



Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Bürstadt

Auftraggeber: Stadt Bürstadt

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Soz.Ök. Silke Schüler

Ludwigsburg, am 29.10.2020

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 nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig. Städten und Gemeinden wird das Recht eingeräumt, das Gutachten im Rahmen von Bauleitverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung zu verwenden und zu veröffentlichen.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0
Telefax: 07141 / 9360-10
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Juli 2020 erteilte die Stadt Bürstadt der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzepts.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Stadt Bürstadt, Branchenkennzahlen des EHI und des Hahn-Verlages, Erhebungsdaten und Erkenntnisse aus früheren GMA-Untersuchungen in Bürstadt und der Region sowie Informationen zu aktuellen Erweiterungsplanungen von Bürstädter Einzelhandelsbetrieben zur Verfügung. Zudem wurden im Juli 2020 eine Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet sowie eingehende Standortbesichtigung der Innenstadt, einschließlich Erfassung der dortigen städtebaulichen Strukturen, Dienstleistungs- und Infrastrukturangebote vorgenommen.

Der vorliegende Bericht soll der Stadt als Instrument für eine wirtschaftlich und städtebaulich zukunftsfähige Einzelhandelsentwicklung dienen, wobei insbesondere die rechtssichere planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Mittelpunkt steht.

Sämtliche Daten und Informationen wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, eingehend geprüft, unter Beachtung wissenschaftlicher Grundlagen ausgewertet und mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet. Eine Weitergabe der Untersuchung an Dritte (auch digital) bedarf der Zustimmung des Auftraggebers und der GMA.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, den 29.10.2020
BE / SC

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung und Untersuchungsmethodik	6
2. Methodische Vorgehensweise und Definitionen	7
3. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Ziele der Einzelhandelssteuerung	9
4. Rechtliche Rahmenbedingungen	10
5. Herausforderungen für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt	12
5.1 Entwicklungen und Trends auf der Angebotsseite	12
5.2 Entwicklungen und Trends auf der Nachfrageseite	14
5.3 Entwicklungen und Trends in der Nahversorgung	15
5.4 Konsequenzen für die (Innen-)Stadtentwicklung von Bürstadt	17
6. Einzelhandelsstandort Bürstadt	20
6.1 Wesentliche Strukturdaten der Stadt Bürstadt	20
6.2 Standortgefüge des Einzelhandels in Bürstadt	23
6.3 Grundlagen der bisherigen Einzelhandelssteuerung (Einzelhandelsentwicklungskonzept Bürstadt 2009)	24
6.4 Relevante städtebauliche Planungen in der Stadt Bürstadt	26
II. Nachfragepotenzial für den Bürstädter Einzelhandel	28
1. Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels	28
2. Kaufkraftpotenzial 2020	30
3. Kaufkraftströme	31
4. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose für das Marktgebiet	32
III. Angebotsanalyse des Bürstädter Einzelhandels	34
1. Einzelhandelsbestand und -struktur in der Gesamtstadt	34
2. Entwicklung des Bürstädter Einzelhandels zwischen 2008 und 2020	39
3. Quantitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes und Benchmarking	40
4. Angebotssituation in der Innenstadt	42
5. Angebotssituation bei der Nahversorgung	47

IV. Entwicklungsrahmen	51
1. Strategische Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandorts Bürstadt	51
2. Empfehlungen zur künftigen Entwicklung der Einzelhandelsstrukturen in Bürstadt und Ableitung von Leitlinien für die räumliche Steuerung des Einzelhandels	54
2.1 Innenstadt	54
2.2 Nahversorgungsstandorte	55
2.3 Nicht integrierte Standorte	56
V. Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts („Einzelhandelskonzept Bürstadt 2020“)	57
1. Städtebauliche Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt	57
2. Sortimentskonzept Bürstadt 2020	58
3. Standortkonzept	63
3.1 Zentraler Versorgungsbereich	65
3.2 Nahversorgungsstandorte	67
3.2.1 Nahversorgungsstandort Nord (Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“)	67
3.2.2 Nahversorgungsstandort Ost (Forsthausstraße)	70
3.2.3 Nahversorgungsstandort Südwest (Die Lächner / Weidenweg)	72
3.3 Gebiete mit Einzelhandelsausschluss	74
4. Maßnahmen der Bauleitplanung	74
5. Umsetzungsempfehlungen	78
VI. Einordnung von vorliegenden Erweiterungsplanungen	79
1. Geplante Erweiterung Lidl am Standort Weidenweg 2	79
2. Geplante Erweiterung / Objektverlagerung Rossmann am Standort Mainstraße 135	80
3. Geplante Erweiterung Aldi am Standort Mainstraße 133	81
4. Geplante Erweiterung Netto am Standort Forsthausstraße 1	81
5. Vergleichende Bewertung der einzelnen Vorhaben	84
6. Kumulierte Betrachtung der Erweiterungsplanungen und Fazit	86

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung und Untersuchungsmethodik

Die Stadt Bürstadt als eines von sechs Mittelzentren im Landkreis Bergstraße ist großer Konkurrenz durch andere Einkaufsstädte ausgesetzt, sodass eine herausragende Profilierung als Handelsplatz schwierig ist. Damit ist im Wesentlichen die Versorgung für die eigene Bevölkerung zu sichern. Zur Steuerung des Einzelhandels verfolgt die Stadt seit dem Jahr 2009 ein kommunales Einzelhandelskonzept, das u. a. Strategien zur Entwicklung der Innenstadt als zentralem Einkaufsbereich und zur Sicherung der sonstigen Standortlagen beinhaltet.

Um den Handelsstandort Bürstadt in einem sich dynamisch ändernden Marktumfeld zukunftsfähig aufstellen zu können, ist eine **Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts** erforderlich:

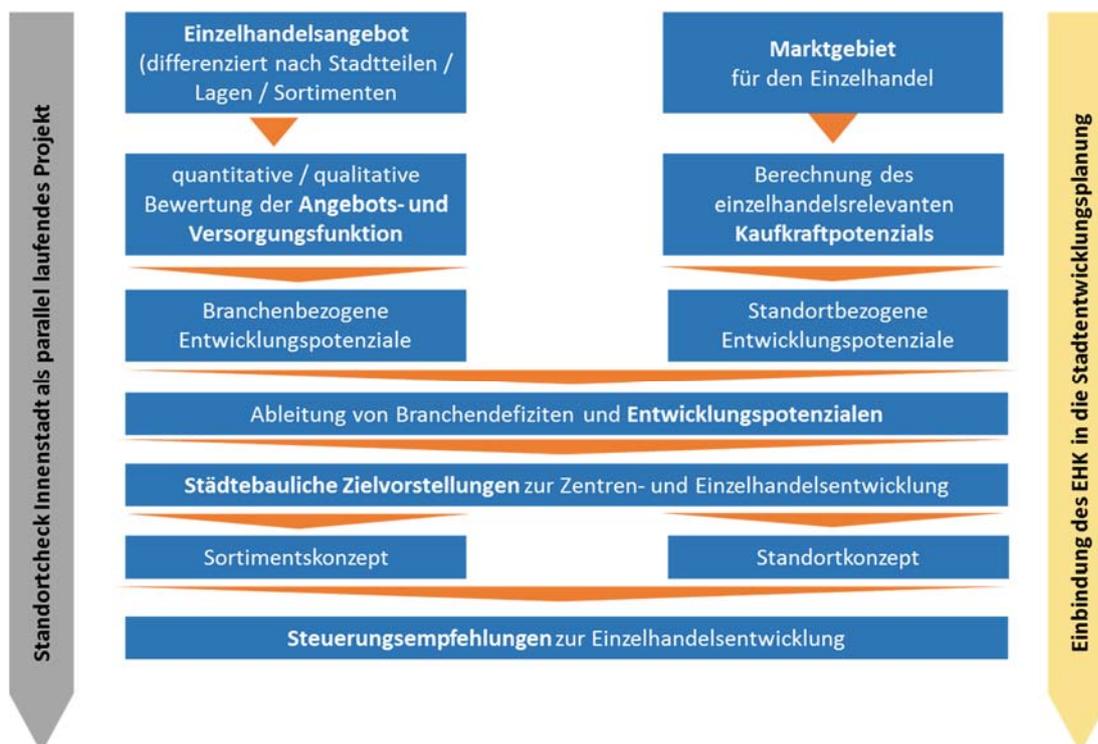
/// Als zentrale Herausforderungen für die kommenden Jahre soll die **Weiterentwicklung der Innenstadt** gesteuert werden, welche sich inmitten eines Transformationsprozesses befindet. Ebenso wie in anderen Städten ist auch in Bürstadt zu beobachten, dass im Zuge des digitalen Wandels die klassischen (meist inhabergeführten) Ladengeschäfte tendenziell auf dem Rückzug sind und stattdessen andere innerstädtische Themen wie medizinische Versorgung, serviceorientierte Dienstleistungsbetriebe und andere Nutzungen an Bedeutung gewinnen. Dieser Strukturwandel muss begleitet werden, um trotz des Rückgangs der Einzelhandelsfunktion eine frequenzstarke Innenstadt zu erhalten. Insbesondere Gesundheit als Oberthema soll zukünftig Ansätze zur Belebung der Innenstadt liefern. Auch weitere Maßnahmen wie der geplante Neubau der Sparkasse sollen zu einer Aufwertung der Innenstadt führen.

/// Zum anderen sind die **örtlichen Nahversorgungsstrukturen zukunftsfest zu gestalten**, um eine wohnortnahe, möglichst auch ohne Pkw erreichbare Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs langfristig zu sichern. In Bürstadt sind, neben der Innenstadt, drei Nahversorgungsstandorte „Am Bibliser Pfad“, „Die Lächner“ und im Sondergebiet Ost etabliert. Diese drei Standorte übernehmen mit unterschiedlichen Lebensmittelmärkten eine flächendeckende Nahversorgung. An allen drei Standorten sind jedoch Modernisierungen erforderlich, um die bewährte Struktur auch zukünftig zu erhalten. Hierzu liegen bereits Planungen vor, welche hinsichtlich ihrer Raumverträglichkeit und Vereinbarkeit mit den Prinzipien des Einzelhandelskonzepts zu bewerten sind.

Bei der vorliegenden Überprüfung des Einzelhandelskonzepts sind v. a. städtebauliche Aspekte zu berücksichtigen, so die Verknüpfung von Handel und anderen Funktionen der Innenstadt. Hierzu greift das Einzelhandelskonzept auch die Ergebnisse aus vorbereitenden Untersuchungen im Rahmen der Programme „Aktive Kernbereiche“ und „Lokale Ökonomie“ auf. Aber auch ökologische Aspekte wie der Klimaschutz und sparsamer Flächenverbrauch sind zu beachten. Ziel der Fortschreibung ist eine Konzeption, die ein **rechtssicheres räumliches Steuerungsinstrument** für die Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt für die kommenden Jahre bedeutet.

Im Zuge der Fortschreibung sind zunächst die Daten zu aktualisieren. Darauf aufbauend sind Empfehlungen für die zukunftsfähige Entwicklung des Einzelhandels der Stadt Bürstadt, insbesondere in der Innenstadt und der Nahversorgung, zu erarbeiten. Zu prüfen ist auch, inwiefern das bisherige Standortkonzept und die Sortimentsliste noch aktuell sind. Teilaspekte dieser Betrachtung sind neben der Entwicklung der Kaufkraft der örtlichen Wohnbevölkerung (mit einer branchenbezogen sehr unterschiedlichen Entwicklung der Einzelhandelsausgaben) auch die Nachfrageentwicklung der Kunden sowie die Wettbewerbsverschärfung durch den Onlinehandel.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts



GMA-Zusammenstellung 2020

Die Erkenntnisse aus den Analysen zur Einzelhandelssituation und Empfehlungen für die künftige Steuerung sind dann als Bewertungsgrundlage für aktuell vorliegende Erweiterungsplanungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben heranzuziehen (Lidl, Rossmann, Aldi, Netto).

2. Methodische Vorgehensweise und Definitionen

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um primärstatistische Daten (Erhebung des Ladeneinzelhandels)¹, die durch die GMA flächendeckend im Juli 2020 vor Ort erfasst und dann ausgewertet wurden. Basis der Einzelhandelserhe-

¹ Hierunter ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale“ Ladeneinzelhandel zu verstehen. Dieser umfasst den gewerbsmäßigen Verkauf von Waren, ausschließlich oder überwiegend an den Endverbraucher, ohne Großhandel, den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren und ohne reine Onlineanbieter.

bung ist die in Abbildung 2 dargestellte Branchensystematik. Im Rahmen der Vor-Ort-Arbeiten wurden durch die GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen geprüft, um eine sachgerechte Beurteilung der Standortvoraussetzungen für den Einzelhandel zu ermöglichen. In der Innenstadt wurden die Erhebungsdaten zum Einzelhandel durch die sog. Komplementärnutzungen (d. h. konsumnahe Dienstleister, gastgewerbliche Betriebe, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Bildungseinrichtungen, öffentliche Verwaltung) und leerstehenden Ladeneinheiten ergänzt.

Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten vom statistischen Bundesamt, vom Hessischen Statistischen Landesamt sowie von diversen Branchenverbänden und Research-Unternehmen zur Verfügung. Weitere Informationen wurden von der Stadt Bürstadt zur Verfügung gestellt (u. a. Statistiken, Bebauungspläne, Angaben aus früheren Untersuchungen).

Abbildung 2: Verwendete GMA-Branchensystematik

Hauptwarengruppen	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie, Kosmetik, Parfümeriewaren / Apothekenwaren (ohne verschreibungspflichtige Arzneimittel), Sanitärwaren
Blumen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	Schnittblumen, Tiernahrung und -zubehör, Zeitschriften
Bücher, Schreib- und Spielwaren	Bücher, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel, Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele)
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Unterwäsche, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Sportartikel (Sportbekleidung, -schuhe)
Elektrowaren	Elektrohaushaltsgeräte (sog. weiße Ware wie z. B. Waschmaschinen, Kühlschränke, Herde), Telekommunikation (Telefone, Mobil- / Smartphones), Unterhaltungselektronik / Multimedia (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer und -Zubehör)
Hausrat, Einrichtung, Möbel	Haushaltswaren (Glas / Porzellan / Keramik), Möbel (inkl. Matratzen, Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel), Kücheneinrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Heimtextilien (Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Gardinen, Wolle, Stoffe), Leuchten und Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartengeräte, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)

GMA-Darstellung 2020

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (etwa bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu trennen:

- / **Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“)** umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren, Reformwaren sowie Tabakwaren.

- /// Als „**Nonfood**“ (Nichtlebensmittel) sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird unterschieden zwischen
 - **Nonfood I** (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) und
 - **Nonfood II** (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel, Heimwerker- und Gartenbedarf usw.)².

Die erhobenen Betriebe wurden folgenden **Lagekategorien** zugeordnet:

- /// **zentrale Lagen:** Lagen in zentralen Versorgungsbereichen der Stadt (vgl. hierzu Kap.I.3)
- /// **siedlungsräumlich integrierte Lagen:** Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in mindestens zwei Himmelsrichtungen)
- /// **siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen:** Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in maximal einer Himmelsrichtung).

Verkaufsfläche wird in dieser Analyse als die Fläche definiert, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Bedientheken), Kassenvorraum mit Pack- / Entsorgungszone und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume, Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen, auch wenn diese nur temporär zum Verkauf genutzt werden. Nicht dazu gehören reine Lagerflächen und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozial- und Toilettenräume.³

3. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Ziele der Einzelhandelssteuerung

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelssteuerung. Diese wird in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept**, die sog. „Sortimentsliste“, ordnet die einzelnen Sortimente als zentrenrelevant oder nicht-zentrenrelevant ein. Mithilfe des **Standortkonzeptes** erfolgt eine Funktionsteilung der einzelnen Einzelhandelslagen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes stellt ist aktuelle Einzelhandels- und städtebauliche Situation in der Kommune. Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhan-

² Vgl. EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, Köln 2020, S. 363.

³ Definition gemäß EHI Retail Institute: EHI handelsdaten aktuell 2020, Köln 2020, S. 363. Vgl. hierzu auch die Gerichtsurteile BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005.

dels anhand städtebaulicher Grundlagen. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar. **Erst durch einen Beschluss der Stadtverordnetenversammlung wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.**

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen⁴. Das Schutzziel ergibt sich aus § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Durch die Konzentration wichtiger Einzelhandelsbetriebe innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung von zentrenrelevanten Sortimenten voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzepts festgelegt werden. Für die Bauleitplanung in „unbeplanten“ Gebieten gibt § 9 Abs. 2a BauGB eine Handhabe zur Einzelhandelssteuerung.

Eine weitere Zielsetzung des Konzepts ist die **Sicherung und Weiterentwicklung der verbraucher-nahen Versorgung**. Das Schutzziel ergibt sich aus § 1 Abs. 6 Nr. 8a BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Eng hiermit verknüpft ist das Ziel einer auf Vermeidung und Verringerung von Verkehr ausgerichteten städtebaulichen Entwicklung (vgl. § 1 Abs. 6 Nr. 9 BauGB), denn eine verbrauchernahe Versorgung wird grundsätzlich zu einer Verringerung von Autoverkehr führen.

Als weitere Abwägungskriterien des § 1 Abs. 6 BauGB sind das **Ziel der Wahrung der Belange des Umweltschutzes**, einschließlich des Naturschutzes und der Landschaftspflege (vgl. § 1 Abs. 6 Nr. 7 BauGB), sowie das Ziel des Erhalts der Belange der Landwirtschaft (vgl. § 1 Abs. 6 Nr. 8b BauGB) zu beachten. Hieraus lässt sich eine Pflicht zur flächenschonenden Einzelhandelsentwicklung und zur Beachtung des Klimaschutzes ableiten.

Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. So können Gewerbegebiete durch einen Ausschluss von Einzelhandel für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

4. Rechtliche Rahmenbedingungen

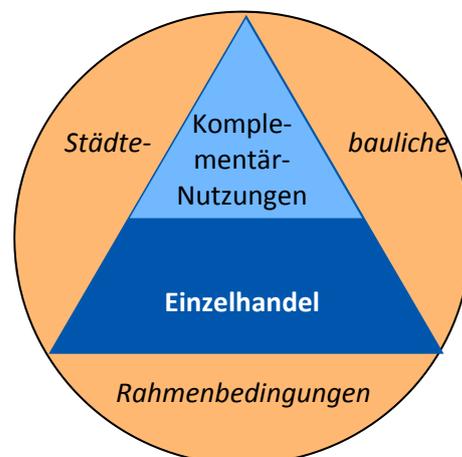
Das vorliegende Einzelhandelskonzept basiert auf städtebaulichen Grundsätzen, die das **Baugesetzbuch (BauGB)** und die **Baunutzungsverordnung (BauNVO)** sowie die dazu ergangene Rechtsprechung vorgeben. Außerdem sind die **raumordnerischen Ziele** der hessischen Landesplanung (Landesentwicklungsplan Hessen 2000, aktuell in Fortschreibung), konkretisiert durch den Hessischen Einzelhandelserlass vom 02.05.2005, und der einschlägigen Regionalplanung (Regionalplan Südhessen 2010) zu berücksichtigen.

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

Zur **kommunalen Steuerung des Einzelhandels** haben sich Einzelhandelskonzepte mit ihrem Instrument „Sortiments- und Standortleitbild“ bewährt. Durch Sortimentsfestsetzungen (zentrenrelevant vs. nichtzentrenrelevant) können zentrenrelevante Sortimente an unerwünschten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten) ausgeschlossen werden, um den erforderlichen Schutz der zentralen Versorgungsbereiche gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB und § 9 Abs. 2a BauGB zu gewährleisten.

Die notwendige **Definition der zentralen Versorgungsbereiche** kann sowohl auf den faktischen Verhältnissen als auch auf Planungen (wie einem städtebaulich fundierten Einzelhandelskonzept) beruhen⁵. Wesentlich ist, dass ein städtebaulich integrierter Bereich vorliegt, der tatsächlich als Zentrum fungiert und dabei über das unmittelbare Nahumfeld hinausgehend Versorgungsfunktionen übernimmt (also z. B. für die gesamte Stadt oder für größere Teilbereiche). Bei der räumlichen Abgrenzung des Versorgungsbereichs kommt dem Einzelhandel eine wichtige Funktion zu, jedoch nicht die alleinige: neben dem Einzelhandel sind auch Dienstleister, Gastronomiebetriebe, öffentliche Einrichtungen und bedeutende Infrastruktureinrichtungen (z. B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle) zu berücksichtigen, außerdem städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Topografie, Zäsuren, Ringstraße, markanter Wechsel der Bebauungsstruktur).

Abbildung 3: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche



GMA-Darstellung

Nach der aktuellen Rechtsprechung müssen für das Vorliegen eines **faktischen zentralen Versorgungsbereiches** die dort vorhandenen (oder geplanten) Einzelhandelsbetriebe in einem räumlichen und funktionalen Zusammenhang stehen, entsprechend der Bedeutung des Zentrums (Lage, Art, Zweckbestimmung). Wesentliche Kriterien sind die Wahrnehmbarkeit als zusammenhängende Versorgungslage (z. B. merklich höhere Anzahl oder Dichte von Betrieben, ohne stadträumliche Zäsuren), eine hohe Funktions- und Bestandsdichte, erhöhte Kunden- und Fußgänger-

⁵ Allerdings muss die Planungsabsicht bereits konkretisiert sein und ihre Umsetzung gem. §§ 14ff. BauGB in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen.

frequenzen, eine fußläufig zu bewerkstelligende Ausdehnung, eine gewisse städtebauliche Qualität sowie eine Versorgungsfunktion, die über den unmittelbaren Nahbereich hinausgeht.⁶

5. Herausforderungen für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt

Während die Einzelhandelsentwicklung bis vor einigen Jahren hauptsächlich von der Diskussion um mögliche Auswirkungen von sog. „Grüne Wiese-Standorten“ auf innerstädtische Geschäftslagen geprägt war, bestimmt seit Anfang dieses Jahrzehnts die fortgeschrittene Digitalisierung zunehmend die Diskussion um die Zukunft des stationären Einzelhandels.

5.1 Entwicklungen und Trends auf der Angebotsseite

Als wesentliche Herausforderungen für den Bürstädter Einzelhandel, die sich aus den vergangenen und kommenden Entwicklungen auf der Angebotsseite ergeben, sind zu nennen:

- Der sich seit den 1970er Jahren vollziehende **Strukturwandel** im deutschen Einzelhandel geht v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte. Gewinner sind dagegen filialisierte und discountorientierte Unternehmen, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen können.
- Ihre Marktbedeutung konnten v. a. großflächige Betriebstypen (z. B. Fachmärkte) und **preisbetonte Angebotsformen** (z. B. Discounter, SB-Märkte, Fabrikverkäufe, Internetverkauf) ausbauen. Da diese Anbieter bei ihren Standortkosten rigide sparen, siedelten sie sich zumeist außerhalb der Innenstädte an autokundenorientierten Standorten an. Das Verkaufsflächenwachstum vollzog sich somit v. a. an dezentralen und solitären Standorten, während die Geschäftslagen der Innenstädte und Nahversorgungszentren Bedeutungsverluste hinnehmen mussten. Besonders in Randlagen der Innenstädte sind heute vielerorts Fluktuation und Leerstände zu beobachten.
- Der kontinuierliche **Verkaufsflächenzuwachs** (v. a. durch die Zunahmen großflächiger Betriebsformen und neuer Angebotskonzepte mit großzügigen Präsentationsflächen) hat sich mittlerweile minimiert; seit dem Jahr 2007 sind nur noch Wachstumsraten von unter 1 % pro Jahr zu verzeichnen⁷. Hauptursache dafür ist die wachsende Konkurrenz durch den Onlinehandel (E-Commerce).
- Anders als der stationäre Einzelhandel kann der **Onlinehandel** jährlich zweistellige Wachstumsraten erzielen (laut HDE +11,0 % im Jahr 2019). Wachstumsimpulse liefern v. a. die Marktplätze von Amazon⁸. Nach Angaben des HDE liegt der Marktanteil des

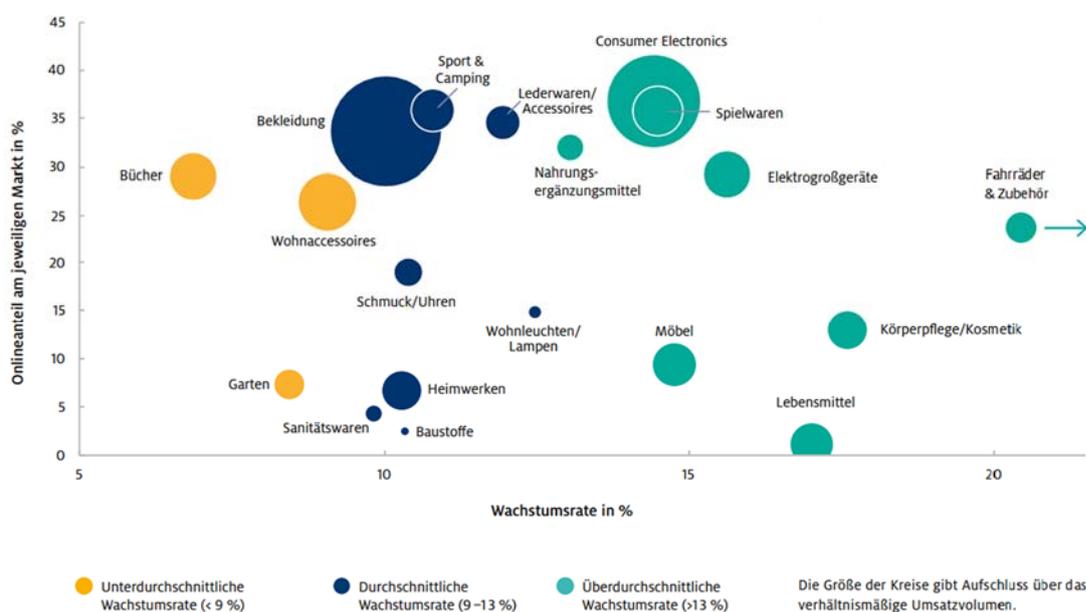
⁶ Vgl. BVerwG, 11.10.2007 – 4 C 7.07. In seiner Entscheidung vom 17.12.2009 – 4 C 2.08 – hat das BVerwG klargestellt, dass auch größere Stadtteilzentren und Nahversorgungszentren als zentrale Versorgungsbe-
reiche angesehen werden können, wenn diese über ihren direkten Nahbereich hinaus im fußläufigen Um-
feld die Grundversorgung für eine größere Bevölkerungszahl sicherstellen.

⁷ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2020, S.67; EHI handelsdaten aktuell 2013, S. 82.

⁸ Quelle: HDE / IfH Köln: Handel digital – Online-Monitor 2020, S. 3.

Onlinehandels im Einzelhandel i. e. S. (alle Warengruppen) aktuell bei 10,9 %, insgesamt wurden 2019 ca. 59,2 Mrd. € (Netto) online erzielt⁹. Knapp die Hälfte der Onlineumsätze in Deutschland 2019 entfielen auf Amazon (Eigenhandel und Amazon Marketplace)¹⁰. Der Onlinehandel hat inzwischen **alle Warengruppen** erfasst. Besonders hoch sind die Marktanteile des Onlinehandels bei Unterhaltungselektronik / Fotobedarf, Spielwaren, Sport und Camping sowie Mode / Schuhen / Accessoires (jeweils über 30 %), Elektrogroßgeräten, Büchern, Wohnaccessoires, Büro- und Schreibwaren (jeweils zwischen 25 und 30 %) sowie bei Uhren und Schmuck (knapp 20 %).¹¹ Damit sind **besonders die Innenstadtleitsortimente durch die Online-Konkurrenz betroffen**.

Abbildung 4: Wachstumsraten und Onlineanteile nach Warengruppen 2019



Quelle: HDE Online-Monitor 2020, S. 16

Auch bei Gütern des kurzfristigen Bedarfs erringt der Onlinehandel teils beachtliche Marktanteile, so etwa bei Nahrungsergänzungsmitteln (ca. 32 %), Heimtierbedarf (ca. 21 %) und Körperpflege / Kosmetik (ca. 13 %). Beim Einkauf von Lebensmitteln des täglichen Bedarfs spielt der Onlinehandel in Deutschland aber wegen der hohen Verbraucheransprüche an Frische, Aussehen und Preis der Waren sowie der zusätzlichen Umweltbelastung durch Lieferung und Verpackung bislang keine weit verbreitete Rolle (Umsatzanteil des Onlinehandels im deutschen Lebensmitteleinzelhandel derzeit ca. 1,1 %). Allerdings ist auch hier eine langsam steigende Tendenz festzustellen, wozu zum einen Nischenanbieter (z. B. Delikatessen, Bio- und Erzeuger-Produkte) beitragen,

⁹ Quelle: HDE / IfH Köln: Handel digital – Online-Monitor 2020, S. 8. In den Online-Umsätzen sind nicht nur reine Internethandelsunternehmen enthalten, sondern auch Online-Marktplätze (Amazon Marketplace, eBay etc.) sowie Multichannel-Anbieter, d. h. stationäre Einzelhändler mit Onlineshops, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind.

¹⁰ Quelle: HDE / IfH Köln: Handel digital – Online-Monitor 2020, S. 25.

¹¹ Quelle: HDE / IfH Köln: Handel digital – Online-Monitor 2020, S. 18.

zum anderen Online-Vertriebskanäle der etablierten Lebensmittelketten (z. B. mit Liefer- und Abholdiensten in Ballungsgebieten) sowie auch Amazon. Bei Drogeriewaren und Hygienepapier liegt der Online-Marktanteil aktuell bei ca. 1,7 %.¹²

5.2 Entwicklungen und Trends auf der Nachfrageseite

Als wesentliche Einflussfaktoren auf der Nachfrageseite sind folgende Aspekte anzusprechen:

- **Gesellschaftliche und demografische Wandlungsprozesse** (u. a. Verschiebung der Altersstruktur, Migration, Trend zu kleineren Familieneinheiten) haben **Präferenzverschiebungen** bewirkt und dadurch Veränderungen im Einzelhandel ausgelöst. Wenngleich die Altersgruppe der Senioren jetzt schon deutlich agiler und mobiler ist als frühere Generationen, wird wegen der wachsenden Lebenserwartung der Anteil der Personen mit erhöhtem Service- und Dienstleistungsbedarf noch zunehmen. Daneben wächst die Generation der „Digital Natives“ in das konsumfähige Alter hinein und prägt das Nachfrageverhalten (v. a. durch zunehmende Nutzung von Onlinehandel).
- Von dem bis 2019 zu beobachtenden Aufschwung der Konjunktur in Deutschland profitierte auch das **Konsumklima**. Dies hat zu einem weiteren Anstieg der Umsätze im Einzelhandel geführt. Für die kommenden Jahre ist allerdings wegen der Corona-Krise von einem ernsten Konjunkturreinbruch auszugehen. Eine daraus folgende Kaufzurückhaltung dürfte v. a. modische Güter sowie Güter des langfristigen Bedarfs (auch wegen der bereits recht hohen Ausstattungsquote in Deutschland) betreffen. Auch steigende Aufwendungen für Mieten und Gesundheitsvorsorge könnten zu einer Dämpfung der Einzelhandelsnachfrage führen.
- Die hohe Kunden-Mobilität hat die Wertigkeit von Einkaufslagen verändert und den Siegeszug von autokundenorientierten Standorten erst möglich gemacht. Die bisherige Präferenz des Autos als bevorzugtes **Verkehrsmittel für den Einkauf** bedingte einen großen Stellplatzbedarf, was v. a. den Handel in der Innenstadt vor Herausforderungen stellt. Zwar ist mittlerweile eine zunehmende Sensibilität von Verbrauchern und Politik gegenüber Staus, Luftverschmutzung und Lärm durch Pkw- und Lieferverkehr zu bemerken, jedoch ist bisher noch keine flächendeckende „Verkehrswende“ eingetreten. Hinzu kommt, dass auch ein Warentransport per Zustelldienst oder mit dem Fahrrad neue städtebauliche Herausforderungen für die Verkehrsgestaltung mit sich bringen wird.
- Die zunehmend gut informierten deutschen Verbraucher zeigen ein preissensibles Nachfrageverhalten, was v. a. durch steigende Ausgaben der Konsumenten für andere Positionen (z. B. Energie, Miete, Gesundheit, Freizeit, Abgaben), aber auch durch

¹² Marktanteile: Quelle: HDE / IfH Köln: Handel digital – Online-Monitor 2020, S. 16, 18.

„Schnäppchenlust“ bedingt ist. Zugleich sind die **Ansprüche der Kunden an den Einzelhandel stetig gewachsen**. Mit Anstieg des Einkommens- und Bildungsniveaus tritt zudem eine **Ausdifferenzierung der Nachfrage** auf, die auch häufig ein stärkeres Qualitäts- und Nachhaltigkeitsbewusstsein und eine stark gewachsene Nachfrage nach Biolebensmitteln beinhaltet.

Abbildung 5: Aktuelle Konsumtrends des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Konsumentenforschung 2020

Bezüglich der Innenstadt zeigen Zeitreihenbefragungen, dass das Thema „**Einkaufen**“ mittlerweile nicht mehr nur der dominierende Besuchsgrund der Innenstädte ist. Stattdessen wird das City-Shopping immer stärker mit anderen Aktivitäten verknüpft, etwa mit Arztbesuchen, Wahrnehmen von Kultur- oder Bildungsangeboten oder mit anderen Freizeitaktivitäten wie Gastronomiebesuche oder Bummeln / Flanieren.

Festzuhalten ist, dass Kunden bei austauschbaren Waren nur dann einen tendenziell höheren Preis im stationären Einzelhandel akzeptieren, wenn hiermit ein echter **Zusatznutzen** verbunden ist, der die geringere Bequemlichkeit (im Vergleich zum Onlinehandel) aufwiegt. Beispielsweise können Geschäfte mit attraktiver Angebotsvielfalt, inspirierender Darbietung, hoher Beratungsqualität, schneller Erhältlichkeit oder zusätzlichen Dienstleistungen und Annehmlichkeiten punkten. Erfolgsfaktoren bei (Innen-)Städten sind Aufenthaltsqualität, Übersichtlichkeit, Multifunktionalität / Synergieeffekte, kurze Wege).

5.3 Entwicklungen und Trends in der Nahversorgung

Anders als der stationäre Nonfood-Einzelhandel ist der **Lebensmitteleinzelhandel bislang nicht stark vom Onlinehandel geprägt**. Der Onlinehandel mit Nahrungs- und Genussmitteln wird zwar

von den Verbrauchern teilweise auch akzeptiert (z. B. für Spezialitäten, Wein usw.), jedoch stellt das Internet für weite Bereiche des Lebensmittelhandels aufgrund der erforderlichen Frische und schonenden Verpackung der Waren (noch) keine verbreitete Angebotsform dar. Bei den strukturprägenden Anbietern im Lebensmittelhandel, den großen Handelsketten, lässt sich vielmehr von Digitalisierungsgewinnern sprechen, wenn sie es schaffen, dem anonymen Einkauf im Internet ein ansprechendes Einkaufserlebnis vor Ort mit einer großen Auswahl an frischen Lebensmitteln gegenüber zu setzen und zugleich die Vorteile moderner digitaler Warenwirtschaftssysteme für sich zu nutzen.

Für die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs kommt modernen **Lebensmittelmärkten eine besondere Bedeutung** zu, da sie nicht nur ein qualifiziertes Hauptsortiment an Lebensmitteln, Getränken und Drogeriewaren bieten, sondern auch die wichtigsten weiteren Sortimente des kurzfristigen Bedarfs (z. B. Zeitschriften, Schnittblumen, Schreibwaren) zumindest ausschnittsweise vorhalten. Moderne Lebensmittelmärkte sind daher als Garanten einer qualitätvollen Nahversorgung anzusehen, darüber hinaus auch als Leitbetriebe der Einzelhandelsstruktur. Ergänzende Funktionen für die Grundversorgung übernehmen kleinere Lebensmittelfachgeschäfte, Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Getränkemärkte, Convenience-Shops (Kioske, Tankstellen) und Hofläden. Kleinere Lebensmittelgeschäfte leiden an strukturell bedingten Kostennachteilen gegenüber größeren Filialisten.

Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel konnte mit zunehmend attraktiver werdenden Läden seine Umsatzleistung in den letzten Jahren stetig vergrößern (+19 % zwischen 2012 und 2019). Unter den **Betriebsformen** entfällt nach wie vor der größte Marktanteil auf Discounter (ca. 45 % des Umsatzvolumens im Jahr 2019); Supermärkte kommen auf ca. 31 %, Große Supermärkte auf ca. 10 %, SB-Warenhäuser auf ca. 11 % und sonstige Lebensmittelgeschäfte auf ca. 3 %.¹³ Discounter sind wegen des Preisvorteils und ihres übersichtlichen Sortiments bei den deutschen Verbrauchern sehr beliebt. Vollsortimenter (Supermärkte und Große Supermärkte) profilieren sich v. a. durch Sortimentsbreite, Frische, Convenience, Service, Ladenatmosphäre und persönliche Kundenansprache; um diese Vorteile auszubauen, benötigen Vollsortimenter zunehmend größere Flächen. Zunehmende Nachfrage erfahren spezialisierte Anbieter von Biolebensmitteln (Biosupermärkte und Naturkostläden mit Käse- und Fleischtheke und integrierter Bio-Bäckerei, Hofläden, Reformhäuser, Unverpacktläden).

In Reaktion auf die zunehmende Konkurrenz von Onlineanbietern bei Nonfoodartikeln haben sowohl Vollsortimenter als auch Discounter ihr Angebot umstrukturiert; sie profilieren sich jetzt deutlich stärker als noch vor 10 Jahren durch ein **qualitätvolleres und ausdifferenzierteres Lebensmittelangebot** (z. B. durch hohen Anteil an Frischeprodukten, Markenartikeln, Biolebensmitteln, regional erzeugten Lebensmitteln, fair gehandelten Waren usw.). Zugleich haben die

¹³ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, S. 78; Köln 2020; GMA-Berechnungen.

deutschen Lebensmittelunternehmen im vergangenen Jahrzehnt ihre Umsatzanteile mit Nahrungs- und Genussmitteln deutlich ausgebaut, während die Umsätze mit Nonfood sanken.

Als **Verkaufsfläche** weisen Discounter heute im Durchschnitt ca. 790 m² VK¹⁴ auf, wobei mittlerweile Größen zwischen 1.000 und 1.700 m² VK von den Betreibern als marktgerecht angestrebt werden. Supermärkte verfügen über eine Durchschnittsgröße von ca. 1.030 m² VK; bei neuen Objekten werden von den Betreibern aber nach Möglichkeit Einheiten von ca. 1.500 – 2.500 m² VK geplant. Hinzu kommen ggf. Flächen für ergänzende Betriebe wie etwa Backshops. Der **wachsende Flächenbedarf** von modernen Lebensmittel- und Drogeriemärkten ist v. a. auf die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben zurückzuführen, die auch eine Ausweitung der Sortimente mit sich brachten, außerdem auf steigende Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation sowie Optimierungsvorgaben der internen Logistik.

5.4 Konsequenzen für die (Innen-)Stadtentwicklung von Bürstadt

Aufgrund des großen Flächenbedarfs, nicht nur für die Gebäude selbst sondern auch für die dazugehörigen Stellplätze, sind moderne Lebensmittelmärkte **zunehmend schwer in das innerörtliche Standortgefüge und in das Ortsbild zu integrieren**, auch weil sie erhebliche Verkehrsströme zu sich lenken. Hinzu kommt, dass die bisher typischen eingeschossigen Lebensmittelmärkte mit vorgelagerten Parkplätzen von den Bürgern in der traditionellen Innenstadt oder in Wohngebieten aus Optik-, Verkehrs- und Lärmgründen oft gar nicht erwünscht sind. Eine Lösung im Sinne einer nachhaltigen, „raumsparenden“ Siedlungspolitik könnte es sein, in verdichteten Stadtbereichen verstärkt Märkte in mehrgeschossiger Bauweise zu errichten, die im Erdgeschoss die Handelsnutzung und in weiteren Geschossen Parkierung und ggf. andere Nutzungen enthalten.

Der **Onlinehandel** hat seinen festen Platz in der „Standortwahl“ der Konsumenten gefunden. Von einer weiter wachsenden Bedeutung ist insbesondere im Nonfood-Bereich auszugehen. Dadurch wird der Flächenbedarf im stationären Einzelhandel tendenziell sinken. Dies betrifft insbesondere die Innenstadtleitsortimente. Gleichzeitig steigt aber der Flächenbedarf für Lager und Logistik bzw. Onlinehändler in den Gewerbegebieten.

Die Zunahme des Onlinehandels kann allerdings nicht gleichgesetzt werden mit einem automatischen Umsatzrückgang bei den etablierten Einzelhändlern in gleicher Höhe. Vielmehr können die etablierten Einzelhandelsgeschäfte auch **vom Onlinehandel profitieren**, indem sie anstelle des reinen Offline-Ladenverkaufs künftig Multichannel-Strategien verfolgen, etwa durch zusätzlichen Verkauf über die eigene Webseite, Verkauf über Marketplace-Plattformen (z. B. Amazon, Ebay), Zustellung durch Lieferservice oder Teilnahme an Click-and-Collect-Konzepten¹⁵). Dies hat sich

¹⁴ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, S. 79f.; Köln 2020; GMA-Berechnung.

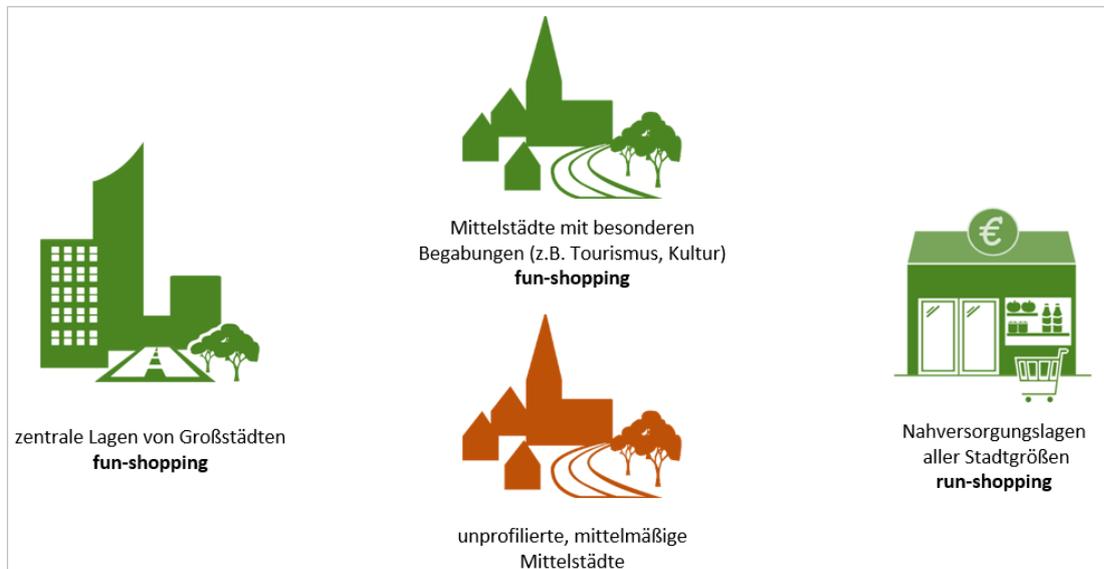
¹⁵ Bei Click-and-Collect-Konzepten recherchieren und bezahlen die Kunden die gewünschten Produkte zunächst online, bevor sie ihre Ware in einem stationären Einzelhandelsgeschäft abholen. Dadurch können die Kunden die Ware vor ihrer endgültigen Abnahme noch prüfen und zudem Versandgebühren sparen.

auch im „Shutdown“ der Corona-Krise gezeigt, wo sich Betriebe durch Onlinehandel teilweise „am Leben erhalten“ haben. Da mit der Darstellung des eigenen Angebots im Internet nicht mehr alle Waren auch tatsächlich im eigenen Laden ausgestellt werden müssen, kann das Internet auch zur „Vergrößerung des Ladenlokals“ genutzt werden; dies ist insbesondere für Kleinflächen- und Nischenanbieter von Vorteil. Zudem bietet das Internet, ebenso wie soziale Medien, neue Möglichkeiten zur gezielten Ansprache, Information und Bindung von Kunden. Entscheidend für die künftige Stellung des einzelnen Händlers ist vielmehr die Bereitschaft (und finanzielle Möglichkeit), digitale Medien in sein stationäres Geschäft zu integrieren, die Online-Handelskanäle intensiv zu pflegen und ein effizientes Shopsystem zu implementieren. Voraussetzung hierfür sind eine umfassende Marketing- und Absatzstrategie für die Onlinewelt, ein gekonntes Webdesign und ein professionelles Warenwirtschaftssystem im Unternehmen.

Für die kommenden Jahre sind weitere **Verdrängungsprozesse** zu Lasten von schwachen Anbietern bzw. schwachen Nebenlagen zu erwarten. Die Hauptursachen hierfür sind gestiegene Ansprüche der Kunden, Marktsättigungserscheinungen (z. B. in den Branchen Spielwaren, Bücher, Hausrat, Haushaltsgroßgeräte), strukturelle Veränderungen (z. B. die gerade für Mittelzentren typischen Konzentrationsprozesse) oder auch individuelle Gründe (z. B. Altersnachfolgeprobleme).

Absehbar ist auch, dass sich die **Polarisierung zwischen dem sog. „Run-Shopping“** (versorgungsorientierter Routineeinkauf) **und dem „Fun-Shopping“** (freizeitorientierter Spaßverkauf) fortsetzen wird, was besonders für Anbieter bzw. Angebotsstandorte der sog. „unprofilierten Mitte“ zu Problemen führen wird. Die Erkenntnisse aus zahlreichen Image- und Besucherbefragungen der GMA in Innenstädten machen aber deutlich, dass der digitale Wandel durchaus auch Chancen für Innenstädte beinhalten kann. Gewinner sind v. a. **attraktive und multifunktionale Innenstädte**, wo der Einzelhandel auf wenige, eng umrissene Bereiche konzentriert ist und eine hohe funktionale Dichte durch Einbindung weiterer Nutzungen besteht (Gastronomie, Dienstleistungen, Events usw.). Auch wohnortnahe und gut erreichbare Nahversorgungslagen können profitieren, wenn sie mit Zeitersparnis und kurzen Wegen punkten können. Deutlich wird daraus, dass v. a. die Bürstädter Innenstadt sich weiter hin zu einem gesamtstädtisch bedeutsamen Kommunikations-, Versorgungs- und Lebensraum entwickeln muss.

Abbildung 6: Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels



GMA-Grundlagenforschung 2020

Die Herausforderungen, die sich hieraus für die Einzelhandels- und Stadtplanung ergeben, lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- / **Noch stärkere Konzentration des Einzelhandels** durch Fokussierung auf wenige, eng definierte Bereiche
- / **Förderung der funktionalen Dichte im zentralen Versorgungsbereich** durch Entwicklung und Einbindung weiterer Nutzungen (z. B. Gastronomie-, Gesundheits-, Kultur-, Freizeit- und Bildungseinrichtungen) und Förderung der Wohnfunktion im Bereich der Innenstadt
- / Konsequente **Aufwertung des öffentlichen Raumes** für alle Nutzergruppen sowie Schaffung einer Atmosphäre, die zum Verweilen einlädt
- / Erhalt von wohngebietsnahen Lebensmittelmärkten als Garanten einer **zukunftsfähigen, verkehrsreduzierenden Grundversorgung vor Ort**.

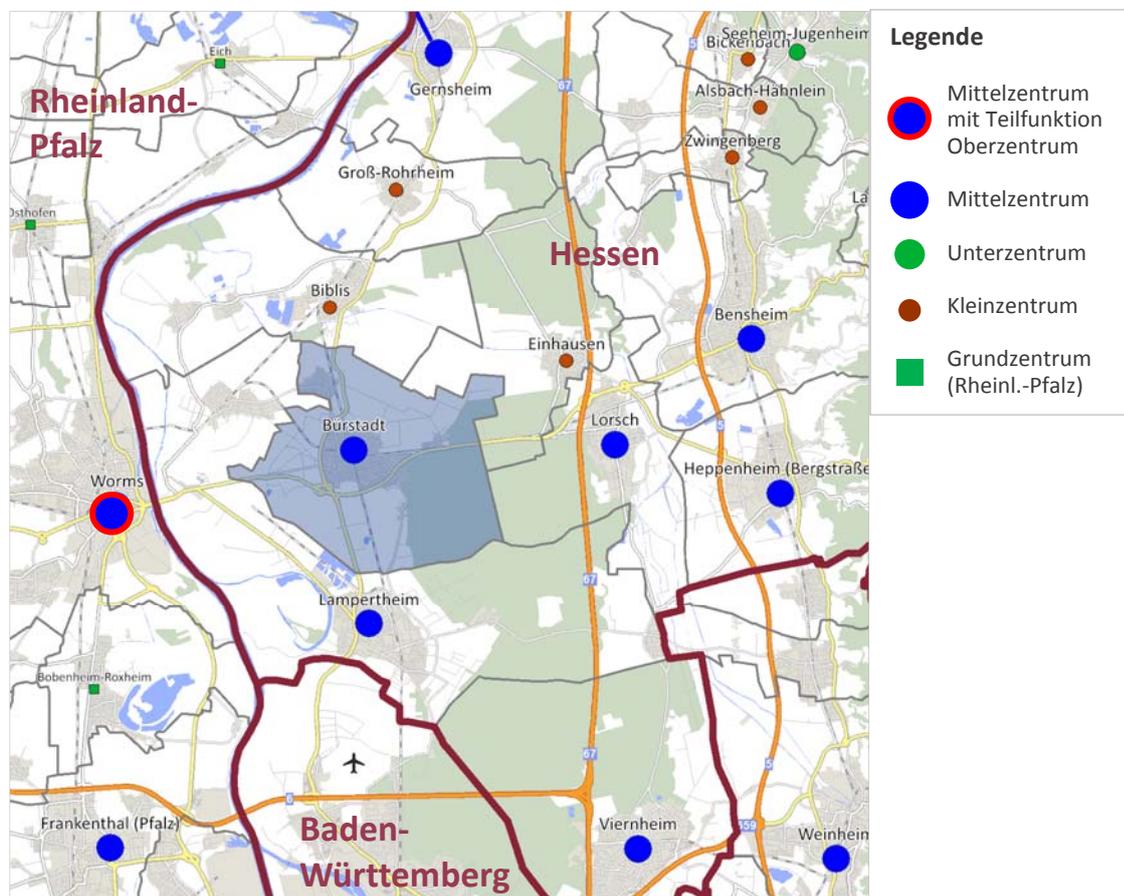
6. Einzelhandelsstandort Bürstadt

6.1 Wesentliche Strukturdaten der Stadt Bürstadt

Die Stadt Bürstadt ist durch ihre Lage im südhessischen Ried, zwischen dem Rhein und der Bergstraße, geprägt. Im Stadtgebiet leben **aktuell ca. 17.100 Einwohner**¹⁶.

Bürstadt ist als **Mittelzentrum** in der Region Südhessen bzw. in der länderübergreifenden Metropolregion Rhein-Neckar ausgewiesen (vgl. Karte 1). Der zugeordnete Mittelbereich umfasst laut LEP Hessen den gesamten Landkreis Bergstraße. In diesem Bereich gibt es mit Bürstadt, Bensheim, Heppenheim, Lampertheim, Lorsch und Viernheim insgesamt 6 Mittelzentren. Jenseits des Rheins liegt die Stadt Worms (Mittelzentrum mit Teilfunktion Oberzentrum).

Karte 1: Lage von Bürstadt und zentralörtliche Struktur in der Region



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende
Kartengrundlage GfK GeoMarketing,
Datengrundlage GfK GeoMarketing
© Microsoft, Nokia
GMA-Bearbeitung 2020

¹⁶ Quelle: Stadt Bürstadt, ca.-Werte gerundet. Die Angaben der Stadt weichen von denen des Statistischen Landesamtes etwas ab.

Das Stadtgebiet umfasst die Kernstadt sowie die hiervon abgesetzten Stadtteile Bobstadt und Riedrode, außerdem den Weiler Boxheimerhof. Der Einwohnerschwerpunkt liegt in der Kernstadt, wo etwa 79 % der Gesamtbevölkerung lebt. In Bobstadt wohnen rund 2.800 Einwohner (knapp 17 %), in Riedrode rund 800 Einwohner (unter 5 %).¹⁷

Die **Siedlungsstruktur** der Kernstadt ist kompakt; sie wird von der B 44, der B 47 und den Trassen der Nibelungenbahn und der Riedbahn umrahmt. Deutliche Zäsuren innerhalb der Kernstadt bilden die beiden Bahntrassen, die sich am Bahnhof kreuzen. Die Kernstadt wird ganz überwiegend von Wohnnutzungen geprägt. Im Nordosten der Kernstadt, jenseits der Bahntrassen, liegt nördlich der Industriestraße das Industriegebiet Nordost. Zwei kleinere Gewerbegebiete befinden sich im Westen der Kernstadt in den Bereichen Die Lächner und westlich der Mainstraße.

Innerstädtische Hauptverkehrsstraßen der Kernstadt sind in Nord-Süd-Richtung die Achse Mainstraße – Lampertheimer Straße, in West-Ost-Richtung die Nibelungenstraße (historische Landstraßenverbindung zwischen Worms und Lorsch) und die Industriestraße, die das Industriegebiet erschließt. Da die Bundesstraßen B 44 und B 47 das Kernstadtgebiet zu etwa zwei Dritteln umschließen, ist die Kernstadt von überörtlichen Verkehrsströmen entlastet. Die B 44 und B 47 kreuzen sich unmittelbar südwestlich der Kernstadt im sog. „Bürstädter Kreisel“, hier bindet auch die Lampertheimer Straße als südliche Hauptzufahrt zur Innenstadt an. Im Norden der Kernstadt gibt es eine weitere Zufahrt zur B 44 (Anbindung der Mainstraße und der L 3411 nach Bobstadt), zwischen der Kernstadt und Riedrode eine Zufahrt zu B 47 (Anbindung der Nibelungenstraße).

Weitere wesentliche Eigenschaften der Stadt Bürstadt als Standort für den Einzelhandel sind der Tabelle 1 zu entnehmen.

Die Stadt konnte im letzten Jahrzehnt eine spürbare **Einwohnerzunahme** von rund 5 % verzeichnen. Diese war v. a. auf die Besiedlung des großen Wohnneubauebiets „Sonneneck“ (1. – 4. Bauabschnitt) im Osten der Kernstadt zurückzuführen.

Zwei geplante Neubaugebiete („Sonneneck 5. BA“¹⁸, „Langgewann 1. BA“¹⁹ in Bobstadt) sowie weitere Vorhaben für verdichteten Wohnungsbau im Kernstadtgebiet (u. a. Geschosswohnungsbau am Beethovenplatz und auf dem „Freizeitkicker-Gelände“ östlich des Netto-Marktes) lassen eine Fortführung des positiven Bevölkerungstrends erwarten.

¹⁷ Quelle: Stadt Bürstadt, Stand 31.12.2019; entnommen aus: <https://www.buerstadt.de/de/rathaus-politik/ueber-buerstadt/zahlen-und-fakten>.

¹⁸ Hier sind 57 Baugrundstücke für Einzel- und Doppelhäuser (mit je max. zwei Wohnungen) geplant, die Erschließungsmaßnahmen sollen im Herbst 2020 beginnen.

¹⁹ Hier sind 29 Baugrundstücken für Einzel- und Doppelhäuser (mit je max. drei Wohnungen) geplant, die Erschließungsmaßnahmen sollen im Herbst 2020 beginnen.

Tabelle 1: Wesentliche Standorteigenschaften der Stadt Bürstadt als Standort für den Einzelhandel

Kriterium	Charakteristika der Stadt Bürstadt
Lage im Raum	südhessisches Ried, zwischen dem Rhein und der Bergstraße, jeweils ca. 15 km in die Kreisstadt Heppenheim und nach Bensheim, ca. 10 km nach Worms auf der linken Rheinseite
Landkreis	Landkreis Bergstraße (insgesamt 270.366 EW) ^{*1} ; hier fünftgrößte Kommune
Landesplanerische Funktion	Mittelzentrum im Verdichtungsraum der Planungsregion Südhessen und im hochverdichteten Kernraum der Metropolregion Rhein-Neckar
Mittelbereich	gesamter Landkreis Bergstraße; gemeinsam mit den Mittelzentren Bensheim, Heppenheim, Lampertheim, Lorsch und Viernheim
Nahbereich	Stadt Bürstadt
Verkehrliche Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> /// Im MIV sehr gut: <ul style="list-style-type: none"> ▪ B 44 (Groß-Gerau – Gernsheim – Mannheim) ▪ B 47 (Worms – Bensheim – Michelstadt) ▪ Autobahnen A 67, A 5 und A 61) über die B 47 in kurzer Entfernung ▪ Landesstraße L 3411 (Hofheim – Bobstadt – Bürstadt) /// im ÖPNV gut: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Regionalbahnlinien nach Frankfurt, Mannheim, Bensheim u. Worms ▪ mehrere Regionalbuslinien und eine Stadtbuslinie im VRN-Netz
Wirtschaftsstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// rund 3.900 Beschäftigte^{*2} /// negativer Pendlersaldo (-2.900)^{*2} /// Branchenstruktur ausgewogen (ca. 11 % der Beschäftigten im Primärsektor, ca. 34 % im Produzierenden Gewerbe, ca. 26 % im Sektor Handel / Verkehr / Gastgewerbe und knapp 30 % im Dienstleistungsbereich)^{*2}
Einzelhandelsstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Gesamtumsatz (2020)^{*3}: 70,7 Mio. € /// Zentralitätskennziffer des Einzelhandels (2020)^{*3}: 75,1 /// Kaufkraftkennziffer (2020)^{*4}: 101,5
Fläche	ca. 34,46 km ² , davon ca. 21 % Siedlungs- und Verkehrsfläche ^{*7}
Bevölkerungsaufkommen und -entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> /// Bevölkerung (2020)^{*1}: 16.463 EW /// Bevölkerung 2009 – 2019^{*5}: +5,3 % /// Einwohnerprognose 2035^{*6}: ca. 16.800 EW
Bevölkerungsdichte	ca. 478 EW je km ² (Kreisdurchschnitt: 376 EW je km ²) ^{*1}
Altersdurchschnitt	44,2 Jahre (Kreisdurchschnitt: 45,4 Jahre) ^{*8}

*1 Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand 31.03.2020, nur Hauptwohnsitze, ca.-Werte gerundet

*2 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand 30.06.2019, ca.-Werte gerundet

*3 Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2020 basierend auf © Statistisches Bundesamt

*4 Quelle: Michael Bauer Research (MBR), 2020.

*5 Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand jeweils 31.12., nur Hauptwohnsitze, ca.-Werte gerundet

*6 Quelle: Hessen Agentur GmbH: Bevölkerungsvorausschätzung für Hessen und seine Regionen als Grundlage der Landesentwicklungsplanung (Stand Oktober 2019).

*7 Quelle: Stadt Bürstadt; entnommen aus: <https://www.buerstadt.de/de/rathaus-politik/ueber-buerstadt/zahlen-und-fakten>

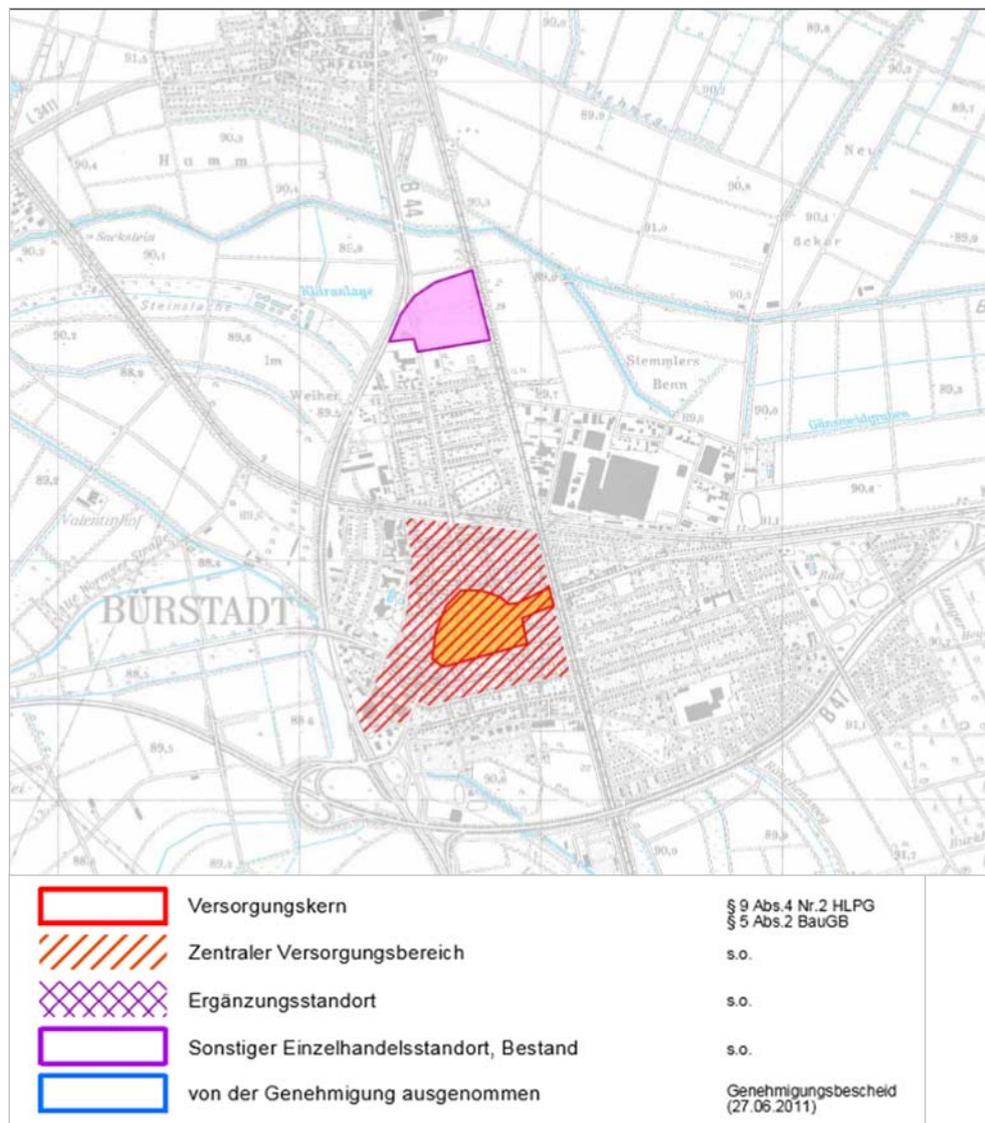
*8 Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand 31.12.2019, nur Hauptwohnsitze

6.2 Standortgefüge des Einzelhandels in Bürstadt

Der Großteil des Bürstädter Einzelhandels befindet sich in der Stadtmitte und am Fachmarktstandort „Biblis Pfad“ am Nordrand der Kernstadt. Diese Angebotsschwerpunkte werden auch im Regionalplan Südhessen / Regionaler Flächennutzungsplan anerkannt.

In der Stadtmitte konzentrieren sich die Einzelhandelsbetriebe und ergänzenden Nutzungen auf das Umfeld der zentralen Kreuzung Nibelungenstraße / Mainstraße / Lampertheimer Straße, außerdem auf die Wilhelminenstraße, Marktstraße und Nibelungenstraße (= Versorgungskern). Über den Versorgungskern hinausgehend umfasst die derzeitige Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Regionalplan Südhessen auch angrenzende Teile der Kernstadt bis hin zum Gewerbegebiet Lächner (vgl. Abb. 7). Mit der bevorstehenden Fortschreibung des RegFNP soll dies allerdings geändert werden.

Abbildung 7: Auszug aus dem Regionalen Flächennutzungsplan Südhessen 2010 zum großflächigen Einzelhandel im Mittelzentrum Bürstadt



Quelle: Regionaler Flächennutzungsplan Südhessen 2010, Beikarte 2: Regionaler Einzelhandel

Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt im Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“ (bedingt durch mehrere hier ansässige Lebensmittel- und Fachmärkte). Weitere mittel- und großflächige Anbieter sind im Industriegebiet Nordost und im Gewerbegebiet Die Lächner / Weidenweg etabliert, ohne dort jedoch zusammenhängende Versorgungslagen auszubilden.

6.3 Grundlagen der bisherigen Einzelhandelssteuerung (Einzelhandelsentwicklungskonzept Bürstadt 2009)

Die bisherige Einzelhandelssteuerung in der Stadt Bürstadt beruht auf einem Einzelhandelsentwicklungskonzept der GMA (2009). Als wesentliche Zielsetzungen werden die Festigung und Weiterentwicklung der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Bürstadt sowie eine Stabilisierung und Weiterentwicklung der Innenstadt als Einzelhandelsplatz benannt.

Die sog. „Bürstädter Liste“ definiert zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente.

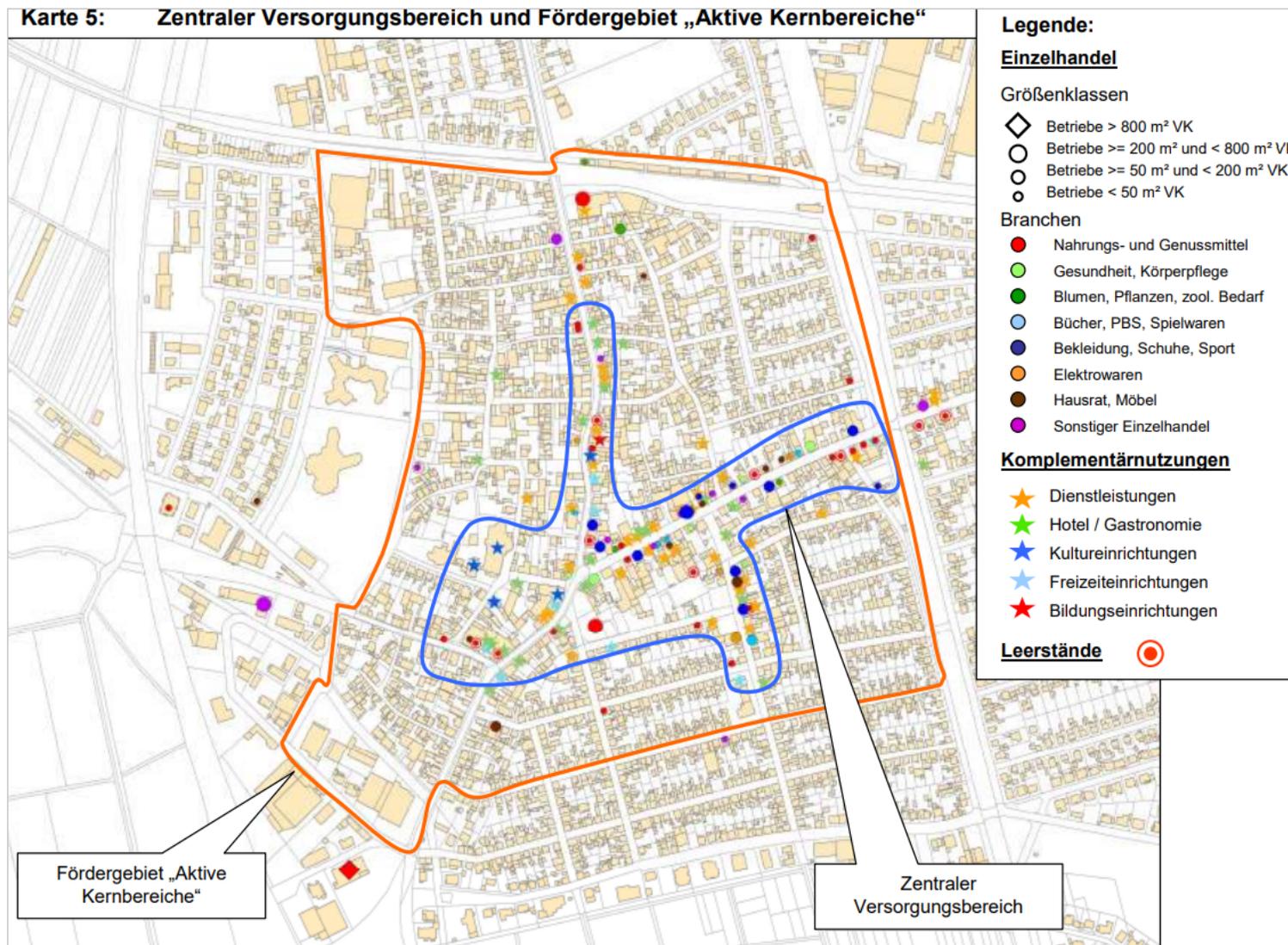
Abbildung 8: Sortimentskonzept Bürstadt 2009 („Bürstädter Liste 2009“)

<u>zentrenrelevante Sortimente</u>	<u>nicht-zentrenrelevante Sortimente</u>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ → Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk ▪ → Reformwaren ▪ → Papier- und Schreibwaren, Zeitschriften, Bücher, Briefmarken ▪ → Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika, Apothekerwaren, Sanitäts-, Orthopädiewaren ▪ → Schnittblumen ▪ → Oberbekleidung, Wäsche, Kürschnereien, Wolle, Kurzwaren / Handarbeiten, Stoffe, sonst. Textilien ▪ → Schuhe, Lederbekleidung, Lederwaren, Modewaren inkl. Hüte, Accessoires und Schirme, Orthopädie ▪ → Spielwaren, Bastelartikel ▪ → Sportartikel ▪ → Nähmaschinen und Zubehör ▪ → Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik, Kunstgewerbe, Geschenkartikel, Stahlwaren ▪ → Uhren, Schmuck, Silberwaren ▪ → Fotowaren ▪ → Musikalienhandel, Bild- und Tonträger ▪ → optische und feinmechanische Erzeugnisse ▪ → Telekommunikations- und EDV-Bedarf ▪ → Unterhaltungs- und Haushaltselektronik, Kleinelektronikgeräte ▪ → Heimtextilien, Bettwaren, Gardinen und Zubehör ▪ → Beleuchtungskörper 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ → Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Badeeinrichtungen und -ausstattung, Sanitär / Fliesen, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen ▪ → Möbel / Küchen / Büromöbel / Matratzen / Sanitär / Badeinrichtung ▪ → Teppiche / Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten, Malereibedarf ▪ → Elektrogroßgeräte („Weiße Ware“), Herde, Öfen, Elektroeinbaugeräte, Haushaltstechnik ▪ → Holz, Bauelemente wie z.B. Fenster und Türen ▪ → Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel, Pflanzgefäße, Gartenmöbel, Gartenwerkzeuge, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Naturhölzer, Gartenbaustoffe, Torf und Erde ▪ → Campingartikel, Sportgroßgeräte (z.B. Surfboards, Fahrräder) ▪ → Brennstoffe / Mineralölzeugnisse ▪ → Kfz / Motorräder / Mopeds / Kfz-Zubehör / Rasenmäher / Motorrad- und Fahrradzubehör ▪ → Antennen / Satellitenanlagen ▪ → zoolog. Bedarf, lebende Tiere, Tiernahrung
<p>* → Der Bereich Elektrogeräte stellt eine gewisse Ausnahme dar, da heutige Fachanbieter, v.a. Fachmärkte, i.d.R. ein breites Spektrum an Elektrogroß- und -kleingeräten führen. Hier ist im Einzelfall zu prüfen, ob ein entsprechender Anbieter auch an einem dezentralen Standort zulässig sein könnte.</p> <p>Quelle: → GMA-Empfehlungen auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung 2008.</p>	

Quelle: GMA: Strukturgutachten für den Einzelhandel im Mittelzentrum Bürstadt, Ludwigsburg, März 2009, S. 69

Als zentraler Versorgungsbereich wurde in der Innenstadt der Haupteinkaufsbereich entlang der Nibelungenstraße, Mainstraße, Wilhelminenstraße und Marktstraße ausgewiesen.

Abbildung 9: Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs im Einzelhandelsentwicklungskonzept Bürstadt 2009



Quelle: GMA: Strukturgutachten für den Einzelhandel im Mittelzentrum Bürstadt, Ludwigsburg, März 2009, S. 74

6.4 Relevante städtebauliche Planungen in der Stadt Bürstadt

Ende 2008 wurde die Stadt Bürstadt in das landeseigene **Städtebauförderprogramm „Aktive Kernbereiche in Hessen“** aufgenommen. Als erster Schritt in der Umsetzung des Programms wurde das „Integrierte Handlungskonzept“ erarbeitet, welches städtebauliche, wirtschaftliche, kulturelle, soziale und ökologische Ziele und Maßnahmen definiert und damit die Grundlage für die zukünftige Entwicklung der Bürstädter Innenstadt darstellt. Als Ergebnis formuliert das Integrierte Handlungskonzept die Leitlinien der Kernbereichsentwicklung und stellt einen Katalog an Maßnahmen und Strategien auf. Wesentliche Ziele sind eine nachhaltige Stärkung der Unverwechselbarkeit des Kernbereichs und des städtischen Lebens mit seiner Vielfalt aus Einzelhandel, Dienstleistung, Handwerk, Kultur, Gastronomie, öffentlichen Nutzungen und Wohnen. Hieraus leitet sich ein Mix aus öffentlichen und privaten Impulsmaßnahmen ab, etwa die Neugestaltung von Straßen, Plätzen und innerstädtischen Grünflächen oder die Modernisierung privater, Stadtbild-prägender Gebäude in der Innenstadt.

Mittlerweile wurde eine Reihe von Maßnahmen aus dem Integrierten Handlungskonzept bereits angegangen bzw. erfolgreich umgesetzt, darunter die Umgestaltung und Aufwertung des Marktplatzes, der Bahnhofsumbau, die Formulierung eines Wohnraumentwicklungskonzepts oder der Aufbau eines City- und Geschäftsflächenmanagements für die Innenstadt.

Abbildung 10: Maßnahmen und Erfolge des Integrierten Handlungskonzepts Bürstadt

- Umgestaltung und Aufwertung des Marktplatzes (neue Markthalle mit Treffpunkt- und Aufenthaltsfunktion, Ansiedlung des Back- und Brauhauses Drayß mit Außengastronomie)
- Neugestaltung des Bahnhofs und Aufwertung des Bahnhofsumfelds (Modernisierung der Bahnsteige, Schaffung von berollbaren Verbindungen zwischen den unteren und oberen Bahnsteigen, Neugestaltung des Vorplatzes, Schaffung von Pkw-Parkflächen, Fahrradboxen, Ladesäulen für Elektrofahrzeuge, öffentliche WC-Anlage, überdachte Haltestelle für Stadtbuss, Spiel- und Bewegungsmöglichkeiten)
- Aufbau bzw. die Intensivierung eines City- und Geschäftsflächenmanagements, zur Stärkung der gewerblichen Entwicklung in der Innenstadt
- Wohnraumentwicklungskonzept (u. a. Neubau Wohngebäude Mainstraße 14 – 16 mit 26 barrierefreien Wohnungen)
- Formulierung von Gestaltungsleitlinien für Gebäude, die wichtige Rahmenbedingungen für die Innenstadtentwicklung definieren
- Schaffung von Parkierungsmöglichkeiten in der Innenstadt (Parkplatz gegenüber der Post)
- Erarbeitung eines Fassadenleitbilds

Quelle: <https://www.buerstadt.de/de/leben-familie/stadtentwicklung/aktive-kernbereiche>, abgerufen am 18.09.2020

Außerdem wurde hieraus ein Förderprogramm zur Modernisierung von Fassaden entwickelt. Dieses Programm soll einen Anreiz für Gebäudeeigentümer darstellen, Häuserfassaden gezielt zu modernisieren, um etwaigen Interessenten marktfähige Gewerbeeinheiten anbieten zu können

und zu einem ansprechenden Ortsbild beizutragen. Hierzu hat die Stadt Bürstadt ein Fassadenleitbild²⁰ erarbeitet, mit deren Hilfe die Innenstadt als geschlossene Einheit erscheinen soll. Im Zuge dieses Programms konnten bereits 15 Gebäuden im innerstädtischen Bereich aufgewertet werden.

Am 16. Juli 2019 hat die Stadt Bürstadt vom Land Hessen den Bewilligungsbescheid zur **Teilnahme an dem EFRE-Programm „Lokale Ökonomie“ (LÖP)** erhalten. Mit diesem Programm sollen die Zentren- und Handelsfunktion der Innenstadt gestärkt und die Versorgungsqualität in der Kernstadt verbessert werden. Ziele des Programms sind die Schaffung bzw. Sicherung von Arbeitsplätzen sowie die Leerstandsbekämpfung. Förderfähig sind Betreiber von Einzelhandels-, Dienstleistungs- oder Gastronomiebetrieben sowie Freiberufler. Die Stadt Bürstadt will dabei ausdrücklich auch medizinische Dienstleitungen und Praxen unterstützen, um die gesundheitliche Versorgung zu verbessern.²¹

²⁰ Der Geltungsbereich des Leitbildes erstreckt sich über Teile der Nibelungen-, Markt-, Martin-, Wilhelminen-, Schul- und Lampertheimer Straße. Angestrebt wird eine Betonung des Erdgeschosses durch Farbe oder hochwertige Materialien, um damit eine ansprechende Gestaltung der Eingänge und Schaufenster zu erzielen. Balkone sollten mit einer geschlossenen, dem Farbbild angepassten Brüstung realisiert werden. Als Fassadenmaterialien bei Neu- oder Umbauten sind Putz, Klinker oder Naturstein vorgesehen. Werbeflächen sollten nach Möglichkeit zwischen dem Erdgeschoss und dem ersten Obergeschoss angebracht werden. Quelle: <https://www.buerstadt.de/de/leben-familie/stadtentwicklung/aktive-kernbereiche/fassadenleitbild>; abgerufen am 18.09.2020.

²¹ Quelle: <https://www.buerstadt.de/de/leben-familie/stadtentwicklung/aktive-kernbereiche/lokales-oekonomie-programm>; abgerufen am 18.09.2020.

II. Nachfragepotenzial für den Bürstädter Einzelhandel

1. Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels

Die Abgrenzung des Marktgebietes bildet die wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft. Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf einen Einzelhandelsstandort orientieren.

Zur Abgrenzung des durchschnittlichen Marktgebietes²² der Stadt Bürstadt wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// Einzelhandelsbesatz in Bürstadt (v. a. hinsichtlich Betriebsgrößen- und Sortimentsstruktur, Fristigkeit der angebotenen Waren, Attraktivität der Geschäfte)
- /// Lage und Erreichbarkeit der örtlichen Einzelhandelsschwerpunkte
- /// verkehrliche und topografische Bedingungen im Untersuchungsraum / lokale und regionale Verkehrsanbindung für potenzielle Kunden im Untersuchungsraum
- /// Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im Umland
- /// Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Bevölkerungsschwerpunkte, Siedlungsstrukturen, Pendlerbeziehungen, administrative Gliederung)
- /// Ergebnisse aus bisherigen GMA-Untersuchungen²³ in der Region
- /// empirische Erfahrungswerte zu Zeit- und Distanzwerten des Verbraucherverhaltens.

Vor allem die nahe gelegenen Mittelzentren Worms²⁴, Bensheim, Heppenheim, Viernheim und Lampertheim begrenzen eine mögliche Ausdehnung des Marktgebiets des Bürstädter Einzelhandels. Vor diesem Hintergrund stellt sich das Marktgebiet wie folgt dar (vgl. Karte 2):

/// Zone I:	Bürstadt	ca. 16.460 Einwohner
/// Zone II:	Biblis, Lampertheim-Hofheim	ca. 14.270 Einwohner
/// Marktgebiet insgesamt		ca. 30.730 Einwohner. ²⁵

Dies entspricht dem im Einzelhandelskonzept 2008 dargelegten Marktgebiet. Die stärkste Einkaufsintensität liegt in der Standortkommune Bürstadt (= Kerneinzugsgebiet bzw. Zone I) vor, da

²² Die Außenlinie des Marktgebiets stellt selbstverständlich keine unüberwindbare Grenze dar, sondern eher eine allgemeine Größe (im Sinne eines Durchschnittswertes). Nicht alle der in Bürstadt ansässigen Einzelhandelsbetriebe strahlen in gleichem Umfang in das Marktgebiet aus. Ihre Anziehungskraft hängt neben der Fristigkeit des Bedarfs hauptsächlich von der Attraktivität und Größe des individuellen Anbieters ab.

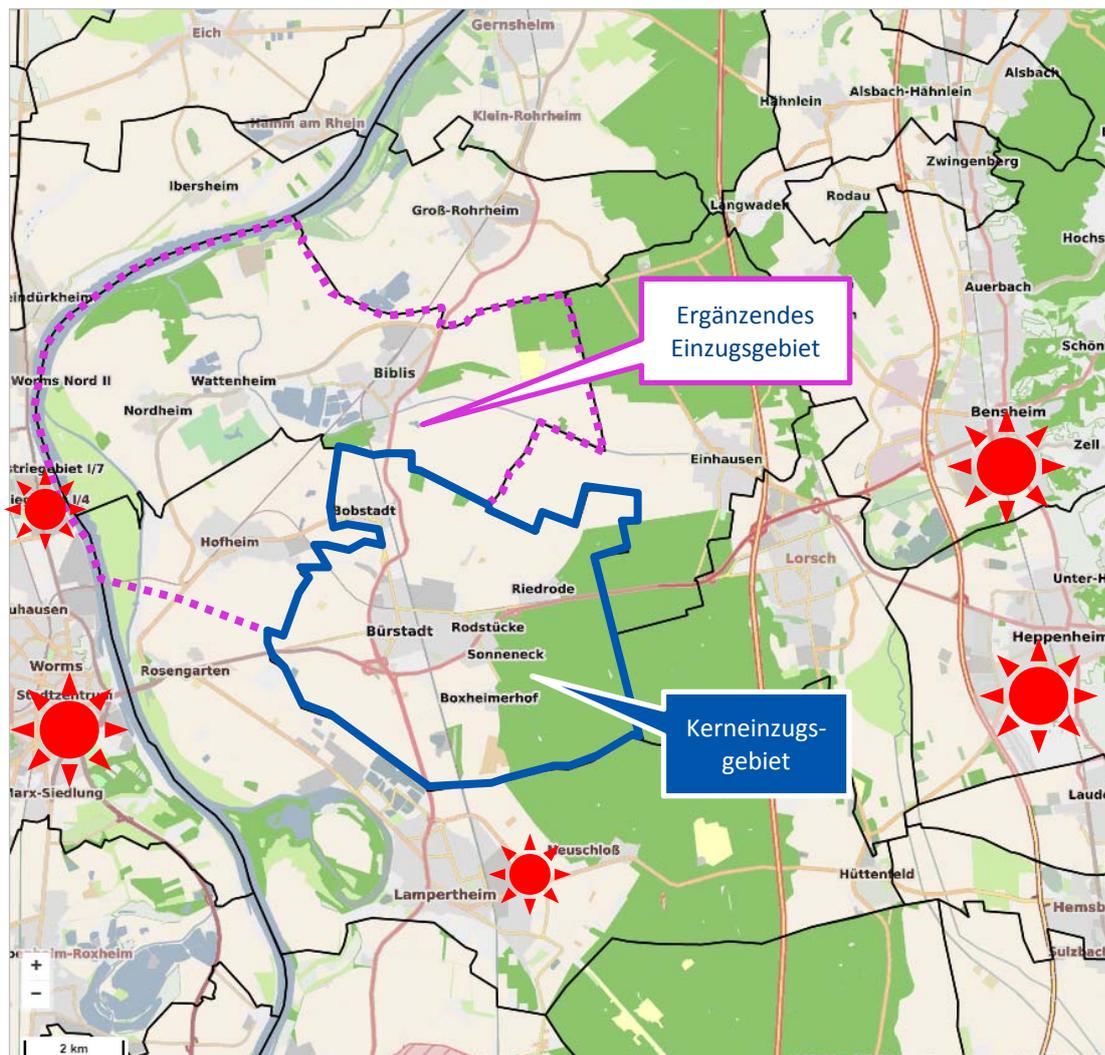
²³ Unter anderem die Ergebnisse der Passantenbefragung und der Befragung der Einzelhandelsbetriebe in Bürstadt, die im Zuge der Erstellung des Einzelhandelskonzepts 2008 durchgeführt wurden.

²⁴ Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums.

²⁵ Quelle Einwohnerzahlen: Bürstadt, Biblis: Hessisches Statistisches Landesamt (Stand: 31.03.2020), Hofheim: ermittelt mit WIGeoGIS; ca.-Werte, gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich.

hier die größte räumliche Nähe zu den Einkaufsorten besteht. Weitere Verflechtungen bestehen mit den nördlichen Nachbarorten Biblis und Hofheim (zu Lampertheim gehörig) vor, sodass diese Bereiche als ergänzendes Marktgebiet (= Zone II) bezeichnet werden können. In der Zone II liegt jedoch eine geringere Intensität der Einkaufsbeziehungen mit Bürstadt vor, zum einen wegen der dortigen eigenen Märkte (z. B. Lebensmittelmärkte in Biblis und Hofheim), zum anderen wegen der größeren Entfernung nach Bürstadt, sodass die Bevölkerung von Biblis und Hofheim teilweise bereits im stärkeren Maße auf andere Einkaufsorte ausgerichtet ist (z. B. Worms).

Karte 2: Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels 2020



Quelle: © WiGeoGIS, OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA 2020

Weitere Umsatzzuflüsse können z. B. von Einkäufern in Spezialgeschäften, Berufspendlern, Tagestouristen oder weiteren Zufallskunden kommen. So bestehen insbesondere bei spezialisierten Anbietern des mittel- und langfristigen Bedarfs Kundenverflechtungen, die auch weit über das skizzierte Marktgebiet hinausgehen können (z. B. bei den Geschäften für Brautmoden, Karnevalsbedarf oder Hundesport). Bei Kunden aus weiteren Umlandkommunen liegen aber keine regelmäßigen Einkaufsbeziehungen vor, sodass von sog. „Streuumsätzen“ zu sprechen ist.

2. Kaufkraftpotenzial 2020

Die Berechnung des im Marktgebiet vorhandenen Kaufkraftvolumens wird speziell für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Dazu werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamts sowie GMA-Statistiken verwendet, die auf intensiven Marktrecherchen beruhen. Nach Berechnungen der GMA beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland (inkl. Ausgaben im Lebensmittelhandwerk und in Apotheken²⁶) derzeit pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.210 €. Davon entfallen ca. 37 % (ca. 2.285 €) auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 63 % (insgesamt ca. 3.925 €) auf Nichtlebensmittel (Nonfood).

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist auch das lokale Einkommensniveau (Kaufkraftniveau) zu berücksichtigen. Für die Stadt Bürstadt ist aktuell ein Kaufkraftkoeffizient von 101,5 ausgewiesen, d. h. das Kaufkraftniveau liegt 1,5 % über dem Bundesdurchschnitt (normierter Wert 100,0). Auch in Biblis und Lampertheim besteht ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau²⁷.

Unter Berücksichtigung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben, der lokalen Kaufkraftniveaus und der jeweiligen Einwohnerzahlen beläuft sich das aktuelle **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels auf insgesamt ca. 194,9 Mio. €** (vgl. Tab. 2). In der Stadt Bürstadt selbst besteht ein Kaufkraftpotenzial von ca. 103,8 Mio. €. Für das ergänzende Marktgebiet errechnet sich ein Kaufkraftpotenzial von knapp 91,2 Mio. €.

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels 2020

Hauptwarengruppen	Kaufkraft in Mio. €		
	Bürstadt	Ergänzendes Marktgebiet	Marktgebiet gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	38,2	33,5	71,7
Gesundheit, Körperpflege	7,8	6,8	14,6
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	3,4	3,0	6,3
Bücher, Schreib- und Spielwaren	4,2	3,7	7,9
Bekleidung, Schuhe, Sport	12,3	10,8	23,1
Elektrowaren, Medien, Foto	9,5	8,4	17,9
Hausrat, Einrichtung, Möbel	10,5	9,2	19,7
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	8,9	7,8	16,7
Optik, Uhren / Schmuck	2,7	2,4	5,1
Sonstige Sortimente**	6,3	5,5	11,8
Nichtlebensmittel insgesamt	65,6	57,6	123,2
Einzelhandel insgesamt	103,8	91,2	194,9

* Autozubehör, Sportgeräte, Campingartikel, Fahrräder, Sonstige Einzelhandelswaren, Second-Hand
 GMA-Berechnung 2020; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

²⁶ Ohne verschreibungspflichtige Medikamente.

²⁷ Biblis: 103,1, Lampertheim: 102,4. Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2020.

3. Kaufkraftströme

Insgesamt erzielt der Einzelhandel der Stadt Bürstadt im Jahr 2020 nach GMA-Berechnungen eine Brutto-Umsatzleistung von ca. 74,6 Mio. € (vgl. Kap. III.1). Davon entfielen nach Bereinigung²⁸ ca. 41,0 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 33,6 Mio. € auf Nichtlebensmittel.

Von den Umsätzen stammen etwa 73 %²⁹ von Kunden aus Bürstadt (insgesamt ca. 54,2 Mio. €). Durch auswärtige Kunden erfolgen **Kaufkraftzuflüsse** in Höhe von ca. 20,4 Mio. €. Verhältnismäßig umfangreiche Zuflüsse von außerhalb generieren die größeren Anbieter im Norden und Nordosten der Stadt (z. B. die Betriebe im Fachmarktzentrum Am Bibliser Pfad) sowie stark spezialisierte Betriebe (z. B. Anbieter von Brautmode, Karnevalsbedarf, Hundesportzubehör, Küchen, Fliesen / Bodenbeläge, Baustoffe).

Die **Kaufkraftbindung** in der Stadt Bürstadt lässt sich durch Gegenüberstellung der bereinigten Umsatzleistung mit dem Kaufkraftpotenzial ermitteln:

Für den Bereich Nahrungs- und Genussmittel beträgt die Kaufkraftbindungsquote

ca. 32,8 Mio. €	:	ca. 38,2 Mio. €	=	ca. 86 %
(Umsatz mit Kunden aus Bürstadt)		(Kaufkraft der örtlichen Wohnbevölkerung)		(Kaufkraftbindung)

Für den Bereich Nichtlebensmittel (Nonfood) beträgt die Kaufkraftbindungsquote

ca. 21,4 Mio. €	:	ca. 65,6 Mio. €	=	ca. 33 %
(Umsatz mit Kunden aus Bürstadt)		(Kaufkraft der örtlichen Wohnbevölkerung)		(Kaufkraftbindung)

Für den Einzelhandel insgesamt beträgt die Kaufkraftbindungsquote

ca. 54,2 Mio. €	:	ca. 103,8 Mio. €	=	ca. 52 %
(Umsatz mit Kunden aus Bürstadt)		(Kaufkraft der örtlichen Wohnbevölkerung)		(Kaufkraftbindung)

Im Vergleich mit anderen Kommunen ähnlicher Größenordnung sind die ermittelten Kaufkraftbindungswerte wie folgt zu bewerten:

- Die Kaufkraftbindungsquote im **Nahrungs- und Genussmittelbereich** stellt mit ca. 86 % einen zufriedenstellenden Wert dar. Die bestehenden Kaufkraftabflüsse in diesem Bereich lassen sich durch Einkaufsverflechtungen von Arbeitspendlern sowie Vorratskäufe bei Angebotsformen, die in Bürstadt nicht vertreten sind (z. B. SB-Warenhäuser, Große Supermärkte, Biomärkte), erklären. Bisher floss hier ein beträchtlicher Teil ins benachbarte Lampertheim-Rosengarten zu Kaufland ab.

²⁸ Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Sortimenten zugeordnet.

²⁹ Durchschnittswert; je nach Branche und Einzelbetrieb bestehen teilweise erhebliche Unterschiede.

- Im **Nichtlebensmittelsektor** liegt die Kaufkraftbindungsquote für Bürstadt im Durchschnitt bei ca. 33 %. Besonders in den Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport, Hausrat / Einrichtung / Möbel, Bau- und Heimwerkerbedarf, Autozubehör und Bücher fließen große Teile der Kaufkraft in umliegende Städte ab (z. B. nach Worms, Bensheim, Viernheim oder Heppenheim) oder gehen zu Onlineanbietern. Noch relativ hohe Kaufkraftbindungsquoten erreichen dagegen die Warengruppen Drogeriewaren / Gesundheit, Sanitätswaren, zoologischer Bedarf, Elektrowaren / Telekommunikation, Optik / Hörgeräteakustik, Uhren / Schmuck, Gartenbedarf und Sportgroßgeräte / Fahrräder, für die es Anbieter in Bürstadt gibt.
- **Insgesamt** liegt die Kaufkraftbindungsquote für den gesamten Einzelhandel in der Stadt Bürstadt mit ca. 52 % in einem relativ niedrigen Bereich. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass Bürstadt nicht als zentraler Ort ausgewiesen ist und somit in erster Linie die Deckung des eigenen Grundbedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel) übernehmen soll. Ausbaufähig bzw. ergänzungsbedürftig erscheint im kurzfristigen Bedarfsbereich das Angebot an Drogeriewaren / Körperpflege.

Bei der Betrachtung der Kaufkraftbindungswerte zeigt sich, dass ca. 52 % der vorhandenen Kaufkraft am Ort gebunden werden kann (= ca. 54,2 Mio. €). Umgekehrt betragen die **Kaufkraftabflüsse** ca. 49,6 Mio. € bzw. ca. 48 % des Kaufkraftvolumens. Diese fließen an andere Standorte ab oder werden von nicht einzelhandelsrelevanten Betriebsformen abgeschöpft (z. B. Onlinehandel). Kaufkraftabflüsse in erheblicher Höhe liegen besonders in den Branchen Bekleidung, Sportartikel, Elektrowaren / Medien, Möbel / Einrichtungsbedarf, Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Autozubehör vor.

4. Bevölkerung- und Kaufkraftprognose für das Marktgebiet

Die mittelfristige Entwicklung des Kaufkraftvolumens im Marktgebiet der Stadt Bürstadt ist einerseits abhängig von konjunkturellen Einflüssen und dem zukünftigen Verbraucherverhalten, andererseits von der Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet. Für die Darstellung der Bevölkerungsentwicklung wurde weitgehend auf die Prognosedaten der Hessen Agentur zurückgegriffen. Gemäß der Bevölkerungsprognosen der Hessen Agentur ist für die Stadt Bürstadt noch weiterhin mit einer positiven Einwohnerentwicklung zu rechnen; Ende des Jahres 2035 wird für Bürstadt von ca. 16.800 Einwohnern ausgegangen (2,3 % mehr als Ende 2018). Angesichts der geplanten Neubaugebiete („Sonneneck 5. Bauabschnitt“³⁰, „Langgewann 1. Bauabschnitt“³¹ in

³⁰ Hier sind 57 Baugrundstücke für Einzel- und Doppelhäuser (mit je max. zwei Wohnungen) geplant, die Erschließungsmaßnahmen sollen im Herbst 2020 beginnen.

³¹ Hier sind 29 Baugrundstücken für Einzel- und Doppelhäuser (mit je max. drei Wohnungen) geplant, die Erschließungsmaßnahmen sollen im Herbst 2020 beginnen.

Bobstadt) und der vorgesehenen Neubautwicklungen auf dem Freizeitkicker-Gelände und am Beethovenplatz erscheint dies plausibel.

Für Biblis und Lampertheim erwartet die Hessen Agentur dagegen Bevölkerungsrückgänge (-5,3 % bzw. -2,0 %).³²

Tabelle 3: Bevölkerung im Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels 2035 (Prognose)

Herkunft	Einwohner zum Jahresende 2035	Einwohner Entwicklung 2018– 2035	Entwicklung in %
Zone I (Bürstadt)	16.800	+ 350	+ 2,1 %
Zone II	13.650	- 600	- 4,2 %
Marktgebiet insgesamt	30.450	- 250	- 0,8 %

Quelle: GMA-Berechnung; basierend auf Bevölkerungsprognosen der Hessen Agentur; nur Einwohner mit Hauptwohnsitz (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich); GMA-Berechnung 2020

Für die Kaufkraftprognose wird unterstellt, dass sich die Verbraucher in ihrem Spar- und Ausgabeverhalten bis zum Prognosehorizont 2035 weitgehend wie bisher verhalten. Vor dem Hintergrund der derzeit absehbaren schwierigen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung ist aber u. E. nicht mit wesentlichen Steigerungen des Volkseinkommens zu rechnen. Bei den Kaufkraftkoeffizienten der einzelnen Gemeinden wurden zunächst gleichbleibende Werte angesetzt.

Unter Berücksichtigung der Pro-Kopf-Ausgaben, der lokalen Kaufkraftniveaus und der Einwohnerprognosedaten für die einzelnen Städte und Gemeinden ergibt sich bis 2035 ein **Kaufkraftpotenzial für das Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels von ca. 191,9 Mio. €** (vgl. Tab. 4). Gegenüber dem Jahr 2020 bedeutet dies eine nominale Abnahme von ca. 3,0 Mio. € (ca. 1,5 %). Der Kaufkraftrückgang erklärt sich durch die prognostizierten Bevölkerungsrückgänge im ergänzenden Marktgebiet (Biblis, Hofheim). In Bürstadt selbst ist dagegen wegen des weiteren Bevölkerungswachstums mit einer Zunahme des Kaufkraftpotenzials um ca. 2,1 Mio. € (+ 2,0 %) bis zum Ende 2035 zu rechnen. Dabei handelt es sich allerdings um nominale Beträge (ohne Berücksichtigung von Inflation).

Tabelle 4: Kaufkraftprognose für das Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels 2035

Herkunft	Kaufkraft in Mio. €			Entwicklung 2020 – 2035 in %
	Nahrungs- und Genussmittel	Nonfood	Einzelhandel insgesamt	
Zone I (Bürstadt)	39,0	66,9	105,9	+2,0 %
Zone II	31,7	54,4	86,0	-5,6 %
Marktgebiet insgesamt	70,6	121,3	191,9	-1,5 %

Quelle: GMA-Berechnung 2020 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

³² Quelle: Hessen Agentur: Bevölkerungsvorausschätzung (Gemeindedatenblätter), Stand Oktober 2019.

III. Angebotsanalyse des Bürstädter Einzelhandels

1. Einzelhandelsbestand und -struktur in der Gesamtstadt

Im Juli 2020 wurde eine vollständige Erhebung des stationären Einzelhandels in Bürstadt vorgenommen. Dabei wurde in der Stadt folgender **Einzelhandelsbestand** festgestellt (vgl. Tab. 5):

- /// 85 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks³³
- /// eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 19.600 m²
- /// eine Umsatzleistung von ca. 74,6 Mio. € (brutto)³⁴.

Die räumliche Verteilung ist der Karte 3 zu entnehmen. Deutlich wird daraus, dass sich der örtliche Einzelhandel bis auf wenige Ausnahmen auf die Kernstadt konzentriert und hier besonders auf die Innenstadt sowie das Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand in der Stadt Bürstadt 2020 nach Warengruppen

Warengruppen	Anzahl Betriebe*	Verkaufsfläche* in m ²	Umsatz in Mio. €**
Nahrungs- und Genussmittel	33	9.630	41,0
Gesundheit, Körperpflege	5	645	5,5
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	5	730	2,9
Kurzfristiger Bedarf	43	11.005	49,4
Bücher, Schreib- und Spielwaren	3	385	3,2
Bekleidung, Schuhe, Sport	13	3.670	10,1
Mittelfristiger Bedarf	16	4.055	13,3
Elektrowaren, Medien, Foto	3	***	***
Hausrat, Einrichtung, Möbel	7	1.320	2,9
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	7	2.030	4,1
Optik, Uhren, Schmuck	6	215	1,6
Sonstige Sortimente****	3	***	***
Langfristiger Bedarf	26	4.540	11,9
<i>Nonfood</i>	52	9.970	33,6
Einzelhandel insgesamt	85	19.600	74,6

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** Bereinigte Umsätze, d. h. Umsätze von Mehrbranchenunternehmen (z. B. Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte, Agrarmarkt) wurden den einzelnen Branchen zugeordnet

*** Kein Ausweis aus Datenschutzgründen (weniger als 5 Fachbetriebe)

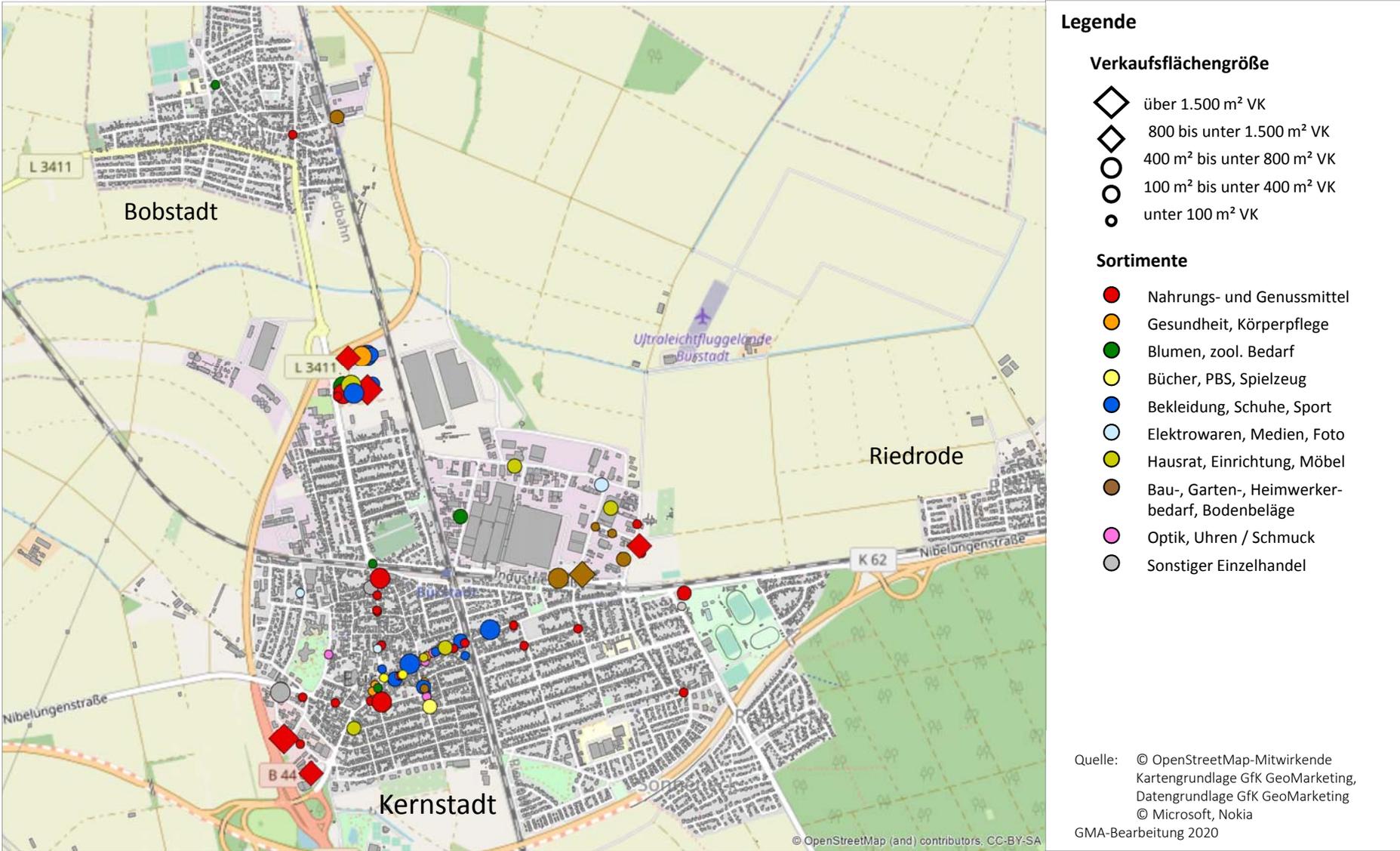
**** z. B. Sportgeräte, Fahrräder, Autozubehör, Gebrauchsgüter

Quelle: GMA-Erhebung Juli 2020 / GMA-Berechnung (ggf. Rundungsdifferenzen)

³³ ohne Großhandelsbetriebe, Betriebe des Kfz-Handels oder reine Onlinehandelsbetriebe.

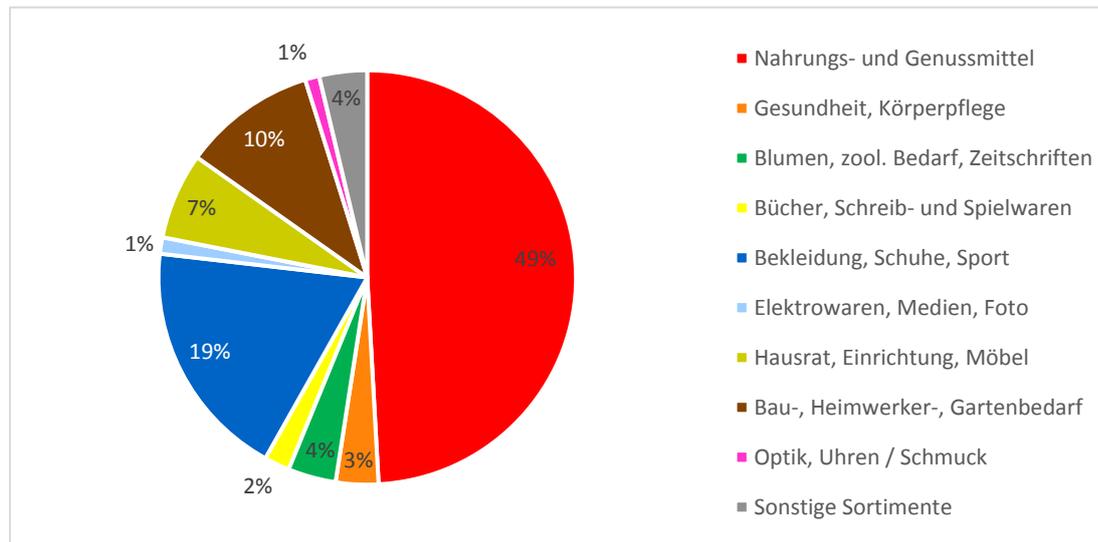
³⁴ Ergebnis von qualifizierten gutachterlichen Schätzungen.

Karte 3: Einzelhandelsbestand Bürstadt 2020: Verteilung im Stadtgebiet



In der Gesamtbetrachtung liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarf; diese Anbieter nehmen ca. 56 % der Gesamtverkaufsfläche ein. Der größte Teil davon entfällt auf Nahrungs- und Genussmittel. Auf den mittelfristigen Bedarf (insbesondere Bekleidung und Schuhe) entfallen ca. 21 % der Gesamtverkaufsfläche, auf den langfristigen Bedarf ca. 23 % der Gesamtverkaufsfläche.

Abbildung 11: Einzelhandelsstruktur in der Stadt Bürstadt 2020 (Verkaufsflächen*)

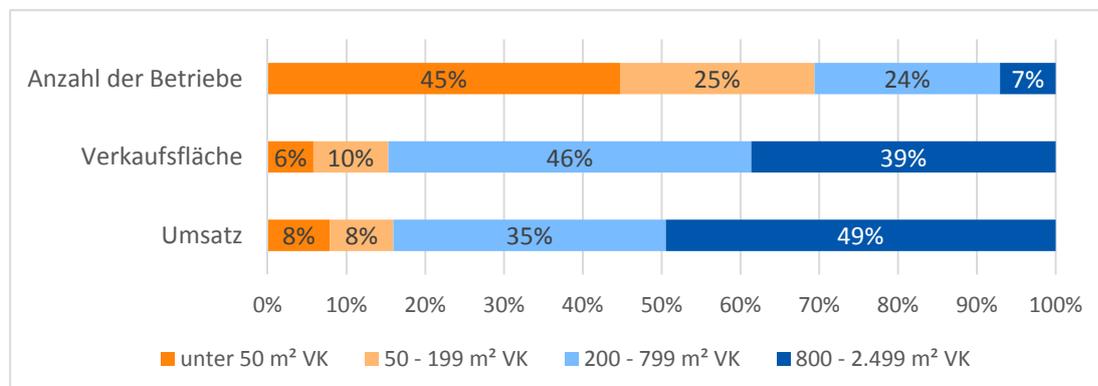


* Zuordnung der Betriebe nach Umsatzschwerpunkt

Quelle: GMA-Erhebung Juli 2020 / GMA-Berechnung (ggf. Rundungsdifferenzen)

Die Analyse der **Größenstruktur** macht deutlich, dass der Einzelhandelsbestand in Bürstadt rein zahlenmäßig von Kleinbetrieben dominiert wird. 70 % der Geschäfte weisen jeweils weniger als 200 m² Verkaufsfläche auf, 45 % sogar weniger als 50 m² VK. Betrachtet man jedoch die Verkaufsflächen- und Umsatzanteile, wird das Mittelzentrum Bürstadt vornehmlich durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt. Großflächig sind zwar nur 7 % aller Betriebe, diese generieren mit ca. 49 % aber den größten Teil des Umsatzes und stellen ca. 39 % der Verkaufsflächen.

Abbildung 12: Größenstruktur des Bürstädter Einzelhandels 2020



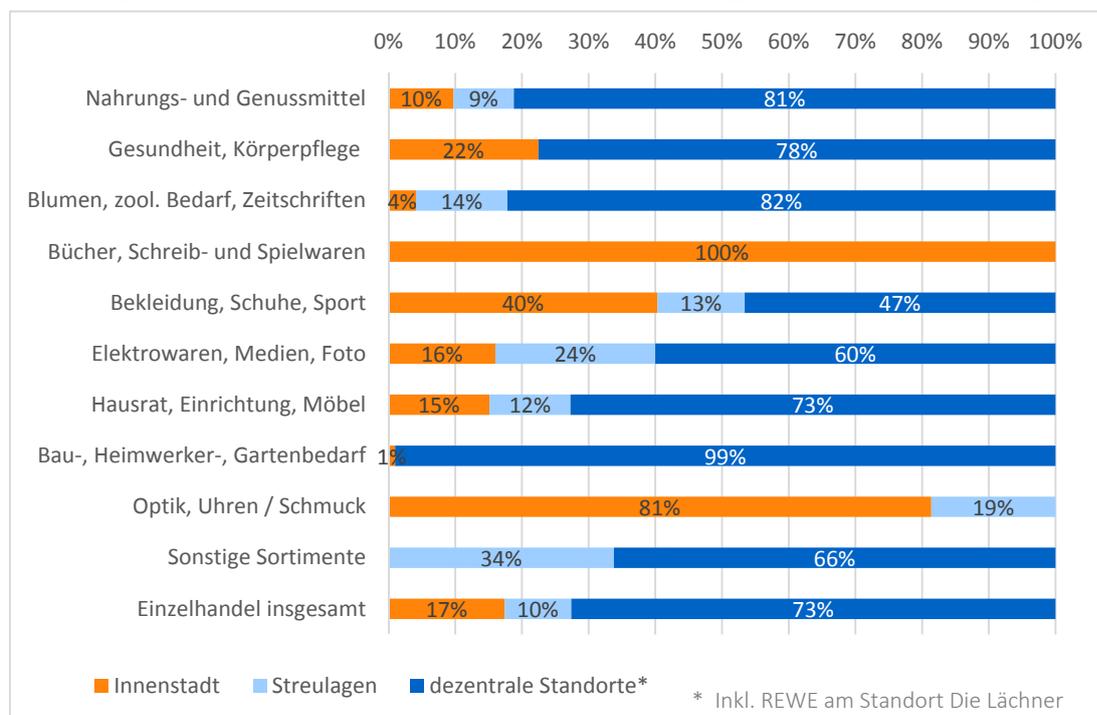
Quelle: GMA-Erhebung Juli 2020 / GMA-Berechnung (ggf. Rundungsdifferenzen)

Die rechnerische **Durchschnittsgröße** aller Geschäfte in Bürstadt liegt heute bei rund 230 m² VK. Vor 10 Jahren lag dieser Wert noch bei rund 160 m² VK. Der Anstieg des Durchschnittswerts erklärt sich zum einen durch Neuansiedlungen und Erweiterungen (z. B. REWE, Netto, Edeka Wilhelmstraße), aber auch dadurch, dass in den vergangenen Jahren – wie überall bundesweit – vermehrt kleine Anbieter aus dem Markt ausgeschieden sind.

In Betrachtung der **Standortlagen** zeigt sich in vielen Branchen die vorherrschende Stellung der dezentralen Standorte:

- / Auf **dezentrale Standortlagen** entfallen ca. 73 % der Bürstädter Verkaufsflächen (allerdings nur ca. 36 % der Betriebe). An den Gewerbegebietsstandorten Am Bibliser Pfad, Nordost und Die Lächner / Weidenweg sind besonders Großbetriebe der Branchen des langfristigen Bedarfs (Bau- und Heimwerkerbedarf, Gartenbedarf, Baustoffe sowie Einrichtung / Möbel) sowie Lebensmittelmärkte angesiedelt.
- / In der **Innenstadt** befinden sich ca. 17 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen und ca. 42 % der Betriebe. Besonders die kleinflächig strukturierten Branchen Bücher, Schreib- und Spielwaren, Optik / Hörgeräteakustik und Uhren / Schmuck konzentrieren sich im hohen Maß auf die zentrale Lage (vgl. Abb. 13). Daneben sind hier aber auch Bekleidungs- und Schuhanbieter standortprägend.
- / Sonstigen **Streulagen** (einschließlich Ortsteilen) sind in Bürstadt jeweils 10 % der Verkaufsflächen und der Betriebe zuzuordnen.

Abbildung 13: Verkaufsflächenbestand 2020: Hauptwarengruppen nach Standortlagen



Quelle: GMA-Erhebung Juli 2020 / GMA-Berechnung (ggf. Rundungsdifferenzen; Zuordnung der Betriebe nach Umsatzschwerpunkt)

Foto 1: Innenstadt (Mainstraße)



Foto 2: Innenstadt (Nibelungenstraße)



Foto 3: Einkaufszentrum Bibliser Pfad



Foto 4: REWE-Markt, Die Lächner

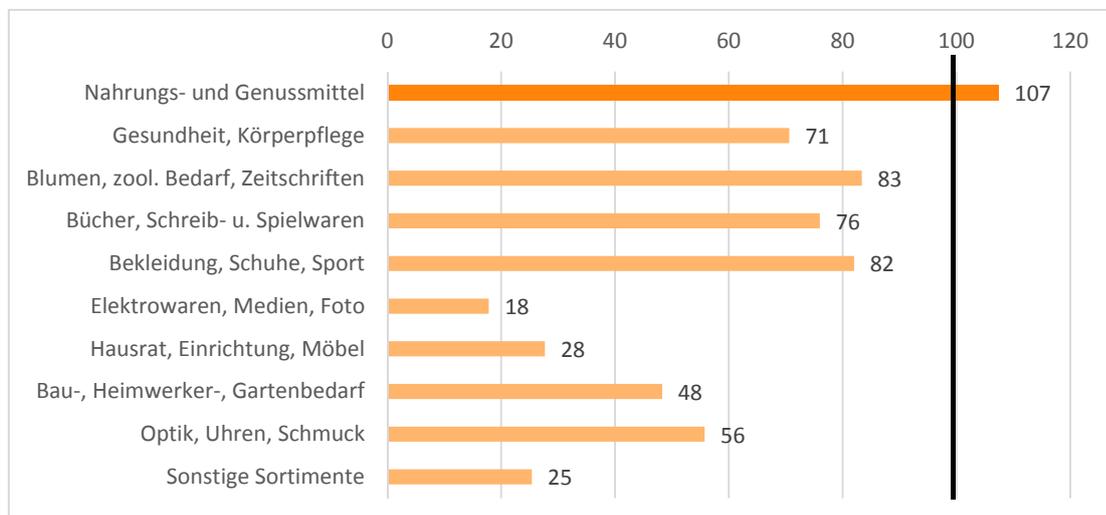


Fotos: GMA, Juli 2020

Als wichtige Orientierung für die Versorgungsbedeutung und für das Entwicklungspotenzial einer Branche dient die **Zentralitätskennziffer**. Diese wird durch Gegenüberstellung von erzieltom Umsatz am Ort und der dortigen Kaufkraft der Bewohner errechnet. Dabei deuten Zentralitätswerte über 100 % eine hohe Kaufkraftbindung bzw. Umsatzzuflüsse aus dem Umland an.

In Bürstadt ermittelte die GMA in fast allen Warengruppen, mit Ausnahme von Nahrungs- und Genussmittel, niedrige Zentralitätswerte von unter 100 % (vgl. Abb. 14).

Abbildung 14: Einzelhandelszentralitäten in Bürstadt 2020 nach Warengruppen



Quelle: GMA-Berechnung auf Basis der Erhebung im Juli 2020

2. Entwicklung des Bürstädter Einzelhandels zwischen 2008 und 2020

Die zeitliche Entwicklung des Einzelhandelsbestands in Bürstadt wird im Vergleich der 2020 erhobenen Bestandsdaten mit den Daten aus dem Jahr der letzten Vollerhebung 2008³⁵ deutlich. Hierzu sind folgende Kernpunkte festzuhalten:

- Im Zeitraum von 2008 bis 2020 ging in Bürstadt die **Zahl der Betriebe um 25 % zurück** (von 113 im Jahr 2009 auf 85 im Jahr 2020). Besonders von Bestandsabschmelzungen betroffen waren Streulagen, wo die Zahl der Betriebe um 51 % abnahm, aber auch die Innenstadt (-32 %). Dies ist vornehmlich auf betriebliche Ursachen zurückzuführen (z. B. Schlecker-Pleite, Nachfolgeprobleme bei kleineren Anbietern, mangelnde Nachfrage an wenig frequentierten Standorten wie etwa den Stadtteilen), teilweise auch auf geänderte Verbrauchergewohnheiten (z. B. verstärkter Kauf von Mode und Schuhen im Internet). An dezentralen Standorten stieg die Zahl der Anbieter dagegen um ca. 35 %.
- Trotz des deutlichen Rückgangs der Betriebsstätten ist die **Gesamtverkaufsfläche in Bürstadt in den letzten 10 Jahren leicht gestiegen**. So erhöhte sich die Verkaufsfläche von ca. 18.575 m² im Jahr 2008 auf heute ca. 19.600 m² (+ 5,5 %). Dabei zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Einzelhandelsschwerpunkten: Während in den Gewerbegebieten die Verkaufsfläche um ca. 29 % zunahm (v. a. durch die Ansiedlung von REWE und Netto), nahm der Verkaufsflächenbesatz in der Innenstadt um ca. 32 % ab. Der Verkaufsflächenrückgang in der Innenstadt wurde im Wesentlichen durch die Schließungen der Schlecker-Märkte, des Kaufhauses Woolworth, des Modehauses Heiser und der Firma Kölsch (Sport / Schuhe) bewirkt.
- Die **Umsatzleistung des Einzelhandels in Bürstadt hat sich zwischen 2008 und 2020 deutlich erhöht (+ ca. 22 %)**³⁶. Lag der Wert im Jahr 2008 für die Gesamtstadt noch bei ca. 61,2 Mio. €, erreicht er im Jahr 2020 einen Wert von 74,6 Mio. €. Ein überproportional starkes Umsatzwachstum zeigte der Lebensmitteleinzelhandel, der in diesem Zeitraum u. a. eine gestiegene Ausgabebereitschaft der Kunden für höherwertige Lebensmittel für sich nutzen konnte. Dies begünstigte die dezentralen Einkaufsstandorte (+ 66 % Umsatzwachstum), wo in Bürstadt heute 6 von 7 Lebensmittelmärkte liegen. Zudem kamen mit dem REWE-Markt im Gewerbegebiet Die Lächner und dem Netto-Markt am Industriegebiet Nordost zwei größere Anbieter hinzu. Dagegen verzeichnete die Bürstädter Innenstadt zwischen 2008 und 2020 einen Umsatzrückgang um ca. 33 %; in erster Linie wegen der o. g. Betriebsschließungen.

³⁵ Vorbereitende Arbeiten zum GMA-Strukturgutachten für den Einzelhandel 2009.

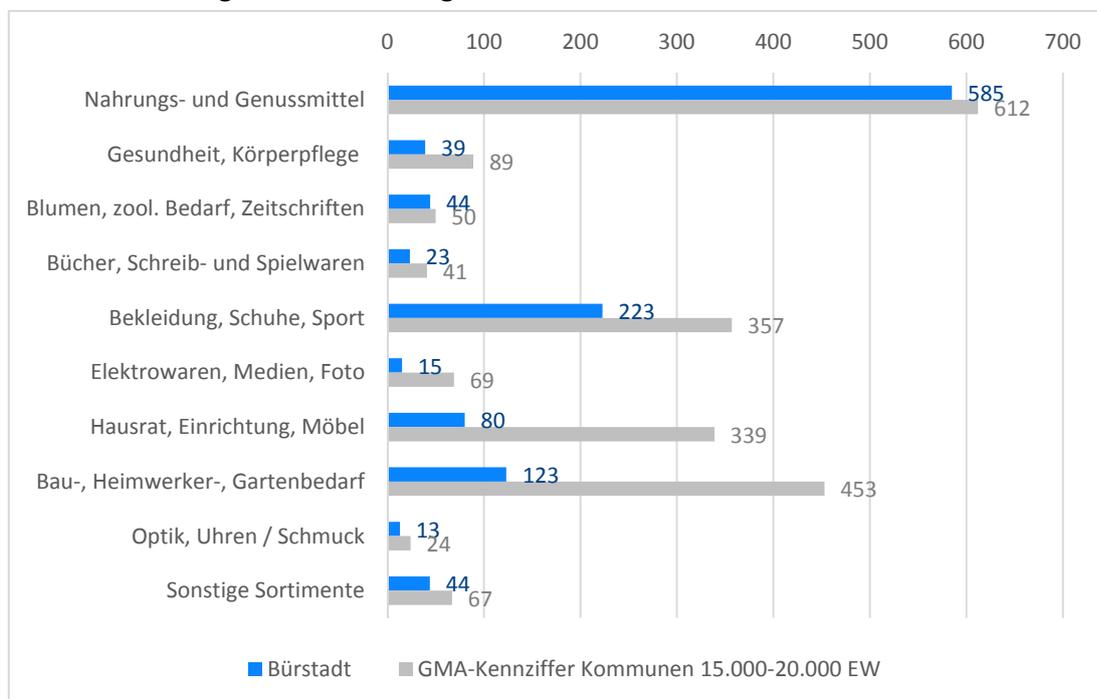
³⁶ Auch im gesamtdeutschen Einzelhandel erhöhte sich der Umsatz im Zeitraum 2008 – 2018 ganz erheblich (um rund 25 %). Darin sind jedoch auch die starken Umsatzsteigerungen im Onlinehandel enthalten.

3. Quantitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes und Benchmarking

Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Bestand und ermöglicht eine Bewertung der Bürstädter Einzelhandelsangebote.

Als Referenzwerte wurden zunächst Bestandswerte aus der sog. GMA-Kennzifferstudie³⁷ verwendet, die **Durchschnittswerte aus ähnlich großen Städten** liefert (hier Städte zwischen 15.000 und 20.000 EW). Unter Berücksichtigung des örtlichen Bevölkerungsaufkommens sind für Bürstadt **in fast allen Warengruppen leicht unterdurchschnittliche Verkaufsfächenausstattungen** feststellen (vgl. Abb. 15). Dies rührt daher, dass die meisten Geschäfte in Bürstadt nur über sehr geringe Flächen verfügen. Hieraus wird klarer **Modernisierungsbedarf** erkennbar. Noch relativ gute Ausstattungen bestehen bei Nahrungs- und Genussmitteln, wo Bürstadt etwa 96 % des Durchschnittswerts vergleichbar großer Städte erreicht, sowie im Segment Zoologischer Bedarf / Blumen (ca. 89 %). Besonders niedrige Ausstattungen liegen dagegen in vielen Warengruppen des langfristigen Bedarf vor (insbesondere bei Elektrowaren / Medien / Foto, Hausrat / Einrichtung / Möbel sowie Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf). Dies liegt jedoch z. T. auch daran, dass Bürstadt aufgrund der intensiven Wettbewerbssituation mit zahlreichen anderen Mittelzentren in der Region noch nie eine große Einkaufsbedeutung für das Umland hatte.

Abbildung 15: Relative Verkaufsfächenausstattung von Bürstadt nach Warengruppen im Vergleich mit ähnlich großen Städten

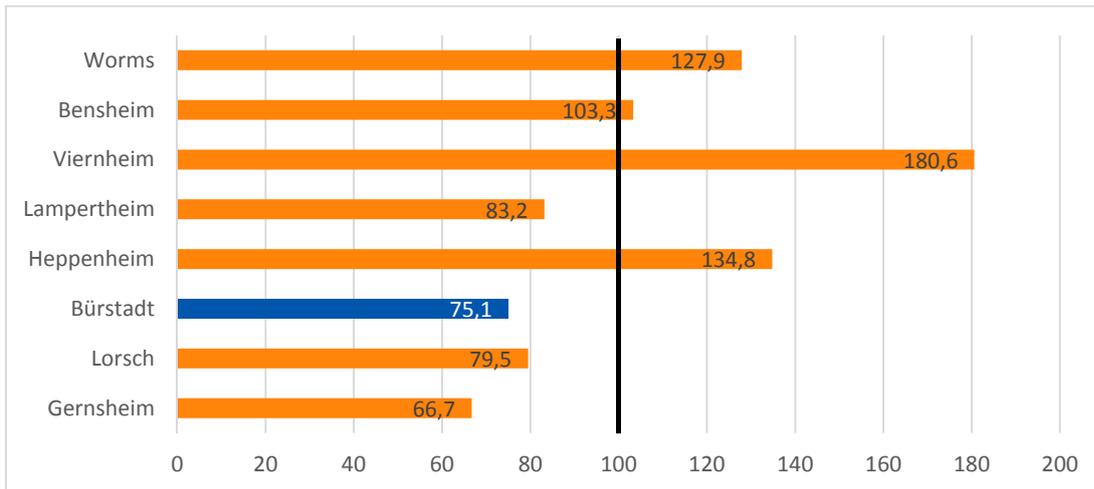


Quelle: GMA-Erhebung Bürstadt 2020; GMA-Kennzifferstudie

³⁷ Die GMA veröffentlicht regelmäßig eine Grundlagenuntersuchung zur Einzelhandelsausstattung und zum Branchenmix von Städten und Gemeinden in Deutschland und Österreich. Bei der Grundlagenuntersuchung wurden fast 500 Städte und Gemeinden berücksichtigt.

Der direkte **interkommunale Vergleich der Einzelhandelszentralität** verdeutlicht die **Position der Einkaufsstadt Bürstadt im Raum Bergstraße / Ried**. So wird von MB-Research für Bürstadt eine Zentralität des Einzelhandels (Umsatz-Kaufkraft-Relation) von 75,1 angegeben³⁸. Für ein Mittelzentrum, das ja auch überörtliche Versorgungsfunktionen wahrnehmen soll, ist dies ein geringer Wert. Grund hierfür ist die hohe Zahl von konkurrierenden Mittelzentren im Umfeld.

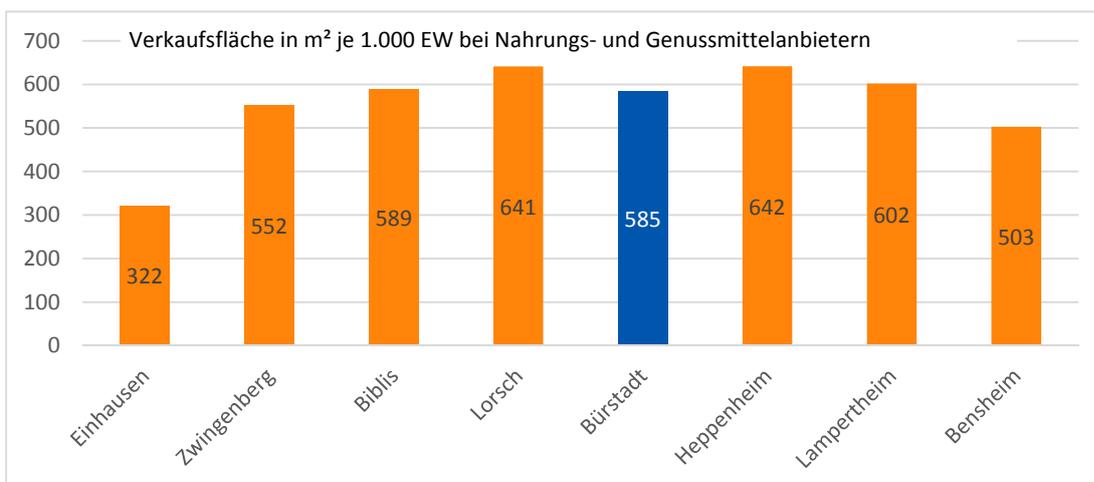
Abbildung 16: Einzelhandelszentralität von Bürstadt im regionalen Vergleich



Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2020 basierend auf © Statistisches Bundesamt; GMA-Darstellung.

Die **Verkaufsflächenausstattung im Nahrungs- und Genussmittelbereich** ist in Bürstadt noch vergleichsweise gut, erscheint im Vergleich mit den umliegenden Mittelzentren im Landkreis Bergstraße jedoch nicht besonders hoch (vgl. Abb. 17). Sie liegt derzeit etwa auf dem Niveau von Biblis und Lampertheim, jedoch niedriger als in Lorsch und Heppenheim.

Abbildung 17: Relative Verkaufsflächenausstattung von Bürstadt mit Nahrungs- und Genussmitteln im Landkreis-Vergleich



Quelle: GMA-Berechnung 2020, basierend auf Primärerhebungen in den Jahren 2017 – 2020.

³⁸ Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2020 basierend auf © Statistisches Bundesamt.

4. Angebotssituation in der Innenstadt

Die Innenstadt liegt zentral im Kernstadtgebiet, etwa zwischen der St.-Michael-Kirche, der alten Schillerschule in der Magnusstraße und den Bahntrassen der Nibelungenbahn und Riedbahn. Sie stellt den historischen Versorgungsschwerpunkt von Bürstadt dar.

Die **innerstädtische Haupteinkaufslage** von Bürstadt befindet sich traditionell im Bereich der Nibelungenstraße (zwischen Riedbahn und Abzweig Lampertheimer Straße) sowie in den angrenzenden Bereichen der Mainstraße und Marktstraße (vgl. hierzu auch Abbildung 8 auf S. 24). Entsprechend der dortigen Baustrukturen ist dieser Bereich überwiegend durch kleinflächige Geschäfte und Dienstleister geprägt. Die räumliche Verteilung der Einzelhandels- und Komplementärnutzungen ist der Karte 4 zu entnehmen.

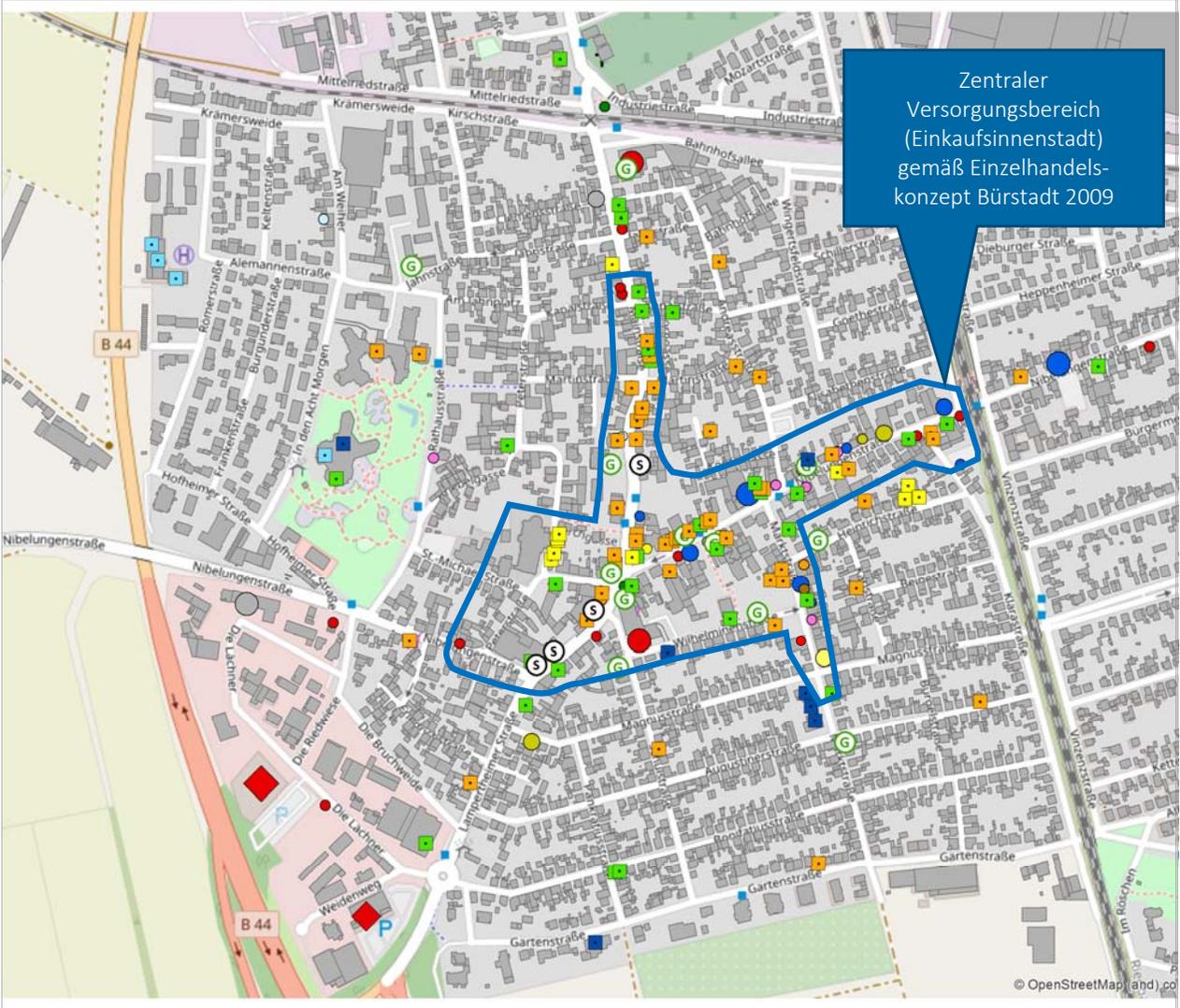
Die Nibelungenstraße erstreckt sich, von Osten (B 47 / Lorsch, Riedrode, Oststadt) kommend, zwischen der Riedbahn und dem Alten Rathaus in linearer Ausrichtung über rund 350 m, läuft dann in ihrem mittleren Abschnitt über rund 150 m nach Süden bis zur Einmündung der Lampertheimer Straße, bevor sie erneut abknickt und nach Westen in Richtung B 47 / Rosengarten führt. Die Mainstraße verläuft von Bobstadt kommend in Nord-Süd-Richtung zunächst in schnurgeradem Verlauf bis zur Kanalstraße, um von dort aus (im Bereich der Haupteinkaufslage) in einer Krümmung bis zum Alten Rathaus an der querenden Nibelungenstraße zu führen.

Obwohl die Nibelungenstraße und die Mainstraße durch die Bundesstraßen B 44 und B 47 von ihren ursprünglichen Funktionen als Hauptverkehrsachsen für den Durchgangsverkehr erheblich entlastet werden, wird durch den fortlaufenden Straßenverkehr die **Einkaufsatmosphäre in der Einkaufsinnenstadt beeinträchtigt** (insbesondere rund um den zentralen Knotenpunkt Nibelungenstraße / Mainstraße / Luisenstraße / Schulstraße). Es sind aber bereits umfangreiche Aufwertungsmaßnahmen des öffentlichen Raums sowie des zentralen Knotenpunkts im Gange, sodass zu erwarten ist, dass sich die Aufenthaltsqualität und Verkehrssicherheit verbessern werden.

An der Wilhelminenstraße, die als Einbahnstraße die Schulstraße (bzw. mittlere Nibelungenstraße) und Marktstraße verbindet, bestehen mehrere größere Gebäudekomplexe (u. a. mit Edeka-Markt, Raiffeisenbank, Salzgrotte), die mit ihren großen Parkierungsflächen zu einem ungeordneten Straßenbild und deutlichen Unterbrechungen eines straßenbegleitenden Angebotsbesatzes führen. Kunden und Innenstadtbesuchern präsentiert sich somit **kein attraktiver „Rundlauf“** im zentralen Karrée Nibelungenstraße – Wilhelminenstraße – Marktstraße. Aufwertungsbedarf liegt auch in Hinsicht auf die Zufahrten bzw. Zugänge zur Einkaufsinnenstadt vor, die derzeit noch wenig attraktive Bereiche darstellen.

Hinsichtlich der Aufenthaltsqualität ist zwischen Nibelungen- und Wilhelminenstraße, östlich der Raiffeisenbank, ein **sehr ansprechender Aufenthaltsbereich** mit Begrünungselementen, Wasserspiel, kleinem Spielplatz und Außengastronomie hervorzuheben. Auf diesem Platz findet freitags auch der Wochenmarkt statt.

Karte 4: Einzelhandels- und Komplementärbestand in der Bürstädter Innenstadt



Legende

Einzelhandel

Verkaufsflächengröße

- ◇ über 1.500 m² VK
- ◇ 800 bis unter 1.500 m² VK
- 400 m² bis unter 800 m² VK
- 100 m² bis unter 400 m² VK
- unter 100 m² VK

Sortimente

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielzeug
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren / Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Komplementärnutzungen

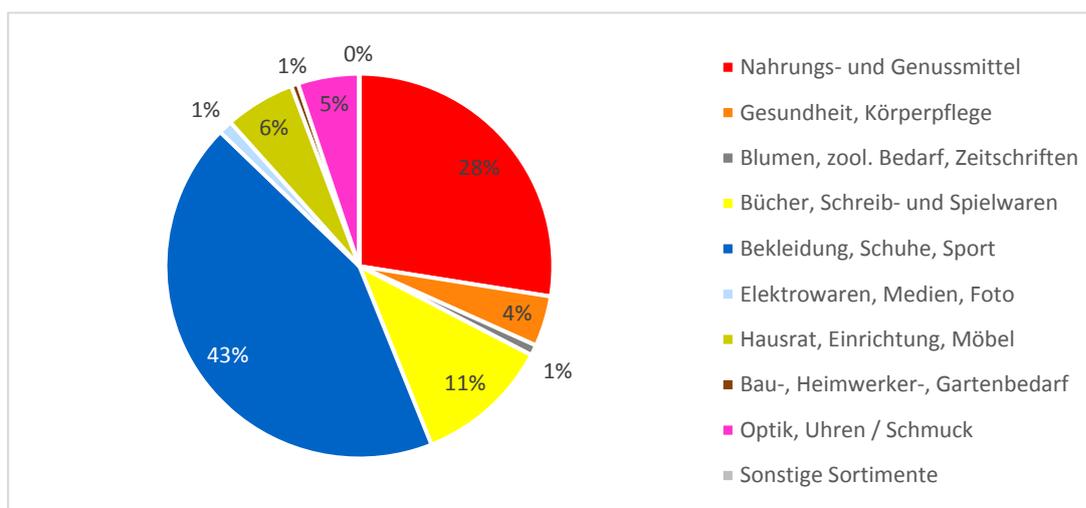
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Gesundheitseinrichtungen
- Spielhallen, Wettbüros etc.

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende
Kartengrundlage GfK GeoMarketing,
Datengrundlage GfK GeoMarketing
© Microsoft, Nokia
GMA-Bearbeitung 2020

Die Bürstädter Einkaufsinnenstadt weist eine **gute verkehrliche Erreichbarkeit** auf, insbesondere für den Autoverkehr über die Nibelungenstraße und Mainstraße, aber auch für den Fahrradverkehr, der eine gute Ausschilderung im regionalen Fahrradnetz vorfindet. Kunden und Besuchern der Innenstadt stehen Parkmöglichkeiten sowohl straßenbegleitend als auch an mehreren Parkplätzen (Wilhelminenstraße, Mainstraße gegenüber der Post, Andreasstraße) zur Verfügung. An das lokale und regionale Netz des ÖPNV ist die Innenstadt durch den Bahnhof an der Riedbahn, der als Bahndamm am Ostrand der Innenstadt im unmittelbaren Anschluss zur Nibelungenstraße liegt, sowie mehrere Bushaltestellen im Innenstadtgebiet insgesamt gut angebunden. Der Bahnhof (Anbindung an die Nibelungenbahn) und der angrenzende Busbahnhof liegen allerdings rund 500 m nördlich des zentralen Teils der Haupteinkaufslage, sodass sich hiermit keine unmittelbaren Synergieeffekte ergeben.

Der **Einzelhandelsbestand** in der Innenstadt umfasst derzeit 36 Betriebe und eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 3.415 m² VK. Aus der hieraus abzuleitenden Durchschnittsgröße von weniger als 100 m² VK wird die Kleinteiligkeit der Einzelhandelsstruktur in der Innenstadt deutlich. Größte Betriebe in der Innenstadt sind ein Lebensmittelmarkt (Edeka), der Schuh-Filialist Schuh One, das Modehaus Vetter sowie der Textilfachmarkt NKD. Ansonsten dominieren kleine, inhabergeführte Fachgeschäfte. Der Besatz ist zwar kleinteilig strukturiert, deckt jedoch große Teile des Branchenspektrums ab. Den größten Raum nehmen in den Haupteinkaufslagen Anbieter der Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport (ca. 43 % der Verkaufsflächen), Nahrungs- und Genussmittel (ca. 28 %) und Bücher, Schreib- und Spielwaren (ca. 11 %) ein. Entsprechend geringere Anteile entfallen auf andere Branchen (vgl. Abb. 18). Darunter sind mit Gesundheit / Körperpflege, Blumen, Elektrowaren / Medien sowie Hausrat / Einrichtung auch innenstädtische Leitsortimente.

Abbildung 18: Einzelhandelsstruktur in der Einkaufsinnenstadt 2020 (Verkaufsflächen*)



* Unbereinigte Verkaufsflächen, d. h. Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt der Betriebe

Quelle: GMA-Erhebung Juli 2020 (ca.-Werte gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

**Foto 5: Marktplatz mit hoher Aufent-
 haltsqualität**



**Foto 6: Aufwertung des zentralen
 Verkehrsknotenpunkts**



**Foto 7: Gute Lebensmittelversorgung
 in der Innenstadt**



**Foto 8: Nur noch wenig Einzelhandel
 in der Mainstraße**



**Foto 9: Leerstand an der östlichen Ni-
 belungenstraße**



**Foto 10: Südliche Nibelungenstraße:
 Aus Einzelhandelssicht keine
 Laufwege mehr**



Fotos: GMA, Juli 2020

Um auch der Wirkung von ergänzenden Betrieben zum Einzelhandel (**Komplementärnutzungen** genannt) gerecht zu werden, nahm die GMA im Rahmen der Einzelhandelserhebungen im Juli 2020 auch eine vollständige Erhebung der Dienstleistungsbetriebe (einschließlich Post und Kreditinstitute, Ärzte und Gesundheitsdienstleister), gastgewerblichen Betriebe, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Bildungs- und öffentlichen Einrichtungen in der Innenstadt vor. Solche Einrichtungen tragen nicht nur zur Versorgungsqualität von Bewohnern der Stadt bei sondern auch zur Kundenfrequenzierung und Belebung des Stadtbilds. Da sie eigene Anziehungspunkte für Besucher darstellen können, kann auch der Einzelhandel von ihnen Vorteile ziehen. Insofern ist die Existenz und Verteilung dieser Einrichtungen im Stadtgebiet durchaus von Wichtigkeit.

Insgesamt erfasste die GMA bei den Erhebungen in der Einkaufsinnenstadt³⁹ 68 Komplementäreinrichtungen (vgl. Tab. 6). Auffällig ist, dass wichtige „Frequenzbringer“ wie etwa das Rathaus, Bürgerhaus, Behörden, Museen, Schulen, Kirchengemeinden sowie etliche Restaurants, Gesundheitsdienstleister und Arztpraxen bereits außerhalb der Haupteinkaufsbereiche in den Randbereichen der Innenstadt liegen (vgl. Karte 4). Hiermit gehen wichtige Zuführungseffekte für die Einzelhandelsgeschäfte verloren.

Tabelle 6: Komplementärnutzungen in der Bürstädter Einkaufsinnenstadt 2020

Art der Einrichtung	Anzahl
Dienstleistungen (z. B. Frisör, Kosmetik, Sonnenstudio, Schneiderei, Reisebüro, Fahrschule, Arztpraxen, Gesundheitsdienstleister, Geldinstitut, Post, Immobilienagentur, Anwaltskanzlei, Steuerberater, Versicherungsagentur, Krankenkasse, Nachhilfe, Zeitungsbüro)	41
Gastgewerbe (z. B. Restaurant, Café, Bistro, Kneipe, Imbiss, Eiscafé, Hotel)	19
Kultur- und Freizeiteinrichtungen (z. B. Veranstaltungsräume, Fitness-Studio, Spielhallen, Wettbüros)	6
Bildungseinrichtungen (z. B. Schulen, Kindergärten, Kinderbetreuungseinrichtungen)	2
Summe Komplementäreinrichtungen	68

Quelle: GMA-Erhebung Juli 2020

Gerade der Besitz an niveaureichen Gaststätten sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen sollte noch gestärkt werden, um die Haupteinkaufslagen der Innenstadt „abzurunden“ und das Angebot, insbesondere zur Ansprache von auswärtigen Kunden, zu verbessern. Damit würde zugleich die Innenstadt auch als Wohnort attraktiver.

Angesichts der für die Stadtgröße doch recht großen Ausdehnung der innerstädtischen Einkaufslagen nimmt die Angebotsdichte und -qualität – nicht nur im Einzelhandel – besonders in den

³⁹ Abgrenzung gemäß Abbildung 8 auf S. 24

Randbereichen spürbar ab. In Folge dessen zeigen sich **teilweise erhebliche Trading-down-Tendenzen im Angebotsbesatz**. Besonders markant ist die Ballung von Mindernutzungen wie Vergnügungsstätten (Spielhallen, Sportwettenanbieter), Shisha-Bars, Imbissbetrieben und Leerständen in den Bereichen Nibelungenstraße 24–40 und Mainstraße 11–47, trotz teilweise moderner Wohn- und Geschäftsbauten. Hier besteht nur noch eine geringe Einzelhandelsdichte, sodass diese Bereiche mit der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts aus der Definition des Zentralen Versorgungsbereichs herausgenommen werden können.

Bei den Erhebungen der GMA wurden in der Einkaufsinnenstadt⁴⁰ auch **Leerstände** in Erdgeschosslagen erfasst und, soweit möglich, ihre Verkaufsflächengrößen geschätzt. Insgesamt wurden bei der Erhebung 9 leerstehende Ladenlokale registriert (zzgl. einer offensichtlich leer stehenden Gaststätte). Die Leerstände befinden sich überwiegend an den Rändern der Einkaufsinnenstadt, z. B. an der südlichen Nibelungenstraße und an der mittleren Mainstraße. Aber auch an den östlichen Rändern der Einkaufslage (Ostteil der Nibelungenstraße, Marktstraße) treten Leerstände auf. Es handelt sich dabei zumeist um kleine Ladenfläche von unter 100 m² VK in einem oftmals minderwertigen Zustand (z. B. deutlicher Sanierungsbedarf, nicht-berollbarer Zugang, geringe Schaufensterfläche zur Straße); eine Nachbesetzung solcher Leerstände für den Einzelhandel erscheint kaum noch realistisch.

Zusammengefasst deutet dies darauf hin, dass zukünftig eine stärkere räumliche Konzentration auf die zentralsten Lagen der Innenstadt von Bürstadt erfolgen sollte. Die Randbereiche sollten entsprechend konsequent auch zu Wohnzwecken genutzt werden.

5. Angebotssituation bei der Nahversorgung

Das Nahversorgungsangebot in Bürstadt umfasst aktuell **33 Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln** (Lebensmittel- und Getränkemärkte, Bäckereien, Metzgereien, Fachgeschäfte, Kioske, Tankstellen) und **5 Anbieter von Drogerie- und Gesundheitswaren** (Drogeriemarkt, Apotheken). Davon entfällt der Großteil auf die Kernstadt. In Bobstadt sind noch 2 Kleinanbieter vorhanden. Prägend sind die insgesamt 7 Lebensmittelmärkte (davon 3 Supermärkte, 4 Discounter) und der Drogeriemarkt.

Im Verhältnis zur Einwohnerzahl wurde 2020 **bei Nahrungs- und Genussmitteln ein Verkaufsflächenbestand von 585 m² pro 1.000 Einwohner** ermittelt (vgl. Kapitel III.3). Mit diesem Flächenbesatz liegt Bürstadt im Vergleich mit anderen Städten ähnlicher Größe – und auch im Vergleich mit den benachbarten Mittelzentren – „im Rahmen“. Hingegen bewegt sich der Flächenbesatz bei Drogerie- und Apothekerwaren deutlich unter dem Niveau vergleichbarer Städte.

⁴⁰ Abgrenzung gemäß Abbildung 8 auf S. 24

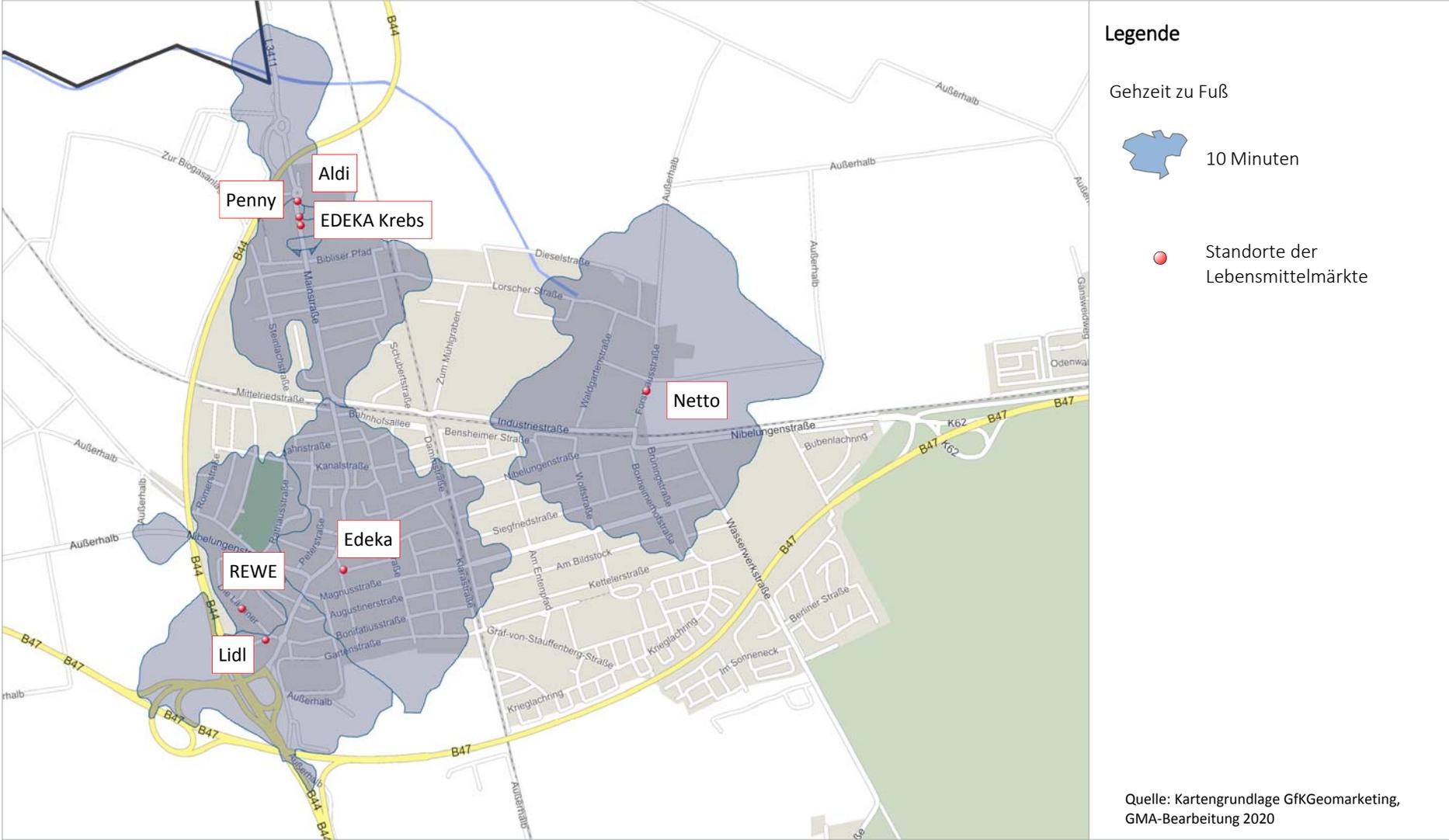
Die Angebotsstruktur und -qualität wird v. a. durch **Lebensmittelmärkte** geprägt. Der vorhandene Bestand in Bürstadt ist wie folgt zu bewerten:

- /// Die **Supermärkte** EDEKA Krebs (ca. 2.300 m² VK) und REWE Rodriguez (ca. 1.800 m² VK) sind modern und ausreichend groß dimensioniert. Aufgrund der großen Sortiments-tiefe und der guten Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr erschließen beide Märkte ein großes Einzugsgebiet. Auch der etwas kleinere Edeka-Supermarkt an der Wilhelminenstraße (ca. 650 m² VK) wurde bereits modernisiert; er übernimmt Nahversorgungsfunktionen für die Bewohner und Beschäftigten in der Innenstadt.
- /// Mit den **Discountern** Lidl, Aldi, Netto und Penny ist im Discountsegment ein umfangreiches Angebot vorhanden. Die genannten Filialisten weisen Verkaufsflächen zwischen ca. 790 und 1.000 m² auf, was nicht mehr ganz den üblichen Größen der jeweiligen Betreiber entspricht. Derzeit liegen Erweiterungsplanungen von Lidl, Aldi und Netto vor.

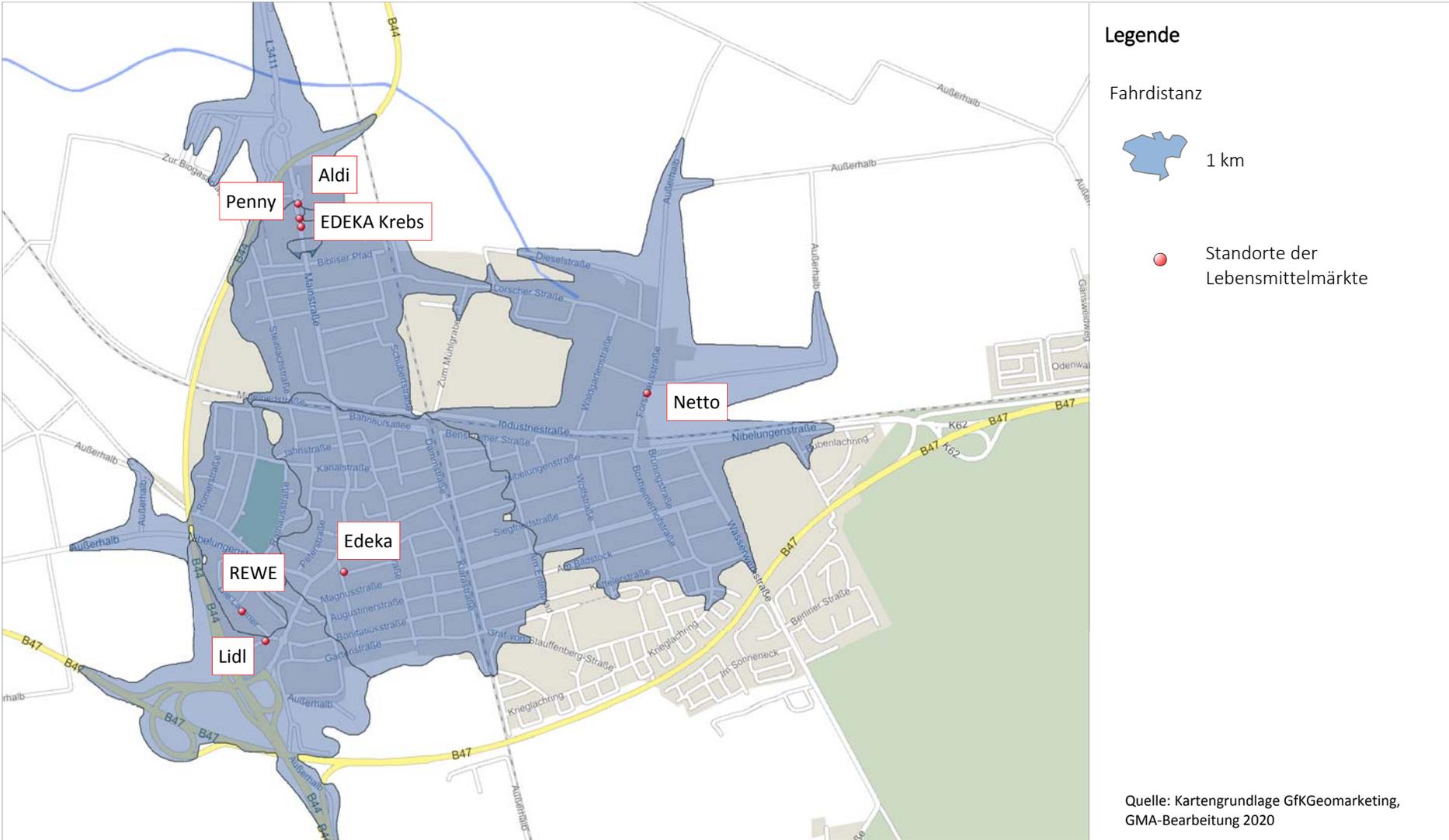
Mit Blick auf die Karte 5 wird eine recht **gute „räumliche Arbeitsteilung“ im Stadtgebiet** durch die Lebensmittelmärkte deutlich. Während EDEKA, Aldi und Penny v. a. das nördliche Kernstadtgebiet und Bobstadt ansprechen, zielt der kleinere Edeka-Markt auf die Innenstadt ab. REWE und Lidl versorgen die Wohngebiete im westlichen Kernstadtgebiet, Netto ist der nächstgelegene Lebensmittelmarkt für die östlichen Wohngebiete und Riedrode. Somit existieren Vollsortimenter im Norden, Süden und in der Mitte, Discounter im Norden, Osten und Süden der Stadt.

Innerhalb der Kernstadt können rund 43 % der Bevölkerung einen Lebensmittelmarkt fußläufig, d. h. in max. 500 m Distanz erreichen. Die größte Versorgungswirkung in ihrem Nahumfeld erzielen Edeka in der Wilhelminenstraße (rund 4.300 Einwohner in fußläufiger Distanz), REWE in der Lächner (rund 2.600 Einwohner) und Lidl am Weidenweg (knapp 2.500 Einwohner). Das Einkaufszentrum „Am Bibliser Pfad“ mit EDEKA Krebs, Aldi und Penny können rund 1.200 Einwohner fußläufig erreichen. In fußläufiger Distanz von 500 m um den Netto-Markt an der Forsthausstraße leben knapp 1.000 Einwohner. Berücksichtigt man die von der ebenen Topografie begünstigte gute Fahrrad-Erreichbarkeit der örtlichen Lebensmittelmärkte, erhöht sich der Anteil der Einwohner auf ca. 60 %, die einen Lebensmittelmarkt ohne Pkw erreichen können (vgl. Karte 6).

Karte 5: Wohngebietsnahe Versorgung in Bürstadt: Fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte



Karte 6: Wohngebietsnahe Versorgung in Bürstadt: Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte mit dem Fahrrad

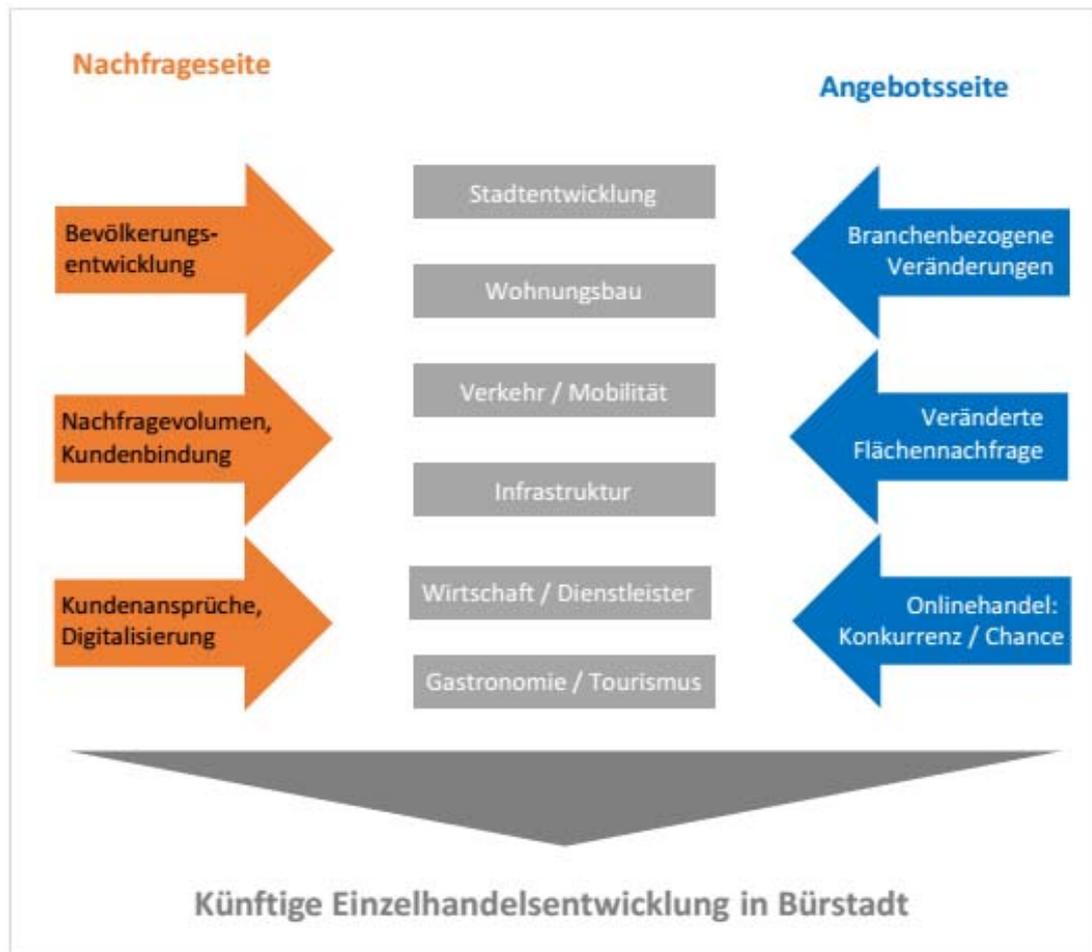


IV. Entwicklungsrahmen

1. Strategische Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandorts Bürstadt

Als wesentliche übergeordnete Trends, die im Fokus der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt stehen, sind die in der Abbildung 19 genannten Einflussfaktoren zu beachten.

Abbildung 19: Einflussfaktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung



Quelle: GMA-Darstellung

Als wesentliche Einflussfaktoren auf die künftige Einzelhandelsnachfrage in Bürstadt sind hinsichtlich der mittelfristigen **demografischen, ökonomischen und handelsstrukturellen Rahmenbedingungen** hervorzuheben:

- /// bis 2035 weitere Bevölkerungszunahmen in Bürstadt selbst, in den umliegenden Gemeinden jedoch tendenziell sinkend
- /// konjunkturelle und staatliche Einflüsse auf die Einkommenssituation der Haushalte nicht mehr stabil vorhersagbar
- /// anhaltende Preissensibilität der Konsumenten, insbesondere im Nonfood-Bereich; dadurch hohe Akzeptanz für preiswerte Angebotskonzepte und Zwang zur Reduzierung der (Standort-)Kosten bei den Anbietern

- /// hohes Anspruchsniveau der Kunden an die Einkaufsstätten (Angebotsumfang, Anfahrbarkeit, Parkierung, Niveau, Sicherheit, Witterungsunabhängigkeit, Bequemlichkeit) begünstigt Einzelhandelsstandorte mit breitem Sortiment und hohen Synergiepotenzialen in verkehrsgünstiger Lage, insbesondere aber den Onlinehandel und darauf basierende Mischkonzepte (z. B. Click-and-collect)
- /// stärkere Anforderungen an umwelt- und klimapolitische Nachhaltigkeit sowohl bei der Organisation des Vertriebs als auch bei den Produkten zu erwarten
- /// zunehmende Differenzierung des Angebots (einfach vs. hochwertig)
- /// fortlaufende Umsatzzuwächse des Onlinehandels zu Lasten der lokalen Geschäfte
- /// zunehmende Unternehmenskonzentration und Marktmacht von Filialisten wird zur weiteren Verringerung von leistungsfähigen Einzelhandelsstandorten außerhalb der Haupteinkaufslagen / Angebotsschwerpunkte führen
- /// „Ladensterben“ infolge der Corona-Krise und der Nachfolgeproblematik wird besonders wirtschaftsschwache (kleine) Betriebe mit geringer Profilierung betreffen, als Folge wird sich der Bedeutungsverlust der Innenstadt-Randlagen als Standorte für den Einzelhandel weiter fortsetzen.

Als limitierende Faktoren für die Entwicklung des Einzelhandelsstandorts Bürstadt sind die **Konkurrenzbeziehungen zu benachbarten Zentren** und zum **Onlinehandel** zu beachten:

- /// normale Bedarfsdeckung wird praktisch überall gewährleistet, zentrale Orte aller Stufen „rüsten auf“ mit Supermärkten, Discountern, Fachmärkten und Filialisten
 - übliche Fachmarkt- und Filialkonzepte sind kein Profilierungsmerkmal mehr, es müssen besondere Konzepte etabliert werden (auch mit Ziel auf eine flächenschonende Stadtentwicklung)
- /// viele Städte entwickeln Einzelhandelsstrategien bzw. verfügen über entsprechende Potenziale (Entwicklung neuer Handelsstandorte, Stadtmarketingkonzepte), sodass sich die Standortkonkurrenz unter den Städten verschärfen wird
 - Notwendigkeit der Profilierung
- /// intensive Bewerbung (z. B. soziale Medien, Radio / Print, Events, Stadtmarketing-Aktivitäten), gute verkehrliche Infrastruktur, hohe individuelle Mobilität, Neugier und erkannte Preisunterschiede führen zu verstärktem „Standort-Hopping“
 - Konkurrenz im Internet und in der Region, aber auch durch weiter entfernte Einkaufsstädte.

Elementar für die Einschätzung der künftigen Entwicklungen sind zudem die **grundlegenden Zielsetzungen der Stadt Bürstadt** in Bezug auf ihre Einzelhandelsangebote:

- /// Im Einzelhandelskonzept der Stadt Bürstadt steht die **Stabilisierung und Stärkung der Innenstadt** als zentraler und integrierter Einkaufs- und Versorgungsstandort an erster Stelle. Das städtebauliche Leitbild der Stadt steht für den Erhalt der Zentralität und

Urbanität der Innenstadt und soll vielfältige und sich befruchtende Funktionen sichern (vgl. auch Integriertes Handlungskonzept zur Förderung des „Aktiven Kernbereichs“). In der Umsetzung erfordert dies eine fortlaufende Modernisierung und Erweiterung der Ladenlokale, um das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in der Kundengunst aktuell zu halten, auch neue Angebotskonzepte ansiedeln zu können und so den Anschluss zu den dezentralen Einkaufslagen nicht zu verlieren.

- Der Einzelhandelsstandort Bürstadt kann auch von leistungsstarken und spezialisierten Anbietern in den Gewerbegebieten profitieren. Gemeinsam mit den Händlern in der Innenstadt tragen diese autokundenorientierten Standorte wesentlich zu dem angestrebten **Erhalt und gezielten Ausbau der Versorgungsfunktionen des Mittelzentrums Bürstadt** bei. Daher sollte auch diesen dezentralen Handelsstandorten grundsätzlich die Möglichkeit zu einer Modernisierung und Aufwertung des Angebots eingeräumt werden, sofern hierdurch keine Gefährdung der Einkaufsinnenstadt eintritt. Vorsicht ist insbesondere bei zentrenrelevanten Sortimenten geboten (auch als Randsortimente). Aufgrund der Priorität, die städtebaulich integrierte Versorgungslagen genießen, ist hierbei in Hinsicht auf Standorte und Sortimente sorgfältig abzuwägen.
- Für eine mittelfristig gute **wohnnaher Versorgung** ist eine gezielte Modernisierung der Lebensmittelmärkte anzustreben, um die Bindung der nahversorgungsrelevanten Kaufkraft in der Stadt zu erhöhen und Autoverkehrsströme möglichst zu vermeiden.
- Für eine **nachhaltige Stadtentwicklung** sollte die Stadt Bürstadt einen sparsamen Umgang mit den vorhandenen Flächen pflegen, um künftige Entwicklungsmöglichkeiten für Gewerbe, Industrie, Wohnen, Freizeit und Natur zu erhalten.

Eine Ausweisung zusätzlicher Flächen bzw. neuer Versorgungsstandorte sollte nach Möglichkeit vermieden und stattdessen die Wiedernutzung bereits entwickelter Gebiete bevorzugt werden. Bei der Entwicklung neuer Märkte sollte flächenschonenden Konzepten (z. B. bei Überbauung eines Marktes mit zusätzlichen Geschossen für Parkierung, Wohn- oder Dienstleistungsnutzungen) der Vorzug gegeben werden.

Eine **Prognose des zukünftigen Flächenbedarfs** auf Basis von Kaufkraft- und Marktanteilsentwicklungen erscheint in Anbetracht der fundamentalen Umwälzungsprozesse durch die Digitalisierung des Einkaufens, die in ihrem Umfang und Geschwindigkeit heute nicht hinreichend genau abzuschätzen sind, nicht mehr sinnvoll⁴¹. Zwar wird auf der Nachfrageseite eine wachsende Bevölkerungs- und Ausgabenentwicklung zu erwarten sein, jedoch wird der stationäre Handel von den daraus resultierenden Kaufkraftsteigerungen kaum profitieren. Nennenswerte Zusatzpotenziale über den heutigen Bestand hinaus lassen sich hieraus kaum prognostizieren.

⁴¹ In methodischer Hinsicht ist außerdem ist auf die Unwägbarkeiten bei der Abgrenzung von stationärem und online-basiertem Einzelhandel hinzuweisen. Das hier vorliegende Einzelhandelskonzept kann nur den stationären Ladeneinzelhandel steuern, nicht aber den Handel im Internet.

Eine Ausnahme bildet der stationäre Lebensmitteleinzelhandel, der mit den vom Kunden erwünschten frischen und regionalen Produkten in deutlich geringerem Umfang von der Konkurrenz des Onlinehandels betroffen ist und zudem von steigenden Ausgabebeträgen und Qualitätsansprüchen der Verbraucher profitiert.

2. Empfehlungen zur künftigen Entwicklung der Einzelhandelsstrukturen in Bürstadt und Ableitung von Leitlinien für die räumliche Steuerung des Einzelhandels

2.1 Innenstadt

Die Innenstadt ist der zentrale Versorgungsbereich des Mittelzentrums Bürstadt. Die Stadt hat bereits Bemühungen um eine Aufwertung der städtebaulichen Situation, eine zeitgemäße Gestaltung der Haupteinkaufslage und ein verbessertes Parkierungsangebot angestrengt. Auch weiterhin sollte der **Einzelhandelsstandort Innenstadt höchste Priorität bei Schutz- und Aufwertungsmaßnahmen** genießen, auch weil der stationäre Einzelhandel insbesondere in den innenstadtprägenden Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren und Elektrowaren durch den Onlinehandel stark unter Druck gerät.

Hierzu ist zunächst eine **größere Verdichtung der Einzelhandelsangebote** anzustreben. Als Kernzone bieten sich Teile der Nibelungenstraße (etwa zwischen Luisenstraße und Marktstraße), Marktstraße (zwischen Nibelungen- und Magnusstraße) und Mainstraße (etwa zwischen Kirchgasse und Schulstraße) an. Insbesondere Verlagerungen bestehender Anbieter kommen hierbei in Betracht. Auf diese Kernzone sollten nach Möglichkeit auch publikumsstarke Dienstleister (Banken, Arztpraxen, Gesundheitsdienstleister) und öffentliche Einrichtungen (z. B. Kulturbetriebe) konzentriert werden. Das City- und Geschäftsflächenmanagement sowie die Teilnahme am Förderprogramm „Lokale Ökonomie“ können hierbei wertvolle Hilfen bei der Unterstützung von angestrebten Geschäftsverlagerungen von Soltärstandorten in die Innenstadt sein.

Zudem sollte in der Innenstadt künftig ein **größeres Einkaufserlebnis** geboten werden. Ansätze zur Steigerung der Aufenthaltsqualität und Attraktivität der Innenstadt liegen in einer fortlaufenden Aufwertung des öffentlichen Raums, insbesondere der Gestaltung der Innenstadteingänge (Nibelungenstraße, Mainstraße, Lampertheimer Straße), in Gestaltungssatzungen (wie etwa dem Fassadenleitbild) oder innovativen Beleuchtungsakzenten auf Gebäude, Straßenzüge und Plätze der Innenstadt. Ansatzpunkte zeigen sich auch hinsichtlich einer **verbesserten Inszenierung** bei einzelnen Geschäften bzw. eines verbesserten Ambientes in den Einkaufsstraßen abseits der August-Ruf-Straße. Hierzu sind in erster Linie die Händler selbst sowie die Immobilieneigentümer in der Verantwortung.

In Bezug auf die **Branchen** bestehen in der Bürstädter Innenstadt noch Ergänzungsspielräume. Steigerungsmöglichkeiten bestehen mit Blick auf mehr Vielfalt und innovative Konzepte. Um

auch die kommende Generation der „Digital natives“ mit der Bürstädter City anzusprechen, sind auch eine Unterstützung neuer Angebotskonzepte (z. B. Anbieter mit Einzelhandels- und Gastronomieelementen, Click-and-Collect-Konzepte, interaktive Schaufenster mit der Möglichkeit zum Bestellen von Waren auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten) zu empfehlen. Hier sind allerdings v. a. die Händler selbst gefragt.

Die Innenstadt könnte zudem durch die Etablierung **zusätzlicher Frequenzbringer aus dem Nicht-Handelsbereich** (z. B. Dienstleistungen, Gesundheit, Gastronomie, Freizeit, Kultur, ggf. auch Bildung) profitieren, da diese die Funktionsverluste, die die Innenstadt als Einkaufsstandort erfahren hat, zumindest teilweise kompensieren können. Sie können dazu beitragen, die Akzeptanz und Verweildauer in der Innenstadt insbesondere bei Auswärtigen (z. B. Tagestouristen mit dem Fahrrad) zu steigern. In diesem Zusammenhang erscheinen insbesondere der geplante Neubau der Sparkasse sowie die Errichtung eines Ärztehauses als sinnvolle Maßnahmen.

Schließlich sollte auch die bevorstehende **Erneuerung und Erweiterung des Wohnungsangebots** in der Innenstadt dazu genutzt werden, die Innenstadt als multifunktionalen Raum zu beleben. Für Wohnneubau bieten sich besonders die ruhigeren Randbereiche der Innenstadt, außerhalb der Haupteinkaufsbereiche, an. In diesem Zusammenhang sind nicht nur moderne, architektonisch anspruchsvolle Gebäude sondern auch ergänzende Ruhebereiche (Grünanlagen, Kinderspielplätze, abgeschirmte Zugänge) einzufordern; beides schafft sowohl für Bewohner als auch für Besucher der Innenstadt neue Qualitäten.

2.2 Nahversorgungsstandorte

Die Untersuchungen zur Nahversorgungssituation hat gezeigt, dass die Lebensmittelmärkte (als Leitbetriebe der Nahversorgung) in Bürstadt – ebenso wie in den meisten anderen Städten und Gemeinden im Umland – größtenteils nicht innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs liegen sondern vielmehr an autokundenorientierten Standorten. Gleichwohl besteht eine gute räumliche Abdeckung des Stadtgebiets. Ein Großteil der örtlichen Wohnbevölkerung kann einen leistungsstarken Lebensmittelmarkt innerhalb von 10 Minuten fußläufig erreichen:

- /// Die Bewohner der **zentralen, südlichen und westlichen Kernstadtbereiche** finden sowohl den Edeka-Markt an der Wilhelminenstraße als auch Lidl und REWE im Gewerbegebiet Die Lächner in fußläufiger Erreichbarkeit. Alle drei Märkte sind auch mit dem halbstündlich verkehrenden Stadtbus und den Regionalbuslinien gut erreichbar (Haltestellen ca. 100 – 300 m entfernt).
- /// Die Bewohner der **nördlichen Kernstadt** sind durch die drei Lebensmittelmärkte EDEKA Krebs, Aldi und Penny im Fachmarktzentrum Am Bibliser Pfad sehr gut versorgt.

- Auch für die Bewohner von **Bobstadt** liegt das Fachmarktzentrum relativ günstig, denn die Distanz (max. 2 km) ist mit dem Fahrrad noch gut zu bewältigen, außerdem verkehrt zweimal stündlich der Stadtbus von mehreren Haltestellen in Bobstadt bis zum Fachmarktzentrum.
- Im **nordöstlichen Teil der Kernstadt** gewährleistet der Nettomarkt am Forstmeisterweg eine gewisse Versorgung, auch wenn dieser an seinem Standort aufgrund der Trennwirkung der viel befahrenen Nibelungenstraße (K 62) für die Wohnbevölkerung zu Fuß und mit dem Fahrrad derzeit nicht optimal erreichbar ist. Dieser Markt liegt als einziger nicht in der Nähe einer Stadtbus-Haltestelle, ist jedoch mit dem Regionalbus (stündliche Verbindung nach Heppenheim) aus der nordöstlichen Kernstadt und aus Riedrode anfahrbar.

Gewisse Versorgungslücken liegen somit lediglich im **Südosten der Kernstadt** (einschließlich Siedlungen Rodstücke, Sonneneck und Boxheimerhof) und im **Stadtteil Riedrode** vor, wo mit Ausnahme weniger Betriebe des Lebensmittelhandwerks keine Versorgungsmöglichkeiten in kurzer fußläufiger Distanz vorhanden sind. Allerdings können diese Bewohner mit dem Bus andere Lebensmittelmärkte erreichen, z. B. Netto (mindestens stündliche Verbindung).

Die grundlegende wohnortnahe Verteilung der Lebensmittelmärkte ist sinnvoll und bedarf keiner Korrektur durch zusätzliche großflächige Anbieter.

2.3 Nicht integrierte Standorte

Eine besonders hohe Kundenakzeptanz genießen die Einzelhandelsmärkte in den Gewerbegebieten, welche mit ihrer Spezialisierung und Angebotsumfang z. T. echte Alleinstellungsmerkmale in der Region aufweisen. Die Bürstädter Gewerbegebiete fungieren dabei in **erster Linie als Standort für den großteiligen Einzelhandel** (Fachmärkte) und erfüllen damit eine räumlich-funktionale Arbeitsteilung mit der kleinteilig strukturierten Innenstadt. Zum Schutz der städtebaulichen Entwicklungsziele und der Investitionen in den Standort Innenstadt sollten **zentrenrelevante Sortimente in den Gewerbegebieten unterbunden** werden.

Stärker als früher sollte für die Gewerbegebiete das **Prinzip der dezentralen Konzentration** angestrebt werden. So generiert ein Angebot, das auf wenige, übersichtliche Standortbereiche konzentriert ist, eine deutlich größere Sogwirkung als ein stark zersplittertes Standortgefüge. Insbesondere im sehr weit ausgedehnten Industriegebiet Nordost besteht ansonsten die Gefahr des „Verkleckerns“, wodurch auch an sich leistungsfähige Anbieter nicht wahrgenommen werden.

V. Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts („Einzelhandelskonzept Bürstadt 2020“)

Die Stadt Bürstadt verfolgt seit dem Jahr 2009 ein Einzelhandelskonzept zum Schutz zentraler Versorgungsstrukturen. Im Rahmen der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts soll seine bisherige Handhabung bezüglich der Sortiments- und Standortpolitik einer Überprüfung und Aktualisierung unterzogen werden.

1. Städtebauliche Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt

Auf Basis der in den vorangegangenen Kapiteln dargestellten Bestandsanalyse und der prognostizierten Entwicklungsspielräume im Einzelhandel wird ein aktualisiertes und zukunftsorientiertes Planungskonzept für die Stadt Bürstadt abgeleitet. Das Einzelhandelskonzept ist somit wichtiges Element eines städtebaulichen Leitbilds. Als wesentliche Ziele sind in ihrer Reihenfolge der Prioritäten zu nennen:

1. Langfristiger Erhalt und gezielte Ergänzung der mittelzentralen Versorgungsfunktionen der Gesamtstadt Bürstadt
2. Schutz, Stärkung und strategische Weiterentwicklung der Innenstadt als übergeordneter, attraktiver und multifunktionaler Einkaufs-, Versorgungs- und Wohnstandort
3. Schutz und Stärkung einer leistungsfähigen verbrauchernahen Grundversorgung
 - Erhalt / Modernisierung der etablierten, wohnortnahen Nahversorgungsstandorte
 - Vermeidung von Autoverkehr durch bevorzugte Entwicklung von wohnortnahen und mit dem ÖPNV erreichbaren Standorten
4. Gewähr des sparsamen Umgangs mit Flächenressourcen als Basis künftiger Entwicklungsmöglichkeiten für Gewerbe, Wohnen, Freizeit und Natur sowie als Grundlage einer nachhaltigen und Klimaschutz-berücksichtigenden Stadtentwicklung.

Um eine objektive Prüfung künftiger Ansiedlungs- und Verlagerungsvorhaben im Einzelhandel zu ermöglichen, enthält das Einzelhandelskonzept folgende städtebaulich relevante Kernelemente:

- ▀ ein sortimentsbezogenes Leitbild, das als Grundlage für die weitere Beurteilung von Einzelhandelsgroßvorhaben heranzuziehen ist (= Sortimentskonzept)
- ▀ eine Formulierung von räumlichen Prioritäten zur Weiterentwicklung des Einzelhandels nach Standorten (= Standortkonzept).

2. Sortimentskonzept Bürstadt 2020

Aufgabe des sortimentsbezogenen Leitbildes ist es, diejenigen Einzelhandelsbranchen festzulegen, welche für die Nutzungsvielfalt und Attraktivität der zentralen Einkaufslage prägend sind.

Sortimente, die maßgeblich zu einem aus städtebaulicher Sicht wünschenswerten Einkaufserlebnis beitragen, werden als **zentrenrelevant** bezeichnet. Sie kennzeichnet eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, ein begrenzter Flächenbedarf in der Präsentation sowie eine gute Transportierbarkeit bzw. geringe Sperrigkeit. Als zentrenrelevant sind grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, die im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt) einen hohen Anteil der Verkaufsfläche belegen, dort eigene „Zielkunden“ anlocken und so zu einer hohen Frequenz, Ausstrahlungskraft und Attraktivitätssteigerung beitragen (Magnetfunktion). Zudem erzeugen sie Synergien mit anderen Sortimenten und Nutzungen in der Innenstadt (Kopplungseffekte) und sind für einen vielfältigen Branchenmix notwendig. Ihre Ansiedlung in peripheren Lagen würde zu nennenswerten Umsatzzumlenkungen zu Lasten von zentralen Lagen führen, woraus dort Verdrängungseffekte und Funktionsverluste resultieren. Für eine verbesserte Steuerungsmöglichkeit der Einzelhandelsbetriebe werden die zentrenrelevanten Sortimente differenziert in **innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente**.

Als **nichtzentrenrelevant** sind solche Sortimente anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in Innenstädten vertreten sind und infolge fehlender oder nur geringer Frequenzwirkung für das innerstädtische Angebotsspektrum kaum Synergieeffekte hervorrufen würden. Es handelt sich dabei meist um schlecht transportierbare, voluminöse, schwere oder sperrige Güter, die i. d. R. von Pkw-Kunden nachgefragt werden. Hieraus resultiert ein großer Flächenbedarf (bezogen auf branchentypische Betriebe), ein hoher Anspruch an die Verkehrsgunst und ein möglichst niedriges Mietkostenniveau des Standortes, so dass diese Fachmärkte in zentralen Lagen meist gar nicht errichtet werden können. Eine Ansiedlung solcher Anbieter außerhalb zentraler Lagen ist häufig nicht nur betriebswirtschaftlich sinnvoll, sondern auch aus städtebaulichen Gründen wünschenswert. Besonderes Augenmerk ist dabei auf Umfang und Struktur der zentrenrelevanten Randsortimente zu legen (insbesondere bei solchen mit hoher Flächenleistung), damit Schädigungen der zentralen Lagen ausgeschlossen werden können.

Ausgangspunkt für die Einstufung als zentrenrelevant ist zunächst ein vorhandene Betriebs- und Verkaufsflächenbestand des Sortiments in zentraler Lage. Die Einstufung eines Sortimentes als zentrenrelevant setzt allerdings nicht zwingend voraus, dass dieses zum Zeitpunkt der Bewertung in einem zentralen Versorgungsbereich auch vertreten ist. Auch Sortimente, die derzeit nicht oder nur in einem geringen Umfang in der Innenstadt angeboten werden, die aber einen wesentlichen Beitrag zur Gesamtattraktivität der Lage leisten oder besonderen städtebaulichen Zielsetzungen entsprechen, können als zentrenrelevant eingestuft werden. Allerdings muss eine Ansiedlung unter den städtebaulichen, verkehrlichen und marktseitigen Rahmenbedingungen (betriebswirtschaftliche Sicht möglicher Betreiber) auch realistisch sein.

Im Ergebnis stellt sich der GMA-Vorschlag für zentrenrelevante und nichtzentrenrelevante Sortimente wie in Abbildung 20 dar. Die Untergliederung orientiert sich an den Sortimentslisten im Regionalplan Südhessen 2010 und im Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar 2014.

Abbildung 20: Sortimentskonzept der Stadt Bürstadt 2020 (GMA-Vorschlag)

Zentrenrelevante Sortimente	Nichtzentrenrelevante Sortimente
Innenstadtrelevante Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zooartikel, Tiernahrung, lebende Tiere ▪ Möbel, Matratzen / Bettwaren, Gartenmöbel ▪ Küchenmöbel und -einrichtungen (einschließlich Einbaugeräte, Herde) ▪ Baustoffe, Bauelemente, Holz, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Sanitär / Fliesen, Badeinrichtung und -zubehör, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen ▪ Tapeten, Farben, Lacke und Zubehör ▪ Teppiche, Teppichboden, Bodenbeläge ▪ Elektroinstallationsbedarf, Gebäude- und Sicherheitstechnik, Messtechnik, Antennen / Satellitenanlagen ▪ Gartenbedarf, Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel, Torf / Erde, Pflanzengefäße, Gartenwerkzeuge, Garten- und Gewächshäuser, Gartenhölzer, Zäune, Gartendekoration (großteilig) ▪ Campingartikel, Grills und Grillzubehör ▪ Fahrräder, Elektrofahrräder, E-Scooter, Fahrradzubehör (ohne Bekleidung) ▪ Sportgroßgeräte inkl. Zubehör (Reitsport, Hundesport, Angelsport, Fitness, Tauch- und Wassersport), Waffen- und Jagdbedarf, Boote und Zubehör ▪ Motorradzubehör und -bekleidung ▪ Autozubehör, Reifen, Kindersitze, Land- und Gartenmaschinen, Rasenmäher ▪ Öfen, Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Parfümerie ▪ Apothekenwaren ▪ Sanitäts- und Orthopädiwaren ▪ Schnittblumen, Topfpflanzen ▪ Bücher ▪ Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelartikel ▪ Spielwaren, Baby- und Kinderartikel ▪ Oberbekleidung, Wäsche ▪ Schuhe, Lederwaren, modische Accessoires (inkl. Handtaschen, Reisegepäck, Rucksäcke, Schirme, Pflegezubehör) ▪ Sportartikel und -bekleidung ▪ Unterhaltungselektronik (TV, Hifi, Video), Computer, Kommunikationselektronik, Bild- und Tonträger, Fotobedarf ▪ Elektrokleingeräte, Kaffeeautomaten ▪ Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Geschenk- und Dekorationsartikel ▪ Antiquitäten / Kunsthandel, Bilder / Rahmen, Sammlerbedarf (Antiquariat, Philatelie, Numismatik) ▪ Haus- und Heimtextilien, Gardinen und -Zubehör, Handarbeitsbedarf (Wolle, Kurzwaren, Stoffe, Nähmaschinen) ▪ Beleuchtungskörper, Lampen ▪ Uhren, Schmuck, Silberwaren ▪ Optik, Hörgeräteakustik ▪ Musikinstrumente, Musikalien 	
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel, Reformwaren, Lebensmittelhandwerk, Getränke, Tabakwaren, E-Zigaretten) ▪ Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika) ▪ Zeitungen, Zeitschriften 	

GMA- Empfehlung 2020

Gegenüber der bisher geltenden „Bürstädter Liste“ erfolgt nun erstmals die Benennung von **nahversorgungsrelevanten Sortimenten** (Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren, Zeitungen / Zeitschriften), die eine Unterkategorie der zentrenrelevanten Sortimente bilden. Darin wird der Einordnung in den Regionalplänen gefolgt. Diese Güter des täglichen Bedarfs sollen nur an integrierten Standorten angesiedelt werden, wo sie zur Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung beitragen können. Außer in der Innenstadt sollten diese Artikel deshalb auch in der Nähe von größeren Wohnquartieren erhältlich sein.

Ansonsten besteht aus Sicht der GMA an der bisherigen „Bürstädter Liste 2009“ nur geringer Anpassungs- und Ergänzungsbedarf. Die meisten Abweichungen resultieren aus sprachlichen Anpassungen an die Vorgaben der Regionalpläne bzw. aus der Schließung vorhandener Definitionslücken angesichts eingetretener Sortimentsentwicklungen in den vergangenen Jahren.

Der Vorschlag zum Sortimentskonzept „Bürstädter Liste 2020“ weist in folgenden Punkten von den Einstufungen im Regionalplan Südhessen 2010 ab:

- Bei **Zooartikeln, Tiernahrung und lebenden Tieren** handelt es sich gemäß Regionalplan Südhessen 2010 um ein innenstadtrelevantes Sortiment. Es wurde jedoch bereits in der Einzelhandelskonzeption Bürstadt 2009 als nicht zentrenrelevant eingestuft. Auch im Regionalplan Rhein-Neckar 2014 gilt es nicht als zentrenrelevantes Sortiment. In diesem Sortiment haben sich die Angebotsstrukturen deutlich weg vom innenstadttypischen, kleinen Zoofachgeschäft entwickelt, hin zum Zoofachmarkt. Sowohl Heimtierfachmärkte als auch Futtermittelfachmärkte sind Märkte mit Verkaufsflächen ab ca. 400 m², die sich vornehmlich an autokundenorientierten Standorten befinden, welche es dem Kunden erlauben, größere Gebindegrößen und sperrige Artikel bequem abzutransportieren. Hinzu kommt, dass moderne Zoofachmärkte auch einen zunehmend hohen Flächenbedarf für breite Sortimente an sperrigen Artikeln (z. B. Futtersäcke, Transportbehälter, Käfige, Aquarien, Hundebetten, Katzenkörbe, Katzentoiletten, Nagerstreugebinde), tiergerechte Ausstellungsflächen (z. B. Freiflugvolieren, Kleintiergehege, Terrarien) sowie für Aktionsflächen (z. B. Streichelzoo, Kinderspielgeräte, Probier-Aktionen) benötigen. Dies bringt hohe Anforderungen an Flächen- und Parkplatzbedarf mit sich. Zudem handelt es sich bei Tierbedarf i. d. R. um Spezialbedarf, der nicht von jedem Bürger benötigt wird. Zoofachgeschäfte und Futteranbieter tragen daher nur wenig zur Attraktivität einer Innenstadt bei und stellen auch keine Leitbetriebe für die innerstädtischen Haupteinkaufslagen dar. Dies wird auch daran deutlich, dass sich alle in Bürstadt etablierten Zoobedarfsanbieter außerhalb der Innenstadt befinden. Die von der GMA empfohlene Einstufung als nicht-zentrenrelevantes Sortiment entspricht somit auch der faktischen Verteilung in Bürstadt.
- **Elektrogroßgeräte** (Elektroeinbaugeräte wie Herde, Geschirrspüler, Mikrowellen usw.) benötigen aufgrund ihrer Größe und ihres Gewichts deutlich mehr Flächen zur

Ausstellung und Reparatur als in der Bürstädter Innenstadt üblicherweise verfügbar ist. Solche Elektrogroßgeräte werden daher – anders als elektrische Haushaltskleingeräte (z. B. Handrührgeräte, Mixer, Wanduhren, Blutdruckmessgeräte, Rasierer, Haartrockner, elektrische Zahnbürsten), die klein, handlich und leicht sind und daher von Kunden noch als Handtaschenkäufe erworben werden können – meist von Pkw-Kunden erworben. Ein Angebot von Einbaugeräten in der Innenstadt leistet somit keinen erheblichen Beitrag zu ihrer Gesamtattraktivität. Zudem werden Einbaugeräte nur selten angeschafft, i. d. R. nur im Zusammenhang mit dem Einbau einer neuen Küche. Abweichend vom Regionalplan Südhessen wurden Elektrogroßgeräte (Einbaugeräte) ebenso wie daher das Sortiment Küchen als nicht-zentrenrelevant eingeordnet.

/// **Campingartikel, Grills und Grillzubehör** sind nicht als Teil des üblichen Sportfachhandels anzusehen sondern eher den Sportgroßgeräten oder dem Bau- und Gartenbedarf zuzurechnen. Zelte, Schlafsäcke, Feldbetten, Isomatten, Campingmöbel, Wohnwagenausstattung, Gasflaschen usw. sind groß und sperrig, ihr Transport meist nur mit dem Auto möglich. Derzeit besteht in Bürstadt nur ein sehr geringes Angebot an Camping- oder Grillartikeln (saisonale Angebote im Gartenmarkt oder bei Lebensmittelmärkten). Zu einer wesentlichen Steigerung des Einkaufserlebnisses in der Innenstadt wird Campingbedarf kaum beitragen, da er von den meisten Kunden gar nicht benötigt wird. Insofern ist der Einstufung dieses Sortiments im geltenden Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Bürstadt (2009) als nicht-zentrenrelevant zuzustimmen.

/// **Fahrräder, Elektrofahrräder (E-Bikes, Pedelecs), E-Scooter und Fahrradzubehör** haben zur Freizeitgestaltung, aber auch im Zuge der angestrebten „Mobilitätswende“ einen starken Nachfragezuwachs erfahren. Aus gutachterlicher Sicht sind Fahrräder, E-Bikes und E-Scooter generell als nicht innenstadtrelevantes Sortiment zu sehen, da die Artikel ganz überwiegend großteilig und sperrig sind (E-Bikes auch sehr schwer). Zudem handelt es sich dabei um großteilige Spezialartikel, die nicht zum täglichen Bedarf gehören und die i. d. R. weder als fußläufige Besorgung noch als Kopplungskauf erworben werden. Der Vertrieb erfolgt mittlerweile überwiegend über größere Fachhändler⁴², die größere und deutlich kostengünstigere Ausstellungs- und Werkstattflächen benötigen als in Haupteinkaufslagen üblicherweise verfügbar sind. Auch in der Bürstädter Innenstadt sind diese Güter nicht erhältlich. Es liegt nahe, Fahrräder und E-Bikes – als Weiterentwicklung von nicht-motorisierten Fahrrädern – als ein gemeinsames Sortiment zu definieren, zumal sie in aller Regel auch von denselben Fachhändlern angeboten werden. Dabei nähert sich die Vertriebsstruktur von Fahrrädern und E-Bikes immer stärker dem „klassischen“ Kfz-Handel (Handel und Werkstattbetrieb von Autohäusern einschließlich Motorrädern, Motorrollern und Mofas) an; auch weil zwi-

⁴² Gemäß der „Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel“, die im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie erarbeitet werden, beträgt in der Fahrradhandelsbranche die Mindestbetriebsgröße in Fachgeschäften rund 200 m², in Fachmärkten rund 800 m².

schen den Definitionen von Elektrofahrrädern und Mofas teilweise Überschneidungen vorliegen. Betriebe des Kfz-Handels unterliegen als atypischer Einzelhandel (großer Flächenbedarf, geringe Kundenfrequenz im Verhältnis zum Umsatz, Kauf der Güter mit einigen Jahren Abstand) nicht der raumordnerischen und bauleitplanerischen Steuerung des Einzelhandels und sind daher nicht Gegenstand des vorliegenden Einzelhandelskonzepts. Auch bei Fahrrädern, E-Bikes und E-Scootern liegen Merkmale von atypischem Einzelhandel vor (relativ hoher Flächenbedarf für Ausstellung, Reparaturmöglichkeiten und Serviceleistungen, hoher Umsatz pro getätigtem Kauf sowie ein erheblicher Wartungsbedarf).

- /// **Sportgroßgeräte inkl. Zubehör** waren bereits in der „Bürstädter Liste 2009“ als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Hintergrund dafür ist, dass die in Bürstadt vorhandenen Anbieter für Hundesport, Angelsport, Tauch- und Wassersport sämtlich außerhalb der Innenstadt etabliert sind. Es handelt sich dabei um Spezialanbieter, die aus unterschiedlichen Gründen in der Innenstadt keine geeigneten Immobilien gefunden haben. Bei Sportgroßgeräten handelt es sich um sehr große Artikel, deren Kauf i. d. R. ein Auto erfordert, und zudem um sehr spezialisierte Waren, die nur wenige Personen nachfragen. Dies trifft auch auf andere Sportgroßgeräte zu (z. B. Reitsport, Fitnessgeräte; Boote). Dass durch ihre Präsenz in der Innenstadt die Einkaufsvielfalt wesentlich ansteigt, ist wenig wahrscheinlich. **Boote** und Zubehör sind im Regionalplan Südhessen 2010 bereits als nicht zentrenrelevant anerkannt. Eine generelle Einstufung von Sportgroßgeräten als nichtzentrenrelevantes Sortiment erscheint daher sachgerecht.

Waffen und Jagdbedarf sind nicht als Teil des üblichen Sportfachhandels anzusehen, sondern als Bedarf einer sehr speziellen Klientel. Durch die erforderlichen Sicherheitsmaßnahmen (Vergitterung etc.) tragen solche Geschäfte nicht zur Aufwertung einer innenstädtischen Einkaufslage bei. Zudem handelt es sich um ein stark spezialisiertes Sortiment, das nur von wenigen Kunden nachgefragt wird und daher unwesentlich zu einem Attraktivitätsgewinn der Innenstadt beitragen würde. Aus diesen Gründen ist u. E. eine Einstufung der Sortimente Waffen und Jagdbedarf als zentrenrelevant nicht erforderlich. Folglich ist es zu den nichtzentrenrelevanten Sortimenten zu zählen.

Bei **Motorradbekleidung** (Helme, Jacken, Hosen, Handschuhe, Stiefel, Protektoren usw.) handelt es sich ausschließlich um Bekleidung für Motorradfahrer, die besonderen Ansprüchen an Sicherheit, Schutz und Isolation genügen muss, die modische Funktion der Kleidungsstücke ist nachrangig. Insofern ist Motorradbekleidung nicht als Teil des üblichen Sportbekleidungshandels anzusehen sondern als Motorradzubehör zu interpretieren, welches laut „Bürstädter Liste 2009“ bereits nicht als zentrenrelevant gilt. Als solches ist auch Motorradbekleidung als nichtzentrenrelevant einzuordnen. Auch im Regionalplan Südhessen 2010 sind „Fahrzeuge aller Art (ohne Fahrräder) und Zubehör“ als nicht zentrenrelevantes Sortiment aufgeführt.

Reine Großhandelsbetriebe unterliegen nicht den Steuerungsregelungen des Einzelhandelskonzepts, ebenso wenig atypischer Einzelhandel wie Handel mit Kraftfahrzeugen (Autos, Motor- und Kleinkrafträder, Wohnmobile, Zugmaschinen, Rasenaufsmäher, Quads usw.) oder motorisierten Wasserfahrzeugen.

3. Standortkonzept

Unter Berücksichtigung der Einzelhandelsverteilung, der komplementären Einrichtungen und der städtebaulichen Gegebenheiten besteht das Einzelhandelskonzept der Stadt Bürstadt aus einer **zweistufigen Standortstruktur** (vgl. zur räumlichen Übersicht der einzelnen Standorte Karte 7):

1. Zentraler Versorgungsbereich:

Zentraler Versorgungsbereich der Stadt Bürstadt (und somit schutzwürdiger Bereich im Sinne des Baugesetzbuchs⁴³) ist die Innenstadt von Bürstadt. Durch die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich sollen Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten in diesen Standortbereich konzentriert werden. Um die gewünschten Konzentrationseffekte und Agglomerationsvorteile zu bewirken, ist die vorgeschlagene Abgrenzung kleiner als die im Regionalplan. Dieser Bereich ist in seiner Struktur zu sichern und bezüglich der Angebotsstruktur, des Städtebaus, der Nutzungsvielfalt und der Immobiliensituation weiter zu entwickeln.

2. Nahversorgungsstandorte:

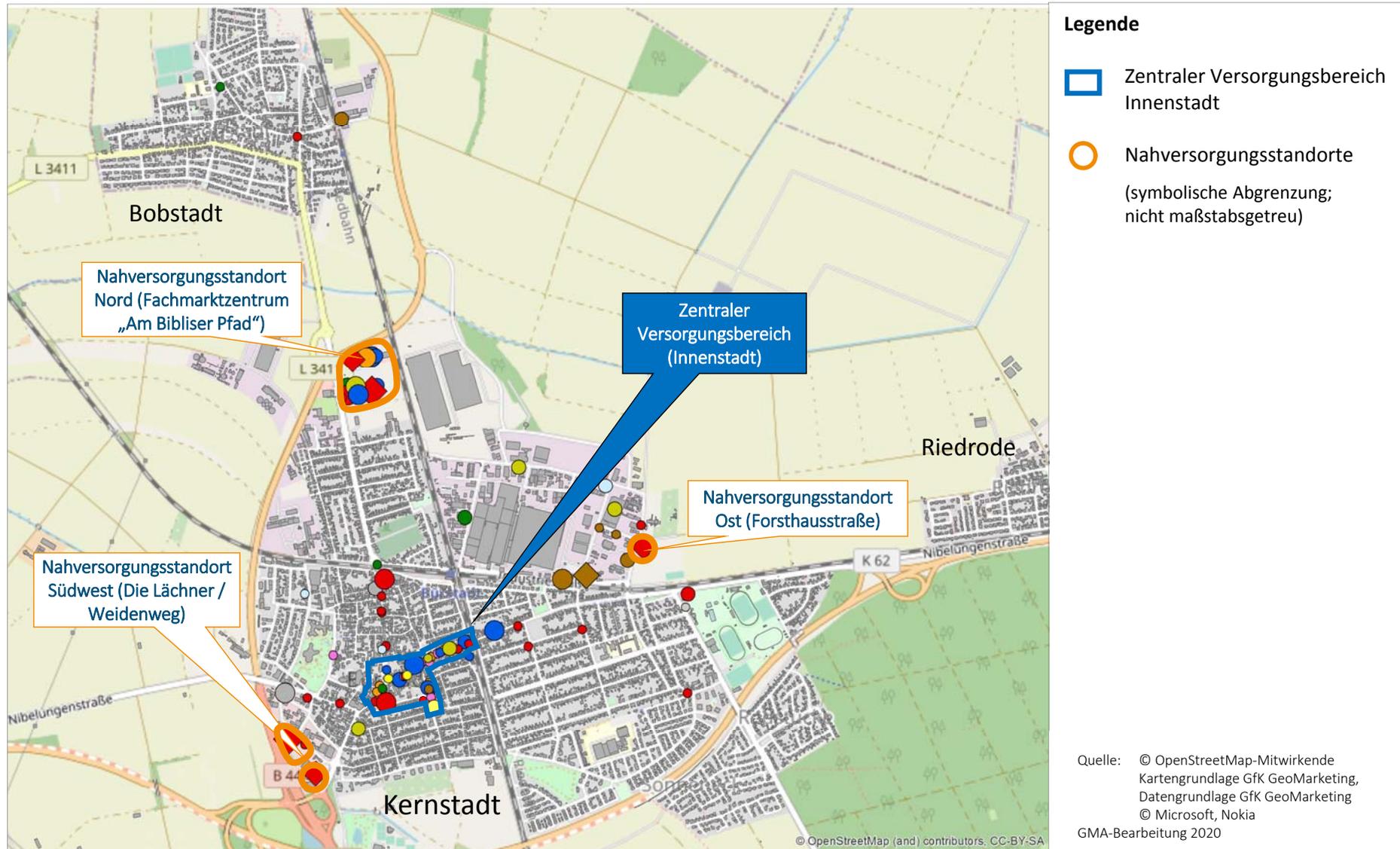
Die Nahversorgungssituation in Bürstadt wird in hohem Maße von dem Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“ und den weiteren Lebensmittelmärkten bestimmt. Diese gewachsenen, wohngebietsnahen Angebotsstandorte sollen durch die Ausweisung von Nahversorgungsstandorten anerkannt werden. Die Lebensmittelmärkte mit ihrem nahversorgungsrelevanten Warenangebot haben eine elementare Funktion für die Aufrechterhaltung der Grundversorgung und eine prägende Bedeutung für die Versorgungsstruktur des Mittelzentrums Bürstadt; sie sind daher zu sichern.

Als „Nahversorgungsstandorte“ in Bürstadt werden folgende Bestandsstandorte benannt:

- **Nord (Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“):** derzeit Lebensmittelmärkte Aldi, EDEKA, Penny, Drogeriefachmarkt Rossmann, weitere Fachmärkte und Shops
- **Ost (Forsthausstraße):** derzeit Lebensmittelmarkt Netto u. integrierten Backshop
- **Südwest (Die Lächner / Weidenweg):** derzeit Lebensmittelmärkte REWE und Lidl und integrierten Backshop.

⁴³ Gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO.

Karte 7: Standortkonzept der Stadt Bürstadt 2020 (Übersicht): Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungsstandorte



3.1 Zentraler Versorgungsbereich

Zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs ist die räumliche Konzentration von Versorgungseinrichtungen maßgeblich. Außer dem Einzelhandel sind hier auch Komplementärnutzungen (Dienstleister, Ärzte, Banken, Post, Verwaltung, Gastronomie, Freizeit- und Kultureinrichtungen usw.) zu betrachten. Zusätzlich spielen auch die Verkehrssituation und städtebauliche Gegebenheiten eine Rolle bei der Identifikation zentralen Versorgungsbereiche. Im Ergebnis kann das in Karte 8 abgegrenzte Gebiet innerhalb der Innenstadt von Bürstadt als zentraler Versorgungsbereich der Stadt Bürstadt ausgewiesen werden.

Der zentrale Versorgungsbereich im GMA-Vorschlag wird von folgenden Straßen (einschließlich anschließender Bebauung) markiert:

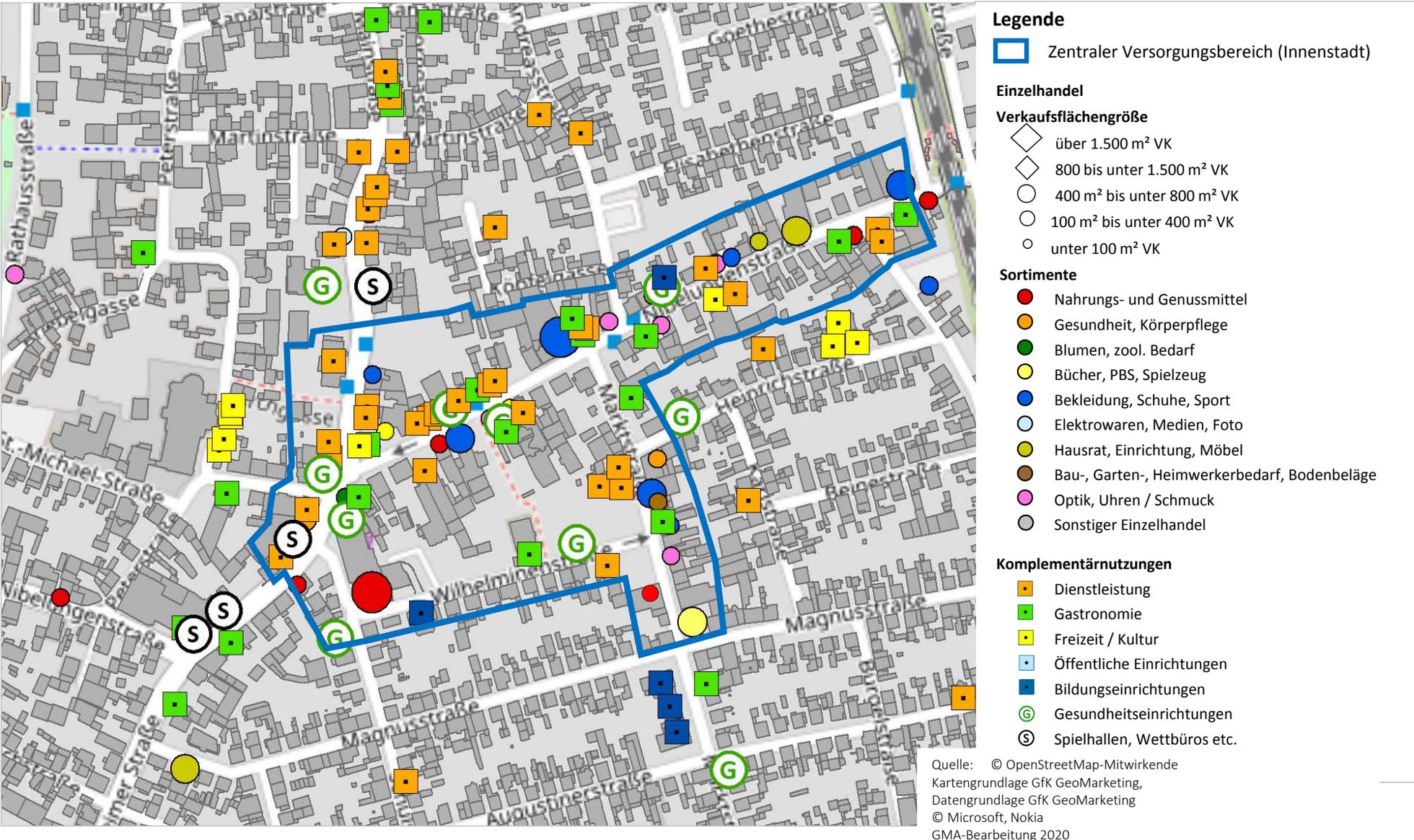
- /// Mainstraße, etwa zwischen dem Parkplatz An der Alten Post und der Einmündung der Nibelungenstraße,
- /// Nibelungenstraße, etwa zwischen Einmündung der Schulstraße und der Dammstraße,
- /// Marktstraße zwischen Nibelungenstraße und Magnusstraße,
- /// Wilhelminenstraße und Schulstraße zwischen Nibelungen- und Wilhelminenstraße.

Dieser Bereich umfasst zum einen die Hauptgeschäftsbereiche, wo sich der größte Teil der Einzelhandelsbetriebe und Komplementäreinrichtungen (Kreditinstitute, Post, Dienstleister, Arztpraxen) konzentriert. In der Folge wird die bisherige, eher lineare Abgrenzung in eine **kompaktere Struktur** geändert. Der neu gestaltete Marktplatz (zwischen Nibelungen- und Wilhelminenstraße) rückt in den Mittelpunkt der Innenstadt. Insgesamt erstreckt sich der derart definierte zentrale Versorgungsbereich über eine Distanz von etwa 500 m in West-Ost-Richtung bzw. ca. 250 m in Nord-Süd-Richtung, was zwar immer noch relativ lang ist, jedoch der historisch gewachsenen Siedlungsstruktur von Bürstadt als „Straßendorf“ geschuldet ist.

Gegenüber dem bisherigen Einzelhandelskonzept 2009 wurde die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs an den nördlichen und westlichen Rändern verringert, da sich die Einzelhandelsstrukturen mittlerweile verändert haben und sich in diesen Randbereichen mittlerweile kaum noch Einzelhandelsbetriebe, dafür jedoch vermehrt Gaststätten, Leerstände und Mindernutzungen (z. B. Spielhallen, Sportwettenanbieter) befinden. Ein unmittelbar zusammenhängender Besatz mit den Haupteinkaufsstraßen besteht dort nicht mehr. Auch wegen der Entfernung zum zentralen Marktplatz ist eine weitere Nutzung dieser Randbereiche für Einzelhandel wenig wahrscheinlich.

Auch im Vergleich zur Abgrenzung im Regionalplan Südhessen 2010 ist der GMA-Vorschlag zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs deutlich kleiner, um bei der künftigen städtebaulichen Entwicklung die gewünschten Konzentrationseffekte zu erreichen.

Karte 8: Standortkonzept der Stadt Bürstadt 2020: Zentraler Versorgungsbereich (Innenstadt Bürstadt)



Der Standortbereich ist aus dem gesamten Stadtgebiet und aus dem Umland gut zu erreichen, sowohl für Autofahrer wie auch für Nutzer öffentlicher Verkehrsmittel (mehrere Bushaltestellen vorhanden) oder für Radfahrer. Durch die an verschiedenen Stellen eingerichteten geschäftsnahen Parkierungsmöglichkeiten sind alle Bereiche des zentralen Versorgungsbereiches auch für PKW-Kunden gut zugänglich.

Zu künftigen Entwicklung sollte der **vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz durch zusätzliche Betriebe (neu oder als Umsiedlungen aus Streulagen), insbesondere im Kern der Innenstadt noch weiter verdichtet werden**. Hierdurch würden Frequenzsteigerungen bewirkt, die auch die Vermarktungschancen von derzeit leerstehenden oder mindergenutzten Immobilien erhöhen können. Neben dem Einzelhandel (z. B. die Etablierung von Drogerie- und Haushaltswarenanbietern) kommt hierbei **insbesondere eine Stärkung des Gesundheitssektors** in Betracht (z. B. weitere Arzt-/Facharztpraxen oder Gesundheitsdienstleister). Hierzu sind auch Möglichkeiten der Modernisierung und Zusammenlegung von Ladenlokalen zu prüfen. Zur Verbesserung der kleinräumigen Nahversorgungssituation wäre zudem die Verlagerung des Gemüse- und des Fischgeschäfts (derzeit an der Mainstraße in kleinen Ladenlokalen ansässig) in das unmittelbare Umfeld des Marktplatzes (z. B. an die Marktstraße oder Wilhelminenstraße) zu empfehlen, um eine optimale Ergänzung zum dortigen Supermarkt und zum Wochenmarkt zu erreichen.

Für die übrigen Teile der Innenstadt sind verstärkt Nicht-Handelsnutzungen zu forcieren (z. B. Wohnen, Büros, Ferienwohnungen); auch hierdurch würde eine Belebung der Innenstadt und eine verstärkte Kundennachfrage für den Einzelhandel und Komplementäranbieter entstehen.

3.2 Nahversorgungsstandorte

Die GMA schlägt vor, die Standorte der bestehenden Lebensmittelmärkte als „Nahversorgungsstandorte“ auszuweisen und sie so in ihrer Funktion als zukunftsfähige Träger der quartiersnahen Grundversorgung zu stärken. Als Nahversorgungsstandorte sind also die Bestandsstandorte des Fachmarktzentrums „Am Bibliser Pfad“ (drei Lebensmittelmärkte und der einzige Drogeriemarkt) sowie die wohngebietsnahen Standorte der solitären Lebensmittelmärkte zu sichern.

3.2.1 Nahversorgungsstandort Nord (Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“)

Der Standort an der Mainstraße 129 – 137 liegt am nördlichen Rand der Kernstadt und wird umgrenzt von der Mainstraße, der B 44, der Trasse der Riedbahn und einem Fußweg, der es von der anschließenden Wohnbebauung trennt. Hier gruppieren sich zwei großflächige Lebensmittelmärkte (EDEKA Krebs, Aldi) und zwei zusätzliche Gebäude mit weiteren Ladeneinheiten (zumeist durch Fachmarktconzepte belegt) um einen großen gemeinsamen Parkplatz. Der derzeitige Besatz umfasst Anbieter für Lebensmittel (Vollsortimenter, zwei Discounter, zwei Backshops), Drogeriewaren, Heimtierbedarf, Mode / Textilien, Schuhe und Haushaltswaren, außerdem eine Spielhalle (im Gebäude Mainstraße 139).

Der Lebensmittelvollsortimenter, die Lebensmitteldiscounter und die meisten der übrigen Fachmärkte sind an dem Standort seit dem Jahr 2002 bzw. 2007 etabliert. Ziel der dortigen Ansiedlung war die Etablierung von großflächigen Lebensmittelmärkten und Fachmärkten, die in der sehr kleinteilig strukturierten Bürstädter Innenstadt nicht untergebracht werden konnten. Damit konnte die mittelzentrale Versorgungsfunktion von Bürstadt entscheidend gestärkt werden.

Hierfür wurden in zwei Bebauungsplänen insgesamt vier Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel ausgewiesen. Im Gebiet „Am Bibliser Pfad 1. Teilabschnitt“ (Aldi) ist ein Markt mit max. 1.600 Grundfläche zulässig. Der bestehende Bebauungsplan im Gebiet „Am Bibliser Pfad 2. Teilabschnitt“ erlaubt Einzelhandel auf insgesamt 8.100 m² VK (SO 1 max. 2.100 m² VK, SO 2 und SO 3 jeweils max. 3.000 m² VK).

Mit der attraktiven Kombination aus Lebensmittel- und Fachmärkten (u. a. dem einzigen Droge-riemarkt am Ort) übernimmt der Standort eine **prägende Funktion für das Angebotsprofil des Mittelzentrums Bürstadt**. Zudem eignet sich der Standort mit seiner verkehrsgünstigen Lage aber auch gut dazu, **Grundversorgungsfunktionen für den Stadtteil Bobstadt und den Nordwestteil der Kernstadt** zu übernehmen.

Die Mainstraße verbindet den langjährig etablierten Standort mit der ca. 1,2 km südlich liegenden Innenstadt und dem ca. 1 km nördlich beginnenden Ortsteil Bobstadt (L 3411). Beidseitig der Mainstraße sind Rad- und Fußwege ausgewiesen, auch parallel zur Landesstraße verläuft ein Rad- und Fußweg. Eine Bushaltestelle liegt unmittelbar an der Zufahrt zum Fachmarktzentrum (Stadtbusverkehr, halbstündlich).

Als Nahversorgungsstandort Nord (Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“) werden ausschließlich die Grundstücke der Hausnummern Mainstraße 129 – 137 definiert (vgl. Karte 9). Das Grundstück der Hausnummer 139 (Spielhalle + eigener Parkplatz) sowie die östlich des Fachmarktzentrum angrenzenden Bereiche bis zur Bahntrasse sind nicht von der Abgrenzung des Nahversorgungsstandorts umschlossen.

Um die langfristige Vermietbarkeit der Objekte zu erhalten und damit städtebaulich negative Leerstände zu vermeiden, sollte im Rahmen des Bestands auch eine gewisse Flexibilität möglich sein. Hierzu ist für die Zukunft auch eine **moderate Bestandsentwicklung am Standort** (einschließlich bestandsorientierte Modernisierungen) grundsätzlich denkbar, wenn diese **ohne wesentliche Sortiments- und Flächenausweitungen** geschieht. Bei Einzelvorhaben wird hierzu ggf. eine entsprechende Auswirkungsanalyse erforderlich. Zum Schutz und zur Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Nahversorgungsstruktur kommen zukünftige Modernisierungsmaßnah-

Karte 9: Standortkonzept Bürstadt 2020: Nahversorgungsstandort Nord (Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“)



men (einschließlich bestandsorientierte Erweiterungen) insbesondere bei den Lebensmittelmärkten und dem Drogeriemarkt in Betracht, da es sich bei ihnen um strukturprägende Anbieter des Grundbedarfs handelt. Bedingung hierfür ist, dass von dem Vorhaben nachweisbar keine negativen Auswirkungen auf die Innenstadt oder auf andere Nahversorgungsstandorte ausgehen.

Jedoch sollten an diesem Nahversorgungsstandort **keine zusätzliche Branchen von nahversorgungs- oder innenstadtrelevanten Sortimenten** wie z. B. Apothekenwaren, Floristik, Bücher, Schreibwaren, Sportartikel usw. angesiedelt werden, um diesen Standort nicht noch weiter auszuweiten und damit Potenziale für die Innenstadt zu schmälern. Dies betrifft insbesondere Branchen mit üblicherweise kleinteiligen Angebotsformaten, welche auch in der Innenstadt gute Ansiedlungsbedingungen vorfinden. Anbieter **von nicht-zentrenrelevanten Waren** (z. B. Fahrräder / E-Bikes, Matratzen, Teppiche, Bodenbeläge, Öfen, Grills / Zubehör, Motorradbekleidung / -Zubehör) können hingegen im gesamten Fachmarktzentrum angesiedelt werden.

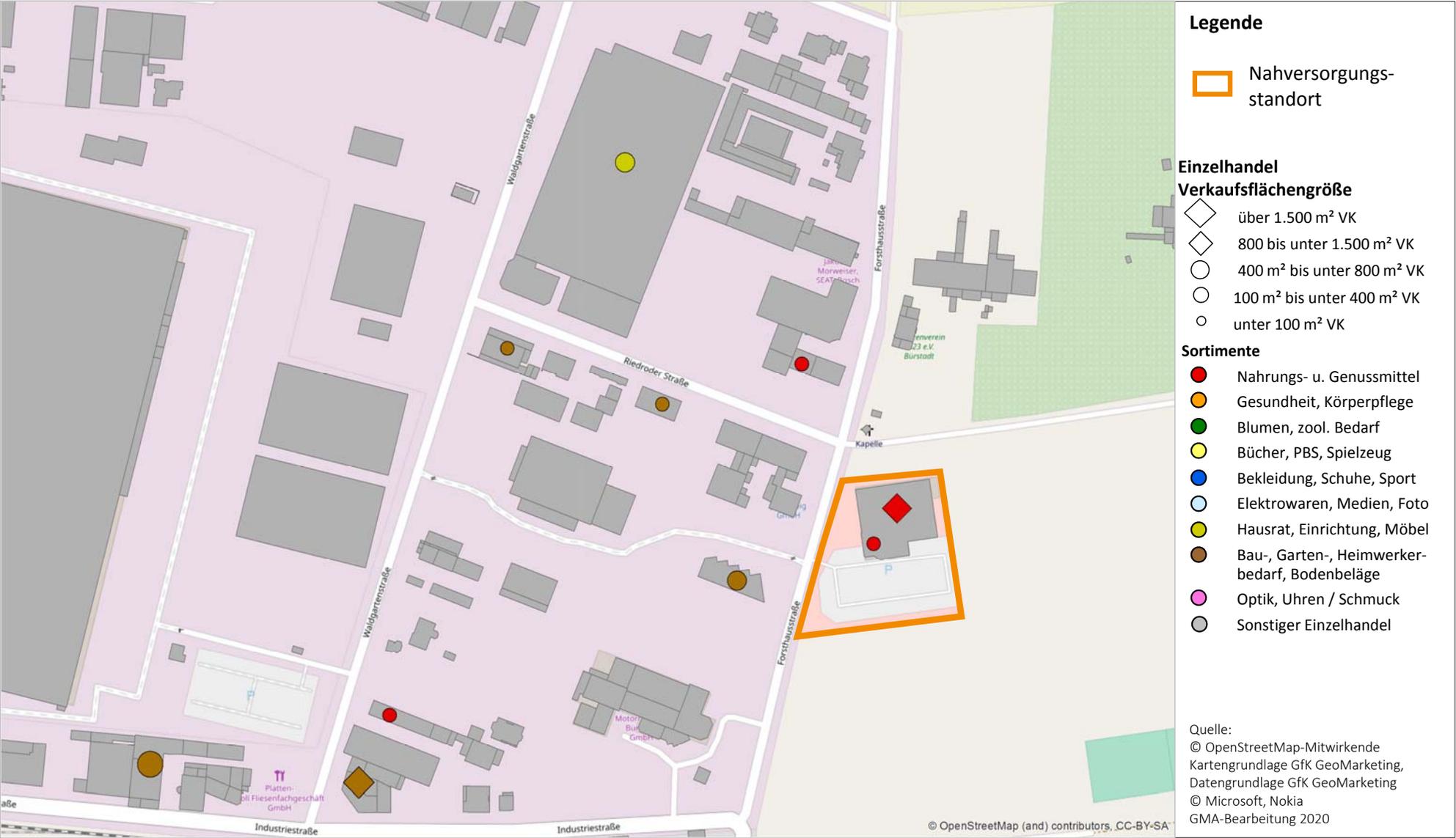
Hierzu kommen auch die beiden östlich unmittelbar angrenzenden, derzeit noch unbebauten Grundstücke in Betracht. Vor einer dortigen Etablierung von großflächigem Einzelhandel wäre allerdings zunächst eine Auswirkungsanalyse zu erstellen, die die Auswirkungen des Vorhabens (insbesondere der Randsortimente) auf die Innenstadt prüft.

3.2.2 Nahversorgungsstandort Ost (Forsthausstraße)

Der Standort auf der Gemarkung Riedrode liegt nördlich der Nibelungenbahn und östlich des Industriegebiets Nordost, im Schnittpunkt Forsthausstraße / Verlängerung der Riedroder Straße (frei für Fahrräder und landwirtschaftlichen Verkehr). Das Areal ist derzeit durch einen Lebensmitteldiscounter (Netto) mit integriertem Backshop vollständig belegt. Der Bebauungsplan weist hierzu ein Sondergebiet mit Zweckbestimmung wohnungsnah Grundversorgung aus. Umliegend befinden sich im Industriegebiet Nordost ein Baustoffhandel mit angeschlossenen Heimwerkerfachmarkt, eine Tankstelle, zwei Autohäuser und das Areal des örtlichen Schützenvereins. In östlicher Richtung schließen sich eine Sportfläche sowie Felder bis zum Stadtteil Riedrode (ca. 1,5 km) an.

Die Forsthausstraße erschließt ausschließlich das Industriegebiet Nordost, das vollständig belegt ist (v. a. Industrie-, Handwerks-, Logistik-, Großhandels- und Baustoffbetriebe). Bei den dortigen Einzelhandelsanbietern handelt es sich meist um Mischformen (z. B. produzierende Unternehmen oder solche mit hohem Großhandelsanteil). Die Forsthausstraße mündet ca. 250 m südlich des Netto-Marktes in die Nibelungenstraße, welche hier, parallel zur Nibelungenbahn, als direkte Verbindung zwischen der Innenstadt und Riedrode bzw. der dortigen Zufahrt zur B 47 verläuft. Südlich der Nibelungenbahn liegen ausgedehnte Wohngebiete. In Höhe der Brüningstraße, ca. 300 m entfernt vom Netto-Markt, befindet sich eine Bushaltestelle (u. a. stündliche Verbindung nach Riedrode und zur Innenstadt).

Karte 10: Standortkonzept Bürstadt 2020: Nahversorgungsstandort Ost (Forsthausstraße)



Der Standort Forsthausstraße ist seit Jahren im örtlichen Versorgungsgefüge etabliert. Durch seine Lage am Rand eines großen Wohngebiets erfüllt er Nahversorgungsfunktionen für die Bewohner der östlichen Kernstadt. Durch die geplante Wohnbebauung auf dem angrenzenden Freizeitkicker-Gelände wird die Nahversorgungsbedeutung des Standortes künftig noch steigen. Auch für die Bewohner von Riedrode ist der Standort der nächstgelegene Lebensmittelmarkt.

Durch den Lebensmittelmarkt wird die Nahversorgungsfunktion für die östliche Kernstadt bzw. für Riedrode im ausreichenden Maße bedient. Deshalb sollten am Standort keine Ansiedlungen von zusätzlichen Einzelhandelsbetrieben erfolgen. Da es sich um einen strukturprägenden Nahversorgungsstandort handelt, kommen aber für den dortigen Lebensmittelmarkt bestandserhaltende Maßnahmen wie eine Modernisierung und moderate Flächenerweiterung in Betracht, sofern hiervon keine negativen Auswirkungen auf die Innenstadt oder andere Nahversorgungsstandorte ausgehen.

3.2.3 Nahversorgungsstandort Südwest (Die Lächner / Weidenweg)

Dieser Standort befindet sich im südwestlichen Teil der Kernstadt im Gewerbegebiet Die Lächner, welches sich zwischen der Nibelungenstraße, der Lampertheimer Straße, der Straße Die Bruchweide und der B 44 erstreckt. Ansässig sind hier ein großflächiger Lebensmitteldiscounter (Lidl) sowie, ca. 150 m entfernt, in einem ausgewiesenen Sondergebiet ein großflächiger Lebensmittelvollsortimenter (REWE) einschließlich Bäckerei-Café. Dazwischen befinden sich eine Freifläche und ein Natursteinhandel, gegenüber das Postzustellzentrum und ein Fitnessstudio. Die übrigen Bereiche des Gewerbegebiets Die Lächner werden von Betrieben des Handwerks, Bau- und Kfz-Gewerbes geprägt. Umliegend um das Gewerbegebiet, von den beiden Lebensmittelmärkten nur ca. 50 – 100 m entfernt, beginnen Wohngebiete, für die der Standort wichtige Nahversorgungsfunktionen übernimmt. Die nächstgelegenen Bushaltestellen („Lampertheimer Straße“ bzw. „Hofheimer Straße“; beide halbstündlich durch den Stadtbuss bedient) liegen ca. 100 m bzw. 200 m entfernt.

Durch die beiden sich ergänzenden Lebensmittelmärkte wird die Nahversorgungsfunktion für die westliche und südliche Kernstadt im ausreichenden Maße bedient. **Somit werden als Nahversorgungsstandort Südwest (Die Lächner / Weidenweg) ausschließlich die Grundstücke der beiden Lebensmittelmärkte definiert (vgl. Karte 11).**

Zum Schutz der Innenstadt und zum Erhalt einer ausgewogenen Nahversorgungsstruktur sollten im Gewerbegebiet Die Lächner keine Ansiedlungen von weiteren nahversorgungsrelevanten oder innenstadtrelevanten Einzelhandelsbetrieben erfolgen. Lediglich Anbieter mit nichtzentrenrelevanten Sortimenten sind hier denkbar. Zur Sicherung des Standorts im Angebotsgefüge können den vorhandenen Betrieben jedoch bestandsorientierte Erweiterungsmöglichkeiten eingeräumt werden, sofern hierdurch nachweislich keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder andere Nahversorgungsstandorte entstehen.

Karte 11: Standortkonzept Bürstadt 2020: Nahversorgungsstandort Südwest (Die Lächner / Weidenweg)



3.3 Gebiete mit Einzelhandelsausschluss

Um ein ausreichendes Flächenreservoir für die Entwicklung des sonstigen Gewerbes bereithalten zu können, ist in Gewerbegebieten an städtebaulich ungeeigneten Standorten ein genereller Ausschluss für künftigen Einzelhandelsansiedlungen vorzunehmen. Bereits ansässige Einzelhandelsanbieter bzw. Handwerksbetriebe mit eingeschlossenem Einzelhandel (= Mischbetriebe) genießen dabei allerdings Bestandsschutz.

Als Gebiete mit Einzelhandelsausschluss werden folgende Standorte empfohlen:

- /// Industriegebiet Nordost (mit Ausnahme der bestehenden Einzelhandelsbetriebe)
- /// Bereiche nördlich der B 44 (Biogasanlage, nördlich des Fachmarktzentrum)
- /// Bereich zwischen Mainstraße, B 44 und Bobstädter Straße
- /// Gewerbegebiet Bobstadt.

4. Maßnahmen der Bauleitplanung

Die Standortempfehlungen sind zukünftig in Baurecht umzusetzen, entweder durch Anpassung von bestehenden Bebauungsplänen oder durch Erstellung neuer Bebauungspläne. Dabei sollen individuelle Festsetzungen durch die aktuelle Bürstädter Sortimentsliste 2020 ersetzt werden. Es ist auf eine möglichst einheitliche Verwendung der Festsetzungen und auf Anwendung der Randsortimentsregel zu achten, jeweils auf Basis der aktuellen Bürstädter Sortimentsliste und einer einheitlichen Verkaufsflächen-Definition.

Anpassungsbedarf wurde bei allen Bebauungsplänen festgestellt, die die im Einzelhandelskonzept Bürstadt 2020 ausgewiesenen Nahversorgungsstandorte betreffen (vgl. hierzu Kap. V.3.2 bzw. Karten 9 – 11).

Der nachfolgenden Tabelle 7 sind die Empfehlungen der GMA zu den entsprechenden Bebauungsplänen zu entnehmen. Hierin wurden die Schlussfolgerungen aus dem folgenden Kapitel VI bereits aufgenommen.

Tabelle 7: Empfehlungen zu Bebauungsplänen an den Nahversorgungsstandorten in der Stadt Bürstadt

Nahversorgungsstandort*	Einschlägiger Bebauungsplan	Derzeitige Festlegung im Bebauungsplan für den Nahversorgungsstandort*	GMA-Empfehlung für Änderung des Bebauungsplans
Nord (Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“)	Am Bibliser Pfad 1. Teilabschnitt	Sondergebiet mit Zweckbestimmung Verbrauchermarkt	Sondergebiet SO mit Zweckbestimmung Lebensmittel-discounter einschließlich evtl. Backshop oder Café, insgesamt max. 1.200 m ² VK davon max. 960 m ² Nahrungs- und Genussmittel, max. 120 m ² VK Nonfood-II-Sortimente** insgesamt, davon jeweils max. 20 m ² VK Schreibwaren, Zeitschriften und Haushaltswaren; jeweils max. 40 m ² VK Spielwaren, Textilien, Schuhe, Elektrowaren, Geschenk- und Dekorationsartikel
	Am Bibliser Pfad 2. Teilabschnitt	Sondergebiete großflächiger Einzelhandel mit folgenden Festsetzungen: SO 1: <ul style="list-style-type: none"> • Einzelhandel bis insgesamt max. 2.100 m² VK, zulässig sind folgende Sortimente: <ul style="list-style-type: none"> - Textilien bis max. 540 m² VK - Schuhe bis max. 350 m² VK - Drogerien bis max. 600 m² VK - Möbel/Einrichtungen bis max. 650 m² VK - sonstige Sortimente bis jeweils max. 200 m² VK, in Summe max. 500 m² - ausnahmsweise andere Sortimente bis max. 800 m² VK • Schank- und Speisewirtschaften, Betriebe des Dienstleistungsgewerbes sowie Vergnügungsstätten (mit Ausnahme von Sex-Kinos und Peep-Shows) 	SO 1: <ul style="list-style-type: none"> • Einzelhandel bis insgesamt max. 2.100 m² VK, zulässig sind folgende Sortimente: <ul style="list-style-type: none"> - Textilien bis max. 540 m² VK - Schuhe bis max. 350 m² VK - Möbel/Einrichtungen bis max. 650 m² VK - sonstige innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente jeweils max. 200 m² VK, in Summe max. 500 m² - nichtzentrenrelevante Sortimente*** bis max. 800 m² VK

* Nahversorgungsstandort gemäß Ausweisung im Einzelhandelskonzept der Stadt Bürstadt 2020
** Nichtlebensmittel mit Ausnahme von Drogerieartikeln, Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln sowie Tiernahrung
*** Gemäß Einordnung in der „Bürstädter Liste“ 2020

Tabelle 7: Empfehlungen zu Bebauungsplänen an den Nahversorgungsstandorten in der Stadt Bürstadt (Fortsetzung)

Nahversorgungsstandort*	Einschlägiger Bebauungsplan	Derzeitige Festlegung im Bebauungsplan für den Nahversorgungsstandort*	GMA-Empfehlung zur Änderung des Bebauungsplans
Nord (Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“)	Am Bibliser Pfad 2. Teilabschnitt (Fortsetzung)	<p>SO 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einzelhandel bis insgesamt max. 3.000 m² VK, zulässig sind folgende Sortimente: <ul style="list-style-type: none"> - Textilien/Schuhe bis max. 750 m² VK und zusätzlich Randsortimente (z. B. Heimtextilien, Aktionsware) bis max. 180 m² VK - Heimtierbedarf bis max. 520 m² VK - Lebensmittel bis max. 830 m² VK - Discountmarkt ohne Sortimentsschwerpunkt bis max. 500 m² VK - ausnahmsweise andere Sortimente bis max. 800 m² VK <p>SO 3: SB-Warenhaus mit integrierten Ladengeschäften insgesamt max. 3.000 m² VK, davon integrierte Ladengeschäfte jeweils max. 200 m² VK</p>	<p>SO 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einzelhandel bis insgesamt max. 3.000 m² VK, zulässig sind folgende Sortimente: <ul style="list-style-type: none"> - Textilien/Schuhe bis max. 750 m² VK - Heimtierbedarf bis max. 520 m² VK - Lebensmittel bis max. 830 m² VK - Drogeriewaren bis max. 800 m² VK - weitere innenstadtrelevante Sortimente*** bis max. 680 m² VK - nichtzentrenrelevante Sortimente*** bis max. 800 m² VK <p>SO 3: Lebensmittelvollsortimenter mit darin integrierten kleinflächigen Ladengeschäften, insgesamt max. 3.000 m² VK, davon im Lebensmittelvollsortimenter Nonfood-Rand- und Nebensortimente bis max. 300 m² VK, zulässig sind Gartenbedarf, Haushaltswaren, Wasch- und Putzmittel, Drogerieartikel, Schreibwaren, Schulbedarf, Zeitungen, Zeitschriften davon integrierte Ladengeschäfte jeweils max. 200 m² VK</p>

Nahversorgungsstandort gemäß Ausweisung im Einzelhandelskonzept der Stadt Bürstadt 2020

** Nichtlebensmittel mit Ausnahme von Drogerieartikeln, Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln sowie Tiernahrung

*** Gemäß Einordnung in der „Bürstädter Liste“ 2020

Tabelle 7: Empfehlungen zu Bebauungsplänen an den Nahversorgungsstandorten in der Stadt Bürstadt (Fortsetzung)

Nahversorgungsstandort*	Einschlägiger Bebauungsplan	Derzeitige Festlegung im Bebauungsplan für den Nahversorgungsstandort	GMA-Empfehlung zur Änderung des Bebauungsplans
Ost (Lebensmittelmarkt)	Sondergebiet Einzelhandel Bürstadt-Ost	Sondergebiet mit Zweckbestimmung nicht-großflächiger Einzelhandel der wohnungsnahen Grundversorgung	Sondergebiet SO mit Zweckbestimmung Lebensmittel-discounter einschließlich evtl. Backshop oder Café, insgesamt max. 1.200 m ² VK davon max. 960 m ² Nahrungs- und Genussmittel, max. 120 m ² VK Nonfood-II-Sortimente** insgesamt, davon jeweils max. 20 m ² VK Schreibwaren, Zeitschriften und Haushaltswaren; jeweils max. 40 m ² VK Spielwaren, Textilien, Schuhe, Elektrowaren, Geschenk- und Dekorationsartikel
Südwest (Lebensmittelmärkte)	Die Lächner	<ul style="list-style-type: none"> Sondergebiet SO mit Zweckbestimmung Lebensmittelvollsortimenter bis max. 2.000 m² VK einschließlich evtl. Backshop oder Café, davon Nonfood-Rand- und Nebensortimente bis max. 200 m² VK, zulässig sind Gartenbedarf, Haushaltswaren, Wasch- und Putzmittel, Drogerieartikel, Schreibwaren, Schulbedarf, Zeitungen, Zeitschriften; weitere Sortimente ausnahmsweise zulässig Mischgebiet: mit Ausschluss von Bordellen, Peep-Shows, Swinger-Clubs, Spielhallen oder vergleichbaren Nutzungen, Gartenbaubetrieben, Tankstellen, Vergnügungsstätten und zentrenrelevantem Einzelhandel, ausgenommen Selbstvermarktung Gewerbegebiet: Ausschluss von Bordellen, Peep-Shows, Swinger-Clubs, Spielhallen oder vergleichbaren Nutzungen, zentrenrelevantem Einzelhandel, ausgenommen Selbstvermarktung 	<ul style="list-style-type: none"> Sondergebiet SO 1 mit Zweckbestimmung Lebensmittelvollsortimenter einschließlich evtl. Backshop oder Café, insgesamt max. 2.000 m² VK davon Nonfood-Rand- und Nebensortimente bis max. 200 m² VK, zulässig sind Gartenbedarf, Haushaltswaren, Wasch- und Putzmittel, Drogerieartikel, Schreibwaren, Schulbedarf, Zeitungen, Zeitschriften Mischgebiet wie bisher Gewerbegebiet wie bisher (außer Lidl-Areal) Für das Areal des Lidl-Marktes: Sondergebiet SO 2 mit Zweckbestimmung Lebensmittel-discounter einschließlich evtl. Backshop oder Café, insgesamt max. 1.200 m² VK davon max. 960 m² Nahrungs- und Genussmittel, max. 120 m² VK Nonfood-II-Sortimente** insgesamt, davon jeweils max. 20 m² VK Schreibwaren, Zeitschriften und Haushaltswaren; jeweils max. 40 m² VK Spielwaren, Textilien, Schuhe, Elektrowaren, Geschenk- und Dekorationsartikel

* Nahversorgungsstandort gemäß Ausweisung im Einzelhandelskonzept der Stadt Bürstadt 2020

** Nichtlebensmittel mit Ausnahme von Drogerieartikeln, Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln sowie Tiernahrung

Quelle: Stadt Bürstadt / GMA-Bearbeitung 2020

5. Umsetzungsempfehlungen

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in enger Abstimmung mit der Stadt Bürstadt erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieses sog. informellen Planungsinstruments herzustellen, sind folgende Schritte zu empfehlen:

1. **Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts durch den Stadtrat als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts** gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, in Verbindung mit dem zu Grunde liegenden Einzelhandelsgutachten. Künftig gilt dann das Einzelhandelskonzept als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten, seine Festlegungen sind bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu beachten.

Maßgebliche Punkte hierbei sind:

- Städtebauliche Ziele der Stadt Bürstadt für die künftige Einzelhandelsentwicklung
- Grundsätze zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung
- Sortimentskonzept („Bürstädter Liste 2020“)
- Standortkonzept mit Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie der drei Nahversorgungsstandorte

2. **Planungsrechtliche Umsetzung im Rahmen der Bauleitplanung:** Die Standortempfehlungen sind in Baurecht umzusetzen, entweder durch Anpassung von bestehenden Bebauungsplänen oder durch Erstellung neuer Bebauungspläne. Dabei sollen individuelle Festsetzungen durch einheitliche Sortimentslisten (differenziert nach zentrenrelevanten und nichtzentrenrelevanten Sortimenten) ersetzt werden. Es ist auf eine einheitliche Verwendung der Festsetzungen sowie auf Anwendung der Randsortimentsregel zu achten, jeweils auf Basis der aktuellen Bürstädter Sortimentsliste und einer einheitlichen Verkaufsflächen-Definition. Der Flächennutzungsplan ist entsprechend anzupassen.

Vor allem der zentrale Versorgungsbereich ist bauleitplanerisch abzusichern, um mit der räumlichen Festlegung auch gegenüber Dritten eine Bindungswirkung (und somit die angestrebte Schutzwirkung für die Innenstadt) zu erreichen.

Im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB neue Festsetzungsmöglichkeiten. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich unerwünschten Standorten eine Einzelhandelsentwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts der Stadt Bürstadt entgegensteht. Für die Begründung ist das fortgeschriebene und vom Stadtrat beschlossene Einzelhandelskonzept zu verwenden.

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Bürstadt gilt so lange, bis eine erneute Überprüfung der Rahmenbedingungen und Standortstrukturen erforderlich wird (spätestens nach 10 Jahren). Dann sollten eine Fortschreibung und ein entsprechend geänderter Beschluss erfolgen.

VI. Einordnung von vorliegenden Erweiterungsplanungen

1. Geplante Erweiterung Lidl am Standort Weidenweg 2

Der Lebensmittelmarkt Lidl verfügt am Standort Weidenweg 2 in seiner aktuellen Größe über eine Verkaufsfläche von 1.000 m². Der Bestandsstandort liegt im Geltungsbereich des Bebauungsplans „Die Lächner“ 4. Änderung, der für das Areal 1.100 m² Verkaufsfläche zulässt. Die Firma Lidl möchte ihre Filiale nun modernisieren und, auf dem Grundstück bleibend, das Marktgebäude komplett zurückbauen und mit einer künftigen Größe von max. 1.200 m² VK neu errichten. Hierfür soll der Bebauungsplan in ein Sondergebiet mit Zweckbestimmung „Discounter“ und einer Verkaufsflächenobergrenze von 1.200 m² geändert werden. Das Vorhaben führt somit faktisch zu einer Vergrößerung des Verkaufsflächenbestands von 200 m² VK (+ 20 %), mit Blick auf den bisherigen Bebauungsplan dagegen nur zu einer **Vergrößerung um 100 m² VK (9,1 %)**.

In einer Auswirkungsanalyse der GMA vom 28.11.2019 wurde festgestellt, „dass für den geplanten Neubau der Bürstädter Lidl-Filiale auf dem bisherigen Grundstück am Weidenweg 2 auch in der beabsichtigten Größenordnung von zukünftig 1.200 m² VK **keine wesentlichen negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen** abzusehen sind. Eine Gefährdung der Nahversorgungsstrukturen in Bürstadt oder den umliegenden Städten und Gemeinden infolge der geplanten Modernisierung und Vergrößerung des Lidl- Markts kann verneint werden. Ursächlich dafür ist, dass es sich bei dem Vorhaben um einen bereits langjährig am Standort in Bürstadt vorhandenen Markt handelt, der lediglich um ca. 200 m² VK vergrößert wird, dessen Sortimentsstruktur aber unverändert bleibt.“⁴⁴ Aus dem Modernisierungsvorhaben ergebe sich nach Abzug der Umsätze im Bestandsmarkt lediglich ein zusätzlicher Umsatzanteil von max. 0,6 – 0,7 Mio. € (davon ca. 0,5 – 0,6 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel und ca. 0,1 Mio. € Nonfood).

Eine ergänzende Stellungnahme der GMA vom 25.02.2020 zeigte, dass auch von den bei Lidl angebotenen Randsortimenten keine erheblichen Auswirkungen auf Anbieter in der Bürstädter Innenstadt zu erwarten seien. Angebotsüberschneidungen zwischen den Anbietern in der Innenstadt und Lidl träten allenfalls bei Schreibwaren und Zeitschriften ein. Um etwaige Gefährdungen der Innenstadt vollständig auszuschließen (etwa im Fall eines künftigen Sortiments- oder Betreiberwechsels am Lidl-Standort), sei eine Begrenzung der Angebotsflächen für Zeitschriften und Schreibwaren als ständige Randsortimente auf jeweils 20 m² VK denkbar.

Der Vorhabenstandort von Lidl ist in der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts Bürstadt als **Teil des Nahversorgungsstandorts Südwest** ausgewiesen. Für eine optimale flächendeckende Nahversorgungsstruktur in Bürstadt soll dieser wohngebietsnahe Standort erhalten bleiben. Hierzu sind auch bestandsorientierte Modernisierungen grundsätzlich denkbar.

⁴⁴ Quelle: GMA: Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Lidl-Lebensmittelmarkts in Bürstadt, Ludwigsburg 2019, S. 38.

2. Geplante Erweiterung / Objektverlagerung Rossmann am Standort Mainstraße 135

Der Drogeriemarktbetreiber Rossmann ist derzeit der einzige Fachanbieter von Drogeriewaren in Bürstadt; er ist seit vielen Jahren im Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“ an der Mainstraße 135 ansässig. Der bisherige Standort ist im geltenden Bebauungsplan „Am Bibliser Pfad 2. Teilabschnitt“ als Sondergebiet „SO1“ ausgewiesen, wo Drogerien bis 600 m² VK zulässig sind. Geplant ist nun eine Verlagerung des Drogeriemarktes innerhalb des Fachmarktzentrums in das Gebäude Mainstraße 131 und eine damit einhergehende Erweiterung auf von ca. 750 m² VK. **Das Vorhaben führt also bei dem Drogeriemarkt zu einer Vergrößerung um 150 m² VK (+ 25 %).**

Zu dem Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben wurde von der GMA am 03.04.2020 eine Auswirkungsanalyse vorgelegt. Diese ergab, dass von dem Vorhaben **keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der Versorgungslagen im Untersuchungsraum** zu erwarten seien⁴⁵. Die Umsatzprognose der GMA für den erweiterten Markt ergab ca. 3,6 Mio. € (davon ca. 2,8 Mio. € mit Drogeriewaren, ca. 0,4 – 0,5 Mio. € mit dem Randsortiment Nahrungs- und Genussmittel und weitere ca. 0,3 – 0,4 Mio. € mit sonstigen Randsortimenten). Der sich nach Abzug der Bestandsumsätze ergebende Zusatzumsatz (als Folge der Verlagerung und Erweiterung) betrage ca. 0,4 Mio. €, davon ca. 0,3 Mio. € mit Drogeriewaren, weniger als 0,1 Mio. € mit Nahrungs- und Genussmitteln und weniger 0,1 Mio. € mit sonstigen Randsortimenten.

Der Zielstandort gehört laut Bebauungsplan „Am Bibliser Pfad 2. Teilabschnitt“ zum Bereich „SO2“, wo eigentlich kein Drogeriemarkt vorgesehen ist. Der Bebauungsplan enthält jedoch eine Öffnungsklausel, wonach im Sondergebiet „SO 2“ „ausnahmsweise im Sinne des § 31 BauGB ... im Rahmen der maximal zulässigen Gesamtverkaufsfläche andere Sortimente bis jeweils max. 800m² Verkaufsfläche zulässig [sind], sofern keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 (3) BauNVO entstehen“. Da der Drogeriemarkt am neuen Standort unter 800 m² VK bleibt und die o. g. Auswirkungsanalyse keine Belege für wesentliche negative Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der Versorgungslagen im Untersuchungsraum erbrachte, liegen die Voraussetzungen für die ausnahmsweise Zulässigkeit vor.

Der Vorhabenstandort von Rossmann liegt in der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts Bürstadt **innerhalb des Nahversorgungsstandorts Nord**. Nahversorgungsstandorte sollen gesichert werden, um in Bürstadt eine optimale flächendeckende Nahversorgungsstruktur zu erhalten und ein qualifiziertes Angebot insbesondere von Lebensmitteln und Drogeriewaren bereitzustellen. Im Rahmen dessen sind bestehenden Anbietern von Lebensmitteln und Drogeriewaren an Nahversorgungsstandorten auch bestandsorientierte Modernisierungen zuzubilligen, sofern hiervon keine Gefährdungen des zentralen Versorgungsbereichs ausgelöst werden.

⁴⁵ Vgl. GMA: Auswirkungsanalyse zur Verlagerung eines Rossmann-Drogeriemarktes innerhalb der Stadt Bürstadt, Ludwigsburg 2020, S. 33 und S.36.

3. Geplante Erweiterung Aldi am Standort Mainstraße 133

Im Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“ verfügt der Aldi-Markt an seinem Bestandsstandort an der Mainstraße 133 über eine aktuelle Verkaufsfläche von ca. 979 m². Der Betreiber möchte nun seinen Markt durch einen Anbau auf eine künftige Verkaufsfläche von ca. 1.248 m² VK erweitern. **Die Erweiterung umfasst also ca. 269 m² VK (+ 27,5 %).** Außerdem bedingt das Vorhaben eine geringe Überschreitung des Baufensters nach Süden hin. Eine Sortimentsausweitung soll mit dem Vorhaben aber nicht einhergehen.

Am Vorhabenstandort gilt der Bebauungsplan „Am Bibliser Pfad 1. Teilabschnitt“, der hier ein sonstiges Sondergebiet mit Zweckbestimmung „Verbrauchermarkt“ sowie eine maximale Grundfläche von 1.600 m² ausweist.

Für die Planung wurde am 04.05.2020 eine Auswirkungsanalyse von Stadt+Handel vorgelegt. Darin wird für das Erweiterungsvorhaben von einer zusätzlichen Umsatzleistung in Höhe von ca. 2,3 – 2,8 Mio. € (davon ca. 1,8 – 2,2 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel und ca. 0,2 – 0,3 Mio. € für Nonfood-Randsortimente) ausgegangen. Die Auswirkungsanalyse kommt zu dem Schluss, dass „das Vorhaben ... konform zu den wesentlichen Zielsetzungen des [Einzelhandelskonzepts] Bürstadt 2009 [sei] bzw. ... diesen nicht entgegen[stehe]. **Städtebaulich negative Auswirkungen auf den Bestand und/oder die Entwicklungsmöglichkeiten vorhandener und/oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche, insbesondere die des Innenstadtzentrums Bürstadt sowie auf die Nahversorgungsstrukturen in den sonstigen Lagen in Bürstadt und den Umlandkommunen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO [seien] von dem Planvorhaben nicht zu erwarten.**“⁴⁶

Der Bestandsstandort von Aldi liegt gemäß der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts Bürstadt **im Nahversorgungsstandort Nord**. Nahversorgungsstandorte sollen gesichert werden, um in Bürstadt eine optimale flächendeckende Nahversorgungsstruktur zu erhalten und ein qualifiziertes Angebot insbesondere von Lebensmitteln und Drogeriewaren bereitzustellen. Im Rahmen dessen sind bestehenden Anbietern von Lebensmitteln und Drogeriewaren an Nahversorgungsstandorten auch bestandsorientierte Modernisierungen zuzubilligen, sofern hiervon keine Gefährdungen des zentralen Versorgungsbereichs ausgelöst werden.

4. Geplante Erweiterung Netto am Standort Forsthausstraße 1

An der Forsthausstraße 1 in der Gemarkung Riedrode betreibt die Firma Netto Marken-Discount (in diesem Bericht Netto) genannt, seit dem Jahr 2011 einen Lebensmittelmarkt; außerdem ist eine Shopfläche im Gebäude an eine eigenständige Bäckereifiliale vermietet. Am Standort gilt der Bebauungsplan „Sondergebiet Einzelhandel Bürstadt-Ost“, der hier ein sonstiges Sondergebiet

⁴⁶ Quelle: Stadt+Handel: Städtebauliche Auswirkungsanalyse für die geplante Erweiterung eines Aldi-Süd-Marktes in Bürstadt, Mainstraße 133, Dortmund/Karlsruhe 2020, S. 37.

mit der Zweckbestimmung „nicht-großflächiger Einzelhandel der wohnungsnahen Grundversorgung“ mit einer maximal zulässigen Geschossfläche von 1.200 m² ausweist. Zulässig ist dort „wohnungsnaher Grundversorgung“ (*hier der Lebensmittelmarkt*) bis zu 800 m² VK, außerdem ein Backshop mit einer Verkaufsfläche von bis zu 50 m².

Geplant ist nun, durch einen Anbau die Grundfläche auf ca. 1.290 m² und die Verkaufsfläche des Netto-Marktes im Gebäude auf ca. 955 m² (zzgl. Backshop) zu erweitern. **Das Vorhaben bedeutet also eine Vergrößerung der genehmigten Verkaufsflächen um 155 m² VK (+ 19 %).** Außerdem erfordert die Planung eine geringfügige Verschiebung des Baufensters nach Westen hin. Die Zweckbestimmung „wohnungsnaher Grundversorgung“ bleibt erhalten.

Zu dem Vorhaben liegt **bisher keine Auswirkungsanalyse** vor.

Zu dem Standort ist zunächst festzuhalten, dass es sich dabei um einen Bestandsstandort für nahversorgungsrelevante Nutzungen handelt (Lebensmittelmarkt mit integriertem Backshop), der in der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts Bürstadt **als Nahversorgungsstandort Ost** fungiert. Nahversorgungsstandorte sollen gesichert werden, um in Bürstadt eine optimale flächendeckende Nahversorgungsstruktur zu erhalten und ein qualifiziertes Angebot insbesondere von Lebensmitteln und Drogeriewaren bereitzustellen. Im Rahmen dessen sind bestehenden Anbietern von Lebensmitteln und Drogeriewaren an Nahversorgungsstandorten auch bestandsorientierte Modernisierungen zuzubilligen, sofern hiervon keine Gefährdungen des zentralen Versorgungsbereichs ausgelöst werden.

Das Grundstück des Netto-Marktes liegt zwar in einer Scharnierposition am Rand eines Gewerbegebietes, wird aber mit der bevorstehenden Bebauung des östlich und südlich angrenzenden Freizeitkicker-Geländes an zwei Seiten unmittelbar an Wohnnutzungen angrenzen. Mithin ist eine Anpassung an das siedlungsstrukturelle Integrationsgebot gegeben. Offensichtlich liegt der Standort außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, sodass das siedlungsstrukturelle Integrationsgebot nicht gewahrt werden kann.

Das Betreiberunternehmen Netto zielt mit dem Vorhaben nicht auf eine Erweiterung der Angebotspalette sondern lediglich auf eine Vergrößerung der Verkehrs- und Gangflächen und eine Entzerrung der Regale und Warenträger, um so den Markt für die Kunden großzügiger und ansprechender zu gestalten und ihn ökonomischer bewirtschaften zu können. Damit soll die Filiale in Bürstadt an die konzernweite Standards der Ladeneinrichtung angepasst werden. Mit einer Vergrößerung um ca. 155 m² VK handelt es sich jedenfalls um eine maßvolle Erweiterung. Da sich am grundlegenden Angebotskonzept des prägenden Anbieters am Standort, Netto, und am Sortimentsspektrum dieses Filialisten mit seinen standardisierten Sortimenten nichts ändern wird, ist von einem bestandserhaltenden Modernisierungsvorhaben zu sprechen. Absehbar wird damit, dass das Vorhaben selbst nur zu einer geringen zusätzlichen Umsatzleistung führen wird. Setzt man für den Netto-Markt in seiner künftigen Größe von ca. 955 m² VK eine betreiberübliche

Flächenproduktivität von 4.250 € je m² VK⁴⁷ an, errechnet sich für den erweiterten Markt eine Umsatzprognose von insgesamt ca. 4,0 – 4,1 Mio. €. Von dieser werden nach gutachterlicher Einschätzung – vor dem Hintergrund der örtlichen und überörtlichen Wettbewerbssituation für den Netto-Markt sowie der Lage und verkehrlichen Erreichbarkeit des Mikrostandorts – mindestens 85 % von Kunden aus der Standortkommune Bürstadt stammen. Das Kongruenzgebot wird somit gewahrt, ebenso wie das Zentralitätsgebot im Mittelzentrum Bürstadt.

Von der Umsatzerwartung sind ca. 0,4 Mio. € als zusätzliche Umsatzleistung zu veranschlagen, die nach Abzug des Bestandsumsatzes aus dem Modernisierungsvorhaben resultiert. Von dieser entfallen ca. 0,3 – 0,4 Mio. € auf das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel, auf Nonfood-Randsortimente weniger als 0,1 Mio. €. Aus diesen geringen Umsatzzuwächsen sind keine wesentlichen Beeinträchtigungen des örtlichen Nahversorgungsgefüges, der Anbieter in der Bürstädter Innenstadt oder von strukturprägenden Anbietern in umliegenden zentralen Orten zu erwarten. Die aus den Umsatzzuwächsen resultierenden Umverteilungswirkungen zu Lasten anderer Anbieter werden ganz überwiegend auf die Systemwettbewerber Aldi, Penny und Lidl entfallen, die als leistungsstarke Anbieter von den geringen Umsatzverlusten keinesfalls in ihrem Bestand gefährdet werden. Zu Lasten von Lebensmittel-Anbietern in der Innenstadt (u. a. Edeka) werden max. 0,1 Mio. € entfallen. Als Umverteilungsquote errechnet sich hieraus ein Durchschnittswert von unter 1 %. Wesentliche Beeinträchtigungen des Anbieterbestands oder der Entwicklungsmöglichkeiten der Innenstadt sind hieraus nicht abzuleiten. Insgesamt sind also aus der beabsichtigten verhältnismäßig geringen Erweiterung um 155 m² VK **keine Verletzungen des Beeinträchtigungsverbots zu erwarten**. Die bestehenden Versorgungsstrukturen und städtebaulich besonders geschützten Versorgungsbereiche werden nicht gefährdet. Vielmehr dient das Vorhaben dem Erhalt einer flächendeckenden Nahversorgungsstruktur mit leistungsfähigen Lebensmittelmärkten und trägt an seinem wohngebietsnahen Standort im Osten der Kernstadt (bzw. im Westen von Riedrode) dazu bei, zusätzliche Fahrten mit dem Pkw zum Lebensmitteleinkauf zu reduzieren. Wie oben dargelegt, befindet sich das Vorhaben damit auch **im Einklang mit den Zielsetzungen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts Bürstadt**.

Möglich sind künftig weitere Umsatzzunahmen, die aus Zunahmen der Wohnbevölkerung im Nahumfeld herrühren. Hierzu ist auf die Planungen der Stadt Bürstadt zu verweisen, das östlich und südlich an den Netto-Standort angrenzende „Freizeitkicker-Gelände“ sowie den Beethovenplatz (ca. 650 m entfernt vom Netto-Markt) durch Geschosswohnungsbau neu zu belegen. Derzeit liegen allerdings keine belastbaren Informationen zu den Bebauungsdichten an den beiden vorgesehenen neuen Wohnstandorten vor. In jedem Fall wären die damit verbundenen Umsatzausweitungen bei Netto jedoch unschädlich für die Versorgungsstruktur; sie sind vielmehr als Beleg für die **Notwendigkeit des Erhalts dieses Nahversorgungsstandorts** zu sehen.

⁴⁷ Quelle: Hahn-Immobilien-Beteiligungs-AG: Retail Real Estate Report Germany 2019 / 2020, Bergisch Gladbach 2019, S. 31; Angaben für 2018.

5. Vergleichende Bewertung der einzelnen Vorhaben

In den vorangegangenen Abschnitten wurde deutlich, dass von den vier vorliegenden Erweiterungsvorhaben jedes für sich genommen unschädlich für die Versorgungsstruktur von Bürstadt ist. Allerdings könnten verstärkende Effekte auftreten, insbesondere durch die drei Lebensmittelmärkte (Aldi, Lidl, Netto), aber auch im Fachmarktzentrum Am Bibliser Pfad, wo die beiden umfangreichsten Erweiterungsvorhaben geplant sind (Aldi, Rossmann). Hierbei sind insbesondere die möglichen Auswirkungen auf die Innenstadt zu prüfen, nicht nur weil diese als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen ist sondern auch weil der dortige Lebensmittelmarkt von den Erweiterungsvorhaben der drei Konkurrenten Aldi, Lidl und Netto besonders betroffen sein könnte.

Zur Bewertung der Sortimentsüberschneidungen der Bestandsmärkte mit der Innenstadt werden zunächst die verschiedenen Betreiberkonzepte der o. g. Vorhaben untersucht (vgl. Abb. 21).

Aus Sicht der Stadt Bürstadt, aber auch der übergeordneten Planungsträger, soll sichergestellt werden, dass die Sortimentsüberschneidungen und damit die Wettbewerbswirkungen gegenüber der Innenstadt möglichst gering gehalten werden. Aus der Abbildung 22 wird deutlich, dass insbesondere die Anbieter am Einkaufsschwerpunkt Am Bibliser Pfad (Aldi und Rossmann) Überschneidungen mit Betrieben in der Bürstadter Innenstadt haben.

Dagegen weisen die beiden in der Nähe von Wohnquartieren befindlichen Lebensmittelmärkte Lidl und Netto eine stärker ausgeprägte Nahversorgungsfunktion auf, insbesondere auch deshalb, da sie kaum Überlappungen ihrer fußläufigen Einzugsgebiete mit denen anderer Lebensmittelmärkten aufweisen und daher wertvolle Elemente der räumlichen Nahversorgungstruktur bilden. Zum Netto-Markt ist zu bemerken, dass sich hier die Nahversorgungsfunktion durch die geplante Bebauung des angrenzenden Freizeitkicker-Geländes mittelfristig noch verbessern wird.

Der Rossmann-Markt im Einkaufszentrum Am Bibliser Pfad nimmt allerdings eine herausragende Funktion innerhalb der Bürstadter Versorgungsstruktur ein, da es sich bei ihm um den einzigen Drogeriefachanbieter am Ort handelt. Zugleich trägt er auch zur Profilierung des Mittelzentrums Bürstadt bei. **Dem Erhalt bzw. der Modernisierung des Drogeriefachmarkts kommt somit die höchste Priorität zu.**

Bei den drei Lebensmittelmärkten liegen vergleichsweise austauschbare Angebotskonzepte vor. Hier sind vor allem die Standorte der einzelnen Märkte zu betrachten. Darüber hinaus sind jedoch auch die Leistungsfähigkeiten und die Höhe der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte infolge der geplanten Erweiterungen zu beachten. So ist denkbar, dass bei Addition der drei Vorhaben Auswirkungen auf den Innenstadt-Bestand nicht mehr vollständig ausgeschlossen werden können.

Abbildung 21: Charakterisierung der vorhandenen Lebensmittelmärkte in Bürstadt

Firma	Filialen im Umland	Bekanntheitsgrad	Artikelzahl (Ø)	Anteil Markenprodukte	Standardisierung im Sortiment	Konzept	Verkaufsfläche in Bürstadt		
							Gesamt-VK in m²	davon in %	
						Food		Non-food	
EDEKA (Mainstraße)	Bensheim, Heppenheim, Lampertheim, Worms	hoch	hoch (ca. 18.000)	hoch (ca. 60 %)	--	<ul style="list-style-type: none"> /// Supermarkt mit großzügigem Konzept /// breites und tiefes Lebensmittelsortiment mit starker Marken- u. Frischeorientierung /// übliches Nonfoodsortiment 	2.250	80	20
REWE	Bensheim, Biblis, Heppenheim, Lampertheim, Lorsch, Worms,	hoch	hoch (ca. 12.000)	hoch (ca. 60 %)	-	<ul style="list-style-type: none"> /// üblicher Supermarkt /// Fokus auf Markenartikel, auch regionale Produkte /// übliches Nonfoodsortiment 	1.750	85	15
Edeka (Wilhelminenstr.)	s. o.	lokal ausgeprägt	mittel (ca. 8.000)	hoch (ca. 60 %)	+	<ul style="list-style-type: none"> /// Supermarkt mit gestrafftem Konzept /// Fokus auf Markenartikel /// eingeschränktes Nonfoodsortiment 	650	90	10
Aldi Süd	Bensheim, Heppenheim, Lampertheim, Lorsch, Worms	sehr hoch	begrenzt (ca. 1.300)	gering (ca. 10 %)	++	<ul style="list-style-type: none"> /// sehr preisaggressiv /// Fokus auf Eigenmarken /// bedeutsames Nonfoodsortiment (u. a. durch Aktionswaren) 	980	80	20
Lidl	Bensheim, Heppenheim, Lampertheim, Worms	sehr hoch	begrenzt (ca. 1.800)	mittel (ca. 25 %)	++	<ul style="list-style-type: none"> /// sehr preisaggressiv /// Schwerpunkt auf Eigenmarken und umschlagsstarken Markenartikeln /// bedeutsames-Nonfoodsortiment (u. a. durch Aktionswaren) 	1.000	80	20
Netto Marken-Discount	Bensheim, Biblis, Heppenheim, Lampertheim, Lorsch, Worms	hoch	mittel (ca. 4.000)	mittel (ca. 20 %)	+	<ul style="list-style-type: none"> /// „Nahversorger“ mit Discountkonzept /// breite Produktpalette, u. a. Pfandgetränke, Frischfleisch /// relativ hoher Markenanteil 	800	85	15
Penny	Bensheim, Biblis, Einhausen, Lampertheim, Lorsch, Worms	mittel	begrenzt (ca. 1.400)	mittel (ca. 25 %)	+	<ul style="list-style-type: none"> /// Profilierung als „Nachbarschaftsmarkt“ /// individuelle Namensgebung /// eingeschränktes Nonfoodsortiment 	800	85	15

++ sehr hohe Standardisierung + hohe Standardisierung o durchschnittliche Standardisierung -- individuelle Sortimentsgestaltung -- Standörtliche sehr individuelle Sortimentsgestaltung

Quelle: aktuelle Bestandsaufnahme; EHI Köln, Handel aktuell; Hahn Retail Report, Eigenangaben der Unternehmen, Lebensmittelzeitung, GMA-Handelsforschung

Abbildung 22: Vergleich der vorliegenden Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion und Sortimentsüberschneidungen mit Anbietern im zentralen Versorgungsbereich von Bürstadt

Betreiber	Aldi	Lidl	Netto	Rossmann
Marktstellung im Umland	ausgeprägt	mittel	gering	ausgeprägt
Beitrag zur mittelzentralen Versorgungsfunktion (Sortiment)*	begrenzt	begrenzt	begrenzt	sehr hoch
Beitrag zur gesamtstädtischen Nahversorgungsstruktur (Lage)**	gering	mittel	sehr hoch	sehr hoch
Nahversorgungsfunktion (Einwohner im Radius 10 Min.)***	1.230	2.450	960****	1.200
Sortimentsüberschneidungen mit etablierten Innenstadtanbietern	vorhanden	vorhanden	vorhanden	mittel
Fazit	Strukturprägender Markt, Modernisierung sinnvoll	Strukturprägender Markt, Modernisierung sinnvoll	Strukturprägender Markt, Modernisierung sinnvoll	Einziger Drogeriemarkt, Modernisierung sinnvoll

* hier: möglichst geringe Sortimentsüberschneidungen mit anderen strukturprägenden Anbietern

** hier: möglichst geringe räumliche Überlappung mit anderen strukturprägenden Anbietern des Sortiments

*** fußläufige Distanz, ermittelt mit Regiograph

**** perspektivisch höher (nach Realisierung der anliegenden Wohnquartiersplanung)

GMA-Zusammenstellung 2020

Hingegen sind **Beeinträchtigungen der Nahversorgungsstruktur auch bei einer gleichzeitigen Erweiterung aller drei Lebensmittelmärkte nicht zu erwarten**, da an jedem der drei Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet eine Erweiterung eines Lebensmittelmarktes vorgesehen ist und die Umverteilungswirkungen in erster Linie konkurrierende Lebensmittel-Discounter in Bürstadt betreffen.

6. Kumulierte Betrachtung der Erweiterungsplanungen und Fazit

Für eine Prognose der zu erwartenden Auswirkungen der Erweiterungsvorhaben der drei Lebensmittelmärkte werden die Ergebnisse der Auswirkungsanalysen den drei Vorhaben mit den prognostizierten Mehrumsätzen und den daraus resultierenden Umverteilungswirkungen innerhalb von Bürstadt in der folgenden Tabelle 8 gegenübergestellt.

In der Kumulation errechnet sich **im Nahrung-und Genussmittelbereich eine Umverteilungsquote von ca. 6 – 7 % zu Lasten von Anbietern in der Bürstadter Innenstadt**. Die Umsatzverluste werden ganz überwiegend den dortigen Lebensmittelmarkt Edeka an der Wilhelminenstraße betreffen. Dieser wurde zwar vor wenigen Jahren modernisiert und kann zudem auf ein „eigenes“ Einzugsgebiet ohne größere Überschneidungen mit denen anderer Lebensmittelmärkte zurückgreifen, jedoch weist er gegenüber den übrigen Lebensmittelmärkten in Bürstadt doch einen

spürbaren Größenunterschied auf. Eine Bestandsgefährdung kann hieraus zwar nicht unmittelbar geschlussfolgert werden, jedoch ist eine **Beeinträchtigung der zukünftigen Entwicklungspotenziale dieses Sortiments im zentralen Versorgungsbereich nicht ganz auszuschließen**.

Zu empfehlen ist deshalb eine **Beschränkung der zukünftigen Verkaufsflächen aller Lebensmittel-discounter** auf jeweils maximal 1.200 m² VK⁴⁸.

Tabelle 8: Auswirkungen der geplanten Erweiterungen von Lebensmittelmärkten in Bürstadt

Vorhaben	Aldi	Lidl	Netto	Summe**
Künftige Verkaufsfläche	1.248 m ²	1.200 m ²	955 m ²	3.403 m²
Erweiterung (Verkaufsfläche)	269 m ² (+ 27 %)	100 m ² (+ 9 %)	155 m ² (+ 19 %)	474 m² (+ 16 %)
Mehrumsatz durch Vorhaben (insgesamt)*	2,3 – 2,8 Mio. €	0,6 – 0,7 Mio. €	0,4 Mio. €	3,3 – 3,8 Mio. €
... davon Nahrungs- und Genussmittel*	1,8 – 2,2 Mio. €	0,5 – 0,6 Mio. €	0,3 – 0,4 Mio. €	2,7 – 3,1 Mio. €
<i>Umverteilung Gesamtstadt</i>	4 – 6 %	1 %	< 1 %	6 – 8 %**
<i>Umverteilung Innenstadt*</i>	4 %	1 – 2 %	< 1 %	6 – 7 %
... davon Nonfood*	0,5 Mio. €	0,1 Mio. €	< 0,1 Mio. €	0,6 – 0,7 Mio. €
Mögliche Beeinträchtigungen in der Innenstadt*	keine	keine	keine	denkbar

* gemäß vorliegenden Auswirkungsanalysen für Vorhaben Aldi und Lidl bzw. gutachterlicher Einschätzung des Vorhabens Netto in diesem Bericht

** ohne Berücksichtigung von gegenseitigen Kannibalisierungseffekten von Aldi, Lidl und Netto

GMA-Zusammenstellung 2020

Im Nonfoodbereich könnten in der Innenstadt Fachanbieter von Schreib- und Spielwaren, Textilien, Elektrowaren oder Floristik durch die zeitgleichen Modernisierungen der drei Lebensmitteldiscounter mit ihren entsprechenden Randsortimenten beeinflusst werden. Dies betrifft insbesondere Aldi und Lidl, da Netto nur ein eingeschränktes Randsortimentsangebot aufweist und auch weniger ausgeprägt auf Aktionswaren ausgerichtet ist.

Um solche Beeinträchtigungen vollständig ausschließen zu können, sind die **Randsortimente bei allen Lebensmitteldiscountern zu begrenzen**. Als festzuschreibende Obergrenzen für die ständigen Randsortimente Schreibwaren, Zeitschriften und Haushaltswaren empfiehlt sich ein Wert von jeweils 20 m² VK⁴⁹. Bei Spielwaren, Textilien, Schuhen, Elektrowaren, Geschenk- und Dekorationsartikeln, die auch von Aldi und Lidl nicht ständig sondern nur im Rahmen von periodisch wechselnden Aktionen offeriert werden, sollte die Obergrenze bei jedem Betrieb auf jeweils

⁴⁸ Dies entspricht dem Wert, der im Regionalplan Südhessen für Lebensmitteldiscounter als Anhaltswert genannt wird, bis zu dem eine Raumverträglichkeit in integrierten Lagen angenommen werden kann.

⁴⁹ Abgeleitet aus der sehr kleinteiligen Struktur innerhalb der Bürstadter Innenstadt sowie der geringen Größe eines typischen Fachgeschäfts für diese Sortimente.

40 m² VK festgelegt werden, bei einer gleichzeitigen Begrenzung des Nonfood-II-Sortiments⁵⁰ (inkl. hierzu gehörige Randsortimente) auf insgesamt maximal 120 m² VK.

Die vorgenannten Empfehlungen führen dazu, dass zunächst nur Netto und Lidl die von Ihnen vorgesehenen Erweiterungen in voller Größe vollziehen können. Das Erweiterungsvorhaben von Aldi wird hingegen nur in verringerter Größe durchgeführt werden können, damit der Angebotsbestand und die Entwicklungsspielräume des zentralen Versorgungsbereiches von Bürstadt erhalten bleiben können. Eine solche Priorisierung der Erweiterungsvorhaben der drei Lebensmittelmärkte erscheint auch vor dem Hintergrund ihrer unterschiedlichen Stellenwerte innerhalb der räumlichen Nahversorgungsstruktur in Bürstadt gerechtfertigt. Zwar hat auch der Aldi-Markt eine hohe Bedeutung für die Nahversorgungsstruktur – dies zeigt bereits seine Zugehörigkeit zum ausgewiesenen Nahversorgungsstandort Nord – jedoch ist hier durch die Nachbarschaft zu Penny und Edeka eine gewisse Redundanz gegeben, während Lidl und Netto geringere räumliche Überlappungen mit anderen Lebensmittelmärkten aufweisen (vgl. Abb. 21).

Zugleich führen die Modernisierungsmaßnahmen dazu, dass das in Bürstadt prinzipiell gute Angebotsspektrum aus vier Lebensmitteldiscountern, drei Supermärkten und verschiedenen kleineren Anbietern erhalten bleibt. Damit kann zugleich die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt unterstützt sowie die erhebliche und perspektivisch wachsende Bevölkerungszahl im Stadtgebiet adäquat und wohnungsnah versorgt werden.

⁵⁰ Nichtlebensmittel mit Ausnahme von Drogerieartikeln, Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln sowie Tiernahrung.

Verzeichnisse	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Untersuchungsaufbau zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts	7
Abbildung 2: Verwendete GMA-Branchensystematik	8
Abbildung 3: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	11
Abbildung 4: Wachstumsraten und Onlineanteile nach Warengruppen 2019	13
Abbildung 5: Aktuelle Konsumtrends des „hybriden“ Verbrauchers	15
Abbildung 6: Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels	19
Abbildung 7: Auszug aus dem Regionalen Flächennutzungsplan Südhessen 2010 zum großflächigen Einzelhandel im Mittelzentrum Bürstadt	23
Abbildung 8: Sortimentskonzept Bürstadt 2009 („Bürstädter Liste 2009“)	24
Abbildung 9: Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs im Einzelhandelsentwicklungskonzept Bürstadt 2009	25
Abbildung 10: Maßnahmen und Erfolge des Integrierten Handlungskonzepts Bürstadt	26
Abbildung 11: Einzelhandelsstruktur in der Stadt Bürstadt 2020 (Verkaufsflächen*)	36
Abbildung 12: Größenstruktur des Bürstädter Einzelhandels 2020	36
Abbildung 13: Verkaufsflächenbestand 2020: Hauptwarengruppen nach Standortlagen	37
Abbildung 14: Einzelhandelszentralitäten in Bürstadt 2020 nach Warengruppen	38
Abbildung 15: Relative Verkaufsflächenausstattung von Bürstadt nach Warengruppen im Vergleich mit ähnlich großen Städten	40
Abbildung 16: Einzelhandelszentralität von Bürstadt im regionalen Vergleich	41
Abbildung 17: Relative Verkaufsflächenausstattung von Bürstadt mit Nahrungs- und Genussmitteln im Landkreis-Vergleich	41
Abbildung 18: Einzelhandelsstruktur in der Einkaufsinnenstadt 2020 (Verkaufsflächen*)	44
Abbildung 19: Einflussfaktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung	51
Abbildung 20: Sortimentskonzept der Stadt Bürstadt 2020 (GMA-Vorschlag)	59
Abbildung 21: Charakterisierung der vorhandenen Lebensmittelmärkte in Bürstadt	85
Abbildung 22: Vergleich der vorliegenden Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion und Sortimentsüberschneidungen mit Anbietern im zentralen Versorgungsbereich von Bürstadt	86

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage von Bürstadt und zentralörtliche Struktur in der Region	20
Karte 2:	Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels 2020	29
Karte 3:	Einzelhandelsbestand Bürstadt 2020: Verteilung im Stadtgebiet	35
Karte 4:	Einzelhandels- und Komplementärbestand in der Bürstädter Innenstadt	43
Karte 5:	Wohngebietsnahe Versorgung in Bürstadt: Fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte	49
Karte 6:	Wohngebietsnahe Versorgung in Bürstadt: Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte mit dem Fahrrad	50
Karte 7:	Standortkonzept der Stadt Bürstadt 2020 (Übersicht): Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungsstandorte	64
Karte 8:	Standortkonzept der Stadt Bürstadt 2020: Zentraler Versorgungsbereich (Innenstadt Bürstadt)	66
Karte 9:	Standortkonzept Bürstadt 2020: Nahversorgungsstandort Nord (Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“)	69
Karte 10:	Standortkonzept Bürstadt 2020: Nahversorgungsstandort Ost (Forsthausstraße)	71
Karte 11:	Standortkonzept Bürstadt 2020: Nahversorgungsstandort Südwest (Die Lächner / Weidenweg)	73

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Wesentliche Standorteigenschaften der Stadt Bürstadt als Standort für den Einzelhandel	22
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels 2020	30
Tabelle 3:	Bevölkerung im Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels 2035 (Prognose)	33
Tabelle 4:	Kaufkraftprognose für das Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels 2035	33
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand in der Stadt Bürstadt 2020 nach Warengruppen	34
Tabelle 6:	Komplementärnutzungen in der Bürstädter Einkaufsinnenstadt 2020	46

Tabelle 7:	Empfehlungen zu Bebauungsplänen an den Nahversorgungsstandorten in der Stadt Bürstadt	75
Tabelle 8:	Auswirkungen der geplanten Erweiterungen von Lebensmittelmärkten in Bürstadt	87

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Innenstadt (Mainstraße)	38
Foto 2:	Innenstadt (Nibelungenstraße)	38
Foto 3:	Einkaufszentrum Bibliser Pfad	38
Foto 4:	REWE-Markt, Die Lächner	38
Foto 5:	Marktplatz mit hoher Aufenthaltsqualität	45
Foto 6:	Aufwertung des zentralen Verkehrsknotenpunkts	45
Foto 7:	Gute Lebensmittelversorgung in der Innenstadt	45
Foto 8:	Nur noch wenig Einzelhandel in der Mainstraße	45
Foto 9:	Leerstand an der östlichen Nibelungenstraße	45
Foto 10:	Südliche Nibelungenstraße: Aus Einzelhandelssicht keine Auflage mehr	45