



# GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.



Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

## EINZELHANDELS- UND GASTRONOMIEKONZEPT STADT WEINSBERG

---

Auftraggeber: Stadt Weinsberg  
Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck  
Projektbearbeiter: M. Eng. Stadtplanung Arian Zekaj

Datum: Ludwigsburg, 02.11.2023

# URHEBERRECHT

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

Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

Für die Bearbeitung standen der GMA neben eigenen Daten und Erkenntnissen aus früheren GMA-Untersuchungen in Weinsberg auch Daten des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg und der Stadt Weinsberg sowie Kennzahlen des EHI, des Hahn-Verlags und der Michael Bauer Research GmbH zur Verfügung. Alle dem Gutachten zugrunde liegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, die gendergerechte Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

# GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

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

Büro Ludwigsburg  
Hohenzollernstraße 14 - 71638 Ludwigsburg  
Tel 07141 9360 - 0 - info@gma.biz

**Geschäftsführerin: Birgitt Wachs**

Gefördert durch:



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND TOURISMUS



STÄDTEBAU-  
FÖRDERUNG

GMA

Weinsberg  
treue Weisheit, Neugier und Romantik

# INHALTSVERZEICHNIS

I.	AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG	04
II.	RAHMENBEDINGUNGEN STANDORT STADT WEINSBERG	16
III.	NACHFRAGE- UND ANGEBOTSSITUATION	20
IV.	ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN STADT WEINSBERG	26
V.	EINZELHANDELSKONZEPT FÜR DIE STADT WEINSBERG	31
VI.	AKTUELLE TRENDS UND ENTWICKLUNG VON INNENSTÄDTEN	41
VII.	BESTANDSANALYSE DER WEINSBERGER INNENSTADT	55
VIII.	HANDLUNGSFELDER UND LEITBILD	78
IX.	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	90

# AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG



---

# AUFGABENSTELLUNG UND UNTERSUCHUNGSDESIGN

Die Stadt Weinsberg befindet sich in einem spannenden Entwicklungsprozess, der vielfältige Veränderungen mit sich bringt. In diesem Zusammenhang nehmen der Einzelhandel und die Gastronomie eine besondere Stellung ein, da sie nicht nur die Versorgung der Bevölkerung sicherstellen, sondern auch maßgeblich zur Attraktivität und Lebendigkeit der Innenstadt beitragen. Um die Rolle des Einzelhandels und der Gastronomie zu stärken und zukunftsorientierte Strategien zu entwickeln, wird ein ganzheitliches Konzept für die Stadt Weinsberg erarbeitet.

Die Aufgabe dieses Konzepts besteht darin, eine fundierte Ausgangslage für die weitere Entwicklung in der Stadt zu schaffen. Dabei werden nicht nur die aktuellen Herausforderungen und Potenziale beleuchtet, sondern auch die Auswirkungen von Veränderungen im Konsumverhalten und der zunehmenden Digitalisierung auf den stationären Einzelhandel berücksichtigt. Ziel ist es, eine tragfähige Basis zu schaffen, die den Handel vor Ort stärkt, die Nahversorgung sichert, das Einkaufserlebnis für Bürgerinnen und Bürger verbessert und zugleich die Attraktivität der Innenstadt als Ort der Begegnung und des Verweilens steigert. Betrachtet man die Innenstadtentwicklung insgesamt, so ist als weiterer Trend festzustellen, dass der Einzelhandel seine dominierende Funktion zunehmend einbüßt, andere Nutzungen wie die Gastronomie hingegen zunehmend an Bedeutung gewinnen:

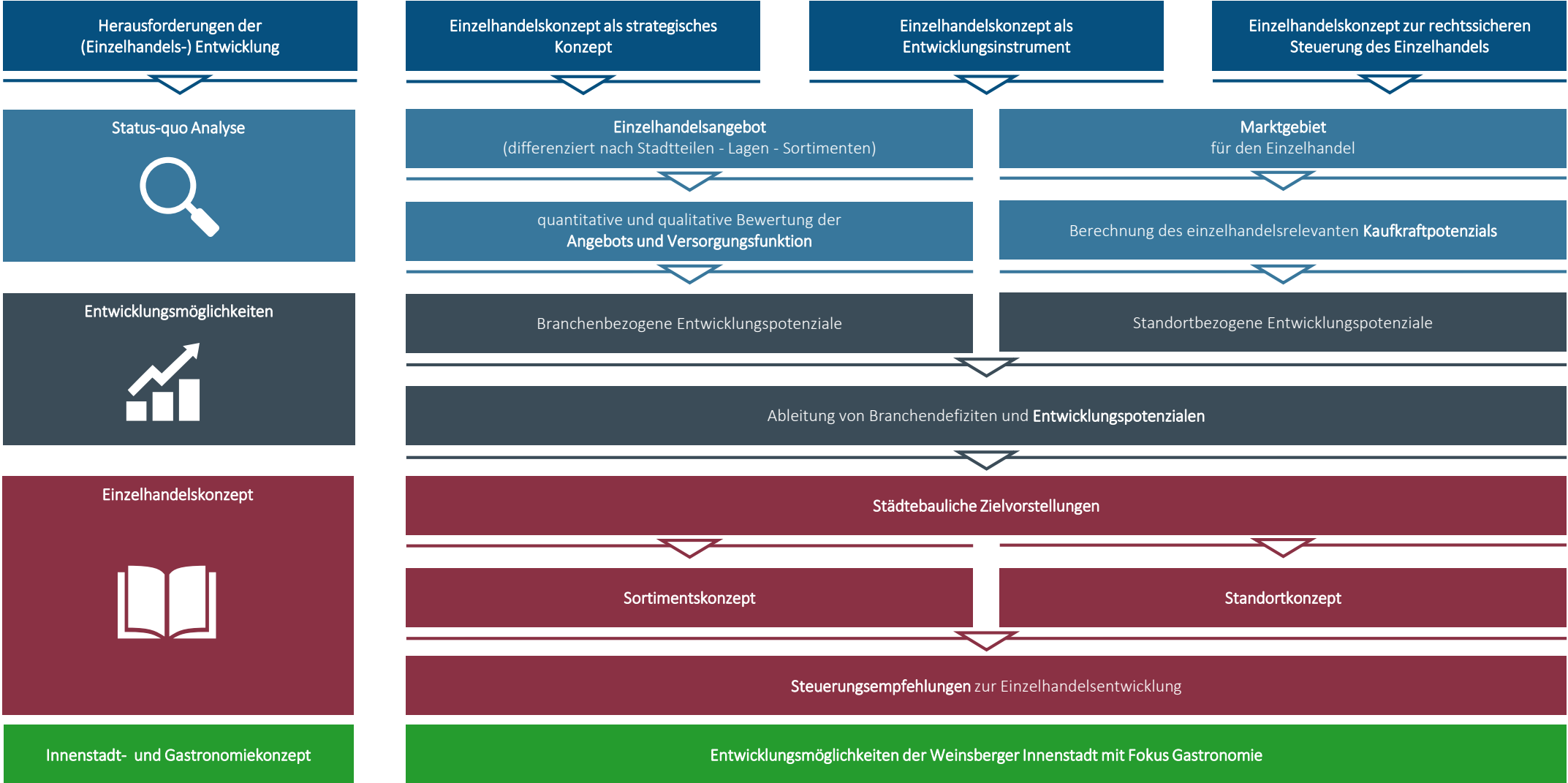
- Bis zum Ausbruch der Corona-Pandemie hat die Bedeutung der Gastronomie für die Innenstadt kontinuierlich zugenommen. Dies sorgte für eine zusätzliche Belebung der Innenstadt, verursachte aber auch Konflikte wie Lärmbelastung usw.
- Der Einzelhandel alleine reicht für eine attraktive Innenstadt nicht mehr aus. Wichtig sind darüber hinaus kulturelle und touristische Angebote und Veranstaltungen. Damit wird eine Einkaufsatmosphäre geboten, die der Onlinehandel nicht liefern kann.
- In vielen Städten hat das innerstädtische Wohnen wieder an Bedeutung gewonnen.

Insgesamt wird deutlich, dass das Thema Einzelhandelsentwicklung zukünftig stärker mit anderen Themen der Stadtentwicklung verzahnt werden muss. Die vorliegende Untersuchung nimmt daher nicht nur den Einzelhandel, sondern die gesamte (Innen-)Stadtentwicklung v. a. mit Fokus auf die Gastronomie in den Blick.

# AUFGABENSTELLUNG UND UNTERSUCHUNGSDESIGN

Ausgehend von der skizzierten Ausgangslage wurde folgendes Untersuchungsdesign für die Erstellung des Einzelhandels- & Gastronomiekonzeptes festgelegt:

Untersuchungsablauf Einzelhandels- und Gastronomiekonzept Stadt Weinsberg



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

# AUFGABENSTELLUNG UND UNTERSUCHUNGSDESIGN

Für die Stadt Weinsberg sollen nachhaltige und rechtsichere Grundlagen für die Einzelhandelsentwicklung bereitgestellt werden können. Zur Unterstützung einer sinnvollen städtebaulichen Entwicklung insbesondere in der Innenstadt und zur Sicherung einer wohnortnahen Versorgung sind auch Grundlagen für die Bauleitplanung bereitzustellen. Das Einzelhandelskonzept bildet ein städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6, Nr. 11 BauGB und soll somit als Grundlage für die Bauleitplanung herangezogen werden. So kann z. B. die Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes unmittelbar in die planungsrechtliche Steuerung einfließen (Ausschluss von innenstadtrelevanten Sortimenten in Gewerbegebieten). Die Abgrenzung des sog. zentralen Versorgungsbereichs kann außerdem in den Flächennutzungsplan übernommen werden. Dem Einzelhandelskonzept als städtebaulichem Entwicklungskonzept kommt damit für zahlreiche Planungen eine wesentliche Bedeutung zu.

Aktuell hat die Corona-Pandemie deutlich gemacht, wie wichtig eine funktionierende Nahversorgung ist. Somit sollen auch zukünftig ausreichende und moderne Strukturen erhalten und gestärkt werden. Die Corona-Pandemie hat außerdem gezeigt, dass der Lebensmitteleinzelhandel auch langfristig nicht durch Online-Handel und Lieferdienste ersetzbar ist.

In diesem Sinne ist das Einzelhandelskonzept auch ein planerisches Steuerungsinstrument. Mit dem Einzelhandelskonzept kann die Stadt Weinsberg den Wandel im Handel aktiv gestalten und begleiten, es bildet die fachliche Grundlage für die Bewertung von Einzelhandelsvorhaben und für die rechtssichere Steuerung über die Bauleitplanung.



Quelle: GMA Aufnahme 2023

# TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

## Herausforderung 1: Einzelhandelskonzept als ganzheitliches strategisches Entwicklungsinstrument.

Für das Unterzentrum Weinsberg sind der Erhalt (Mindestziel) und ggf. der Ausbau der zentralörtlichen Versorgungsfunktion mit einem leistungsfähigen, vitalen und starken Innenstadthandel wesentliche Ziele der Einzelhandelsentwicklung. Das Einzelhandelskonzept ist eine informelle Entwicklungs- und Planungsgrundlage; erst mit Beschluss des Gemeinderates wird es zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, das im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen ist.



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung auf Datengrundlage Stadt Weinsberg 2023



# TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

## Herausforderung 2: Einzelhandelskonzept zur rechtssicheren räumlichen Steuerung des Einzelhandels

Im Baugesetzbuch ist als Grundsatz der Einzelhandelssteuerung zunächst der Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche verankert<sup>1</sup>; durch die räumliche Konzentration wichtiger Einzelhandelsbetriebe soll die Innenstadt gestärkt werden.

Ein weiterer Aspekt der Begründung planerischer Steuerung ist die Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Versorgung. Auch in der Baunutzungsverordnung wird die verbrauchernahe Versorgung als „Schutzgut“ genannt (Vgl. § 11 Abs. 3 Bau-NVO). Bürger denken beim Einkauf oft an den Lebensmitteleinkauf; auch in Weinsberg kommt der Nahversorgung eine wichtige Rolle zu.

Ferner stellt auch die Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters<sup>2</sup> bei anhaltender Flächenknappheit eine oft verfolgte Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Das Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 30. Januar 2018 präzisiert die Anforderungen an kommunale Planungskonzepte, die städtebaulich zu begründen sind.<sup>3</sup> In einer Mitteilung der Europäischen Kommission wird verdeutlicht, wie wichtig ein zeitnahe und zügiger Marktzugang in Form von „Verkaufsstellen“ für Einzelhändler ist. Daher sind ausschließlich wirtschaftlich begründete Bedarfsprüfungen untersagt.

Dagegen sind Regelungen für die Einzelhandelsentwicklung, die städtebauliche und raumordnerische Ziele verfolgen, grundsätzlich möglich. Wo Kommunen die weitere Handelsentwicklung auf Grundlage städtebaulicher Ziele steuern, haben sich kommunale Einzelhandelskonzepte mit Einsatz der folgenden Instrumente als rechtssicher erwiesen:<sup>4</sup>

- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche aufgrund nachvollziehbarer Kriterien,
- Ableitung einer ortsspezifischen Liste zur sortimentsgenauen Steuerung (Sortimentsliste)
- Zuweisung von Entwicklungsmöglichkeiten zu einzelnen Standortkategorien / Ausschluss von Handelstätigkeit an anderen Standorten.

<sup>1</sup>Vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13.

<sup>2</sup>Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten sind diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe zu sichern.

<sup>3</sup>Vgl. Urteil des EuGH vom 30.01.2018 (C-31/16).

<sup>4</sup>Vgl. hierzu: Holl, Stefan (2012): Einzelhandel planen und genehmigen: Ein Sachstand zur aktuellen kommunalen Planungspraxis.

In: Spannowsky, Willy & Holl, Stefan (2012): Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit (= Schriftenreihe zum Raumplanungs-, Bau- und Umweltrecht, Band 12), Kaiserslautern.



Quelle: GMA Bearbeitung 2023

# TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

## Herausforderung 3: Veränderte Konsumgewohnheiten

Diskussionen zur Handelsentwicklung waren in Deutschland noch bis vor wenigen Jahren durch den Gegensatz von „Grüne Wiese“ und innerstädtischen Geschäftslagen geprägt. Seit Anfang dieses Jahrzehnts bestimmt die Digitalisierung (Online-Handel) die Diskussion um die Zukunft des stationären Einzelhandels.

Umsatzsteigerungen im Einzelhandel insgesamt waren zuletzt kein Garant mehr für Flächenwachstum im Einzelhandel; ein großer Teil des Umsatzwachstums entfiel auf den Onlinehandel. Viele Handelsunternehmen unterscheiden jedoch nicht mehr zwischen stationär und online und ermöglichen dem „hybriden“ Kunden (Vgl. Abbildung), für den „online“ und „offline“ zwei attraktive Absatzkanäle darstellen, den Zugang zur Ware.

Über den gesamten Handel hinweg war die Einzelhandelsentwicklung in Deutschland bis 2011 noch durch ein beachtliches Verkaufsflächenwachstum gekennzeichnet, von dem auch Weinsberg profitieren konnte. In den letzten Jahren hat sich das Flächenwachstum bundesweit jedoch deutlich abgeschwächt bzw. ist gänzlich zum Stillstand gekommen. Bei einzelnen Branchen (z.B. Buchhandel, Elektrohandel) geht es mittlerweile nicht mehr um Expansion, sondern um die Schließung unrentabler Standorte.

Die Folgen der Digitalisierung sind im Nonfoodsegment (v. a. in zentrenprägenden Sortimenten) offensichtlich - Textil- und Schuhanbieter, Elektronik- und Buchhändler zählen zu den innenstadtorientierten Sortimenten, welche die höchsten Umsatzanteile an den Onlinehandel abgegeben haben.

Im Lebensmittelbereich zeigt sich dagegen, dass die (kosten-) intensiven Bemühungen der (Online-) Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben; in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft i. d. R. auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern. Für Weinsberg wird der Onlinehandel mit Lebensmitteln auf absehbare Zeit für den täglichen Einkauf keine größere Rolle spielen.

Die Polarisierung zwischen dem sog. „Run-Shopping“ (versorgungsorientierter Routineeinkauf) und dem „Fun-Shopping“ (freizeitorientierter Späßeinkauf) wird sich nach den Corona-Einschränkungen fortsetzen. In der Folge verliert die sog. „unprofilierte Mitte“ weiter an Bedeutung. Gewinner sind dabei neben den digitalen Marktplätzen und Plattformen v. a. attraktive und multifunktionale Innenstädte, die das Grundbedürfnis nach gemeinschaftlichem „Erlebnis“ und nach Sicherheit bzw. Aufenthaltsqualität bedienen. Davon profitieren v. a. die größeren Mittelstädte und kleineren Großstädte, die weniger durch Überlastungserscheinungen (Verkehr, Wohnen) geprägt sind, Kleinstädte können den Wegfall des Handels nur schlecht kompensieren. Großstädte haben ebenfalls Schwierigkeiten, an frühere Hochfrequenzzeiten vor der Corona-Pandemie anzuknüpfen.

## Konsumententrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



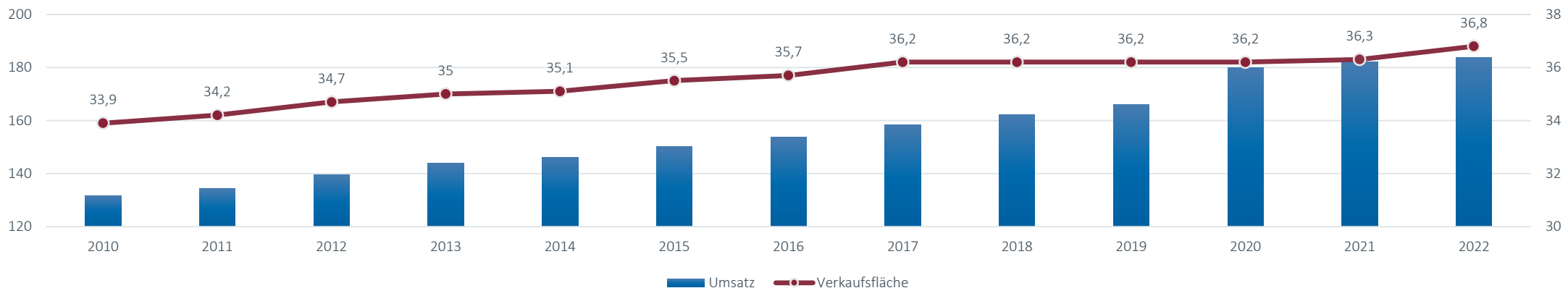
Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

# TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Während die Entwicklung des gesamten Einzelhandels in Deutschland lange durch ein beachtliches Verkaufsflächenwachstum gekennzeichnet war, hat sich das Flächenwachstum in den letzten Jahren deutlich abgeschwächt bzw. ist gänzlich zum Stillstand gekommen. Bei einzelnen Branchen (z. B. Buchhandel, Elektrohandel, Warenhäuser, Bekleidungskaufhäuser) geht es mittlerweile nicht mehr um Expansion, sondern um die Schließung unrentabler Standorte. Die Entwicklung im Bereich der Nahversorgung nahm dagegen eine vom übrigen Handel abgekoppelte Entwicklung:

- Die **Umsatzentwicklung** im Nahrungs- und Genussmittelsegment verlief in Corona-Jahren 2020 / 2021 extrem positiv. Insbesondere die Supermärkte konnten gegenüber dem Vorjahr zweistellige prozentuale Umsatzzuwächse realisieren. Zwischenzeitlich wirken Inflation und Energiepreissteigerungen dämpfend.<sup>1</sup>
- Die **Verkaufsflächenentwicklung** hat sich im Lebensmitteleinzelhandel in der letzten Dekade verlangsamt, sie lag zwischen den Jahren 2010 (33,9 Mio. m<sup>2</sup> VK) und 2021 (36,3 Mio. m<sup>2</sup> VK) bei + 7 %. Discounter und Supermärkte weisen in den vergangenen Jahren dennoch ein stetiges Verkaufsflächenwachstum auf (durch Eröffnung neuer Filialen und Erweiterung bestehender Standorte).
- Nach einer längeren Konsolidierungsphase der Supermärkte / Vollsortimenter sind Discounter mit einem Marktanteil von ca. 45 % neben dem Supermarkt wesentliche Träger der Nahversorgung. Aktuell verschieben sich die Konsumentenprioritäten wieder zugunsten des preisbewussten Lebensmitteleinkaufs: für 36 % der Menschen ist aktuell wieder der Preis das wichtigste Kriterium der Kaufentscheidung (Vgl. GfK; Stand: Juli 2022).<sup>2</sup>

Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung im Nahrungs- und Genussmittelsegment 2010 bis 2022



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung; Datengrundlage EHI Köln (2023): Handelsdaten aktuell 2023

<sup>1</sup>Vgl. exemplarisch Wirtschaftswoche 29.01.2021: „Lebensmittelhändler freuen sich über das beste Jahr seit Menschengedenken.“

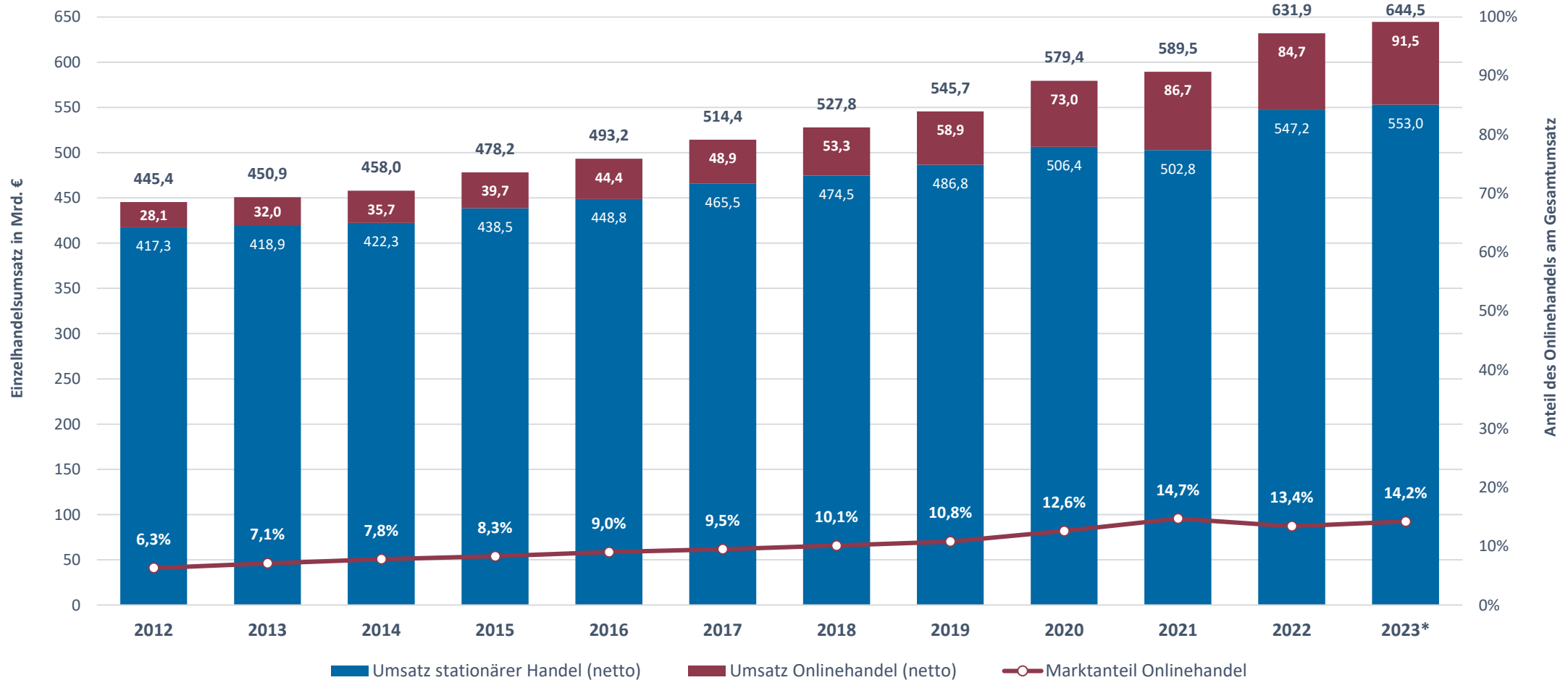
<sup>2</sup>Längst ist die gestiegene Inflation auch beim Einkauf im Lebensmittelbereich angekommen

# TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Nach wie vor steigt die Marktbedeutung des Onlinehandels gegenüber dem stationären Einzelhandel in Deutschland. Konnte der Onlinehandel bis 2019 jährlich noch etwa ein halbes Prozent zum Vorjahr zulegen, stieg der Onlinemarktanteil von 2019 auf 2020 (+ 1,8 %) und von 2020 auf 2021 (+ 1,9 %) vergleichsweise sprunghaft an. Zurückzuführen

ist dies auf die Corona-Pandemie mit den damit verbundenen Einschränkungen bzgl. des Vor-Ort-Einkaufs (Lockdowns, Ladenschließungen, Zugangsbeschränkungen). Inwiefern sich die Kunden an das digitale Einkaufen „gewöhnt“ haben, kann noch nicht abschließend beurteilt werden.

Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels- und Onlinehandels in Deutschland (2007 - 2022)

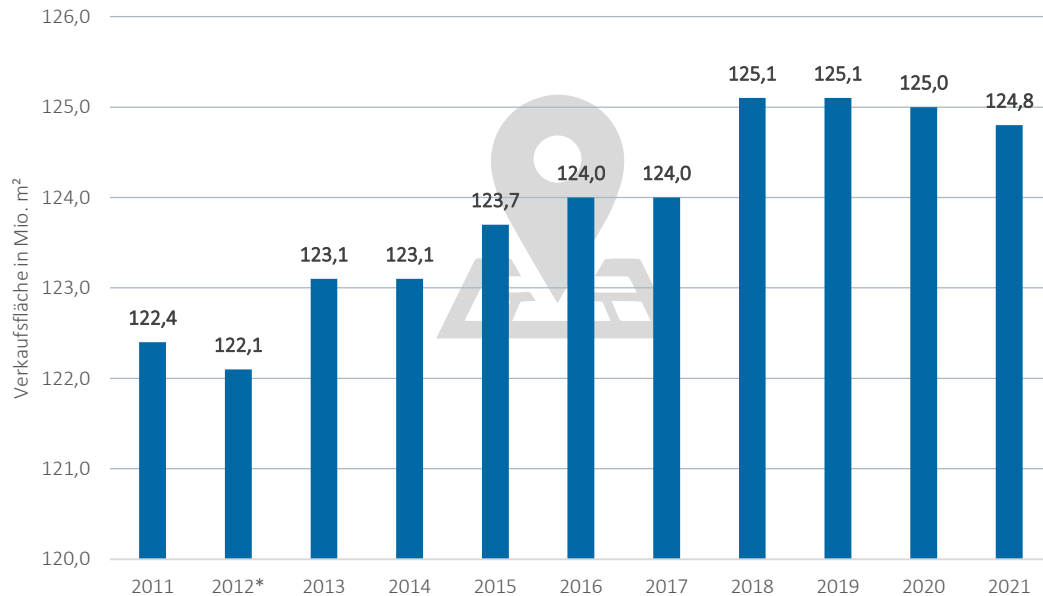


Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung auf Datenbasis von Statista 2007 bis 2022, \*Schätzung

# TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Die hohe Dynamik im Einzelhandel mit sich wandelnden Konsummustern und Flächenbedarfen hält an. Bisher erzielt der stationäre Einzelhandel in Deutschland noch Umsatzzuwächse, wenngleich in abnehmendem Umfang. Dies war in den letzten Jahren auch für Weinsberg festzuhalten. Wie auch in anderen Städten stieg die Gesamtzahl der Verkaufsflächen, während die Zahl der Betriebe - auch in Folge der Entwicklung des Onlinehandels sowie zuletzt der Corona-Pandemie - zurückging.

Entwicklung der Verkaufsflächen im deutschen Einzelhandel (2011 - 2021)

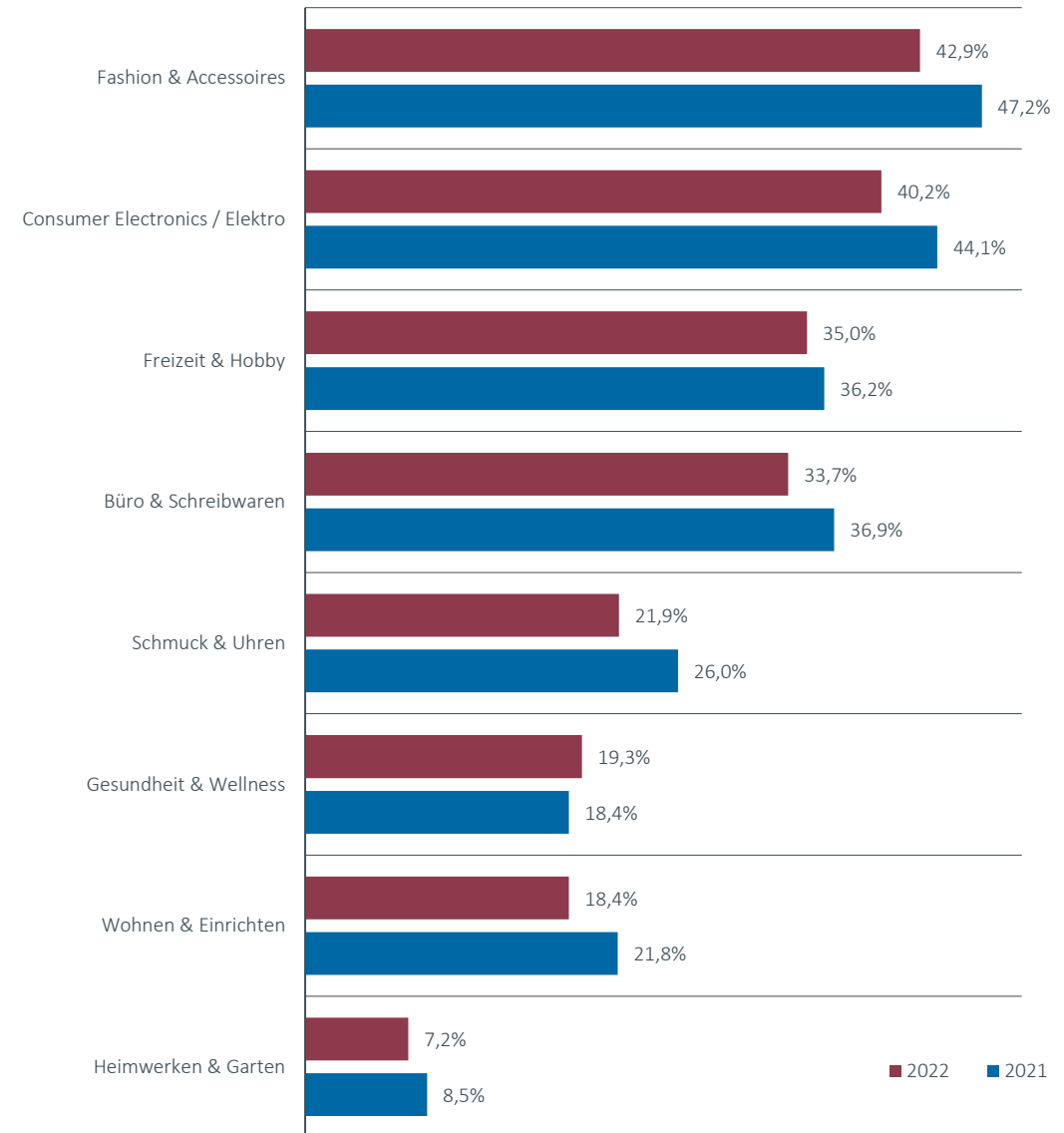


Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung auf Datenbasis des Europäischen Handelsinstitutes Köln (EHI 2022)

\* bereinigt um Schlecker-Fillialschließungen

Die große Herausforderung der lokalen Einzelhandelsentwicklung liegt bei der Prognose der zu erwartenden Entwicklung des Onlinehandels. Die zentrale Frage lautet dabei, wie die für die Zentren wichtigen innenstadtrelevanten Sortimente, die relativ stark vom Onlinehandel bedient werden, auch stationär gesichert werden können.

Onlinehandel je Branche am jeweiligen Gesamtmarkt (2021 und 2022 in %)



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung auf Datenbasis HDE Online-Monitor 2023

# TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Einigkeit besteht darin, dass der digitale Handel als zusätzlicher Vertriebskanal seinen festen Platz in der Konsumentenwelt gefunden hat. Insbesondere zentrenrelevante Sortimente werden vergleichsweise stark vom Onlinehandel bedient (z. B. Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren). Aufgrund der technischen Entwicklungen (u. a. City-Logistik, taggleiche Belieferung) ist ein steigender Flächenbedarf für Lager und Logistik notwendig, während der Flächenbedarf des eigentlichen Einzelhandels tendenziell sinkt.

Im Ergebnis lässt die aktuelle Entwicklung eine Dreiteilung erwarten:

- Zentrale Innenstadtlagen und ausreichend große Einkaufszentren von Metropolen und Großstädten konnten lange eine anhaltende Flächennachfrage erzeugen. Dort ist die Grundlage für einen guten Branchenmix mit attraktiven Retail-Marken und ausgeprägten Synergien grundsätzlich vorhanden (z. B. Gastronomie und Freizeit).
- Eine differenzierte Betrachtung ist für die Mittelstädte vorzunehmen. Hier sind die Herausforderungen durch den digitalen Wandel am deutlichsten nachzuvollziehen. Unter Einzelhandelsgesichtspunkten werden jenen Zentren die größten Entwicklungschancen zugesprochen, die es schaffen, ein umfassendes, freizeitorientiertes Angebot vorzuhalten (ähnlich wie in den Großstädten).
- Die Handelsbedeutung von Kleinstädten wird bis auf wenige Ausnahmen (z. B. ausgeprägte Kultur-, Kur- oder Tourismusorte) deutlich zurückgehen und sich noch stärker auf die örtliche Nahversorgung (v. a. Lebensmittel- und Drogeriemärkte) konzentrieren. Dies wiederum stärkt die Chancen von attraktiven Mittel- und Großstädten, sich als Zielorte für den Shopping-Tagestourismus zu profilieren.

Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

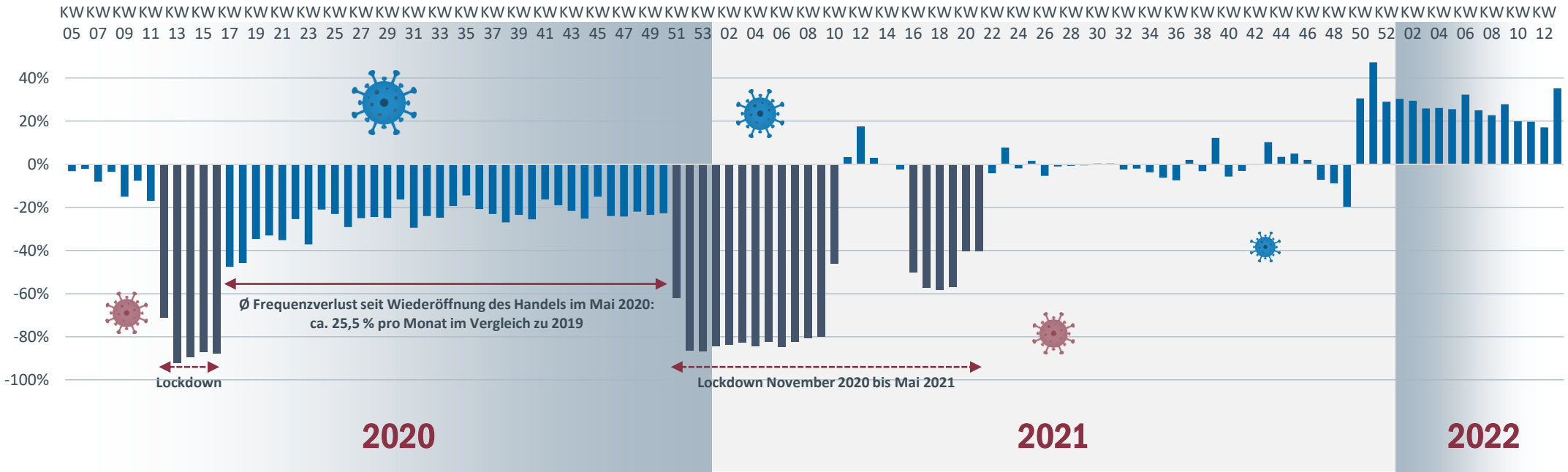
# TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

## Herausforderung 4: Flächennachfrage im Zeichen von Corona und Onlinehandel

Die Corona-Pandemie verstärkte auch die rückläufige Flächennachfrage im stationären Einzelhandel. Verschiedene Wirtschaftsinstitute, so der Handelsverband Deutschland (HDE) und das Institut für Handelsforschung (IFH), erwarten ein Ausscheiden vieler Betriebe infolge der wirtschaftlichen Belastungen durch die mit der Corona-Krise verbundenen Beschränkungen bzw. durch die Energiekrise und Inflation infolge des Ukraine-Krieges. Gefährdet sind vor allem innenstadtrelevante Leitsortimente wie Bekleidung, Schuhe und Sportartikel sowie die Elektrobranche (v. a. Unterhaltungselek-

tronik); diese Warengruppen sind schon heute einer deutlichen Online-Affinität unterworfen. Deutlich werden die bisherigen Auswirkungen der Pandemie und der damit einhergehenden Maßnahmen durch verringerte Besucherfrequenzen. So wird sich das Bild der klassischen Innenstadtsortimente zukünftig wandeln, mit der Folge eines zu erwartenden Abschmelzungsprozesses bei der Verkaufsflächennachfrage durch den Handel. Ganz deutlich werden die bisherigen Auswirkungen der Pandemie und der damit einhergehenden Maßnahmen auf Bundes- und Landesebene bei der Betrachtung der Veränderung der Besucherfrequenz.

Frequenzentwicklung im Einzelhandel in Deutschland für das Jahr 2020 und 2021 (jeweils im Vergleich zum Vorjahr)



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung auf Datengrundlage von Statista 2020 bis 2022

# RAHMENBEDINGUNGEN STANDORT STADT WEINSBERG





# ZAHLEN, DATEN & FAKTEN STADT WEINSBERG

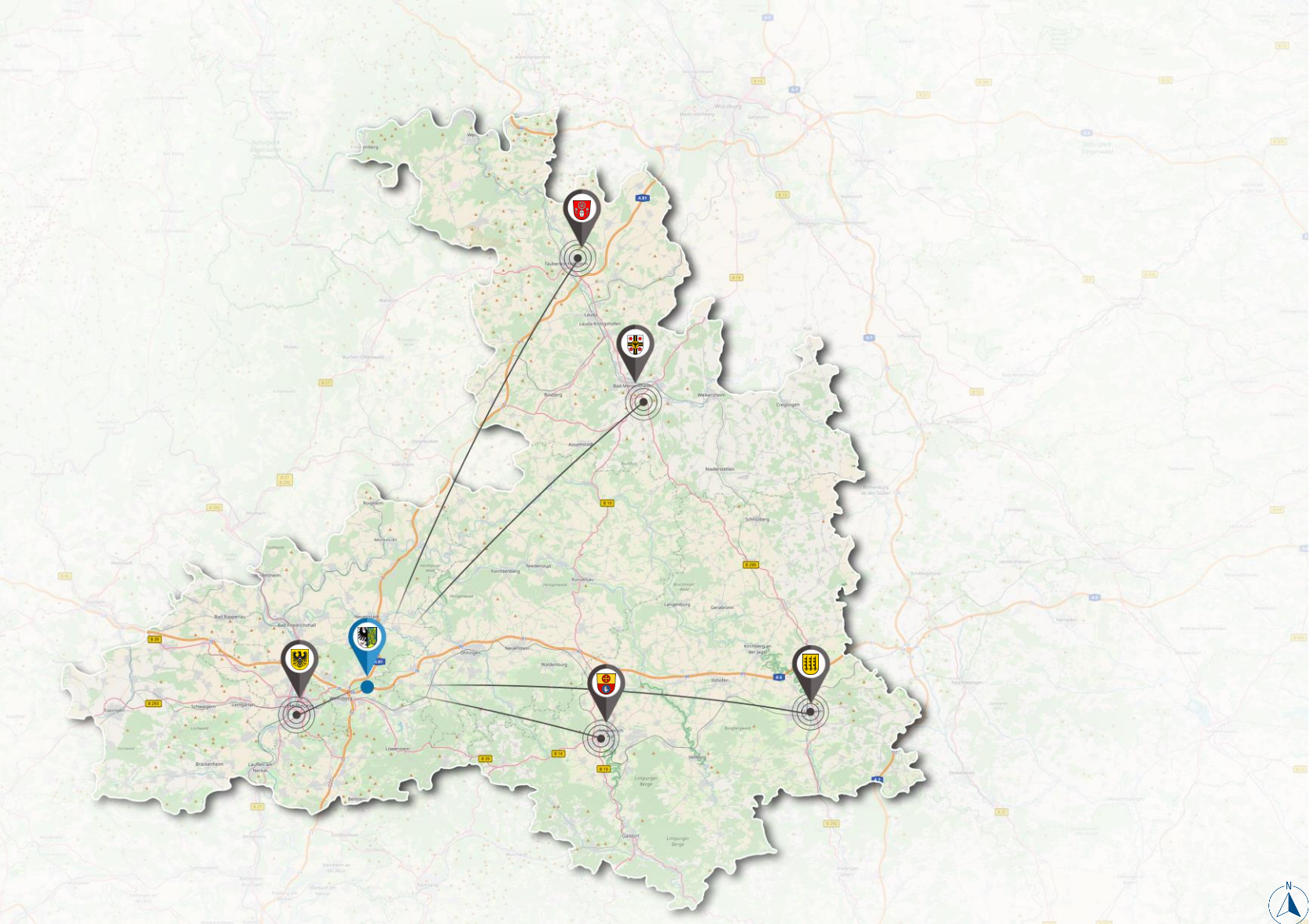
Kriterium	Daten Stadt Weinsberg	Daten Landkreis Heilbronn
1 Bevölkerung (31.12.2022)	13.290	353.283
2 Bevölkerungsentwicklung (2011 - 2022)	+ 17,6 %	+ 9,3
3 Bevölkerungsvorausrechnung (2040)	13.005 (+ 2,1 %)	361.265 (+ 2,2 %)
4 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort (2022)	5.578	147.944
5 Entwicklung Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort (2010 - 2022)	+ 42,5 %	+ 37,4 %
6 Arbeitslosenquote (März 2023)	2,6 %	1,9 %
7 Ein- und Auspendler (2022)	4.693/ 4.702	60.713/ 69.571
8 Pendlersaldo (2022)	- 9	- 8.858
9 Entwicklung Pendlersaldo (2011-2022)	+ 84,0 %	+ 39,5 %
10 Touristische Übernachtungen (2022)	12.274	1.139.582

Quelle: alle Daten Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

Der Standort Weinsberg weist grundsätzlich hinsichtlich der Rahmenbedingungen positive Strukturdaten auf. Weinsberg ist in den letzten Jahren dynamisch gewachsen und auch in Zukunft ist von einer weiterhin anhaltenden positiven Entwicklung auszugehen. Bezogen auf die wirtschaftlichen Daten (Ein- und Auspendler etc.) steht Weinsberg hingegen im Schatten des Oberzentrums Heilbronn, welches eine übergeordnete Rolle in den genannten Aspekten einnimmt. Die Daten verdeutlichen somit eine klare Hierarchie und zeigen, dass Heilbronn eine ausgeprägte Dominanz gegenüber Weinsberg ausübt.

# STADT WEINSBERG: LAGE IN DER REGION HEILBRONN-FRANKEN

Lage im Raum - Entfernungsangaben per Luftlinie km (Region Heilbronn-Franken)



**Stadt Tauberbischofsheim**  
ca. 58 km Entfernung,  
ca. 48 min Pkw-Fahrzeit



**Stadt Bad Mergentheim**  
ca. 50 km Entfernung,  
ca. 51 min Pkw-Fahrzeit



**Stadt Crailsheim**  
ca. 55 km Entfernung,  
ca. 52 min Pkw-Fahrzeit



**Stadt Schwäbisch Hall**  
ca. 53 km Entfernung,  
ca. 42 min Pkw-Fahrzeit



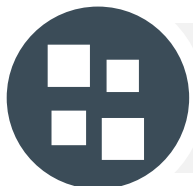
**Stadt Heilbronn**  
ca. 5 km Entfernung, ca.  
ca. 10 min Pkw-Fahrzeit

Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage @OpenStreetMap-Mitwirkende

# RAHMENBEDINGUNGEN STADT WEINSBERG



**Lage und zentralörtliche Funktion:** Die Stadt Weinsberg, unmittelbar im Verdichtungsraum von Heilbronn gelegen, ist im Landesentwicklungsplan (LEP) Baden-Württemberg als Unterzentrum ausgewiesen. Weinsberg liegt auf den überregional bedeutsamen Landesentwicklungsachse (Bretten) – Eppingen – Schwaigern - Leingarten – Heilbronn – Weinsberg – Obersulm – Bretzfeld – Öhringen – Neuenstein/ Waldenburg/ Kupferzell – Untermünkheim – Schwäbisch Hall – Ilshofen – Crailsheim (Feuchtwangen). Die nächstgelegenen bedeutsamen Oberzentren liegen in rd. 5,0 km westlicher Richtung (Stadt Heilbronn) und in rd. 30 km südlicher Richtung (Landeshauptstadt Stuttgart).



**Siedlungsstruktur:** Die Siedlungsstrukturen von Weinsberg sind zum einen geprägt von der Kernstadt und zum anderen durch die z. T. räumlich abgesetzten Ortschaften Gellmersbach, Grantschen und Wimmertal. Zudem sind die Wohnplätze Weißenhof, Rappenhof und Stöcklesberg der Stadt Weinsberg zuzuordnen. Der eindeutige Einwohner-schwerpunkt liegt in der Kernstadt von Weinsberg. Die übrigen Ortschaften weisen nur geringe Einwohneranteile auf.



**Verkehr:** Weinsberg verfügt über eine gut ausgebaute Verkehrsinfrastruktur, die eine gute Anbindung an regionale und überregionale Verkehrswege gewährleistet. Die Stadt liegt an der Autobahn A6, die eine wichtige Nord-Süd-Verbindung in Deutschland darstellt und eine schnelle Anbindung an Städte wie Heilbronn, Stuttgart und Mannheim ermöglicht. Zudem gibt es Bundesstraßen wie die B39 und die B39a, die weitere wichtige regionale Verbindungen ermöglichen. Zudem ist die Stadt an das Schienennetz der Deutschen Bahn angeschlossen. Der Bahnhof Weinsberg bietet Verbindungen zu Zielen wie Stuttgart, Heilbronn und Würzburg. Das regionale Busnetz ergänzt die ÖPNV-Strukturen.



**Bevölkerung:** Die Stadt zählt aktuell ca. 13.290 Einwohner, davon wohnt ein Großteil in der Kernstadt. In der letzten Dekade konnte Weinsberg eine äußerst positive Bevölkerungsentwicklung verzeichnen (+ 17,6 %). Für die Zukunft geht das Statistische Landesamt in seiner Hauptvariante weiterhin von einer positiv verlaufenden Einwohnerentwicklung aus (+ 2,1 %).



**Wirtschaftsstruktur:** Die Zahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten am Arbeitsort Weinsberg betrug im Jahr 2022 ca. 5.578 Personen. Einen hohen Anteil der Beschäftigten Arbeitnehmer hat die Stadt bei sonstigen Dienstleistungen (ca. 70 %) überwiegend dem Gesundheitsbereich zuzuordnen, im Gegensatz zu den Wirtschaftsbereichen Handel, Gastgewerbe und Verkehr (ca. 16,1 %) sowie produzierendes Gewerbe (ca. 13,2 %). Die wirtschaftsstrukturelle Bedeutung der Stadt Weinsberg ist vergleichsweise begrenzt, da sie durch die dominante Lage des Oberzentrums Heilbronn geprägt und beeinflusst wird.

Quelle: alle Daten Statistisches Landesamt Baden-Württemberg



# NACHFRAGE- UND ANGEBOTSSITUATION



# KAUFKRAFT IN DER STADT WEINSBERG

Kaufkraftpotenzial in Mio. € in Weinsberg

Sortiment	Stadt Weinsberg
Nahrungs- und Genussmittel	40,3
Gesundheit, Körperpflege	6,6
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	2,9
<b>kurzfristiger Bedarf insg.</b>	<b>49,8</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	3,4
Bekleidung, Schuhe, Sport	9,8
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>	<b>13,2</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	8,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	9,1
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	7,8
Optik / Uhren, Schmuck	2,3
Sonstige Sortimente	5,6
<b>langfristiger Bedarf insg.</b>	<b>33,1</b>
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>55,8</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>96,1</b>

Quelle: GMA Erhebung 2023 - eigene Darstellung (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

**Kaufkraft:** Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für Weinsberg ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von ca. 96,1 Mio. €.



Quelle: GMA Aufnahme 2023

# INZELHANDELSSTRUKTUR UND LAGEVERTEILUNG

Die Einzelhandelsstruktur von Weinsberg wird v. a. durch folgende Versorgungsstandorte geprägt:

- Die **Innenstadt** von Weinsberg wird primär durch eine kleinflächige Einzelhandelslandschaft geprägt, die v. a. den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich abdeckt (z. B. Bäckereien, kleinteiliger Lebensmittelhandel, Apotheken, Bekleidungsgeschäfte sowie Schmuck- und Optikerläden etc.). Vereinzelt sind auch mittelgroße Betriebe wie z. B. NKD vorhanden. Aufgrund ihrer kleinteiligen Bebauung und dem Mangel an verfügbaren Flächenpotenzialen sind die Möglichkeiten zur Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel sehr begrenzt. Insgesamt ist der Einzelhandelsbesatz in der Weinsberger Innenstadt vergleichsweise gering ausgeprägt. Eine bedeutende Rolle als primärer Haupteinkaufs- und Versorgungsstandort ist in der Innenstadt von Weinsberg nicht erkennbar. Obschon die Innenstadt eine gewisse Vielfalt an Dienstleistungen und Angeboten bereithält, fehlt es deutlich an größeren Einzelhandelsformaten.
- Als ein weiter prägender Standort ist der **Fachmarkstandort an der Heilbronner Straße** im westlichen Siedlungsgebiet der Kernstadt von Weinsberg zu nennen. Hier sind eine Reihe z. T. großflächiger Einzelhandelsbetriebe vorzufinden (z. B. Aldi-Discounter, Lidl-Discounter, Takko-Bekleidungsfachmarkt, Deichmann-Schuhfachgeschäft, Getränkefachmarkt etc.). Der Standort verdeutlicht ebenfalls, dass die Entwicklung des Einzelhandels in den letzten Jahren überwiegend am Rand des Stadtgebietes von Weinsberg und nicht in der Innenstadt stattgefunden hat.
- Zudem ist im östlichen Siedlungsgebiet auf zwei großflächige Einzelhandelsstandorte an der **Haller Straße** (Kaufland SB-Warenhaus) und **Am AK** (Bay-Wa Baufachmarkt) hinzuweisen.
- In den weiteren Stadtteilen von Weinsberg sind ausschließlich vereinzelt kleinflächige Anbieter zu verzeichnen, die im Einzelhandelsgefüge von Weinsberg eher eine untergeordnete Rolle einnehmen.

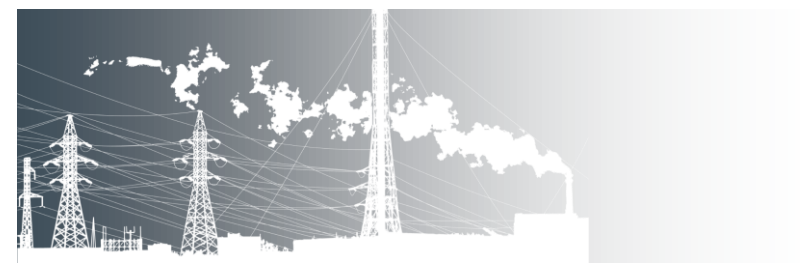
## Lagekategorien zur Kategorisierung von Einzelhandelsstandorten



### 1. Zentraler Versorgungsbereich (Einkaufsinnenstadt)



### 2. (Wohnsiedlungsräumlich) integrierte Lage (z. B. Nahversorgungsstandorte in Wohngebieten)



### 3. Nicht integrierte Lage (z. B. Gewerbe- und Industriestandorte)

# EINZELHANDELSBESTAND DER STADT WEINSBERG

Einzelhandelbestand nach Warengruppen in Weinsberg

Sortiment	Anzahl der Betriebe <sup>1</sup>	Verkaufsfläche <sup>2</sup> in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	21	6.130	41,5
Gesundheit, Körperpflege	3	190	2,2
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	2	950	2,1
<b>kurzfristiger Bedarf insg.</b>	<b>26</b>	<b>7.270</b>	<b>45,8</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2	120	0,5
Bekleidung, Schuhe, Sport <sup>3</sup>	5	2.080	4,5
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>	<b>7</b>	<b>2.200</b>	<b>5,0</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	1	160	0,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	4	140	0,4
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	2	10.500	0,0
Optik / Uhren, Schmuck	3	110	0,8
Sonstige Sortimente <sup>4</sup>	2	50	0,2
<b>langfristiger Bedarf insg.</b>	<b>12</b>	<b>10.960</b>	<b>1,9</b>
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>24</b>	<b>14.300</b>	<b>11,2</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>45</b>	<b>20.430</b>	<b>52,7</b>

Quelle: GMA Erhebung 2023 - eigene Darstellung (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

<sup>1</sup>Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

<sup>2</sup>Bereinigte Werte, d.h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgestellt und der jeweiligen Branche zugeordnet

<sup>3</sup>Sportbekleidung, -schuhe; ohne Sportgeräte

<sup>4</sup>Sportgroßgeräte (z.B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z.B. Musikalien, großteilige Babyartikel; weiter auch Waffen, Erotik)

Zum Zeitpunkt der Erhebung (Juli 2023) gab es in der Stadt Weinsberg insgesamt 45 Betriebe des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 20.430 m<sup>2</sup>. Die Bruttoumsatzleistung beträgt etwa 52,7 Mio. €. Die oben aufgezeigte Tabelle stellt den Einzelhandelsbestand nach Warengruppen und Bedarfsbereichen (kurz-, mittel- und langfristig) dar.

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

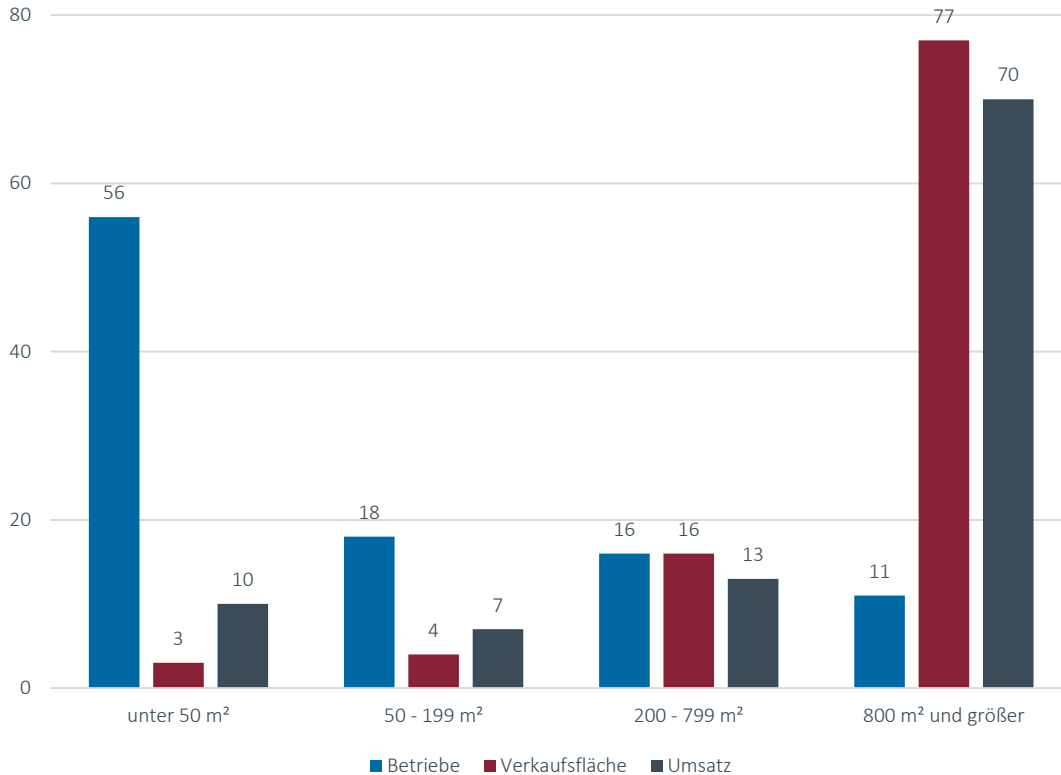
- 21 Betriebe (ca. 46,6 %)
- ca. 6.130 m<sup>2</sup> VK (ca. 30,0 %)

Der Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfielen:

- 24 Betriebe (ca. 53,4 %)
- ca. 14.300 m<sup>2</sup> VK (ca. 70,0 %)

# BETRIEBSTYPEN UND BETRIEBSTYPENGRÖSSEN IN WEINSBERG

Größenstruktur der Betriebe in % in Weinsberg



Quelle: GMA Erhebung 2023 - eigene Darstellung

Der Einzelhandelsbestand in Weinsberg wird von Betrieben unter 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche dominiert; von den insgesamt ansässigen 45 Einzelhandelsbetrieben entfallen ca. 33 Geschäfte auf diese Größenordnung (74 %). Betriebe ab einer Verkaufsfläche von über 800 m<sup>2</sup> stellen allerdings ca. 77 % des Gesamtbestandes der Verkaufsfläche (11 % der Betriebsanzahl).

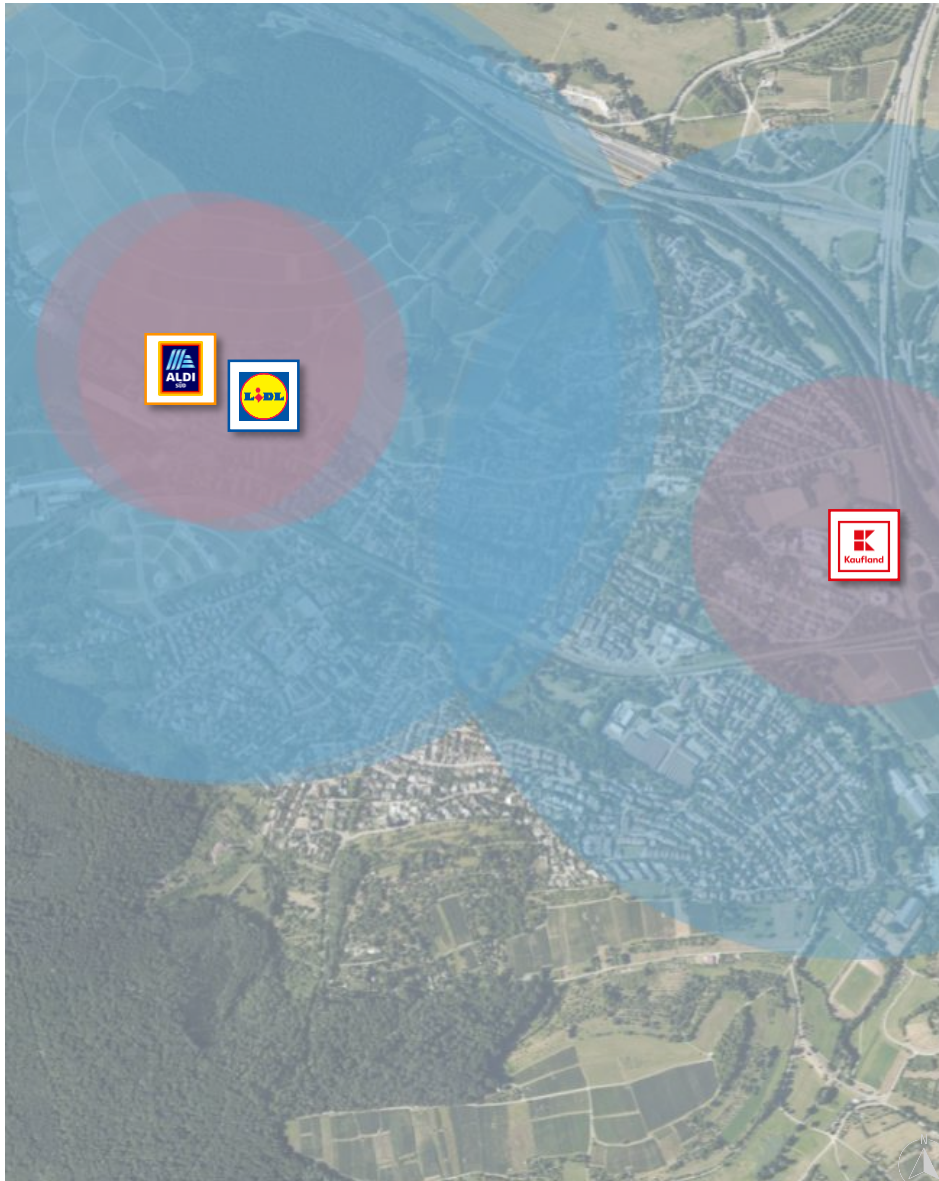


Quelle: GMA Aufnahme 2023



# NAHVERSORGUNGSSTRUKTUREN

Fußläufiger Nahbereich der Lebensmittelmärkte in Weinsberg



- 500 m - Radius fußläufig
- 800 m - Radius fußläufig

Wesentlich für eine funktionierende Nahversorgung ist die Existenz von hinreichend leistungsfähigen (d. h. heutzutage großflächige) Lebensmittelmärkte. Außer einem breiten und tiefen Lebensmittelangebot bieten diese auch weitere nahversorgungsrelevante Waren zumindest durchschnittsweise (z. B. Drogerieartikel, Heimtiernahrung, Zeitschriften etc.).

Aus nebenstehender Karte wird ersichtlich, dass die Stadt Weinsberg über eine, in Relation zur Stadtgröße, angemessene Nahversorgungsstruktur verfügt. Insgesamt besteht aktuell ein gutes Nahversorgungsangebot.



**Lidl-Discounter, Heilbronner Straße:** Der Markt liegt im westlichen Bereich der Weinsberger Kernstadt in Gewerbegebietslage. Der Markt entspricht aktuell einer zeitgemäßen Flächengröße bzw. einem zeitgemäßen Marktauftritt. Aktuell kein Handlungsbedarf erkennbar (langjährig ggf. Erweiterung denkbar).



**Aldi-Discounter, Heilbronner Straße:** Der Markt liegt ebenfalls im westlichen Siedlungsgebiet von Weinsberg. Aktuell noch zeitgemäßer Marktauftritt. Langfristig Erweiterung auf firmentypische Größe denkbar.



**Kaufland SB-Warenhaus, Heilbronner Straße:** Der Markt liegt im östlichen Bereich von Weinsberg in Gewerbegebietslage und übt eine gesamtstädtische bzw. über das Stadtgebiet hinausgehende Versorgungsfunktion aus. Verkaufsfläche und Marktauftritt sind zeitgemäß. Aktuell kein Handlungsbedarf.

Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage GfK Geomarketing

# IV

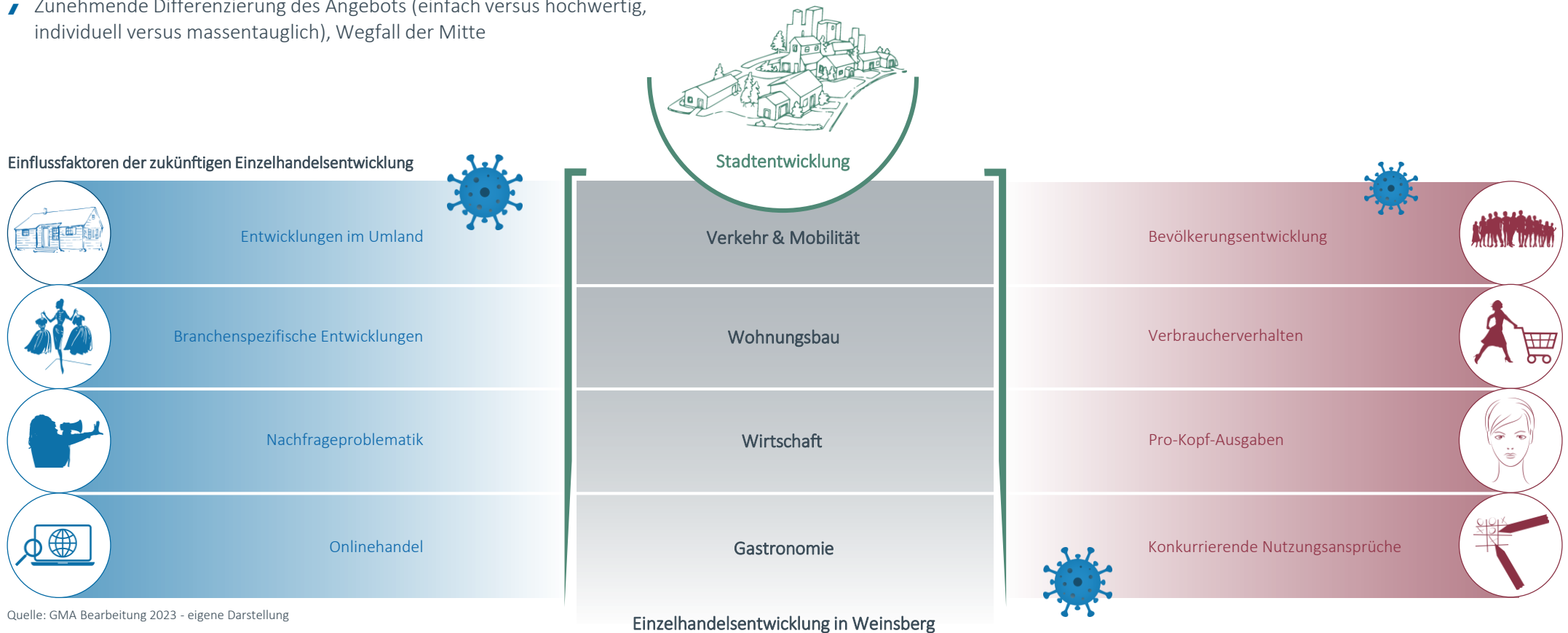
## ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN STADT WEINSBERG



# ÜBERGEORDNETE FAKTOREN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Folgende Einflussfaktoren sind im Hinblick auf die mittelfristigen demografischen, ökonomischen und handelsstrukturellen Rahmenbedingungen zu berücksichtigen:

- Stabile Bevölkerungsentwicklung in Weinsberg; (verbunden mit einer stabilen Kaufkraftentwicklung)
- Verbraucherverhalten ist tendenziell zu höheren Konsumausgaben bei gleichzeitig steigenden Qualitätsstandards (z. B. Biolebensmittel, Fair-Trade-Produkte) bereit.
- Steigendes Anspruchsniveau der Kunden an die Einkaufsstätten (Angebotsumfang, Parkierung, Sicherheit, Aufenthaltsqualität)
- Zunehmende Differenzierung des Angebots (einfach versus hochwertig, individuell versus massentauglich), Wegfall der Mitte
- Unternehmenskonzentration und Marktmacht von Filialisten wird zur weiteren Beeinträchtigung des Mittelstandes führen
- Konkurrenzbeziehungen zu benachbarten Zentren und zum Onlinehandel wachsen
- Normale Bedarfsdeckung ist überall gewährleistet, Besonderheiten müssen herausgestellt werden.
- Erlebnisorientierung muss entwickelt werden.

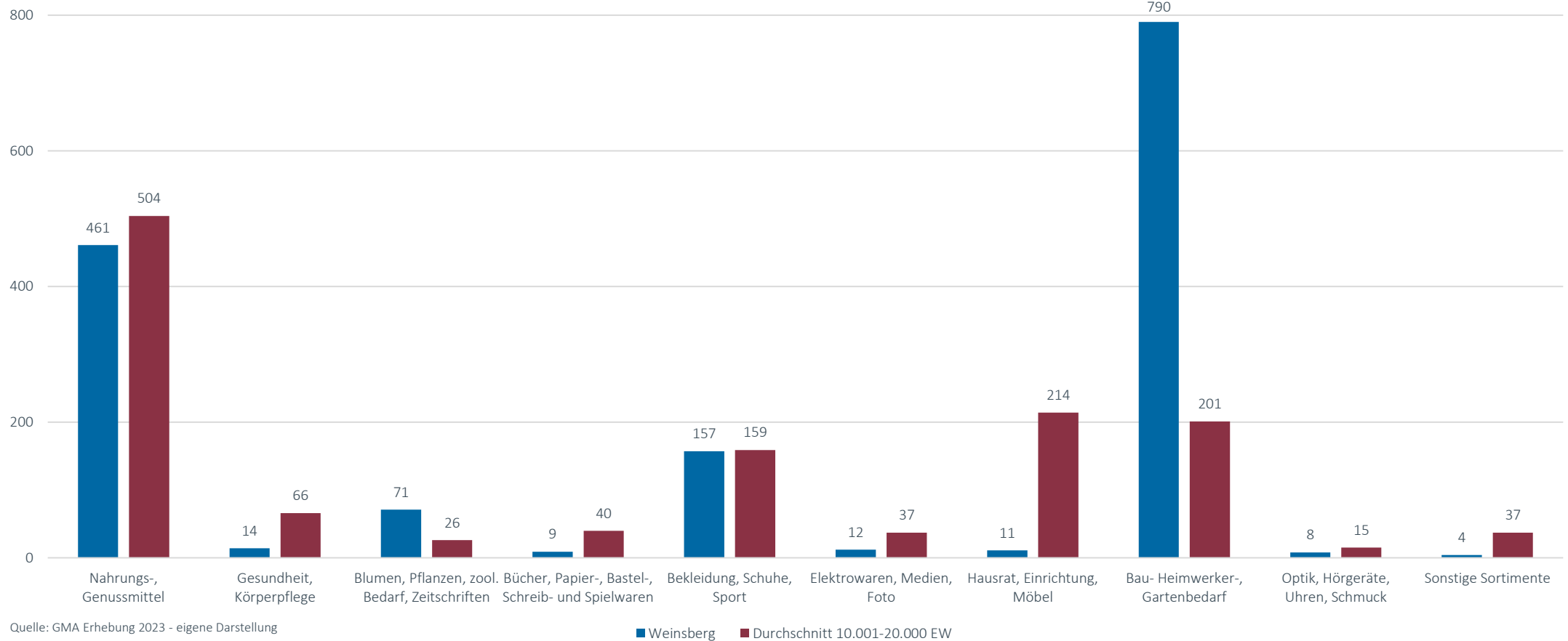


Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

# VERKAUFSFLÄCHENAUSSTATTUNG

Die **Verkaufsflächenausstattung** in der Stadt Weinsberg liegt im Vergleich zu Durchschnittswerten der GMA-Kennzifferstudie überwiegend auf einem unterdurchschnittlichen Niveau (Vergleichsstädte zwischen 10.000 und 20.000 Einwohner). Prioritär fällt v. a. der Bereich Bau-, heimwerker- und Gartenbedarf auf. Berücksichtigt man die Nähe zu Heilbronn kann die Verkaufsflächenausstattung insgesamt als gut bewertet werden.

Verkaufsflächenausstattung nach Sortimenten in der Stadt Weinsberg

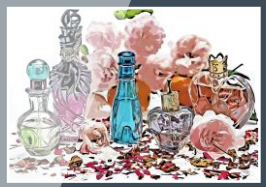


# BRANCHENBEZOGENE ENTWICKLUNGSPOTENZIALE

## Quantitative branchenbezogene Entwicklungspotenziale



**Nahrungs- und Genussmittel:** Mit einem Kaufland SB-Warenhaus, einem Aldi-Discounter und einem Lidl-Discounter besteht ein guter Besatz. Darüber hinaus ist ein Angebot an Getränkemärkten, Bäckereien und Metzgereien vorzufinden. Grundsätzlich ist für die Stadtgröße ein standortadäquates Angebot vorhanden. Ein Fokus sollte hier in Zukunft auf einer Bestandsicherung und Modernisierung bestehender Standorte liegen. Hinsichtlich der Betriebstypen fehlt ein klassischer Supermarkt wie Rewe oder Edeka.



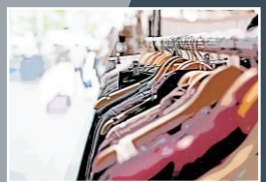
**Gesundheit und Körperpflege:** Unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung. Das Angebot wird primär durch die Lebensmittelmärkte abdeckt, welche diese Warengruppe aber nur als Randsortiment führen. Teilweise übernehmen auch Apotheken eine Versorgungsfunktion mit Gesundheits- und Körperpflegeprodukten. Es fehlt allerdings ein klassischer Drogeriemarkt wie dm oder Rossmann.



**Blumen, Pflanze, zool. Bedarf:** In Weinsberg ist derzeit eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung festzuhalten. Prägendste Anbieter sind die Gärtnerei Supp und die Weinsberger Rosenkulturen. In den örtlichen Lebensmittelmärkten ist ein zusätzliches Angebot in diesem Segment vorzufinden.



**Bücher-, Schreib- und Spielwaren:** Die wichtigsten Betriebe sind in der Innenstadt angesiedelt. Entwicklungspotenzial ist in diesem Segment nur begrenzt vorhanden, da der Onlinehandel mittlerweile zu große Marktanteile abschöpft. Primär sollte ein Fokus auf eine Modernisierung im Bestand gelegt werden. Zusätzlich führen die örtlichen Lebensmittelmärkte dieses Segment als Randsortiment.



**Bekleidung, Schuhe, Sport:** Die Verkaufsflächenausstattung liegt auf einem durchschnittlichen Niveau. Die Geschäfte in Weinsberg präsentieren sich mehrheitlich zeitgemäß, sodass lediglich vereinzelte Anbieter Modernisierungs- bzw. Gestaltungsbedarf aufweisen. Schwerpunkte bestehen zum einen in der Innenstadt, die mehrheitlich durch klein- bis mittelflächige Betriebe aus dem Bekleidungssektor geprägt wird; zum anderen liegt der Fokus auf dem Nahversorgungsstandort „Heilbronner Straße“ (Takko-Bekleidungsfachmarkt und Deichmann Schuhfachmarkt etc.).

# BRANCHENBEZOGENE ENTWICKLUNGSPOTENZIALE

## Quantitative branchenbezogene Entwicklungspotenziale



**Elektrowaren, Medien, Foto:** Unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung. Lediglich ein Anbieter aus diesem Segment in der Innenstadt von Weinsberg vorhanden. Angebotsergänzungen sind aufgrund der Dominanz des Onlinehandels und der Wettbewerbssituation mit dem Oberzentrum Heilbronn eher unrealistisch.



**Hausrat, Einrichtung, Möbel:** Lediglich vereinzelt kleinflächige Anbieter aus dem Bereich Haushaltswaren in der Innenstadt vorhanden. Für größere Möbelhäuser ist die Stadt Weinsberg jedoch zu klein, auch vor dem Hintergrund der v. a. in Heilbronn bestehenden großflächigen Anbieter (z. B. XXXLutz, Rieger).



**Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf:** Die Verkaufsflächenausstattung ist überdurchschnittlich. Prägendster Anbieter aus diesem Bereich ist der BayWa-Baufachmarkt. Handlungsbedarf für eine Weiterentwicklung in diesem Segment ist aktuell nicht gegeben.



**Optik, Hörgeräte, Uhren & Schmuck:** Unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung in Weinsberg. Eine Konzentration von Juwelieren und Optikern ist hauptsächlich im Bereich der Innenstadt festzustellen. Weiterentwicklungsmöglichkeiten prinzipiell gegeben.

Insgesamt ist hervorzuheben, dass der Handelsplatz Weinsberg im Bereich der Grund- und Nahversorgung sehr gut aufgestellt ist. Vereinzelt ist noch Modernisierungsbedarf erkennbar, echter Zusatzbedarf hingegen nicht. Aufgrund der Stadtgröße, des beschränkten Einzugsgebiets und v. a. der Wettbewerbssituation zum Oberzentrum Heilbronn sind die Weiterentwicklungsmöglichkeiten in den meisten Segmenten stark beschränkt.

V

# EINZELHANDELSKONZEPT FÜR DIE STADT WEINSBERG



# STÄDTEBAULICHE ZIELVORSTELLUNGEN ZUR EINZELHANDELSENTWICKLUNG

## Aufbau des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Weinsberg



### Städtebauliche Zielsetzungen

- // Sicherung der unterzentralen Versorgungsfunktion
- // Schutz und Stärkung der Innenstadt bei gleichzeitiger Begleitung des Strukturwandels (Innenstadtentwicklung)
- // Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Grundversorgung (Lebensmittel) im gesamten Stadtgebiet



### Sortimentskonzept

- // Einordnung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente unter Berücksichtigung der derzeitigen räumlichen Verteilung, städtebaulichen Zielsetzungen, landes- und regionalplanerischer Vorgaben etc.



### Standortkonzept

- // Abgrenzung / Definition zentraler Versorgungsbereich
- // Empfehlung zur Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen



Steuerungs- und Umsetzungsempfehlungen

Die GMA empfiehlt folgende Zielsetzungen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung im Unterzentrum Weinsberg:

- // **Sicherung der unterzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Weinsberg:** Sicherung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung.
- // **Schutz und Stärkung der Innenstadt als attraktive und lebendige Einkaufslage in Weinsberg (=City-first-Ansatz):** Stärkung der Innenstadt gegenüber dezentralen Standorten durch zielgerichteten Ausbau des Einzelhandelsangebotes sowie Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente an dezentralen Standorten (Innenentwicklung vor Außenentwicklung).
- // **Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Grundversorgung:** Sicherung der Nahversorgungsstandorte durch Erhalt und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels.



# KRITERIEN ZUR EINRODUNG DER SORTIMENTE

Kriterien zur Einordnung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel



nahversorgungsrelevant

- /// Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung
- /// häufige Nachfrage (mehrmals pro Woche)
- /// räumliche Nähe zu Wohngebieten spielt eine wichtige Rolle



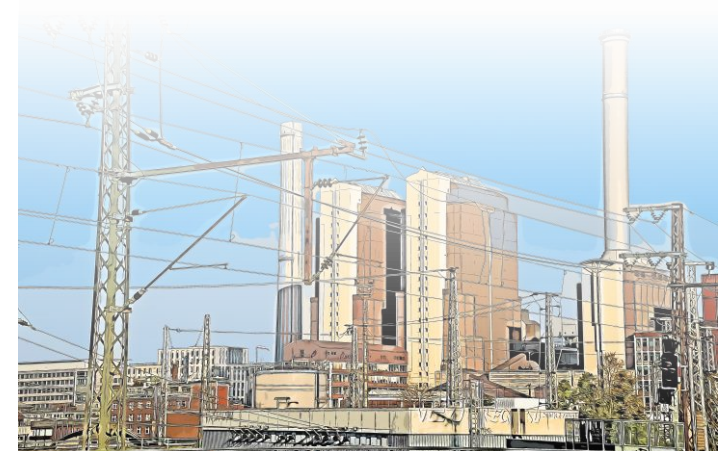
zentrenrelevant

- /// Magnetfunktion, Steigerung der Attraktivität der Innenstadt
- /// für einen leichten Transport geeignet (ohne Pkw)
- /// geringe bis mittlere Flächenansprüche
- /// Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes
- /// Synergien mit anderen Sortimenten in der Innenstadt



nicht-zentrenrelevant

- /// hohe Flächenansprüche
- /// Beschaffenheit des Sortimentes erfordert einen Transport mit dem Pkw
- /// nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen (z. B. Möbel)
- /// keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten
- /// keine Bedeutung als Frequenzbringer



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

# SORTIMENTSLISTE FÜR DIE STADT WEINSBERG

Sortimentsliste der Stadt Weinsberg

## zentrenrelevante Sortimente



### nahversorgungsrelevant

- // Nahrungs- und Genussmittel
- // Reformwaren
- // Drogeriewaren-, Kosmetik- und Parfümeriewaren
- // Apothekerwaren
- // Schnittblumen
- // Zeitschriften



### zentrenrelevant

- // Bücher-, Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- // Spielwaren, Bastelartikel
- // Bekleidung (inkl. Sportbekleidung)
- // Schuhe, Lederwaren
- // Orthopädie- und Sanitätswaren
- // Bild- und Tonträger, Telekommunikationsbedarf, Fotowaren
- // Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Kunstgewerbe
- // Optik und Hörgeräte
- // Uhren und Schmuck
- // Musikinstrumente, Musikalien
- // Elektrowaren, Elektroinstallationsbedarf, Leuchten, Computer, Büromaschinen

## nicht-zentrenrelevante Sortimente



### nicht-zentrenrelevant

- // Möbel, Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Sanitär- und Badeinrichtungen
- // Bettwaren, Matratzen, Heimtextilien, Gardinen und Zubehör
- // Baustoffe, Bauelemente, Heimwerkerbedarf, Fliesen
- // Pflanzen und Zubehör, Gartenwerkzeuge, Gartenbaustoffe, Pflege- und Düngemittel, Torf und Erde, Pflanzengefäße, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Naturhölzer
- // Teppiche, Bodenbeläge, Tapeten, Farbe, Lacke
- // Kfz, Motorräder, Landmaschinen und Zubehör
- // Campingartikel, Sportgroßgeräte (z. B. Surfboards, Fahrräder)
- // Babyausstattung (z. B. Kinderwagen)
- // Tiernahrung, zoologischer Bedarf, Lebewesen
- // Brennstoffe, Mineralölzeugnisse

Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung

# DAS STANDORTKONZEPT FÜR DEN EINZELHANDELSSTANDORT WEINSBERG

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

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

- § 11 Abs. 3 BauNVO weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahingehend, dass sich Gemeinden gegenüber Planungen anderer Gemeinden auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- § 34 Abs. 3 BauGB knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die grundsätzlich nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zulässig wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.
- § 9 Abs. 2a BauGB ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile im Sinne von § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.
- Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung in § 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG verankert. Nach dieser Vorschrift sind die Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen. Die Erhaltung gerade der Innenstädte als zentrale Versorgungsbereiche ist damit für den Bundesgesetzgeber eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung.

# DAS STANDORTKONZEPT FÜR DEN EINZELHANDELSSTANDORT WEINSBERG

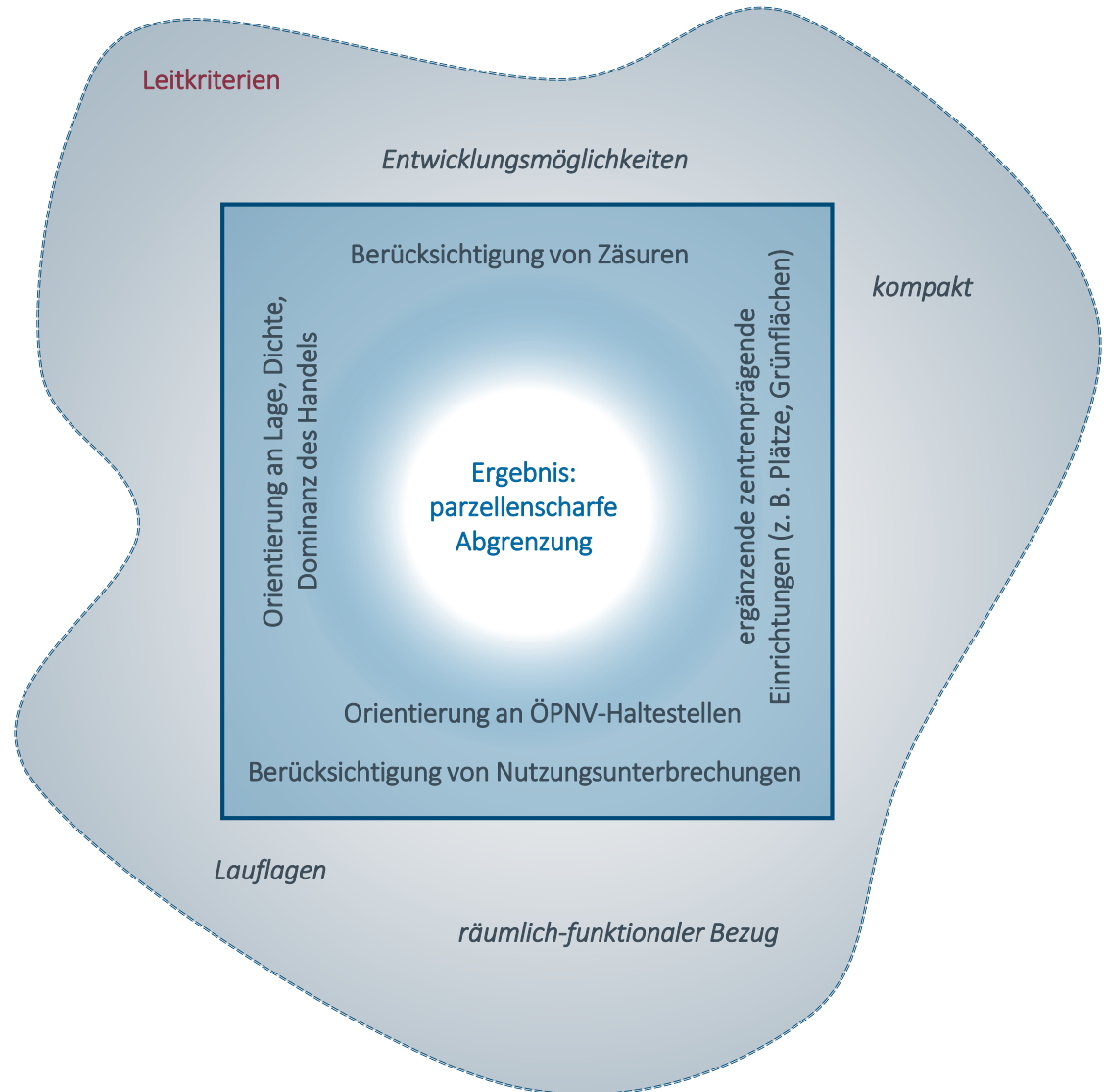
Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, welchem durch die entsprechenden Novellierungen des BauGB ein erheblicher Bedeutungszuwachs zugesprochen wurde. Eine allgemeingültige Definition liegt jedoch nicht vor. In den letzten Jahren, die zum Teil von konträren Diskussionen und in Folge auch Interpretationsunsicherheiten in der Praxis geprägt waren, wurden die bestehenden Begrifflichkeiten durch die Rechtsprechung thematisiert und in Teilen konkretisiert. Die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

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

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Dienstleistungsbetriebe, öffentliche Infrastruktur usw. ergänzt wird.

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

Abgrenzungskriterien zur parzellenscharfen Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

# ABRENZUNG ZENTRALER VERSORGBEREICH WEINSBERG

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Weinsberg







- Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich
- Bebauung im zentralen Versorgungsbereich

Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg

# DAS STANDORTKONZEPT WEINSBERG

Standort- und Zentrenstruktur Stadt Weinsberg



-  Siedlungsgebiet Weinsberg
-  **Zentraler Versorgungsbereich**  
*zukunftsorientierte Weiterentwicklung im Sinne einer an den städtebaulichen Zielvorstellungen ausgerichteten Einzelhandelspolitik*
-  **Nahversorgungslagen**  
*Haller Straße und Heilbronner Straße als wichtige Nahversorgungsstandorte. Ziel ist die Sicherung und Weiterentwicklung der Standorte, um eine langfristige und bedarfsgerechte Nahversorgung der Bevölkerung von Weinsberg zu gewährleisten).*
-  **Gewerbegebietslagen**  
*Am AK Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel, Sicherung nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel.*

Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg

# STEUERUNGSEMPFEHLUNGEN ZUR EINZELHANDELSENTWICKLUNG IN WEINSBERG

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich. Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- Ausschluss zentrenrelevanter / nahversorgungsrelevanter Sortimente (Gewerbestandort „AM AK“)
- Ausschluss des gesamten Einzelhandels

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.



Quelle: GMA Aufnahme 2023

# EMPFEHLUNG ZUR UMSETZUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTZES

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in Abstimmung mit der Stadt Weinsberg erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit herzustellen, sind folgende Punkte unabdingbar:

- Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Gemeinderat von Weinsberg als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:
- Weinsberger Sortimentsliste
- Festlegung der Zentren- und Standortstruktur zzgl. Festlegung und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Weinsberg“

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Weinsberg zu verstehen. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das mittelfristig (in der Regel etwa 5 - 10 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.



Quelle: GMA Aufnahme 2023



# VI

## AKTUELLE TRENDS UND ENTWICKLUNGEN VON INNENSTÄDTEN



# INNENSTADTENTWICKLUNG UNTER KLIMASCHUTZ- UND NACHHALTIGKEITSASPEKTEN

In Zeiten des Klimawandels und der fortschreitenden Urbanisierung müssen Städte und Gemeinden verstärkt nachhaltige und klimafreundliche Maßnahmen ergreifen, um eine lebenswerte Umwelt für zukünftige Generationen zu erhalten. Die Anpassung urbaner Räume an den Klimawandel und die Förderung einer nachhaltigen Stadtentwicklung gehören zu den zentralen Herausforderungen, vor denen die Gesellschaft steht. Dabei geht es um die Schaffung von grünen und blauen Infrastrukturen sowie um Maßnahmen, die darauf abzielen, das tägliche CO<sub>2</sub>-Aufkommen in Städten zu reduzieren und stadtklimatischen Defiziten wie beispielsweise Hitzeinseln entgegenzuwirken. Eine nachhaltige Stadtentwicklung muss hierbei im Einklang mit ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Bedürfnissen erfolgen. Das bedeutet, dass beispielsweise die Förderung von nachhaltiger Mobilität, die Schaffung von bezahlbarem Wohnraum sowie die Reduktion von Treibhausgasemissionen durch den Ausbau erneuerbarer Energien und die Förderung von Ressourceneffizienz im Fokus stehen sollten. Die Umsetzung der klimapolitischen Zielsetzungen erfordert eine aktive Rolle der Kommunen, die hierbei als Treiber und Akteure fungieren. Die Erstellung von kommunalen Klimaschutzkonzepten, die Implementierung von Energiesparmaßnahmen, die Schaffung von Anreizsystemen und die Zusammenarbeit mit Bürgern und Unternehmen sind wichtige Elemente einer erfolgreichen Umsetzung. Ein weiterer wichtiger Aspekt einer nachhaltigen Stadtentwicklung ist die Schaffung von grünen und blauen Infrastrukturen. Hierbei geht es um die Schaffung von vegetativen und baulichen Investitionen sowie investitionsvorbereitende und projektbegleitende Maßnahmen in urbanen Grün- und Freiräumen, die dazu beitragen, das Stadtklima zu regulieren und die Artenvielfalt zu erhalten. Zusammenfassend sind die wichtigsten Ziele bei der Innenstadtentwicklung im Hinblick auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit:

- // CO<sub>2</sub>-Neutralität zur wirksamen Eindämmung des Klimawandels.
- // Förderung einer Verkehrs- und Mobilitätswende durch Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs sowie Stärkung des Öffentlichen Personennahverkehrs und des Radverkehrs.
- // Verminderung des Ressourcenverbrauchs von Energie, Brennstoffen und Boden.
- // Integration von Smart-City-Konzepten und fortschreitender Digitalisierung, um unnötige Fahrten zu vermeiden und den Energieverbrauch, beispielsweise durch intelligente Straßenbeleuchtung, zu reduzieren.
- // Erhaltung und Schaffung von Grüninseln im urbanen Raum zur Wahrung der Biodiversität.
- // Bekämpfung von Hitzeinseln in der Stadt durch die Reduzierung von Versiegelung und die Erhöhung des Baumbestandes.
- // Förderung von Bewusstsein und Wertschätzung regionaler Erzeugnisse und Produkte bei den Konsumenten.
- // Steigerung der Resilienz der urbanen Räume gegenüber zunehmenden Extremwetterlagen wie Trockenheit, Starkregen, Stürmen und Hitze.
- // Gezielte Vernetzung bestehender Grün- und Freiräume durch Schaffung wohnortnaher Freiräume in klimatisch defizitären Stadträumen, wie Klimaoasen.
- // Umwandlung grauer in grüne und blaue Infrastruktur, indem Flächen entsiegelt und grüne Inseln geschaffen werden.
- // Realisierung von Schwammstadtkonzepten zur Steigerung des Regenwasserrückhalts, der Verdunstungsleistung, der Grundwasserneubildung und der Wasserverfügbarkeit, auch unter Einbeziehung von Grauwasser.



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

# DIGITALISIERUNG ALS NEUER FAKTOR DER INNENSTADTENTWICKLUNG

Angesichts der technologischen Entwicklung und des beispiellosen Wachstums des Onlinehandels steht die Weinsberger Innenstadt vor einer bedeutenden Herausforderung. Das sich verändernde Konsumverhalten ist eine der prägnantesten Herausforderungen, denen sich die Weinsberger Innenstadt gegenübersehen. Der Kunde von heute bevorzugt die mühelose Bequemlichkeit des Online-Einkaufs, der es ihm ermöglicht, eine Fülle von Produkten bequem von zu Hause aus zu erkunden und zu erwerben. Diese Bequemlichkeit steht im Kontrast zu den traditionellen Einzelhandelsgeschäften in der Innenstadt, die sich anpassen müssen, um eine moderne und zeitgemäße Einkaufserfahrung zu bieten. Darüber hinaus konkurrieren lokale Einzelhändler in Weinsberg mit globalen Online-Plattformen, die über schier unbegrenzte Ressourcen und eine unvergleichliche Reichweite verfügen.

Ein weiteres bedeutsames Thema, das mit dem Onlinehandel einhergeht, ist der potenzielle Leerstand in der Innenstadt. Ein Rückgang der traditionellen Einzelhandelsgeschäfte könnte zu leeren Ladenfronten führen und das einst lebendige Stadtbild von Weinsberg beeinträchtigen. Ein solcher Identitätsverlust könnte langfristig die Anziehungskraft der Innenstadt mindern und das lokale Gemeinschaftsgefühl schmälern.

Trotz dieser herausfordernden Aspekte bietet der Onlinehandel auch eine Vielzahl von Möglichkeiten, die Innenstadt von Weinsberg zu stärken und ihre Attraktivität zu erhöhen. Die Schaffung von Synergien zwischen dem Online- und Offline-Erlebnis könnte eine erfolgversprechende Strategie sein. Durch die Integration digitaler Technologien in die physischen Geschäfte könnten Einzelhändler eine einzigartige Einkaufserfahrung schaffen, die das Beste aus beiden Welten vereint. Virtuelle Rundgänge durch Geschäfte oder die Möglichkeit, online bestellte Produkte vor Ort abzuholen, könnten das Einkaufserlebnis bereichern und die Kundenbindung stärken.

Darüber hinaus ermöglicht digitales Marketing den Weinsberger Einzelhändlern, ihre Zielgruppen gezielt anzusprechen und maßgeschneiderte Angebote zu erstellen, die auf die individuellen Bedürfnisse und Vorlieben der Kunden zugeschnitten sind. Diese Personalisierung kann dazu beitragen, eine starke Kundenbindung aufzubauen und die Loyalität gegenüber den lokalen Geschäften zu stärken. Indem die Menschen ermutigt werden, ihre Einkäufe vermehrt in der Innenstadt zu tätigen und die Vielfalt des örtlichen Angebots zu schätzen, kann die lokale Wirtschaft von Weinsberg gestärkt werden. Die enge Zusammenarbeit zwischen Einzelhändlern, der Stadtverwaltung und der Gesellschaft insgesamt ist entscheidend, um eine ganzheitliche Strategie für die Innenstadtentwicklung zu entwickeln und umzusetzen.

Insgesamt bietet die Symbiose von Onlinehandel und Innenstadtentwicklung mehr Chancen als Risiken für Weinsberg. Durch die geschickte Integration digitaler Technologien und die kreative Nutzung des Online-Potenzials können die Einzelhändler die Innenstadt revitalisieren und ein innovatives, zeitgemäßes Einkaufserlebnis bieten, das die Bedürfnisse der modernen Gesellschaft erfüllt, ohne dabei die einzigartige Identität und den Charme dieser historisch bedeutsamen Stadt zu opfern. Mit visionärem Denken und kollektivem Engagement wird es möglich sein, die Weinsberger Innenstadt zu einem lebendigen Zentrum zu machen, das sowohl die Bewohner als auch Besucher gleichermaßen anzieht.

---

# DER EINZELHANDEL: KULISSE ODER UNVERZICHTBARE SÄULE?

Die Stadtbilder kleinerer Innenstädte haben sich in den letzten Jahren spürbar verändert. Ein Trend zeichnet sich ab: Der Einzelhandel, einst Herzstück der Zentren, erfährt einen bemerkenswerten Rückzug. Die leeren Schaufenster und verwaisten Ladenlokale erzählen eine Geschichte des Strukturwandels im Handelssektor. Diese Entwicklung ruft jedoch nicht bloß Verlust und Sorge hervor, sondern weist zugleich auf eine dynamische Neuorientierung hin. Ein Faktor, der im Zuge dieser Transformation an Relevanz gewinnt, ist die Gastronomie.

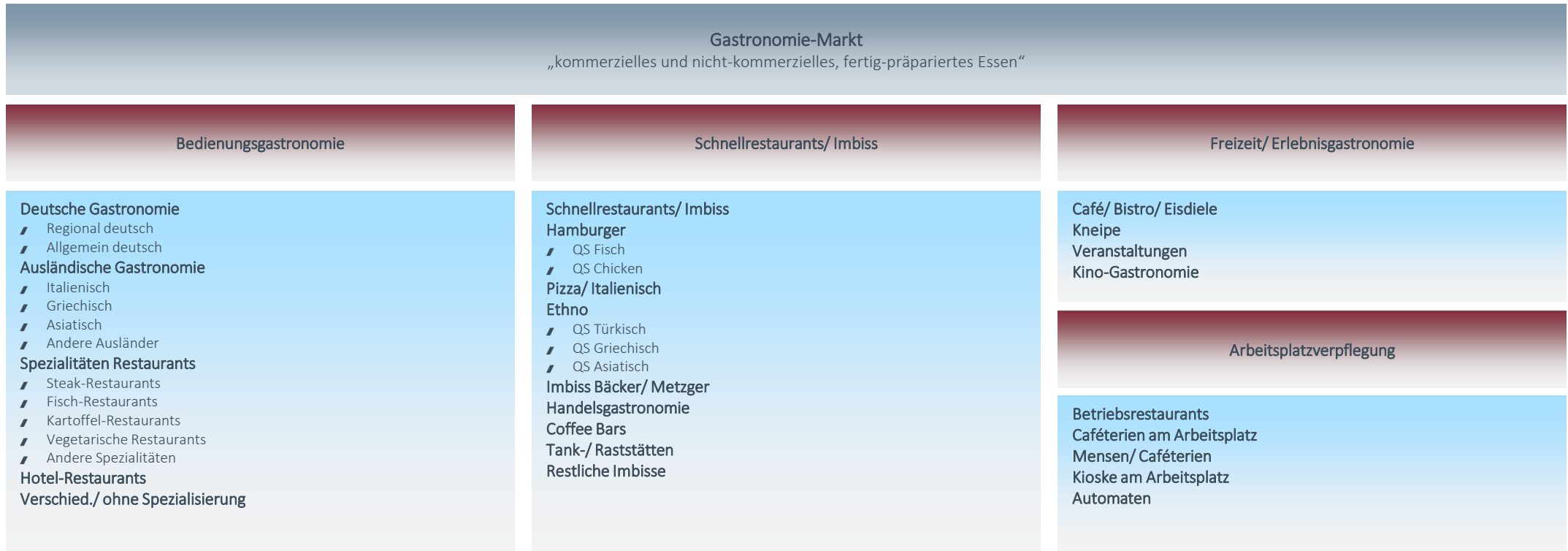
Der Übergang von traditionellen Einzelhandelsgeschäften hin zu vielfältigen gastronomischen Angeboten markiert einen wichtigen Wendepunkt im Stadtbild. Die Gastronomie schreibt hierbei eine Erfolgsgeschichte, die nicht nur dem zunehmenden Interesse der Bevölkerung an kulinarischen Erlebnissen geschuldet ist, sondern auch eine konstruktive Antwort auf die aktuellen Herausforderungen des Einzelhandels darstellt. Restaurants, Cafés und Bars fungieren nicht mehr nur als bloße Nahrungslieferanten, sondern werden zu sozialen Treffpunkten, die Gemeinschaft und Austausch fördern.

Perspektivisch gewinnt die Gastronomie weiter an Bedeutung für das innenstädtische Gefüge. Sie erfüllt nicht nur die Rolle der Belebung und Schaffung von Anziehungspunkten, sondern kann als Impulsgeber für die Wiederbelebung der Innenstädte dienen. Gerade für Weinsberg, wird die Gastronomie langfristig eine Schlüsselrolle im Transformationsprozess einnehmen. Die bewusste Schaffung von gastronomischen Erlebnisräumen kann das Stadtbild nachhaltig prägen und neue Besucherströme anziehen.

In den nachfolgenden Abschnitten wird der Fokus auf die aktuellen Entwicklungen im Gastronomiesektor gerichtet. Der Wandel von traditionellen Speiseangeboten hin zu innovativen Konzepten spiegelt nicht nur die gastronomische Evolution wider, sondern beeinflusst auch das gesamte urban-dynamische Gefüge. Die nachfolgende Analyse verdeutlicht nicht nur die erhebliche Bedeutung der Gastronomie für die Zukunft kleinerer Innenstädte, sondern auch die Potenziale und Chancen, die sich daraus für Weinsberg ergeben.

# DEFINITIONEN UND ALLGEMEINE ENTWICKLUNGEN DER GASTRONOMIE

## Kategorisierung des Gastronomiemarktes



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung nach ZMP CMA

Um mögliche Anregungen für eine mögliche Weiterentwicklung der Gastronomie in Weinsberg zu gewinnen, ist es zunächst notwendig, die Rahmenbedingungen in der Gastronomie ins Blickfeld zu rücken. Dabei sind Fragen nach allgemeinen Trends der Branche einerseits sowie Betriebstypenabgrenzungen zur Analyse der aktuellen Angebotsstruktur andererseits zu klären. Ergänzend werden die wesentlichen Standortfaktoren in der Gastronomie sowie die Funktion der Gastronomie in der Stadtentwicklung insgesamt dargelegt.

# DEFINITIONEN UND ALLGEMEINE ENTWICKLUNGEN DER GASTRONOMIE

Betriebsarten der Gastronomie durch DEHOGA



Restaurants (mit / ohne Bedienung)



Schankwirtschaften



Bars- und Vergnügungslokale



Diskotheiken und Tanzlokale



Cafés



Trinkhallen



Imbissstuben



Eissalons



Kantinen



Caterer

Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

Die oben stehende Abbildung zeigt die durch DEHOGA untergliederten Betriebsarten der Gastronomiebranche. Restaurants werden vom DEHOGA wie folgt definiert: „Bewirtschaftungsstätten mit Verkauf von Speisen, im Allgemeinen zum Verzehr an Ort und Stelle, sowie damit verbundenem Verkauf von Getränken, unter Umständen auch mit begleitendem Unterhaltungsprogramm. Restaurants auch als Speisenwarenbetriebe gibt es in herkömmlicher und mit Selbstbedienung.“

# DEFINITIONEN UND ALLGEMEINE ENTWICKLUNGEN DER GASTRONOMIE

Die Motive für Gaststättenbesuche sind vielfältig; sie reichen von Geschäftsessen über schnelle Mittagsmahlzeiten bis hin zu Bar-Besuchen mit Freunden. Die Veränderungen der Arbeitswelt und der Verlust der Fähigkeiten bzw. der Neigung von breiten Bevölkerungsschichten, eigenständig Gerichte zuzubereiten, sowie eine Verlagerung der Konsum- und Freizeitorientierung zu extrovertierten Räumen (Stichwort: „Mediterranisierung“) haben zu einer bereits lang anhaltenden Steigerung des Außer-Haus-Verzehrs beigetragen.

Bei den meisten Betriebstypen im Gaststättengewerbe gab es bereits im letzten Jahrzehnt **spürbare Bestandsabnahmen**. Zwischen 2012 und 2020 ging die Zahl der umsatzsteuerpflichtigen Gastronomiebetriebe in Deutschland um knapp 19.500 (- 11,7 %) zurück. Überproportional stark verringerte sich die Zahl von Kneipen und Schanklokalen (um rund 11.800 Betriebe bzw. -32,3 %) sowie die von Restaurants (um rund 10.200 Betriebe bzw. -13,5 %). Einzige Ausnahme vom rückläufigen Trend stellte das Segment Imbissstuben dar; ihre Zahl nahm um knapp 10 % zu (vgl. Tabelle). Für die sinkende Zahl der Gaststätten sind neben persönlichen Gründen (z. B. Aufgabe aus Altersgründen) auch strukturelle Gründe (veränderte Nachfragesituation, gestiegene Kosten, Personalknappheit, erforderliche Investitionen usw.) anzuführen.

Zwischen 2020 und 2021 reduzierte sich die Zahl der Gaststätten nochmals kräftig auf rund 137.700 Betriebe (Rückgang um rund 8.800 Betriebe bzw. 6 %). Besonders deutlich fiel der Rückgang bei Discotheken/ Tanzlokalen (-19 %) und Schankwirtschaften/ Kneipen (-15 %) aus.

Die **Covid-19-Pandemie** hat mit ihren Lockdown-Phasen (März – Mai 2020, Dezember 2020 – Februar 2021, April – Juni 2021) im gesamten Gastgewerbe monatelang für Betriebsschließungen und deutliche Umsatzeinbrüche gesorgt. So war der Umsatz etwa im März 2020 real ca. 45 % geringer als im März des Vorjahres. Nicht alle Gastronomen und Hoteliers haben es geschafft, diese Zeit mit Abhol- und Lieferservice, Ausfallgeldern und eigenen Rücklagen zu überbrücken. Nach den Lockdowns verbuchten Gastronomie und Beherbergungsgewerbe wieder steigende Umsätze (vgl. Abb. S. 60). So trat etwa im November 2022 ein Umsatzwachstum von ca. 23 % nominal bzw. knapp 13 % real im Vergleich zum Vorjahresmonat ein. In den gestiegenen Umsätzen sind allerdings auch höhere Preise (u. a. wegen der Inflation) enthalten.

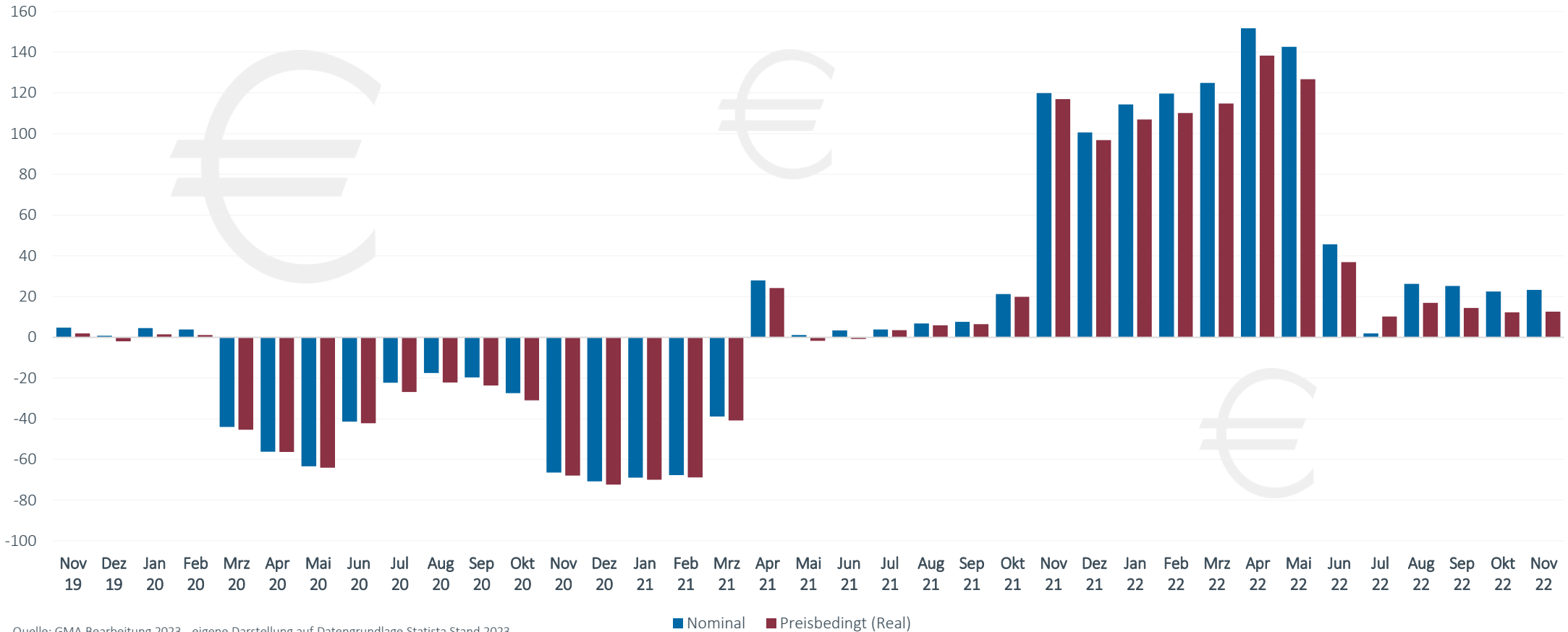
Bestandsentwicklung im deutschen Gastgewerbe 2012-2020

Betriebstyp	Zahl der Umsatzsteuerpflichtigen Betriebe			Bestandsentwicklung	
	2020	2016	2012	absolut	relativ
Restaurants (mit/ohne Bedienung)	65.090	72.481	75.240	-10.150	-13,5%
Kneipen / Schankwirtschaften	22.536	30.725	33.296	-10.760	-32,3%
Bars, Discotheken, Tanz-/Vergnüg.lokale	3.635	4.207	3.929	-294	-7,5%
Cafés	10.603	11.487	11.043	-440	-4,0%
Eissalons	5.181	5.546	5.771	-590	-10,2%
Imbissstuben	34.119	34.295	31.086	+3.033	+9,8%
Sonst. getränkegeprägte Gastronomie	5.305	5.884	5.582	-277	-5,0%
<b>Gaststättengewerbe insg.</b>	<b>146.469</b>	<b>164.625</b>	<b>165.947</b>	<b>-19.478</b>	<b>-11,7%</b>

Quelle: DEHOGA Bundesverband: Zahlenspiegel IV / 2022; Berlin, Februar 2023; S. 15; GMA-Berechnung

# DEFINITIONEN UND ALLGEMEINE ENTWICKLUNGEN DER GASTRONOMIE

Umsatzentwicklung des Gastgewerbes von November 2019 bis November 2022 in % (ggü. dem Vorjahresmonat)



Das Gastgewerbe umfasst Betriebe der Gastronomie sowie des Beherbergungsgewerbes. Seit März 2020 (Beginn Corona-Pandemie) ist ein deutlicher Einbruch der Umsätze im Gastgewerbe zu verzeichnen. So war der Umsatz im März 2020 real rd. 45,4 % und nominal rd. 44 % niedriger als im März des Vorjahres. Die Vergleichswerte zum Vorjahresmonat zeigen seit April 2021 einen erstmaligen Anstieg der Umsätze im Gastgewerbe seit der Corona-Pandemie. Zuletzt, im November 2022, wurde im Vergleich zum Vorjahresmonat ein Umsatzwachstum von rd. 23,3 % nominal und 12,6 % real verzeichnet.



# DEFINITIONEN UND ALLGEMEINE ENTWICKLUNGEN DER GASTRONOMIE

Ein Hemmschuh für das Wachstum der Gastronomie bleibt der anhaltende **Fachkräftemangel**, der durch einen Mangel an Auszubildenden und die schwierige Gewinnung von Aushilfskräften noch verschärft wird. Da das Gaststättengewerbe in besonders hohem Maß auf die fachlichen, organisatorischen und kreativen Fähigkeiten von Küchen- und Service-Personal angewiesen ist, damit sich die Gäste wohlfühlen, ist die Lösung des Personalmangels von essentieller Bedeutung für die Gastronomie. Zentrale Problemfaktoren sind die häufig schlechten Arbeitsbedingungen an der Gastronomie (Stress, körperliche Belastung, wenig familienfreundliche Arbeitszeiten) sowie eine gegenüber anderen Branchen geringere Verdienstsituation. Abhilfe versprechen zum einen strukturelle Lösungen (gesetzliche bzw. tarifliche Vorgaben zur Verbesserung von Arbeitsbedingungen und gesetzlichem Mindestlohn), zum anderen individuelle Bemühungen der Gastronomen um Personal (z. B. angenehme Arbeitsatmosphäre, wertschätzender Umgang mit Angestellten, optimierte Schichtplangestaltung, Bonus-Anreize, Nutzung von Social Media, eigener Website und Jobportalen zur Personalrekrutierung, niedrigschwellige Bewerbungs- und Einstellungsprozesse).

Auch die **Kostenentwicklung** bei Mieten, Nebenkosten, Lebensmitteln, Personal und Einrichtung ist besonders für Einzel- und Kleinbetriebe kritisch. Im Verdrängungswettbewerb haben deshalb größere Betriebe mit standardisierten Unternehmensprozessen (z. B. Systemgastronomie) und besseren Kreditspielräumen Vorteile.



Quelle: GMA Bearbeitung 2023

# ENTWICKLUNGSTRENDS DER GASTRONOMIE

Das Gastgewerbe ist eine **ausgesprochen dynamische, trendbestimmte Branche**, die stark mit den allgemeinen gesellschaftlichen Entwicklungen und Lifestyles verflochten ist. Die Gegenwart ist geprägt von einem Wandel von Konsum- zur Genussgesellschaft, aber auch einem beschleunigten Lebenswandel und einem weniger geregelten Tagesablauf, was auch zu veränderten Essgewohnheiten führt („Man isst, wo man ist“). Angesichts gesteigerter Mobilität und Flexibilität in Arbeit, Freizeit und Urlaub boomt die Außer-Haus-Gastronomie seit Jahren, allerdings mit Unterbrechung durch die Covid-19-Pandemie.

In der Gastronomie herrscht ein **hoher Wettbewerbsdruck**, denn das gastronomische Angebot ist in den letzten Jahren deutlich größer und vielfältiger geworden, etwa durch Sortimentsausweitungen bei Lebensmittelmärkten (Convenience Food), Bäckereien, Metzgereien und Tankstellen sowie durch eine Zunahme von Streetfood-Anbietern. Das Zeitalter von Internet und Smartphones hat mit Online-Lieferdiensten neue Geschäftsfelder und Konkurrenzen hervorgebracht, es nimmt außerdem zunehmend Einfluss durch Bewertungsportale.

Die heutigen Gäste sind digital, informiert, versiert und eben auch immer mobiler, schneller und anspruchsvoller. **Gefordert sind Schnelligkeit, Originalität, Differenzierung und Individualisierung**, z. B. Premium-Produkte, Entertainment-Konzepte, gesunde, leichte oder exotische Lebensmittel bzw. Zubereitung, die dem besonderen Lebensstil des Gastes entsprechen. Aufgrund der steigenden und immer differenzierter werdenden Kundenansprüche sowie der Möglichkeiten durch die neuen Technologien mussten die Gastronomiebetriebe umdenken und ihre Infrastruktur und Geschäftsprozesse entsprechend anpassen. Entscheidend für den Markterfolg in der speiseorientierten Gastronomie sind heute ein authentisches und überzeugendes Konzept, eine klare Positionierung und Profilierung am Markt, eine zeitgemäße Vertriebsstrategie und die richtige Kommunikation. Da Gastronomiebesucher meist „immer wieder neues“ erleben wollen, müssen Gastwirte ihre Angebotskonzepte und Speisekarten laufend überprüfen und an aktuelle Trends anpassen, um Kunden zu halten und neue zu gewinnen.

Die weiteren Aussichten für die Gastronomie erscheinen derzeit durchwachsen. Grundsätzlich dürften ein veränderter, international geprägter Lifestyle, insbesondere der jüngeren Bevölkerung, bei der Ausgehen auch zum Lifestyle gehört, eine zunehmende Vielfalt und Qualität der gastronomischen Angebote, die intensive Nutzung von Internet und Smartphones für online-Einkäufe auch in der Gastronomie, sowie auch ein gewisser „Nachholeffekt“ in Gastronomie und Tourismus nach überstandener Covid-19-Pandemie für einen erneuten Aufschwung des Außer-Haus-Verzehrs sorgen. Andererseits machen Personalmangel, der gerade in Hochlohnregionen wie dem Südwesten noch stärker durchschlägt, vielfältige Kostensteigerungen sowie ein steigendes Anspruchsniveau der Gäste bezüglich Vielfalt, Qualität und Abwechslung den einzelnen Gastwirten das wirtschaftliche (Über-)Leben schwer.

Eine positive Entwicklung ist außer für die Imbiss- und Take-away-Gastronomie auch für neue bzw. neu konzeptionierte Bedienrestaurants zu erwarten. Wie stets im Gastronomie-Gewerbe besteht beim individuellen Unternehmenserfolg eine besondere Abhängigkeit von gesellschaftlichen Trends bzw. dem „Reiz des Neuen“. Daher können sich nicht alle Restaurant-Konzepte gleichermaßen durchsetzen. Absehbar ist – in Analogie zur Einzelhandelsentwicklung – eine zunehmende Spreizung in ein hochwertiges und preisintensives Segment einerseits und in ein preissensibles, funktionales Segment andererseits.

# ENTWICKLUNGSTRENDS DER GASTRONOMIE

## Entwicklungstrends in der Gastronomie 2023

Der Verzehr im Gastraum ist wieder da, aber anders.



Aufgrund Inflation, steigender Rohstoff- und Energiepreise steigen die Erwartungen (z. B. Preis-Leistung, Kundenerlebnis, neue Gestaltungsansätze)

Der Verzehr außerhalb des Gastraumes befindet sich im Wandel



Bestellalternativen für Essen zum Mitnehmen und den Lieferservice, Direktbestellungen beim Restaurant, Abholung mit Bestellung im Voraus

Gastronomiemarken schließen sich zusammen



Markenübergreifende Kooperationen, Dynamische Pop-Ups, Host-Kitchens, Exklusivität

Die effiziente Nutzung von Ressourcen ist entscheidend



Zunehmende Transformation des „digitalen Restaurants“, reibungsloser Betriebsablauf durch Verbesserung der Betriebs- und Ressourceneffizienz

Der Mittelsmann wird zurückgedrängt



Anstieg von D2C-Lieferungen (Direct to Customer) = bessere Gewinnspannen, da der Zwischenhändler umgangen wird

Geisterküchen bringen Abwechslung ins Spiel



Restaurant ohne Gastraum, Serviceportal oder Stühle und Tische für die Gäste. Es sind Kocheinrichtungen die für die Zubereitung/ Auslieferung eingerichtet sind

Rückverfolgbarkeit und Nachhaltigkeit auf der Speisekarte



Perspektivenwechsel in Sachen Lebensmitteltransparenz, Nachhaltigkeit und eine bessere Kontrolle über die Lieferkette gehen Hand in Hand

Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

# GASTRONOMIE ALS INNENSTADTFAKTOR

Die gezielte Entwicklung der Gastronomie hat in den vergangenen Jahren als Thema zunehmende Bedeutung erfahren. Wie auch der Einzelhandel ist Gastronomie ein tragendes Element im Nutzungs- und Funktionsmix der Innenstadt und spielt daher eine wichtige Rolle für die Entwicklung und Aufwertung der Innenstädte.

Mit dem wirtschaftlichen Erfolg, neuen Ideen und steigenden Umsatzzahlen sind die Gastronomen ein wichtiger Player im Wettbewerb um Innenstadträume geworden. Zugleich erwächst der Gastronomie durch den tendenziellen Bedeutungsrückgang des Ladeneinzelhandels, gerade in Innenstädten von Klein- und Mittelstädten, eine zunehmend hohe Bedeutung. In jedem Fall stellt das Gastgewerbe (Gaststätten- und auch Übernachtungsgewerbe) eine tragende Säule für einen durchmischten und multifunktionalen Stadtraum dar. Ein besonderes Augenmerk gilt der Gastronomie, die neben ihrer frequenzstiftenden und imageverbessernden Wirkung auch eine wichtige Rolle zur Steigerung der Aufenthaltsqualität, Ausdehnung der Verweildauer und Verlängerung der Öffnungszeiten in den Innenstädten (Stichwort: „Evening Economy“) übernimmt. Hierbei ergeben sich folgende Fragen:

- Welche Rolle kann die Gastronomie, aber auch das Übernachtungsgewerbe (Hotellerie, B&B's, Ferienwohnungen) zukünftig zur Belebung von Innenstädten einnehmen?
- Wie kann die Gastronomie zu einer verbesserten (Einkaufs-) Atmosphäre beitragen?
- Wie kann eine bessere Verzahnung von Einkauf und Gastronomie zu einer längeren Verweildauer in der Innenstadt beitragen?
- Wie ist den unerwünschten Nebenerscheinungen gastronomischer Nutzungen (Lärmbelästigung, An- und Abfahrt, Sperrzeit, Vermüllung usw.) zu begegnen?



Quelle: GMA Bearbeitung 2023

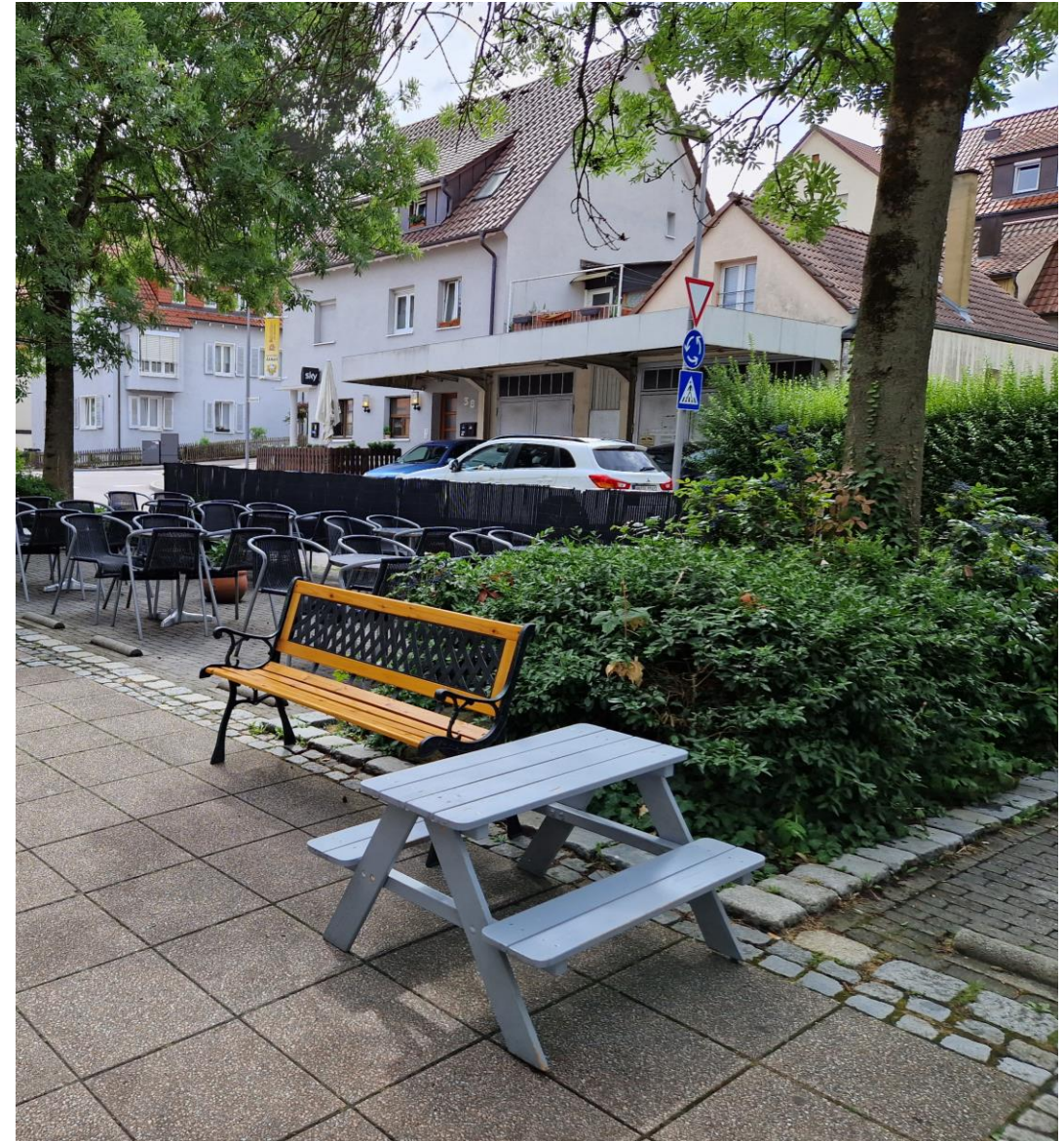
# GASTRONOMIE ALS INNENSTADTFAKTOR

Bezüglich der Ausgestaltung der Standortstrukturen sind bei der Gastronomie in deutschen Städten zwei diametral unterschiedliche Trends festzuhalten:

- Einerseits werden hochwertige und teils hochpreisige, i. d. R. kleinere und städtebaulich gut integrierbare Einheiten verfolgt.
- Zum anderen stehen autokundenaffine, meist mittel- bis niedrigpreisige Angebotskonzepte mit großer Dimensionierung an preissensiblen Standorten (meist Gewerbegebietslagen) zur Entwicklung an.

Bei der Förderung der Gastronomie kommt es allerdings nicht selten zu Interessenskonflikten. Stärker noch als der Handel kritisiert die Gastronomie Bürokratie und Reglementierungen, unfaire Wettbewerbsbedingungen oder starre Gesetze und fordert regelmäßig mehr unternehmerische Freiräume, gleiche Steuern auf Essen sowie mehr Flexibilität bei der Arbeitszeit. In Innenstädten mit angenehmer Einkaufsatmosphäre können nicht nur das Straßenbild, die Fassadengestaltung, die Möblierung des öffentlichen Raums oder Begrünungselemente zu einer höheren Aufenthaltsqualität beitragen, sondern auch qualitätsvolle Gaststätten, insbesondere solche mit Außengastronomie. Generell repräsentiert die Außengastronomie eine starke Freizeitorientierung und einen genussorientierten Lebensstil der Bevölkerung und Besucher. In der urbanen Raumsphäre haben **Gastronomiebetriebe** nicht nur eine essenzielle Versorgungsfunktion, sondern stellen insbesondere einen wichtigen Anziehungspunkt für die Bevölkerung dar. Als frequenzbringende Nutzungen bieten sie ein hohes Maß an Attraktivität, sozialer Interaktion und stellen somit ein entscheidendes Element im Kontext der Innenstadtentwicklung dar.

Die gastronomische Versorgung trägt maßgeblich zur Vitalität und Lebendigkeit des urbanen Raumes bei, indem sie ein umfassendes Erlebnisangebot schafft und somit nicht nur ein Grundbedürfnis befriedigt, sondern darüber hinaus einen emotionalen Mehrwert schafft. So bieten Gastronomiebetriebe nicht nur ein umfassendes kulinarisches Angebot, sondern fungieren auch als kulturelle Vermittler, indem sie unterschiedliche kulturelle Einflüsse miteinander verbinden und auf diese Weise zu einem interkulturellen Austausch beitragen. Darüber hinaus kann die Gastronomie durch die Schaffung von Außengastronomieflächen auch zur Belebung öffentlicher Plätze beitragen und somit eine positive Atmosphäre im urbanen Kontext erzeugen.



Quelle: GMA Aufnahme 2023

# STANDORTANFORDERUNGEN DER GASTRONOMIE

Grundsätzlich ist anzuführen, dass die speziellen **Standortanforderungen** innerhalb des Gastronomiesektors stark variieren. Je nach gastronomischer Betriebsart bzw. –konzept ist eine unterschiedliche Gewichtung der Standortanforderungen bzw. Standortfaktoren festzustellen.

Im Kern sind jedoch für die meisten Angebotsformen in der speisegebundenen Gastronomie folgende Standortfaktoren von Bedeutung:

- // verkehrliche Erreichbarkeit (Pkw, Fuß, Rad, ÖPNV)
- // Frequenzstärke am Standort (in Abhängigkeit von Zielgruppen und Einzugsgebiet)
- // Nähe zu anderen Gastronomiebetrieben (z. B. Kneipenviertel, Gastronomiemeile, Food Court in Shopping Centers)
- // Nähe zu anderen frequenzstarken Einrichtungen (z. B. Einzelhandel, Dienstleistungen)
- // Sichtbarkeit und Exposition
- // In Städten: städtebauliches Ambiente und Umfeld außerhalb von Städten: landschaftliche Qualität / Reize (v. a. bei Ausflugslokalen).

Unabhängig von den o. g. Standortfaktoren sind als zentrale Erfolgsfaktoren in der Gastronomie aber auch die **konzeptionelle Stärke** (z. B. Individualität, Atmosphäre, Alleinstellungsmerkmale, Entertainment-Aspekte, stringente Zielgruppenausrichtung), **betriebswirtschaftliche Effizienz** (Betriebsorganisation, Marketing, technische und digitale Arbeitsprozesse;) sowie die **Qualität des Betreibers bzw. Pächters** (Qualität der Speisen, Gastfreundschaft, reibungsloser Service, Preis-Leistungs-Verhältnis) unabdingbar.



Quelle: GMA Bearbeitung 2023

# VII

## BESTANDSANALYSE DER WEINSBERGER INNENSTADT



---

# DIE WEINSBERGER INNENSTADT

Im Kontext einer zukunftsgerichteten Stadtentwicklung nimmt die Stärkung und Entwicklung der Innenstadt eine zentrale Rolle ein. Eine vitalisierte und attraktive Innenstadt bildet das Herzstück einer lebendigen Stadt, das sowohl Einheimische als auch Besucher gleichermaßen begeistert. Um dieses Ziel zu erreichen, ist in einem ersten Schritte eine umfassende Bestandsanalyse der Weinsberger Innenstadt vorzunehmen.

Die vorliegende Bestandsanalyse hat zum Ziel, eine ganzheitliche Betrachtung der räumlichen und funktionalen Strukturen der Weinsberger Innenstadt zu ermöglichen. Hierbei sollen bestehende Potenziale identifiziert und eine zukunftsgerichtete Innenstadtentwicklungsstrategie erarbeitet werden.

Ein Schwerpunkt der Untersuchung liegt auf den vorhandenen Nutzungen und deren räumlicher Verteilung. Dabei werden Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und weitere Nutzungsarten analysiert. Ebenso wird die Verkehrs- und Parkplatzsituation einer genaueren Betrachtung unterzogen.

Neben den bestehenden privaten und öffentlichen Einrichtungen sowie der baulichen Gestaltung der Innenstadt gilt es, die architektonische Qualität der Gebäude und die Gestaltung des öffentlichen Raumes zu erfassen. Dabei liegt ein besonderes Augenmerk auf der Identifizierung von Potenzialen zur Schaffung und Ansiedlung neuer Nutzungen. Zudem sind die Verbesserung der Aufenthaltsqualität sowie die Schaffung von Freizeitangeboten wesentliche Ziele der Innenstadtentwicklung.

Die Ergebnisse der Bestandsanalyse bilden die Grundlage für die Erarbeitung einer zukunftsgerichteten Innenstadtentwicklungsstrategie. Ziel ist es, die Potenziale der Innenstadt von Weinsberg optimal zu nutzen und die Stärken der Stadt herauszustellen. So soll eine attraktive und lebendige Innenstadt geschaffen werden, die sowohl für Einheimische als auch für Besucher ein ansprechendes Angebot bereithält.



# DIE WEINSBERGER INNENSTADT - DER UNTERSUCHUNGSRaum

Untersuchungsraum Innenstadt Weinsberg



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg

# EINZELHANDELSBESTAND DER INNENSTADT WEINSBERG

Einzelhandelbestand nach Warengruppen in der Weinsberger Innenstadt

Sortiment	Anzahl der Betriebe <sup>1</sup>	Verkaufsfläche <sup>2</sup> in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7	200	1,4
Gesundheit, Körperpflege	3	190	2,2
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	0	0	0,0
<b>kurzfristiger Bedarf insg.</b>	<b>10</b>	<b>390</b>	<b>3,6</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2	120	0,5
Bekleidung, Schuhe, Sport <sup>3</sup>	3	1.180	2,5
<b>mittelfristiger Bedarf insg.</b>	<b>5</b>	<b>1.300</b>	<b>3,0</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	1	160	0,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	4	140	0,4
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	0	0	0,0
Optik / Uhren, Schmuck	3	110	0,8
Sonstige Sortimente <sup>4</sup>	1	40	0,2
<b>langfristiger Bedarf insg.</b>	<b>9</b>	<b>450</b>	<b>1,9</b>
<b>Nichtlebensmittel insg.</b>	<b>17</b>	<b>1.940</b>	<b>7,1</b>
<b>Einzelhandel insg.</b>	<b>24</b>	<b>2.140</b>	<b>8,5</b>

Quelle: GMA Erhebung 2023 - eigene Darstellung (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

<sup>1</sup>Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

<sup>2</sup>Bereinigte Werte, d.h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgestellt und der jeweiligen Branche zugeordnet

<sup>3</sup>Sportbekleidung, -schuhe; ohne Sportgeräte

<sup>4</sup>Sportgroßgeräte (z.B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z.B. Musikalien, großteilige Babyartikel; weiter auch Waffen, Erotik)

Zum Zeitpunkt der Erhebung (Juli 2023) gab es in der Innenstadt Weinsberg insgesamt 24 Betriebe des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.140 m<sup>2</sup>. Die Bruttoumsatzleistung beträgt etwa 8,5 Mio. €. Die oben aufgezeigte Tabelle stellt den Einzelhandelsbestand nach Warengruppen und Bedarfsbereichen (kurz-, mittel- und langfristig) dar.

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

- 7 Betriebe (ca. 29,1 %)
- ca. 200 m<sup>2</sup> VK (ca. 9,3 %)

Der Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfielen:

- 17 Betriebe (ca. 70,9 %)
- ca. 1.940 m<sup>2</sup> VK (ca. 90,7 %)

# INZELHANDELSBESTAND DER INNENSTADT WEINSBERG

Einzelhandelsbestand Innenstadt Weinsberg



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg

# INZELHANDELSBESTAND DER INNENSTADT WEINSBERG

Im Wesentlichen zeigt sich folgendes Bild für die Weinsberger Innenstadt:

- **Geringer Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsbestand:** In Relation zur Gesamtzahl an Einzelhandelsbetrieben in der Stadt Weinsberg zeigt sich die Innenstadt mit einem nur geringen Anteil. Dieses quantitative Ungleichgewicht resultiert in einem begrenzten Einkaufsangebot in der Innenstadt, welches die Ansprüche der lokalen Bevölkerung und der Besucher nur bedingt erfüllen kann.
- **Charakteristika des Einzelhandels:** Die prägende Charakteristik des Einzelhandels in der Weinsberger Innenstadt ist die Dominanz von kleinteiligen, überwiegend inhabergeführten Geschäften. Nur vereinzelt sind auch mittelgroße Betriebe ansässig.
- **Mangel an großflächigen Einzelhandelsbetrieben:** Das Fehlen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Weinsberger Innenstadt ist in erster Linie auf die eingeschränkte Verfügbarkeit von Flächen zurückzuführen. Dies limitiert nicht nur die Optionen für Expansion, sondern beeinflusst auch die Diversifizierung des Warenangebots erheblich.
- **Sortimentsausrichtung auf kurz- bis mittelfristigen Bedarf:** Die Branchensortimente in der Weinsberger Innenstadt, orientieren sich vornehmlich auf den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Das Sortiment ist in erster Linie auf den alltäglichen Bedarf ausgerichtet.
- **Identifizierung räumlicher Schwerpunkte:** Bei einer Vor-Ort-Begehung konnten zwei wesentliche Schwerpunktbereiche in der Weinsberger Innenstadt identifiziert werden. Zum einen entlang der Hauptstraße bis hin zur Bahnhofstraße bzw. zum anderen in der Kernerstraße bis hin zur Bahnhofstraße. Eine klare kompakte und zusammenhängende Einzelhandelslage ist hingegen nicht erkennbar.
- **Fehlende Einzelhandelsachse zwischen den Schwerpunktbereichen:** Ein weiteres signifikantes Merkmal ist das Fehlen einer erkennbaren Einzelhandelsachse, die die beiden räumlichen Schwerpunktbereiche miteinander verbindet. Zwar existiert in den jeweiligen Anfangsbereichen der Bahnhofstraße Einzelhandel, dennoch mangelt es an einer durchgängigen, nahtlosen und erlebbaren Verbindung zwischen der Haupt- und Kernerstraße.

Die aufgeführten Erkenntnisse unterstreichen die dringende Notwendigkeit einer strategischen Planung zur Weiterentwicklung der innerstädtischen Nutzungsstrukturen. Angesichts des derzeitigen geringen Einzelhandelsbesatzes kommt anderen Nutzungen wie z. B. der Gastronomie eine besondere Bedeutung zu.

# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: STÄDTEBAU UND AUFENTHALTSQUALITÄT

Städtebauliche Bestandsstrukturen Innenstadt Weinsberg



- Abgrenzung Handlungsraum Innenstadt
- Grünflächen
- Bahngleise
- Gewässer
- Straßennetz
- Prägende Topografie
- Aufwertungspotenzial
- Räumliche Barrieren
- Fehlende fußläufige Anbindung
- Aufwertungspotenzial
- Prägende Platzbereiche
- Unattraktive Querung
- Wasserelement
- Spielplatz
- Stadteingang
- Bahnhof

Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg

# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: STÄDTEBAU UND AUFENTHALTSQUALITÄT



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023

# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: STÄDTEBAU UND AUFENTHALTSQUALITÄT

**Bewertung:** Die städtebauliche Analyse der Weinsberger Innenstadt zeigt eine Topografie, die von einem Süd-Nord-Anstieg geprägt ist. Besonders im nördlichen Teil der Innenstadt stellt die topografische Situation eine deutliche Herausforderung dar. Zudem prägen historisch bedingte Strukturen das Bild der Gassen und Straßen, die ein verwinkeltes Netz aus Treppen und Gässchen bilden.

Unter den zentralen Plätzen sind primär der Marktplatz, der Traubenplatz und der Platz an der Kanalstraße zu nennen. Allerdings erweist sich v. a. der Traubenplatz als akut sanierungsbedürftig. Das unmittelbar angrenzende Umfeld wird primär durch eine in die Jahre gekommene Unterführung geschwächt, was das urbane Ambiente deutlich schmälert. Zudem zeigt sich ein erhebliches Potenzial zur Optimierung der Nutzungsstruktur als auch der städtebaulichen Qualität um das volle Potenzial dieses zentralen Platzes adäquat auszuschöpfen.

Ein bemerkenswerter Aspekt hingegen ist die Prägung der Innenstadt durch den grünen Korridor, der entlang des Saubachs (Kanalstraße) verläuft und in seiner Ost-West-Verlaufslinie die zentrale räumliche und strukturelle Achse des urbanen Gefüges formt. Dieser Grünraum schafft eine attraktive naturräumliche Verbindung und bildet einen ästhetischen Kontrast zur bebauten Umgebung. Auch hier sind bei einer ersten Betrachtung deutliche Aufwertungspotenziale erkennbar.

Die Hauptkonzentrationen von Einzelhandel und weiteren komplementären Nutzungen wie Gastronomie, Dienstleistungen und Kultureinrichtungen finden entlang der Haupt- und Kernerstraße. In den übrigen Bereichen dominiert vornehmlich Wohnbebauung und eine nur geringfügig ausgeprägte Nutzungsbesiedelung. Besonders auffällig ist die mangelhafte Anbindung zwischen diesen beiden zentralen Hauptachsen. Die Bahnhofsstraße erfüllt zwar die Funktion eines räumlichen Bindeglieds zwischen diesen Bereichen, kann jedoch nicht als städtebauliches Highlight betrachtet werden.

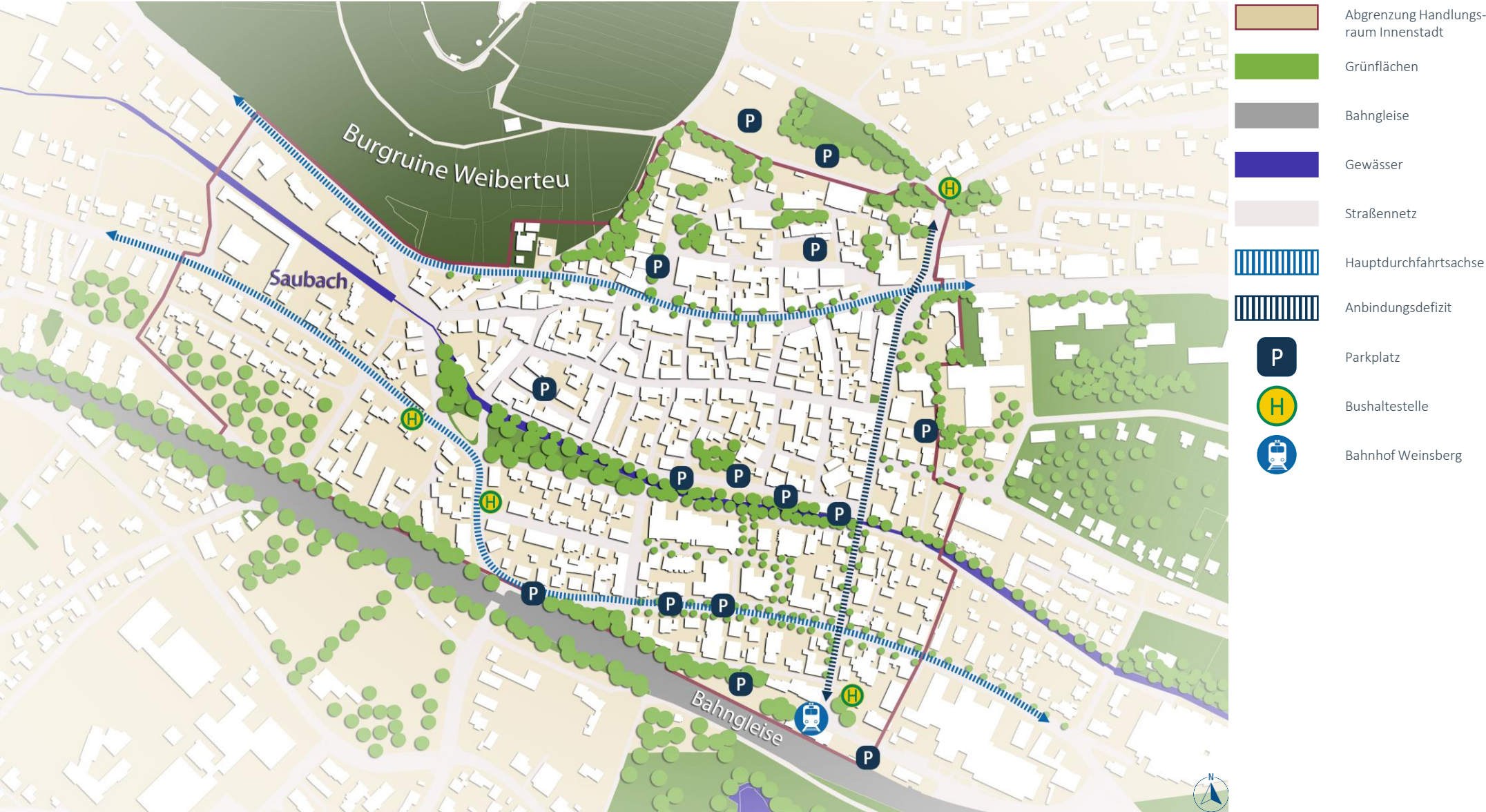
Ein zusätzliches Element, das die Innenstadt charakterisiert, ist die Lage am Hang einer Burg, umgeben von Weinbergen. Diese geografische Besonderheit verleiht der Stadt ein einzigartiges Flair und könnte in der Entwicklung des Stadtbilds und des Stadterlebnisses weiter betont werden.

Die städtebauliche Gestaltung hinsichtlich Kinderfreundlichkeit zeigt Verbesserungspotenzial. Abgesehen von einem Spielplatz sind nur wenige Gestaltungs- und Spielelemente für Kinder vorhanden. Das übrige Stadtmobiliar entspricht größtenteils noch zeitgemäßen Standards. Punktuell ist auch hier Aufwertungspotenzial erkennbar.

Insgesamt zeigt die städtebauliche Analyse der Weinsberger Innenstadt eine Verbindung aus historischem Erbe, topografischer Vielfalt und modernen Anforderungen. Eine Modernisierung, die die städtebaulichen Qualitäten hervorhebt und gleichzeitig neue Impulse für das Stadtzentrum setzt, könnte zur weiteren Aufwertung und Attraktivität der Innenstadt beitragen.

# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: ERREICHBARKEIT UND MOBILITÄT

Verkehrliche Infrastruktur Innenstadt Weinsberg



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg



# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: ERREICHBARKEIT UND MOBILITÄT



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023

# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: ERREICHBARKEIT UND MOBILITÄT

**Bewertung:** Ein wesentlich prägender Teil der innerstädtischen Mobilitätsstruktur ist der Bahnhof, der sich im südlichen Teil der Innenstadt befindet und u. a. Verbindungen nach Heilbronn offeriert. Der Zentrale Omnibusbahnhof (ZOB) sowie ein umfangreiches Netz an Bushaltestellen gewährleisten zusätzliche Anbindungsoptionen an den Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV).

Die dominierenden Verkehrsadern, Haupt- und Kernerstraße, bilden die Hauptachsen des innerstädtischen Verkehrsgefüges. Obschon innerhalb der Innenstadt Bereiche existieren, insbesondere im nördlichen, topografisch anspruchsvollen Abschnitt, in denen die Zugänglichkeit mittels Pkw eingeschränkt ist, fehlt eine stringente Fußgängerfreundlichkeit. Insbesondere die Anbindung der Kernerstraße an die Hauptstraße zeigt Schwachstellen. Mehrere Brückenübergänge ermöglichen zwar den Fußgängern die Überquerung des Saubachs, doch eine geradlinige Anbindungsoption (Stichwort Sichtachse) ist lediglich über die Bahnhofstraße gegeben.

Die aktuelle Kapazität der Parkplätze kann als angemessen betrachtet werden, sowohl in quantitativer Hinsicht als auch in Bezug auf die räumliche Verteilung. Ebenso ist die Möglichkeit des Straßenrandparkens entlang der Haupt- und Kernerstraße gegeben. V. a. die Kernerstraße hat jedoch spürbar mit den Folgen des Durchgangs- und Parksuchverkehrs und den damit verbundenen negativen Auswirkungen auf die Aufenthaltsqualität zu kämpfen. Um diesen Bereich langfristig aufzuwerten und eine angenehmere Aufenthaltsqualität zu schaffen, sollte erwogen werden, den Verkehr bzw. Parken in diesem Abschnitt perspektivisch zu reduzieren.

Angesichts dieser Gegebenheiten ist eine verkehrliche Neustrukturierung erforderlich. Eine Verkehrsberuhigung, v. a. in den Bereichen der Kanal- und Kernerstraße, hätte eine Intensivierung des urbanen Raumcharakters zur Folge, indem sie den Fokus auf die Fußgängerfreundlichkeit und einer Attraktivierung im Sinne einer erlebbaren Flaniermeile lenken würde. Diese Neuausrichtung könnte den Stadtkern in ein attraktives Areal für Fußgänger und somit für soziale Interaktionen verwandeln. Eine solche Transformation würde jedoch auch die bisherigen Verkehrsflüsse umstrukturieren, potenziell längere Fahrzeiten für Durchgangsverkehr und damit verbunden gewisse logistische Herausforderungen mit sich bringen.

Eine Neugestaltung kann nur unter Einbindung sämtlicher relevanten Interessensgruppen realisiert werden, um ein ausgewogenes Gleichgewicht zwischen Verkehrserschließung und städtebaulicher Aufwertung zu schaffen.

# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: NUTZUNGSSTRUKTUREN

Nutzungsstrukturen Innenstadt Weinsberg



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg

# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: NUTZUNGSSTRUKTUREN



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023



Quelle: GMA Aufnahme 2023

---

# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: NUTZUNGSSTRUKTUREN

**Bewertung:** Die Nutzungsstruktur der Weinsberger Innenstadt zeichnet ein facettenreiches Bild, das einen deutlichen Wandel in der Funktion und Ausrichtung aufzeigt. Die Position des Einzelhandels, einst eine prägende Komponente des städtischen Gefüges, zeigt sich im Laufe der letzten Dekade rückläufig. Diese Entwicklung manifestiert sich v. a. in der Weinsberger Innenstadt selbst. Heute dominieren großflächige Anbieter entlang der Stadtrandbereiche, während der eigentliche Stadtkern eher eine untergeordnete Einzelhandelsfunktion aufweist.

Die Nutzungsveränderungen in der Weinsberger Innenstadt können durch vielfältige Faktoren erklärt werden. Der Wandel im Konsumentenverhalten, begünstigt durch den Aufstieg des Online-Handels hat den Einzelhandel vor Herausforderungen gestellt. Der Trend zur Konzentration in größeren Städten mit höherer Frequenz sowie die Schließung aufgrund fehlender Nachfolger tragen ebenfalls zu dieser Transformation bei.

Die Analyse der Nutzungsverteilung in der Innenstadt zeigt zudem eine Verschiebung hin zu Dienstleistungen und anderen nicht-einzelhandelsbezogenen Angeboten. Ein besonderes Augenmerk liegt auf der Kerner- und Hauptstraße, wo der Einzelhandel noch präsent ist, aber bereits von einer Fülle an Dienstleistungsanbietern und ergänzenden Nutzungen flankiert wird. Charakteristisch für das aktuelle Nutzungsgefüge ist die Ausdehnung der Dienstleistungsbranche, d. h. von Banken und Versicherungen etc. bis hin zu Gesundheitseinrichtungen und gastronomischen Betriebseinheiten. Zudem sind in der Weinsberger Innenstadt 5 Leerstände vorhanden. Eine gravierende Leerstandsproblematik lässt sich hieraus jedoch nicht ableiten.

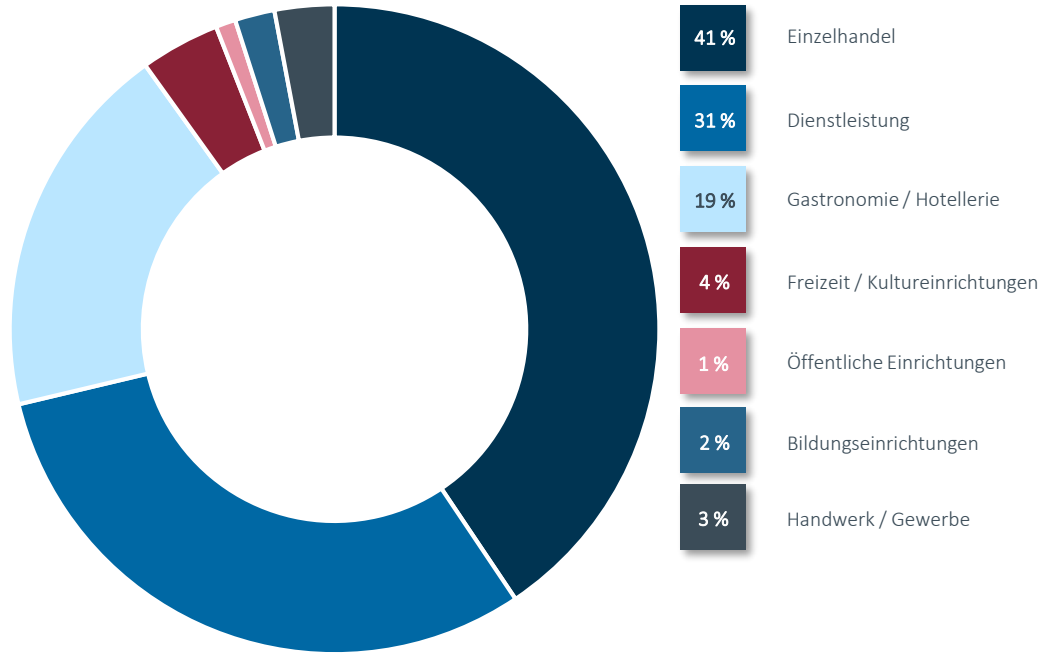
Besonders hervorzuheben sind hier die Gesundheitseinrichtungen, Kultur- und Freizeitangebote sowie Bildungs- und öffentliche Einrichtungen. In diesen Sektoren wird das Ziel verfolgt, die Weinsberger Innenstadt nicht mehr ausschließlich als Einkaufsziel zu betrachten, sondern vielmehr als ein lebendiges Zentrum der sozialen Begegnung, des intellektuellen Austauschs und der kulturellen Partizipation zu etablieren.

Die kulinarische Landschaft der Weinsberger Innenstadt präsentiert sich mit 15 Einrichtungen in Anzahl und Vielfalt eher durchschnittlich. Bisher scheint das Angebot an gehobener Gastronomie und innovativen, regionalen Konzepten begrenzt zu sein, was Raum für Wachstum und Erneuerung offenlässt. In Anbetracht der aktuellen Situation könnte eine gezielte Ausweitung in Richtung hochwertigerer und kreativerer Angebote das gastronomische Profil der Innenstadt deutlich stärken.

Das einstige Zentrum des Einzelhandels wird somit zu einem vielschichtigen Nutzungsgefüge umgestaltet, das sich in einem ständigen Prozess des Wandels befindet. Diese Nutzungsevolution kann als ein Reflex auf den bundesweiten Trend zur Neudefinition von Innenstadtfunktionen betrachtet werden. Die Weinsberger Innenstadt manifestiert sich zunehmend als Wohn- und Dienstleistungsstandort, der trotz der Veränderungen seinen Charakter und Charme bewahrt.

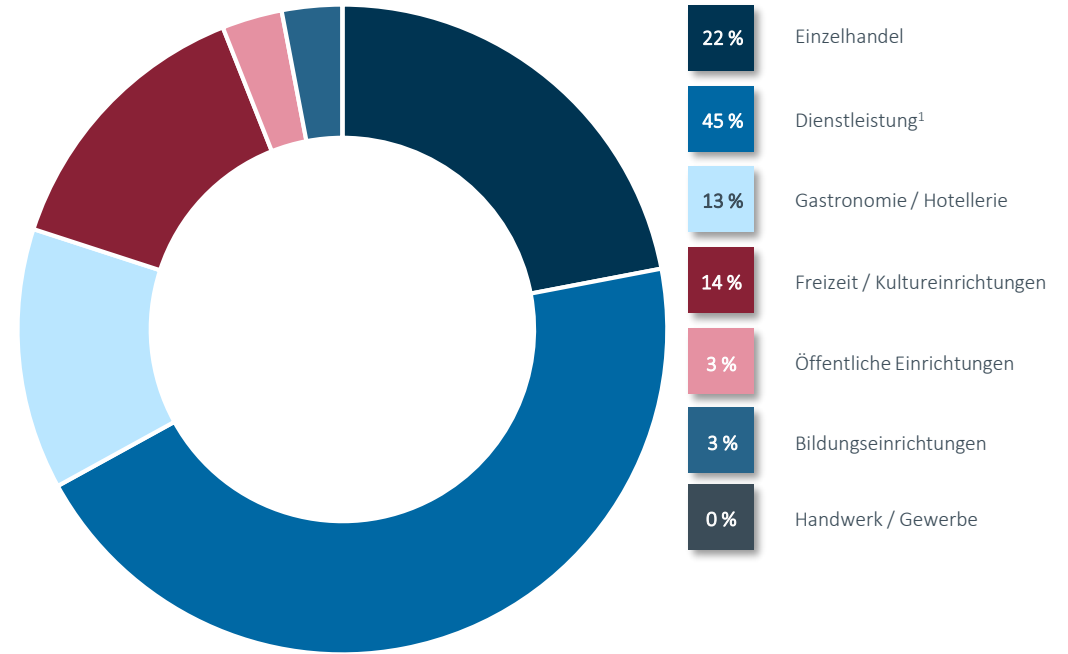
# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: NUTZUNGSSTRUKTUREN IM VERGLEICH

Anteil der Nutzungsstrukturen in % (typische Nahversorgungszentren)



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Grundlagenforschung GMA

Anteil der Nutzungsstrukturen in % (Innenstadt Weinsberg)



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung auf Grundlage Erhebung 2023

**Bewertung:** Normalerweise entfällt mit ca. 41 % der größte Teil der Nutzungen in vergleichbaren Städten auf Betriebe des Einzelhandels. Rund 31 % der Ladenlokale werden durch Dienstleister genutzt, mit 19 % bilden Gastronomiebetriebe den dritten bedeutenden Bestandteil. Auf Freizeit- und Kulturangebote entfallen ca. 4 % der Nutzungen. Vereinzelt Bildungseinrichtungen und Handwerksbetriebe etc. runden das Angebot ab.

Der Vergleich mit „typischen Kleinstädten“ zeigt, dass der Einzelhandel in der Weinsberger Innenstadt mittlerweile unterrepräsentiert ist. Während normalerweise 41 % der Nutzungen auf Einzelhandel entfallen, sind es in der Weinsberger Innenstadt nur noch 22 % vorhanden. Dafür ist der Anteil an sonstigen Dienstleistungen mit rd. 45% in der Innenstadt relativ hoch.

<sup>1</sup>zzgl. Gesundheitseinrichtungen für einen Vergleich mit Grundlagenforschung der GMA

# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: GASTRONOMIE

Gastronomische Betriebe Innenstadt Weinsberg



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg

# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: GASTRONOMIE

Der aktuelle Gastronomiebestand in der Weinsberger Innenstadt umfasst derzeit 15 Betriebe, die, insgesamt betrachtet, als durchschnittlich attraktiv eingestuft werden können. Eine Konzentration an gastronomischen Betrieben ist nur in der Hauptstraße festzustellen. Bisher fehlt eine gehobene Gastronomie oder eine gut bürgerliche Küche, die das kulinarische Angebot in der Stadt bereichern könnte. Vereinzelt Gastronomiebetriebe präsentieren sich auf einem zeitgemäßen und modernen Niveau. Die Ansiedlung neuer gastronomischer Konzepte gestaltet sich in erster Linie durch die begrenzte Flächenverfügbarkeit als herausfordernd. Dies schränkt die gastronomischen Entwicklungsmöglichkeiten deutlich ein. Die Lage von Weinsberg in unmittelbarer Nähe zum Oberzentrum Heilbronn schafft zweifellos eine starke Konkurrenzsituation, die das Potenzial zur Gastronomieentwicklung in Weinsberg beeinflusst. Dennoch bietet Weinsberg einige einzigartige Vorteile, die für die Schaffung innovativer gastronomischer Konzepte genutzt werden könnten. Die Kulisse der umgebenden Weinberge und die eindrucksvolle Burg Weibertreu verleihen Weinsberg eine unverwechselbare Identität. Dieses natürliche Erbe birgt ein großes Potenzial für gastronomische Konzepte, die den einheimischen Wein und die regionale Küche in den Mittelpunkt stellen. Die Einführung von Weinstuben und ähnlichen Einrichtungen könnte nicht nur die historische Bedeutung der Stadt hervorheben, sondern auch den Reiz für Besucher und Einheimische steigern.

Weiterhin könnten z. B. temporäre gastronomische Konzepte entwickelt werden, insbesondere in der Nähe des Gewässers an der Kanalstraße. Allerdings erfordert dies eine umfassende Aufwertung des innerstädtischen Bereichs in der Kanalstraße, da die Gastronomie alleine zwar Frequenz generieren und den Bereich aufwerten kann, jedoch nicht in der Lage ist, allein eine umfassende Attraktivität zu gewährleisten. Zusätzlich zu den lokalen Gegebenheiten könnte Weinsberg auch aus Erfahrungen anderer Städte inspiriert werden. Hierbei sind Konzepte wie "Food Trucks" oder "Street Food Markets" denkbar, die sich in vielen Städten als beliebte Anlaufstellen für Einheimische und Touristen etabliert haben. Ebenso könnte eine Initiative zur Förderung von Pop-up-Restaurants oder temporären Essensveranstaltungen in Erwägung gezogen werden, um das gastronomische Angebot vielfältiger und aufregender zu gestalten. Insgesamt sind gute Rahmenbedingungen in Weinsberg vorhanden, um die gastronomische Vielfalt zu erweitern und den Charme der Stadt weiter zu unterstreichen. Die Kombination aus historischer Bedeutung, natürlicher Schönheit und einer strategisch günstigen Lage bietet eine hervorragende Grundlage für die Umsetzung innovativer gastronomischer Konzepte, die sowohl den Bedürfnissen der Einheimischen als auch den Erwartungen der Gäste gerecht werden.

## Potenzielle Zielgruppen der Weinsberger Gastronomie

<p>Die Weinsberger Einheimischen sind nach wie vor eine wichtige Zielgruppe. Da die Stadt bisher keine gehobene Gastronomie oder gut bürgerliche Küche bietet, besteht bei den Einheimischen ein ungedeckter Bedarf. Ein Café, ein Biergarten, eine Weinstube oder ein Restaurant, das hochwertige Speisen und Getränke anbietet, könnte diese Zielgruppe ansprechen.</p>	<p>Weinsberg hat aufgrund seiner historischen Bedeutung und seiner Lage inmitten der Weinberge das Potenzial, Touristen und Tagesausflügler anzulocken. Die Schaffung einladender gastronomischer Orte, die regionale Spezialitäten und Weine präsentieren, kann die Besuchererfahrung bereichern. Cafés, Weinstuben und Biergärten mit einer malerischen Umgebung können eine Anlaufstelle für Touristen sein, die die Weinsberger Sehenswürdigkeiten besichtigen.</p>	<p>Ein Café oder ein Restaurant mit einem breiten Angebot von Frühstück über Mittagessen bis hin zu Snacks am Nachmittag kann Familien und Freizeitgruppen anziehen. Wenn der Gastronomiebetrieb eine kinderfreundliche Umgebung bietet, kann dies ein zusätzlicher Anreiz für diese Zielgruppe sein.</p>	<p>Weinsberg könnte auch ein Ort für Geschäftsleute und Arbeitende sein. Ein Café, das Frühstück und Mittagessen anbietet, könnte den Bedarf der Arbeitenden in der Nähe der Innenstadt decken. Die Einführung eines Mittagstischs könnte das gastronomische Angebot vielfältiger gestalten und die Arbeitnehmer in die Innenstadt locken.</p>	<p>Als Teil des gastronomischen Angebots könnten gelegentliche Veranstaltungen und Pop-up-Restaurants durchgeführt werden, um eine vielfältige und aufregende Gastronomieszene zu schaffen. Diese Veranstaltungen können ein breites Publikum ansprechen und die Stadt zu einem Anziehungspunkt für Essensliebhaber machen</p>
<p>Einheimische Genussliebhaber</p>	<p>Touristen und Tagesausflügler</p>	<p>Familien und Freizeitgruppen</p>	<p>Arbeitende Bevölkerung</p>	<p>Event-Besucher</p>

Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# DIE WEINSBERGER INNENSTADT: GASTRONOMIE - ZWISCHENFAZIT

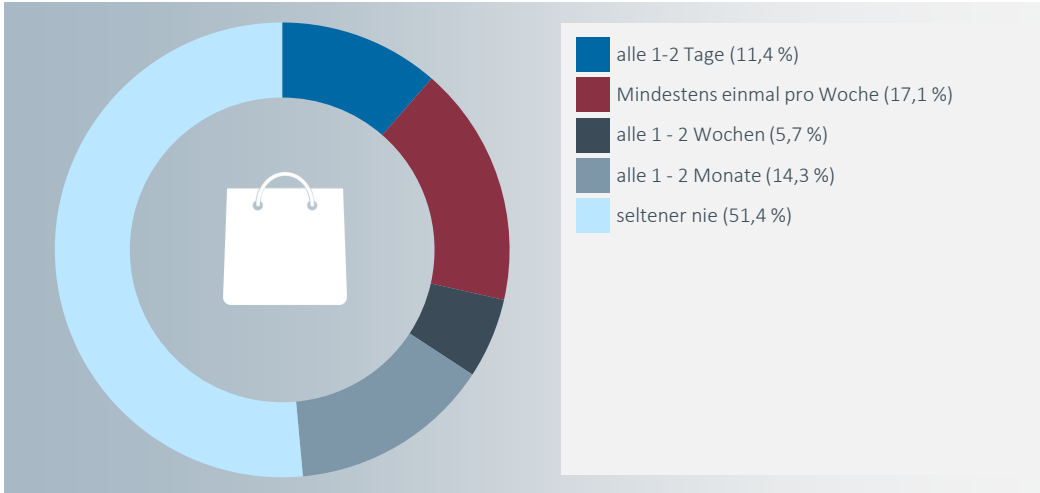
Die Weiterentwicklung der Gastronomie in Weinsberg stellt einen bedeutenden Aspekt der Neuausrichtung der Nutzungsmischung dar. Sie bietet die Chance, die regionale Identität zu stärken, kulinarische Traditionen zu bewahren und gleichzeitig das Besuchererlebnis zu bereichern. Die strategische Platzierung und Ausgestaltung von gastronomischen Angeboten kann maßgeblich zur Aufwertung der Weinsberger Innenstadt beitragen. Mögliche erste Ansätze sind:

- /// Betonung der Weintradition: Angesichts der geschichtlichen Verbindung von Weinsberg zum Weinbau bietet die Gastronomie die Möglichkeit, diese Tradition in den Vordergrund zu rücken. Die Einbindung von Weinstuben, Weinverkostungen oder spezialisierten Weinlokalen kann die Identität der Stadt stärken und gleichzeitig Besucher anziehen.
- /// Regionale Küche und Produkte: Die Gastronomie in Weinsberg sollte verstärkt auf regionale Produkte setzen, um die lokale Wirtschaft zu unterstützen und authentische kulinarische Erlebnisse zu bieten. Die Einbindung von Bauernmärkten, Bio-Restaurants oder Hofläden kann die Nachhaltigkeit und Qualität der gastronomischen Angebote unterstreichen.
- /// Vielfalt der Genusserlebnisse: Die Weiterentwicklung der Gastronomie sollte eine breite Palette von Genusserlebnissen umfassen. Neben traditioneller Küche können moderne Konzepte wie Street Food Märkte, Food Trucks oder Pop-up Restaurants eine vielfältige und lebendige Gastronomieszene schaffen.
- /// Kulturelle Verknüpfung: Die Gastronomie kann kulturelle Elemente der Region aufgreifen und in ihre Konzepte integrieren. Themenrestaurants, die die regionale Geschichte, Literatur oder Kunst aufgreifen, können eine kulturelle Bindung zwischen Gastronomie und Besuchern schaffen.
- /// Veranstaltungsorte und Treffpunkte: Gastronomische Einrichtungen sollten nicht nur als reine Versorgungsstätten verstanden werden, sondern auch als lebendige Treffpunkte und Veranstaltungsorte. Die Integration von Live-Musik, Lesungen, kulinarischen Workshops oder thematischen Abenden kann die Attraktivität steigern.

Die Weiterentwicklung der Gastronomie in Weinsberg erfordert eine koordinierte Strategie im Sinne der Zusammenarbeit mit örtlichen Gastronomen, Weinbauern und kulinarischen Experten. Hierbei ist eine sorgfältige Auswahl der Standorte und eine abgestimmte Gestaltung der Räumlichkeiten von Bedeutung. Die Unterstützung lokaler Unternehmer und die Schaffung eines gemeinsamen Marketings können dazu beitragen, die Gastronomieszene in Weinsberg zu beleben und als integralen Bestandteil der Stadtentwicklung zu etablieren.

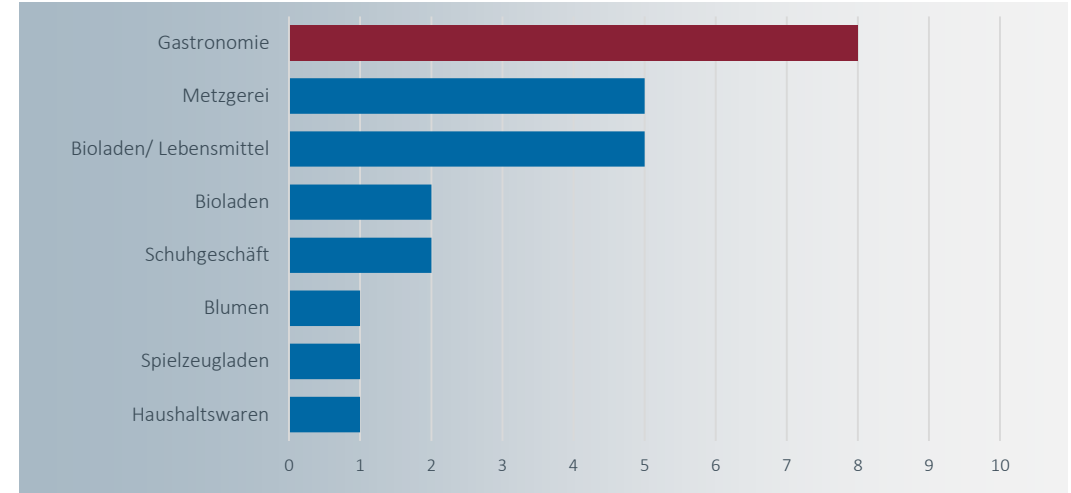
# BÜRGERUMFRAGE INNENSTADT WEINSBERG – AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

## 1. Wie häufig kaufen Sie in der Weinsberger Innenstadt ein?



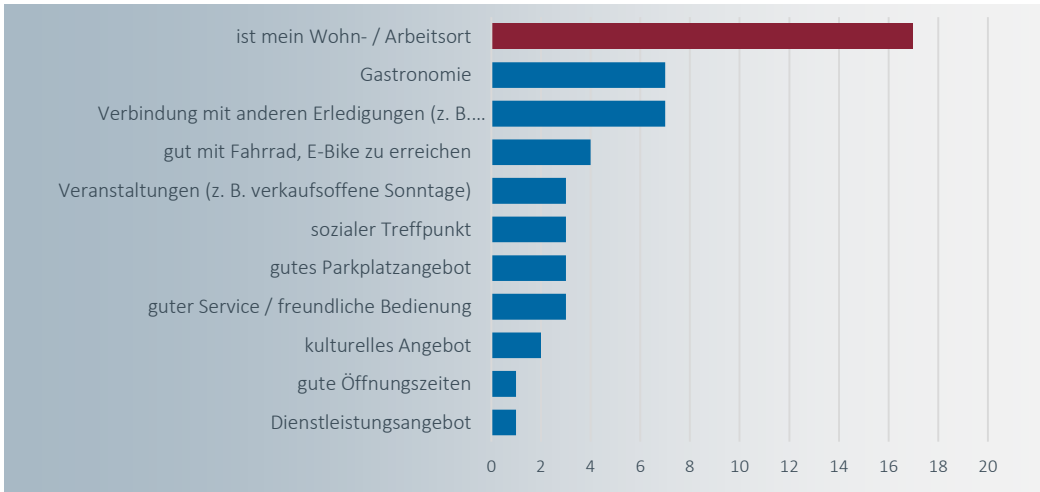
Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, N=35

## 2. Welche Einkaufsangebote vermissen Sie in der Weinsberger Innenstadt? (Mehrfachnennung möglich)



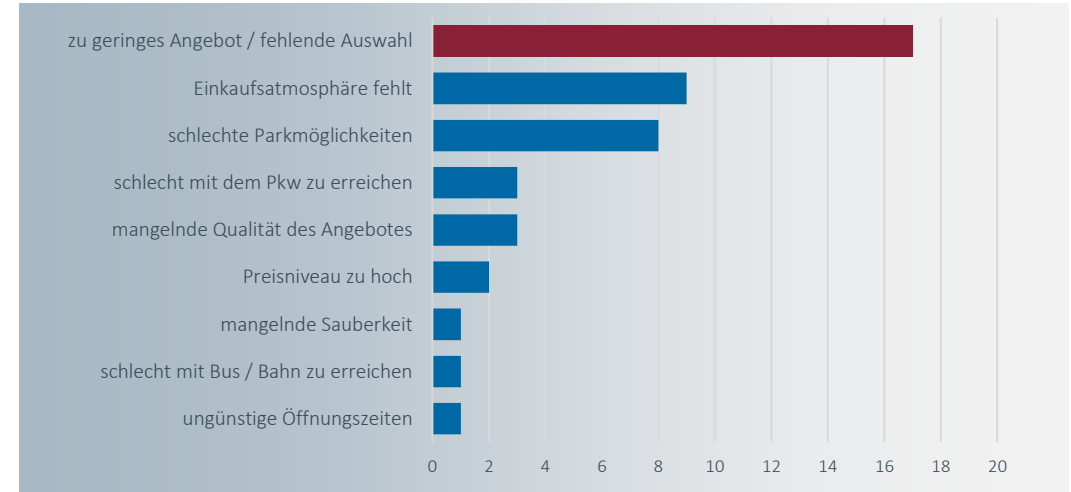
Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, N=25

## 3. Gründe warum Sie gerne in die Innenstadt von Weinsberg kommen (Mehrfachnennung möglich)



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, N=22

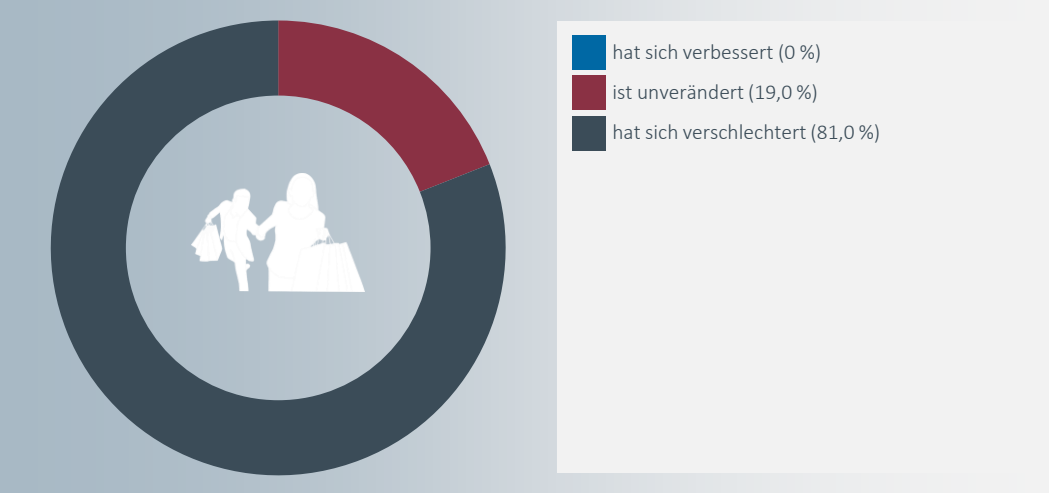
## 4. Was stört Sie beim Einkauf in der Innenstadt von Weinsberg? (Mehrfachnennung möglich)



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, N=20

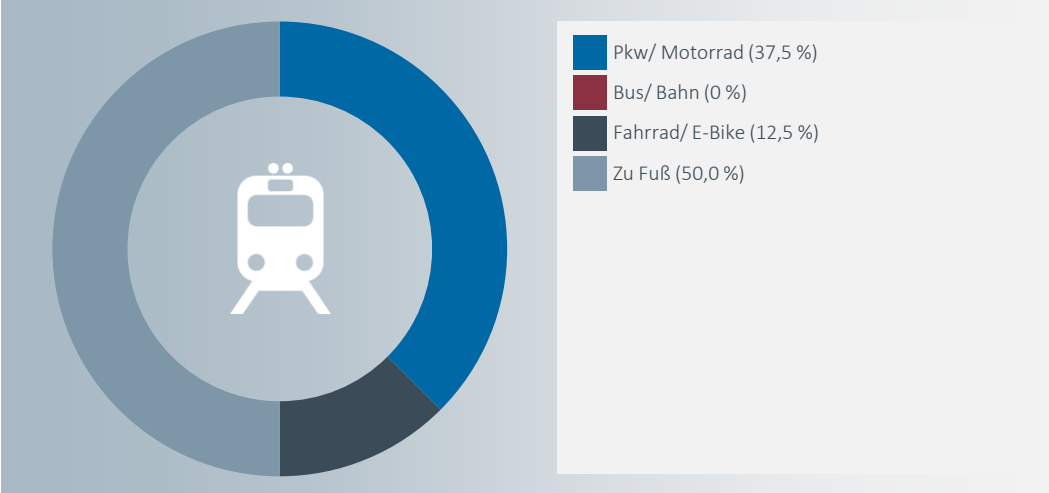
# BÜRGERUMFRAGE INNENSTADT WEINSBERG – AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

5. Wie hat sich die Attraktivität der Innenstadt als Einzelhandelsstandort in den letzten 10 Jahren verändert?



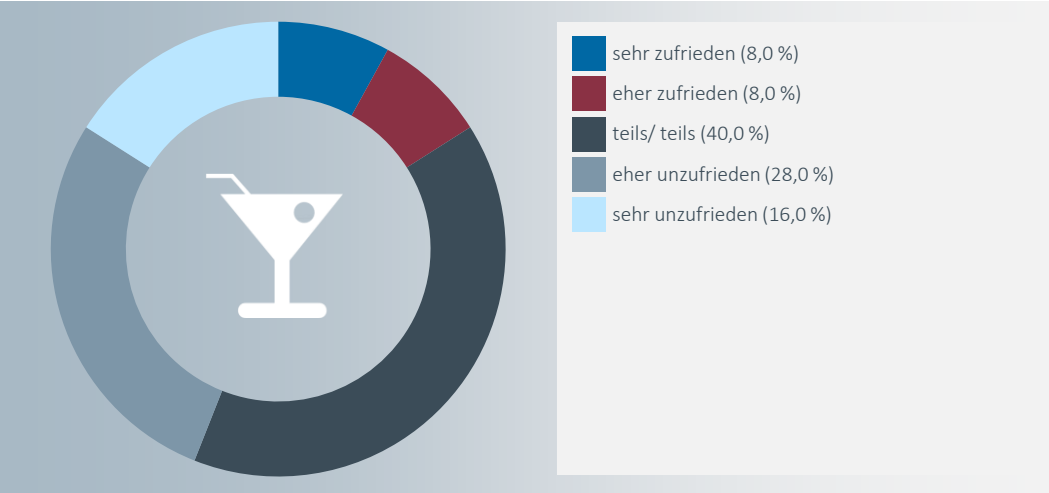
Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, N=21

6. Welches Verkehrsmittel haben Sie bei Ihrem letzten Einkauf in der Innenstadt genutzt?



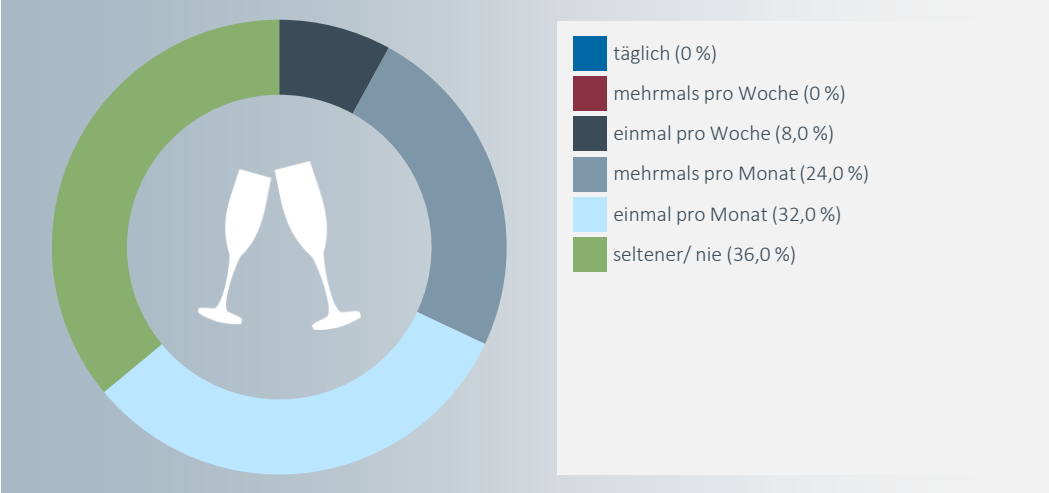
Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, N=24

7. Wie zufrieden sind Sie mit dem gastronomischen Angebot in der Weinsberger Innenstadt?



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, N=25

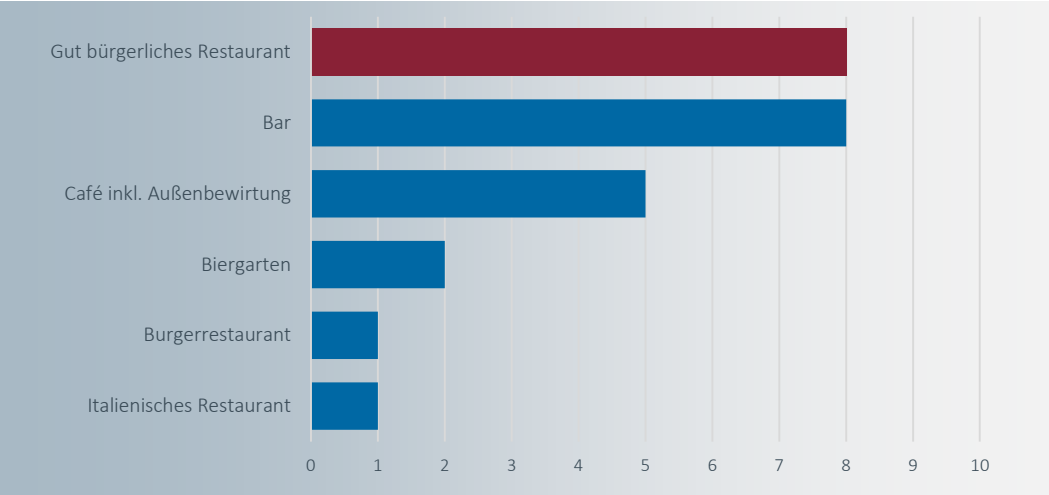
8. Wie oft nehmen Sie die Gastronomie in der Weinsberger Innenstadt in Anspruch?



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, N=25

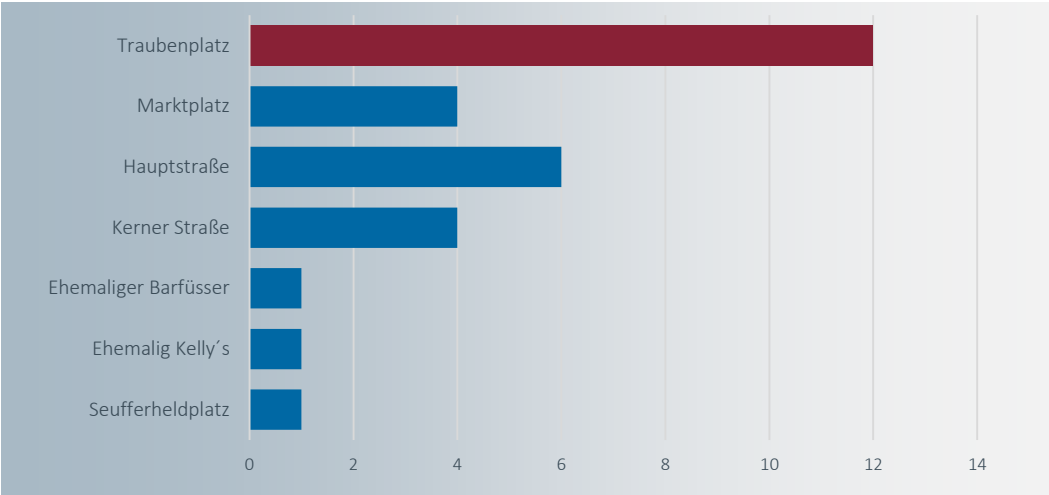
# BÜRGERUMFRAGE INNENSTADT WEINSBERG – AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE

9. Welche(s) Gastronomieangebote fehlt/ fehlen in der Weinsberger Innenstadt?



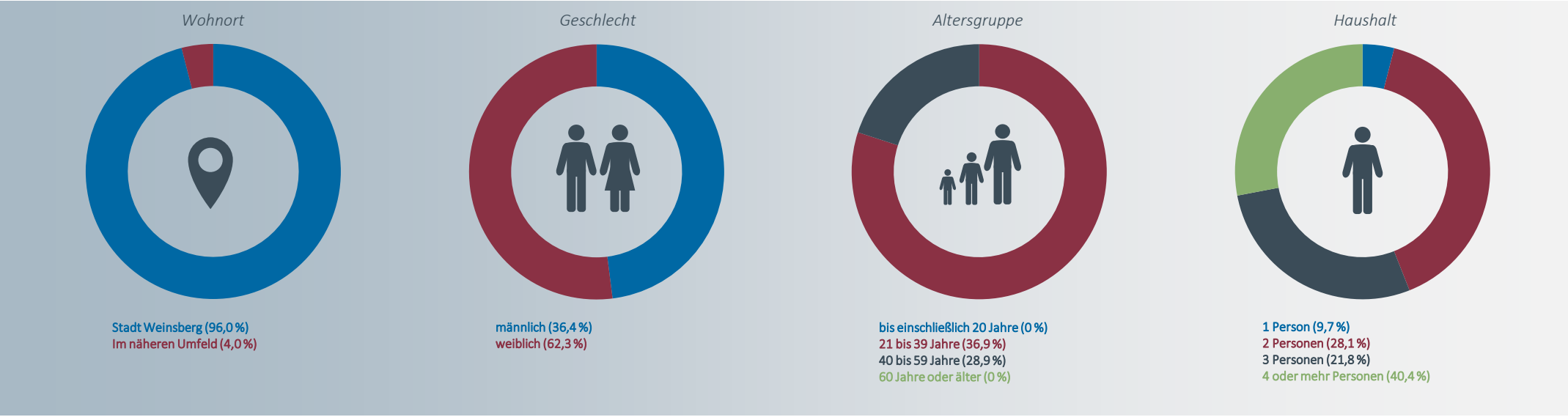
Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, N=24

10. Welche Bereiche/ Plätze in der Innenstadt eignen sich aus Ihrer Sicht für einen Ausbau im Gastrobereich?



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, N=29

## Soziodemographische Angaben aller Teilnehmer



# STÄRKEN- UND SCHWÄCHENPROFIL INNENSTADT WEINSBERG

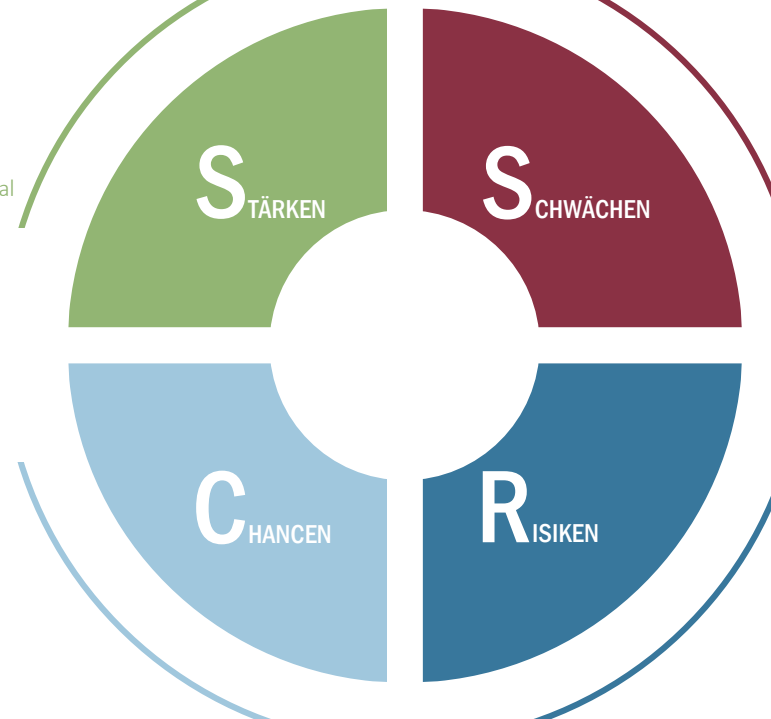
Stärken- und Schwächenprofil der Innenstadt Weinsberg



- Hoher Grünflächenanteil in der Weinsberger Innenstadt
- Relativ geringe Leerstandsquote
- Historischer Charme bzw. Ambiente vorhanden
- Anbindung an ÖPNV bzw. Erreichbarkeit mit dem PKW gut
- Aufenthaltsqualität und innerstädtisches Erscheinungsbild überwiegend gepflegt
- Gewässerlage als positives städtebauliches Bestandsmerkmal
- Marktplatz positives städtebauliches Erscheinungsbild
- Ansprechende Gestaltungselemente vorhanden (z. B. Brunnen und Kunstskulpturen etc.)



- Trotz des Wandels hat der Einzelhandel in der Weinsberger Innenstadt an Präsenz verloren, was zu einer reduzierten Vielfalt an Einkaufsmöglichkeiten führt
- Der Rückgang des Einzelhandels hat zur Folge, dass spezifische Fachgeschäfte allmählich verschwinden
- Limitierte Frequenz: die Nutzungsmischung hat noch nicht die Frequenz erreicht, die historisch gesehen im Einzelhandel vorhanden war



- Die Transformation ermöglicht die Etablierung innovativer Nutzungskonzepte, die den modernen Anforderungen an eine lebenswerte Innenstadt gerecht werden
- Durch die gezielte Förderung von Angebotsformen außerhalb des Einzelhandels (v. a. Gastronomie) kann die Attraktivität der Innenstadt gesteigert werden
- Weitere gestalterische Aufwertung der Stadt (z. B. Kanalstraße oder Traubenplatz)

- Der anhaltende Trend des Online-Handels könnte die Attraktivität des physischen Einzelhandels weiterhin beeinträchtigen
- Die Konkurrenz benachbarter Städte (v. a. Heilbronn) mit stärkerer Frequenz könnte die Weinsberger Innenstadt weiter vor schwierige Herausforderungen stellen
- Der Mangel an spezifischen Einzelhandelsangeboten könnte dazu führen, dass die Innenstadt ihre Einzigartigkeit verliert und in der Wahrnehmung der Besucher an Attraktivität einbüßt



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung

# VIII

## HANDLUNGSFELDER UND LEITBILD



---

# DAS LEITBILD DER WEINSBERGER INNENSTADT

Die Bestandsanalyse der Weinsberger Innenstadt offenbart ein facettenreiches Bild der gegenwärtigen Nutzungsmischung. Dieser kritische Blick auf die aktuelle Situation stellt eine notwendige Grundlage dar, um ein zukunftsweisendes Leitbild zu formulieren, das den Weg für eine nachhaltige und lebenswerte Entwicklung der Innenstadt ebnet.

Der Rückgang des klassischen Einzelhandels und die damit verbundene geringere Frequenz gilt es in Zukunft mit anderen Nutzungen aufzufangen. Die Weinsberger Innenstadt darf nicht länger als isolierter Einzelhandelsstandort gedacht werden. Stattdessen ist eine umfassende Transformation hin zu einer vielschichtigen Nutzungsmischung unumgänglich. Dieser Übergang von einem eindimensionalen Einzelhandelszentrum zu einem lebendigen Stadtzentrum ist nicht nur eine Anpassung an Veränderungen, sondern auch eine bewusste Neuausrichtung.

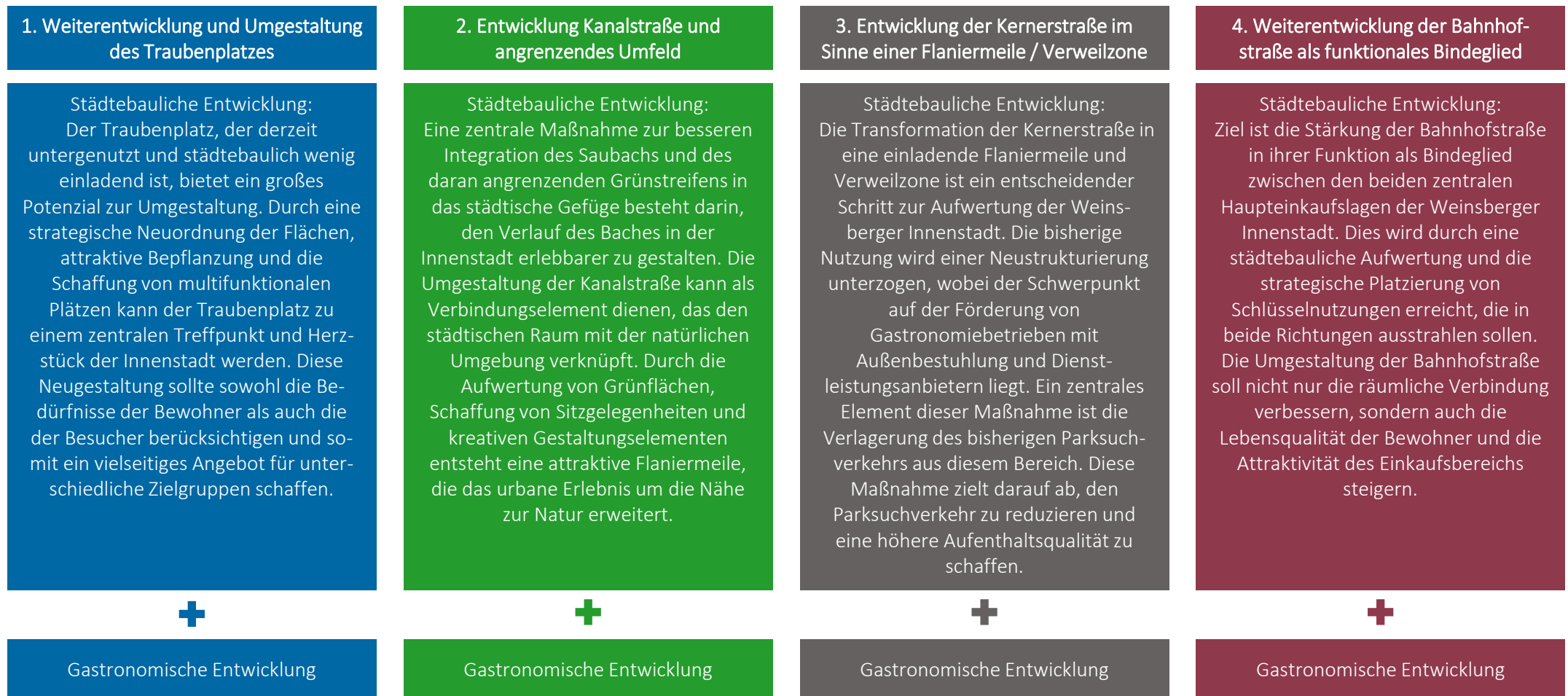
Die städtebauliche Struktur und das Mobilitätsverhalten bilden weitere Schlüsselemente in diesem Transformationsprozess. Die Umgestaltung zu verkehrsberuhigten Zonen, die Förderung nachhaltiger Mobilitätsformen und die Schaffung von attraktiven öffentlichen Räumen werden die Grundlage für eine lebendige und lebenswerte Innenstadt bilden. Dies eröffnet die Möglichkeit, ein Umfeld zu schaffen, das nicht nur zum Flanieren und Einkaufen einlädt, sondern auch Raum für Kreativität, Inspiration und Erholung bietet.

In Anbetracht der geänderten Handelslandschaft und der Bedürfnisse der Bewohner und Besucher wird das zukünftige Leitbild der Weinsberger Innenstadt auf einer vielfältigen Nutzungsmischung beruhen, die weit über den traditionellen Einzelhandel hinausgeht. Es wird den Charakter der Innenstadt als soziales und kulturelles Zentrum stärken und eine nachhaltige Entwicklung in Einklang mit den urbanen Trends und Anforderungen fördern.

Die Vision des Leitbildes wird somit nicht nur eine bloße Fortsetzung der Vergangenheit sein, sondern eine ambitionierte Antwort auf die Herausforderungen und Möglichkeiten des 21. Jahrhunderts darstellen. Es wird die Weinsberger Innenstadt als einen Ort definieren, der vielfältige Bedürfnisse erfüllt, die Gemeinschaft stärkt und eine lebendige Zukunft ermöglicht.

# DAS LEITBILD DER WEINSBERGER INNENSTADT - DIE MAßNAHMEN

Bei der Entwicklung der Weinsberger Innenstadt liegt der Fokus primär auf der Optimierung der vorhandenen Nutzungsmischung. Dieser Aspekt kann jedoch nicht isoliert betrachtet werden, sondern ist eng mit der städtebaulichen Entwicklung verknüpft. Im Nachfolgenden werden nicht nur die konkreten Maßnahmen zur Nutzungsoptimierung dargelegt, sondern auch die unmittelbar notwendigen städtebaulichen Schritte eingehend beleuchtet. Folgende Maßnahmen sind für die Weiterentwicklung der Weinsberger Innenstadt angedacht:



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung



# DAS LEITBILD DER WEINSBERGER INNENSTADT - DIE MAßNAHMEN

Maßnahmschwerpunkte in der Weinsberger Innenstadt



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg

# ENTWICKLUNGSMABNAHME 1

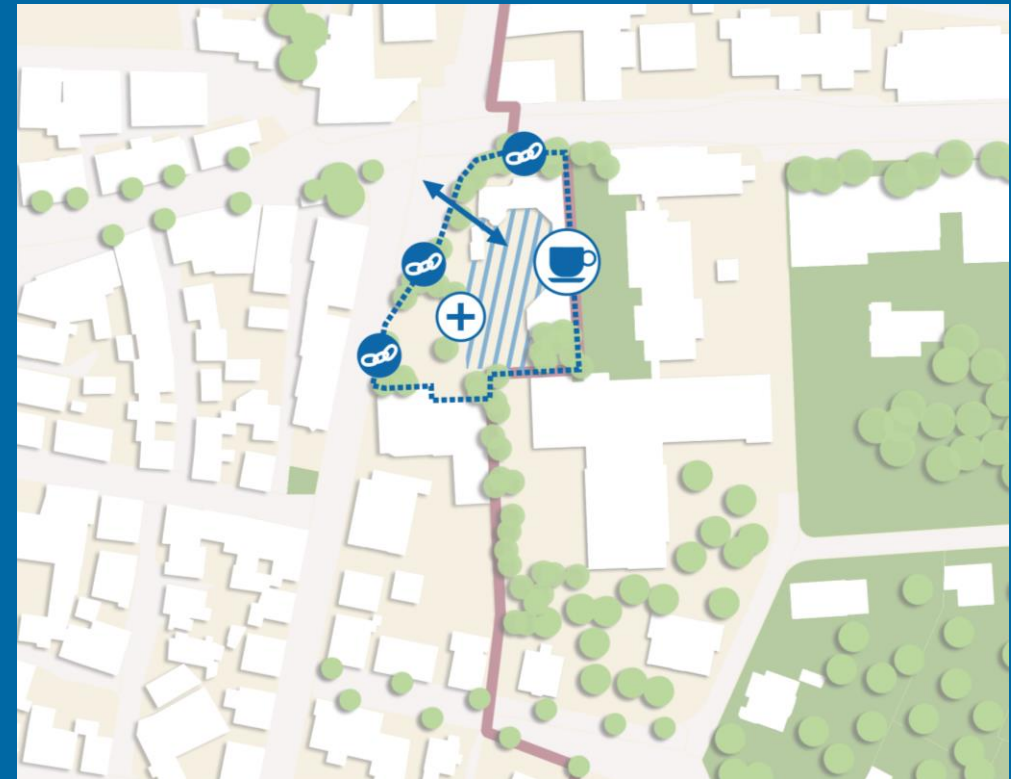
## Weiterentwicklung und Umgestaltung des Traubenplatzes

### Das Ziel

- Transformation des Traubenplatzes zu einem multifunktionalen Treff-, Verweil- und Anlaufpunktes in der Weinsberger Innenstadt

### Die Umsetzungsmaßnahmen:

- Nutzungsstruktur:** Integration eines hochwertigen Cafés inkl. Außenbewirtung zur Platzbespielung und Attraktivierung
- Platzgestaltung und Atmosphäre:** Neuen und einheitlichen Platzbelag integrieren, Schaffung von einheitlichen und modernen Sitzgelegenheiten, Austausch der bisherigen Beton-Blumenkübel und Blumenbeete, Integration einer neuen Informationstafel zur besseren Orientierung und gezielten Lenkung der Besucher
- Stärkung der multifunktionalen Nutzung:** Gestaltung des Platzes auf hohe Flächenflexibilität abstimmen, z. B. flexible Flächen für Veranstaltungen, Konzerte oder sonstige kulturelle Aktivitäten
- Städtebauliches Umfeld:** Verknüpfung mit dem Umfeld v. a. im westlichen bzw. südwestlichen Bereich im Sinne einer Platzaufweitung und besseren Sichtbarkeit aus Richtung Bahnhofstraße, Neugestaltung bzw. Aufwertung der im nördlichen Bereich stark sanierungsbedürftigen und unattraktiven Unterführung
- Gestaltungselemente:** Integration von Kunstelementen und Skulpturen zur Aufwertung des Platzbildes
- Beleuchtung und Inszenierung:** Beleuchtungskonzept v. a. für mehr Attraktivität in den Abendstunden (z. B. akzentuierte Beleuchtung von Bäumen, Skulpturen oder anderweitigen architektonischen Elementen)



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg



Neue Nutzung Café



Neue Gestaltungselemente



Aufwertung Unterführung



Verknüpfung Umfeld optimieren



Entwicklung Platzfläche

# ENTWICKLUNGSMABNAHME 1

## Gastronomiekonzept Traubenplatz

### Konzept:

- Café mit Außenbewirtung: Das Café sollte sich als trendiger Treffpunkt positionieren. Dies könnte sich in einer innovativen Speisekarte, hochwertigem Kaffee und modernem Ambiente widerspiegeln.

### Zielgruppen:

- Lokale Einwohner: Das Café sollte eine vielseitige Speisekarte anbieten, die von früh morgens bis spät abends reicht. Hierbei könnten Frühstücksoptionen, Mittagessen, Kaffeespezialitäten und abendliche Cocktails einbezogen werden. So können lokale Einwohner das Café für verschiedene Anlässe und Mahlzeiten nutzen.
- Besucher der Stadtbücherei/ Buchladen: Das Café kann besondere Bibliotheksangebote bereithalten, wie beispielsweise Buchclub-Treffen, Lesecken und Buchempfehlungen. Kaffee und Snacks könnten auch für ein bequemes Lesen angeboten werden.
- Touristen: Um Touristen anzusprechen, könnte das Café regionale Spezialitäten und lokale Produkte in das gastronomische Konzept integrieren. So können Besucher ein Stück Weinsberger Kultur genießen.

### Mehrwert:

- Die gastronomische Ergänzung zur Stadtbücherei kann die Besuchererfahrung verbessern und die Bibliothek als Treffpunkt attraktiver gestalten.

## Best-Practice Beispiel (Platzgestaltung inkl. Gastronomie)



Quelle: Stadt Asperg

In Asperg wurde eine umgestaltete und einst verkehrsgeprägte Ortsmitte zu einem Vorzeigebispiel für eine erfolgreiche Neubelebung. Die Neugestaltung umfasste die Umleitung von Verkehrsstraßen und die Schaffung großzügiger Platzflächen. Das Herzstück dieser Transformation war die Integration eines Café-Restaurants, das nicht nur attraktive Mittagstische, sondern auch eine einladende Außengastronomie bietet. Dieses Café ist insbesondere an Wochenenden ein Magnet für Einheimische und Besucher, dank einer umfangreichen Auswahl an Kuchen und einer lebhaften Atmosphäre.

# ENTWICKLUNGSMABNAHME 2

## Entwicklung Kanalstraße und angrenzendes Umfeld

### Das Ziel

- Transformation der Kanalstraße durch Verknüpfung des Raumes mit dem angrenzenden Umfeld bei zeitgleicher Transformation als attraktiver und Naherholungsraum und Treffpunkt.

### Die Umsetzungsmaßnahmen:

- Nutzungsstruktur:** Integration eines Biergarten-Konzeptes, das die Potenziale am Wasser ausschöpft und die Kanalstraße als attraktiven Naherholungsraum mit Treffpunktfunktion stärkt.
- Öffnung von Blickachsen:** Gezielte Entfernung von Hindernissen entlang des Saubachs wie hohen Büschen etc. um neue Blickachsen zum Gewässer zu schaffen
- Platzgestaltung (Platz Wochenmarkt) und Atmosphäre:** Neugestaltung des zentralen Platzes an der Kanalstraße i. S. von neuer Platzinszenierung, Reduzierung der südlich gelegenen Parkflächen, neuer Platzbelag, neue Sitzgelegenheiten etc. Ebenfalls neue Sitz- und Gestaltungselemente
- Vernetzung mit dem Umfeld:** Vernetzung durch Öffnung von Blickachsen und gezielter Attraktivierung der Durchgangsbereiche zwischen Kernerstraße, Kanalstraße bzw. weiter in nördliche Richtung (Dornfeldstraße, Hauptstraße) und in östlicher Richtung (Bahnhofstraße) v. a. durch Attraktivierung östlicher Bereich Kernerstraße z. B. durch die Reduktion von Parkflächen, Integration Biergartenkonzept mit Anbindung an den Saubach etc.
- Reduktion von Verkehr und Parken:** Reduktion des Verkehrs zur anliegerfreien Durchfahrt, bzw. Reduzierung von Stellplätzen entlang des Saubachs



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg



Neue Nutzung  
Biergarten



Neue Gestaltungs-  
Elemente (z. B. Bänke etc.)



Aufwertung Verbindung/  
Querungen



Verknüpfung Umfeld  
optimieren



Entwicklung Platzfläche



Reduktion Parkflächen



Aufwertung Achsen/  
Verbindung

# ENTWICKLUNGSMABNAHME 2

## Gastronomiekonzept Kanalstraße

### Konzept:

- Traditioneller Biergarten: Der Biergarten sollte sich als traditioneller, familienfreundlicher Ort positionieren, der Gemütlichkeit und regionale Spezialitäten bietet.

### Zielgruppen:

- Familien und Lokale Bewohner: Der Biergarten kann familienfreundliche Elemente integrieren, wie beispielsweise Spielbereiche für Kinder und eine abwechslungsreiche Speisekarte mit regionalen Gerichten und Getränken.
- Touristen: Um Touristen anzusprechen, könnte der Biergarten regionale Weine, lokale Biere und regionale Gerichte anbieten. Dies ermöglicht es den Besuchern, die kulinarische Vielfalt von Weinsberg zu erleben.
- Fahrradfahrer und Spaziergänger: Die Lage in der Kanalstraße bietet die Möglichkeit, den Biergarten als Rastplatz für Fahrradfahrer und Spaziergänger zu positionieren. Fahrradständer und Verbindungsmöglichkeiten zum örtlichen Radwegnetz könnten angeboten werden.

### Mehrwert:

- Die Lage in der Kanalstraße ermöglicht ein einzigartiges Outdoor-Gastronomieerlebnis, bei dem die Gäste die frische Luft, die Natur und die grüne Umgebung inkl. Gewässerlage genießen können.

## Best-Practice Beispiel (Umgestaltung Innenstadträume mit Grün- und Gewässerbezug)



Quelle: [www.setup-landschaftsarchitektur.de](http://www.setup-landschaftsarchitektur.de)

Vor der Neugestaltung des Innenstadtraums in Künzelsau war das Gebiet entlang des Kochers weniger ansprechend und funktional. Es gab begrenzte öffentliche Freiräume und die Flussufer waren schwer zugänglich. Nach den umfassenden Maßnahmen zur (Ufer-) Umgestaltung bzw. des Innenstadtraums entstand ein lebendiger Stadtpark, der Menschen aller Altersgruppen anspricht. Modern gestaltete Fontänen, vielfältige Sitzgelegenheiten entlang des Flusses, Wasserspielplätze und farbenfrohe Gärten tragen dazu bei, die Ästhetik des Ortes zu verbessern und die Zugänglichkeit, Nachhaltigkeit und Funktionalität des Ufergebiets für die Gemeinschaft zu fördern.

# ENTWICKLUNGSMAßNAHME 3

## Entwicklung der Kernerstraße im Sinne einer Flaniermeile/ Verweilzone

### Das Ziel

- Transformation der Kernerstraße zu einem attraktiven fußgängerfreundlichen Flanier- und Aufenthaltsraum mit neuer gastronomischer Ankerung

### Die Umsetzungsmaßnahmen:

- Nutzungsstruktur:** Weinstube mit Schwerpunkt regionale Spezialitäten die sowohl zur kulturellen Identität der Weinsberger Innenstadt als auch zur Stärkung und Belebung der Kernerstraße im Sinne einer Flaniermeile beiträgt
- Verkehr und Parken:** Reduktion des Parken zwischen Bahnhofstraße und Schillerstraße bei paralleler Aufweitung bzw. Ausweitung des erlebbaren Fußgängerbereichs (Ausweitung durch Überbauung der Parkflächen mit einheitlichem Platzbelag)
- Vernetzung mit dem Umfeld:** Laufachsen in Richtung Kanalstraße öffnen bzw. Anbindung optimieren (z. B. Aufweitung von Blickachsen, gestalterische Aufwertung durch Kunstelemente etc.)
- Entwicklung von Aufenthalts- und Verweilzonen:** Integration von modernen Sitzelementen i. S. von Verweilzonen (v. a. im Bereich Wachstumsgasse) bzw. im Bereich Kernerstraße zwischen Wachstumsgasse und Beim Wachstum
- Identitätsstiftende Elemente:** Integration von Stadtelementen, die die Identität und Geschichte Weinsbergs widerspiegeln z. B. Skulpturen, Informationstafeln, Gedenkstätten etc.



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg



Neue Nutzung  
Weinstube



Neue Gestaltungselemente (z. B. Bänke etc.)



Ausweitung  
Fußgängerbereich



Reduktion Parkflächen



Aufwertung Achsen/  
Verbindung

# ENTWICKLUNGSMABNAHME 3

## Gastronomiekonzept Kernerstraße

### Konzept:

- Weinstube mit Schwerpunkt regionale Spezialitäten: Die Weinstube sollte sich als Hotspot positionieren, der eine Auswahl von Weinen aus der Region Weinsberg anbietet. Zudem kann sie eine kleine Auswahl regionaler Spezialitäten und Gerichte aus der Umgebung servieren.

### Zielgruppen:

- Weinliebhaber: Die Weinstube spricht Weinliebhaber an, die lokale Weine genießen möchten. Verkostungsveranstaltungen und Weinberatung könnten angeboten werden, um das Wissen der Gäste über lokale Weine zu erweitern.
- Touristen: Die Weinstube kann ein einladender Ort für Touristen sein, um die reiche Weintradition Weinsbergs kennenzulernen. Sie könnten regionale Weine und lokale Küche genießen.
- Kulturinteressierte: Durch die Integration von kulturellen Elementen wie Weinverkostungen, Livemusik und künstlerischen Veranstaltungen kann die Weinstube auch Kulturinteressierte ansprechen.

### Mehrwert:

- Die Weinstube trägt zur kulturellen Identität Weinsbergs bei, indem sie die Weintradition und regionale Gastronomie hervorhebt. Zudem kann das touristische Angebot von Weinsberg erweitert werden, indem den Gästen die Möglichkeit geboten wird, lokale Weine und Gerichte zu genießen.
- Kooperation mit Winzergenossenschaften

## Best-Practice Beispiel Konzept Weinstube



Quelle: [www.route-der-genuesse.de](http://www.route-der-genuesse.de)

Die Weinstube „Grapes“ am Marktplatz in Wertheim ist ein herausragendes Beispiel dafür, wie eine Gastronomieeinrichtung die Belebung von Plätzen und Innenstädten erfolgreich unterstützen kann. Mittlerweile hat sie die Weinstube nicht nur zu einem attraktiven Treffpunkt etabliert, der die Innenstadt auch weit nach 18 Uhr wieder belebt. Das Weinlokal bietet eine breite Auswahl regionaler, nationaler und internationaler Weine und kulinarischer Köstlichkeiten. Besonders bemerkenswert ist das "Schoppenfenster" zum Marktplatz, über das Wein an Passanten verkauft wird. Dies trägt zur lebendigen Atmosphäre und Belebung des Marktplatzes bei.

# ENTWICKLUNGSMABNAHME 4

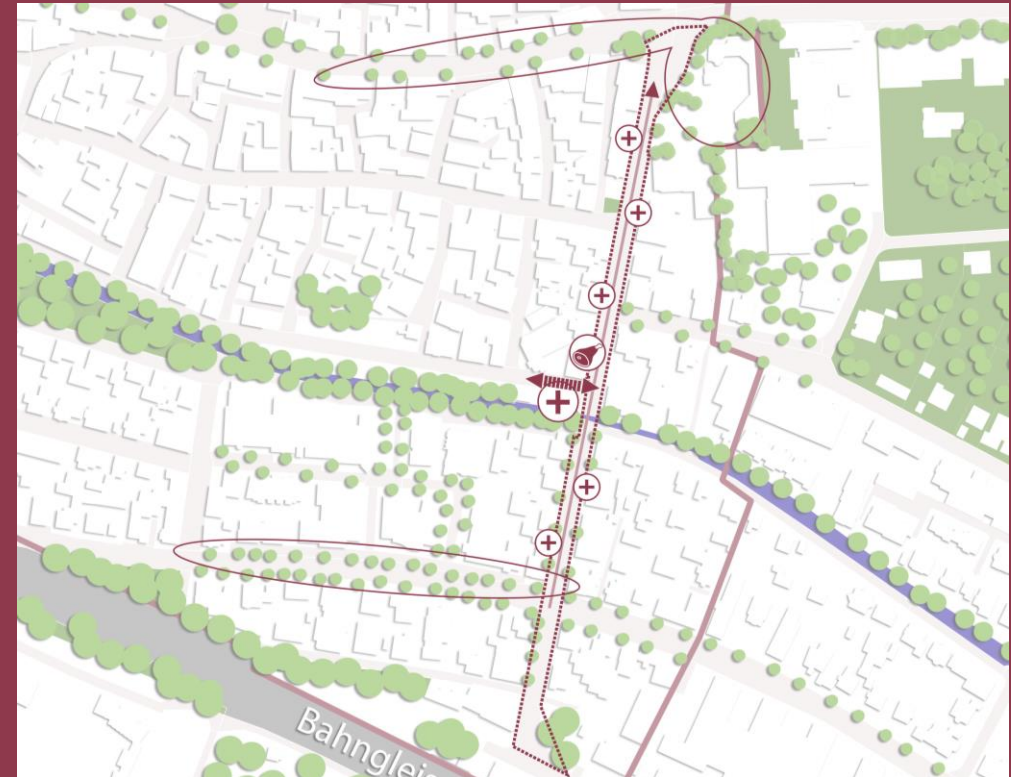
## Weiterentwicklung der Bahnhofstraße als funktionales Bindeglied

### Das Ziel

- Transformation der Bahnhofstraße als attraktives funktionales Bindeglied zwischen den zentralen Haupteinkaufsbereichen

### Die Umsetzungsmaßnahmen:

- Nutzungsstruktur:** Integration gut bürgerlicher Küche die die bisherige Angebotslücke schließt (ebenfalls Mittagstisch) und zeitgleich eine attraktive Ankernutzung innerhalb der Bahnhofstraße etabliert
- Erhöhung der Rad- und Fußgängerfreundlichkeit:** Ggf. Fahrbahnverengung (z. B. durch Einbahnstraßenregelung) bei zeitgleicher städtebaulicher Aufwertung wie Blumenkübel, Kunstwerke oder historische Informationstafeln, um das Straßenbild aufzuwerten.
- Wegweiser und Informationstafeln:** Integration von gut sichtbaren Wegweisern und Informationstafeln an der Kreuzung Hauptstraße und Kernerstraße, die auf interessante Geschäfte, Restaurants und weitere Ziele (z. B. Traubenplatz, Bahnhof etc.) hinweisen. Dies erleichtert die Orientierung und fördert die Erkundung beider Straßen.
- Platzgestaltung an der Kreuzung Kanalstraße:** Schaffung eines attraktiven Platzes an der Kreuzung von Bahnhofstraße und Kanalstraße, der als zentraler Treffpunkt dient. Dieser Platz kann mit Sitzgelegenheiten, Grünflächen und Kunstwerken ausgestattet werden.



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg



Neue Nutzung  
Restaurant „Gut  
Bürgerlich“



Optimierung Verkehr  
(z. B. Fahrbahnverengung,  
Einbahnstraßenregelung etc.)



Neue Gestaltungs-Elemente  
(z. B. Bänke,  
Infotafeln etc.)



Entwicklung Platzfläche



Verknüpfung mit  
Kanalstraße



Platzgestaltung als  
Verbindungselement zur  
Kanalstraße



# ENTWICKLUNGSMABNAHME 4

## Gastronomiekonzept Bahnhofstraße

### Konzept:

- Gut bürgerliches Restaurant: Das Restaurant sollte sich auf gut bürgerliche Gerichte konzentrieren, die Qualität und Tradition in den Vordergrund stellen. Ein besonderes Merkmal des Restaurants könnte ein täglich wechselnder Mittagstisch sein, der eine erschwingliche und schnelle Option für Mittagessen in Weinsberg bietet.

### Zielgruppen:

- Familien: Das Restaurant ist ideal für Familien, die auf der Suche nach traditionellen und schmackhaften Gerichten sind. Der Mittagstisch könnte Eltern und Kindern eine bequeme Wahl bieten.
- Arbeitnehmer: Der Mittagstisch ist auch für Arbeitnehmer in der Umgebung attraktiv, die eine schnelle und qualitativ hochwertige Mahlzeit während ihrer Mittagspause suchen.
- Touristen: Durch die Vielfalt der Küche kann das Restaurant auch Touristen ansprechen, die gut bürgerliche Gerichte und regionale Spezialitäten probieren möchten.

### Mehrwert:

- Gastronomische Vielfalt: Das Restaurant trägt zur gastronomischen Vielfalt Weinsbergs bei, indem es gut bürgerliche Küche und einen erschwinglichen Mittagstisch anbietet.

## Best-Practice Beispiel Entwicklungsmöglichkeiten zur Aufwertung innerstädtischer zentraler Achsen



Quelle: P.Schmelzle, 15. Oktober 2006



Quelle: www.osmanaj.de

Die Sanierungsmaßnahmen in der Hauptstraße in Neuenstadt a. d. K., die Elemente wie Pflastergestaltung, Verbesserung der Zugänglichkeit etc. umfassen, dienen als vorbildliches Beispiel für die Neugestaltung einer zentralen innerstädtischen Durchfahrtsachse. Die Schaffung von schmaleren Gehwegen und barrierefreien Elementen fördert die Sicherheit und Interaktion zwischen verschiedenen Verkehrsteilnehmern, während die Ästhetik und die Verkehrsflussverbesserungen den öffentlichen Raum aufwerten.

# IX

## ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK



# ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Maßnahmschwerpunkte in der Weinsberger Innenstadt



Quelle: GMA Bearbeitung 2023 - eigene Darstellung, Kartengrundlage Stadt Weinsberg

# ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Die eingehende Analyse des aktuellen Zustands der Weinsberger Innenstadt legt den Grundstein für eine gezielte Neugestaltung. Durch die klare Identifikation von Schwerpunktbereichen wird eine maßgeschneiderte Herangehensweise ermöglicht, um die Attraktivität und Funktionalität des urbanen Raums zu optimieren. Diese Schwerpunkte bilden das Gerüst für die strategische Umsetzung, die nicht nur kurzfristige Veränderungen anstrebt, sondern die Weichen für eine nachhaltige und langfristige Entwicklung stellt bzw. nicht nur die gegenwärtige Beschaffenheit transformiert, sondern langfristig das Gesicht der Innenstadt gestaltet.

Bei der Erörterung von Umsetzungsstrategien eröffnen sich vielfältige Möglichkeiten, von verkehrsberuhigten Zonen bis hin zu architektonischen Neugestaltungen, kulturellen Begegnungsräumen und der Weiterentwicklung der bisherigen Nutzungsstrukturen, v. a. im gastronomischen Bereich. Diese Szenarien sind jedoch nicht isoliert zu betrachten, sondern vielmehr als Teil einer umfassenden Innenstadtstrategie, die soziale, kulturelle und wirtschaftliche Aspekte in Einklang bringt. Diese multifunktionalen Überlegungen formen eine langfristige Vision für eine florierende und vitale Innenstadt, in der Diversität und Gemeinschaftlichkeit im Mittelpunkt stehen.

Die vorliegende Darstellung verdeutlicht, dass die angestrebten Ziele nicht nur eine äußerliche Transformation anstreben, sondern vielmehr eine ganzheitliche Veränderung des sozialen und kulturellen Gefüges der Weinsberger Innenstadt. In dieser Hinsicht sind die involvierten Akteure von essentieller Bedeutung. Die Händler, Dienstleister und vor allem die Stadtverwaltung spielen eine entscheidende Rolle, um das vorliegende Konzept umzusetzen. Die Akteure müssen langfristig und perspektivisch das große Bild im Auge behalten, während sie gleichzeitig kurzfristige Handlungen ergreifen, um konkrete Veränderungen anzustoßen. Die Koordination zwischen den verschiedenen Partnern ist von grundlegender Bedeutung, um eine kohärente und nachhaltige Entwicklung der Innenstadt zu gewährleisten.

Zusätzlich zu den bereits genannten Schwerpunkten ist es von entscheidender Bedeutung, sicherzustellen, dass die eingeleiteten Maßnahmen nicht nur kurzfristig Früchte tragen, sondern auch langfristig Bestand haben. Dies erfordert eine kontinuierliche Überwachung, Anpassung und Koordination der verschiedenen Initiativen, sowohl im gastronomischen als auch im städtebaulichen Bereich.

Um sicherzustellen, dass diese Maßnahmen nicht verloren gehen und die positive Entwicklung der Weinsberger Innenstadt nachhaltig fortgesetzt wird, ist die Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle unabdingbar. Ein Innenstadtmanager oder -kümmerer kann eine Schlüsselrolle bei der Umsetzung und Weiterverfolgung des Gesamtkonzepts spielen. Diese Person oder Einrichtung ist dafür verantwortlich, die verschiedenen Interessengruppen, darunter Händler, Dienstleister und die Stadtverwaltung, zu koordinieren, Feedback zu sammeln und sicherzustellen, dass die geplanten Maßnahmen im Einklang mit der langfristigen Vision der Innenstadt stehen.

Der Innenstadtmanager fungiert als Bindeglied zwischen den Stakeholdern und kann auch als Ansprechpartner für die Öffentlichkeit dienen. Sie oder er sollte dazu befähigt sein, Entwicklungen zu evaluieren, Anpassungen vorzunehmen und sicherzustellen, dass die Weinsberger Innenstadt nicht nur eine kurzfristige Veränderung erfährt, sondern langfristig zu einem florierenden und lebendigen Zentrum des städtischen Lebens und der Kultur wird.

# GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.



Forschen. Beraten. Umsetzen.

Auftragnehmer: Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Hohenzollemstraße 14  
71638 Ludwigsburg

Tel.: 07141 9360-0  
Mail: [info@gma.biz](mailto:info@gma.biz)



Weinsberg  
Treue Weiber, Reben und Romantik

Auftraggeber: Stadt Weinsberg  
Marktplatz 11  
74189 Weinsberg

