: HDE / IfH Köln: Handel digital – Online-Monitor 2020, S. 25.

¹⁰ Quelle: HDE / IfH Köln: Handel digital – Online-Monitor 2020, S. 18.

¹¹ Bei Click-and-Collect-Konzepten recherchieren und bezahlen die Kunden die gewünschten Produkte zunächst online, bevor sie ihre Ware in einem stationären Einzelhandelsgeschäft abholen. Dadurch können die Kunden die Ware vor ihrer endgültigen Abnahme noch prüfen und zudem Versandgebühren sparen.

- Zudem bietet das Internet, ebenso wie soziale Medien, **neue Möglichkeiten zur gezielten Ansprache, Information und Bindung von Kunden**. Entscheidend für die künftige Stellung des einzelnen Händlers ist dabei die Bereitschaft (und finanzielle Möglichkeit), digitale Medien in sein stationäres Geschäft zu integrieren, die Online-Handelskanäle intensiv zu pflegen und ein effizientes Shopsystem zu implementieren. Voraussetzung hierfür sind eine umfassende Marketing- und Absatzstrategie für die Onlinewelt, ein gekonntes Web-design und ein professionelles Warenwirtschaftssystem im Unternehmen.
- Bei **Gütern des kurzfristigen Bedarfs** erringt der Onlinehandel teilweise ebenfalls beachtliche Marktanteile, so etwa bei Nahrungsergänzungsmitteln (ca. 32 %), Heimtierbedarf (ca. 21 %) und Körperpflege / Kosmetik (ca. 13 %). Beim Einkauf von Lebensmitteln des täglichen Bedarfs spielt der Onlinehandel in Deutschland aber wegen der hohen Verbraucheransprüche an Frische, Aussehen und Preis der Waren sowie der zusätzlichen Umweltbelastung durch Lieferung und Verpackung bislang keine weit verbreitete Rolle (Umsatzanteil des Onlinehandels im deutschen Lebensmitteleinzelhandel derzeit ca. 1 – 2 %). Allerdings ist auch hier eine langsam steigende Tendenz festzustellen, wozu zum einen Nischenanbieter (z. B. Delikatessen, Bio- und Erzeuger-Produkte) beitragen, zum anderen Online-Vertriebskanäle der etablierten Lebensmittelketten (z. B. mit Liefer- und Abholdiensten in Ballungsgebieten) sowie auch Amazon. Bei Drogeriewaren (Hygienepapiere, WPA) liegt der Online-Marktanteil aktuell bei ca. 1,7 %.¹²

Abbildung 4: Wachstumsraten und Onlineanteile nach Warengruppen 2019


Quelle: HDE Online-Monitor 2020, S. 16

¹² Marktanteile: Quelle: HDE / ifH Köln: Handel digital – Online Monitor 2020, S. 16, 18.

5.2 Entwicklungen und Trends auf der Nachfrageseite

Als wesentliche Einflussfaktoren auf der Nachfrageseite sind folgende Aspekte anzusprechen:

- // **Gesellschaftliche und demografische Wandlungsprozesse** (u. a. Verschiebung der Altersstruktur, Migration, Trend zu kleineren Familieneinheiten) haben **Präferenzverschiebungen** bewirkt und dadurch Veränderungen im Einzelhandel ausgelöst. Wenngleich die Altersgruppe der Senioren jetzt schon deutlich agiler und mobiler ist als frühere Generationen, wird wegen der wachsenden Lebenserwartung der Anteil der Personen mit erhöhtem Service- und Dienstleistungsbedarf noch zunehmen. Daneben wächst die Generation der „Digital Natives“ in das konsumfähige Alter hinein und prägt das Nachfrageverhalten (v. a. durch eine wachsende Nutzung von Onlinehandel).
- // Zugleich sind die **Ansprüche der Kunden** an den Einzelhandel stetig gewachsen. Mit Anstieg des Einkommens- und Bildungsniveaus tritt zudem eine Ausdifferenzierung der Nachfrage auf, die auch häufig ein stärkeres Qualitäts- und Nachhaltigkeitsbewusstsein beinhaltet; dies wird insbesondere an der stark gewachsenen Nachfrage nach regional erzeugten Waren und Bio-Lebensmitteln deutlich.

Abbildung 5: Aktuelle Konsumtrends des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Konsumentenforschung

- // Die hohe Kunden-Mobilität hat die Wertigkeit von Einkaufslagen verändert und den Siegeszug von autokundenorientierten Standorten erst möglich gemacht. Die bisherige Präferenz des Autos als bevorzugtes **Verkehrsmittel für den Einkauf** bedingte einen großen Stellplatzbedarf, was v. a. Innenstädte und kleinteilige Ortsmitten vor Herausforderungen stellt. Mittlerweile ist eine zunehmende Sensibilität von Verbrauchern und Politik gegenüber Staus, Luftverschmutzung und Lärm durch Pkw- und Lieferverkehr zu bemerken. Allerdings ist bisher noch keine flächendeckende „Verkehrswende“ eingetreten, insbesondere nicht auf dem Land. Zu bedenken ist auch, dass auch ein Warentransport per Zustelldienst oder mit dem Fahrrad neue städtebauliche Herausforderungen für die Verkehrsgestaltung mit sich bringen wird.

-  Mit der **wachsenden Digitalisierung** und der Zunahme der „digital natives“ werden auch vom stationären Einzelhandel moderne Angebotskonzepte erwartet (z. B. Mischbetriebe mit Einzelhandels- und Gastronomieelementen, interaktive Konzepte, Guide-shops¹³, Click & Collect). Hierzu muss außerhalb der Geschäfte eine entsprechende Infrastruktur (Pick-up-Stationen, Drive-in-Depots) aufgebaut werden.
-  Bezüglich der zentralen Lagen zeigen Zeitreihenbefragungen, dass das **Thema „Einkaufen“ mittlerweile nicht mehr der dominierende Besuchsgrund der Innenstädte** ist. Stattdessen wird das City-Shopping immer stärker mit anderen Aktivitäten verknüpft, etwa mit Arztbesuchen, Wahrnehmen von Kultur- oder Bildungsangeboten oder mit anderen Freizeitaktivitäten wie Gastronomiebesuche oder Bummeln / Flanieren. Die Forcierung anderer Themenfelder abseits des Handels darf deshalb nicht aus dem Blick geraten.

Festzuhalten ist, dass Kunden bei austauschbaren Waren nur dann einen tendenziell höheren Preis im stationären Einzelhandel akzeptieren, wenn hiermit ein echter **Zusatznutzen** verbunden ist, der die geringere Bequemlichkeit (im Vergleich zum Onlinehandel) aufwiegt. Beispielsweise können Geschäfte mit attraktiver Angebotsvielfalt, inspirierender Darbietung, hoher Beratungsqualität, schneller Erhältlichkeit oder zusätzlichen Dienstleistungen und Annehmlichkeiten punkten. Erfolgsfaktoren bei (Innen-)Städten sind Aufenthaltsqualität, Übersichtlichkeit, Multifunktionalität / Synergieeffekte und kurze Wege.

5.3 Entwicklungen und Trends in der Nahversorgung

Anders als der stationäre Nonfood-Einzelhandel ist der **Lebensmitteleinzelhandel bislang nicht stark vom Onlinehandel geprägt**. Der Onlinehandel mit Nahrungs- und Genussmitteln wird zwar von den Verbrauchern teilweise auch akzeptiert (z. B. für Spezialitäten), jedoch stellt das Internet für weite Bereiche des Lebensmittelhandels wegen der erforderlichen Frische und schonenden Verpackung der Waren insbesondere in Räumen außerhalb von Großstädten noch keine verbreitete Angebotsform dar. Bei den strukturprägenden Anbietern im Lebensmittelhandel, den großen Handelsketten, lässt sich jedoch von Digitalisierungsgewinnern sprechen, wenn sie es schaffen, dem anonymen Einkauf im Internet ein ansprechendes Einkaufserlebnis vor Ort mit einer großen Auswahl an frischen Lebensmitteln gegenüber zu setzen und zugleich die Vorteile moderner digitaler Warenwirtschaftssysteme für sich zu nutzen.

Für die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs kommt modernen **Lebensmittelmärkten eine besondere Bedeutung** zu, da sie nicht nur ein qualifiziertes Hauptsortiment an Lebensmitteln, Getränken und Drogeriewaren bieten, sondern auch die wichtigsten weiteren Sortimente des kurzfristigen Bedarfs (z. B. Zeitschriften, Schnittblumen, Schreibwaren) zumindest ausschnittsweise vorhalten. Moderne Lebensmittelmärkte sind daher als Garanten einer qualitätsvollen Nahversorgung anzusehen, darüber hinaus auch als Leitbetriebe der Einzelhandelsstruktur. Ergänzende Funktionen für die Grundversorgung übernehmen kleinere Lebensmittelgeschäftsfachgeschäfte, Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Getränkemärkte, Convenience-Shops (Kioske, Tankstellen) und Hofläden. Kleinere Lebensmittelgeschäfte leiden an strukturell bedingten Kostennachteilen gegenüber größeren Filialisten. Auch genossenschaftliche Lebensmittelmärkte, Bringdienste oder mobile Verkaufsformen sind tendenziell teurer als konventionelle Supermärkte oder Discounter, zudem ist hier die Auswahl deutlich eingeschränkt.

¹³ Ein Guideshop ist eine Art Showroom, in dem die Kunden die Produkte begutachten, berühren und auch anprobieren können, bevor sie sie kaufen. Allerdings stehen die Waren nicht zur sofortigen Mitnahme zur Verfügung, sondern die Kunden bekommen sie nach Hause geliefert. So entfallen Lagerflächen im Shop.

Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel konnte mit zunehmend attraktiver werdenden Läden seine Umsatzleistung in den letzten Jahren stetig vergrößern (+ 29 % zwischen 2012 und 2020). Unter den **Betriebsformen** entfällt nach wie vor der größte Marktanteil auf Discounter (ca. 44 % des Umsatzvolumens im Jahr 2020); Supermärkte kommen auf ca. 32 %, große Supermärkte auf ca. 11 %, SB-Warenhäuser auf ca. 11 % und sonstige Lebensmittelgeschäfte auf ca. 3 %.¹⁴ Discounter sind wegen des Preisvorteils und ihres übersichtlichen Sortiments bei den deutschen Verbrauchern sehr beliebt. Vollsortimenter (Supermärkte und große Supermärkte) profilieren sich v. a. durch Sortimentsbreite, Frische, Convenience, Service, Ladenatmosphäre und persönliche Kundenansprache; um diese Vorteile auszubauen, benötigen Vollsortimenter zunehmend größere Flächen. Zunehmende Nachfrage erfahren spezialisierte Anbieter von Biolebensmitteln (Biosupermärkte und Naturkostläden mit Käse- und Fleischtheke und integrierter Bio-Bäckerei, Hofläden, Reformhäuser, Unverpacktläden).

In Reaktion auf die zunehmende Konkurrenz von Onlineanbietern bei Nonfoodartikeln haben sowohl Vollsortimenter als auch Discounter ihr Angebot umstrukturiert; sie profilieren sich jetzt deutlich stärker als noch vor 10 Jahren durch ein **qualitätsvolleres und ausdifferenziertes Lebensmittelangebot** (z. B. durch hohen Anteil an Frischeprodukten, Markenartikeln, Biolebensmitteln, regional erzeugten Lebensmitteln, fair gehandelten Waren usw.). Zugleich haben die deutschen Lebensmittelunternehmen in den letzten 10 Jahren ihre Umsatzanteile mit Nahrungs- und Genussmitteln deutlich ausgebaut, während die Umsätze mit Nonfood sanken.

Als **Verkaufsfläche** weisen Discounter heute im Durchschnitt ca. 805 m² Verkaufsfläche¹⁵ auf, wobei mittlerweile Größen zwischen 1.000 und 1.700 m² Verkaufsfläche von den Betreibern als marktgerecht angestrebt werden. Supermärkte verfügen über eine Durchschnittsgröße von ca. 1.035 m² Verkaufsfläche; bei neuen Objekten werden von den Betreibern aber nach Möglichkeit Einheiten von ca. 1.500 – 2.500 m² Verkaufsfläche geplant. Hinzu kommen ggf. Flächen für ergänzende Betriebe wie etwa Backshops. Der **wachsende Flächenbedarf** von modernen Lebensmittel- und Drogeriemärkten ist v. a. auf die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben zurückzuführen, die auch eine Ausweitung der Sortimente mit sich brachten, außerdem steigende Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation sowie Optimierungsvorgaben der internen Logistik. Große Lebensmittel- und Drogeriemärkte benötigen zudem eine problemlose verkehrliche Erreichbarkeit, so dass gut angebundene Standorte mit guter Lage zu Hauptverkehrsachsen bevorzugt werden.

5.4 Konsequenzen für die (Innen-)Stadtentwicklung von Donzdorf

Für die kommenden Jahre sind weitere **Verdrängungsprozesse** zu Lasten von schwachen Anbietern bzw. schwachen Nebenlagen zu erwarten. Die Hauptursachen hierfür sind gestiegene Ansprüche der Kunden, Marktsättigungserscheinungen (z. B. in den Branchen Spielwaren, Bücher, Hausrat, Haushaltsgroßgeräte, strukturelle Veränderungen (z. B. die gerade für Klein- und Mittelstädte typischen Konzentrationsprozesse) oder auch individuelle Gründe (z. B. Altersnachfolgeprobleme).

Absehbar ist auch, dass sich die **Polarisierung zwischen dem sog. „Run-Shopping“** (versorgungsorientierter Routineeinkauf) und dem **„Fun-Shopping“** (freizeitorientierter Spaßeinkauf) fortsetzen wird, was besonders für Anbieter bzw. Angebotsstandorte der sog. „unprofilierter Mitte“ zu Problemen führen wird. Die Erkenntnisse aus zahlreichen Image- und Besucherbefragungen der GMA in Innenstädten machen aber deutlich, dass der digitale Wandel durchaus

¹⁴ Quelle: EHI Retail Institute: Handelsdaten aktuell 2021, S. 76; Köln 2021; GMA-Berechnungen.

¹⁵ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2021, S. 77 f.; Köln 2021; GMA-Berechnung.

auch Chancen für Innenstädte und Ortsmitteln beinhalten kann. Gute Chancen haben **attraktive und multifunktionale Standorte**, wo der Einzelhandel auf eng umrissene Bereiche konzentriert ist und eine hohe funktionale Dichte mit weiteren Nutzungen besteht (Gastronomie, Dienstleistungen, Events usw.). **Auch wohnortnahe und gut erreichbare Nahversorgungsstandorte** können profitieren, wenn sie mit Zeitersparnis und kurzen Wegen punkten können.

Abbildung 6: Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels



GMA-Grundlagenforschung 2022

Der **Onlinehandel** hat seinen festen Platz in der „Standortwahl“ der Konsumenten gefunden. Von einer weiter wachsenden Bedeutung ist insbesondere im Nonfood-Bereich auszugehen. Dadurch wird der Flächenbedarf im stationären Einzelhandel tendenziell sinken. Dies betrifft insbesondere die Innenstadtleitsortimente. Gleichzeitig steigt aber der Flächenbedarf für Lager und Logistik bzw. Onlinehändler¹⁶ in den Gewerbegebieten.

Gerade in Kleinstädten tritt ein zunehmender Bedeutungsverlust des Einzelhandels als strukturprägendes Angebotselement zu Tage. Die Herausforderungen, die sich hieraus für die Einzelhandels- und Stadtplanung ergeben, lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- /// **Noch stärkere Konzentration des Einzelhandels** durch Fokussierung auf wenige, eng definierte Bereiche
- /// **Erhalt der funktionalen Dichte im zentralen Versorgungsbereich** durch Einbindung von Nicht-Einzelhandelsnutzungen (z. B. Gastronomie-, Gesundheits-, Kultur-, Freizeit- und Bildungseinrichtungen, Wohnfunktion)
- /// Konsequente **Aufwertung des öffentlichen Raumes** für alle Nutzergruppen sowie Schaffung einer Atmosphäre, die zum Verweilen einlädt
- /// **Erhalt und Ausbau von wohngebietsnahen Lebensmittelmärkten** als Garanten einer zukunftsfähigen, verkehrsreduzierenden Grundversorgung vor Ort.

¹⁶ Rechtlich ist Onlinehandel ebenso Handel wie stationärer Einzelhandel.

6. Standortrahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten der Stadt Donzdorf

Die **Stadt Donzdorf** liegt im Nordosten des Landkreises Göppingen zwischen den Mittelzentren Göppingen, Schwäbisch Gmünd und Geislingen a. d. Steige (vgl. hierzu Karte 1). Als **Unterzentrum** im Gemeindeverwaltungsverband Mittlere Fils-Lautertal übernimmt Donzdorf zentralörtliche Aufgaben für ein Einzugsgebiet von etwa 28.000 Einwohnern, insbesondere im Schulwesen, aber auch in anderen Bereichen der Daseinsvorsorge.

Donzdorf zählt aktuell ca. 10.724 Einwohner¹⁷ und umfasst eine Gemarkungsfläche von 39,82 km². Das heutige **Stadtgebiet** (vgl. hierzu Karte 2) gliedert sich in die Kernstadt Donzdorf sowie die ehemals selbstständigen Ortsteile Reichenbach unter Rechberg und Winzingen. Des Weiteren prägen zahlreiche Weiler (Berghof, Grünbach, Hagenbuch, Hochberg, Kuchalb und Unterweckerstell) und Höfe die Siedlungsstruktur. Mit rd. 7.500 Einwohnern ist die Kernstadt der größte Stadtteil und damit Siedlungs-, Gewerbe- und Handelsschwerpunkt.

Die Kernstadt Donzdorf hat sich in den zurückliegenden Jahrzehnten sichtbar verändert. Erste größere Wohngebiete entstanden westlich, südlich und östlich des Ortskerns. Diese wurden später nochmals durch kleinere Neubaugebiete am westlichen Stadtrand erweitert. Am nord-östlichen sowie am westlichen Siedlungsrand wurden größere Gewerbeflächen entwickelt. Die Ortsteile Reichenbach u. R. und Winzingen haben ihren dörflichen Charakter weitestgehend bewahrt. In Reichenbach wurden nur kleinere Neubauflächen ausgewiesen, wohingegen sich die Siedlungsfläche in Winzingen stark vergrößert hat.

Die Stadt Donzdorf zeigt in den vergangenen zehn Jahren eine insgesamt stabile Bevölkerungszahl. Die **Bevölkerungsentwicklung** lag damit leicht unter dem Durchschnitt des Gemeindeverwaltungsverbandes Mittlere Fils-Lautertal und des Landkreises Göppingen (vgl. hierzu Tabelle 1). Nach einem Bevölkerungshöchststand im Jahr 2016 und einer anschließenden rückläufigen Entwicklung konnte Donzdorf zuletzt wieder einen deutlichen Einwohnerzuwachs verzeichnen. Das im Bau befindliche Wohngebiet „Rindersteige I“ im Norden der Kernstadt lässt eine Fortführung des positiven Entwicklungstrends erwarten.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in Donzdorf und der Region

Kommune / GV / LK	Einwohner		Veränderung	
	2011	2021	absolut	in %
Donzdorf	10.735	10.724	-11	-0,1
Gingen an der Fils	4.310	4.550	240	5,6
Lauterstein	2.604	2.544	-60	-2,3
Süßen	9.621	10.117	496	5,2
<i>GVV Mittlere Fils-Lautertal</i>	<i>27.270</i>	<i>27.935</i>	<i>665</i>	<i>2,4</i>
Landkreis Göppingen	247.519	259.253	11.734	4,7

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stichtag jeweils zum 30.09. des Jahres
GMA-Berechnungen 2022

Auch die **Prognose** des Statistischen Landesamtes geht von stabilen bis leicht steigenden Einwohnerzahlen in Donzdorf aus (bis 2030: 10.984 Einwohner bzw. + 1,5 %¹⁸).

¹⁷ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.09.2021.

¹⁸ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, regionalisierte Bevölkerungsvorausrechnung Basis 2017; Hauptvariante.

Die **Wirtschaftsstruktur** von Donzdorf wird nahezu zu gleichen Teilen durch das produzierende Gewerbe sowie sonstige Dienstleistungen geprägt. Im Bereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe ist knapp ein Viertel der Beschäftigten tätig. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Donzdorf betrug 2021 rd. 2.133 Personen¹⁹, was einen vergleichsweise niedrigen Beschäftigtenbesatz von rd. 199 Beschäftigten / 1.000 Einwohner entspricht (vgl. LK Göppingen: 341). Mit einem negativen Pendlersaldo von -2.121 ist Donzdorf als klassischer Wohnstandort für Berufspendler am Rande der Region Stuttgart einzuordnen.

Die **regionale Verkehrsanbindung** erfolgt im Wesentlichen über die B 10 (Stuttgart – Esslingen – Göppingen – Süssen – Gingen a. d. F. – Geislingen – Ulm) bzw. die B 466 (Süssen – Donzdorf – Lauterstein – Heidenheim a. d. Brenz). Im Jahr 2010 wurde die Ortsumfahrung von Donzdorf fertiggestellt, die die Innenstadt vom Durchgangsverkehr entlastet.

Im **ÖPNV** ist die Stadt Donzdorf über Buslinien an den Filisland Mobilitätsverbund angebunden. Ein Anschluss an den regionalen Schienenverkehr besteht in Süssen und Gingen an der Fils.

Die Stadt Donzdorf übernimmt als **Unterzentrum zentralörtliche Aufgaben für den Gemeindeverwaltungsverband Fils-Lautertal**; Donzdorf ist Bildungs- und Schulstandort mit drei Grundschulen (Steingartenschule in der Kernstadt Donzdorf, Grundschulen in Reichenbach u. R. und Winzingen), einer Gemeinschaftsschule (Messelbergschule), dem Rechberg-Gymnasium, sowie neun Tageseinrichtungen für Kinder. In der Alten- und Krankenpflege sind in Donzdorf gute Betreuungs- und Begleitangebote zu finden (u. a. Kursana Domizil St. Laurentius, Seniorenwohnheim Donzdorf, Sozialstation St. Martinus). Die St. Vinzentiuspflege ist eine Jugendhilfeeinrichtung für Kinder und Jugendliche. Darüber hinaus bestehen zahlreiche Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung (u. a. Stadthalle, Lautertalhalle, Freibad, Hallenbad, Sportgelände, Golfplatz) sowie Vereine, die das soziale Leben in Donzdorf prägen.

¹⁹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigtenstatistik, Stand: 30. Juni 2021.

Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Unterzentrum
- Kleinzentrum

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2022

Tabelle 2: Strukturdaten der Stadt Donzdorf

Kriterien	Daten
Zentralörtliche Funktion	Unterzentrum
Nahbereich	GVV Mittlere Fils-Lautertal mit Donzdorf, Gingen an der Fils, Lauterstein und Süßen
Einwohner aktuell 30.09.2021¹	
- Stadt Donzdorf	10.724
- GVV Mittlere Fils-Lautertal	27.935
- Landkreis Göppingen	259.253
Bevölkerungsdichte (EW/km²)²	
- Stadt Donzdorf	266
- Landkreis Göppingen	403
Bevölkerungsentwicklung³	2011 – 2021
- Stadt Donzdorf	-0,1 %
- Landkreis Göppingen	+4,7 %
Bevölkerungsprognose⁴	2017 – 2030
- Stadt Donzdorf	+1,5 %
- Landkreis Göppingen	+2,4 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2021⁵	ca. 2.133
Beschäftigtendichte (Beschäftigte/1.000 EW)	
- Stadt Donzdorf	199
- Landkreis Göppingen	341
Pendlersaldo 30.06.2021⁵	- 2.121
Beschäftigtenstruktur⁶	
- Produzierendes Gewerbe	37 %
- Handel, Verkehr, Gastgewerbe	25 %
- sonstige Dienstleistungen	35 %
Beschäftigtenentwicklung⁷	2011 – 2021
- Stadt Donzdorf	- 0,7 %
- Landkreis Göppingen	+12,5 %
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau⁸	Bundesdurchschnitt = 100,0
- Stadt Donzdorf	- überdurchschnittlich (105,8)
- Landkreis Göppingen	- überdurchschnittlich (102,7)

1 Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 30.09.2021

2 Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsfortschreibung, Volkszählungen, Zensus.

3 Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: jeweils zum 30.09. des Jahres.

4 Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsvorausrechnung; Basis 2017; Hauptvariante.

5 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigtenstatistik, Stand: 30.06.2021.

6 Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer in den Gemeinden Baden-Württembergs am 30.06.2021.

7 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigtenstatistik, Stand: jeweils zum 30.06 des Jahres.

8 Quelle: © Michael Bauer Research GmbH 2020 basierend auf © Statistisches Bundesamt.

GMA-Zusammenstellung 2022

II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Donzdorf

1. Einzelhandelsbestand in der Stadt Donzdorf

Im April 2022 wurde durch GMA-Mitarbeiter eine Erfassung der Bestandsdaten des Einzelhandels in Donzdorf durchgeführt. Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Stadt Donzdorf **insgesamt:**

- /// 52 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- /// ca. 14.341 m² Verkaufsfläche
- /// ca. 46,3 Mio. € Bruttoumsatzleistung p. a.

Der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sind zugeordnet:

- /// 25 Betriebe (= rd. 48 % aller Betriebe)²⁰
- /// ca. 6.476 m² Verkaufsfläche (= rd. 45 % der Gesamtverkaufsfläche)²¹
- /// ca. 27,2 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= rd. 59 % des Gesamtumsatzes)

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- /// 27 Betriebe (= rd. 52 % aller Betriebe)
- /// ca. 7.865 m² Verkaufsfläche (= rd. 55 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 19,1 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= rd. 41 % des Gesamtumsatzes).

Der Einzelhandelsbestand ist stark von **Angeboten des kurzfristigen Bedarfs** geprägt (vgl. Tabelle 3). Insgesamt 33 Betriebe (ca. 63 %) bzw. etwas mehr als die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche (ca. 54 %) entfallen auf Anbieter des kurzfristigen Bedarfs. Weiterhin erwirtschaften die Betriebe des kurzfristigen Bedarfs knapp Dreiviertel des lokalen Einzelhandelsumsatzes.

Den Schwerpunkt bilden **Nahrungs- und Genussmittelanbieter** (Lebensmittelmärkte, Getränkemärkte, Bäckereien, Metzgereien etc.), die rd. 45 % der Gesamtverkaufsfläche einnehmen, weitere 8 % der Verkaufsfläche entfallen auf sonstige Betriebe des kurzfristigen Bedarfs (u. a. Apotheken, Drogeriemärkte, Blumengeschäfte).

Nur etwa 13 % der Verkaufsflächen sind den Anbietern des **mittelfristigen Bedarfs** zuzuordnen (Bücher, Schreib- und Spielwaren, Bekleidung, Schuhe, Sport) und ca. 33 % den Anbietern des **langfristigen Bedarfs** (Elektrowaren, Hausrat, Einrichtung, Möbel, Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Optik / Uhren, Schmuck).

²⁰ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

²¹ Bereinigte Werte, Umsätze und Verkaufsflächen und der Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand in der Stadt Donzdorf

	Betriebe*		Verkaufsfläche in m ² **		Umsatz in Mio. €***	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
kurzfristiger Bedarf insgesamt	33	63,5	7.686	53,6	34,2	73,9
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>	25	48,1	6.476	45,2	27,2	58,7
mittelfristiger Bedarf insgesamt	5	9,6	1.885	13,1	5,1	11,0
langfristiger Bedarf insgesamt	14	26,9	4.770	33,3	6,9	14,9
Einzelhandel insgesamt	52	100,0	14.341	100,0	46,3	100,0

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

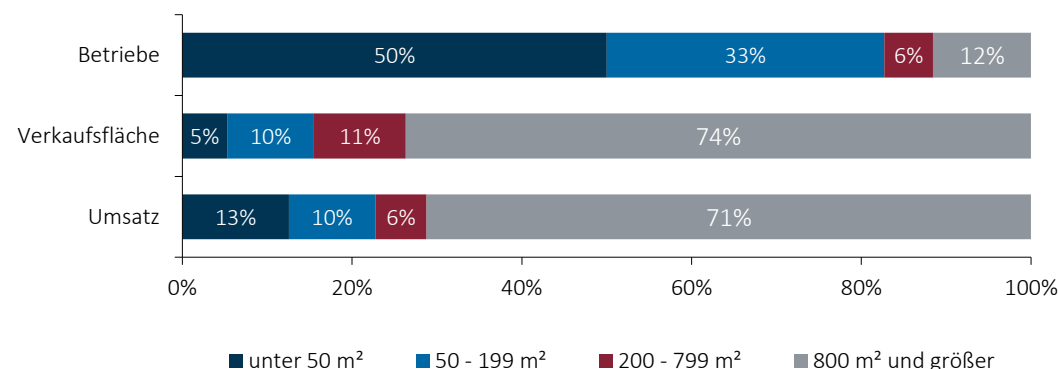
** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen von Mehrbranchenbetrieben wurden aufgeteilt

*** bereinigter Umsatz, bei großflächigen Betrieben wurden die Randsortimente den entsprechenden Warengruppen zugeordnet

GMA-Erhebung April 2022; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

Die Analyse der **Betriebsgrößenstruktur** (vgl. Abbildung 7) macht deutlich, dass der Einzelhandelsbestand in Donzdorf von Betrieben mit einer Verkaufsfläche < 200 m² dominiert wird; von den insgesamt in Donzdorf ansässigen 52 Einzelhandelsbetrieben fallen 83 % in diese Größenordnung. Dabei sind die Hälfte aller Betriebe als Kleinbetriebe mit unter 50 m² Verkaufsfläche zu kategorisieren, die allerdings nur einen Verkaufsflächenanteil am Gesamtbestand von nur ca. 5 % repräsentieren. Anbieter zwischen 50 und 199 m² Verkaufsfläche machen ca. 33 % des gesamten Betriebsbestandes aus und nehmen einen Verkaufsflächenanteil von ca. 10 % ein. Auf großflächige Betriebe (über 800 m² Verkaufsfläche) entfällt nur ca. 12 % des Betriebsbestandes, diese nehmen allerdings einen Anteil von ca. 74 % an der Gesamtverkaufsfläche ein. Umsatzseitig generieren die großflächigen Betriebe ca. 71 % des gesamten Handelsumsatzes.

Abbildung 7: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Donzdorf



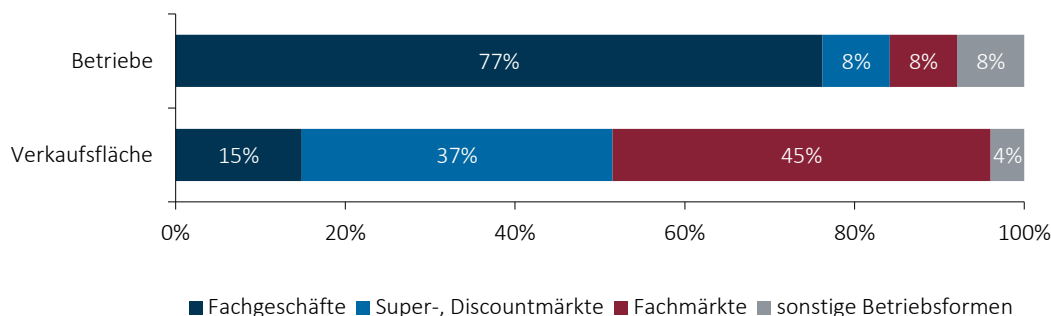
GMA-Erhebung April 2022; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt mit rd. 276 m² Verkaufsfläche. Größter Einzelhandelsbetrieb ist Möbel Schmid, gefolgt von den Lebensmittelmärkten (Rewe, Edeka, Lidl und Netto) sowie dem Drogeriemarkt Müller. Unterhalb der Großflächigkeit bleibt der Edeka-Getränkemarkt sowie die (Nonfood)fachmärkte (u. a. KiK, Schuh Staudenmayer).

Auch der Blick auf die **Betriebstypen** (vgl. Abbildung 8) unterstreicht die hohe Bedeutung der Lebensmittelmärkte für den Einzelhandel in Donzdorf. Etwa 37 % der Verkaufsfläche

in Donzdorf entfallen auf Supermärkte oder Discounter. Nur etwa 15 % der Verkaufsflächen entfallen auf Fachgeschäfte, ca. 45 % auf Fachmärkte (Getränkemarkt, Schuh- und Textilfachmärkte, Möbelmarkt) und ca. 4 % sind anderen Betriebstypen (z. B. Tankstellen) zuzuordnen. Bezogen auf die Anzahl der Betriebe stellen Fachgeschäfte mit 77 % den weitest- aus größten Teil.

Abbildung 8: Betriebstypenstruktur in Donzdorf



GMA-Erhebung April 2022; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

In **räumlicher Hinsicht** ist der Einzelhandel klar auf die Kernstadt konzentriert (vgl. Tabelle 4). In den Stadtteilen sind mit wenigen Ausnahmen nur vereinzelt kleinere Einzelhandelsbetriebe (v. a. zur örtlichen Grundversorgung) zu finden; ihre Anteile am gesamten Bestand (rd. 15 % der Betriebe bzw. 3 % der Verkaufsfläche) sind entsprechend niedrig.

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen

	Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz in Mio. €***	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Kernstadt	44	85	13.981	97	44,1	95
Stadtteile	8	15	360	3	2,2	5
Gesamtstadt	52	100	14.341	100	46,3	100

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen von Mehrbranchenbetrieben wurden aufgeteilt

*** bereinigter Umsatz, bei großflächigen Betrieben wurden die Randsortimente den entsprechenden Warengruppen zugeordnet

GMA-Erhebung April 2022; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

Der Einzelhandelsbestand konzentriert sich auf folgende **Standortbereiche**:

Der Einzelhandel in der Donzdorfer Innenstadt erstreckt sich i. W. entlang der Hauptstraße sowie in angrenzenden Bereichen (u. a. Wöhrplatz, Gerbergasse, Mittelmühlgasse, Leder-gasse, Poststraße). Neben Angeboten des kurzfristigen Bedarfs (z. B. Lebensmittel, Back- und Metzgereiwaren, Apotheken- und Drogeriewaren, Blumen) werden auch Sortimente aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich angeboten (z. B. Bekleidung, Elektrowa-ren, Geschenkartikel, Optik, Hörgeräteakustik, Uhren, Schmuck). Ergänzt wird der Einzel-handel in der Donzdorfer Innenstadt durch zentrale öffentliche Einrichtungen, Dienstleis-ter und Gastronomiebetriebe. Westlich an den gewachsenen Innenstadtbereich angren-zend hat sich zwischen Wagnerstraße und Heuweg ein weiterer Versorgungsschwerpunkt zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs entwickelt, der zum zentralen Versorgungsbereich

zugehörig ist. Hier sind der Lebensmitteldiscounter Lidl, ein Edeka-Supermarkt mit Getränkemarkt sowie eine Apotheke ansässig. Das Angebot wird durch einen KiK-Bekleidungsfachmarkt ergänzt.

- /// Nordöstlich der Innenstadt befindet sich in solitärer Lage ein Netto-Lebensmitteldiscounter. Der Standortbereich übernimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete.
- /// Am westlichen Stadtrand von Donzdorf sind im Industriegebiet „Stellfelbe“ der Supermarkt Rewe, ein Müller-Drogeriemarkt und ein Möbelgeschäft (Schmid) etabliert.
- /// In den Teilorten Winzingen und Reichenbach u. R. ist nur ein geringer Einzelhandelsbesatz vorwiegend des kurzfristigen Bedarfs vorzufinden (u. a. Betriebe des Lebensmittelhandwerks).

Insgesamt ist im Unterzentrum Donzdorf ein Angebot vorzufinden, welches die zentralörtliche Bedeutung der Stadt sowohl für die örtliche Wohnbevölkerung als auch darüber hinaus unterstreicht. So übernimmt Donzdorf insbesondere für die im Lautertal angrenzende Stadt Lauterstein eine Versorgungsfunktion.

2. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Donzdorf

Nachfolgend wird eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit den Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2018²² vorgenommen.

In der Stadt Donzdorf ist zwischen den Jahren 2018 und 2022 ein leichter Rückgang der Einzelhandelsbetriebe zu beobachten. Während 2018 noch 55 Einzelhandelsbetriebe in Donzdorf ansässig waren, ging diese Zahl bis 2022 auf 52 Betriebe (- 3 %) zurück. Im Vergleich zum bundesweiten Trend zeigt sich, dass sich die Situation in der Stadt Donzdorf damit noch vergleichsweise stabil darstellt. V. a. klein- und mittelgroße Städte wie Donzdorf weisen heute eine sehr hohe Wettbewerbsauseinandersetzung mit dem Onlinehandel auf, sodass davon auszugehen ist, dass der Rückgang der Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich dem deutschlandweiten Trend folgen wird. Dabei sind auch die Auswirkungen der Corona Pandemie zu berücksichtigen.

Im gleichen Zeitraum ist die Verkaufsfläche um rd. 2.779 m² gesunken. Damit ist auch die Verkaufsfläche je 1.000 EW auf ca. 1.337 m² (- 256 m² im Vergleich zu 2018) gesunken. Diese Entwicklung ist u. a. auf die Schließung des Penny-Marktes sowie auf die Reduzierung der Verkaufs- und Ausstellungsfläche des Möbelhauses Schmid zurückzuführen.

Der Trend zeigt auch, dass insbesondere für den Erhalt und die Stärkung der Hauptgeschäftslagen (Innenstadt, Nahversorgungszentren) auf Donzdorf in den kommenden Jahren Herausforderungen zukommen werden. Die Tatsache, dass häufig inhabergeführte Geschäfte keine einfache Altersnachfolge sicherstellen können, die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels sowie auch die noch ausstehenden Auswirkungen der Corona-Pandemie setzen insbesondere den kleinteiligen Facheinzelhandel zunehmend unter Druck.

²² Interkommunales Einzelhandelskonzept für den GVV Mittlere Fils-Lautertal, GMA 2018.

Tabelle 5: Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Donzdorf 2018 – 2022

Kriterium	Jahr		Veränderung 2018 – 2022	
	2018	2022	absolut	Tendenz
Anzahl der Betriebe	55	52	- 3	↘
Verkaufsfläche gesamt in m ²	17.120	14.341	-2.779	↘
... davon Lebensmittel	7.015	6.476	-539	
... davon Nichtlebensmittel	10.105	7.865	-2.240	
Verkaufsfläche je 1.000 EW in m ²	1.582	1.337	-245	↘

GMA-Berechnungen 2022

III. Nachfragepotenzial für den Einzelhandel in Donzdorf

1. Marktgebiet des Donzdorfer Einzelhandels

Die Abgrenzung des Marktgebietes bildet die wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft. Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf einen Einzelhandelsstandort orientieren. Bei der Abgrenzung wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// Einzelhandelsbesatz in Donzdorf (v. a. hinsichtlich Betriebsgrößen- und Sortimentsstruktur, Fristigkeit der angebotenen Waren, Attraktivität der Geschäfte, Agglomerationswirkungen der Betriebe an den einzelnen Standorten)
- /// Lage und Erreichbarkeit der einzelnen Einzelhandelsschwerpunkte
- /// verkehrliche und topografische Bedingungen im Untersuchungsraum, lokale und regionale Verkehrsanbindung für potenzielle Kunden im Untersuchungsraum
- /// Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im Umland
- /// Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Bevölkerungsschwerpunkte, Siedlungsstrukturen, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur, administrative Gliederung)
- /// Ergebnisse aus bisherigen GMA-Untersuchungen in der Region
- /// empirische Erfahrungswerte zu Zeit- und Distanzwerten des Verbraucherverhaltens.

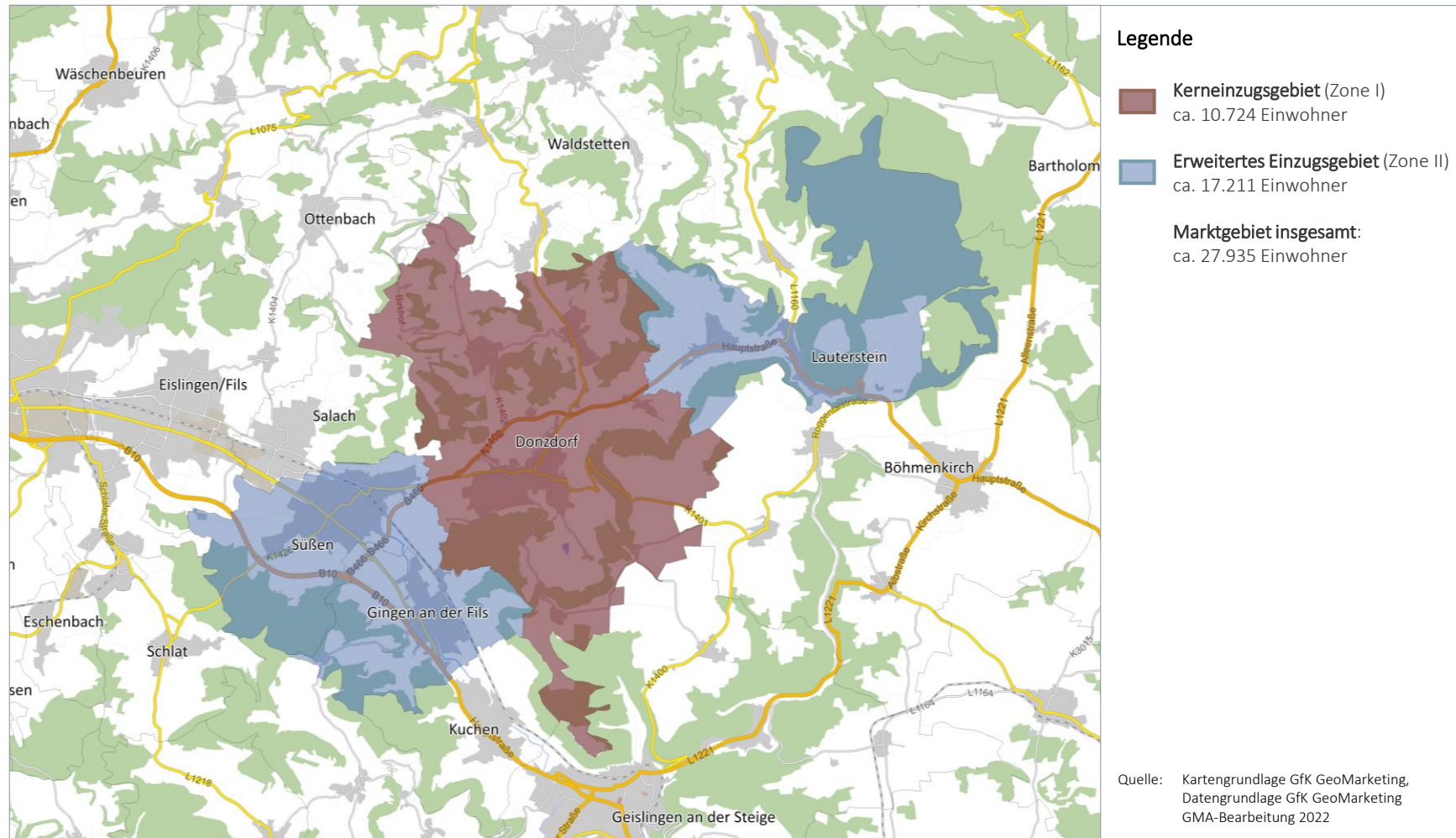
Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den Einzelhandel in der Stadt Donzdorf ein Marktgebiet abgrenzen, das sich i. W. auf das Gebiet des GVV Mittlere Fils-Lautertal bezieht. Insgesamt reicht die Versorgungsbedeutung nicht wesentlich über die Grenzen des GVV (= Nahbereich des Unterzentrums Donzdorf) hinaus.

Die Stadt Donzdorf selbst bietet als Kerneinzugsgebiet (= Zone 1) dabei ein Kundenpotenzial von etwa 10.724 Einwohnern. Die weiteren Gemeinden des GVV Mittlere Fils-Lautertal sind als erweitertes Marktgebiet (= Zone 2) mit einem Kundenpotenzial von insgesamt rd. 17.211 Einwohnern zu berücksichtigen. Dabei ist insbesondere Lauterstein aber aufgrund fehlender größerer Lebensmittelangebote auch im kurzfristigen Bedarf nach Donzdorf orientiert. Das benachbarte Süßen, dass durch die Süßener / Donzdorfer Straße schnell erreichbar ist, weist dagegen umfangreiche eigene Nahversorgungsangebote auf, so dass dort mit bereits abgeschwächten Kundenbeziehungen nach Donzdorf zu rechnen ist. Entsprechend ist auch für Gingen a. d. Fils von einer Mehrfachorientierung auf die Angebotsstandorte in Süßen und Donzdorf auszugehen. Vor diesem Hintergrund lässt sich das Marktgebiet wie folgt zusammenfassen (vgl. hierzu Karte 2):

/// Zone I:	Donzdorf	rd. 10.724 Einwohner
/// Zone II:	Gingen a. d. Fils, Lauterstein, Süßen	rd. 17.211 Einwohner
/// insgesamt		rd. 27.935 Einwohner. ²³

²³ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stichtag: 30.09.2021.

Karte 2: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Donzdorf



Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes wird aufgrund weiterer Wettbewerbsangebote im Umland (insbesondere Richtung Göppingen und Geislingen a. d. Steige) und der topografischen Bedingungen nicht erfolgen. In marginalem Umfang ist mit Kundeneinkaufsbeziehungen auch von außerhalb des GVV Mittlere Fils-Lautertal zu rechnen, z. B. aus dem Waldens-tetter Ortsteil Wißgoldingen, der in verkehrlicher Hinsicht gut an die Stadt Donzdorf angeschlossen ist. Weitere Umsatzzuflüsse können von Berufspendlern, Besuchern der Stadt Donzdorf oder Zufallskunden kommen (sog. „Streukunden“).

Die Außenlinie des Marktgebiets stellt selbstverständlich keine unüberwindbare Grenze dar, sondern eher eine allgemeine Größe. Nicht alle in der Stadt Donzdorf ansässigen Einzelhandelsbetriebe strahlen in gleichem Umfang in das Marktgebiet aus. Die Anziehungskraft hängt neben der Fristigkeit des Bedarfs v. a. von der Attraktivität und Größe des Anbieters ab. So bestehen auf einzelbetrieblicher Ebene teilweise Kundenverflechtungen, die über das skizzierte Marktgebiet hinausgehen²⁴, während andere Betriebe längst nicht das gesamte Marktgebiet für sich erschließen können.

2. Kaufkraftpotenziale im Marktgebiet

Die Berechnung des im Marktgebiet vorhandenen Kaufkraftvolumens wird speziell für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Dazu werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamts sowie GMA-Statistiken verwendet, die auf intensiven Marktrecherchen beruhen. Nach Berechnungen der GMA beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland (inkl. Ausgaben im Lebensmittelhandwerk und in Apotheken²⁵) aktuell pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.370 €. Davon entfallen ca. 38 % (ca. 2.445 €) auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 62 % (ca. 3.925 €) auf Nichtlebensmittel (Nonfood).

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist auch das Einkommensniveau (Kaufkraftniveau) zu berücksichtigen. Für die Stadt Donzdorf ist aktuell ein hoher Kaufkraftkoeffizient von 105,8 ausgewiesen, d. h. das Kaufkraftniveau liegt 5,8 % über dem Bundesdurchschnitt (normierter Wert 100,0). Auch in den übrigen Kommunen des GVV Mittlere Fils-Lautertal liegen die Kaufkraftniveaus über dem Bundesdurchschnitt. Sie bewegen sich zwischen 101,5 (Gingen a. d. Fils) und 102,5 (Süßen).²⁶ Für den gesamten Gemeindeverwaltungsverband errechnet sich ein Mittelwert von 102,9.

Unter Berücksichtigung der aktuellen einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben, der lokalen Kaufkraftkoeffizienten und der Einwohnerzahlen für den GVV Mittlere Fils-Lautertal beläuft sich das aktuelle **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet (= Nahbereich des Unterzentrums Donzdorf) auf insgesamt ca. 184,2 Mio. €**. Davon entfallen ca. 70,7 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 113,5 Mio. € auf Nichtlebensmittel.

²⁴ Insbesondere stark spezialisierte Anbieter wie z. B. Möbel Schmid.

²⁵ Ohne verschreibungspflichtige Medikamente.

²⁶ Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2020.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet der Stadt Donzdorf

Hauptwarengruppen	Zone I (Donzdorf)	Zone II (restl. GVV)	Marktgebiet insgesamt
Nahrungs- und Genussmittel	27,7	43,0	70,7
Gesundheit, Körperpflege	5,3	8,2	13,5
Blumen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	2,3	3,5	5,8
kurzfristiger Bedarf insgesamt	35,3	54,7	90,0
Bücher, Schreib- und Spielwaren	2,9	4,4	7,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	8,4	13,0	21,4
mittelfristiger Bedarf insgesamt	11,3	17,4	28,7
Elektrowaren	6,5	10,0	16,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	7,1	11,0	18,1
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	6,0	9,4	15,4
Optik / Uhren, Schmuck	1,8	2,8	4,6
Sonstige Sortimente	4,3	6,6	10,9
langfristiger Bedarf insgesamt	25,7	39,8	65,5
Nichtlebensmittel insgesamt	44,6	68,9	113,5
Einzelhandel insgesamt	72,3	111,9	184,2

GMA-Berechnung 2022; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

3. Exkurs: Mögliche Auswirkungen des Onlinehandels und der Corona-Pandemie auf die Flächennachfrage in Donzdorf

Als zentraler Veränderungsfaktor der Einzelhandelsentwicklung ist die **Digitalisierung** herauszustellen: Die Folgen sind vor allem im Nonfood-Segment der zentrenprägenden Sortimente offensichtlich. So zählen Consumer Electronics, Fashion & Lifestyle oder Freizeit & Hobby zu den Sortimentsbereichen, welche die höchsten Umsatzanteile an den Onlinehandel abgegeben haben. Im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der (Online-)Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Aktuell erreicht der Onlinevertriebskanal über den gesamten Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel einen Umsatzanteil von ca. 2 %. Dennoch haben sich alle relevanten Händler dem Thema angenommen.²⁷

Verstärkt wird die rückläufige Flächennachfrage zusätzlich durch die sich aktuell vollziehende **Corona-Pandemie**. Verschiedene Wirtschaftsinstitute, darunter der Handelsverband Deutschland (HDE) oder das Institut für Handelsforschung (IFH) gehen davon aus, dass zahlreiche Betriebe infolge der wirtschaftlichen Belastungen durch die mit der Corona-Krise verbunde-

²⁷

Inbesondere in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft in der Regel auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern. Unter gewöhnlichen Marktbedingungen würde der Onlinehandel mit Lebensmitteln insgesamt, aber auch für Donzdorf, auf absehbare Zeit für den täglichen Einkauf keine nennenswerte Rolle spielen. Neu zu bewerten ist jedoch sein Einfluss im Kontext von „Click & Collect“ sowie Lieferdiensten in krisenbedingten Ausnahmesituationen (z. B. Corona-Pandemie und damit verbundene Ausgangsbeschränkungen, Unsicherheiten bei Teilen der Bevölkerung).

nen Beschränkungen aus dem Markt ausscheiden könnten. Dies träfe vor allem Zentrenrelevante Leitsortimente wie *Bekleidung, Schuhe und Sportartikel* sowie die *Elektrobranche* (vor allem Unterhaltungselektronik); diese Warengruppen sind schon heute einer deutlichen Onlineaffinität unterworfen. Wenngleich sich das Bild der klassischen Innenstadtsortimente zukünftig wandeln wird, birgt der Abschmelzprozess bei der Verkaufsflächennachfrage die Möglichkeit, vermeintlich „neue“ Nutzungen in die Innenstädte zu bringen. Denkbar ist hierbei vor allem eine Nutzungsverschiebung in Richtung Wohnen und Arbeiten sowie Raum für experimentelle Ansätze (z. B. Pop-up-Stores, kreative Zwischennutzungen). Als zielführend werden dabei integrierte Handlungsansätze erkannt, die neben klassischen Themenfeldern wie dem der Stadtsanierung zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität (und letztlich auch Verweildauer und somit Frequenz) auch Akteursnetzwerke umfassen, die die Stadtnutzer (Eigentümer, Mieter, Kunden, Politik & Verwaltung) zusammenbringen.

Deutlich werden die bisherigen Auswirkungen der Pandemie und der damit einhergehenden Maßnahmen auf Bundes- und Landesebene bei der Betrachtung der Veränderung der Besucherfrequenzen und Umsatzentwicklungen im stationären Einzelhandel. Seit dem ersten Lockdown im März 2020, gefolgt von teilweisen Öffnungen im weiteren Verlauf des Frühjahrs, über einen Lockdown „light“ Anfang November 2020, einem zweiten „harten“ Lockdown in Dezember 2020 sowie weiteren Lockerungen (März 2021) und einer Öffnung des Einzelhandels im Juni 2021, sind insbesondere die lokalen Händler in vielen Branchen von starken Umsatzrückgängen betroffen. So verzeichnet beispielsweise die Bekleidungsbranche zum ersten Halbjahr 2021 Umsatzverluste von bis zu 52 % in Vergleich zu 2019. Ebenso sind u. a. die Sortimente Schuhe (- 44 %) und Spielwaren (- 37 %) stark von Umsatzverlusten betroffen, während der Onlinehandel (+ 53 %), der Lebensmittelhandel (+ 12 %) oder das Sortiment Fahrräder und Zubehör (+ 35 %) im Vergleich zu 2019 von der Corona-Pandemie profitieren konnten.²⁸ Auch die zuletzt gültigen 2G(+)-Reglungen und die schwankenden Zahlen von Corona-Patienten haben Einfluss auf die Umsatzentwicklungen gehabt, die insbesondere der stationäre Non-Food-Handel zu spüren bekommen hat (Umsätze blieben durchschnittlich 35 % hinter dem Vorkrisenniveau zurück)²⁹.

Unter Berücksichtigung dieser externen Entwicklungen ist nicht zu erwarten, dass der Einzelhandel in Donzdorf seine Marktbedeutung räumlich ausweiten kann. Die umliegenden Orte weisen (mit Ausnahme von Lauterstein) eigene Nahversorgungsstrukturen auf; im mittel- und langfristigen Bedarf ist insbesondere das Oberzentrum Göppingen aber auch die Mittelzentren Eisingen/Fils und Geislingen a. d. Steige gut ausgestattet. Es ist davon auszugehen, dass sich an den grundsätzlichen Einkaufsverflechtungen in der Region keine größeren Veränderungen ergeben werden. Prinzipiell muss sich der Einzelhandelsstandort Donzdorf daher darum bemühen, seine Wettbewerbsposition zu erhalten, ggf. punktuell weiter auszubauen und vor allem unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten konsequent zu entwickeln (= Zentraler Versorgungsbereich zuerst).

²⁸ Die Einzelhandelsumsätze sind nominal zu 2019 (in %) zu betrachten. Quelle: HDE Konsummonitor Corona 2021; GMA-Zusammenfassung.

²⁹ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, Pressemitteilung vom 27.12.2021. URL: <https://einzelhandel.de/presse/aktuellmeldungen/13638-weihnachtswoche-einzelhandel-auch-kurz-vor-weihnachten-mit-einbussen-bei-umsaetzen-und-frequenzen> (Stand: 19.01.2022).

IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Donzdorf

1. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern

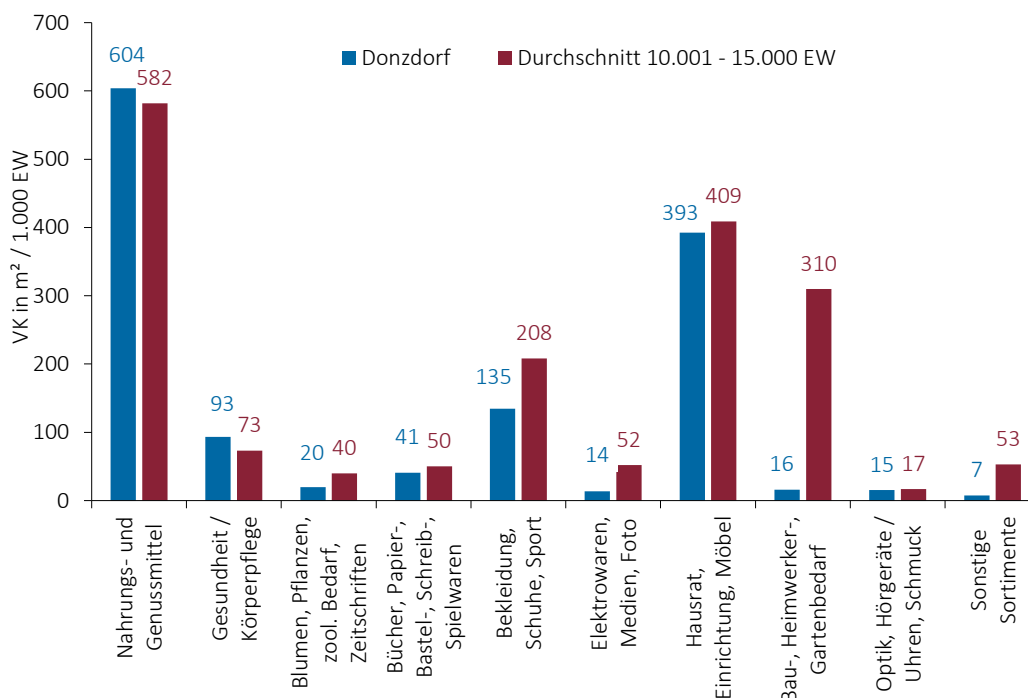
Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern liefert Anhaltspunkte zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes und ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand in Donzdorf. Dabei handelt es sich um eine rechnerische Beurteilung des Bestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie Entwicklungspotenziale zulässt. Diese quantitative Analyse wird im Anschluss durch eine qualitative Bewertung – differenziert nach Branchen – ergänzt und mögliche Entwicklungsperspektiven abgeleitet (vgl. Kapitel IV.2).

1.1 Verkaufsflächenausstattung

Die Verkaufsflächenausstattung stellt sich nach Branchen differenziert wie folgt dar:

Die Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner liegt in Donzdorf mit 1.337 m² Verkaufsfläche unter dem Durchschnittswert für Gemeinden und Städte zwischen 10.000 und 15.000 Einwohnern (1.794 m² VK). Während vor allem bei den nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppen **Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren überdurchschnittliche Ausstattungswerte** erreicht werden, sind die Sortimente des Innenstadtbedarfs und sonstigen Bedarfs – eher unterdurchschnittlich vertreten.

Abbildung 9: Branchenbezogene Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner



GMA-Berechnungen 2022 sowie GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich“ (Durchschnitt für Kommunen zwischen 10.001 und 15.000 Einwohnern)

- Somit ergeben sich – rein rechnerisch – branchenspezifische Entwicklungspotenziale für den Donzdorfer Einzelhandel. Relativierend müssen jedoch der steigende Einfluss des Onlinehandels sowie die umfassende Angebotssituation im Umland in die Bewertung eingestellt werden. Insbesondere das Mittelzentrum Göppingen, in deren Einzugsbereich sich Donzdorf befindet, wirken sich stark limitierend auf die Handelsentwicklung aus.

1.2 Bewertung der Nahversorgungssituation

Ein wichtiges Ziel der Einzelhandelspolitik in Donzdorf stellt die Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung im Stadtgebiet dar. Die Lebensmittelmärkte sind dabei die wesentlichen Träger der Nahversorgung.

Nachfolgend wird die Nahversorgungssituation in Donzdorf hinsichtlich quantitativer, qualitativer und räumlicher Aspekte bewertet.

Die Stadt Donzdorf weist mit aktuell vier Lebensmittelanbietern über 400 m² Verkaufsfläche eine überdurchschnittliche **quantitative Versorgungssituation** auf. Die Verkaufsflächenausstattung in Donzdorf bei Lebensmitteln (Anbieter > 400 m² Verkaufsfläche) pro 1.000 Einwohner liegt aktuell bei ca. 494 m² und damit über dem Bundesdurchschnitt von 435 m² / 1.000 Einwohner.³⁰

Qualitativ ist die (Nah-)Versorgungssituation in Donzdorf als sehr gut einzustufen, da ein umfassender Betriebstypenmix aus Supermärkten und Lebensmitteldiscountern besteht, die ergänzt werden durch ein vielfältiges kleinteiliges Einzelhandelsangebot darunter Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien), Spezialanbieter und kleinere Lebensmittelgeschäfte (u. a. Tankstellen, Obst- und Gemüseladen, Unverpacktladen). Im Getränkebereich beschränkt sich das Angebot inzwischen auf die größeren Lebensmittelmärkte.³¹ Ein Wochenmarkt (jeden Freitag von 7:00 – 11:30) im Schloss Innenhof rundet das Angebot ab.

Die strukturprägenden Lebensmittelanbieter sind dabei überwiegend zeitgemäß in Bezug auf die Verkaufsflächengröße, das Erscheinungsbild und die Stellplatzsituation aufgestellt.

Die Lebensmittelmärkte in Donzdorf sind einzelbetrieblich wie folgt zu bewerten:

- Der **Rewe-Markt** wurde erst kürzlich umfassend modernisiert und in diesem Zuge auf insgesamt rd. 2.100 m² Gesamtverkaufsfläche (inkl. Getränkemarkt, Bäckerei) erweitert. Der benachbarte Penny-Markt wurde in diesem Zuge aufgegeben. Zusammen mit dem Müller-Drogeriemarkt (ebenfalls erweitert) übernimmt der Standort „Stellfelbe“ in einer überwiegend autokundenorientierten Lage eine Versorgungsbedeutung für die Stadt Donzdorf sowie z. T. für das Umland (v. a. Lauterstein).
- Der **Lidl-Lebensmitteldiscounter** an der Poststraße verfügt mit rd. 1.300 m² über eine zeitgemäße Verkaufsflächengröße. Die Filiale ist modern aufgestellt und verfügt über ein ansprechendes Erscheinungsbild und ein ausreichendes Stellplatzangebot.
- Auch der **Netto-Lebensmitteldiscounter** an der Hauptstraße ist mit rd. 1.000 m² Verkaufsfläche (inkl. Bäckerei in der Vorkassenzone) zeitgemäß aufgestellt. Der solitäre

³⁰ Quelle: EHI, Handel aktuell 2021, S. 78; Basis: ohne Spezialgeschäfte und ohne nicht organisierten Lebensmitteleinzelhandel; Verkaufsfläche inkl. Nonfood-Verkaufsfläche.

³¹ Der Getränkehändler Russer hat sein Betrieb 2022 auf einen reinen Lieferservice umgestellt.

Nahversorgungsstandort übernimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für das nördliche Kernstadtgebiet.

- Der **Edeka-Markt** Staufers an der der Wagnerstraße lässt hingegen einen Handlungsbedarf erkennen. Die derzeitige Gesamtverkaufsfläche (< 1.000 m² VK zzgl. Getränkemarkt) liegt unterhalb moderner Supermarktformate. Auch die betriebliche Trennung von Lebensmittel- und Getränkemarkt ist nicht mehr zeitgemäß. Zur Darstellung des gesamten Sortiments und zur Anpassung an aktuelle Kundenerwartungen hinsichtlich Sortimentstiefe und Warenpräsentation wird seitens des Betreibers eine Verkaufsflächenerweiterung angestrebt. Sollte dies auf den Bestandsflächen nicht möglich sein wäre eine Verlagerung des Betriebs innerhalb der Innenstadt denkbar. Hierzu könnte ggf. die Potenzialfläche „Steingarten-Areal“ (vgl. hierzu Kapitel V.,3.) genutzt werden.



Netto, Hauptstraße



Edeka Staufers, Wagnerstraße



Rewe, Mozartstraße



Lidl, Poststraße

Die strukturprägenden Lebensmittelanbieter liegen alle in der Kernstadt Donzdorf. In den kleineren Ortsteilen (Reichenbach u.R., Winzingen) sind die Bevölkerungspotenziale für tragfähige Konzepte nicht ausreichend, hier beschränkt sich das Angebot auf Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) teils mit kleinem Lebensmittelangebot. In der Ortsmitte von Reichenbach u. R. wurde 2017 eine Filiale der Landbäckerei Geiger mit Café (u. a. Frühstück, Mittagstisch) eröffnet. Neben Back- und Konditoreiwaren kann man hier eine Auswahl an Lebensmitteln für den täglichen Bedarf erwerben, darunter Molkereiprodukte, Obst und Gemüse, regionale Produkte oder Zeitschriften.

Die **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und die Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Stadträume basiert auf einer Analyse der (fußläufigen) Erreichbarkeit / Nahversorgung der einzelnen Lebensmittelmärkte. Diesbezüglich wurde zunächst kartografisch ein 700 m-Radius um die jeweiligen Hauptanbieter gelegt (vgl. hierzu Karte 3). Da es sich bei der Darstellung nach 700-Meter-Nahversorgungsradien lediglich um eine sehr theoretische Betrachtung der Versorgungssituation handeln würde, bei der topografische sowie örtliche städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Verkehrsachsen oder Bahntrassen als Zäsur) unberücksichtigt bleiben würden, wird auch die tatsächliche fußläufige 10-Minuten-Netzabdeckung dargestellt, sodass die tatsächlichen siedlungsstrukturellen Gegebenheiten Berücksichtigung finden³². Die innerhalb dieser Bereiche lebende Bevölkerung wird als „versorgt“, die außerhalb einer tatsächlichen fußläufigen Entfernung von ca. 700 m zu einem Lebensmittelmarkt wohnhafte Bevölkerung als „nicht versorgt“ klassifiziert.

Die Darstellung des fußläufigen Einzugsgebietes veranschaulicht, dass rd. 37 % der Gesamtbevölkerung in Donzdorf innerhalb des fußläufigen Einzugsbereichs von 700 m der Lebensmittelmärkte wohnen. Diese Zahl erscheint relativ gering, ist jedoch v. a. auf die Siedlungsstruktur der Stadt Donzdorf zurückzuführen. Räumliche Versorgungslücken sind insbesondere in den Stadtteilen Reichenbach u. R. und Winzigen bzw. in den Siedlungsbereichen außerhalb der Kernstadt festzustellen. Über die Ortsumfahrung B 466 bzw. die L 1159 ist jedoch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte in der Kernstadt gesichert.

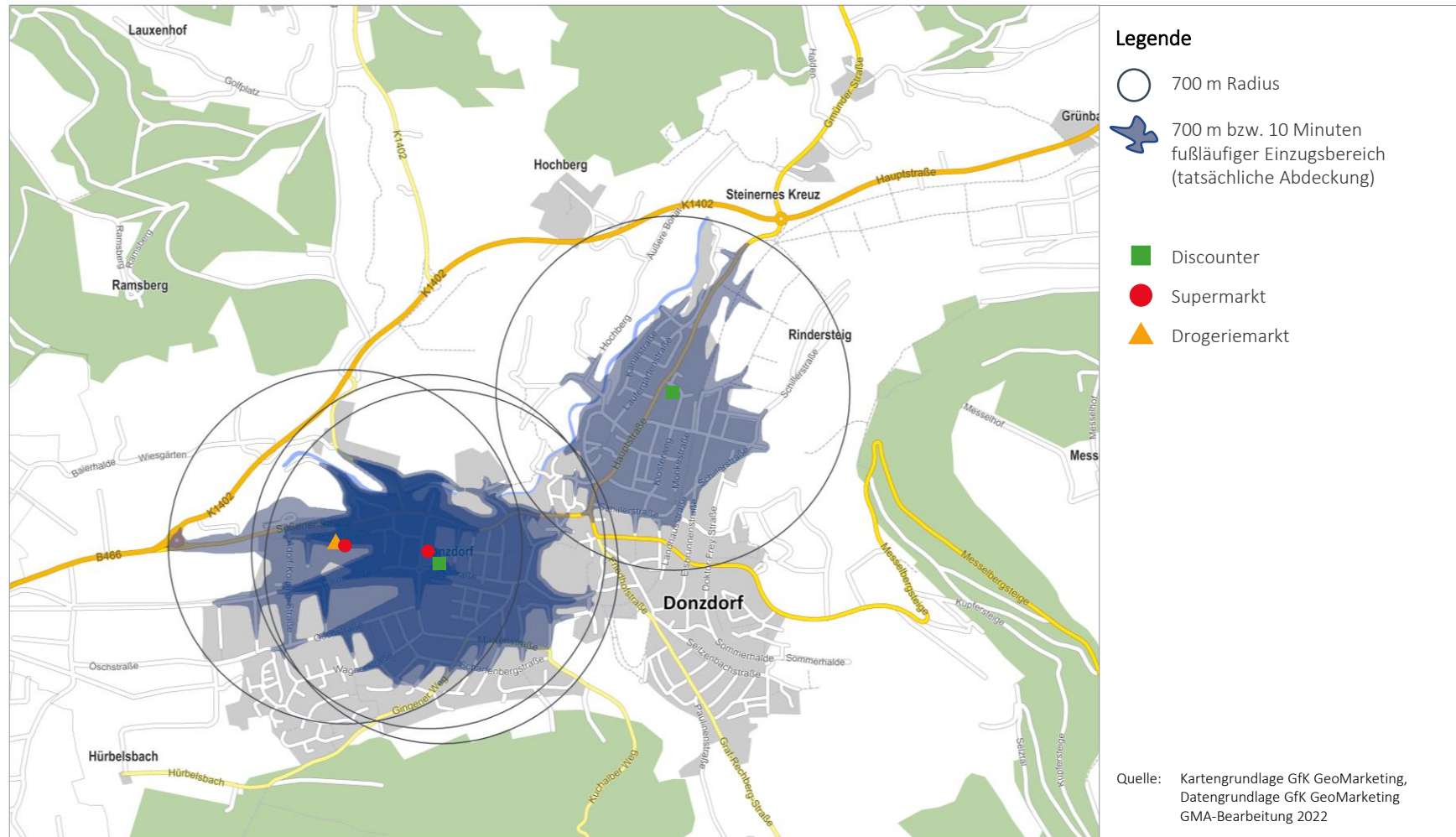
Betrachtet man die Nahversorgungssituation in der Kernstadt so liegt hier eine recht gute Verteilung der Versorgungsangebote vor. Etwas mehr als die Hälfte bzw. rd. 54 % der Bevölkerung lebt im fußläufigen Einzugsbereich eines Lebensmittelmarktes. Obwohl der Kernort von Donzdorf mit insgesamt vier Lebensmittelmärkten über eine gute Versorgungssituation verfügt, ergeben sich aber v. a. im südlichen und südöstlichen Siedlungsgebiet noch räumliche Versorgungslücken.

Insbesondere dem Netto-Markt sowie den Lebensmittelmärkten Edeka und Lidl kommt dabei wegen ihrer Zuordnung zu Wohngebieten eine wichtige (fußläufige) Nahversorgungsfunktion zu. Dagegen ist der Standort „Stellfelbe“ (Rewe, Müller) als rein autokundenorientierte Lage zu bewerten. Ein weiterer Ausbau des Standortes mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Angeboten über den Bestand hinaus würde keine Verbesserung der Nahversorgung ermöglichen.

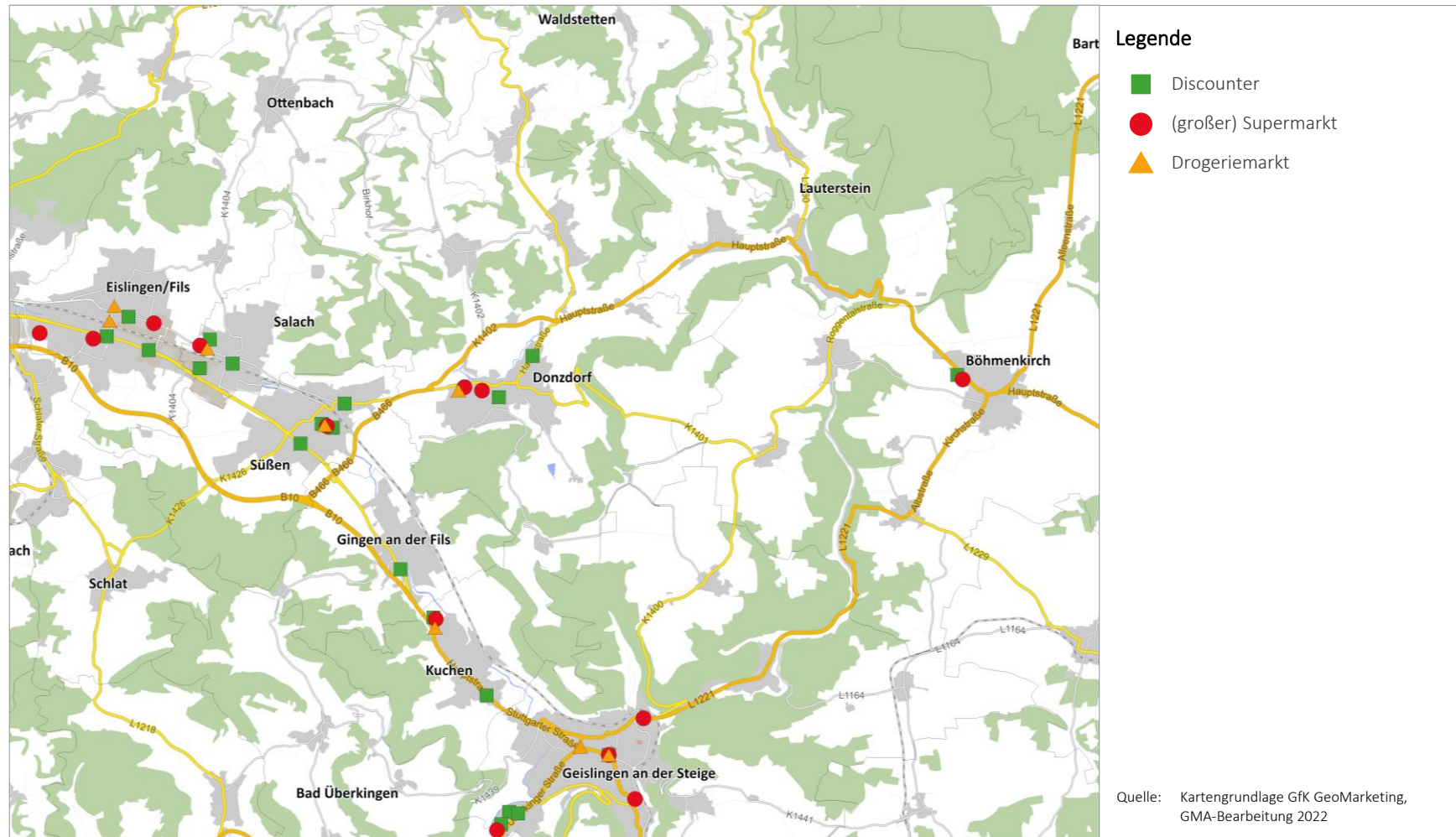
³²

Die 10 min- fußläufigen Entfernungen werden mit Hilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Landstraßen, Flüsse oder Bahntrassen als Zäsur), berücksichtigt werden jedoch größtenteils keine Abkürzen oder „Schleichwege“ (bspw. über Parkflächen oder Grünanlagen).

Karte 3: Nahversorgungssituation in Donzdorf



Karte 4: Nahversorgungsrelevante Angebotsstrukturen im Donzdorfer Umland



2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Im Folgenden wird das vorhandene Angebot nach quantitativen und qualitativen Aspekten charakterisiert und etwaiger Ergänzungsbedarf aufgezeigt.

Kurzfristiger Bedarf:

- Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** ist in Donzdorf unter quantitativen Gesichtspunkten bereits ein guter Verkaufsflächenbesatz (in Relation zur Einwohnerzahl der Stadt) festzustellen. Die Lebensmittelversorgung wird i. W. durch zwei Supermärkte (Rewe, Edeka) und zwei Discounter (Lidl, Netto) sichergestellt, welche sich alle in der Kernstadt Donzdorf befinden. Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) und Spezialanbieter (u. a. Getränkemarkt, Tankstellen, Obst- und Gemüseladen sowie ein neuer Unverpacktladen) kommen hinzu. Die strukturprägenden Lebensmittelanbieter sind hinsichtlich ihrer Verkaufsflächendimensionierung sowie ihres Marktauftritts weitgehend als zeitgemäß zu bewerten. Bei vereinzelt vorhandenen Anbietern besteht Nachholbedarf hinsichtlich Modernisierung / Erweiterung der Verkaufsfläche; dies betrifft v. a. den Edeka-Markt in der Wagnerstraße. Bei den sonstigen wesentlichen Anbietern besteht aktuell kein Handlungsbedarf. Ergänzungen des Angebotes durch zusätzliche Lebensmittelmärkte sind nicht erforderlich, spezialisierte Angebote (Stichwort: höherwertige, regionale- oder Bio-Lebensmittel) sind aber denkbar.
- Der Bereich **Gesundheit / Körperpflege** weist die Stadt Donzdorf insgesamt eine sehr gute Versorgung auf. Mit dem Drogeriemarkt Müller ist ein moderner Fachmarkt vorhanden, der kürzlich erweitert wurde. Hinzu kommen Drogeriewaren-Randsortimente bei den Lebensmittelmärkten und eine kleine Fachdrogerie in der Innenstadt. Ergänzungsbedarf besteht hier nicht. Der Besatz an Apotheken ist angemessen³³. Der Bereich Gesundheit wird durch ein Fachgeschäft für Reha- und Orthopädiebedarf (Gesundhaus Donzdorf) ergänzt.
- Die Warengruppe **Blumen / zoologischer Bedarf, Zeitschriften** weist derzeit eine eher unterdurchschnittliche Angebotssituation auf. Das Sortiment Blumen wird durch kleinere Fachgeschäfte für Floristik in der Kernstadt (Lebensart Blumen & mehr, Blumen und Geschenkstube) sowie in Winzingen (Birgits Blumenwelt) abgebildet. Ein Angebot im zoologischen Bedarf wird über das Randsortiment der Lebensmittelmärkte sichergestellt. Gleiches gilt für Zeitschriften. Entwicklungspotenziale werden v. a. im zoologischen Bedarf gesehen. Eine Diversifizierung / Erweiterung des Angebotes durch einen Fachmarkt für Tierbedarf (z. B. Fressnapf, Das Futterhaus, Zoo & Co.) ist hier möglich. Auch eine Kombination aus Garten- und Zoofachmarkt (z. B. Raiffeisenmarkt) wäre denkbar.

Mittelfristiger Bedarf:

- Bei **Büchern, Schreib- und Spielwaren** besteht in der Stadt Donzdorf nach der Schließung der Buchhandlung Debelka kein Fachangebot mehr. Schreib- und Spielwaren werden über das Randsortiment des Drogeriemarktes Müller abgedeckt. In gewissem Umfang wird das Sortiment auch in den Lebensmittelmärkten geführt (teils auch als Aktionsware bei Lidl und Netto). Die Diversifizierung bzw. Erweiterung des Angebotes ist hier grundsätzlich

³³ Quelle: ABDA-Statistik 2021. Im Durchschnitt versorgt eine Apotheke in Deutschland rd. 4.434 Einwohner (Donzdorf: 5.362 EW je Apotheke). Reinrechnerisch liegt damit eine gute Ausstattung vor.

möglich. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass diese Warengruppen durch die wachsenden Marktanteile des Onlinehandels stark unter Druck stehen.

- Der Bereich **Bekleidung, Schuhe, Sport** ist in der Stadt Donzdorf zumindest noch punktuell besetzt. Qualitativ ist im niedrig- und mittelpreisigen Segment ein Mix aus inhabergeführten und filialisierten Angebotsformen vorzufinden. Als wichtige Magnetbetriebe in der Innenstadt sind das Bekleidungshaus Klaus, Fischer + Stegmaier sowie das Schuhhaus Staudenmayer anzuführen. Im Fachmarktsegment ist zusätzlich der KiK-Textilfachmarkt vertreten. Weiterhin sind Textilien, Schuhe und Sportartikel im Rahmen von Aktionswaren in den Discountmärkten (v. a. Lidl) erhältlich. Differenziert betrachtet ist das Sportsegment unterrepräsentiert. Ansiedlungen weiterer (Fach-)Anbieter wären in Donzdorf grundsätzlich wünschenswert, jedoch aufgrund der Konkurrenz durch den Onlinehandel sowie der regionalen Wettbewerbssituation (u. a. Intersport Kölle in Süßen) sowie der noch abzuwartenden Entwicklung der Auswirkungen durch die Corona-Pandemie vermutlich derzeit nur begrenzt möglich. In den nächsten Jahren sollte v. a. der Bestand gesichert und, wenn möglich, gestärkt werden.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** sind wegen der sehr beschränkten Einwohnerzahlen und der fehlenden weitreichenden Versorgungsfunktion nur teilweise Anbieter vorhanden:

- Bei **Elektrowaren, Medien, Foto** sind zwei kleinflächige Elektrofachgeschäfte für Hausgeräte (Elektro Kaißer) sowie Unterhaltungselektronik / Telekommunikation (Euronics Hummel) ansässig; zudem sind Aktionswaren-Angebote z. B. bei Lidl zu berücksichtigen. Grundsätzlich besteht mit dem Onlinehandel und Elektrofachmärkten in Eislingen/Fils und Geislingen (u. a. Media Markt, Saturn, Euronics XXL Alb Markt) eine hohe Konkurrenzsituation, weshalb zwar eine Erweiterung des Angebotes wünschenswert wäre, im Filialbereich jedoch unter den genannten Gesichtspunkten keine Ansiedlungschancen zu erkennen sind.
- Im Bereich **Hausrat, Einrichtung, Möbel** liegt in Donzdorf mit Möbel Schmid ein großflächiger Anbieter für hochwertige Möbel und Küchen vor. Ein Fachgeschäft für Haushaltswaren / Glas / Porzellan / Keramik fehlt in Donzdorf. Dagegen gibt es im Sortiment Heimtextilien kleiner Fachgeschäfte (z. B. Gardinen & More, Waldenmaier Raumausstattung). Das Entwicklungsziel der nächsten Jahre sollte die Sicherung des Bestandes sein.
- Im **Segment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** besteht in Donzdorf eine Angebotslücke. Hier sind einzelne Fachanbieter z. B. für Motor- und Gartengeräte und Sanitärbedarf vorhanden (Mischbetriebe mit hohem Handwerksanteil), ein klassischer Bau- und Heimwerkermarkt oder Gartenmarkt ist in Donzdorf nicht vertreten. Der Standort Donzdorf könnte grundsätzlich für mittelflächige Anbieter von Interesse sein, die sich auf kleinere bis mittlere Standorte fokussieren. Mit Blick auf die bereits erfolgte Neuansiedlung des Sonderpreis Baumarktes in Gingen sowie unter Berücksichtigung der regionalen Wettbewerbssituation (u. a. Hornbach und Obi in Göppingen, Obi in Geislingen a. d. Steige) werden für einen „klassischen“ Baumarkt kaum Ansiedlungschancen gesehen. Ggf. besteht aber die Möglichkeit für einen Raiffeisenmarkt der neben dem Heimwerkersegment auch das Sortiment Garten- und Heimtierbedarf abdecken könnte.
- In der Warengruppe **Optik / Hörgeräte, Uhren / Schmuck** besteht eine durchschnittliche Versorgungssituation in Donzdorf. Im Bereich Optik (Optik Maurer, Durchblick die Brillengalerie) und Hörgeräteakustik (Gehrs) liegt ein ausdifferenziertes Angebot vor. Das Sorti-

ment Uhren, Schmuck wird durch ein Fachgeschäft (Batschat) abgedeckt. Eine Diversifizierung bzw. Erweiterung des Angebotes ist grundsätzlich darstellbar, es besteht jedoch kein akuter Handlungsbedarf.

- Im Bereich **sonstige Sortimente** bestehen nur vereinzelt Angebote darunter ein Fahrrad-fachgeschäft (Fredy's Radshop). Ergänzungen sind grundsätzlich möglich es besteht derzeit aber kein Handlungsbedarf.

Zusammenfassend weist die Stadt Donzdorf in Relation zur Stadtgröße eine gute Versorgung auf. Die Nahversorgungssituation im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit / Körperpflege ist gesichert, hier bestehen nur punktuell Nachholbedarf (v. a. Modernisierung Edeka). Entwicklungspotenziale i. S. von Neuansiedlungen von Lebensmittelmärkten werden nicht gesehen. Eine Ergänzung des Angebotes im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, bspw. in den Sortimenten Bücher, Bekleidung, Schuhe, Sport, Elektrowaren, ist grundsätzlich wünschenswert, aufgrund der Expansionspolitik, der Nachfragesituation sowie der Konkurrenz zum Onlinehandel jedoch als schwierig einzuschätzen. Mit Blick in die nähere Zukunft ist angesichts des zunehmenden Drucks durch den Onlinehandel ein Augenmerk auf eine zielgerichtete und standortadäquate Sicherung des Einzelhandels zu legen. Hierzu dient die nachfolgende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes.

V. Fortschreibung Einzelhandelskonzept Donzdorf

Zur Sicherung und gezielten Weiterentwicklung des lokalen Einzelhandels ist die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2018 zu empfehlen, welches künftig als Grundlage für eine sachgerechte und transparente Beurteilung von Ansiedlungs-, Erweiterungs- und Umsiedlungsvorhaben im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung herangezogen werden sollte. Dieses berücksichtigt auch die übergeordneten Ziele der Landesplanung (LEP 2002) und Regionalplanung.

1. Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes

Die Ziele für die Einzelhandelsentwicklung in Donzdorf wurden an die aktuellen Gegebenheiten angepasst. Vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Rahmenbedingungen (Konkurrenz durch den Online-Handel; Auswirkungen der Corona-Pandemie) ist der Fokus auf den Schutz und die Stabilisierung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in Donzdorf zu richten. Dementsprechend sind als **wesentliche Ziele** zu formulieren:

- Schutz und Stärkung der Innenstadt von Donzdorf durch Erhalt und zielgerichteten Ausbau (auch durch Nicht-Handelsnutzungen)
- Sicherung und Stärkung der wohnortnahen Grundversorgung mit Angeboten des täglichen Bedarfs in den Siedlungsschwerpunkten u. a. zur Reduzierung von Einkaufsfahrten
- Reglementierung des Einzelhandels in den Gewerbegebieten
- Sparsamer Umgang mit Flächenressourcen als Voraussetzung künftiger Entwicklungsmöglichkeiten für Gewerbe, Wohnen und Natur.

Zur Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene werden zwei einander bedingende und aufeinander aufbauende städtebauliche Konzepte benötigt (vgl. Abbildung 10).

- **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert ortsspezifisch die nahversorgungs- und zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient damit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung großflächiger Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2 a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes standort- und branchenspezifische Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

Abbildung 10: Wesentliche Bausteine des Einzelhandelskonzeptes



GMA-Darstellung 2022

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt werden können bzw. sollen.

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung (zentren- bzw. nahversorgungsrelevant / nicht-zentrenrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den nicht-integrierten / dezentralen Lagen ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- die positive Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen
- die negative Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig.

Damit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Donzdorf gesteuert werden kann.

2.1 Begriffsdefinition

Zur Einordnung der in der Praxis üblichen Differenzierung der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente erfolgt zunächst eine Definition der Begriffe.

Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe). Zu zentrenrelevanten Sortimenten gehören **nahversorgungsrelevante Sortimente**, da eine möglichst wohnortnahe Versorgung im periodischen Bedarf erreicht werden sollte. Das Angebot an **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt an städtebaulich nicht integrierten Standorten keine wesentliche Gefährdung für zentrale Lagen dar. Sie sind an solchen Standorten unter Umständen aus planerischer Sicht auf Grund ihres großen Platzbedarfs und der Verkehrsfrequenz sogar erwünscht.

Eine Aufzählung von „zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten“ findet sich Regionalplan Region Stuttgart³⁴. Die Liste stellt keine abschließende oder verbindliche Festlegung der Sortimente dar.

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Nichtzentrenrelevanz auf Basis folgender Kriterien und Prüfmaßstäbe:

³⁴ Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß Regionalplan der Region Stuttgart:

Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Schreibwaren, Papier, Bastelbedarf, Büroartikel (ohne Büromöbel), Kunst, Antiquitäten, Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Kunstgewerbe, Geschenkartikel, Baby-, Kinderartikel, Bekleidung, Pelze, Lederwaren, Schuhe, Unterhaltungselektronik, Bild- und Tonträger, Computer, Elektrowaren, Fotoartikel, Optik, Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Musikinstrumente, Musikalien, Uhren, Schmuck, Silberwaren, Spielwaren, Sportartikel, Sportgeräte (ausgenommen Großgeräte), Lebensmittel, Getränke, Apotheken-, Drogerie-, Kosmetikwaren, Blumen, Zooartikel, Tiere, Tiernahrung.

Übersicht 1: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstäbe
1. Räumliche Verteilung sowie städtebauliche Zielsetzungen	Anteil der Verkaufsfläche / in den zentralen Versorgungsbereichen, städtebauliche Zielsetzungen
2. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	breite Zielgruppenansprache, Beitrag zu einem vielfältigen Branchenmix
3. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden, Erhöhung der Besucherfrequenz
4. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten und anderen Nutzungen des Zentrums
5. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
6. Flächenbedarf	Warenpräsentation, Verkaufsflächenbedarf

GMA-Darstellung 2022

- Als erstes Bewertungskriterium ist die **Verteilung des Einzelhandelsbesatzes** zu berücksichtigen. Zentrenrelevante Sortimente weisen hierbei i. d. R. einen hohen Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen auf, während nicht zentrenrelevante Sortimente überwiegend außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen an städtebaulich integrierten und nicht integrierten Lagen ansässig sind. Darüber hinaus sind jedoch auch die stadtpolitischen und **städtebaulichen Zielsetzungen** der Stadt Donzdorf bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen.
- Als zweites Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Sortiments. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass zentrenrelevante Sortimente eine breite Zielgruppe ansprechen und zu einem vielfältigen Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen beitragen.
- Das dritte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Zentrenrelevanz hindeutet. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.
- Als viertes Bewertungskriterium gehen die „**Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten**“ in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. In der Regel ist bei einer hohen Spezialisierung eines Sortiments davon auszugehen, dass Mitnahmeeffekte für andere Anbieter im Umfeld überschaubar sind, sodass dies ein Hinweis auf die fehlende Zentrenrelevanz eines Sortiments sein kann.
- Das fünfte Kriterium wurde allgemein als „**Warenbeschaffenheit / Transport**“ definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrenauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.

- Das sechste Kriterium „**Flächenbedarf**“ zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.

2.2 Sortimentsliste der Stadt Donzdorf

Die nachfolgende Übersicht stellt die Einstufung der Sortimente dar, diese orientiert sich an der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in der Stadt Donzdorf, den rechtlichen Vorgaben und berücksichtigt die städtebauliche Zielsetzungen. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht im zentralen Versorgungsbereich angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden. Voraussetzung ist, dass Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen.

Großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind häufig in dezentralen Lagen angesiedelt. Diese Sortimente sind i. d. R. nicht kritisch im Hinblick auf die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in zentralen Versorgungsbereichen zu sehen. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den zentrenrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

Übersicht 2: Sortimentsliste der Stadt Donzdorf (zusammenfassende Darstellung)

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente*
▪ Bücher ▪ Schreibwaren, Papier, Bastelbedarf, Büroartikel (ohne Büromöbel) ▪ Spielwaren ▪ Sportartikel, Sportgeräte (ausgenommen Großgeräte) ▪ Bekleidung, Schuhe, Lederwaren ▪ Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Kunstgewerbe, Geschenkartikel ▪ Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien ▪ Kunst, Antiquitäten ▪ Baby-, Kinderartikel ▪ Unterhaltungselektronik, Bild- und Tonträger, Computer, Elektrowaren ▪ Optik, Akustik ▪ Uhren, Schmuck ▪ Musikinstrumente, Musikalien	▪ Sanitätswaren, medizinische, orthopädische Artikel ▪ Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel, Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) ▪ Bau- und Heimwerkerbedarf, Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren, Werkzeug ▪ Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf ▪ Teppiche, Bodenbeläge ▪ Farben, Lacke, Tapeten ▪ Möbel, inkl. Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Badmöbel, Gartenmöbel ▪ Matratzen, Bettwaren ▪ Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel), Sportgroßgeräte ▪ Auto- / Motorradzubehör (ohne Bekleidung) ▪ Kinderwagen, Autokindersitze ▪ Fahrräder, Fahrradzubehör ▪ Elektrogroßgeräte („weiße Ware“) ▪ Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper ▪ Zooartikel, Tiere, Tiernahrung
davon nahversorgungsrelevante Sortimente ▪ Lebensmittel, Getränke, Tabak, Reformwaren ▪ Apotheken-, Drogerie-, Kosmetikwaren ▪ Schnittblumen ▪ Zeitungen, Zeitschriften	

Unterstrichen = zentrenrelevant gemäß Regionalplan Region Stuttgart

GMA-Empfehlungen 2022

Bei dem Sortiment **Zooartikeln, Tiere, Tiernahrung** handelt es sich gemäß Regionalplan Stuttgart um ein zentrenrelevantes Sortiment. Es wurde jedoch bereits in der Einzelhandelskonzeption GVV Mittlere Fils-Lautertal 2018 als nicht zentrenrelevant eingestuft. In diesem Sortiment haben sich die Angebotsstrukturen weg vom innenstadttypischen, kleinen Zoofachgeschäft entwickelt, hin zu Zoofachmärkten. Sowohl Heimtierfachmärkte als auch Futtermittelfachmärkte sind Märkte mit Verkaufsflächen ab ca. 400 m², die sich vornehmlich an autokundenorientierten Standorten befinden, welche es dem Kunden erlauben, größere Gebindegrößen und sperrige Artikel bequem abzutransportieren. Hinzu kommt, dass moderne Zoofachmärkte auch einen zunehmend hohen Flächenbedarf für breite Sortimente an sperrigen Artikeln (z. B. Futtersäcke, Transportbehälter, Käfige, Aquarien, Hundebetten, Katzenkörbe, Katzentoiletten), tiergerechte Ausstellungsflächen (z. B. Freiflugvolieren, Kleintiergehege, Terrarien) sowie für Aktionsflächen (z. B. Streichelzoo, Kinderspielgeräte, Probier-Aktionen) benötigen. Dies bringt hohe Anforderungen an Flächen- und Parkplatzbedarf mit.

Aufgrund des Fehlens von Anbietern in Donzdorf sowie des sehr spezialisierten Sortimentscharakters ohne Verknüpfung zu anderen zentrenrelevanten Sortimenten wird weiterhin eine Einstufung dieses Sortiments als nicht zentrenrelevant empfohlen.

3. Standortkonzept

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

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

3.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

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

Folgende Schutznormen erfassen (auch) zentrale Versorgungsbereiche³⁵:

³⁵ vgl. hierzu u. a. Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

- / **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- / **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahingehend, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- / **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.
- / **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, welcher durch die entsprechenden Novellierungen des BauGB diesem einen erheblichen Bedeutungszuwachs zugesprochen wurde. Eine allgemeingültige Definition liegt folglich nicht vor. In den nunmehr knapp zehn Jahren, die z. T. von konträren Diskussionen und in Folge auch Interpretationsunsicherheiten in der Praxis geprägt waren, wurden durch die **Rechtsprechung** die bestehenden Begrifflichkeiten thematisiert und in Teilen konkretisiert. Als handhabbare und operationalisierbare Gerichtsurteile ist exemplarisch auf folgende Urteile hinzuweisen:

- / Das BVerwG führt in seinem Urteil vom 11.10.2007 aus³⁶: „... sind zentrale Versorgungsbereiche **räumlich abgrenzbare Bereiche** einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich** hinaus zukommt. Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.“
- / In einem weiteren Urteil des BVerwG heißt es³⁷: „Zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich** hinaus zukommt“ (BVerwGE 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11). Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen

³⁶ vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 – 4 C 7.07.

³⁷ vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 2.08.

zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich **zentrale Funktion** hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.

-  Ergänzend ist auf eine gerichtliche Befassung hinsichtlich der notwendigen Ausstattung, insbesondere von Nahversorgungszentren hinzuweisen, die im Rahmen des Urteils des OVG NRW vom 15.02.2012³⁸ präzisiert wurde. Diesbezüglich wurde das Kriterium des **funktionalen Gewichts eines zentralen Versorgungsbereiches** hervorgehoben, wonach ein zentraler Versorgungsbereich einen über seine Grenzen hinaus reichenden räumlichen Versorgungsauftrag bzw. Einzugsbereich haben muss und somit „über den unmittelbaren Nahbereich“ hinauswirken muss. Hierauf wurde bereits im Rahmen des Urteils BVerwG vom 17.12.2009³⁹ verwiesen.

Entscheidend ist, dass eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage somit nach „Lage, Art und Zweckbestimmung“ eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat⁴⁰. Der nach städtebaulich-funktionalen Kriterien abgrenzbare Bereich hat Einzelhandelsnutzungen aufzuweisen, die aufgrund ihrer Qualität und ihres Gewichts einen über die eigenen Grenzen und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich haben; die Nutzungen müssen diese zentrale Funktion erfüllen, was sich letztlich auch an der Stadtgröße bemisst⁴¹.

Somit können zentrale Versorgungsbereiche sowohl einen umfassenden als auch einen auf einen bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereich beschränkten Versorgungsbereich abdecken. Es ist kein übergemeindlicher Einzugsbereich vorausgesetzt. Auch ein Standort, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsgebiet wohnenden Bevölkerung. **Ein zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden, räumlichen Einzugsbereich mit funktionalem und städtebaulichem Gewicht haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.**

Zusammenfassend ist der zentrale Versorgungsbereich somit ein schützenswerter Bereich, der sich insbesondere aus

-  planerischen Festlegungen d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen,
-  sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte) und aus den

³⁸ vgl. OVG NRW, 10 D 32 / 11.NE; Urteil vom 15.02.2012.

³⁹ vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, 4 C 2.08.

⁴⁰ vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

⁴¹ vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432 / 10, juris RN 30 ff.

- /// nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen örtlichen Verhältnissen⁴² ergibt.
- /// Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden⁴³ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.⁴⁴

Ausgehend von den dargelegten rechtlichen Anforderungen zur Identifizierung und Festlegung zentraler Versorgungsbereiche sind folgende Kriterien bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche zu berücksichtigen:

- /// städtebaulich integrierte Lage
- /// räumlich abgrenzbarer Bereich
- /// zentrale Funktion mit städtebaulichem und funktionalem Gewicht (= Versorgung der Bevölkerung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus)
- /// Multifunktionalität (Einzelhandel ergänzt durch Dienstleistungen, gastronomische Angebote und ggf. Kultur und Freizeit)
- /// Entwicklungsfähigkeit (Flächenpotenziale).

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

Abbildung 11: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Zugangsvoraussetzung: Städtebaulich integrierte Lage	
Funktionale Kriterien	Städtebauliche Kriterien
/// Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus /// Handelsbesatz mit Magnetfunktion /// Branchenmix und Fristigkeit /// Betriebstypenmix /// ergänzend kleinteiliger Handel und Komplementäranbieter (Gastronomie, Dienstleister, kulturelle Angebote) = „Multifunktionalität“ /// Dichte, Nähe, Längenausdehnung /// Wettbewerbssituation im Umfeld /// Stabilität und Leistungsfähigkeit der Lage /// Entwicklungs- und Flächenpotenziale	/// fußläufige Erreichbarkeit /// ÖPNV-Erreichbarkeit /// Pkw-Erreichbarkeit /// Barrieren / Zäsuren /// städtebauliche Qualität, u. a. Zustand und Gestaltung von privaten und öffentlichen Räumen i. S. von Aufenthaltsqualitäten

GMA-Darstellung 2022

⁴² d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

⁴³ vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

⁴⁴ d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

3.2 Zentren- und Standortstruktur Donzdorf

Unter Berücksichtigung der in Donzdorf bestehenden Einzelhandelsausstattung und der damit ausgeübten Versorgungsfunktion und Entwicklungsfähigkeit empfiehlt die GMA eine zentren- und Standortstruktur, die folgende Zentren- und Standorttypen umfasst (vgl. Übersicht 4 und Karte 5):

- /// den zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt Donzdorf“
- /// den städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandort „Netto, Hauptstraße“
- /// den städtebaulich nicht-integrierten Ergänzungsstandort „Stellfelbe“

Übersicht 3: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Donzdorf

	Charakterisierung	Standort / Lage	Zukünftiger Sortiments-schwerpunkt
Zentraler Versorgungsbereich	Zentraler Versorgungsbereich gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO	Innenstadt Donzdorf	Sortimente aller Bedarfsstufen, überwiegend Sortimente des Innenstadtbedarfs (= zentrenrelevante Sortimente)
städttebaulich integrierte Lage / „Nahversorgungsstandort“	Solitär oder im Standortverbund gelegener Lebensmittelmarkt mit Nahversorgungsfunktion; städtebaulich integrierte Lage durch die Einbettung in eine zusammenhängende Wohnbebauung (wohnnah, fußläufig erreichbar).	Netto, Hauptstraße	Sortimente des Nahversorgungsbedarfs
städttebaulich nicht-integrierte Lage / „Ergänzungsstandort“	Nicht siedlungsräumlich eingebundene Lagen, z. B. autokundenorientierte Standorte in Gewerbe-/Industriegebieten oder an Ausfallstraßen; oft Einzelhandelsagglomerationen (z. B. Fachmarktzentren, Standorte des großflächigen Einzelhandels) mit wichtiger Versorgungsfunktion	Gewerbegebiet Stellfelbe	nicht zentrenrelevante Sortimente

GMA-Empfehlung 2022

Legende

- Zentraler Versorgungsbereich
- N Nahversorgungsstandort
- E Ergänzungsstandort

3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Donzdorf“

Räumliche Situation

Die Innenstadt von Donzdorf erstreckt sich i. W. entlang der Hauptstraße zwischen Wagnerstraße im Westen und Schubartweg im Nordosten. Darüber hinaus setzt sich der zentrale Versorgungsbereich in den angrenzenden Bereichen (u. a. Poststraße, Wöhrplatz) fort. In Richtung Süden schließt der zentrale Versorgungsbereich mit dem Verlauf der ehemalige Bahnlinie bzw. der Schlossgartenanlage ab. Der GMA-Vorschlag zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches entspricht weitgehend der im Regionalplan der Region Stuttgart erfolgten Abgrenzung für zentrenrelevante Einzelhandelsgroßprojekte (VRG; vgl. hierzu Abbildung 4 Ausschnitt aus der Raumnutzungskarte). Der Bereich wurde im Südosten etwas verkürzt, um bei der Einzelhandelssteuerung die gewünschten Konzentrationseffekte zu erreichen.

Angebots- und Nachfragesituation

- Im **Einzelhandel** finden sich Angebote im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich; den Betrieben kommt in erster Linie eine Versorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung in Donzdorf und darüber hinaus i. T. auch für den Nahbereich des Unterzentrums zu.
- insgesamt ca. 5.215 m² Verkaufsfläche verteilt auf 33 Betriebe
- **Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe:** Edeka, Lidl, KiK, Schuhhaus Staudenmayer
- **Fachgeschäfte (Auswahl):** Bekleidungshaus Klaus, Mode Wäsche Fischer + Stegmaier, Elektrowarenfachgeschäfte (Euronics, Elektro Kaißer), Optik / Akustik (Maurer, Durchblick die Brillengalerie, Geers), Uhren Batschat, Fredi's Radshop
- **Betriebe der Nahversorgung:** u. a. Edeka-Supermarkt (inkl. Getränkemarkt), Lidl-Discounter, Bäckereien, Metzgereien, Unverpacktladen, Drogerie, Apotheken, Blumengeschäfte; ergänzend findet ein Wochenmarkt jeden Freitag (7:00 – 11:30 Uhr) im Schlosshof statt
- Angebot bei **Komplementärnutzungen:** vielfältige Dienstleistungsangebote (u. a. Post, Volksbank, Versicherungen, Friseur-/ Kosmetikstudios, Sonnenstudio, Fahrschule u. v. m.), Gesundheitseinrichtungen (u. a. Ärzte, Physiotherapie, Pflegeheim, Sozialstation), Hotel- und Gastronomiebetriebe (Restaurants, Imbisse), Freizeit- und Kulturangebote (u. a. Stadthalle, Bücherei, Gemeindezentrum), öffentliche Einrichtungen und Bildungseinrichtungen (u. a. Stadtverwaltung, Polizei, Feuerwehr, VHS, Steingarten Schule, Kita).
- **Leestände:** vereinzelt treten Leerstände in der Donzdorfer Innenstadt auf, die nicht wiederbelegt wurden (Kirchgasse 1 ehemaliges Schreib- und Spielwarengeschäft Bieg, ehemaliger Schlecker-Markt am Scherbenmarkt). Insgesamt ist die städtebauliche Situation in der Donzdorfer Innenstadt jedoch als stabil zu bezeichnen. So konnten in den letzten Jahren freigegebenen Einzelhandelsflächen teilweise durch andere Nutzungen nachbelegt werden (z. B. Modehaus Bauer später Fischer + Stegmaier, hier ist jetzt ein Bestatter ansässig), teils haben sich aber auch neue Einzelhändler in der Innenstadt niedergelassen (u. a. Gardinen & More, Süß wie Sauer Unverpacktladen).

Städtebauliche Situation

- In städtebaulicher Hinsicht ist der Donzdorfer Stadtkern durch seine historische kleinteilige Struktur gekennzeichnet, wird aber auch durch großmaßstäbliche Gebäude aus den 70er Jahren durchsetzt, darunter die Stadthalle Donzdorf sowie das Gebäude der Volksbank. Eine größere Platzsituation ergibt sich im Bereich des früheren Marktplatzes sowie am Wöhrplatz und angrenzendem Scherbenmarkt. Der Bereich wird durch den Verlauf der Hauptstraße durchschnitten und ist dadurch aktuell wenig erlebbar. Mit dem Bau der Ortsumgehung im Jahr 2010 wurde das Zentrum deutlich vom Durchgangsverkehr entlastet. Hierdurch ergeben sich neue Chancen zur Entwicklung der Donzdorfer Innenstadt. Im Rahmen eines im Jahr

2012 durchgeführten städtebaulichen Wettbewerbs zur Neuordnung der Stadtmitte Donzdorf wurden erste Ideen zur Aufwertung des zentralen Bereiches entwickelt. Im Jahr 2014 wurde schließlich das Sanierungsgebiet Hauptstraße förmlich festgesetzt. Mit dem kürzlich erfolgten Abriss des Kreisparkassen-Gebäudes an der Ecke Hauptstraße / Wöhrplatz wurde ein wichtiges Initialprojekt für die Innenstadtsanierung auf den Weg gebracht. Hier soll ein neues modernes Wohn- und Geschäftshaus entstehen.

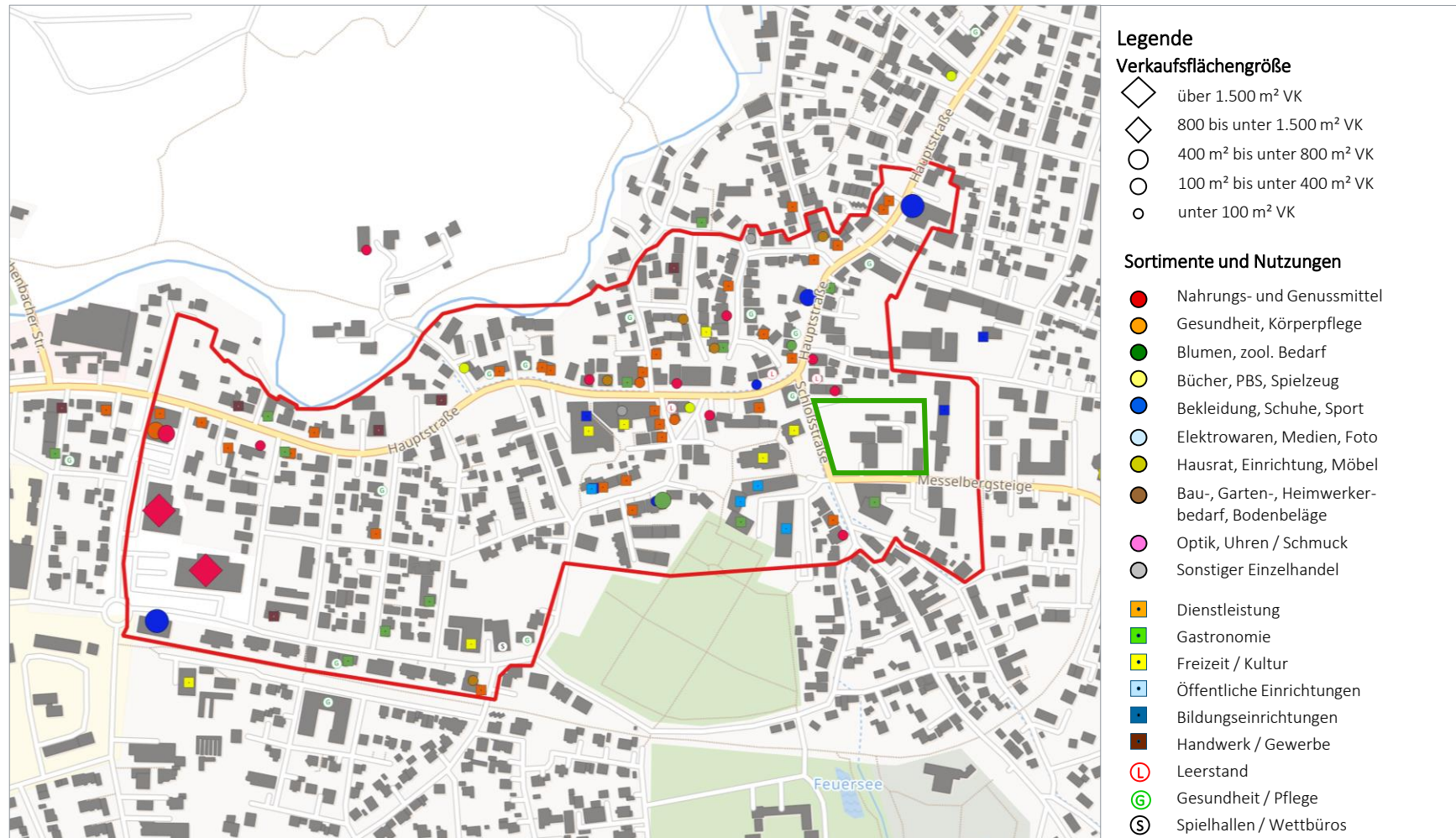
Entwicklungsmöglichkeit (Potenzialfläche)

- Mit dem „Steingarten-Areal“ gibt es eine Potenzialfläche, die gezielt zur Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt genutzt werden kann. Das zentral gelegene Areal zwischen Schloßstraße und Messelbergsteige ist als multifunktionaler Standort für Handel, Dienstleistung und urbanem Wohnen von Interesse.
- Die Potenzialfläche ist mit rd. 6.000 m² ausreichend groß um auch größere Handelsformate in der Innenstadt unterbringen zu können. Ein weiterer Magnetbetrieb würde Frequenz in die Innenstadt bringen, wovon auch die kleineren Fachgeschäfte profitieren könnten.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- Sicherung und Stärkung der Innenstadt als Hauptgeschäftsbereich und Versorgungsstandort für das gesamte Stadtgebiet.
- Lenkung des zentrenrelevanten Einzelhandels auf den zentralen Versorgungsbereich. Flächen- und Standortentwicklungen mit zentrenrelevanten Sortimenten an dezentralen, nicht integrierten Standorten (v. a. Stellfelbe) sind zu vermeiden.
- Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung an zentralen Standorten bzw. Siedlungsbereichen
- Vor dem Hintergrund der Auswirkungen des Online-Handels ist die Flächennachfrage für neue Einzelhandelsentwicklungen deutlich zurückgegangen. Dieser Trend wird durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie nochmals verstärkt, sodass zukünftig andere Nutzungen außerhalb des Handels immer wichtiger werden (Chance für Dienstleistungen, Büros, Ärzte). Der Einzelhandel sollte sich auf die Hauptlagen konzentrieren, mit dem Steingarten-Areal ist eine Potenzialflächen für die Ansiedlung größerer Handelsformate vorhanden sind. Hier sind „multifunktionale“ Konzepte (Handel, Dienstleistung, urbanes Wohnen) zu empfehlen.
- Fortführung der städtebaulichen Sanierungsmaßnahmen, v. a. qualitative Verbesserungen sowohl im öffentlichen Raum als auch an der Gebäudestruktur; im Einzelhandel auch hinsichtlich der Fassaden, Schaufenstergestaltung und Warenpräsentation.
- Der örtliche Einzelhandel, Immobilieneigentümer, Interessengemeinschaften etc. mit z. T. umfassenden Standort- und Lagekenntnissen sollte aktiv in zukünftige Planungen eingebunden werden.

Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Donzdorf“



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Bearbeitung 2022

3.2.2 Nahversorgungsstandort, Netto Hauptstraße

Ergänzend zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt existiert in Donzdorf ein Nahversorgungsstandort, der aufgrund fehlender zentrenprägender, ergänzender Funktionen sowie der geringen Dichte des Einzelhandelsbesatzes aber nicht als zentraler Versorgungsbereich i. S. des BauGB gewertet werden kann. Der *Netto-Markt an der Hauptstraße* besitzt jedoch aufgrund seiner städtebaulich integrierten Lage mit Bezug zu Wohnnutzungen im Standortumfeld eine wichtige Bedeutung für die wohnortnahe fußläufige Nahversorgung. Der Lebensmittel-discounter ist aktuell zeitgemäß aufgestellt, ein dringender Handlungsbedarf (Modernisierung und Erweiterung) ist derzeit nicht gegeben. Perspektivisch sollte i. S. einer Bestandssicherung eine moderate Flächenerweiterungen am Standort möglich sein.

Karte 7: Nahversorgungsstandort Netto, Hauptstraße



Quelle: © Microsoft, Nokia; GMA-Bearbeitung 2022

3.2.3 Ergänzungsstandort Stellfelbe

Als Ergänzungsstandort des (großflächigen) Einzelhandels wird der Bereich „Stellfelbe“ eingestuft. Hier sind bereits großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Möbel Schmid), aber auch Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment (Rewe, Müller) zu finden. Insgesamt umfasst der Standortbereich rd. 7.400 m² Verkaufsfläche, wobei mit dem Möbelhaus Schmid etwas mehr als die Hälfte der Verkaufsfläche auf den langfristigen Bedarfsbereich entfällt.

Bei dem Möbeldändler handelt es sich um einen gewachsenen mittelständischen Betrieb, der sich bereits seit Langem am Standort Donzdorf befindet und die Angebotsstruktur des Unterzentrums maßgeblich prägt. Die Betriebe der Nahversorgung (Rewe, Müller) übernehmen in einer rein autokundenorientierten Lage eine Versorgungsbedeutung für die Gesamtstadt Donzdorf sowie z. T. für das Umland (v. a. Lauterstein) ein.

Der Rewe-Markt und auch Müller wurden erst kürzlich umfassend modernisiert und in diesem Zuge auf eine zeitgemäße Verkaufsflächengröße erweitert.

Die Fa. Möbel Schmid möchte sich ebenfalls am Standort weiterentwickeln. Geplant ist eine Verlagerung ihrer Küchenabteilung auf eine Fläche nördlich des Bestandsstandortes zwischen Mozartstraße und Süßener Straße. Insofern könnten sich perspektivisch am Bestandsstandort des in den 1970er-Jahren gebauten Möbelhauses neue Entwicklungsmöglichkeiten ergeben.

Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich um einen nicht integrierten, autokundenorientierten Standort, der durch Industrie- und Gewerbebetriebe im Umfeld geprägt wird. Nächstliegende Wohnbereiche befinden sich in östlicher Richtung in rd. 150 m Entfernung.

Da sich der Bereich aufgrund seiner autokundenorientierten Lage grundsätzlich nur für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment eignet, sollte der Ergänzungsstandort Stellfelbe zukünftig als vorrangiger Bereich für die Sicherung und ggf. den Ausbau von (großflächigem) Einzelhandel mit **nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten** dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zum zentralen Versorgungsbereich einnehmen. Der baurechtlich genehmigte Handel genießt grundsätzlich Bestandsschutz.

Entwicklungsziele

- Der Standort sollte zukünftig als vorrangiger Bereich für die Sicherung und ggf. den Ausbau von (großflächigem) Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dienen.
- Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment zur Sicherung der Innenstadt und der Nahversorgungsstruktur des Unterzentrums Donzdorf.
- Anpassung des Bebauungsplanes (Ausweisung Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel und Festsetzung der Verkaufsfläche an den bereits genehmigten Bestand).

Karte 8: **Ergänzungsstandort „Stellfelbe“**



Quelle: © Microsoft, Nokia; GMA-Bearbeitung 2022

4. Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und Standortsteuerung

4.1 Standortbereich „Stellfelbe“

Für den Standort Stellfelbe gilt derzeit ein Bebauungsplan aus dem Jahr 1965 mit der maßgeblichen BauNVO 1962. Der Bebauungsplan weist ein Industriegebiet aus. Entsprechend den Regelungen der BauNVO 1962 sind keine Aussagen zum Einzelhandel bzw. zum großflächigen Einzelhandel enthalten. Solche Bebauungspläne sollen jedoch nach § 1 Abs. 4 BauNVO an die Ziele der Raumordnung angepasst werden. In diesem Sinne hat der Verband Region Stuttgart darauf gedrungen, den alten Bebauungsplan entsprechend den aktuellen Regelungen anzupassen. Mit der geplanten Aufstellung des Bebauungsplans „Stellfelbe II“ möchte die Stadt Donzdorf die planungsrechtlichen Voraussetzungen für eine geordnete städtebauliche (Weiter-) Entwicklung schaffen.

Bei den am Standort Stellfelbe bereits bestehenden Betrieben handelt es sich um großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO für die die Stadt Donzdorf als Plangeberin eine planungsrechtliche Steuerung durch entsprechende Festsetzung im Bebauungsplan beabsichtigt. Hierzu ist die Ausweisung von Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel erforderlich. Zur Inhaltsbestimmung des Sondergebietes bzw. zur Konkretisierung der Nutzungen hat die Stadt Donzdorf entsprechende Festsetzungen im Bebauungsplan zu treffen.

Für einen Teilbereich (Geschäftshaus Mozartstraße 35 mit REWE, Müller) soll als Art der baulichen Nutzung ein sonstiges Sondergebiet (SO1) gemäß § 11 BauNVO mit der Zweckbestimmung „Großflächiger Einzelhandel – Nahversorgung“ festgesetzt werden. Ein weiteres Sondergebiet (SO2) für großflächigen Einzelhandel ist im Bereich des heutigen Möbelhaus Schmid vorgesehen. Im übrigen Geltungsbereich werden entsprechend den vorhandenen Nutzungen ein Gewerbegebiet (GE) gemäß § 8 BauNVO sowie Industriegebiete (GI) gemäß § 9 BauNVO festgesetzt.

Im Sondergebiet SO1 sind Betriebe der Nahversorgung mit einer Gesamtverkaufsfläche von maximal 3.340 m² zulässig. Die festgesetzte, maximal zulässige Verkaufsfläche soll sich hierbei an der Verkaufsfläche des Bestandes (Rewe einschließlich Getränkemarkt und Bäckerei mit ca. 2.070 m² sowie Müller mit ca. 1.270 m² VK) orientieren, für die ein positiver Baubescheid vorliegt. Für das Sondergebiet SO2 (Teilbereich Möbel Schmid) steht die endgültige Nutzung zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht fest. Hier soll zukünftig nur Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment zulässig sein. In diesem Zusammenhang ist noch einmal darauf hinzuweisen, dass neben der Festsetzung der konkreten Nutzungsmöglichkeit mit Verkaufsflächenobergrenze auch eine Begrenzung der Randsortimente mit aufgenommen werden soll. In den Gewerbe- und Industriegebieten (GE, GI) ist Einzelhandel zukünftig generell auszuschließen.

Beispiel für die textliche Festsetzung im Bebauungsplan „Stellfelbe II“

Sondergebiet SO 1 „Großflächiger Einzelhandel – Nahversorgung“

Zulässig ist

- ein Lebensmittelmarkt einschl. Getränkemarkt und Bäckerei mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment und einer maximalen Verkaufsfläche von 2.070 m²
- ein Drogeriemarkt mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment und einer maximalen Verkaufsfläche von 1.270 m²

- Innerhalb der o.g. Verkaufsfläche sind Randsortimente, die dem Hauptsortiment zugeordnet sind auf max. 3 % der Verkaufsfläche bzw. 350 m² zu begrenzen.
- Zudem sind im SO 1 Handwerks-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzung sowie Büros und Anlagen für soziale Zwecke zulässig.

Die „Donzdorfer Liste“, die nahversorgungs- und zentrenrelevanten sowie die nicht zentrenrelevanten Sortimente definiert, ist in die textlichen Festsetzungen mit aufzunehmen.

Zentrenrelevante Sortimente:

- Bücher
- Schreibwaren, Papier, Bastelbedarf, Büroartikel (ohne Büromöbel)
- Spielwaren
- Sportartikel, Sportgeräte (ausgenommen Großgeräte)
- Bekleidung, Schuhe, Lederwaren
- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Kunstgewerbe, Geschenkartikel
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien
- Kunst, Antiquitäten
- Baby-, Kinderartikel
- Unterhaltungselektronik, Bild- und Tonträger, Computer, Elektrowaren
- Optik, Akustik
- Uhren, Schmuck
- Musikinstrumente, Musikalien

Nahversorgungrelevante Sortimente:

- Lebensmittel, Getränke, Tabak, Reformwaren
- Apotheken-, Drogerie-, Kosmetikwaren
- Schnittblumen
- Zeitungen, Zeitschriften

nicht-zentrenrelevante Sortimente:

- Sanitätswaren, medizinische, orthopädische Artikel
 - Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel, Gartengeräte (z. B. Rasenmäher)
 - Bau- und Heimwerkerbedarf, Baustoffe, Bau-elemente, Beschläge, Eisenwaren, Werkzeug
 - Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf
 - Teppiche, Bodenbeläge
 - Farben, Lacke, Tapeten
 - Möbel, inkl. Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Badmöbel, Gartenmöbel
 - Matratzen, Bettwaren
 - Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel), Sportgroßgeräte
 - Auto- / Motorradzubehör (ohne Bekleidung)
 - Kinderwagen, Autokindersitze
 - Fahrräder, Fahrradzubehör
 - Elektrogroßgeräte („weiße Ware“)
 - Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper
 - Zooartikel, Tiere, Tiernahrung
-

Karte 9: Bebauungsplanentwurf „Stellfelbe II“



4.2 sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete)

Gewerbe- und Industriegebiete sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen werden. Darüber hinaus sind im Stadtgebiet von Donzdorf bedarfsgerechte Flächen für Gewerbe- und Industriebetriebe bereitzustellen, weshalb ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung geboten ist. Dies auch vor dem Hintergrund, dass die Stadt Donzdorf die Planungen für den Interkommunalen Gewerbepark „Lautertal“ inzwischen nicht mehr weiterverfolgt.⁴⁵

Ausnahme: Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen und weiter be- oder verarbeitete Produkte (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sog. Annexhandels ist gegeben, wenn dieser:

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

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.⁴⁶

Bestehende Betriebe, auch mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten, genießen grundsätzlich **Bestandsschutz**. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist auch diesen Betrieben eine geringfügige Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Voraussetzung hierfür ist, dass keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Donzdorf sowie auf zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Orten hervorgerufen werden. Dies ist ebenfalls im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung zu prüfen.

4.3 Steuerungsempfehlung für Randsortimente

Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentra-

⁴⁵ Mit einem Bürgerentscheid (28.02.2021) hat sich die Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger gegen die Fortsetzung der Planung entschieden.

⁴⁶ Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

len Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m² VK) mit Kernsortimenten des sonstigen Bedarfs (z. B. Möbel- und Einrichtungshäuser, Bau-, Heimwerker- und Gartenmärkte) sind zentrenrelevante Randsortimente gemäß Vorgabe aus dem Regionalplan⁴⁷ auf maximal 3 % der Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 350 m² VK zu begrenzen. Dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Donzdorf führen.

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in Abstimmung mit der Stadt Donzdorf erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser informellen Planung herzustellen, sind folgende Schritte zu empfehlen:

■ Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Gemeinderat der Stadt Donzdorf als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, in Verbindung mit dem zu Grunde liegenden Einzelhandelsgutachten. Künftig gilt dann das Einzelhandelskonzept als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten, seine Festlegungen sind bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu beachten. Kernpunkte dabei sind:

- Städtebauliche Ziele der Stadt Donzdorf für die künftige Einzelhandelsentwicklung
- Zentren- und Standortstruktur der Stadt Donzdorf
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt Donzdorf“ / des Nahversorgungsstandortes / des Ergänzungsstandortes
- Sortimentsliste der Stadt Donzdorf
- Grundsätze zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

■ Planungsrechtliche Umsetzung im Rahmen der Bauleitplanung:

Die Standortempfehlungen sind möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umzusetzen, entweder durch Anpassung von bestehenden Bebauungsplänen oder durch Erstellung neuer Bebauungspläne. Dabei sollen individuelle Festsetzungen durch einheitliche Sortimentslisten (differenziert nach zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) ersetzt werden. Es ist auf eine einheitliche Verwendung der Festsetzungen und auf Anwendung der Randsortimentsregel zu achten, jeweils auf Basis der Sortimentsliste. Im unbeplanten Innenbereich kann durch § 9 Abs. 2a BauGB verhindert werden, dass an städtebaulich unerwünschten Standorten eine Einzelhandelsentwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Donzdorf entgegensteht. Für die Begründung auf das beschlossene Einzelhandelskonzept zu verweisen.

■ Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen:

Die vorliegende Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Einzelhandel der Stadt Donzdorf und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicher-

⁴⁷ Regionalplan Region Stuttgart, Plansatz 2.4.3.2.4 (Z) 3.

heit. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Stadtkerne eine Entwicklung aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Donzdorf zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (etwa 5 – 7 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Donzdorf und zentralörtliche Struktur in der Region	24
Karte 2:	Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Donzdorf	32
Karte 3:	Nahversorgungssituation in Donzdorf	40
Karte 4:	Nahversorgungsrelevante Angebotsstrukturen im Donzdorfer Umland	41
Karte 5:	Übersicht Zentren- und Standortstruktur in Donzdorf	55
Karte 6:	Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Donzdorf“	58
Karte 7:	Nahversorgungsstandort Netto, Hauptstraße	59
Karte 8:	Ergänzungsstandort „Stellfelbe“	60
Karte 9:	Bebauungsplanentwurf „Stellfelbe II“	63

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Bevölkerungsentwicklung in Donzdorf und der Region	22
Tabelle 2:	Strukturdaten der Stadt Donzdorf	25
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand in der Stadt Donzdorf	27
Tabelle 4:	Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen	28
Tabelle 5:	Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Donzdorf 2018 – 2022	30
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet der Stadt Donzdorf	34

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Untersuchungsaufbau	7
Abbildung 2:	Verwendete GMA-Branchensystematik	8
Abbildung 3:	Ausschnitt aus der Raumnutzungskarte – Stadt Donzdorf	15
Abbildung 4:	Wachstumsraten und Onlineanteile nach Warengruppen 2019	17
Abbildung 5:	Aktuelle Konsumtrends des „hybriden“ Verbrauchers	18
Abbildung 6:	Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels	21
Abbildung 7:	Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Donzdorf	27
Abbildung 8:	Betriebstypenstruktur in Donzdorf	28
Abbildung 9:	Branchenbezogene Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner	36
Abbildung 10:	Wesentliche Bausteine des Einzelhandelskonzeptes	46
Abbildung 11:	Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	53

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1:	Kriterien der Zentrenrelevanz	48
Übersicht 2:	Sortimentsliste der Stadt Donzdorf (zusammenfassende Darstellung)	49
Übersicht 3:	Zentren- und Standortstruktur der Stadt Donzdorf	54