

Revitalisierung und Neuausrichtung des Vaihinger Markts Umsetzungskonzept

Sanierung Vaihingen 4 -Östliche Hauptstraße- I Stadtteilzentren konkret I Zentrum Vaihingen



Auftraggeberin

Landeshauptstadt Stuttgart
Amt für Stadtplanung und Wohnen
Abt. 61-8 und Abt. 61-2
Eberhardstraße 10
70173 Stuttgart

Verfasser

BBE Handelsberatung GmbH
Brienner Straße 45
80333 München
in Arbeitsgemeinschaft mit IPH Handelsimmobilien GmbH,
blocher partners GmbH, Stattbau München GmbH und die STEG Stadtentwicklung GmbH

München, 23. September 2020



Inhaltsverzeichnis

A. Aufgabenstellung und Beauftragung.....5

B. Aufbau und Berichtsstruktur6

C. Ergebnisse7

1 Stufe 1: Analyse 7

1.1 Funktional-bauliche Analyse des Vaihinger Markts / des umgebenden Stadtraums7

1.1.1 Verkehrlich-räumliche Situation (Anlieferung, Kurzzeitparken, Parkgebühren, etc.)7

1.1.2 Bauliche und städtebauliche Situation öffentlicher Räume11

1.1.3 Kulturell-gesellschaftliche Angebote.....12

1.1.4 Baulicher Zustand inkl. Tiefgarage (TG)13

1.1.5 Ebenenplan und Eigentumsverhältnisse13

1.1.6 Funktionalität und bauliche Bedingungen der Tiefgarage14

1.2 Wirtschaftliche Analyse (EH / Gastronomie / relevante DL) des VM und Umgebung15

1.2.1 Angebotsstruktur und Flächenbestand.....16

1.2.2 Frequentierung und Wegebeziehungen17

1.2.3 Angebotsniveau18

1.2.4 Ausprägung des Angebots18

1.2.5 Einzelhandelsrelevante Aktivitäten.....19

1.2.6 Stadträumlich-funktionale Wirkung der EG-Flächen19

1.2.7 Qualitative Tiefeninterviews.....19

1.2.8 Quantitative Onlinebefragung20

1.2.9 Ermittlung der erreichbaren Zielkundschaft.....21

1.3 Wirtschaftlichkeitsbewertung des Vaihinger Markts22

1.3.1 Bewertung generierbarer Flächenpotenziale23

1.3.2 Bewertung Flächenangebot hinsichtlich Zukunftsfähigkeit24

2 Stufe 2: Ideenentwicklung 26

2.1 Ideenentwicklung zur baulichen Revitalisierung / Entwicklung des Vaihinger Markts.....26

2.1.1 Beispielhaft-typologische Entwicklungsszenarien für das erweiterte Gebiet27

2.1.2 Skizzenhafte Darstellung von grundsätzlichen Veränderungsoptionen28

2.1.3 Grundsätzliche Handlungsempfehlungen28

2.2 Empfehlungen hinsichtlich Einzelhandel und Gastronomie.....29

2.2.1 Konkretisierung von Beratungsangeboten für Gewerbetreibende30

2.2.2 Konkretisierung von zielführenden Kooperationen & Aktivitäten der Gewerbetreibenden .31

2.2.3 Formulierung eines Bedarfs- und Zielumfangs für ein Zentrenmanagement.....31

2.2.4 Prüfung eines GQP-Prozesses für die EG-Flächen des Vaihinger Markts32



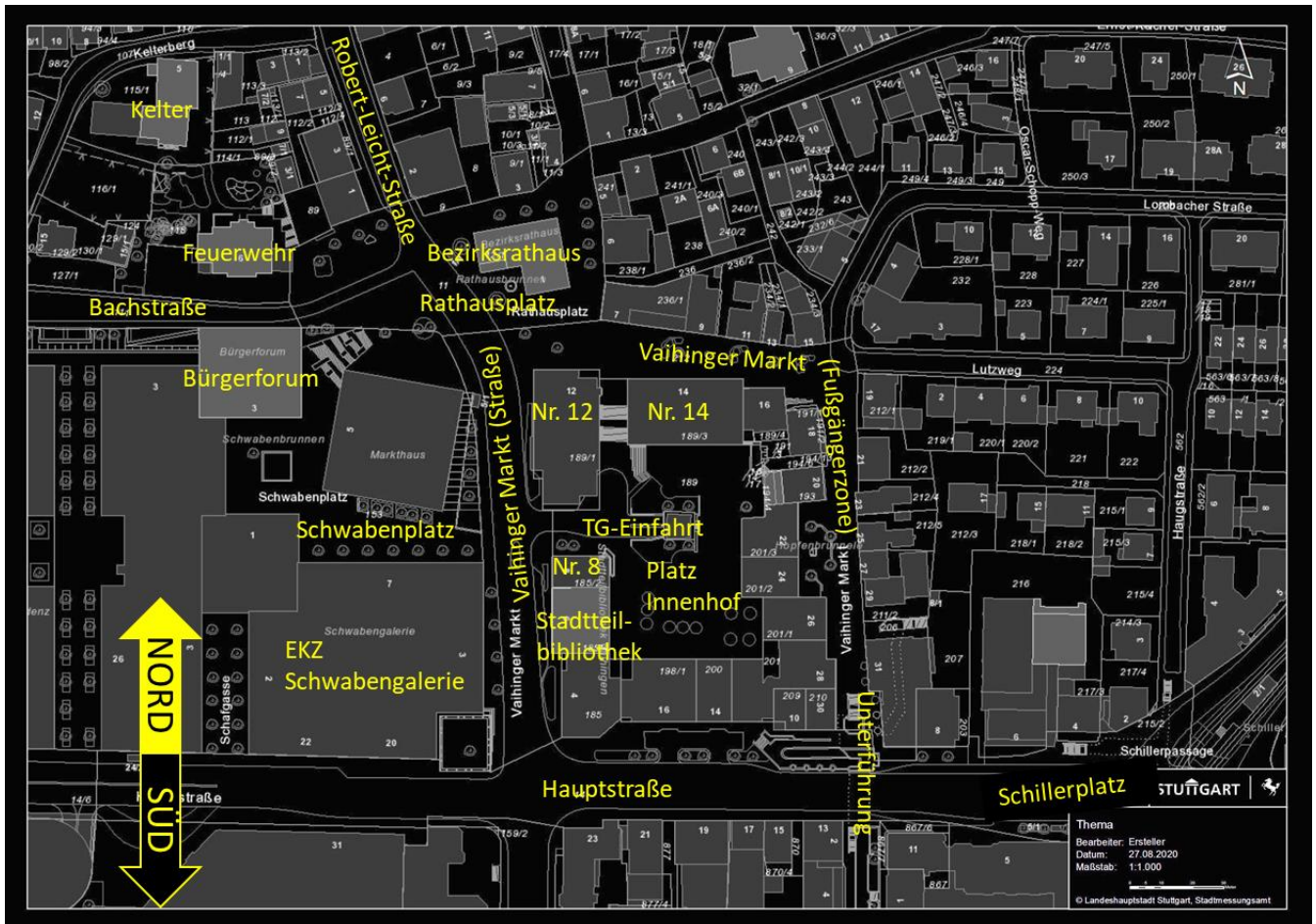
2.2.5	Kostenschätzung für Beratungsangebote	33
2.2.6	Erläuterung der Ergebnisse samt Rückkopplungsprozess für die Empfehlungen	34
2.3	Folgen für den Stadtteil Vaihingen	34
2.3.1	Folgewirkungen für Verkehr und Freiraumnutzung	35
2.3.2	Ermittlung von erforderlichen Flächenalternativen aufgrund der Veränderungen	36
2.3.3	Klärung der Notwendigkeit der finanziellen Unterstützung durch die Landeshauptstadt	36
2.4	Kommunikation und Diskussion	36
2.4.1	Diskussion der Konzeptstudie mit der Bürgerschaft	37
2.4.2	Diskussion der Konzeptstudie mit Eigentümern und Mietern	38
2.4.3	Präsentation der Ergebnisse im Bezirksbeirat Vaihingen	38
3	Stufe 3: Vertiefung und Umsetzung der Ideen	39
3.1	Entwicklung baulicher und städtebaulicher Lösungsszenarien	39
3.1.1	Variante 1: Starke Mitte	40
3.1.2	Variante 2: Vaihinger Höfe	42
3.1.3	Variante 3: Stadtteiltreff mit Pavillon	45
3.2	Kurzfristig umsetzbare Kleinmaßnahmen zur Aufwertung	47
3.3	Beratungsleistungen zu Einzelhandel und Gastronomie (optional)	49
4	Zusammenfassende Empfehlungen der Auftragnehmer und Projektabschluss	50
5	Anhänge	53



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Hotspots der Erreichbarkeit8
 Abbildung 2: Unattraktive Zugänge zum VM.....13
 Abbildung 3: Raumstruktur und Handlungsempfehlungen.....27
 Abbildung 4: Schematische Darstellung der organisatorischen Einbindung des Quartiersmanagements.....32
 Abbildung 5: Variante 1: Starke Mitte40
 Abbildung 6: Variante 2: Vaihinger Höfe42
 Abbildung 7: Variante 3: Stadtteiltreff mit Pavillon45

Übersicht wesentlicher Orte





Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Bedeutung
AG	Auftraggeberin (Landeshauptstadt Stuttgart)
BBE	BBE Handelsberatung GmbH
BdS	Bund der Selbstständigen
BPG	Blocher Partners GmbH
DSS	die STEG Stadtentwicklung GmbH
EKZ	Einkaufszentrum
GQP	Gesetz zur Stärkung der Quartiersentwicklung durch Privatinitiative (vgl. EA)
EA	Eigentümergetragener Aufwertungsbereich (vgl. GQP)
IPH	IPH Handelsimmobilien GmbH
LHS	Landeshauptstadt Stuttgart
MIV	Motorisierter Individualverkehr
OM	Ortsmitte
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
QM	Quartiersmanagement
SBM	Stattbau München GmbH
SG	SchwabenGalerie
TG	Tiefgarage
VM	Vaihinger Markt
VVF	Verbund Vaihinger Fachgeschäfte e.V.
WiFö	Abteilung Wirtschaftsförderung der LH Stuttgart



A. Aufgabenstellung und Beauftragung

- Der Vaihinger Markt (VM), das Einkaufszentrum Schwaben-Galerie (EKZ SG) und der umgebende Stadtraum bilden die als C-Zentrum klassifizierte Ortsmitte Vaihingens.
- Dieses weist unterschiedlich ausgeprägte, funktionale Defizite und bereits fortgeschrittene Trading-Down-Prozesse auf. Die zum Zeitpunkt des Projektstartes nicht vorhersehbare Corona-Pandemie (Covid-19) wird aller Voraussicht nach bestehende Trends im Handel und somit auch den Druck auf die Vaihinger Mitte verstärken. Dieser Entwicklung soll rechtzeitig entgegengewirkt und einer weiteren Erosion vorgebeugt werden.
- Bereits vorausgegangene Untersuchungen für das Projektgebiet haben als eine wichtige Schlüsselmaßnahme die Neuordnung und Revitalisierung des in die Jahre gekommenen „Vaihinger Markts“ (VM) definiert. Dieser weist gestalterische und funktionale Mängel auf und konnte sich seit seiner Erbauung nicht wirklich zur belebten Mitte Vaihingens entwickeln.
- Zielsetzung des Projektes:
 - └ Aufzeigen konkreter Handlungsszenarien und der hierfür erforderlichen Maßnahmen mittels unterschiedlich ausgerichteter Varianten
 - └ Schaffen einer Entscheidungsgrundlage für (städte-) bauliche sowie einzelhandelsbezogene, nachhaltige Veränderungen.
- Die Untersuchung ist in die drei Stufen Analyse, Ideenentwicklung sowie Vertiefung und Umsetzung der Ideen unterteilt.
- Mit der Bearbeitung des Projektes wurde eine interdisziplinäre Arbeitsgemeinschaft aus Stuttgart und München beauftragt. Im Bericht werden die Auftragnehmer wie folgt abgekürzt:
 - **BBE:** BBE Handelsberatung GmbH
 - **BPG:** Blocher Partners GmbH
 - **DSS:** die STEG Stadtentwicklung GmbH
 - **IPH:** IPH Handelsimmobilien GmbH
 - **SBM:** Stattbau München GmbH



B. Aufbau und Berichtsstruktur

- Dieser Endbericht gliedert sich in die nachfolgende Kurzfassung der Ergebnisse (Hauptdokument) zuzüglich Anhänge mit detaillierteren Informationen. Es handelt sich um Präsentationen die zu verschiedenen Terminen im Projektverlauf gehalten wurden oder um Workshop-Ergebnisse. Die Anhänge wurden mit verschiedenen Methoden erarbeitet und sind als Hauptreferenz / Nachschlagewerk zu verstehen.
- Die Gliederung des Hauptdokuments entspricht der (leicht verkürzten) Projektstruktur.
- Die Anhänge tragen die Nummerierung des entsprechenden Leistungsbausteins (z.B. A1.2.8 Quantitative Online-Befragung).
- Berichtsbestandteile, die vertrauliche Informationen enthalten und nicht zur Veröffentlichung freigegeben sind, sind mit dem Präfix V gekennzeichnet (z.B. V2.4.2 Dokumentation Eigentümerbeteiligung).



C. Ergebnisse

1 Stufe 1: Analyse

1.1 Funktional-bauliche Analyse des Vaihinger Markts / des umgebenden Stadtraums

ZUSAMMENFASSUNG von 1.1

In **Stufe 1** erfolgt die Bearbeitung der einzelnen Analyseschritte aus der jeweiligen fachlichen Sicht der Projektpartner. Hierbei wurde vor allem mit Vor-Ort-Erhebungen gearbeitet.

Im Ergebnis zeigen sich für den Vaihinger Markt

- eine objektiv gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV und dem motorisierten Individualverkehr (MIV), wengleich das Straßennetz durch überörtliche Verkehre stark belastet ist.
- diverse Konfliktzonen im öffentlichen Raum, die häufig in Verbindung mit der verkehrlichen Situation stehen. Insbesondere mindert auch der regelwidrig auf dem VM stattfindende fließende und ruhende Verkehr die Aufenthaltsqualität. Die Barrierewirkung der stark frequentierten *Hauptstraße* wird durch nicht mehr zeitgemäße Fußgängerunterführungen offensichtlich. Der Fuß- und Radverkehr ist nicht optimal organisiert.
- vielfältige kulturell-gesellschaftliche Angebote, die zentrenbildend wirken, kleinräumig angeordnet sind und große Potenziale für die Belebung des VM bieten. Eine solche Belebung stärkt den Einzelhandel und die Gastronomie am VM. Derzeit werden die Möglichkeiten der räumlichen und funktionalen Verbindung zwischen Handel, Gastronomie und Kultur zu wenig genutzt. Auf dem VM als Platz finden nur wenige Veranstaltungen statt.
- baulich-strukturelle Defizite, u.a. durch großflächig geschlossene Fassadenbereiche, vor allem bei den Gebäuden VM 12 (Volksbank) und VM14 (ehem. Scharr). Bei anderen Gebäuden erschwert die doppelseitige Orientierung der Erdgeschosszone die Nutzbarkeit der Gewerbefläche. Die Decke der Tiefgarage (TG) hat nur eine geringe Traglast. Die tatsächliche Nutzung des VM als Platz ist dadurch beschränkt. Das regelwidrige Befahren mit LKW führt zu einer weiteren Erosion der TG-Decke. Zudem gibt es Wasserschäden.

1.1.1 Verkehrlich-räumliche Situation (Anlieferung, Kurzzeitparken, Parkgebühren, etc.)

Anhänge

- A1.1a, A1.1.1

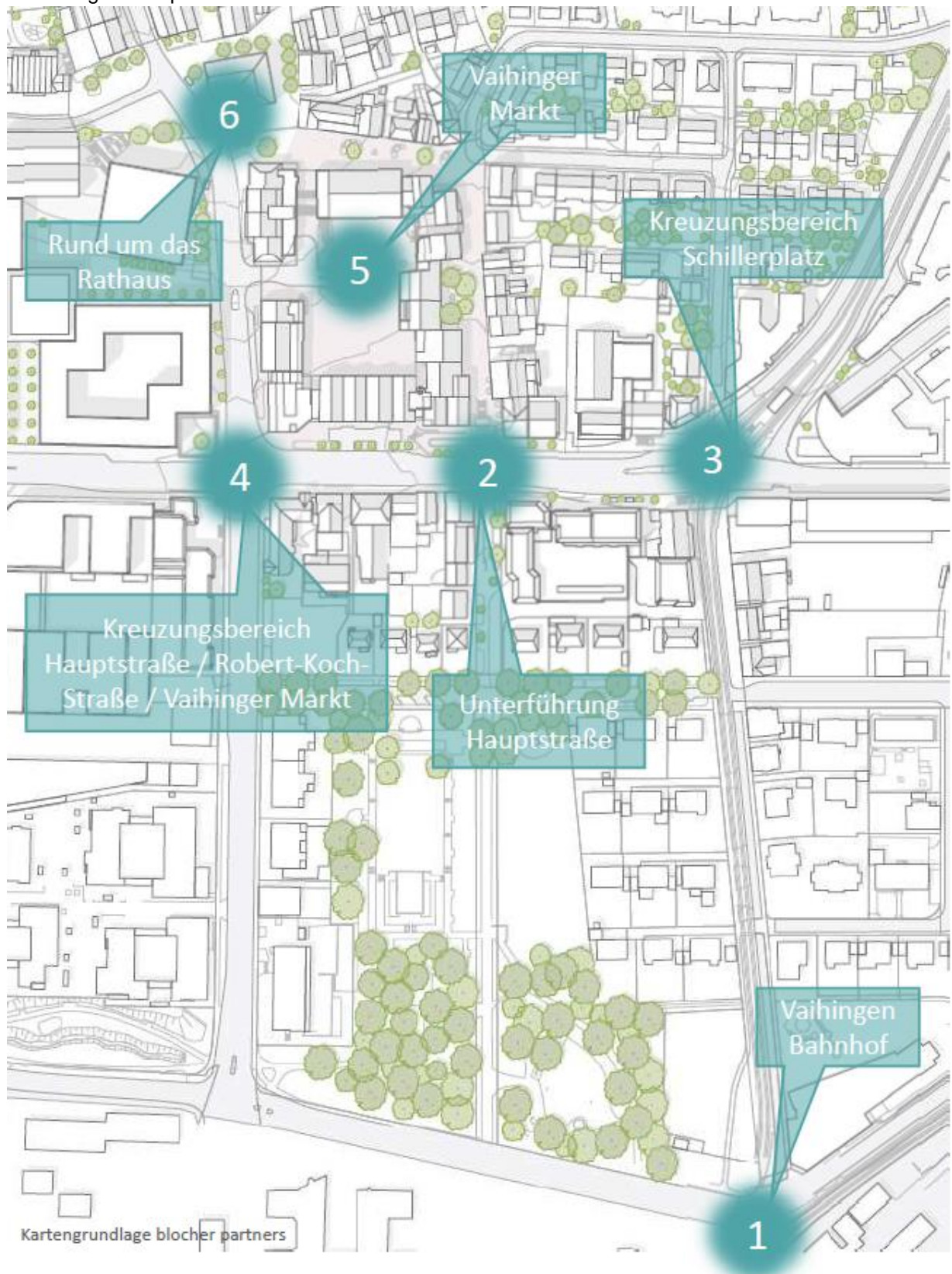
Analyseebenen

- Die verkehrlich-räumliche Situation kann auf verschiedenen räumlichen Ebenen analysiert werden.
- Üblich sind die Ebenen Makro-/Meso-/Mikrostandort (Makrostandort = Landeshauptstadt Stuttgart, Mesostandort = Stadtteil Vaihingen, Mikrostandort = Projektgebiet).
- Relevant ist für das Projekt die Analyse von Meso- und vor allem Mikrostandort.

Hotspots

- Hier wurden folgende sechs für die Erreichbarkeit besonders bedeutsame Bereiche (sog. „Hotspots der Erreichbarkeit“) identifiziert.

Abbildung 1: Hotspots der Erreichbarkeit



Quelle: BPG / SBM



1. Vaihingen Bahnhof (Bf.)

ÖPNV-Knotenpunkt mit S-Bahn-Linien S 1/2/3, Stadtbahnlinien U 1/3/8 und Bussen; Anbindung an das Stadtzentrum Stuttgarts, den Wirtschaftsstandort Böblingen / Sindelfingen und an den Flughafen, Regionalzughalt insbesondere für Pendlerverkehre geplant

2. Unterführung Hauptstraße

Nicht mehr zeitgemäß, benachteiligt Fußgänger und Radfahrer (Leitbild der autogerechten Stadt), barrierefreie bzw. -arme Durchwegung ist nicht gegeben, keine Sichtbeziehung zum VM, geringe Frequenz, Ladenleerstände beidseits der Unterführung, räumliche Barrierewirkung der Hauptstraße, Gestaltung nicht ansprechend, Akzeptanz gering

3. Kreuzungsbereich Schillerplatz

Wichtige Verkehrsdrehscheibe der Vaihinger Mitte (U1, Buslinien), MIV aber dominant, RegioRad-Station, keine stringente Radwegführung, komplexe Wegführung für Fußgänger, Unterführung wird nicht genutzt, wirkt verwaist. Unterführungsbereich wird als öffentlicher Raum videoüberwacht

4. Kreuzungsbereich Hauptstraße / Robert-Koch-Straße / Vaihinger Markt

Hohes Verkehrsaufkommen, Hauptstraße fungiert als offizielle Ausweichroute für Fernstraßen (A8, A831, B14), Fußgängerbereiche beidseits schmal, Radwegführung problematisch (da anteilige Zusammenführung mit Gehweg)

5. Vaihinger Markt (bezeichnet Straßen- und Platzraum, hier Bezug zum Platz (Innenhof))

Wird durch Tiefgaragenzufahrt geprägt, Lieferverkehr trotz Zeitbeschränkung ganztags präsent, da Anlieferung über den Platz erfolgt, Platz wird zum Parken von Kunden genutzt (auch für kurze Besorgungen in der SchwabenGalerie), Zugang von der Garage in die Häuser möglich (keine Frequentierung des Platzes), Bodenbelag uneinheitlich, Zugang über teils unattraktive Passagen, Radfahrer werden offiziell durch die Fußgängerzone geleitet

6. Rund um das Rathaus

Fragmentierter Bereich unterschiedlicher Aufenthaltsqualität, MIV bildet Barriere zum Platzteil in Richtung Feuerwache, auch hier Lieferverkehr

Wegeführung Bf - VM

Obwohl die Entfernung Bf Vaihingen - Vaihinger Markt (VM) nur ca. 500 m beträgt, ist die Wegführung nicht optimal:

- Keine ausreichende Beschilderung / kein Leitsystem für Fußgänger, widersprüchliche Beschilderung für Radfahrer
- Rampen / Unterführungen vom / zum Bahnhof
- Ungünstige Lage und Sichtbarkeit von Fußgängerampeln

Anlieferung

- Die Anlieferung der Ladeneinheiten erfolgt überwiegend über den VM oder die umgebende Fußgängerzone und durch den jeweiligen Ladeneingang. Durch die Lieferfahrzeuge entstehen Konflikte mit dem Fuß- und Radverkehr.

Frühere Analysen

- Die Dominanz des MIV und die dadurch geminderte Aufenthaltsqualität sowie die zahlreichen Querungsbarrieren werden in der Vorbereitenden Untersuchung (VU) zum Sanierungsgebiet aus dem Jahr 2016 dokumentiert.
- Das **Verkehrsentwicklungskonzept (VEK) 2030** aus dem Jahr 2014 verfolgt die Priorisierung des „Umweltverbundes“ und eine Abkehr von der autogerechten Stadt. Vorschläge für Vaihingen:
 - Reduzierung der Verkehrsbelastung, bei gleichzeitiger Erhöhung der Aufenthaltsqualität und Verbesserung der Erreichbarkeit (Konkret: Ausbau Carsharing & E-Mobilität, Optimierung Wegweisung, Parkleitsystem, Lückenschluss Hauptradrouten, Fahrradstraße Pfarrhausstraße, Regioradstationen am Rathaus und am Uni Campus, mehr Radparkplätze, Verkehrsüberwachung zugunsten freier Fahrradspuren, breitere Gehwege, Attraktivere



Gehwegbreiten, Entmischung Rad- und Fußgängerverkehr, Attraktivere Querungen mit Zebrastreifen und Mittelinseln).

- Bessere Anbindung Bf – VM und Aufwertung Bf.
- Bessere Anbindung Uni-Campus per Rad / Bus (Kundenpotenzial)
- Prüfung Seerosenstraße bzgl. Kapazität zur Entlastung der Robert-Leicht-Straße,
- Kurzzeitparkplätze werden als wichtig für den Handel eingestuft (dies deckt sich mit den Ergebnissen der qualitativen Interviews (vgl. 3.1.2.7) aber nicht mit den Ergebnissen der Haushaltsbefragung (vgl. 3.1.2.8)).
- Parkraummanagement für Vaihingen (wurde zwischenzeitlich eingeführt).
- Auch der Bericht zum Projekt Stadtteilzentren konkret bekräftigt die vorgenannten Punkte. Abweichend werden genannt
 - Parkplätze konzentrieren / keine Parkbuchten an der Hauptstraße
 - Umbau Arkadenbereiche in Schaufenster
 - Schaufenstergestaltung verbessern (Händler)

Qualitative Bewertung

- **ÖPNV:** sehr gute Erreichbarkeit mit Optimierungsbedarf bei der Fußwegführung und der Anbindung des Uni-Campus
- **Fußverkehr:** umständliche und unzeitgemäße Wegführung, deutliche Benachteiligung (ungenügende Gehwegbreiten, Mischverkehr mit Rad und Lieferverkehr etc.)
- **Radverkehr:** Komplizierte und nicht-intuitive Wegführung, die von den Radfahrenden ignoriert wird, unzureichende (Sichtbarkeit) Beschilderung und sowie keine qualitativ überzeugende Anbindung Uni (z.B. über Fahrradstraßen). Regioradstationen an wichtigen Quell- und Zielpunkten fehlen oder sind unterdimensioniert (Rathaus, Uni, VM, EKZ SG, Wohngebiete)
- **MIV:** Dominant. Straßennetz erfüllt teils Entlastungs-/Umleitungsfunktion für Bundesfernstraßen. Trotz vorhandener Tiefgaragen wird – oft regelwidrig und längere Zeit – auf dem VM geparkt.
- **Sharing-Angebote:**
 - Stationsgebundenes Carsharing von Stadtmobil (4 PKW/VM) und Flinkster (4 PKW/Bf.)
 - Free floating Carsharing: Share now (vorher Car2go) hat Vaihingen im Geschäftsgebiet
 - RegioRad: siehe Radverkehr

Gesamtbewertung

- Die Erreichbarkeit (alle Verkehrsmittel) und Stellplätze sind quantitativ kein limitierender Faktor. Es stehen quantitativ genügend PKW-Stellplätze in den Tiefgaragen VM und SchwabenGalerie zur Verfügung.
- Die Qualität der Verbindungen für Fußgänger und Radfahrer entspricht jedoch nicht den heutigen Anforderungen (siehe oben).
- Aufgrund des hohen (überörtlichen) Verkehrsaufkommens ist die Erreichbarkeit mit dem MIV zu Stoßzeiten eingeschränkt, so dass die subjektive Erreichbarkeit nicht gut ist.
- Die großen Straßen (Hauptstraße, Robert-Leicht-Straße) wirken als eine Barriere.



1.1.2 Bauliche und städtebauliche Situation öffentlicher Räume

Anhänge • A1.1b, A1.1.2

Ergebnisse

- Bei der Analyse der öffentlichen Räume wurden strukturelle Schwachpunkte vor allem im Kreuzungsbereich Hauptstraße / VM und Schillerplatz identifiziert.
- Die platzbildenden Stadträume Rathausplatz mitsamt seiner räumlichen Aufweitung in Richtung Feuerwehrgerätehaus/ EKZ Schwabengalerie, der Schwabenplatz an der oberen Schwabengalerie, der Innenhof Vaihinger Markt, die Aufweitung des VM an der Kreuzung Lombacher Straße / Lutzweg sowie der Platz am Hopfenbrünnele im mittleren Fußgängerbereich VM weisen unterschiedlich ausgeprägtes Potenzial zur Identitätsbildung und Ausformulierung qualitativer Aufenthaltsbereiche auf.
- Der Rathausplatz im Bereich des Rathauses, der westliche Vaihinger Markt inklusive Innenhof, der Kreuzungsbereich Vaihinger Markt – Hauptstraße, die Hauptstraße (L 1192) und der Schillerplatz als lokalräumliche Konfliktzonen stehen in direktem Zusammenhang mit der Raumorganisation des MIV und ruhenden Verkehrs. Darüber hinaus stellt die Doppelfunktion der Hauptstraße als Umleitungsstrecke / Ausweichroute der Autobahnen ein zentrales Problem hinsichtlich des auftretenden Verkehrsflusses dar. Der Bereich zwischen beiden Kreuzungen unterliegt dabei oftmals einem Verkehrsinfarkt und erhöht die verkehrstechnische Belastung der Hauptstraße und wirkt sich verschlechternd auf die Aufenthaltsqualität in der Ortsmitte aus.
- Die zweiseitige Ausrichtung der Gebäude ist schwierig in Bezug auf die Passanten- / Besucherfrequenzen.
- Als Frequenzträger unterschiedlicher Stärke wurden das Einkaufszentrum Schwabengalerie (EKZ SG), neun verschiedene Gastronomiebetriebe (Schnellrestaurant, Café, Restaurant/Vinothek am Rathausplatz; Café, Eiscafé, jeweils ein italienisches und asiatisches Restaurant und ein Bierlokal im Hofbereich VM, zwei Schnellrestaurants an der Hauptstraße) und insbesondere fünf Lebensmittelhändler (Metzgerei, ital. Feinkosthandel, Frischfisch- und Feinkosthandel, Obst- und Gemüsehandel am VM, Bäckerei-Café an der Hauptstraße), zwei Biomärkte, ein Tabakwarengeschäft, ein filialisierter Lebensmitteleinzelhandel, ein Drogist und sozialgesellschaftliche (Eitern-Kind-Treff) sowie gesellschaftskulturelle Einrichtungen (Stadtteilbibliothek, englischsprachiges Kino) ermittelt, die sich im gesamten Untersuchungsgebiet verteilen und so mögliche Kopplungsaktivitäten deutlich erschweren. Hierunter leidet insbesondere die Wahrnehmung des Stadtteilzentrums - einzelne Angebote und Frequenzen können nicht optimal erzeugt und gebunden werden
- Der allgemeine Zustand und das Erscheinungsbild des Bodenbelags am gesamten VM variiert qualitativ je nach Raumabschnitt (Wahrnehmung als Flickenteppich; wesentlicher Kritikpunkt vieler Gewerbetreibender und der lokalen Bevölkerung).
- Die vernetzenden Freiraumstrukturen des urbanen Raumes unterscheiden sich ebenso in ihrer Qualität und Optik. Der Rathausplatz wird dabei insbes. zu Markttagen (Mi+Sa) als qualitativvoller, stadträumlich atmosphärischer Aufenthaltsort angesehen, wohingegen die gegenüberliegenden, durch die Straße separierten Teile des Platzes nur bedingte Raumqualitäten aufweisen bzw. kein raumbespielendes Programm offerieren. Der an den Rathausplatz angebundene Schwabenplatz, im oberen Eingangsbereich des EKZ SG, weist hingegen formale Gestaltungselemente auf, wird jedoch nur anteilig mit stadtraumaktivierenden Nutzungen bespielt. Aufgrund seiner nicht am menschlichen Maß orientierten Raumgestaltung wird er von den Bürgern nur in geringem Maße zum Aufenthalt in Erwägung gezogen. Dieser Effekt wird durch die verschlossen wirkende, stringente Fassadengestaltung der angrenzenden Baukörper negativ unterstützt.
- Aufgrund seines mangelbehafteten IST-Zustandes ist der Innenhof VM in seiner Gestaltungskonzeption und regulären Funktionalität nur wenig attraktiv, wird jedoch temporär als zusätzliche Veranstaltungsfläche und Stadtbühne in Verwendung gezogen. Darüber hinaus bespielen lokale



Gastronomiebetriebe einzelne Teilbereiche der Platzfläche. Wegen des lokalen Mangels an qualitativen, räumlich am menschlichen Maß orientierten Stadträumen und Angeboten erlangt der Hofbereich im Zusammenhang der Außengastronomieflächen einen höheren Stellwert innerhalb der Bevölkerung.

- Die Fußgängerbereiche zwischen Rathausplatz, VM und Bahnhof weisen Potential zur Weiterentwicklung auf. Aufgrund des schlechten, schadhafte Straßen- und Wegebelages sowie dem Möblierungs- und Pflanzkonzept offeriert dieser Raum allerdings nur mäßige Aufenthaltsqualität und fungiert mehr in informeller Position eines Durchgangsortes mit negativen Auswirkungen auf die dort angrenzenden Gewerbefunktionen.
- In weiterer Verbindung zum Stadtpark wird die Wegeverbindung durch tangierende Straßen- und Zufahrtsbereiche unterbrochen und schafft keine Durchgängigkeit innerhalb der unterschiedlichen Stadträume. Die Parkanlage verfügt indes über eine hohe freiräumliche Qualität, die aufgrund ihres derzeitigen Zustandes das Potenzial zu einer Verbesserung des Freizeitwertes und Gestaltungskonzeptes offenhält.

1.1.3 Kulturell-gesellschaftliche Angebote

Anhänge

- A1.1b, A1.1.3

Ergebnisse

- Kulturell-gesellschaftliche Angebote reichen von administrativen (Rathaus) über religiöse (Freikirche, Moschee) bis hin zu multifunktionalen Veranstaltungsräumen (Stadtteilbibliothek und Häussler Bürgerforum).
- Diese Einrichtungen liegen etwas konzentrierter als Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen, wenngleich hier die Kopplungseffekte aufgrund der oft eingeschränkteren Öffnungszeiten und Kundenfrequenzen in vielen Fällen nicht so entscheidend sind.
- Die Stadtteilbibliothek stellt einen wichtigen kulturell-gesellschaftlichen Anker auf dem VM dar und gewinnt gerade in Zeiten der Digitalisierung als Aufenthalts- und Lernort nachweislich an Bedeutung. Hier liegen Potenziale in einer besseren Interaktion zum Platzbereich (Eingang zum VM), z. B. auch in Form eines Lesegartens.
- Die Alte Kelter und das Häussler-Bürgerforum haben wenig Verbindung zum VM. Insbesondere das Bürgerforum sollte intensiver eingebunden werden. Dieses weist jedoch im gegenwärtigen Zustand bauphysikalische und gebäudetechnische Mängel auf, die eine intensivere Nutzbarkeit einschränken und die dortige Aufenthaltsqualität mindern [*Grundlage Vorortbegehung, Nutzerinterview mit lokalem Vereinsmitglied (leitend)*]

Aufgrund des hohen Glasanteils in der nach Osten / Südosten gerichteten Fassade kommt es besonders in den Sommermonaten zu einer Überhitzung des Innenraumes, die sich neben dem vorangestellten, offenen Zwischenraum (Foyer, Erschließungsflur) auch auf die eigentlichen Haupträumlichkeiten auswirkt.

Des Weiteren sind die Multifunktionsräume funktionell nicht optimal für alle Nutzungsmöglichkeiten konzipiert worden. Aufgrund ihrer Ausstattung und Geometrie sind die Räume gemäß Nutzeraussage aus akustischen Aspekten heraus schwierig bespielbar, da es u.a. bei Veranstaltungen und Proben lokaler Musikgruppen zur deutlichen Beeinträchtigung der Klangqualität kommt. Zudem kommt es durch eine defizitärere Funktionalität der elektronischen Gebäudetechnik häufig zu weiteren Einschränkungen der generellen Nutzbarkeit des Gebäudes selbst.

Aus dem lokalen Raummangel heraus werden die Räumlichkeiten dennoch genutzt, jedoch ungerne von den Nutzergruppen als primäre Adresse z.B. für Veranstaltungen, Proben oder Unterrichtsstunden in Erwägung gezogen. Problematisch für die einzelnen Nutzergruppen sind zudem

das Fehlen eines festen Ansprechpartners und die wechselnde Zuständigkeit innerhalb der Eigentümerebene.

- Das Vaihinger Zentrum inkl. des VM selbst wird nur vereinzelt und temporär für Veranstaltungen genutzt, hier liegen Potenziale für attraktive, im regelmäßigen Turnus stattfindende Veranstaltungen.

1.1.4 Baulicher Zustand inkl. Tiefgarage (TG)

Anhänge

- A1.1b, A1.1.4

Ergebnisse

- Baulich-strukturelle Defizite zeigen v.a. die Gebäude VM 12 und 14, die Unterführung der Hauptstraße sowie die passagenartigen Durchgänge zum VM.
- Insbesondere die fast vollständig geschlossenen Fassaden im Bereich der Erdgeschosszonen schränken die Nutzbarkeit der Gebäude stark ein. Die zweiseitige Ausrichtung vieler Gebäude am Vaihinger Markt ist schwierig in Bezug auf die generierbaren Flächenzuschnitte bzw. die Flächennutzungen (zwei Vorderseiten).
- Zur Attraktivierung der Passagen könnte im Rahmen kleinstruktureller Handlungsmaßnahmen ein künstlerisches Konzept oder ein adäquates Beleuchtungsdesign entwickelt werden, das zur Verbesserung der derzeitigen Situation führen würde.
- Ein einheitliches, hochwertiges und modernes Beschilderungskonzept existiert nicht. Hinweisschilder wirken teils zufällig platziert (vgl. Abbildung 2). Hier könnte ein klar ausgebildetes Beschilderungskonzept zu einer deutlichen Aufwertung führen.
- Tiefgarage (TG): siehe 1.1.6

Abbildung 2: Unattraktive Zugänge zum VM



Quelle: BBE

1.1.5 Ebenenplan und Eigentumsverhältnisse

Anhänge

- A1.1c

Ergebnisse

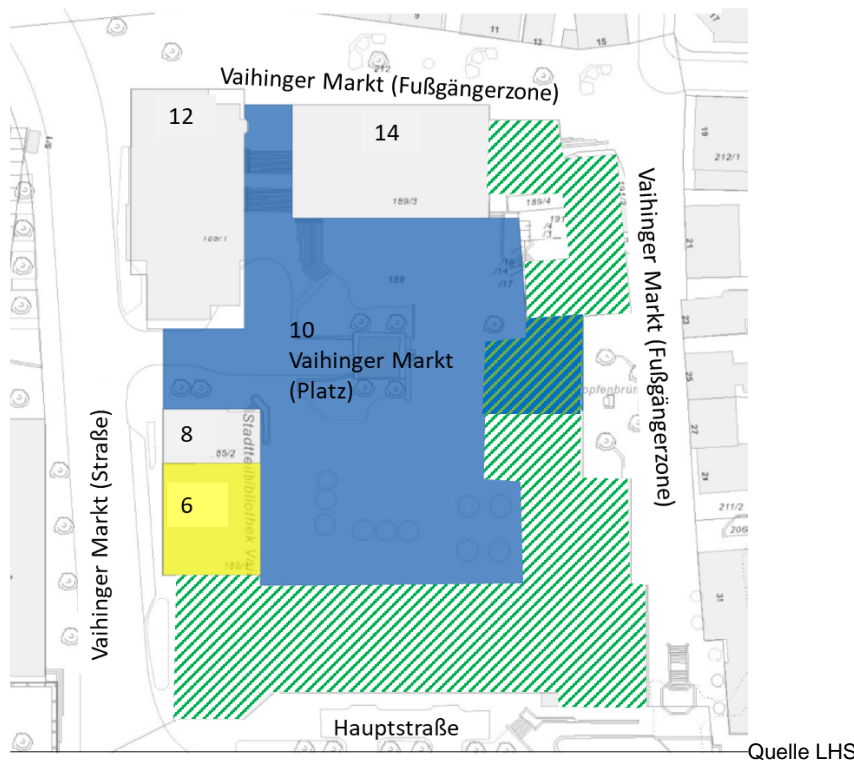
- Der Ebenenplan zeigt durch Überlagerung der verschiedenen Grundrissebenen und Hauptnutzungen des Erdgeschosses einen räumlich-funktionalen Überblick der raumwirksamen Nutzungen zum VM und Rathausplatz.

Die Eigentümerstruktur rund um den Platzbereich des Vaihinger Markts ist heterogen: Auf der Süd- und Ostseite überwiegen kleinteilige Eigentumsverhältnisse, darunter auch ein Gebäude auf einem städtischen Grundstück, für das ein Erbbaurecht vergeben wurde. Fast über die gesamte Platzfläche

besitzt die Stadt ein zeitlich unbegrenztes Erbbaurecht, das sie ihrerseits zu großen Teilen für den Bau und Betrieb der Tiefgarage mit einer zeitlichen Befristung als Untererbaurecht vergeben hat. Der Unterhalt für die Platzoberfläche liegt bei der Stadt und für die Tiefgarage beim Untererbauberechtigten. Die zahlreichen Eigentümer dieser Erbbaurechtsfläche haben keinen Nutzwert.

Besitz- und Eigentumsverhältnisse

blau	Erbbaurecht zugunsten der Stadt
gelb	Städtisches Eigentum
gestreift	Kleinteilige Eigentumsverhältnisse



1.1.6 Funktionalität und bauliche Bedingungen der Tiefgarage

- | | |
|-------------------|---|
| Anhänge | <ul style="list-style-type: none"> • V1.1.6 |
| Methodik | <ul style="list-style-type: none"> • Ortsbegehung mit Herrn Hüttner (Baubezirksleiter Tiefbauamt LHS, Dienststelle Filder) |
| Ergebnisse | <ul style="list-style-type: none"> • Die Tiefgarage erstreckt sich insgesamt über 3 Ebenen, wobei von beiden fußläufigen Vertikalerschließungen nur eine mit einem Aufzug ausgestattet ist, so dass keine barrierefreie und zeitgemäße Erschließung gewährleistet ist. • Die Stellplatzbreiten von 2,35 m sind unter heutigen Gesichtspunkten deutlich zu schmal und nicht komfortabel. • Die Struktur ist für eine öffentliche Tiefgarage nicht optimal, da auf allen Ebenen sehr viele Sackgassen vorhanden sind, die zu einem unnötigen Rangierverkehr führen und einen bequemen Parkvorgang verhindern. • Gefahr durch Materialabtragung (Erosion) - bedingt durch informelle Befahrung und Parkierung des Innenhofes sowie der umliegenden Belagsflächen. Über Erosion Gefahr durch ins Bauteil eindringendes Wasser (kann im späteren Verlauf die Korrosion der Stahlbauteile bedingen und die Tragfähigkeit der TG-Decke und der darunterliegenden Konstruktion reduzieren). Belagsflächen |



werden nur provisorisch ausgebessert (Asphalt), hoher Instandhaltungsaufwand aufgrund regelmäßig wiederkehrender Schadensereignisse.

- Geringe Deckenstärke → wenig belastbar (Überdeckelung besitzt einen Aufbau von ca. 30-40 cm). Die verwendeten Lkw sind teils zu schwer für die TG und Oberflächen des VM und es ist unzulässig diese damit zu befahren (teilweise Anlieferung über Lkw mit 40 t Gesamtgewicht).
- Strukturelle Mängel der Entwässerung (z.B. Gefahr von Wassereinbruch bei Starkregenereignissen, durch Anschluss der Pflanztröge an Entwässerungssystem kommt es zu Verstopfungen (Erdreich) im Entwässerungssystem der TG, der Pavillon auf dem TG-Zufahrtbereich ist nicht entwässert, Wasser bleibt bis zum Verdunsten auf der Oberfläche stehen).
- Der bauliche IST-Zustand der Tiefgarage sollte insbesondere aufgrund ihres Alters über entsprechende Fachplaner hinsichtlich baukonstruktiver und statischer Gesichtspunkte überprüft werden. Ein Neuaufbau / eine Erneuerung der Überdeckelung auch im Zusammenhang des Gesamtaufbaus könnte als erste Maßnahme bereits aufgetretene Schadstellen sichern und weiteres Eindringen von Fremdstoffen abmildern. Ein hierdurch entstehender Höhenunterschied könnte möglicherweise über das Platzniveau austariert werden. Gegebenenfalls können darüber hinaus statische Ertüchtigungsmaßnahmen erforderlich werden.

Anzunehmen ist jedoch, dass auf allen Deckenplatten die oberste Deckschicht (befahrene Oberfläche) je nach Aufbau aufgrund von Umwelteinflüssen, mglw. eingedrungenem Wasser und materialbedingter Abtragung erneuert werden muss. Genauere Aussagen im Bezug zum notwendigen Aufbau können erst nach fachlicher Begutachtung erfolgen. Gegebenenfalls wird es zudem erforderlich werden, die Bauteilabdichtung zu erneuern und diese im Bereich tragender Bauteile ergänzend weiterzuführen.

1.2 Wirtschaftliche Analyse (EH / Gastronomie / relevante DL) des VM und Umgebung

ZUSAMMENFASSUNG von 1.2

Die wirtschaftliche Analyse basiert vor allem auf Vor-Ort-Erhebungen inkl. qualitativer Experteninterviews mit Gewerbetreibenden und einer Haushaltsbefragung.

Im Ergebnis zeigt sich:

- Die Versorgungsbedeutung der Vaihinger Mitte entspricht der Funktion als Stadtteilzentrum. Dementsprechend gibt es eine hohe Kundenbindung der Wohnbevölkerung im Einzugsbereich.
- Kunden aus umliegenden Stadtteilen oder Gemeinden können vor allem als Berufspendler gewonnen werden. Aufgrund der hohen / zunehmenden Arbeitsplatzdichte in Vaihingen ist dies eine Stärke, die es zu nutzen gilt. Die Aktivierung der Studierenden des nahegelegenen Campus der Universität als Kunden gelingt noch nicht ausreichend, da die für Studierende attraktiven Angebote teils auf dem Campus selbst, teils andernorts in vergleichbarer Nähe vorhanden sind. Eine Marketingaktion der Gewerbetreibenden am VM mit besonderen Angeboten für Studierende wurde wieder eingestellt.
- Die Kundenfrequenz in der Vaihinger Mitte wird wesentlich durch Anbieter im Bereich Lebensmittel- und Drogeriewaren getragen (Kaufland, Aldi, Edeka, Vitalia, denns, dm, Drogeriemarkt Müller).
- Durch die Digitalisierung und den Online-Handel stehen alle Einzelhandelslagen vor Herausforderungen. Stadtteillagen sind davon tendenziell stärker betroffen als Stadtzentren. Zur Sicherung und Stärkung der Kundenfrequenzen und der Versorgungsfunktion ist zu empfehlen die Kopplungseffekte – hier in der Vaihinger Mitte – zu optimieren.



- Zukünftig ist davon auszugehen, dass es trotz der steigenden Nachfrage einer wachsenden Bevölkerung nicht zu wachsenden Umsätzen im Einzelhandel im Stadtteilzentrum VM kommt. Dies liegt am verstärkten Wettbewerb in anderen Lagen (neue Lebensmittelmärkte) und den steigenden Online-Marktanteilen (auch bei Lebensmitteln). Daher ist ohne Gegenmaßnahmen eher eine Stagnation oder Abnahme der Anziehungskraft des Stadtteilzentrums zu erwarten.
- Die aktuelle Aufstellung der Läden rund um den Vaihinger Markt deckt im Bereich Lebensmittel (LEH) die Kundenbedürfnisse ab. Es werden mit einem mehrfach ausgezeichneten Edeka-Markt, einem Bio-Markt einem Kaufland und Aldi im EKZ SG und ergänzenden Fachgeschäften alle Waren des kurzfristigen periodischen Bedarfs in verschiedenen Preis- und Qualitätslagen angeboten.
- Die Lage der einzelnen Geschäfte (auch zueinander) und die Immobilien entsprechen dagegen nicht den aktuellen und künftig zu erwartenden Kundenbedürfnissen. So ist der Edeka im Untergeschoss für die Kunden nicht bequem zu erreichen und Kopplungskäufe mit dem Discounter in der SchwabenGalerie oder dem Biomarkt an der Robert-Koch-Straße sind aufgrund der Entfernung bzw. unattraktiven Wegeverbindung erschwert.
- Der LEH – und damit der entscheidende Frequenzbringer – ist vor diesem Hintergrund potenziell anfällig für neuen Wettbewerb: Die Frequenzträgerfunktion wird aktuell durch die Abwesenheit von LEH in den Vaihinger Wohngebieten gestärkt. Sofern / Sobald dort Wettbewerb (z.B. kleine Bio- oder Supermärkte, Abholstationen oder Online-Lieferdienste) stärker werden, ist mit sinkender Frequenz am VM zu rechnen.
- Der restliche größere Einzelhandel rund um den VM (z.B. Drogeriemarkt Müller, MediaMarkt, Modemarkt Röther, Intersport, früher Deichmann) entspricht unterer bis durchschnittlicher Positionierung und steht damit eigentlich in Widerspruch zur hohen Kaufkraft in Vaihingen. Diese Anbieter sind durchweg sehr anfällig für den Wettbewerb durch Online-Handel (vgl. Schließung der Deichmann-Filiale, MediaMarkt hat bundesweit Probleme sich neu zu positionieren, viele Fachgeschäfte finden schwer Nachfolger).
- Kleine Geschäfte sind mit Ausnahme von Sonderfällen abhängig von den großen Frequenzträgern. Frequenzträger können neben Handel & Gastronomie auch Ärzte (→ Apotheke, Optiker), öffentliche Einrichtungen (Rathaus, Bibliothek) und kulturelle Angebote sein. Diese werden den Einzelhandel aber hinsichtlich der gleichmäßigen Frequenzwirkung über den ganzen Tag (vgl. Öffnungszeiten LEH) und der Zahl der Menschen nicht ersetzen. Außerdem nimmt im Bereich Verwaltung (e-Government) und langfristig auch bei Ärzten (Telemedizin) die Frequenz ebenfalls ab.
- Die vorhandenen Institutionen leisten einen engagierten Beitrag für die Sicherung und Stärkung der Vaihinger Mitte und insbesondere des VM. Es wäre wünschenswert diese Aktivitäten noch effektiver untereinander und mit weiteren lokalen Akteuren (z.B. studentischen Initiativen) zu vernetzen. Es fällt auf, dass es eine Vielzahl von Aktivitäten gibt. Für den Endkunden fällt es schwer alle Aktivitäten zu überblicken, da z.B. auch eine Vielzahl von Internetauftritten existiert. Ein Quartiersmanagement könnte hier unterstützen.

1.2.1 Angebotsstruktur und Flächenbestand

- Anhänge**
- A1.2.1
- Analyseebenen**
- Durchgeführt wurden eine Makro- und Mikrostandortanalyse mit Vollerhebung des Bestandes und eine Analyse wesentlicher potenzieller Wettbewerbsstandorte.
 - Der Bestand wurde nach verschiedenen Kriterien erhoben.
- Qualitätsniveau**
- Das Qualitätsniveau der Anbieter im Untersuchungsgebiet variiert erwartungsgemäß. Zum Erhebungszeitpunkt stachen die filialisierten Anbieter von Lebensmittel und Drogeriewaren positiv hervor (wenngleich deren Immobilien teilweise Defizite aufweisen).
 - Neben den Filialisten gibt es einige qualitativ herausragende Anbieter (z.B. die Metzgerei Bienzle, oder die Apotheke am Markt). Auch der inhabergeführte (im Gegensatz zu einem von der Zentrale geführten Regiebetrieb) Edeka Markt Baisch sticht positiv hervor.



- Die Situation im Gebäude VM 14 war zum Erhebungszeitpunkt durch die Erweiterung des Cafés in positiver Veränderung.
- Innerhalb des EKZ SG variiert das Qualitätsniveau stark, was zur breiten Aufstellung passt (vgl. qualitative Interviews) und nicht als negativ zu werten ist.
- Eine eindeutige Profilierung des Standortes wird so jedoch nicht erreicht (vgl. 1.2.3). Der Standort spricht außerhalb des Lebensmittelhandels bzw. Zielkaufs vor allem Kunden an, die in der Nähe wohnen oder arbeiten. Zielkundschaft kann nur in sehr eingeschränktem Umfang angezogen werden.

Erscheinung

- Das Erscheinungsbild der Einzelhändler rund um den VM ist durchwachsen. Einige Händler bieten ein Erscheinungsbild, das der Lage, der Funktion und den potenziellen Kundenerwartungen entspricht (z.B. Metzgerei Bienzle, Apotheke am Markt, Ristorante Marcellino). Andere Geschäfte verfügen über keine attraktiven, stadtraumaktivierenden Fassaden. Zum Erhebungszeitpunkt war diesbezüglich vor allem das Gebäude VM 14 negativ aufgefallen, in dem Lagerräume (Self-Storage) untergebracht sind (die an der Fassade auch beworben werden).

Schaufenster

- Bei der Schaufenstergestaltung zeigen sich durchgehend keine Highlights. Mit einer Ausnahme haben alle erhobenen Läden rund um den VM maximal durchschnittliches Gestaltungsniveau. Etlliche der baulich vorhandenen Schaufenster werden nicht werblich genutzt oder sind verklebt.

Wettbewerbsfähigkeit

- Der Wettbewerbsdruck am VM durch andere Einkaufsorte (stationärer Handel) ist vergleichsweise gering (vgl. quantitative Kundenbefragung).
- Ein Großteil der Anbieter rund um den VM wird als zukünftig nicht mehr wettbewerbsfähig und sehr anfällig für Konkurrenz aus dem Online-Handel eingeschätzt. Dies zeigt sich teilweise am Erscheinungsbild, teilweise an der Tatsache, dass immer wieder Anbieter mangels Betriebsnachfolger aus dem Markt ausscheiden.

Wettbewerber

- Als potenziell starker Wettbewerber wurde das Stadtzentrum von Stuttgart (in der quantitativen Kundenbefragung bestätigt) ermittelt.
- Weitere potenzielle Wettbewerber sind insbesondere das Breuninger Land in Sindelfingen und die Mercaden in Böblingen. Hier wurde in der quantitativen Befragung deutlich, dass diese aufgrund Entfernung und Verkehrssituation für die Kunden in Vaihingen aber nicht die erwartbare Rolle spielen.
- Der seit dem Jahr 2008 zu beobachtende Trend der Lebensmittelfilialisten sich wieder verstärkt an wohnortnahen Standorten anzusiedeln, bringt die Gefahr neuer Wettbewerber in Wohngebietslagen von Vaihingen mit sich. Diese grundsätzlich positive Entwicklung würde die Frequenz im Vaihinger Zentrum verringern.
- Darüber hinaus ist der Onlinehandel (perspektivisch auch mit Lebensmitteln) als erstarkender Wettbewerber zu sehen.

1.2.2 Frequentierung und Wegebeziehungen

Anhänge

- Vgl. A1.1a, A1.1b

Fazit

- Die Fußgängerzone ist grundsätzlich als positiv zu bewerten und geeignet eine hohe Aufenthaltsqualität zu gewährleisten, allerdings führt die hohe Verkehrsbelastung auf der Hauptstraße dazu, dass die Kunden wenig Anreiz haben Erledigungen auf beiden Straßenseiten zu verbinden (Kopplungen). Die vorhandene Unterführung hilft nicht Kopplungen zu unterstützen, weil die Wegeführung als umständlich und unattraktiv wahrgenommen wird.



- Die vielfältigen Möglichkeiten Ziele auf unterschiedlichen Wegen zu erreichen sind zunächst positiv. So gibt es z. B. grundsätzlich mehrere Verknüpfungen zwischen dem VM und der Schwaben-Galerie. Dies führt jedoch dazu, dass sich die Frequenz verteilt und überall nur mittlere Werte erreicht. So lassen sich Angebote, die eine hohe Frequenz benötigen, nicht ansiedeln.
- Die Wegeführung und die Feinerschließung (z.B. Zugang von der Tiefgarage des VM direkt in die Gebäude) tragen nicht zu einer Frequentierung der öffentlichen Räume bei.
- Die Wegebeziehungen sind in der Qualität unterschiedlich, entsprechen insgesamt aber nicht den zeitgemäßen Anforderungen (vgl. Gehwegbreiten, (Verkehrs-) Barrieren, Mischverkehr Rad / Fußgänger).
- Die subjektiv zu weiten Entfernungen zwischen natürlichen Kopplungspartnern laden nicht zu Kopplungen ein. Die Frequentierung des inneren VM wird nicht gestärkt. Beispielhaft lässt sich dies an der defizitären Verbindung von VM und SchwabenGalerie auf Höhe von Intersport Laich (VM 8) erkennen, wo die Tiefgaragen-Zufahrt tief in den Platz einschneidet und die Wegeverbindung stört. Ein anderes Beispiel ist die Lage des Bio-Marktes, die einen Kopplungskauf mit Edeka, Müller oder Aldi schwierig macht. Zwischen Edeka und Müller und Kaufland, Aldi und DM bestehen dagegen gute Kopplungsmöglichkeiten.

1.2.3 Angebotsniveau

Anhänge

- A1.2.1

Fazit

- Wie unter 1.2.1 dargestellt variiert das Niveau des Angebots stark, so dass keine eindeutige Positionierung erkennbar wird, die eine bestimmte Kundengruppe ansprechen könnte.
- Dies ist für die größeren, filialisierten Betriebe unproblematisch. Hier können Anbieter mit einem Schwerpunkt im preislich unteren Segment wie Aldi gut neben Anbietern wie Edeka oder einem Biomarkt existieren. Die Kundengruppen überschneiden sich aufgrund des Einkaufsverhaltens der Kunden im Bereich Lebensmittel dennoch.
- In anderen Branchen ist das unterschiedliche Angebotsniveau weniger vorteilhaft. So ist es für Fachgeschäfte schwierig, die Breite an Preislagen und Bedürfnissen abzudecken. Fachgeschäfte können von einer klaren Positionierung einer Einkaufslage profitieren (z. B. höherpreisige Boutique, hochwertiger Optiker, auf Läufer spezialisierter Sportladen), zu der auch die passende Gastronomie gehört.

1.2.4 Ausprägung des Angebots

Anhänge

- A1.2.1

Fazit

- Die Ausprägung des Angebots lässt sich als bi-polar beschreiben. Es existieren einerseits kleine Fachgeschäfte, andererseits größere Filialbetriebe unterschiedlicher Ausprägung. Dabei schwankt zusätzlich die Angebotsqualität (vgl. 1.2.3).
- Durch das historisch gewachsene Nebeneinander von VM und SchwabenGalerie und ist die Anordnung der unterschiedlichen Anbieter aus Handel, Dienstleistungen und Gastronomie eher zufällig. Eine aus einer Hand geplante Flächenstrategie gibt es im Einkaufszentrum SchwabenGalerie. In der restlichen Vaihinger Mitte und am VM selbst verteilen sich die Nutzungen ohne, dass eine geplante und logische Zuordnung von Frequenzbringern / Ankerbetrieben und Frequenznutzern erkennbar wird.



1.2.5 Einzelhandelsrelevante Aktivitäten

- Anhänge**
- A1.2.1
 - Die Gewerbetreibenden Vaihingens treffen sich zu einem Jour fixe mehrmals im Jahr auf Einladung der Abteilung Wirtschaftsförderung der LHS an wechselnden Orten.
 - Die Gewerbetreibenden sind vor allem im Verbund Vaihinger Fachgeschäfte (VVF) und im Bund der Selbstständigen (BdS) organisiert. Das Centermanagement (CM) des EKZ SG vertritt die Mieter im EKZ und engagiert sich ebenfalls vor Ort.
 - Relevante Veranstaltungen des VVF sind vor allem der Vaihinger Frühling (April), Vaihinger Herbst (September) und der Weihnachtsmarkt (November/Dezember). Neu aufgenommen wurden eher gastronomisch ausgerichtete Abendmärkte, die infolge der Covid-19-Einschränkungen aber noch nicht stattfinden konnten.
 - Der Verein Kultur am Kelterberg wird als relevant für die Stärkung der Vernetzung von Kultur und Gewerbe zur Stärkung des Zentrums und des VM erkannt.

1.2.6 Stadträumlich-funktionale Wirkung der EG-Flächen

- Anhänge**
- A1.1b (Abschnitt 1.1.4.2)
- Fazit**
- Viele Mieter können die doppelseitige Bespielung der zweiseitig orientierten EG-Zone programmatisch nicht leisten. Dies führt zum Teil zur direkten, rein funktionalen Rückseitenausbildung zum öffentlichen Raum des VM und angrenzender Passagen.
 - Teilweise orientieren sich vor allem gastronomische Betriebe wie bspw. das *Vaihinger Marktstüble* oder das *Café am Markt* ausschließlich zum Innenhof – hierbei fokussiert sich das Bewirtschaftungskonzept vermehrt auf die Nutzung von Außenflächen, innenliegende Gasträume werden zwar angeboten, weisen teilweise jedoch in der Anzahl verminderte Aufenthaltsmöglichkeiten auf.
 - Andere, zum Platz ausgerichtete, Nutzungseinheiten besitzen wiederum keine raumwirksame Aktivierung der Erdgeschossenebene und verhalten sich dem öffentlichen Raum gegenüber sehr introvertiert (nahezu vollständige Fassadenbeklebung oder nur anteilige Einsicht).
 - Die auf dem VM ausgebildeten Außengastronomieflächen werden anteilig durch gebäudespezifische Versorgungs- und Anlieferungsbereiche und informelle Parkierungsflächen flankiert, dies führt platzseitig zu einer verminderten Aufenthaltsqualität.
 - Einige Ladeneinheiten zeigen eine allgemein als Fehlbelegung wahrgenommene Nutzung (z.B. Immobilienbüro, Versicherungsagentur).

1.2.7 Qualitative Tiefeninterviews

- Anhänge** Die Gesprächsinhalte werden vertraulich behandelt und deshalb nur zusammenfassend dargestellt. Entsprechend gibt es hierzu keine Anhänge.
- Methodik** Im Rahmen des Projektes wurden im Zeitraum 06.06.2019 bis 24.07.2020 zehn qualitative Tiefeninterviews mit lokalen Akteuren (Kaufleuten, Inhaber von Läden und Gastronomiebetrieben, Centermanagement, Expansionsmitarbeiter) durchgeführt.
- Ergebnisse** **Kaufleute / Inhaber von Läden und Gastronomie (oft alteingesessen) / Expansionsmanager**
- Kunden kommen v.a. aus dem Stadtteil und nur vereinzelt aus angrenzenden Stadtteilen (Ausnahmen wie die Eisdielen und Metzgerei bestätigen die Regel).
 - Manche Kaufleute berichten von Umsatzzuwächsen, teils allerdings auch aufgrund des Marktausscheidens von Wettbewerbern, andere von Umsatzstagnation.



- Zum Thema Parken und Autoerreichbarkeit gehen die Meinungen zum Ist- und Soll-Zustand auseinander. Einige sehen, dass die Kunden am VM nicht (mehr) bereit sind in die Tiefgarage zu fahren, auch weil dafür nicht genügend attraktive Geschäfte da seien. In der SG ist dies anders.
- Die Aufenthaltsqualität ist für einige ein wesentlicher Faktor. Hier wird teils ein Zielkonflikt zum Parken gesehen. Für einige fehlen Fahrradstellplätze.
- Etliche Gesprächspartner beschreiben die Angebote im Vaihinger Zentrum insgesamt als zu dispers verteilt und regen eine Konzentration an oder betonen die Bedeutung von Kopplungseffekten. Einige – insbesondere auch wichtige Frequenzbringer – sind konkret interessiert umzuziehen, um ihre Sichtbarkeit zu steigern, Kopplungseffekte zu optimieren oder Kundenfrequenzen zu erhöhen.
- Der Straßen- und Wegeraum wird als unattraktiv beschrieben und als dringendes Handlungsfeld definiert.
- Die Verbindung SG und VM wird nach Ansicht der Interviewpartner von allen Seiten gefördert, funktioniert aber dennoch nicht zufriedenstellend. Shared-space-Konzepte werden erwähnt.
- Die Optik des öffentlichen Raums und der Ladenlokale / Gastronomie am VM entspricht oft nicht der Kundenklientel / Kaufkraft. Es fehlt Abendgastronomie und ein authentisches Wirtshaus.
- Die Anbindung der Universität an den VM wird als wichtig angesehen.
- Die Bedeutung der Gastronomie und von Arztpraxen für die Frequenz wird betont.
- Leider schließen viele Geschäfte aus Altersgründen ohne Nachfolger.

Centermanagement der SchwabenGalerie (EKZ SG)

- Center wird übereinstimmend mit den Analyseergebnissen als breit aufgestellter Nahversorger für die Bewohner im 20 PKW-Minuten-Radius (50 % PKW-Anteil) mit den drei Säulen
 1. Nahversorgung (periodischer Bedarf, hier v.a. Lebensmittel),
 2. Nah-/Grundversorgung z.B. mit Textilien etc. und
 3. Dienstleistungen (z.B. Friseur, Gastronomie) gesehen.
- Die SG ist in den lokalen Vereinen (BdS, VVF) engagiert und sieht Kopplungspotenziale zwischen SG und VM.
- Es fehlt ein zur SG vergleichbarer Magnet auf der anderen Seite (Schillerplatz), so dass die Frequenz nicht optimal ist. An der Hauptstraße wird daher die Vermietung als schwierig eingeschätzt.

Ziele: Kundenfrequenz weiter erhöhen, zuziehende Neubürger binden, Aufenthaltsdauer steigern

Fazit Für viele Händler ist die Situation am VM noch gut, aber nur wenige erwarten eine positive Entwicklung. Die (altersbedingte) Erosion von Angeboten (mangels Nachfolgern), der zunehmende Online-Handel und mangelnde Gesamtattraktivität (Angebotsniveau, Branchenmix) bereiten vielen Befragten Sorgen. Die Einschätzung passt zu den Aussagen aus der Kundenbefragung (vgl. 3.1.1.13).

1.2.8 Quantitative Onlinebefragung

Anhänge Im Rahmen des Projektes wurde im Mai 2019 eine Online-Befragung durchgeführt, an der 651 Personen teilnahmen (Detailergebnisse im Anhang A1.2.8).

Schlussfolgerungen

- **Überraschend hohe Kundenbindung:** Die Befragten kaufen sowohl im kurzfristigen täglichen Bedarfsbereich (Lebensmittel, Drogeriewaren, etc.) als auch im periodischen Bedarfsbereich (Bekleidung, Schuhe, Elektronik etc.) häufig in Vaihingen ein und meiden nahegelegene Wettbewerbsstandorte (außer der City).



- Die Anbieter des kurzfristigen, täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Drogeriewaren, etc.) sind wesentliche Frequenzträger.
- Die Befragten kennen den VM und sehen ihn als Zentrum oder Teil des Zentrums von Vaihingen.
- Die Befragten kaufen tendenziell im Vaihinger Zentrum, weil es das nächstgelegene Angebot darstellt und in den Vaihinger Wohngebieten ein adäquates Angebot (auch Lebensmittel) fehlt.
- Für die Stadtgröße Stuttgarts ist der Anteil derjenigen, die ein Auto zum Lebensmittelkauf nutzt, sehr hoch.
- In vielen Teilaspekten fällt die von den Befragten wahrgenommene Qualität des Angebots (Ist-Zustand) deutlich hinter den Erwartungen der Kunden (Soll-Zustand) zurück.

- Fazit**
- ➔ Das Vaihinger Zentrum funktioniert derzeit vor allem aufgrund der Lagegunst und der mangelnden Alternativen.
 - ➔ Diese Position macht das Zentrum jedoch sehr angreifbar im Falle von neuen Angeboten (stationär / online).
 - ➔ So lassen die Ergebnisse keinen Zweifel daran, dass die Eröffnung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes in Nähe eines Wohngebietes sofort zu einer Umorientierung der benachbarten Kunden führen würde.
 - ➔ Der wachsende Online-Handel (auch Lebensmittel) wird die Nachfragebasis weiter erodieren.

Um die Funktion und Frequenz zu erhalten ist dringender Handlungsbedarf gegeben, da

- das hohe vorhandene Kaufkraftpotenzial für das Zentrum nur genutzt und gesichert werden kann, wenn die Frequenzträger (Lebensmittel, Drogeriewaren, Gastronomie) optimal positioniert sind.
- Dies erfordert vor allem im Falle der Filialisten eine Verbesserung der Immobilienqualität.
- Bei der Gastronomie ist eine Weiterentwicklung und Angebotsdifferenzierung anzustreben.
- Eine Konzentration / Clusterung des Handels ist wichtig und kann die selbstständigen Einzelbetreiber unterstützen.
- Die Aussagen der Kunden passen sehr gut zur Einschätzung der befragten Akteure (vgl. 3.1.1.13).
- Aus fachlicher Sicht kaufen die Kunden vor allem aufgrund der Wohnortnähe und sind empfänglich für Alternativen, wenn diese ähnlich bequem sind (vgl. Online-Handel).
- Aus beiden Befragungen lässt sich eine schleichende Erosion ablesen, die in absehbarer Zukunft zu einem weiteren Trading-Down-Effekt des Standortes führen wird.

1.2.9 Ermittlung der erreichbaren Zielkundschaft

- Anhänge**
- A1.2.1
- Methodik**
- Vor-Ort-Besichtigung in Stuttgart-Vaihingen und den relevanten Wettbewerbslagen
- Ergebnisse**
- Die Vaihinger Mitte besteht aus den Teillagen Vaihinger Markt (VM), Einkaufszentrum Schwaben Galerie (EKZ SG), Hauptstraße (Bereich zw. Anschluss Seerosenstraße und Schillerplatz) und sonstigen Lagen.
 - Entscheidend für die Attraktivität und die erreichbare Zielkundschaft (das Einzugsgebiet) im Einzelhandel sind die so genannten Ankermieter (in der Regel größere Betriebe, Filialisten) und Frequenzbringer (Betriebe des kurzfristigen, täglichen Bedarfs wie Lebensmittelgeschäfte und Drogeriemärkte).



- Der Besitz in Vaihingen lässt von der Verkaufsflächengröße und Angebotsstruktur eine Ausrichtung auf den Kernstadtteil Vaihingen sowie seiner umliegenden Teilbezirke (Büsnau, Rohr, Dürrlewang u. Dachswald) erkennen. Es ist nicht zu vermuten, dass von außerhalb (andere Stadtteile, andere Gemeinden) Kunden gezielt zum Einkaufen nach Vaihingen fahren.
- Eine Ausnahme sind Berufstätige, die in Vaihingen arbeiten und sich vor, während oder nach der Arbeit in Vaihingen versorgen.
- Umgekehrt lassen die Angebotsstrukturen erwarten, dass die Bürger von Vaihingen auch in die Stuttgarter Innenstadt (inkl. der dortigen EKZ Gerber und Milaneo) fahren. Auch Einkaufsbeziehungen nach Sindelfingen und Böblingen wären denkbar, da dort attraktive Einkaufszentren bestehen. Die Kundenbefragung (vgl. 3.1.2.8) hat diese Vermutung jedoch widerlegt.
- Eine Besonderheit besteht darin, dass in den Vaihinger Wohnlagen trotz der vergleichsweise hohen Einwohnerzahl mit Ausnahme von alternativen Lebensmittelmärkten (Bonus-Märkten) und eines Netto-Discounters praktisch kein leistungsfähiges Angebot filialisierter Lebensmittelmärkte besteht. Demnach decken die Vaihinger ihren Bedarf in der Vaihinger Mitte (was durch die Kundenbefragung bestätigt wird).

1.3 Wirtschaftlichkeitsbewertung des Vaihinger Markts

ZUSAMMENFASSUNG von 1.3

Als Stadtteilzentrum unterliegt die Vaihinger Mitte den grundsätzlichen bundesweit zu beobachtenden Entwicklungen vergleichbarer Zentren. Die positiven Rahmenbedingungen (hohe Bevölkerungszahl und -dichte in Vaihingen, hohe Kaufkraft, wenig ausgeprägte Wettbewerbsbeziehungen) haben dazu geführt, dass die Entwicklung in Vaihingen bisher nicht dramatisch negativ verlaufen ist. Jedoch zeigt sich eine schleichende Abwertung (Erosion), die durch externe Einflüsse (vgl. Covid-19-Pandemie) oder verändertes Kundenverhalten (vgl. Online-Handel) verschärft und beschleunigt wird. Es zeigt sich, dass die Vaihinger Mitte nur unzureichend auf die Zukunft vorbereitet ist. Viele Ladenbetreiber sind schon lange am Standort und es ist zu erwarten, dass diese altersbedingt in naher Zukunft aus dem Erwerbsleben ausscheiden. Bundesweit - und auch bereits in Vaihingen - ist zu beobachten, dass für alteingesessene Geschäfte und andere Betriebe dann kein Nachfolger gefunden werden kann.

In der Vaihinger Mitte lassen sich die typischen Anzeichen einer Abwertungsspirale (trading down) bereits erkennen, wenngleich die Dynamik bisher gebremst verläuft:

- Leerstandsproblematik,
- Fehlnutzung von Ladenlokalen, z.B. durch Büros,
- unbefriedigende Passantenfrequenz,
- geringe Attraktivität der Außenbereiche.

Diese Entwicklung resultiert strukturell auch aus folgenden Gegebenheiten:

- nur bedingtmarktfähigen Flächenzuschnitten und -größen,
- schwer zu betreibenden Flächen aufgrund der zu zwei Seiten hin ausgerichteten Fassaden,
- fehlende Hochfrequenzlagen,
- fehlende Ankerbetriebe mit Ausnahme der Filialbetriebe aus dem Lebensmittel- und Drogeriehandel und der Betriebe in der SchwabenGalerie,
- Keine Stärkung des Standortes durch gute Kopplungsmöglichkeiten aufgrund der Barrierewirkung von Straßen und der dispersen Verteilung des Angebots.

Für die Wirtschaftlichkeit ergibt sich daraus, dass



- keine den Nachfragepotenzialen der Wohnbevölkerung entsprechenden Mietpreise zu erzielen sind,
- die Vermietung von Handels- und Gastronomieflächen erschwert ist,
- bei Fehlnutzung oder Leerstand Mietausfälle drohen und
- sich die geringe Attraktivität der Außenbereiche wertmindernd auswirkt.

Trotzdem verfügt die Vaihinger Mitte aktuell über eine hohe Versorgungsbedeutung und wird von den Kunden (mangels besserer bzw. näherer Alternativen) relativ gut angenommen. Es ist generell von sinkenden Mietpreisen auszugehen (abnehmende Wirtschaftlichkeit auch im Bestand). Dem kann nur durch strukturelle Maßnahmen entgegen gewirkt werden (z.B. teilweiser Neubau). Dazu sind aber erhebliche Investitionen notwendig. Ob die Bestandseigentümer eine sinkende Rendite akzeptieren oder zu Neuinvestitionen bereit sind, können diese nur selbst am Einzelfall entscheiden. Es gibt Anzeichen dafür, dass Eigentümer sinkendes Interesse an ihren Flächen bereits durch nicht lageadäquate Nutzungen zu kompensieren versuchen (die teils geringere Mieten bezahlen). Beispiele dafür sind die Vermietung an einen Lagerflächenanbieter (Self-storage), Spielhallen-Betreiber oder konfessionelle Nutzungen. Diese Nutzungen führen zu einem Funktionsverlust bzw. -wandel im C-Zentrum Vaihingen.

1.3.1 Bewertung generierbarer Flächenpotenziale

- Methodik**
- Vor-Ort-Besichtigung der Ortsmitte Stuttgart-Vaihingen; Analyse und Bewertung der lokalen Baustruktur und des umgebenden Stadtraumes
- Schlussfolgerungen**
- Die Stadtteilbibliothek (VM 6) und das Gebäude VM 8 orientieren sich aus der Nutzung heraus ausschließlich in Richtung des westlichen Vaihinger Marktes. Die Rückseite der beiden Gebäude bildet hingegen zum öffentlich zugänglichen Innenhof rein funktionale Nutzungen aus und interagiert nur wenig mit der Umgebung. Der bauliche Zustand befindet sich in einem passablen Zustand. Beide Gebäude sind grundrisstechnisch auf ihre Funktion zugeschnitten und durch Umbaumaßnahmen neu aufgestellt werden. Das Gebäude der Stadtteilbibliothek (VM 6) eröffnet in diesem Zusammenhang die Möglichkeit eine Öffnung zum Innenhof VM vorzusehen, zu dessen Umsetzung der im Innern befindliche Topographieunterschied genutzt werden kann.
 - Defizite weisen im Wesentlichen nur die beiden Gebäude VM 12 (Volksbank) und 14 (ehem. Scharr) auf. In ihrer Erscheinung verschließen sich beide Baukörper nahezu vollständig zum Außenraum und verfügen über nur geringe Interaktionspunkte zu den umliegenden Fußgängerbereichen. Wohingegen sich das Gebäude VM 12 nur zum Rathausplatz mit dem Eingangsbereich hin öffnet, zeigt sich der Bau VM 14 ohne tragfähige Gesamtkonzeption in den Bereichen Flächennutzung und Gesamterscheinung.
 - Die Gebäude VM 16-26 sind von ihrem generellen Zustand her als akzeptabel zu bewerten, weisen jedoch im Hinblick auf ihre nutzungsbedingte Zugänglichkeit eine eher einseitig ausgerichtete Orientierung zum Außenraum auf. Mit Ausnahme eines Gebäudes werden seitens des Innenhofes nur funktionale Rückseiten ausgebildet. Die Ausrichtung der erdgeschossigen Ladenlokale orientiert sich im Wesentlichen zum östlichen VM.
 - Die Gebäude VM 4 / Hauptstraße 10-16 / VM 28-30 weisen einen annehmbaren baulichen Zustand auf und suggerieren zum Hofbereich VM eine räumliche Verträglichkeit mit ihrer Umgebung. Die Erdgeschosszone ist in ihrer Doppelausrichtung zu beiden Stadträumen (Innenhof / Hauptstraße) nutzungsbedingt tragfähig einzustufen, wird im derzeitigen Zustand jedoch nur eingeschränkt beiderseitig bespielt. Hier obliegt es dem eigentlichen Nutzungskonzept der Ladenlokale den umgebenden Stadtraum aktiv mit einzubinden. Lediglich der Kolonadengang entlang der Hauptstraße führt aufgrund der Raumorganisation Fußweg- / Radweg / Aufstellfläche zu einer Konfliktsituation.
- Fazit**
- Der Großteil der Gebäudestruktur am Vaihinger Markt befindet sich unter baulichen Gesichtspunkten in einem passablen Zustand. Mögliche Sanierungs- und Modernisierungsmaßnahmen wie



bspw. der Umbau einer Fassade, die gezielte Reaktivierung der Kolonaden oder die Reorganisation der Nutzungen können als Kleinmaßnahmen zur Aufwertung der lokalen Situation beitragen und eine Attraktivierung der Einkaufsbereiche bedingen.

- Für die weitere Entwicklung der OM Vaihingen sind jedoch die beiden Gebäude VM 12 und 14 von zentraler Bedeutung. Aus struktureller Sicht weisen die beiden Gebäude die größten Schwierigkeiten im Hinblick auf ihre Zukunftsfähigkeit auf. Wohingegen sich die anderen Gebäude am VM eher anhand der lokalen Kleinteiligkeit charakterisieren lassen, fungieren die Gebäude VM 12 und 14 aufgrund ihrer Baumasse nicht nur funktionell als Sonderbausteine im Ortsbild.

VM 12 ist von seiner Struktur her allein einer Bank- und Büronutzung zugeschrieben, die sich über verschiedene Zwischenebenen zum Südbereich des Gebäudes zunehmend mehr privatisiert und sich nach außen nahezu vollständig abschirmt. Mittel- und langfristig ist von einer rückläufigen Nachfrage nach Flächen für Banken und nach (aufgrund der ineffizienten Flächenzuschnitte) nicht mehr zeitgemäßen Büroflächen auszugehen.

Die Nutzung von VM 14 wirkt aufgrund seiner derzeitigen Funktionsmischung aus Friseur, asiatischem Imbiss, Café, Diakonischem Hilfsdienst und Lagerboxvermietung eher informeller oder temporärer Natur, ohne ein Konzept zu verfolgen. Strukturell ist das Gebäude aufgrund seiner inneren Organisation nur schwer vermietbar und als nicht mehr tragfähig zu beurteilen. Wenngleich das Objekt derzeit vollvermietet ist, muss die Stabilität der derzeitigen Nutzung in Frage gestellt werden. Aus fachlicher Sicht besteht zwar eine Nachfrage nach Lagerboxen. Die Situierung dieser Nutzung im Stadtteilzentrum zeigt jedoch eine Unternutzung an.

1.3.2 Bewertung Flächenangebot hinsichtlich Zukunftsfähigkeit inkl. Leerstandsrisiko, Vermietbarkeit

- | | |
|---------------------------|---|
| Methodik | <ul style="list-style-type: none"> • Vor-Ort-Besichtigung der Ortsmitte Stuttgart-Vaihingen; Analyse und Bewertung der lokalen Baustruktur und des umgebenden Stadtraumes |
| Schlussfolgerungen | <ul style="list-style-type: none"> • Eine Weitervermietbarkeit des Gebäudes VM 8 ist nutzungsbedingt denkbar. Der Hauptraum und das erste Obergeschoss des Gebäudes sind von vornherein als Verkaufsraum konzipiert gewesen und besitzen Potenzial für eine mögliche Weiternutzung mit entsprechenden Umbau- bzw. Modernisierungsmaßnahmen. • Die Gebäude VM12 und VM14 sind raumstrukturell auf ihre jeweilig konzipierte Ursprungsfunktion zugeschnitten (VM 12 Bankfunktion; VM 14 Verkaufsraum für Baubedarf) und ermöglichen entsprechend daher einen nur sehr eingeschränkten Möglichkeitsraum ein fundiertes Gebäudekonzept zu erstellen oder eine zukunftsfähige Vermietung nachhaltig zu sichern. • Die Gebäude VM16-26 verfügen über zwei Fassadenseiten. Eine zweiseitige Orientierung kann je nach Nutzungskonzeption in diesem Zusammenhang funktionieren. Der Restaurant- und Café-Bereich im Gebäude VM 24 ist aufgrund der geringen Raumgröße nur bedingt zukunftsfähig einzustufen und zielt in seiner Funktion mehr auf eine Frühjahrs- bis Sommernutzung. |
| Fazit | <ul style="list-style-type: none"> • Der Großteil der Gebäudestruktur am Vaihinger Markt befindet sich unter baulichen Gesichtspunkten in einem passablen Zustand. Mögliche Sanierungs- und Modernisierungsmaßnahmen wie bspw. der Umbau einer Fassade, die gezielte Reaktivierung der Kolonaden oder die Reorganisation der Nutzungen können als Kleinmaßnahmen zur Aufwertung der lokalen Situation beitragen und eine Attraktivierung der Einkaufsbereiche bedingen. • Für die weitere Entwicklung der OM Vaihingen sind jedoch die beiden Gebäude VM 12 und 14 von zentraler Bedeutung. Aus struktureller Sicht weisen die beiden Gebäude die größten Schwierigkeiten im Hinblick auf ihre Zukunftsfähigkeit auf. Wohingegen sich die anderen Gebäude am |



VM eher anhand der lokalen Kleinteiligkeit charakterisieren lassen, fungieren die Gebäude VM 12 und 14 aufgrund ihrer Baumasse nicht nur funktionell als Sonderbausteine im Ortsbild.

- VM 12 ist von seiner Struktur her allein einer Bank- und Büronutzung zugeschrieben, die sich über verschiedene Zwischenebenen zum Südbereich des Gebäudes zunehmend mehr privatisiert und sich nach außen nahezu vollständig abschirmt. Eine Nachvermietbarkeit erscheint aufgrund der nicht zeitgemäßen Zuschnitte schwierig. Im Bankenbereich ist weiter mit einem abnehmenden Bedarf an Büroflächen zu rechnen, der zum Auszug der Bank führen könnte (vgl. Mieteinschätzung Variante 3).
- Die Nutzung von VM 14 wirkt aufgrund der derzeitigen Funktionsmischung aus Friseur, asiatischem Imbiss, Café, Diakonischem Hilfsdienst und Lagerboxvermietung eher informeller oder temporärer Natur, ohne ein Konzept zu verfolgen. Strukturell ist das Gebäude aufgrund seiner inneren Organisation nur schwer vermietbar und als wirtschaftlich nicht mehr tragfähig zu beurteilen. Eine höherwertige (lageadäquate) Vermietung erscheint im Bestand nicht realistisch. Ein weiteres trading-down lässt sich mittelfristig nicht ausschließen.



2 Stufe 2: Ideenentwicklung

- Erarbeitung erster Ideen für die Revitalisierung und Neuausrichtung aus der jeweiligen fachlichen Sicht.
- Dabei erfolgt bereits eine enge Verzahnung der Disziplinen. Der Fokus liegt nun auf der Einbindung der Akteure/Betroffenen (Betreiber, Eigentümer, Bürger, Politik, Verwaltung).

2.1 Ideenentwicklung zur baulichen Revitalisierung / Entwicklung des Vaihinger Markts

ZUSAMMENFASSUNG von 2.1

Zum Erhalt bzw. der Stärkung der Funktion der Vaihinger Mitte als Stadtteilzentrum gibt es verschiedene Möglichkeiten. Dabei ist eine Versorgungsfunktion für den gesamten Stadtteil kennzeichnend für die Funktion als Stadtteilzentrum. Daher müssen zentrale Einrichtungen mit Publikumsverkehr dort verortet werden, während andere Nutzungen (wie z.B. Wohnen) nur ergänzend geplant werden sollten.

Seit Jahrzehnten geht eine der wichtigsten zentrenbildenden Kraft vom Einzelhandel aus. Trotz der in Zeiten des Online-Handels nachlassenden Anziehungskraft des stationären Handels, ist der Handel nach wie vor einer der wichtigsten Frequenzbringer in Stadt- und Stadtteilzentren.

Wenn die Frequenz- und Versorgungsfunktion im Bereich Einzelhandel am Vaihinger Markt in möglichst großem Umfang erhalten werden soll, muss der Einzelhandel auf zukunftsfähigen Flächen in optimaler Lage zueinander konzentriert werden. Dabei müssen die Frequenzbringer optimal angeordnet sein, um sich gegenseitig zu stärken. Nur eine starke Nahversorgung schafft Frequenzen für andere Händler (und stärkt weitere zentrenbildende Nutzungen wie Gastronomie etc.).

Im Ergebnis zeigt sich:

- Die Schaffung von zukunftsfähigen Handelsflächen kann die Versorgungsfunktion der Vaihinger Mitte sichern.
- Ohne diese Maßnahme drohen Leerstände sowohl am VM als auch im erweiterten Untersuchungsgebiet. Auch der Fortbestand vorhandener nahversorgungsrelevanter Angebote (hier v.a. Edeka, Müller Drogerie) erscheint aufgrund der gegebenen Flächen nicht gesichert.

Die Schaffung moderner Flächen und die Konzentration des Handels am VM erlaubt es den Kunden besser als bisher Kopplungseffekte zu nutzen. Davon profitieren neben den Mietern der neuen Flächen auch die umliegenden kleinflächigen Betriebe (z.B. Metzgerei Bienzle, Apotheke am Markt) und die Anbieter im EKZ SG.

Wenngleich sich aus dem Status quo eine starke Handelsfunktion der Vaihinger Mitte ableiten lässt, sind grundsätzlich auch Szenarien denkbar, die die Stärkung der Handelsfunktion nicht in den Fokus stellen.

Vor diesem Hintergrund wurden vier grundsätzliche städtebauliche Szenarien zur Diskussion entwickelt

Variante 01: Rathausplatz + Quartiersplatz

Variante 02a: Rathausplatz + Grüner Wohnhof

Variante 02b: Großer Rathausplatz + Vaihinger Höfe

Variante 03: Rathausplatz + Urbane Gärten

Ziel der Entwürfe sind Verbesserungen der Situation in den Bereichen

1. Städtebau und Architektur (Städtebauliche Einbindung, Vernetzung mit Rathausplatz, Alter Kelter und angrenzenden Gebietsabschnitten, Überwindung von Barrieren, Platzraum für Veranstaltungen, Freiraumkonzept),
2. Identitätsausbildung und Organisation des Stadtraumes (Neustrukturierung Rathausplatz u. VM),
3. Erreichbarkeit und Mobilität (Anlieferung EZH sichern, Kurzzeitparken gewährleisten, verkehrsfreier Innenhof, Rad- und Fußverkehrsverbindungen ausbauen und stärken),
4. Einzelhandel und Gastronomie (Frequenz / Lebendigkeit),

5. Kultur und Soziales (Nutzung vorhandener Potenziale z.B. Bürgersaal, Kino, Bibliothek, Kelter, Angebotsergänzung öffentlicher Einrichtungen und Gemeinbedarfsflächen).

Die verschiedenen Entwürfe können die vorgenannten Ziele unterschiedlich gut erfüllen.

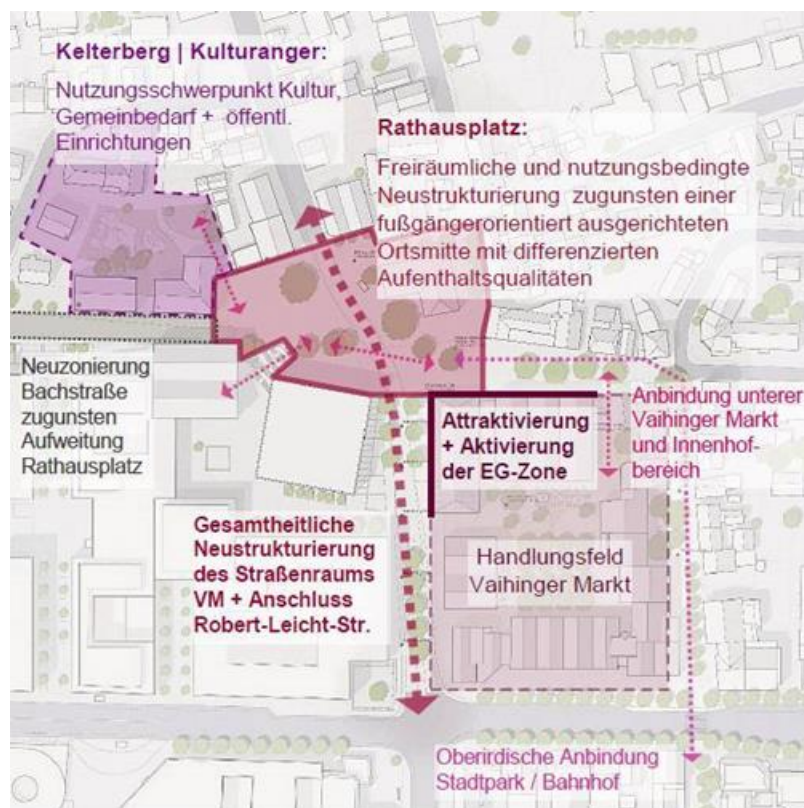
Seitens der Bearbeiter wird empfohlen alle fünf vorgenannten Ziele zu verfolgen. Diese setzen jeweils spezifische Maßnahmen voraus. Konkret ist vor allem die Stärkung im Bereich Einzelhandel abhängig von der Ansiedlung zugkräftiger Magnetbetriebe (setzt eine Mindestverkaufsfläche voraus) und einer Konzentration der Betriebe am VM. Die städtebauliche Vernetzung erfordert verkehrliche Maßnahmen (Verkehrsberuhigung, Shared Space, Begegnungszonenkonzept, saisonale Sperrung für den Verkehr am VM). Die Erreichbarkeit und Mobilität kann baulich sichergestellt werden (z.B. durch funktionale Anlieferzonen, Rettungszufahrten). Die Stärkung kultureller und sozialer Aspekte ist v.a. über ein Quartiersmanagement zu leisten.

2.1.1 Beispielhaft-typologische Entwicklungsszenarien für das erweiterte Gebiet

Anhänge Vgl. A2.4.1 / A2.4.3

- Methodik**
- Beispielhaft-typologische Entwicklungsszenarien für das erweiterte Gebiet
 - Konzeptionelle Darstellung von grundsätzlichen, alternativen Veränderungsoptionen des Vaihinger Markts einschließlich der städtebaulich erforderlichen Einbindung
 - Aufstellung grundsätzlicher Handlungsempfehlungen

Ergebnisse *Abbildung 3: Raumstruktur und Handlungsempfehlungen*



Quelle: BPG

- Fazit**
- Je nach persönlicher Präferenz sind den Mitgliedern unterschiedlicher Zielgruppen (Gewerbetreibende, Bürger, Politik) verschiedene Aspekte mehr oder weniger wichtig. Die verschiedenen Präferenzen existieren auch innerhalb der unterschiedlichen Gruppen.



- Aufgrund der Rückmeldungen zu den vorgestellten Entwürfen erfolgt eine Überarbeitung und Vertiefung von drei ausgewählten städtebaulichen Szenarien in Phase 3.

2.1.2 Skizzenhafte Darstellung von grundsätzlichen, alternativen Veränderungsoptionen des Vaihinger Markts einschließlich der städtebaulich erforderlichen Einbindung

Anhänge • A2.4.3

- Methodik**
- Auf eine Darstellung der städtebaulichen Skizzen wird an dieser Stelle verzichtet. Diese finden sich im Anhang. Es werden unter 3. die weiterentwickelten Skizzen dargestellt.
 - Die Flächenpotenziale der Varianten 1, 2a, 2b und 3 werden im Anhang A2.4.3 gegenübergestellt.
 - Dabei werden BGF, Abbruch-, Neubau-, Außenraum- und Innenhofflächen differenziert.
 - Abgleich der generierbaren Flächenpotenziale mit den aktuellen und in Zukunft zu erwartenden Anforderungen der Mieter

- Schlussfolgerungen**
- Alle Varianten erlauben es die Innenhoffläche des VM von aktuell rund 2.460 m² zu vergrößern (V01: 2.960 m², V02a: 2.560 m², V02b: 2.840 m², V03: 2.650 m²).
 - Die BGF und die vermietbare Fläche steigen in den Varianten V01 – V02b deutlich.

- Fazit**
- Die Variante 01 erlaubt die Bündelung eines Lebensmittelmarktes in marktgängiger Größe (Vollsortimenter) und eines Drogeriemarktes. Damit könnten der Edeka-Markt und der Müller-Drogeriemarkt als mögliche Mietinteressenten umziehen und infolgedessen die zu erwartenden Koppelungseffekte erhöhen. Gleichzeitig würde die Handelsfunktion am VM über die gezielte Konzentrierung der zu erwartenden Frequenzen nachhaltig gesichert werden können.
 - Die Variante 02a bzw. 02b erlauben die Ansiedlung eines kleineren Lebensmittelmarktes (Bio-Markt, City-Supermarkt). Die Effekte eines solchen Marktes fallen schwächer aus und es gibt weniger potenzielle Betreiber. Innerhalb eines solchen Konzeptes könnte sich im Umkehrschluss eine mögliche Kooperation mit regionalen Händlern frequenzbringend auf die Situation am VM auswirken. Insbesondere im Zusammenwirken mit dem regelmäßig stattfindenden Wochenmarkt ist hierbei auch eine Art Markthallen-Prinzip denkbar, welches neue Koppelungseffekte ermöglichen kann. Derartige Konzepte sind organisatorisch auch mit Nahversorgungsfilialisten möglich (bspw. STAUFERS Markthalle (Betr. EDEKA-Gruppe), Göppingen (Verkaufsschwerpunkt auf regionale Erzeugnisse)).
 - Eine isolierte Umsiedlung von Edeka in Variante 02a/b würde zu einer Schwächung des Drogeriemarktes führen und ist daher nicht empfehlenswert. Die Umsiedlung des lokalen Biomarktes wäre denkbar.

2.1.3 Grundsätzliche Handlungsempfehlungen

Methodik • Zusammenfassende Auswertung bisheriger Analyseergebnisse

- Schlussfolgerungen**
- Es gibt immer unterschiedliche Optionen und Entwicklungsmöglichkeiten für ein Gebiet. Die Projektbearbeiter erarbeiten in Phase 3 verschiedene Vorschläge mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung.
 - Ausgehend von der aktuell zugewiesenen Funktion als C-Zentrum und Ortsmitte und der damit einhergehenden Versorgungsfunktion wird zunächst der Fokus auf einen Erhalt bzw. eine Stärkung dieser Funktion gelegt. Entsprechend der bis heute (wenngleich derzeit vor allem vor dem Hintergrund der Digitalisierung und der Auswirkungen der Corona-Pandemie diskutierten) bestehenden Prägung von Zentren und Ortsmitten durch Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen wird zunächst in diese Richtung gearbeitet. Auf alternative Szenarien, die nicht die optimale



Lösung für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen im Fokus haben, wird erst später (vgl. Phase 3) eingegangen.

- Die am VM derzeit bestehenden kleinflächigen bzw. kleinteiligen Ladenlokale eignen sich vor allem für nicht-filialisierte Einzelhändler. Da es rund um den VM nur kleinflächige Läden gibt, lassen sich keine zugkräftigen / frequenzbringenden Ankermieter ansiedeln. Ohne Ankermieter fehlt auch die Frequenz für die kleinteiligen Anbieter und die Gastronomie.
- Die bundesweite Entwicklung zeigt (auch in Vaihingen), dass viele der kleinflächigen oder mittelständisch geprägten Händler aus unterschiedlichen Gründen aus dem Markt ausscheiden. Händler, die aus Altersgründen ausscheiden, (suchen und) finden oft keine Nachfolger. Der Mangel an Nachwuchs (bei Unternehmern aber auch Angestellten) führt dazu, dass sich inhabergeführte Läden auf die Top-Lagen (Innenstädte, dominante Shopping-Center) konzentrieren. In Vaihingen ist damit ein (weiterer) Rückgang nach solchen Flächen zu erwarten. Diese Entwicklung ist bereits im Gange und sichtbar. Weitere Betriebsaufgaben ohne Nachfolge sind bereits angekündigt. Die Corona-Krise im Jahr 2020 wird diese Entwicklung beschleunigen.

Fazit

- Wenn die bisherige Funktion des C-Zentrums hinsichtlich der Versorgung der Bevölkerung (im Sinne von stationärem Einzelhandelsangebot, Gastronomie und Dienstleistungen) im möglichst großem Umfang erhalten bleiben oder gestärkt werden soll, gilt es möglichst zukunftsfähige Handelsflächen zu schaffen.
- Diese lassen sich gut an leistungsfähige Filialisten vermieten. Der Fokus muss dabei auf den nahversorgungsorientierten Sortimenten („Food“) liegen, da die darüber hinausgehenden Angebote („Non-Food“) deutlich stärker unter der Digitalisierung und dem Online-Handel leiden. Erfolgreiche Non-Food-Anbieter finden passende Flächen schon heute und auch in Zukunft vor allem im EKZ SG.
- Die Schaffung moderner, adäquat zugeschnittener Flächen für den Einzelhandel stärkt die Nahversorgungsfunktion der Vaihinger Mitte. Die derzeitigen Flächen – insbesondere von Edeka und Drogerie Müller – sind zwar derzeit betrieberfähig, weisen aber strukturelle Nachteile auf.

2.2 Empfehlungen hinsichtlich Einzelhandel und Gastronomie

ZUSAMMENFASSUNG von 2.2

Bei bundesweit insgesamt sinkender Anziehungskraft des stationären Einzelhandels (vgl. 2.1.3) sind die von Kunden wahrgenommene Qualität des Angebotes und der Marktauftritt äußerst wichtig. Dies gilt auch für die Gastronomie, die allerdings von einer insgesamt steigenden Nachfrage der Kunden profitieren kann.

Ergebnisse:

- Eine ständige Weiterentwicklung des Marktauftritts und der Marketing-Maßnahmen ist für alle Gewerbetreibenden erfolgsentscheidend.
- Es wird daher empfohlen unter Nutzung lokaler und externer Ressourcen auf einzelbetrieblicher Ebene genauso wie auf Organisationsebene Schulungs- und Beratungsangebote zu nutzen.
- Eine Bündelung der Ressourcen aller Akteure (VVF, BdS, Einzelunternehmen) wird angeregt um einerseits Angebote zu ermöglichen und andererseits die Effektivität und Sichtbarkeit zu erhöhen.
- Damit die Maßnahmen beim Kunden ankommen empfiehlt es sich **eine** gemeinsame Marketingstrategie zu erarbeiten, die von VVF, BdS und EKZ SG gemeinsam getragen wird.
- Hierzu sollte eine langfristige Kooperationsvereinbarung getroffen werden, die sicherstellt, dass der Kunde nicht (ggf. widersprüchliche) Botschaften von mehreren verschiedenen Akteuren erhält.



- Ein zentraler, gut gepflegter und moderner Internetauftritt sollte diese Kampagne flankieren.
- Darüber hinaus empfehlen sich Kooperationen die die Kopplungsaktivitäten der Kunden erhöhen. Solche könnten z.B. sein
 - Rabatt bzw. anteilige Erstattung von Parkgebühren, für Kunden die in der Tiefgarage VM / EKZ SG parken und im EKZ SG oder in den am VM anvisierten EZH-Nutzungen einkaufen
 - Schaufenstergestaltung „überkreuz“: der Optiker stellt im Sportgeschäft Brillen die zur Dekoration passen aus und der Sporthändler legt Badehosen in das Schaufenster des Optikers (für eine ständig wechselnde Schaufensterdekoration könnte ein professioneller Schaufenstergestalter gemeinsam gebucht und bezahlt werden)
 - Initiativen, die Frequenzbringer auf den Vaihinger Markt bringen (z.B. Bücherschrank, RegioRad-Station, Packstation, WLAN)
- Wichtig für den Erfolg ist nicht die Einzelaktion, sondern die kontinuierliche Umsetzung und Pflege abgestimmter Angebote und Aktionen.
- Hierbei kann ein Quartiersmanagement mit folgenden Aufgaben helfen:
 - Kümmerer und Ansprechpartner vor Ort
 - Initiierung, Durchführung oder Begleitung von Maßnahmen rund um den Vaihinger Markt
 - Öffentlichkeitsarbeit

2.2.1 Konkretisierung von Beratungsangeboten für Gewerbetreibende

- Anhänge** • Vgl. V2.2.6
- Methodik** • Abgeleitet aus der vom IfH Köln (davor vom Handelsverband der BAG) verantworteten Studie „Vitale Innenstädte“, in der seit Jahrzehnten die Attraktivität von Innenstädten durch Kundenbefragungen bewertet wird, werden vom Projektteam die Handlungsfelder **Ambiente/Flair** (dazu gehören u.a. auch die Themen Gebäude, Plätze, Grünflächen, Lebendigkeit, Sauberkeit und Sicherheit), **Einzelhandel** und **Gastronomie** für Vaihingen identifiziert.
- Diese drei Faktoren sind den Befragten bundesweit sehr wichtig und sie liegen im Fokus des aktuellen Projektes. Sie sind von den Gewerbetreibenden selbst leichter zu beeinflussen als andere Faktoren wie die Verkehrsanbindung.
 - Als Erfolgsfaktoren für die Gewerbetreibenden werden die Aspekte **Erreichbarkeit** (in Vaihingen gegeben und objektiv gut), **Einzugsgebiet** (in Vaihingen wachsende Bevölkerung, hohe Loyalität laut Haushaltsbefragung und identifizierte Potenziale z.B. durch die Universität) und **Sichtbarkeit** (Onlinepräsenz und lokale Aufmachung) aus der Standorttheorie des Einzelhandels abgeleitet.
 - Vor Ort und Online wird die Sichtbarkeit der Gewerbetreibenden analysiert.
- Ergebnisse** • Die lokalen Organisationen (insbesondere VVF, BdS) und Akteure (individuelle Gewerbetreibende, Centermanagement SG) gestalten den Standort Vaihingen aktiv und machen verschiedenste Angebote – auch in Form von regelmäßig über das Jahr verteilten Veranstaltungen.
- Darüber hinaus existieren Einzelinitiativen.
 - Dennoch bleiben einige Potenziale un- bzw. untergenutzt (z.B. Internetpräsenz des Handels, Aktivierung der Zielgruppe Studierende der Universität, Schaufenstergestaltung, Cross-Marketing).



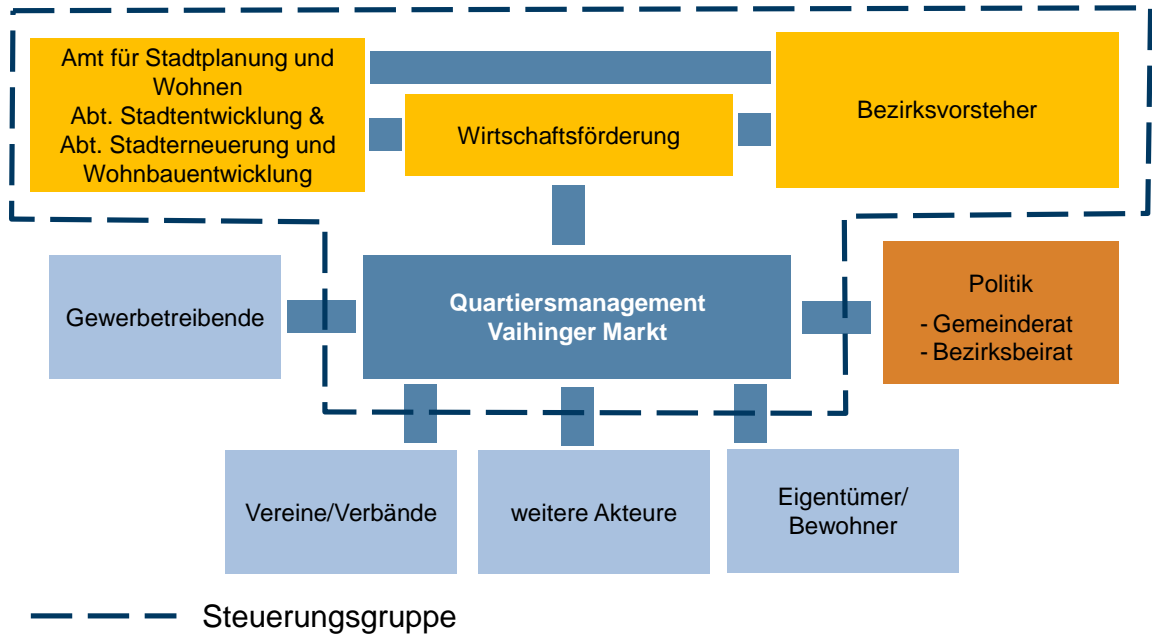
2.2.2 Konkretisierung von zielführenden Kooperationen und Aktivitäten der Gewerbetreibenden

- Methodik**
- Online und Vor-Ort-Erhebung und Analyse
- Ergebnisse**
- Es zeigt sich, dass sich im Untersuchungsgebiet bereits mehrere Institutionen und Vereine engagieren. Die Gewerbetreibenden arbeiten dort zusammen und auch die Institutionen und Vereine engagieren sich bei verschiedener Gelegenheit gemeinsam (vgl. 1.2.5).
 - Grundsätzlich sollten weitere Kooperationen und Aktivitäten aus den vorhandenen Strukturen entwickelt werden.
 - Ein Grundproblem (vgl. auch Experteninterviews 1.2.8) sind dabei die beschränkten zeitlichen, finanziellen und personellen Ressourcen der Akteure.
 - Bereits heute vernetzt die Abteilung Wirtschaftsförderung (WiFö) der LHS die unterschiedlichen Akteure in einem Jour-fixe (JF).
 - Die bestehenden Ressourcen müssen allerdings in Zukunft noch besser bzw. intensivier und kontinuierlicher vernetzt und genutzt werden (vgl. Quartiersmanagement / 2.2.3)
 - Aktuell gibt es (zu) viele Internetseiten, die Inhalte zum Vaihinger Zentrum kommunizieren, z.B.
 - www.marktplatz-s-vaihingen.de
 - <https://www.stuttgart-vaihingen.info/de/>
 - <http://www.treffpunkt-vaihingen.de/>
 - <https://www.vvf-aktiv.de/>
 - <https://www.bds-gewerbevereine.de/v2/public/verein/default.aspx?GNr=2155>
 - <https://www.schwabengalerie.com/>
 - Die Zahl der publikumswirksamen Veranstaltungen in der Vaihinger Mitte sollte erhöht werden, wie dies aktuell schon mit dem Abendmarktkonzept angedacht ist.

2.2.3 Formulierung eines Bedarfs- und Zielumfangs als Grundlage für die Beauftragung eines Zentrenmanagements

- Anhänge**
- A2.2.3
- Methodik**
- Interne Workshops
- Ergebnisse**
- Für das empfohlene Management wird der Begriff „Quartiersmanagement“ (QM) gewählt, um dieses vom Centermanagement eines Einkaufszentrums und dem klassischen Zentrenmanagement, wie es die Wirtschaftsförderung der LHS betreibt abzugrenzen.
 - Im Fokus steht die Stärkung von lokalen, zentrumsrelevanten Strukturen rund um den VM. Hierzu soll auf den bestehenden Strukturen aufgebaut werden.
 - Das QM hat eine impulsgebende, koordinierende und organisierende Funktion.
 - Direkte Zielgruppen: Gewerbetreibende, Eigentümer, zentrumsfördernde Vereine / Institutionen
 - Indirekt werden so auch Bewohner/Mieter/Pächter, Politik und Vaihinger Bürgerschaft erreicht
 - Das QM soll über verschiedene Phasen mithilfe von Fördermitteln der LHS innerhalb von 10 Jahren in eine sich selbsttragende Struktur überführt werden
 - Das QM-Konzept wurde im Jour fixe der Gewerbetreibenden vor Ort vorgestellt

Abbildung 4: Schematische Darstellung der organisatorischen Einbindung des Quartiersmanagements



Quelle: DSS

2.2.4 Prüfung eines GQP-Prozesses für die EG-Flächen des Vaihinger Markts

- Methodik**
- Analyse der bisherigen Erfahrungen in GQP-Prozessen in Baden-Württemberg,
 - Expertengespräche¹ und
 - Rückgriff auf die Expertise des Amtes für Stadtplanung und Wohnen
- Ergebnisse**
- Das Gesetz zur Stärkung der Quartiersentwicklung durch Privatinitiative (GQP) sieht vor, dass durch Eigeninitiative definierte Bereiche als „Eigentümergezogener Aufwertungsbereich (EA)“ festgelegt werden und aus finanziellen Mitteln der Eigentümer aufgewertet werden. Die Kommunen unterstützen den Prozess verwaltungsseitig.
 - Bisher konnte in Baden-Württemberg kein GQP-Prozess erfolgreich zur Satzung gebracht werden². In Stuttgart wurde der EA Tübinger Straße im Gerber Viertel nicht umgesetzt. In der Untertürkheimer Innenstadt läuft eine entsprechende Initiative seit 2016. Das dem vorliegenden Antrag zugrunde liegende Maßnahmenkonzept wird aktuell überarbeitet. Darüber hinaus gibt es einen Ansatz in Kirchheim unter Teck.
 - Für die Vorbereitung eines EA-Antrages werden auf Seiten der Quartiersgemeinschaft aus Sicht der Immobilieneigentümer erhebliche personelle und finanzielle Ressourcen benötigt und gebunden.
- Fazit**
- Nach einer Analyse der Ausgangssituation in Vaihingen sprechen folgende Gründe gegen einen EA Vaihinger Mitte:
 - am Vaihinger Markt besteht eine sehr komplexe Eigentümerstruktur, nach dem Wohnungseigentumsgesetz (WEG). Im Bereich der Tiefgarage gibt es eine verschachtelte

¹ mit Petra Rheinisch vom Amt für Stadtplanung und Wohnen, Sachgebiet Wohnbauentwicklung und Martin Eisenmann von der IHK Stuttgart

² https://www.landtag-bw.de/files/live/sites/LTBW/files/dokumente/WP16/Drucksachen/5000/16_5938_D.pdf



Struktur aus Erbbaurechten und Untererbbaurechten. Zwar können die Wohnungseigentümer am VM durch die Satzung von der Pflicht zur finanziellen Beteiligung ausgenommen werden („GQP nur für die Erdgeschossflächen“), jedoch sind diese entsprechend dem Wortlaut des Gesetzes dennoch zu beteiligen und können das Verfahren ablehnen.

- Am Vaihinger Markt liegt einer der Schwerpunkte bei investiven Maßnahmen (z.B. in die Tiefgarage, den Straßenbelag, ggf. einen Teilabriss und Neubau), für die Mittel aus unterschiedlichen privaten und öffentlichen Töpfen eingesetzt werden sollen. Die Verknüpfung von Investitionen der öffentlichen Hand mit einem EA wirft komplexe rechtliche Fragen auf. Auch kommunale Zuschüsse sind in einem EA gesetzlich nicht vorgesehen.
- Für die Vaihinger Mitte wurde ein Sanierungsgebiet im umfassenden Verfahren ausgewiesen. Dabei wird zum Ende der Sanierung von den Eigentümern ein Ausgleichsbetrag erhoben. Dieser errechnet sich aus der durch die Sanierungsmaßnahmen bewirkten Bodenwerterhöhung. In Sanierungsgebieten ist es vorgeschrieben, die Eigentümer über einen Wertausgleich finanziell zu beteiligen. Die Maßnahmen der Sanierung und des EA sind bei der Wertentwicklung genau abzugrenzen. Eigentümer gewerblicher Immobilien müssten sich dann zweimal finanziell beteiligen.
- Bisher hat die Eigentümergemeinschaft keinen Antrag auf ein EA gestellt. Die Initiative für die Einrichtung eines EA muss aber aus der Quartiergemeinschaft kommen.
- An Stelle eines EA sollen ein QM und bauliche Maßnahmen ohne EA zum Erreichen der Projektziele beitragen.

2.2.5 Kostenschätzung für Beratungsangebote

- | | |
|-------------------|---|
| Anhang | ● A2.2.5 |
| Methodik | ● Internetrecherchen, Anfrage bei Beratungsunternehmen und Expertengespräche zur Ermittlung von anbieterunabhängigen Honoraransätzen qualifizierter Anbieter |
| Ergebnisse | <ul style="list-style-type: none"> ● Die höchste Wirksamkeit haben Maßnahmen, wenn sie von mehreren Akteuren am VM gemeinsam umgesetzt („gelebt“) werden. Gleichzeitig können die Gewerbetreibenden bei gemeinsamer Buchung von Fortbildungen und Marktforschung wirtschaftlich interessantere Konditionen für den einzelnen Betrieb erreichen (durch Umlegen der Kosten auf mehrere Teilnehmer). ● Um die in 3.2.2.1 beschriebenen Potenziale zu aktivieren wird empfohlen, dass die Gewerbetreibenden ihr Angebot und dessen Präsentation regelmäßig weiterentwickeln ● Hierzu sollten durch unabhängige externe Berater Marktforschungsmaßnahmen (wie Testkäufe, Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheitsanalysen) durchgeführt werden. Hierfür ist auch eine Kooperation mit einer Hochschule / Universität denkbar (bevorzugt mit einem am Campus Vaihingen ansässigen Lehrstuhl zur Förderung der Vernetzung). ● Ein moderierter Erfahrungsaustausch (ERFA-Gruppe) ist ein im Einzelhandel etabliertes Format des regelmäßigen Austauschs von Einzelhändlern mit dem Ziel voneinander zu lernen und sich zu im Dialog mit Fachleuten zu verbessern. Eine solche Gruppe könnte am Vaihinger Markt etabliert werden. ● Vor allem die Themen Digitale Sichtbarkeit und Suchmaschinenoptimierung bzw. -marketing (SEO/SEA), Standortmarketing und Cross-Marketing sind Themen, die die Akteure am VM weiterbringen könnten. Diese Themen sind nicht nur am VM sondern bundesweit sehr wichtig geworden. |



2.2.6 Erläuterung der Ergebnisse im direkten Austausch mit Gewerbetreibenden samt Rückkopplungsprozess für die Empfehlungen

- Methodik**
- Workshop
- Ergebnisse**
- Das geplante QM wurde im Jour fixe der WiFö mit den Gewerbetreibenden am 18.02.2020 diskutiert und die Rückmeldungen wurden aufgenommen und berücksichtigt.
 - Zu den Beratungsangeboten fand am 27.11.2019 ein Workshop mit Gewerbetreibenden statt.
 - Die Gewerbetreibenden meldeten zurück, dass sie konkrete Maßnahmen auf anderer Ebene (baulich / Quartiersmanagement) erwarten und bzgl. Beratungsangeboten aktuell keinen konkreten Bedarf sehen bzw. dieser Bedarf gedeckt ist durch lokale Anbieter / bestehende Geschäftsbeziehungen und die Aktivitäten der Institutionen (VVF, BdS).
- Fazit**
- Fokus der Maßnahmen sollte auf QM und Vorbereitung der Investorensuche für bauliche Maßnahmen (Hochbau) gelegt werden.

2.3 Folgen für den Stadtteil Vaihingen

ZUSAMMENFASSUNG von 2.3

Aus den vorangegangenen Analyse- und Arbeitsschritten lassen sich folgende Empfehlungen ableiten, die wiederum Folgen für den Stadtteil Vaihingen haben:

- Die trennende Wirkung von großen Straßen sollte minimiert werden (z.B. shared space). Da dies aufgrund der überörtlichen Verkehrsbedeutung im Falle der Hauptstraße schwer realisierbar erscheint, kann alternativ auch die Bündelung der verschiedenen Angebote auf einer Straßenseite helfen, die Barrierewirkung aufzulösen und Kopplungseffekte zu erzielen (vgl. im Folgenden Variante 01). Dies hat zur Folge, dass auf der Südseite der Hauptstraße eine Neuprägung (Nutzungsänderung) erforderlich wird. Die Auftragnehmer gehen davon aus, dass die aktuelle EG-Nutzung und die Kombination Edeka / Müller-Drogeriemarkt an dieser Stelle auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten nicht optimal verortet sind.
- Eine Strategieempfehlung lautet die Raumstruktur zugunsten des Nicht-MIV zu optimieren. In der Folge muss eine Untersuchung des Verkehrskonzeptes auf der Ebene des gesamten Stadtteils angestoßen werden. Dabei soll untersucht werden, ob es Alternativen zur Autobahn-Umleitung über die Hauptstraße gibt und ob der MIV generell lokal reduziert werden kann (vgl. auch Einrichtung zusätzlicher RegioRad-Stationen, 2.3.3), Prüfung MIV auf großräumiger Ebene, MIV reduzieren). Detailmaßnahmen zu den sechs Hotspots der Erreichbarkeit (vgl. 1.1.1).
- Die vorgeschlagene Umgestaltung des Rathausplatzes und die gesamtheitliche Aufwertung des VM (Innenhofbereich und Fußgängerbereiche) stärken diesen und die umliegenden Gewerbetreibenden sowie die Verbindung zum EKZ SG.
- Aus Variante 01 folgt eine Stärkung des gesamten VM durch die Konzentration des Handels. In den Varianten 02a, 02b und 03 ist die Einzelhandelsfunktion weniger stark ausgeprägt.
- Daraus folgt, dass der Charakter des Stadtteilzentrums sich mit den Varianten 02a und vor allem 02b und 03 wandelt. Die durch das Handelsgewerbe geprägte Fläche nimmt ab, andere, gewerblich orientierte und öffentlichkeitsgeprägte Nutzungen nehmen zu, auch Wohnnutzung ist denkbar.
- Damit wandelt sich auch die Funktion des Freiraums, der sich stärker an den Bedürfnissen der Wohnbevölkerung orientiert und entsprechende Angebote neu ausdifferenziert. Die mit diesen Varianten verbundene verringerte Einzelhandelsbedeutung der Vaihinger Mitte stellt eine grundsätzliche Veränderung dar. Die Ortsmitte verliert damit an Bedeutungsüberschuss (Zentralität). In der Folge könnte es in künftigen Einzelhandels- und



Zentrenkonzepten z.B. zum D-Zentrum abgestuft werden. Eine Entscheidung dafür muss wohlüberlegt und bewusst getroffen werden.

- Die Ausrichtung der Nutzungen liegt innerhalb der Varianten 02a, 02b und 03 auf sozialgesellschaftlichen, öffentlichen und (bildungs-)kulturellen Nutzungsmöglichkeiten, die auch in Verbindung zum öffentlichen Freiraum entwickelt werden können. In der Folge kann das kulturelle Angebot als ein Träger der Frequenz ausgebaut werden. Allerdings ist die kulturelle Nutzung auch in Zusammenhang mit dem Einzelhandel denkbar, wenn gleich diese dann keine Dominanz entfalten wird und nicht die 1a-Lagen belegen kann.
- Die Anziehungskraft des Stadtteilzentrums für die Bevölkerung wird durch die Variante 01 durch die Optimierung der Einzelhandelsfunktion (räumliche Bündelung, höhere Qualität der Ladenflächen im Neubau) gestärkt. In V01 bleibt außerdem die Nutzbarkeit des VM für größere Veranstaltungen und Außengastronomie in vollem Umfang erhalten.
- Demgegenüber sinkt in den Varianten 02a, 02b und 03 durch die Veränderung der Nutzungen bzw. die sinkende Bedeutung der Einzelhandelsfunktion die Anziehungskraft der Vaihinger Mitte außerhalb des unmittelbaren Umfeldes. Gleichzeitig trägt die vor allem in den Varianten 02b und 03 steigende Wohnnutzung zur Stabilisierung der Nachfrage bei den Gewerbetreibenden bei. Lebensmittelhändler (kurzfristiger Bedarf) werden dabei gestärkt, Anbieter von Produkten und Dienstleistungen des mittel- und langfristigen Bedarfs (z.B. Sport, Bekleidung, Elektrowaren) werden geschwächt.
- Durch die Konzentration des Hauptgeschäftsbereiches auf den VM und das EKZ SG muss der südlich der Hauptstraße gelegene Bereich umstrukturiert und neu profiliert werden. Durch die Ansiedlung universitätsnaher Einrichtungen, konsumnaher Dienstleistungen oder von publikumsorientiertem Handwerk kann die südliche Hauptstraße künftig eine Ergänzungsfunktion für das Vaihinger Stadtteilzentrum wahrnehmen.
- Das durch die Gewerbetreibenden am VM induzierte Verkehrsaufkommen steigt in V01. Sofern die dort untergebrachten Gewerbetreibenden umsiedeln, handelt es sich um eine kleinräumige Verlagerung (rückläufiger Verkehr in Teilen des Straßennetzes, zunehmender Verkehr in anderen Teilen). Aufgrund der überörtlichen Verkehrsbelastung des Umfeldes wird diese Verlagerung kaum spürbar werden. In den anderen Varianten sinkt das durch die Nutzungen am VM induzierte Verkehrsaufkommen. Allerdings ist auch dieser Effekt aufgrund des geringen Anteils der Zielkunden am Gesamtverkehrsaufkommen zu vernachlässigen.

2.3.1 Folgewirkungen für Verkehr und Freiraumnutzung

Anhänge • A2.4.3

- Ergebnisse**
- Die vier Varianten machen differenzierte Vorschläge für Nutzungsmöglichkeiten für den oberen Platz (VM). Es ist sowohl eine weiterhin öffentliche Nutzung als auch eine stärkere Privatisierung denkbar (halböffentliche Zugänglichkeit).
 - Alle Varianten setzen auf eine stärkere Verzahnung von VM - EKZ SG, v. a. durch die Stärkung des Bereichs zwischen dem Bezirksrathaus und Feuerwehr als Markt- und Veranstaltungsplatz.
 - Damit einher gehen Überlegungen den Verkehr auf der Achse Robert-Koch-Straße → Vaihinger Markt → Robert-Leicht-Straße zu beruhigen (Tempolimit, Shared-space)

Vorschlag: verkehrliche Neuzonierung und qualitative Aufwertung des Außenraumes:

- Beruhigung des westlichen Vaihinger Marktes / Robert-Leicht-Str.
- Räumliche Verlegung des Handels nach Norden (entlastet die Hauptstraße)
- Höhere Aufenthaltsqualität schafft urbane Erlebnissräume und lädt zum längeren Verweilen ein.
- Räumliche Qualität hat einen höheren Mehrwert als eine große, untergenutzte Platzfläche.
- In den Varianten 1 und 2 wird die Veranstaltungsfläche stärker mit der historischen Mitte (Rathaus) verbunden.



2.3.2 Ermittlung von erforderlichen Flächenalternativen aufgrund der Veränderungen

- Anhänge**
- A2.4.3
- Ergebnisse**
- Durch die Varianten 01 bis 03 werden keine zwingend erforderlichen oder frequenzbringenden Nutzungen am VM verlagert. In allen Varianten steigt das Flächenangebot gegenüber dem Status quo.
 - Die baulichen Veränderungen setzen dort an, wo Nutzungen sichtbar sind, die nicht mehr in vollem Umfang zukunftsfähig oder nicht zentrenrelevant / frequenzwirksam sind.
 - Insbesondere beim Gebäude der Volksbank (VM12) und beim Café am Markt (VM 14) können innerhalb der geplanten Gebäude ggf. Alternativen gefunden werden. Andere Nutzungen wie z.B. das Self-Storage-Angebot im Gebäude VM14 können innerhalb der Neuplanung nicht sinnvoll untergebracht werden.
 - Flächenpotenziale stehen grundsätzlich an anderer Stelle bereit (z.B. ehemalige Deichmann-Fläche) im EKZ SG oder müssen außerhalb des erweiterten Untersuchungsgebietes aktiviert werden.
 - Eine bauliche Ergänzung der Feuerwache könnte eine Platzwand schaffen.
 - Die durch eine Umsiedlung von Edeka und Müller freiwerdenden Flächen südlich der Hauptstraße könnten genutzt werden um universitäre oder universitätsnahe Einrichtungen unterzubringen und so die Verknüpfung VM – Campus Vaihingen zu stärken. Konsumnahe Dienstleistungen, publikumsorientiertes Handwerk bzw. Show-Rooms oder auch gastronomische Angebote ergänzen so zielgerichtet den Hauptgeschäftsbereich des Vaihinger Stadtteilzentrums.

2.3.3 Klärung der Notwendigkeit der finanziellen Unterstützung von Maßnahmen durch die Landeshauptstadt Stuttgart

- Ergebnisse**
- Finanzielle Unterstützung durch die LHS wird im Rahmen folgender Maßnahmen als notwendig / hilfreich zum Erreichen der Projektziele angesehen:
- Anschubfinanzierung für die Aufbau- und Startphase des Quartiersmanagements
 - Bauliche Attraktivierung der Stadtteilbibliothek
 - Bauliche Attraktivierung des öffentlichen Raums (Straßenbelag)
 - Verkehrsuntersuchung und -konzept (shared space)
 - Ausbau von RegioRad-Stationen
 - Aufgrund der Eigentümerstruktur und einer schwer darstellbaren Wirtschaftlichkeit wird eine Co-Finanzierung bei der Sanierung und Ertüchtigung der Tiefgarage durch die LHS als erforderlich erachtet (Oberflächensanierung, Platzentwässerung, Statik)

2.4 Kommunikation und Diskussion

ZUSAMMENFASSUNG von 2.4

Folgende Faktoren wurden bei der Bürgerbeteiligung als erfolgsentscheidend bei der Revitalisierung genannt:

- Verbesserung der Verkehrssituation
- Attraktivitätssteigerung (attraktiver Branchenmix und abwechslungsreiche Gastronomie)
- Ansiedlung frequenzbringender Ladennutzungen, auch kultureller Art: VM als Ort der Begegnung



- Für den VM und den Rathausplatz wird der Wunsch nach bürgernahe Gestaltung (vs. kommerzieller Ausrichtung) deutlich.

Bei einer sehr offenen und konstruktiven Beteiligung der Eigentümer und Mieter wurden folgende Punkte aufgenommen:

- Verkehrsberuhigung,
- Belebung des Marktes,
- Erhalt des Platzcharakters und
- Schaffung eines (innovativen) Campus

Der Bezirksbeirat drängt auf eine schnelle Verbesserung der Situation und ist offen für innovative Ansätze, z.B. eine Nutzungsänderung auf der Südseite der Hauptstraße, die in Folge einer Verlagerung von Nutzungen (Edeka, Müller) notwendig wird.

2.4.1 Diskussion der Konzeptstudie mit der Bürgerschaft

Methodik Am 23. Juli 2019 wurde der Bürgerschaft und dem Bezirksbeirat auf dem Vaihinger Markt bei einem „Marktplatz der Ideen“ die Ergebnisse der Analysephase und deren Bezug auf vier Lösungsszenarien

- Variante 01 Rathausplatz + Quartiersplatz
- Variante 02 Rathausplatz + grüner Wohnhof
- Variante 03 Großer Rathausplatz + Vaihinger Höfe
- Variante 04 Rathausplatz + Urbane Gärten

im Rahmen eines Rundgangs und in Themenpavillons präsentiert und zur Diskussion gestellt.

Rückmeldungen

Einzelhandel & Gastronomie:

- Sorge um negative Auswirkungen einer Umbauphase und ggf. juristisch gerechtfertigten Entschädigungsforderungen der Mieter gegenüber den Eigentümern
- Verkehrsthematik für EH (Erreichbarkeit vs. Aufenthaltsqualität)
- Kulturelle & soziale Bespielung des Marktplatzes zur Frequenzsteigerung
- Attraktivitätssteigerung durch Kleinteiligkeit und kreative Ladennutzungen

Städtebau & Architektur:

- Wunsch nach Erhalt des Hofbereichs des VM als Stadtbühne und Veranstaltungsfläche
- Bedenken gegenüber einer starken räumlichen Nachverdichtung oder einer vollständigen Privatisierung des Hofbereichs, eher bauliche Umstrukturierung der umgreifenden Bebauung als eine hofseitige Verdichtung; bewusste Mischung aus baulichen Eingriffen und mehr Grün wird deutlich positiver aufgefasst
- Neugestaltung des Rathausplatzes und des VM wird gewünscht; trotz möglicher räumlich-funktionale Konkurrenz zum Rathausplatz; Wunsch nach einem verkehrsberuhigten VM
- Fokus stärker auf bürgernahe Gestaltung im Sinne der gesellschaftlichen Mitte Vaihingens als auf kommerziellen Nutzungen

Erreichbarkeit & Verkehr:

- Lösung der Verkehrsbelastung dringlich für jegliche Revitalisierungsbemühungen in Stadtteilmitte
- Förderung alternativer Mobilitätsformen für eine Entlastung der Vaihinger Mitte bei gleichzeitiger Sicherung einer guten Erreichbarkeit
- Befahrung des theoretisch als Fußgängerbereich angelegten VM als starker Störfaktor der Aufenthaltsqualität



Kultur, Soziales & Öffentlicher Raum:

- Wahrnehmung des VM als Begegnungsort und gesellschaftliche Mitte; Wunsch nach Erhalt
- Wunsch den Platz kulturell und sozial stärker zu bespielen
- Größerer Fokus auf konsumfreie Nutzungsmöglichkeiten zu legen und hierfür die nötige Infrastruktur zu ermöglichen

2.4.2 Diskussion der Konzeptstudie mit den betroffenen bzw. mit den mitwirkungsbereiten Eigentümern und Mietern

- | | |
|---|--|
| Anhänge | <ul style="list-style-type: none"> • V2.4.2 |
| Methodik | <ul style="list-style-type: none"> • Geschlossene Veranstaltung (Workshop) mit geladenen Eigentümervetretern am 23. Juli 2019 • Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse und Gewichtung / Priorisierung • Geschlossene Veranstaltung (Workshop) mit Gewerbetreibenden am 27.11.2019 |
| Rückmeldungen Eigentümervetreter | <ul style="list-style-type: none"> • Die verkehrlichen Aspekte dominierten die Diskussion. Die Eigentümer fordern eine deutliche Verkehrsberuhigung durch ein Shared-space Konzept oder die Sperrung der Achse Robert-Koch-Straße → Vaihinger Markt → Robert-Leicht-Straße auf Höhe VM für den Privatverkehr • Die vorgeschlagene Schaffung von Frequenzen am VM durch eine Ansiedlung / Verlagerung von bestehenden Handel (Lebensmittel/Drogerie) wird hinterfragt (Was passiert dort wo der Handel wegzieht? Gibt es zu viele Magneten am VM? Erschließbarkeit durch Tiefgarage? Kleinteiligkeit vs. größerer Flächen). Bei der Gewichtung der Maßnahmen zeigt sich, dass diese Bedenken Einzelmeinungen sind bzw. diese nicht prioritär gesehen werden. • Eine Bebauung des VM (und damit die „Zerstörung“ des weiten Platzes) wird kritisch gesehen und von einigen abgelehnt. Es kann jedoch aufgezeigt werden, dass in allen drei Varianten ausreichend Platz für Veranstaltungen vorgesehen ist. • Es werden verschiedene Vorschläge für kleinteiliges Gewerbe und die Belegung des VM gemacht. Dabei sticht der Aspekt der Schaffung eines Campus aus Startups, Universität und Handwerk heraus. Diese könnten auch südlich der Hauptstraße angesiedelt werden. |
| Rückmeldungen Gewerbetreibende | <ul style="list-style-type: none"> • Verkehr: Lösungen werden schon lange diskutiert, bisher konnte nichts umgesetzt werden. • Handlungsbedarf / -druck: Es sollte möglichst bald etwas passieren. • Gewerbetreibende sehen Bedarf an baulich-strukturellen Veränderungen. • Beratungsbedarf für Gewerbetreibende wird derzeit nicht gesehen (vgl. 2.2.6). • Vgl. Aktenvermerk der LHS (AS/61-8) vom 02. Dezember 2019. |

2.4.3 Präsentation der Ergebnisse im Bezirksbeirat Vaihingen

- | | |
|----------------------|---|
| Anhänge | <ul style="list-style-type: none"> • A2.4.3 |
| Methodik | <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation der Ergebnisse der Stufe / Phase 1 am 16. Juli 2019 • Präsentation der Ergebnisse und Entwürfe der Stufe / Phase 2 am 26. November 2019 |
| Rückmeldungen | <ul style="list-style-type: none"> • Verkehr: Lösungen werden schon lange diskutiert, bisher konnte nichts umgesetzt werden. • Handlungsbedarf / -druck: Es sollte möglichst bald etwas passieren. • Nutzungsalternative Wissenschaftszentrum auf der Südseite der Hauptstraße denkbar • Diakonie (bisher schon am VM) meldet Bedarf und Hoffnung auf weitere Berücksichtigung. |



3 Stufe 3: Vertiefung und Umsetzung der Ideen

- In Stufe 3 werden die Ergebnisse der zweiten Stufe ausgearbeitet und in drei Szenarien vertieft (siehe dazu 3.1).
- Es werden erste Umsetzungen angestoßen. Zu diesem Zweck wird bei den vorangegangenen Stufen bereits darauf geachtet auch niederschwellige Maßnahmen mit geringer Komplexität und weniger Aufwand zu entwickeln.
- Die Vorschläge beziehen sich auf verschiedene Handlungsfelder und Bereiche und sind unterschiedlich schnell umsetzbar.

3.1 Entwicklung baulicher und städtebaulicher Lösungsszenarien

ZUSAMMENFASSUNG von 3.1

Aus den vier grundsätzlichen städtebaulichen Szenarien wurden drei Szenarien weiterentwickelt:

- Die Variante 1 „**Starke Mitte**“ ist geeignet eine nachhaltige Stärkung der Handelsfunktion und eine erhöhte Passantenfrequenz zu erreichen. Sie hat städtebauliche Vorteile (Gegengewicht zum EKZ SG). Diese Variante berücksichtigt so umfänglich wie möglich einzelhandelswirtschaftliche Aspekte. Die Variante verfolgt das Ziel die Funktionszuweisung (Stadtteilzentrum bzw. C-Zentrum) zu erhalten und auszubauen.
- Die Variante 2 „**Vaihinger Höfe**“ legt durch eine Ergänzung des historischen Zentrums mit einer Hoffolge den Schwerpunkt auf Erlebnisräume. Sie schafft eine differenzierte Platzsituation und variierende Aufenthaltsqualitäten. Einzelhandelsaspekte werden weiter berücksichtigt um Passanten- und Kundenfrequenzen am Standort zu halten bzw. auszubauen. Die Frequenzwirkung ist allerdings gegenüber Variante 2 deutlich geringer.
- Die Variante 3 „**Stadtteiltreff mit Pavillon**“ baut auf dem Status quo auf. Diese Variante bedingt die geringsten Investitionen und baulichen Eingriffe. Einzelhandelswirtschaftliche Aspekte werden komplett untergeordnet. Diese Variante bringt die höchste Vertrautheit aber auch die größte Unsicherheit über die zukünftige Entwicklung des Stadtteilzentrums mit sich, da die Gefahr besteht dass neben dem Handel sukzessive auch weitere Nutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie, Büronutzung) abwandern. Die schwierigen Grundrisse und unzeitgemäßen Flächen der Bestandsgebäude bringen die Gefahr einer Abwanderung in attraktivere Neubauten mit sich.
- Die wirtschaftlichste Variante mit den höchsten Mieterträgen und der höchsten Stabilisierungswirkung ist Variante 1. Sie ist – in Abhängigkeit vom Kaufpreis – für eine Vielzahl von Marktteilnehmern (Projektentwicklern / Investoren) realisierbar. Die großen Flächenanteile, für die mit hoher Sicherheit langfristige Mietverträge abschließbar sind, geben Stabilität und erlauben eine sichere und kalkulierbare Rendite. Die Wirtschaftlichkeit für den Investor ist abhängig von den individuellen Voraussetzungen wie z.B. der Finanzierungsstruktur (Eigenkapital / Fremdkapital).

Anhänge • A3.1.1, A3.1.4

Methodik

- Entwicklung von drei typologisch unterschiedlichen baulichen Szenarien für den VM
- Vertiefung der baulichen Aspekte
- Erarbeitung von Visualisierungen (graphisches Leitbild) für die Szenarien als Kommunikationshilfe
- Aufzeigen von Voraussetzungen, funktionalen Anforderungen, Hemmnissen, Risiken
- Aufzeigen möglicher Schnittstellen für eine abschnittsweise Umsetzung
- Kostenschätzung mit Herleitung für die Szenarien

3.1.1 Variante 1: Starke Mitte

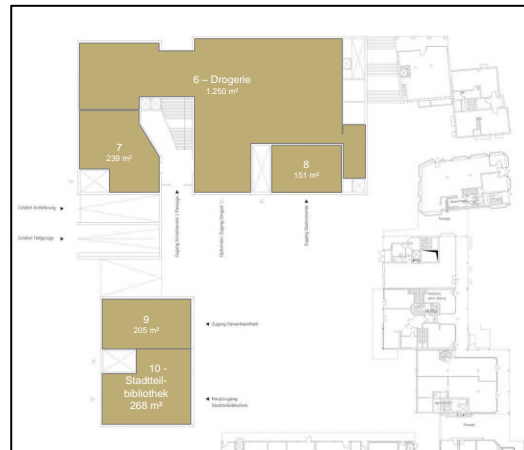
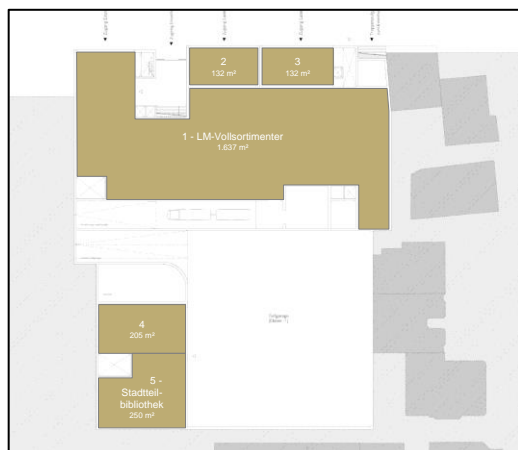
Ergebnisse

Abbildung 5: Variante 1: Starke Mitte



Ebene Rathausplatz

Ebene Innenhof



**Struktureller Schwerpunkt**

- Gewerbliche Funktion / Einzelhandel im Erdgeschoss, anteilig unter oberer Platzfläche
- Schaffung von zusätzlichen Frequenzen und Stärkung umliegender Gewerbenutzungen
- Einzelhandel in Obergeschossen ist vom VM erdgeschossig zugänglich
- Fokus gewerblich - öffentliche Nutzungszonierung am Vaihinger Markt

Stadtteilbibliothek

- Neustrukturierung der Stadtteilbibliothek mit Öffnung zum Außenraum
- Optionaler Erhalt des Gebäudes Vaihinger Markt 6 (Bibliothek) und des Gebäudes Nr. 8 möglich

Öffentlicher Freiraum

- Erhalt beider Platzsituationen / Innenhof wird durch gezielte Freiraumgestaltung besser nutzbar gestaltet
- Barrierefreie Zugänglichkeit des Innenhofes durch verbindenden Zwischenbaukörper mit Aufzügen

Bauliche Rahmenbedingungen:

- Räumliche Neufassung der Nordseite mit optionalem Einbezug der Bebauung am westlichen Vaihinger Markt (Geb.-Nr. 6 (Stadtteilbibliothek) und 8)
- Erhalt eines durchgängigen Platzplateaus mit unterschiedlicher Freiraumprofilierung und Erhöhung der Nutzbarkeit des Außenraumes

Außenräumliche Handlungsempfehlungen:

- Nördlicher Innenhof:
- Stadtraum für Freiluftaktivitäten und Veranstaltungen

Südlicher Innenhof:

- Charakterisierung durch großflächigen Baumhain mit mobilem Stadtmobiliar
- Platzbereich als Treffpunkt des Stadtlebens
- Öffnung der Stadtteilbibliothek mittels Lesegarten-Konzept
- Anteilige Bespielung des Außenraumes durch lokale Gastronomen (Biergarten-Konzept)

Fazit V1

- Variante 1 erlaubt mit hoher Sicherheit den Abschluss langfristiger Mietverträge (10 Jahre und länger) mit bonitätsstarken Ankermietern zu marktüblichen Mieten. Die Mieten für eine lageadäquate Nutzung z.B. durch einen Supermarkt liegen insgesamt tendenziell über den erzielbaren Mieten durch andere (Erdgeschoß-) Nutzungen. Den erzielbaren Mieten stehen erhebliche Investitionskosten gegenüber. Zwar lassen sich auf kleinen Flächen möglicherweise höhere Quadratmetermieten erzielen, diese Nutzer benötigen jedoch einen Frequenzbringer (Ankermieter) im direkten Umfeld.
- Das Verhältnis der prognostizierten Jahresmiete zur Baukostensumme Einzelhandel (EZH) liegt bei dieser Variante, je nach Szenario, zwischen 6,03% und 7,64%. Die Berechnungen basieren auf den Flächen der städtebaulich optimierten Entwürfe. Eine wirtschaftliche Optimierung ist in der Realisierungsplanung möglich.
- Beim aktuellen Zinsumfeld lässt sich unter den genannten Bedingungen eine solche Projektentwicklung üblicherweise wirtschaftlich darstellen.
- Die Wirtschaftlichkeit hängt vor allem von den erzielbaren Mieten, der Höhe der Gesamtinvestition (inkl. Ankauf der Bestandsimmobilien), der Finanzierungsstruktur und dem Geschäftsmodell des Entwicklers (Bestandshalter vs. Bauträger) ab.

3.1.2 Variante 2: Vaihinger Höfe

Abbildung 6: Variante 2: Vaihinger Höfe

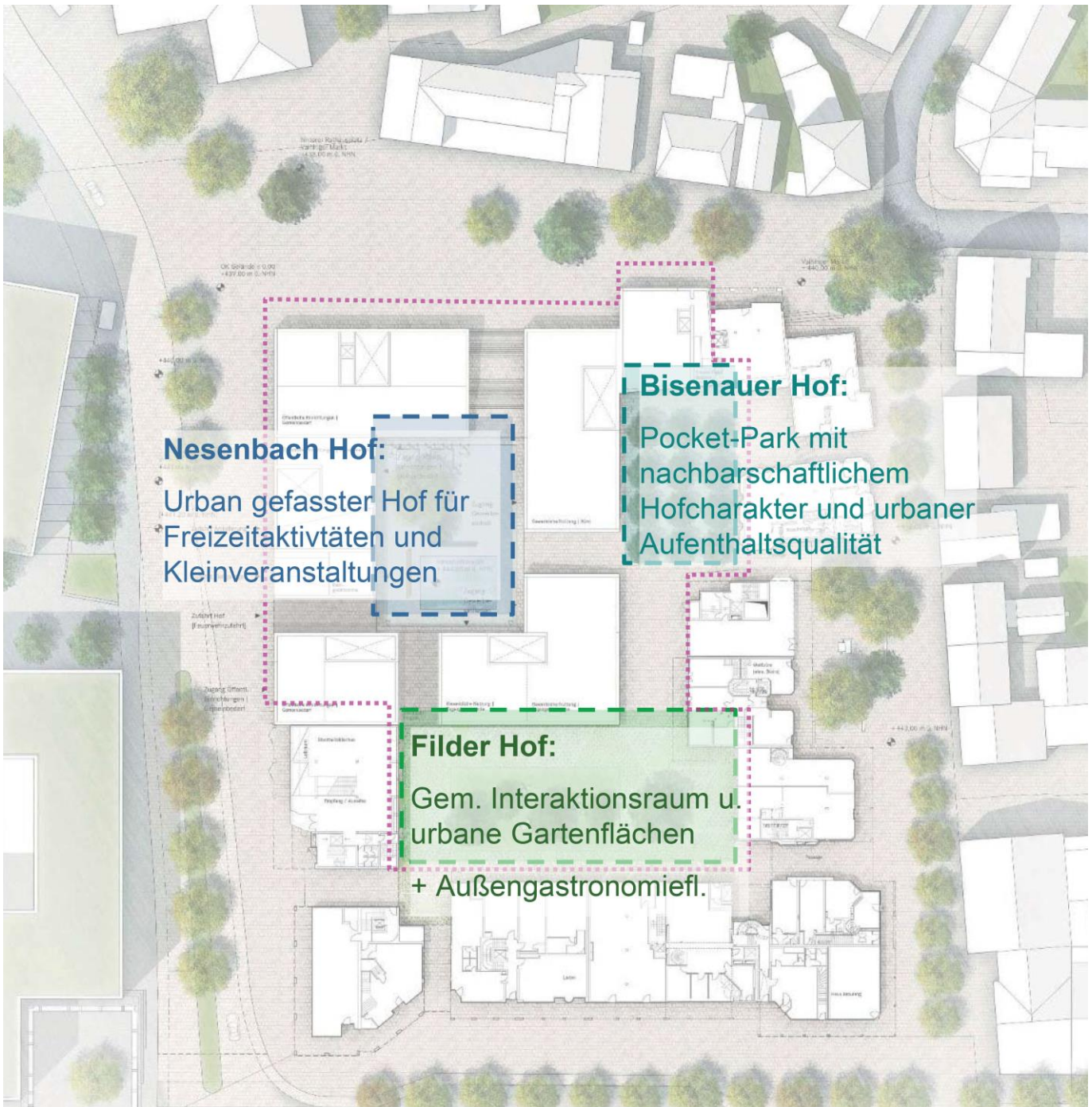


Ebene Rathausplatz



Ebene Innenhof





Struktureller Schwerpunkt

- Räumliche Fassung durch offen gehaltene Blockstruktur
- Ansiedlung eines Frequenzbringers (Lebensmittelmarkt)
- Stärkung der umgebenden Bereiche
- Erdgeschossige Aktivierung durch gewerblich-dienstleistungstechnische Nutzungen

Stadtteilbibliothek

- Mögliche Verlegung der Stadtteilbibliothek zum Rathausplatz mit Aktivierung des umgebenden Stadtraums
- Stadtteilbibliothek kann optional auch im Bestand erhalten werden

**Öffentlicher Freiraum**

- Deutlich vergrößerter und räumlich breiter gefasster Rathausplatz
- Vergrößerung der reell nutzbaren Außenflächen im Innenhof
- Urban gefasste Hofabfolge mit unterschiedlichen Freiraumcharakteristika
- Vollständig öffentliche Zugänglichkeit der Innenhofbereiche

Bauliche Rahmenbedingungen:

- Vermittlung zwischen hist. gewachsenen Strukturen des Ortskerns und den Neubauanlagen der SchwabenGalerie
- Ausbildung einer differentiell ausformulierten Hofstruktur mit unterschiedlichen Angebotsschwerpunkten und Freiraumqualitäten

Außenräumliche Handlungsempfehlungen:**Nesenbach Hof:**

- Gestaltung als urbaner Hofbereich für Freiluftaktivitäten im Kontext öffentlich-gemeinschaftlicher Angebote

Bisenauer Hof (historischer Ortsname):

- Entwicklung eines Pocket-Park-Konzeptes mit mobilem Stadtmobiliar für Anwohner und Bürger

Filder Hof:

- Identitätsbildung durch gartenähnlichen Charakter im Zusammenspiel gemeinschaftlich nutzbarer Angebote und angrenzender Nutzungen
- Familienorientierte Ausformulierung der Grünflächen mit Spielflächen für Kinder

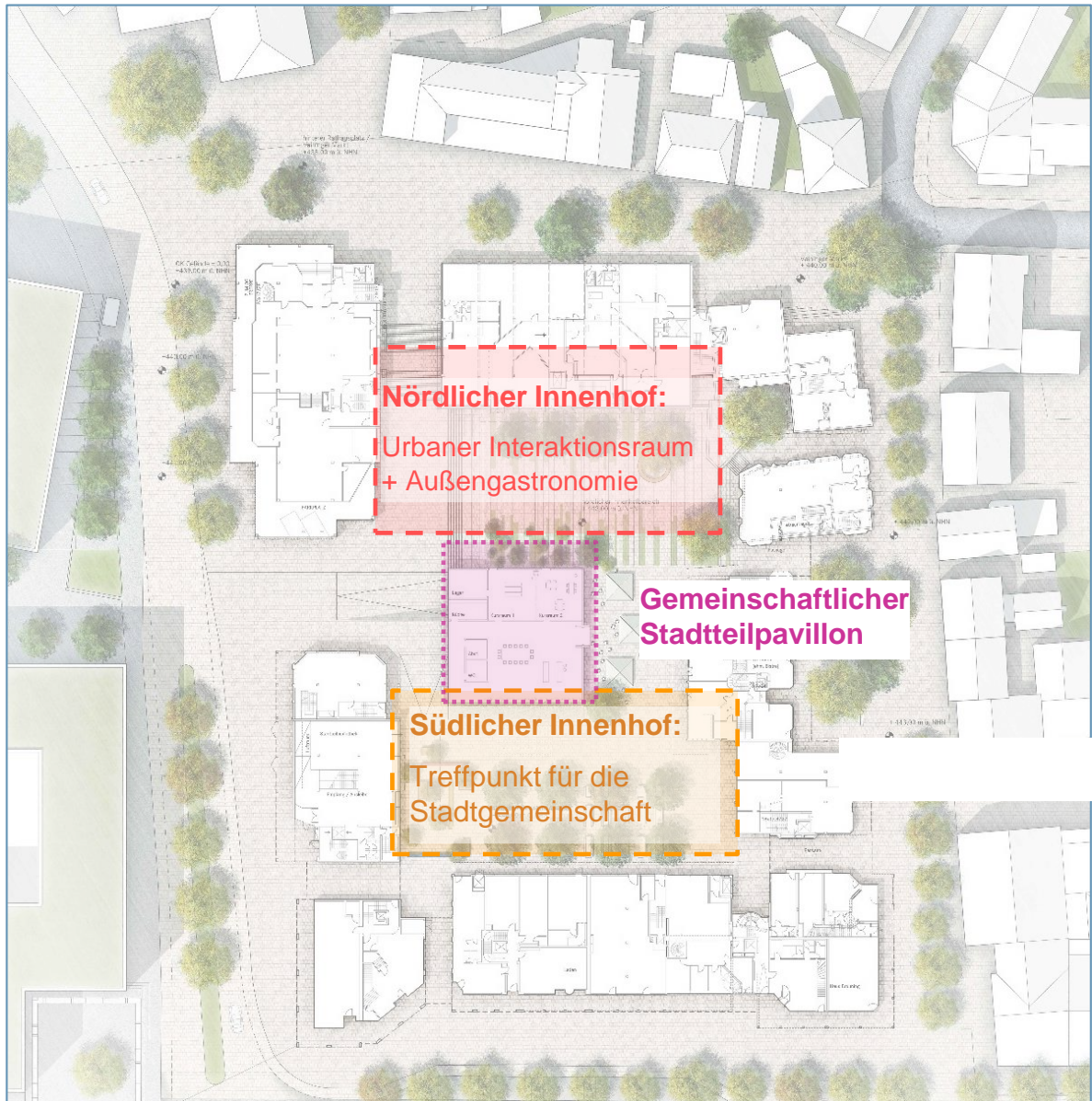
Fazit V2

- Variante 2 erlaubt mit hoher Sicherheit den Abschluss zumindest eines langfristigen Mietvertrags (10 Jahre und länger) mit einem Ankermieter zu marktüblicher Miete. Die Mieten für eine lagedäquade Nutzung z.B. durch einen Biomarkt liegen insgesamt tendenziell über den erzielbaren Mieten durch andere (Erdgeschoß-) Nutzungen. Den erzielbaren Mieten stehen erhebliche Investitionskosten gegenüber. Zwar lassen sich auf kleinen Flächen möglicherweise höhere Quadratmetermieten erzielen, diese Nutzer benötigen jedoch einen Frequenzbringer (Ankermieter) im direkten Umfeld. Gegenüber Variante 1 ist die Frequenzwirkung des Ankermieters deutlich geringer. Somit sinken die Vermietbarkeit und tendenziell auch die Mieten der kleineren Flächen. In der Kalkulation wurde davon ausgegangen, dass dieses Risiko aufgrund der insgesamt guten Rahmenbedingungen nicht auf die Mieten durchschlägt.
- Das Verhältnis der prognostizierten Jahresmiete zur Baukostensumme Einzelhandel (EZH) liegt bei dieser Variante, je nach Szenario, zwischen 5,40% und 6,8 %. Die Berechnungen basieren auf den Flächen der städtebaulich optimierten Entwürfe. Eine wirtschaftliche Optimierung ist in der Realisierungsplanung möglich.
- Beim aktuellen Zinsumfeld lässt sich unter den genannten Bedingungen eine solche Projektentwicklung üblicherweise wirtschaftlich darstellen, wenngleich die Wirtschaftlichkeit im Vergleich zu Variante 1 deutlich geringer ist.
- Die Wirtschaftlichkeit hängt vor allem von den erzielbaren Mieten, der Höhe der Gesamtinvestition (inkl. Ankauf der Bestandsimmobilien), der Finanzierungsstruktur und dem Geschäftsmodell des Entwicklers (Bestandshalter vs. Bauträger) ab.

3.1.3 Variante 3: Stadtteiltreff mit Pavillon

Abbildung 7: Variante 3: Stadtteiltreff mit Pavillon





Bestand

- Bestand bleibt vollständig erhalten

Bauliche Intervention

- Zentraler Pavillon als gemeinschaftlich nutzbarer Stadteiltreff und Veranstaltungsort für Bürger und lokale Vereine
- Nutzung des Pavillons als überdachte Stadtbühne möglich
- Differenzierung der urbanen Platzfunktionen
- Mögliche Angebotserweiterung im Bereich Gastronomie im Pavillon (auch selbstorganisiert)
- Keine zusätzliche Unterbringung von Einzelhandel möglich!

Öffentlicher Freiraum

- Neugestaltung des Innenhofes
- Nördlicher Innenhof: Nutzungskombinierte Grünfläche



- Südlicher Innenhof: Urban orientierte Funktionen mit Einbindung lokaler Gastronomen (Außen-gastronomie) und als erweiterte Veranstaltungsfläche

+ Außennutzung der Stadtteilbibliothek

Bauliche Rahmenbedingungen:

- Vollständiger Erhalt der umgebenden Bestandsbebauung
- Neustrukturierung des Innenhofbereiches zugunsten einer verbesserten Nutzbarkeit und Errich-tung eines gemeinschaftlich nutzbaren Pavillonbaus für die Bürger
- Sanierung und statische Ertüchtigung der Tiefgarage

Außenräumliche Handlungsempfehlungen:

Nördlicher Innenhof:

- Flexible Nutzbarkeit des Außenraumes offenhalten (auch f. gewerbliche Nutzungen)
- Ausbildung einer urbanen Sitzlandschaft und stadträumliche Aktivierung der Freitreppen durch mögliches Stattfinden von Freiluftveranstaltungen

Südlicher Innenhof:

- Ausbildung eines generationsübergreifenden Stadtteiltreffpunktes und Veranstaltungs-raumes in Verbindung einer gewerblichen und konsumfreien Nutzungsvielfalt

Fazit V3

- Variante 3 schafft keine grundsätzliche strukturelle Veränderung. Es besteht das Risiko, dass vor-handene (Groß-) Mieter (Volksbank, Intersport, Gastronomie) den Standort verlassen werden und keine adäquaten Nachmieter für die nicht mehr zeitgemäßen und schwer wirtschaftlich zu betrei-benden Flächen gefunden werden können. Durch den fehlenden Frequenzanker sinkt allgemein die Wirtschaftlichkeit der einzelnen Betreiber. Es droht eine weitere Erosion von Mieten und Standortqualität.
- Die Mieten im Bestand liegen tendenziell deutlich unter lageadäquaten Mieten im Neubau. Dem-gegenüber sind aus funktionaler Sicht keine signifikanten Investitionen nötig. Aus politischer Sicht muss dennoch erheblich investiert werden (Tiefgarage, Bodenbeläge, Beleuchtung, Platzgestal-tung).
- Ohne Frequenzanker ist die Vermietbarkeit der Erdgeschoßlagen gefährdet.
- Die Wirtschaftlichkeit im Bestand hängt vor allem von der Vermietbarkeit ab. Diese ergibt sich aus den auf den Markt verfügbaren Alternativflächen, die nicht unbedingt im direkten Umfeld verortet sein müssen. Die Volksbank könnte beispielsweise in ein Gebäude am Rande von Vaihingen zie-hen oder sich deutlich verkleinern. Die Funktion des C-Zentrums würde dadurch schrittweise ab-gewertet. Die ein Zentrum definierenden Funktionen, die einen Bedeutungsüberschuss gegen-über den Stadtteillagen voraussetzen, drohen in diesem Szenario verloren zu gehen.

3.2 Kurzfristig umsetzbare Kleinmaßnahmen zur Aufwertung

Anhänge A3.2

Methodik

- Es wurden zwei Varianten für die Öffnung der Bibliothek zum VM (Nebeneingang) erarbeitet, die beide einen Zugang und einen Lesegarten vorsehen.

Ergeb-nisse

- Als kurzfristig umsetzbare Kleinmaßnahme zur Aufwertung wird eine bauliche Attraktivierung der Bibliothek empfohlen.
- Stadt(teil)bibliotheken erfüllen eine wichtige Funktion als Frequenzanker außerhalb des Einzel-handels. Sie befriedigen als Orte der Bildung und des Lernens unterschiedliche Bedürfnisse der verschiedenen Alters- und Gesellschaftsgruppen.



- Das Wesen öffentlicher Bibliotheken entspricht weitestgehend der Forderung (vgl. 2.4.1) der Bürger nach öffentlichen Orten, die frei von Konsumzwang sind (die Nutzung ist auch ohne Ausweis oder Gebühr für jede Person möglich).
- Weitere geförderte bauliche Kleinmaßnahmen können abgerufen werden, es liegen bisher jedoch keine Anträge oder Interessensbekundungen vor. Die Gewerbetreibenden haben in Beteiligungsveranstaltungen zurückgemeldet, dass zunächst Investitionen in den öffentlichen Raum (Pflasterung / Oberflächengestaltung, Beleuchtung) erwartet werden (vgl. 2.2.6).
- Sinnvolle Kleinmaßnahmen aus Sicht der Auftragnehmer könnten z. B. ein Beschilderungskonzept (vgl. 1.1.4) oder ein Beleuchtungskonzept sein. Diese Maßnahmen könnten konzeptionell sofort angegangen werden und ließen sich später unabhängig von der zur Umsetzung ausgewählten Variante adaptieren.
- Aus Sicht der Auftragnehmer wirken sich die teilweise abweisend wirkenden Erdgeschossfassaden negativ auf das umgebende Erscheinungsbild der Gebäude wie auch auf die Aufenthaltsatmosphäre des Ortes aus. Hier sollten die Mieter gezielt – ggf. mit Unterstützung von Experten für Schaufenstergestaltung (Visual Merchandising) – tragfähige Konzepte für eine attraktive Besspielerung der Fensterfronten und einsehbaren Innenräume entwickeln (auch im Zusammenhang der doppelseitigen Orientierung der Gebäude). Diese Maßnahme stellt eine Kombination aus kleineren baulichen Eingriffen und aktiver Schaufenster / Innenraumgestaltung dar. Sie ist insofern arbeitsintensiv, da die Schaufenstergestaltung regelmäßig (z.B. alle 4 Wochen) neu erfolgen muss um wirksam zu sein. Die durch eine gute Schaufenstergestaltung erzeugten Kaufanreize können jedoch zu Umsatzzuwächsen bzw. einer Stabilisierung der Umsätze führen. Es wird empfohlen auf Cross-Selling-Ansätze zurückzugreifen. Dabei präsentiert der Optiker beispielsweise Laufschuhe (des Sporthändlers) und Sportbrillen im Schaufenster. Der Sporthändler präsentiert umgekehrt Laufschuhe und Sportbrillen (des Optikers).
- Leerstehende Flächen könnten durch temporäre Umnutzungen in Einbezug der Vereine und Bürger zum Beispiel mittels Kreativworkshops zeitweise reaktiviert werden und den öffentlichen Raum durch die entstehende Dynamik anteilig vitalisieren.
- Beim Stattfinden von saisonalen Veranstaltungen könnte eine höhere Durchmischung von Marktaufstellbereichen und Bühnenbereichen erfolgen. Bisher fokussieren sich Märkte eher auf den Fußgängerbereich VM, die Bühne und Gastronomie befinden sich im Innenhof. Hier könnten angrenzende Händler mit Sonderaktion zusätzlich Aufmerksamkeit erzeugen und potenzielle Neukunden werben.

Schlussfolgerungen

- In Vorschlag 1 erfolgt keine Neustrukturierung des Innenraums. Vorschlag 2 sieht eine solche vor und ist damit aufwändiger in der Umsetzung.
- Schon heute lässt sich mit baulichen Kleinmaßnahmen, die aber in den meisten Fällen von weiteren Maßnahmen flankiert werden müssen, eine Stabilisierung oder Umsatzsteigerung herbeiführen. Ein positives Beispiel für die Attraktivierung ist die komplett neu gestaltete Apotheke am Markt.
- Dort wo die Bereitschaft der Eigentümer zu baulichen Maßnahmen fehlt, könnte über Maßnahmen wie Schaufenstergestaltung und Cross-Selling ein Effekt erzielt werden.
- Die Koordination solcher Maßnahmen und die Motivation zur Teilnahme kann durch das QM angestoßen werden. Dabei ist zu überlegen, ob Schaufenstergestaltung als Dienstleistung angeboten werden kann, damit die Hürde für eine Teilnahme gesenkt wird. Nicht jeder gute Einzelhändler hat Kapazitäten oder Begabung für die Gestaltung von Schaufenstern und Innenräumen.



3.3 Beratungsleistungen zu Einzelhandel und Gastronomie (optional)

- Anhänge**
- A2.2.3
- Methodik**
- Dieser optionale Baustein sieht die Ausarbeitung eines Betriebskonzepts zur Zwischennutzung von Erdgeschoßeinheiten bis 100 m² unter Einbindung des potenziellen Nutzers und die Ausarbeitung eines Kooperationskonzeptes/Zentrumsmanagements der Gewerbetreibenden inkl. Finanzierungskonzept vor
- Ergebnisse**
- Mangels geeigneter Ladeneinheiten wurde zum aktuellen Zeitpunkt auf die Entwicklung eines Betriebskonzeptes verzichtet. Ein späterer Abruf bleibt möglich.
 - Das Kooperationskonzept/Zentrumsmanagement wurde als Quartiersmanagement entworfen (vgl. 2.2.3)
 - Die Rückmeldung der Gewerbetreibenden im Rahmen einer Beteiligungsveranstaltung ergab, dass diese derzeit keine Beratungsangebote zu Maßnahmen zur Umsatzstabilisierung bzw. –steigerung wünschen (vgl. 2.2.6).
 - Vielmehr besteht seitens der Gewerbetreibenden derzeit der Wunsch, sichtbare Veränderungen in der Gestaltung des öffentlichen Raums (Pflasterung / Oberflächengestaltung, Beleuchtung) herbeizuführen.
 - Aus Sicht der Auftragnehmer sind die geäußerten Erwartungen der Gewerbetreibenden nachvollziehbar. Sie zielen auf eine möglichst schnelle Verbesserung der Optik und Aufenthaltsqualität. Es sollte dabei aber nicht vernachlässigt werden strukturelle Änderungen herbeizuführen. Diese sind aufwändiger und langsamer in der Umsetzung, dafür wirken sie nachhaltig. Die Umbrüche in den Innenstädten und Stadtteilzentren wurden durch die Covid-19-Pandemie erst Anfang 2020 nochmals deutlich. Die Erosionsprozesse haben sich vielerorts erheblich beschleunigt.
 - Vor diesem Hintergrund müssen am Vaihinger Markt Lösungen gefunden werden, die mindestens zehn Jahre in die Zukunft wirken. Es gibt bundesweit (zu) viele Beispiele für aufwändig sanierte Stadt(teil)- und Ortszentren, in denen die öffentlichen Räume und Immobilien bestens saniert wurden, jedoch keine lageadäquaten Nutzungen mehr gefunden haben.



4 Zusammenfassende Empfehlungen der Auftragnehmer und Projektabschluss

Vorstellung der Ergebnisse

- Zur Vorstellung vorliegender Ergebnisse sind noch folgende Termine vorgesehen
 - Diskussion der Konzeptstudie mit der Bürgerschaft (ein Termin)
 - Diskussion der Konzeptstudie mit den Eigentümern und Mietern (zwei Termine)
 - Präsentation der Ergebnisse in politischen Gremien (zwei Termine).

Empfehlungen

Strategischer Hintergrund

- Die Zukunft der Ortsmitte von Vaihingen muss von den Akteuren vor Ort nach deren Vorstellungen gestaltet werden.
- Räumlich übergeordnete Stellen (Landeshauptstadt Stuttgart, Land Baden-Württemberg) und beratende Experten können diesen Prozess nur unterstützen.
- Aufgrund der Historie des Vaihinger Marktes und dem aktuellen Erscheinungsbild ist es nachvollziehbar, dass die lokalen Akteure sich schnelle Verbesserungen wünschen.
- Allerdings zeichnen sich bundesweit Entwicklungen ab, die langfristig und tiefgreifend wirken. Hier sind veränderte Konsumgewohnheiten, Digitalisierung, Mobilitätswandel und andere Megatrends zu nennen.
- Die Auftragnehmer empfehlen eine strukturelle Antwort auf die Herausforderungen der Zukunft zu geben. Ein wesentlicher Punkt ist dabei der Erhalt des Charakters als Zentrum und Ortsmitte, der zwingend eine (möglichst große) Gewichtung in der wahrgenommenen Bedeutung (Geographen sprechen vom Bedeutungsüberschutz) voraussetzt.
- In der Vergangenheit hat sich der Einzelhandel und die ihn ergänzenden Dienstleistungen und Gastronomieangebote als identitätsstiftend für Stadt(teil)- und Ortszentren erwiesen. Dies lässt sich auch in Vaihingen (Vaihinger Markt, SchwabenGalerie) ablesen.
- Der Einzelhandel hat seine Anziehungskraft aufgrund neuer Konsummuster, der Digitalisierung und dem Onlinehandel zum Teil eingebüßt.
- Ein wesentlicher Punkt für das zukünftige Einzelhandelsangebot sind aber auch die Altersstruktur der Betreiber bzw. die fehlende Nachfolge.
- Wichtige und attraktive Marktteilnehmer wie das Fahrradfachgeschäft Speiche haben die Vaihinger Ortsmitte bereits verlassen, obwohl die Rahmenbedingungen (hohe Bevölkerungsdichte, hohe Kaufkraft, sehr gute Konjunktur über die vergangenen 10 Jahre, im Fall von Speiche: anhaltend hohe Nachfrage nach Zweirädern) vor Ort als sehr gut zu charakterisieren sind.
- In einer – aus historischer Sicht – über kurz oder lang unvermeidbaren Phase wirtschaftlicher Rezession werden die aktuell nur an der Oberfläche erkennbaren strukturellen Probleme der Vaihinger Ortsmitte schonungslos offen gelegt werden. Unklar ist, ob eine solche Phase schon durch die Covid-19-Pandemie eingeleitet wird.
- Wenn eine möglichst große Stabilität das Ziel ist, so empfehlen die Auftragnehmer die Umsetzung der Variante 1. Diese ist investorenfähig und wirtschaftlich umsetzbar. Sie bietet Stabilität und Sicherheit über einen längstmöglich vorhersehbarer Zeitraum.

Variantenbewertung

- Variante 1 stabilisiert alle umliegenden Strukturen vom gesamten Vaihinger Markt über das EKZ Schwabengalerie und den Rathausplatz. Sie setzt dazu alle heute bekannten und am Standort umsetzbaren Maßnahmen ein und sichert die Vermietbarkeit der Flächen weit über die Neubauflä-



chen hinaus. Die positiven Wirkungen erreichen auch die neu zu strukturierende südliche Hauptstraße (wo aufgrund angekündigter Veränderungen auf dem Postareal sowieso eine Neuausrichtung erfolgen muss). Stadträumlich wird das vertraute Motiv des großen Innenhofs „Vaihinger Markt“ beibehalten, aber in eine räumlich vorteilhaftere und besser nutzbare Form überführt, mit einer gestärkten und ungestörten Verbindung zum Schwabenplatz und vielfältigen weiteren Wegebeziehungen. Trotz großen Flächenvolumens ist in der dritten Dimension eine umgebungstypisch aufgelockerte Baumassenverteilung gegeben, so dass die Wahrnehmung deutlich kleinteiliger ist als es vom Grundriss her erscheint.

- Demgegenüber kann Variante 2 einen ähnlichen Effekt erzielen. Sie ist jedoch weit weniger kraftvoll in ihrer Wirkung. Damit ist sie weniger renditestark und weniger investoren- und betreiberfähig. Die Sicherheit für Investoren ist bei dieser Variante gegenüber Variante 1 deutlich reduziert. Auch die positiven Effekte für das Umfeld (etwa durch zusätzliche Passanten- und Kundenfrequenzen) fallen deutlich schwächer aus. Damit verbunden ist ein teilweiser Verlust der Vaihinger Mitte an Anziehungskraft, der bei Fortschreibung des beobachtbaren Erosionsprozesses noch deutlicher sichtbar werden wird. Stadträumlich entfällt hier die Dialektik zweier konkurrierender Platzflächen zugunsten eines stark vergrößerten und räumlich vorteilhafter gefassten Rathausplatzes – in der historischen Mitte Vaihingens. Das Hofgeflecht erlaubt interessante und kindgerechte Wegeverbindungen und drei nuancierte Nutzungen: nachbarschaftlich am Bisenauer Hof, urban am Nesenbach Hof und naturräumlicher am Filder Hof. Die Nutzungsmischung kann breiter und mit etwas mehr Wohnanteil ausfallen. Die Baumassenverteilung ist kleinteilig und sehr maßhaltig.
- Variante 3 führt keine strukturellen Veränderungen in zentrenbildenden Funktionen herbei. Damit hat diese Variante die geringsten Eingriffe zu Folge. Entgegen der intuitiven Wahrnehmung führend die geringen Eingriffe aber nicht zu wenig Veränderung. Im Gegenteil führt Variante 3 zu einem mittel- und langfristig in der Funktion deutlichen veränderten Ortszentrum. Aus heutiger Sicht können wegfallende Erdgeschossnutzungen nicht entsprechend zentrenbildend nachbesetzt werden. In der Folge droht eine funktionale Abwertung, die sich auf lange Sicht im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Stuttgart in einer Herabstufung des C-Zentrums Ortsmitte-Vaihingen zu einem D-Zentrum niederschlagen könnte. Stadträumlich bleibt der Status quo weitgehend erhalten und somit auch die nachteilige Tiefgaragenzufahrt, allerdings hat der größere und nunmehr funktionstüchtige Pavillonbau deutlich mehr Potential für ein eher sozial-kulturell ausgerichtetes Stadtteilzentrum, zugleich unterteilt er die übergroße Innenhoffläche in zwei räumlich besser fassbare Platzbereiche.

Ausblick

- Dieser Endbericht dient der Dokumentation der drei Projektphasen (Analyse, Ideenfindung, Vertiefung und Umsetzung erster Maßnahmen).
- Das Projekt endet an dieser Stelle nicht, sondern geht über in den Umsetzungsprozess. Zentraler Punkt im Umsetzungsprozess wird das Anregen von Investitionen durch die Bestandseigentümer bzw. das Zusammenbringen von Eigentümern und Investoren sein.
- Einen weiteren Schwerpunkt wird die Flankierung der investiven Maßnahmen durch nicht-investitive Begleitmaßnahmen darstellen. Hierzu wird zunächst das begleitende Quartiersmanagement ausgeschrieben und eingerichtet.
- Erste bauliche Maßnahmen werden im Bereich der Stadtteilbibliothek umgesetzt. Weitere Maßnahmen können abgerufen werden.
- Für die Modernisierung von Ladenlokalen rund um den Vaihinger Markt steht das städtische Förderprogramm zur Revitalisierung von Ladenlokalen in Geschäftsstraßen im Rahmen des Investitionsfonds Stadtteilzentren konkret weiterhin zur Verfügung. Dies gibt Eigentümern und Geschäftsinhabern eines Ladenlokals einen finanziellen Anreiz, ihren Geschäftsraum baulich und in Bezug auf die Einrichtung zu modernisieren. Eine Maßnahme, die Modernisierung der Apotheke am Markt, konnte bereits erfolgreich abgeschlossen werden.



- Für die Umsetzung größerer baulicher Maßnahmen wird in Abstimmung mit dem Quartiersmanagement ein Investor gesucht.
- Eine aktuelle Verkehrsuntersuchung ist angestoßen und soll konkrete Verbesserungen der Verkehrsführung herbeiführen.



5 Anhänge

Zu diesem Bericht gibt es verschiedene Anhänge, die teilweise Arbeitsstände widerspiegeln oder Herleitungen bzw. Detaillierungen beinhalten. Neben öffentlichen Anhängen gibt es auch vertrauliche Anhänge, die geschützte Daten beinhalten und daher nicht veröffentlicht werden können. Dies sind zum Beispiel die vertraulich geführten Tiefeninterviews mit Gewerbetreibenden vor Ort.

Stufe 2: Analyse
Öffentlich
A1.1.1_Verkehrlich-räumliche Situation_motorisierter Verkehr.pdf A1.1.1_Verkehrlich-räumliche Situation_Unmotor. Verkehr_Fußwegstruktur.pdf A1.1.2_Darstellung baul. und städtebaul. Situation_Bestandssituation öff. Raum.pdf A1.1.2_Darstellung baul. und städtebaul. Situation_Frequenzträger.pdf A1.1.3_Kulturell-gesellschaftliches Angebot.pdf A1.1.4_Darstellung baulicher Zustand Gebäudestruktur.pdf A1.1.4_Darstellung baulicher Zustand Stadtraum und Freianlagen.pdf A1.1.5_Darstellung Straßenraum- und Innenhofebenen_Nutzungen inkl. Erschließung.pdf A1.1a_Anlage Erreichbarkeit und Verkehr stattbau.pdf A1.1b_Dokumentation_Funktional-Bauliche Analyse_BPG_SBM.pdf A1.1c_Grundrisse VM_Bestand_92.pdf A1.2.1_Strukturanalyse_Angebot_VM.pdf A1.2.8_BBE_VAIH_Ergebnisse_Online-Befragung.pdf A1.3.1 Bewertung generierbarer Flächenpotentiale _SWOT_Stadtraum.pdf A1.3.1 Bewertung generierbarer Flächenpotentiale _SWOT_Straßenraum.pdf A1.3.2 Bewertung Flächenangebot und Nutzungsstruktur_Bewertung Gebäude- und Flächenpotentiale.pdf
Vertraulich
V1.1.6_Begehung VM_18.072019.pdf V1.2.7_Tiefeninterviews_qualitativ.pdf

Stufe 2: Ideenentwicklung
Öffentlich
A2.2.3_2020_02_18_Jour_fixe_QM.pdf A2.2.3_Bericht_VaihingerMarkt_QM.pdf A2.2.5_BBE_VAIH_Beratungsangebote_Handel.pdf A2.4.1_Dokumentation Bürgerbeteiligung 1.pdf A2.4.3 Präsentation Bezirksbeirat_Vaihingen_26.11.2019.pdf A2.4.3 Präsentation_Bezirksbeirat_Vaihingen_16.07.2019_final.pdf



Vertraulich

V2.2.6 WorkshopGewerbetreibende_2019-11-27.pdf
 V2.4.2 Dokumentation Eigentümerbeteiligung 1.pdf
 V2.4.2 Dokumentation Eigentümerbeteiligung 1_Anlage Praesentation Eigentuemmer.pdf

Stufe 3: Vertiefung und Umsetzung der Ideen

Öffentlich

A3.1.1_VM_Variante 1_EG1_1_200.pdf
 A3.1.1_VM_Variante 1_EG2_1_200.pdf
 A3.1.1_VM_Variante 1_Schnitt_1_200.pdf
 A3.1.1_VM_Variante 1__Raumstrukturelle Handlungsempfehlungen.pdf
 A3.1.1_VM_Variante 2_EG1_1_200.pdf
 A3.1.1_VM_Variante 2_EG2_1_200.pdf
 A3.1.1_VM_Variante 2_Schnitt_1_200.pdf
 A3.1.1_VM_Variante 2__Raumstrukturelle Handlungsempfehlungen.pdf
 A3.1.1_VM_Variante 3_EG2_1_200.pdf
 A3.1.1_VM_Variante 3__Raumstrukturelle Handlungsempfehlungen.pdf
 A3.1.4_VM_Ortsmitte Vaihingen_Rathausplatz_Handlungsempfehlungen.pdf
 A3.2_Kurzfristige Kleinmaßnahmen zur Aufwertung _Vaihinger Markt 6_EG_Option 2.pdf
 A3.2_Kurzfristige Kleinmaßnahmen zur Aufwertung _Vaihinger Markt 6_Grobkostenschätzung.pdf
 A3.2_Kurzfristige Kleinmaßnahmen zur Aufwertung _Vaihinger Markt 6_Ostansicht_Option 2.pdf
 A3.2_Kurzfristige Kleinmaßnahmen zur Aufwertung _Vaihinger Markt 6_Zeitplan.pdf
 A3.2_Kurzfristige Kleinmaßnahmen zur Aufwertung _Vaihinger Markt 6_Erläuterungstext.pdf
 A3.2_Kurzfristige Kleinmaßnahmen zur Aufwertung _Vaihinger Markt 6_EG_Option 1.pdf