

Kon-^{04/2026} zept

Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Laupheim

Entwurf Beschlussfassung



Impressum

AUFTRAGNEHMER

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner GmbH**
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Dortmund
Handelsregisternummer
HRB 33826
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER

Stadt Laupheim
Stadtplanung
Am Marktplatz 1
88471 Laupheim

VERFASSTER

Dipl.-Ing. Marc Föhler
Geogr. M.A. Andreas Q. Schuder
M.A. Katrin Stellmach

Karlsruhe, 08.04.2026

Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
1	Einführung	4
2	Rechtliche Rahmenbedingungen	6
2.1	Rechtliche Einordnung von Einzelhandelskonzepten	6
2.2	Raumordnerische Regelungen	7
3	Methodik	10
4	Markt- und Standortanalyse	12
4.1	Trends im Einzelhandel	12
4.2	Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen	18
4.3	Gesamtstädtische Nachfrageanalyse	20
4.4	Gesamtstädtische Angebotsanalyse	24
4.5	Städtebauliche Analyse	29
4.6	Nahversorgungsanalyse	41
4.7	Bewertung der Entwicklung seit 2021	43
4.8	Zwischenfazit	44
5	Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung	47
5.1	Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Laupheim	47
5.2	Entwicklungsperspektiven	47
6	Einzelhandelskonzept für Laupheim	56
6.1	Zentrenkonzept	56
6.2	Nahversorgungskonzept	69
6.3	Sonderstandortkonzept	79
7	Sortimentsliste	82
7.1	Methodische Herleitung	82
7.2	Sortimentsliste für Laupheim	83
8	Steuerungsleitsätze	87
8.1	Einordnung und Begründung der Steuerungsleitsätze	87
8.2	Steuerungsleitsätze für Laupheim	87
9	Schlusswort	91
	ANHANG	96

Die Stadt Laupheim verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2021 (Datenstand: 2019)¹, in dem die wesentlichen Zielsetzungen und Grundsätze der kommunalen Einzelhandels- und Standortentwicklung definiert sind. Das bestehende Konzept soll nun an die aktuellen Herausforderungen und Fragestellungen in der Einzelhandelsentwicklung unter Berücksichtigung der spezifischen städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Ausgangssituation sowie gleichzeitig der aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen angepasst werden.

Die Einzelhandelsentwicklung unterliegt bundesweit einer deutlichen Dynamik mit erheblichen Auswirkungen auf städtische Strukturen und Funktionen. Diese Wirkungen sind auch in der Stadt Laupheim zu erkennen: Veränderte Rahmenbedingungen auf der Angebotsseite (z. B. anhaltende Konzentrationsprozesse, Entwicklung neuer Betriebstypen und des Online-Handels, steigende Standortanforderungen) und der Nachfrageseite (z. B. demografischer Wandel, Individualisierungsprozesse, Änderungen im Konsumverhalten) äußern sich in Klein- und Mittelstädten wie Laupheim in Form von Betriebsaufgaben kleinerer, inhabergeführter Geschäfte auf der einen Seite und Einzelhandelsansiedlungen bzw. -verlagerungen von meist flächenintensiven, filialisierten Betrieben auf der anderen Seite.

Den größtenteils betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsunternehmen sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Zusätzlich sind lokale und regionale Strukturmerkmale zu berücksichtigen. Die Stadt Laupheim hat in der Funktion als Mittelzentrum in Bezug auf den Einzelhandel vornehmlich die Versorgung für den qualifizierten Grundbedarf sowie zusätzlich für den gehobenen Bedarf für ihre Bürger und den mittelzentralen Versorgungsbereich zu übernehmen. Die Sicherung und Weiterentwicklung eines leistungsfähigen und gleichzeitig städtebaulich zielführenden Nahversorgungsangebotes und entsprechender Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs zählt somit, insbesondere vor dem Hintergrund der demografischen und gesellschaftlichen Veränderungen, zu den Zukunftsaufgaben von Laupheim. Gleichzeitig gilt es, das Innenstadtzentrum in seiner Funktion als städtebauliche, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Mitte der Stadt zu sichern und weiterzuentwickeln, wie auch die Nahversorgungszentren und -standorte hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion. Inwiefern der Einzelhandel einen Beitrag zu diesem Ziel zu leisten vermag, wird im folgenden Konzept spezifiziert. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielstellungen der Stadt Laupheim eine bedeutende Rolle.

Angesichts der oben beschriebenen Dynamik im Einzelhandel beabsichtigt die Stadt Laupheim daher, die Entwicklung einer gesamtstädtischen Zentren- und Standortstruktur auf Basis einer entsprechend tragfähigen, städtebaulich-funktional ausgewogenen sowie schließlich rechtssicheren Gesamtkonzeption zu

¹ Stadt + Handel (2021): Einzelhandelskonzept für die Stadt Laupheim, Karlsruhe. Nachfolgend abgekürzt als **EHK Laupheim 2021**.

gründen. Hierdurch soll die Leitfunktion des Einzelhandels in der Innenstadt stabilisiert bzw. ausgebaut und dadurch auch die Vitalität und Attraktivität gesichert werden. Nicht zuletzt wird durch die Gesamtkonzeption eine funktionierende, wohnortnahe Grundversorgung gesichert und optimiert. Dabei werden die folgenden Schwerpunkte gesetzt:

- Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption auf Grundlage der Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung.
- Markt- und Standortanalyse (inkl. Darstellung der siedlungsräumlichen Rahmenbedingungen, gesamtstädtische Nachfrage- und Angebotsanalyse, standortspezifische städtebaulich-funktionale Analyse; Nahversorgungsanalyse, Evaluation der Entwicklung des Einzelhandels in Laupheim und der Innenstadt seit Datenstand des EHK Laupheim 2021).
- Überprüfung und Fortschreibung der übergeordneten räumlichen Entwicklungszielstellungen zur Sicherung und Fortentwicklung des Einzelhandels in Laupheim.
- Darstellung von Entwicklungsperspektiven/Handlungsbedarfen unter Berücksichtigung der Bevölkerungsentwicklung, den allgemeinen angebots- und nachfrageseitigen Trends im Einzelhandel sowie der mittelzentralen Versorgungsfunktion Laupheims.
- Überprüfung und Fortschreibung des Laupheimer Zentrenmodells inkl. standortspezifischer Entwicklungszielstellungen
- Überprüfung und Fortschreibung des Nahversorgungskonzeptes
- Überprüfung und ggf. Modifizierung der Laupheimer Sortimentsliste
- Überprüfung und Fortschreibung der Steuerungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzung ermöglichen.

Um auch zukünftig eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Laupheim zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandelskonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung sowie Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern zur Verfügung. Zudem enthält das Einzelhandelskonzept auch Inhalte und Empfehlungen, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: die Wirtschaftsförderung, die örtliche Händlergemeinschaft, das Stadtmarketing sowie die Bürger aus Kunden- und Besucherperspektive.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurde alle wichtigen Zwischenschritte und erarbeiteten Empfehlungen zwischen dem Gutachterbüro Stadt + Handel und der Verwaltung abgestimmt. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die örtlichen Gegebenheiten in Laupheim Berücksichtigung finden.

Rechtliche Rahmenbedingungen

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die relevanten landes- und regionalplanerischen Vorgaben skizziert. Weitere rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. zur Abgrenzung und Schutzfunktion von zentralen Versorgungsbereichen, zu Nahversorgungsstandorten und zur Sortimentsliste) finden sich in den einzelnen Teilkapiteln in inhaltlicher Zuordnung zu den jeweiligen Themenbereichen.

2.1 RECHTLICHE EINORDNUNG VON EINZELHANDELSKONZEPTEN

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: Durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtischer gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger sowie Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in Neben- oder Stadtteilzentren und an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets raumordnerische oder städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (ZVB) gehört.

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung². Der Bundesgesetzgeber hat mit den Novellen des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. Die Bedeutung von kommunalen Einzelhandelskonzepten für die Rechtfertigung der Planung hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) deutlich hervorgehoben.³

Darüber hinaus gewährleistet das vorliegende Einzelhandelskonzept eine Konformität zu den Zielen und Grundsätzen der Landes- und Regionalplanung.

² Vgl. zahlreiche Urteile zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. OVG NRW Urteil vom 19.06.2008 – AZ: 7 A 1392/07, bestätigt das BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – AZ: 4 C 2.08; OVG NRW Urteil vom 15.02.2012 – AZ: 10 D 32/11.NE).

³ Vgl. BVerwG Urteile vom 27.03.2013 – AZ: 4 CN 6/11, 4 CN 7/11, 4 C 13/11.

Das Einzelhandelskonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzeptes ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, damit es in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist.

2.2 RAUMORDNERISCHE REGELUNGEN

Eine wichtige Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden, trotz der kommunalen Planungshoheit, die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend der lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Laupheim wesentlichen Vorgaben aus der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

Landesplanerische Vorgaben

Im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg in der Beschlussfassung vom 21.08.2002 finden sich folgende Ziele **[Z]** und Grundsätze **[G]** zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben, die im Folgenden zusammenfassend dargestellt werden und die bei der Aufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Laupheim Beachtung bzw. Berücksichtigung finden:

- **[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.
- **[3.3.7 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.

Die räumlich-funktionalen Zielstellungen und Konzeptbausteine des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes wurden unter Orientierung an den Vorgaben des LEP Baden – Württemberg in der Beschlussfassung vom 21.08.2002 erarbeitet.

Regionalplanerische Vorgaben

Der für die Stadt Laupheim relevante Regionalplan Donau-Iller als grenzüberschreitende Zusammenarbeit des Landes Baden-Württemberg sowie des Freistaat Bayerns in der Beschlussfassung vom 21. Dezember 2024 beinhaltet folgende regionalplanerische Ziele bezüglich einzelhandelsrelevanter Steuerungsinstrumente, die bei der weiteren Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzepts zugrunde zu legen sind:

- **[G 1]** In allen Städten, Märkten und Gemeinden soll eine angemessene und verbrauchernahe Einzelhandelsversorgung gewährleistet werden.
- **[Z 2]** Flächen für die Ansiedlung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben (regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen nur in Unter-, Mittel- oder Oberzentren ausgewiesen werden. Abweichungen hiervon sind zur Sicherung einer flächendeckenden Grundversorgung möglich. Ausweisungen für Nahversorgungsbetriebe mit bis zu 1.200 m² Verkaufsfläche sind in allen Gemeinden zulässig.
- **[Z 3]** Die planungsrechtlichen Grundlagen für die Ansiedlung von regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten dürfen nur innerhalb der zentralörtlichen Versorgungskerne geschaffen werden. Ausnahmen hiervon sind zur eigenen Versorgung einer Gemeinde oder von Stadt- und Ortsteilen möglich, wenn keine erheblichen Beeinträchtigungen auf die zentralörtlichen Versorgungskerne oder auf andere Kommunen* zu erwarten sind.
- **[Z 4]** Standorte für die Ansiedlung von regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekten müssen städtebaulich integriert sein oder werden. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn das Einzelhandelsgroßprojekt dem Verkauf von nicht-zentrenrelevanten Sortimenten dient.
- **[Z 5]** Die zentralörtlichen Versorgungskerne werden in der Raumnutzungskarte gebietsscharf als Vorranggebiete festgelegt.
- **[G 6]** Die Kommunen mit zentralörtlichen Versorgungskernen nach Z (5) sollen diese im Rahmen der Bauleitplanung in Form von zentralörtlichen Versorgungsbereichen konkretisieren.

- **[Z 7]** Bei regionalbedeutsamen Einzelhandelsgroßprojekten mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb der zentralörtlichen Versorgungskerne angesiedelt werden, sind zentrenrelevante Randsortimente auf 10 % der Verkaufsfläche, höchstens jedoch 800 m², zu beschränken.
- **[Z 8]** Mehrere, in einem räumlich-funktionalen Zusammenhang stehende Einzelhandelsbetriebe sind wie ein einheitliches Einzelhandelsgroßprojekt zu werten, soweit deren gemeinsame Wirkungen raumbedeutsam sind (Agglomeration).
- **[Z 9]** Die regionale Sortimentsliste unterscheidet „nahversorgungsrelevante Sortimente“, „zentrenrelevante Sortimente“ und „nicht zentrenrelevante Sortimente“.
- **[G 10]** Die „in der Regel zentrenrelevanten Sortimente“ können im Rahmen kommunaler Einzelhandelskonzepte den „nicht zentrenrelevanten Sortimenten“ zugeschrieben werden.

3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem Einzelhandelskonzept zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische sowie empirische Erhebungen zurückgreifen.

Im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes sind folgende Leistungsbausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

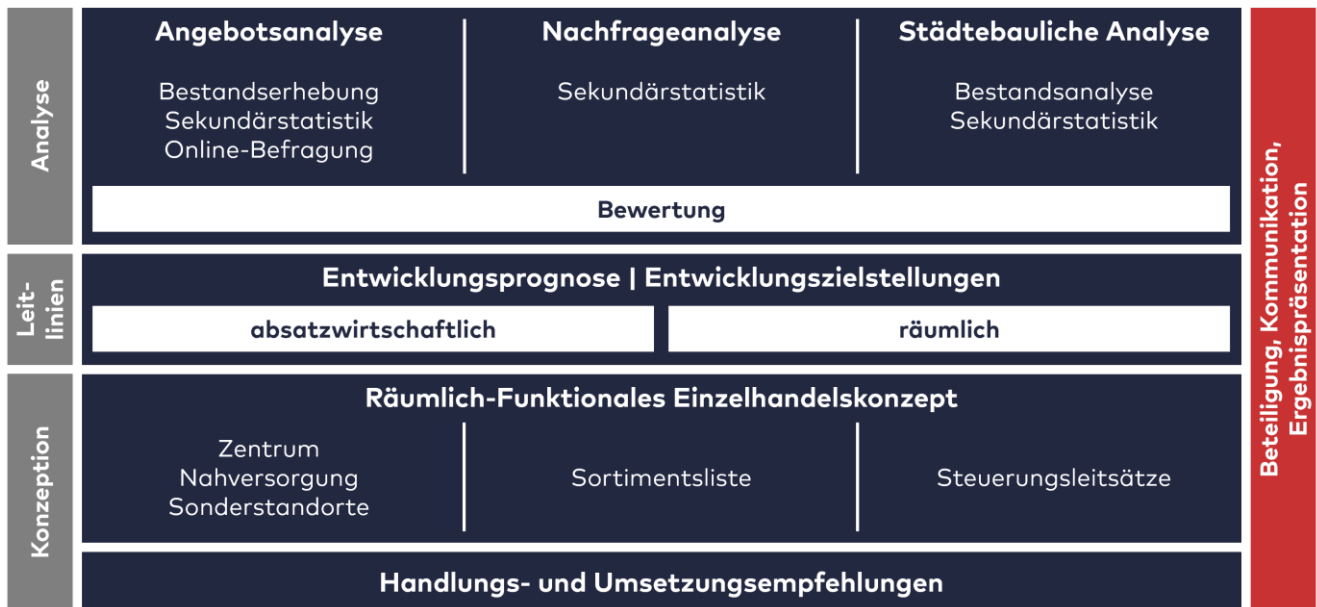


Abbildung 1: Erarbeitungsschritte Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Städtebauliche Analyse

Für zentrale Versorgungsbereiche gemäß EHK Laupheim 2021 erfolgt eine städtebaulich-funktionale Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

Empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kommen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung:

Tabelle 1: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestands- erhebung	Erhebung durch Stadt + Handel	05/2025	Flächendeckende Vollerhebung	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse, zentrenergän- zende Funktionen, Leerstände
Befragung der Innenstadt- akteure	Befragung durch Stadt + Handel	06-07/2025	Onlinebefragung (n = 23)	Betriebsform, Kundenherkunft, Bewer- tung der Innenstadt, Wünsche/Ideen zur Weiterentwicklung der Innenstadt
Sekundärsta- tistische Ana- lysen	Kaufkraftzahlen IFH Retail Consul- tants GmbH	2024	Berechnung der Umsatzwerte durch Stadt + Handel auf Basis bran- chen- und betriebsüblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus Un- ternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Hahn Retail Real Estate Report, IfH Köln, BBE Struktur- und Marktdaten)	

Quelle: Stadt + Handel

Bestandserhebung

Im Mai 2025 wurde eine flächendeckende Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Laupheim sowie der zentrenergänzenden Funktionen in den bisherigen zentralen Versorgungsbereichen sowie deren Umfeld durchgeführt. Die Einzelhandelserfassung erfolgte mittels einer Stichtagerhebung, wobei sämtliche zum Erhebungszeitpunkt vorgefundene Einzelhandelsbetriebe im engeren Sinne sowie zentrenergänzenden Funktionen erfasst wurden.

Bei der vom Planungs- und Gutachterbüro Stadt + Handel durchgeführten Erhebung wurden neben dem Namen und der Adresse der Betriebe insbesondere die Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter, differenziert nach Warensortimenten erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse sowohl der Kern- als auch Nebensortimente realitätsnah abbilden zu können.

Bezogen auf die **Erfassungsmethodik** ist je nach Situation entweder die eigenständige Vermessung der Verkaufsfläche oder die persönliche Befragung des Personals bzw. der Geschäftsinhabenden erfolgt. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts vom November 2016 (u. a. BVerwG 4 C 1.16) fand dabei konsequente Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert.

Befragung der Innenstadtakteure

Im Rahmen der Konzeptfortschreibung erfolgte eine Online-Befragung der Innenstadtakteure (Händler, Gastronomen, Dienstleister) im Zeitraum vom 30.06. bis zum 25.07.2025 statt. Anhand eines überwiegend standardisierten Fragebogens hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, u. a. Angaben zur Betriebsform, der wirtschaftlichen Situation sowie zur digitalen Infrastruktur zu machen. Einen weiteren wichtiger Aspekt war die Bewertung der Innenstadt anhand unterschiedlicher Kriterien, wobei auch offene Antworten möglich waren, z. B. bei der Formulierung von eigenen Wünschen und Ideen für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt. Die Erkenntnisse, welche aus der Befragung gewonnen wurde, fließen direkt in die jeweiligen Kapiteln der Fortschreibung des EHK Laupheim ein.

4

Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstruktur in Laupheim. Einführend werden zunächst die relevanten Trends im Einzelhandel sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

4.1 TRENDS IM EINZELHANDEL

Die derzeit beobachtbaren Verwerfungen im Einzelhandel sind lediglich Vorboten der zukünftigen Entwicklungen. Umso wichtiger ist es, die zentrenbezogenen Wandlungsprozesse systematisch zu erfassen und in ihren Zusammenhängen zu bewerten. Dabei lassen sich folgende Entwicklungsmuster erkennen:

4.1.1 Nachfrageseitige Aspekte

Wertewandel und Individualisierung: Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit⁴, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an.

Demografischer Wandel: Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu. Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeutung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Bringdienste).

Digitalisierung und Online-/Sharing-Affinität: Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen“) wird auf Konsumentenseite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv.

⁴ LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)



Abbildung 2: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse

Quelle: Fotos pixabay, © oneinchpunch/Fotolia, Wikimedia.

Kopplung und Entkopplung von Konsum: Aufgrund der gesellschaftliche Veränderungen, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte *one-stop-shopping* begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Bequemlichkeit und Angebotsvielfalt überwiegen dabei oft die Nähe. Parallel führt der Onlinehandel – vor allem über Smartphones – zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung des Konsums, was die Ausgabebereitschaft zusätzlich steigern kann.

Erlebnisorientierung: Der Erlebniseinkauf spielt nicht nur beim klassischen „Einkaufsbummel“ eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch. Dies führt u. a. zu einem erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

Preis-/Zielgruppenpolarisierung: Obwohl insgesamt wieder ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Die Einkommenspolarisierung spiegelt sich auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage wider: Sowohl hochwertige als auch discountorientierte Angebote sind gefragt, während mittelpreisige Anbieter unter Druck geraten

4.1.2 Angebotsseitige Aspekte

Filialisierung/Konzentration: Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der verschiedenen Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen (s. u.). Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer stark ausgeprägten Filialisierung sprechen. Im Rahmen der Standortpräferenzen der Einzelhandelsunternehmen geht dies mit einer Orientierung auf autokundenorientierte, meist städtebaulich nicht integrierte

Standorte einher. Neben dem Lebensmitteleinzelhandel lassen sich Konzentrationsprozesse auch in vielen anderen Einzelhandelsbranchen feststellen – insbesondere bei SB-Warenhaus-Unternehmen (z. B. Kaufland), Drogeriemärkten (insb. DM, Rossmann), Buchhandlungen (z. B. Thalia), Textil-Kaufhäusern (u. a. H&M, P&C, C&A), Unterhaltungselektronik-Märkten (insb. Media Markt, Saturn) und Sporthaus-Betreibern (z. B. Intersport, SportScheck, Decathlon).

Wandel der Betriebsformen: Neben dem Entstehen und dem Bedeutungsgewinn meist großflächiger Betriebsformen von städtebaulicher Bedeutung, wie z. B. Shopping-Center, Factory-Outlet-Center und Fachmarktzentren, verlieren andere Handelsformate (z. B. Warenhäuser) unter anderem aufgrund ihrer undifferenzierten Zielgruppenansprache und der Einkommens- und Zielgruppenpolarisierung bei den Verbrauchern an Bedeutung. Eindrucksvoll belegt wird diese Entwicklung durch die zahlreichen Schließungen von Warenhäusern (u. a. Hertie, Karstadt) bzw. die Fusion von Warenhausketten (insb. Kaufhof/Karstadt). Moderne Handelsformate weisen in vielen Fällen ein hohes Maß an Spezialisierung (z. B. Bio-Supermärkte, Mode-Geschäfte für spezielle Zielgruppen) und vertikalisierte Wertschöpfungsketten (z. B. Fast-Fashion-Anbieter) auf. Insbesondere Shopping-Center investieren verstärkt in Branchenmix, Verweilqualität und Nutzungsvielfalt jenseits des Einzelhandels, v. a. in Gastronomieangebote. Sie entwickeln sich systematisch zu sozialen Orten und vermarkten sich als „Ort der Überraschung“. Die Aufgabe von Innenstädten wird es zukünftig sein, einen für Besuche attraktiven Mix aus Einkauf, Erlebnis, Gastronomie, Kultur und Entertainment sicherzustellen.

Umsatzentwicklung: Der bis 2014 zu beobachtende Trend zurückgehender Flächenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen stationärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben einem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die weiter oben beschriebenen Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bedingt. Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre) Umsätze und Flächenproduktivitäten v. a. bedingt durch den Online-Handel. Aus diesem Grund ist eine zielgruppenspezifische Ansprache hier besonders wichtig, damit Kunden ihren Einkauf weiterhin im stationären Einzelhandel tätigen.

Digitalisierung: Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und lag im Jahr 2021 unter anderem bedingt durch einen verstärkten Online-Absatz hervorgerufen durch die COVID-19 Pandemie bereits bei rd. 86,7 Mio. Euro (rd. 14,7 % des Einzelhandelsumsatzes) (siehe Abbildung 3). Der Kennwert für 2023 zeigt, dass der Online-Anteil nach einem Rückgang 2022 wieder auf rd. 85,4 Mio. Euro angestiegen ist (rd. 13,2 % des Einzelhandelsumsatzes). Für 2025 wird wieder ein Anstieg der Umsätze im Onlinehandel (90,0 Mio. Euro bzw. Umsatzanteil von 13,6 %) erwartet. Sortimentsspezifisch sind große Unterschiede festzustellen. Während der Online-Umsatzanteil v. a. in innenstadtaffinen Warengruppen am höchsten ist, sind im Bereich des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels bislang noch vergleichsweise geringe Online-Umsatzanteile festzustellen⁵. Auch wenn dieses Segment langfristig an Dynamik gewinnen wird, so konzentrieren sich erste Entwicklungen auf Metropolen und

⁵ Vgl. HDE/IFH 2024.

Ballungsräume, in denen aktuell bereits erfolgsversprechende Modelle zur Online-Bestellung von Lebensmitteln umgesetzt werden.

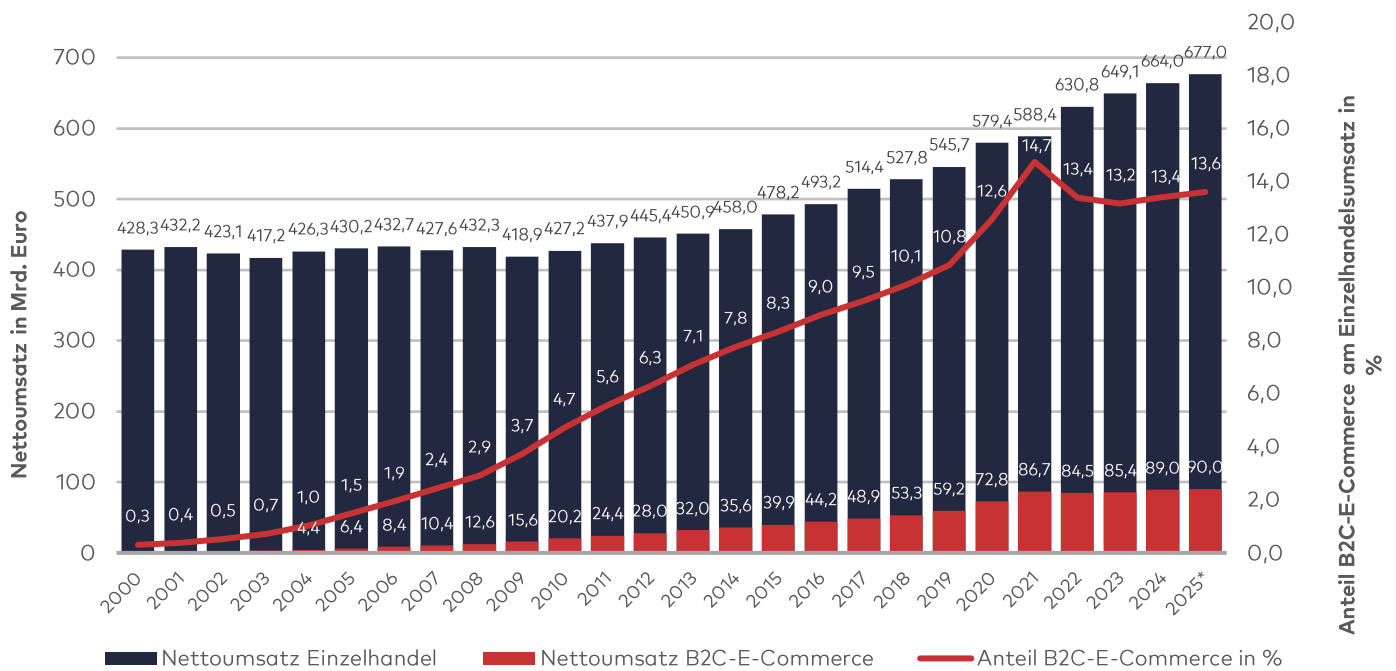


Abbildung 3: Entwicklung des Online-Anteils am Einzelhandelsumsatz *Prognose

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Fokus: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel

Die bereits seit längerem beobachtbaren Entwicklungstrends zu weniger und größeren Einheiten sowie die zunehmende Standortkonzentration in Form von Fachmarktstandorten haben in den vergangenen Jahren weiter an Bedeutung gewonnen.

Wandel der Betriebsformen: Der in den letzten Jahrzehnten vollzogene Wandel der Betriebsformen umfasst erhebliche Veränderungen der Betriebs- und Standortstrukturen im Lebensmittel- und Drogeriewareneinzelhandel. Betrachtet man beispielsweise die Entwicklung der absoluten Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Lebensmitteleinzelhandel, so lässt sich deutschlandweit ein Rückgang i. H. v. rd. 15 % attestieren (siehe Abbildung 4).

Differenziert man die Gesamtwerte anhand der jeweiligen Betriebstypen, sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen zu registrieren. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (hinsichtlich Anzahl der Betriebe und Umsätze) ergeben sich insbesondere für die Supermärkte, welche maßgeblich vom Wertewandel profitieren. Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmitteldiscounter nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und teilweise den 2000er Jahren gegenwärtig im Übergang zu einer Reifephase. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes infolge eines Trading-Up-Prozesses sowie einer Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen.

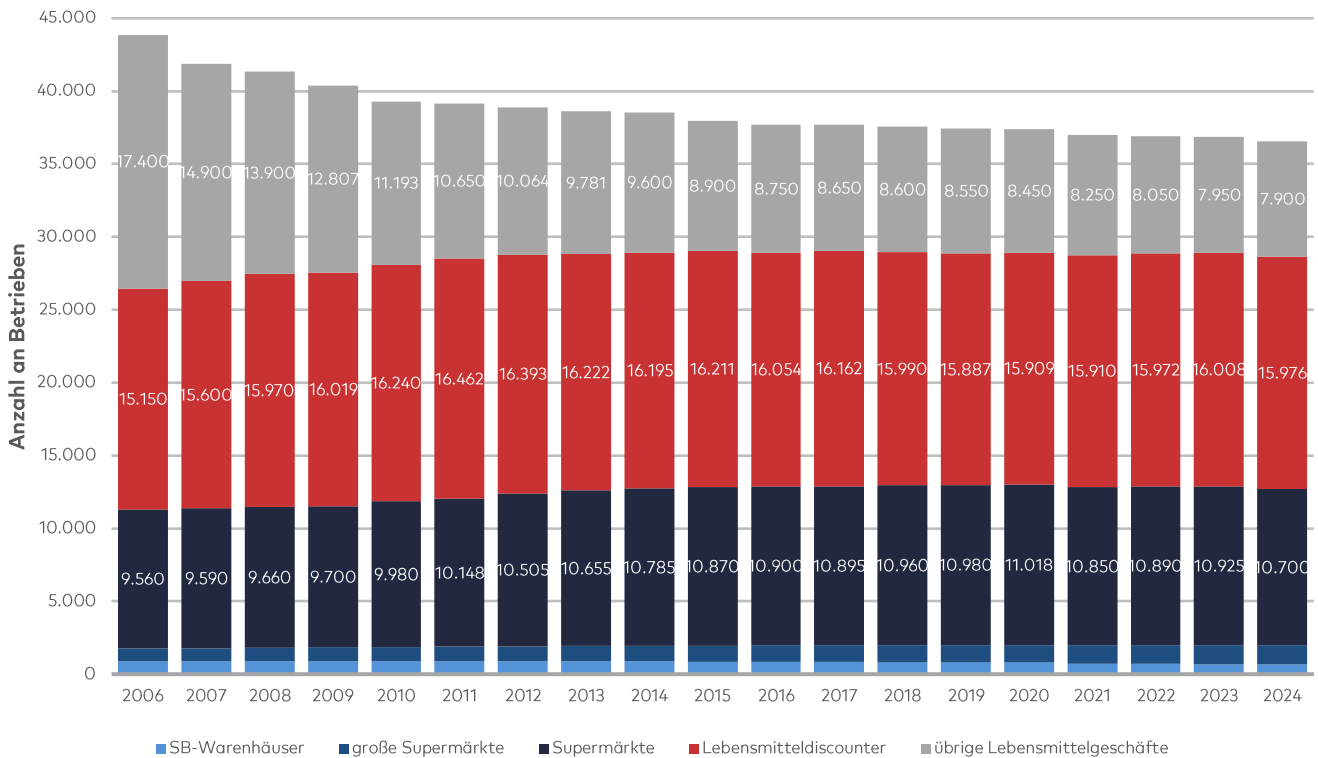


Abbildung 4: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute; Supermärkte (400 – 2.499 m²), große Supermärkte (2.500 – 4.999 m²), SB-Warenhäuser (> 5.000 m²).

Auch Drogeriefachmärkte stellen zunehmend hybride Betriebskonzepte dar und positionieren sich als „Kleinkaufhäuser“ mit einem entsprechend großen Warenspektrum. Die somit gleichermaßen hohe Bedeutung für die Nahversorgung und für die zentralen Versorgungsbereiche gilt es daher verstärkt und sorgfältig abzuwägen.

Verkaufsflächenentwicklung: Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist im Lebensmittelhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpassungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen sowie einer steigenden Sortimentsbreite und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen) ergibt⁶. Bei den Lebensmitteldiscountern ist zeitgleich zu den sinkenden Filialzahlen eine moderat steigende Verkaufsfläche zu verzeichnen (siehe Abbildung 5). Dies ist Resultat eines grundlegenden Trading-Up Prozesses des Betriebstypus, welcher im Bereich der Expansion und der Modernisierung von Bestandsstandorten eine deutliche Tendenz zu signifikant größeren Markteinheiten erkennen lässt und mit einer Überprüfung/Straffung des Standortnetzes durch die Marktteilnehmer einhergeht.

⁶ Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche: Lebensmitteldiscounter 2006 rd. 706 m², 2016 rd. 804 m² (+14 %); (große) Supermärkte 2006 rd. 1.063 m², 2016 rd. 1.245 m² (+17 %).

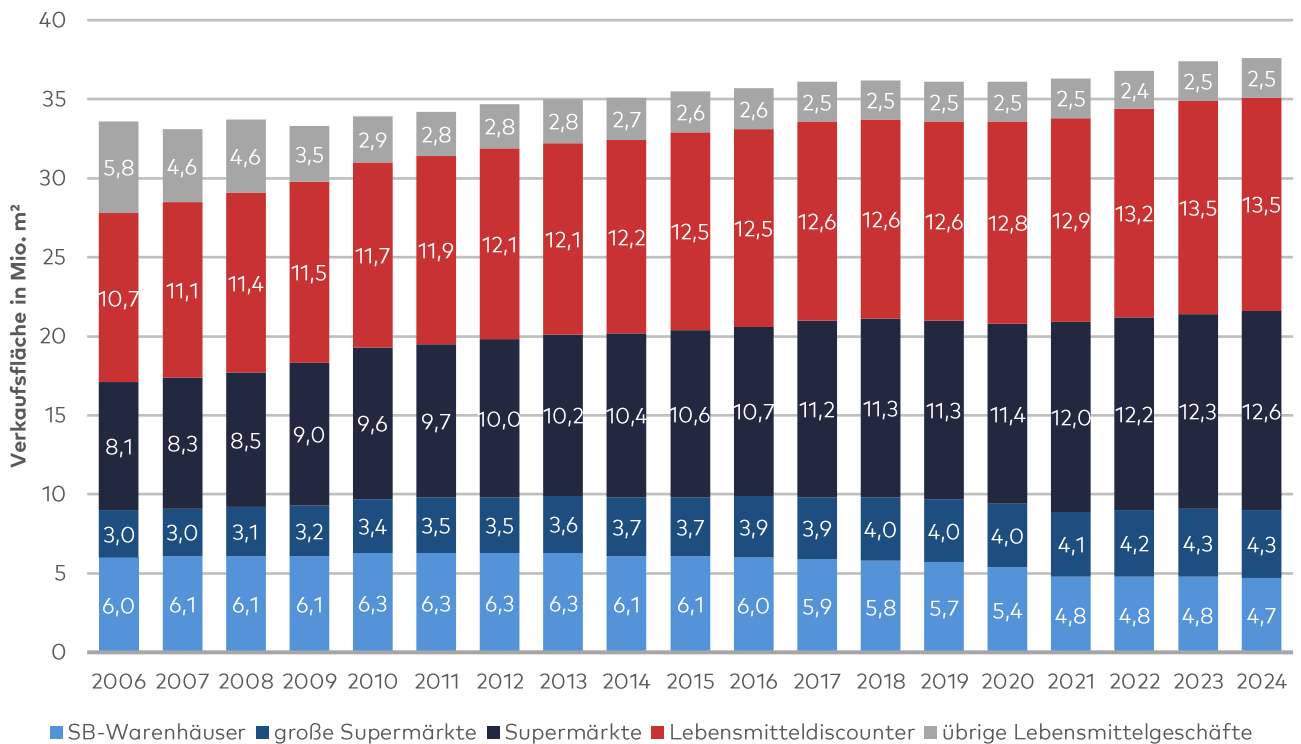


Abbildung 5: Gesamtverkaufsfläche der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland nach Betriebsformen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Bei Drogeriefachmärkten lässt sich aktuell als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen ein lebhaftes Expansionsgeschehen beobachten, welches sich im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung fokussiert.

Verkaufsflächen- und Standortansprüche: Auch wenn es für Supermärkte (und neuerdings auch verstärkt für Lebensmitteldiscounter) kleinere City- und Metro-polfilialkonzepte gibt, werden diese von den Einzelhandelsunternehmen nur an sehr frequenzstarken Lagen bzw. Standorten mit einem überdurchschnittlich hohen Kaufkraftpotenzial realisiert. Bei Standard-Betriebskonzepten außerhalb hoch verdichteter Stadträume, ist aktuell von einer Mindestgröße von 800 m² bis 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen auszugehen⁷. Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch zunehmend bereit, von ihren standardisierten Marktkonzepten abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Parkplatzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadtregionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen.

⁷ Werte gelten für Lebensmitteldiscounter, Supermärkte i. d. R. mit deutlich höheren Verkaufsflächenansprüchen.

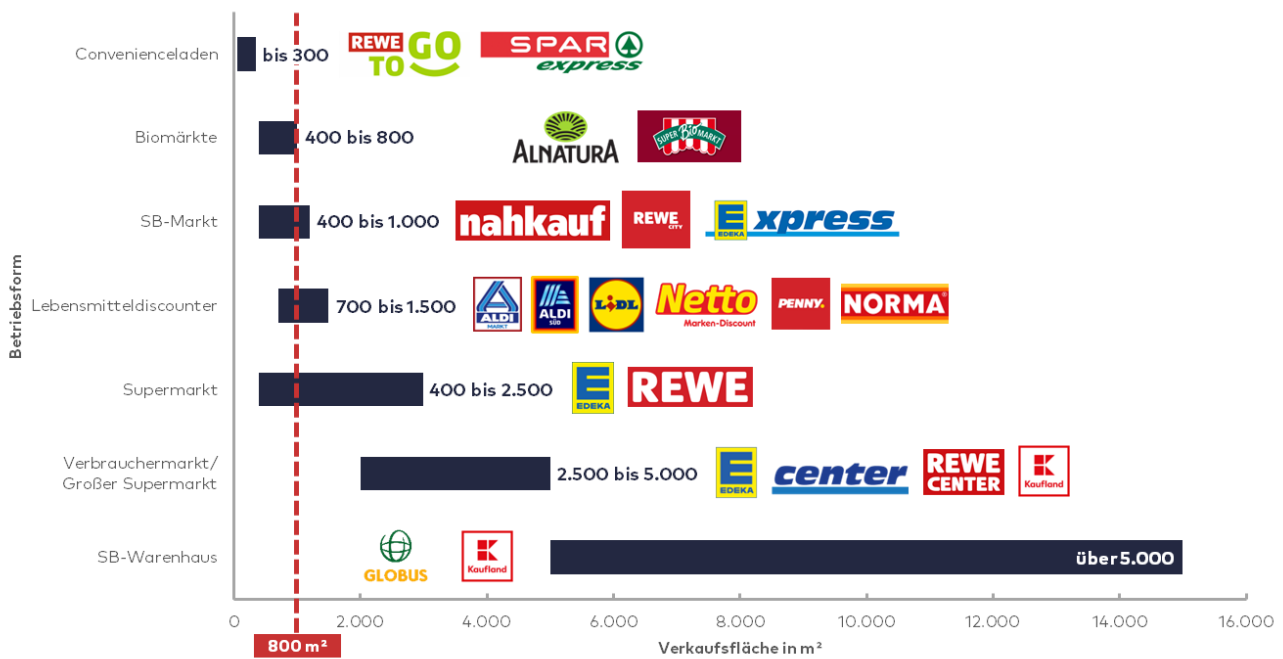


Abbildung 6: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

4.2 SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Im Folgenden werden die relevanten siedlungsräumlichen Faktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur vorgestellt. Eine Darstellung weiterer relevanter angebots- und nachfrageseitiger Parameter folgt in den Kapiteln 4.3 bis 0.

Die Stadt Laupheim im Landkreis Biberach zählt insgesamt 23.015 Einwohner⁸. Bis zum Jahr 2030 wird eine Bevölkerungsentwicklung von – 0,6 % prognostiziert⁹. Insgesamt gliedert sich Laupheim neben der Kernstadt in vier weitere Stadtteile: Bihlafingen, Baustetten, Obersulmetingen und Untersulmetingen.

Im Hinblick auf die siedlungsräumlichen Rahmenbedingungen ergibt sich aus dem dargestellten Gefüge der zentralen Orte das Wettbewerbsumfeld der Stadt Laupheim im regionalen Kontext. Laupheim fungiert selbst als Mittelzentrum und steht in enger räumlicher Beziehung zu weiteren Mittelzentren in der Region – Biberach an der Riß im Süden (ca. 25 km), Ehingen (Donau) im Westen (ca. 17 km) sowie Illertissen im Osten (ca. 20 km). Die Lage wird zudem durch die Nähe zum Oberzentrum Ulm/Neu-Ulm im Norden (ca. 25 km) geprägt.

Laupheim ist verkehrlich über die Bundesstraßen B30 sowie mehrere umliegende Landstraßen an das überregionale Straßennetz angebunden, wodurch eine Verbindung zu den umliegenden Mittel- und Oberzentren gewährleistet ist. Ein direkter Autobahnanschluss besteht nicht; die nächstgelegenen Autobahnen A 7 und A 8 sind jedoch über die Bundesstraße erreichbar.

Im öffentlichen Personennahverkehr ist Laupheim Teil des regionalen Busnetzes des Donau-Iller-Nahverkehrsverbunds (DING) und über verschiedene Linien mit

⁸ Einwohner: Stadt Laupheim (Stichtag: 31.12.2024)

⁹ Prognose: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

den Nachbargemeinden verbunden. Darüber hinaus verfügt die Stadt mit den Bahnhöfen Laupheim West und Laupheim Stadt über eine gute Anbindung an das regionale Bahnnetz in Richtung Ulm, Biberach und Stuttgart.

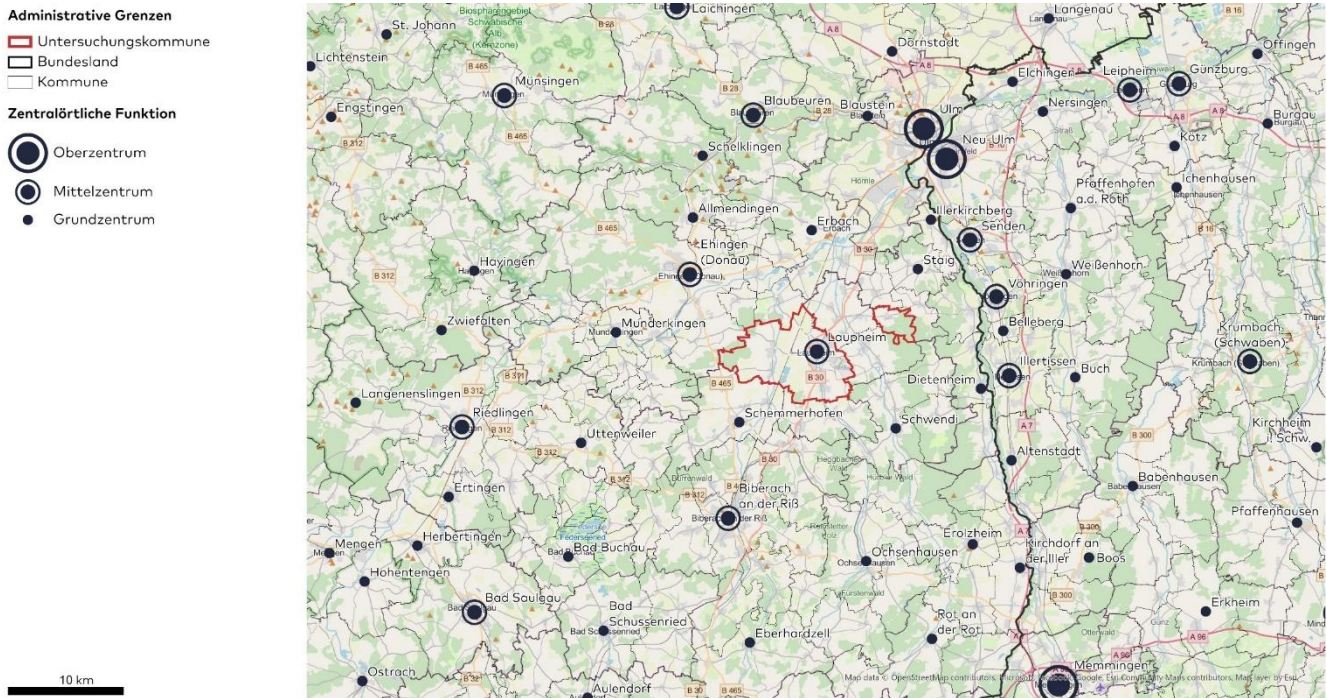


Abbildung 7: Zentrengefüge im Umfeld der Stadt Laupheim

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ZÖF: BBSR 2008 (aktualisiert durch Stadt + Handel); Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

4.3 GESAMTSTÄDTISCHE NACHFRAGEANALYSE

Neben den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der statistischen Ämter des Bundes und der Länder sowie der IfH Retail Consultants GmbH zurückgegriffen.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Bewohner der Stadt Laupheim verfügen über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 189 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 8.209 Euro je Einwohner. Die lokal verfügbare Kaufkraft verteilt sich differenziert auf die unterschiedlichen Warengruppen. Dabei ist festzustellen, dass die Kaufkraft in den verschiedenen Bedarfsbereichen in unterschiedlichem Maße in der Stadt umgesetzt wird. Der größte Anteil der Kaufkraft mit rd. 3.292 Euro je Einwohner entfällt dabei auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) (siehe Tabelle 2).

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Euro	Kaufkraft je Einwohner in Euro
Nahrungs- und Genussmittel	75,8	3.292
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	10,8	468
zoologischer Bedarf	1,7	73
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Basteln	5,9	255
Kurzfristiger Bedarfsbereich	94,1	4.087
Bekleidung	15,2	661
Schuhe/Lederwaren	3,9	167
Pflanzen/Gartenbedarf	5,8	252
Baumarktsortiment i. e. S.	12,4	541
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	3,9	171
Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	3,4	147
Sportartikel/Fahrräder/Camping	6,9	300
Mittelfristiger Bedarfsbereich	51,5	2.239
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik, Apotheken	6,4	276
Dekostoffe/Gardinen/ HBT/ Kurzwaren/ Sicht - und Sonnenschutz/Teppiche	2,6	113
Bettwaren/Matratzen	1,2	54
Möbel	10,5	456
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	6,3	273
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	12,4	538
Uhren/Schmuck	2,2	98
Sonstiges	1,8	77
Langfristiger Bedarfsbereich	43,3	1.883
Gesamt	188,9	8.209

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 05/2025; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2024; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer¹⁰ beträgt in Laupheim rd. 107 und liegt damit über dem Bundesdurchschnitt von 100. Die Mehrzahl an Nachbarkommunen verfügen über ein durchschnittliches bis überdurchschnittliches Kaufkraft-

¹⁰ Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

niveau. Eine Ausnahme bilden z.B. die östlich an der Grenze zum Bundesland Bayern gelegene Stadt Dietenheim oder die nördliche Stadt Erbach (siehe Abbildung 8).

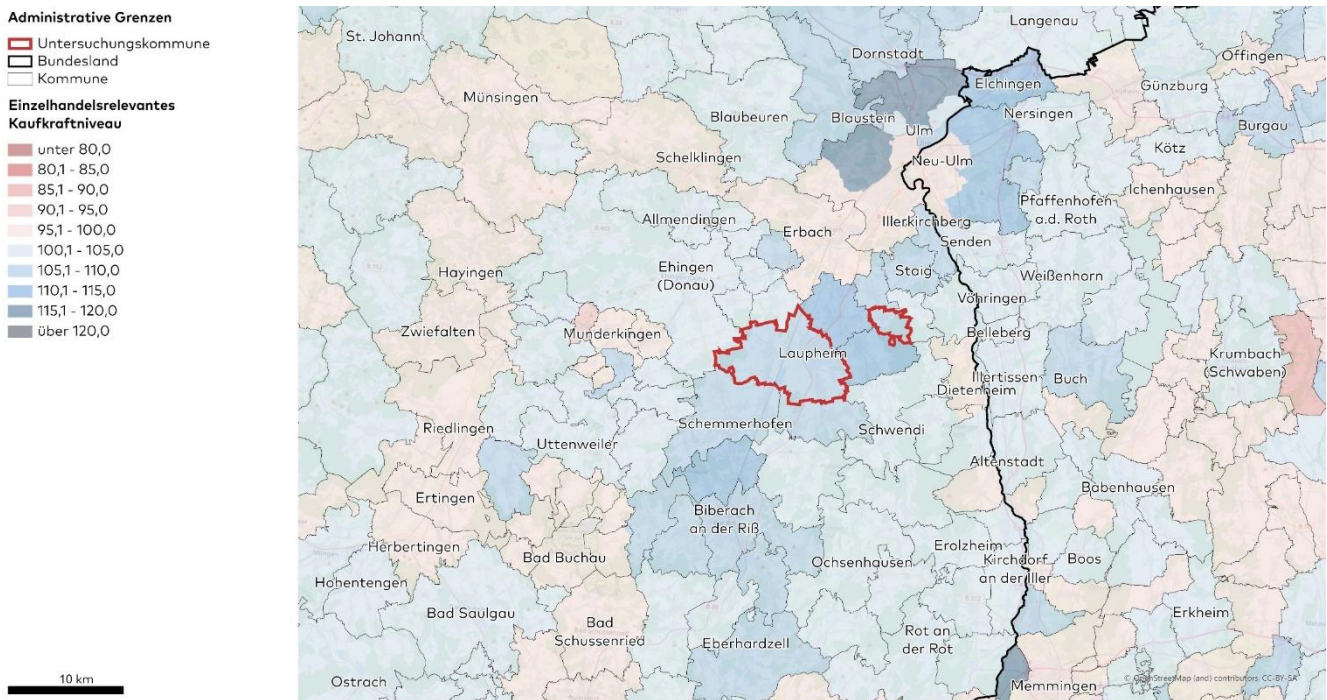


Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Laupheim und Umgebung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2024; Kartengrundlage ESRI (2018) PLZ-Gebiete.

Die genannten Kennziffern zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau ermöglichen eine Einschätzung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes. Ergänzend hierzu dient die von Stadt + Handel durchgeführte Befragung der Innenstadtakteure (06-07/2025), die Erkenntnisse zur Kundenherkunft liefert (Abbildung 9).

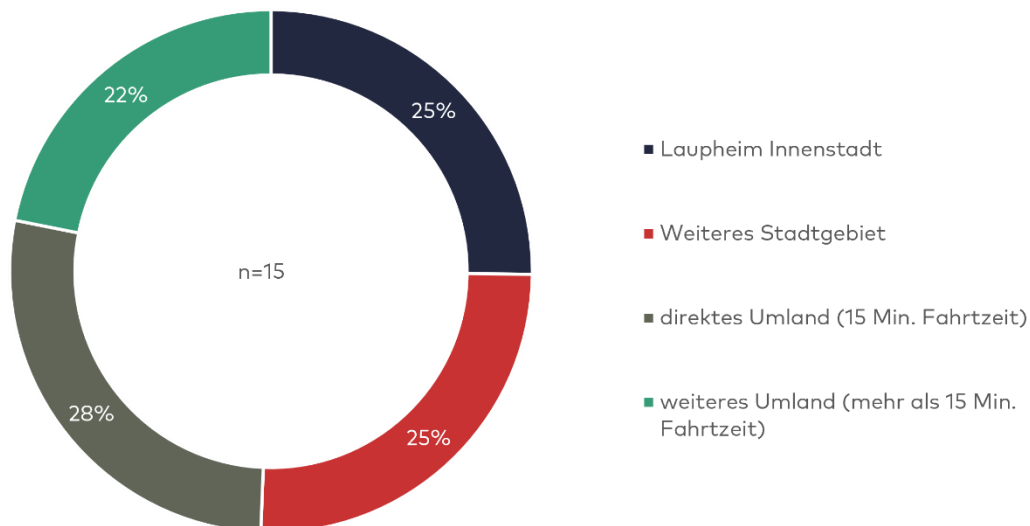


Abbildung 9: Befragung der Innenstadtakteure- Kundenherkunft

Quelle: Darstellung Stadt + Handel Befragung Stadt + Handel 06-07/2025.

Bei der Befragung der Innenstadtakteure zur Herkunft der Kunden geben die Befragten an, dass 50 % ihrer Kunden aus dem Stadtgebiet von Laupheim stammen, davon jeweils die Hälfte aus der Innenstadt und aus dem übrigen Stadtgebiet. Weitere 28 % der Kunden sollen laut den Befragten aus dem direkten Umland kommen, was die Versorgungsfunktion Laupheims sowohl für die eigenen Bürger als auch für den umliegenden Mittelbereich unterstreicht. 22 % der Kunden stammen aus dem weiteren Umland, wodurch die Bedeutung Laupheims als Einkaufsstandort über das direkte Umland hinaus deutlich wird.

4.4 GESAMTSTÄDTISCHE ANGEBOTSANALYSE

Im Stadtgebiet von Laupheim wurden im Rahmen der Einzelhandelserhebung (05/2025) insgesamt 119 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 49.700 m² verfügen (siehe Tabelle 3). Um eine Bewertung vornehmen zu können, wird die Gesamtverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass Laupheim mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 2,2 m² je Einwohner deutlich über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,50 m² VKF/Einwohner¹¹) liegt.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand in Laupheim

Strukturdaten	Erhebung 2025
Einwohner	23.015
Anzahl der Betriebe	119
Gesamtverkaufsfläche in m ²	49.700
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	2,2

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 05/2025; Einwohner: Stadt Laupheim (Stand: 31.12.2024, nur Hauptwohnsitz); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Bei einer Differenzierung nach Lagen wird deutlich, dass in Laupheim der überwiegende Anteil der Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich integrierten Lagen (rd. 34% in ZVB und rd. 23 % in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen) angesiedelt sind. Die übrigen Betriebe sind mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 43 % in städtebaulich nicht integrierten Lagen angesiedelt. Abbildung 10 stellt die in Laupheim erfasste Verkaufsfläche differenziert nach Warengruppen und Lagebereichen dar.

¹¹ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

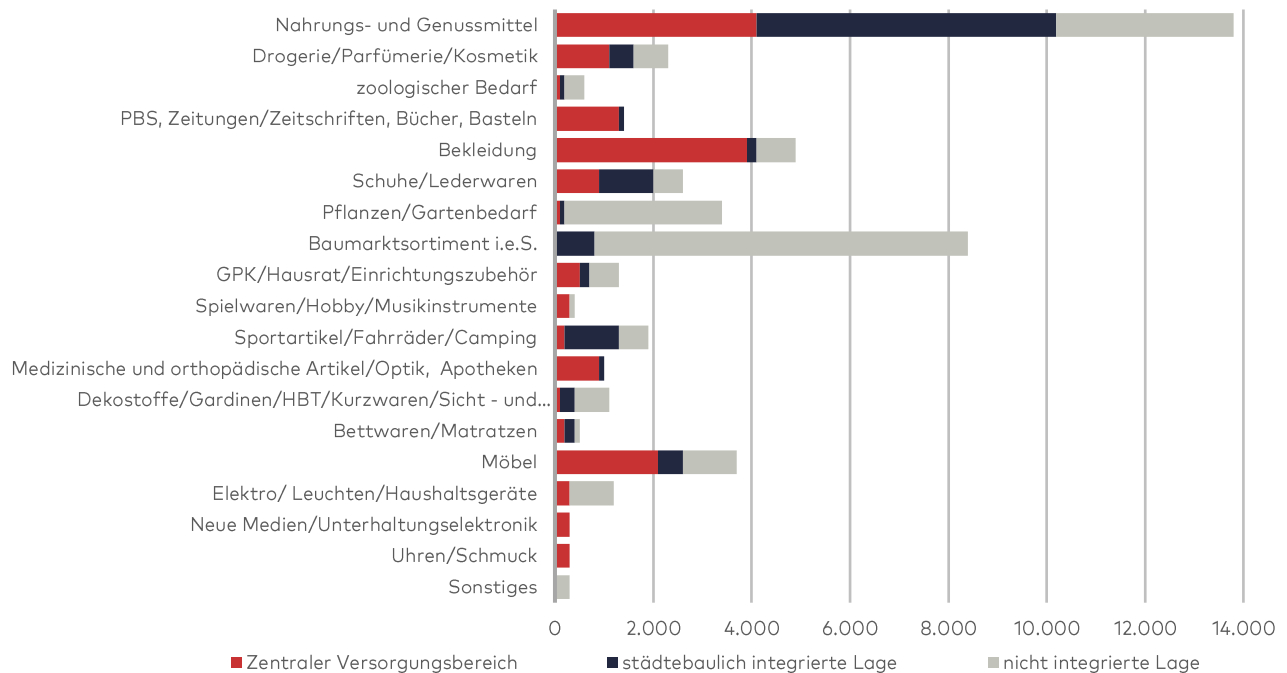


Abbildung 10: Einzelhandelsbestand in Laupheim nach Warengruppen und Lagebereichen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 05/2025; ZVB-Abgrenzung: EHK Laupheim 2021; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör, Kinderwagen, Erotikartikel.

Hinsichtlich der sortimentspezifischen Verkaufsfläche und deren städtebaulicher Integration sind insbesondere die folgenden Punkte von höherer Relevanz für die weiteren konzeptionellen Empfehlungen:

- Das Einzelhandelsangebot in Laupheim ist hinsichtlich der Verkaufsfläche überwiegend geprägt durch die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Dies begründet sich v. a. durch großflächige Angebotsformen (u. a. Kaufland und EDEKA-Center), die in einer städtebaulich integrierten Lage vorzufinden sind.
- In den klassischen innerstädtischen Leitsortimenten (insb. Bekleidung und Schuhe/Lederwaren) ist sowohl absolut als auch relativ betrachtet ein hoher Anteil der Verkaufsfläche im Innenstadtzentrum und nachgeordnet in städtebaulich integrierten Bereichen verortet. Ein deutlich geringerer Anteil der Leitsortimente befindet sich in städtebaulich nicht integrierten Bereichen.
- Das Verkaufsflächenangebot in städtebaulich nicht integrierter Lage besteht überwiegend aus den Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf und Baumarktsortiment i. e. S.. Betriebe mit diesen Sortimenten sind aufgrund ihres flächenintensiven Charakters i.d.R. weder für eine Ansiedlung in zentralen Versorgungsbereichen geeignet noch sind diese Branchen in funktionaler Hinsicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche. Ein erheblicher Verkaufsflächenanteil der Warengruppe Baumarktsortiment i. e. S. befindet sich am Sonderstandort „Neue Welt“.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass das Einzelhandelsangebot in Laupheim hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und dem Anteil der Verkaufsfläche als leicht unterdurchschnittlich für ein Mittelzentrum zu bewerten ist. Die überwiegende Verortung der Verkaufsflächen im Innenstadtzentrum bzw. in städtebaulich integrierten Lagen ist zudem positiv einzuordnen.

Umsatz und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze¹² im Einzelhandel der Stadt basiert auf allgemeinen und für die Stadt spezifizierten angebots- und nachfrageseitigen Eingangsparametern.

Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung dienen **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifische Kennwerte einzelner Anbieter**. Das umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.

Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die **konkrete Situation vor Ort** berücksichtigt werden. So fließen in Einzelfällen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität (insb. Tourismus) der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.

Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortimentspezifischen Umsätze werden mit nachfrageseitigen Rahmenbedingungen (siehe dazu Kapitel 4.3) plausibilisiert. Dazu zählen insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft sowie weitere sozioökonomische Entwicklungen (z. B. Pendlerverflechtungen).

Im Rahmen eines Desk-Researchs werden die **relevanten Wettbewerbsstrukturen im engeren und weiteren Umfeld** identifiziert und hinsichtlich ihrer Wechselwirkung mit den Angeboten in der Stadt beurteilt. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen im engeren Umfeld sowie die großflächigen Einzelhandelsstandorte und Innenstädte der Nachbarkommunen im weiteren Umfeld von besonderer Bedeutung.

Insgesamt lässt sich hieraus ein Einzelhandelsumsatz von rd. 185 Mio. Euro brutto je Jahr für die gesamte Stadt ermitteln. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 189 Mio. Euro ergibt sich somit eine Einzelhandelszentralität¹³ (Zentralität) von rd. 98 %. Diese ist angesichts der zentralörtlichen Funktion der Stadt als Mittelzentrum als unterdurchschnittlich zu bewerten. Wie Tabelle 4 zu entnehmen ist, fällt die Zentralität in der Stadt je nach Warengruppe sehr differenziert aus.

¹² Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

¹³ Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) ermittelt sich anhand der Relation aus dem Einzelhandelsumsatz einer Kommune oder sonstigen Gebietseinheit zur vor Ort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft (Umsatz-Kaufkraft-Relation). Bei einer Zentralität von über 100 % sind im Saldo Kaufkraftzuflüsse, bei einem Wert unter 100 % dagegen im Saldo Kaufkraftabflüsse anzunehmen.

Tabelle 4: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralität in Laupheim

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität in %
Nahrungs- und Genussmittel	13.800	89,7	75,8	118
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	2.300	14,3	10,8	133
zoologischer Bedarf	600	1,2	1,7	69
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Basteln	1.400	6,2	5,9	106
Kurzfristiger Bedarfsbereich	18.200	111,4	94,1	118
Bekleidung	4.900	12,8	15,2	84
Schuhe/Lederwaren	2.600	5,3	3,9	138
Pflanzen/Gartenbedarf	3.300	5,3	5,8	91
Baumarktsortiment i. e. S.	8.400	16,0	12,4	129
GPK/Hausrat/Einrichtungszu- behör	1.300	2,9	3,9	74
Spielwaren/Hobby/Musikinstru- mente	500	1,8	3,4	53
Sportartikel/Fahrräder/Cam- ping	1.900	6,4	6,9	93
Mittelfristiger Bedarfsbereich	22.900	50,5	51,5	98
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik, Apotheken	1.000	6,6	6,4	104
Dekostoffe/Gardinen/HBT/ Kurzwaren/Sicht- und Sonnen- schutz/Teppiche	1.100	1,8	2,6	69
Bettwaren/Matratzen	400	0,8	1,2	67
Möbel	3.700	3,9	10,5	37
Elektro/Leuchten/Haushaltsge- räte	1.200	4,0	6,3	64
Neue Medien/Unterhaltungs- elektronik	300	3,1	12,4	25
Uhren/Schmuck	300	2,0	2,2	89
Sonstiges	400	0,7	1,8	40
Langfristiger Bedarfsbereich	8.500	22,9	43,3	53
Gesamt	49.700	184,8	188,9	98

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 05/2025; Kaufkraft: Institut für Handelsforschung (IFH) 2024; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör, Kinderwagen, Erotikartikel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

In der zentren- und nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel wird eine Zentralität von 118 erreicht, was einen Kaufkraftzufluss von außerhalb Laupheims bedeutet. In den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs Drogerie/Parfümerie/Kosmetik und PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Basteln wird mit Zentralitäten von 133 und 106 ist ebenfalls ein sehr

deutlicher bzw. sehr marginaler Kaufkraftzufluss aus den umliegenden Gemeinden nach Laupheim erkennbar. Lediglich in der Warengruppe zoologischer Bedarf ist mit einer Zentralität von 69 ein Kaufkraftabfluss aus der Stadt Laupheim im kurzfristigen Bedarfsbereich erkennbar. Insgesamt erfüllt die Stadt Laupheim demnach im kurzfristigen Bedarfsbereich ihre Versorgungsfunktion nicht nur für das eigene Stadtgebiet, sondern auch für angrenzende Kommunen.

Im mittelfristigen Bedarfsbereich weist Laupheim eine durchschnittliche Zentralität von 98 auf. Die Stadt Laupheim hat neben der Versorgung mit Gütern des qualifizierten Grundbedarfs auch die Versorgung für den gehobenen Bedarf für die Bürger von Laupheim und den Mittelbereich zu übernehmen. In einigen Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs, wie z.B. Baumarktsortiment i. e. S. (129) sowie Schuhe/Lederwaren (138), weist Laupheim teilweise deutlich überdurchschnittliche Zentralitäten auf, was aufgrund der Angebotsstrukturen aus deutlichen Kaufkraftzuflüssen aus den umliegenden Kommunen resultiert. Die niedrigsten Zentralitäten werden mit rd. 53 bzw. rd. 74 in den Warengruppen Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente sowie GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör erreicht, wodurch keine vollständige Bindung der Kaufkraft besteht und Kaufkraftabflüsse ins Umland zu verzeichnen sind.

In den Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereichs zeigen sich in Laupheim in fast allen Bereichen unterdurchschnittliche Zentralitäten bzw. Kaufkraftabflüsse, was auf entsprechend fehlende Angebotsstrukturen hinweist. Die niedrigste Zentralität wird mit rd. 25 in der Warengruppe Neue Medien/Unterhaltungselektronik erreicht. Eine weitere niedrige Zentralität von rd. 37 entfällt auf die Warengruppe Möbel. Die höchste Zentralität im langfristigen Bedarfsbereich wird mit rd. 104 in der Warengruppe Medizinische und orthopädische Artikel/Optik/Apotheken erreicht, was auf einen Kaufkraftzufluss hindeutet.

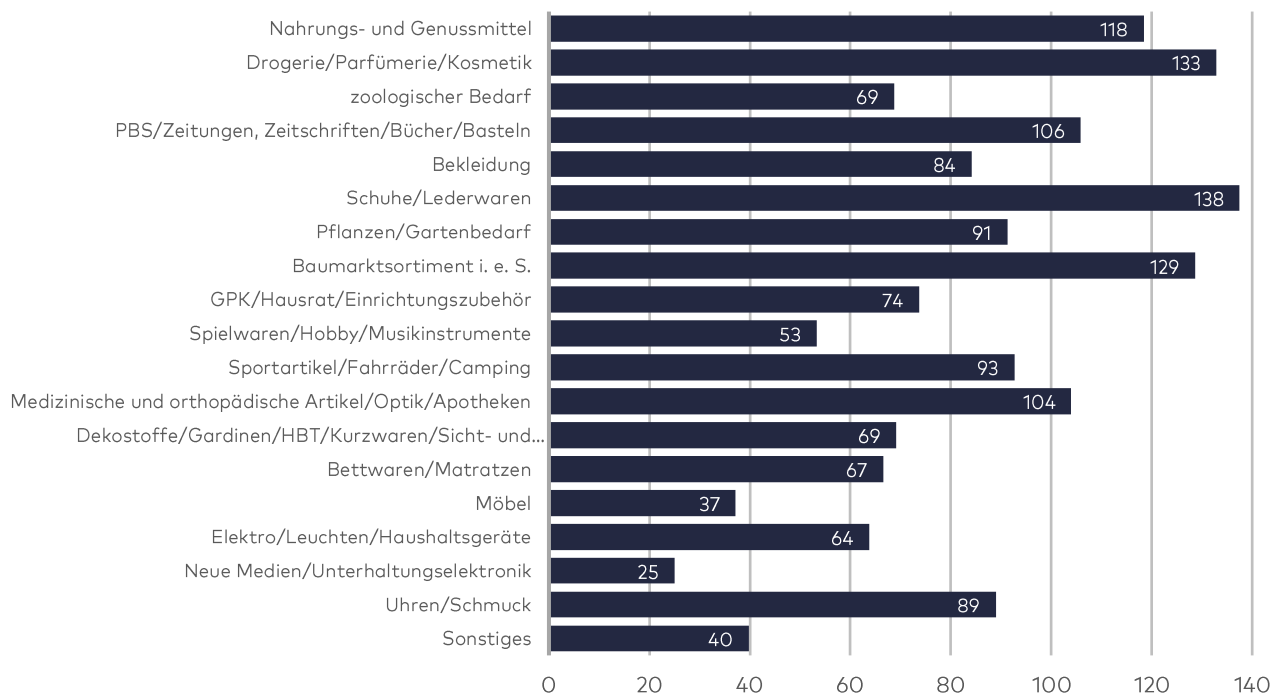


Abbildung 11: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität in Laupheim

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren, GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u.a. Kfz-Zubehör.

Anhand der dargestellten Zentralitäten insbesondere in den Warengruppen des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs zeigt sich, dass Laupheim den zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsauftrag für die Stadt und die umliegenden Kommunen, v. a. in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten in großen Teilen erfüllen kann. Die Versorgungsfunktion ist jedoch in Abhängigkeit von der jeweiligen Warengruppe differenziert zu bewerten.

4.5 STÄDTEBAULICHE ANALYSE

Vor dem Hintergrund der dargestellten Markt- und Standortanalysen werden nachfolgend die gemäß EHK Laupheim 2021 festgelegten zentralen Versorgungsbereiche analysiert. Dabei liegt der Betrachtungsfokus insbesondere auf den strukturellen Veränderungen gegenüber den Bestandsdaten aus dem Jahr 2019.

4.5.1 ZVB Innenstadtzentrum Laupheim

ZVB INNENSTADTZENTRUM LAUPHEIM

Städtebauliche Analyse

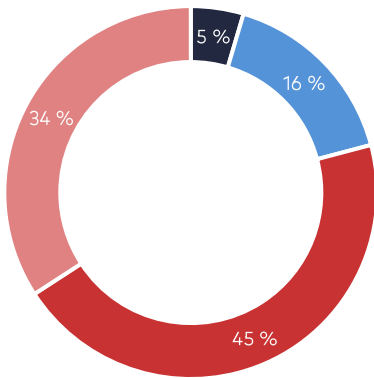
Versorgungsbereich

gesamstädtisch und z.T. überörtlich

- Funktion**
- Nahrungs- und Genussmittel
 - sonstiger kurzfristiger Bedarf
 - mittelfristiger Bedarf
 - langfristiger Bedarf
 - Zentrenergänzende Funktion
 - Leerstand
- Betriebsgrößenstruktur in m²**
- unter 100 m²
 - 100 - 399 m²
 - 400 - 799 m²
 - 800 - 1.499 m²
 - 1.500 - 2.499 m²
 - 2.500 - 4.999 m²
 - ab. 5.000 m²
- Zentren- und Standortabgrenzungen**
- ZVB-Abgrenzung EHK alt



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

Einzelhandelsstruktur

	2019		2025
Anzahl der Betriebe	65	-13	52
Anteil der Betriebe *	50 %		44 %
Gesamtverkaufsfläche in m ²	14.300	-17 %	11.800
Anteil Gesamtverkaufsfläche*	27 %		24 %
Anzahl der Leerstände	6	+6	12
Leerstandsquote in %**	8 %		9 %
Zentrenergänzende Funktionen	100	-28	68

Magnetbetriebe

Müller, Modehaus Hofmann, Mock Einrichtungshaus, Laese Buchhandlung

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 05/2025; Kartengrundlage: Stadt Laupheim; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandsquote bezogen auf Standortbereich.

ZVB INNENSTADTZENTRUM LAUPHEIM

Räumliche Integration



Der ZVB Innenstadtzentrum erstreckt sich hauptsächlich entlang der Mittelstraße, der Rabenstraße und der Langen Straße sowie rund um die Straße Marktplatz. Das Zentrum ist zum Großteil von Wohnbebauung umschlossen und somit städtebaulich integriert; makroräumlich zentral im Laupheimer Stadtgebiet gelegen.

Verkehrliche Erreichbarkeit



Der ZVB Innenstadtzentrum ist durch die Anbindung an die Ulmer Straße, Kapellenstraße sowie Hasenstraße verkehrlich gut erreichbar. Die regionale und überregionale Anbindung wird durch den Anschluss an die B 30 gewährleistet. Im zentralen Versorgungsbereich gibt es mehrere Parkmöglichkeiten, darunter straßenbegleitete Parken, das Parkhaus Rabenstraße oder den Parkplatz des ehemaligen Feneberg Supermarkts. Die ÖPNV-Anbindung wird durch die Haltestelle „Rabenstraße“ gewährleistet. Der Bahnhof Laupheim befindet sich in rd. 500 m fußläufiger Entfernung und stellt die regionale Anbindung an die Städte Ulm und Biberach sicher.

Versorgungsfunktion



Der ZVB Innenstadtzentrum Laupheim ist ein Verkaufsflächenschwerpunkt im Stadtgebiet und übernimmt eine wesentliche Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und z. T. überörtliche Versorgungsfunktion. Der Angebotschwerpunkt liegt insbesondere im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich. Keine strukturprägender Lebensmittelmärkte, aber der Drogeriefachmarkt Müller vorhanden.

Einzelhandelsbesatz, Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Die Hauptfrequenzlage und höchste Einzelhandelsdichte besteht entlang der Mittelstraße, in der Rabenstraße und Lange Straße nimmt der Einzelhandelsbesatz ab. Der Einzelhandelsbesatz setzt sich aus einer Mischung kleinteiliger (inhabergeführter) Fachgeschäften und strukturprägenden Magnetbetrieben zusammen, darunter die Buchhandlung Laese, der Drogeriefachmarkt Müller, das Modehaus Hofmann und das Möbelhaus Mock. Das Nahversorgungsangebot beschränkt sich auf Betriebe des Lebensmittelhandwerks, kleine Fachgeschäfte, den Drogeriemarkt Müller und den Wochenmarkt auf dem Rathausplatz (zweimal wöchentlich). Darüber hinaus bestehen kleinteilige Betriebe im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich. Der ZVB weist aktuell 12 Leerstände auf. Neben kleinteiligen Leerständen sind auch strukturprägende Betriebe, wie das ehemalige Feneberg-Gebäude oder die leerstehende Kik-Filiale, betroffen.

Zentrenergänzende Funktionen



Das Einzelhandelsangebot wird durch ein vielfältiges Angebot an zentrenergänzenden Funktionen arrondiert; in allen Lagen des ZVB verortet; breiter Angebotsmix mit Schwerpunkt Dienstleistungen und gastronomischen Angeboten, bedeutende öffentliche Einrichtungen (z.B. Rathaus, Stadtbibliothek); aber auch medizinische Angebote, kirchliche Einrichtungen sowie Bank- und Postfilialen sind im ZVB vertreten. Die zentrenergänzenden Funktionen leisten einen wichtigen Beitrag zur Multifunktionalität und fungieren als Frequenzbringer des Zentrums.

Städtebauliche Struktur und Erscheinungsbild



Heterogene städtebauliche Struktur: Baustilmix mit teils historischen, teils modernen (Sparkasse, Stadtbibliothek) sowie teils sanierungsbedürftigen Gebäuden; ansprechende Gestaltung der Mittelstraße durch oberirdischen Wasserlauf; Bepflanzung und Sitzgelegenheiten; Rathausplatz mit Aufenthaltsqualität durch Spielelement (Klettergerüst) und funktionale Ergänzung (Ladestation für E-Bikes), die hohe Versiegelung des Platzes mindert jedoch dessen Aufenthaltsqualität; heterogene Eingangssituationen: Südwesten (Mittelstraße): attraktives Eingangstor durch positives Erscheinungsbild und neues Gemeindehaus; Osten (Hasenstraße): positiver Zugang durch ansprechende Platzsituation mit Außengastronomie und Marktbrunnen, Aufenthaltsqualität teilweise beeinträchtigt durch Durchgangsverkehr; Norden (Kapellenstraße): unattraktiv durch teils sanierungsbedürftige Gebäude und Mindernutzungen (z. B. Spielhalle); die Leerstände wirken sich negativ auf das Stadtbild und die Nutzungsdichte aus; eingeschränkter städtebaulich-funktionaler Zusammenhang zw. ehemaligem Feneberg-Gebäude und Mittelstraße.

Markante Entwicklungen seit 2021



Seit dem EHK Laupheim 2021 ist ein deutlicher Rückgang der Betriebsanzahl (-13) und der Verkaufsfläche (- 17 %) zu verzeichnen. Besonders betroffen sind kleinteilige Fachgeschäfte, jedoch kam es auch zur Schließung strukturprägender Betriebe wie Feneberg und Kik. Die Zahl der Leerstände ist insgesamt um sechs Einheiten

Zukunftsfähigkeit (Fazit)



Das Innenstadtzentrum ist aktuell hinsichtlich der Verkaufsfläche und Angebotsstrukturen in Teilen unterdimensioniert; es bestehen Entwicklungspotenziale durch Nachnutzung der Leerstände, insb. des ehemaligen Feneberg Gebäudes, welche zur funktionalen Stärkung und Ergänzung des ZVB beitragen können.

Bewertung der Laupheimer Innenstadt aus Sicht der Innenstadtakteure

Im Zuge der Fortschreibung des vorliegenden Einzelhandelskonzepts wurde eine Online-Befragung der Innenstadtakteure durchgeführt. Die Befragung wurde online im Zeitraum von 30.06. bis 25.07.2025 durchgeführt. Hierbei wurden die Teilnehmenden unter anderem zu den Einkaufsgewohnheiten der Kundschaft befragt und um eine Bewertung verschiedener Aspekte der Laupheimer Innenstadt gebeten. Neben standardisierten Antwortmöglichkeiten enthielt der Fragebogen auch offene Antwortmöglichkeiten, bspw. bei der Formulierung von eigenen Wünschen und Ideen für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt.

An der Befragung nahmen 23 Teilnehmer teil, davon 19 aus dem Einzelhandel und 4 aus dem Dienstleistungsbereich. Die Ergebnisse dienen als qualitativer Indikator, um die Situation der Laupheimer Innenstadt zu analysieren. Im Folgenden werden die wesentlichen Erkenntnisse der Befragung für das Innenstadtzentrum dargestellt.

Bewertung der Laupheimer Innenstadt

Die befragten Innenstadtakteure wurden gebeten, verschiedene Aspekte der Laupheimer Innenstadt von „sehr gut“ bis „mangelhaft“ zu bewerten. Insgesamt zeigt sich, dass die Befragten die Innenstadt überwiegend als gut bis durchschnittlich einschätzen. Besonders positiv hervorgehoben werden die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad, die Sicherheit und Ordnung sowie das Veranstaltungsangebot. Auch das Dienstleistungsangebot und die Sauberkeit werden überwiegend positiv bewertet (siehe Abbildung 12).

Deutliches Verbesserungspotenzial sehen die Befragten vor allem beim Parkraumangebot sowie bei der Erreichbarkeit mit dem ÖPNV. Darüber hinaus werden öffentliche Aufenthaltsräume und gastronomische Angebote als verbesserungsbedürftig wahrgenommen (vgl. auch die Ausführungen zu den vermissten Angeboten). Die Passanten- und Besucherfrequenzen werden ebenfalls kritisch bewertet und mit einer Durchschnittsnote von 3,3 versehen.

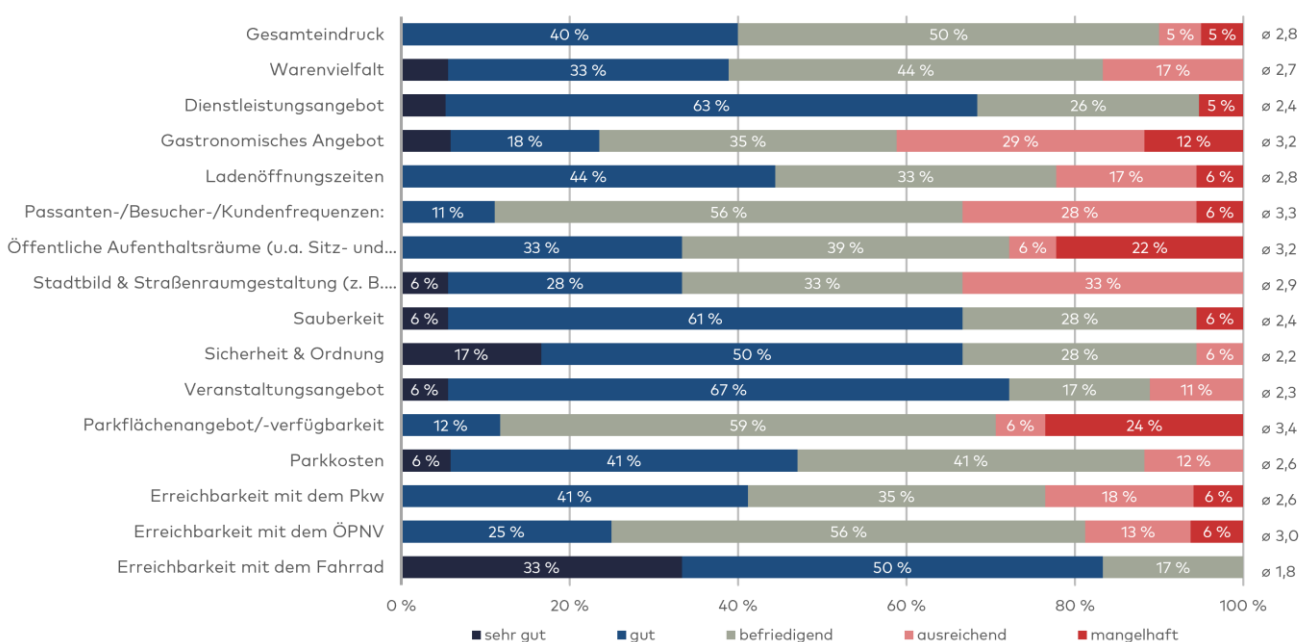


Abbildung 12: Befragung der Innenstadtakteure – Bewertung der Innenstadt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Befragung Stadt + Handel 06-07/2025.

Im Vergleich zur Händlerbefragung von 2019 hat sich der Gesamteindruck leicht verschlechtert: Damals bewerteten noch 61 % der Befragten die Innenstadt mit „gut“ – ein Rückgang um rund 20 Prozentpunkte. Zudem wurden die Kundenfrequenzen und Ladenöffnungszeiten im Vergleich zu 2019 etwas schlechter eingeschätzt. Deutlich verbessert hat sich hingegen die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad, was unter anderem auf Maßnahmen zur Verbesserung der Radverkehrsinfrastruktur (z. B. Fahrradschutzstreifen, zusätzliche Abstellplätze und bessere Beschilderung) zurückgeführt werden kann.

Vermisste Angebote/Nutzungen und Ideen/ Wünsche

Unter den vermissten Angeboten und Nutzungen nannten die Befragten insbesondere Cafés und gastronomische Einrichtungen. Ein erweitertes und qualitativ verbessertes Gastronomieangebot kann langfristig positive Effekte auf die Besucherfrequenz haben, woraus wiederum Synergieeffekte für den Einzelhandel entstehen können. Die Ergebnisse der Befragung verdeutlichen somit eine Handlungsnotwendigkeit im Bereich der innerstädtischen Gastronomie.

Zudem wurde betont, dass alle Innenstadtbereiche stärker in städtische Veranstaltungen und Aktionen eingebunden werden sollten, um eine ganzheitliche Belebung des Zentrums zu fördern.

Für die zukünftige Entwicklung der Laupheimer Innenstadt wünschen sich die Befragten vor allem die Vermeidung von Leerständen sowie den Erhalt eines vielfältigen Angebotsmixes. Darüber hinaus werden attraktive Aufenthaltsräume, Sitzmöglichkeiten, Grünflächen sowie eine Aufwertung des Rathauses und des Rathausplatzes als wichtige Faktoren für eine lebendige Innenstadt genannt. Maßnahmen wie die Neugestaltung des Rathausplatzes oder die Aufwertung kleinerer Plätze und Freiflächen könnten zur Belebung beitragen.

Der Erhalt bestehender Parkplätze wird als wichtig angesehen, um die Erreichbarkeit der Innenstadt weiterhin zu gewährleisten. Die Relevanz der Erreichbarkeit mit dem Pkw wird zudem deutlich, wenn man die Angaben der Befragten zur Verkehrsmittelwahl ihrer Kundschaft betrachtet. Laut deren Aussagen nutzen 95 % der Kunden häufig den Pkw, um in die Innenstadt zu gelangen. 37 % gaben an, dass ihre Kunden regelmäßig zu Fuß kommen, während Bus und Fahrrad laut den Händlern nur selten genutzt werden.

Digitale Sichtbarkeit

Wie bereits unter Kapitel 4.1 aufgezeigt wurde, steigt der Anteil der Onlinenutzung von potenziellen Kunden stetig an. Ob und wie weit die befragten Innenstadtakeure in Laupheim bereits digitale Instrumente nutzen, wird aus der nachfolgenden Abbildung deutlich. Ein Großteil der digital zur Verfügung stehenden Instrumente wird bereits von den Befragten genutzt.

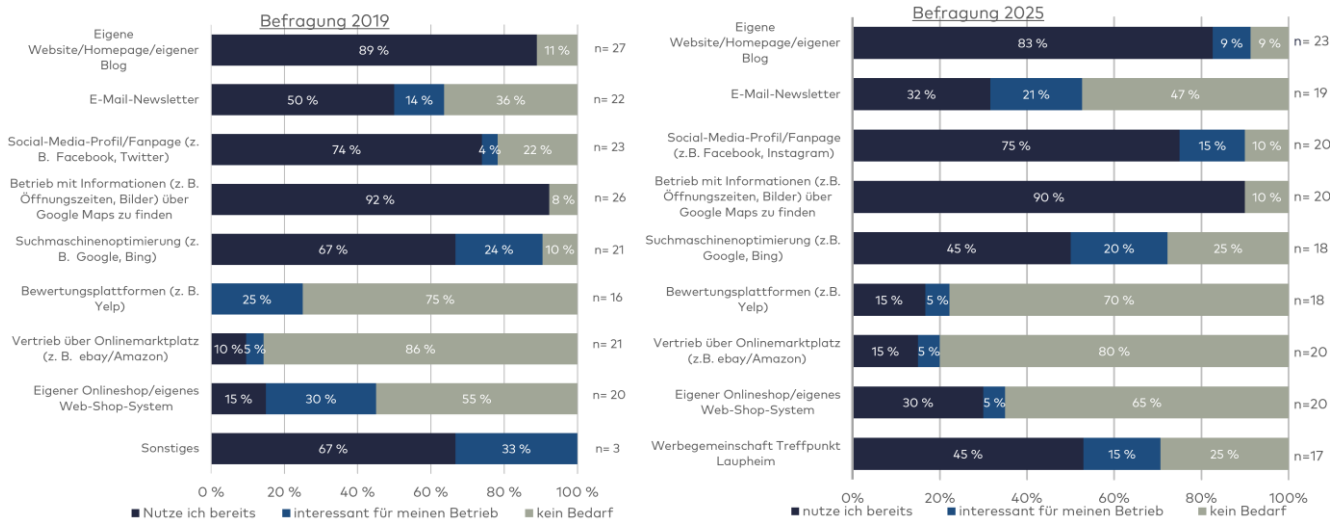


Abbildung 13: Befragung der Innenstadtakteure - Digitale Sichtbarkeit
 Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Befragung Stadt + Handel 06-07/2025.

2025 verfügen 83 % der Betriebe über eine eigene Website, was einem Rückgang um 6 % gegenüber 2019 entspricht. Nur noch 32 % nutzen E-Mail-Newsletter (2019: 50 %). 75 % haben ein Social-Media-Profil und das Interesse daran hat zugenommen. Der Anteil der Betriebe auf Google Maps liegt weiterhin hoch bei 90 %. Zudem nutzen immer mehr Betriebe Online-Bewertungsplattformen und Online-Vertriebskanäle wie eigene Shops oder Marktplätze.

45 % der befragten Händler gaben bei der Befragung 2025 an, bereits Mitglied der Werbegemeinschaft „Treffpunkt Laupheim“ zu sein und weitere 15 % zeigen Interesse an einer Mitgliedschaft. Dies zeigt das Potenzial, weitere Betriebe für die Werbegemeinschaft zu gewinnen und stärker einzubinden.

Wirtschaftliche Situation und Geschäftserfolg

Die folgende Abbildung zeigt die wahrgenommene wirtschaftliche Situation ihres Betriebs sowie die für den Geschäftserfolg relevanten Aspekte aus Sicht der befragten Innenstadtakteure.



Abbildung 14: Befragung der Innenstadtakteure – wirtschaftliche Situation und Aspekte des Geschäftserfolgs
 Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Befragung Stadt + Handel 06-07/2025.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Befragten die wirtschaftliche Situation ihres Betriebes ähnlich wie 2019 mit „gut“ oder „befriedigend“ bewertet. Im Vergleich zu 2019 fällt die Einschätzung jedoch negativer aus: Zusätzlich bewerten 5 % ihre wirtschaftliche Situation mit „ausreichend“ und 15 % mit „mangelhaft“. 2019 hatte kein Händler seine Situation als ausreichend oder mangelhaft bewertet.

Häufig genannte Faktoren, die den Geschäftserfolg in Laupheim beeinflussen und sich indirekt auf die wirtschaftliche Situation der Innenstadtakteure auswirken, sind insbesondere der Gesamteindruck der Innenstadt, die Erreichbarkeit mit dem Pkw, Sauberkeit und Sicherheit sowie die Passanten- und Kundenfrequenzen. Jeder dieser Aspekte wurde von über 50 % der Befragten als relevant genannt. Die Erreichbarkeit mit dem Pkw wurde bereits 2019 als wichtig für den Geschäftserfolg eingestuft. Im Vergleich dazu haben das Parkflächenangebot und die Warenvielfalt in Laupheim 2025 einen etwas geringeren Stellenwert als 2019 erhalten.

Gewünschte Aktivitäten

Um herauszufinden, wie die Belebung der Laupheimer Innenstadt und die Steigerung der Besucherfrequenz gefördert werden können, wurden die Innenstadtakteure nach möglichen zusätzlichen Aktivitäten seitens der Stadt bzw. der Wirtschaftsförderung gefragt. Besonders häufig wurden Veranstaltungen sowie Kinder- und Familienprogramme genannt. Unter „Sonstiges“ hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, eigene Ideen einzubringen. Hier wurde insbesondere der Erhalt und Ausbau innerstädtischer Parkplätze gewünscht. Weitere genannte Vorschläge betrafen zusätzliche Gastronomieangebote und Sitzmöglichkeiten sowie mehr Aktionen der Werbegemeinschaft Treffpunkt Laupheim.

Bei der Frage, welche organisatorischen Maßnahmen bei Veranstaltungen umgesetzt werden sollten, um deren Erfolg zu gewährleisten, wurde am häufigsten Parkraummanagement (37 %) genannt, gefolgt von gezielten Marketingmaßnahmen zur Steigerung der Sichtbarkeit (26 %). Weitere häufig genannte Maßnahmen waren Informations- und Wegweisersysteme (16 %), Sitzgelegenheiten (11 %) sowie die Bereitstellung öffentlicher Toiletten (11 %).

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

- Die verkehrliche Erreichbarkeit (vorrangig Pkw und ÖPNV) sowie das Parkflächenangebot haben für die Kunden und den Geschäftserfolg der Innenstadtakteure eine hohe Bedeutung – eine tiefergehende Befassung mit diesen verkehrlichen Aspekten sei der Stadt Laupheim angeraten.
- Verbesserung des gastronomischen Angebots durch Schaffung differenzierter Angebote im Innenstadtzentrum, um dadurch ggf. die Aufenthaltsdauer und -qualität sowie Verweilmöglichkeiten i. S. von Synergieeffekten für den innerstädtischen Einzelhandel langfristig verbessern und stärken zu können.
- Die Schaffung attraktiver Aufenthaltsräume und Sitzmöglichkeiten, insb. die Aufwertung des Rathausplatzes, um die Innenstadt zu beleben, die Aufenthaltsqualität zu verbessern und die Passanten- und Besucherfrequenzen zu steigern.

- Gezielte Unterstützung von Veranstaltungen durch Parkraummanagement, Marketingmaßnahmen, die Einbindung aller Innenstadtbereiche sowie die Förderung gemeinsamer Aktionen der Werbegemeinschaft „Treffpunkt Laupheim“, um die Belebung der Innenstadt zu stärken.

4.5.2 ZVB Nahversorgungszentrum Kaufland

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM KAUF LAND

Städtebauliche Analyse

Versorgungsbereich

zentralen Siedlungskern sowie die umliegenden Stadt-

Funktion

- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

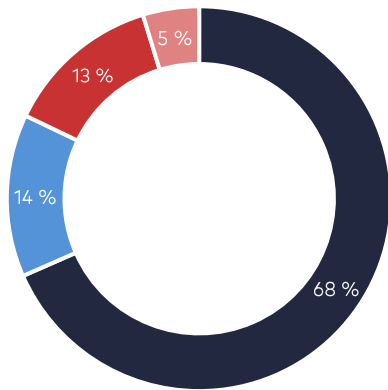
- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab. 5.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▬ ZVB-Abgrenzung EHK alt



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

Einzelhandelsstruktur

	2019		2025
Anzahl der Betriebe	4	-	4
Anteil der Betriebe *	3 %		3 %
Gesamtverkaufsfläche in m ²	2.800	-	2.800
Anteil Gesamtverkaufsfläche*	5 %		5 %
Anzahl der Leerstände	-		-
Leerstandsquote in %**	-		-
Zentrenergänzende Funktionen	-	+2	2

Magnetbetriebe

Kaufland, Tedi

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 05/2025; Kartengrundlage: Stadt Laupheim; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandsquote bezogen auf Standortbereich.

Räumliche Integration



Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Kaufland befindet sich im Kernsiedlungsbereich der Stadt Laupheim, ist zu großen Teilen von Wohnbebauung umgeben und damit räumlich gut integriert.

Verkehrliche Erreichbarkeit



Durch die Lage des NVZ im Kreuzungsbereich zwischen Simmisgasse und Ulmer Straße, als wichtige Nord-Süd-Achse im Kernbereich der Stadt Laupheim, ist der Standort verkehrlich gut erreichbar. Parkmöglichkeiten stehen im betriebseigenen Parkhaus zur Verfügung, und der Anschluss an den öffentlichen Nahverkehr wird durch die Haltestelle „Ulmer Straße“ gewährleistet.

Versorgungsfunktion



In dem ZVB Nahversorgungszentrum Kaufland sind nur wenige Einzelhandelsbetriebe und zentrenergänzende Funktionen angesiedelt. Allerdings kommt dem Verbrauchermarkt Kaufland aufgrund seiner Verkaufsfläche eine wesentliche (Nah-)Versorgungsfunktion für den zentralen Siedlungskern sowie die umliegenden Stadtteile zu.

Einzelhandelsbesatz, Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Im ZVB sind derzeit vier Betriebe mit Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel, mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 2.800 m² angesiedelt. Darunter befinden sich der Verbrauchermarkt Kaufland, ein Betrieb des Lebensmittelhandwerks, ein Kiosk und ein Betrieb des mittelfristigen Bedarfsbereichs (Tedi). Der Standort weist aktuell keine Leerstände auf.

Zentrenergänzende Funktionen



Ergänzt wird der ZVB Nahversorgungszentrum Kaufland durch zwei zentrenergänzende Funktionen, darunter ein Barber Shop und ein Imbiss.

Städtebauliche Struktur und Erscheinungsbild



Durch die verkehrsorientierte Lage sowie die überwiegende Prägung durch den Verbrauchermarkt ist der ZVB eher funktional gestaltet und weist eine nur eingeschränkte Aufenthaltsqualität auf.

Markante Entwicklungen seit 2021



Seit der Erstellung des EHK Laupheim 2021 haben keine strukturprägenden Veränderungen stattgefunden.

Entwicklungsperspektive (Zukunftsperspektive)



Dem ZVB Nahversorgungszentrum Kaufland kommt aufgrund des Verbrauchermarktes Kaufland ein hohes Standortgewicht in Bezug auf die (Nah-)Versorgungsfunktion zu.

Quelle: Darstellung: Stadt + Handel

4.5.3 ZVB Nahversorgungszentrum Biberacher Straße

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM BIBERACHER STRASSE

Städtebauliche Analyse

Versorgungsbereich

zentralen Siedlungskern sowie die umliegenden Stadt-

Funktion

- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

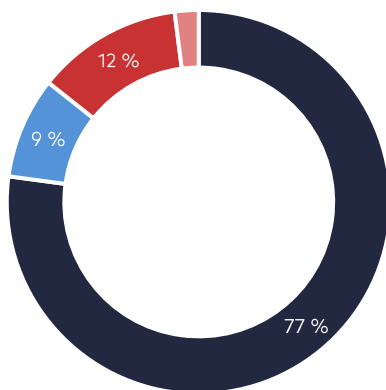
- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab 5.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▬ ZVB-Abgrenzung EHK alt



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

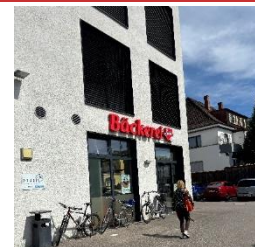
Einzelhandelsstruktur

	2019		2025
Anzahl der Betriebe	5	-	5
Anteil der Betriebe *	4 %	-	4 %
Gesamtverkaufsfläche in m ²	2.200	-	2.200
Anteil Gesamtverkaufsfläche*	4 %	-	4 %
Anzahl der Leerstände	-	-	-
Leerstandsquote in %**	-	-	-
Zentrenergänzende Funktionen	6	-1	5

Magnetbetriebe

Rewe, Norma, Erstings`s Family

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 05/2025; Kartengrundlage: Stadt Laupheim; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandsquote bezogen auf Standortbereich.

Räumliche Integration



Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Biberacher Straße umfasst den Standortbereich östlich der Biberacher Straße zwischen der Mittelstraße im Norden und der Rabenstraße im Süden. Der ZVB ist zu großen Teilen von Wohnbebauung umgeben und damit räumlich gut integriert. Rund 200 Meter im Osten beginnt der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Laupheim.

Verkehrliche Erreichbarkeit



Der zentrale Versorgungsbereich ist über die Biberacher Straße mittels MIV gut zu erreichen und darüber auch gut mit dem Innenstadtzentrum verbunden. Betriebseigene Parkplätze stehen zur Verfügung. Der Anschluss an den öffentlichen Nahverkehr wird durch die südliche Haltestelle „Rabenstraße“ sichergestellt.

Versorgungsfunktion



In dem ZVB Nahversorgungszentrum Biberacher Straße sind nur wenige Einzelhandelsbetriebe und zentrenergänzende Funktionen angesiedelt. Dennoch erfüllt der Standort durch die Lebensmittelmärkte Rewe und Norma eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den zentralen Siedlungskern, die über den unmittelbaren Nahbereich hinausgeht.

Einzelhandelsbesatz, Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Im ZVB sind derzeit fünf Betriebe mit Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel, mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 2.200 m² angesiedelt. Darunter befinden sich aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich der Lebensmitteldiscounter Norma, der Lebensmittelsupermarkt Rewe sowie zwei Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Das Angebot wird durch einen Betrieb (Ernsting's family) der mittelfristigen Bedarfsstufe ergänzt. Der Standort weist aktuell keine Leerstände auf.

Zentrenergänzende Funktionen



Ergänzt wird der ZVB Nahversorgungszentrum Biberacher Straße durch fünf zentrenergänzende Funktionen, darunter ein Fitnesscenter, ein Pflegeheim und gastronomische Angebote.

Städtebauliche Struktur und Erscheinungsbild



Durch die verkehrsorientierte Lage ist der ZVB eher funktional gestaltet und weist eine nur eingeschränkte Aufenthaltsqualität auf.

Markante Entwicklungen seit 2021



Seit der Erstellung des EHK Laupheim 2021 haben keine strukturprägenden Veränderungen stattgefunden.

Entwicklungsperspektive (Zukunftsperspektive)



Dem ZVB Nahversorgungszentrum Biberacher Straße kommt insbesondere durch die Lebensmittelmärkte eine hohe Bedeutung für die (Nah-)Versorgung zu. Entwicklungsperspektiven ergeben sich vor allem im Hinblick auf die Neugestaltung der Fläche des künftigen Quartiersplatzes vor dem Begegnungscafé und dem Martinusladen, wodurch die Aufenthaltsqualität des ZVB verbessert werden kann.

Quelle: Darstellung: Stadt + Handel

4.6 NAHVERSORGUNGSANALYSE

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger, wird die Nahversorgungsstruktur von Laupheim im Folgenden vertieft analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung **quantitativ**, **qualitativ** und **räumlich** gewährleistet wird. Zu den Trends im Bereich der Nahversorgung sei auf Kapitel 4.1 verwiesen.

Qualitative und quantitative Nahversorgungssituation in Laupheim

Laupheim weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 13.800 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. von rd. 2.300 m² in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik¹⁴ auf, was einer Verkaufsfläche von rd. 0,60 m² je Einwohner (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. rd. 0,10 m² je Einwohner (Drogeriewaren) entspricht. Mit diesem quantitativen Ausstattungsniveau liegt die Stadt Laupheim im Bereich Nahrungs- und Genussmittel deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 0,41 m² je Einwohner¹⁵ und im Bereich der Drogeriewaren ebenfalls leicht über dem Niveau des Bundesdurchschnitts von rd. 0,08 m² je Einwohner¹⁶.

Die Zentralitäten von rd. 118 im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 133 im Bereich Drogeriewaren zeigen, dass die lokale Kaufkraft in beiden Warengruppen vollständig im eigenen Stadtgebiet gebunden werden kann und v.a. in der Warengruppe Drogeriewaren deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland zu verzeichnen sind. Tabelle 5 fasst die relevanten Rahmenbedingungen zusammen und schließt mit einer Bewertung der quantitativen und qualitativen Nahversorgungssituation in Form einer Ampel.

Tabelle 5: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Laupheim

Ausstattungsmerkmal	Nahrungs- und Genussmittel	Drogeriewaren
Einwohner	23.025	
Sortimentspezifische Verkaufsfläche in m ²	13.800	2.300
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	0,60	0,10
Sortimentspezifische Zentralität	118	133
Betriebstypenmix	2x Verbrauchermarkt 2x Lebensmittelsupermarkt 4x Lebensmitteldiscounter 3x Getränkemarkt 1x Biomarkt 33x sonstige Lebensmittelgeschäfte	2x Drogeriefachmarkt
Quantitative Nahversorgungssituation		
Qualitative Nahversorgungssituation		

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 5/2025; Einwohner: Stadt Laupheim (Stand: 31.12.2024), nur Hauptwohnsitz; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

¹⁴ Die Warengruppe wird in diesem Kapitel aufgrund der Lesbarkeit im Folgenden mit Drogeriewaren abgekürzt.

¹⁵ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m²); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.

¹⁶ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Erhebungen.

Insgesamt sind im Stadtgebiet acht strukturprägende Lebensmittelmärkte (VKF > 400 m²) vorhanden. Davon sind zwei Betriebe Lebensmittelsupermärkte und vier Betriebe Lebensmitteldiscounter, bei zwei weiteren Betrieben handelt es sich um Verbrauchermärkte. Darüber hinaus gibt es im Stadtgebiet zwei strukturprägende Getränkemärkte. Ergänzt werden die strukturprägenden Märkte durch einen Biomarkt sowie 33 sonstige Betriebe mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel. Hierzu zählen insbesondere Betriebe aus dem Bereich Lebensmittelfachgeschäft (inkl. Hofläden) und Lebensmittelhandwerk. Bedingt durch die vorhandenen Anbieter ist das Angebot an Nahrungs- und Genussmittel in Laupheim als durchweg ausgewogen zu bewerten.

Die Versorgung im Sortimentsbereich Drogeriewaren wird neben den oben genannten Lebensmittelmärkten (hier jedoch nur als Randsortiment) durch einen Drogeriemarkt im ZVB Innenstadtzentrum und einem weiteren Drogeriemarkt an der Biberacher Straße sichergestellt. Weitere Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Hauptsortiment im Bereich Drogeriewaren (u. a. Parfümerie, Kosmetikgeschäft) sind in Laupheim derzeit nicht vorhanden.

Die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in der Stadt Laupheim ist demnach insgesamt als **gut** zu bezeichnen.

Räumliche Nahversorgungssituation in Laupheim

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden Lebensmittelmärkte ab 400 m² VKF dargestellt, da ab dieser Betriebsgröße i. d. R. ein ausreichendes Warensortiment – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – handelsseitig bereitgestellt werden kann.

Um die Versorgungsqualität und die **räumliche Erreichbarkeit** der Angebote zu verdeutlichen, wird eine Gehzeit von rd. 10 min als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung angenommen¹⁷. Um möglichen topografischen Gegebenheiten und der individuellen Mobilität Rechnung zu tragen, wird dieser Nahbereich nicht nur für rd. 10 Gehminuten, sondern auch für rd. 8 und rd. 12 Gehminuten dargestellt (siehe Abbildung 15). Damit soll ferner verdeutlicht werden, dass die Nahversorgungsfunktion von Lebensmittelmärkten nicht schlagartig hinter einer „roten Linie“ endet, sondern die Qualität der fußläufigen Nahversorgung mit zunehmender Entfernung zum nächsten Lebensmittelmarkt sukzessive abnimmt. In Siedlungsgebieten jenseits der dargestellten Nahbereiche ist somit die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bezeichnen.

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über das Grundgerüst der derzeitigen Nahversorgungsstruktur in Laupheim. Die Abbildung verdeutlicht, dass ein Angebot an strukturprägenden Lebensmittelmärkten fast vollständig über das gesamte Stadtgebiet besteht. Damit ist eine überwiegend fußläufige Erreichbarkeit, teilweise sogar über mehrere Versorger, gegeben.

In der Kernstadt wird die Versorgung insb. durch den Verbrauchermarkt **Kaufland** (NVZ Kaufland) sowie durch den Lebensmitteldiscounter **Norma** und den Supermarkt **Rewe** (NVZ Biberacher Straße) in den Nahversorgungszentren sicherge-

¹⁷ Auf Grundlage einer durchschnittlichen Fußgängergeschwindigkeit von 5 km/h.

stellt. Im Süden übernimmt vor allem der Lebensmitteldiscounter Aldi (Berlingerstraße) die Nahversorgungsfunktion. Der westliche Stadtbereich wird insb. durch den Vollsortimenter Rewe (Neustadt Allee) versorgt.

Im Norden tragen vor allem der Verbrauchermarkt Edeka (Erwin-Rentschler-Straße) und der Discounter Aldi (Ulmer Straße) zur Versorgung bei. Der Lidl-Markt (Ehinger Straße) übernimmt, trotz seiner nicht optimal integrierten Lage, eine anteilige Versorgungsfunktion für den Nordosten von Laupheim.

Die umliegenden räumlich abgesetzten Stadtteile Ober- und Untersulmetingen, Bihlafingen und Baustetten weisen derzeit keinen strukturprägenden Anbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel auf. Demnach ergibt sich hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation ein gewisses **Optimierungspotenzial**, insb. für die Stadtteile Ober- und Untersulmetingen zur Herstellung einer fußläufigen Nahversorgung.

In Untersulmetingen wird derzeit die Ansiedlung eines Netto-Lebensmitteldiscounters umgesetzt. Dadurch verbessert sich künftig sowohl die quantitative als auch die qualitative Nahversorgung sowie die räumliche Versorgungssituation der Stadtteile Ober- und Untersulmetingen.

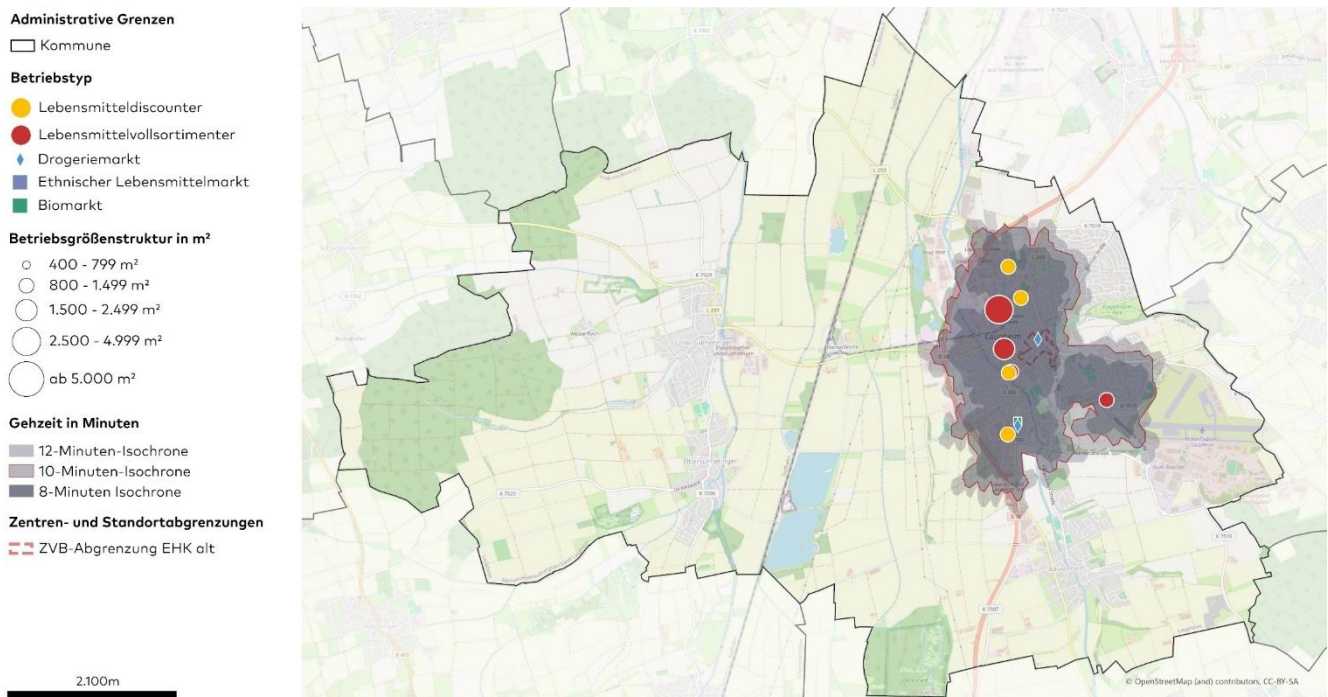


Abbildung 15: Räumliche Nahversorgungssituation in Laupheim

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 05/2025; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

4.7 BEWERTUNG DER ENTWICKLUNG SEIT 2021









Im Rahmen der Konzeptfortschreibung wird auch die Entwicklung des Einzelhandels seit der Konzepterstellung im Jahr 2021 bewertet. Dazu werden die relevanten Strukturdaten aus der aktuellen Analyse aus dem Jahr 2025 mit den Daten aus dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2021 verglichen (siehe Tabelle 6).

- Die Einwohnerzahl der Stadt Laupheim ist seit 2021 um rd. 2,3 % gestiegen, wird allerdings zukünftig als geringfügig abnehmend prognostiziert.
- Im Vergleich zu der vorhergegangenen Bestandserhebung ist die Anzahl

der Betriebe auf 119 (rd. -8,5 %) zurückgegangen. Bei der Verkaufsfläche ist ebenso ein Rückgang um rd. 7,6 % (49.700 m² GVKF) zu verzeichnen, was unter anderem auf Betriebsschließungen (Feneberg, KiK, Marco Moden) zurückzuführen ist.

- Der Rückgang der Betriebszahl entspricht weitestgehend dem bundesdeutschen Trend und unterstreicht die strukturellen Schwierigkeiten von Grund- und Mittelzentren aufgrund der aktuellen Krisen (Post-Covid-19 Pandemiephase, Ukraine-Krieg, Energiekrise, Inflation, Fachkräftemangel) sowie gegenüber dem Online-Handel.
- Im Nachgang des EHK Laupheim 2021 hat die einzelhandelsrelevante Kaufkraft deutlich um rd. 20,1 % zugenommen. Zugleich ist auch der Umsatz des Einzelhandels in bedeutender Weise gestiegen (+ rd. 19,8 %).
- Das Kaufkraftniveau befindet sich zudem auf einem leicht höheren Niveau als der deutsche Durchschnitt und ist seit 2021 um 1 geringfügig gesunken.
- Die Zentralität der Stadt Laupheim ist in etwa gleichgeblieben.

Tabelle 6: Relevante Kenndaten im Vergleich

Strukturdaten	2021	2025	Entwicklung	
Einwohner (Hauptwohnsitz)	22.503	23.015	+2,3 %	
Anzahl der Betriebe	130	119	-8,5 %	
Gesamtverkaufsfläche in m ²	53.800	49.700	-7,6 %	
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	2,4	2,2	-9,6%	
Kaufkraft in Mio. Euro	157,3	188,9	+20,1 %	
Kaufkraftniveau	108	107	-1	
Umsatz in Mio. Euro	154,2	184,8	+19,8 %	
Zentralität	98 %	98 %	-	

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 05/2025; Einwohner: Stadt Laupheim (31.12.2024); IFH Retail Consultants GmbH 2024; S+H: EHK Laupheim 2021; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

4.8 ZWISCHENFAZIT

Hinsichtlich der Analyse der gesamtstädtischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sind folgende wesentlichen Erkenntnisse festzuhalten, die im weiteren Verlauf als Grundlage für die Ableitung von konzeptionellen Handlungsansätzen zur Fortentwicklung der Einzelhandelsstruktur in Laupheim dienen.

Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

- Die Stadt Laupheim übernimmt als **Mittelzentrum** die Versorgungsfunktion für 23.015 Einwohner im eigenen Stadtgebiet. Darüber hinaus versorgt die Stadt umliegende Siedlungsbereiche mit Waren aus den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichen.

Gesamtstädtische Nachfrage- und Angebotssituation

- Die einzelhandelsrelevante **Kaufkraftkennziffer von Laupheim beträgt rd. 107**, und liegt damit sowohl über dem Durchschnitt von Baden-Württemberg (rd. 105) als auch über dem Bundesdurchschnitt von 100.
- Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rd. 2,2 m² VKF/Einwohner **über dem Bundesdurchschnitt** von rd. 1,50 m² VKF/Einwohner.
- Der Großteil der Verkaufsflächen in Laupheim ist **überwiegend städtebaulich integriert**. Es befinden sich rd. 34 % der Verkaufsfläche in zentralen Versorgungsbereichen und 23 % in städtebaulich integrierten Lagen. Von den restlichen 43 % in städtebaulich nicht integrierter Lage sind rd. 29 % am Sonderstandort Neue Welt verortet.
- Die **Einzelhandelszentralität** beträgt in Laupheim rd. 98, fällt jedoch je nach Warengruppe sehr differenziert aus.
- In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik werden Zentralitäten von rd. 118 bzw. rd. 133 erreicht, was auf **Kaufkraftzuflüsse** sowie **eine vollständige Bindung der eigenen Kaufkraft** schließen lässt.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich ist mit einer rechnerisch durchschnittlichen Einzelhandelszentralität von rd. 98 ein **leichter Kaufkraftabfluss** zu verzeichnen, wohingegen die Zentralität im langfristigen Bedarfsbereich mit rd. 53 für ein Mittelzentrum als deutlich **unterdurchschnittlich** beurteilt werden kann. Die Zentralitäten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs fallen je nach Warengruppe sehr unterschiedlich aus.

ZVB Innenstadtzentrum Laupheim

- In der Laupheimer Innenstadt sind insgesamt **52 Einzelhandelsbetriebe** (rd. 44 % gesamtstädtisch) mit einer Verkaufsfläche von rd. 11.800 m² (rd. 24% gesamtstädtisch) angesiedelt.
- Guter Angebotsmix aus kleinteiligen, inhabergeführten sowie strukturprägenden Betrieben sowie Funktionsmischung aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung ergänzt durch Wohnen.
- Nach Schließung des Lebensmittelmarktes Feneberg ist kein strukturprägender Lebensmittelmarkt innerhalb des Innenstadtzentrums vorhanden.

Nahversorgungssituation

- Die quantitative Nahversorgungssituation in der Stadt Laupheim ist mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,60 m² je Einwohner im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 0,10 m² im Bereich Drogerie/Parfümerie/Kosmetik als gut bis überdurchschnittlich zu bezeichnen.
- Die qualitative Nahversorgungssituation ist hinsichtlich der Vielfalt der Betriebsstrukturen (u. a. Verbrauchermärkte, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Getränkemärkte, Drogeriefachmärkte) als sehr ausgewogen zu bewerten.
- Hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation ist in Laupheim jedoch ein gewisses Optimierungspotenzial zu erkennen. Zwar ist in der Kernstadt Laupheim eine fast vollständige fußläufige Versorgung gegeben, jedoch befinden sich in den räumlich abgesetzten Stadtteilen keine strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbieter. Um die räumliche

Nahversorgung zu verbessern, wird derzeit die Ansiedlung eines Netto-Lebensmitteldiscounters in Untersulmetingen umgesetzt.

5

Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse konkrete Instrumente zur konzeptionellen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vorgestellt werden können, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen und die daraus resultierenden übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Laupheim zu erarbeiten.

5.1 ÜBERGEORDNETE ENTWICKLUNGSZIELSTELLUNG FÜR LAUPHEIM

Als optimal und den Entwicklungszielen der Stadt Laupheim bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte, übergeordnete Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung angestrebt werden. Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht die übergeordneten räumlichen Entwicklungszielstellungen für die Stadt Laupheim.

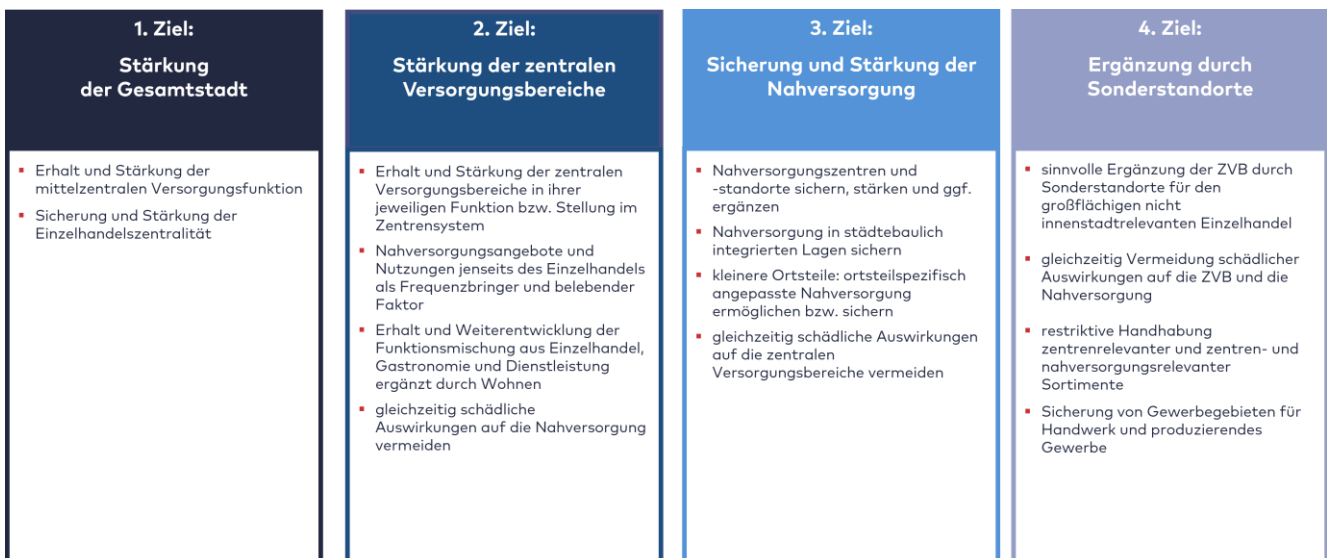


Abbildung 16: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Laupheim

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

5.2 ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN

Die Ermittlung der Entwicklungsperspektiven dient der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. Es werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht.

5.2.1 Vorbemerkung zur ermittelten Entwicklungsperspektiven

Die nachfolgend vorgestellten Entwicklungsperspektiven ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

- Die Betrachtung dient der **Ermittlung möglicher Entwicklungsperspektiven** auf Basis zukünftiger angebots- und nachfrageseitiger Entwicklungen.

Die Betrachtung stellt somit **keine „Grenze der Entwicklung“** dar. Sie dient vielmehr als Leitplanke für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung und deckt **Handlungsbedarfe** auf.

- Insbesondere im Zusammenhang mit dem aktuellen Urteil des Europäischen Gerichtshofs in der Sache Visser/Appingedam¹⁸ sollen die hier aufgezeigten Entwicklungsperspektiven **keinen abschließenden Begründungszusammenhang** für die Beurteilung von Einzelhandelsentwicklungen liefern, sondern eine erste Einschätzung bezüglich der **Auswirkungsintensität neuer Entwicklungen** bieten. Diese sind zwingend hinsichtlich ihrer jeweiligen städtebaulichen Wirkungen **im Einzelfall** zu untersuchen.
- Geringe oder fehlende Entwicklungsperspektiven stellen somit **keinesfalls ein „Entwicklungsverbot“** dar, sondern sind im Rahmen einer späteren **standortbezogenen und städtebaulichen Gesamtabwägung** zu berücksichtigen. Insbesondere Entwicklungen in zentralen Versorgungsbereichen sowie zur Optimierung der Nahversorgungsstrukturen sind unter Beachtung landesplanerischer und städtebaulicher Ziele und Grundsätze sowie der Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu befürworten.
- Werden über diese Entwicklungsperspektiven hinaus Verkaufsflächen geschaffen, so sind zunächst grundsätzlich **erhöhte Umsatzumverteilungen** zu erwarten. Die **Standortfrage** ist in diesem Fall entscheidend. Eine städtebauliche Beurteilung erfolgt **einzelfallbezogen**.
- Dies impliziert, dass die hier beschriebenen Entwicklungsperspektiven im engen Kontext mit den übergeordneten räumlichen Entwicklungszielstellungen und dem Zentren- und Standortkonzept zu sehen sind. Erst im Kontext des **räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds** kann die Erfüllung der Entwicklungsperspektive zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.
- Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der absehbar sich fortsetzenden **weltweiten multiplen Krisen** (aktuell u. a. Ukraine-Krieg, Energiekrise, Wirtschaftskrise etc.) sind stark nach Warengruppe und Standort zu differenzieren und noch nicht abschließend zu prognostizieren.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind darüber hinaus Entwicklungsspielräume auch oberhalb der hier dargestellten Entwicklungsperspektive in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb der Stadt Laupheim gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial größtenteils neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

5.2.2 Methodik

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose zukünftiger Entwicklungsperspektiven die vergangenen, gegenwärtigen und prognostizierten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie die versorgungsstrukturellen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in der Stadt Laupheim werden der Herleitung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt.

¹⁸ vgl. Appingedam-Urteil (EuGH 2018/44 zur Auslegung der Dienstleistungsrichtlinie – EuGH 2006/123)

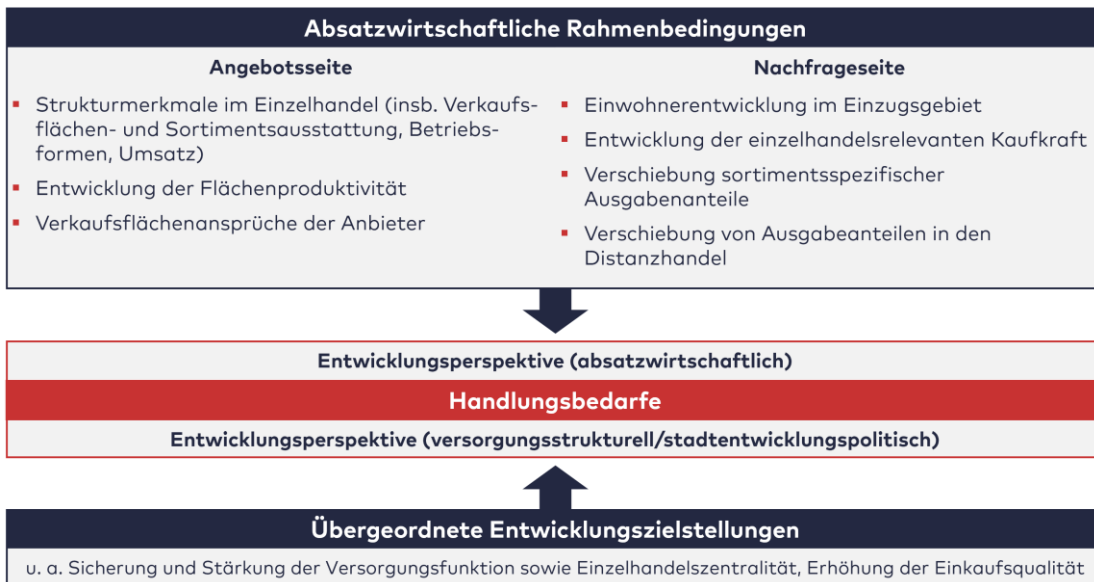


Abbildung 17: Methodik zur Ermittlung der Entwicklungsperspektive

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen sind mögliche versorgungsstrukturelle und stadtentwicklungspolitische Impulse einer Kommune bei der Herleitung künftiger Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der zukünftige Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Landes- und Regionalplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in der Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren z. B. breit gefächerte Einzelhandelsangebote auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt die wohnstandortnahe Versorgung mit dem qualifizierten Grundbedarf zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag für die Stadt Laupheim als Mittelzentrum wird mit den stadtentwicklungspolitischen Zielstellungen der Kommune abgeglichen und bei der Herleitung von Handlungsbedarfen berücksichtigt.

Die Entwicklungsperspektive wird für das **Prognosejahr 2030**¹⁹ ermittelt, um realistische Eingangsparameter zu verwenden und die Möglichkeit von Scheingenauigkeiten zu minimieren. Im Folgenden werden die wesentlichen Eingangsgrößen für den relevanten Zeitraum dargestellt.

¹⁹ Der angesetzte Prognosezeitraum erscheint aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels und den aktuellen Unwägbarkeiten im Kontext der weltweiten multiplen Krisen als sachgerecht. Größere Prognosezeiträume erhöhen nach gutachterlicher Auffassung nicht die Qualität der Entwicklungsprognose.

Tabelle 7: Relevante Rahmenbedingungen zur Herleitung der Entwicklungsperspektive für Laupheim

Rahmenbedingung	Impuls	Entwicklungsperspektive für Laupheim bis 2030
Demografische Entwicklung	↓	leicht negative Einwohnerentwicklung bei zunehmend höherem Anteil älterer Menschen
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft	→	moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)
Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der Anbieter	→	leichte Impulse bei Filialisten im kurzfristigen Bedarfsbereich, branchenübergreifend keine nennenswerten Impulse
Entwicklung der Flächenproduktivität	→	Nennenswerte positive Entwicklung nur in ausgewählten Sortimentsbereichen (konjunkturbedingte Abschwächung erwartet)
Entwicklung des Online-Handels	↓	konstant steigender Online-Anteil mit deutlichen sortiments-spezifischen Unterschieden
Weltweite mutiple Krisen	↓	absehbar sich fortsetzende weltweite Krisen beeinträchtigen das Konsumklima und Lieferketten (aktuell u. a. Energiekrise, Wirtschaftskrise, Ukraine-Krieg und Post-Corona-Phase)
Versorgungsstrukturelle und stadtentwicklungspolitische Impulse	↑	sortiments-spezifische Entwicklungsperspektiven im Rahmen des mittelzentralen Versorgungsauftrages

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre stetig angewachsen ist. Im Jahr 2021 erreichte der Einzelhandelsumsatz im Online-Segment mit rd. 86,7 Mio. Euro (rd. 14,7 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes) seinen Höchststand.

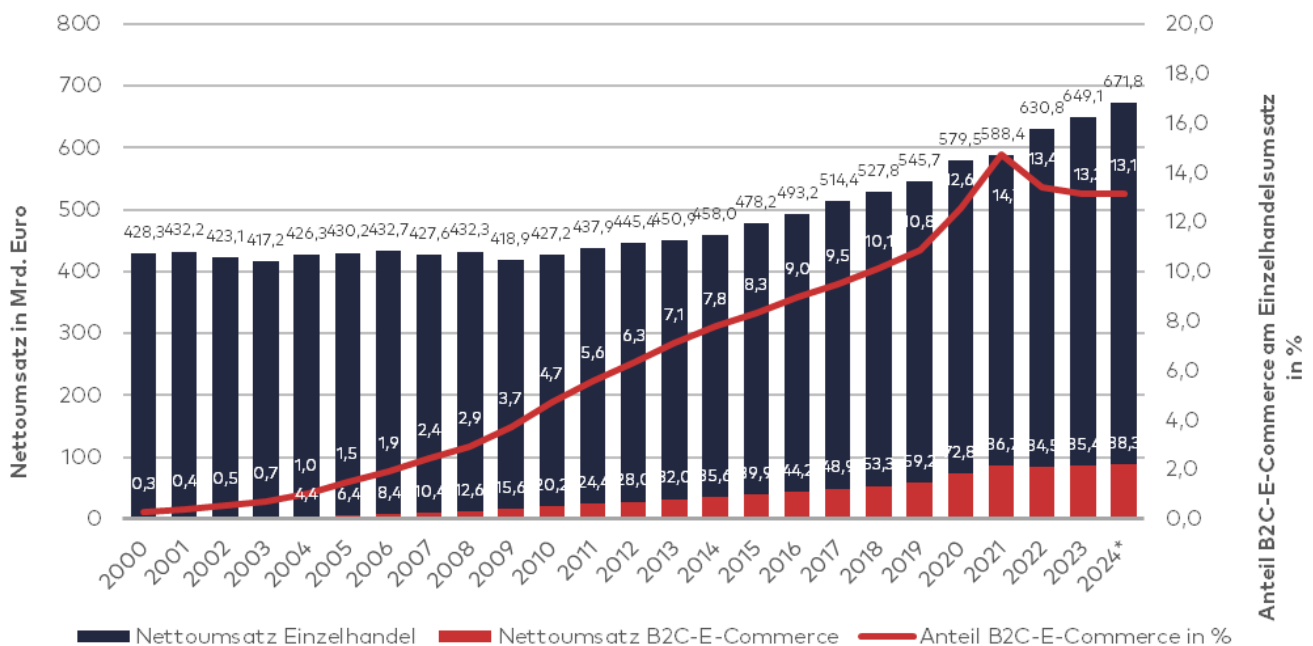


Abbildung 18: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); *Prognose.

Nach einem Umsatzrückgang im Jahr 2022, der insbesondere mit der krisenbedingten allgemeinen Konsumzurückhaltung, steigenden Produktions- und Lieferkosten sowie einem gewissen „Nachholeffekt“ des stationären Handels nach den Lockdowns zu begründen ist, kann ab dem Jahr 2023 wieder ein Wachstum des Online-Segments festgestellt werden. Das Niveau des Jahres 2021 wird allerdings gemäß aktueller Prognosen (noch) nicht erreicht.

Der Anteil ist sortimentspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik ist der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz im Einzelhandel hoch und nimmt stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente und im besonderen Maße innerstädtische Leitsortimente betroffen.

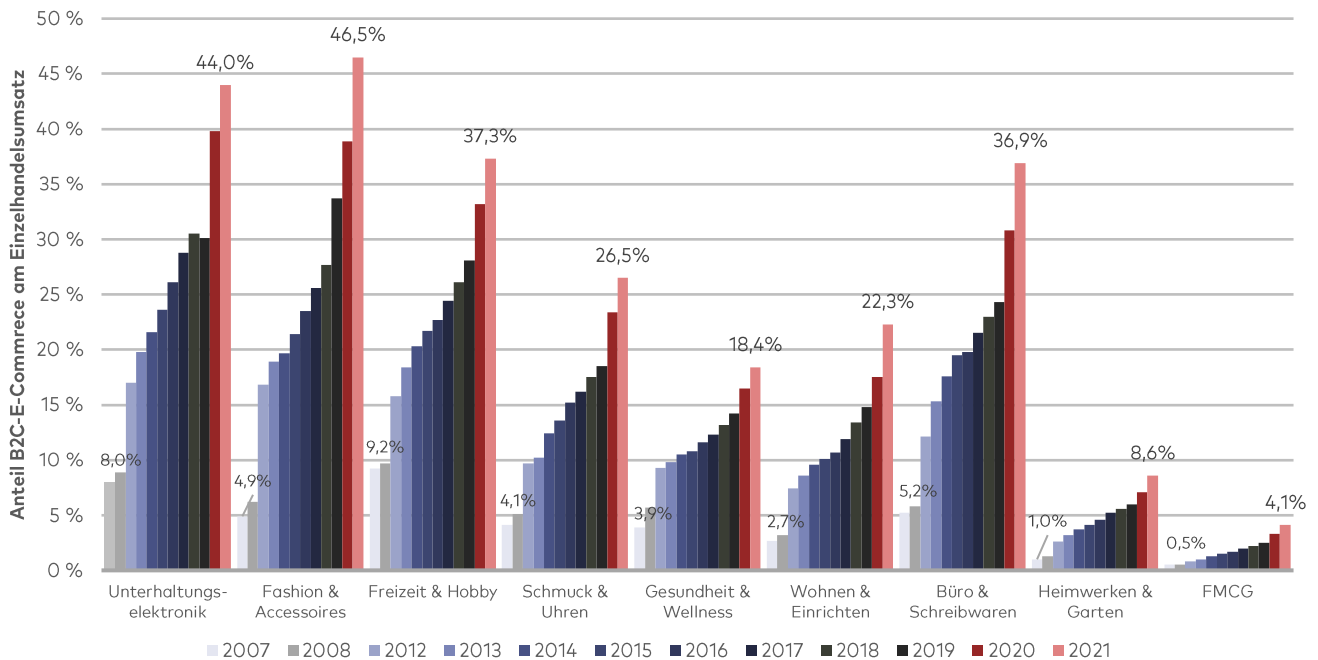


Abbildung 19: Entwicklung der Online-Anteile verschiedener Einzelhandelsbranchen am jeweiligen Gesamtmarkt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Handelsverband Deutschland (HDE), Institut für Handelsforschung (IFH) 2007-2022; FMCG = Fast Moving Consumer Goods (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren).

Auf Grundlage von Daten des Handelsverbandes Deutschland und des Instituts für Handelsforschung ist im Jahr 2023 von branchenspezifischen Online-Marktanteilen von rd. 34 bis 42 % in Segmenten wie z. B. Fashion & Accessoires, Unterhaltungselektronik und Freizeit & Hobby auszugehen. Im Bereich der kurzfristigen Bedarfsgüter ist ein noch dynamischeres Wachstum zu erwarten, allerdings von einem deutlich niedrigeren Ausgangsniveau aus. Es ist davon auszugehen, dass die im Zuge der weltweiten Krisen zu beobachtende Konsumzurückhaltung in der Tendenz sowohl den stationären als auch den digitalen Einzelhandel trifft. An der Entwicklungsdynamik in den einzelnen Warengruppen wird sich somit mittelfristig nichts ändern. Die folgende Abbildung zeigt eine Prognose für die sortimentspezifischen Umsatzanteile des Online-Handels differenziert nach Warengruppen.

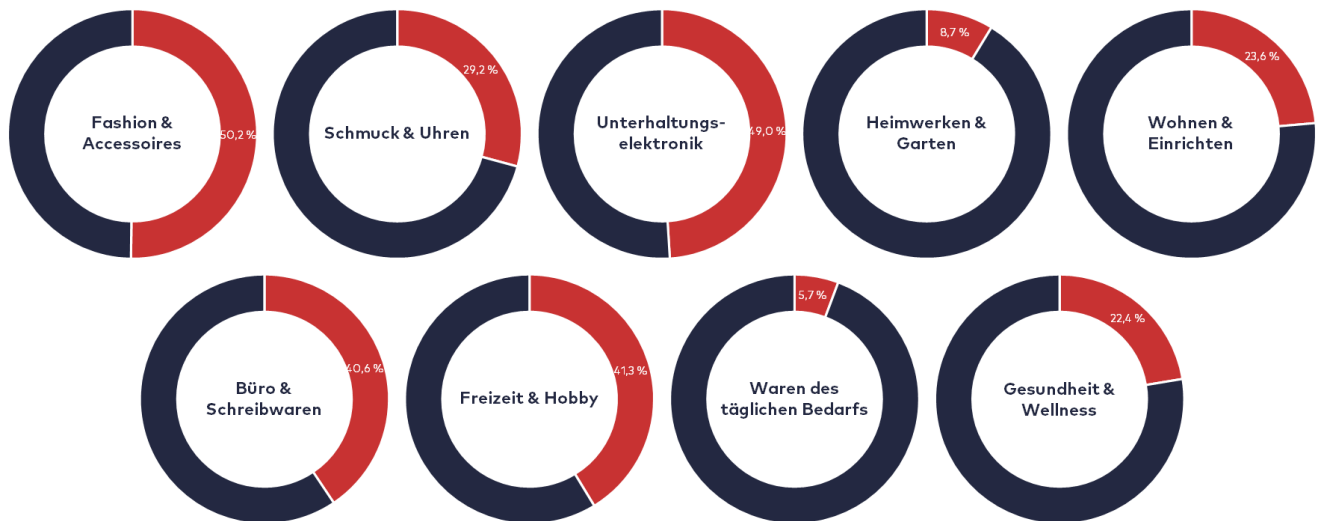


Abbildung 20: Prognostizierte Entwicklung des Online-Handels bis 2030 differenziert nach Sortimenten

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; auf Grundlage von Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE)

Für die Stadt Laupheim werden sich in der mittleren Frist voraussichtlich nur geringe onlinebedingte, strukturprägende Veränderungen im Bereich des periodischen Bedarfs ergeben. Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich entfaltet die Digitalisierung allerdings eine bereits jetzt erkennbare Wirkung. Neben einem erhöhten (und für kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte oftmals nicht wirtschaftlichen) Wettbewerb gegenüber Online-Vertriebsformen kann die Digitalisierung jedoch auch gewisse Chancen bieten (u. a. Erhöhung der Sichtbarkeit/ Erreichbarkeit, Realisierung von Liebhaber- und Spezialhandelsgeschäften mit sehr begrenzten Zielgruppen, Multi- und Cross-Channel-Marketingstrategien). Jedoch hat auch der Online-Handel die Service- und Erlebnisorientierung der Verbraucher erkannt und versucht in den letzten „stationären Tugenden“ Beratung, Service und Erlebnis mittels telefonischer Stilberatung (z. B. Outfittery), Same-Hour-Delivery (z. B. Amazon Prime Now) und stationären Showrooms in Großstädten (z. B. Zalando) zu punkten.

Neben der Bedeutung des Online-Handels wirken sich voraussichtlich langfristig die derzeit weltweit multiplen Krisen auf angebots- und nachfrageseitige Aspekte aus. Während angebotsseitig ein verringertes Expansionsgeschehen in vielen Bereichen des Einzelhandels zu beobachten ist, das insbesondere auf steigende Energiekosten und Bauzinsen sowie auf die allgemeinen Konsumzurückhaltung in Deutschland zurückzuführen ist, ist nachfrageseitig v. a. aufgrund steigender Verbraucherpreise und inflationsbedingt sinkender Reallöhne ein zurückhaltendes Konsumverhalten zu beobachten. Absehbar werden die oben genannten Aspekte (u. a. Ukraine-Krieg, Energiekrise, Wirtschaftskrise etc.) das Konsumklima innerhalb des Prognosezeitraums bis 2030 deutlich negativ beeinflussen.

Ergänzend gilt es insbesondere die versorgungsstrukturellen und stadtentwicklungspolitische Impulse zu berücksichtigen. Die heutige Einzelhandelszentralität der Stadt Laupheim beträgt rd. 98 %, wobei jedoch sortimentspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind (s. Kapitel 4.4). Hieraus erwachsen für einige Warengruppen mögliche Entwicklungsperspektiven bzw. Handlungsbedarfe (s. Kapitel 5.2.3).

In den Sortimentsgruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs ergeben sich insb. für die Warengruppe zoologischer Bedarf Handlungsbedarfe in Form einer Sicherung und zielgenauen Optimierung der Angebotsstrukturen.

In den Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches sind angesichts der zum Teil deutlich unterdurchschnittlichen Zentralitäten ebenfalls gewisse sortimentspezifische Entwicklungsperspektiven begründbar. Hieraus erwachsen für einige Warengruppen mögliche Entwicklungsperspektiven im Rahmen von Einzelhandelsneusiedlungen bzw. Verkaufsflächenarrondierungen im Bestand.

5.2.3 Warengruppenspezifische Handlungsbedarfe für die Stadt Laupheim

Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie der versorgungsstrukturellen und stadtentwicklungspolitischen Impulse ergeben sich für die Stadt Laupheim bis Ende 2030 sortimentspezifische Handlungsbedarfe, die nachfolgend in qualitativer Form dargestellt werden. Auf eine quantitative Darstellung in Form von konkreten Verkaufsflächen wird bewusst verzichtet, da diese fälschlicherweise in der Praxis häufig als Handlungsschwellen verstanden werden²⁰.

Tabelle 8: Sortimentspezifische Handlungsbedarfe für Laupheim bis 2030

Warengruppe	Handlungsbedarf	Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	■ □ □	<ul style="list-style-type: none"> Angesichts der guten Ausstattungswerte sollte die bestehende Versorgungsfunktion langfristig gesichert werden, somit Verfestigung und zukunftsfähige Aufstellung der Nahversorgungsstrukturen darüber hinaus Verbesserung der räumlichen Nahversorgung, insb. in den kleineren, dezentralen Siedlungsbereichen/Ortsteilen.
Drogerie, Parfümerie & Kosmetik	■ □ □	<ul style="list-style-type: none"> Angesichts der guten Ausstattungswerte langfristiger Erhalt der Versorgungsfunktion im Drogeriewarenfachmarkt-Segment Kosmetikfachgeschäft/Parfümerie als mögliche qualitative Angebotsergänzung (dabei räumlicher Fokus: ZVB Innenstadtzentrum)
sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich	■ ■ □	<ul style="list-style-type: none"> Sicherung der lokalen Fachgeschäfte im Stadtgebiet (u. a. Schreibwarenanbieter, Bücherladen) Erhalt der Versorgungsfunktion im Segment zoologischer Bedarf (derzeit insbesondere Darbietung durch Fressnapf sowie die Randsortimente der strukturprägenden Lebensmittelmärkte); darüber hinaus gewisse Möglichkeiten zur quantitativen Angebotsergänzung gegeben (u. a. Neuansiedlung von weiteren Fachgeschäften bzw. Verkaufsflächenenerweiterungen im Bestand)
Fashion & Accessoires	■ □ □	<ul style="list-style-type: none"> Im Kontext der Wettbewerbssituation (u. a. Oberzentrum Ulm), der Konkurrenz durch den Online-Handel sowie den Folgen der weltweit multiplen Krisen insbesondere Fokus auf Sicherung der Bestandsbetriebe Darüber hinaus eingeschränkte rechnerische Möglichkeiten zur quantitativen Angebotsergänzung in Form eines kleinteiligen Fachgeschäftes in den Warengruppen Bekleidung gegeben (dabei nach Möglichkeit gezielte qualitative Stärkung der Versorgungsfunktion mit räumlichem Fokus auf den ZVB Innenstadtzentrum)

²⁰ Mögliche Verkaufsflächenentwicklungen sind im Einzelfall vorhabenbezogen zu prüfen.

Warengruppe	Handlungsbedarf	Erläuterung
Heimwerken & Garten	■ □ □	<ul style="list-style-type: none"> Angesichts der guten Ausstattungswerte langfristiger Erhalt der Versorgungsfunktion im Baumarkt-Segment Möglichkeiten zur quantitativen Angebotsergänzung im Bereich Pflanzen/Gartenbedarf (u. a. für die Neuansiedlung eines spezialisierten Fachmarktes oder Erweiterungen im Randsortiment)
Freizeit & Hobby	■ ■ □	<ul style="list-style-type: none"> Langfristige Sicherung der Versorgungsfunktion im Fahrrad-Segment und im Segment klassische Sportartikel Quantitative Angebotsergänzung um weitere Fachgeschäfte in der Warengruppe Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente rechnerisch möglich (dabei räumlicher Fokus: ZVB Innenstadtzentrum)
Gesundheit & Wellness	■ □ □	<ul style="list-style-type: none"> Auch im Kontext des demographischen Wandels Sicherung der lokalen Fachgeschäfte (Apotheken, Optiker, Hörgeräteakustiker, Sanitätshaus) Eingeschränkte Möglichkeiten zur quantitativen Angebotsergänzung gegeben (Ergänzung um weiteres Fachgeschäft)
Wohnen & Einrichten	■ ■ □	<ul style="list-style-type: none"> In den Warengruppen GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör, Teppiche/ Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz sowie Bettwaren/Matratten, rechnerische Entwicklungsperspektive zur Ansiedlung jeweils eines Anbieters mit Fachgeschäftscharakter oder entsprechende Verkaufsflächenerweiterungen im Bestand Im Möbel-Segment Fokus auf den Erhalt der Anbieter (u. a. Möbelfachmärkte) und Weiterentwicklung des bestehenden Angebots ggf. durch weitere Fachmärkte
(Unterhaltungs-)Elektronik & Haushaltsgeräte	■ ■ ■	<ul style="list-style-type: none"> Sicherung der lokalen Fachgeschäftsstrukturen im Stadtgebiet (Fachgeschäfte für Elektrogeräte und Lampen) Angebotsergänzung um weitere Fachgeschäfte bzw. einen kleineren Fachmarkt insb. im Sortiment Neue Medien/Unterhaltungselektronik; unter Beachtung der hohen Konkurrenz durch den Online-Handel
Uhren & Schmuck	■ □ □	<ul style="list-style-type: none"> Erhalt der lokalen Fachgeschäfte Darüber hinaus eingeschränkte Möglichkeiten zur quantitativen Angebotsergänzung gegeben (kleinteilig strukturiertes Fachgeschäft bzw. geringfügige Erweiterungen im Bestand)

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ■ □ □ = geringer Handlungsbedarf; ■ ■ □ = mittlerer Handlungsbedarf; ■ ■ ■ = hoher Handlungsbedarf.

Neben der **Sicherung und bedarfs- bzw. funktionsgerechten Stärkung der bestehenden Versorgungsfunktion** sollten die Entwicklungsperspektiven insbesondere zur **Angebotsergänzung von bislang fehlenden bzw. unterrepräsentierten Sortimenten** genutzt werden.

Für die Stadt Laupheim bedeuten die Prognoseergebnisse zu den warengruppen-spezifischen Entwicklungsperspektiven, dass

- die landes- bzw. regionalplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion von Laupheim in einigen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden kann,
- in den Warengruppen ohne eine nennenswerte Entwicklungsperspektive neue Angebote und Verkaufsflächen mit höherer Wahrscheinlichkeit durch stärkere Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern allerdings nur bedingt zu),

- bei einer deutlichen Überschreitung der ermittelten Handlungsbedarfe sowie bei Realisierung von Einzelhandelsvorhaben an nicht konzeptkonformen Standorten ein stadtentwicklungspolitisch nicht zielführender Wettbewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für die zentralen Versorgungsbereiche einerseits und die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert und
- bei Warengruppen mit einer begrenzten Entwicklungsperspektive die Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Darüber hinaus legen Handelsunternehmen generell für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht berücksichtigte Marktfaktoren zugrunde. Diese können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die von den hier ermittelten Entwicklungsperspektiven ggf. abweichen und städtebaulich nicht zwangsläufig verträglich sind. Auf der anderen Seite muss im Kontext der dargestellten Handlungsbedarfe für einzelne Warengruppen berücksichtigt werden, dass rechnerische Entwicklungsperspektiven nicht gleichzeitig immer den betriebswirtschaftlichen Kalkül eines Handelsunternehmens entsprechen; zudem kann die Wahrscheinlichkeit einer Ansiedlung eines entsprechenden Betriebes aufgrund des ausgeprägten Wettbewerbsumfeldes, der Bedeutung des Online-Handels sowie der (noch nicht vollumfänglich absehbaren) Auswirkungen der derzeit weltweit multiplen Krisen eingeschränkt werden.

Wie vorausgehend beschrieben können und sollen die vorgestellten Perspektiven bzw. Handlungsbedarfe keine „Grenze der Entwicklung“ darstellen, sondern vielmehr als Orientierungswert verstanden werden. Auch Vorhaben, welche die Entwicklungsperspektive überschreiten, können zur Verbesserung des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung korrespondieren und sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

6

Einzelhandelskonzept für Laupheim

Aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse und abgeleitet aus den Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung werden im Folgenden ein Zentren- und Standortkonzept, eine Liste zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sowie die bei Standortanfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze für die Stadt Laupheim entwickelt.

6.1 ZENTRENKONZEPT

Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzeptes ist die räumliche und funktionale Festlegung des zu empfehlenden zentralen Versorgungsbereichs. Die hierbei zugrunde zulegenden Kriterien werden nachfolgend detailliert vorgestellt.

6.1.1 Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von zentralen Versorgungsbereichen

Die Innenstädte und Ortszentren sowie die Nebenzentren und Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Zentrale Versorgungsbereiche bilden die essenzielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigendem Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB. Darüber hinaus sieht § 5 Abs. 2 BauGB vor, dass im Flächennutzungsplan die Ausstattung des Stadtgebiets mit zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden kann, um Einzelhandelskonzepten als informelles Planungsinstrument stärkeres rechtliches Gewicht zu verleihen. Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG) eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich, je nach Größe und Struktur einer Kommune, ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum, aus Neben- oder Stadtteilzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (siehe Abbildung 21). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

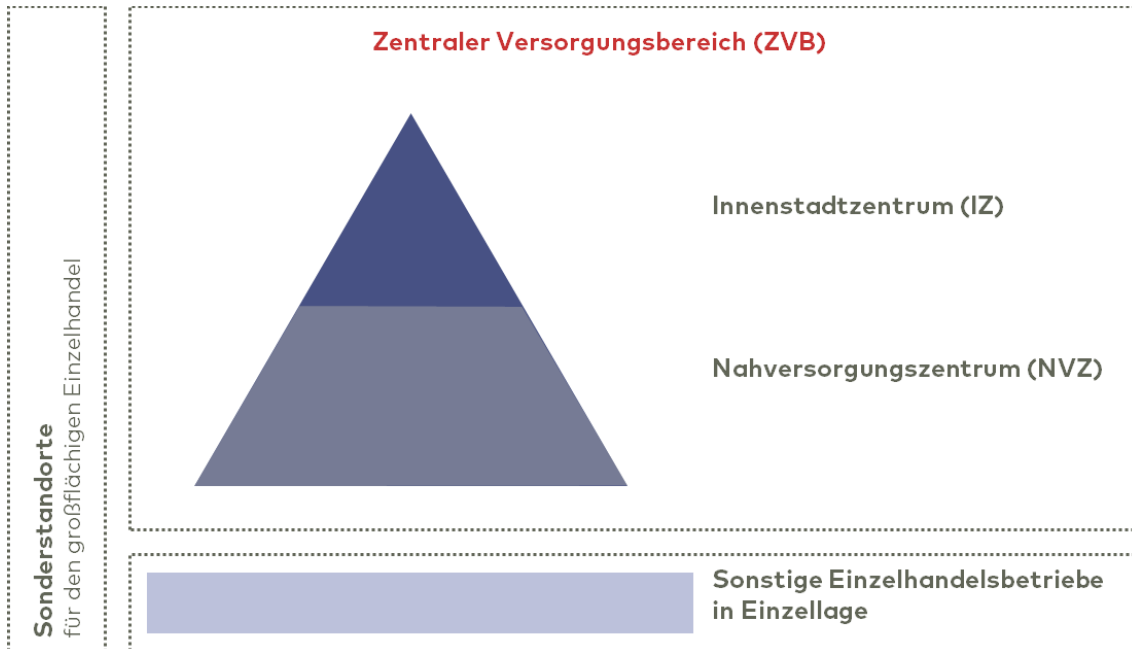


Abbildung 21: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die einzelnen Zentrentypen unterscheiden sich hinsichtlich der Tiefe und der Breite der Versorgungsfunktion:²¹

1. **Innenstadtzentren** verfügen über einen großen Einzugsbereich (i. d. R. gesamtes Stadtgebiet, ggf. weiteres Umland) und bieten regelmäßig ein breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.
2. **Nahversorgungszentren** verfügen über einen kleinen Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. Zentren kleinerer Orte) und bieten ein begrenztes Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen (ggf. auch Teilbereiche des mittel- und langfristigen) Bedarfsbereiches an.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),

²¹ Vgl. Kuschnerus/Bischopink/Wirth 2018, S. 101.

- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.²²

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.²³

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen.²⁴

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt.²⁵

EIN ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH IST EIN

- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
- eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung – häufig ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote – geprägt ist.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.²⁶

In der Planungspraxis ist die Beurteilung, ob bestimmte Lagen noch als zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Grund- oder Nahversorgungszentrums einzustufen sind zuweilen überaus anspruchsvoll. Regelmäßig ergeben sich Streitfälle bei zwar städtebaulich integrierten Bereichen mit einer historischen Zentrenfunktion, die aber nur über eine eingeschränkte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus verfügen. Standortbereiche, die nicht über

²² Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

²³ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

²⁴ Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.

²⁵ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

²⁶ Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

eine ausreichende Größe und ein Spektrum von Waren und Dienstleistungen sowie keinen marktgängigen Lebensmittelmarkt verfügen, können gemäß aktueller Rechtsprechung keine zentrale Versorgungsfunktion in größeren Städten übernehmen und sind somit bei fehlender Entwicklungsperspektive (z. B. in Form konkreter Potenzialflächen) nicht als zentraler Versorgungsbereich einzustufen.²⁷

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Abbildung 22 veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Bestandsstruktur hinausgeht.

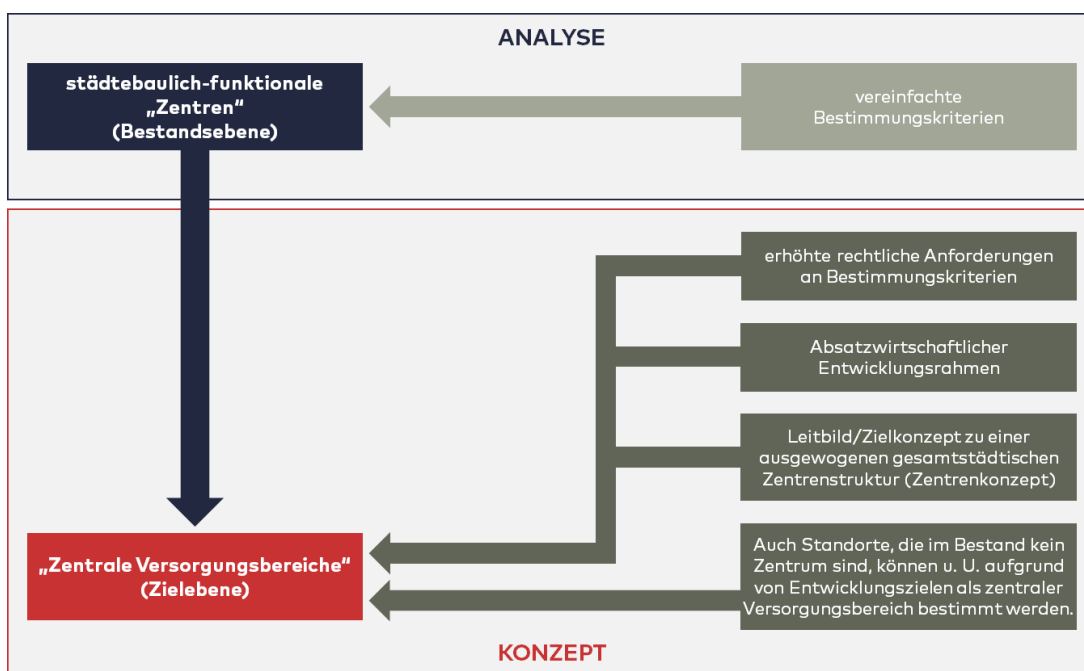


Abbildung 22: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:

²⁷ Vgl. OVG NRW Urteil 15. Februar 2012 – AZ: 10 A 1770/09.

FESTLEGUNGSKRITERIEN FÜR ZENTRALE VERSORGBEREICHE

Aspekte des Einzelhandels

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).

Sonstige Aspekte

- Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.),
- städtebauliche Gestaltung und Dichte, stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums,
- integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets,
- verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen,
- ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.²⁸

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches als Ganzem beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.²⁹

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),
- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl

²⁸ Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG NRW bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07).

²⁹ Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten oder

- wenn potenzielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

6.1.2 Zentrenstruktur von Laupheim

Im EHK Laupheim 2021 sind für die Stadt Laupheim mit dem ZVB Innenstadtzentrum Laupheim, den ZVB Nahversorgungszentren Kaufland und Biberacher Straße insgesamt drei zentrale Versorgungsbereiche enthalten. Auf Grundlage der städtebaulichen Analyse (siehe Kapitel 4.5) und den Untersuchungsergebnissen hinsichtlich der dargestellten Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche werden im Rahmen des vorliegenden Konzeptes der ZVB Innenstadtzentrum sowie die beiden Nahversorgungszentren Kaufland und Biberacher Straße fortgeschrieben.

Darüber hinaus lassen zwar mehrere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelsicht zu bewertende Agglomeration erkennen, diese weisen jedoch nicht die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere sind bei solchen Agglomerationen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass solche Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen übernehmen können und sollten – etwa Versorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich. Im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes werden weitere Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche identifiziert (siehe Kapitel 6.2).

ZVB Innenstadtzentrum Laupheim

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Laupheim ist hinsichtlich der Ausdehnung der größte zusammenhängende, städtebaulich integrierte Geschäftsbereich der Stadt Laupheim. Dieser weist städtebauliche Zentrenmerkmale wie z. B. eine gewisse städtebauliche Dichte, Nutzungsmischung und urbanes Leben auf. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5.

Räumliche Ausprägung

Das Innenstadtzentrum umfasst diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere die Bereiche mit relevanten Kundenläufen sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen. Die Festlegungsempfehlung orientiert sich an den bestehenden Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereichs aus dem EHK Laupheim 2021 und den vorhandenen Bestandsstrukturen unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielstellungen für die Stadt Laupheim.

Es ergibt sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien (siehe Kapitel 6.1.1) begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum Laupheim:

- Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Laupheim erstreckt sich v. a. im Kreuzungsbereich zwischen Mittelstraße, Rabenstraße und Marktplatz und umfasst zusätzlich einen Teilabschnitt der Langen Straße.
- Die nördliche Begrenzung des ZVB verläuft etwa bis zum Kreisverkehr Kapellenstraße/Bronner Straße.
- Im weiteren Verlauf der Kapellenstraße bzw. des Marktplatzes in Richtung Osten orientiert sich der ZVB entlang der ersten Reihe der Bebauung.
- Die westliche Abgrenzung umfasst den Bereich um die König-Wilhelm-Straße bis kurz vor die Gartenstraße.
- Den südlichen Abschluss bildet die Aststraße sowie in der Langen Straße bis nach dem Kreuzungsbereich Lange Straße und Pfeifferstraße.
- Somit wird die Abgrenzung des ZVB in den Randbereichen geringfügig angepasst, orientiert am aktuellen Geschäftsbesatz und mit parzellenscharfer Abgrenzung: Im südlichen Abschnitt wurde die Lange Straße etwas enger gefasst und im westlichen Bereich leicht erweitert, einschließlich des Bereichs rund um die Marienkirche.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs erforderlich. Diese wird in der folgenden Abbildung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Laupheim dargestellt.

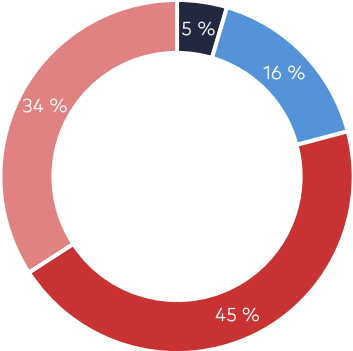


Abbildung 23: Räumliche Abgrenzung des ZVB Innenstadtzentrum Laupheim 2025.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 05/2025; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Auf Basis der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum Laupheim ergeben sich folgende Ausstattungskennwerte (siehe Tabelle 9).

Tabelle 9: Ausstattungskennwerte des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Laupheim

Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen	Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
 <ul style="list-style-type: none"> ■ Nahrungs- und Genussmittel ■ sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich ■ mittelfristiger Bedarfsbereich ■ langfristiger Bedarfsbereich 	Anzahl der Betriebe*	52	44 %
	Gesamtverkaufsfläche in m ² *	14.300	24 %
	Anzahl der Leerstände**	12	9 %
	Zentrenergänzende Funktionen	65	-

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 05/2025; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * anteilig bezogen auf Gesamtstadt; ** anteilige Leerstandsquote bezogen auf Standortbereich.

Innere Organisation

Der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Laupheim ist kein homogenes Gebilde, sondern kann in verschiedene Lagekategorien differenziert werden. Zur inneren Gliederung des zentralen Versorgungsbereiches werden die Hauptlage, die erweiterte Hauptlage, die Nebenlage sowie die Ergänzungsbereiche näher betrachtet (siehe Abbildung 24). Die Einordnung erfolgt dabei anhand der baulichen und handelsprägenden Strukturen der verschiedenen Lagebereiche.

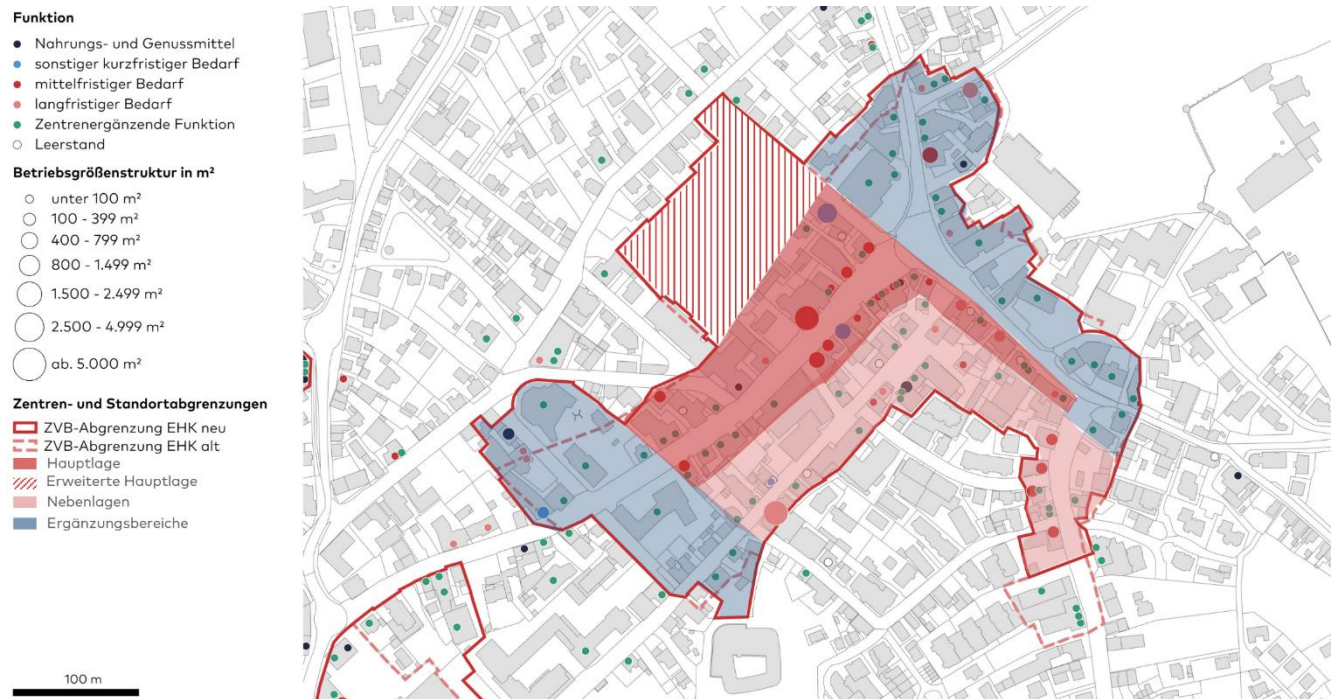


Abbildung 24: Innere Organisation des Innenstadtzentrums Laupheim

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 05/2025, Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Die **Hauptlage** erstreckt sich nach dem Gemeindehaus entlang der Mittelstraße bis zum Rathausplatz sowie einseitig westlich entlang der Marktstraße bis zur Kreuzung Marktplatz/Lange Straße. Der Bereich ist durch frequenzsteigernde und frequenzabhängige Nutzungen geprägt und zeichnet sich durch eine Bündelung einzelhandelsbezogener Angebote mit Magnetwirkung aus. Zudem weist die Lage einen hohen städtebaulich-funktionalen Zusammenhang auf, der sich unter

anderem in einer hohen Einzelhandelsdichte und einer kompakten Bebauungsstruktur widerspiegelt.

Lagespezifische Empfehlungen: Hauptlage

- Hauptlage als primärer Ansiedlungsraum für sämtliche Sortimente im ZVB Innenstadtzentrum
- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktion
- Schwerpunkt: Qualitative, filialisierte und inhabergeführte Angebote
- sofern möglich: Aktivierung von Leerständen, sofern nicht möglich Nachnutzung abseits des Einzelhandels
- Herstellung einer Funktionsverbindung zwischen Mittelstraße und König-Wilhelm-Straße sowie den übrigen Lagebereichen

Die **Erweiterte Hauptlage** umfasst den Bereich nördlich der Mittelstraße rund um die ehemaligen Feneberg- und KiK-Gebäude. Derzeit ist dieser Abschnitt durch zwei strukturprägende Leerstände geprägt. Mit der erweiterten Hauptlage und die Nachnutzung der bestehenden Leerstände besteht Potenzial zur Stärkung des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum.

Lagespezifische Empfehlungen: Erweiterte Hauptlage

- Einzelhandelsbezogene Nachnutzung der Leerstände – wenn möglich im Angebotsbereich Nahrungs- und Genussmittel
- zwingend Stärkung der städtebaulich-funktionalen Verbindung zur Hauptlage
- Aufrechterhaltung der Parkmöglichkeit

Die **Nebenlage** umfasst die Rabenstraße und die Lange Straße. Diese Bereiche sind durch weniger frequenzstarke Nutzungen geprägt. Zentrenergänzende Funktionen dominieren gegenüber dem Einzelhandel, und es treten vermehrt Leerstände auf. Zudem besteht ein schwächerer städtebaulich-funktionaler Zusammenhang, der sich unter anderem in einer geringeren Handelsdichte widerspiegelt.

Lagespezifische Empfehlungen: Nebenlage

- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktionen
- Erhalt und Stärkung von zentrenergänzenden Funktionen bzw. der Funktionsvielfalt (bspw. Gastronomie)
- sofern möglich: Aktivierung von Leerständen, sofern nicht möglich Nachnutzung abseits des Einzelhandels
- Schaffung einer ansprechenden Funktionsverbindung zur Mittelstraße

Die **Ergänzungsbereiche** umfassen die Lagen innerhalb des ZVB Innenstadtzentrum, die eine deutlich untergeordnete Handelsfunktion besitzen und die Hauptlagen funktional ergänzen. Diese Bereiche erstrecken sich im westlichen Abschnitt der Mittelstraße und Rabenstraße mit dem Gemeindehaus und der Grundschule sowie im nördlichen Teil des ZVB von der Kapellenstraße bis zum Marktplatz entlang der östlichen Seite der Marktstraße. Der Schwerpunkt liegt hier auf zentrenergänzenden Nutzungen.

Lagespezifische Empfehlungen: Ergänzungsbereiche

- Sicherung als ergänzende Lagebereiche des Zentrums mit Schwerpunkt einzelhandelsferne Nutzungen (insb. Gastronomie, öffentliche Einrichtungen, Dienstleister)
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität; insb. Aufwertung der Platzgestaltung des Rathausplatzes (insb. Erscheinungsbild) und des Marktplatzes (insb. Sitzmöglichkeiten)
- Erhalt des Rathauses mit seinen bürgernahen Funktionen (z. B. Bürgerbüro, Standesamt, soziale Dienste) als wichtiger Frequenzbringer für die Innenstadt durch Kundenverkehr und Beschäftigte
- Sicherung des Wochenmarktes, insb. aufgrund der sozialen Funktion und der Bedeutung als belebender Faktor

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Aufgrund der Versorgungsfunktion der Laupheimer Innenstadt für die Gesamtstadt ist vor allem die Sicherung und Weiterentwicklung im Sinne einer mittelzentralen Versorgungsfunktion eine künftige Herausforderung, aus welcher nachfolgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele abgeleitet werden. Diese sollen in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt, die einen Bezug zur Innenstadt aufweisen, berücksichtigt werden.

ENTWICKLUNGSZIELE ZVB INNENSTADTZENTRUM LAUPHEIM

- Fortschreibung des ZVB Innenstadtzentrum als zentraler Versorgungsstandort für die Stadt Laupheim mit einer mittelzentralen Versorgungsfunktion in den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsgütern
- Sicherung und Erhalt der Bestandsbetriebe sowie der Funktionsvielfalt, auch im Hinblick auf die Funktion der Stadt Laupheim als Mittelzentrum
- Erhalt und Stärkung der Vielfalt des Einzelhandelsangebots durch die Kombination aus bekannten Filialbetrieben und individuellen, inhabergeführten Geschäften
- Sicherung und bestmögliche Weiterentwicklung im Angebotsbereich Nahrungs- und Genussmittel
- Erhalt der Funktionsmischung aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung und Wohnen sowie Erhalt des Rathauses mit seinen bürgernahen Funktionen
- Aktivierung bestehender Leerstände ggf. auch durch Zwischennutzungen oder Nutzungen abseits des Einzelhandels
- Erhalt und Stärkung der städtebaulich-funktionalen Verbindung

ZVB Nahversorgungszentrum Biberacher Straße

Das Nahversorgungszentrum Biberacher Straße ist ein zentraler Versorgungsbereich mit einer Versorgungsfunktion insb. für den nahversorgungsrelevanten Bedarf. Das nahversorgungsrelevante Angebot (REWE und Norma inkl. kleinteiliger Strukturen des Lebensmittelhandwerks) wird durch einen Verkaufsflächenanteil im mittelfristigen Bedarfsbereich und zentrenergänzenden Funktionen ergänzt. Das Nahversorgungszentrum Biberacher Straße mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.200 m² (rd. 4 % Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) bietet durch die zwei Lebensmittelmärkte eine Versorgungsfunktion, die über den Nahbereich hinausgeht.

Das NVZ umfasst den Standortbereich östlich der Biberacher Straße zwischen der Mittelstraße im Norden und der Rabenstraße im Süden. Die Festlegungsempfehlung orientiert sich im Wesentlichen an den vorhandenen Bestandsstrukturen unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielstellung der Stadt Laupheim. Im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Jahr 2021 erfolgt im Osten eine Erweiterung der Abgrenzung um den neuen Quartiersplatz mit den zugehörigen Nutzungen im Norden entlang der Mittelstraße sowie eine Erweiterung im Süden mit dem Parkhaus Rabenstraße. Entwicklungsmöglichkeiten bestehen durch Umnutzungen im Bestand bzw. durch die Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe oder ergänzender Nutzungen auf den nördlich an den ZVB angrenzenden Flächen. Hiermit bestehen zusätzliche Potenziale zur Stärkung des ZVB NVZ Biberacher Straße.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 25 für das Nahversorgungszentrum Biberacher Straße dargestellt.

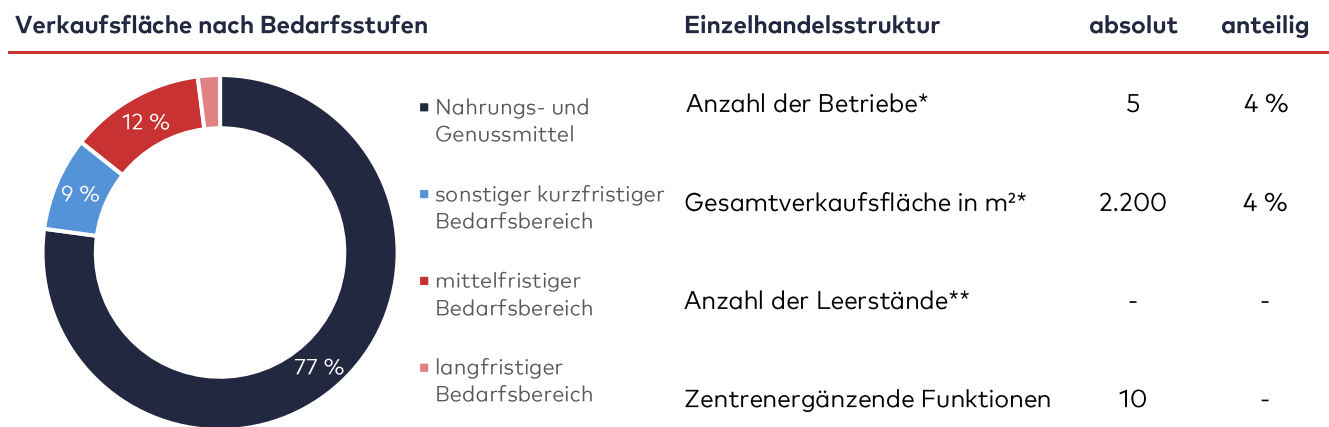


Abbildung 25: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Nahversorgungszentrum Biberacher Straße

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 05/2025; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Auf Basis der neuen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Nahversorgungszentrum Biberacher Straße ergeben sich folgende Ausstattungskennwerte (siehe Tabelle 10).

Tabelle 10: Ausstattungskennwerte des zentralen Versorgungsbereiches NVZ Biberacher Straße



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 05/2025; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * anteilig bezogen auf Gesamtstadt; ** anteilige Leerstandsquote bezogen auf Standortbereich.

Der Standortbereich verfügt durch die beiden strukturprägenden Lebensmittelmärkte (Lebensmittelsupermarkt und -discounter) über eine quantitativ und qualitativ gut zu bewertende Nahversorgungsfunktion, die über den Nahbereich hinausgeht. Aufgrund der genannten Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Biberacher Straße stehen der Erhalt und die Stärkung der bestehenden Angebote im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich im Mittelpunkt.

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Fortschreibung als **Nahversorgungszentrum**
- Erhalt und Stärkung der bestehenden strukturprägenden Lebensmittelmärkte
- Fokus auf nahversorgungsrelevante Sortimente, dabei insbesondere bedarfsorientierte Angebotsergänzung
- Keine weitere Attraktivierung des Angebots im Bereich des zentrelevanten Einzelhandels
- Entwicklungsmöglichkeiten bestehen durch die Neuansiedlung von Einzelhandel oder ergänzenden Nutzungen in dem nördlich an den ZVB angrenzenden Ergänzungsbereich.

ZVB Nahversorgungszentrum Kaufland

Das Nahversorgungszentrum Kaufland ist ein zentraler Versorgungsbereich mit einer Versorgungsfunktion primär im kurzfristigen Bedarfsbereich, ergänzt durch einen deutlich geringeren Verkaufsflächenanteil des mittelfristigen Bedarfsbereichs. Insgesamt beträgt die Verkaufsfläche des NVZ rd. 2.800 m², was einem gesamtstädtischen Anteil von rd. 5 % entspricht.

Durch die Lage des NVZ im Kreuzungsbereich zwischen Simmisgasse und Ulmer Straße, als wichtige Nord-Süd-Achse im Kernbereich der Stadt Laupheim, ist der Betrieb städtebaulich gut integriert und verkehrlich gut erreichbar. Zudem befinden sich Haltestellen des ÖPNV in direkter fußläufiger Nähe. Die Abgrenzung des ZVB wird beibehalten.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 26 für das Nahversorgungszentrum Kaufland dargestellt.



Abbildung 26: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Kaufland

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 05/2015; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Der Standortbereich des NVZ Kaufland verfügt durch den großflächig dimensionierten Verbrauchermarkt Kaufland über einen gewichtigen Nahversorger, dessen Angebot durch eine Bäckerei sowie einen Tabakshop (inkl. Lotto) ergänzt wird. Die Versorgungsfunktion reicht bedingt durch das Angebotsformat Verbrauchermarkt und durch die gute Verkehrsanbindung deutlich über den Nahbereich hinaus.

Aufgrund der genannten Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Kaufland stehen der Erhalt und die Stärkung des Verbrauchermarktes als wichtiger Nahversorgungsbetrieb für das gesamte Stadtgebiet sowie eine bedarfsorientierte Angebotsergänzung im Fokus. Aufgrund der städtebaulich integrierten Lage und der direkt angrenzenden Wohnbebauung sind Erweiterungsmöglichkeiten, i. S. einer Bereitstellung von Potenzialflächen am NVZ Kaufland, nicht gegeben.

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Fortschreibung als **Nahversorgungszentrum**
- Erhalt und Stärkung des Kaufland Marktes als wichtiger Nahversorgungsbetrieb für das gesamte Stadtgebiet
- Fokus auf nahversorgungsrelevante Sortimente, dabei insbesondere bedarfsorientierte Angebotsergänzung
- Keine weitere Attraktivierung des Angebots im Bereich des zentrelevanten Einzelhandels

6.2 NAHVERSORGUNGSKONZEPT

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wurde in Kapitel 4.6 bereits tiefergehend analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Erhaltung und Verbesserung der Nahversorgung in der Stadt Laupheim ausgesprochen.

6.2.1 Nahversorgungsstandorte

Neben den zentralen Versorgungsbereichen bestehen gemäß EHK Laupheim 2021 drei Nahversorgungsstandorte. Im Rahmen des Fortschreibung wird die Fortschreibung und Abgrenzung der Nahversorgungsstandorte geprüft. Zudem wird geprüft, ob ggf. weitere Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet bestehen bzw. zur Förderung zukünftiger Entwicklungen perspektivische Nahversorgungsstandorte ausgewiesen werden sollten.

Bei Nahversorgungsstandorten handelt es sich um Einzelhandelsstandorte von Lebensmittelmärkten (sowie zum Teil ergänzenden kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben), die eine strukturell bedeutsame Nahversorgungsfunktion übernehmen, aber nicht die Anforderungen der Rechtsprechung an zentrale Versorgungsbereiche erfüllen (siehe dazu auch Kapitel 6.1.1). Die gezielte Ausweisung solcher Nahversorgungsstandorte und die nähere planerische Befassung mit ihnen tragen begünstigend dazu bei, die Nahversorgung in der Stadt dauerhaft zu sichern sowie gezielt und nachfragegerecht weiterzuentwickeln.

Die Prüfung von Nahversorgungsstandorten in diesem Bericht orientiert sich an den Bestandsstrukturen sowie an aktuellen Planvorhaben der Stadt (Untersulmtingen). Um auch zukünftige, zum Zeitpunkt der Konzeptausarbeitung noch nicht absehbare Standortentwicklungen bewerten zu können, werden im Folgenden die durch das Einzelhandelskonzept vorgegebenen Kriterien für Nahversorgungsstandorte aufgeführt.

KRITERIEN FÜR NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

- **Städtebauliche Integration:** Der Standort steht im direkten räumlich-funktionalen Zusammenhang zu größeren Gebieten mit Wohnbebauung bzw. ist idealerweise von dieser umgeben.
- **ÖPNV-Erreichbarkeit:** Der Standort ist leistungsfähig an das Netz des ÖPNV angebunden.
- **Ausrichtung auf Nahversorgung:** Das Einzelhandelsangebot (Bestand/geplant) ist überwiegend auf Nahversorgung ausgerichtet (90 % der Verkaufsfläche kurzfristiger Bedarf).
- **Sicherung/Optimierung der Nahversorgung:** Der Standort trägt wesentlich zur Sicherung und/oder Optimierung der (räumlichen, quantitativen oder qualitativen) Nahversorgungssituation bei.

Städtebauliche Integration

Der Standort soll überwiegend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sein bzw. in einem engen räumlich-funktionalen Zusammenhang zu diesen stehen. Dies ist regelmäßig der Fall, wenn der Vorhabenstandort mindestens von zwei Seiten (besser drei Seiten oder mehr) von Wohnbebauung umgeben ist.

Darüber hinaus soll eine fußläufige Anbindung an die zugeordneten Wohnsiedlungsbereiche vorliegen (z. B. Fußwege, Querungshilfen über stark befahrene Straßen, keine städtebaulichen oder naturräumlichen Barrieren).

Ein nur teilweise städtebaulich integrierter Standort (z. B. bei umgebender Wohnbebauung an nur zwei Seiten und Lage an stark befahrener Straße ohne Querungshilfe) erfährt bei der Bewertung eine entsprechende Abwertung. Ein städtebaulich nicht integrierter Standort (z. B. Gewerbegebietslagen oder bei gänzlich fehlender umgebender Wohnbebauung) stellt i. d. R. ein Ausschlusskriterium dar.

ÖPNV-Erreichbarkeit

Der Standort ist in das Netz des ÖPNV eingebunden und verfügt über einen regelmäßig frequentierten Haltepunkt in unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort. Von einer immer noch ausreichenden ÖPNV-Anbindung ist bis zu einer Luftlinienentfernung von 300 m zwischen Prüfstandort und ÖPNV-Haltepunkt auszugehen. Bei einer Entfernung von mehr als 300 m Luftlinie stellt sich die ÖPNV-Anbindung als nicht mehr ausreichend dar. Das Kriterium gilt in diesem Fall i. d. R. als nicht erfüllt.

Ausrichtung auf Nahversorgung

Das Einzelhandelsangebot eines Einzelhandelsbetriebes (Bestand/geplant) ist überwiegend auf die Nahversorgung ausgerichtet. Dieses Kriterium gilt als erfüllt, wenn mind. 90 % der Verkaufsfläche für den kurzfristigen Bedarf aufgewendet werden. Im Fall einer Einzelhandelsagglomeration ist das Kriterium erfüllt, wenn min. 90 % der Verkaufsfläche aller Betriebe dem kurzfristigen Bedarf zugeordnet werden können.

Sicherung/Optimierung der Nahversorgung

Der Standort soll zudem einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung oder Optimierung der räumlichen, qualitativen und/oder quantitativen Nahversorgung liefern.

Zur Sicherung oder Optimierung der **räumlichen Nahversorgungssituation** soll der Lebensmittelmarkt wesentlich zur Verbesserung der fußläufigen/wohnrtsnahen Nahversorgungssituation beitragen.

Die Sicherung oder Optimierung der **quantitativen Nahversorgung** ist gegeben, wenn der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Verkaufsflächenausstattung bzw. Zentralität im Stadtteil liefert. Dies kann der Fall sein, wenn der Stadtteil über eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung verfügt. Eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ist hingegen ein Hinweis darauf, dass kein weiterer Bedarf an einer quantitativen Verbesserung der Nahversorgungssituation besteht.

Sofern der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung des Betriebstypenmixes im Stadtteil liefert bzw. zum Erhalt attraktiver und vielfältiger Nahversorgungsstrukturen beiträgt, ist eine Sicherung oder Optimierung der **qualitativen Nahversorgung** gegeben. So kann z. B. die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters bei einem fehlenden vollsortimentierten oder nicht mehr marktgängigen Angebot zur Optimierung der qualitativen Nahversorgung beitragen.

Sofern im Nahbereich eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist, kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmitteldiscounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (leichter) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern.³⁰

In Laupheim wird zur langfristigen Sicherung und der geordneten Weiterentwicklung und Ergänzung der wohnortnahen Versorgung die Fortschreibung/Ausweisung von Nahversorgungsstandorten als gebietsscharfe Abgrenzung vorgesehen. An den Nahversorgungsstandorten soll zukünftig die Ansiedlung und Entwicklung von Nahversorgungsbetrieben (auch großflächigen) mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittelmärkte) – auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum und den beiden Nahversorgungszentren – zur Versorgung des umliegenden Gebiets möglich sein. Als Nahversorgungsstandorte werden die nachstehenden Standortbereiche genauer dargelegt.

Nahversorgungsstandort Erwin-Rentschler-Straße

Der Nahversorgungsstandort Erwin-Rentschler-Straße (E-Center) ist als städtebaulich integriert zu bewerten und liegt rd. 600 m nördlich des ZVB Nahversorgungszentrum Kaufland. Der Bereich wird durch den Magnetbetrieb E-Center insb. im kurzfristigen Bedarfsbereich geprägt und übernimmt somit eine wichtige Nahversorgungsfunktion für das nördliche Stadtgebiet sowie die umliegenden Stadtteile.

Die verkehrliche Anbindung erfolgt über die gleichnamige Erwin-Rentschler-Straße mit Anschluss an die Ulmer Straße als wichtige Hauptverkehrsachse in Laupheim. Haltestellen des ÖPNV befinden sich in fußläufiger Nähe inkl. des örtlichen Bahnhofs, wodurch die Anbindung als gut zu bezeichnen ist.

³⁰ Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.



Abbildung 27: Abgrenzung des Nahversorgungsstandortes Erwin-Rentschler-Straße

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 05/2025; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Der Nahversorgungsstandort verfügt durch die bestehenden Märkte über eine räumlich sowie qualitativ gut zu bewertende Nahversorgungsfunktion. Arrondiert wird das Angebot durch je einen Betrieb aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, wodurch sich insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 4.700 m² ergibt.

Seit dem EHK 2021 wurde der Verbrauchermarkt EDEKA-Center erweitert. Entsprechend wird der Standortbereich als Nahversorgungsstandort mit den nachfolgenden Entwicklungszielen und -empfehlungen fortgeschrieben:

ENTWICKLUNGSZIELE- UND EMPFEHLUNGEN

- Fortschreibung als **Nahversorgungsstandort**
- Erhalt und Stärkung des als Frequenzbringer unerlässlichen E-Centers als wichtiger Nahversorgungsbetrieb für das Stadtgebiet
- keine weitere Attraktivierung des Angebots im Bereich des zentrenrelevanten Einzelhandels

Nahversorgungsstandort Ulmer Straße

Der Nahversorgungsstandort Ulmer Straße liegt an der gleichnamigen Straße und weist dadurch eine gute Sichtbarkeit auf. Der Standort ist durch die umliegende Wohnbebauung siedlungsräumlich integriert und liegt weniger als 500 m nordöstlich des Nahversorgungsstandortes Erwin-Rentschler-Straße (E-Center).

Durch seine Lage an der Ulmer Straße ist der Standort sehr gut von dem südlich angrenzenden Kernsiedlungsbereich von Laupheim als auch über die Landesstraßen L 259 und L 265 zu erreichen. Die ÖPNV Anbindung wird über den südlich gelegenen Bushaltepunkt sowie den westlich liegenden Bahnhof der Stadt Laupheim sichergestellt, welche sich beide in unmittelbarer Nähe zum Standort befinden.

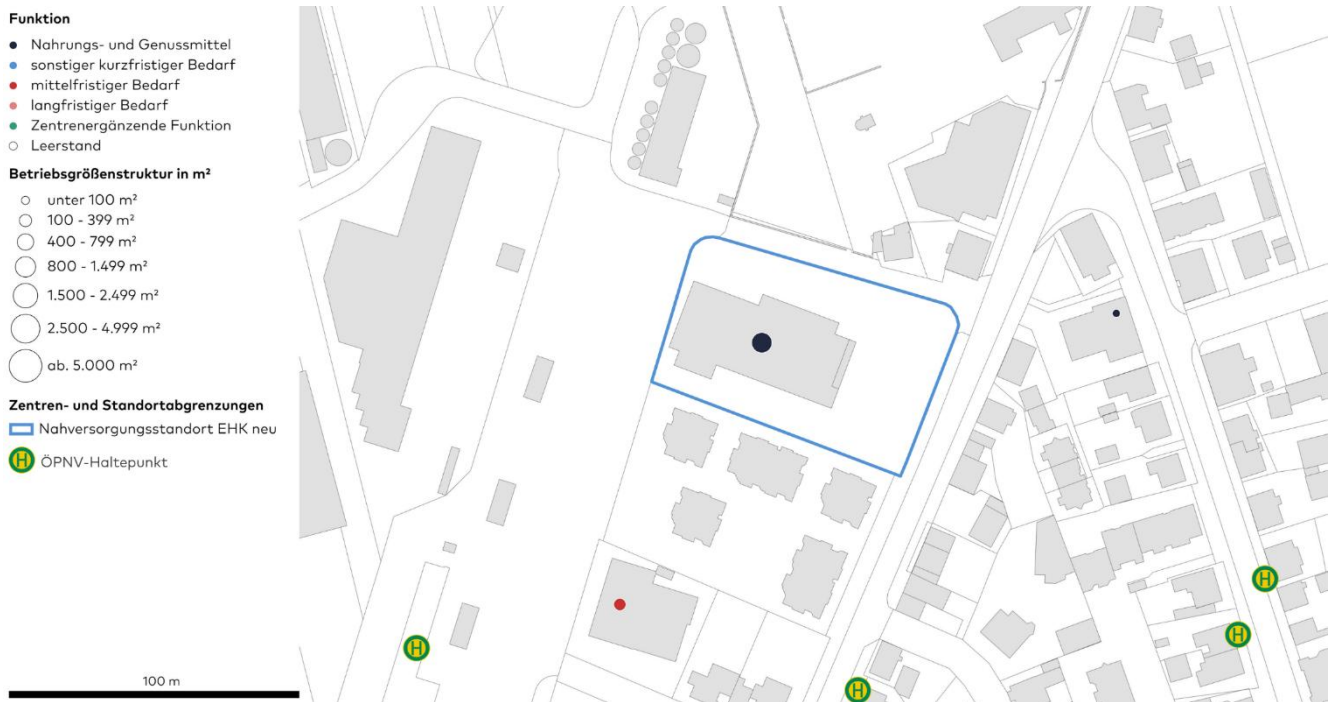


Abbildung 28: Abgrenzung des Nahversorgungsstandortes Ulmer Straße

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 05/2025; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Der Lebensmitteldiscounter ALDI Süd ist der einzige strukturprägende Nahversorgungsanbieter am Standort Ulmer Straße. Trotz der Solitärlage des Betriebs stellt dieser eine gute Ergänzung zum Verbrauchermarkt E-Center aufgrund der räumlichen Nähe dar, wodurch im nördlichen Kernsiedlungsbereich von Laupheim eine gute qualitative und quantitative Nahversorgungsausstattung gegeben ist. Folglich wird der Standortbereich als Nahversorgungsstandort fortgeschrieben.

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Fortschreibung als **Nahversorgungsstandort**
- Erhalt und Stärkung des Lebensmitteldiscounters
- Bestandssicherung und sofern zur Bestandssicherung notwendig: bedarfsgerechter Ausbau

Nahversorgungsstandort Neustadt Allee

Der Nahversorgungsstandort Neustadt Allee liegt am südöstlichen Rand der Laupheimer Kernstadt und stellt, aufgrund seiner Entfernung zu den weiteren im Stadtgebiet von Laupheim verorteten Lebensmittelbetrieben, den einzigen strukturprägenden Anbieter im nahversorgungsrelevanten Sortiment im südöstlichen Kernsiedlungsbereich von Laupheim dar.

Durch die Lage im südöstlichen Bereich der Stadt Laupheim kann dem Nahversorgungsstandort eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den südöstlichen Kernsiedlungsbereich von Laupheim attestiert werden. Verkehrlich ist der Standort über die westlich verlaufende Hasenstraße zu erreichen, welche im weiteren Verlauf einen Anschluss an den nördlichen gelegenen Kernstadtbereich bietet. Über die Neustadt Allee erfolgt zudem die Anbindung des nordöstlich gelegenen Siedlungsbereichs. Die ÖPNV Anbindung erfolgt über einen im Osten angrenzenden Bushaltepunkt.



Abbildung 29: Abgrenzung des Nahversorgungsstandortes Neustadt Allee

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 05/2025; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Der Lebensmittelsupermarkt REWE (zzgl. eines integrierten Bäckers) stellt den einzigen strukturprägenden Nahversorgungsanbieter am Nahversorgungsstandort Neustadt Allee dar. Dieser dient zur Sicherung der Nahversorgungsfunktion im südöstlichen Stadtgebiet und der dort befindlichen Siedlungsbereiche.

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Fortschreibung als **Nahversorgungsstandort**
- Bestandssicherung und sofern zur Bestandssicherung notwendig: bedarfsgerechter Ausbau

Nahversorgungsstandort Biberacher Straße

Der Standortbereich Biberacher Straße liegt am südlichen Rand der Laupheimer Kernstadt, umgeben von Wohnbebauung im Norden und Osten und einer gewerblichen Prägung im Westen. Somit weist der Standort einen räumlich-funktionalen Bezug zur Wohnbebauung auf.

Durch die Lage im südlichen Bereich der Stadt Laupheim kann dem Nahversorgungsstandort eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den südlichen Siedlungsbereich von Laupheim attestiert werden. Verkehrlich ist der Standort über die Biberacher Straße zu erreichen. Die ÖPNV Anbindung erfolgt über die Bushaltepunkte „Fockestraße“ und „Kilian-Von-Steiner-Schule“.

Am Standort befinden sich östlich der Biberacher Straße Betriebe des kurzfristigen Bedarfsbereichs (Biomarkt, dm) sowie des mittelfristigen Bedarfsbereichs (Deichmann, Takko). Im Westen ergänzt der Lebensmitteldiscounter (Aldi) das Angebot im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel.



Abbildung 30: Abgrenzung und Bewertung des Standortbereichs Biberacher Straße
 Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Der Lebensmitteldiscounter Aldi Süd sowie ergänzend der Biomarkt dienen zur Sicherung der Nahversorgungsfunktion im südlichen Stadtgebiet und der dort befindlichen Siedlungsbereiche. Somit erfüllt dieser Standort weitestgehend die Anforderungen an Nahversorgungsstandorte und wird daher als **Nahversorgungsstandort Biberacher Straße** ausgewiesen.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Ausweisung als **Nahversorgungsstandort Biberacher Straße**
- Bestandssicherung der Lebensmittelmärkte und sofern zur Bestandssicherung notwendig: bedarfsgerechter Ausbau
- keine Ansiedlung von weiteren zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben (Ausnahme: Lebensmittelhandwerk)

Nahversorgungsstandort Obersulmetinger Straße (perspektivisch)

In Laupheim im Stadtteil Untersulmetingen an der Obersulmetinger Straße 33 ist die Ansiedlung eines Netto Marken-Discount mit 1.100 m² VKF geplant.

Der Standort liegt westlich des Kernstadtgebiets von Laupheim im Stadtteil Untersulmetingen und befindet sich dort im Verbindungsbereich zwischen Ober- und Untersulmetingen. Gegenüberliegend befindet sich ein bestehendes Wohngebiet. Nördlich grenzt der Vorhabenstandort an die Flächen der Freiwilligen Feuerwehr. Das unmittelbare Umfeld des Vorhabenstandortes ist insbesondere in westlicher, südlicher und weiter nördlicher Richtung durch Wohnbebauung geprägt. Östlich schließen landwirtschaftlich genutzte Flächen sowie vereinzelt gewerbliche Nutzungen an. Somit weist der Standort bereits aktuell einen räumlich-funktionalen Bezug zur Wohnbebauung auf.

Die verkehrliche Erreichbarkeit des Standorts ist über die Obersulmetinger Straße sowie die nahegelegene L 265 gegeben. Zudem besteht über die Obersulmetinger Straße auch ein direkter Anschluss an die B 30, wodurch der Standort auch aus dem weiteren Umland erreichbar ist. Die Erreichbarkeit mit dem motorisierten Individualverkehr ist insgesamt als sehr gut einzuschätzen.

Eine Anbindung an den ÖPNV ist über die nahegelegene Bushaltestelle „Sportplatz“ gegeben, welche ca. 200 m südlich vom Vorhabengrundstück entfernt liegt. Die Erreichbarkeit per ÖPNV ist somit als ortsüblich zu bewerten.

Durch die Ansiedlung des Lebensmitteldiscounters nimmt der Standort perspektivisch eine bedeutende Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Siedlungsbereiche der Stadtteile Ober- und Untersulmetingen ein. Der Standortbereich erfüllt somit perspektivisch die Anforderungen eines Nahversorgungsstandortes und wird daher als Nahversorgungsstandort ausgewiesen.

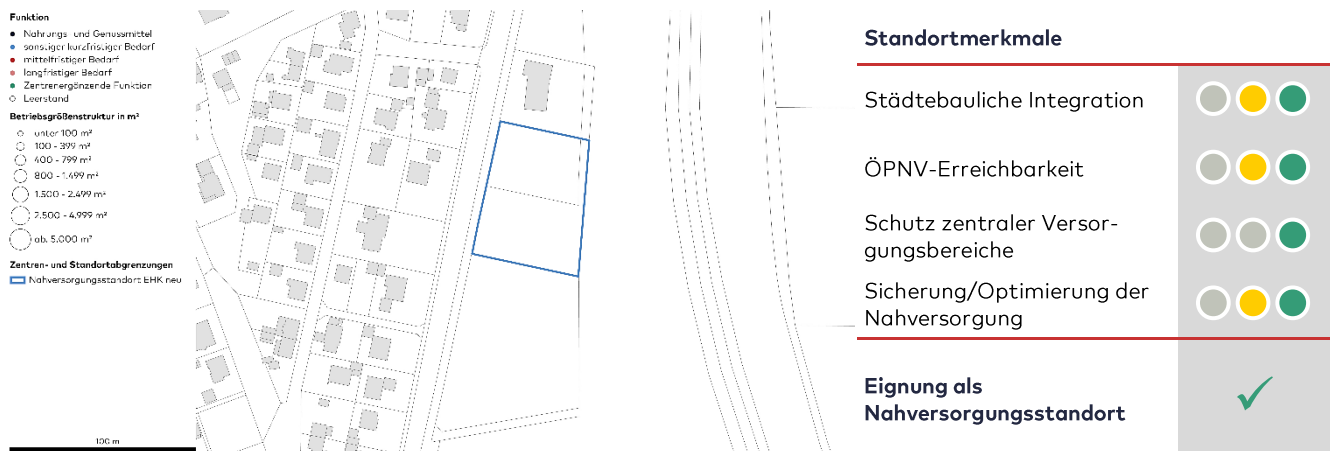


Abbildung 31: Abgrenzung und Bewertung des Standortbereichs Obersulmetinger Straße
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Ausweisung als **Nahversorgungsstandort Obersulmetinger Straße**
- Städtebauliche Entwicklungszielstellung der Stadt Laupheim ist es an dem Standort einen Lebensmitteldiscounter zu realisieren (befindet sich derzeit in Umsetzung), um die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation sowie die räumliche Nahversorgungssituation der Stadtteile Ober- und Untersulmetingen zu verbessern.
- Keine Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben (groß- und kleinflächig) mit zentrenrelevantem Hauptsortiment

Lidl-Markt, Ehinger Straße

Der Lidl-Markt an der Ehinger Straße befindet sich in nördlicher Randlage von Laupheim. Die aktuelle Verkaufsfläche beträgt 1.040 m².

Der Standort ist mit dem MIV über die Ehinger Straße sehr gut zu erreichen. Die Anbindung an den ÖPNV ist durch einen Bushaltepunkt unmittelbar östlich des Standortbereichs gewährleistet. Der nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich, das Innenstadtzentrum Laupheim, befindet sich in rd. 1.000 m fußläufiger Entfernung südlich des Standortbereichs.

Im Nordosten schließen hinter der Ehinger Straße Friedhofsflächen wie auch im Südosten hinter der Eisenbahnstraße an den Betriebsstandort an. Das Umfeld im Westen des Standorts ist vorrangig durch gewerbliche Nutzungen geprägt. In rd. 400 m fußläufiger Entfernung nördlich des Betriebsstandorts befindet sich eine Wohnsiedlung im Bereich Ehinger Straße / Beim Bildsäule. Weitere geschlossene Wohngebiete liegen rd. 300 m östlich entlang der Ferdinand-Raff-Straße und der Leonhardstraße. Der Standort übernimmt somit eine anteilige Nahversorgungsfunktion für den Norden und Nordosten von Laupheim.

Allerdings bestehen zwischen den Wohngebieten und dem Lidl-Markt städtebaulich-funktionale Barrieren durch die östlich verlaufende Ehinger Straße, den Kreisverkehr im Südosten sowie die südlich gelegene Max-Eyth-Straße. Dadurch ist derzeit kein ausgeprägter Bezug zur Wohnbebauung gegeben.

Aufgrund der eingeschränkten siedlungsräumlichen Anbindung erfüllt der Standortbereich aktuell nicht die Anforderungen an einen Nahversorgungsstandort.

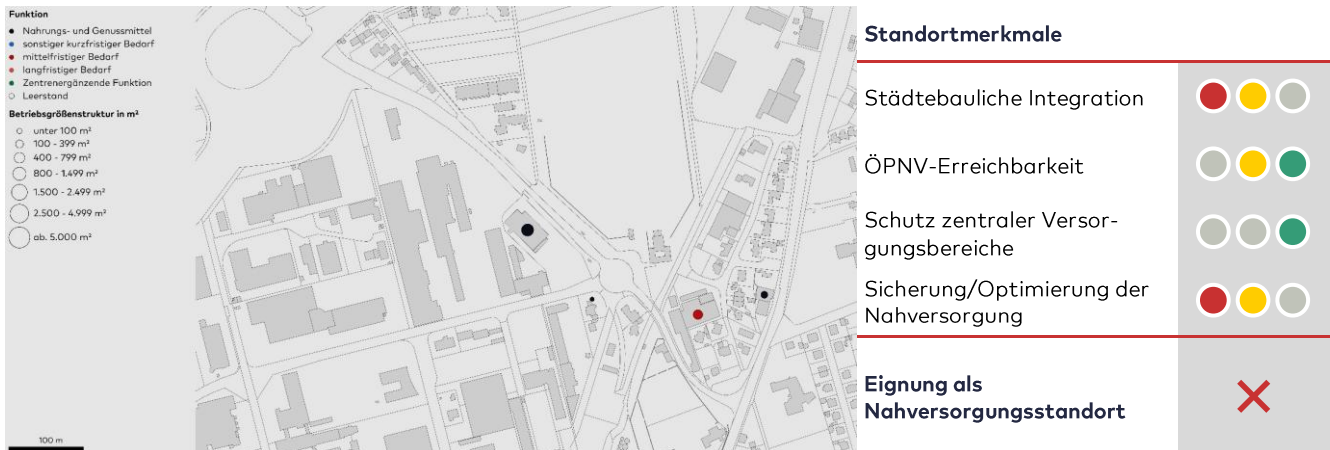


Abbildung 32: Bewertung des Standortbereichs Ehinger Straße

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Gleichwohl bestehen im Hinblick auf die anteilige Versorgungsfunktion für den Norden Laupheims Erweiterungsmöglichkeiten im Rahmen des Bestandsschutzes gemäß Steuerungsleitsatz VI (vgl. Kapitel 8.2). Perspektivisch ist zudem eine Verlagerung des bestehenden Marktes in eine stärker integrierte, verdichtete Wohnlage wünschenswert bzw. stadtentwicklungspolitisch anzustreben.

6.2.2 Gesamtstädtische Handlungsprioritäten

Das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente in Laupheim ist begrenzt. Da mit zunehmendem Überschreiten absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume gesamtstädtische oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen, die wiederum mit Betriebschließungen und Trading-Down-Effekten einhergehen können, sollten die zukünftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Laupheim aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen (s. nachfolgende Empfehlungen). Grundsätzlich ist das im voranstehenden Kapitel dargestellte Nahversorgungsprüfschema zu beachten.

EMPFEHLUNGEN ZUR NAHVERSORGUNG IN LAUPHEIM

Ziel 1: Fokus der Nahversorgung auf die zentralen Versorgungsbereiche

- Sicherung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche;
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche resultieren könnten;
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

Ziel 2: Nahversorgungsstandorte und integrierte Lagen sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln

- Sicherung und bedarfsgerechte Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte und integrierter Lagen;
- Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung, insbesondere fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmitteldiscounter und Supermärkte (ggf. durch Optimierung des Fußwegenetzes);
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen resultieren könnten;
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels) ohne gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Nahversorgung auszuüben.

Ziel 3: Alternative Nahversorgung

- Es ist aufgrund der Rahmenbedingungen nicht in allen Siedlungsbereichen möglich, eine adäquate Nahversorgung zu schaffen. Insbesondere in unterversorgten Bereichen können alternative Nahversorgungsangebote bspw. über mobilen Handel (Verkaufswagen)/Dorf-/Hofläden eine Grundversorgung gewährleisten.

Ziel 4: Restriktiver Umgang mit Nahversorgungsentwicklungen in städtebaulich nicht integrierten Lagen

- In städtebaulich nicht integrierten Lagen sollen keine Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt oder mehr als unerheblich hinsichtlich ihrer Verkaufsfläche erweitert werden (im Rahmen der planungsrechtlichen Möglichkeiten)
- Mögliche Ausnahmen: Tankstellenshops, Kioske, Hofläden
- Für Lebensmittelmärkte, die zwar mikroräumlich nicht optimal in Wohnbebauung integriert sind, jedoch aufgrund eines eingeschränkten räumlich-funktionalen Bezugs zur Wohnbebauung anteilige Nahversorgungsfunktionen übernehmen, ist ein erweiterter Bestandsschutz im Sinne des Leitsatz IV möglich.

Sonstige Empfehlungen:

- Grundsätzlich: Neuansiedlungen/Verlagerungen zur Versorgung des Gebietes (ohne negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die Nahversorgungsstandorte)
- Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze und Service
- Ansonsten konsequenter Ausschluss von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Steuerungsleitsätze (siehe Kapitel 8.2), die ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl der zentralen Versorgungsbereiche als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche beinhalten. Zudem wird empfohlen, die vorstehenden Entwicklungsziele durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen umzusetzen.

6.3 SONDERSTANDORTKONZEPT

Neben den zentralen Versorgungsbereichen wurde im EHK Laupheim 2021 ein Sonderstandort ausgewiesen. Im folgenden Kapitel wird zunächst erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für diesen Sonderstandort grundsätzlich erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind. Darauf aufbauend wird die strukturprägende Einzelhandelsagglomeration analysiert und Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung des Standortes gegeben.

6.3.1 Konzeptionelle Einordnung von Sonderstandorten

Im Sinne einer gesamtstädtischen Standortbalance und den übergeordneten Entwicklungszielstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in Laupheim (vgl. Kapitel 5.1) ist eine Zielstellung mit der Weiterentwicklung des Sonderstandortes verbunden.

Ein Sonderstandort ist in der Zielstellung des Einzelhandelskonzeptes grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zu verstehen. Ein Sonderstandort dient der Ergänzung des Einzelhandels in der Innenstadt, indem er Einzelhandelsbetriebe aufnimmt,

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen,
- die in der Innenstadt räumlich schlecht anzusiedeln wären,
- die Sortimente führen, die den zentralen Versorgungsbereich wie auch die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Primär sollten an Sonderstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung von Sonderstandorten und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben sehr kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die realen Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann,
- ihre Leistungsfähigkeit gezielt optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen,
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden,
- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumlich klare Fassung der jeweiligen Sonder- und Fachmarktstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenen Bodenpreisgefüge, der von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte, geschützt werden. Dies wird insbesondere den auf günstige Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugutekommen.

Eine gesamtstädtische Konzentration auf einige wenige, aber dafür leistungsfähige Sonderstandorte ist aus städtebaulicher Sicht sinnvoll, weil eine solche

Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere und damit auch für das überörtliche Nachfragepotenzial im mittelzentralen Einzugsgebiet interessantere Standorte schafft. Die Standortkonzentration kann also zur Sicherung und zum Ausbau der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland beitragen.

6.3.2 Sonderstandort Neue Welt

Im Rahmen des EHK Laupheim 2021 wurde mit dem Standortbereich Neue Welt ein Sonderstandort ausgewiesen. Dieser wird nachfolgend hinsichtlich dessen aktuellen Funktion, Nutzungsprägung und Entwicklungsmöglichkeit analysiert.

Der Sonderstandort Neue Welt wird vornehmlich durch den im Süden verorteten Globus Baumarkt geprägt. Entlang der östlichen Abgrenzung des Standortbereichs befinden sich noch weitere, teilweise strukturprägende Betriebe (> 400 m²), des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs. Somit verfügt der Standortbereich auch über einen gewissen Anteil an zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten, z.B. Nahrungs- und Genussmittel (Getränkemarkt) oder Sportartikel/Fahrräder/Camping (Surfshop).



Abbildung 33: Abgrenzung des Sonderstandort Neue Welt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 05/2025; Kartengrundlage: Stadt Laupheim.

Der Sonderstandort befindet sich nördlich an der L 259 mit direktem Anschluss an die östlich verlaufende B 30, wodurch der Standort folglich gut für Autokunden zu erreichen ist. Eine direkte Anbindung an den ÖPNV innerhalb des Sonderstandortes besteht nicht, jedoch befindet sich der nächstgelegene Bushaltepunkt in rd. 700 m Entfernung östlich des Standortbereichs, womit die Erreichbarkeit mittels ÖPNV noch als ausreichend zu bewerten ist.

Im Rahmen der Fortschreibung des vorliegenden Konzeptes können für den Sonderstandort Neue Welt folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen werden:

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Fortschreibung als **Sonderstandort**
- Bestandssicherung und sofern zur Bestandssicherung notwendig: bedarfsgerechter Ausbau, jedoch
- keine weiteren Maßnahmen zur Steigerung der Standortattraktivität gegenüber des ZVB Innenstadtzentrum sowie
- keine Neuansiedlung oder Erweiterung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben bzw. Sortimenten.

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Laupheim als zentrenrelevant sowie als zentren- und nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Steuerungsleitsätzen festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzeptes entspricht. Die Sortimentsliste für Laupheim basiert auf der Sortimentsliste des EHK Laupheim 2021 und dem Regionalplan Donau-Iller von 2024. Die Überprüfung der Laupheimer Sortimentsliste erfolgt dabei analog zum Warenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes (WZ-Code). In diesem Zusammenhang können Modifizierungen der Benennungen und Gruppierungen von Sortimenten vorgenommen werden.

7.1 METHODISCHE HERLEITUNG

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzeptes zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Zentren- und Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

BEURTEILUNGSKRITERIEN FÜR DIE ZENTRENRELEVANZ VON SORTIMENTEN

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können und
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollen.

Zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die den Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen und
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestandes auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht zentrenrelevant und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die zentrale Lagen nicht prägen und
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen eignen.

7.2 SORTIMENTSLISTE FÜR LAUPHEIM

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen, der methodischen Herleitung, der bewährten Sortimentsliste des EHK Laupheim 2021 sowie auf Basis der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen und der dargestellten städtebaulichen Zielstellungen ergibt sich die folgende zu empfehlende Liste zentrenrelevanter sowie zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Laupheim.

Tabelle 11: Sortimentsliste für die Stadt Laupheim (Kurzfassung)

zentrenrelevante Sortimente	nahversorgungsrelevante Sortimente*	nicht zentrenrelevante Sortimente**
Augenoptik	Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	Baummarktsortiment i. e. S.
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren, Getränke und Reformwaren)	Campingartikel (ohne Campingmöbel)
Bettwaren/Matratzen	Parfümerie und Kosmetika	Elektrogroßgeräte
(Schnitt-) Blumen	Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	Fahrräder und Zubehör
Bücher	Zeitungen/Zeitschriften	Gardinen, Sicht-/ Sonnenschutz
Elektrokleingeräte		Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)
Glas/Porzellan/Keramik		Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)
Haus-/Bett-/Tischwäsche		Lampen/Leuchten
Haushaltswaren (Hausrat)		Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)
Heimtextilien		Pflanzen/Pflanzartikel
Kinderwagen		Reitsportartikel
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)		Sportgroßgeräte
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)		Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere
Musikinstrumente und Musikalien		
Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)		
Papier/Büroartikel/Schreibwaren		
Schuhe, Lederwaren		
Spielwaren und Bastelbedarf		
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung) (ohne Reitsportartikel und Sportgroßgeräte)		
Teppiche (Einzelware)		
Uhren/Schmuck		
Waffen/Jagdbedarf/Angeln		
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/ Bilderrahmen/Kunstgegenstände		

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; *gleichzeitig auch zentrenrelevant; **gleichzeitig auch nicht zentren- und nahversorgungsrelevant, Sortimentsliste erläuternd aber nicht abschließend.

Gegenüber der Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2021 ergeben sich folgende wesentliche Änderungen (farbliche Hervorhebung in der voranstehenden Sortimentsliste :

- Aufteilung des Sortiments **Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz** (zuvor zentrenrelevant) in die Sortimente **Heimtextilien** (zentrenrelevant) und **Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz** (nicht zentrenrelevant)
- Neuausweisung des Sortiments **Parfümerieartikel und Kosmetika** (nahversorgungsrelevant)
- Einstufung des Sortiments **Zeitungen/Zeitschriften** als nahversorgungsrelevant

Neben den aufgelisteten Modifizierungen ergeben sich gegenüber dem Regionalplan Donau-Iller 2024 weitere Änderungen. Einige Sortimente, die gemäß der Sortimentsliste im Regionalplan Donau-Iller 2024 i. d. R zentrenrelevant eingestuft sind, können auch den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden,

sofern keine eindeutige städtebauliche Relevanz vorliegt, um die jeweiligen Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.

Resultierend aus der städtebaulichen Verortung der sortimentspezifischen Verkaufsflächen in Laupheim sowie der Berücksichtigung der regionalplanerischen Empfehlungen des Regionalplans Donau-Iller 2024 erfolgt für die nachfolgenden Sortimente eine entsprechende Neuzuteilung auf Seite der nicht-zentrenrelevanten Sortimente.

Das im Regionalplan Donau-Iller 2024 als i. d. R. zentrenrelevantes eingestuftes Sortiment **Elektrogroßgeräte** wird in der „Laupheimer Liste“ abweichend als nicht zentrenrelevant eingestuft. Im Sinne der städtebaulichen Verortung ist zwar ein gewisser Anteil innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verortet, jedoch handelt es sich beim Sortiment Elektrogroßgeräte um kein klassisches innenstadtaffines Sortiment, wodurch zusätzliche Frequenzen im Innenstadtzentrum ausgelöst werden können. Ein wichtiges Merkmal was gegen eine Zentrenrelevanz spricht, ist die Transportfähigkeit bzw. die Mitnahmeoption, welche in Abhängigkeit zur Größe des Produkts nicht gegeben ist.

Das Sortiment **Lampen/Leuchten** wird abweichend der Vorgabe des Regionalplans Donau-Iller 2024 ebenfalls als nicht zentrenrelevant festgesetzt. Da aktuell im zentralen Versorgungsbereich keine signifikante Vorprägung durch das in Rede stehende Sortiment gegeben ist, wird eine Einstufung des Sortiments als nicht zentrenrelevant empfohlen. Das Sortiment Lampen/Leuchten wird im aktuellen Marktgeschehen vorrangig als Fachmarktkonzept am Sonderstandort „Neue Welt“ und als Randsortimentsangebot in Bau- und Möbelmärkten offeriert.

Die Warengruppe **Sportgroßgeräte** wird gegenüber der Vorgabe des Regionalplans Donau-Iller 2024 auch als nicht zentrenrelevant eingestuft. Ähnlich wie beim Sortiment Elektrogroßgeräte handelt es sich bei der Warengruppe Sportgroßgeräte um kein klassisches innenstadtaffines Leitsortiment, was zu einer Erhöhung der Frequenzen im Innenstadtzentrum beitragen kann. Des Weiteren ist nur eine eingeschränkte Mitnahmeoption gegeben, speziell für den Bereich der Sportgroßgeräte. Zudem kann in dieser Warengruppe von einem geplanten Zieleinkauf ausgegangen werden.

Gegenüber der Sortimentsliste Regionalplans Donau-Iller 2024 wird auch die Warengruppe **Campingartikel** als nicht zentrenrelevantes Sortiment eingestuft. Aktuell ist keine sortimentspezifische VKF bzw. kein Betrieb mit entsprechenden Sortimentsangeboten weder im ZVB Innenstadtzentrum noch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angesiedelt. Im aktuellen Marktgeschehen werden Angebote der Warengruppe Campingartikel i. d. R. auf Fachmarktgröße angeboten, womit ein flächenintensives Vorhaben einhergeht, welches aufgrund der Verkaufsfläche meist außerhalb eines ZVB angesiedelt wird.

Die Warengruppe **zoologischer Bedarf und lebendige Tiere** wird gegenüber der Vorgabe des Regionalplans Donau-Iller 2024 ebenfalls als nicht zentrenrelevant eingestuft. Da aktuell im zentralen Versorgungsbereich keine signifikante Vorprägung durch das in Rede stehende Sortiment gegeben ist, wird eine Einstufung des Sortiments als nicht zentrenrelevant empfohlen. Das Sortiment **zoologischer Be-**

darf und lebendige Tiere wird im aktuellen Marktgeschehen vorrangig als Fachmarktkonzept am Sonderstandort „Neue Welt“ und als Randsortimentsangebot in Lebensmittel- und Drogeriemärkten angeboten.

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen. Zur Gewährleistung einer hinreichenden Bestimmtheit und Bestimmbarkeit erfolgt im Anhang eine Zuordnung der Kurzbezeichnungen der Sortimente zu den Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen.

8

Steuerungsleitsätze

Die Steuerungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Laupheim und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

8.1 EINORDNUNG UND BEGRÜNDUNG DER STEUERUNGSLEITSÄTZE

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von übergeordneten Entwicklungszielstellungen, absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen, der Zentren- und Standortsteuerung des künftigen Einzelhandelskonzeptes sowie einer Spezifizierung der zentrenrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Konzeptbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Steuerungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Die Steuerungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Laupheim insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Steuerungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei. Sie garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber.

Die Steuerungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden. Der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

8.2 STEUERUNGSLEITSÄTZE FÜR LAUPHEIM

Folgende Steuerungsleitsätze werden für Laupheim empfohlen. Die Einordnung der zentren-, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente sind Tabelle 11 zu entnehmen:

Leitsatz I: Einzelhandel mit zentrenrelevantem Hauptsortiment soll zukünftig auf den ZVB Innenstadtzentrum Laupheim konzentriert werden

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig auf den **ZVB Innenstadtzentrum Laupheim** fokussiert werden, um eine weitere Spezialisierung und Qualifizierung der Einzelhandelslage zu begünstigen.

- In den hierarchisch deutlich nachgeordneten **ZVB Nahversorgungszentren** im Rahmen der jeweiligen Versorgungsfunktion hinsichtlich der Verkaufsfläche untergeordnet (deutlich kleinflächig) und nur zur Ergänzung der wohnortnahen Versorgung.
- In **sonstigen integrierten Lagen** sollen i.d.R. keine Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment vorgesehen werden.
- In den **nicht integrierten Lagen** und an den **Nahversorgungsstandorten** sind Ansiedlungen neuer Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auszuschließen und Erweiterungen mit zentrenrelevantem Hauptsortiment restriktiv zu handhaben.

Leitsatz II: Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll zukünftig primär in den zentralen Versorgungsbereichen und zur Gewährleistung der Nahversorgung sekundär auch an Nahversorgungsstandorten vorgesehen werden.

- Im **ZVB Innenstadtzentrum Laupheim** unbegrenzt, um eine weitere Attraktivierung, Spezialisierung und Qualifizierung des Innenstadtzentrums zu begünstigen.
- In den hierarchisch deutlich nachgeordneten **ZVB Nahversorgungszentren** im Rahmen deren Versorgungsfunktion (wohnortnahe Versorgung) eine mit dem Innenstadtzentrum abgestimmte Entwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels (klein- und großflächig).
- Zur Sicherung bzw. Optimierung der Nahversorgung auch nachgeordnet an **Nahversorgungsstandorten**, sofern negative Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden und das Vorhaben standortgerecht dimensioniert ist.
- In **sonstigen städtebaulich integrierten** Lagen nur ausnahmsweise deutlich nachgeordnet (i. d. R. deutlich kleinflächig) zur Versorgung des „engeren Gebietes“ (z. B. Lebensmittelhandwerk, Nachbarschaftsladen).
- In **städtebaulich nicht integrierten Lagen** restriktiver Umgang mit Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (als Ausnahme: Tankstellenshops, Kioske, Hofläden) sowie restriktiver Umgang mit Verkaufsflächenerweiterungen (nur ausnahmsweise geringfügige Verkaufsflächenerweiterung im Sinne des erweiterten Bestandsschutzes)

Leitsatz III: Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment ist primär am Sonderstandort „Neue Welt“ vorzusehen. Darüber hinaus ist eine Ansiedlung/Erweiterung grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet möglich, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegen sprechen.

- Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem oder nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment können grundsätzlich **im gesamten Stadtgebiet** vorgesehen werden, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegen sprechen.
- Sollten primär zu Stärkung in den **zentralen Versorgungsbereichen** oder zur Bündelung gleicher Angebotsstrukturen (Flächenverbrauch und Verkehrsaufkommen reduzieren, Attraktive Kopplungsstandorte für die Kunden) an dem ausgewiesenen **Sonderstandort** angesiedelt werden.

- Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente³¹ auf bis **zu 10 % bzw. max. 800 m² der Gesamtverkaufsfläche** je Betrieb zu begrenzen. Eine **ausdifferenzierte Begrenzung** der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente sollte im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.
- Es soll stets **eine deutliche Zuordnung** des Randsortimentes zum Hauptsortiment gegeben sein.

Leitsatz IV: Bestehenden Lebensmittelmärkten mit 90 % nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment und einer anteiligen Nahversorgungsfunktion kann ausnahmsweise im Sinne des Bestandsschutzes eine einmalige, geringfügige Verkaufsflächenerweiterung innerhalb der Geltungsdauer des Konzeptes gewährt werden.

- Für bestehende Lebensmittelmärkte mit 90 % nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment, die nicht vollumfänglich die Kriterien eines Nahversorgungsstandorts (s. Kapitel 6.2.1) erfüllen und zugleich jedoch nachweislich eine zumindest anteilige (Nah-)Versorgungsfunktion übernehmen, besteht grundsätzlich kein Erfordernis, diese ausschließlich auf einen rein passiven Bestandsschutz zu beschränken.
- Für diese bestehenden Lebensmittelmärkte mit 90 % nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment, die nachweislich eine zumindest anteilige Versorgungsfunktion übernehmen, sind auch **Erweiterungen bis 1.200 m²** zulässig, wenn sie dazu dienen, die gängigen Marktstandards zu erfüllen.
- Eine solche **Verkaufsflächenerweiterung** bedarf einer Einzelfallprüfung anhand städtebaulicher/stadtentwicklungspolitischer (u. a. Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Laupheim), auswirkungsbezogener (absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen), landes- und regionalplanerischer, rechtlicher (Urteil OVG NRW vom 08.10.2018, AZ: 10 D 56/18.NE) und betreiberseitiger Anforderungen, um Verkaufsflächenanpassungen zu begründen.

Leitsatz V: Ausnahmsweise zulässig sind Verkaufsstätten von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben („Annexhandel“), wenn die Verkaufsfläche:

- dem Hauptbetrieb **räumlich zugeordnet** ist,
- in **betrieblichem Zusammenhang** errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig **deutlich untergeordnet** ist sowie eine **sortimentsbezogene Zuordnung** zum Hauptbetrieb besteht und
- eine Verkaufsflächenobergrenze von **max. 800 m²** nicht überschreitet.
- Entsprechende Ausnahmeregelungen für den „Annexhandel“ auf Grundlage des §31 Abs. 1 BauGB sind sorgfältig im Hinblick auf die Anforderungen an die Bestimmtheit auszuarbeiten.

³¹ Der Begriff Randsortimente ist durch die Rechtsprechung konkretisiert. Hierzu sei unter anderem auf das Urteil des OVG NRW – AZ: 7 A D 108/96.NE verwiesen. Es muss eine eindeutige Zuordnung des Randsortiments zum Hauptsortiment möglich sein.

- Für landwirtschaftliche Betriebe im Außenbereich ergeben sich die Bestimmungen über die Regelungsinhalte des **§35 BauGB bzw. 201 BauGB**.

Eine Begrenzung der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Stadt Laupheim künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

9

Schlusswort

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept für die Stadt Laupheim, verfügt die Stadt über die notwendige Ausgangssituation, den Einzelhandel sowie die Nahversorgungsstrukturen zu sichern, weiterzuentwickeln und zu stärken. Im Zuge der Konzeptfortschreibung wurden vergangene Entwicklungen und die aktuelle Einzelhandelsstruktur erfasst, analysiert und ausgewertet. Die Fortschreibung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Fortschreibung bzw. Ausweisung der Nahversorgungsstandorte bildet als Zentren- und Standortmodell die Basis zur zielgerichteten Steuerung in den kommenden Jahren. Dafür wurden Leitlinien und Entwicklungsempfehlungen erarbeitet, um stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und künftiger Vorhaben abzuleiten. Die überarbeiteten Steuerungsleitsätze in Verbindung mit der fortgeschriebenen Sortimentsliste überführen das Zentren- und Standortmodell in ein stringentes und nachvollziehbares Regelsystem zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und künftiger Planvorhaben im Stadtgebiet.

Durch den Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB). Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen zu gewährleisten (siehe Abbildung 34).

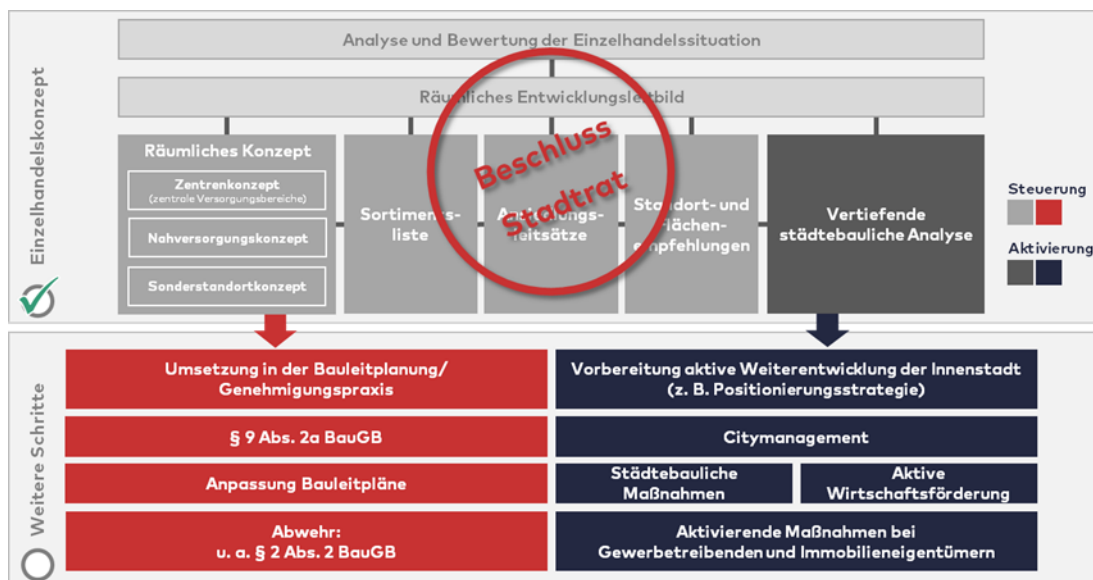


Abbildung 34: Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel ist mittelfristig auch weiterhin ein Bedarf zur **Fortschreibung der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielerarbeitung für ein zu aktualisierendes Einzelhandelskonzept** zu erkennen.

Insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Konzeptes bedürfen einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Ob ein solcher Bedarf zur Fortschreibung erkennbar ist, sollte **erfahrungsgemäß alle fünf Jahre** bewertet werden. Zudem sollte auch **bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung** geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzeptes erfolgen sollte.

Obschon dieses Einzelhandelskonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben (etwa im den zentralen Versorgungsbereichen), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händler-schaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung. Aus fachgutachterlicher Sicht ergeben sich auf Grundlage der Auseinandersetzung mit der Stadt Laupheim und insbesondere mit dem Innenstadtzentrum **folgende strategische Handlungsansätze und weiterführende konzeptionelle Überlegungen**. Sie können dazu dienen, über den durch das vorliegende Einzelhandelskonzept definierten steuerungsrechtlichen Rahmen hinaus die Voraussetzungen für eine zukunftsorientierte städtebauliche und funktionale Entwicklung der Gesamtstadt und insbesondere der Innenstadt zu stärken:

WEITERE STEUERUNGSMÖGLICHKEITEN ZUM SCHUTZ UND ZUR ENTWICKLUNG DES INNENSTADTZENTRUMS SOWIE DER GESAMTSTADT

Steuerungskonzept Gastronomie

Innenstädte und Zentren stehen angesichts des sich verstärkenden und zugleich beschleunigten Strukturwandels im Einzelhandel unter erheblichem Anpassungsdruck. Um die funktionale Leistungsfähigkeit der Zentren bzw. zentralen Versorgungsbereiche nachhaltig zu sichern, gewinnen innerstädtische Nutzungen jenseits des klassischen Einzelhandels zunehmend an Relevanz. Eine besondere Rolle kommt hierbei der Gastronomie zu, die in der Regel den zweitwichtigsten Anlass für Innenstadtbesuche darstellt und damit maßgeblich zur Aufenthaltsqualität und Frequenzsicherung beiträgt.

In vielen Straßenzügen, Stadtplätzen und Ausgehquartieren prägt insbesondere die in den vergangenen Jahren erheblich ausgeweitete Außengastronomie das städtebauliche Erscheinungsbild und die funktionale Ausrichtung. Die gezielte kommunale Steuerung gastronomischer Nutzungen leistet einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung und Stabilisierung der Zentren sowie zur Vermeidung funktionaler Erosion. Vor dem Hintergrund des sich erst abzeichnenden Strukturwandels in der Gastronomie erscheint es erforderlich, Fehlentwicklungen in nicht integrierten Lagen – analog zu den in den vergangenen Jahrzehnten im Einzelhandel beobachteten Prozessen – frühzeitig zu verhindern und entsprechende Nutzungsdynamiken gezielt in den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu lenken.

Zur Erreichung dieser Zielsetzungen bietet sich die **Erarbeitung eines kommunalen Steuerungskonzepts für die Gastronomie in Laupheim** als geeignetes Instrument an.

Steuerungskonzept für Vergnügungsstätten

Mit der Aufstellung eines Vergnügungsstättenkonzepts kann dem anhaltenden Ansiedlungsdruck von Vergnügungsstätten in angemessener Weise begegnet werden. Ein solches Konzept bildet die fachliche Grundlage für eine zukünftige planungs- und baurechtliche Steuerung auf Basis einer rechtssicheren kommunalen Bauleitplanung. Im Rahmen des Konzepts werden städtebaulich begründete Potenzialräume für die zukünftige Ansiedlung ermittelt und die hiermit verbundenen rechtskonformen Begründungszusammenhänge für eine zielgerichtete bauleitplanerische Steuerung aufgezeigt.

Zugleich definiert ein **Vergnügungsstättenkonzept** jene Bereiche, in denen aus städtebaulichen Erwägungen ein Ausschluss von Vergnügungsstätten oder bestimmten Unterarten vorgenommen werden soll – in erster Linie im zentralen Versorgungsbereich des Innenstadtzentrums. Um eine rechtssichere, gesamtstädtisch ausgewogene und nach Unterarten der Vergnügungsstätten differenzierte Festlegung sowohl von Ausschlusszonen als auch von Positivstandorten zu gewährleisten, ist eine flächendeckende Betrachtung des gesamten Stadtgebiets zu empfehlen. Dabei können, je nach Handlungsbedarf, unterschiedliche Untersuchungsschwerpunkte innerhalb des Stadtgebietes gesetzt werden.

Digitale Standortsteuerung

Digitale Werkzeuge in der Stadtentwicklung eröffnen Kommunen die Möglichkeit, Handlungsspielräume präziser zu erkennen und potenzielle Zielkonflikte frühzeitig sichtbar zu machen. Eine wesentliche Methode besteht in der digitalen Übersetzung und Visualisierung planungsrechtlicher Grundlagen, etwa durch die Integration bestehender Einzelhandels- und Nahversorgungskonzepte, Zentren- und Standortstrategien oder besonderer Lagen mit erhöhter planungsrechtlicher Relevanz.

Im Rahmen **digitaler Steuerungskonzepte** können konzeptkonforme Standorte systematisch identifiziert und auf Basis vorhandener Bestandsdaten smarte Analysen durchgeführt werden. Dies ermöglicht eine deutlich effizientere und zielgerichtetere Bearbeitung von Anfragen seitens der Stadt Laupheim. Darüber hinaus erlaubt eine digitale Standortsteuerung die strukturierte Sammlung relevanter Daten – etwa zu Leerständen, Ansiedlungsaktivitäten oder Gewerbeflächen – sowie deren kartenbasierte Visualisierung und die Durchführung dynamischer Analysen und Prognosen.

Die verständliche, transparente und datenbasierte Aufbereitung solcher Analysen und Visualisierungen schafft eine belastbare Grundlage für kommunale Entscheidungsprozesse und unterstützt eine zukunftsorientierte, resilient ausgerichtete Stadtentwicklung von Laupheim.

EMPFEHLUNGEN UND UNTERSTÜTZUNG FÜR DIE STADT- UND INNENSTADT-ENTWICKLUNG IN LAUPHEIM

Innenstadtkonzept

Was kennzeichnet die Innenstadt von morgen? Wodurch wird die Laupheimer Innenstadt zu einem liebens-, lohnens- und lebenswerten Ort? Diesen Leitfragen widmet sich ein Innenstadtkonzept, das weniger als klassisches Fachkonzept, son-

dern vielmehr als moderner Positionierungs- und Profilierungsprozess zu verstehen ist. Im Mittelpunkt stehen sowohl eine klare, identitätsstiftende Positionierung der Innenstadt und ihrer Quartiere als auch ein konsequent umsetzungsorientiertes und praxisnahes Vorgehen.

Neben der Weichenstellung für eine zukunftsfähige Entwicklung gilt es zugleich realistische, gut implementierbare Projektansätze zu erarbeiten. Der thematische Fokus reicht dabei – anders als beim reinen Einzelhandelskonzept mit klarem Fokus auf die Einzelhandelssteuerung – deutlich weiter und umfasst ergänzende innerstädtische Funktionen wie Wohnen, Kultur, Gastronomie, Dienstleistungen, Arbeiten, Bildung oder Mobilität.

Ein solcher Zukunftsprozess kann jedoch nur im engen Schulterschluss mit lokalen Akteurinnen und Akteuren, Stakeholdern und engagierten Macherinnen und Machern erfolgreich gestaltet werden. Ihre aktive Beteiligung bildet eine zentrale Voraussetzung für die erfolgreiche Entwicklung eines tragfähigen **Innenstadtkonzepts** für Laupheim.

Aktivierungskonzept Gastronomie

Im Unterschied zu einem gastronomischen Steuerungskonzept (s. o.), das primär auf eine proaktive, regulativ ausgerichtete Steuerung gastronomischer Nutzungen abzielt, konzentriert sich ein gastronomisches Aktivierungskonzept darauf, Kommunen in die Lage zu versetzen, gastronomische Potenziale zu heben, Entwicklungschancen sichtbar zu machen und entsprechende Impulse auszulösen. Neben der Entwicklung eines gastronomischen Leitbilds, einer passgenauen Profilierung sowie der Ableitung relevanter Fokuszielgruppen für die lokale Gastronomielandschaft rücken auch Aspekte wie Events, Förderprogramme, Kommunikationsstrategien oder infrastrukturelle Voraussetzungen in den Mittelpunkt einer **Aktivierungskonzepts Gastronomie**.

Darüber hinaus können umsetzungsorientierte Bausteine – etwa Genehmigungs- und Prozessberatung für bestehende und potenzielle Gastronomen, die Initiierung von Ideenwettbewerben für Gründungsinteressierte oder die Unterstützung im Bereich Marketing und Storytelling – zentrale Elemente einer aktivierenden gastronomischen Beratung für Laupheim darstellen.

Immobilienprofilierung

Im Rahmen einer Immobilienprofilierung können Kommunen wie auch private Eigentümer bei der Entwicklung zukunftsfähiger Immobilienstrategien wirksam unterstützt werden. Ziel ist es, belastbare Umnutzungsperspektiven für sogenannte ‚Problemimmobilien‘ zu erarbeiten und Multi-Use-Konzepte für innerstädtische Großobjekte zu entwickeln – etwa für den Bereich des ehemaligen Fenebergs in Laupheim.

Ein weiterer zentraler Baustein besteht in der Analyse der Rolle einzelner Immobilien als Schlüsselimmobilien bzw. Ankerstandorte sowie der Bewertung und Optimierung ihres Beitrags zu einer strategisch ausgerichteten, ganzheitlichen Zentrenentwicklung. Dies kann insbesondere im Kontext aktueller städtebaulicher Diskurse – wie etwa der Revitalisierung des Laupheimer Rathauses – wertvolle Impulse für eine zukunftsgerechte städtische Entwicklung liefern.

Partizipation

Die Einbindung relevanter Akteurinnen und Akteure in die Planung und Umsetzung stadtentwicklungsbezogener Vorhaben ist häufig ein entscheidender Erfolgsfaktor. Partizipative Prozesse erhöhen die Akzeptanz von Projekten und Planungen erheblich, da Entscheidungen transparenter gestaltet werden und lokales Erfahrungswissen frühzeitig in die Entwicklung einfließen kann. Beteiligung trägt dazu bei, Konflikte rechtzeitig zu erkennen, tragfähige Lösungsansätze gemeinsam zu erarbeiten und unterschiedliche Interessen in Einklang zu bringen.

Darüber hinaus stärkt eine aktive Partizipation das Vertrauen in kommunale Institutionen und erweitert die Perspektivenvielfalt in Planungsprozessen. Die Formen der Beteiligung können dabei vielfältig ausfallen – von klassischen Informationsveranstaltungen über Foren, Stakeholder-Workshops, Kinder- und Jugendbeteiligung sowie aufsuchenden Formaten bis hin zu Online-Beteiligungen und multimedialen Kommunikationsansätzen in Print- und sozialen Medien.

Für Laupheim empfiehlt sich insbesondere bei Planungen und Projekten mit engem Innenstadtbezug die Durchführung strukturierter Partizipationsprozesse, um lokale Expertise zu nutzen, Akzeptanz zu sichern und Entwicklungsprozesse nachhaltig zu stärken.

ANHANG

Literatur- und Quellenverzeichnis

LITERATUR

Handelsverband Deutschland (HDE) / IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2024): Online-Monitor 2024. Berlin.

IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2024): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2024. Köln.

Kuschnerus, Ulrich / Bishopink, Olaf / Wirth, Alexander (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn.

Regionalverband Donau-Iller (2024): Regionalplan Donau-Iller. Ulm.

Stadt + Handel (Hrsg.) (2021): Einzelhandelskonzept für die Stadt Laupheim. Karlsruhe.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden.

Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg (Hrsg.) (2002): Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg. Stuttgart.

DATENBANKEN

EHI Retail Institute (Hrsg.): handelsdaten.de

Handelsverband Deutschland (Hrsg.): einzelhandel.de

Statistische Ämter der Länder und des Bundes (Hrsg.): regionalstatistik.de

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): destatis.de

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Hrsg.): statistik-bw.de

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG	SEITE
Abbildung 1:	Erarbeitungsschritte Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes..... 10
Abbildung 2:	Gesellschaftliche Wandlungsprozesse13
Abbildung 3:	Entwicklung des Online-Anteils am Einzelhandelsumsatz *Prognose.....15
Abbildung 4:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel.....16
Abbildung 5:	Gesamtverkaufsfläche der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland nach Betriebsformen 17
Abbildung 6:	Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten 18
Abbildung 7:	Zentrengefüge im Umfeld der Stadt Laupheim19
Abbildung 8:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Laupheim und Umgebung 22
Abbildung 9:	Befragung der Innenstadtakteure- Kundenherkunft 22
Abbildung 10:	Einzelhandelsbestand in Laupheim nach Warengruppen und Lagebereichen 25
Abbildung 11:	Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität in Laupheim28
Abbildung 12:	Befragung der Innenstadtakteure – Bewertung der Innenstadt..... 32
Abbildung 13:	Befragung der Innenstadtakteure - Digitale Sichtbarkeit 34
Abbildung 14:	Befragung der Innenstadtakteure – wirtschaftliche Situation und Aspekte des Geschäftserfolgs..... 34
Abbildung 15:	Räumliche Nahversorgungssituation in Laupheim 43
Abbildung 16:	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Laupheim..... 47
Abbildung 17:	Methodik zur Ermittlung der Entwicklungsperspektive..... 49
Abbildung 18:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz50
Abbildung 19:	Entwicklung der Online-Anteile verschiedener Einzelhandelsbranchen am jeweiligen Gesamtmarkt.....51
Abbildung 20:	Prognostizierte Entwicklung des Online-Handels bis 2030 differenziert nach Sortimenten..... 52
Abbildung 21:	Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft) 57
Abbildung 22:	Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen 59
Abbildung 23:	Räumliche Abgrenzung des ZVB Innenstadtzentrum Laupheim 2025..... 62
Abbildung 24:	Innere Organisation des Innenstadtzentrums Laupheim..... 63

Abbildung 25:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Biberacher Straße.....	66
Abbildung 26:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Kaufland.....	68
Abbildung 27:	Abgrenzung des Nahversorgungsstandortes Erwin-Rentschler-Straße	72
Abbildung 28:	Abgrenzung des Nahversorgungsstandortes Ulmer Straße.....	73
Abbildung 29:	Abgrenzung des Nahversorgungsstandortes Neustadt Allee...	74
Abbildung 30:	Abgrenzung und Bewertung des Standortbereichs Biberacher Straße	75
Abbildung 31:	Abgrenzung und Bewertung des Standortbereichs Obersulmetinger Straße.....	76
Abbildung 32:	Abgrenzung des Sonderstandort Neue Welt	80
Abbildung 33:	Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik.....	91

Tabellenverzeichnis

TABELLE	SEITE	
Tabelle 1:	Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen.....	11
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen.....	21
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand in Laupheim.....	24
Tabelle 4:	Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralität in Laupheim	27
Tabelle 5:	Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Laupheim	41
Tabelle 6:	Relevante Kenndaten im Vergleich	44
Tabelle 7:	Relevante Rahmenbedingungen zur Herleitung der Entwicklungsperspektive für Laupheim.....	50
Tabelle 8:	Sortimentspezifische Handlungsbedarfe für Laupheim bis 2030.....	53
Tabelle 9:	Ausstattungskennwerte des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Laupheim	63
Tabelle 10:	Ausstattungskennwerte des zentralen Versorgungsbereiches NVZ Biberacher Straße.....	67
Tabelle 11:	Sortimentsliste für die Stadt Laupheim (Kurzfassung)	84
Tabelle 12:	Sortimentsliste für die Stadt Laupheim (Langfassung)	100

Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch	niL	städtebaulich nicht integrierte Lage
BauNVO	Baunutzungsverordnung	NuG	Nahrungs- und Genussmittel
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung	NVS	Nahversorgungsstandort
BVerfGH	Bundesverfassungsgerichtshof	NVZ	Nahversorgungszentrum
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht	ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
Drog	Drogeriewaren	OVG	Oberverwaltungsgericht
EH	Einzelhandel	siL	städtebaulich integrierte Lage
EHK	Einzelhandelskonzept	VG	Verwaltungsgericht
EuGH	Europäischer Gerichtshof	VKF	Verkaufsfläche
EW	Einwohner	ZVB	zentraler Versorgungsbereich
GVKF	Gesamtverkaufsfläche		
IZ	Innenstadtzentrum		
MIV	motorisierter Individualverkehr		

Tabelle 12: Sortimentsliste für die Stadt Laupheim (Langfassung)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung (daraus NICHT: Arbeitsbekleidung)
Bettwaren/Matratzen	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Blumen)
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	aus 47.78.3 aus 47.59.9 aus 47.62.2	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren) Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Postern)
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett-/Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Hausrat/Haushaltswaren	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Heimtextilien	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche und Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen o. ä.)
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	47.41 47.42 47.43 47.63 47.78.2	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Postern sowie Künstler- und Bastelbedarf)
Schuhe/Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren und Bastelbedarf	47.65 aus 47.62.2	Einzelhandel mit Spielwaren Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Künstler- und Bastelbedarf)
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Einzelhandel mit Campingartikeln, Anglerbedarf, Reitsportartikeln und Booten)
Teppiche (Einzelware)	47.53	Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.78.9 aus 47.64.2	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition) Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Anglerbedarf)

Fortsetzung Tabelle 12

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente		
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und Kosmetika)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wasch- und Putzmittel)
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren, Getränke und Reformwaren)	aus 47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Parfümerieartikel und Kosmetika	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und Kosmetika)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente**		
Baumarktsortiment i. e. S.***	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
	47.52.3	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kohle und Holz)
Campingartikel (ohne Bekleidung und Möbel)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Camping- und Outdoorartikeln (ohne Bekleidung und Möbel)
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen)
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten)
	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
	aus 45.40	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Lampen/Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)
Pflanzen/Pflanzartikel	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Reitsportartikel	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Reitsportartikel)
Sportgroßgeräte	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Sportgroßgeräten)
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008; ** Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelskonzepts der Stadt Laupheim als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend; *** umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parkett/Fliesen.

KONTAKT

Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH

info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Dortmund
Handelsregisternummer
PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43