



## Entwicklungskonzept für den Einzelhandel in der Gemeinde

# **BALTMANNSWEILER**

Auftraggeber: Gemeinde Baltmannsweiler

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck  
Dipl.-Geogr. Vera Niedermeier

Ludwigsburg, im Mai 2009



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Ludwigsburg | Büros in Erfurt, Köln, München, Salzburg  
71638 Ludwigsburg, Hohenzollernstraße 14  
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl  
Telefon: 07141/9360-0 Telefax: 07141 /9360-10  
eMail: [info@gma.biz](mailto:info@gma.biz), <http://www.gma.biz>

## **Vorbemerkung**

Im März 2009 erteilte die Gemeinde Baltmannsweiler der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA), Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung eines Konzeptes zur Weiterentwicklung des Einzelhandels unter besonderer Berücksichtigung der Nahversorgungssituation.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung wurde im März 2009 eine Komplett-erhebung des örtlichen Einzelhandelsbestandes durchgeführt. Darüber hinaus standen der GMA Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes, der Gemeindeverwaltung Baltmannsweiler sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung. Zusätzlich wurde eine schriftliche Haushaltsbefragung sowie eine mündliche Befragung der ansässigen Einzelhändler durchgeführt. Die Ergebnisse der Untersuchung wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen ausgewertet.

Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Gemeinde Baltmannsweiler. Eine Vervielfältigung und Weitergabe der vorliegenden Untersuchung bedarf der schriftlichen Zustimmung der Gemeinde Baltmannsweiler und der GMA.

G M A

Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, im Mai 2009

NMV skh

## INHALTSVERZEICHNIS

	<b>Seite</b>
<b>I. Grundlagen</b>	<b>1</b>
1. Aufgabenstellung	1
2. Wesentliche Tendenzen in der Einzelhandelsentwicklung	3
2.1 Allgemeine Entwicklungstendenzen	3
2.2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel	5
2.3 Zwischenfazit zur aktuellen Einzelhandelsentwicklung	8
3. Makrostandort Baltmannsweiler	9
<b>II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandorts Baltmannsweiler</b>	<b>12</b>
1. Standortgefüge	12
2. Aktueller Einzelhandelsbestand	13
3. Einzelhandelsausstattung im Vergleich mit anderen Gemeinden	18
4. Zwischenfazit zum aktuellen Einzelhandelsbestand	19
<b>III. Bevölkerung und Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels von Baltmannsweiler</b>	<b>21</b>
1. Marktgebiet und Bevölkerung	21
2. Kaufkraftpotenzial im abgegrenzten Marktgebiet	24
3. Zentralitätskennziffern	25
4. Zwischenfazit zu Marktgebiet und Umlandbedeutung	27
<b>IV. Der Standort Baltmannsweiler aus Sicht der Bürger</b>	<b>28</b>
1. Methodische Vorbemerkungen	28
2. Wesentliche Ergebnisse der Bürgerbefragung	29
2.1 Einkaufsverhalten	29
2.1.1 Einkaufsintensität	29
2.1.2 Hauptgründe für und gegen einen Einkauf in Baltmannsweiler	30
2.1.3 Verkehrsmittelwahl für den Einkauf in Baltmannsweiler	32
2.1.4 Einkaufsorientierung für ausgewählte Warengruppen	34
2.2 Bewertung des Einzelhandels aus Verbrauchersicht	37
2.2.1 Bewertung der Einkaufssituation in den Ortsteilen	37
2.2.2 Bewertung der Veränderungen in den letzten Jahren	39
2.2.3 Branchenspezifische Angebotsdefizite im Einzelhandel von Baltmannsweiler	41
2.2.4 Verbesserungsvorschläge für den Einkaufsort Baltmannsweiler	42
3. Zwischenfazit zur Bürgerbefragung	44

<b>V.</b>	<b>Der Standort Baltmannsweiler aus Sicht der Einzelhändler</b>	<b>45</b>
1.	Methodische Vorbemerkungen	45
2.	Wesentliche Befragungsergebnisse	45
2.1	Fragen zur betrieblichen Situation	45
2.2	Bewertung von Baltmannsweiler als Einzelhandelsstandort	47
2.3	Verbesserungsvorschläge für den Einzelhandelsstandort Baltmannsweiler	49
3.	Zwischenfazit zur Einzelhändlerbefragung	51
<b>VI.</b>	<b>Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Baltmannsweiler</b>	<b>52</b>
1.	Zukünftige Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung	52
2.	Defizite und Entwicklungspotenziale nach Warengruppen	53
3.	Zwischenfazit zu den Entwicklungspotenzialen	56
<b>VII.</b>	<b>Entwicklungskonzept für Baltmannsweiler</b>	<b>58</b>
1.	Empfehlungen zur generellen Standortpolitik	58
2.	Bewertung möglicher neuer Nahversorgungsstandorte	61
3.	Empfehlungen zur Beschilderung der Einzelhandelsstandorte	70
<b>VIII.</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>74</b>

## I. Grundlagen

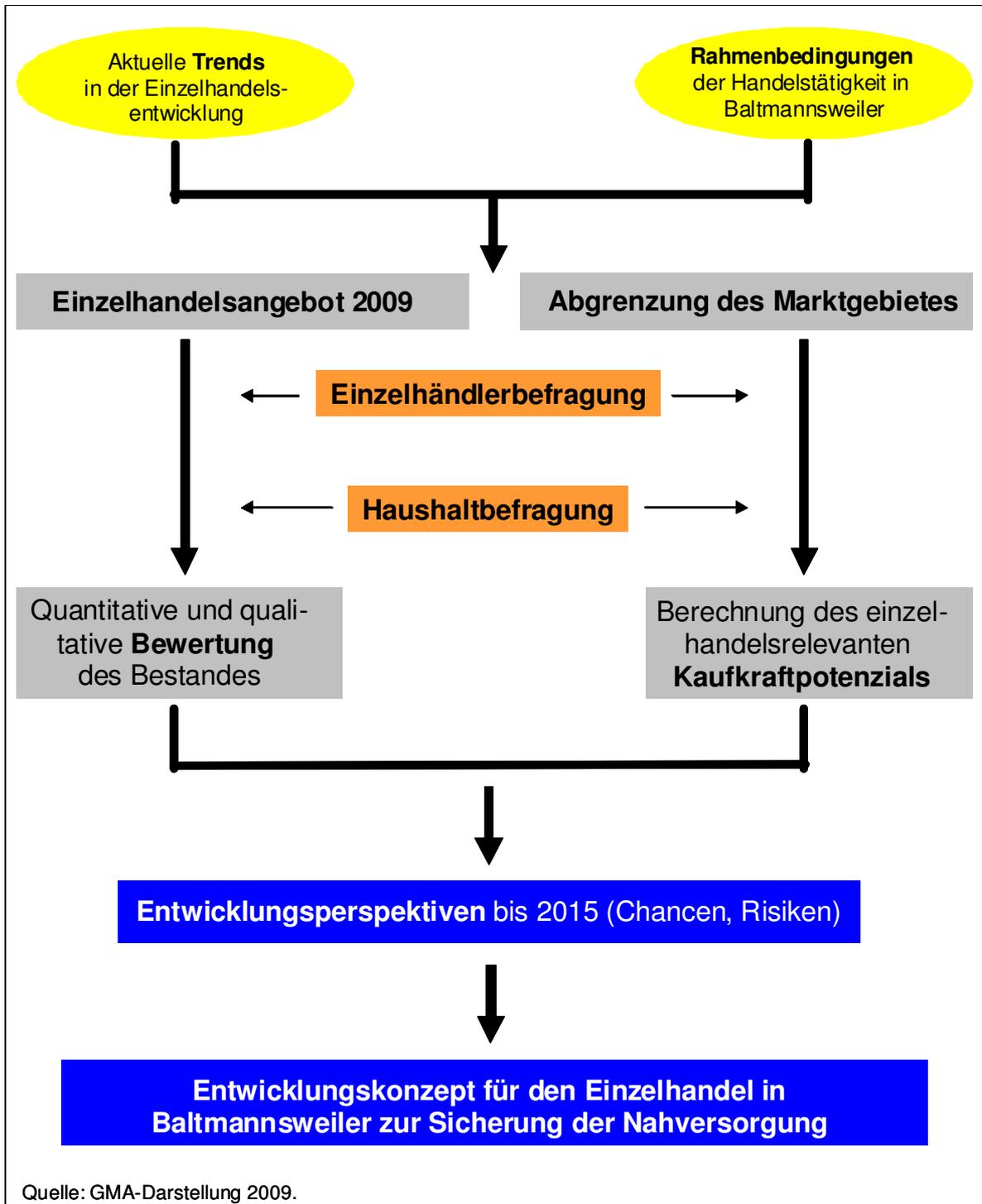
### 1. Aufgabenstellung

Die Gemeinde Baltmannsweiler setzt sich aus zwei Ortsteilen (Baltmannsweiler und Hohengehren) zusammen. Die beiden Ortsteile sind annähernd gleich groß und verfügen jeweils über ein eigenes, vorrangig kleinstrukturiertes Einzelhandelsangebot. In jedem der beiden Ortsteile sind auch kleine Lebensmittelmärkte ansässig.

Die Gemeinde Baltmannsweiler hat in den letzten Jahren die Ortsteilzentren umfangreich saniert und attraktiviert. Vor diesem Hintergrund wurde eine Untersuchung unter Beachtung der Entwicklungspotenziale für einzelne Standortlagen (insbesondere Ortskerne) durchgeführt, die als Basis für eine geordnete Weiterentwicklung der Gemeinde dienen soll. Vor dem Hintergrund der demografischen, wirtschaftlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sowie den betrieblichen Anforderungen heutiger Einzelhandelsanbieter wurden Maßnahmen und Strategien für die zukünftige Einzelhandels- und Standortentwicklung in Baltmannsweiler erarbeitet. Besonderes Augenmerk gilt dabei den Entwicklungen im Nahversorgungsbereich, d. h. es wurden konkrete Maßnahmen entwickelt, um die Nahversorgung der Bevölkerung in der Gemeinde Baltmannsweiler auch zukünftig zu sichern.

Deshalb wurde zunächst ein Gesamtkonzept für den Einzelhandel in Baltmannsweiler ausgearbeitet, welches die Struktur- und Bestandsdaten aufzeigt. Darauf aufbauend wurden die **konkreten Entwicklungspotenziale und der planerische Handlungsbedarf** dargelegt und mögliche Entwicklungsspielräume unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen dargestellt. Diese sollen so in eine rechtssichere Planung münden. Konkret werden verschiedene Entwicklungsalternativen hinsichtlich ihrer Chancen und Risiken aufgezeigt, die **der langfristigen Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung von Baltmannsweiler dienen** (vgl. Abb. 1).

**Abbildung 1: Arbeitsschritte der Untersuchung**



## 2. Wesentliche Tendenzen in der Einzelhandelsentwicklung

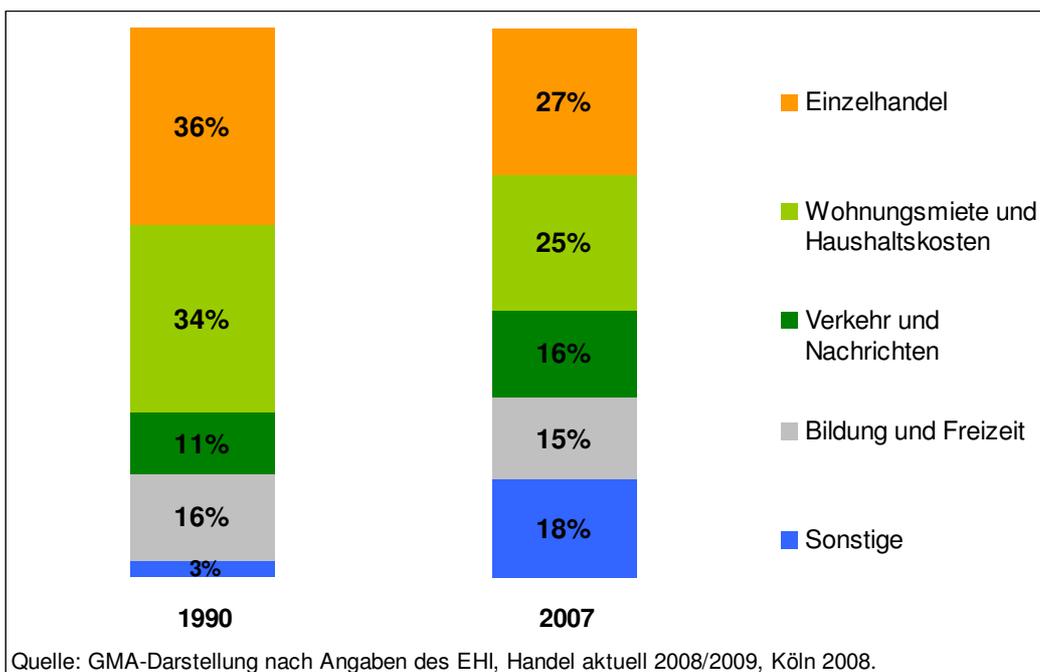
### 2.1 Allgemeine Entwicklungstendenzen

Für die Bewertung der Entwicklungschancen des Einzelhandelsstandortes Baltmannsweiler ist es wichtig, auch die wesentlichen Entwicklungslinien des Einzelhandels in Deutschland zu verfolgen; nachfolgend werden strukturprägende Aspekte des Wandels auf der Nachfrage- und Angebotsseite dargestellt.

Auf der **Nachfrageseite** sind folgende wesentliche Veränderungen hervorzuheben:

- **Verändertes Ausgabeverhalten:** Von der Steigerung der Konsumausgaben der privaten Haushalte in den letzten Jahren konnte der Einzelhandel nur unterproportional profitieren. So sank der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben im Zeitraum 1990 – 2007 von ca. 36 % auf ca. 27 %<sup>1</sup>, während für Wohnen, Mobilität oder auch Kommunikation und Vorsorgeleistungen höhere Ausgaben getätigt wurden (vgl. Abb. 2). Für das Jahr 2010 prognostiziert das Statistische Bundesamt einen Anteil des Einzelhandels am privaten Verbrauch von nur noch ca. 25 %.

**Abbildung 2: Anteil Einzelhandel an privatem Konsum**



<sup>1</sup> Quelle: EHI (Hrsg.): Handel aktuell 2008/2009.

- **Ausdifferenzierung der Nachfrage:** Die ursprüngliche Einteilung der Verbraucher in Zielgruppen kann nicht trennscharf aufrechterhalten werden. Zunehmend tritt der sog. „hybride“ Kunde auf, der nicht nur „Billigprodukte“ oder „Exklusives“ will sondern vielmehr beides. Das hybride Kaufverhalten führt zu einem Verlust der „Mitte“ zu Gunsten höherpreisiger, aber auch niedrigpreisiger Angebote. Der Marktanteil hochwertiger Produkte steigt leicht, der von Billigprodukten deutlich an, während das mittlere Preissegment zurückgehen wird.
- Als weiterer wichtiger Trend im Verbraucherverhalten ist das **steigende Anspruchsniveau** bei abnehmender Toleranz (z. B. Beeinträchtigungen durch Laufwege zum Geschäft, Witterung, fehlende Sauberkeit) zu benennen, das eine **sinkende Standort- und Unternehmensbindung zur Folge hat**.

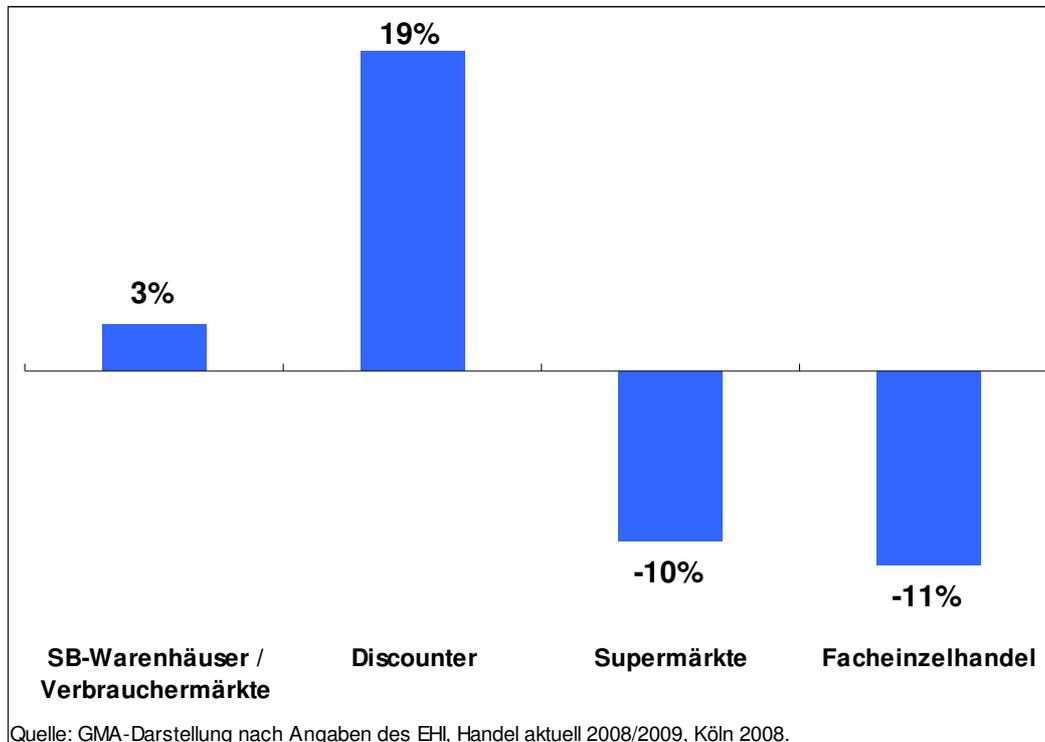
Auf der **Angebotsseite** gewinnen folgende Trends an Einfluss auf die Einzelhandels- und Standortentwicklung:

- **Stagnation des Einzelhandelsumsatzes:** Im Zeitraum von 2000 bis 2008 stieg der Einzelhandelsumsatz nominal nur um ca. 5,6 %. Bei gleichzeitiger Zunahme der Verkaufsfläche um mehr als 10 % ist eine abnehmende Flächenproduktivität die zwangsläufige Folge.<sup>1</sup>
- **Entwicklung der Betriebstypen:** Mit den Flächen- und Umsatzentwicklungen ging ein Rückgang der Beschäftigtenzahl im Einzelhandel einher. Als Ursache hierfür ist auch eine Veränderung der Bedeutung der Betriebstypen zu Gunsten personalextensiver Formate zu nennen. So sank der Marktanteil der traditionellen Bediengeschäfte seit 1980 kontinuierlich, während v. a. die Marktanteile von Verbrauchermärkten und Lebensmitteldiscountern wuchsen (vgl. Abb. 3).
- Gerade die dynamische Entwicklung der Fachmärkte umfasst mittlerweile nahezu alle Branchen. Da gerade in historischen Innenstädten **Fachmarktkonzepte** der Textil-, Schuh- oder auch Sportanbieter nur mit erheblichen Anstrengungen in historischer Bausubstanz unterzubringen sind, ist ein weiterer Ausbau dieses Betriebstyps in nicht integrierten, Pkw-orientierten Lagen zu erwarten.

---

<sup>1</sup> Quelle: EHI, (Hrsg.): Handel aktuell 2008/2009, Köln 2008.

**Abbildung 3: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im Lebensmittel-einzelhandel (1990 – 2007)**

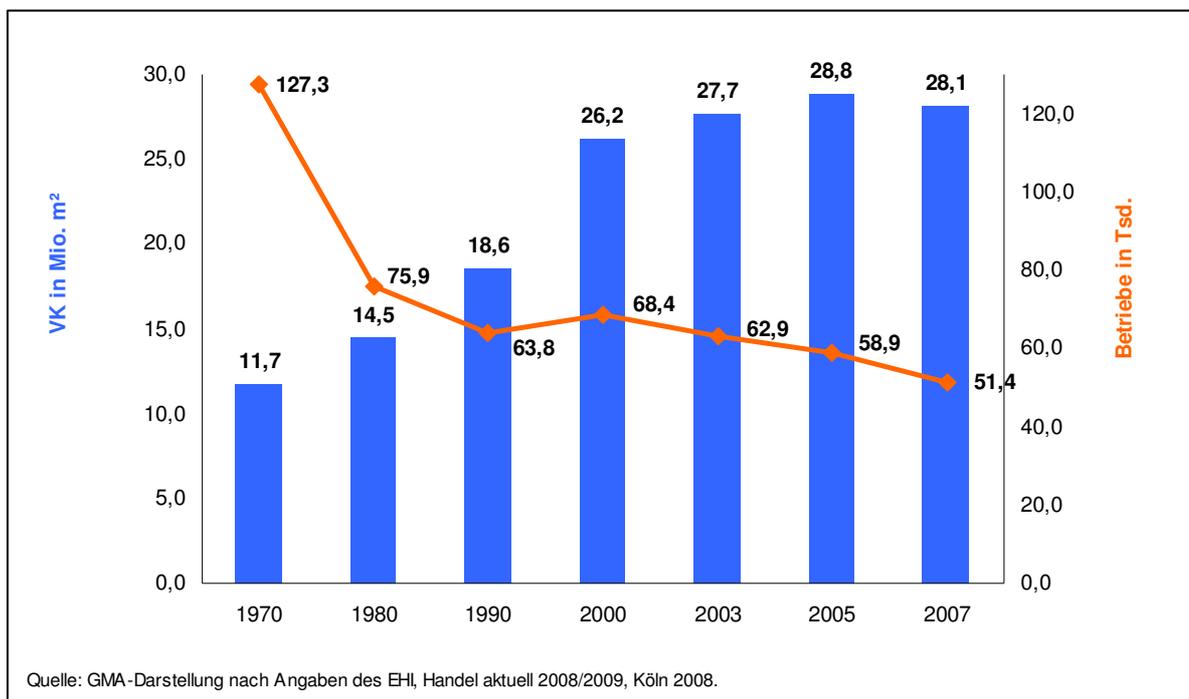


## 2.2 Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel

Als wesentliche Entwicklungen v. a. auch im Hinblick auf die heutigen Standortanforderungen im Lebensmitteleinzelhandel können folgende Aspekte festgehalten werden:

- **Flächenwachstum und Rückgang der Betriebszahl:** Das Flächenwachstum im Einzelhandel kann exemplarisch im Lebensmitteleinzelhandel nachvollzogen werden. Damit ging ein deutliches Abschmelzen der Betriebszahl einher. Als Konsequenz ergaben sich größere Betriebseinheiten; derzeit liegt die durchschnittliche Betriebsgröße bei ca. 550 m<sup>2</sup> VK. Damit stieg der Wert seit Anfang der 1990er Jahre um ca. 240 m<sup>2</sup> VK an. Die Gründe hierfür sind vielfältig und sowohl bei den Anbietern (z. B. Rationalisierung), als auch bei den Verbrauchern (z. B. verändertes Nachfrageverhalten) zu finden. Lebensmittelanbieter mit Verkaufsflächen unter 500 m<sup>2</sup> geraten zunehmend an die Grenze der Wirtschaftlichkeit (vgl. Abb. 4).

Abbildung 4: Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels



- **Konzentration und Filialisierungstendenzen:** Die Zahl der Betreiber von Supermärkten und Discountern hat sich in den letzten 20 Jahren auf eine Hand voll leistungsfähiger Anbieter reduziert, die bundesweit tätig sind. Inhabergeführte, kettenunabhängige Geschäfte sind kaum noch anzutreffen.
- **Rückzug aus Wohnlagen:** Seit mehreren Jahren ist ein Rückzug von Einzelhandelsbetriebe sowohl im ländlichen Raum als auch in Stadtteilen und Wohngebieten festzustellen. Die wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln und kurzfristigen Bedarfsgütern (z. B. Zeitschriften, Blumen, Drogerie-, Apothekerwaren) ist oft nicht mehr möglich. Dadurch geraten auch konsumnahe Dienstleister wie Frisör, Reinigung, Sparkasse oder Post unter Druck. Gebiete mit weniger als 3. – 4.000 Einwohnern bieten kaum das erforderliche Marktpotenzial für eigene Lebensmittelmärkte im Sinne von Nahversorgern. In jüngster Vergangenheit zeichnen sich aber verstärkt Bemühungen ab, alternative Nahversorgungskonzepte (z. B. Kleinflächenkonzepte, Integrationsmärkte, Genossenschaftsläden, Ladengemeinschaften und einige mehr) zu schaffen.
- **Gezielte Standortanforderungen:** Die Handelsunternehmen konzentrieren ihre Standortnachfrage auf wenige Standorte, die bestimmte Anforderungen (z. B. Grundstücksgröße, Erreichbarkeit, Einsehbarkeit) erfüllen müssen. Das unterneh-

merische Standortwahlverhalten divergiert dabei häufig mit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Städte und Gemeinden.

- Größenstruktur von Lebensmittelmärkten:** Während Supermärkte der ersten Generation noch mit Verkaufsflächen zwischen 300 und 400 m<sup>2</sup> errichtet wurden, werden mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 1.300 und 1.800 m<sup>2</sup> als marktgerecht angesehen. Der Trend zu größeren Verkaufsflächen ist auch bei Discountmärkten feststellbar. Discounter, die bislang überwiegend Verkaufsflächen zwischen 500 – 700 m<sup>2</sup> aufwiesen, realisieren inzwischen Verkaufsflächen bis 1.400 m<sup>2</sup>. Auch **Drogeriemärkte** stellen heute deutlich höhere Anforderungen an Standort und Dimensionierung. So streben die gängigen Betreiber mittlerweile Verkaufsflächen von mindestens 450 m<sup>2</sup> an, in der Regel werden neue Märkte mit ca. 600 – 700 m<sup>2</sup> VK realisiert. Hinzu kommen gestiegene Ansprüche an Erreichbarkeit, Einsehbarkeit sowie ein direkt dem Markt zugeordnetes Stellplatzangebot.

**Abbildung 5: Lebensmittelhandel im Wandel**



- **Betriebstypen:** Zur Zeit ist eine Konzentration der Verkaufsflächen auf großflächige Betriebsformen wie Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser sowie v. a. auf Lebensmitteldiscountmärkte erkennbar. Die expansivsten Tendenzen sind derzeit bei den Lebensmitteldiscountmärkten zu beobachten. Der Marktanteil der Betriebsform Discounter am gesamten Lebensmitteleinzelhandel konnte in den vergangenen Jahren auf heute ca. 42 % gesteigert werden.
- Ein bezeichnender Strukturunterschied zwischen den Betriebstypen Supermarkt und Discountmarkt ist die Artikelanzahl. Dabei ist im Vergleich zu allen anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels für den Lebensmitteldiscountmarkt die geringste Anzahl der geführten Artikel zu erwähnen. So werden in einem Lebensmitteldiscounter nur etwa 20 % der Artikel eines durchschnittlichen Supermarktes geführt:
  - Lebensmitteldiscounter: ca. 2.000 Artikel
  - Supermarkt: ca. 10.100 Artikel
  - Großer Supermarkt: ca. 25.000 Artikel.<sup>1</sup>

### 2.3 Zwischenfazit zur aktuellen Einzelhandelsentwicklung

Der Einzelhandel konnte nur unterproportional von den steigenden Konsumausgaben profitieren. Der Wettbewerb der Ausgabepositionen (z.B. Versicherungen, Miete, Altersvorsorge) sorgt für deutliche Umschichtungen beim privaten Verbrauch. Weiterhin vollzieht sich eine preisbezogene Polarisierung der Nachfrage. Im Lebensmittelbereich ist eine Abnahme kleinstrukturierter Betriebe bei gleichzeitigem Vordringen des Betriebstyps Discountmarkt festzustellen. Steigende Mindestanforderungen bei Neuansiedlungen hinsichtlich Verkaufsflächengröße, Stellplatzangebot, etc. erschweren die Integration in innerörtlichen Lagen.

---

<sup>1</sup> Quelle: EHI Köln, Handel aktuell 2008/2009 (ca.-Werte, gerundet)

### 3. Makrostandort Baltmannsweiler

Die Gemeinde Baltmannsweiler zählt derzeit **ca. 5.600 Einwohner**<sup>1</sup>, davon ca. 3.100 im Ortsteil Baltmannsweiler und ca. 2.500 im Ortsteil Hohengehren. Dem Ort kommt gemäß Regionalplan des Verbandes Region Stuttgart keine zentralörtliche Funktion zu. Baltmannsweiler liegt in der Randzone um den Verdichtungsraum und gehört dem Mittelbereich Esslingen sowie dem Nahbereich des Kleinzentrums Reichenbach a. d. F. an. Mit Reichenbach a. d. F., Hochdorf und Lichtenwald bildet Baltmannsweiler auch eine Verwaltungsgemeinschaft.

Die **Einwohnerentwicklung** in Baltmannsweiler war in den letzten Jahren eher stagnierend: zwischen 1997 und 2007 war nur ein leichter Zuwachs der Einwohner um ca. 0,4 % zu verzeichnen. Damit entwickelte sich die Gemeinde deutlich zurückhaltender als der Landkreis Esslingen, der im gleichen Zeitraum insgesamt einen Anstieg von ca. 4,3 % erzielen konnte.

Die **Siedlungsstruktur** von Baltmannsweiler wird durch zwei relativ gleich große Ortsteile mit jeweils eigenen Ortskernen geprägt. Die Neubaugebiete liegen v. a. in Baltmannsweiler („Buchsäcker“ und „Südlich der Turmstraße“). Gewerbegebiete befinden sich zum einen am Nordrand des Ortsteils Baltmannsweiler („Klingenäcker“) sowie am Nordwestrand des Ortsteils Hohengehren („Escherländer“).

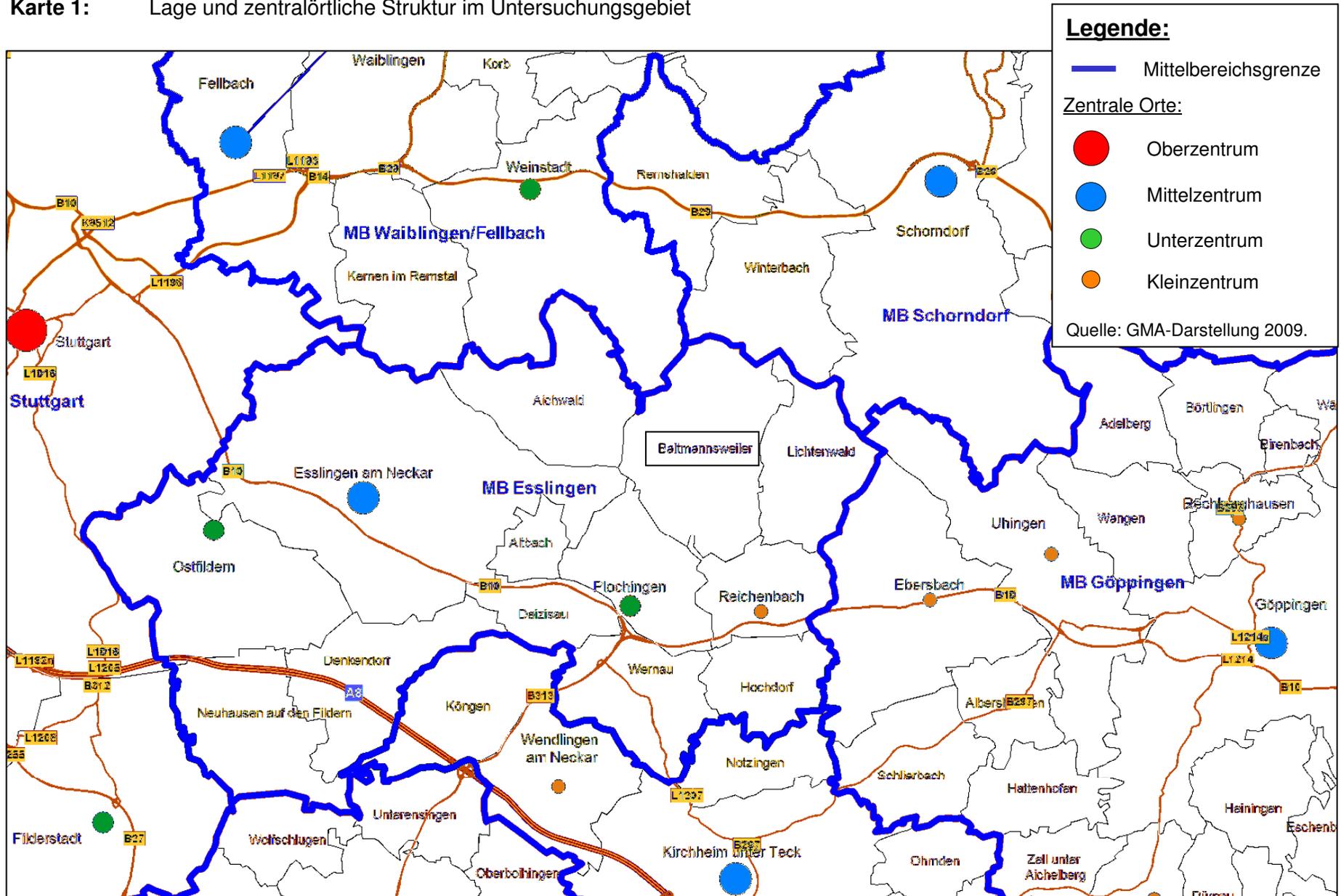
Eine regionale **Verkehrsanbindung** ist durch die Lage auf den Höhen des Schurwalds nur bedingt gegeben. Die nächstgelegenen Bundesstraßen (B 10 Stuttgart – Ulm und B 29 Stuttgart – Aalen) verlaufen in ca. 6 – 8 km Entfernung nördlich (im Remstal) bzw. südlich (im Filstal). An den ÖPNV ist die Gemeinde Baltmannsweiler mit mehreren Haltestellen sowohl in Baltmannsweiler als auch in Hohengehren im lokalen Busnetz zwischen Esslingen und Winterbach angebunden (z. T. aber nur Schulbusverkehr).

Im Bezug auf die **Wirtschaftsstruktur** nimmt in Baltmannsweiler der Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr eine durchschnittliche Stellung ein. So waren im Jahr 2007 von den 519 registrierten sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Baltmannsweiler ca. 22 % in diesem Bereich tätig (zum Vergleich: LK Esslingen: 23 %). Den Arbeitsplatzschwerpunkt in Baltmannsweiler bildet aber das Produzierende Gewerbe mit ca.

---

<sup>1</sup> Quelle: Gemeinde Baltmannsweiler (Stand: 31.12.2008).

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsgebiet



51 % der Beschäftigten (LK Esslingen: 45 %). Auf den Bereich sonstige Dienstleistungen entfallen ca. 26 % (LK Esslingen: 31 %). Insgesamt hat Baltmannsweiler aber nur eine nachrangige Bedeutung als Arbeitsstandort, denn die Gemeinde weist einen negativen Pendlersaldo von – 1.405 auf: ca. 294 Einpendlern stehen ca. 1.699 Auspendler gegenüber.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2007.

## II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandorts Baltmannsweiler

### 1. Standortgefüge

Das Einzelhandelsangebot konzentriert sich im Wesentlichen auf die Ortskerne von Baltmannsweiler und Hohengehren:

- **Ortsmitte Baltmannsweiler:** Die Hauptgeschäftslage ist am Marktplatz sowie entlang der Reichenbacher und der Esslinger Straße zu finden. Allerdings ist kein durchgängiger Geschäftsbesatz vorhanden. Das Angebot setzt sich aus kleinteiligen Fachgeschäften aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich (z. B. Bäcker, Metzger, Getränke) sowie Ausschnitten des mittelfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Schreibwaren) zusammen und wird ergänzt um zwei kleine Lebensmittelgeschäfte (nah & gut Wagner, Feinkost Kreuzer) sowie um einige Dienstleistungs- und öffentliche Einrichtungen (z. B. Rathaus, Gastronomie, Fahrschule, Bank, Versicherung, Physiotherapie, Frisör). Der nah & gut-Markt liegt aber relativ isoliert von den übrigen Geschäften des Ortskerns. In den letzten Jahren wurden im Rahmen des Landes-sanierungsprogramms die Veitenstraße, die Berg-, Friedrich- und Ulrichstraße sowie die Kirchstraße saniert. Zudem wurde ein Seniorenzentrum in den Ortskern integriert (vgl. Karte 2).
- **Ortsmitte Hohengehren:** Die Hauptgeschäftslage konzentriert sich auf den Bereich der Hauptstraße zwischen Abzweig Zollernstraße im Norden und Abzweig Pfarrstraße im Süden. Das Angebot umfasst auch hier vorrangig Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Bäcker, Metzger, Apotheke, Obst- und Gemüseladen) sowie ebenfalls ein kleines Lebensmittelgeschäft mit separatem Getränkemarkt (Feinkost Kreuzer) und einen Quelle-Shop mit Postagentur. Hinzu kommen mehrere Dienstleistungsangebote (z. B. Reisebüro, Bank, Frisör, Gastronomie) sowie weitere Komplementäreinrichtungen (z. B. Rathaus mit Ortsbücherei). In Hohengehren ist eine stärkere räumliche Konzentration der Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote erkennbar als in Baltmannsweiler, wenngleich auch in Hohengehren der Lebensmittelanbieter (Kreuzer) etwas abseitig liegt. Derzeit wird die Ortsmitte mit Hilfe von Landesmitteln in zwei Bauabschnitten saniert. Der erste Bauabschnitt wurde kürzlich fertig gestellt (vgl. Karte 3).

Darüber hinaus befinden sich einige Einzelhandelsbetriebe im **Gewerbegebiet „Klingenäcker“** in Baltmannsweiler (z. B. EP: Würtele, Getränkeabholmarkt Wiede, Garten & Getränke Kurz, Claus Prasch Farben / Heimtex / Raum- und Fassadendesign mit Otto-Shop, Bunte Wollstube). Bei letzterer ist auch eine Postagentur integriert.

## **2. Aktueller Einzelhandelsbestand**

Die nachfolgenden Daten beruhen auf einer vollständigen Erhebung des Einzelhandels, die im März 2009 durchgeführt wurde. Dabei wurden die Betriebe nach Umsatzschwerpunkten den einzelnen Warengruppen zugeordnet. Zusätzlich erfolgte eine Einteilung des Warenangebotes in kurz-, mittel- und langfristige Bedarfsbereiche. In Anlehnung an das von der Handels- und Gaststättenzählung verwendete Gliederungsschema, ergibt sich nachfolgende Unterteilung in Warengruppen:

### **Überwiegend kurzfristige Bedarfsdeckung**

- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk)
- Waren der Gesundheits- und Körperpflege
- Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf

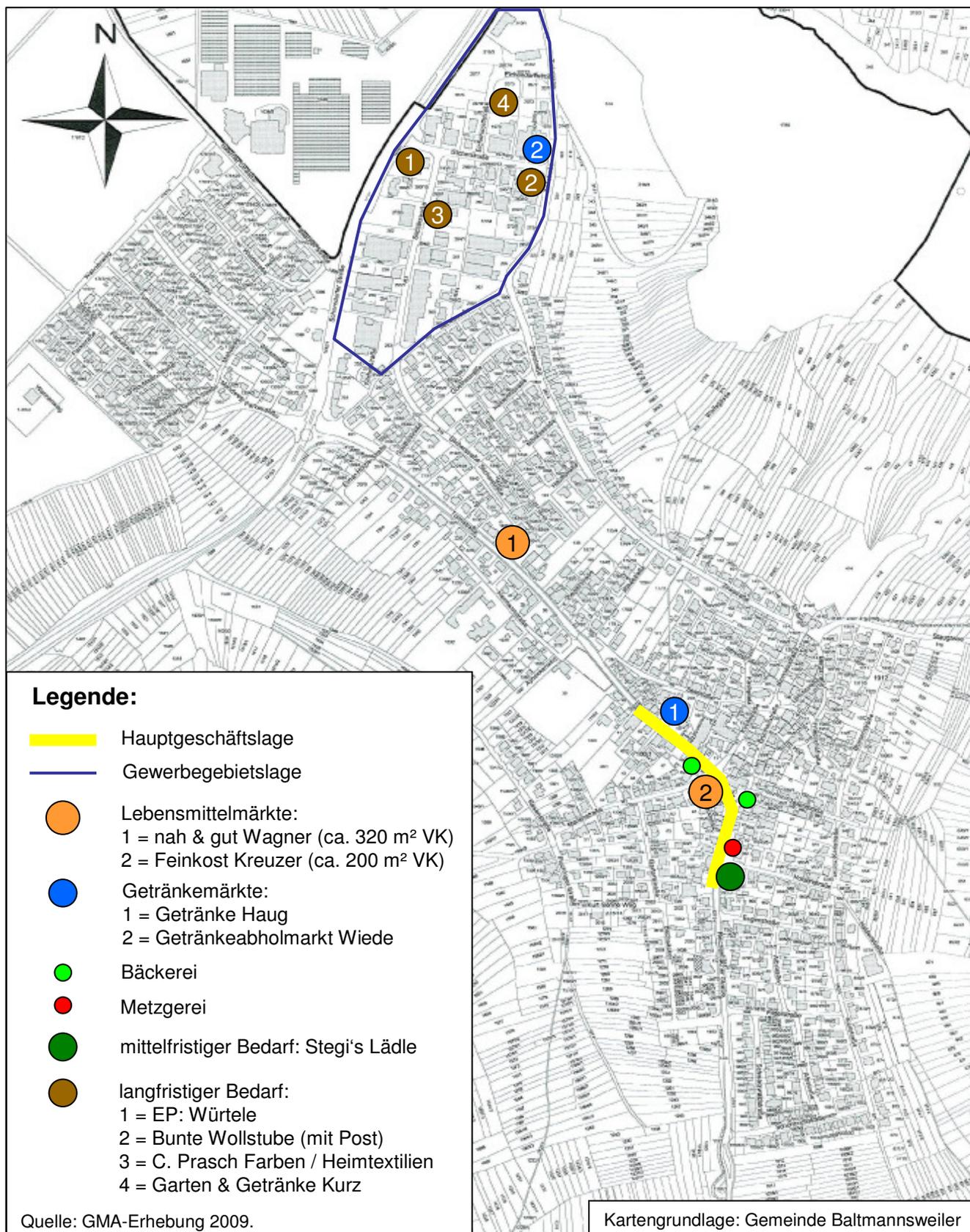
### **Überwiegend mittelfristige Bedarfsdeckung**

- Bücher, Papier-, Büro-, Schreib-, Spielwaren
- Bekleidung, Textilien
- Schuhe, Lederwaren, Sportartikel

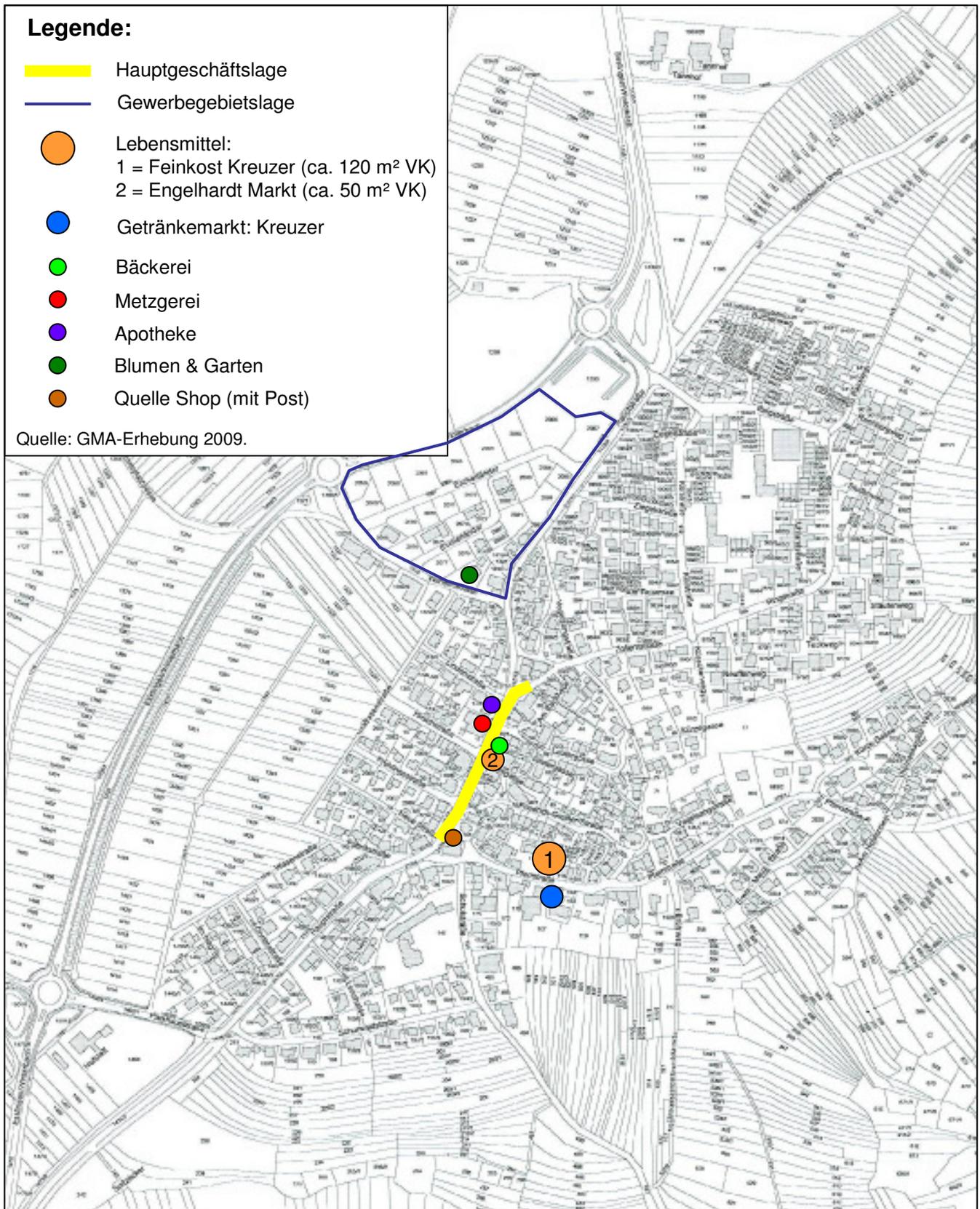
### **Überwiegend langfristige Bedarfsdeckung**

- Elektrowaren (Elektrogroß- und -kleingeräte, Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger, Lampen und Leuchten, Computer, Telefone, Fotowaren)
- Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel
- Möbel, Einrichtungsgegenstände
- Heimtextilien, Raumausstattung

**Karte 2:** Einzelhandelsstruktur im Ortsteil Baltmannsweiler



**Karte 3:** Einzelhandelsstruktur im Ortsteil Hohengehren



- Heimwerkerbedarf
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstige Waren (u. a. Autozubehör, Sportgroßgeräte, Musikalien, Waffen).

Zum Zeitpunkt der Erhebung gab es in der Gemeinde Baltmannsweiler **insgesamt**

- 20 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks
- eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.695 m<sup>2</sup>
- eine Brutto-Umsatzleistung von ca. 8,4 Mio. €.

Hiervon entfallen auf **Nahrungs- und Genussmittel**

- 12 Betriebe (ca. 60 % des Gesamtbestandes) mit
- ca. 1.640 m<sup>2</sup> VK (ca. 61 % der Gesamtverkaufsfläche) und
- ca. 4,4 Mio. € Brutto-Umsatz (ca. 52 % des Gesamtumsatzes).<sup>1</sup>

Auf **Nichtlebensmittel** entfallen

- 8 Betriebe (ca. 40 % des Gesamtbestandes) mit
- ca. 1.055 m<sup>2</sup> VK (ca. 39 % der Gesamtverkaufsfläche) und
- ca. 4,0 Mio. € Brutto-Umsatz (ca. 48 % des Gesamtumsatzes).

Im Hinblick auf die **räumliche Struktur** ist festzustellen, dass beide Ortsteile noch über eine Reihe von Grundversorgungsangeboten verfügen (z. B. Lebensmittel, Bäckerei, Metzgerei), insgesamt ist das Einzelhandelsangebot aber in Hohengehren verkaufsflächenmäßig geringer ausgeprägt. Dort befinden sich nur ca. 19 % der Verkaufsflächen und ca. 40 % der Betriebe (vgl. Tabelle 1).

Die Analyse der **Größenstruktur** macht deutlich, dass der Einzelhandelsbestand in Baltmannsweiler stark von Kleinbetrieben dominiert wird (vgl. Abb. 6). Ca. 25 % der Betriebe sind kleiner als 50 m<sup>2</sup> VK, zusammen mit den Betrieben unter 200 m<sup>2</sup> VK wird ein Anteil von ca. 75 % erreicht. Am Verkaufsflächenbestand haben diese Betriebe allerdings nur

---

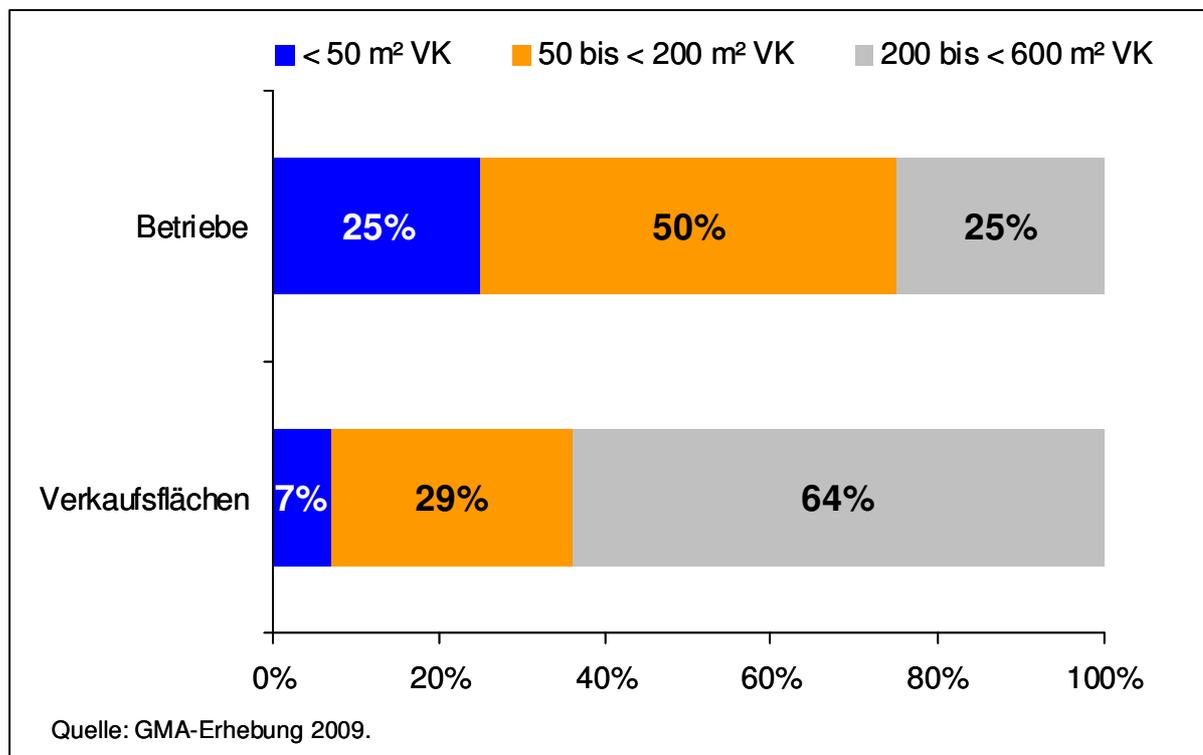
<sup>1</sup> Bereinigt um Nonfoodumsätze der Lebensmittelmärkte.

**Tabelle 1: Einzelhandelsbestand in Baltmannsweiler nach Bedarfsbereichen**

Branche	Anzahl			Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		
	Baltmannsweiler	Hohengehren	Gesamt	Baltmannsweiler	Hohengehren	Gesamt
kurzfristiger Bedarf	7	7	14	1.320	470	1.790
mittelfristiger Bedarf	1	1	2	150	30	180
langfristiger Bedarf	4	0	4	725	0	725
<b>Gesamt</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>20</b>	<b>2.195</b>	<b>500</b>	<b>2.695</b>

Quelle: GMA-Erhebung 2009 (ca.-Werte, gerundet).

**Abbildung 6: Einzelhandelsbestand in der Gemeinde Baltmannsweiler nach Größenklassen**



einen Anteil von ca. 36 %. Anbieter über 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche machen hingegen nur ca. 25 % des Betriebsbestands aus, nehmen jedoch einen Verkaufsflächenanteil von ca. 64 % ein. Betriebe über 600 m<sup>2</sup> VK sowie großflächige Betriebe (> 800 m<sup>2</sup> VK) sind der-

zeit nicht vorhanden. Als größte Anbieter sind der Getränkeabholmarkt Wiede (ca. 550 m<sup>2</sup> VK) sowie der Elektroanbieter EP: Würtele (ca. 450 m<sup>2</sup> VK) hervorzuheben.

Hinsichtlich der **Betriebstypenstruktur** wird Baltmannsweiler von Fachgeschäften dominiert: ca. 80 % aller ortsansässigen Betriebe sind als solche einzustufen (Verkaufsflächenanteil: ca. 56 %). Die Lebensmittelgeschäfte (nah & gut Wagner, 2 x Feinkost Kreuzer) machen einen Verkaufsflächenanteil von ca. 24 % aus. Lebensmittelmärkte im engeren Sinne (z. B. Supermarkt, Lebensmitteldiscountmarkt) sind derzeit in Baltmannsweiler nicht vorhanden. Als einziger Fachmarkt i. e. S. ist der Getränkeabholmarkt Wiede zu benennen.

### 3. Einzelhandelsausstattung im Vergleich mit anderen Gemeinden

Für ein besseres Verständnis der Einzelhandelsausstattung von Baltmannsweiler ist es hilfreich, die Situation im Vergleich mit anderen Kommunen zu betrachten. Grundlage hierfür sind so genannte Versorgungskennziffern, die die Einzelhandelsausstattung der Kommunen auf die Einwohnerzahl beziehen und somit vergleichbar machen.

Der **Einzelhandelsbesatz** der Gemeinde Baltmannsweiler lässt sich wie folgt charakterisieren:

- Baltmannsweiler verfügt im gesamten Einzelhandel über ca. 3,6 Arbeitsstätten je 1.000 Einwohner. Davon entfallen ca. 2,1 Arbeitsstätten auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor und ca. 1,5 Arbeitsstätten auf den Nichtlebensmittelsektor.
- Bezogen auf 1.000 Einwohner existiert im gesamten Einzelhandel von Baltmannsweiler ein Verkaufsflächenbesatz von ca. 481 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, davon ca. 293 m<sup>2</sup> im Nahrungs- und Genussmittelsektor und ca. 188 m<sup>2</sup> im Nichtlebensmittelsektor.

Zum Vergleich dienen Werte von ähnlich großen Gemeinden in Baden-Württemberg sowie Durchschnittswerte von Kommunen unter 5.000 Einwohnern bzw. zwischen 5.000 und 10.000 Einwohnern in Baden-Württemberg (vgl. Abb. 7). Allerdings sind diese Vergleichs-

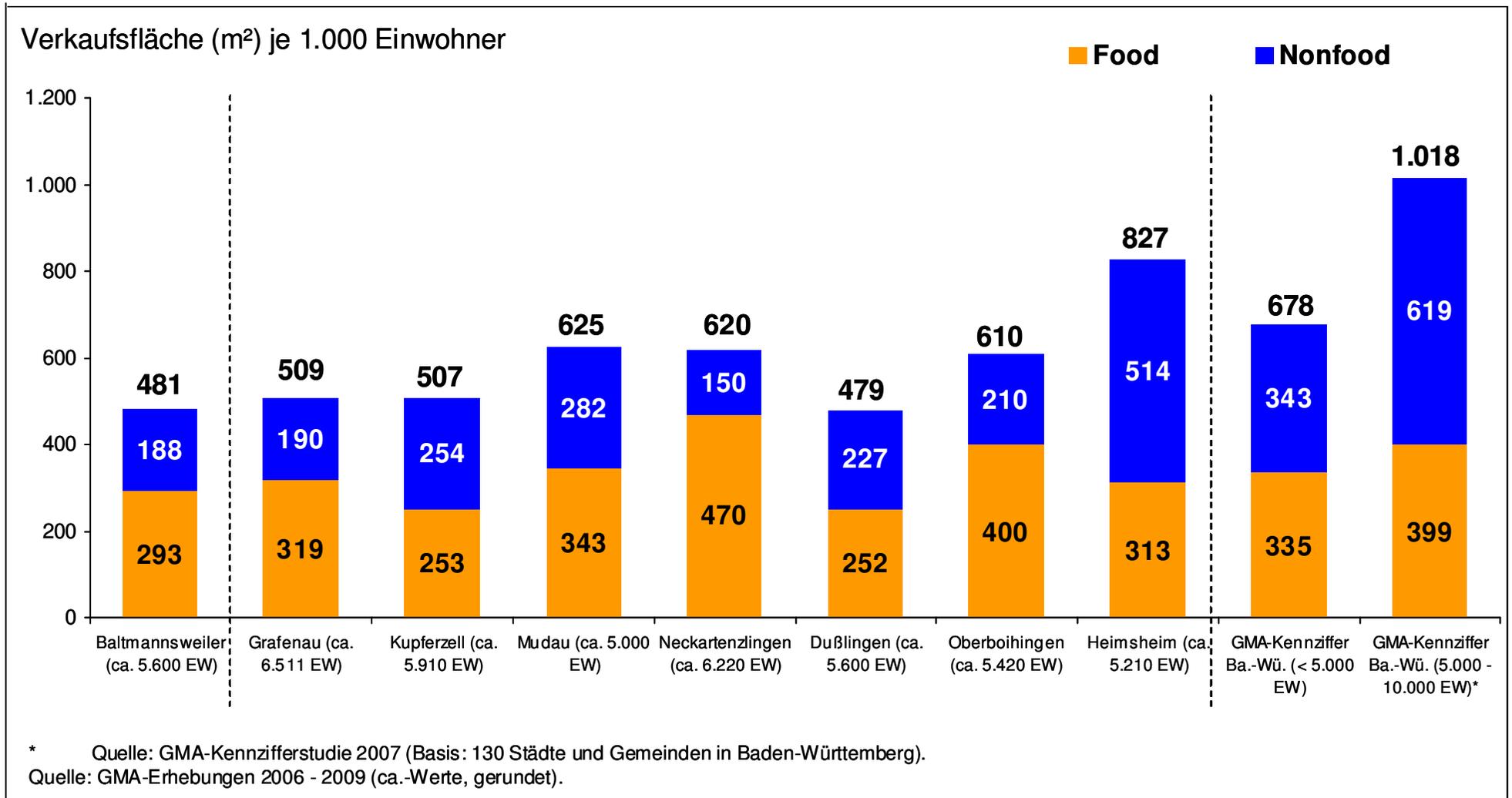
kennziffern nicht als Zielgröße oder Richtwert zu verstehen, sondern sollen lediglich der Vergleichbarkeit und der Orientierung dienen.

Im Vergleich mit anderen Kommunen in Baden-Württemberg zeigt Baltmannsweiler insgesamt eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung auf. So erreichen baden-württembergische Gemeinden zwischen 5.000 – 10.000 Einwohner sowohl im Food- als auch im Nonfood-Bereich deutlich höhere Werte. Aber auch in der Größenordnung unter 5.000 Einwohner werden durchschnittlich noch höhere Ausstattungsgrade erreicht als in Baltmannsweiler. Gemeinden, die hinsichtlich ihrer Lage oder Siedlungsstruktur ähnliche Rahmenbedingungen wie Baltmannsweiler aufweisen (mehrere Ortsteile, z. B. Grafenau, Kupferzell, Mudau) erzielen ebenfalls eine höhere Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner, zumindest im Nonfood-Bereich, z. T. aber auch im Foodsektor.

#### **4. Zwischenfazit zum aktuellen Einzelhandelsbestand**

Die Gemeinde Baltmannsweiler mit ca. 5.600 Einwohnern verfügt derzeit über 20 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.695 m<sup>2</sup> und einem jährlichen Bruttoumsatz von ca. 8,4 Mio. €. Der Einzelhandelsbestand erweist sich überwiegend als kleinteilig und ist vorrangig dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen. Der Verkaufsflächenschwerpunkt befindet sich im Ortsteil Baltmannsweiler. In Bezug auf die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung rangiert die Gemeinde Baltmannsweiler auf einem unterdurchschnittlichen Niveau, sowohl was den Food-, als auch den Nonfoodbereich betrifft.

Abbildung 7: Einzelhandelsbestand der Gemeinde Baltmannsweiler im Vergleich (Verkaufsflächen)



### **III. Bevölkerung und Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels von Baltmannsweiler**

#### **1. Marktgebiet und Bevölkerung**

Die Abgrenzung des Marktgebietes ist die wichtigste Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohner- und Kaufkraftpotenzials des Einzelhandels von Baltmannsweiler und zur Berechnung der Kaufkraftströme. Als Marktgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Einkaufsort Baltmannsweiler regelmäßig aufsuchen.

Bei der konkreten Abgrenzung des Marktgebietes wurden insbesondere folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- Einzelhandelsbesatz (insbesondere hinsichtlich Betriebsgrößen- und Sortimentsstruktur, Fristigkeit der angebotenen Waren, Attraktivität der Geschäfte)
- Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Bevölkerungsverteilung, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- verkehrliche Erreichbarkeit und topografische Bedingungen
- Einzelhandelsausstattung der Umlandkommunen
- ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)
- Ergebnisse der Einzelhändler- und Bürgerbefragung in Baltmannsweiler 2009.

Dabei ist zu beachten, dass es sich um eine Abgrenzung aus betriebswirtschaftlicher Sicht handelt. Dieses betriebswirtschaftliche Marktgebiet kann sich vom regionalplanerischen Verflechtungsbereich der Standortkommune unterscheiden.

Nicht alle der in Baltmannsweiler ansässigen Einzelhandelsbetriebe strahlen in gleichem Umfang in das Marktgebiet aus. Die Anziehungskraft hängt – neben der Fristigkeit des Bedarfs – v. a. von der Attraktivität und Spezialisierung des Anbieters ab. Insgesamt wird die Angebotsstruktur vornehmlich von kleinflächigen Betrieben dominiert, die nur bedingt über die Gemarkungsgrenze hinaus ausstrahlen. Vielmehr beschränkt sich das Angebot

zum ganz überwiegenden Teil auf die Nahversorgung der Baltmannsweiler Einwohner. Auch nach Angaben der befragten Einzelhändler machen bei diesen Betrieben die Kunden von außerhalb (z. B. Lichtenwald, Aichwald; Durchgangsverkehr / Pendler zwischen Rems-Murr-Kreis und Filstal) einen Umsatzanteil von höchstens 10 – 20 % aus. Es gibt aber in Baltmannsweiler mehrere, stark spezialisierte Betriebe, die nach eigenen Angaben über ein deutlich größeres Einzugsgebiet verfügen (z. B. EP: Würtele, Bunte Wollstube, Eitis Apotheke, Landmetzgerei Ketzmerick).

Während im direkten Umfeld (v. a. Lichtenwald, Aichwald) nur ein vergleichsweise geringer Wettbewerb herrscht, sind Winterbach und die benachbarten Orte höherer Zentralität (z. B. Esslingen, Plochingen, Reichenbach, Schorndorf) vergleichsweise gut ausgestattet.

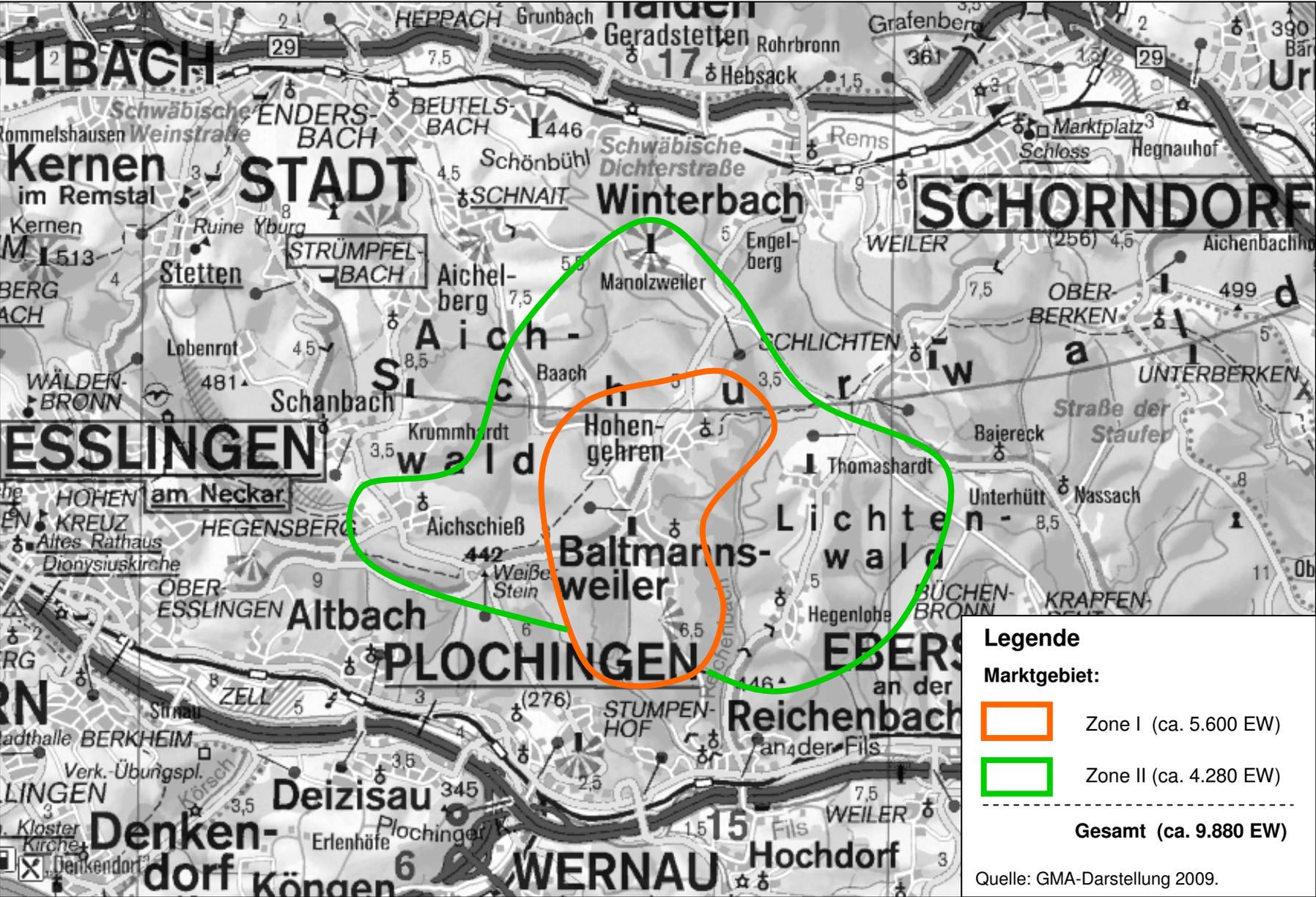
Vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation und der topographischen Situation der Gemeinde lässt sich das Marktgebiet des Einzelhandels von Baltmannsweiler demnach wie folgt abgrenzen (vgl. Karte 4):

▪	Zone I:	Baltmannsweiler	ca. 5.600 Einwohner
▪	Zone II:	Lichtenwald, Aichwalder Ortsteil Aichschieß, Winterbacher Ortsteil Manolzweiler, Weinstädter Ortsteil Baach	ca. 4.280 Einwohner
▪	<b>Zone I – II:</b>	<b>Marktgebiet insgesamt</b>	<b>ca. 9.880 Einwohner<sup>1</sup>.</b>

Lichtenwald, Aichschieß, Manolzweiler und Baach wurden mit in das Marktgebiet aufgenommen, da sie selbst nur über einige wenige kleinstrukturierte Einzelhandelsanbieter verfügen. Hier treten aber bereits auch Überschneidungen mit den Marktgebieten von Weinstadt, Winterbach, Esslingen, Plochingen und Reichenbach auf. Untergeordnet sind auch Umsätze mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Marktgebietes zu erwarten (z. B. Pendler, Durchgangsverkehr zwischen Rems- und Filstal).

<sup>1</sup> Quelle: Gemeinden Baltmannsweiler, Aichwald, Winterbach, Stadt Weinstadt (jeweils Stand: 31.12.2008), für Gemeinde Lichtenwald: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Stand: 30.09.2008); ca.-Werte, gerundet.

Karte 4: Marktgebiet des Einzelhandels von Baltmannsweiler



## 2. Kaufkraftpotenzial im abgegrenzten Marktgebiet

Die Berechnung der im abgegrenzten Marktgebiet erschließbaren Nachfragepotenziale wird speziell für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Dabei werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Kaufkraftwerte zu Grunde gelegt.

**Tabelle 2: Kaufkraftvolumen 2009 im Marktgebiet des Einzelhandels von Baltmannsweiler**

Warengruppe / Bedarfsbereich	Kaufkraft in Mio. €		
	Zone I (Baltmannsweiler)	Zone II (näheres Umland)	Marktgebiet gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	11,7	8,9	20,6
Gesundheit, Körperpflege	4,2	3,2	7,4
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	0,7	0,6	1,3
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>16,6</b>	<b>12,7</b>	<b>29,3</b>
Bücher, PBS*, Spielwaren	1,7	1,3	3,0
Bekleidung, Schuhe, Sport	4,4	3,3	7,7
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>6,1</b>	<b>4,6</b>	<b>10,7</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	3,1	2,3	5,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	3,4	2,6	6,0
Sonstiger Einzelhandel	5,2	4,0	9,2
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>11,7</b>	<b>8,9</b>	<b>20,6</b>
Nichtlebensmittel gesamt	22,7	17,3	40,0
<b>Einzelhandelswaren gesamt</b>	<b>34,4</b>	<b>26,2</b>	<b>60,6</b>
* PBS = Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren Quelle: GMA-Berechnungen 2009 (ca.-Werte, gerundet).			

Nach Berechnungen der GMA liegt die einzelhandelsrelevante Nachfrage (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) für die abgegrenzten Bedarfsgüter aktuell bei ca. 5.264 € pro Kopf der Wohnbevölkerung. Davon entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor ca. 1.788 € p. a., auf den gesamten Nichtlebensmittelsektor ca. 3.476 € p. a. Außerdem

ist das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. Für Baltmannsweiler und das überörtliche Marktgebiet ist von einem überdurchschnittlichen Kaufkraftkoeffizienten auszugehen.<sup>1</sup>

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren beläuft sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet des Baltmannsweiler Einzelhandels aktuell auf **insgesamt ca. 60,6 Mio. €** (vgl. Tab. 3). Ca. 57 % des Kaufkraftpotenzials entfällt auf Baltmannsweiler und ca. 43 % auf das überörtliche Marktgebiet.

### 3. Zentralitätskennziffern

Im gesamten Einzelhandel von Baltmannsweiler konnte im Jahr 2008 eine Brutto-Umsatzleistung von ca. 8,4 Mio. € erzielt werden. Von diesem Gesamtumsatz entfielen auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor ca. 4,4 Mio. € und auf den Nichtlebensmittel-sektor ca. 4,0 Mio. €.

Als wichtige Orientierung für die Bedeutung einer Kommune für das nähere Umland sowie deren Entwicklungspotenzial dient die Zentralitätskennziffer. Zur Berechnung der Zentralität erfolgt eine Gegenüberstellung von Kaufkraft und Umsatz. Dabei deuten Werte über 100 einen Bedeutungsüberschuss (Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Nettokaufkraftabfluss an.

Für den Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer

$$\begin{array}{rclcl} \text{ca. 4,4 Mio. €} & & & & \\ \text{(Umsatz in Baltmannsweiler)} & : & \text{ca. 11,7 Mio. €} & = & \text{ca. 38 \%} \\ & & \text{(Kaufkraft der Wohnbevölkerung} & & \text{(Zentralität)} \\ & & \text{von Baltmannsweiler)} & & \end{array}$$

<sup>1</sup> Die GfK Nürnberg errechnet die Kaufkraftkoeffizienten auf der Grundlage der Steuerstatistik. Für die Gemeinde Baltmannsweiler liegt der Kaufkraftkoeffizient bei 116,5 und damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0). Im überörtlichen Marktgebiet werden ebenfalls überdurchschnittliche Werte erreicht (Spanne zwischen 111,2 in Winterbach und 121,8 in Aichwald).

Für den Bereich **Nichtlebensmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer

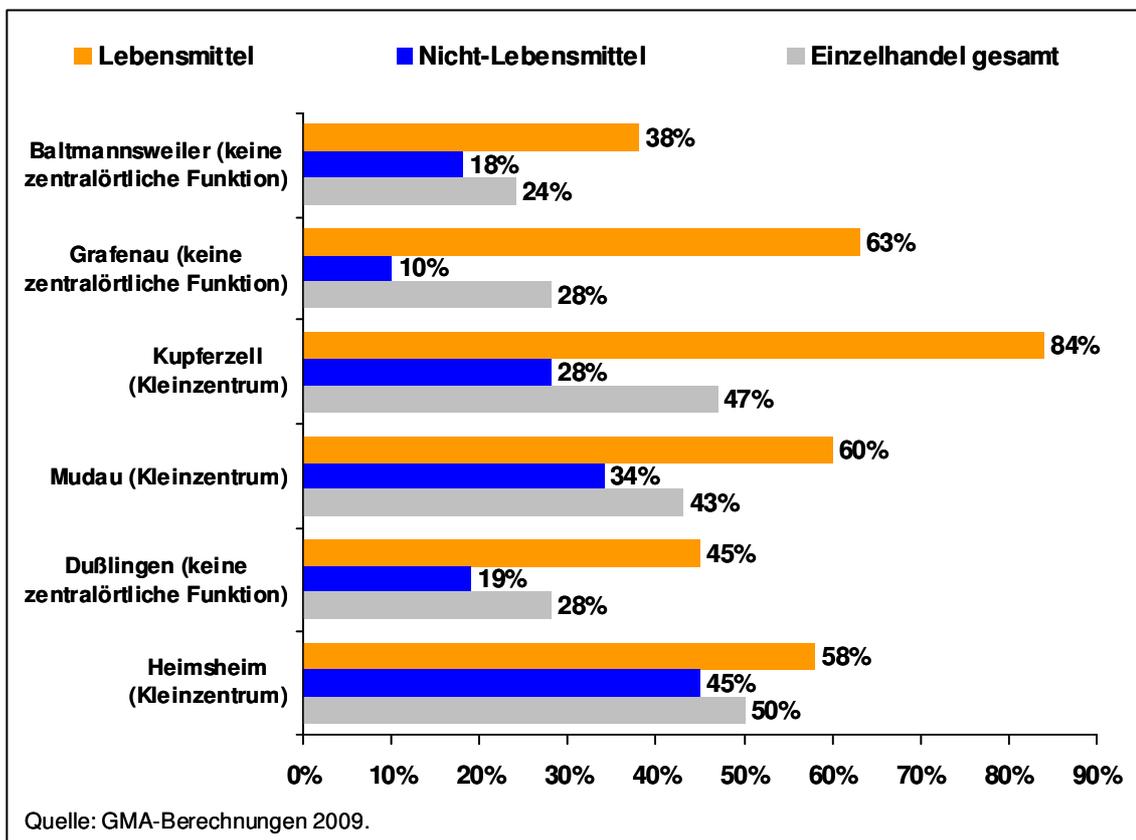
$$\begin{array}{lclclcl} \text{ca. 4,0 Mio. €} & : & \text{ca. 22,7 Mio. €} & = & \text{ca. 18 \%} \\ \text{(Umsatz in Baltmannsweiler)} & & \text{(Kaufkraft der Wohnbevölkerung} & & \text{(Zentralität)} \\ & & \text{von Baltmannsweiler)} & & \end{array}$$

Für den **Einzelhandel insgesamt** beträgt die Zentralitätskennziffer

$$\begin{array}{lclclcl} \text{ca. 8,4 Mio. €} & : & \text{ca. 34,4 Mio. €} & = & \text{ca. 24 \%} \\ \text{(Umsatz in Baltmannsweiler)} & & \text{(Kaufkraft der Wohnbevölkerung} & & \text{(Zentralität)} \\ & & \text{von Baltmannsweiler)} & & \end{array}$$

Der Vergleich mit anderen Kommunen in dieser Größenordnung zeigt, dass der Zentralitätsgrad in Baltmannsweiler sowohl im Food- als auch im Nonfood-Bereich stark unterdurchschnittlich ist (vgl. Abb. 8). Im Nahrungs- und Genussmittelbereich fließt mehr als 60 % der Kaufkraft der Baltmannsweiler Bevölkerung nach außen, lediglich ca. 38 % verbleibt vor Ort. Vergleichbare Gemeinden erreichen diesbezüglich Zentralitätsgrade von bis zu 65 - 70 %. Damit ergibt sich auch für Baltmannsweiler grundsätzlich noch Entwicklungspotenzial, v. a. was den Foodsektor anbelangt.

**Abbildung 8: Zentralitätskennziffern im Vergleich**



#### **4. Zwischenfazit zu Marktgebiet und Umlandbedeutung**

Das Marktgebiet begrenzt sich in erster Linie auf Baltmannsweiler selbst. In untergeordnetem Maß sind aber Kaufkraftzuflüsse aus den umliegenden Orten auf der Schurwaldhöhe zu erwarten (v.a. Lichtenwald, Aichschieß, Manolzweiler und Baach). Spezialisierte Anbieter strahlen z.T. darüber hinaus aus. Im Marktgebiet leben derzeit ca. 9.880 Einwohner mit einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von ca. 60,6 Mio. €. Bezogen auf das Kaufkraftpotenzial der Gemeinde Baltmannsweiler spiegelt sich die unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung auch in der niedrigen Zentralität wider: Selbst als Gemeinde ohne zentralörtliche Funktion erzielt Baltmannsweiler mit ca. 24 % einen stark unterdurchschnittlichen Zentralitätsgrad. Gerade im Lebensmittelbereich ergibt sich hieraus noch Entwicklungspotenzial für die Gemeinde.

## IV. Der Standort Baltmannsweiler aus Sicht der Bürger

### 1. Methodische Vorbemerkungen

Im März / April 2009 wurde eine schriftliche Bürgerbefragung in der Gemeinde Baltmannsweiler durchgeführt. Zur Erfassung der Verbrauchergewohnheiten und Meinungen zum Einkaufsstandort Baltmannsweiler konnten insgesamt 553 Fragebögen ausgewertet werden. Die Auswertung der Befragungsergebnisse erfolgte nach den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Alter, Haushaltsgröße und Wohnort (Ortsteil). Die Befragten lassen sich nach den o. a. Merkmalen wie folgt verteilen:

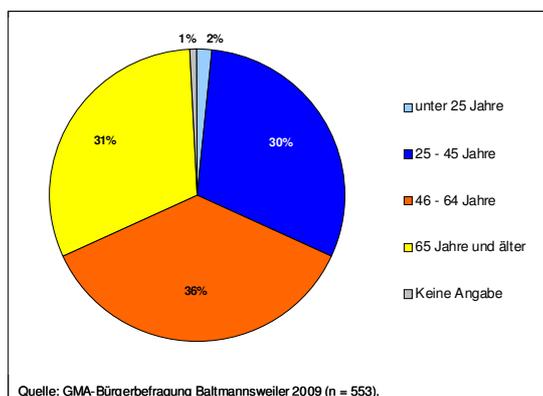
#### Wohnort:

Alle Befragten leben in der Gemeinde Baltmannsweiler, wobei ca. 57 % aus dem Ortsteil Baltmannsweiler und ca. 43 % aus dem Ortsteil Hohengehren stammen. Bei drei Fragebögen wurde keine Angabe zum Wohnort gemacht.

#### Geschlecht:

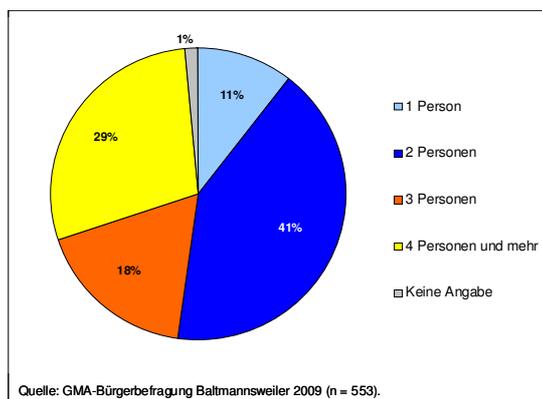
- männlich: 101 Befragte bzw. ca. 19 %
- weiblich: 387 Befragte bzw. ca. 73 %
- als Gruppe / Paar ausgefüllt: 35 Fragebögen bzw. ca. 6 %
- keine Angabe: 10 Fragebögen bzw. ca. 2 %.

Der hohe Anteil weiblicher Befragter entspricht dem tatsächlichen Einkaufsverhalten und kann im Hinblick auf die Zahl der Kunden als annähernd repräsentativ eingestuft werden.



#### Altersgruppen:

Es ergibt sich eine relativ repräsentative Verteilung aller Altersgruppen, die gezielte Aussagen zum Kaufverhalten und Einschätzungen möglich macht. Einschränkend ist allerdings anzumerken, dass das Segment der Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen unter 25 Jahre stark unterdurchschnittlich repräsentiert ist.



### Haushaltsgröße:

Die Mehrzahl der Befragten leben in Haushalten mit zwei bzw. drei Personen. Mit ca. 36 % spielen aber auch die Vier- und Mehrpersonenhaushalte eine sehr große Rolle. Der Bundesdurchschnitt für Haushalte mit vier oder mehr Personen liegt bei ca. 15 %.<sup>1</sup>

## 2. Wesentliche Ergebnisse der Bürgerbefragung

### 2.1 Einkaufsverhalten

#### 2.1.1 Einkaufsintensität

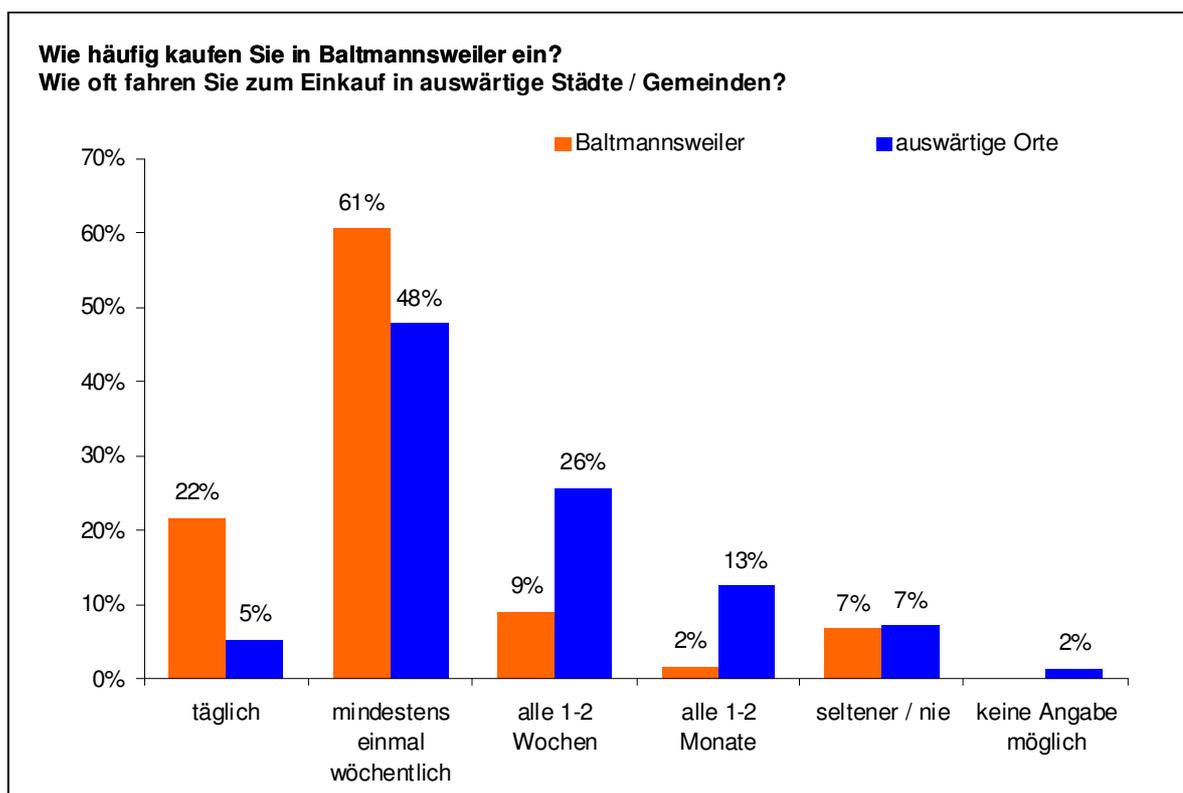
Die Intensität der Kundenbindung in Baltmannsweiler wird durch die Häufigkeit des Besuchs zum Ausdruck gebracht. Bezogen auf alle Befragten kann von einer hohen Einkaufshäufigkeit gesprochen werden. Ca. 83 % der Befragten geben an, täglich bzw. mindestens einmal pro Woche in Baltmannsweiler einzukaufen. Demgegenüber fahren aber auch ca. 53 % der Befragten täglich bzw. mindestens einmal pro Woche zum Einkauf in auswärtige Städte / Gemeinden. Lediglich ca. 7 % tun dies seltener oder nie (v. a. Personen über 65 Jahre bzw. Einpersonenhaushalte; vgl. Abb. 9). Dies bedeutet, dass selbst für den regelmäßigen Wocheneinkauf auswärtige Orte eine vergleichsweise große Rolle spielen.

Die Besuchsintensität bezogen auf Baltmannsweiler steigt mit zunehmendem Alter. Die Bewohner des Ortsteiles Hohengehren geben mit ca. 80 % etwas seltener an, täglich oder mindestens einmal pro Woche in der Gemeinde Baltmannsweiler einzukaufen als die Bewohner des Ortsteils Baltmannsweiler (ca. 85 %). Je größer der Haushalt, in dem die Befragten leben, desto häufiger wird der tägliche bzw. wöchentliche Versorgungseinkauf

<sup>1</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt, 2007.

außerhalb Baltmannsweilers getätigt. Die Gruppe, die mit Abstand am häufigsten zum Einkauf ins Umland fahren, ist die der 25- bis 45-Jährigen.

**Abbildung 9: Einkaufshäufigkeit in Baltmannsweiler**



Angaben in % der Antworten; n = 553

Quelle: GMA-Bürgerbefragung Baltmannsweiler, 2009.

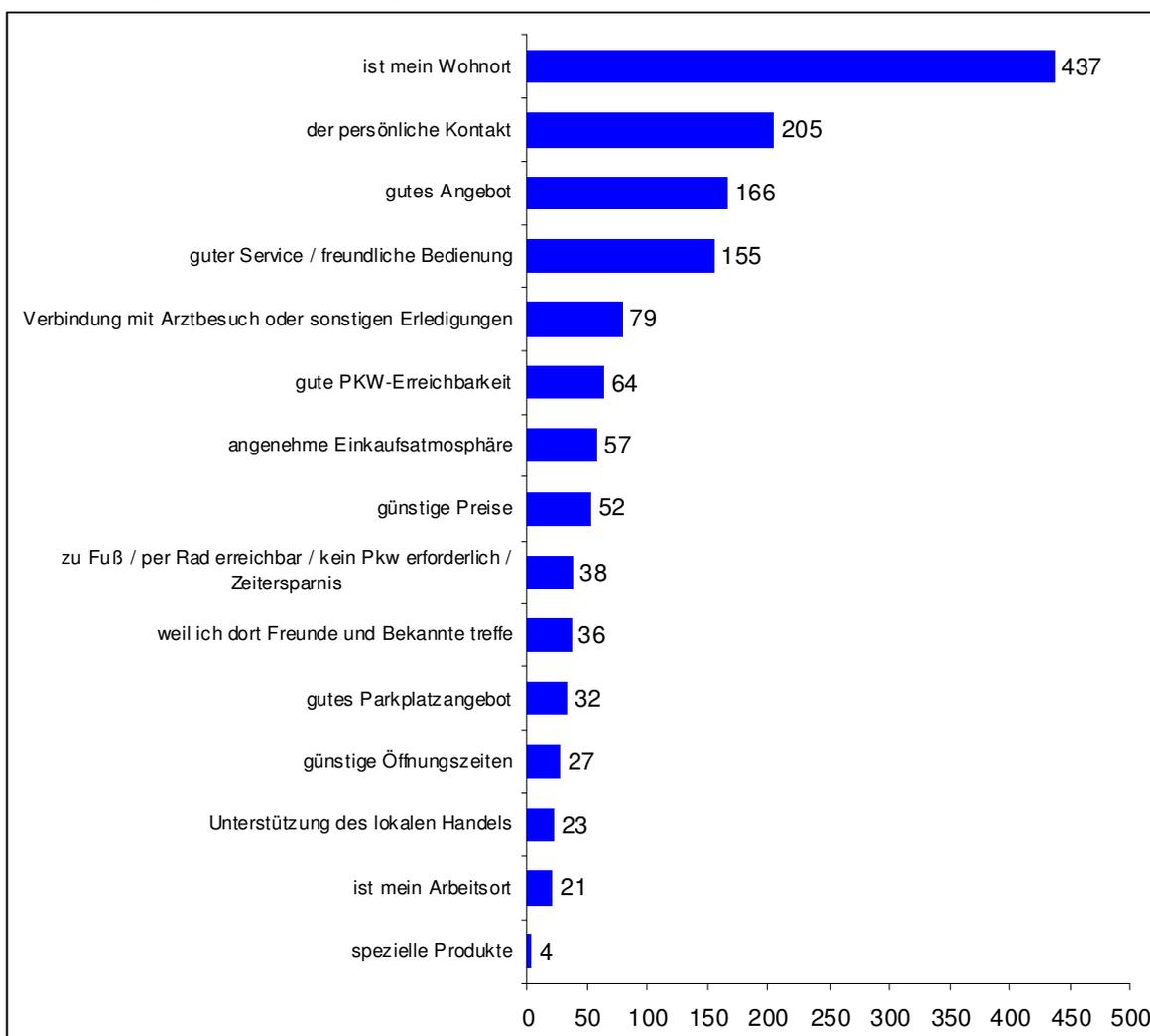
### 2.1.2 Hauptgründe für und gegen einen Einkauf in Baltmannsweiler

Im Hinblick auf den lokalen und regionalen Standortwettbewerb besitzt Baltmannsweiler aus Sicht der Bürger bestimmte Vor- und Nachteile. Um diese spezifischen Standortbeurteilungen herauszuarbeiten, sollten die Befragten Gründe nennen, die für und gegen einen Einkauf in Baltmannsweiler sprechen. Aus Sicht der Befragten sind dabei folgende wesentliche Gründe hervorzuheben (vgl. Abb. 10):

- Als **Hauptgrund für einen Einkauf** in Baltmannsweiler wird in erster Linie der eigene Wohnort genannt. Deutlich dahinter folgen angebots- und servicebezogene Aspekte sowie Aspekte der Erreichbarkeit. Die Aktivitätenkopplung (z. B. Verbin-

dung mit anderen Erledigungen, Treffen mit Freunden und Bekannten) spielt nur eine untergeordnete Rolle. Demzufolge ist für die Bürger v. a. die Nähe zwischen Wohn- und Einkaufsort attraktiv.

**Abbildung 10: Hauptgründe für den Einkauf in Baltmannsweiler**



Anzahl der Nennungen der Befragten; Mehrfachnennungen möglich; n = 553  
Quelle: GMA-Bürgerbefragung Baltmannsweiler, 2009.

- Im Gegenzug wurde bei den wesentlichen **Gründen gegen einen Einkauf** in Baltmannsweiler als Einkaufsort (vgl. Abb. 11) in erster Linie auf das geringe Angebot und die fehlende Auswahl hingewiesen: hier gibt es mit 245 die mit Abstand meisten Nennungen. Diese überwiegen auch deutlich das Merkmal „gutes Angebot“ in der zuvor gestellten Frage nach den Hauptgründen für einen Einkauf in Baltmannsweiler (166). Die weiteren Aspekte, die von den Bürgern als negativ angesehen werden, betreffen ebenfalls die Angebotsseite (z. B. Preisniveau, Öff-

nungszeiten, Qualität) sowie die fehlende Einkaufsatmosphäre und die unzureichenden Parkmöglichkeiten. Einkaufsatmosphäre und Parkplatzsituation werden sowohl bei den Stärken als auch bei den Schwächen thematisiert, zahlenmäßig überwiegt aber die negative Einschätzung dieser Aspekte.

**Abbildung 11: Hauptgründe gegen den Einkauf in Baltmannsweiler**



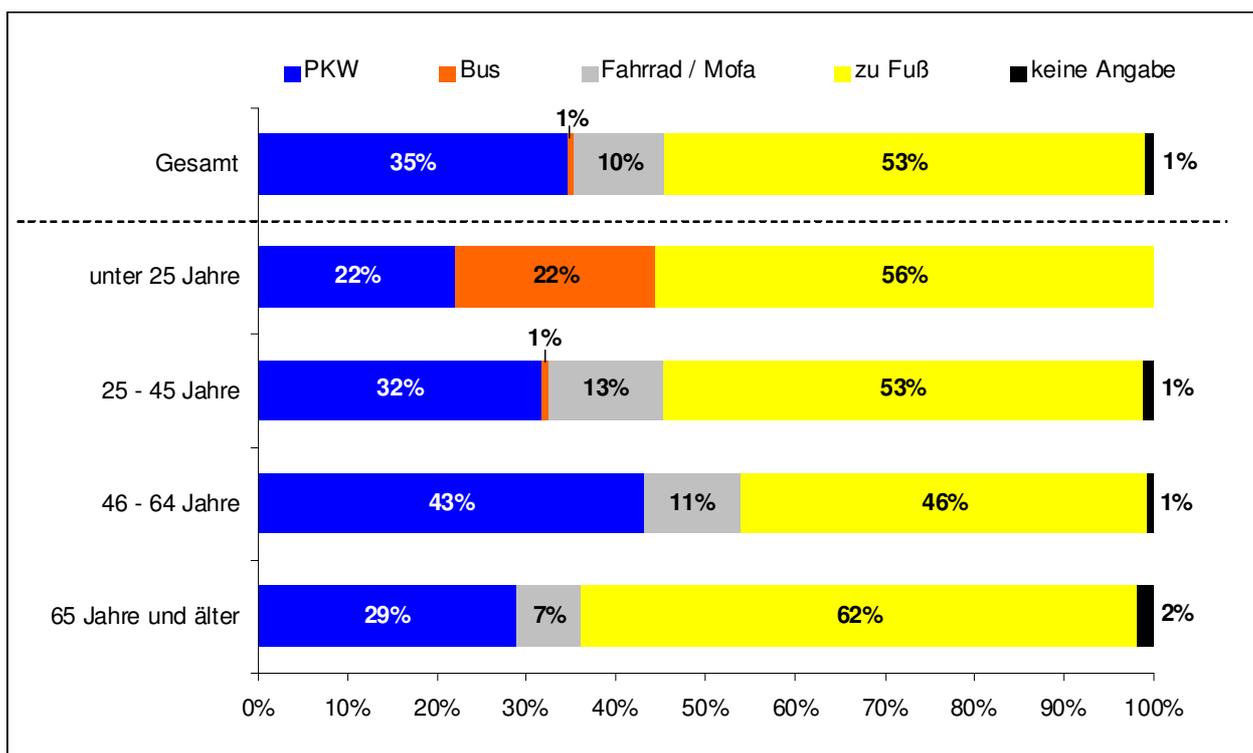
Anzahl der Nennungen der Befragten; Mehrfachnennungen möglich; n = 553  
Quelle: GMA-Bürgerbefragung Baltmannsweiler, 2009.

### 2.1.3 Verkehrsmittelwahl für den Einkauf in Baltmannsweiler

Die Verkehrsmittelwahl gibt Aufschluss über die Erreichbarkeit und die verkehrliche Erschließung von Baltmannsweiler. Insgesamt wird deutlich, dass der Einkauf zu Fuß die größte Rolle spielt (ca. 53 % der Befragten; vgl. Abb. 12). So ist der Anteil der Fußgänger

insgesamt aber v. a. auch bei den unter 25-Jährigen und den über 65-Jährigen sehr hoch. Auch das Fahrrad spielt auf dem Weg zum Einkauf in Baltmannsweiler eine gewisse Rolle, v. a. bei Bewohnern des Ortsteils Baltmannsweiler. Der öffentliche Personennahverkehr wird insgesamt nur in sehr geringem Umfang genutzt, am ehesten noch von den Personen unter 25 Jahren. Es wird zudem deutlich, dass die Bedeutung und Abhängigkeit vom Pkw mit steigender Haushaltsgröße wächst. Der Anteil an Pkw-Kunden ist bei den Befragten aus dem Ortsteil Hohengehren etwas höher als aus dem Ortsteil Baltmannsweiler, was auf die Versorgungsmöglichkeiten in Hohengehren bzw. im fußläufig erreichbaren Umfeld zurückzuführen ist. Insgesamt ist aber zu betonen, dass der Pkw-Anteil mit ca. 35 % auch im Vergleich zu anderen Gemeinden äußerst niedrig ist.

**Abbildung 12: Verkehrsmittelwahl für den Einkauf in Baltmannsweiler (nach Altersgruppen)**



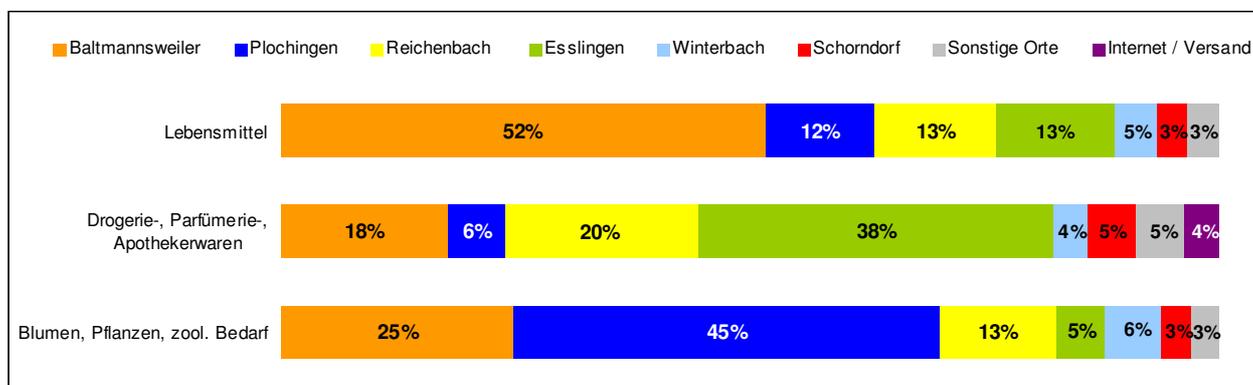
Angaben in % der Antworten; n = 553  
 Quelle: GMA-Bürgerbefragung Baltmannsweiler, 2009.

### 2.1.4 Einkaufsorientierung für ausgewählte Warengruppen

Anhand der Frage nach dem bevorzugten Einkaufsort für einzelne Warengruppen kann eine differenzierte Analyse der Einkaufsorientierung der Befragten vorgenommen werden. Damit werden branchenbezogene Stärken und Schwächen der Gemeinde Baltmannsweiler im Vergleich zu den Konkurrenzstädten und -gemeinden im Umland deutlich.

Die Einkaufsorientierung im **kurzfristigen Bedarfsbereich** ist differenziert zu sehen: während die knappe Mehrheit Lebensmittel bevorzugt in Baltmannsweiler einkauft, werden Drogerie- / Parfümerie- / Apothekerwaren und Blumen / Pflanzen / zool. Bedarf überwiegend außerhalb gekauft). Allerdings gibt mit ca. 48 % auch ein vergleichsweise hoher Anteil der Befragten an, Lebensmittel überwiegend außerhalb des Gemeindegebietes einzukaufen. In Bezug auf die Gemeindegröße liegen auch die Anteile der auswärtigen Einkaufsorientierung bei Drogerie- / Parfümerie- / Apothekerwaren und Blumen / Pflanzen / zoologischer Bedarf sehr hoch. Neben Esslingen und Plochingen spielen ferner auch Reichenbach, Winterbach, Schorndorf und Weinstadt eine Rolle (vgl. Abb. 13).

**Abbildung 13: Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich**



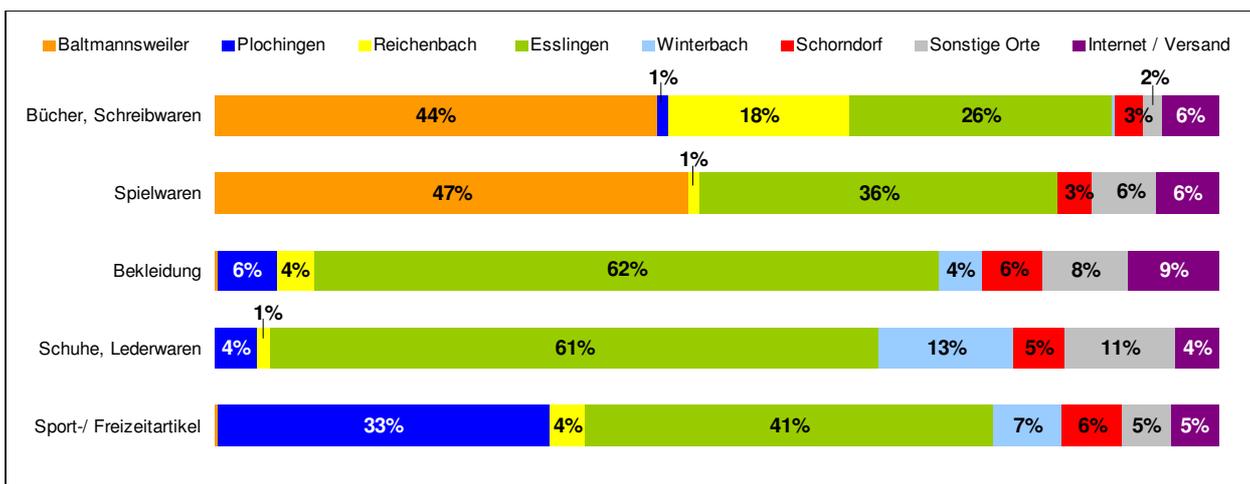
Angaben in % der Antworten; n = 553

Quelle: GMA-Bürgerbefragung Baltmannsweiler, 2009.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** ist größtenteils eine sehr geringe Einkaufsorientierung auf Baltmannsweiler zu verzeichnen. Nur im Bereich Bücher, Schreib- und Spielwaren gibt es eine starke Ausrichtung auf den Einzelhandelsstandort Baltmannsweiler. In allen Warengruppen hat auch der Versandhandel / Internet eine gewisse Bedeutung. Die größte Konkurrenz stellen in diesem Bereich aber auswärtige Orte, v. a. Esslingen, dar, nachrangig z. T. auch Reichenbach, Winterbach und Schorndorf (vgl. Abb. 14). Bei Bekleidung

/ Schuhe / Sport gewinnt auch Stuttgart als bevorzugter Einkaufsort an Bedeutung, im Bereich Sport- / Freizeitartikel dominiert Plochingen (vermutlich wegen des Großanbieters Decathlon).

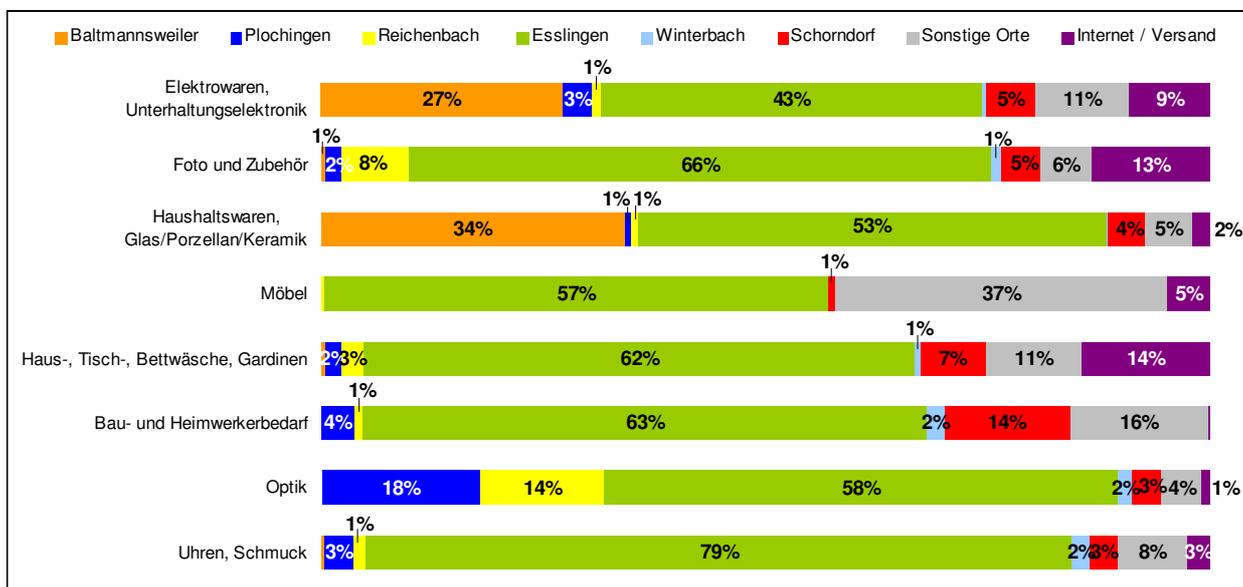
**Abbildung 14: Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich**



Angaben in % der Antworten; n = 553  
Quelle: GMA-Bürgerbefragung Baltmannsweiler, 2009.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** ist die Einkaufsorientierung mit Ausnahme von Elektrowaren / Unterhaltungselektronik und Haushaltswaren / Glas / Porzellan / Keramik ausschließlich auf Kommunen außerhalb Baltmannsweilers gerichtet. Wichtigster Einkaufsstandort ist in allen Teilsortimenten die Stadt Esslingen. Im Möbel- und Einrichtungsbebereich wird aber auch die Bedeutung Göppingens (v. a. mit Möbel Rieger) erkennbar. Bei Fotowaren und Heimtextilien spielt zudem der Versand- bzw. Internethandel eine vergleichsweise große Rolle. Im Bau- und Heimwerkersektor gewinnen die Einkaufsorte Schorndorf und Weinstadt an Bedeutung (v. a. wegen Globus und toom). Die Einkaufsorientierung auf Stuttgart ist in allen Sortimenten ausgeprägt, allerdings nur in untergeordnetem Maße, am ehesten noch bei Hausrat und Uhren / Schmuck (vgl. Abb. 15).

Die Analyse der Einkaufsorientierung nach Warengruppen zeigt, dass Baltmannsweiler für seine Bevölkerung nur eine untergeordnete Rolle als Einkaufsstandort spielt. Selbst bei den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereiches fahren die Befragten mit Ausnahme von Lebensmitteln zum Einkauf überwiegend in auswärtige Orte. Dies ist für eine Gemeinde mit über 5.000 Einwohner untypisch und mit dem nicht vorhandenen bzw. geringen Angebot vor Ort einerseits sowie den Verflechtungen zu deutlich besser ausgestatteten Einzelhandelsstandorten andererseits zu erklären.

**Abbildung 15: Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich**

Angaben in % der Antworten; n = 553

Quelle: GMA-Bürgerbefragung Baltmannsweiler, 2009.

Waren, die derzeit überhaupt in signifikantem Maße in Baltmannsweiler eingekauft werden, sind also:

- Lebensmittel
- Schreib- und Spielwaren
- Haushaltswaren
- Elektrowaren / Unterhaltungselektronik
- Blumen / Pflanzen
- Apothekerwaren.

Dagegen werden alle übrigen Sortimente bevorzugt außerhalb Baltmannsweilers, v. a. in Esslingen, untergeordnet aber auch in Plochingen, Schorndorf und ferner in Reichenbach, Winterbach und Weinstadt erworben.

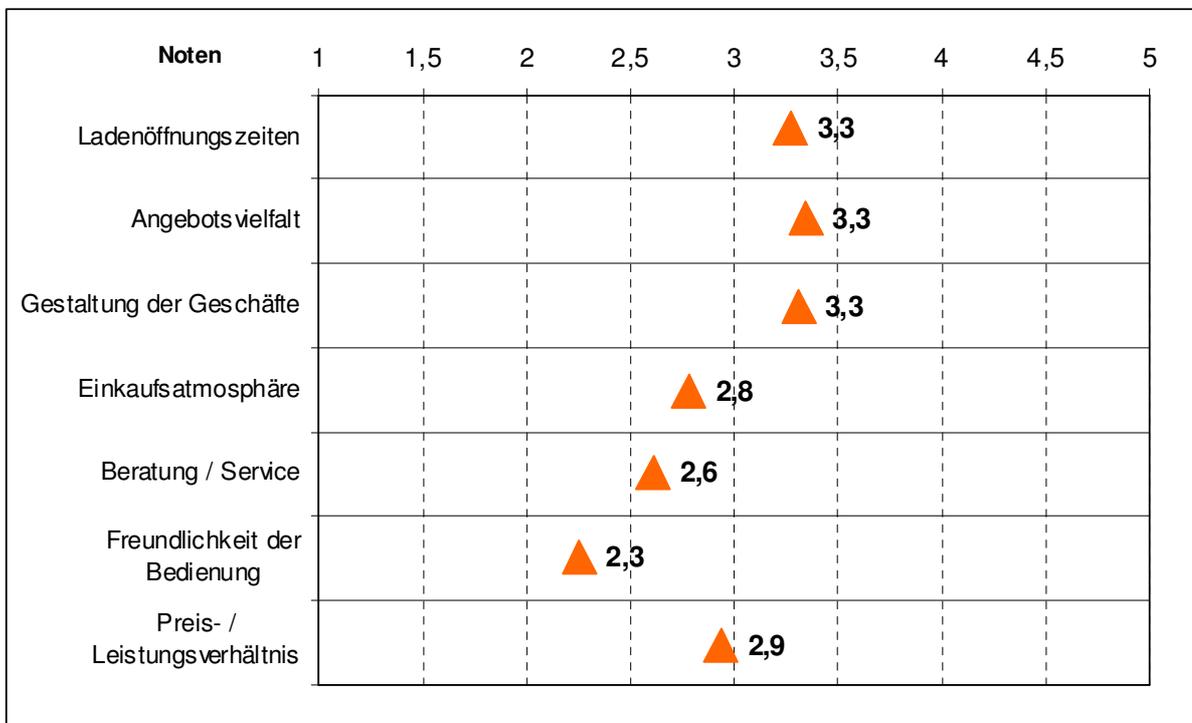
## 2.2 Bewertung des Einzelhandels aus Verbrauchersicht

### 2.2.1 Bewertung der Einkaufssituation in den Ortsteilen

Die Befragten wurden nach einer Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten sowie nach der Verkehrs- und Parkplatzsituation in den Ortsteilen gefragt. Dabei wurden folgende Beurteilungen abgegeben (vgl. Abb.16):

- Insgesamt werden die **Geschäfte** in Baltmannsweiler nur als befriedigend bewertet (Durchschnittsnote: 2,9). Vergleichsweise positiv werden hierbei die Freundlichkeit der Bedienung sowie die Beratungs- / Serviceleistungen der ortsansässigen Händler eingeschätzt. Auffällig ist auch, dass die Bewertung der genannten Aspekte bei Bewohnern des Ortsteils Baltmannsweiler besser ausfällt. Zudem sinkt die Zufriedenheit mit Beratung / Service mit zunehmendem Alter der Befragten.
- Die Punkte „**Preis-Leistungs-Verhältnis**“ und „**Einkaufsatmosphäre**“ liegen nach der Benotung im hinteren Mittelfeld. Dabei werden die beiden Aspekte über alle Altersklassen hinweg relativ ähnlich beurteilt.
- Mit der **Angebotsvielfalt, den Ladenöffnungszeiten und der Gestaltung der Geschäfte** erhalten im direkten Vergleich gleich drei wesentliche Angebotsaspekte die schlechtesten Noten, was z. T. mit den vorgenannten Gründen gegen einen Einkauf in Baltmannsweiler korrespondiert. Besonders negativ werden diese Punkte von den Befragten bewertet, die zwischen 25 und 45 Jahre alt sind bzw. von denen, die im Ortsteil Hohengehren leben. Zudem ist festzuhalten, dass die Unzufriedenheit v. a. bei Angebotsvielfalt und Ladenöffnungszeiten mit steigender Haushaltsgröße zunimmt. Dies sind auch die Personengruppen, die am häufigsten an Einkaufsstandorte außerhalb Baltmannsweilers fahren.

Da sich die Bewertungen insgesamt im Mittelfeld bewegen und kein Kriterium mit „gut“ bewertet wird, ist in allen Bereichen noch erhebliches Verbesserungspotenzial erkennbar.

**Abbildung 16: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in Baltmannsweiler**

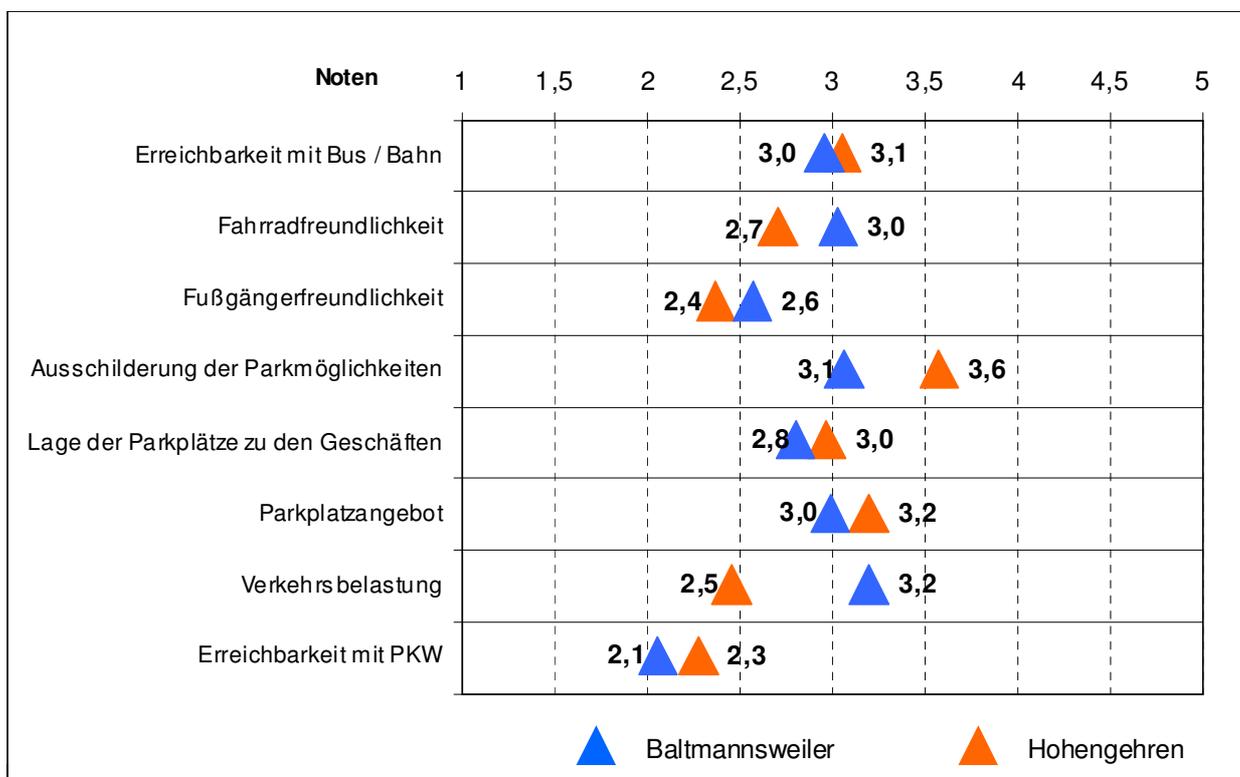
Benotung nach Schulnoten: 1 = sehr gut bis 5 = mangelhaft; n = 553  
 Quelle: GMA-Bürgerbefragung Baltmannsweiler, 2009.

Auch das **Verkehrs- und Parkplatzangebot** in den Ortsteilen wird im Durchschnitt nur mit befriedigend bewertet (Durchschnittsnote: 2,8). Während die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV in beiden Ortsteilen gleichermaßen negativ hervorsteicht, ergeben sich bei den anderen Aspekten z. T. deutliche Unterschiede zwischen den zwei Ortsteilen:

- So erhält **Baltmannsweiler** im Vergleich bessere Bewertungen bei der Parksituation (Ausschilderung der Parkmöglichkeiten, Lage der Parkplätze zu den Geschäften, Parkplatzangebot) sowie bei der Erreichbarkeit mit dem Pkw. Deutlich negativer wird aber die Verkehrsbelastung und die Fahrrad- und Fußgängerfreundlichkeit bewertet.
- **Hohengehren** erreicht die gleiche Durchschnittsnote von 2,8. Im Vergleich sticht aber eine deutliche schlechtere Bewertung bei der Ausschilderung der Parkplätze ins Auge. Dieser Aspekt erhielt insgesamt die schlechteste Note (3,6). Honoriert werden die gesunkene Verkehrsbelastung durch die Ortsentlastungsstraße sowie die dadurch gestiegene Aufenthaltsqualität für Fußgänger und Radfahrer.

Da sich die Bewertungen insgesamt ebenfalls im Mittelfeld bewegen und mit Ausnahme der Pkw-Erreichbarkeit kein Kriterium mit „gut“ bewertet wird, ist auch hier noch Verbesserungspotenzial erkennbar, v. a. was die Aufenthaltsqualität in Baltmannsweiler und die Beschilderung der Parkmöglichkeiten in Hohengehren betrifft. Des Weiteren ist festzuhalten, dass in Bezug auf die Gesamtgemeinde v. a. die Älteren die Verkehrs- und Parkplatzkriterien schlechter bewerten als die Jüngeren (vgl. Abb. 17).

**Abbildung 17: Bewertung der Verkehrs- und Parksituation in Baltmannsweiler**



Benotung nach Schulnoten: 1 = sehr gut bis 5 = mangelhaft; n = 553  
 Quelle: GMA-Bürgerbefragung Baltmannsweiler, 2009.

### 2.2.2 Bewertung der Veränderungen in den letzten Jahren

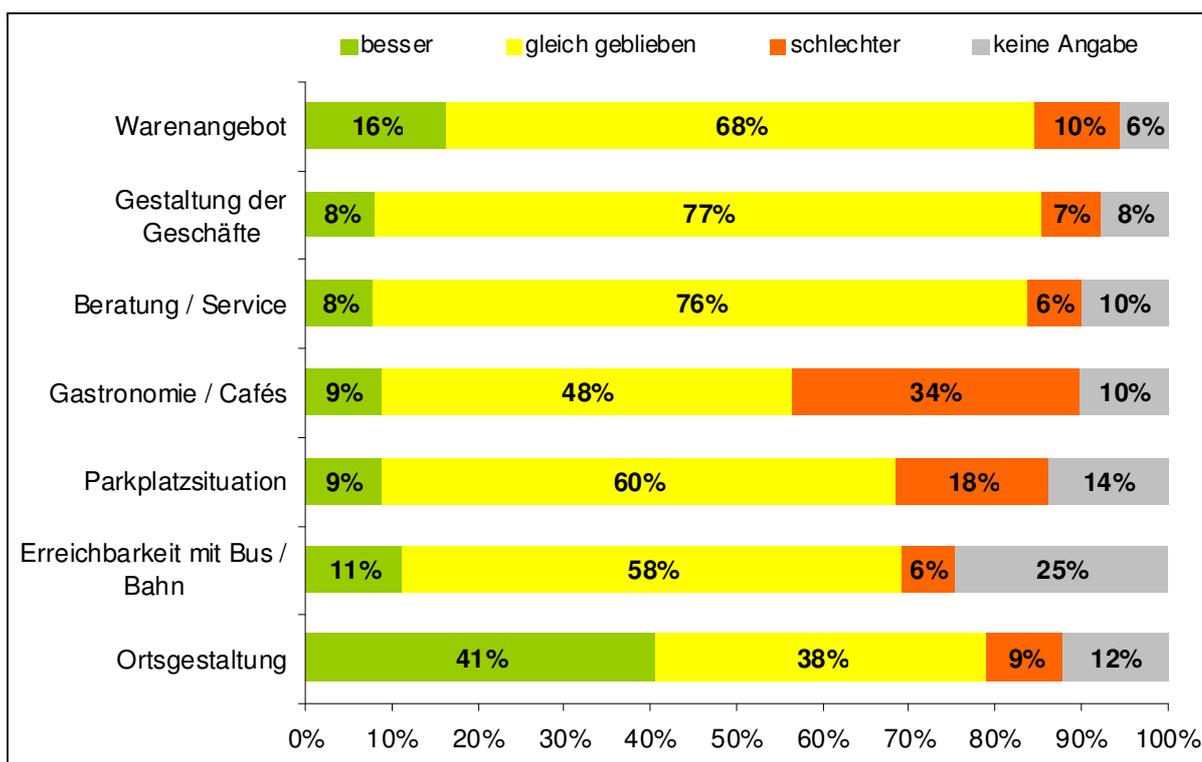
In den meisten Bereichen ist den Befragten keine positive oder negative Veränderung in den vergangenen Jahren in Baltmannsweiler aufgefallen. Deutlich kommt jedoch zum Ausdruck, dass die **Ortsgestaltung** aus Sicht der Bürger eine positive Entwicklung erfahren hat: ca. 41 % sind dieser Meinung, lediglich ca. 9 % gaben an, dass sich die Gestaltung verschlechtert hat. Besonders positiv wird dies von Bürgern aus Hohengehren ein-

geschätzt. Allerdings sind sie es auch, die in Teilen von einer Verschlechterung der Parkplatzsituation gesprochen haben.

Das **Gastronomieangebot** ist in den letzten Jahren nach Ansicht von ca. 34 % der Befragten schlechter geworden. V. a. unter den Bürgern im Ortsteil Hohengehren sowie bei Personen zwischen 45 und 65 Jahren besteht diese Meinung. Hingegen berichtet mehr als die Hälfte aller Befragten (57 %), dass sich der Gastronomie- / Café-Bereich in Baltmannsweiler nicht verändert oder sogar verbessert hat (vgl. Abb. 18).

An den **einzelhandelsbezogenen Aspekten** (Warenangebot, Gestaltung der Geschäfte, Beratung / Service) hat sich nach Ansicht der Befragten in den letzten Jahren kaum etwas verändert.

**Abbildung 18: Veränderungen in den letzten Jahren**

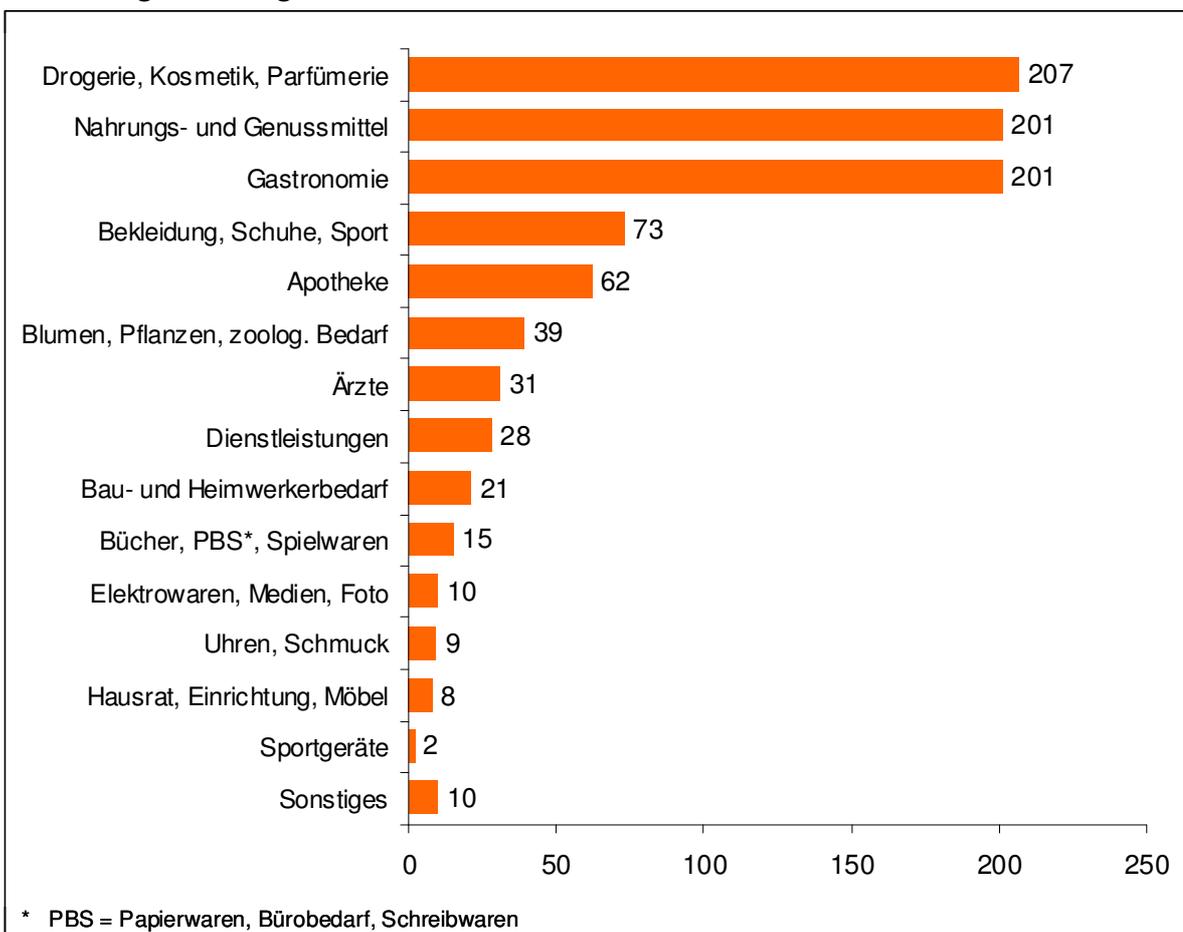


Angaben in % der Antworten; n = 553  
Quelle: GMA-Bürgerbefragung Baltmannsweiler, 2009.

### 2.2.3 Branchenspezifische Angebotsdefizite im Einzelhandel von Baltmannsweiler

Wie schon aufgrund der Ergebnisse der Bestandsanalyse und der Einkaufsorientierung zu erwarten, vermissen die meisten Befragten in Baltmannsweiler Angebote im Bereich **Drogeriewaren** (ca. 37 % der Befragten). Dieses Defizit steht durch alle Altersklassen, Haushaltsgrößen und Ortsteile hindurch im Vordergrund.

**Abbildung 19: Angebotsdefizite im Baltmannsweiler Einzelhandel**



Anzahl der Nennungen der Befragten; Mehrfachnennungen möglich; n = 553  
Quelle: GMA-Bürgerbefragung Baltmannsweiler, 2009.

Eine weitere Warengruppe, bei der ein ähnlich hoher Ergänzungsbedarf besteht, ist nach Angaben der Befragten der **Nahrungs- und Genussmittelbereich**. Dieses Sortiment nennen ca. 36 % der Befragten. Im Vordergrund steht in der Gesamtgemeinde der Wunsch nach einem Lebensmittelmarkt. Dies haben v. a. Personen zwischen 25 und 65 Jahren sowie Mehrpersonenhaushalte genannt. Gerade die Hohengehorener Bürger vermissen zudem weitere Ladenhandwerksbetriebe (Bäcker, Metzger). Ferner wurden spezi-

alisiertere Lebensmittelangebote nachgefragt (z. B. Reformwaren, Obst & Gemüse, Bio- / Naturkost).

Mit eben so vielen Nennungen spielen auch die **Gastronomieangebote** eine wichtige Rolle. Die differenzierte Betrachtung zeigt, dass v. a. Cafés und Eisdielen vermisst werden, aber auch gehobene Restaurants und Fastfood-Angebote.

**Bekleidung und Schuhe** fehlen in erster Linie den weiblichen Befragten. V. a. die Bewohner des Ortsteils Baltmannsweiler wünschen sich zudem eine **Apotheke**. Die übrigen genannten Defizite liegen in Bezug auf die Anzahl der Nennungen deutlich dahinter (vgl. Abb. 19).

#### 2.2.4 Verbesserungsvorschläge für den Einkaufsort Baltmannsweiler

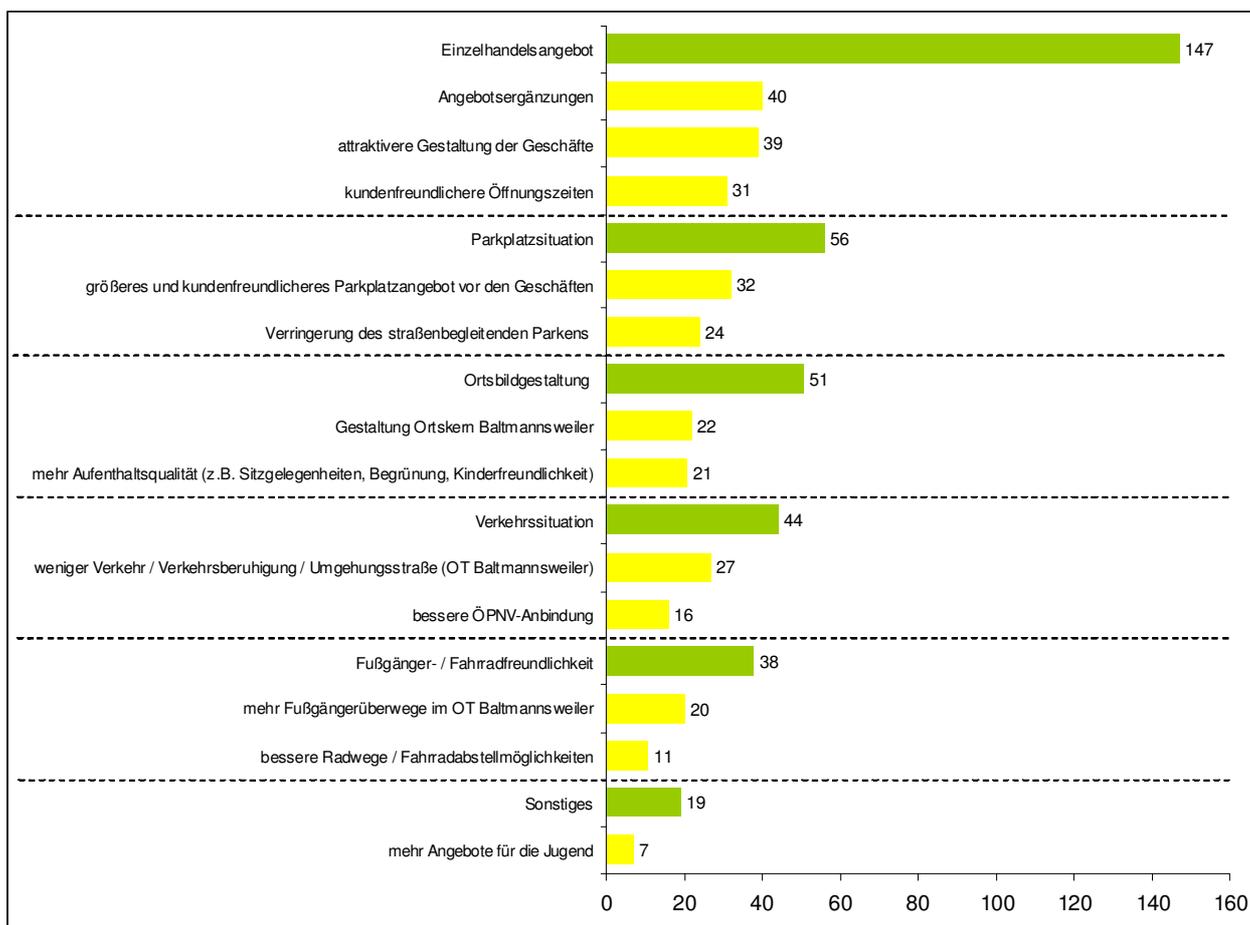
Auf die Frage nach möglichen Verbesserungsvorschlägen für den Standort Baltmannsweiler werden von den Befragten 355 Nennungen abgegeben. Dabei geben die Befragten ganz konkrete Wünsche und Anregungsvorschläge (vgl. Abb. 20).

Es wird deutlich, dass sich die Verbesserungsvorschläge v. a. auf den Einzelhandel und seine Rahmenbedingungen in Baltmannsweiler beziehen:

- An erster Stelle wird daher mit deutlichen Abstand zu den übrigen Nennungen die **Verbesserung des Einzelhandelsangebotes** genannt, wobei die Ansiedlung neuer und größerer Geschäfte einerseits und qualitative Aspekte andererseits (z. B. besseres Preis-Leistungsverhältnis, mehr Kundenservice / -freundlichkeit) im Vordergrund stehen. Nahezu ebenso wichtig erscheint den Befragten eine Attraktivierung der Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung. Zudem wünschen sich die Befragten kundenfreundlichere Öffnungszeiten, v. a. den Personen zwischen 25 und 65 Jahren sowie denen in Mehrpersonenhaushalten ist dies wichtig.
- Des Weiteren wurden Anregungen zur **Parkplatzsituation** in Baltmannsweiler gegeben. Diese umfassen v. a. die Empfehlungen, mehr und kundenfreundlichere Stellplätze zu schaffen, die geschäftsnah sind und bei denen auch die Sicherheit der Fußgänger und Radfahrer berücksichtigt werden. Zudem werden an dieser Stelle die Nutzungskonflikte zwischen parkenden Autos, Durchgangsverkehr und

Fußgängern im Ortsteil Baltmannsweiler angesprochen. Von einigen wird daher ein generelles Verbot von straßenbegleitendem Parken gefordert.

**Abbildung 20: Verbesserungsvorschläge für den Einkaufsort Baltmannsweiler**



Anzahl der Nennungen der Befragten; Mehrfachnennungen möglich; n = 553 (in gelb die häufigsten Einzel-nennungen)

Quelle: GMA-Bürgerbefragung Baltmannsweiler, 2009.

- Auch die Anregungen zur **Verbesserung der Ortsbildgestaltung** betreffen überwiegend den Ortsteil Baltmannsweiler und hier insb. den Ortskern rund um den Marktplatz. Insgesamt werden zudem konkrete Maßnahmen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität genannt, z. B. mehr Sitzgelegenheiten im öffentlichen Raum, mehr Begrünung sowie eine höhere Kinderfreundlichkeit und mehr Sauberkeit.
- Ca. 12 % der Nennungen beziehen sich auf die **Verkehrssituation** vor Ort: Hier werden Maßnahmen zur Reduzierung des Verkehrsaufkommens an der Ortsdurchfahrt von Baltmannsweiler gefordert (z. B. Umgehungsstraße, Geschwindigkeitskontrollen). Aber auch im Hinblick auf den ÖPNV wünschen sich die Befrag-

ten Verbesserungen, z. B. eine bessere Anbindung ins Rems- und Filstal sowie mehr Bushaltestellen im Gemeindegebiet.

- Ferner wurden Empfehlungen zur Verbesserung der **Fußgänger- / Fahrradfreundlichkeit** (ca. 11 % der Nennungen) geäußert. Dabei steht ein Ausbau der Querungsmöglichkeiten für Fußgänger an der Ortsdurchfahrt in Baltmannsweiler im Vordergrund.

### 3. Zwischenfazit zur Bürgerbefragung

Die zuvor errechneten Kaufkraftabflüsse in das Umland spiegeln sich auch im Einkaufsverhalten der befragten Bürger wider: In allen Bedarfsbereichen ist eine hohe Einkaufsorientierung nach außerhalb (v. a. Esslingen) festzustellen. Selbst bei Gütern des täglichen Bedarfs (z. B. Gesundheit / Körperpflege) fahren die Bürger mehrheitlich zum Einkauf in andere Orte. Als Hauptgrund gegen einen Einkauf in Baltmannsweiler spricht nach Ansicht der Befragten das zu geringe Angebot bzw. die fehlende Auswahl. Geschätzt wird aber der persönliche Kontakt und die gute Erreichbarkeit der Geschäfte mit dem Pkw. Angebotsdefizite werden in erster Linie bei Drogeriewaren und bei Nahrungs- und Genussmitteln wahrgenommen. Daneben kommt dem Wunsch nach mehr Gastronomieangeboten eine herausragende Rolle zu. Als Entwicklungsvorschläge werden v. a. Maßnahmen zur Verbesserung des Einzelhandelsangebotes genannt, wobei sowohl Neuanstellungen als auch eine Aufwertung der ansässigen Geschäften angesprochen werden. Daneben wünschen sich die Bürger auch eine Optimierung der Parkplatzsituation und eine bessere Gestaltung des Ortskerns von Baltmannsweiler.

## V. Der Standort Baltmannsweiler aus Sicht der Einzelhändler

### 1. Methodische Vorbemerkungen

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurde im März 2009 eine mündliche Befragung der ortsansässigen Einzelhändler in Baltmannsweiler durchgeführt. An der Befragung haben sich 13 der 18 Einzelhändler beteiligt, davon 8 aus Baltmannsweiler und 5 aus Hohengehren. Die befragten Unternehmen stellen ca. 80 % Verkaufsflächenanteil in der Gemeinde Baltmannsweiler dar.

### 2. Wesentliche Befragungsergebnisse

#### 2.1 Fragen zur betrieblichen Situation

Der **Filialisierungsgrad** in Baltmannsweiler ist nur schwach ausgeprägt. 3 der 13 befragten Einzelhändler haben eine Filiale in Baltmannsweiler (v. a. Bäcker) bei den übrigen 10 handelt es sich um Hauptgeschäfte.

Lediglich 2 Betriebe sind erst seit weniger als 10 Jahren in Baltmannsweiler präsent. Die Mehrheit (6 der befragten Betriebe) ist schon zwischen 10 und 30 Jahren ortsansässig. Weitere 5 Betriebe können als alteingesessen in Baltmannsweiler bezeichnet werden, da sie schon länger als 30 Jahre am Ort sind (Stegi's Lädle, Garten & Getränke Kurz, nah & gut Wagner, Obst & Gemüse Engelhardt, EP: Würtele).

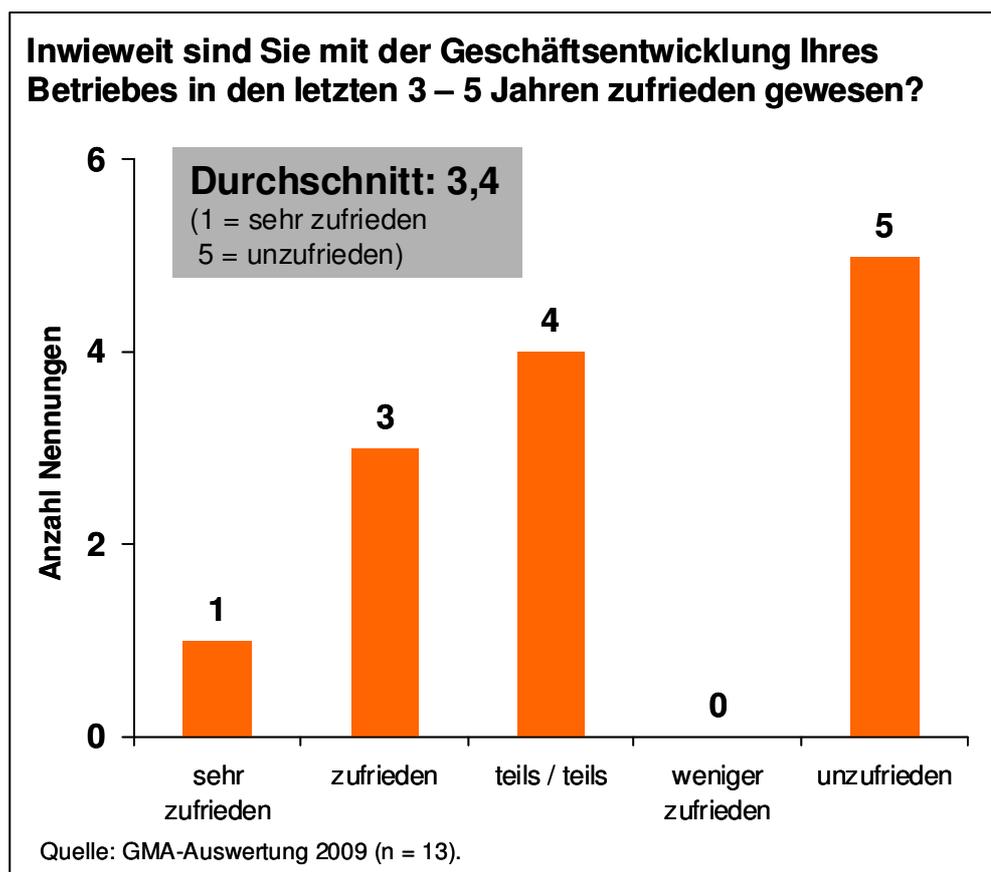
Hinsichtlich der **Geschäftsräume** ist festzuhalten, dass sich die Mehrzahl der befragten Einzelhändler mit ihrem Ladenlokal im Eigentum befinden. Lediglich 5 Einzelhändler gaben an, ihre Geschäftsräume in einem Miet- oder Pachtverhältnis zu führen.

In den letzten drei bis fünf Jahren haben 8 Händler **betriebliche Veränderungen** durchgeführt. Dabei wurden v.a. Verlagerungen, Verkaufsraummodernisierungen und Sortimentsänderungen genannt, aber auch Personalabbau. Für die nähere Zukunft planen aber nur 4 der befragten Betriebe wesentliche Veränderungen. Hierbei wurden Verände-

rungen hinsichtlich Öffnungszeiten und Sortiment genannt, aber auch Inhaberübergabe und vereinzelt eine eventuelle Geschäftsaufgabe.

Insgesamt zeigt sich eine sehr unterschiedliche Grundstimmung bezüglich der **Geschäftsentwicklung der vergangenen drei bis fünf Jahre**. 4 der 13 Befragten äußerten sich als sehr zufrieden oder zufrieden. Allerdings gaben 5 der befragten Händler (v. a. aus Hohengehren) an, gänzlich unzufrieden mit der vergangenen Geschäftsentwicklung zu sein (vgl. Abb. 21). Als Grund hierfür wird v. a. der Bau der Ortsentlastungsstraße in Hohengehren angeführt, der zu einer deutlichen Verringerung des Durchgangsverkehrs und des Kundenaufkommens in der Ortsmitte geführt habe.

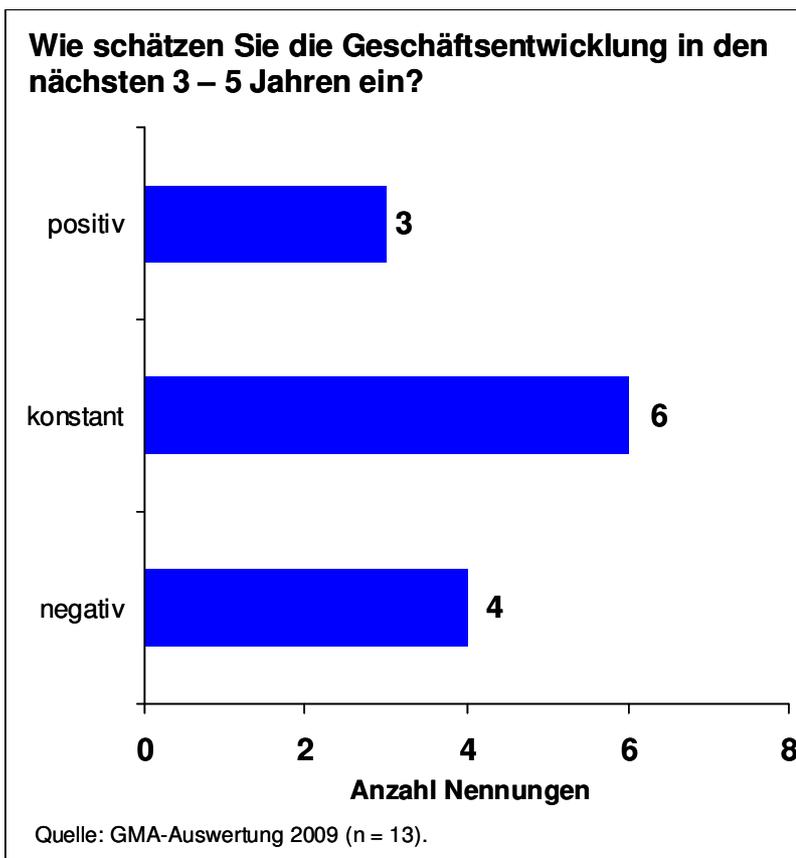
**Abbildung 21: Zufriedenheit mit der Geschäftsentwicklung in den letzten drei bis fünf Jahren**



Bezogen auf die **zukünftige Entwicklung** ist festzuhalten, dass die befragten Händler in Baltmannsweiler eher negativ in die Zukunft blicken (vgl. Abb. 22). Lediglich 3 Einzelhändler gaben an, dass sie in den nächsten 3 – 5 Jahren von einer positiven Geschäftsentwicklung ihrer Betriebe ausgehen. Dem gegenüber stehen 4 Einzelhändler, die von einer

explizit negativen Entwicklung in den nächsten Jahren ausgehen und dies v. a. mit der allgemeinen derzeitigen Wirtschaftslage begründen. Die Mehrzahl der Befragten glaubt an eine konstante Weiterentwicklung, versieht diese Aussage aber z.T. mit einem „hoffentlich“.

**Abbildung 22: Einschätzung der zukünftigen Geschäftsentwicklung in den nächsten drei bis fünf Jahren**



## 2.2 Bewertung von Baltmannsweiler als Einzelhandelsstandort

Zur Bewertung der Gemeinde Baltmannsweiler als Einkaufsort wurden die Einzelhändler explizit nach Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandortes befragt. Als wesentliche **Stärken** lassen sich festhalten (Reihenfolge entspricht absteigend der Häufigkeit der Nennungen):

- die gute Infrastruktur mit einem breiten Angebot an Einzelhandel sowie Gastronomie-, Freizeit- und Dienstleistungsnutzungen (interessanter Wohnstandort)

- die heute ausreichende Sicherung der Grundversorgung (v. a. im Vergleich zu den übrigen Schurwaldgemeinden wie z. B. Lichtenwald, Aichwald)
- eine treue Stammkundschaft mit starken persönlichen Beziehungen zwischen Händlern und Kunden
- die gute Erreichbarkeit der Geschäfte mit dem Pkw und zu Fuß
- die Unterstützung der örtlichen Einzelhändler durch die Kunden, Gemeinderäte und BDS
- die ansprechende Gestaltung der Ortsmitte in Hohengehren mit einer zukünftig zentralen Bushaltestelle.

Des Weiteren wurde im Rahmen der Stärken auf die gute Qualität des Angebotes sowie auf die hohe Nachfrage der Kundschaft nach hochwertigen und regionalen Produkten hingewiesen. Positiv für den örtlichen Einzelhandel wirken sich nach Ansicht der Befragten auch die langen Fahrzeiten zwischen Baltmannsweiler und den Städten im Tal aus.

Die Frage nach den **Schwächen** des Einzelhandelsstandortes Baltmannsweiler hat v. a. Aspekte bezüglich der Rahmenbedingungen für den örtlichen Handel als Ergebnis gebracht. Insgesamt ergab sich aber ein sehr viel uneinheitlicheres Bild als bei den Stärken. Am Häufigsten wurden folgende Schwächen genannt (Reihenfolge entspricht wiederum absteigender Häufigkeit der Nennungen):

- die starke Konkurrenz durch moderne Einzelhandelsangebote im Rems- und Filstal (v. a. Lebensmitteldiscountmärkte)
- die hohen Kaufkraftabflüsse nach außen (v. a. durch Pendlerbeziehungen)
- die Ortsentlastungsstraße, die zu einer Verringerung des Durchgangsverkehrs in der Ortsmitte Hohengehren geführt hat
- das Fehlen eines kompakten Zentrums („zerrissene Struktur“, v. a. in Baltmannsweiler)
- unzureichende Unterstützung des lokalen Einzelhandels durch die Gemeindeverwaltung
- die Gefahr von Betriebsabschmelzungen auf mittelfristige Sicht (z. T. ungeklärte Nachfolgefrage bei inhabergeführten Geschäften)
- das Fehlen einer direkten Zufahrt vom Wohngebiet Küräcker in die Ortsmitte Hohengehren

- das mangelnde Zusammengehörigkeitsgefühl der beiden Ortsteile Baltmannsweiler und Hohengehren
- die unbefriedigende ÖPNV-Anbindung der Gemeinde
- die kundenunfreundlichen Öffnungszeiten vieler Einzelhandelsgeschäfte (z. B. Mittagspause, frühe Schließungen in den Abendstunden).

Vereinzelt wurden aber noch das hohe Verkehrsaufkommen (v.a. Lkw) sowie die hohe Durchfahrtsgeschwindigkeit im Ortsteil Baltmannsweiler genannt. Als problematisch wird auch angeführt, dass die traditionelle Stammkundschaft (v. a. ältere Leute) zunehmend geringer wird. Der Einzelhandel ist aber auf die Bewohner vor Ort angewiesen, da kaum ein überörtliches Einzugsgebiet erschlossen werden kann und v. a. vom Tal keine Kunden nach Baltmannsweiler fahren. Als weitere Schwächen wurden zudem die veraltete Angebotsstruktur v. a. im Lebensmitteleinzelhandel sowie die schwierige Parkplatzsituation im Umfeld der Lebensmittelgeschäfte genannt.

### 2.3 Verbesserungsvorschläge für den Einzelhandelsstandort Baltmannsweiler

Die Einzelhändler wurden nach Maßnahmen gefragt, die die Gemeinde Baltmannsweiler sowie der örtliche Einzelhandel auf einzelbetrieblicher bzw. gemeinschaftlicher Ebene durchführen sollten, um die Standortrahmenbedingungen sowie die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Baltmannsweiler zu erhöhen.

Im Hinblick auf die Maßnahmen des **Einzelhandels** wird zunächst von mehreren der Befragten festgestellt, dass die bestehenden Aktivitäten des Bundes der Selbstständigen (BDS) ausreichend sind. In diesem Zusammenhang wurde aber angemerkt, dass der Einzelhandel im BDS zu gering vertreten sei (vorrangig Gewerbe und Handwerk). 8 der 13 befragten Händler gehen davon aus, dass gemeinschaftliche Maßnahmen der Einzelhändler in einer Gemeinde wie Baltmannsweiler wenig erfolgversprechend wären. Auch der angedachte Tag der offenen Tür wird aufgrund der zerrissenen räumlichen Struktur im Einzelhandel z. T. als wenig erfolgversprechend eingeschätzt.

Für einen Großteil der befragten Einzelhändler stehen daher **individuelle Maßnahmen** zur Verbesserung des Einzelhandelsstandortes Baltmannsweiler an erster Stelle. So gehen die meisten davon aus, dass Sauberkeit, Freundlichkeit, Qualität, ein modernes Erscheinungsbild, eine ansprechende Warenpräsentation sowie eine saisonale Schaufenstergestaltung in Verbindung mit einem angemessenen Parkplatzangebot vorrangig zur Steigerung der Einkaufsattraktivität einer Gemeinde beitragen. Diese individuellen Aspekte haben nach Aussage der Befragten einen deutlich höheren Stellenwert als gemeinschaftliche Aktionen o.ä.

Hinsichtlich der Maßnahmen für den Einzelhandelsstandort Baltmannsweiler, die von **Seite der Gemeindeverwaltung** durchgeführt werden sollten, wurden folgende Anregungen gegeben:

- langfristige Sicherung der Grundversorgung: Dass die Grundversorgung vor Ort auch in Zukunft gewährleistet werden muss, steht für alle Befragten fest. Über das „wie“ gibt es aber unterschiedliche Auffassungen. Während sich ein Teil der Einzelhändler für eine Sicherung der bestehenden Lebensmittelmärkte und explizit gegen Neuansiedlungen ausspricht, wünscht sich der andere Teil die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes am Ort. Hierzu solle ein geeigneter Standort entwickelt werden.
- Verbesserung der Verkehrs- und Parksituation (v. a. Verringerung des Parkens im Straßenraum, mehr Parkmöglichkeiten in den Ortskernen, Reduzierung des Lkw-Verkehrs, konsequente Geschwindigkeitsüberwachung)
- Gewährleistung der Erreichbarkeit der Hohengehrener Ortsmitte vom Wohngebiet Küräcker durch beidseitige Öffnung der Zollernstraße
- Anstreben von Angebotsergänzungen (z. B. Bekleidungs- / Schuhgeschäft, Schreibwaren / Postkarten, Apotheke in Baltmannsweiler, Postbank-Filiale, Eiscafé, Spielplatz für Kleinkinder in Hohengehren)
- Bereitstellung von mehr Werbemöglichkeiten für den örtlichen Einzelhandel und Kommunikation eines positiven Images (z.B. im Gemeindeblatt)
- Maßnahmen zur Belebung der Ortsmitten (z. B. mehr Sitzgelegenheiten, Außen-gastronomie etc.).

Im Einzelfall wurde der Wunsch nach der Schaffung eines gemeinsamen Zentrums in der geografischen Mitte der beiden Ortsteile Baltmannsweiler und Hohengehren mit Bünde-

lung zentraler Funktionen (z. B. Rathaus, Lebensmittelmarkt etc.) geäußert. Von 2 der befragten Einzelhändler wurde auch eine bessere **Beschilderung** gefordert. Auf Wunsch des Auftraggebers wurde diese Thematik danach nochmals in einer eigenen Frage abgehandelt. Demnach sprechen sich 9 der 13 befragten Einzelhändler für eine bessere Beschilderung der Einzelhandelsgeschäfte in der Gemeinde Baltmannsweiler aus. Dies betrifft in erster Linie die Geschäfte im Ortskern von Hohengehren sowie die Anbieter im Gewerbegebiet Klängenäcker in Baltmannsweiler. Mehrheitlich halten die Betriebe entlang der Ortsdurchfahrt von Baltmannsweiler ein Beschilderungssystem nicht für erforderlich, da die Betriebe schon heute sehr gut einsehbar und erreichbar sind.

Von denen, die sich eine bessere Beschilderung wünschen, wird mehrheitlich gefordert, dass diese Aufgabe durch die Gemeinde selbst übernommen wird. Dabei sei der Standort dieser Hinweisschilder entscheidend: Gerade in Hohengehren müssten die Hinweise vor den Ortsschildern, d. h. direkt an der Ortsentlastungsstraße bzw. an den dort entstandenen Kreisverkehren platziert werden, damit sie von den vorüberfahrenden Pendlern wahrgenommen werden würden. Mit einem solchen Beschilderungssystem könne man die Anbieter gezielt in Erinnerung rufen und auch auf die vorhandenen Parkplätze in der Ortsmitte hinweisen. Allerdings wird der Nutzen auch von einigen der Befürwortern etwas relativiert, nach dem Motto: „Es wird nicht viel bringen, aber es schadet auch nicht.“ Nicht einig sind sich die Händler darüber, ob jeder Betrieb eigenständig werben dürfen oder ein gebündeltes Hinweisschild an Stelle eines „Schilderwaldes“ installiert werden sollte. Denkbar wäre in Teilen auch die Integration aktueller Werbebotschaften und einprägsamer Symbole in die Beschilderung.

### 3. Zwischenfazit zur Einzelhändlerbefragung

Insgesamt sind die befragten Einzelhändler in Baltmannsweiler mit der Geschäftsentwicklung eher unzufrieden und schätzen diesbezüglich auch die zukünftige Entwicklung tendenziell eher negativ ein. Die Stärken des Einzelhandelsstandortes Baltmannsweiler werden v. a. in der guten Infrastruktur vor Ort gesehen. Deutlich kristallisieren sich aber als Schwächen die große Konkurrenz durch moderne Märkte im Rems- und Filstal und die damit verbundenen hohen Kaufkraftabflüsse heraus. Für die Zukunft wünschen sich die befragten Einzelhändler eine Sicherung der Grundversorgung und eine Verbesserung der Verkehrssituation in den Ortsmitten.

## **VI. Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Baltmannsweiler**

### **1. Zukünftige Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung**

Die zukünftige Entwicklung des Kaufkraftvolumens im Marktgebiet der Gemeinde Baltmannsweiler ist neben konjunkturellen Einflüssen auch von der künftigen Entwicklung des Verbraucherverhaltens sowie der soziodemografischen Entwicklung abhängig. Unter Berücksichtigung der bisherigen Entwicklung und der amtlichen Prognose zur zukünftigen Einwohnerentwicklung<sup>1</sup> kann für die Gemeinde Baltmannsweiler zukünftig eine rückläufige Einwohnerentwicklung aufgezeichnet werden.

Demnach wird die Gemeinde Baltmannsweiler im Prognosejahr 2015 über ca. 5.480 Einwohner verfügen, was einem Rückgang seit 2008 von ca. 2,1 % entspricht. Die Bevölkerungsentwicklung bleibt damit deutlich hinter dem Durchschnitt des Landkreises Esslingen (Zuwachs um ca. 0,5 % im gleichen Zeitraum) zurück.

Auf Grundlage der erfassten Bevölkerungsentwicklung ergibt sich für das Prognosejahr 2015 ein Kaufkraftvolumen in der Gemeinde Baltmannsweiler von ca. 34,1 Mio. €, davon ca. 11,6 Mio. € im Nahrungs- und Genussmittelbereich und ca. 22,5 Mio. € im Nonfood-Sektor. Gegenüber dem heutigen Stand entspricht dies einem Kaufkraftrückgang von ca. 0,3 Mio. € (- 0,9 %).

Die Einwohnerentwicklung im überörtlichen Einzugsgebiet bis zum Jahr 2015 kann nicht exakt bestimmt werden, da es sich z. T. nur auf einzelne Stadt- bzw. Ortsteile benachbarter Kommunen erstreckt, für die der GMA keine separaten Bevölkerungsprognosen vorliegen. Eine ähnliche Entwicklung wie in Baltmannsweiler mit stagnierenden bzw. leicht rückläufigen Einwohnerzahlen erscheint aber auch im überörtlichen Marktgebiet wahrscheinlich.

---

<sup>1</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Bevölkerungsvorausberechnung bis 2015 (Stand: 2008).

## 2. Defizite und Entwicklungspotenziale nach Warengruppen

Wie der interkommunale Vergleich zeigt, weist die Gemeinde Baltmannsweiler insgesamt eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung auf (vgl. Kap. II). Die Defizite und **Entwicklungspotenziale der einzelnen Warengruppen** sind in Baltmannsweiler wie folgt zu beurteilen (vgl. Abb. 23):

- Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** sind die Angebotsstrukturen quantitativ und qualitativ als unterdurchschnittlich zu bezeichnen. Mit ca. 293 m<sup>2</sup> VK je 1.000 Einwohner liegt der Ausstattungsgrad unter dem Niveau vergleichbarer Kommunen ähnlicher Größenordnung. Der Zentralitätswert (ca. 38 %) macht deutlich, dass mehr als 60 % der Kaufkraft der Baltmannsweiler Bevölkerung im Nahrungs- und Genussmittelbereich nach außen fließt. Damit ergibt sich für Baltmannsweiler grundsätzlich noch Entwicklungspotenzial. Die Angebotsstruktur setzt sich heute zusammen aus drei kleinflächigen Lebensmittelgeschäften (nah & gut Wagner, 2 x Feinkost Kreuzer), einem Obst- und Gemüseladen (Engelhardt) sowie drei Getränkemärkten (Wiede, Haug, Kreuzer), drei Bäckereien und zwei Metzgereien. Das bestehende Angebot sichert zwar derzeit die Grundversorgung in Baltmannsweiler, allerdings weisen v. a. die Lebensmittelgeschäfte erhebliche strukturelle Defizite auf: so verfügt keiner der Betriebe über eine ausreichende Zahl ebenerdiger Stellplätze sowie über eine zeitgemäße Verkaufsflächendimensionierung<sup>1</sup>. Zudem ist für das Lebensmittelgeschäft in Hohengehren eine eher versteckte Lage und eine fehlende Einsehbarkeit von der Ortsdurchfahrt festzuhalten. Die wenigen vorhandenen Stellplätze der Lebensmittelgeschäfte sind z. T. schwer anfahrbar (z. B. bei nah & gut Wagner), z. T. muss von einer veralteten Warenpräsentation gesprochen werden (v. a. Feinkost Kreuzer). Die Getränkemärkte und die Ladenhandwerksbetriebe sind mehrheitlich als zeitgemäß einzustufen. Durch eine Modernisierung der Angebotsstruktur könnte die Nahversorgung in Baltmannsweiler verbessert und langfristig gesichert werden und die Kaufkraftabflüsse ins Umland reduziert werden.
- Im Bereich **Gesundheit / Körperpflege** ist Baltmannsweiler mit lediglich einer Apotheke stark unterdurchschnittlich ausgestattet. Ein Drogeriemarkt ist derzeit

---

<sup>1</sup> Moderne Vollsortimenter benötigen heute eine Verkaufsfläche von mind. 1.000 – 1.500 m<sup>2</sup>, Lebensmitteldiscountmärkte realisieren heute regelmäßig 800 – 1.000 m<sup>2</sup> VK.

nicht vorhanden. Die Eitis-Apotheke befindet sich in der Ortsmitte von Hohengehren. Im Ortsteil Baltmannsweiler fehlen entsprechende Angebote vollständig. Selbst unter Berücksichtigung des kleinen Drogeriewarenangebotes in den Lebensmittelgeschäften ergibt sich mit einem Zentralitätswert von ca. 29 % noch Entwicklungspotenzial in Form von Neuansiedlungen (v. a. Drogeriemarkt)<sup>1</sup>. Drogeriewaren sind ein wesentlicher Bestandteil der Nahversorgung, so dass hier eine Ergänzung wünschenswert wäre.<sup>2</sup> Grundsätzlich sollten sich Neuansiedlungen in diesem Bereich auf die Ortsmitte bzw. auf wohnortnahe Lagen konzentrieren.

- In der Warengruppe **Blumen / zoologischer Bedarf** wird in Baltmannsweiler ebenfalls nur ein unterdurchschnittliches Angebot vorgehalten. Schnittblumen werden bei Blumen & Garten sowie als Teilsortiment von Garten & Getränke Kurz und Engelhardt (alle in Hohengehren) angeboten. Auch der Vergleich mit anderen Orten ähnlicher Größenordnung zeigt, dass hier grundsätzlich noch Entwicklungspotenzial (v.a. im Ortsteil Baltmannsweiler) vorhanden ist. Anbieter für zoologischen Bedarf sind in Baltmannsweiler nicht vorhanden. Aufgrund der derzeitigen Entwicklungen in diesem Sortiment (Tendenz zu Fachmärkten ab ca. 500 m<sup>2</sup> VK) sind Ansiedlungen in Baltmannsweiler mit Ausnahme kleinflächiger Spezialanbieter aber wegen des begrenzten Kaufkraftpotenzials nicht zu erwarten.
- Bei **Büchern, Papierwaren / Bürobedarf / Schreibwaren und Spielwaren** verfügt Baltmannsweiler derzeit mit einem Schreibwarenladen (Stegi's Lädle), der auch Spielwaren und Zeitschriften sowie ferner Haushaltswaren und Geschenkartikel anbietet, über ein durchschnittliches Angebot. Anbieter für Bücher sind nicht vorhanden. Neuansiedlungen erscheinen aber in Anbetracht des geringen Kaufkraftpotenzials im erschließbaren Einzugsgebiet und der Konkurrenzbeziehungen zu Esslingen, Plochingen etc. kaum realisierbar.

---

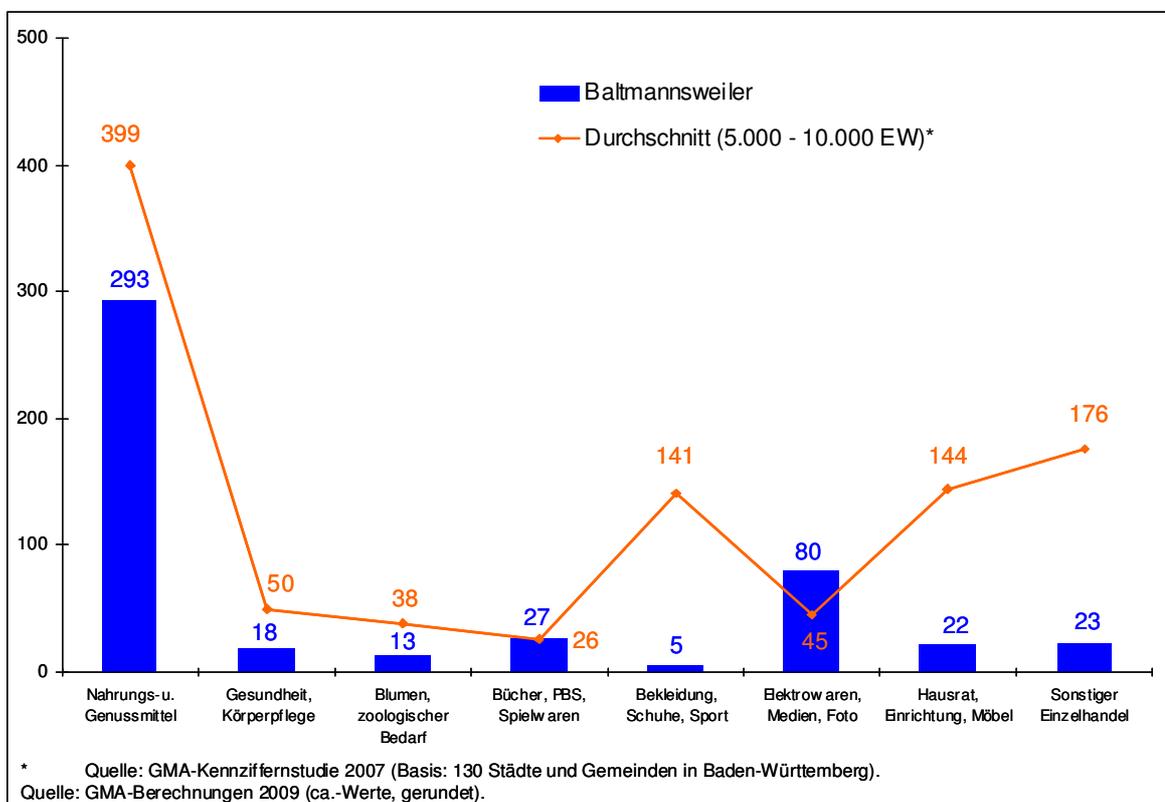
<sup>1</sup> Vor dem Hintergrund der betrieblichen Anforderungen wird heute von einer „kritischen Verkaufsflächengröße“ im Bereich der Drogeriemärkte von ca. 450 m<sup>2</sup> ausgegangen. Hinzu kommt die gestiegene Nachfrage nach einem den Märkten direkte zugeordneten, möglichst ebenerdigen Stellplatzangebot.

<sup>2</sup> So kommt etwa die Fa. Schlecker grundsätzlich für die Gemeinde Baltmannsweiler in Frage, da sie lediglich eine Mindesteinwohnerzahl von ca. 2.000 in der Standortkommune voraussetzt. Aber auch andere Drogeriemarktketten interessieren sich zunehmend für kleinere Städte und Gemeinden (z. B. Rossmann), wenn geeignete Rahmenbedingungen gegeben sind.

- Im Bereich **Bekleidung / Schuhe / Sport** ist in Baltmannsweiler ein stark unterdurchschnittliches Angebot vorhanden. Nach Schließung der Modecke in Hohengehren gibt es derzeit lediglich ein Quelle-Geschäft, das neben der Postagentur sowie der Annahme von Bestellungen, Änderungen und Schuhreparaturen auch ein Resteverkauf für Bekleidung (v. a. Kinderbekleidung) betreibt. Ein Bekleidungs- und Schuhfachgeschäft sowie Sportartikelanbieter sind nicht vorhanden. Auch hier zeigt der Vergleich mit anderen Gemeinden ähnlicher Größe, dass grundsätzlich Entwicklungspotenzial v.a. im Textilbereich vorhanden ist. So rücken derzeit kleinere Städte und Gemeinden v.a. in das Interesse von Textilfachmärkten (z.B. Kik, NKD). Allerdings werden in der Regel Standorte mit mindestens 8.000 – 10.000 Einwohner im näheren Einzugsgebiet präferiert. Zudem stellen solche Fachmarktkonzepte auch gewisse Anforderungen an Standortlage, Größe und Erreichbarkeit sowie Stellplatzangebote und Verbundeffekte. Mögliche Neuansiedlungen sollten vorrangig in den Ortsmitten bzw. in wohnortnahen Lagen realisiert werden.
- Im Bereich **Elektrowaren / Medien / Foto** verfügt Baltmannsweiler mit einem Fachgeschäft für Weiße und Braune Ware (EP: Würtele) über ein überdurchschnittliches Angebot im Vergleich zu anderen Gemeinden. Der Anbieter zeichnet sich durch ein zeitgemäßes Erscheinungsbild aus und befindet sich am Beginn des Gewerbegebiets Klingenäcker in Baltmannsweiler. Entwicklungspotenziale in Form von Neuansiedlungen sind derzeit nicht festzustellen.
- Das Segment **Hausrat / Einrichtung / Möbel** ist in Baltmannsweiler stark unterdurchschnittlich ausgeprägt. Das Angebot setzt sich zusammen aus einem Spezialanbieter für Wolle (Bunte Wollstube mit Poststelle und Reinigungsannahme) sowie Claus Prash Farben / Heimtex / Raum- und Fassadendesign mit Otto-Shop. Haushaltswaren werden zudem untergeordnet in Stegi's Lädle angeboten. Rein rechnerisch gibt es Potenziale auch im Sinne von Neuansiedlungen, die Realisierbarkeit ist jedoch vor dem Hintergrund des allgemeinen stark rückläufigen Trends bei Haushaltswarenfachgeschäften und dem begrenzten Kaufkraftpotenzial im erschließbaren Einzugsgebiet sowie der Nähe zu Esslingen, Plochingen etc. als eher schwierig einzuschätzen.
- Der Bereich des **Sonstigen Einzelhandels** ist in Baltmannsweiler ebenfalls stark unterdurchschnittlich ausgeprägt. Das Angebot beschränkt sich auf einen Anbieter für Pflanzen und Gartenbedarf (Garten & Getränke Kurz) im Gewerbegebiet Klingenäcker. Angebote im Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Geschäfte für Optik /

Hörgeräte, Uhren / Schmuck, Autozubehör und Fahrräder sind in Baltmannsweiler derzeit nicht vertreten. Im kleinteiligen bzw. im spezialisierten Bereich sind grundsätzlich Angebotsergänzungen denkbar (z.B. Optiker). Die übrigen genannten Sortimente werden heutzutage üblicherweise in größeren Betriebseinheiten angeboten (z. B. Baumarkt). Hier sind vor dem Hintergrund des begrenzten Einzugsgebietes und der Konkurrenzsituation im Umland keine Entwicklungspotenziale auszumachen.

**Abbildung 23: Verkaufsflächenausstattung der Gemeinde Baltmannsweiler im Vergleich**



### 3. Zwischenfazit zu den Entwicklungspotenzialen

Insgesamt sind für die einzelnen Warengruppen folglich **nur noch in begrenztem Maß Entwicklungspotenziale** zu erwarten, was an dem vergleichsweise geringen Einwohner- und Kaufkraftpotenzial in Baltmannsweiler einerseits und am Strukturwandel im Einzelhandel zu Lasten kleinflächiger Fachgeschäfte andererseits liegt. Allerdings hat die Gemeinde Baltmannsweiler auch ohne eine regionalplanerisch zugeordnete zentralörtliche

Funktion die Aufgabe, die Grundversorgung der Bevölkerung langfristig sicherzustellen. Dies bedeutet, dass zumindest das Angebot mit Lebensmitteln und Drogeriewaren in ausreichendem Maß gewährleistet werden muss. In Anbetracht der z. T. strukturellen, z. T. lagebedingten Defizite in den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen (v. a. Lebensmittel) und dem fehlenden Drogeriewarenangebot ergibt sich hier zumindest mittelfristig Handlungsbedarf. So geraten v. a. die kleinstrukturierten Lebensmittelanbieter zunehmend unter Wettbewerbsdruck durch moderne Lebensmittelmärkte in verkehrsgünstigen Lagen im Umland (z.B. Rewe in Winterbach, E-aktiv markt Daiber in Reichenbach, Aldi, Lidl und Rewe in Plochingen). Der Wunsch nach zeitgemäßen Angeboten aus dem Lebensmittel- und Drogeriewarensektor wurde auch im Rahmen der Bürgerbefragung deutlich hervorgebracht (vgl. Kapitel IV).

Wesentliche Aufgabe der Zukunft wird es daher in Baltmannsweiler sein, **ein angemessenes und zugleich konkurrenzfähiges Nahversorgungsangebot zu erhalten bzw. zu schaffen**, das den gestiegenen Ansprüchen sowohl von betrieblicher Seite als auch von Kundenseite (z.B. hinsichtlich Verkaufsflächengröße und Warenpräsentation, Stellplatzangebot und Erreichbarkeit) gerecht wird. Dies bedeutet, dass die Angebotsstruktur insbesondere im Bereich Lebensmittel und Drogeriewaren modernisiert und ergänzt werden sollte.

## VII. Entwicklungskonzept für Baltmannsweiler

### 1. Empfehlungen zur generellen Standortpolitik

Die Gemeinde Baltmannsweiler hat in den letzten Jahren die Ortsteilzentren umfangreich saniert und attraktiviert. Die Umgestaltungsmaßnahmen in der Ortsmitte von Hohengehren laufen momentan noch. Das nachfolgende Entwicklungskonzept zeigt Maßnahmen und Strategien für die zukünftige Einzelhandels- und Standortentwicklung in Baltmannsweiler auf. Als wesentliche **Zielsetzungen** des Entwicklungskonzeptes sind zu formulieren:

- generelle Stabilisierung bzw. Stärkung der Versorgungsfunktion des örtlichen Einzelhandels
- langfristige Sicherung und Weiterentwicklung der wohnortnahen Grundversorgung
- Erhalt und ggf. Ergänzung der innerörtlichen Einzelhandelsstrukturen in den Ortsteilen Baltmannsweiler und Hohengehren.

Wie aus Kapitel VI ersichtlich, ergibt sich für Baltmannsweiler insgesamt nur ein eingeschränktes Entwicklungspotenzial im Einzelhandel. Begründen lässt sich dies vorrangig durch das vergleichsweise geringe Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im erschließbaren Marktgebiet von Baltmannsweiler einerseits und die Nähe zu leistungsfähigen Zentren wie Esslingen, Plochingen, Reichenbach, Winterbach und ferner Weinstadt und Schorndorf andererseits. Nichtsdestotrotz hat die Gemeinde Baltmannsweiler die Aufgabe, auch langfristig die Grundversorgung ihrer Bevölkerung zu sichern. Dies bedeutet, dass zumindest das Angebot mit Lebensmitteln und Drogeriewaren in ausreichendem Maß gewährleistet werden muss. In Anbetracht der z. T. strukturellen, z. T. lagebedingten Defizite in den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen ergibt sich hier ein akuter Handlungsbedarf. Wesentliche Aufgabe der Zukunft wird es daher in Baltmannsweiler sein, ein **angemessenes und zugleich konkurrenzfähiges Nahversorgungsangebot zu erhalten bzw. zu schaffen**, das den gestiegenen Ansprüchen sowohl von betrieblicher Seite als auch von Kundenseite (z. B. hinsichtlich Verkaufsflächengröße und Warenpräsentation, Stellplatzangebot und Erreichbarkeit) gerecht wird.

In Bezug auf die einzelnen **Geschäftslagen** ist festzuhalten:

- Grundsätzlich erscheint eine Stabilisierung und weitere Aufwertung der **Ortsmiten in Baltmannsweiler und Hohengehren** als traditionelle Einkaufs- und Ver-

sorgungsstandorte durch Modernisierung der bestehenden und ggf. Ansiedlung zusätzlicher Betriebe grundsätzlich wünschenswert, zumal hier umfangreiche Aufwertungsmaßnahmen durchgeführt wurden bzw. werden. Eine weitere Aufwertungsmaßnahme könnte eine bessere Beschilderung der Geschäfte (v.a. in Hohengehren) darstellen, um dem Frequenzverlust in der Ortsmitte durch die Ortsentlastungsstraße etwas entgegenzuwirken.<sup>1</sup> Die Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen konzentrieren sich heute mehrheitlich in den Ortsmitten von Baltmannsweiler und Hohengehren, zudem verfügen die Bereiche über geschäftsnahe öffentliche Stellplätze. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass die zentrale Lage im Ortsteil Baltmannsweiler weniger kompakt ist als die in Hohengehren. Gerade das nah & gut-Lebensmittelgeschäft befindet sich deutlich abgesetzt von den übrigen Einzelhandelsbetrieben. Es gibt aber ampelgeregelte Fußgängerüberwege entlang der Ortsdurchfahrt, so dass eine fußläufige Anbindung des Standortes gegeben ist. Vor dem Hintergrund der ermittelten Branchendefizite ergeben sich Entwicklungspotenziale im Sinne von Modernisierungen v. a. im Lebensmittelbereich. Potenziale im Sinne von Neuansiedlungen werden v. a. in den Sortimenten Gesundheit / Körperpflege und ggf. bei Blumen, Textil und Optik gesehen. Die Flächenpotenziale für Erweiterungen / Neuansiedlungen sind in den Ortsmitten allerdings nur noch begrenzt vorhanden. So gibt es mit Ausnahme der ehemaligen Modeecke in Hohengehren kaum leerstehende Ladenlokale, die wieder im Einzelhandel nutzbar sind. Zudem sind mit Ausnahme des ehemaligen Wienareals an der Kreuzung Esslinger Straße / Kirchstraße in Baltmannsweiler keine innerörtlichen Brachflächen erkennbar<sup>2</sup>.

- Wesentliche Entwicklungspotenziale in typisch nicht zentrenrelevanten Sortimenten (z.B. Möbel / Einrichtungsbedarf, Bau- und Heimwerkerbedarf, Fahrräder, Autozubehör, zoologischer Bedarf) wurden für Baltmannsweiler zwar rechnerisch erkannt, erscheinen aber im Hinblick auf die begrenzte Gemeindegröße und die zentralörtliche Funktion kaum realisierbar. Derartige Ansiedlungen würden aber auch **außerhalb der zentralen Versorgungslagen** die Funktionsfähigkeit der Ortsmitten nicht schädigen. Diese Sortimente werden heute vorrangig in Fachmarktkonzepten mit einem höheren Flächenbedarf und einer überwiegenden Au-

---

<sup>1</sup> Vgl. hierzu Kapitel VII, Pkt. 3.

<sup>2</sup> Nach Angaben der Gemeinde Baltmannsweiler war das sog. Wienareal ursprünglich als Wohn- und Geschäftshaus im Zusammenhang mit einer Vergrößerung des Marktplatzes vorgesehen. Der Gemeinderat hat sich dort jedoch für die Anlage eines Parkplatzes entschieden, um die Parkierungssituation in der Ortsmitte zu verbessern. Derzeit befindet sich auf dem Areal ein provisorischer Parkplatz.

tokundenorientierung angeboten. Solche Flächen wären auch langfristig nicht innerhalb der Ortsmittenlagen integrierbar.

- Bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) kommen im Sinne einer möglichst wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung unter Umständen auch Standorte außerhalb der Ortsmitten in Frage, wenn sie in hohem Maße **Nahversorgungsfunktion** ausüben, d.h. ein großes fußläufiges Einzugsgebiet erschließen können. Aufgrund der begrenzten Entwicklungspotenziale insgesamt sollte dies aber im Einzelfall sehr sorgfältig geprüft werden (vgl. nachfolgenden Pkt. 2).

Konkret könnte eine **Weiterentwicklung des Einzelhandels** in der Gemeinde Baltmannsweiler folgendermaßen aussehen:

- |  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erweiterung und ggf. Verlagerung der bestehenden Lebensmittelgeschäfte (nah &amp; gut Wagner / Feinkost Kreuzer)<sup>1</sup></li> </ul> | ca. 1.000 – 1.300 m <sup>2</sup> VK |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ alternativ: Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes (Vollsortimenter / Lebensmitteldiscountmarkt)<sup>2</sup></li> </ul>          | ca. 800 – 1.300 m <sup>2</sup> VK   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansiedlung eines Drogeriemarktes (z. B. Schlecker, Rossmann)</li> </ul>   | ca. 300 – 500 m <sup>2</sup> VK     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansiedlung einer Apotheke in Baltmannsweiler (z. B. als Filiale)</li> </ul>   | ca. 70 – 150 m <sup>2</sup> VK      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansiedlung eines Blumenfachgeschäftes im Ortsteil Baltmannsweiler:</li> </ul>   | ca. 100 – 200 m <sup>2</sup> VK     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansiedlung eines Textilmarktes (z. B. KIK, NKD)</li> </ul>  | ca. 300 – 500 m <sup>2</sup> VK     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansiedlung eines Fachgeschäftes für Optik</li> </ul>  | ca. 70 – 100 m <sup>2</sup> VK.     |

---

<sup>1</sup> Vgl. hierzu Kapitel VI. Pkt. 3.

## 2. Bewertung möglicher neuer Nahversorgungsstandorte

Die Analyse der Versorgungsstruktur in Baltmannsweiler hat gezeigt, dass die Gemeinde auch zukünftig die wohnortnahe Grundversorgung ihrer Bevölkerung sicherstellen muss und dabei gerade im Lebensmittel- und Drogeriebereich Handlungsbedarf gegeben ist.

Für die Weiterentwicklung der Nahversorgung in Baltmannsweiler ergeben sich grundsätzlich drei alternative Szenarien:

1. Beibehaltung des Status quo
2. Modernisierung der bestehenden Lebensmittelgeschäfte
3. Neuansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes (Vollsortimenter oder Lebensmitteldiscountmarkt).

Tabelle 3 zeigt die Chancen und Risiken der verschiedenen Szenarien für die Gemeinde Baltmannsweiler im Überblick auf.

Vor dem Hintergrund des quantitativen und qualitativen Angebotsdefizites im Nahversorgungsbereich (v. a. hinsichtlich Lebensmittel, Drogeriewaren) sowie der hohen Kaufkraftabflüsse nach außen ist grundsätzlich eine Modernisierung und Ergänzung der Angebotsstruktur erforderlich. Dabei ist zunächst sowohl eine Modernisierung der bestehenden Betriebe als auch die Neuansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes denkbar. Modernisierung bedeutet im Lebensmittelhandel aber heutzutage auch eine Vergrößerung der Verkaufsfläche sowie die Bereitstellung eines angemessenen Stellplatzangebotes. Dies erscheint an den bestehenden Standorten der Lebensmittelgeschäfte in Baltmannsweiler aufgrund der baulichen Struktur und der mangelnden Flächenverfügbarkeit nicht möglich.

**Tabelle 3: Chancen und Risiken verschiedener Entwicklungsszenarien der Nahversorgung in Baltmannsweiler**

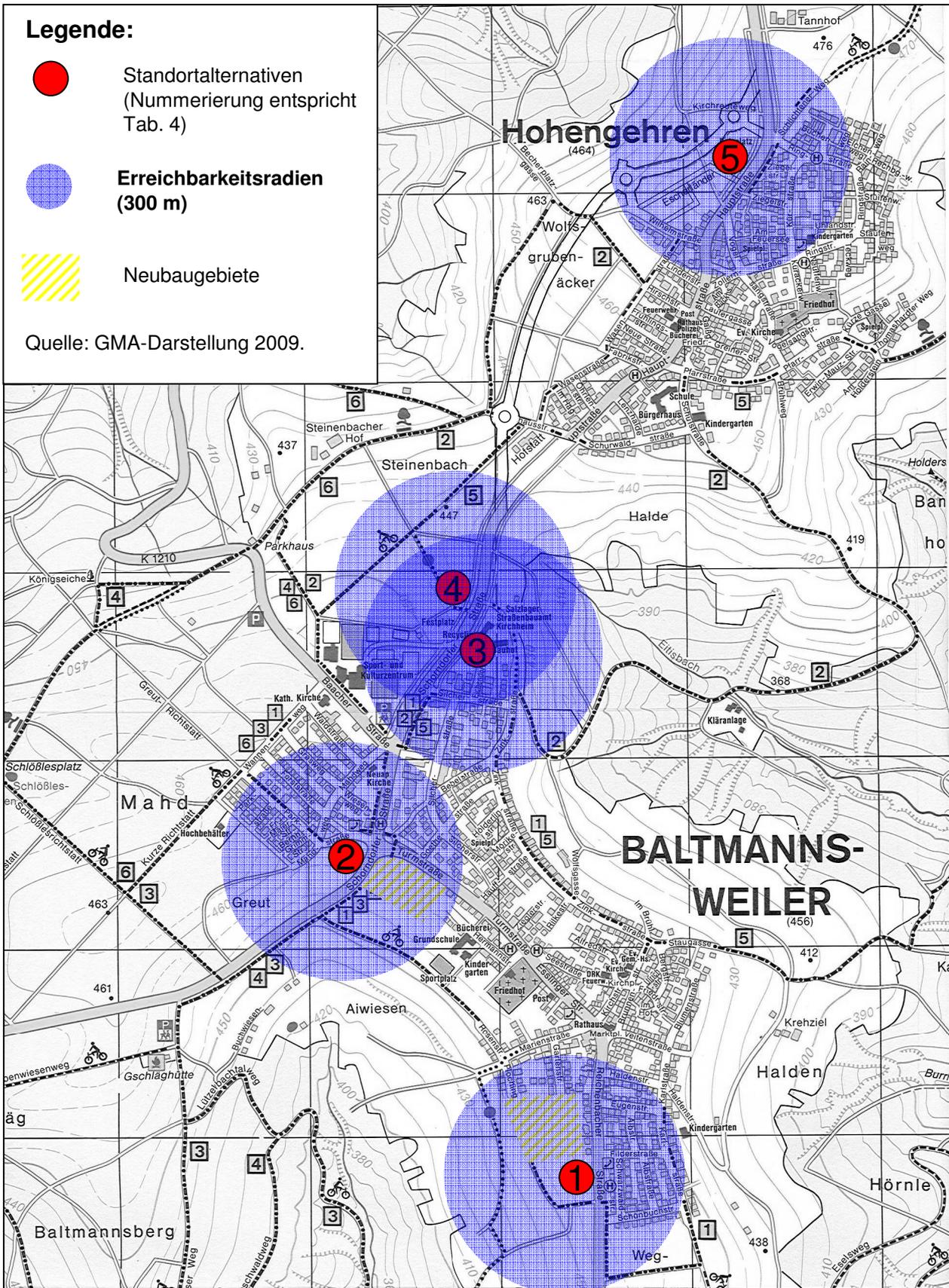
Szenarien Bewertung	Status quo	Modernisierung der bestehenden Lebensmittelgeschäfte	Neuansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes (Vollsortimenter oder Lebensmitteldiscountmarkt)
<b>Chancen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Beibehaltung einer wohnortnahen Grundversorgung in beiden Ortsteilen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– mittelfristige Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung in beiden Ortsteilen</li> <li>– Stabilisierung und Stärkung der Ortskerne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– langfristige Sicherstellung einer angemessenen Nahversorgung für die Gemeinde</li> <li>– Rückholung und langfristige Bindung eines Teils der Kaufkraft, die bislang nach außen abfließt</li> <li>– Schaffung einer ausgewogenen Betriebstypenstruktur in Baltmannsweiler</li> <li>– Chance auf zusätzliche Ansiedlung eines Drogeriemarktes (aufgrund Verbundeffekte mit Lebensmittelmarkt)</li> <li>– geeignete und zugleich wohnortnahe Standorte vorhanden (vgl. nachfolgende Standortdiskussion)</li> </ul>
<b>Risiken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Gefahr mittel- bis langfristiger Geschäftsaufgaben aufgrund des allgemeinen Strukturwandels zu Lasten kleinflächiger Lebensmittelgeschäfte*</li> <li>– dann keine Grundversorgung mehr gewährleistet</li> <li>– auch weiterhin hohe Kaufkraftabflüsse in das Umland</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Realisierbarkeit einer Modernisierung an den bestehenden Standorten äußerst fraglich (mangelnde Flächenverfügbarkeit für Erweiterung der Verkaufsflächen und des Stellplatzangebotes, z. T. fehlende Bereitschaft der Betreiber)</li> <li>– auch weiterhin hohe Kaufkraftabflüsse in das Umland zu erwarten (hohe Konkurrenz durch modernere Lebensmittelmärkte mit besseren Rahmenbedingungen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– hohe Umverteilungseffekte im Lebensmittelbereich (Bestandsgefährdungen nicht auszuschließen)</li> <li>– Frequenzverschiebungen zu Lasten der Ortsmitten</li> <li>– Konzentration der Nahversorgungsangebote auf einen der beiden Ortsteile</li> </ul>
<b>Fazit</b>	angesichts der nicht mehr zeitgemäßen Strukturen und der unterdurchschnittlichen Ausstattung im Lebensmittelbereich grundsätzlich Handlungsbedarf zur Sicherung der langfristigen Grundversorgung in Baltmannsweiler gegeben	Modernisierung der Angebotsstruktur dringend erforderlich, Sicherung und Weiterentwicklung des Bestandes wünschenswert, ist jedoch an den bestehenden Standorten unrealistisch → denkbar wäre aber die Verlagerung inkl. Erweiterung eines vorhandenen Anbieters an einen geeigneten Standort (vgl. nachfolgende Standortdiskussion)	mit einem geeigneten Standort Chance zur Realisierung eines hinsichtlich Größe, Erreichbarkeit, Einsehbarkeit und Stellplatzangebot zeitgemäßen Lebensmittelmarktes mit erheblicher Nahversorgungsfunktion → damit langfristige Sicherung der Nahversorgung in Baltmannsweiler, ggf. Ergänzung des Standortes um Drogeriemarkt; insgesamt aber deutliche Veränderungen in der Angebotsstruktur zu erwarten
<p>* Moderne Supermärkte benötigen heutzutage mind. 1.200 – 1.500 m<sup>2</sup> VK und mehr, Lebensmitteldiscountmärkte mind. 800 – 1.000 m<sup>2</sup> VK. Hinzu kommen gestiegene Ansprüche hinsichtlich verkehrlicher Erreichbarkeit, Einsehbarkeit, und des Stellplatzangebotes (mind. 60 – 100 ebenerdige Stellplätze).</p> <p>Quelle: GMA-Zusammenstellung 2009.</p>			

Daher wurden mögliche neue **Standorte** für die Verlagerung bzw. Ansiedlung eines angemessenen Lebensmittelmarktes (und ggf. eines Drogeriemarktes) mit Nahversorgungsfunktion für die Gemeinde Baltmannsweiler untersucht. Analysiert wurden die Standorte, die hinsichtlich Lage, Flächengröße und -zuschnitt grundsätzlich in Frage kommen. Noch nicht berücksichtigt wurden Verfügbarkeit, Eigentumsverhältnisse sowie die baurechtliche Situation. Bei den Alternativen handelt es sich um folgende fünf Standorte (vgl. Karte 5):

1. OT Baltmannsweiler, Reichenbacher Straße (südlicher Ortsausgang)
2. OT Baltmannsweiler, Parkstraße / Schorndorfer Straße (westlicher Ortsausgang)
3. OT Baltmannsweiler, Schorndorfer Straße / Eichendorffstraße (nördlicher Ortsausgang)
4. OT Baltmannsweiler, westlich der Schorndorfer Straße (nördlicher Ortsausgang)
5. OT Hohengehren, Hauptstraße / Escherländer (nordwestlicher Ortsausgang).

Im Hinblick auf die Standortrahmenbedingungen und die Eignung der genannten Areale für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes und ggf. eines Drogeriemarktes zur Nahversorgung der Gemeinde Baltmannsweiler kann folgendes festgestellt werden (vgl. Tabelle 4):

**Karte 5: Denkbare Standortalternativen für einen Lebensmittelmarkt in Baltmannsweiler**



**Tabelle 4: Standortbewertung für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in der Gemeinde Baltmannsweiler**

Standort	<p><b>1. OT Baltmannsweiler, Reichenbacher Straße (südlicher Ortsausgang)</b></p>  <p>Blick von Südwesten auf das Areal, linker Hand beginnt das Neubaugebiet „Buchsacker“</p>	<p><b>2. OT Baltmannsweiler, Parkstraße / Schorndorfer Straße (westlicher Ortsausgang)</b></p>  <p>Blick von Südwesten (vom Neubaugebiet „Südlich der Turmstraße“) auf das Areal, dahinter folgt die Schurwaldsiedlung, Kreisverkehr am rechten Bildrand</p>
Lagezusammenhang	Ortsrandlage, in Nachbarschaft zum Neubaugebiet „Buchsacker“	Arrondierungsfläche am Ortsausgang Richtung Esslingen, in Nachbarschaft zur Schurwaldsiedlung und zum Neubaugebiet „Südlich der Turmstraße“
derzeitige Nutzung	Wiesennutzung	Wiesen- und Ackernutzung
Umfeldnutzung	Wohnen, Streuobstwiesen, Spielplatz; kein Einzelhandel	Wohnen, Gastronomie, Spielplatz, Streuobstwiesen; kein Einzelhandel
verkehrliche Erreichbarkeit (Pkw / ÖPNV)	durch direkte Lage an K 1208 (Reichenbacher Straße) sehr gut, direkter ÖPNV-Anschluss	durch direkte Lage am Kreisverkehr (L 1150 bzw. Schorndorfer Straße / Turmstraße / Parkstraße) sehr gut, ÖPNV-Haltestelle in ca. 100 – 200 m Entfernung an der Schorndorfer Straße
fußläufige Anbindung	von den südlichen Wohngebieten des Ortsteils Baltmannsweiler sehr gut erreichbar, Ortskern Baltmannsweiler in ca. 300 – 400 m Entfernung	von Schurwaldsiedlung direkt erreichbar, Fußgängerunterführung an der Schorndorfer Straße zu den südöstlich angrenzenden Wohngebieten gegeben, derzeit keine attraktive oberirdische Fußgängeranbindung an das Neubaugebiet
Einsehbarkeit	sehr gut von der K 1208 (Baltmannsweiler – Reichenbach a.d.F.)	sehr gut von der L 1150 (Baltmannsweiler – Esslingen) und der Turmstraße (Verbindung zum Ortskern)
Zuschnitt des Grundstücks	ebene Fläche, rechteckiger Grundriss	weitgehend ebene Fläche, halbkreisförmiger Grundriss
Fazit	randliche Lage, aber ermöglicht gute Erreichbarkeit und wohnortnahe Versorgung für den Ortsteil Baltmannsweiler; auch langfristig keine geeigneten Flächen im Ortskern verfügbar	teilintegrierte Lage, ermöglicht gute Erreichbarkeit und wohnortnahe Versorgung für einen großen Teil der Bevölkerung im Ortsteil Baltmannsweiler; auch langfristig keine geeigneten Flächen im Ortskern verfügbar
Quelle: GMA-Zusammenstellung 2009		

Standort	<p><b>3. OT Baltmannsweiler, Schorndorfer Straße / Eichendorffstraße (nördlicher Ortsausgang)</b></p>  <p>Blick von Südwesten auf das Areal, linker Hand Recyclinghof, rechts folgt Autohaus</p>	<p><b>4. OT Baltmannsweiler, westlich der Schorndorfer Straße (nördlicher Ortsausgang)</b></p>  <p>Blick von Nordosten auf das Areal, im Hintergrund Festplatz, Sportzentrum, linker Hand beginnt GE „Klingenäcker“</p>
Lagezusammenhang	gewerblich geprägte Ortsrandlage, aber zentral im Hinblick auf die Gesamtgemeinde	nicht integrierte Ortsrandlage, aber zentral im Hinblick auf die Gesamtgemeinde
derzeitige Nutzung	Wiesennutzung / Recyclinghof	Wiesennutzung / Streuobstwiesen
Umfeldnutzung	Gewerbe, Autohaus, nach Westen folgt der Festplatz, nach Norden die Straßenmeisterei; Garten & Getränke Kurz und EP:Würtele im näheren Umfeld	nach Süden Festplatz, Sport- und Kulturzentrum, nach Südosten Gewerbegebiet „Klingenäcker“; kein Einzelhandel
verkehrliche Erreichbarkeit (Pkw / ÖPNV)	durch Nähe zu L 1150 / Schorndorfer Straße (Verbindung Baltmannsweiler – Hohengehren) gut, aber bislang keine direkte Anbindung an L 1150 und kein ÖPNV-Anschluss	durch direkte Lage an L 1150 / Schorndorfer Straße (Verbindung Baltmannsweiler – Hohengehren) gut, aber kein ÖPNV-Anschluss
fußläufige Anbindung	kaum fußläufiges Einzugsgebiet erschließbar, aber Fuß- und Radwege entlang der Schorndorfer Straße	kaum fußläufiges Einzugsgebiet erschließbar, aber Fuß- und Radwege entlang der Schorndorfer Straße
Einsehbarkeit	sehr gut von L 1150 / Schorndorfer Straße (Baltmannsweiler – Hohengehren)	sehr gut von L 1150 / Schorndorfer Straße (Baltmannsweiler – Hohengehren)
Zuschnitt des Grundstücks	ebene Fläche, länglicher Grundriss	leicht Richtung Nordosten abfallende Fläche, rechteckiger Grundriss möglich
Fazit	ermöglicht Versorgung in zentraler Lage bezogen auf das Gemeindegebiet und ist sowohl von Baltmannsweiler als auch von Hohengehren bequem zu erreichen, allerdings kein fußläufiges Einzugsgebiet erschließbar, begrenzte Flächenverfügbarkeit	derzeit städtebaulich nicht integriert, aber zentrale Lage im Bezug auf das Gemeindegebiet, allerdings kein fußläufiges Einzugsgebiet erschließbar
Quelle: GMA-Zusammenstellung 2009		

<p><b>Standort</b></p>	<p><b>5. OT Hohengehren, Hauptstraße / Escherländer (nordwestlicher Ortsausgang)</b></p>  <p>Blick von Nordwesten auf das Areal, links beginnt das Wohngebiet „Küräcker“, am rechten Bildrand GE „Escherländer“</p>
<p>Lagezusammenhang</p>	<p>Ortsrandlage zwischen Hauptstraße und neuer Ortsentlastungsstraße</p>
<p>derzeitige Nutzung</p>	<p>Wiesennutzung</p>
<p>Umfeldnutzung</p>	<p>Wohnen, Gewerbe, Bolzplatz; kein Einzelhandel</p>
<p>verkehrliche Erreichbarkeit (Pkw / ÖPNV)</p>	<p>sehr gut durch direkte Lage an Hauptstraße (Verbindung mit Ortskern) und Ortsentlastungsstraße (Verbindung Rems- mit Filstal), ÖPNV-Haltestelle in ca. 200 m Entfernung an der Ringstraße</p>
<p>fußläufige Anbindung</p>	<p>vom Wohngebiet „Küräcker“ sehr gut erreichbar, zudem Fuß- und Radwege entlang der Hauptstraße, Ortskern Hohengehren in ca. 400 m Entfernung</p>
<p>Einsehbarkeit</p>	<p>sehr gut von der Hauptstraße und der Ortsentlastungsstraße</p>
<p>Zuschnitt des Grundstücks</p>	<p>ebene Fläche, weitgehend rechteckiger Grundriss</p>
<p>Fazit</p>	<p>randliche Lage, aber ermöglicht sehr gute Erreichbarkeit und wohnortnahe Versorgung für den Ortsteil Hohengehren; auch langfristig keine geeigneten Flächen im Ortskern Hohengehren verfügbar</p>
<p>Quelle: GMA-Zusammenstellung 2009</p>	

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass sich die Standorte 1,4 und 5 jeweils in städtebaulich nicht integrierter Ortsrandlage befinden, während die Standort 2 und 3 zumindest siedlungsstrukturell als teilintegriert bezeichnet werden können. Der Standort 2 (am Kreisverkehr Schorndorfer Straße / Turmstraße / Parkstraße) wird sogar zu drei Seiten von Wohnbebauung eingerahmt.

Mit den Standorten 3 und 4 könnte ein Lebensmittelmarkt geschaffen werden, der sich in zentraler Lage zwischen den beiden Ortsteilen Baltmannsweiler und Hohengehren befindet und daher vom Großteil der Bevölkerung bequem mit dem Auto und dem Fahrrad zu erreichen wäre. Negativ ist aber anzumerken, dass die beiden Standorte über keinen Anschluss an den ÖPNV verfügen und aufgrund des Umfeldes mit Gewerbe- und Freizeiteinrichtungen keine Nahversorgungsfunktion im Sinne eines fußläufig erschließbaren Einzugsgebietes ausüben können. Die Distanz zu den Wohnlagen ist hier von allen Alternativen am höchsten. Ein solcher Standort in der geografischen Mitte der Gemeinde würde v.a. dann sinnvoll erscheinen, wenn es gemeindeentwicklungspolitisches Ziel ist, langfristig zentrale Funktionen der beiden Ortsteile an einem gemeinsamen Standort zu bündeln und auszubauen (z. B. Rathaus, Bücherei, Kindergarten, Schule o. ä.). Ferner besteht heute bei Standort 3 keine direkte Zufahrtsmöglichkeit von der L 1150 auf das Areal. Dies wäre aber eine wichtige Voraussetzung für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes.

Die Standorte 1, 2 und 5 zeichnen sich durch eine unmittelbare Wohnortnähe aus, zu mindestens zwei Seiten schließt direkt an den Standort Wohnbebauung an, darunter die Neubaugebiete „Buchsäcker“ bzw. „Südlich der Turmstraße“. Alle drei Standorte sind aber auch von den Bewohnern aus dem übrigen Gemeindegebiet sehr gut zu erreichen. Dies ist v. a. vor dem Hintergrund zu sehen, dass die Reichenbacher Straße bzw. die Schorndorfer Straße sowie die Ortsentlastungsstraße Hohengehren als Hauptverbindungsstrecken zwischen den Wohnstandorten in der Gemeinde Baltmannsweiler und den Arbeitsplatzstandorten im Rems- und im Filstal fungieren. Da zwar immer eine wohnortnahe Versorgung auch für die nicht motorisierte Bevölkerung angestrebt wird, in der Realität aber nach wie vor die meisten Einkäufe mit dem Pkw getätigt werden, wäre dieser Aspekt ebenfalls als positiver Standortfaktor einzustufen.

Die Darstellung der denkbaren Standortalternativen zeigt aber auch, dass innerhalb der gewachsenen Ortsmitten auch langfristig keine geeigneten Flächen zur Ansiedlung eines

modernen Lebensmittelmarktes inkl. einer ausreichenden Zahl an Stellplätzen zur Verfügung stehen.

Aus versorgungsstruktureller und städtebaulicher Sicht erscheinen derzeit die **Standorte 1, 2 und 5** am geeignetsten für die Realisierung eines Nahversorgungsstandortes, da die Areale jeweils den Bau eines modernen Lebensmittelmarktes mit einer ausreichenden Zahl ebenerdiger Stellplätze gewährleistet. Damit ist die wohnortnahe Versorgung des jeweiligen Ortsteils möglich sowie eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit auch für die Bewohner aus dem übrigen Gemeindegebiet.

Somit kann die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (ggf. im Verbund mit einem Drogeriemarkt) am Standort Baltmannsweiler südlicher Ortsausgang bzw. westlicher Ortsausgang oder Hohengehren Escherländer grundsätzlich empfohlen werden, da zur langfristigen Sicherung der Nahversorgung der Gemeinde Baltmannsweiler keine bessere Standortalternative erkennbar ist. Allerdings kann nicht ausgeschlossen werden, dass durch eine Neuansiedlung der derzeit ablaufende Strukturwandel zu Lasten der Klein- und Kleinstanbieter im Nahrungs- und Genussmittelbereich weiter beschleunigt wird, was zu Betriebsabschmelzungen bei dem derzeit noch vorhandenen Grundversorgungsangebot in den Ortsmitten Baltmannsweiler und Hohengehren führen könnte. Wie aber bereits dargelegt, sind Marktaustritte dieser Anbieter auch unabhängig von Wettbewerbsveränderungen zumindest auf mittel- bis langfristige Sicht nicht auszuschließen. Zudem ist auch die Verlagerung inkl. Verkaufsflächenvergrößerung und Modernisierung eines bestehenden Lebensmittelanbieters denkbar. Dabei ist zu beachten, dass die Ansiedlung eines kleinflächigen Marktes ohne eine raumordnerische Prüfung genehmigungsfähig ist, während bei einer Überschreitung der Schwelle der Großflächigkeit (= 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche) die Ausweisung eines Sondergebietes und damit zunächst eine gutachterliche Beurteilung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO sowie Landes- und Regionalplanung erforderlich wäre. Die Thematik sollte auch im demnächst fortzuschreibenden Flächennutzungsplan entsprechend berücksichtigt werden.

### 3. Empfehlungen zur Beschilderung der Einzelhandelsstandorte

Mit dem Bau der Ortsentlastungsstraße hat sich die Verkehrssituation in Hohengehren stark verändert. Während früher der komplette Durchgangsverkehr zwischen dem Remstal im Norden und dem Filstal im Süden durch die Ortsmitten von Hohengehren und Baltmannsweiler geführt wurde, fließt dieser nun im Fall von Hohengehren westlich um den Ort herum. Mit dem Bau der **Ortsentlastungsstraße** wurde das Ziel verfolgt, die Ortsmitte Hohengehren vom Verkehr zu entlasten und somit die Wohn- und Aufenthaltsqualität in diesem Ortsteil zu steigern. Unterstützt wird dies nun durch flankierende gestalterische Maßnahmen im Ortskern (z. B. Bodenbeläge, Begrünung, Parkbuchten, Verlagerung Bushaltestelle).

Während einerseits mit solch einer verkehrlichen Entlastungsmaßnahme die Lebensqualität in einem Ort deutlich erhöht werden kann, kann sie andererseits aber zu einer Verringerung der Frequentierung des Ortskerns und damit u.U. auch zu Kunden- und Umsatzrückgängen bei den ansässigen Einzelhändlern führen. Diese befinden sich in Hohengehren konzentriert im Ortskern und haben nach eigenen Angaben<sup>1</sup> seit Fertigstellung der Ortsentlastungsstraße Umsatzeinbußen hinnehmen müssen. Daher haben sich gerade die befragten Einzelhändler aus Hohengehren dafür ausgesprochen, **mit einem Beschilderungssystem auf die Angebote in der Hohengehrener Ortsmitte hinzuweisen**. Im Ortsteil Baltmannsweiler scheint dies weniger erforderlich, da alle Einzelhandelsanbieter entlang der Ortsdurchfahrt ansässig und somit sehr gut erreichbar und einsehbar sind. Die Einzelhandelsbetriebe im Gewerbegebiet „Klingenäcker“ sind mit Ausnahme von EP: Würtele nicht vom Hauptverkehrsträger einsehbar. An der Einfahrt zum Gewerbegebiet (Kreuzung Schorndorfer Straße / Silcherstraße) gibt es bereits ein Hinweisschild des BDS, auf dem aber mit Ausnahme von Claus Prasch GmbH keine Einzelhändler, sondern ausschließlich Handwerksbetriebe und Freizeiteinrichtungen zu finden sind. Zur besseren Auffindbarkeit der Geschäfte und insbesondere auch der Postagentur in der Bunten Wollstube wäre hier eine Ergänzung wünschenswert. Zudem wurde an der Turmstraße ein Ortsplan installiert, bei dem ebenfalls Platz für Werbung ortsansässiger Unternehmen geschaffen wurde (vgl. Abb. 24).

---

<sup>1</sup> Quelle: GMA-Einzelhändlerbefragung im März 2009 (vgl. Kap. V).

Der größte Handlungsbedarf besteht aber in der Tat im Ortsteil Hohengehren. Derzeit existiert bereits am südlichen Kreisverkehr ein Hinweisschild auf den Obst- und Gemüseladen Engelhardt in der Ortsmitte, das in Eigenregie aufgestellt und gepflegt wird. Bei der Gestaltung werden auch saisonale Aspekte aufgegriffen. Zudem gibt es ein Willkommensschild der Gemeinde (vgl. Abb. 24). Selbstverständlich muss für die Art der Beschilderung eine einheitliche Richtlinie gefunden werden, um einem ungeordneten „Schilderwald“ an den Ortseingängen vorzubeugen.

**Abbildung 24: Hinweisschilder in der Gemeinde Baltmannsweiler**



Ortsplan an der Turmstraße  
(OT Baltmannsweiler)



Hinweisschild im  
GE „Klingenäcker“



Ortseingang Hohengehren von Baltmannsweiler kommend

Aufgrund der heutigen verkehrlichen Situation und den topografischen Rahmenbedingungen, die keine Blickbeziehungen zwischen der Ortsentlastungsstraße und der Ortsmitte zulassen, erscheint aber das Aufstellen von Hinweisschildern an den Ortseinfahrten Hohengehren durchaus sinnvoll und empfehlenswert. Geeignete Hinweistafeln können die Aufmerksamkeit der vorbeifahrenden im Hinblick auf die Angebote in der Ortsmitte erhöhen. Grundsätzlich ist dies ein guter Ansatz, der sich auch in anderen Gemeinden bewährt hat. Die konkreten Auswirkungen im Hinblick auf Kundenzahl und Umsatz in der Ortsmitte lassen sich allerdings kaum beziffern. Der Erfolg solcher Beschilderungssysteme hängt von mehreren Faktoren ab:

- **Standorte der Hinweisschilder:** Im Fall von Hohengehren können Hinweisschilder nur dann ihren Zweck erfüllen, wenn sie noch vor den Kreisverkehren der Ortsentlastungsstraße im Süden bzw. im Norden des Ortes platziert werden und damit auch von den Leuten wahrgenommen werden können, die ausschließlich auf der Ortsentlastungsstraße an Hohengehren vorbei fahren. Ein Hinweisschild innerhalb der Ortsschilder, d. h. an der Parkhausstraße oder an der Hauptstraße, ist von den Ortsentlastungsstraße nicht einsehbar. Denkbar wäre ggf. auch die Integration der Hinweisschilder in die Gestaltung der Kreisverkehrsanlagen. Aller-

dings sind beim Aufstellen von Hinweisschildern außerhalb der geschlossenen Ortschaft in jedem Fall die rechtlichen Rahmenbedingungen zu berücksichtigen.

- **Lesbarkeit:** Die Hinweisschilder müssen einfach, verständlich und plakativ gestaltet werden, damit der Inhalt von den Vorüberfahrenden bewusst wahr genommen werden kann. Eine lange Liste mit allen Einzelhandelsbetrieben, Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen kann der Autofahrer i. d. R. nicht aufnehmen, die einzelnen Inhalte bleiben hier auf der Strecke. Im Fall von Hohengehren wäre z. B. eine Beschränkung auf die sechs Einzelhandelsanbieter (Kreuzer, Engelhardt, Bäckerei Oelschläger, Metzgerei Ketzmerick, Eitis Apotheke und Quelle-Shop mit Post) denkbar. Alternativ könnte auch allgemein auf die Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote in der Ortsmitte verwiesen werden ohne einzelne Anbieter namentlich zu nennen. In diesem Zusammenhang könnte evtl. auch auf das vorhandene Parkplatzangebot hingewiesen werden.
- **Abwechslung:** Zu dem Zeitpunkt, an dem die Hinweisschilder aufgestellt werden, wecken Sie zunächst das Interesse der Vorüberfahrenden. Da es sich aber zu einem Großteil um Pendler handelt, die diese Strecke täglich fahren, wird der Effekt bei einer statischen Beschilderung schon nach kurzer Zeit wieder zurück gehen. Daher setzen manche Kommunen auch auf Beschilderungssysteme mit austauschbaren Flächen, mit Hilfe derer auf aktuelle Aktionen, Veranstaltungen und Angebote hingewiesen wird (vgl. Abb. 25).

#### Abbildung 25: Referenzbeispiele für dynamische Hinweisschilder an Ortseingängen



Freiberg a.N.: Willkommensgruß mit wechselnden Hinweisen auf Veranstaltungen in der Ortsmitte



Mühlacker: Hinweisschilder an den Stadtein- und -ausgängen mit wechselndem Inhalt (Ankündigungen auf Veranstaltungen in der Innenstadt)



Damit bleiben die Hinweisschilder ein „Hingucker“ und geben immer wieder einen Anreiz, in die Ortsmitte zu fahren. Ggf. könnte sogar geprüft werden, ob ein Teil

der Flächen an einzelne Einzelhändler vermietet werden könnte, damit diese dort zeitlich begrenzt aktuelle Angebote präsentieren können.

- **Pflege / Wartung:** Bei der Realisierung eines Beschilderungssystems muss von Anfang an berücksichtigt werden, dass im Anschluss an das erstmalige Aufstellen der Schilder eine regelmäßige Wartung und Aktualisierung der Informationen erfolgen muss. So sollte der Kunde nicht einem Hinweisschild folgen und dann vor einem leerstehenden oder umgenutzten Ladenlokal stehen. Zudem sollten die Schilder neben einer ansprechenden Gestaltung auch sauber, d. h. frei von Graffiti u.ä. gehalten werden. Die Zuständigkeiten für die Wartung und die Aktualisierung müssen dabei von Beginn an klar definiert werden.
- **Konsequente Weiterführung:** Wenn es gelingt, den Kunden aufgrund der Hinweisschilder an einem der Kreisverkehre in die Ortsmitte zu leiten, muss dann auch im weiteren Verlauf gewährleistet sein, dass die aufgelisteten Geschäfte bequem erreicht werden können. Dies ist in Hohengehren für die Geschäfte entlang der Hauptstraße ohne weiteren Aufwand gegeben. Das Lebensmittelgeschäft Kreuzer mit Getränkemarkt ist allerdings von der Hauptstraße aus nicht einsehbar, derzeit gibt es auch keinen Hinweis auf diesen Anbieter an der Kreuzung Hauptstraße / Pfarrstraße. Daher ist zumindest für diesen Betrieb ein weiteres Hinweisschild an der Kreuzung Hauptstraße / Pfarrstraße zu empfehlen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich im Ortsteil Hohengehren eine Ausschilde- rung der Einzelhandelsangebote in der Ortsmitte von der Ortsentlastungsstraße grund- sätzlich anbietet. Dies entspricht auch der Meinung der Mehrzahl der befragten Einzel- händler. Grundsätzlich gilt aber: „Weniger ist mehr“. So wird – im Falle einer rechtlichen Zulässigkeit – die Aufstellung je eines kompakten Hinweisschildes am südlichen Kreisver- kehr (Ortsentlastungsstraße / Parkhausstraße) und am nördlichen Kreisverkehr (Ortsent- lastungsstraße / Hauptstraße) empfohlen. Dabei sollte auf Übersichtlichkeit und Lesbar- keit geachtet werden und auch die Möglichkeit für saisonal austauschbare Inhalte bereit gestellt werden.

## VIII. Zusammenfassung

Das Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Baltmannsweiler kann bezüglich der Ausgangsbedingungen wie folgt zusammengefasst werden:

- Vor dem Hintergrund der demografischen, wirtschaftlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sowie den betrieblichen Anforderungen heutiger Einzelhandelsanbieter wurde ein Konzept für die zukünftige Einzelhandels- und Standortentwicklung in Baltmannsweiler erarbeitet. Konkret wurden verschiedene Entwicklungsalternativen zur **langfristigen Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung** von Baltmannsweiler aufgezeigt und bewertet.
- Die Gemeinde Baltmannsweiler verfügt derzeit über 20 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.695 m<sup>2</sup>. Der Einzelhandelsbestand erweist sich überwiegend als kleinteilig und ist vorrangig dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen. In Bezug auf die Einwohnerzahl erreicht Baltmannsweiler im Vergleich mit ähnlich großen Kommunen lediglich eine **unterdurchschnittliche Verkaufsfächenausstattung** sowohl im Food-, als auch im Nonfoodsektor.
- Das **Marktgebiet** begrenzt sich in erster Linie auf die Gemeinde Baltmannsweiler selbst. In untergeordnetem Maß sind aber Kaufkraftzuflüsse aus den umliegenden Orten auf der Schurwaldhöhe zu erwarten (v.a. Lichtenwald, Aichschieß, Manolzweiler und Baach). Spezialisierte Anbieter strahlen z.T. darüber hinaus aus. Im Marktgebiet leben derzeit ca. 9.880 Einwohner mit einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von ca. 60,6 Mio. €.
- Bezogen auf das Kaufkraftpotenzial der Gemeinde Baltmannsweiler spiegelt sich die unterdurchschnittliche Verkaufsfächenausstattung auch in der niedrigen Zentralität wider: Selbst als Gemeinde ohne zentralörtliche Funktion erzielt Baltmannsweiler mit ca. 24 % einen stark unterdurchschnittlichen Zentralitätsgrad, d.h. **hohe Kaufkraftabflüsse nach außen**. Gerade im Lebensmittelbereich ergibt sich hieraus noch Entwicklungspotenzial für die Gemeinde.
- Wesentliche Aufgabe der Zukunft wird es daher in Baltmannsweiler sein, **ein angemessenes und zugleich konkurrenzfähiges Nahversorgungsangebot zu erhalten bzw. zu schaffen**, das den gestiegenen Ansprüchen sowohl von betrieblicher Seite als auch von Kundenseite (z.B. hinsichtlich Verkaufsflächengröße und Warenpräsentation, Stellplatzangebot und Erreichbarkeit) gerecht wird. Dies bedeutet, dass die Angebotsstruktur insbesondere im Bereich Lebensmittel und Dro-

geriewaren modernisiert und ergänzt werden sollte. Dieser Handlungsbedarf hat sich auch deutlich in der Bürgerbefragung wiedergespiegelt. Als wesentliche **Zielsetzungen** des Entwicklungskonzeptes wurden daher eine Stabilisierung bzw. Stärkung der Versorgungsfunktion des örtlichen Einzelhandels sowie eine langfristige Sicherung und Weiterentwicklung der wohnortnahen Grundversorgung und ein Erhalt und ggf. Ergänzung der innerörtlichen Einzelhandelsstrukturen in den Ortsteilen Baltmannsweiler und Hohengehren formuliert.

- Zur langfristigen Sicherung der Grundversorgung wurden verschiedene Handlungsalternativen geprüft. Nach sorgfältiger Abwägung aller Chancen und Risiken sowie einer intensiven Standortprüfung kann die Realisierung eines modernen Lebensmittelmarktes und ggf. eines Drogeriemarktes am Standort Baltmannsweiler südlicher bzw. westlicher Ortsausgang oder Hohengehren Escherländer empfohlen werden, da derzeit keine bessere Standortalternative erkennbar ist. Dabei kommt **entweder die Verlagerung und Erweiterung eines ansässigen Lebensmittelanbieters oder die Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes** (Vollsortimenter oder Lebensmitteldiscountmarkt) in Frage. Allerdings kann nicht ausgeschlossen werden, dass durch eine Neuansiedlung der derzeit ablaufende Strukturwandel zu Lasten der Klein- und Kleinstanbieter im Nahrungs- und Genussmittelbereich weiter beschleunigt wird.

**KARTEN-, TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS**

	<b>Seite</b>
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsgebiet	10
Karte 2: Einzelhandelsstruktur im Ortsteil Baltmannsweiler	14
Karte 3: Einzelhandelsstruktur im Ortsteil Hohengehren	15
Karte 4: Marktgebiet des Einzelhandels von Baltmannsweiler	23
Karte 5: Denkbare Standortalternativen für einen Lebensmittelmarkt in Baltmannsweiler	64
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: Einzelhandelsbestand in Baltmannsweiler nach Bedarfsbereichen	17
Tabelle 2: Kaufkraftvolumen 2009 im Marktgebiet des Einzelhandels von Baltmannsweiler	24
Tabelle 3: Chancen und Risiken verschiedener Entwicklungsszenarien der Nahversorgung in Baltmannsweiler	62
Tabelle 4: Standortbewertung für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in der Gemeinde Baltmannsweiler	65
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
Abbildung 1: Arbeitsschritte der Untersuchung	2
Abbildung 2: Anteil Einzelhandel an privatem Konsum	3
Abbildung 3: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (1990 – 2007)	5
Abbildung 4: Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels	6
Abbildung 5: Lebensmittelhandel im Wandel	7
Abbildung 6: Einzelhandelsbestand in der Gemeinde Baltmannsweiler nach Größenklassen	17
Abbildung 7: Einzelhandelsbestand der Gemeinde Baltmannsweiler im Vergleich (Verkaufsflächen)	20
Abbildung 8: Zentralitätskennziffern im Vergleich	26
Abbildung 9: Einkaufshäufigkeit in Baltmannsweiler	30
Abbildung 10: Hauptgründe für den Einkauf in Baltmannsweiler	31
Abbildung 11: Hauptgründe gegen den Einkauf in Baltmannsweiler	32

Abbildung 12: Verkehrsmittelwahl für den Einkauf in Baltmannsweiler (nach Altersgruppen)	33
Abbildung 13: Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich	34
Abbildung 14: Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich	35
Abbildung 15: Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich	36
Abbildung 16: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in Baltmannsweiler	38
Abbildung 17: Bewertung der Verkehrs- und Parksituation in Baltmannsweiler	39
Abbildung 18: Veränderungen in den letzten Jahren	40
Abbildung 19: Angebotsdefizite im Baltmannsweiler Einzelhandel	41
Abbildung 20: Verbesserungsvorschläge für den Einkaufsort Baltmannsweiler	43
Abbildung 21: Zufriedenheit mit der Geschäftsentwicklung in den letzten drei bis fünf Jahren	46
Abbildung 22: Einschätzung der zukünftigen Geschäftsentwicklung in den nächsten drei bis fünf Jahren	47
Abbildung 23: Verkaufsflächenausstattung der Gemeinde Baltmannsweiler im Vergleich	56
Abbildung 24: Hinweisschilder in der Gemeinde Baltmannsweiler	71
Abbildung 25: Referenzbeispiele für dynamische Hinweisschilder an Ortseingängen	72