



Zwischenbericht

Prognos AG

Tobias Koch
Kathleen Freitag
David Helfenbein

Stuttgart/Bremen, 26.05.2009





Zielsetzung und Aufgabenstellung

Regionalökonomische Kurzanalyse für die Stadt und Region Stuttgart

Bestandsaufnahme des Einzelhandelsangebots in der Stadt Stuttgart

Einzelhandelsprofile der Bezirke Mitte, Feuerbach und Bad Cannstatt

Verkaufsflächenentwicklung 2020 sowie Umsatzabschätzung

Bewertung und Schlussfolgerungen



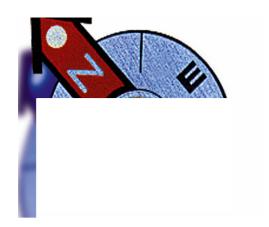
Zielsetzung und Aufgabenstellung

- Bewertung der regionalökonomischen Rahmenbedingungen der Stadt und Region Stuttgart unter besonderer Berücksichtigung der Bevölkerungs- und Beschäftigungsentwicklung sowie der Pendlerbeziehungen der Stadt Stuttgart mit dem Umland
- Vergleichende Kurzanalyse der Angebots- und Nachfrageentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Stuttgart im zeitlichen Verlauf
- Bilanzierung realisierter und geplanter Einzelhandelsvorhaben seit 2007 in der Stadt Stuttgart und Vergleich mit den Verkaufsflächenprognosen des Zentrenkonzeptes der Stadt Stuttgart
- Abschätzung der Auswirkung des geplanten ECE-Einkaufscenters an der Wolframstraße auf den Angebotsbestand konkurrierender Lagen in Stuttgart
- Gutachterliche Kurzbewertung der Tragfähigkeit des geplanten ECE-Einkaufscenters an der Wolframstraße



Charakterisierung des geplanten ECE-Einkaufscenters

- Entwickler: Entwicklung Quartier 21 GmbH & Co. KG (ECE / Strabag) mit einer Bauvoranfrage vom 28.10.2008
- Größe des Grundstücks: 29.778 m² (Baufelder 6, 8, 9)
- Bauliche Nutzung nach B-Plan: MK Kerngebiet, damit ist die Zulässigkeit von großflächigem Einzelhandel grundsätzlich gegeben
- **Rechtskraft:** 1998 Bebauungsplanbeschluss des Gemeinderates, öffentliche Bekanntmachung und damit Rechtskraft seit 01.10.2003, Möglichkeit der B-Planänderung ohne Planungsschaden ab 02.10.2010
- Geplante Verkaufsfläche nach B-Plan: ca. 47.500 m²
- Entfernung zum Hbf Stuttgart: ca. 900 m bis Ecke Wolframstr./ Heilbronner Str. -Hbf.-Hauptgebäude)
- ÖPNV-Anbindung: U5, U6, U7, U 12, U15, Buslinie 44 (Haltestelle: Türlenstraße)
- Erwartete Betriebs- und Sortimentsstruktur: ca. 100 bis 150 Fachgeschäfte mit 1-2 großflächigen Ankermietern; Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sowie ergänzende Freizeitangebote, mögliche Ankermieter: Waren-/Kaufhaus, Fachmarkt für Unterhaltungselektronik, Bekleidungs- und Textilhaus oder SB-Warenhaus
- **Reichweite**: größtes Einkaufscenter in der Stadt Stuttgart, in der Region Stuttgart und in Baden-Württemberg



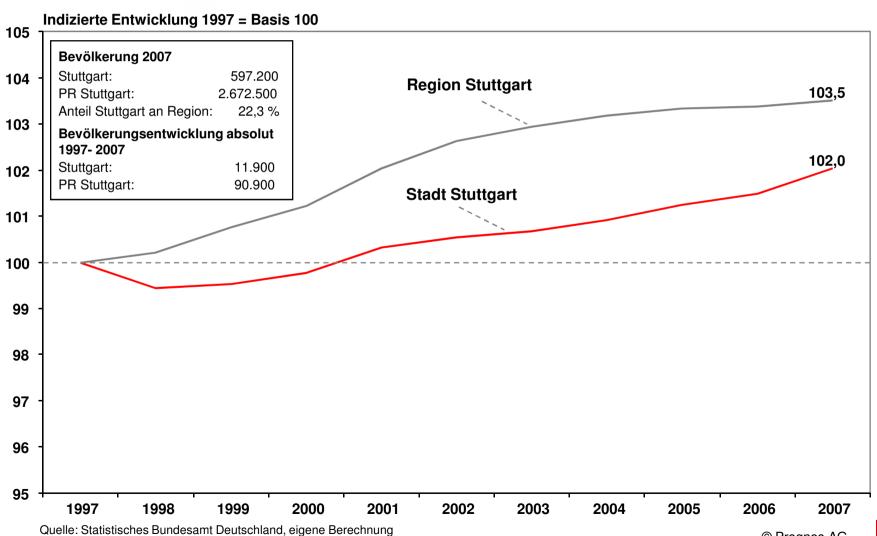


Kurzanalyse: Regionalökonomische Ausgangssituation und Entwicklungen in der Stadt und Region Stuttgart





Positive Bevölkerungsdynamik in der Stadt Stuttgart, Abschwächung der Bevölkerungsdynamik in der Region

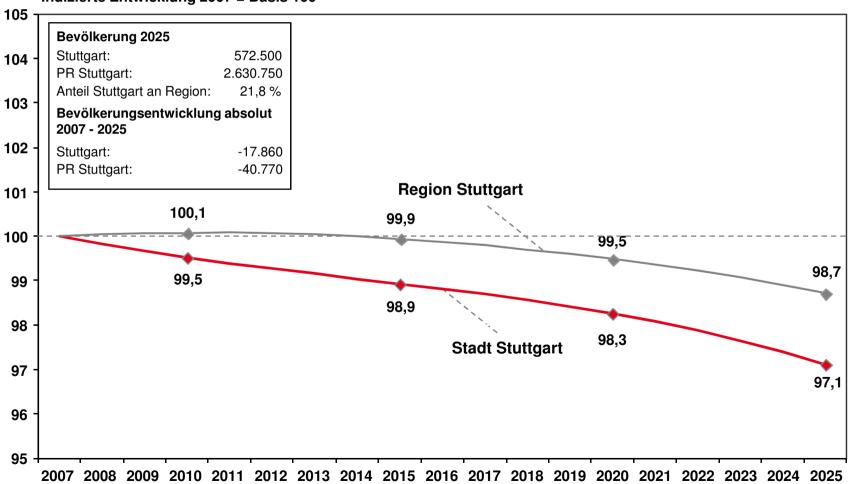






Langfristig kann sich die Stadt und Region Stuttgart dem demografischen Wandel nicht entziehen



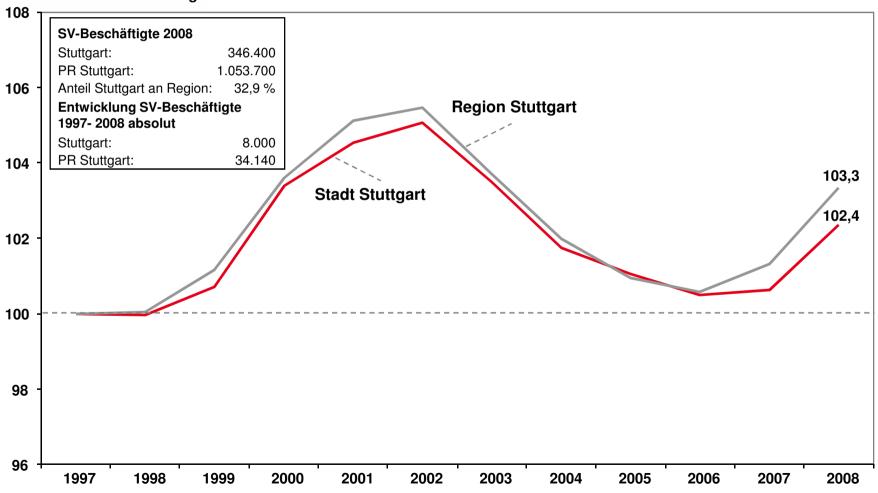






Starke konjunkturelle Schwankungen der Beschäftigungsentwicklung in der Stadt und Region Stuttgart

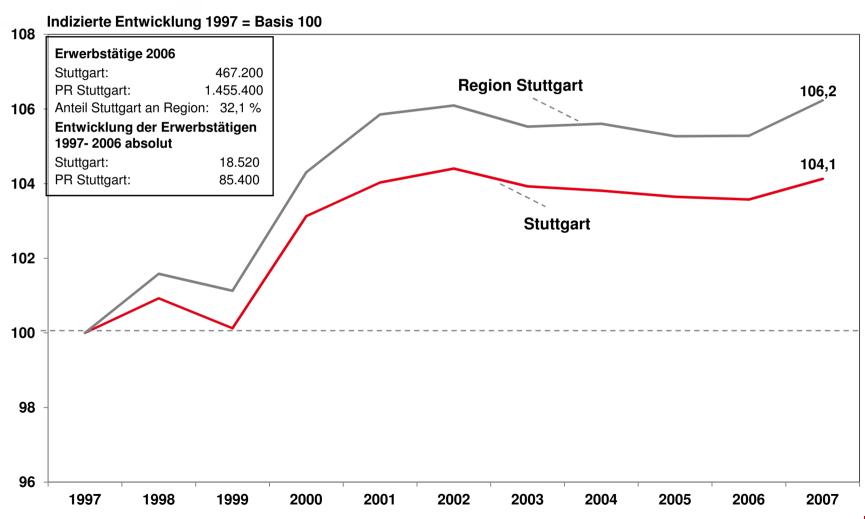








Nach starker Dynamik in der Erwerbstätigenentwicklung bis 2002, Abschwächung des Wachstums

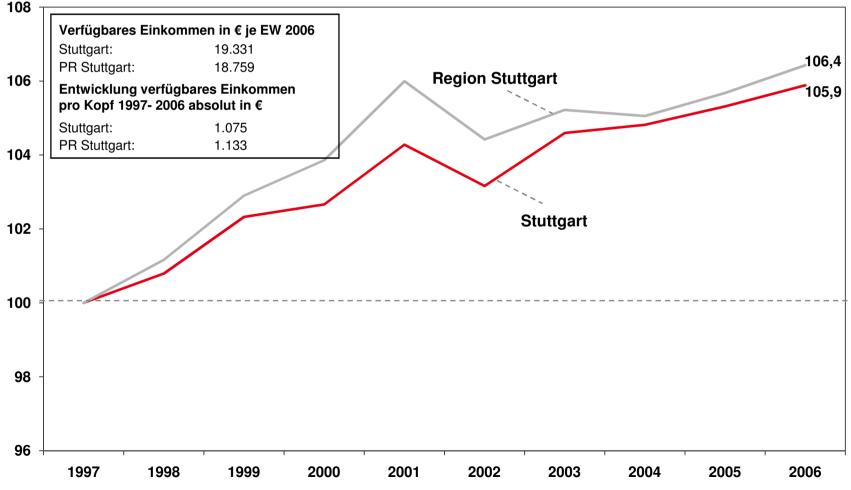






Moderater Anstieg des realen verfügbaren Einkommens der privaten Haushalte in der Region und Stadt Stuttgart

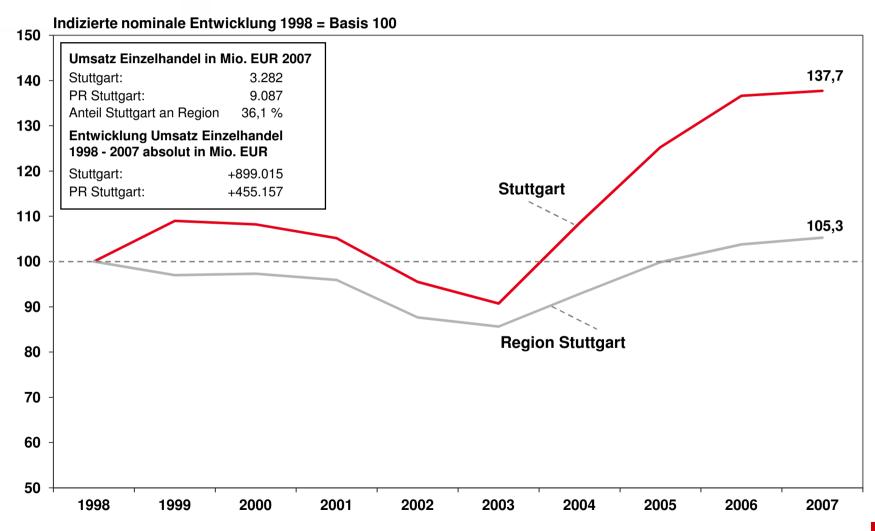








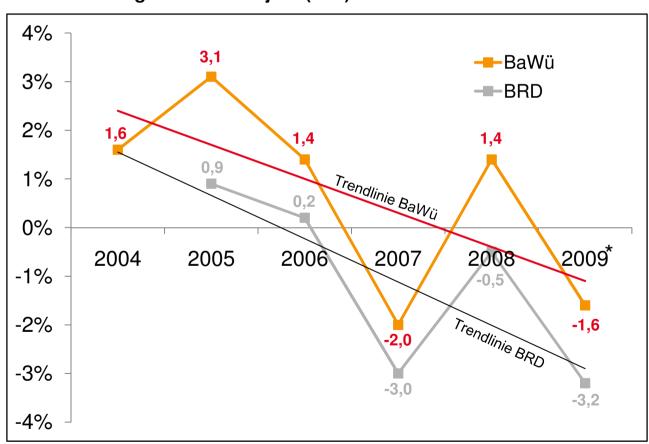
Nach Umsatzrückgängen im Einzelhandel verzeichnet die Stadt Stuttgart seit 2004 wieder ein hohes Wachstum





Reale Umsatzentwicklung des Einzelhandels in Baden-Württemberg und Deutschland im Zeitraum 2004 bis 2009

Umsatz im Vergleich zum Vorjahr (real)

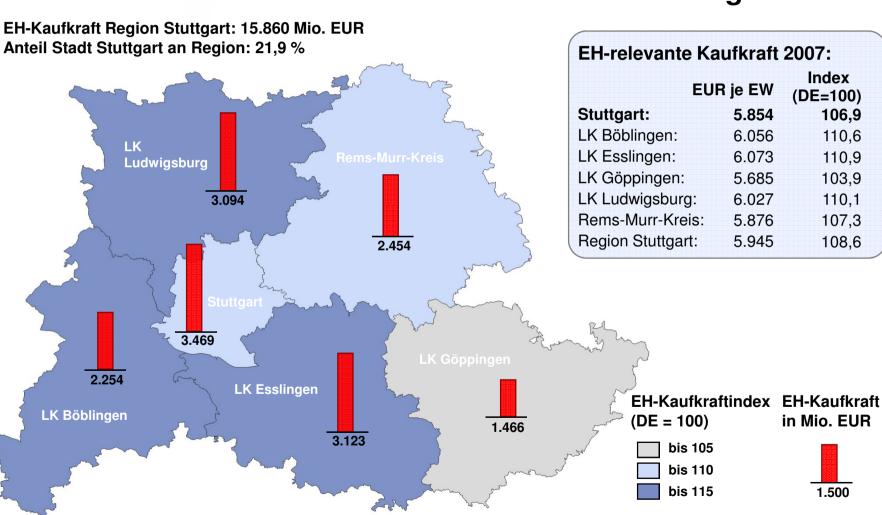


^{*} Stand bis zum Monat März 2009. Bei der Trendlinie handelt es sich um die lineare Regression der jeweiligen Jahreswerte.





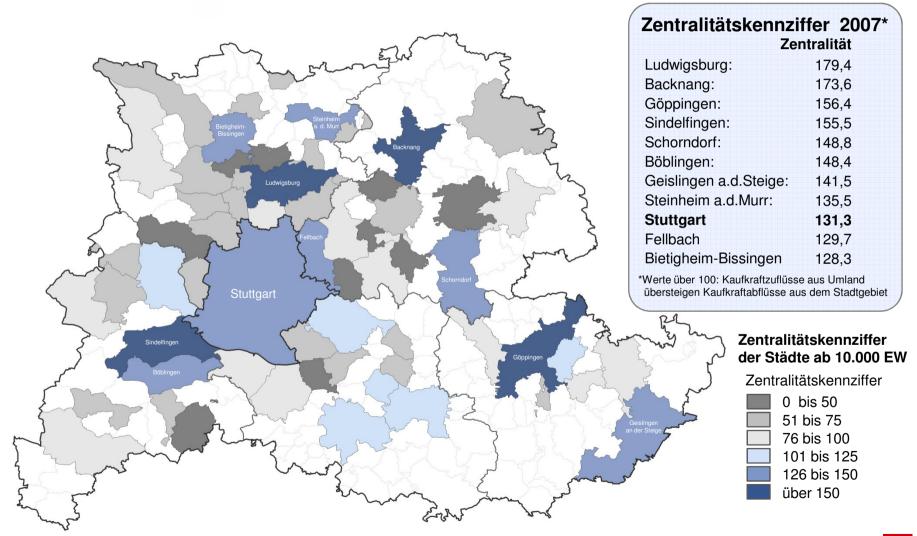
Im Bundesvergleich überdurchschnittliche Intensität der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in der Stadt Stuttgart







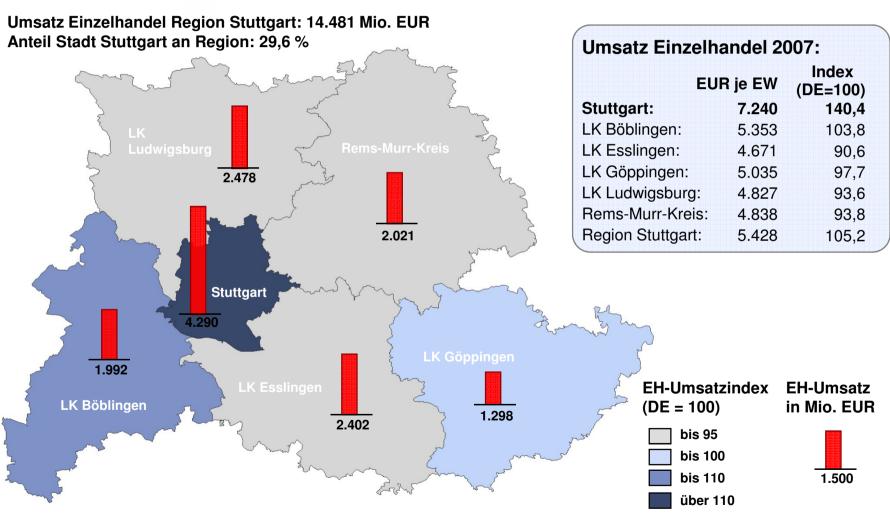
Neben der Stadt Stuttgart verfügen viele Mittelzentren über sehr hohe Zentralitätskennziffern







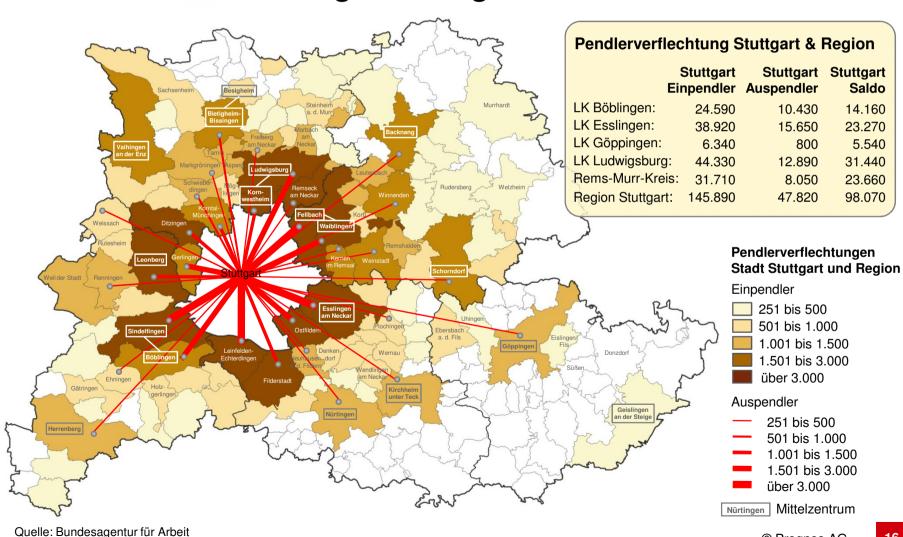
Die Stadt Stuttgart besitzt aufgrund ihrer hohen Zentralität einen überproportional hohen Einzelhandelsumsatz je Einwohner







Überschuss von 98.000 Berufseinpendlern der Stadt Stuttgart aus den Kreisen der Region Stuttgart







Pendlerverflechtungen der Stadt Stuttgart



insgesamt: Mit einem Einpendlerüberschuss von 146.130 Personen (davon 48.060 von außerhalb der Region Stuttgart) fungiert die Stadt Stuttgart als überregional bedeutsamer Arbeitsmarkt, Oberzentrum und Einkaufsstandort in Baden-Württemberg.



mit den Kreisen der Region Stuttgart: 145.890 Personen, die aus den Kreisen Böblingen, Esslingen, Göppingen, Ludwigsburg, Rems-Murr nach Stuttgart einpendeln, stehen 47.820 Personen gegenüber die aus Stuttgart auspendeln. Damit beläuft sich der Einpendlerüberschuss Stuttgarts auf 98.070 Personen.



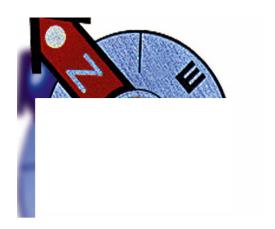
mit den Mittelzentren der Region: Die Region Stuttgart verfügt über 14 Mittelzentren. Aus diesen Mittelzentren pendeln 57.000 Personen nach Stuttgart ein. Gleichzeitig pendeln von Stuttgart in diese Mittelzentren 25.320 Personen aus. Im Saldo ergibt sich für Stuttgart ein Einpendlerüberschuss in Höhe von 31.680 Personen.



mit den Gemeinden der Region Stuttgart ohne mittelzentrale Funktion: Während 88.890 Personen aus den Gemeinden nach Stuttgart einpendeln, ist die gegenläufige Pendlerbewegung mit 22.500 Auspendlern aus Stuttgart deutlich geringer. Der Einpendlerüberschluss der Stadt Stuttgart beläuft sich auf 66.390 Personen.



mit den angrenzenden Gemeinden, die nicht als Mittelzentrum fungieren: 30.760 Einpendlern stehen 13.600 Auspendler gegenüber, so dass sich für die Stadt Stuttgart allein aus diesem unmittelbaren Verflechtungsbereich ein Einpendler- überschuss in Höhe von 17.160 Personen ergibt.





Bestandsaufnahme des Einzelhandelsangebotes der Stadt Stuttgart

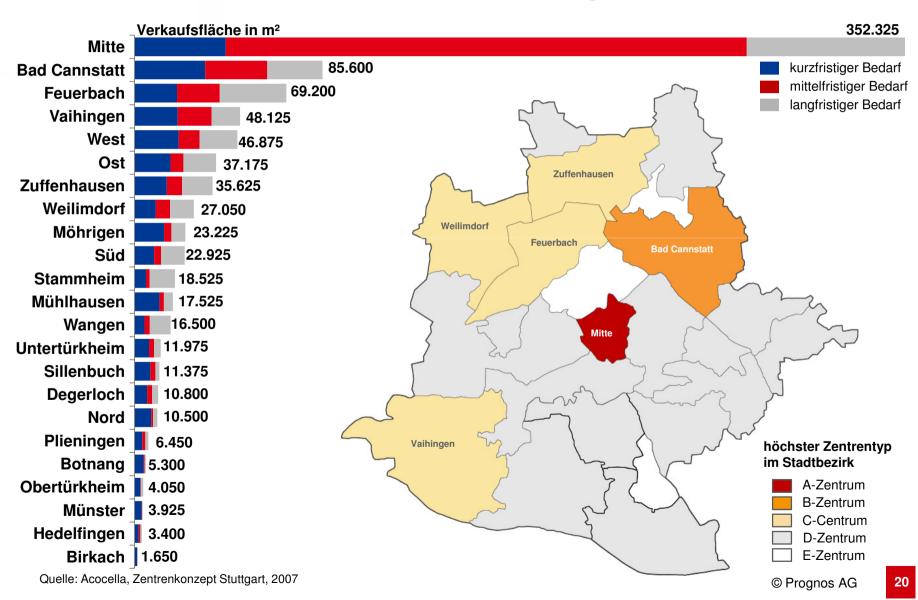


Einzelhandelsrelevante Kennzahlen der Stadt Stuttgart

- Siedlungsstrukturell ist die Region Stuttgart durch das **Oberzentrum Stuttgart** und **14 Mittelzentren** gekennzeichnet. Neben der Stadt Stuttgart verfügen gerade einige Mittelzentren über sehr hohe Zentralitätskennziffern, die auf ein großflächiges Einzelhandelsangebot und einen weiträumigen Einzugsbereich zurückzuführen sind. Im Vergleich ausgewählter Metropolregionen in Deutschland besitzt Stuttgart mit einem Index von 131 eine ausgesprochen hohe Zentralitätskennziffer.
- ▶ Die Verkaufsfläche der Stadt Stuttgart beläuft sich auf rund 870.000 m² (Stand 2007). Rund 41 % der Verkaufsfläche entfallen auf das Sortiment des mittelfristigen Bedarfs, 30 % auf das kurzfristige Bedarfssortiment und 29 % auf das langfristige Bedarfssortiment. Rund 58 % der Verkaufsflächen entfallen auf die Stadtbezirke Mitte, Feuerbach und Bad Cannstatt. Im direkten Vergleich ausgewählter Metropolen besitzt die Stadt Stuttgart eine sehr hohe Verkaufsflächendichte. Die Flächendichte liegt in Stuttgart bei 1,47 m² Verkaufsfläche je Einwohner.
- Die Einzelhandelsbetriebe erwirtschaften einen Umsatz von rund 4.237 Mio. €. Dabei werden 38 % bzw. 39 % des Umsatzes mit Waren des kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfs und nur 24 % mit Waren des langfristigen Bedarfs umgesetzt.
- ➤ Entwicklung: Im Zeitraum von 1993 bis 2007 ist die Verkaufsfläche in der Stadt Stuttgart um rund 42 % bzw. 250.750 m² gewachsen. Das Umsatzwachstum fiel im gleichen Zeitraum mit 35 % etwas geringer aus. Mit einer abnehmenden Flächenproduktivität (-4,4 %) folgt Stuttgart dem Bundestrend.



Zentrenstruktur und Verkaufsflächen in Stuttgart nach Stadtbezirken

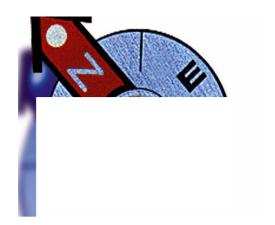






Sehr hohe Zentralitätskennziffer und Verkaufsflächendichte der Stadt Stuttgart im bundesweiten Metropolenvergleich





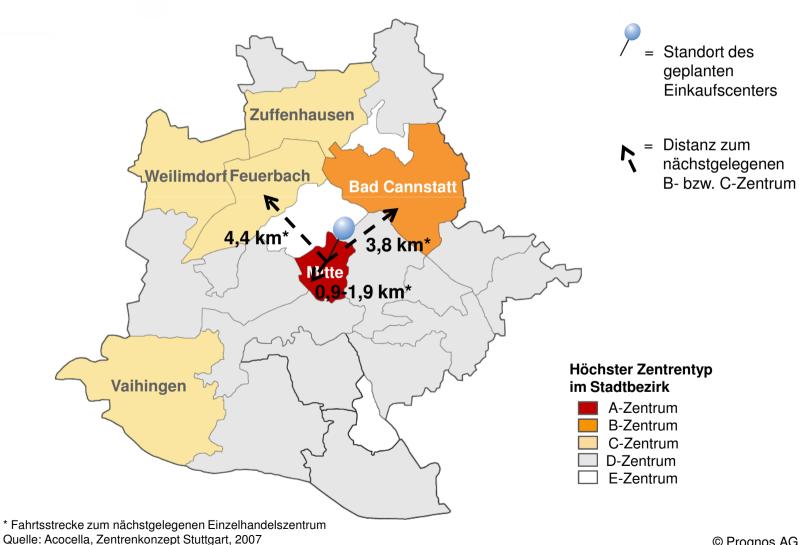


Einzelhandelsprofile der Stadtbezirke: Mitte, Bad Cannstatt und Feuerbach



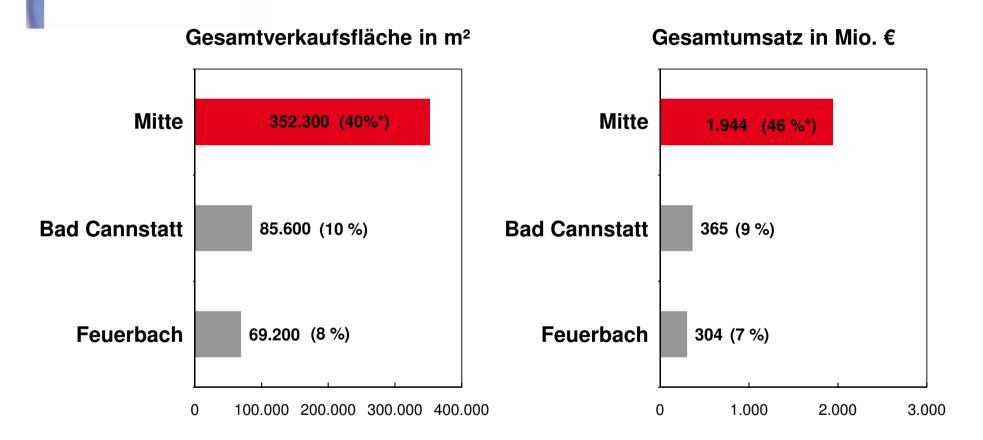


Lage des geplanten ECE-Einkaufscenters und Entfernung zu den nächstgelegenen Einzelhandelszentren





Auf die drei Stadtbezirke entfallen 58 % der Einzelhandelsverkaufsfläche und 62 % des Umsatzes der Stadt Stuttgart



^{*} Anteil des entsprechenden Wertes an dem der Stadt Stuttgart insgesamt. Quelle: Acocella, Zentrenkonzept Stuttgart, 2007



Einzelhandelsprofil Profil des Stadtbezirks Mitte

- Umsatz*: 1.873 Mio. € (47 %**), Verkaufsfläche: 352.325 m² (44 %)
- Umsatzanteil kurz-/ mittel-/ langfristiger Bedarf: 15 %/ 66 %/ 19 %
- Verkaufsflächenanteil kurz-/ mittel-/ langfristiger Bedarf: 12 %/ 75 %/ 13 %
- Ø-Flächenproduktivität: 5.316 €/m² (Ø-Stuttgart: 5.567 €/m²), höchste Flächenproduktivitäten (über 7.500 €/m²) in den Sortimentsgruppen Apotheken, Elektro/Neue Medien, Uhren/Schmuck, Foto/Optik
- Flächendichte (Verkaufsfläche/ Wohnbevölkerung): 15,52 m² / EW
- Zentrenstruktur: A-Zentrum "City", als Zentrum mit überregionaler Bedeutung, dominiert mit über 90 % der Verkaufsfläche und mehr als 90 % des Umsatzes im Stadtbezirk Mitte. Weitere Zentren sind D-Zentrum "Charlottenstraße" und die beiden E-Zentren "Wilhelmsstraße" und "Robert-Bosch-Areal".
- Sortimentsgruppenstruktur: Dominanz weniger Sortimentsgruppen; deutlich schwächere Ausprägung der übrigen Sortimentsgruppen; Bekleidungssortiment dominiert (44 % VK-Fläche/ 47 % Umsatzanteil). Weitere 10 % des Umsatzes werden durch die Unterhaltungselektronik & Neue Medien erzielt. In der zentralen Sortimentsgruppe des kurzfristigen Bedarfs "Nahrungs-/Genussmittel" werden mit 60,9 Mio.€ Umsatz nur 8,6 % des Gesamtumsatzes erzielt.
- **Bindungsquoten:** Sehr hohe Bindungsquoten in allen Sortimentsgruppen von weit über 100 % und damit im Saldo sehr hohe Kaufkraftzuflüsse; höchste Bindungsquoten in den Sortimentsgruppen des mittelfristigen Bedarfs (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sport/Freizeit) und in den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen des langfristigen Bedarfs (Uhren/Schmuck, Foto/Optik, Medien).

^{*} Folgende Betrachtung erfolgt ohne die nicht zentrenrelevanten Sortimentsgruppen Teppiche/Bodenbeläge, Bau-/Gartenmärkte, Möbel/Antiquitäten

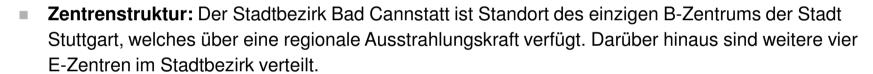
^{**} Im Folgenden: Anteil des entsprechenden Wertes an dem der Stadt Stuttgart





Einzelhandelsprofil Profil des Stadtbezirks Bad Cannstatt

- **Umsatz***: 334 Mio. € (8.5 %**). **Verkaufsfläche**: 67.350 m² (9.5 %)
- Umsatzanteil kurz-/ mittel-/ langfristiger Bedarf: 56 %/ 30 %/ 14 %
- Verkaufsflächenanteil kurz-/ mittel-/ langfristiger Bedarf: 48 %/ 42 %/ 10 %
- Ø-Flächenproduktivität: 4.959 €/m² (Ø-Stuttgart: 5.567 €/m²)
- Flächendichte (Verkaufsfläche/ Wohnbevölkerung): 1,01 m² / EW



- **Sortimentsgruppenstruktur:** Als bedeutendste Sortimentsgruppen kristallisierten sich das Nahrungs-/Genussmittelsortiment (40,3 %) und das Bekleidungsgewerbe (18,6 %) heraus.
- Bindungsquoten: Im Saldo verzeichnet der Stadtbezirk Bad Cannstatt einen Kaufkraftabfluss (Bindungsquote 90 %). Nur im mittelfristigen Bedarfssortiment liegt die Bindungsquote über 100 %. Von zentraler regionaler Bedeutung sind die mittelfristigen Bedarfssortimente Bekleidung, Schuh-/ Lederwaren, Sport/Freizeit. Darüber hinaus besitzt das Sortiment Uhren & Schmuck eine sehr hohe Bindungsquote (142 %).

26

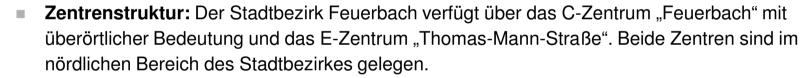
^{*} Folgende Betrachtung erfolgt ohne die nicht zentrenrelevanten Sortimentsgruppen Teppiche/Bodenbeläge, Bau-/Gartenmärkte, Möbel/Antiquitäten

^{**} Im Folgenden: Anteil des entsprechenden Wertes an dem der Stadt Stuttgart



Einzelhandelsprofil Profil des Stadtbezirks Feuerbach

- Umsatz*: 269 Mio. € (6,8 %**), Verkaufsfläche: 49.975 m² (7,1 %)
- Umsatzanteil kurz-/ mittel-/ langfristiger Bedarf: 41%/ 28 %/ 31 %
- Verkaufsflächenanteil kurz-/ mittel-/ langfristiger Bedarf: 39 %/ 39 %/ 22 %
- Ø-Flächenproduktivität: 5.383 €/m² (Ø-Stuttgart: 5.567 €/m²)
- Flächendichte (Verkaufsfläche/ Wohnbevölkerung): 1,78 m² / EW

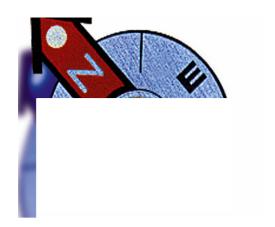


- Sortimentsgruppenstruktur: Mit einem Umsatzanteil von zusammen 63 % (168 Mio. EUR) sind die drei Sortimente Nahrungs-/Genussmittel (29 %), Bekleidung (17 %) und Unterhaltungselektronik/Neue Medien (17 %) dominant.
- **Bindungsquoten:** Der Stadtbezirk Feuerbach erreicht hinter dem Stadtbezirk Mitte die zweithöchste Bindungsquote (182 %). Kennzeichnend ist, dass der Stadtbezirk mit Ausnahme der Sortimentsgruppen Bücher und Schreibwaren & Zeitungen/Zeitschriften in allen anderen Bereichen Bindungsquoten von über 100 % erreicht und somit auch Kaufkraft aus den umliegenden Bezirken und Orten bindet.



^{*} Folgende Betrachtung erfolgt ohne die nicht zentrenrelevanten Sortimentsgruppen Teppiche/Bodenbeläge, Bau-/Gartenmärkte, Möbel/Antiquitäten

^{**} Im Folgenden: Anteil des entsprechenden Wertes an dem der Stadt Stuttgart





Prognose der Verkaufsflächenentwicklung bis 2020 und Umsatzabschätzung des geplanten ECE-Einkaufscenters





Überblick über die Annahmen und Varianten der Verkaufsflächenprognosen des Zentrenkonzeptes der Stadt Stuttgart

Status-Quo-	Entwicklungs-	Wettbewerbs-	
Prognose 2020	Prognose 2020	Prognose 2020	
 Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Fortschreibung der bestehenden Rahmenbedingungen Umsatzentwicklung folgt Nachfrageentwicklung 	 Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Verbindung mit einer Steigerung der Bindungsquote in bestimmten Sortimentsbereichen Angebot reagiert unmittelbar auf zusätzliches Nachfragepotenzial Bindungsquote in allen Sortimenten >= 100 	 Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Verbindung mit einer Steigerung der Bindungsquote in bestimmten Sortimentsbereichen Ungünstigere Entwicklungen der Rahmenbedingungen im Vergleich zur Entwicklungsprognose 2020 und Wettbewerbsintensität der Stadt Stuttgart mit dem Umland Abschläge von den Ergebnissen der Entwicklungsprognose 2020 	

A) <u>Untere Variante</u>: Abnehmende Bevölkerung (560.000 EW), Kaufkraftzuwachs zwischen 0,0% - 0,5%,

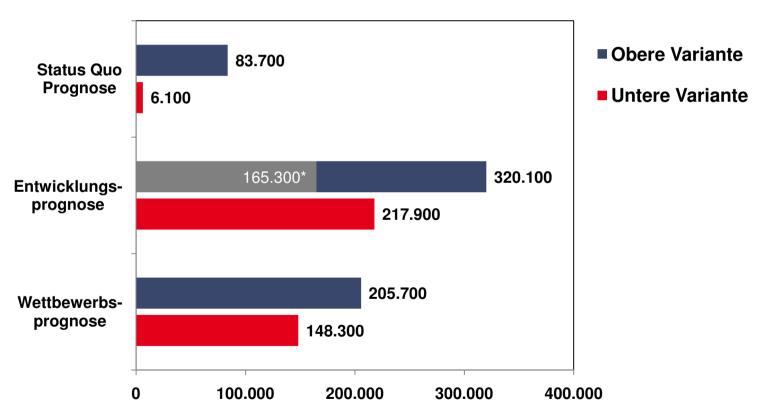
B) Obere Variante: Konstante Bevölkerung (590.000 EW), Kaufkraftzuwachs zwischen 0,5% - 1,0%,





Bis 2020 zu erwartende absolute Zunahme der Einzelhandelsverkaufsfläche in Stuttgart nach Prognosen und Varianten

Zunahme der Verkaufsfläche 2007 bis 2020 in m²



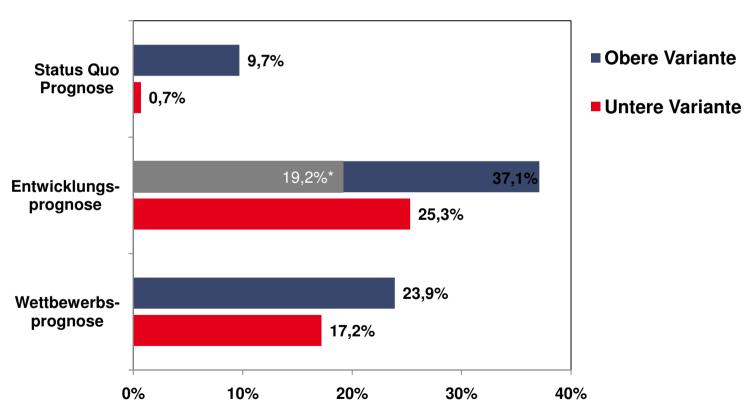
^{*} Reduzierter Wert des Gutachters Acocella nach Plausibilitätsprüfung





Bis 2020 zu erwartende relative Zunahme der Einzelhandelsverkaufsfläche in Stuttgart nach Prognosen und Varianten

Zunahme der Verkaufsfläche 2007 bis 2020 in %

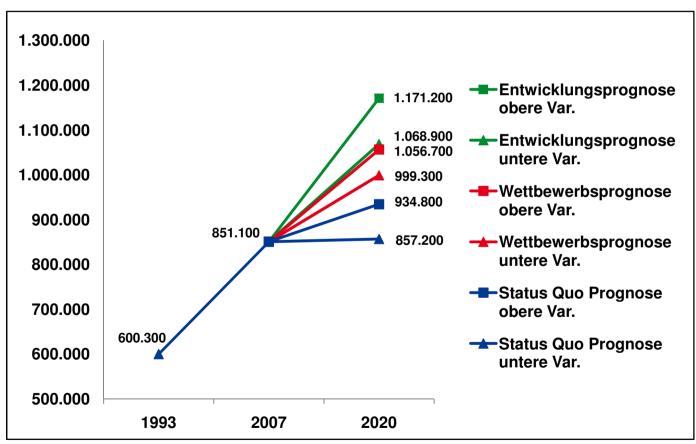


^{*} Reduzierter Wert des Gutachters Acocella nach Plausibilitätsprüfung



Entwicklung der Einzelhandelsverkaufsfläche in der Stadt Stuttgart im zeitlichen Verlauf 1993 – 2007 – 2020 (Prognose)

Einzelhandelsverkaufsfläche (ohne Apotheken) in m²



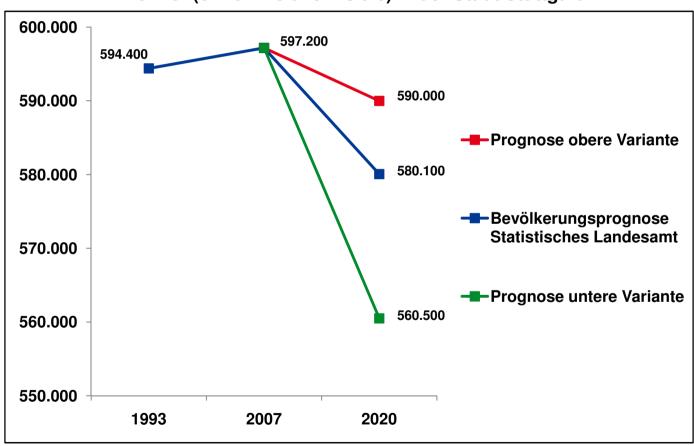
Auf der Grundlage des Zentrenkonzeptes der Stadt Stuttgart





Entwicklung der Bevölkerung in der Stadt Stuttgart im zeitlichen Verlauf 1993 – 2007 – 2020 (Prognose)

Einwohner (ohne Zweitwohnsitze) in der Stadt Stuttgart

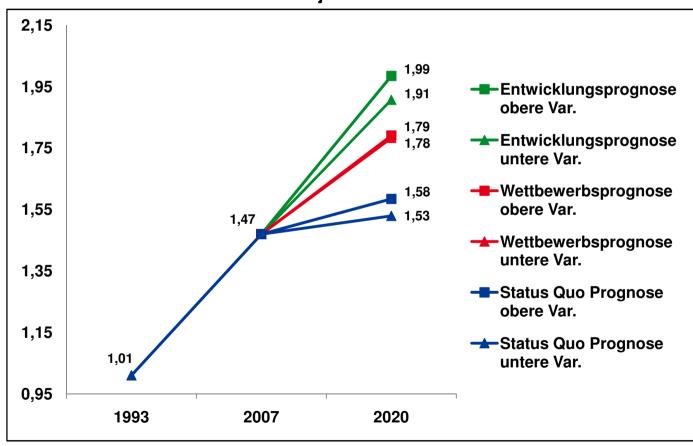


Für die Jahre 1993 und 2007 ist die Bevölkerungszahl des Statistischen Landesamtes BW dargestellt.



Entwicklung der Einzelhandelsverkaufsflächendichte in der Stadt Stuttgart im zeitlichen Verlauf 1993 – 2007 – 2020 (Prognose)

Verkaufsflächendichte in m² je Einwohner



(Prognostizierte) Verkaufsfläche im Verhältnis zu den im Einzelhandelskonzept angenommenen Bevölkerungszahlen. Für die Jahre 1993 und 2007 ist der jeweilige vom Statistischen Landesamt ausgewiesene Bevölkerungsstand dargestellt.





Geplante und seit 2007 realisierte Einzelhandelsprojekte in der Stadt Stuttgart

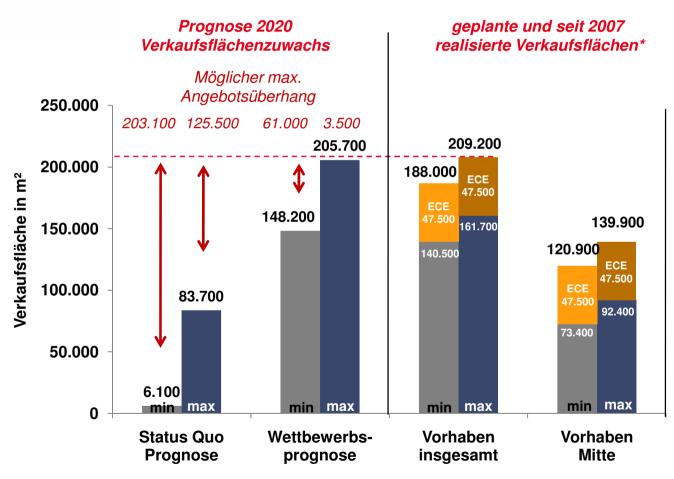
	Fläche (gm)			
Name	MIN*	MAX	Adresse/ Verortung	
Mitte				
Postquartier	7.500		Kronenstr.	
Bülow Carre	4.000		Lautenschlagerstr.	
Neubau Windows	1.200		Calwer Str./Theodor-Heuss-Str.	
Da Vinci Quartier	8.500		Breuninger/Karlsplatz	
Neubau Königstr.	8.000	15.000	Königsstr. 1 a-c (LBBW)	
Galeria-Kaufhofgaragen	3.000	5.000	Steinstr.	
Rathausgarage	2.200		Eichstr.	
Quartier S	24.000		Tübinger Str./Marienstr./Sophienstr./Paulinenstr.	
Nachnutzung Hauptbahnhof	10.000	15.000	Bonatzbau, Arnulf-Klett-Platz	
Stuttgart 21, A1-Areal	5.000	10.000	Areal A1	
Stuttgart 21, Baufelder 6,8,9	47.500		Stuttgart 21/BF 6/8/9	
Mitte gesamt (Baufelder 6,8,9)	73.400	92.400		
Mitte gesamt	120.900	139.900		
Stadtteile (exkl. Mitte)				
Fachmarktzentrum	2.150		Ulmer Straße	
Einkaufszentrum	7.000		Fasanenhof	
ZukunftKillesberg/ Forum K	4.500	6.000	Messegelände Killesberg	
Fernomnibusbahnhof (FOB) Vaihingen	1.800	2.000	Vaihingen	
Edeka-Einkaufscenter	4.000		Zuffenhausen	
Bauhaus	12.600		Industriestr., Möhringen	
Bauhaus/ Kaufland	16.450		Augsburgerstr., Untertürkheim	
Stadtteilzentrum Europaplatz	4.500		Möhringen	
Kaufland	5.000		Untertürkheim	
Medienstadtteilzentrum Römerkastell	1.500	2.000	Bad Cannstatt	
Fahrradfachmarkt	1.500		Roser-Areal	
Südtor	2.200		Marienplatz, Stuttgart-Süd	
Cannstatter Pforte	1.400		Bad Cannstatt	
Otto-Hirsch-Center	2.500		Hedelfingen	
Stadtbezirke gesamt (exkl. Mitte)	67.100	69.300		
Insgesamt (ohne Baufelder 6,8, 9)	140.500	161.700		
Insgesamt	188.000	209.200		

^{*} Angegeben sind Vorhaben mit einer Verkaufsfläche von über 1.000 m²





Gegenüberstellung der Verkaufsflächenprognose 2020 und der geplanten und seit 2007 realisierten Einzelhandelsvorhaben

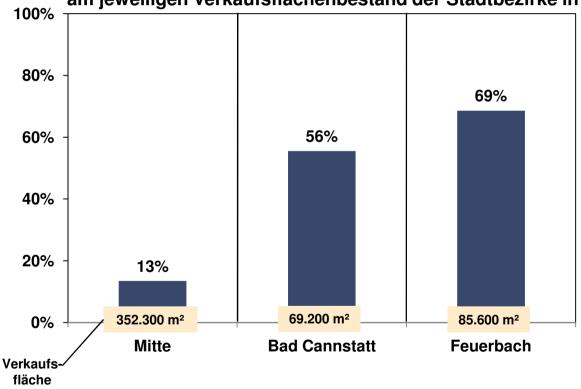


^{*} Übersicht der Einzelhandelsvorhaben siehe Folie 35



Anteil der geplanten ECE-Verkaufsfläche an der Verkaufsfläche der tangierenden Stadtbezirke in Stuttgart

Anteil der geplanten Verkaufsfläche des ECE-Einkaufscenters am jeweiligen Verkaufsflächenbestand der Stadtbezirke in %



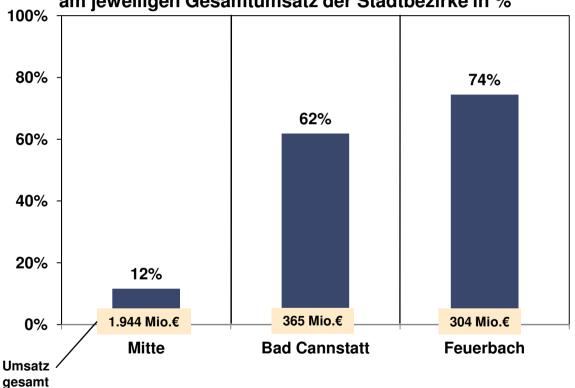
Geplante
Verkaufsfläche des
ECE-Einkaufscenters
47.500 m²

gesamt



Anteil des potentiellen ECE-Umsatzes am Gesamtumsatz der tangierenden Stadtbezirke in Stuttgart

Anteil des geschätzten Umsatzes des ECE-Einkaufscenters am jeweiligen Gesamtumsatz der Stadtbezirke in %



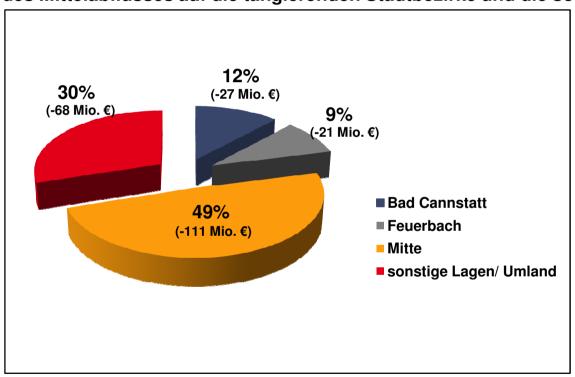
Geschätzter Umsatz des geplanten ECE-Einkaufscenters 226 Mio. € *

^{*} Berechnung: Verkaufsfläche ECE * Ø-Flächenproduktivität (EH-Umsatz/m²); Ø-Flächenproduktivität: ca. 4.760 € Quelle: Acocella, Zentrenkonzept Stuttgart, 2007.



Abschätzung der räumlichen Verteilung der negativen Umsatzeffekte des geplanten ECE-Einkaufscenters

Verteilung des geschätzten ECE-Jahresumsatzvolumens in Höhe von 226 Mio. bzw. des Mittelabflusses auf die tangierenden Stadtbezirke und die sonstigen Lagen



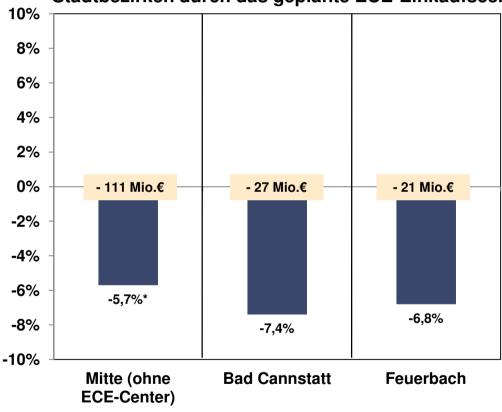
- Ø-Flächenproduktivität Stadt Stuttgart und ECE-Einkaufscenter: Umsatz 4.760 € / m² VK-Fläche p.a.
- Annahme eines konstanten Umsatzvolumens in der Stadt Stuttgart sowie konstanter Bindungsquoten; die Realisierung anderer geplanter Vorhaben wurde nicht berücksichtigt
- Entsprechend der Zentralitätskennziffer der Stadt Stuttgart in Höhe von 131 % wird von einem Umsatzanteil von 30 % ausgegangen, der aus dem Umland und aus sonstigen Lagen des Stuttgarter Stadtgebietes stammt.
- Die übrigen 70 % des geschätzten Umsatzes des geplanten ECE-Einkaufscenters verteilen sich anteilig entsprechend des Verkaufsflächenbestands der Stadtbezirke Mitte (352.300 m²), Bad Cannstatt (85.600 m²) sowie Feuerbach (69.200 m²)





Umsatzeffekte des ECE-Einkaufscenters in den drei Stadtbezirken

Zu erwartender Rückgang des Jahresumsatzes in den drei Stadtbezirken durch das geplante ECE-Einkaufscenter



- * Der durchschnittliche Umsatzrückgang von 5,7 % im Bezirk Mitte ist zu differenzieren zwischen einem unterdurchschnittlichen Umsatzrückgang der 1-A-Lagen und einem recht hohen Umsatzrückgang der Nicht-1-A-Lagen.
 - Auf den Nicht-1-A-Lagen wird mit einem Umsatzrückgang von deutlich mehr als 10 % zu rechnen sein. Aufgrund fehlender Flächen- und Umsatzdaten des Zentrenkonzeptes kann der Umsatzrückgang quantitativ nicht verlässlich abgeschätzt werden.

⁻ Ø-Flächenproduktivität Stadt Stuttgart und ECE-Einkaufscenter: Umsatz 4.760 € / m² VK-Fläche p.a.

⁻ Annahme eines konstanten Umsatzvolumens in der Stadt Stuttgart sowie konstanter Bindungsquoten; die Realisierung anderer geplanter Vorhaben wurde nicht berücksichtigt

Entsprechend der Zentralitätskennziffer der Stadt Stuttgart in Höhe von 131 % wird von einem Umsatzanteil von 30 % ausgegangen, der aus dem Umland und aus sonstigen Lagen des Stuttgarter Stadtgebietes stammt.

Die übrigen 70 % des geschätzten Umsatzes des geplanten ECE-Einkaufscenters verteilen sich anteilig entsprechend des Verkaufsflächenbestands der Stadtbezirke Mitte (352.300 m²), Bad Cannstatt (85.600 m²) sowie Feuerbach (69.200 m²)





- In Folge der aktuellen Wirtschafts- und Finanzkrise hat sich der wirtschaftliche Rahmen in der Region Stuttgart im Jahr 2009 und für die Folgejahre verändert. Gerade in einer Region mit hoher Branchenspezialisierung in den besonders zyklischen Branchen Fahrzeug- und Maschinenbau sowie IT und Elektrotechnik ist kurz- bis mittelfristig mit einer rückläufigen Beschäftigungsentwicklung zu rechnen. In einigen Branchen (u.a. Fahrzeugbau) wird mit langfristigen strukturellen Angebots- und Nachfrageveränderungen (u.a. Kapazitätsanpassungen, Konzentration bei Zulieferern) zu rechnen sein, die sich negativ auf die Beschäftigten- und Betriebsstrukturen der Region auswirken werden.
- Die aktuelle wirtschaftliche Rezession wird begleitet von einer nachhaltigen demografischen Veränderung in der Region Stuttgart. Seit 2005 ist in Folge der nachlassenden Zuwanderung in die Region und des zunehmenden Sterbeüberschusses eine Stagnation der Bevölkerungsentwicklung zu beobachten. Von diesem allgemeinen Trend der Region Stuttgart konnte sich die Stadt Stuttgart vorübergehend durch eine positivere Entwicklung absetzen. Entsprechend den Prognosen des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg und der Perspektivenstudie 2025 der Region Stuttgart wird sich die Region und die Stadt Stuttgart der langfristig rückläufigen Bevölkerungsentwicklung jedoch nicht entziehen können. Bis zum Jahr 2020 wird die Bevölkerung der Stadt und Region Stuttgart leicht (1 % bis 2 %) zurückgehen.
- Im Zeitraum 1997 bis 2006 nahm die **reale Kaufkraft** in der Stadt Stuttgart um rund 0,6 % p.a. zu. Aus Sicht der Prognos wird mittel- bis langfristig entsprechend der verhaltenen gesamtwirtschaftlichen und demografischen Perspektiven mit einer, im Vergleich zur Entwicklung der letzten Jahre, **schwächeren Kaufkraft- und Umsatzentwicklung** des Einzelhandels in der Stadt und Region Stuttgart zu rechnen sein.





- Im Jahr 2008 verzeichnete der Umsatz des Einzelhandels in Baden-Württemberg einen realen Zuwachs von 1,6 % und lag damit über dem Niveau des Bundestrends (-0,5 %). Insgesamt macht sich seit 2005 ein rückläufiger Umsatztrend im Einzelhandel bemerkbar, der durch den Rückgang im Jahr 2009 verstärkt wird. Im ersten Quartal 2009 lag der Umsatz 1,6 % unter dem Niveau des Vorjahreszeitraums und für das Jahr 2009 ist mit einer rückläufigen Umsatzentwicklung zu rechnen.
- Die Stadt Stuttgart verzeichnete in den letzten Jahren eine ausgesprochen dynamische Entwicklung des Einzelhandels. Entsprechend dem Zentrenkonzept der Stadt Stuttgart kam es im Zeitraum 1993 bis 2007 zu einer Zunahme der Gesamtverkaufsfläche um 42 % bzw. 250.750 m². Im gleichen Zeitraum stieg der nominale Umsatz um 35 %. Im direkten Vergleich mit anderen deutschen Metropolen besitzt die Stadt Stuttgart aufgrund der dynamischen Wachstumsprozesse und der hohen Zentralität eine sehr hohe Verkaufsflächendichte. Auf jeden Einwohner entfiel 2007 in Stuttgart durchschnittlich 1,47 m² Einzelhandelsverkaufsfläche. Unter den führenden deutschen Metropolen besitzt Stuttgart neben Frankfurt die höchste Verkaufsflächendichte und liegt damit vor größeren Städten wie Hamburg, München oder Berlin. Von einer Fortsetzung des Verkaufsflächenwachstums in Stuttgart mit gleich hoher Wachstumsintensität ist aus Sicht der Prognos nicht auszugehen.
- Das Zentrenkonzept der Stadt Stuttgart geht in unterschiedlichen Varianten von einem langfristigen Zuwachs der Einzelhandelsverkaufsfläche bis zum Jahr 2020 aus. Aus Sicht der Prognos erscheinen die Annahmen und die Erwartungen der Entwicklungsvariante 2020 unrealistisch, die von einer überdurchschnittlichen Kaufkraftentwicklung von bis zu 1,0 % p.a. und einer Erhöhung der Bindungsquoten auf mindestens 100 % in allen Sortimentsbereichen ausgeht. Prognos orientiert sich beim realistischen Verkaufsflächenwachstum der Stadt Stuttgart an der Status-Quo-Prognose 2020 (6.100 bis max. 83.700 m²) und der Wettbewerbsprognose 2020 (148.200 bis max. 205.700 m²).





- Seit den Erhebungen des Zentrenkonzeptes im Jahr 2007 wurden im Stadtgebiet Stuttgart neue Einzelhandelsprojekte realisiert und neue Vorhaben geplant. Die geplanten Einzelhandelsvorhaben gehen von einer Realisierung in den nächsten 1 bis 6 Jahren aus, so dass sich die gesamte Verkaufsfläche des Einzelhandels der Stadt Stuttgart in den nächsten Jahren weiter erhöhen wird. Einschließlich des geplanten ECE-Einkaufscenters befinden sich zusätzlich 188.000 m² bis 209.000 m² Einzelhandelsverkaufsflächen in Planung bzw. wurden bereits realisiert. Bezogen auf den Verkaufsflächenbestand von 870.000 m² im Jahr 2007 bedeutet dies eine Zunahme von bis zu 24 %. Rund zwei Drittel der geplanten und realisierten Flächen entfallen auf die Stadtmitte, das restliche Drittel verteilt sich auf das übrige Stadtgebiet. Bei dem geplanten ECE-Einkaufscenter handelt es sich um das größte Vorhaben, auf das rund ein Viertel der Gesamtverkaufsflächen entfällt.
- Die realisierten und geplanten Verkaufsflächen (max. 209.000 m²) übersteigen vollständig die Erwartungen der Status-Quo-Prognose 2020 (max. 83.700 m²) und auch die Erwartungen der optimistischeren Wettbewerbsprognose 2020 (max. 205.700 m²). Selbst die Realisierung eines geringeren Verkaufsflächenvolumens in Höhe von 188.000 m² trifft lediglich im Fall der oberen Variante der Wettbewerbsprognose auf einen zu erwartenden vollständigen Bedarf an Verkaufsflächen zu. Lediglich 10 % des erwarteten Verkaufsflächenbedarfs wären in diesem Fall auch nach 2015 verfügbar.
- Durch die Realisierung der maximal geplanten Verkaufsflächen in Höhe von 209.000 m² wird im Vergleich zu den Prognosen ein Angebotsüberhang entstehen. Damit würden auf dem Markt bereits zeitnah in den nächsten Jahren zusätzliche Verkaufsflächen angeboten, die den langfristig bis 2020 zu erwartenden Bedarf übertreffen. In Folge eines signifikanten Flächenüberangebotes wäre mit einem spürbaren Verdrängungswettbewerb zu rechnen, der insbesondere den kleinteiligen Einzelhandel betreffen würde.





- Zusätzlich zu dem quantitativen Angebotsüberhang wird es im Rahmen einer vollständigen Realisierung der geplanten Vorhaben zu einem zeitlichen Vorziehen des gesamten prognostizierten Bedarfs kommen. Mit der Realisierung der zusätzlichen Verkaufsflächen ist in den nächsten 6 Jahren, bis zum Jahr 2015, auszugehen. Damit dürften die Prognosewerte bereits etwa 5 bis 6 Jahre früher übererfüllt werden; weitere Flächenausweisungen nach 2015 müssten unterbleiben.
- Der Bebauungsplan und die Bauvoranfrage des geplanten ECE-Einkaufscenters geht von einer Verkaufsfläche von 47.500 m² aus. Bei einer für Stuttgart durchschnittlichen Flächenproduktivität von rund 4.760 € / m² p.a. geht Prognos von einem geschätzten Jahresumsatz von rund 226 Mio. € und einer möglichen Realisierung des ECE-Vorhabens im Jahr 2011 aus. Durch die Realisierung des geplanten Vorhabens würde gegenüber dem Ausgangsbestand 2007 die Einzelhandelsverkaufsfläche im Stadtgebiet Stuttgart um 5,5 % wachsen und im Stadtbezirk Mitte würde es zu einer Zunahme von 13,5 % kommen. Durch die Größe des geplanten ECE-Einkaufscenters von 47.500 m² würde der Flächenzuwachs nicht sukzessive, sondern sprunghaft mit der Fertigstellung des Vorhabens erfolgen.
- Da für die nächsten Jahre von einer weitgehend stagnierenden Umsatzentwicklung im Einzelhandel in Stuttgart auszugehen ist, wird es bei gegebener Kaufkraft durch die Realisierung des geplanten ECE-Einkaufscenters zu einem direkten Wettbewerb um Einzelhandelsumsatz kommen. Bedingt durch die Lage nordöstlich der City wird das geplante ECE-Einkaufscenter stark mit Angeboten in den Stadtbezirken Mitte, Bad Cannstatt und Feuerbach konkurrieren.





Prognos geht davon aus, dass sich der geschätzte Jahresumsatz in Höhe von rund 226 Mio. € auf vier Standorte verteilen wird. Entsprechend der Einzelhandelszentralität und den Verkaufsflächenanteilen der drei konkurrierenden Stadtbezirke ist von folgender Umsatzverteilung bzw. Rückgang auszugehen:

Mitte -111 Mio. € (49 % Anteil am Gesamtumsatz),

Bad Cannstatt -27 Mio. € (12 %),

Feuerbach -21 Mio. € (9 %) sowie

Umland / sonstige Lagen -68 Mio. € (30 %).

■ Entsprechend der geschätzten Umsatzeffekte des geplanten ECE-Einkaufscenters ist mit einem durchschnittlichen Umsatzrückgang in den Stadtbezirken zwischen 5,7 % und 7,4 % zu rechnen. In Bad Cannstatt ist mit einem durchschnittlichen Umsatzrückgang von bis zu 7,4 %, in Feuerbach von rund 6,8 % und im Stadtbezirk Mitte von 5,7 % zu rechnen. In einzelnen Sortimenten und Teillagen ist von deutlich höheren Umsatzrückgängen auszugehen. Der Hauptanteil des Umsatzeffektes von 111 Mio. € (49 %) des geplanten ECE-Einkaufscenters entfällt auf den Stadtbezirk Mitte. Während die 1-A-Lagen aufgrund eines abweichenden Sortiments und einer sehr hohen Zentralität kaum von Umsatzrückgängen betroffen sein werden, werden sich signifikante Umsatzrückgänge in den Nicht-1-A-Lagen einstellen. Aufgrund fehlender Flächen- und Umsatzdaten des Zentrenkonzeptes für die 1-A-Lagen kann der Umsatzrückgang an dieser Stelle nicht genau quantifiziert werden. Prognos geht davon aus, dass der Umsatzrückgang in den Nicht-1-A-Lagen bei über 10 % liegen wird.



- Prognos bewertet die Lage des geplanten ECE-Einkaufscenters auf dem Stuttgart-21-Areal für eine großflächige Einzelhandelsnutzung mit 47.500 m² Verkaufsfläche lediglich als bedingt geeignet. Das geplante Vorhaben hätte auf einem Grundstück des Stuttgart-21-Areals mit geringerer Entfernung zum Hauptbahnhof und zur Königstraße gegenüber dem geplanten ECE-Einkaufscenter auf den Baufeldern 6, 8 und 9 entscheidende Standort- und Verbundvorteile. Durch die weiträumige Entfernung (900 m) zum Beginn der Königstraße handelt es sich um eine nichtintegrierte Lage. Durch die Entfernung von rund 1.900 m bis zur S-Bahn Stadtmitte, die Barriere durch den Hauptbahnhof und die LBBW ist nicht von einem Zusammenwachsen der City auszugehen. Entsprechend des zu erwartenden Sortimentangebotes des geplante ECE-Einkaufscenters dürfte sich eine Konkurrenzsituation zwischen der City und dem geplanten ECE-Einkaufscenter herausbilden.
- Von einer Bedienung einer zusätzlichen Nachfrage und Kaufkraft auf dem Stuttgart-21-Areal ist lediglich teilweise auszugehen. Auf den A1-Flächen werden in den nächsten Jahren nur relativ wenige neue Wohnungen entstehen. Mit der Realisierung der Flächen A2, B und C und der Gesamtentwicklung von 20.000 Arbeitsplätzen und 11.000 Wohnungen wird nicht vor 2020 zu rechnen sein. Daher dient das ECE-Einkaufscenter mit 47.500 m² Verkaufsfläche nicht primär der Nah- und Grundversorgung des Stuttgart-21-Areals. Darüber hinaus sind neben dem geplanten ECE-Einkaufscenter weitere Einzelhandelsflächen auf dem A1-Areal mit einem Volumen von 5.000 bis 10.000 m² Verkaufsfläche geplant.





- Prognos kommt bei der Bewertung des geplanten ECE-Einkaufscenters durch folgende Faktoren:
 - der Erweiterung des Verkaufsflächenangebots um 47.500 m² und erwartetem Sortiment,
 - bestehenden **Standortdefiziten** der Baufelder 6, 8 und 9 für die geplante Einzelhandelsnutzung,
 - einer geplanten Realisierung des ECE-Einkaufscenters im Jahr 2011 und der zeitlich nachgelagerten Realisierung der restlichen Nutzungen des Stuttgart-21-Areals bis 2020,
 - einer zusätzlichen Erweiterung des Verkaufsflächenangebotes (ohne ECE-Einkaufscenter) in der Stadt Stuttgart um bis zu 162.000 m² in den nächsten Jahren,
 - einer entsprechend den Prognosen des Zentrenkonzeptes bis 2020 zu erwartenden Verkaufsflächenzunahme von bis zu 205.000 m² und dem daraus resultierenden Angebotsüberhang,
 - induzierten Umsatzrückgängen in den Nicht-1-Lagen von über 10 % im Bezirk Mitte,
 - den verhaltenen gesamtwirtschaftlichen und demografischen Rahmenbedingungen
 zu dem Ergebnis, dass das ECE-Vorhaben in der geplanten Form nicht verträglich auf das
 - Einzelhandelsangebot der Stadt Stuttgart wirkt und damit als **nicht tragfähig** einzuschätzen ist.
- Prognos hält unter veränderten Rahmenbedingungen eine **großflächige Einzelhandelsnutzung** auf den Baufeldern 6, 8 und 9 dennoch für **möglich**. Bei der Ausgestaltung der Nutzung sollte jedoch auf eine **verträgliche Ausgestaltung** des **Verkaufsflächenvolumens** und des **Sortiments** im Rahmen eines geänderten Bebauungsplans geachtet werden. Dabei muss die **Konkurrenzsituation** zu den Stadtbezirken Mitte (insb. Nicht-1-A-Lagen), Bad Cannstatt und Feuerbach **vertiefend untersucht** werden. Eine tragfähige großflächige Einzelhandelsnutzung auf dem A-1-Gelände sollte aus Sicht der Prognos deutlich unterhalb einer **Verkaufsfläche von 47.500 m²** liegen und muss die Planung **weiterer Einzelhandelsflächen auf dem A1-Areal** (5.000 bis 10.000 m²) aufgreifen.



Wir geben Orientierung.

Die Schweizer Prognos AG berät seit 1959 europaweit Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Politik in Zukunftsfragen



Prognos AG, Bremen Wilhelm-Herbst-Straße 5 28359 Bremen ab 01.07.2009
Prognos AG, Stuttgart
Friedrichstraße 15
70174 Stuttgart

Tobias Koch

Projektleiter

Tel. +49 421 2015781

Tel. +49 711 49039745 (ab 01.07.2009)

tobias.koch@prognos.com

Kathleen Freitag

Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Tel. +49 421 2015785

kathleen.freitag@prognos.com

David Helfenbein

Wissenschaftlicher Mitarbeiter Tel. +49 211 887 3152

david.helfenbein@prognos.com

www.prognos.com