Strukturgutachten für den Einzelhandel im Mittelzentrum

BÜRSTADT

Auftraggeber: Stadt Bürstadt

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Monika Kollmar
Projektbearbeitung: Dipl.-Geogr. Julia Bubbel

Ludwigsburg, März 2009

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Büros in Erfurt, Köln, München, Salzburg
Hohenzollernstraße 14, 71638 Ludwigsburg
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl
eMail: info@gma.biz, http://www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Dezember 2008 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA), den Auftrag der Stadt Bürstadt zur Erstellung eines Strukturgutachtens für den Einzelhandelsplatz Bürstadt.

Ziel des Gutachtens ist es, die Weichen für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Bürstadt zu stellen. Vor dem Hintergrund der Aufnahme Bürstadts in das Förderprogramm „Aktive Kernbereiche“ sind Empfehlungen für die weitere Entwicklung und Stärkung der Handelslagen in der Innenstadt von Bürstadt sowie die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch Erarbeitung einer Sortimentsliste bzw. eines Standortkonzeptes Schwerpunkte des vorliegenden Gutachtens.

Als Grundlage für die vorliegende Konzeption wurde im Dezember 2008 / Januar 2009 eine Kompletterhebung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Bürstadt sowie der sonstigen Erdgeschossnutzungen und Leerstände in der Innenstadt von Bürstadt durchgeführt. Darüber hinaus erfolgte im Dezember 2008 eine mündliche Befragung von mehr als 300 Passanten an den wichtigsten Einkaufsstandorten sowie eine mündliche Einzelhändlerbefragung im Januar 2009.

Ferner standen der GMA Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Hessen, der Stadt Bürstadt sowie interne Daten der GMA zur Verfügung. Die Daten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen ausgewertet.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und –findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Bürstadt. Eine Vervielfältigung und Weitergabe bedarf der schriftlichen Zustimmung der Auftraggeberin und der GMA.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, im März 2009
BLJ wym

INHALTSVERZEICHNIS **Seite**

I.	**Aufgabenstellung / Rahmenbedingungen**	**1**
1.	Aufgabenstellung	1
2.	Wesentliche Tendenzen in der Einzelhandelsentwicklung	4
2.1	Allgemeine Entwicklungstendenzen	4
2.2	Mittelfristige Einzelhandelsentwicklung	7
3.	Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung des Einzelhandels	10
3.1	Bauplanungsrecht	10
3.2	Zentrale Versorgungsbereiche	12
3.2.1	Definition zentraler Versorgungsbereiche	12
3.2.2	Inhaltliche Grundlage zentraler Versorgungsbereiche	13
3.2.3	Räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche	14
3.3	Landes- und Regionalplanung	16
4.	Makrostandort Bürstadt	17
II.	**Die Situation des Einzelhandels in Bürstadt**	**21**
1.	Standortgefüge	21
2.	Der Einzelhandelsbestand in der Stadt Bürstadt	24
3.	Einzelhandelsausstattung im interkommunalen Vergleich	28
4.	Entwicklung der Einzelhandelsstruktur seit 2001	30
5.	Fazit zur Situation im Einzelhandel der Stadt Bürstadt	32

III.	**Bevölkerung und Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels von Bürstadt**	**33**
1.	Marktgebiet und Bevölkerung	33
2.	Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet	35
2.1	Grundlagen der Kaufkraftberechnung	35
2.2	Kaufkraftvolumen im Jahr 2008	36
3.	Zentralitätskennziffern	37
IV.	**Der Standort Bürstadt aus Sicht der Einzelhändler und der Verbraucher**	**39**
1.	Der Standort Bürstadt aus Sicht der Einzelhändler	39
1.1	Methodische Vorbemerkungen	39
1.2	Wesentliche Befragungsergebnisse	39
1.2.1	Fragen zur betrieblichen Situation	39
1.2.2	Verbesserungsvorschläge zum Einzelhandelsplatz	42
2.	Der Standort Bürstadt aus Sicht der Verbraucher	44
2.1	Methodische Vorbemerkungen	44
2.2	Wesentliche Befragungsergebnisse	45
2.2.1	Einkaufsintensität	45
2.2.2	Verkehrsmittelwahl und Beurteilung der Verkehrssituation	46
2.2.3	Einkaufsorientierung	48
2.2.4	Bewertung des Standortes Bürstadt	50
2.2.5	Veränderungen in Bürstadt	54
2.2.6	Verbesserungsvorschläge	55
V.	**Entwicklungspotenziale des Einzelhandelsstandortes Bürstadt**	**57**
1.	Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose für das Jahr 2020	57

2.	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	58
3.	Standortbezogene Entwicklungspotenziale	63
VI.	**Entwicklungskonzept für die Stadt Bürstadt**	**67**
1.	Sortimentskonzept	67
2.	Standortkonzept	71
2.1	Innenstadt	71
2.1.1	Empfehlungen für die Einzelhandelsentwicklung und zur Nutzungsanreicherung im engeren Kernstadtbereich	77
2.1.2	Empfehlungen im Bereich Verkehr / Parken	77
2.1.3	Empfehlungen im Bereich Städtebau / Aufenthaltsqualität	78
2.1.4	Empfehlungen im Bereich Marketing	79
2.2	Ergänzungsstandort Mainstraße / dezentrale Standorte	79
3.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	80
VII.	**Zusammenfassung**	**82**

I. Aufgabenstellung / Rahmenbedingungen

1. Aufgabenstellung

Die Stadt Bürstadt liegt im Landkreis Bergstraße und setzt sich aus der Kernstadt Bürstadt sowie den Ortsteilen Riedrode und Bobstadt zusammen. Gemäß Landesentwicklungsplan nimmt die Stadt Bürstadt die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums wahr. Bürstadt befindet sich in einem dichten Wettbewerbsumfeld mit den nahegelegenen Mittelzentren Worms, Lampertheim, Viernheim und Lorsch sowie den nächstgelegenen Oberzentren Mannheim und Darmstadt.

Mit der Aufnahme der Stadt Bürstadt in das Städtebauförderprogramm „Aktive Kernbereiche in Hessen“ stehen in den kommenden Jahren umfangreiche Fördermittel zur Verfügung, um die innerstädtische Haupteinkaufslage als Teilbereich des Fördergebietes zu stärken. Die vorliegende Untersuchung soll hinsichtlich der Einzelhandelssituation grundlegende Analyseschritte durchführen und erste Empfehlungen zur städtebaulichen und handelsseitigen Weiterentwicklung der Innenstadt treffen; diese Daten stellen einen Teilbaustein für ein integriertes Handlungskonzept im Rahmen des Programmes „Aktive Kernbereiche“ dar.

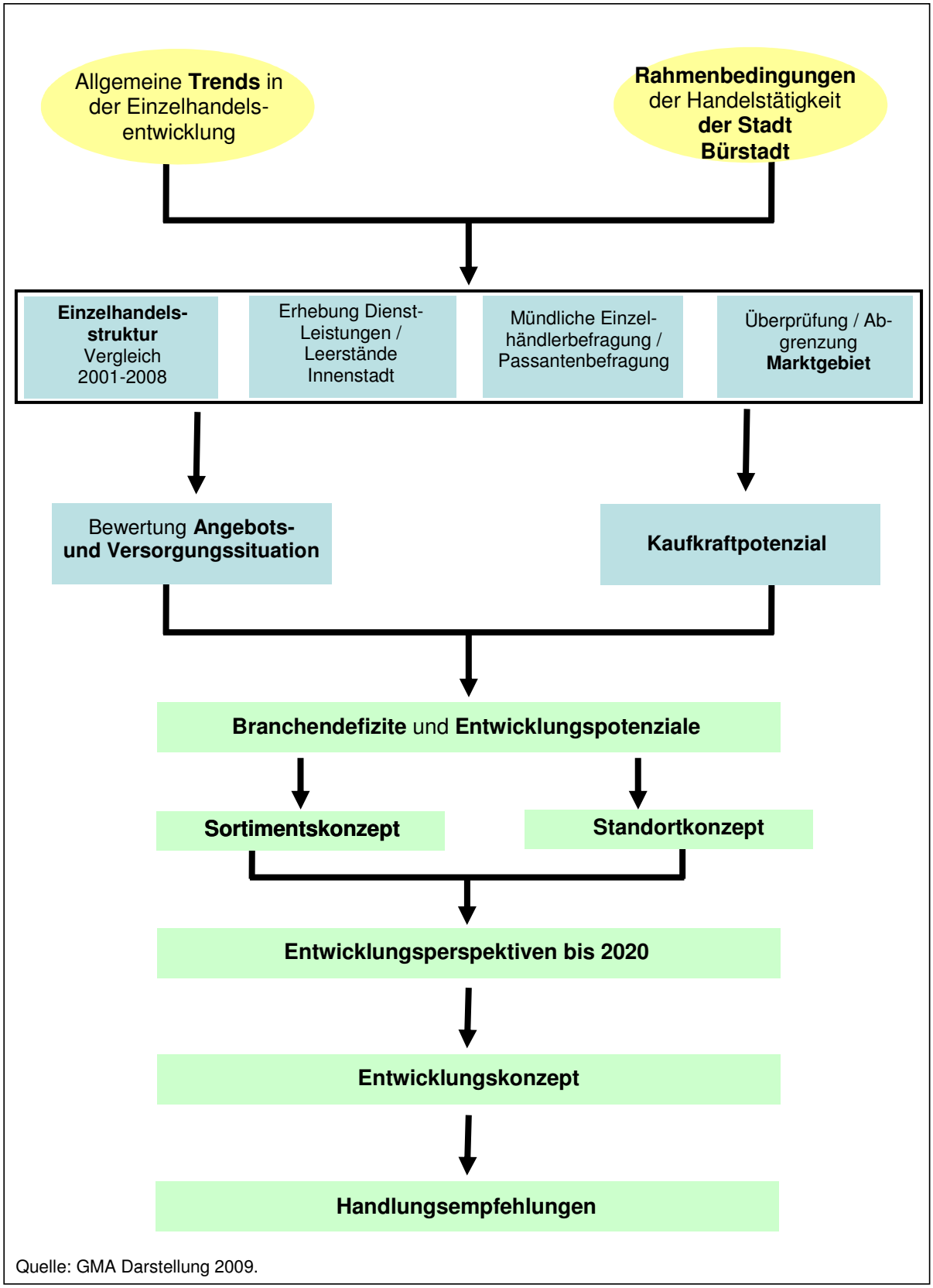
Zur Erstellung des vorliegenden Gutachtens wurden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt (vgl. auch Abbildung 1):

- Darstellung und Bewertung der Situation des Einzelhandels in der Stadt Bürstadt
- Bestandserhebung und Analyse des Einzelhandels und Ladenhandwerks im gesamten Stadtgebiet
- Erhebung komplementärer und zentrenprägender Dienstleistungen sowie von Leerständen in den Erdgeschosslagen der Innenstadt
- Befragung der Einzelhändler der Stadt Bürstadt
- Passantenbefragung in der Innenstadt Bürstadt und am Fachmarktzentrum Mainstraße
- Vergleich der Einzelhandelsentwicklung 2001 - 2008

- vergleichende Bewertung des Einzelhandels in der Stadt Bürstadt unter Zugrundelegung von Kennziffern aus vergleichbaren Städten
- Berechnung und Prognose des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials für die Jahre 2008 und 2020
- Ermittlung und Bewertung der Marktbedeutung des Einzelhandels in der Stadt Bürstadt und der Versorgungszentralität
- Erarbeitung eines Standortkonzeptes (u. a. Abgrenzung der „zentralen Versorgungsbereiche“ gem. § 34 BauGB) im Stadtgebiet
- Entwicklung eines Sortimentskonzeptes und Erstellung einer „Bürstädter Liste“ der zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente
- Empfehlung zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes und zur Stärkung der Innenstadt
- Bewertung mehrerer Planstandorte für einen Lebensmittelmarkt im Osten der Kernstadt.

Als Grundlage der vorliegenden Analyse dienen die Daten, die bei einer Gesamterhebung des Einzelhandels in Bürstadt sowie komplementärer Dienstleistungseinrichtungen in den zentralen Versorgungsbereichen im Dezember 2008 / Januar 2009 ermittelt wurden. Zusätzlich wurden 24 Einzelhandelsbetriebe und mehr als 300 Passanten mündlich befragt.

Abbildung 1: Arbeitsschritte der Einzelhandelsuntersuchung für die Stadt Bürstadt



Quelle: GMA Darstellung 2009.

2. Wesentliche Tendenzen in der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Allgemeine Entwicklungstendenzen

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten unternehmergeführter Fachgeschäfte geht. Als Gewinner zeigen sich filialisierte und discountorientierte Unternehmen und Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen.

Neben gesellschaftlichen und demografischen Wandlungsprozessen (u. a. Verschiebung der Altersstruktur, Trend zu kleineren Familieneinheiten) hat v. a. die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft induziert. Gleichzeitig hat der **Anstieg der Mobilität** die Standortwertigkeit von Einkaufslagen verändert. Die Massenmobilität zeitigte zahlreiche Effekte, die auch die Einzelhandelsentwicklung stark beeinflussten. Die Menschen zogen vermehrt ins Umland von Städten, hinaus aus den Stadtzentren, so dass sich neben den klassischen Zentren neue Versorgungslagen entwickelten. Aufgrund einer gewachsenen Mobilität wurden in vielen Fällen dabei auch nicht integrierte, rein autokundenorientierte Lagen bedeutsam, die auch ausreichende Fläche für den wachsenden Stellplatzbedarf sowie großflächige Betriebe boten. Diese neuen umfassenden Einzelhandelsstandorte begünstigten die Entwicklung des „One-Stop-Shopping“, da der Kunde aufgrund eines breiten und tiefen Sortimentes alle benötigen Waren an einem Standort findet.

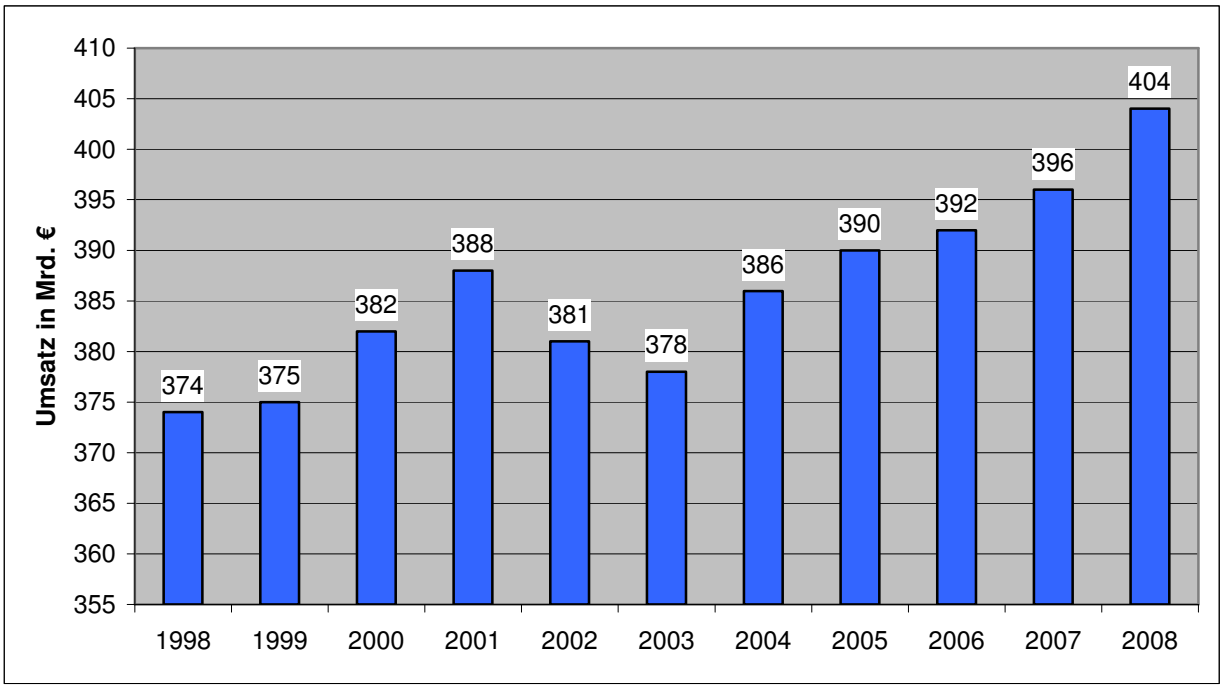
Das Verkaufsflächenwachstum des Einzelhandels vollzog sich in den vergangenen 10 Jahren zu mehr als zwei Dritteln außerhalb traditioneller Geschäftslagen. In der Folge wuchsen die **Verkaufsflächen an dezentralen und solitären Standorten stark** an, während die Geschäftslagen der Innenstädte, die Stadtteilzentren und Nahversorgungslagen einen Bedeutungsverlust hinnehmen mussten. Ihr Anteil am Verkaufsflächenbestand sank um mehr als 10 %.

Mit Bezug auf die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten** waren in den vergangenen Jahren folgende wesentliche Trends festzustellen:

- Die **Konsumzurückhaltung** breiter Bevölkerungsschichten und der Wunsch der Verbraucher v. a. preiswert einzukaufen, hat häufig zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus der Einzelhandelssortimente geführt; vielerorts geraten deshalb Anbieter des mittleren Preissegments unter Druck.
- Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation und Leerstandsbildung** auf. Meist sind 1a-Lagen von dieser Entwicklung noch nicht betroffen.
- Die **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel führt in Innenstädten vermehrt zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes (Stichwort: Banalisierung).
- Die Warenhäuser und der Fachhandel verlieren als Leitbetriebe der Innenstädte an Boden. An ihre Stelle treten zunehmend Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**"), die bundesweit beworben werden.
- Als wirtschaftlich besonders erfolgreiche Angebotsform kristallisieren sich **multifunktionale Einkaufszentren** heraus. Ihr Markterfolg gründet sich u. a. auf ein stringentes Management und gezielte Marketingmaßnahmen sowie attraktive bauliche Rahmenbedingungen (Stichworte: Sauberkeit, Sicherheit). Innerstädtische Einkaufszentren erreichten – flächenbereinigt – in den vergangenen Jahren Umsatzsteigerungen von bis zu 5 % pro Jahr.

In der Gesamtbetrachtung resultierte der beschriebene Strukturwandel des deutschen Einzelhandels in einer beachtlichen Verkaufsflächenexpansion. Gleichzeitig stagnierten die Umsätze nominal und gingen real, d. h. unter Berücksichtigung des Wertverlustes durch Inflation, sogar zurück (vgl. Abb. 2). Durch die disparate Entwicklung von Verkaufsflächen und Umsätzen gaben die Produktivitäten (= Umsätze je m² VK/Jahr) nach, so dass die ökonomische Auslastung – v. a. in Branchen, die an kostenintensiven Standorten wirtschaften – nicht mehr durchgängig zu gewährleisten war.

Abbildung 2: Entwicklung des deutschen Einzelhandelsumsatzes 1998 – 2008

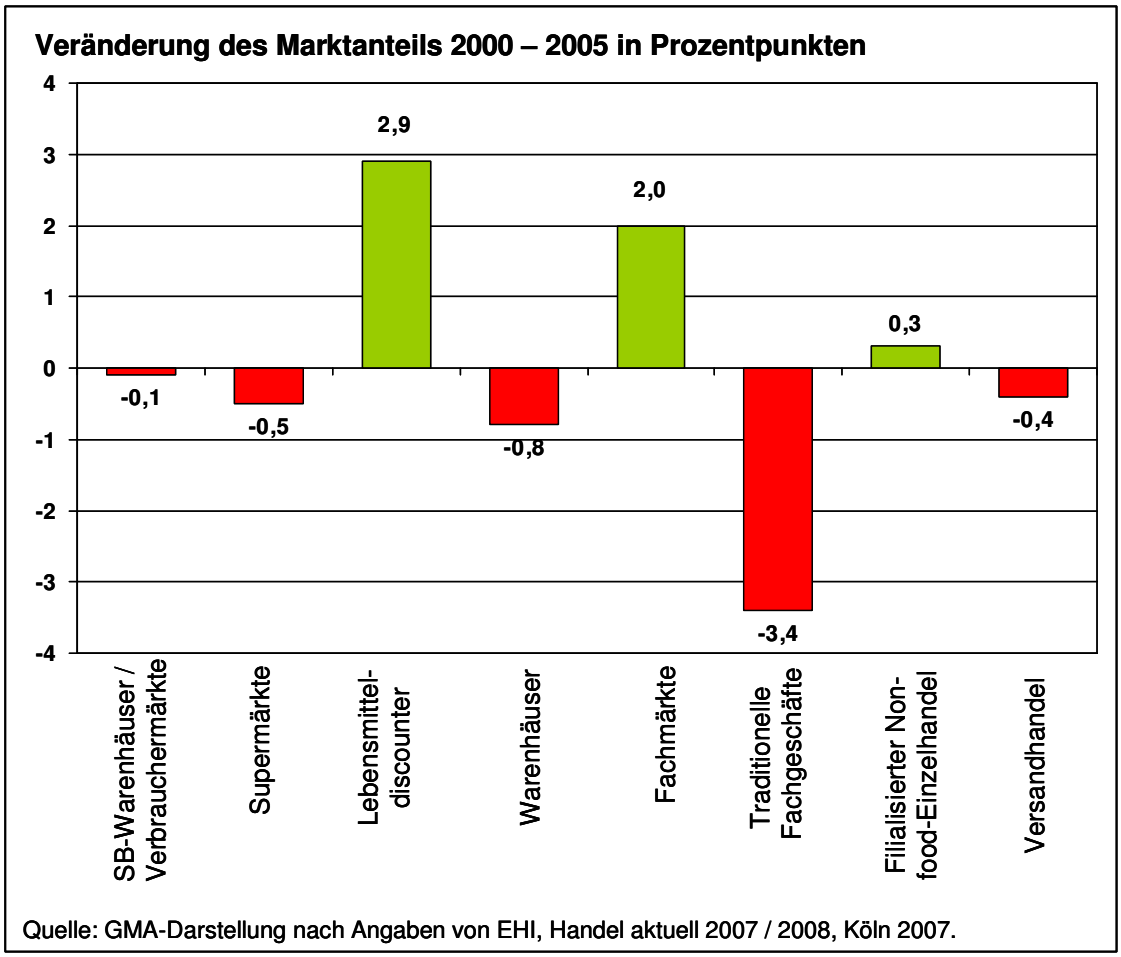


Quelle: GMA-Darstellung nach EHI 2008, Angaben 2008 Prognosewert

Auch aus diesem Grund war das Verkaufsflächenwachstum im Einzelhandel begleitet von einem **Rückgang der Betriebszahl**. Diese Entwicklung betraf v. a. den Lebensmitteleinzelhandel. Als Konsequenz ergaben sich immer größere Betriebseinheiten. Derzeit haben die Ladengeschäfte in Deutschland bereits eine Durchschnittsgröße von ca. 230 m² VK erreicht.

Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel war und ist auch die zunehmende **Unternehmenskonzentration**. Eine vergleichende Betrachtung der wichtigsten Betriebsformen zwischen 1980 und heute zeigt, dass der filialisierte Einzelhandel seine Marktanteile gegenüber dem inhabergeführten Einzelhandel deutlich ausbauen konnte und in Zukunft wohl noch weiter ausweiten wird (vgl. Abb. 3). Als Beispiel für eine Branche, in der die Betriebs- und Umsatzkonzentration bereits besonders krasse Formen angenommen hat, lässt sich der Lebensmitteleinzelhandel anführen. Derzeit erzielen hier weniger als 1 % der Unternehmen mehr als zwei Drittel des Branchenumsatzes. Aber auch im Nichtlebensmittelbereich entfällt bereits über 80 % der Umsatzleistung auf nur 10 Großunternehmen. Trotz dieser Konzentration steigen die Verkaufsflächen im Einzelhandel weiter an. So sind die Flächen in Deutschland zwischen den Jahren 2000 und 2007 um 9 – 10 % gestiegen.

Abbildung 3: Marktanteile der Betriebstypen des Einzelhandels in Deutschland



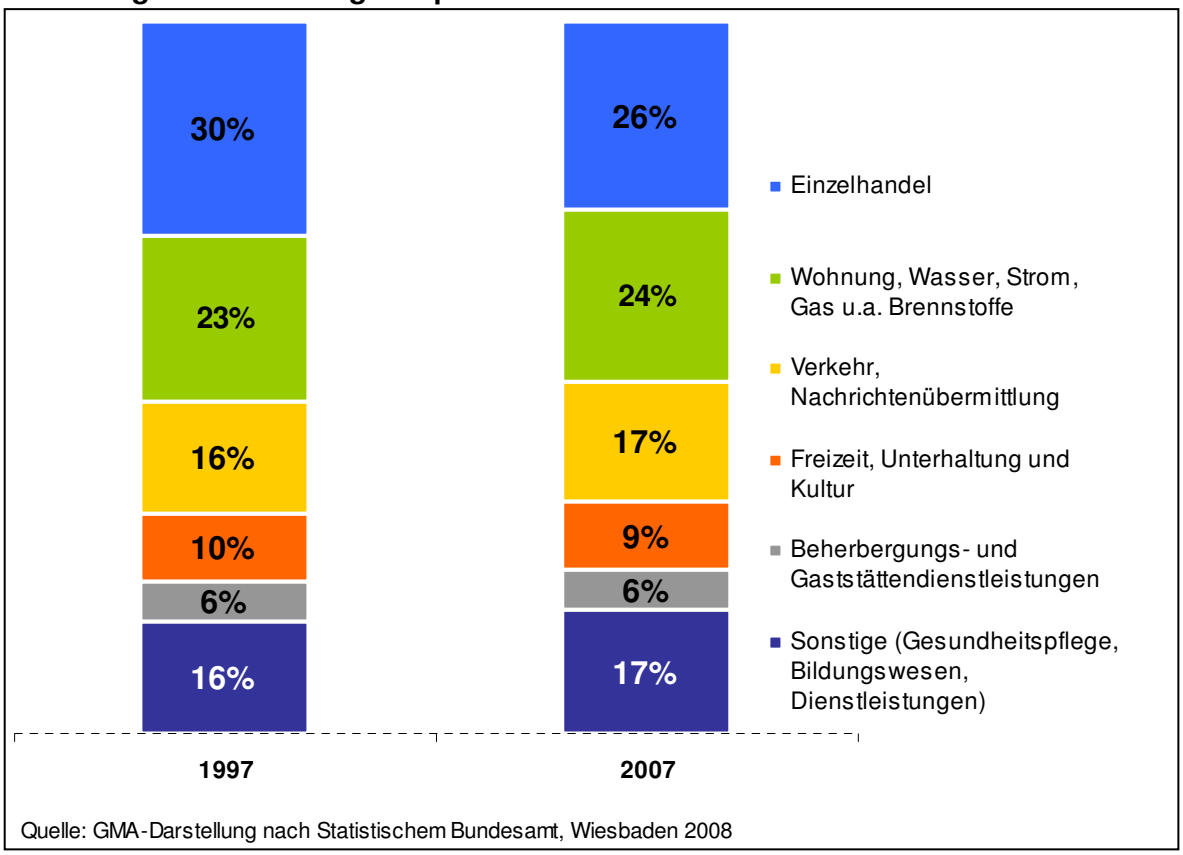
Quelle: GMA-Darstellung nach Angaben von EHI, Handel aktuell 2007 / 2008, Köln 2007.

Die Tendenz zur Umsatzkonzentration wird im Nonfood-Sektor vor allem durch eine hohe **Entwicklungsdynamik der Fachmärkte** getragen. Für diesen Betriebstyp sind auch in den nächsten Jahren noch Steigerungen der Marktanteile zu erwarten.

2.2 Mittelfristige Einzelhandelsentwicklung

In den kommenden Jahren ist als mögliches Hemmnis für ein Anspringen der Einzelhandelskonjunktur der Trend zur Ausgabenumschichtung vom Einzelhandel in andere Kostenbereiche anzuführen (vgl. Abb. 4).

Abbildung 4: Entwicklung des privaten Verbrauchs in Deutschland 1990 / 2007



Quelle: GMA-Darstellung nach Statistischem Bundesamt, Wiesbaden 2008

Eine Relativierung seines Stellenwertes wird der Einzelhandel auch durch die **Entwicklung zur Freizeitgesellschaft** erfahren, denn in Zukunft wird der Einkauf von den Verbrauchern noch stärker unter dem Aspekt seines Freizeit- und Erlebniswertes beurteilt werden. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesem Trend durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt.

In Zukunft wird es sicher noch größerer Anstrengungen des Einzelhandels bedürfen, um die Verbraucher an bestimmte Einkaufsorte oder Geschäfte zu binden, zumal sich die Konsumenten immer mehr in unterschiedliche **Zielgruppen** aufsplitten:

- ***Trendsensible***, konsumfreudige und genussorientierte Verbraucher mit starkem Interesse an Prestigemarken, innovativen Produkten und schönem Design.
- ***Biokonsumenten***, mit ausgeprägtem Interesse am Kauf umweltfreundlicher oder naturreiner Produkte und der Bereitschaft, für diese Waren auch mehr Geld als für herkömmliche Sortimente auszugeben.

- ***Preis-Leistungs-Käufer***, mit hohem Qualitätsbewusstsein und starkem Interesse an detaillierten Produktinformationen (z. B. Warentests, Internetvergleiche) sowie einer hohen Preissensibilität.
- ***Billigkäufer***, mit starker Discountorientierung aus finanziellen Gründen, ohne besondere Berücksichtigung von Umweltbelangen.

Das Spektrum der Konsumenten wird zukünftig voraussichtlich den Bereich vom Ultraverbraucher bis zum Konsumasketen abdecken. Dadurch wird die Zielgruppenfokussierung für den Handel erschwert. Zudem hat sich in den letzten Jahren der Typus des „hybriden Verbrauchers" herausgebildet. Er erwirbt beim selben Einkaufsgang einerseits teure Markenware und unmittelbar im Anschluss Billigprodukte beim Discounter.

Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen entwickeln:

- **Weiterhin steigende Verkaufsflächenzahlen.**
  Bereits Ende 2007 war in Deutschland ein Verkaufsflächenbestand von über 119 Mio. m² erreicht. Die Prognosen für 2008 sind weiter positiv. Der weitere Verkaufsflächenzuwachs wird sich auch zukünftig insgesamt gesehen zu etwa zwei Dritteln außerhalb der Stadtzentren vollziehen. Als Folge wird sich der Verdrängungswettbewerb zu Lasten des City-Handels und der städtebaulich integrierten Stadtteilzentren und Nahversorgungszentren weiter verschärfen. Auch bei innerstädtischen Shopping-Centern ist mit einer weiteren Expansion zu rechnen. Beleg hierfür sind 51 derzeit bekannte Planungen mit einer Gesamtfläche von rd. 1,3 – 1,4 Mio. m²[1].
- **Wachsende Konzentration im Einzelhandel.**
  Der Marktanteil von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 2,5 Mrd. € wird mittelfristig auf fast 85 % anwachsen. In der Folge werden v. a. kleinflächige und unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen aus dem Markt ausscheiden. Das gilt in besonderem Maße für die neuen Bundesländer, wo viele Betriebe nur über eine unzureichende Eigenkapitaldecke verfügen.

[1] Quelle: EHI 2008/2009.

- **Fachmärkte und Discounter boomen.**
  Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren v. a. durch Fachmärkte und Discounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile ausbauen.

- **Filialisierungswelle hält an.**
  Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen, welche Existenzgründern im Einzelhandel vielfach den erfolgreichen Weg in die Selbstständigkeit ebnen, zukünftig noch wachsen.

- **Internet-Shopping gewinnt an Bedeutung.**
  Das „E-Commerce" (Internet-Handel) zeigt selektiv hohe Zuwachsraten, insbesondere in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger. Bis 2010 ist insgesamt ein Marktanteil von ca. 8 % zu erwarten. Bei Büchern und Tonträgern sind sogar Anteilswerte von bis zu 30 % möglich. Voraussetzung für den Erfolg des E-Commerce ist allerdings der Ausbau von Logistik- und Distributionsstrukturen, die als sehr kostenintensiv einzustufen sind.

3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung des Einzelhandels

3.1 Bauplanungsrecht

Mit dem BauGB und der BauNVO steht ein differenziertes planungsrechtliches Instrumentarium zur Verfügung, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; v.a. die Neuregelungen des § 34 BauGB schaffen hier zusätzliche Regelungsmöglichkeiten, um Einzelhandelsansiedlungen zu steuern. Zunächst sind folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

- **Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)**

  Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO sind teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe in allen Baugebieten vorgesehen:

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig.

- **Nicht beplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)**

  Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach dem 2004 hinzugekommenen § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

  Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung in § 34 Abs. 3 BauGB ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelagen im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Stadtkernbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

  Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

- **Außenbereich (§ 35 BauGB)**

  Im Außenbereich sind Einzelhandelsbetriebe nicht vorgesehen. Sollen dort solche Betriebe genehmigt werden, setzt dies die Aufstellung eines Bebauungsplanes voraus.

Die Anwendung der §§ 11 Abs. 3 BauNVO und § 34 BauGB erfolgt stets fallbezogen und stellt wegen des Einzelfallcharakters nur eine Reaktion dar. Demgegenüber kann die Bauleitplanung vorbeugende Regelungen treffen und die zukünftige Standortentwicklung dadurch systematisch steuern. Die sicherste Form der Problembewältigung für die kommunale Praxis sind die im BauGB und in der BauNVO dargelegten Festsetzungsmöglichkeiten in Bebauungsplänen, im Hinblick auf den Ausschluss und/oder die Gliederung von Einzelhandelsflächen.

Über die Beschränkungen des § 11 Abs. 3 BauNVO hinaus können Gemeinden weitergehende Festsetzungen über die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben (auch für nicht großflächige Betriebe) treffen. Nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO können – ggf. räumlich beschränkt – Einzelhandelsbetriebe generell oder bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben ausgeschlossen oder als nur ausnahmsweise zulässig festgesetzt werden.

Weiter differenzierende Bebauungsplanfestsetzungen sind möglich, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebietes gewahrt bleibt. Handelsbetriebe einzelner Branchen oder Warengruppen können flächenbegrenzt oder ausgeschlossen werden. Positive wie negative (Branchen-)Festsetzungen sind gleichermaßen bei Vorliegen der sonstigen materiell-rechtlichen Voraussetzungen nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO als Gliederungsmöglichkeiten innerhalb der einzelnen Baugebiete zulässig.

3.2 Zentrale Versorgungsbereiche

3.2.1 Definition zentraler Versorgungsbereiche

Mit der Novellierung des BauGB im Jahr 2004 erfuhr der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ einen erheblichen Bedeutungszuwachs. Die Regelungen zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche wiesen bezüglich der Vorhaben im unbeplanten Innenbereich wesentliche Lücken auf, daher wurde der § 34 BauGB um einen neuen Absatz 3 ergänzt:

> „Von Vorhaben nach Abs. 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.[1]“

[1] § 34 Abs. 3 BauGB i. d. F. der Bek. vom 23.09.2004, geändert durch Art. I des Gesetzes vom 21.12.2006

Somit muss nun für alle nach § 34 Abs. 1 BauGB zu bewertenden Vorhaben zusätzlich geprüft werden, ob entsprechende schädliche Auswirkungen zu erwarten sind. Daraus ergibt sich auch für Bürstadt die Notwendigkeit der inhaltlichen Definition und räumlichen Verortung von zentralen Versorgungsbereichen. Dieses dient der Beurteilung von Vorhaben nach § 34 BauGB sowohl im eigenen Stadtgebiet als auch auf dem Gebiet benachbarter Kommunen.

Bezüglich der **inhaltlichen Definition** herrschen in der aktuellen Diskussion unterschiedliche Auffassungen vor. Strittig sind bisher v.a. die Mindestanforderungen an Größe und Ausstattung sowie die Frage der städtebaulichen Integration. Zentrale Versorgungsbereiche dienen der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen. Es handelt sich dabei mindestens um das Hauptzentrum eines Ortes (z.B. Innenstadt), meist wird der Begriff aber auch auf Stadtteil- und Nahversorgungszentren ausgedehnt[1].

Aus städtebaulicher Sicht muss ein zentraler Bereich eine **städtebauliche Integration**, d.h. bauliche und funktionale Integration in einen Siedlungszusammenhang mit wesentlichem Wohnanteil, aufweisen, während aus Einzelhandelssicht auch ein entsprechend gut ausgestatteter peripherer Standort ein Versorgungszentrum darstellt. Da der Gesetzgeber mit der Erarbeitung des § 34 Abs. 3 BauGB den Schutz v.a. der Innenstädte beabsichtigte, kann i.d.R. von der Notwendigkeit der städtebaulichen Integration ausgegangen werden. Letztlich geht es somit darum, **städtebaulich gewünschte Versorgungsbereiche** zu schützen.

3.2.2 Inhaltliche Grundlage zentraler Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche ergeben sich sowohl aus den tatsächlichen Verhältnissen als auch aus Planungen (z.B. geplantes Versorgungszentrum in Entwicklungs- oder Sanierungsgebiet). Für die Beurteilung der **tatsächlichen Verhältnisse** stellen regelmäßig aktualisierte Untersuchungen eine wesentliche Grundlage dar.

Für die Anerkennung **geplanter zentraler Versorgungsbereiche** ist zwischen formellen und informellen Planungen zu unterscheiden. Die formelle Planung betrifft Darstellungen

[1] So geschehen im Urteil des OVG NRW Münster, 7. Senat, zu § 34 Abs. 3 BauGB, 11.12.2006, 7 A 964/05

und Festsetzungen in Bebauungsplänen sowie Festlegungen in Raumordnungsplänen als Fest- und Fortschreibung der tatsächlichen Verhältnisse. Die rechtliche Relevanz informeller Planungen (z.B. Einzelhandelskonzeptionen) ist teilweise umstritten, da bei informellen Planungen i.d.R. keine umfassende Abwägung der durch die Planung berührten öffentlichen und privaten Belange vorgenommen sowie keine Bürgerbeteiligung durchgeführt wird. Informelle Planungen spielen v.a. dann eine bedeutende Rolle, wenn sie von der Gemeinde als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden.[1] Auch im Hinblick auf den seit Anfang 2007 geltenden § 9 Abs. 2a BauGB zu den neuen Festsetzungsmöglichkeiten einfacher Bebauungspläne im unbeplanten Innenbereich empfiehlt sich die Erarbeitung eines von der Gemeinde beschlossenen Entwicklungskonzeptes i.S.d. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, welches als intern bindendes Element verwendet wird.

Bei allen Formen der Planung ist für die rechtliche Akzeptanz zu beachten, dass sich die Planungsabsicht bereits konkretisiert haben und die Umsetzung gemäß §§ 14 ff. BauGB in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen muss.[2]

3.2.3 Räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Bei der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche kommt dem Einzelhandel eine konstituierende Funktion zu. Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Zusammenhang entsprechend der Bedeutung des Zentrums stehen, der Maßstab ist hier die fußläufige Erreichbarkeit.

Ergänzend werden bei der Abgrenzung der Versorgungsbereiche die Standorte öffentlicher und privater Dienstleistungen berücksichtigt. Zur Abrundung der Bereiche kommen darüber hinaus städtebauliche Gegebenheiten (z.B. Ringstraße, Topographie, markanter Wechsel der Bebauungsstruktur) sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z.B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle) zum Tragen. Es ist zu unterstreichen, dass sich die Schutzfunktion nicht nur auf den Einzelhandel allein bezieht. Beispielsweise können auch Freizeiteinrichtungen geschützt werden, sofern sie in einem zentralen Versorgungsbereich liegen. Weiterhin ist im Sinne der Abgrenzungskriterien

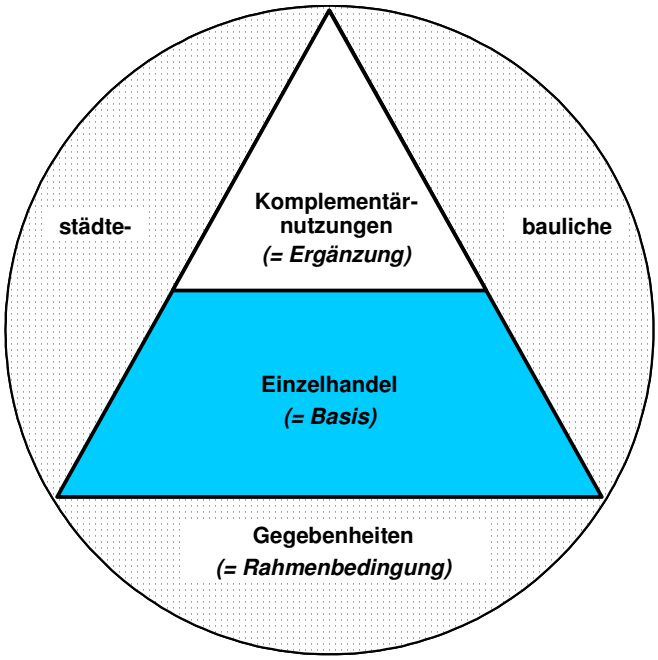
---

1 Vgl. hierzu OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005 - 1 ME 172/05

2 Vgl. hierzu VG München, Urteil vom 7.11.2005, M 8 K 05.1763

darauf hinzuweisen, dass nicht per se überall in einem zentralen Versorgungsbereich Einzelhandel erwünscht oder erlaubt sein muss, die einzelhandelsgeprägten Bereiche können sich auf Teilgebiete beschränken.

Abbildung 5: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche



Quelle: GMA 2008

Schlussfolgerungen:

- Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich
- dem Einzelhandel kommt dabei eine konstituierende Funktion zu,
- die durch Komplementärnutzungen und
- städtebauliche Gegebenheiten

ergänzt wird.

3.3 Landes- und Regionalplanung

Die wesentlichen Grundlagen zur Einzelhandelssteuerung der Landes- und Regionalplanung sind im Landesentwicklungsplan Hessen 2000 (LEP 2000), dem ergänzenden Einzelhandelserlass[1] aus dem Jahr 2005 sowie dem Regionalplan Südhessen 2000 dargelegt.[2]

Die Ziele der Raumordnung und Landesplanung bezüglich großflächiger Einzelhandelsvorhaben beziehen sich insbesondere auf folgende Prüfkriterien:

- **Zentralitätsgebot, Kongruenzgebot**: „Großflächige Einzelhandelsvorhaben haben sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche System einzufügen." Grundsätzlich kommen Einzelhandelsgroßprojekte laut LEP Hessen 2000 nur in Ober- und Mittelzentren in Betracht.
- **Siedlungsstrukturelles und städtebauliches Integrationsgebot**: Sonderflächen für großflächigen Einzelhandel sind nur in regionalplanerisch ausgewiesenen Siedlungsbereichen zulässig und sind in bestehende Siedlungsbereiche möglichst unter Erreichbarkeit im ÖPNV zu integrieren.
- **Beeinträchtigungsverbot:** „Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen nach Art, Lage und Größe die Funktionsfähigkeit von – auch benachbarten – zentralen Orten und ihrer bereits integrierten Geschäftszentren / Versorgungskerne nicht wesentlich beeinträchtigen."
- **Ausschluss innenstadtrelevanter Sortimente:** Der Einzelhandelserlass Hessen legt innenstadt- und zentrenrelevante Sortimente fest, die an dezentralen Standorten nur ausnahmsweise - z.B. bei einem insgesamt kleinflächigen Randsortiment zulässig sind. Diese Sortimentsliste mit zentren- / innenstadtrelevanten Sortimenten ist auf die ortsspezifischen Gegebenheiten anzupassen.

---

1 Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht – Hinweise und Erläuterungen (Neufassung 2005)

2 Der Regionalplan Südhessen wird derzeit fortgeschrieben; der Entwurf von 2007 ist allerdings noch nicht rechtskräftig.

4. Makrostandort Bürstadt

Die Stadt Bürstadt verzeichnet derzeit ca. 15.600 Einwohner und liegt im Landkreis Bergstraße im Regierungsbezirk Darmstadt. Der Kreis Bergstraße liegt zwischen den Ballungsgebieten Rhein-Main im Norden und Rhein-Neckar im Süden. Vor diesem Hintergrund ist hier eine hohe Verdichtung festzustellen, die eine ausgeprägte Konkurrenzsituation mit sich bringt. In der Region sind als größte Handelsschwerpunkte das nahegelegene Mittelzentrum Worms sowie das im Süden befindliche Oberzentrum Mannheim zu nennen. Weiterhin befinden sich im Osten des Mittelzentrums Bürstadt die Mittelzentren Lorsch, Heppenheim und Bensheim sowie im Süden Lampertheim. Die Versorgungsbedeutung von Bürstadt ist aus diesem Grund vorwiegend auf die Stadt selbst begrenzt.

Der Stadt Bürstadt ist im Landesentwicklungsplan Hessen aus dem Jahr 2000 die zentralörtliche Funktion eines **Mittelzentrums** zugewiesen. Bürstadt ist demnach Standort für gehobene Einrichtungen im wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen und politischen Bereich sowie für private Dienstleistungen.[1]

Verkehrlich ist die Stadt Bürstadt v. a. über die Bundesstraße 47 (Ost-West-Richtung), die südlich der Kernstadt von Bürstadt verläuft, sowie die Bundesstraße 44 (Nord-Süd-Richtung), die im Westen der Kernstadt verläuft, angebunden. Die nächstgelegene Autobahn A 67 ist in einer Distanz von ca. 7 km über die Anschlussstelle Lorsch erreichbar. Weiterhin sind die A 61 sowie die A 5 in Entfernungen unter 15 km zu erreichen, so dass die Anbindung an das überregionale Verkehrsnetz als sehr gut einzustufen ist. Bürstadt ist an das Schienennetz der Deutschen Bahn auf der Regionalverkehrsstrecke zwischen Mannheim und Frankfurt a. M. angeschlossen. Zusätzlich bestehen Busverbindungen zu den Stadtteilen und in die umliegenden Städte und Gemeinden.

Siedlungsstrukturell setzt sich die Stadt Bürstadt aus der Kernstadt mit dem eindeutigen Siedlungsschwerpunkt (ca. 12.200 Einwohner)[2] sowie den Stadtteilen Bobstadt und Riedrode zusammen. Diese befinden sich in deutlich räumlich getrennter Lage im Norden und Osten der Kernstadt.

---

1 Vgl. Landesentwicklungsplan Hessen 2000.

2 Angaben der Stadt Bürstadt.

Die **innerstädtische Haupteinkaufslage** von Bürstadt befindet sich vorrangig im Bereich der Nibelungenstraße westlich der Bahnlinien sowie in den angrenzenden Bereichen der Marktstraße sowie der Mainstraße. Dieser Innenstadtbereich ist vorrangig durch kleinflächige Anbieter geprägt. V. a. in den innerstädtischen Randbereichen nimmt die Einzelhandelsdichte schnell ab.

Als weiterer wichtiger Einzelhandelsstandort ist die Fachmarktagglomeration an der Mainstraße im Norden der Kernstadt von Bürstadt zu nennen. Dieser autokundenorientierte Standort stellt den zweiten Versorgungsschwerpunkt von Bürstadt dar.

Die **Gewerbegebietslage** mit zahlreichen großflächigen Gewerbebetrieben befindet sich im Nordosten der Kernstadt im Industriegebiet Ost. Die sonstigen Bereiche der Bürstädter Kernstadt sowie der Stadtteile sind vorrangig durch Wohnbebauung geprägt.

Die Stadt Bürstadt zählt derzeit rd. **15.600 Einwohner**[1]. Seit 1998 war ein leichter Bevölkerungsanstieg um ca. 0,9 % zu verzeichnen. Damit lag die Bevölkerungsentwicklung leicht unter dem Niveau der Entwicklung des Landkreises Bergstraße (+ 1,1 %). Im Vergleich zu den umliegenden Städten und Gemeinden konnte die Stadt Bürstadt allerdings nur eine unterdurchschnittliche Bevölkerungsentwicklung verzeichnen (vgl. Tabelle 1).

Allerdings ist festzuhalten, dass Bürstadt v. a. in den letzten drei Jahren einen Bevölkerungszuwachs verzeichnen konnte, während die Umlandgemeinden hier vorrangig rückläufige Zahlen aufweisen.

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung 1998 – 2008 im regionalen Vergleich

Stadt / Landkreis	Einwohner			Entwicklung 1998-2008	
	1998	2003	2008	absolut	relativ
Bürstadt	**15.454**	15.325	**15.592**	**138**	**0,9**
Lorsch	11.693	12.643	12.832	1.139	9,7
Bensheim	37.689	39.205	39.574	1.885	5
Biblis	8.640	8.871	8.827	187	2,2
Lampertheim	32.099	31.833	31.380	-719	-2,2
Landkreis Bergstraße	261.138		263.945	2.807	1,1

Quelle: Statistisches Landesamt Hessen (Stand: 30.06.2008, 31.12.2003, 30.06.1998).

[1] Quelle: Statistischen Landesamt Hessen (Stand: 30.06.2008).

In Bezug auf die **Wirtschaftsstruktur** der Stadt Bürstadt ist festzustellen, dass die Mehrzahl der Beschäftigten im Produzierenden Gewerbe tätig ist (ca. 43,0 %); dies stellt im Vergleich zum Landkreis Bergstraße einen überdurchschnittlichen Anteil dar (33,4 %). Im Dienstleistungssektor ist ein unterdurchschnittlicher Anteil von ca. 26 % der sozialversicherungspflichtig beschäftigten Arbeitnehmer tätig (LK Bergstraße: 38 %); der Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr ist mit ca. 23,8 % vertreten (LK Bergstraße: 27,4 %). Mit einem Anteil von 7,2 % an den sozialversicherungspflichtig beschäftigten Arbeitnehmern ist der Bereich Land- und Forstwirtschaft, Fischerei überdurchschnittlich ausgeprägt (LK Bergstraße: 1,2 %).[1] Mit 5,9 % lag die Arbeitslosenquote im Landkreis Bergstraße im Februar 2009 deutlich unter dem hessischen Durchschnittswert (7,1 %).[2]

Mit einem Pendlersaldo von – 2.937 (1.361 Einpendler stehen 4.298 Auspendlern gegenüber)[3] wird die überwiegende Bedeutung der Stadt Bürstadt als Wohnstandort deutlich.

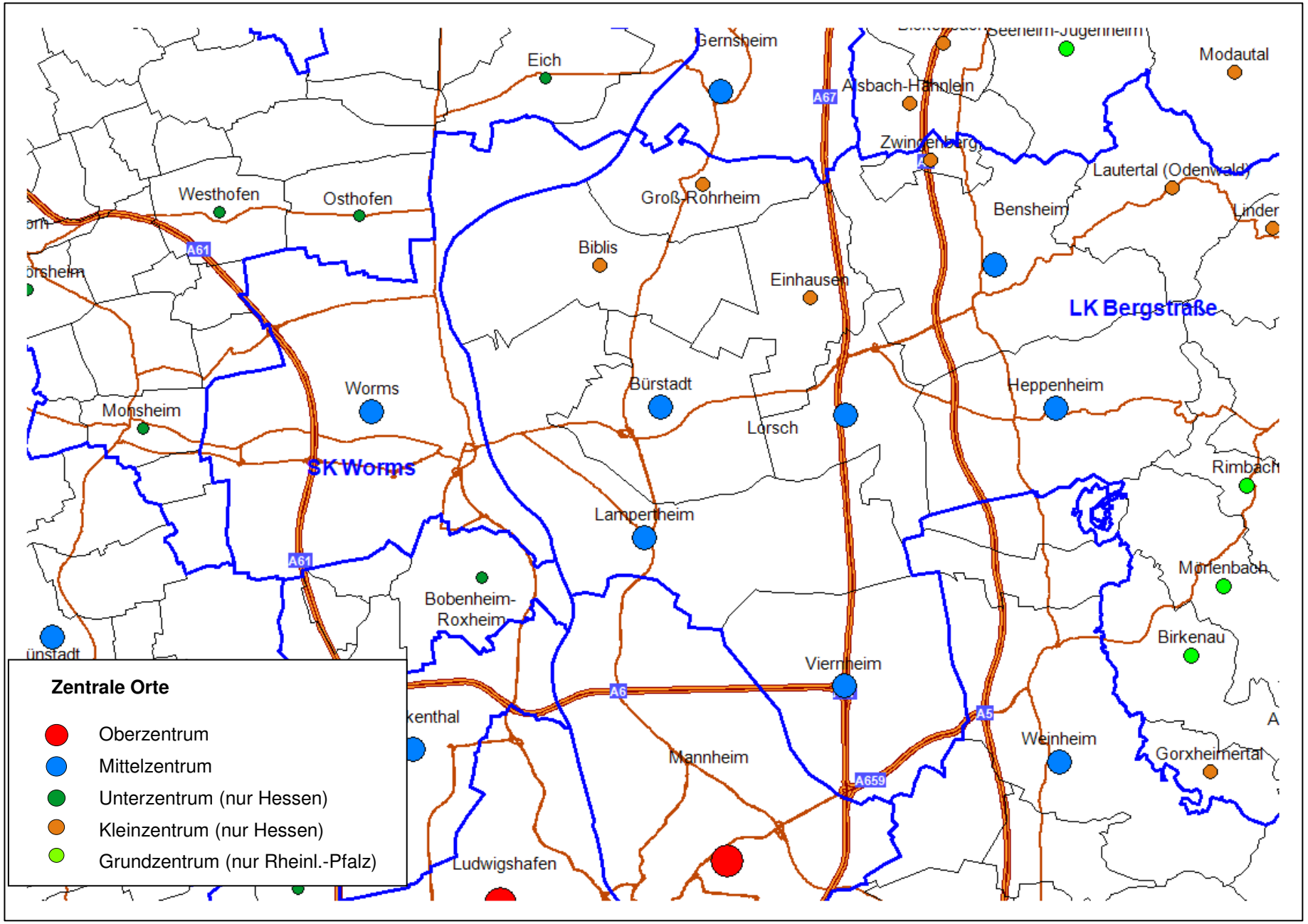
Die Stadt Bürstadt profiliert sich weiterhin im Bereich der regenerativen Energien. Als Solarstadt verfügt Bürstadt über zahlreiche Photovoltaik-Anlagen. Mit der Dachkampagne „Entente Solare“ will die Stadt Bürstadt ihre Solaranlagen mit Unterstützung der Bürger weiter ausbauen und in diesem Bereich auch in Zukunft weitere Projekte entwickeln. Hierfür bestehen auch ständige Ausstellungen, um über die aktuellen Entwicklungen zu informieren.

1 Quelle: Statistischen Landesamt Hessen (Stand: 30.06.2007).

2 Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Stand: Februar 2009.

3 Quelle: Statistischen Landesamt Hessen (Stand: 30.06.2007).

Karte 1: Zentralörtliche Struktur im Untersuchungsgebiet



GMA-Bearbeitung 2009

II. Die Situation des Einzelhandels in Bürstadt

1. Standortgefüge

Die **Stadt Bürstadt** verfügt im Wesentlichen über zwei Einzelhandelslagen (vgl. Karte 2), die Innenstadtlage sowie den dezentralen Standort Mainstraße:

- **Innenstadt:**

  Die innerstädtische Haupteinkaufslage von Bürstadt liegt im Wesentlichen in der Nibelungenstraße (zwischen den Bahnlinien im Osten und der Mainstraße im Westen) sowie der Marktstraße zwischen Nibelungenstraße und Magnusstraße. Weiterhin ist hier der Bereich der Mainstraße zwischen Nibelungenstraße im Süden und Kanalstraße im Norden anzuführen, der aufgrund des starken Autoverkehrs allerdings nur bedingt Innenstadtcharakter aufweist, aber noch einen hohen Geschäftsbesatz vorhält. Ein fast durchgängiger Geschäftsbesatz in den Erdgeschosslagen ist ausschließlich in der Nibelungenstraße zwischen der Mainstraße und der Marktstraße festzuhalten. In etwas randlicher Lage befindet sich der Anbieter Vetter Moden an der Nibelungenstraße am östlichen Ende der Innenstadt, der einen wichtigen Magnetbetrieb darstellt. In den Nebenstraßen sind nur noch vereinzelte Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ansässig. In der östlichen Fortführung der Nibelungenstraße sind ebenfalls noch einige Einzelhandelsbetriebe zu finden, allerdings ist hier bereits eine hohe Leerstandsquote festzuhalten. Im Westen der Innenstadt ist weiterhin ein Treff 3000 Lebensmitteldiscounter anzuführen, der den einzigen größeren Anbieter im Lebensmittelsektor der Innenstadt darstellt. Ansonsten setzt sich das Angebot in der Innenstadt von Bürstadt aus Anbietern aller Bedarfsbereiche zusammen, wobei der kleinflächige, inhabergeführte Einzelhandel sowie Fachmarktkonzepte vorherrschen. Die administrativen Einrichtungen von Bürstadt befinden sich außerhalb der Innenstadtlagen im Westen der Kernstadt im Bereich der Rathausstraße.

- **Dezentrale Lagen:**

  Neben den innerstädtischen Lagen in der Stadt Bürstadt ist v.a. auf den dezentralen Einzelhandelsstandort im Norden der Mainstraße hinzuweisen. Im Lebensmittelsektor sind hier der Lebensmittelvollsortimenter Edeka sowie die Lebensmitteldiscounter Aldi und Penny ansässig. Erweitert wird das Angebot durch mehrere

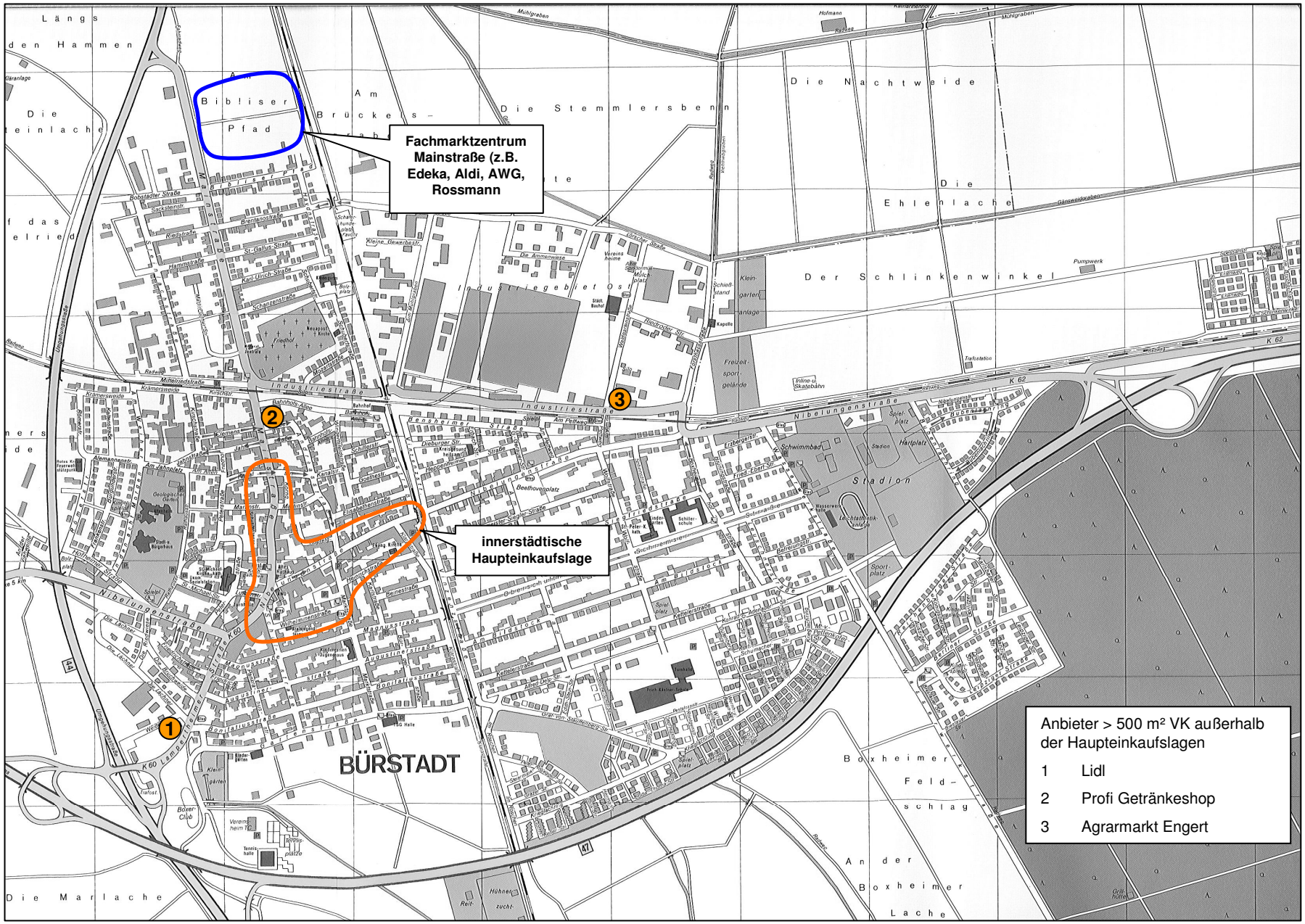
Fachmarktanbieter aus dem kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Dazu zählen der Drogeriefachmarkt Rossmann, eine Fressnapf-Filiale, der Anbieter Tedi sowie aus dem Bereich Bekleidung und Schuhe die Anbieter AWG, Takko, Ernstings family sowie K&K Schuhcenter. Das Fachmarktzentrum stellt eine wichtige Ergänzung zur Innenstadt des Mittelzentrums Bürstadt dar, da hier keine ausreichenden Flächen für moderne Fachmarktkonzepte dieser Größenordnung zur Verfügung stehen. Aus diesem Grund ist die Entwicklung des Fachmarktzentrums Mainstraße in vielen Aspekten nicht nur als Wettbewerb zur Innenstadt Bürstadt zu sehen, da mit der Etablierung des Fachmarktstandortes ein Rückholen zuvor abfließender Kaufkraft erzielt werden konnte.

Im Südwesten der Kernstadt ist darüber hinaus ein Lidl-Lebensmitteldiscounter im Bereich der Lampertheimer Straße ansässig. Weiterhin sind im Industriegebiet Ost vorrangig Betriebe aus dem Bau- und Heimwerkersektor zu finden (I & M Köbig, Agrarmarkt Engert). In diesem Bereich ist außerdem der Elektrofachmarkt Euronics Preuss ansässig. Hier handelt es sich jedoch nicht um Standortagglomerationen, sondern um Solitärbetriebe.

Ergänzt werden diese Lagen durch kleinflächige Anbieter in Solitärlagen v.a. in Wohngebieten.

Hinsichtlich der Betriebstypenstruktur sowie der Flächengrößen sind in der Innenstadt von Bürstadt vorwiegend Facheinzelhandelsanbieter auf kleinen bis mittleren Flächen konzentriert, die durch einige Filialisten (Woolworth, NKD, KiK) ergänzt werden. Am dezentralen Standort Mainstraße sind hingegen die mittel- bis großflächigen Betriebsformen angesiedelt. Neben den Lebensmittelanbietern zählen dazu vorrangig Fachmarktkonzepte aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich (Textilien/Schuhe).

Karte 2: Wesentliche Einzelhandelslagen in Bürstadt



GMA-Bearbeitung 2009

2. Der Einzelhandelsbestand in der Stadt Bürstadt

Die nachfolgenden Daten beruhen auf einer vollständigen Erhebung des Einzelhandels und Ladenhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) im Dezember 2008 / Januar 2009. Dabei wurden die Betriebe nach ihrem Umsatzschwerpunkt den einzelnen Warengruppen zugeordnet. Zusätzlich erfolgte eine Einteilung des Warenangebotes in kurz-, mittel- und langfristige Bedarfsbereiche. In Anlehnung an das von der Handels- und Gaststättenzählung verwendete Gliederungsschema ergibt sich nachfolgende Unterteilung in Warengruppen:

Überwiegend kurzfristige Bedarfsdeckung

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

Überwiegend mittelfristige Bedarfsdeckung

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

Überwiegend langfristige Bedarfsdeckung

- Elektrowaren (Elektrogroß- und -kleingeräte, Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger, Lampen und Leuchten, Computer, Telefone, Fotowaren)
- Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel
- Möbel, Einrichtungsgegenstände
- Heimtextilien, Raumausstattung
- Heimwerkerbedarf
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstige Waren (u. a. Autozubehör, Sportgroßgeräte, Musikalien, Waffen).

Zum Zeitpunkt der Erhebung waren in der Stadt Bürstadt insgesamt **113 Betriebe** des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer **Gesamtverkaufsfläche von ca. 18.575 m²** ansässig. Die **Bruttoumsatzleistung** beträgt **ca. 61,2 Mio. €.**

Von der Gesamtheit der Betriebe entfallen auf **Nahrungs- und Genussmittel**

- 41 Betriebe (= ca. 36 % des Gesamtbestandes)
- ca. 7.115 m² VK (= ca. 38 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 31,5 Mio. € Brutto-Umsatz (= ca. 61 % des Gesamtumsatzes)[1]

und auf **Nichtlebensmittel**

- 72 Betriebe (= ca. 64 % des Gesamtbestandes)
- ca. 11.460 m² VK (= ca. 62 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 29,7 Mio. € Brutto-Umsatz (= ca. 49 % des Gesamtumsatzes).

Tabelle 2: Einzelhandelsbestand in der Stadt Bürstadt nach Hauptwarengruppen

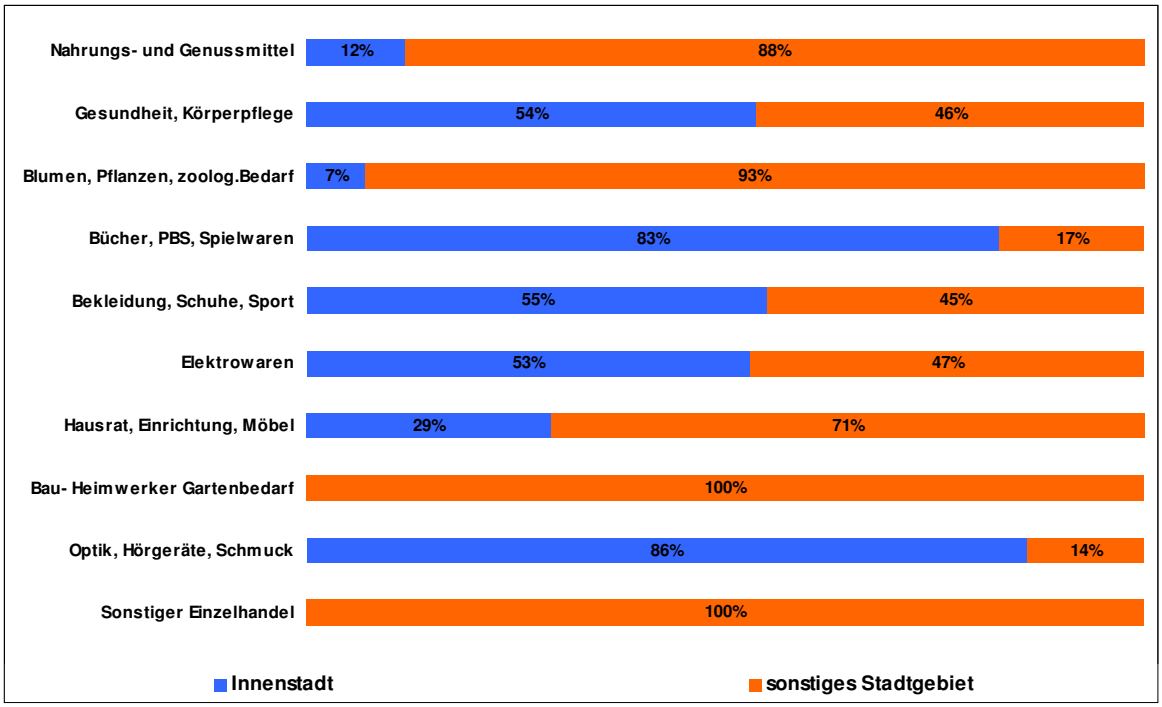
Branche	Anzahl	Anteil	Verkaufs-fläche (m²)	Anteil
Nahrungs- und Genussmittel	41	36,3 %	7.115	38,3 %
Gesundheit, Körperpflege	7	6,2 %	1.040	5,6 %
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	9	8,0 %	1.000	5,4 %
überw. kurzfristiger Bedarf	**57**	**50,5 %**	**9.155**	**49,3 %**
Bücher, Schreib-, Spielwaren	6	5,3 %	520	2,8 %
Bekleidung, Schuhe, Sport	17	15,0 %	4.210	22,7 %
überw. mittelfristiger Bedarf	**23**	**20,3 %**	**4.730**	**25,5 %**
Elektrowaren, Medien, Foto	6	5,3 %	415	2,2 %
Hausrat, Einrichtung, Möbel	11	9,7 %	1.255	6,8 %
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	3	2,7 %	1.420	7,6 %
Optik, Uhren, Schmuck	7	6,2 %	285	1,5 %
Sonstiger Einzelhandel	6	5,3 %	1.315	7,1 %
überw. langfristiger Bedarf	**33**	**29,2 %**	**4.690**	**25,2 %**
Gesamt	**113**	**100,0 %**	**18.575**	**100,0 %**
Quelle: GMA-Erhebung 2008 / 2009 (ca.-Werte, gerundet)				

[1] Die Nonfood-Umsätze der Lebensmittelmärkte wurden den jeweiligen Sortimenten im Nichtlebensmittelsektor zugerechnet (= bereinigte Umsatzleistung).

Bezogen auf den Einzelhandelsbesatz in der Stadt Bürstadt liegen ca. 47 % der Betriebe in der Innenstadt; in Streu- und Nebenlagen befinden sich ca. 33 % der Betriebe, während ca. 20 % in dezentralen Lagen angesiedelt sind.

Der Bedeutungsüberschuss der dezentralen Standorte wird bei der Betrachtung der Verkaufsflächen deutlich: nur noch 27 % der Gesamtverkaufsfläche der Stadt findet sich in der Innenstadt; der überwiegende Teil (73 %) liegt außerhalb der Innenstadt. Dieses Missverhältnis ist im Bezug auf die Branchen unterschiedlich einzustufen. Während in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel, Blumen / Pflanzen / zoologischer Bedarf sowie Hausrat / Einrichtung / Möbel, Bau- und Heimwerkerbedarf sowie der sonstige Einzelhandel vorwiegend an dezentralen Standorten zu finden ist, so ist in einigen klassischen Leitbranchen der Innenstadt doch noch ein deutlicher Schwerpunkt innerstädtischer Anbieter festzustellen (z. B. Bücher / Papier- / Schreibwaren / Spielwaren, Optik, Hörgeräte, Schmuck).

Abbildung 6: Verkaufsflächenverteilung nach Lagen

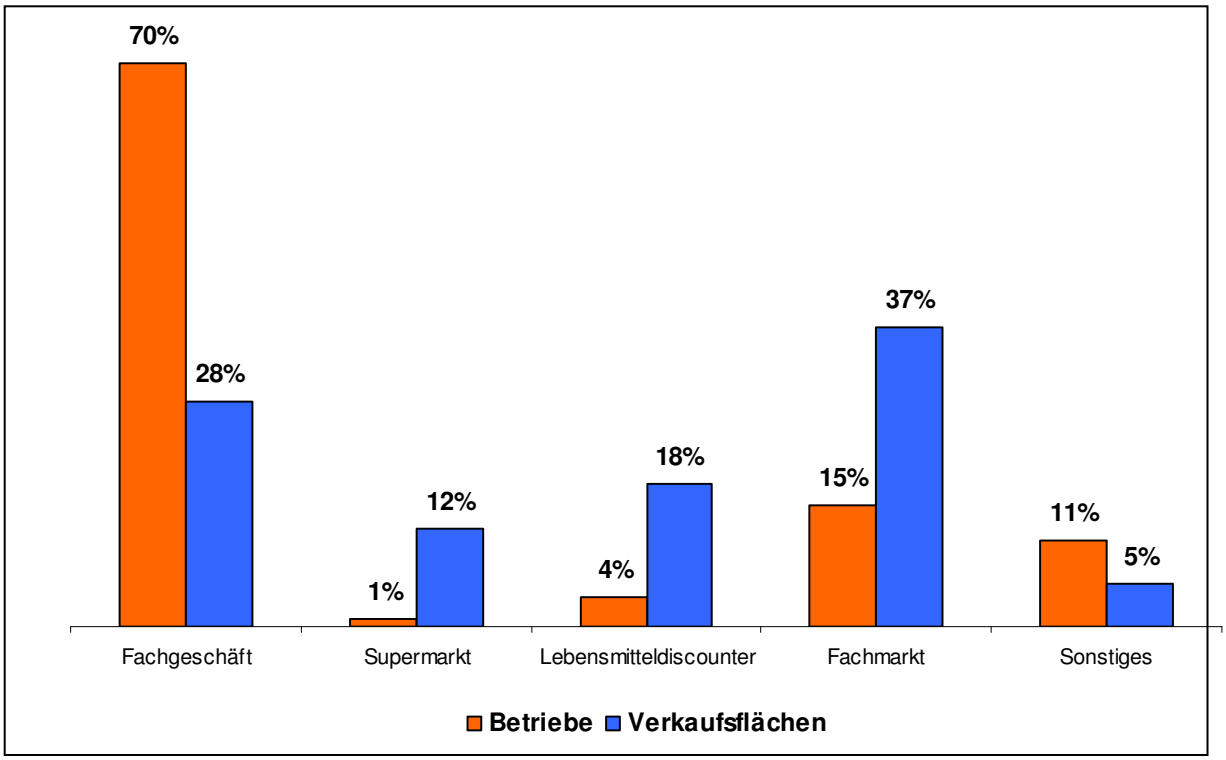


Quelle: GMA-Erhebung 2008 / 2009.

Bezüglich der **Betriebstypenstruktur** in der Stadt Bürstadt zeigt sich, dass mit einem betriebsbezogenen Anteil von ca. 70 % das Fachgeschäft von großer Bedeutung ist. Gut 15 % der Betriebe sind Fachmärkte. Super- und Verbrauchermärkte sowie Lebensmitteldiscounter stellen rund 5 % der Betriebe. Betrachtet man den Anteil, den die einzelnen

Betriebstypen an der Gesamtverkaufsfläche haben, machen die Fachmärkte mit 37 % den größten Anteil an der Gesamtverkaufsfläche aus, die Fachgeschäfte kommen hier auf 28 % (vgl. Abb. 7).

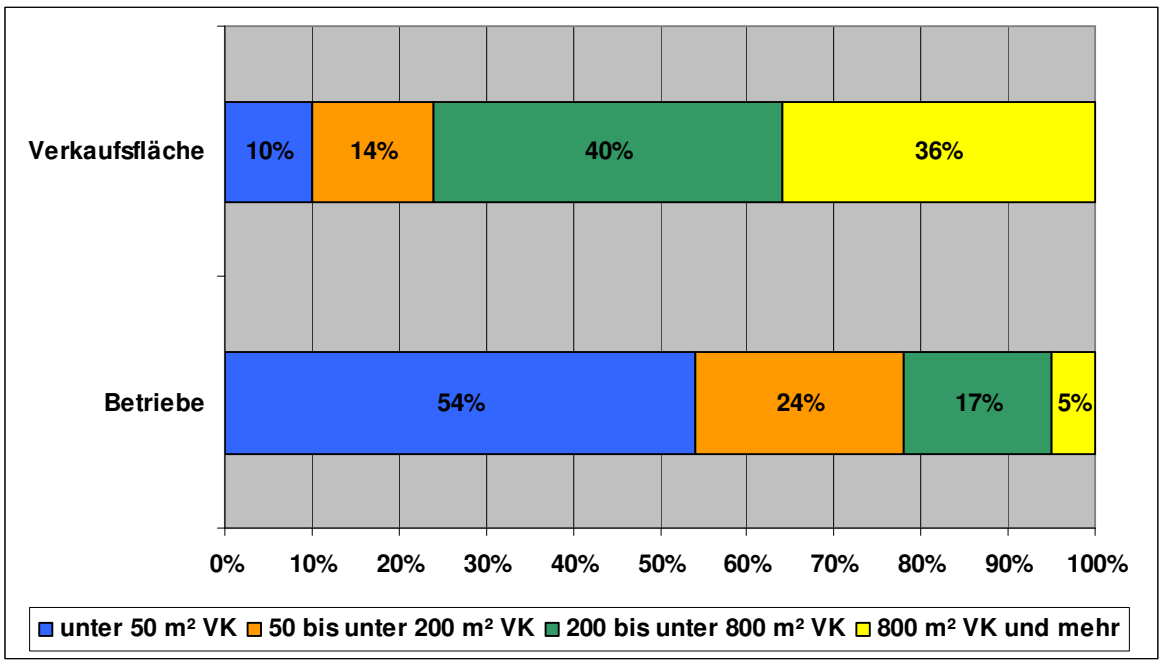
Abbildung 7: Einzelhandelsbestand in der Stadt Bürstadt nach Betriebstypen



Quelle: GMA-Erhebung 2008 / 2009, ca.-Werte; Rundungsdifferenzen möglich.

Die Analyse der **Größenstruktur** zeigt, dass der Einzelhandel in der Stadt Bürstadt noch von kleinflächigen Strukturen geprägt ist. Über die Hälfte der Einzelhandelsbetriebe (ca. 54 %) hat weniger als 50 m² Verkaufsfläche. Betrachtet man die Gesamtheit der Betriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu 200 m², liegen sogar ca. 78 % der Betriebe von Bürstadt in dieser Kategorie. Prägnant dabei ist, dass diese große Mehrheit der Betriebe nur 24 % der Gesamtverkaufsfläche auf sich vereinen. Im Kontrast dazu stehen die großflächigen Betriebe, zu denen nur ca. 5 % der Einzelhandelsbetriebe gehören, die jedoch ca. 36 % der Verkaufsfläche stellen (vgl. Abbildung 8).

Abbildung 8: Betriebsgrößenstruktur in Bürstadt



Quelle: GMA-Darstellung 2008 / 2009, ca. Werte, Rundungsdifferenzen möglich.

3. Einzelhandelsausstattung im interkommunalen Vergleich

Für ein besseres Verständnis der Einzelhandelsausstattung der Stadt Bürstadt ist es hilfreich, die Situation im Vergleich mit anderen Kommunen zu betrachten. Grundlage hierfür sind so genannte Versorgungskennziffern, welche die Einzelhandelsausstattung der Städte in Relation zur Einwohnerzahl setzen und somit Vergleiche mit anderen Kommunen ermöglichen.

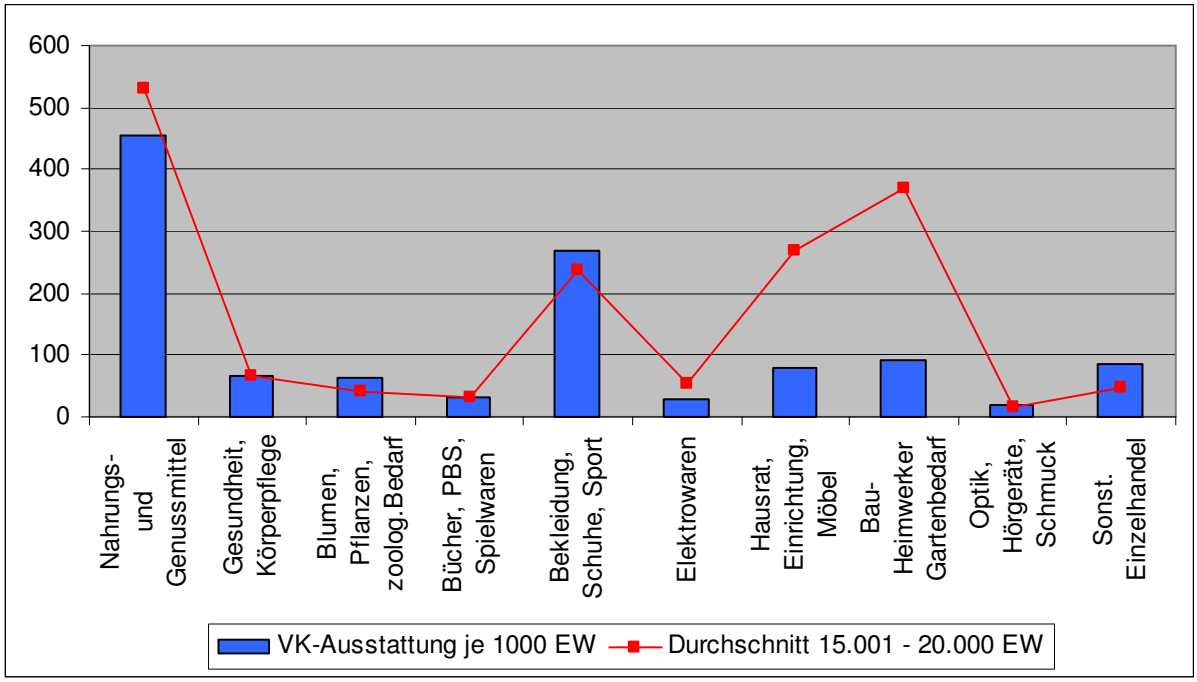
Als Vergleichsbasis werden Werte aus anderen Städten herangezogen, deren zentralörtliche Funktion und Lage sowie die Einwohnerzahlen mit Bürstadt vergleichbar sind. Als weitere Vergleichsmöglichkeit dienen Durchschnittswerte deutscher Kommunen ähnlicher Größe (ca. 15.000 – 20.000 Einwohner). Diese Vergleichskennziffern dienen nur der Orientierung und sind nicht als Ziel- oder Richtwert zu verstehen.

Der Einzelhandelsbesatz der Stadt Bürstadt kann wie folgt charakterisiert werden:

- Im gesamten Einzelhandel verfügt die Stadt Bürstadt über ca. 7,2 **Arbeitsstätten** je 1.000 Einwohner, ca. 2,6 Arbeitsstätten entfallen hiervon auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor und ca. 4,6 Arbeitsstätten können dem Nichtlebensmittelsektor zugeordnet werden.
- Insgesamt kommt auf 1.000 Einwohner eine **Gesamtverkaufsfläche** von ca. 1.191 m², davon ca. 456 m² im Nahrungs- und Genussmittelsektor und 735 m² im Nichtlebensmittelsektor.

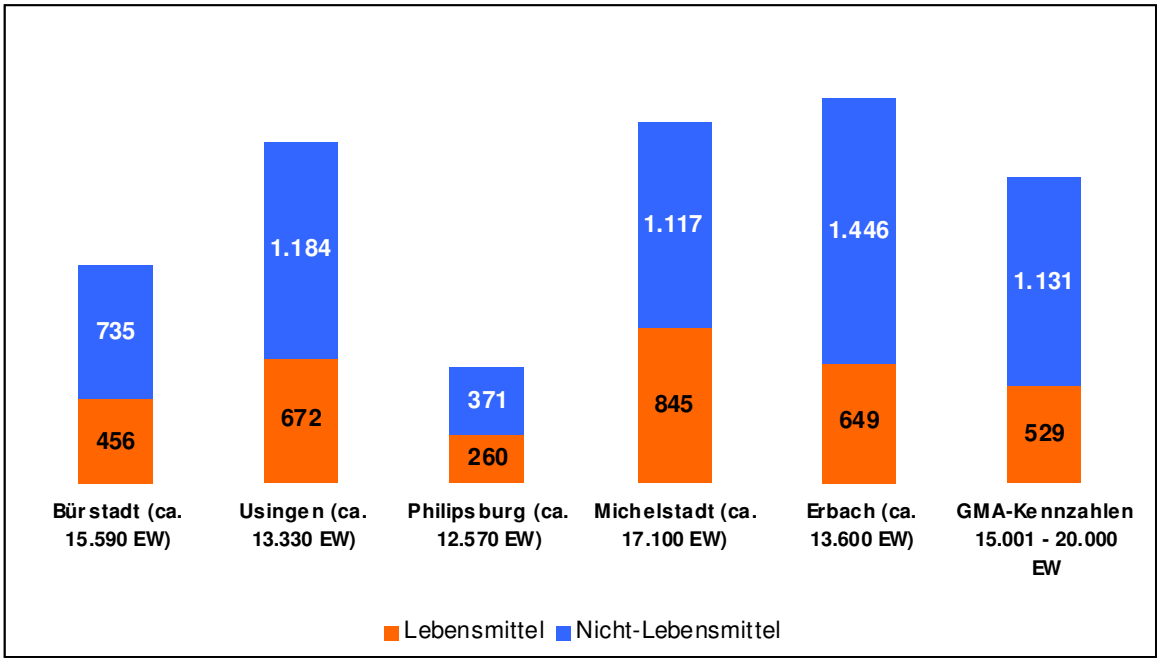
Im Vergleich mit Städten ähnlicher Größenordnung und Funktion zeigt sich, dass Bürstadt in Bezug auf die Verkaufsflächenausstattung in einigen Sortimenten leicht unterdurchschnittliche Werte aufweist (vgl. Abb. 9). Dies bezieht sich v.a. auf die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Elektrowaren, Hausrat / Einrichtung / Möbel sowie den Bau- und Heimwerkerbedarf. Eine gute Ausstattung weisen v.a. die sonstigen Sortimente des kurz- und mittelfristigen Bedarfs auf, z. B. Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf sowie Bekleidung, Schuhe, Sport.

Abbildung 9: Verkaufsflächenausstattung im Vergleich



Quelle: GMA-Darstellung 2009, ca.-Werte; Rundungsdifferenzen möglich.

Abbildung 10: Einzelhandelsbestand im kommunalen Vergleich (Verkaufsfläche in m² je 1.000 Einwohner)



Quelle: GMA-Untersuchungen.

4. Entwicklung der Einzelhandelsstruktur seit 2001

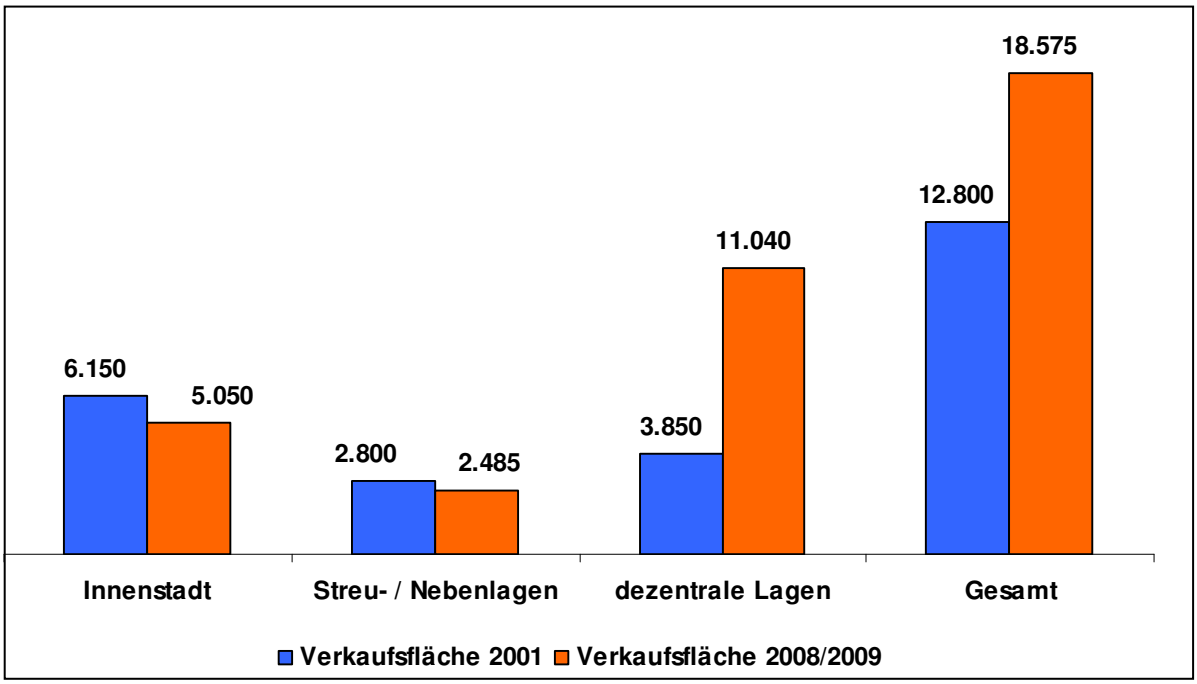
Im Jahr 2001 wurde im Rahmen eines Gutachtens der gesa[1] eine Erhebung des gesamten Einzelhandels der Stadt Bürstadt durchgeführt, was eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit der heutigen Situation ermöglicht. Bei der Gegenüberstellung der aktuellen Sortimentszuordnung mit denen des früheren Gutachtens ist zu berücksichtigen, dass die Erhebungsmethodik der gesa leicht von der in der vorliegenden Analyse verwandten Systematik abweicht. Zur Vergleichbarkeit wurden die neu erhobenen Daten für dieses Kapitel an die gesa-Methodik angepasst; eine absolute Vergleichbarkeit ist dennoch nicht gegeben.

Bezogen auf die **Anzahl der Betriebe** in der Stadt Bürstadt ist in den letzten sieben Jahren ein Rückgang um ca. 12 % zu verzeichnen. Im Bezug auf die Verkaufsflächenausstattung war seit 2001 hingegen ein deutlicher Zuwachs von ca. 45 % zu verzeichnen. Betrachtet man sich dabei die Entwicklung in den verschiedenen Lagen, wird deutlich, dass

[1] gesa, Gesellschaft für Handels-, Standort- und Immobilienberatung mbH, Einzelhandelsuntersuchung und -konzeption der Stadt 68642 Bürstadt, November 2001.

die autokundenorientierten Lagen deutlich hinzugewinnen konnten, was sich v.a. auf den Fachmarktstandort an der Mainstraße bezieht (vgl. Abb. 11). Die Innenstadt musste hingegen leichte Verluste in der Verkaufsflächenausstattung hinnehmen. Allerdings ist hier anzumerken, dass aus dem gesa-Gutachten keine genaue Abgrenzung der Innenstadt hervorging, so dass der Vergleich nur eingeschränkt möglich ist.

Abbildung 11: Verkaufsflächenausstattung 2001 und 2008 im Vergleich



Quelle: GMA-Untersuchungen.

Wie bereits erwähnt, bezieht sich der Verkaufsflächenzuwachs v.a. auf die dezentralen Lagen, wo prozentual ein Zuwachs um ca. 187 % festzustellen ist. In der Innenstadt ergibt sich hingegen ein Rückgang um ca. 18 %, was zusammenfassend eine deutliche Verschiebung der Haupteinkaufsangebote in den letzten sieben Jahren feststellen lässt. Im Bezug auf die Entwicklungen in den einzelnen Branchen (vgl. Tabelle 3) ergibt sich mit Ausnahme des Bereichs Elektrowaren in allen Branchen ein Verkaufsflächenzuwachs. Dies bezieht sich v.a. auf die Bereiche periodischer Bedarf (z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren) sowie auf den modischen Bedarf (Bekleidung, Schuhe, Sport) und resultiert letztendlich aus den Entwicklungen am Fachmarktstandort Mainstraße.

Es wird deutlich, dass die Entwicklung v.a. zu Lasten der Innenstadt gegangen ist. Hier ist ein Rückgang der Verkaufsflächen sowie ein gewisser Bedeutungsverlust festzuhalten. Allerdings muss bezüglich der Entwicklung des Fachmarktstandortes Mainstraße ange-

führt werden, dass innerstädtisch keine entsprechenden Flächenpotenziale zur Verfügung standen, um Märkte dieser Dimensionierung in Bürstadt anzusiedeln. Durch das Fachmarktzentrum konnte eine deutliche Verbesserung der Angebotssituation erreicht werden, so dass Bürstadt sich im hohen Konkurrenzdruck der umliegenden Städte in vielen Branchen behaupten kann.

5. Fazit zur Situation im Einzelhandel der Stadt Bürstadt

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Stadt Bürstadt in einigen Sortimenten quantitativ bereits gut ausgestattet ist. Hierzu zählen v.a. die Sortimente Drogeriewaren, Blumen / Pflanzen / zoolog. Bedarf sowie Bekleidung / Schuhe / Sport. Ein deutlicher Nachholbedarf lässt sich rein quantitativ gesehen v.a. in den Sortimenten Elektrowaren, Hausrat / Einrichtung / Möbel sowie dem Bau- und Heimwerkerbedarf feststellen. Allerdings ist auch in den gut aufgestellten Sortimenten festzuhalten, dass die dezentralen Lagen eine dominierende Stellung einnehmen und das Angebot in der Innenstadt als eher begrenzt beschrieben werden muss. Qualitativ ist im Bereich Bekleidung / Schuhe / Sport ein deutlicher Schwerpunkt bei Fachmarktkonzepten festzuhalten, so dass ein Ausbau des mittel- und hochpreisigen Angebotes generell zu empfehlen ist. Die Einzelhandelssituation lässt sich im Hinblick auf die **Innenstadt** von Bürstadt in folgende Stärken und Schwächen zusammenfassen:

Übersicht 1: Stärken-Schwächen-Profil für die Innenstadt Bürstadt

Stärken	Schwächen
+ Einzelhandelsangebot in allen Branchen vorhanden + kleinteiliger, inhabergeführter Facheinzelhandel + Stärkung der Innenstadt durch ergänzende Nutzungen wie z.B. Fachärzte, Dienstleistungen, Gastronomieeinrichtungen	- Verkaufsflächenrückgang und Bedeutungsverlust gegenüber dem dezentralen Standort Mainstraße - in der Innenstadt fehlendes Flächenpotenzial für großflächige Anbieter - nur wenige Magnetbetriebe in der Innenstadt ansässig - mit Ausnahme von Fachmärkten kaum Filialisten in der Innenstadt - geringe Aufenthaltsqualität in der Innenstadt
Quelle: GMA-Zusammenstellung 2009	

III. Bevölkerung und Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels von Bürstadt

1. Marktgebiet und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandelsplatzes Bürstadt stellt die wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Als Marktgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Einzelhandelsplatz Bürstadt voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Zur Abgrenzung und Einteilung des Marktgebietes wurden folgende Kriterien herangezogen:

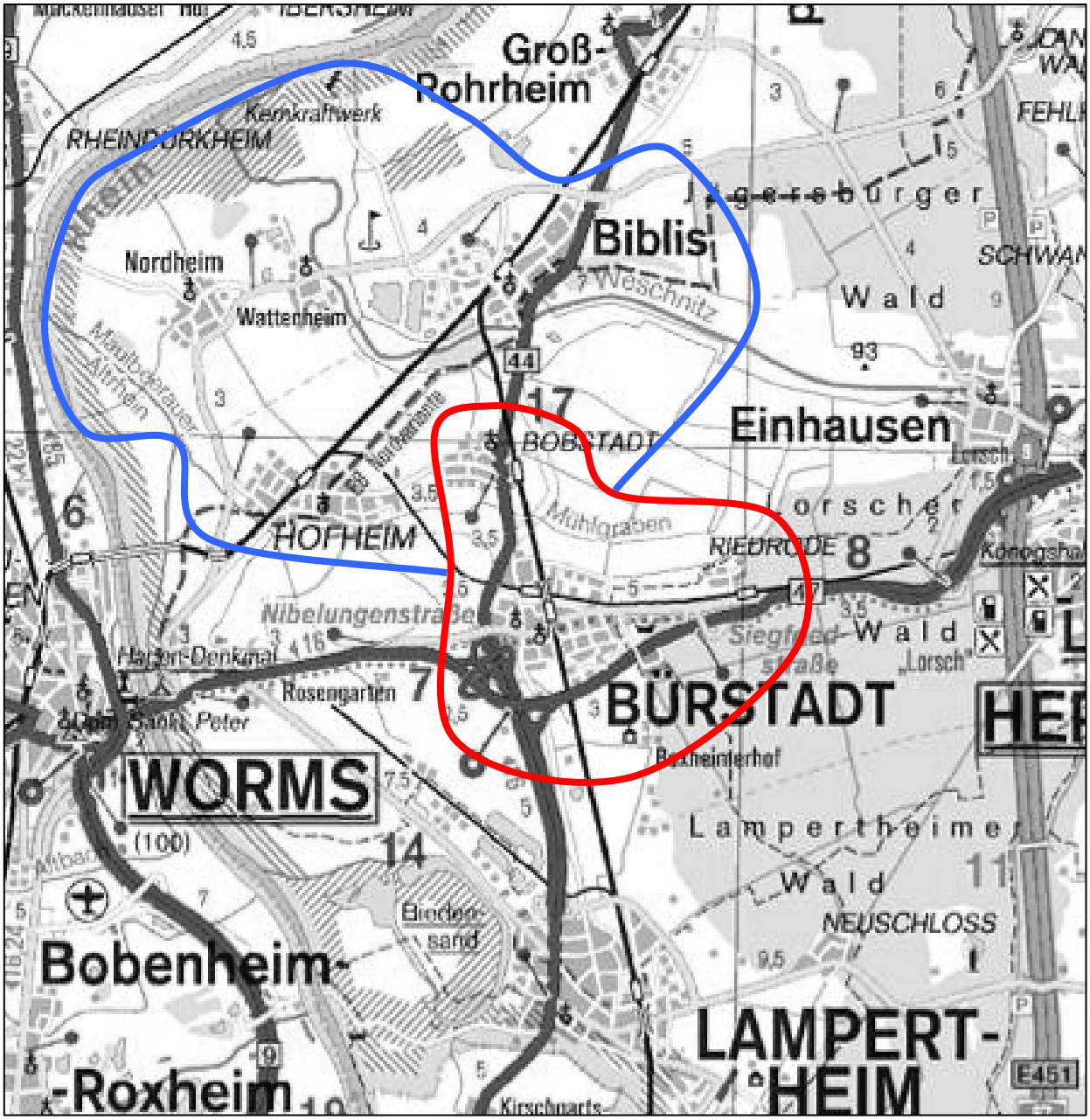
- die Erkenntnisse aus der Passantenbefragung und v.a. der Befragung der Einzelhandelsbetriebe (vgl. auch Kapitel IV.)
- die Angebotssituation in Bürstadt und in den umliegenden Städten und Gemeinden
- wesentliche Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur) und die daraus zu ziehenden Schlussfolgerungen
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region
- die Verkehrserschließung im Untersuchungsraum und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte.

Vor diesem Hintergrund lässt sich für den Einzelhandel der Stadt Bürstadt folgendes durchschnittliches Marktgebiet abgrenzen:

▪	Zone I:	Bürstadt	ca. 15.590 Einwohner
▪	Zone II:	Biblis, Lampertheim-Hofheim	ca. 14.180 Einwohner
▪	**Zonen I und II insgesamt**		**ca. 29.770 Einwohner.**[1]

[1] Quelle: Statistisches Landesamt Hessen (Stand: 30.06.2008, ca.-Werte, gerundet).

Karte 3: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Bürstadt



GMA-Bearbeitung 2009

Das abgegrenzte Marktgebiet der Stadt Bürstadt umfasst in Zone I die Stadt Bürstadt selbst. Die Zone II umfasst die Gemeinde Biblis sowie den Lampertheimer Stadtteil Hofheim. In dieser Zone ist die Einkaufsorientierung nach Bürstadt allerdings geringer ausgeprägt. Nicht alle in Bürstadt ansässigen Einzelhandelsbetriebe strahlen im gleich Umfang in das Marktgebiet aus. Insbesondere mit dem Fachmarktzentrum Mainstraße ist in Bürstadt eine Einzelhandelsagglomeration ansässig, deren Anziehungskraft ein überörtliches Einzugsgebiet erschließen kann.

2. Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet

2.1 Grundlagen der Kaufkraftberechnung

Die Berechnung der im abgegrenzten Marktgebiet erschließbaren Kaufkraft wird für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Als Grundlage dienen aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Kaufkraftwerte.

Die einzelhandelsrelevante Nachfrage für die abgegrenzten Bedarfsgüter liegt laut GMA-Berechnungen bei ca. 5.264 € pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland. Davon entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor ca. 1.788 € p. a., auf den gesamten Nichtlebensmittelsektor ca. 3.476 € p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten sind zur Berechnung der Kaufkraft die lokalen Kaufkraftkoeffizienten zu berücksichtigen. Kaufkraftwerte über 100 bedeuten ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100)[1] höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100 ein unterdurchschnittliches Niveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Die Stadt Bürstadt weist einen Kaufkraftkoeffizienten von 105,1 auf, was deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegt. Die Gemeinde der Zone II weisen sogar eine noch höheren Wert auf (Biblis: 106,7; Hofheim / Lampertheim: 105,5).

[1] Die GfK Nürnberg berechnet basierend auf der amtlichen Steuerstatistik das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau (Bundesdurchschnitt = 100).

2.2 Kaufkraftvolumen im Jahr 2008

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren beläuft sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet der Stadt Bürstadt auf **ca. 165,7 Mio. €** (vgl. Tab. 4).

Differenziert nach Hauptwarengruppen entfallen

- auf Nahrungs- und Genussmittel ca. 56,2 Mio. € (ca. 34 %)
- auf Nichtlebensmittel ca. 109,5 Mio. € (ca. 66 %).

Tabelle 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen 2008 im Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt Bürstadt in Mio. €

	Angaben in Mio. €		
	Zone I	**Zone II**	**Gesamt**
Nahrungs- und Genussmittel	29,3	26,9	56,2
Gesundheit, Körperpflege	10,5	9,7	20,2
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	1,9	1,7	3,6
kurzfristiger Bedarf	**41,7**	**38,3**	**80,0**
Bücher, PBS, Spielwaren	4,2	3,9	8,1
Bekleidung, Schuhe, Sport	11,0	10,2	21,2
mittelfristiger Bedarf	**15,2**	**14,1**	**29,3**
Elektrowaren	7,7	7,1	14,8
Hausrat, Einrichtung, Möbel	8,5	7,8	16,3
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	7,4	6,8	14,2
Optik, Uhren, Schmuck	1,7	1,6	3,3
Sonstiger Einzelhandel	4,1	3,7	7,8
langfristiger Bedarf	**29,4**	**27,0**	**56,4**
Nichtlebensmittel insgesamt	**57,0**	**52,5**	**109,5**
EH gesamt	**86,3**	**79,4**	**165,7**
Quelle: GMA 2009, Einwohnerzahlen nach Statistischem Landesamt Hessen, Stand 30.06.2008.			

3. Zentralitätskennziffern

Der gesamte Einzelhandel der Stadt Bürstadt erzielt eine Brutto-Umsatzleistung von **ca. 61,2 Mio. €**. Von diesem Gesamtumsatz entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor ca. 31,5 Mio. € und auf den Nichtlebensmittelsektor ca. 29,7 Mio. €.[1]

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

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

ca. 31,5 Mio. €	:	ca. 29,3 Mio. €	=	ca. 108 %
(Umsatz des Einzelhandels in Bürstadt)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Bürstadt)		(Zentralität)

Für den Bereich **Nichtlebensmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer

ca. 29,7 Mio. €	:	ca. 57,0 Mio. €	=	ca. 52 %
(Umsatz des Einzelhandels in Bürstadt)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von VG Bürstadt)		(Zentralität)

Für den **Einzelhandel insgesamt** beträgt die Zentralitätskennziffer

ca. 61,2 Mio. €	:	ca. 86,3 Mio. €	=	ca. 71 %
(Umsatz des Einzelhandels in Bürstadt)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Bürstadt)		(Zentralität)

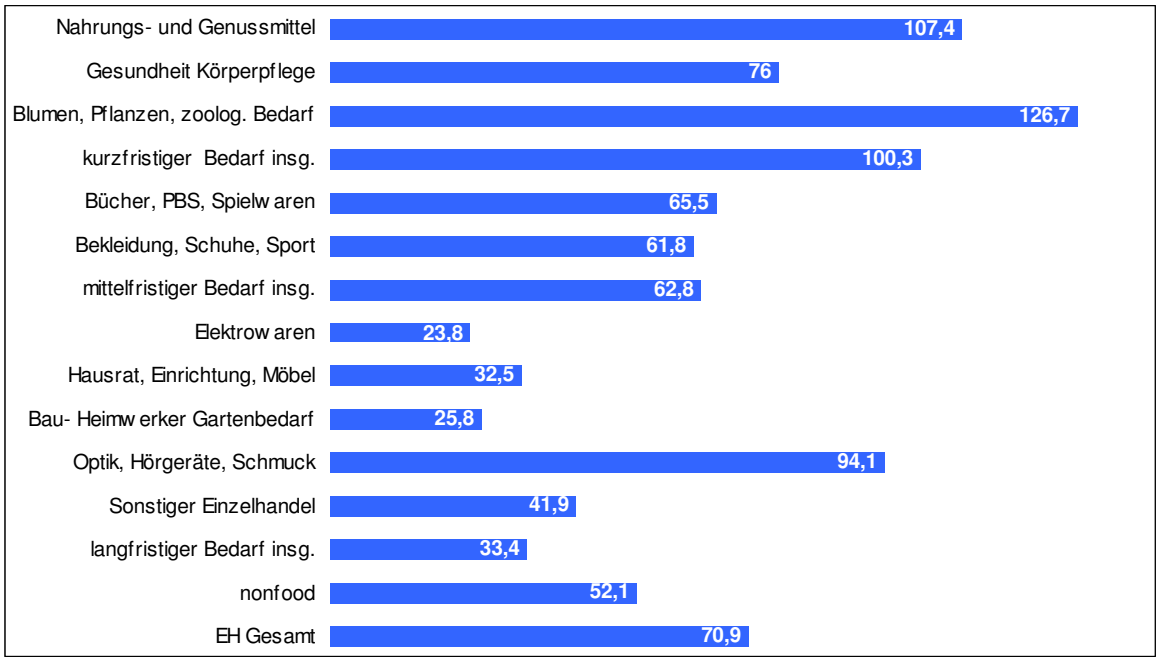
Vergleicht man die Stadt Bürstadt in diesem Zusammenhang mit anderen Städten und Gemeinden ähnlicher Größenordnung und Bedeutung, so wird deutlich, dass der Zentralitätsgrad v.a. im Nichtlebensmittelsektor deutlich unterdurchschnittlich ausgeprägt ist. Trotz seiner Bedeutung als Mittelzentrum ist in Bürstadt hier ein deutliches Kaufkraftabfluss ins Umland festzustellen.

Dabei spiegeln sich die teilweise fehlende Attraktivität im Einzelhandel von Bürstadt und fehlende Angebote (z. B. Textilien, Bau- und Heimwerkerbedarf, Möbel) wider sowie die

[1] Die Nonfood-Umsätze von Lebensmittelmärkten wurden den jeweiligen Sortimenten zugerechnet (= bereinigte Umsatzleistung).

ausgeprägte Konkurrenzsituation in den umliegenden Mittel- und Oberzentren (z.B. Worms und Mannheim). Ein Bedeutungsüberschuss kann der Einzelhandel von Bürstadt ausschließlich in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie bei Blumen / Pflanzen / zoolog. Bedarf erreichen. Vor allem in den langfristigen Sortimenten Elektrowaren, Hausrat / Einrichtung / Möbel sowie Bau- und Heimwerkerbedarf liegen die Zentralitätswerte nur zwischen 20 und 30 %. Dieser hohe Kaufkraftabfluss lässt ein deutliches Verbesserungspotenzial in diesen Sortimenten erkennen.

Abbildung 12: Zentralitätskennziffern der Stadt Bürstadt nach Branchen



Quelle: GMA 2009.

IV. Der Standort Bürstadt aus Sicht der Einzelhändler und der Verbraucher

1. Der Standort Bürstadt aus Sicht der Einzelhändler

1.1 Methodische Vorbemerkungen

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurde im Januar 2009 eine mündliche Befragung der Einzelhändler in Bürstadt vorgenommen. Dabei wurden insgesamt 24 Einzelhändler befragt. Bezogen auf den Standort befinden sich 83 % der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt, ca. 17 % im sonstigen Stadtgebiet. Die befragten Betriebe stellen jedoch einen Querschnitt aus allen Branchen dar.

Der Fragebogen enthielt neben grundsätzlichen Fragen zum Betrieb auch Fragen zur Situation und zu Einschätzungen des Einzelhandelsstandortes Bürstadt sowie zur Entwicklung der Stadt. Zudem wurden Fragen bezüglich der Kundenherkunft gestellt. Abschließend wurde den Einzelhändlern die Möglichkeit gegeben, konkrete Verbesserungsvorschläge zur Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Bürstadt zu geben.

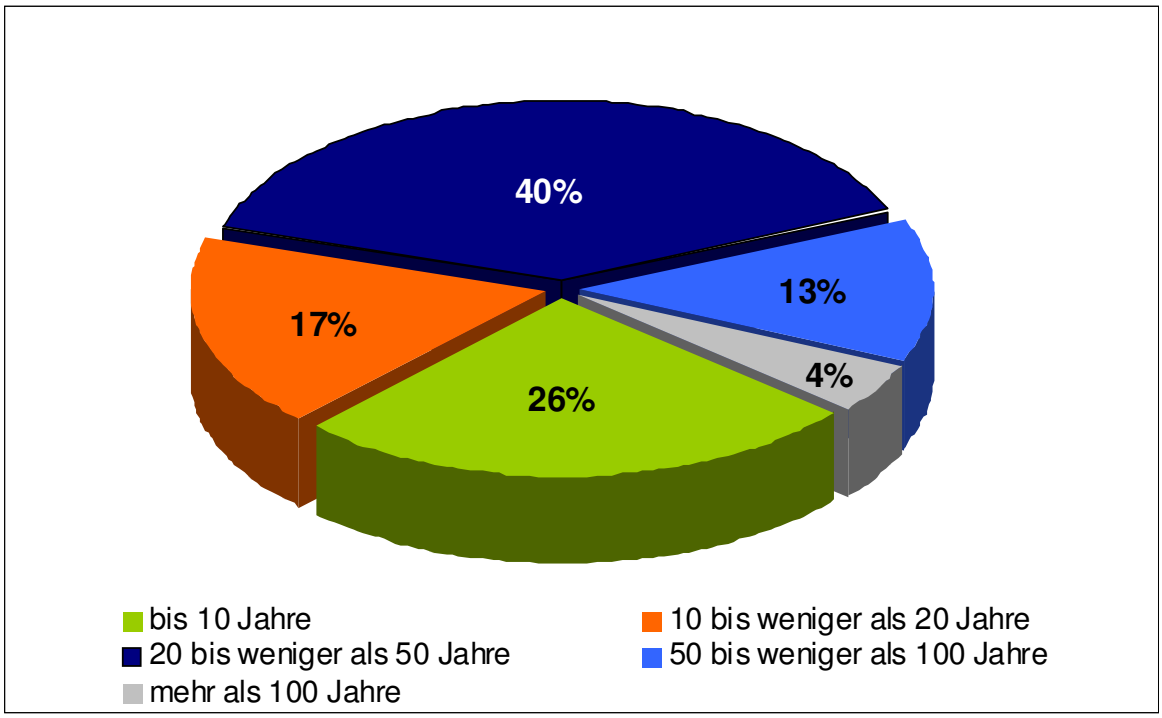
1.2 Wesentliche Befragungsergebnisse

1.2.1 Fragen zur betrieblichen Situation

83 % der befragten Einzelhandelsbetriebe sind inhabergeführte Geschäfte, nur ca. 17 % sind Filialbetriebe. Dies entspricht tendenziell der tatsächlich in Bürstadt vorhandenen Betriebstypenstruktur (vgl. Kapitel II. 2.).

Die große Mehrzahl der Betriebe ist schon seit langer Zeit dem Einzelhandelsstandort Bürstadt treu: ca. 57 % sind über 20 Jahre in Bürstadt ansässig. Es ist jedoch auch eine Dynamik bei der Ansiedlung neuer Einzelhändler festzustellen: Immerhin 22 % der Befragten sind weniger als 5 Jahre in Bürstadt ansässig.

Abbildung 13: Ansiedlungsdauer



Quelle: GMA-Einzelhandelsbefragung Bürstadt, n = 24, Januar 2009

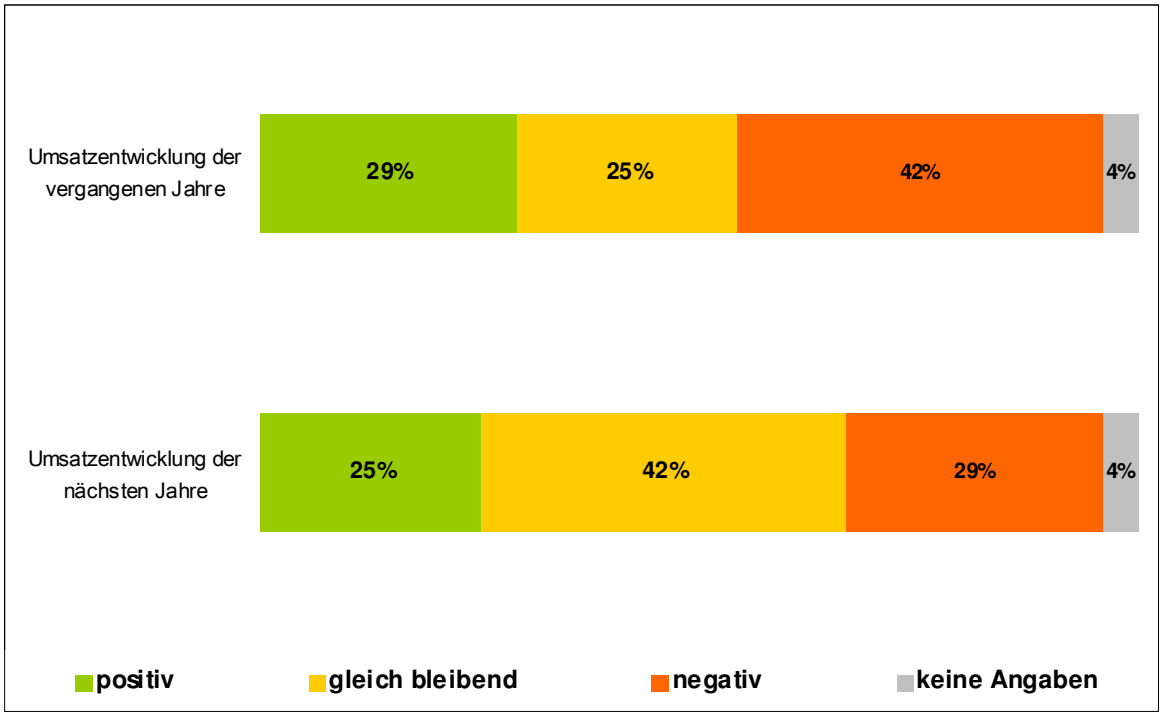
Bei der Frage nach den Eigentumsverhältnissen überwiegen die Angaben zu gemieteten / gepachteten Ladenlokalen (58 %) vor dem Eigentum (42 %).

In Bezug auf das **Investitionsverhalten** ist eine zurückhaltende Bereitschaft in Bürstadt erkennbar: 54 % der befragten Einzelhändler haben in den letzten drei bis fünf Jahren betriebliche Veränderungen durchgeführt. Schwerpunktmäßig wurden dabei Modernisierungsmaßnahmen angeführt. Auf die Frage, ob sie in den nächsten drei bis fünf Jahren weitere Veränderungen planen, antworteten nur 33 % mit „ja“. Maßnahmen, die zukünftig geplant sind, sind weitere Modernisierungsmaßnahmen, gefolgt von Sortimentsveränderungen. In einigen Fällen wurde auch eine mögliche Schließung als Alters- oder wirtschaftlichen Gründen angeführt.

Die befragten Einzelhändler machten auch Angaben zu der Einschätzung ihrer bisherigen **Geschäftsentwicklung**. Insgesamt waren die befragten Händler nur bedingt mit ihrer Umsatzentwicklung der vergangenen Jahre zufrieden. Nur ca. 29 % der Befragten bewerteten die Umsatzentwicklung positiv, 25 % schätzten die Entwicklung als konstant ein. Demgegenüber sagten 42 % aus, dass sie in den letzten Jahren eine negative Entwicklung ihrer Umsatzzahlen erfahren haben.

Die Einschätzung der zukünftigen Geschäftsentwicklung durch die Händler in der Stadt Bürstadt war hingegen positiver: 25 % der Händler sagten aus, dass sie eine positive Entwicklung in den nächsten Jahren erwarten, 42 % sprachen von einer gleichbleibenden Entwicklung und nur 29 % der befragten Händler erwarten eine sinkende Umsatzentwicklung in den nächsten Jahren (vgl. Abbildung 14).

Abbildung 14: Zufriedenheit mit der Umsatzentwicklung im vergangenen Geschäftsjahr



Quelle: GMA-Einzelhandelsbefragung Bürstadt, Januar 2009; Rundungsdifferenzen möglich

Weiterhin wurden die Einzelhändler gebeten, abzuschätzen, welche **Anteile ihres Umsatzes** sie mit Kunden aus Bürstadt selbst, aus den Umlandgemeinden sowie durch Touristen und Besucher erzielen. Dem Umsatz durch Touristen wurde dabei keine Bedeutung zugemessen, die Angaben lagen insgesamt deutlich unter 1 % und spielen somit für den Bürstädter Einzelhandel keine Rolle. Im Durchschnitt gaben die befragten Einzelhändler an, dass ca. 73 % ihrer Umsätze mit Kunden aus Bürstadt erzielt werden und 27 % mit Kunden aus den Umlandgemeinden. Bei dieser Einschätzung ergaben sich auch keine signifikanten Unterschiede zwischen den Anbietern in der Innenstadt und am autokundenorientierten Standort Fachmarktzentrum Mainstraße. Als wichtigste Herkunftsorte ihrer Kunden außerhalb von Bürstadt wurden am häufigsten Lampertheim, Biblis sowie im Speziellen der Lampertheimer Stadtteil Hofheim genannt.

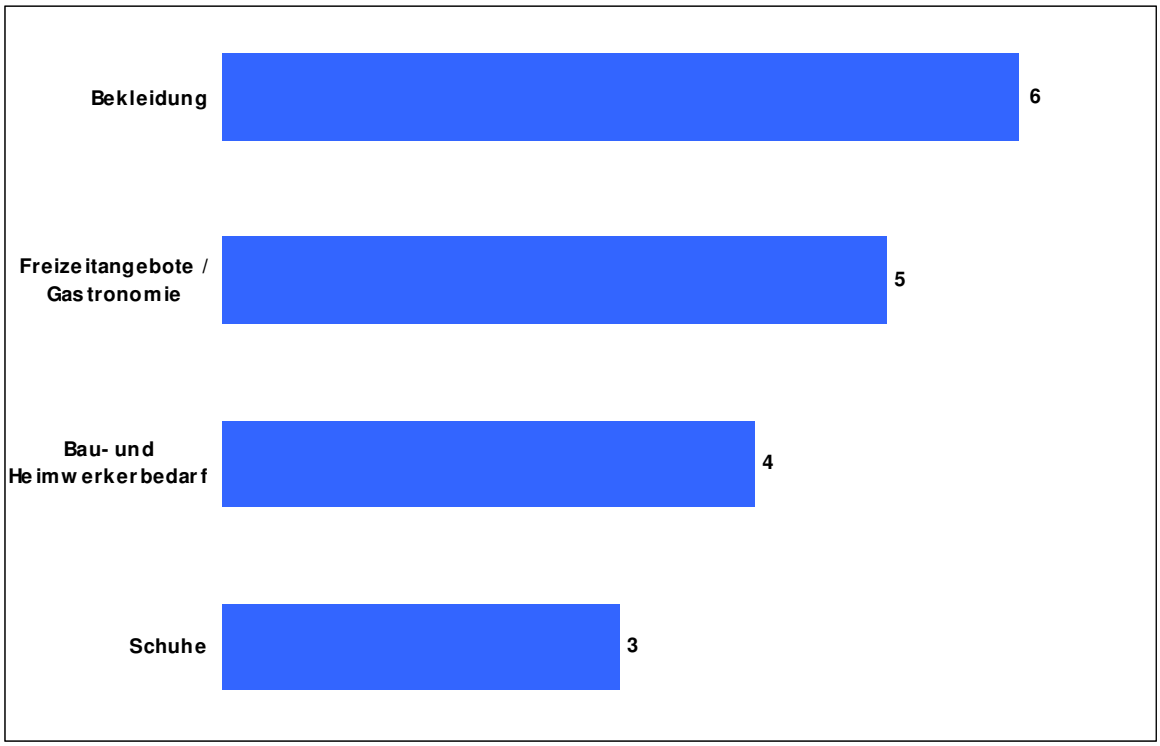
Weiterhin wurden die Bürstädter Einzelhändler nach einer Bewertung des Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt sowie der Verkehrssituation in der Innenstadt von Bürstadt befragt. Die Ergebnisse werden im nachfolgenden Kapitel IV. 2. der Passantenbefragung Bürstadt in direktem Vergleich zu den Aussagen der Passanten dargestellt.

1.2.2 Verbesserungsvorschläge zum Einzelhandelsplatz

Die befragten Einzelhändler wurden auch nach konkreten Angeboten gefragt, die sie in Bürstadt vermissen. Zu den Angaben zählen nicht nur Einzelhandels-, sondern auch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote.

Dabei wurde bemerkt, dass es zu wenig Gastronomie- und Freizeitangebote in Bürstadt gibt. Auch damit könnte die aktuell unterdurchschnittliche Frequenz in der Fußgängerzone erhöht werden. Als Einzelhandelsangebote, die branchenspezifisch in der Innenstadt fehlen, wurden von den Einzelhändlern Bekleidung und Schuhe genannt (vgl. Abbildung 15). Außerdem wurde mehrfach der fehlende Bau- und Heimwerkerbedarf angesprochen, wobei sich dieses Sortiment nicht im Speziellen auf die Innenstadtangebote bezieht.

Abbildung 15: Vorschläge zur Angebotsverbesserung in der Innenstadt

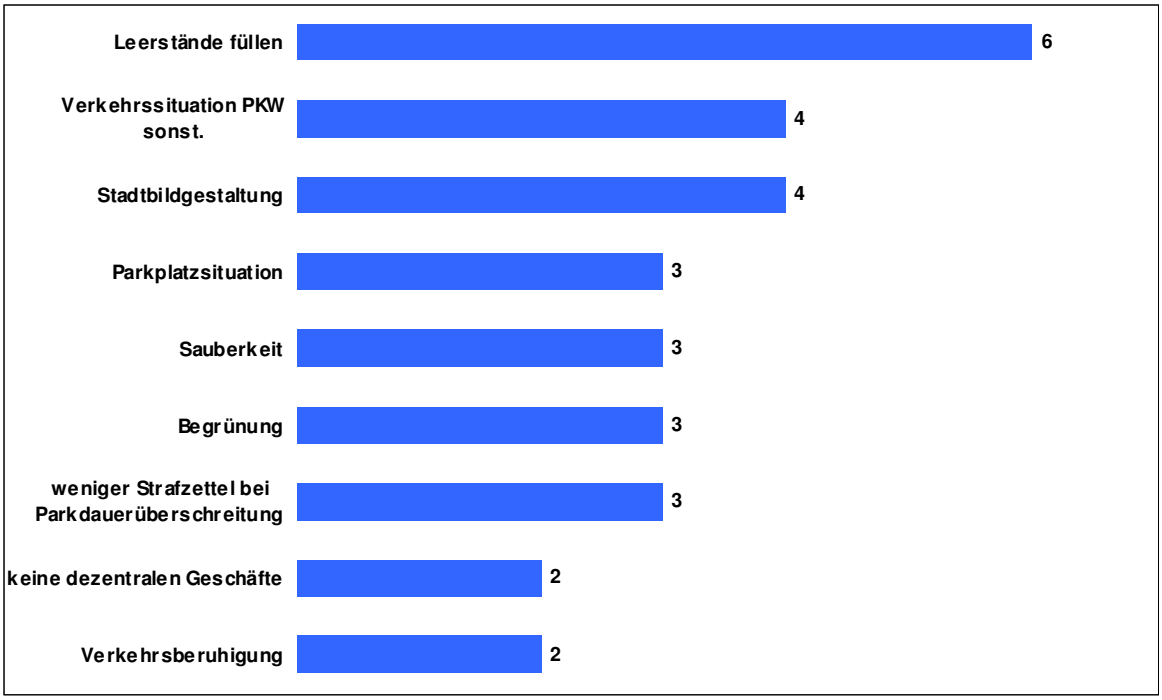


Quelle: GMA-Einzelhandelsbefragung Bürstadt, Januar 2009; absolute Nennungen

Weiterhin wurden die Einzelhändler nach Angeboten gefragt, die keinesfalls zusätzlich in der Innenstadt von Bürstadt angesiedelt werden sollten. Dabei wurden am häufigsten die Branchen Lebensmittel (7 Nennungen) sowie Billigläden (2 Nennungen) genannt und die Thematik der Spielhallen (3 Nennungen) mehrfach angesprochen.

Bei den konkreten **Verbesserungsvorschlägen** für die Innenstadt von Bürstadt wurden häufig Aspekte der Stadtbildgestaltung sowie der aktuellen Verkehrs- und Parkplatzsituation angesprochen, wie auch die Wiederbelegung von vorhandenen Leerständen thematisiert (vgl. Abbildung 16). Dabei wurde mehrfach darauf hingewiesen, dass die Einzelhändler selbst ihren Außenauftritt überarbeiten müssen, dass die Aufenthaltsatmosphäre in der Innenstadt von Bürstadt verbesserungswürdig einzustufen ist und dass es bei der heutigen Verkehrsführung sowie beim Parkplatzangebot im Westen der Innenstadt Verbesserungspotenziale gibt. Die vorhandenen Leerstände wurden ebenfalls von vielen Einzelhändlern als wesentliches Problem für die Attraktivität der Innenstadt gesehen. Hierbei wurde auch mehrfach angesprochen, dass von Seiten der Stadt ein aktives Leerstandsmanagement für eine Wiederbelegung der vorhandenen Leerstände von Bedeutung ist.

Abbildung 16: Verbesserungsvorschläge nach Themen



Quelle: GMA-Einzelhandelsbefragung Bürstadt, Januar 2009.

Die Einzelhändler wurden ferner nach den aus ihrer Sicht möglichen **Maßnahmen** gefragt, die das **örtliche Gewerbe** selbst zur Attraktivitätserhöhung der Innenstadt beitragen kann. Dabei wurde neben einer Ausweitung von Aktionen v. a. auch eine breitere Beteiligung an Veranstaltungen angesprochen. Die Abstimmung der Öffnungszeiten wurde ebenfalls mehrfach thematisiert, wobei die aktuellen Anstrengungen für die Einführung von Kernöffnungszeiten in der Innenstadt positiv hervorgehoben wurden. Weiterhin wurde die Ausweitung gemeinsamer Werbeaktionen sowie eine nötige erhöhte Investitionsbereitschaft der Geschäftsleute zur attraktiven Gestaltung ihrer Betriebe angesprochen. Dadurch wird deutlich, dass zum einen Maßnahmen der Händlerschaft selbst (Verbesserung der Zusammenarbeit, Modernisierung der Ladenlokale, Schaffung einer angenehmen Atmosphäre), auf der anderen Seite aber auch Maßnahmen, die von der öffentlichen Hand durchzuführen sind (Verkehrsführung, Verbesserung der Stadtgestaltung), gewünscht werden.

2. Der Standort Bürstadt aus Sicht der Verbraucher

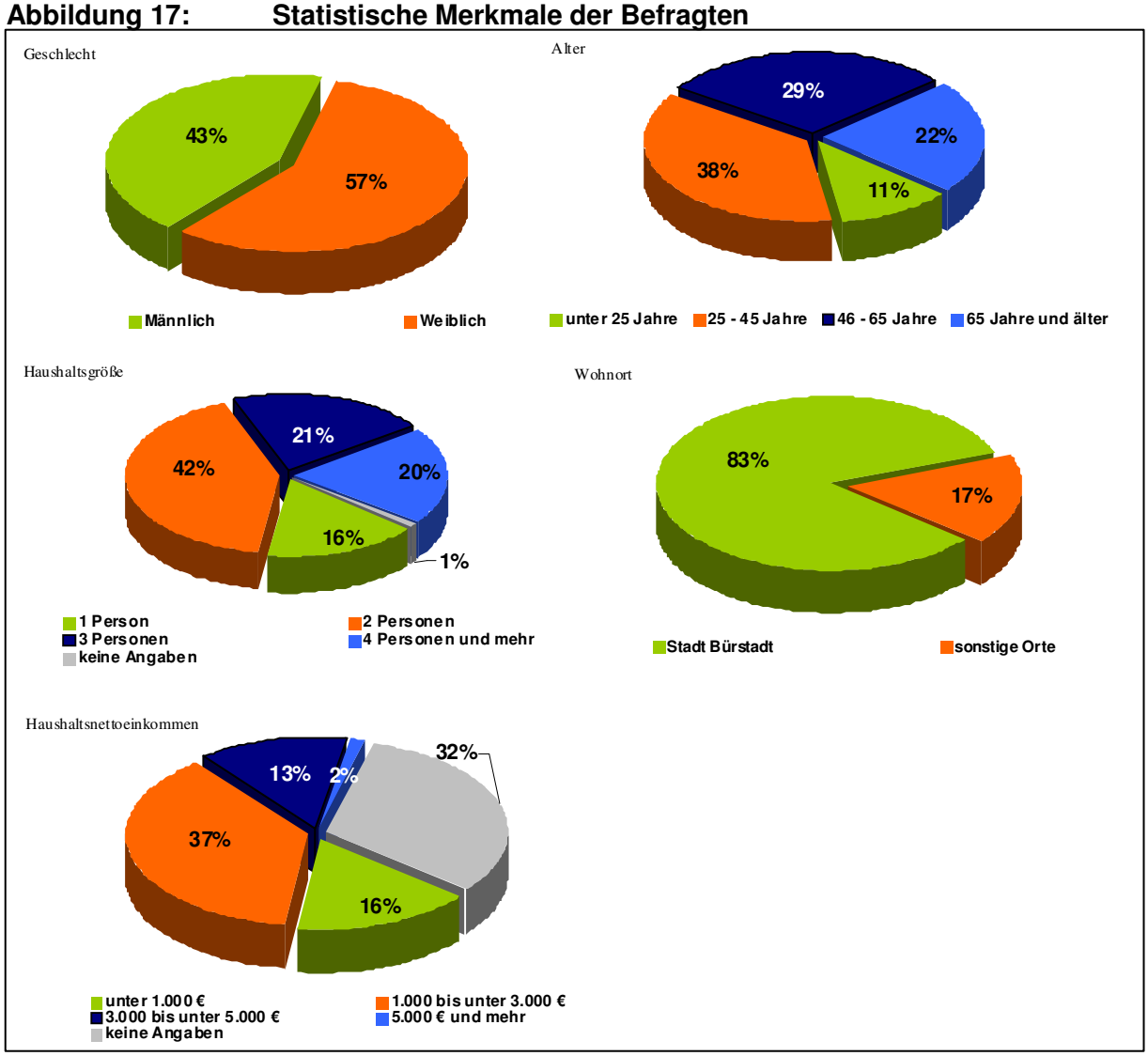
2.1 Methodische Vorbemerkungen

Neben der Befragung der Einzelhändler wurde zudem eine Passantenbefragung an den Standorten Innenstadt und Fachmarktzentrum Mainstraße durchgeführt. Die Befragung fand im Dezember 2008 statt. Insgesamt wurden 308 Personen befragt, wobei 54 % der Befragungen in der Innenstadt und 46 % am Standort Mainstraße durchgeführt wurden.

57 % der Befragten sind weiblich, was zwar statistisch einen überdurchschnittlichen Wert darstellt, jedoch das tatsächliche Einkaufsverhalten widerspiegelt und im Rahmen solcher Kundenbefragungen einen sogar leicht unterdurchschnittlichen Wert darstellt.

Bezogen auf die Wohnorte der Befragten lässt sich festhalten, dass mit 83 % der überwiegende Anteil in Bürstadt selbst wohnt und nur ein Anteil von ca. 17 % der Befragten von außerhalb kommt.

Abbildung 17: Statistische Merkmale der Befragten



Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

Auch bezogen auf das Alter stellen die Befragten eine statistisch belastbare Verteilung über die verschiedenen Altersgruppen dar. Die größte Gruppe war dabei die Gruppe der 25- bis 45-Jährigen, gefolgt von den 46- bis 65-Jährigen.

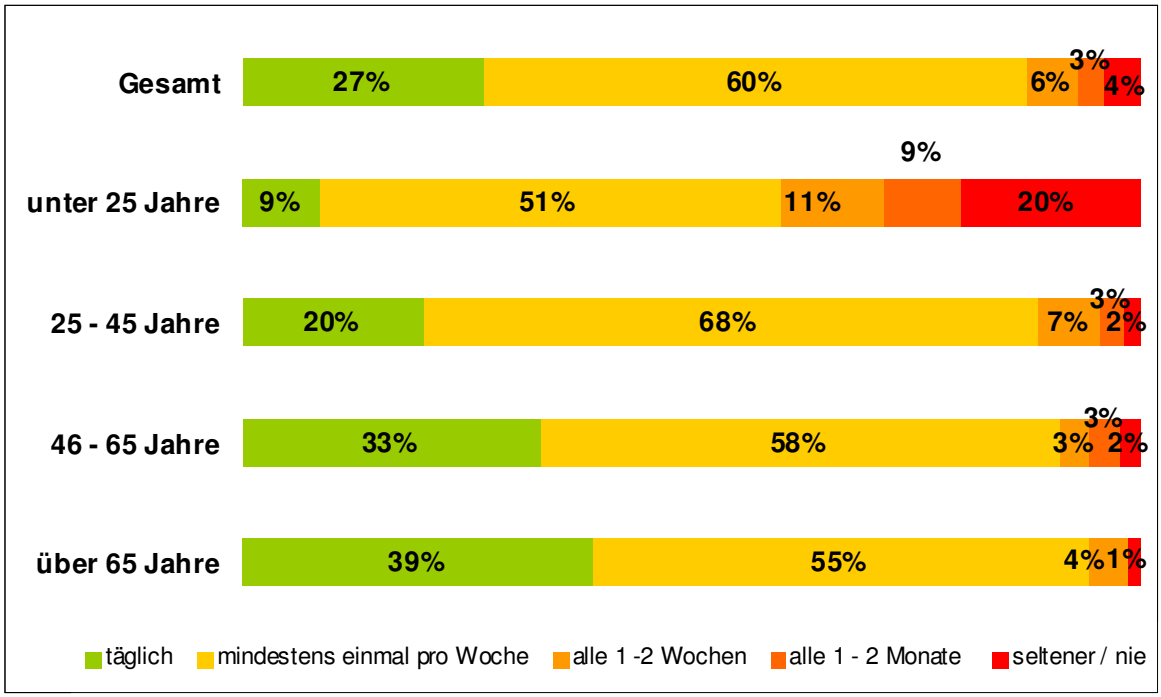
2.2 Wesentliche Befragungsergebnisse

2.2.1 Einkaufsintensität

Insgesamt ist eine hohe Einkaufsorientierung der Befragten nach Bürstadt zu erkennen: 87 % der Befragten gaben an, mindestens einmal pro Woche oder häufiger in Bürstadt einzukaufen. Dabei ist mit wachsendem Alter auch eine höhere Einkaufshäufigkeit festzu-

stellen. Die über 65-Jährigen weisen die deutlich höchste Einkaufshäufigkeit auf, während die unter 25-Jährigen nur zu ca. 60 % mindestens einmal pro Woche in Bürstadt einkaufen gehen.

Abbildung 18: Einkaufshäufigkeit nach Altersgruppen in der Stadt Bürstadt



Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

Bei der Frage, wo in Bürstadt die Befragten bevorzugt einkaufen, wurde von den Befragten mit 62 % der Standort Mainstraße vor der Innenstadt von Bürstadt mit 36 % präferiert. Diese Anzahl war bei den Befragten mit einem auswärtigen Wohnort noch leicht höher (ca. 71 % benennen hier den Fachmarktstandort Mainstraße). Aufgrund seiner autokundenorientierten Lage wird der Fachmarktstandort demnach von Auswärtigen gerne für die Einkäufe genutzt. Die hohe Bedeutung des Fachmarktstandortes Mainstraße wird dadurch relativiert, dass ein großer Teil der Angebote dem täglichen Bedarf zuzuordnen ist (Lebensmittel, Drogeriewaren, Heimtierbedarf), d. h. diese Angebote werden grundsätzlich häufiger nachgefragt und sind daher stärker im Bewusstsein der Kunden verankert.

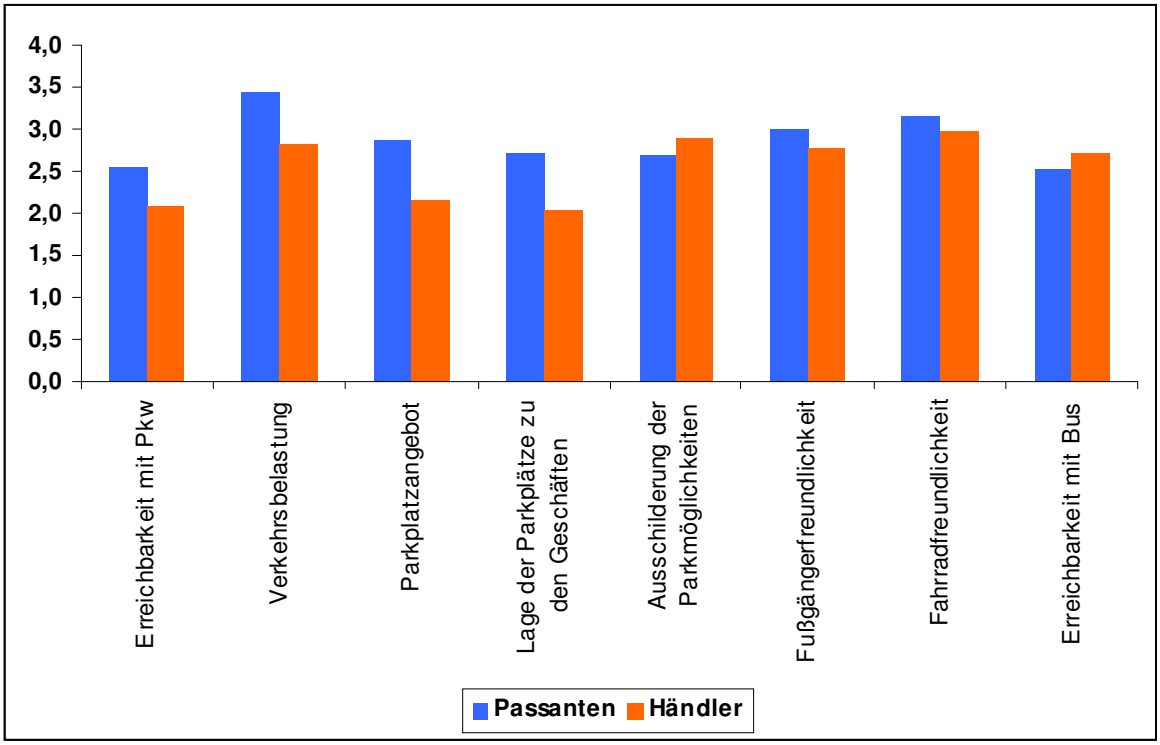
2.2.2 Verkehrsmittelwahl und Beurteilung der Verkehrssituation

Auf die Frage, welches Verkehrsmittel sie überwiegend benutzen, um zum Einkauf in die Stadt Bürstadt zu gelangen, antworteten 65 % der Befragten, dass sie dies mit dem Pkw tun. 20 % der Befragten erledigen ihre Einkäufe zu Fuß; dieser hohe Anteil ist durch die

kompakte Siedlungsstruktur von Bürstadt zu erklären, so dass v.a. die Innenstadt von einem großen Teil der Bevölkerung fußläufig erreichbar ist. Das Fahrrad wurde mit ca. 13 % ebenfalls häufig genannt, nur ca. 3 % der Befragten nutzen vorwiegend den ÖPNV.

Sowohl die Kunden als auch die Einzelhändler wurden gebeten, verschiedene Aspekte der Verkehrs- und Parkplatzsituation in der Innenstadt von Bürstadt zu bewerten. Dabei wird bei der ersten Betrachtung v. a. deutlich, dass die Einzelhändler die Verkehrssituation in der Innenstadt von Bürstadt mit Ausnahme der Ausschilderung der Parkmöglichkeiten sowie der Erreichbarkeit mit dem Bus besser bewerten als die Verbraucher. V. a. das Parkplatzangebot, die Lage der Parkplätze zu den Geschäften sowie die Erreichbarkeit mit dem Pkw wird von den Händler mit Noten von ca. 2,0 positiv gesehen.

Abbildung 19: Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation



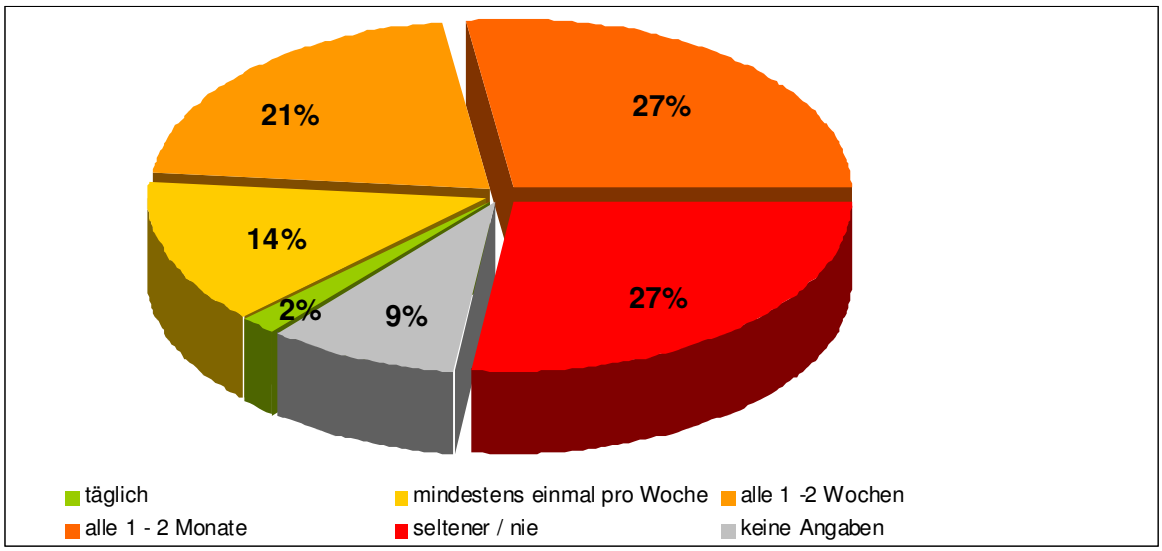
Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

Den schlechtesten Wert erreicht aus Sicht der Passanten die Verkehrsbelastung in der Stadt (Durchschnittsnote 3,4). Ansonsten liegen die Werte mit Noten zwischen 2 und 3 in einem durchschnittlichen Bereich.

2.2.3 Einkaufsorientierung

Während die Mehrzahl der befragten Passanten angaben, regelmäßig (mindestens einmal pro Woche) in der Stadt Bürstadt einzukaufen, antworteten nur 16 % der Befragten, mindestens einmal pro Woche oder häufiger zum Einkauf in auswärtige Städte oder Gemeinden zu fahren. Ein hoher Anteil von 27 % gab sogar an, seltener als alle ein bis zwei Monate in auswärtigen Städten einzukaufen (vgl. Abbildung 20). Während beim Einkauf in Bürstadt zu erkennen war, dass die Einkaufshäufigkeit mit zunehmendem Alter ansteigt, ist bei einer Einkaufshäufigkeit in anderen Städten und Gemeinden zu erkennen, dass v. a. die jüngeren Befragten an verschiedene Einkaufsorte tendieren, während die über 46-Jährigen immer seltener auswärtig einkaufen. Ein großer Anteil der Bürstädter Bürger seht demnach den Wohnort als wichtigsten Einkaufsstandort an.

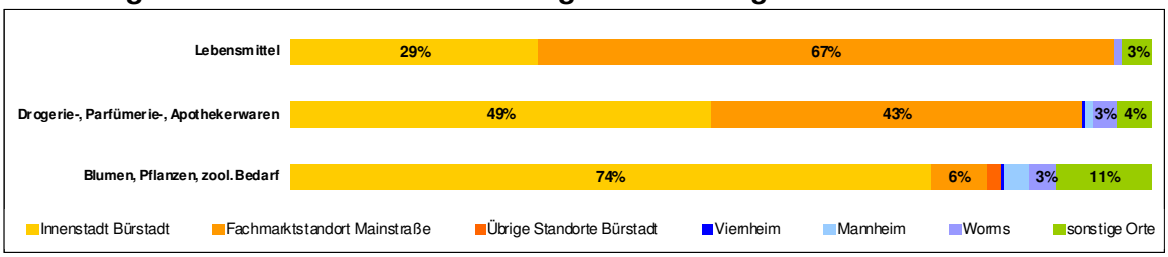
Abbildung 20: Einkaufshäufigkeit in auswärtigen Städten und Gemeinden



Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

Weiterhin wurden die Passanten gefragt, in welchen Städten und Gemeinden sie vorrangig bestimmte Warengruppen einkaufen. Dabei wird v. a. im **kurzfristigen Bedarfsbereich** eine hohe Kaufkraftbindung in Bürstadt erreicht. 96 % der Befragten gaben an, ihre Lebensmittel vorwiegend in Bürstadt zu kaufen, wobei der Fachmarktstandort Mainstraße mit 67 % der Antworten deutlich überwiegt. Für den Erwerb von Drogerie-, Parfümerie- und Apothekerwaren wird ebenfalls eine hohe Tendenz innerhalb von Bürstadt von über 90 % erreicht, wobei sich die Innenstadt von Bürstadt und der Fachmarktstandort Mainstraße tendenziell die Waage halten. Im Bereich Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf überwiegt eindeutig die Innenstadt von Bürstadt (74 % der Antworten). Somit kann die Stadt Bürstadt im kurzfristigen Bedarfsbereich einen ganz überwiegenden Teil der Kaufkraft binden.

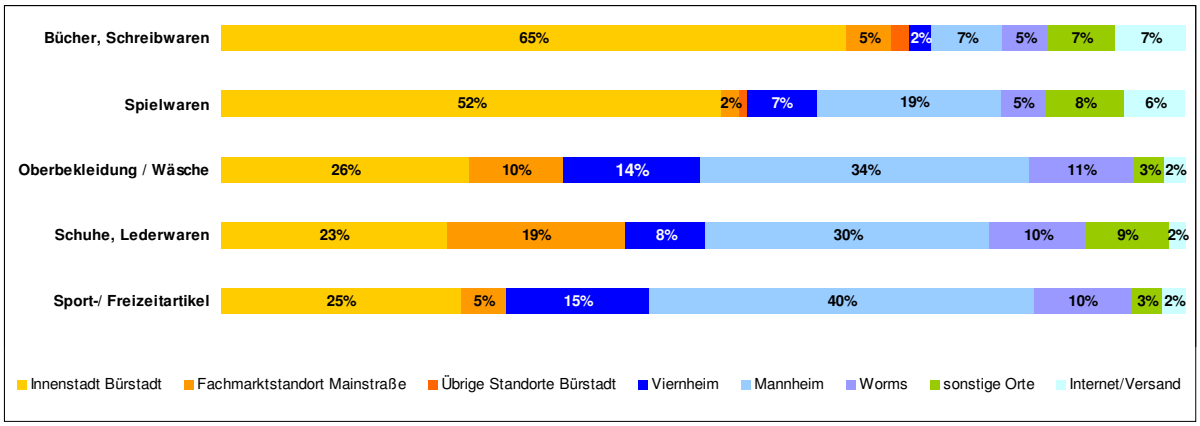
Abbildung 21: Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich



Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** ergibt sich ein etwas differenzierteres Bild. Während bei Büchern, Schreib- und Spielwaren eine Orientierung von 55 – 72 % nach Bürstadt erreicht wird, fällt die Kaufkraftbindung in den Sortimenten Oberbekleidung, Schuhe, Lederwaren sowie bei Sport- und Freizeitartikeln zwischen 30 und 40 % merklich ab. In diesen Sortimenten geht die Einkaufsorientierung v. a. an die Standorte Mannheim und Viernheim, die mit ihrem weitreichenden Angebot auch im weiteren Umland eine hohe Kaufkraftbindung erreichen können. Hier besteht für die Stadt Bürstadt noch ein deutliches Ausbaupotenzial, was v. a. durch weitere Angebote in der Innenstadt im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport im mittelpreisigen Segment bzw. durch Markenanbieter erreicht werden kann. V. a. die jüngeren Befragten tendieren zum Einkauf dieser Sortimente an auswärtige Standorte mit einem weitreichenden Angebot.

Abbildung 22: Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich

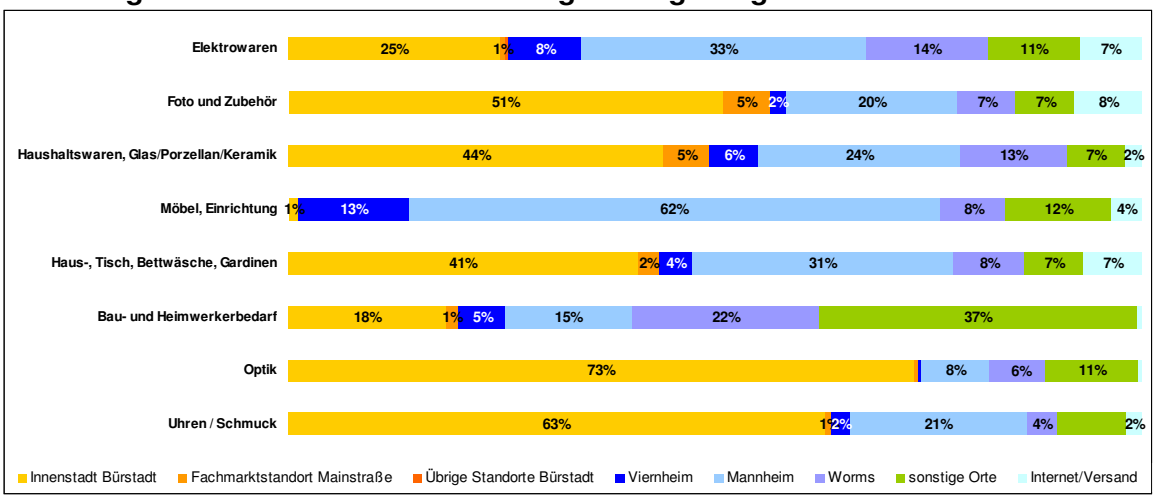


Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

Auch im **langfristigen Bedarfsbereich** ist festzuhalten, dass die Stadt Bürstadt nur in wenigen Sortimenten eine Kaufkraftbindung über 50 % erreichen kann. Dies sind v. a. die Bereiche Optik, Uhren / Schmuck sowie Foto und Zubehör, während v. a. in den langfristigen Sortimenten Möbel und Einrichtungsbedarf, Elektrowaren sowie Bau- und Heimwer-

kerbedarf eine hohe Tendenz an auswärtige Standorte zu erkennen ist. Neben Mannheim, Viernheim und Worms gehören dazu auch die benachbarten Mittelzentren Bensheim und Heppenheim (v. a. bei Elektrowaren und Bau- und Heimwerkerbedarf). Innerhalb der langfristigen Angebote kann die Innenstadt von Bürstadt nur in den kleinteiligen Sortimenten (z. B. Uhren / Schmuck) eine wichtige Position einnehmen. Ansonsten zeigt sich anhand der Einkaufsorientierung die starke Konkurrenzsituation im Umland durch die Nähe zu zahlreichen Mittel- sowie Oberzentren.

Abbildung 23: Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich

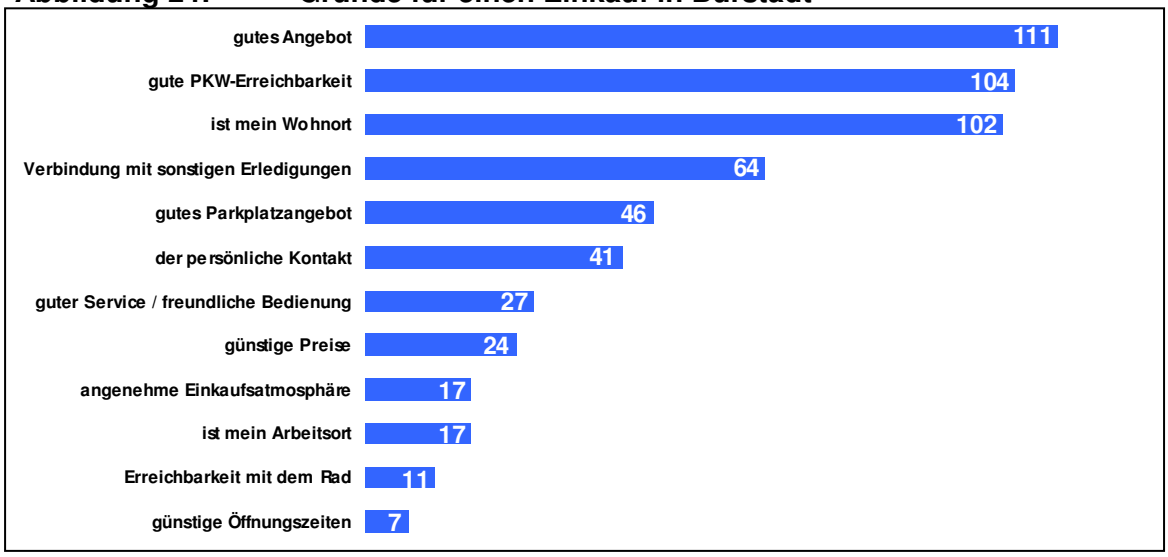


Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

2.2.4 Bewertung des Standortes Bürstadt

Die Befragten gaben auch an, warum sie gerne in Bürstadt einkaufen, welche Gründe aber auch für sie persönlich gegen einen Einkauf in Bürstadt sprechen. Insgesamt bleibt festzuhalten, dass mehr als dreimal so viele positive wie negative Gründe genannt wurden, wonach die Befragten einen eher positiven Gesamteindruck vom Einzelhandelsstandort Bürstadt haben. Wichtigster Grund, der für die Befragten für einen Einkauf in Bürstadt spricht, ist die gute Angebotssituation. Weiterhin sind die gute Erreichbarkeit sowie die Nähe zum Wohnort zwei wesentliche Faktoren, die die Kunden an den Einzelhandelsstandort Bürstadt binden. Auch die Möglichkeit, einen Einkauf mit anderen Erledigungen, z. B. einem Arztbesuch etc. zu verbinden, wird als positiv angesehen. Die Befragten loben zudem das Parkplatzangebot und den persönlichen Kontakt.

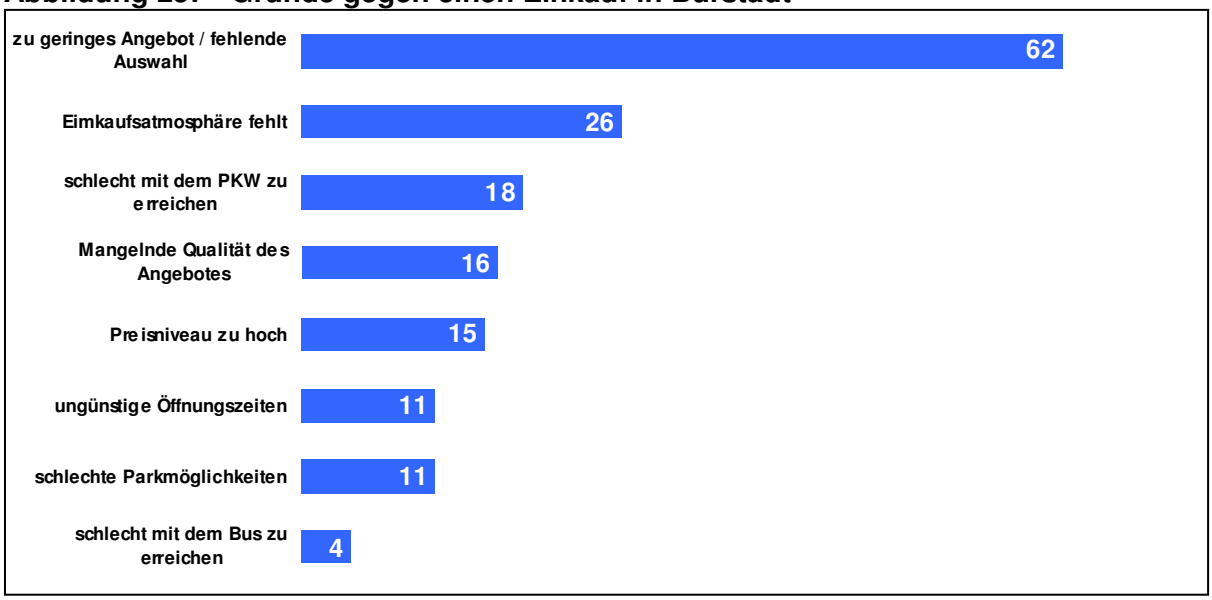
Abbildung 24: Gründe für einen Einkauf in Bürstadt



Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

Zum Teil steht dies im Widerspruch zu der häufigsten Nennung, die gegen einen Einkauf in Bürstadt spricht: dies ist bei den Angaben „zu geringes Angebot“ bzw. „fehlende Auswahl“ der Fall. Während auf der einen Seite 111 Nennungen die große Auswahl als positiv empfinden, stehen dem 62 Nennungen als größter Negativpunkt gegenüber. Dabei ist dem individuellen Empfinden sowie den unterschiedlichen Vorlieben Rechnung zu tragen. Eine zweite Schwäche des Einzelhandelstandortes sehen die Befragten in der fehlenden Einkaufsatmosphäre. Von der Anzahl der Nennungen ist den weiteren Aspekten bereits eine geringere Relevanz zuzuschreiben (vgl. Abbildung 25).

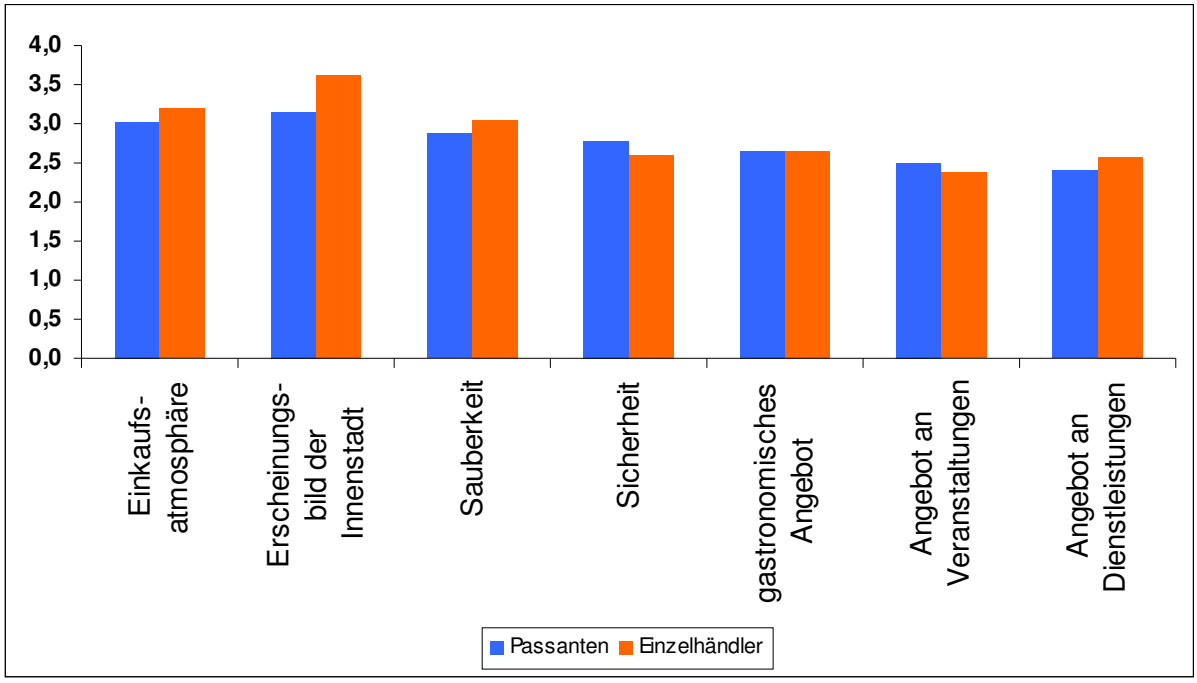
Abbildung 25: Gründe gegen einen Einkauf in Bürstadt



Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

Weiterhin wurde sowohl von den Passanten als auch von den Einzelhändlern die Bürstädter Innenstadt nach bestimmten Aspekten bewertet. Dabei zeigt sich im Gegensatz zu der Bewertung der Verkehrssituation, dass die Einzelhändler den Außenauftritt der Innenstadt in einigen Aspekten sogar kritischer betrachten als die Passanten. Dies betrifft v. a. die Bereiche Einkaufsatmosphäre, Erscheinungsbild der Innenstadt sowie Sauberkeit. Insgesamt besteht bei diesen Aspekten sowohl aus Sicht der Passanten als auch aus Sicht der Einzelhändler mit Durchschnittsnoten im Bereich einer befriedigenden Bewertung Verbesserungspotenzial in der Innenstadt von Bürstadt. Die besten Noten wurden bei Angeboten an Veranstaltungen sowie Angebote an Dienstleistungen sowohl von den Passanten als auch von den Einzelhändlern abgegeben.

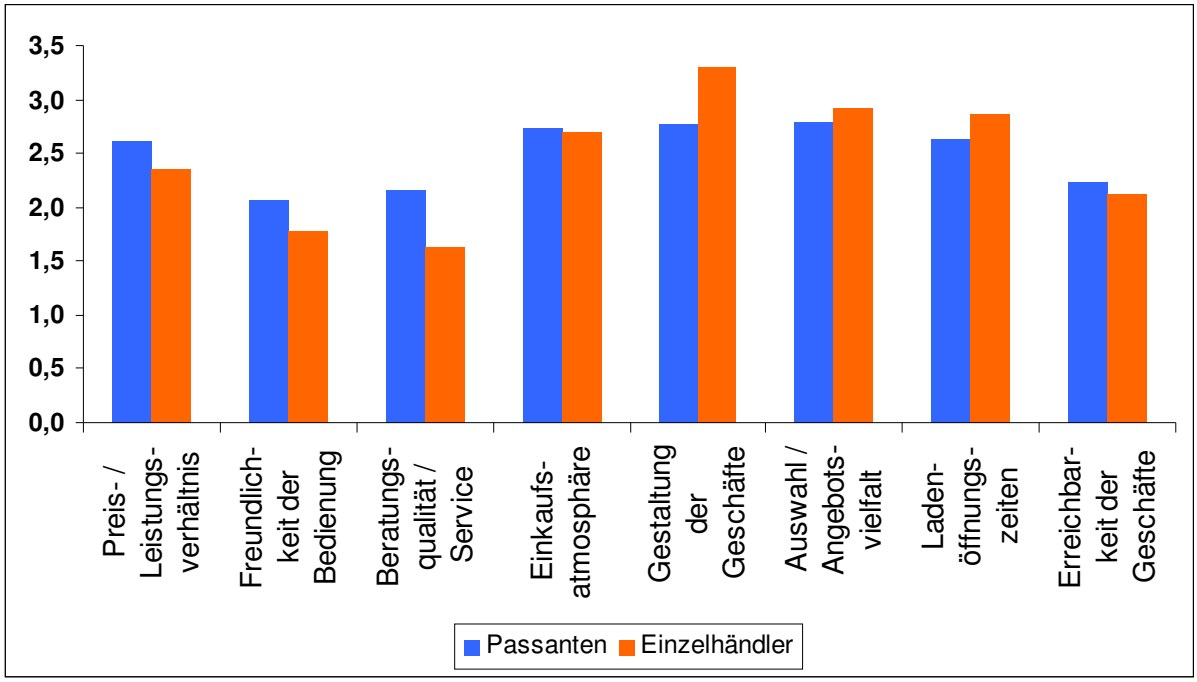
Abbildung 26: Bewertung der Bürstädter Innenstadt



Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen.

Weiterhin wurden die Passanten und die Händler um eine Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten anhand bestimmter Aspekte gebeten. Während die Beratungsqualität, die Freundlichkeit der Bedienung wie auch die Erreichbarkeit der Geschäfte von allen Befragten mit Noten zwischen 1,6 und 2,2 positiv bewertet wurden, wird v. a. die Gestaltung der Geschäfte sowie die Angebotsvielfalt eher negativ gesehen. Dabei ist wiederum auffällig, dass die Einzelhändler die Gesamtsituation des Einzelhandelsangebotes in Bürstadt eher kritisch betrachten und hier v. a. bei der Gestaltung der Geschäfte die deutlich negativeren Bewertungen geben (vgl. Abbildung 27).

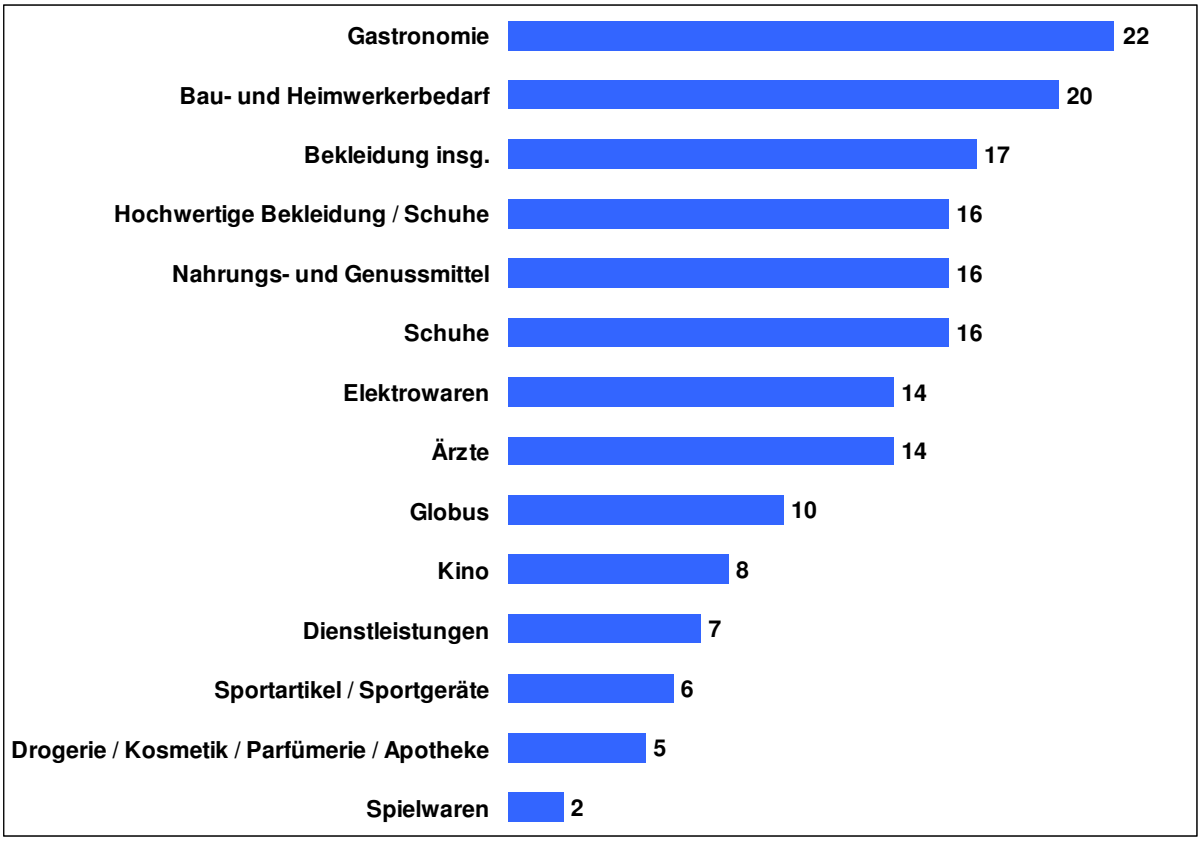
Abbildung 27: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten



Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

Bei der Frage nach fehlenden Angeboten in der Stadt Bürstadt (v. a. in Bezug auf die Innenstadt) gaben die Passanten am häufigsten eine Ausweitung der gastronomischen Angebote als Verbesserungsvorschlag an. Darauf folgten die Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie eine Ausweitung des Bekleidungsangebotes insgesamt wie auch speziell in Bezug auf hochwertige Bekleidung / Schuhe. Weiterhin wurde mehrfach eine Ausweitung des Angebotes im Nahrungs- und Genussmittelsektor sowie bei Schuhen und Elektrowaren angesprochen. Aus diesen Antworten lässt sich ablesen, dass den Befragten sowohl eine erhöhte Aufenthaltsqualität wichtig ist, die auch durch eine Ausweitung der gastronomischen Angebote erzielt werden kann, wie auch ein größeres Angebot im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich. Dies entspricht auch den Sortimenten, in denen heute ein hoher Kaufkraftabfluss in die umliegenden Städte zu verzeichnen ist.

Abbildung 28: Fehlende Angebote in Bürstadt



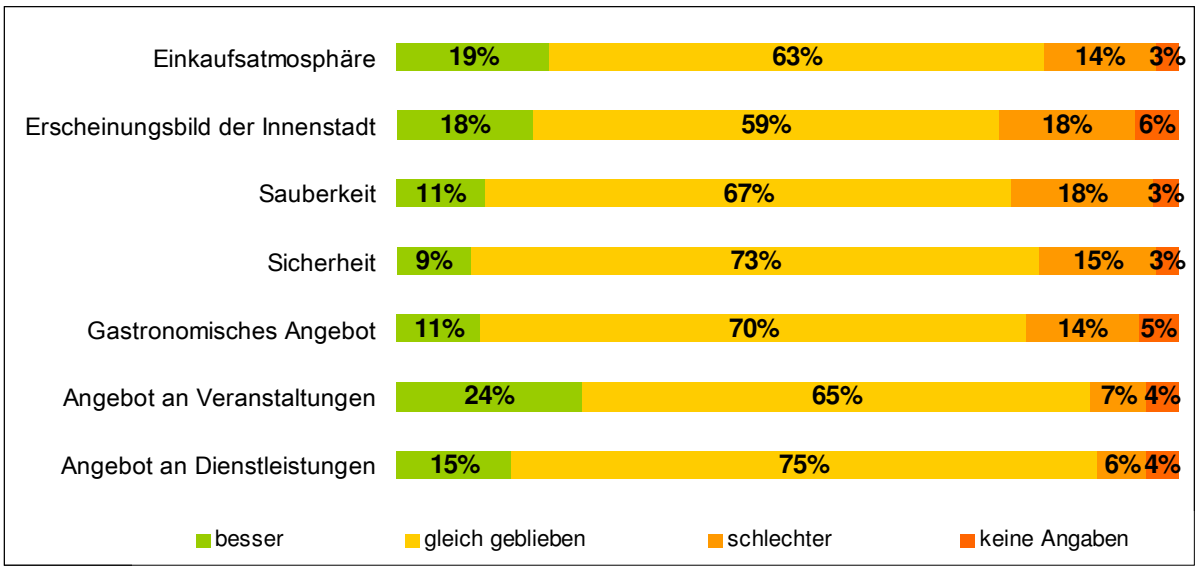
Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

Auf die Frage, welche Angebote nicht mehr zusätzlich in Bürstadt angesiedelt werden sollten, wurden v. a. die Antworten Nahrungs- und Genussmittel (43 Nennungen), Spielhalle / Kasino (24 Nennungen) sowie Billigläden / preisgünstige Bekleidung (22 Nennungen) genannt.

2.2.5 Veränderungen in Bürstadt

Anhand verschiedener Aspekte zur Innenstadt wurden auch die Entwicklungen in den letzten Jahren in Bürstadt nach Einschätzung der Passanten abgefragt. Dabei ist festzustellen, dass ein Großteil der Befragten eine konstante Entwicklung in der Bürstädter Innenstadt in Bezug auf Themenfelder wie die Einkaufsatmosphäre, das Erscheinungsbild oder das gastronomische Angebot sieht. Insgesamt lässt sich hierdurch jedoch kein eindeutig positives oder negatives Entwicklungsbild feststellen.

Abbildung 29: Entwicklungen nach Einschätzung der Passanten

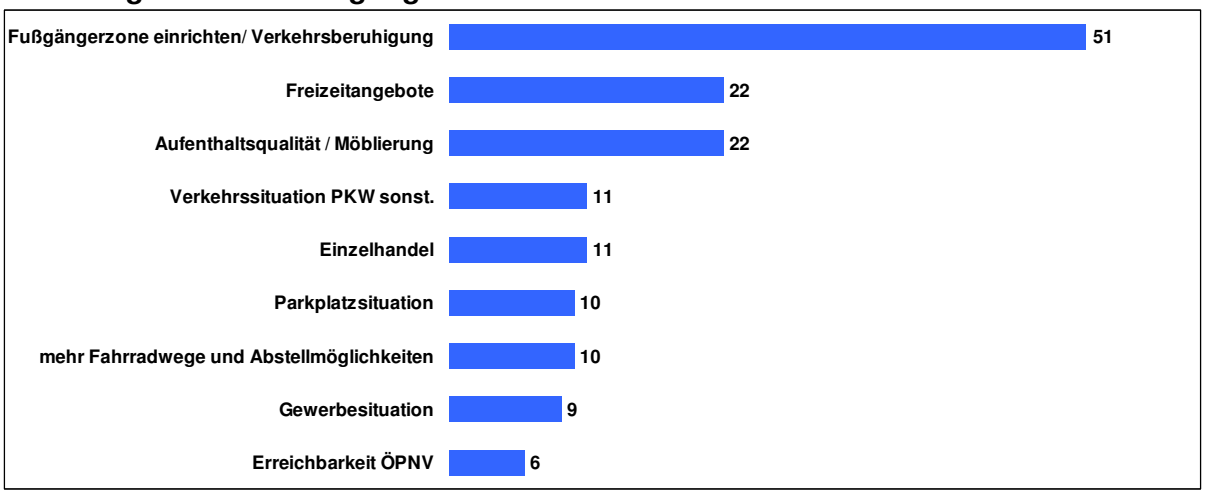


Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

2.2.6 Verbesserungsvorschläge

Auf die Frage, welche konkreten Verbesserungsvorschläge die Passanten für den Einzelhandelsstandort Bürstadt haben, antworteten 51 Befragte, dass in der Innenstadt eine Fußgängerzone bzw. ein verkehrsberuhigter Bereich eingerichtet werden sollte. Mit bereits großem Abstand mit jeweils 22 Nennungen wurde eine Ausweitung der Freizeitangebote sowie eine Steigerung der Aufenthaltsqualität / Ausweitung der Möblierung in der Innenstadt angesprochen. Diese Aspekte lassen zusammen darauf schließen, dass den befragten Kunden v. a. eine Verbesserung der Innenstadtatmosphäre von Bedeutung ist, die durch den heutigen Durchgangsverkehr in der Nibelungenstraße gemindert wird. Bei der Verkehrssituation bleibt in diesem Sinne zu überlegen, zwischen Marktstraße und Mainstraße im Bereich der Nibelungenstraße eine Fußgängerzone einzurichten, um hier Möglichkeiten zur Gestaltung des öffentlichen Raumes und damit eine deutliche Steigerung der Aufenthaltsqualität zu erreichen.

Abbildung 30: Anregungen für den Einzelhandelsstandort Bürstadt



Quelle: GMA-Passantenbefragung Bürstadt, Dezember 2008; ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

V. Entwicklungspotenziale des Einzelhandelsstandortes Bürstadt

1. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose für das Jahr 2020

Die Entwicklung des Kaufkraftvolumens im Marktgebiet der Stadt Bürstadt bis zum Prognosezeitraum 2020 ist neben konjunkturellen Einflüssen auch von der künftigen Entwicklung des Verbraucherverhaltens sowie der soziodemografischen Entwicklung abhängig. Unter Berücksichtigung der bisherigen Entwicklung und der amtlichen Prognose zur zukünftigen Einwohnerentwicklung[1] kann für die Stadt Bürstadt zukünftig von einer stagnierenden Einwohnerentwicklung ausgegangen werden. Für das Marktgebiet der Stadt Bürstadt ist für das Prognosejahr 2020 von ca. **29.650 Einwohnern** auszugehen, was einem leichten Rückgang (- ca. 0,4 %) gegenüber 2008 entspricht.

Auf Grundlage der im Marktgebiet erfassten Bevölkerungsentwicklung ergibt sich für das Prognosejahr 2020 ein Kaufkraftvolumen von insgesamt **ca. 169,4 Mio. €** (vgl. Tabelle 4). Dies entspricht einem nominalen Kaufkraftzuwachs von ca. 3,7 Mio. € (ca. + 2,2 %) bis zum Jahr 2020 (zu Preisen von 2008).

Vor dem Hintergrund der aktuell verhaltenen konjunkturellen Entwicklung dürfte mittelfristig nicht mit realen Kaufkraftsteigerungen zu rechnen sein; dies insbesondere auch aufgrund der Tatsache, dass der Anteil des verfügbaren Einkommens, der dem Einzelhandel zufließt, weiterhin sinkt.

Bezug nehmend auf die weitgehend gute Ausstattung in vielen Sortimenten kann aus dem nomimalen Kaufkraftzuwachs kein wesentliches zusätzliches Potenzial für grundsätzliche Verkaufsflächenzuwächse in Bürstadt abgeleitet werden. Es ist vielmehr auf Ergänzungen in heute unterdurchschnittlich vertretenen Branchen zu achten; eine qualitative Verbesserung bestehender Anbieter sowie insbesondere Verbesserungen der städtebaulichen Rahmenbedingungen und der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt sollten im Fokus der weiteren Aktivitäten stehen. In den folgenden Kapiteln werden branchen- und standortbezogene Empfehlungen getroffen und grundsätzliche Hinweise zur Stärkung der Innenstadt gegeben.

[1] Statistisches Landesamt Hessen: Bevölkerungsvorausberechnung bis 2020. Bis zum Jahr 2015 ist aufgrund der Wohngebietsentwicklungen noch mit leicht steigenden Einwohnerzahlen zu rechnen, danach nimmt die Bevölkerungszahl leicht ab.

Tabelle 4: Prognose der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Marktgebiet der Stadt Bürstadt 2020

	Angaben in Mio. € (zu Preisen von 2008)		
	Zone I	**Zone II**	**Gesamt**
Nahrungs- und Genussmittel	29,9	27,5	57,4
Gesundheit, Körperpflege	11,0	10,1	21,1
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	1,9	1,8	3,7
kurzfristiger Bedarf	**42,8**	**39,4**	**82,2**
Bücher, PBS, Spielwaren	4,3	4,0	8,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	11,3	10,4	21,7
mittelfristiger Bedarf	**15,6**	**14,4**	**30,0**
Elektrowaren	8,0	7,3	15,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	8,6	7,9	16,5
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	7,4	6,9	14,3
Optik, Uhren, Schmuck	1,7	1,6	3,3
Sonstiger Einzelhandel	4,1	3,7	7,8
langfristiger Bedarf	**29,8**	**27,4**	**57,2**
Nichtlebensmittel insgesamt	**58,3**	**53,7**	**112,0**
Einzelhandel gesamt	**88,2**	**81,2**	**169,4**
Quelle: Statistisches Landesamt Hessen, eigene Berechnungen			

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Vor dem Hintergrund der künftigen Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung in der Stadt Bürstadt und im Marktgebiet sind die Defizite und Potenziale in der Branchenstruktur wie folgt zu beurteilen:

- Im **Nahrungs- und Genussmittelsektor** ist die Stadt Bürstadt grundsätzlich gut aufgestellt. Mit einem Edeka-Vollsortimenter an der Mainstraße, den Lebensmitteldiscountern Lidl, Aldi, Penny und Treff 3000, einem mittelflächigen Profi Getränkeshop sowie kleineren Spezialanbietern und dem Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien) weist das Mittelzentrum ein breites Betriebstypenspektrum

auf. Hinsichtlich der Standortverteilung ist jedoch auf eine Unterversorgung im dichten Wohnbereich der Kernstadt Ost hinzuweisen; östlich der Bahnlinie sind keine Lebensmittelmärkte mit Ausnahme von kleineren Bäckereien und Metzgereien vorhanden[1]. Darüber hinaus ist im Bereich Biowaren / Reformwaren noch ein Defizit festzuhalten; hier wäre ein Spezialanbieter in der Innenstadt gut darstellbar. Über den stationären Lebensmitteleinzelhandel hinaus findet am Marktplatz im Zentrum Bürstadts freitags einmal wöchentlich ein Wochenmarkt statt, der eine wichtige Rolle bei der Versorgung mit Frischware (v. a. Obst und Gemüse) in der Innenstadt spielt.

- Auch im Bereich **Gesundheit / Körperpflege** ist Bürstadt grundsätzlich gut ausgestattet. Mit zwei Schlecker-Drogeriemärkten, einer Parfümerie sowie drei Apotheken in der Innenstadt ist dieses Sortiment grundsätzlich gut aufgestellt; am Standort Mainstraße wird diese Branche durch den Drogeriefachmarkt Rossmann noch ergänzt. Ein Ausbaubedarf wäre hier noch im Bereich Sanitätswaren / Orthopädiewaren darstellbar; hierfür wäre in der Innenstadt z. B. eine Kombination aus Einzelhandel und Dienstleistungen (z. B. Sanitätshaus, Physiotherapie, Massagepraxis, Arztpraxis) vorstellbar.
- Im Bereich **Blumen und zool. Bedarf** ist in Bürstadt kein weiterer Zusatzbedarf festzuhalten. Hier sind neben kleinen Blumenfachgeschäften und den Angeboten im Agrarmarkt Engert insbesondere auch auf die hohe Ausstattung im Bereich zoologischer Bedarf hinzuweisen. Neben dem Fressnapf-Fachmarkt an der Mainstraße sind noch kleinere Zoohandlungen in der Kernstadt bzw. in Bobstadt festzuhalten.
- Im Bereich **Bücher, Schreib-, Papier- sowie Spielwaren** ist auf Fachgeschäfte in der Innenstadt sowie in Bobstadt hinzuweisen. Hier ist bei Schreib- und Spielwaren kein wesentlicher Zusatzbedarf zu konstatieren, dies auch vor dem Hintergrund, dass Spielwaren nur von einem vergleichsweise geringen Teil der Bevölkerung nachgefragt werden. Im Bereich Bücher ist eine kleine Buchhandlung in der Innenstadt ansässig; angesichts moderner Standortanforderungen wäre hier jedoch auch eine Erweiterung des bestehenden Anbieters auf einer größeren Fläche vorstellbar, um auf Dauer ein attraktives Angebot zu präsentieren. Dabei handelt es sich jedoch letztendlich um einzelbetriebliche Maßnahmen. Ein wesentliches

[1] Auf die Problematik der Nahversorgung in der Kernstadt-Ost wird im folgenden noch näher eingegangen.

Potenzial für eine weitere Buchhandlung ist angesichts der Einwohnerzahl von Bürstadt und dem geringen überörtlichen Einzugsgebiet nicht festzuhalten.[1]

- Hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung ist der Bereich **Bekleidung** / **Schuhe** / **Sportartikel** in Bürstadt leicht überdurchschnittlich vertreten (vgl. Abbildung 9). Differenziert betrachtet ist hier insbesondere auf einen hohen Anteil im niedrigpreisigen Fachmarktsektor hinzuweisen, der sowohl in der Innenstadt (Kik, NKD) als auch am Ergänzungsstandort Mainstraße (AWG, Takko, K&K Schuhcenter) vertreten ist. Dagegen ist in der Innenstadt noch ein Ausbau des Fachgeschäftsektors vorstellbar; hier insbesondere für Herren- und Kinderbekleidung. Weiterhin ist allgemein im Bekleidungssektor eine Ausweitung des Angebotes im mittelpreisigen Segment zu empfehlen. Dabei könnten Markenanbieter (z.B. Esprit, Cecil), die auch auf kleinflächigen Konzepten umsetzbar sind, auch für das jüngere Publikum eine erhöhte Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Bürstadt mit sich bringen. Dabei wäre zu prüfen ob ein lokal Händler Interesse an der Eröffnung einer weiteren Filiale spezialisiert auf Markenprodukte hätte. Angesichts der Lage Bürstadts in unmittelbarer Nähe zu Mannheim und Viernheim (Rhein-Neckar-Zentrum) ist ein wesentlicher Ausbau in dieser innenstadtrelevanten Leitbranche zwar schwierig darstellbar; dennoch sollten sich die ansässigen Anbieter regelmäßig hinsichtlich ihres Sortimentes, der Warenpräsentation und der Gestaltung der Geschäfte überprüfen. In einer Kleinstadt wie Bürstadt können gerade die inhabergeführten Fachgeschäfte mit einer hohen Service- und Beratungsqualität punkten.

- Bei **Elektrowaren** ist eine leicht unterdurchschnittliche Ausstattung festzuhalten; hier waren zum Zeitpunkt der Erhebungen vier Fachgeschäfte in der Innenstadt, eines in einer integrierten Streulage und ein Anbieter im Gewerbegebiet an der Lorscher Straße vorhanden. Auffällig, weil untypisch, ist insbesondere das Fehlen eines Telekommunikationsanbieters. In vielen Innenstädten herrscht heute ein Überschwang an Handy-Geschäften, in Bürstadt ist hier kein Anbieter ansässig. Auch hier ist eine Ergänzung des innerstädtischen Einzelhandels zu sehen, der einen der kleinflächigen Leerstände nachnutzen könnte. Angesichts der Einwohnerzahl von Bürstadt und dem hohen Angebot an Fachmärkten an umliegenden Standorten (z. B. Media Markt Heppenheim, Mannheim-Sandhofen, Worms,

[1] Eine weitere Ansiedlung wäre in der Innenstadt möglich, die entsprechenden Wettbewerbswirkungen würden dann innerhalb derselben Lage erfolgen.

Viernheim / Saturn Mannheim) ist ein Potenzial zur Ansiedlung eines Elektrofachmarktes in Bürstadt kaum gegeben. Auch hier sollten die ortsansässigen Anbieter regelmäßig ihre Sortimente, Warenpräsentation und ihren gesamten Marktauftritt kritisch betrachten; im Einzelfall ist auch eine Erweiterung der Verkaufsfläche zu prüfen.

- Im Bereich **Hausrat, Einrichtung, Möbel** ist insbesondere im Bereich Möbel ein deutliches Defizit in der Stadt Bürstadt festzuhalten. Während der Bereich Heimtextilien / Bettwaren sowie Geschenkartikel durch kleinere Fachanbieter vertreten ist, ist auch auf das Fehlen eines leistungsfähigen Haushaltswarenfachgeschäftes hinzuweisen. Auch hier besteht noch Potenzial für eine innerstädtische Ansiedlung bzw. die Abrundung des vorhandenen Sortimentes bei bestehenden Fachanbietern aus dem Haushaltswaren- / Geschenkartikel- und Heimdekorsektor. Darüber hinaus werden Haushaltswaren im Niedrigpreissegment auch vom Nonfood-Discounter Tedi an der Mainstraße geführt. Hinsichtlich des Defizits bei Möbeln ist auf die geringe Einwohnerzahl im Marktgebiet von Bürstadt zu verweisen; Möbelanbieter brauchen ein deutlich größeres Einzugsgebiet, um heute wirtschaften zu können und etablieren sich daher i. d. R. in Mittel- bis Großstädten[1]. Ansiedlungspotenzial wäre hier höchstens im Fachmarktbereich bei Spezialanbietern (z. B. Betten, Küchen) vorstellbar, die einen entsprechenden Werbeaufwand betreiben.
- Im **sonstigen Einzelhandel** ist noch auf Defizite im **Baumarktsektor** hinzuweisen. Hier sind mit dem Agrarmarkt Engert (Schwerpunkt Pflanzen) und dem Anbieter I&M Köbig (Schwerpunkt Baustoffe) zwei Spezialanbieter vorhanden, in denen auch Teilsortimente aus dem Baumarktbedarf (z. B. Werkzeuge) erworben werden können. Dennoch sind heute starke Kaufkraftabflüsse an umliegende Baumarktstandorte in Heppenheim, Worms oder Mannheim festzuhalten. Eine entsprechende Ansiedlung könnte am Ergänzungsstandort Mainstraße erfolgen, allerdings ist auch hier auf das starke Wettbewerbsumfeld um Bürstadt hinzuweisen; moderne großflächige Bau- und Heimwerkermärkte brauchen i. d. R. deutlich mehr Einwohner im Einzugsgebiet als die Stadt auch perspektivisch vorweisen kann.
- Im sonstigen Einzelhandelsbereich insbesondere bei Optikern / Hörgeräteakustik sowie Uhren / Schmuck ist Bürstadt gut aufgestellt. Mit drei Optikern und einem Hörgeräteanbieter in der Innenstadt sowie drei Fachgeschäften aus dem Bereich

[1] Auch für den Fachmarktstandort Mainstraße wurde kein entsprechender Anbieter gefunden.

Uhren / Schmuck (zweimal Innenstadt, einmal Streulage) ist kein weiteres Potenzial in diesen Segmenten gegeben.

Ingesamt verfügt die Stadt Bürstadt derzeit über eine gute Ausstattung in vielen Warengruppen. Der Einzelhandelsstandort Bürstadt wurde in den vergangenen Jahren durch die Ansiedlung des Fachmarktzentrums an der Mainstraße in sinnvollen Bereichen ergänzt. An diesem autokundenorientierten Standort wurden in Ergänzung zur kleinflächig strukturierten Innenstadt neben den Lebensmittelmärkten auch flächenintensive Fachmarktkonzepte mit zentrenrelevanten Sortimenten (Textilien, Schuhe, Drogeriewaren) etabliert, die in den heutigen Strukturen der Innenstadt kaum unterzubringen wären. Wie die voran gegangenen Ausführungen gezeigt haben, gibt es in einigen Spezialsortimenten noch Abrundungs- und Ergänzungsbedarf, der überwiegend in der Innenstadt richtig platziert wäre (z. B. Reformwaren, Sanitätswaren, Textilien, Telekommunikationsbedarf). Ein Teil dieser Angebote könnte in heute leerstehenden Ladenlokalen etabliert werden (z. B. Telekommunikation); andere Sortimente wie Sanitätswaren oder auch Reformwaren sind auch in einer Kombination in einem Geschäftshaus mit Einzelhandel und Dienstleistungen (Arztpraxen, Massagepraxen) vorstellbar. Hier stehen insbesondere städtebauliche Aspekte im Vordergrund; es sind Flächenzusammenlegungen oder Umstrukturierungen in Immobilien zu prüfen, da in der Innenstadt derzeit auch eine Reihe von Flächen leer stehen bzw. fehlgenutzt werden.

Eine weitere Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten in Gewerbegebietslagen bzw. an autokundenorientierten Standorten sollte über das Bauplanungsrecht vermieden werden. Der Standort Mainstraße ist für die Gesamtversorgungsfunktion des Mittelzentrums Bürstadt wichtig; weitere zentrenrelevante Sortimente hier wären jedoch nicht notwendig bzw. würden den Einzelhandelsplatz Bürstadt nicht wesentlich voran bringen. Hier wäre noch eine Ergänzung im nicht zentrenrelevanten Segment vorstellbar (z. B. Möbel / Einrichtungsbedarf, Bau- und Heimwerkerbedarf); vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation in den umliegenden Kommunen jedoch wahrscheinlich nur schwierig darzustellen. Eine weitere Ergänzungsnotwendigkeit besteht standortbezogen im Lebensmittelsektor für die Kernstadt Ost. Hier ist in einem weiten Bereich mit kompakter Wohnbebauung von Bürstadt derzeit kein Nahversorgungsmarkt vorhanden; hierauf wird im Folgenden noch näher eingegangen.

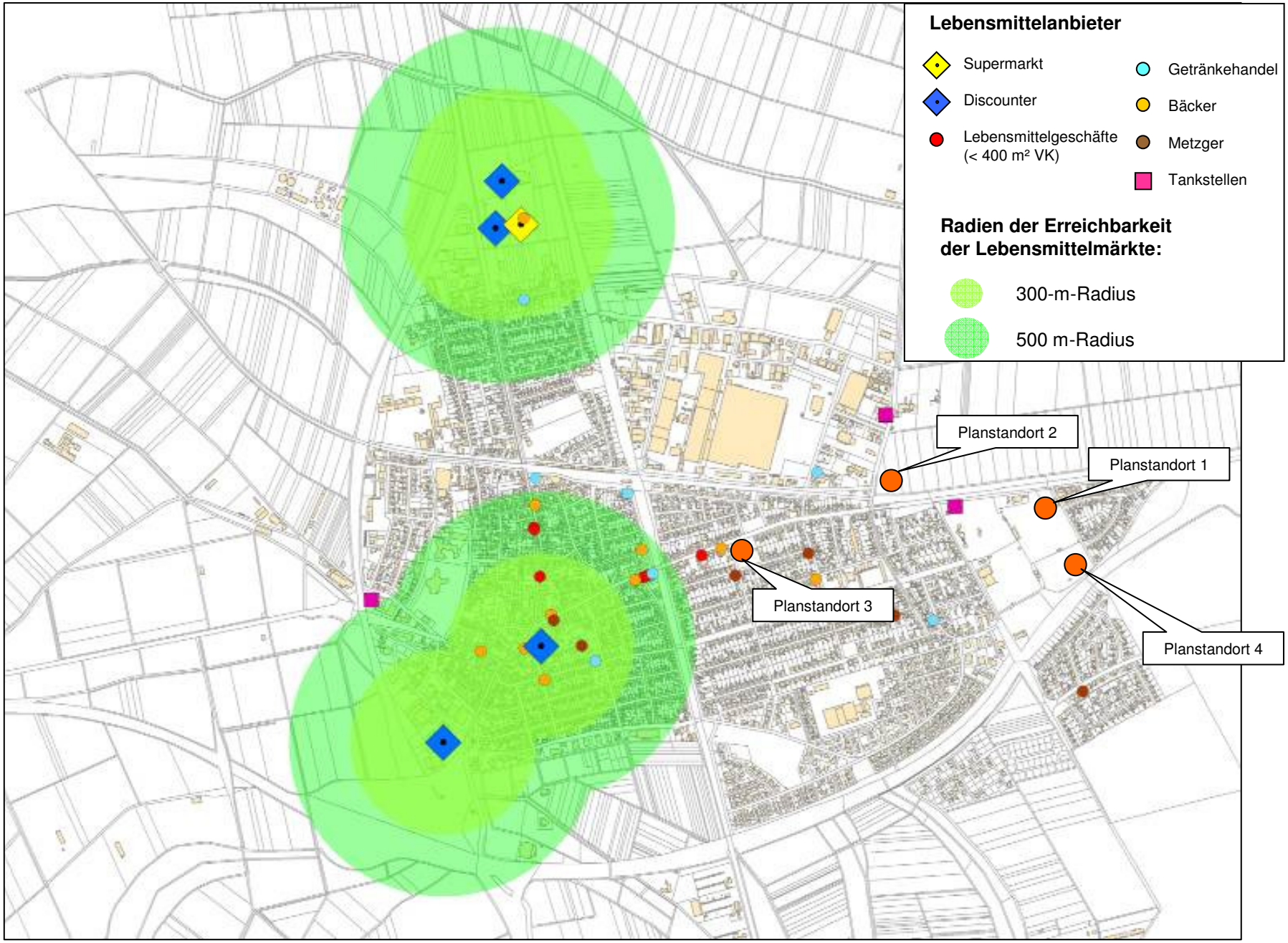
3. Standortbezogene Entwicklungspotenziale

Im Hinblick auf die verschiedenen Standortlagen der Stadt Bürstadt lassen sich folgende Potenziale für eine weitere Entwicklung ableiten:

- Die Einzelhandels- und Standortentwicklung in Bürstadt hat sich in den vergangenen Jahren hinsichtlich der Verkaufsflächenzuwächse zu Ungunsten der Innenstadt entwickelt, da mit dem Ergänzungsstandort Mainstraße ein Fachmarktstandort mit Anbietern aus dem Lebensmittel- und Nonfoodsektor in autokundenorientierter Lage etabliert wurde. Dieser Ergänzungsstandort war – wie weiter vorne angesprochen – jedoch auch für die Gesamtattraktivität des Einzelhandelsplatzes Mittelzentrum Bürstadt wichtig und wird – wie auch die Ergebnisse der Kundenbefragung aufweisen – von den Bürstädtern und den Umlandbewohnern gut angenommen.
- In der **Innenstadt** ist derzeit noch ein breites Angebotsspektrum von Einzelhandelsbetrieben aus dem kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfssektor ansässig, der jedoch in Teilen ergänzungswürdig ist (vgl. vorangegangenes Kapitel). Auch auf einzelbetrieblicher Ebene sind eine Reihe von Betrieben festzuhalten, die hinsichtlich ihres Sortimentes, ihrer Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung nicht auf dem aktuellen Stand der Zeit sind. Um die Innenstadt als Einzelhandelsstandort, aber auch als multifunktionaler Kommunikationsraum mit einer Vielfalt von Nutzungen aus dem Dienstleistungs-, Gastronomie-, Verwaltungs- und Kultursektor weiter zu stärken und zu stabilisieren, sind insbesondere städtebauliche Maßnahmen (z. B. Stärkung der Aufenthaltsqualität, Zusammenlegung von kleineren Geschäftseinheiten, Reaktivierung von Leerflächen und Mindernutzungen) notwendig. Darüber hinaus sind die Auftritte der Einzelgeschäfte aber auch des gesamten Einzelhandelsplatzes Innenstadt Bürstadt noch deutlich optimierungswürdig. Differenzierte Hinweise zur Weiterentwicklung der Innenstadt werden im folgenden Kapitel getroffen.
- Zu einer Stabilisierung und Stärkung der innerstädtischen Einzelhandelslage ist ein weiterer Ausbau zentrenrelevanter Sortimente an dezentralen Standorten, in Gewerbegebietslagen und an Ausfallstraße zu vermeiden. Der Ergänzungsstandort Mainstraße ist auch unter verkehrlichen Aspekten als weiterer Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe geeignet. Für eine weitere Ausdehnung oder Etablierung neuer autokundenorientierter Standorte besteht in Bürstadt auch angesichts der überwiegend guten Ausstattung in vielen Sortimenten keine Notwendigkeit.

- Eine gewisse Ausnahme stellt der Bereich der **Nahversorgung in der Kernstadt** dar. Insbesondere in der Kernstadt-Ost sind heute keine leistungsfähigen Nahversorgungsstrukturen mit Ausnahme kleinerer Anbieter vorhanden. Vor diesem Hintergrund prüft die Stadt Bürstadt derzeit die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes als Nahversorger für den östlichen Kernstadtbereich. Hier stehen vier mögliche Planstandorte zur Diskussion, die in der nachfolgenden Karte 4 sowie in der nachfolgenden Übersicht 2 gegenübergestellt und bewertet werden. Im Anhang sind ferner vier Karten mit den potenziellen fußläufigen Einzugsgebieten im Vergleich mit den heutigen Lebensmittelmärkten dargestellt.
- Das Einzugsgebiet, das sich aus den Kernstadtbereichen östlich der Bahnlinie zusammensetzt, umfasst derzeit fast 4.500 Einwohner mit einer Kaufkraft im Lebensmittelsektor von ca. 8,8 Mio. €. Vor diesem Hintergrund besteht durchaus ein Ansiedlungspotenzial für einen weiteren Lebensmittelvollsortimenter (Supermarkt als Nahversorger).
- Bei der Bewertung der möglichen Standorte sind in allen Fällen Vor- und Nachteile zu erkennen, was die Aspekte von Lage, Erreichbarkeit und städtebauliche Situation betrifft. Dabei ist zusammenfassend festzuhalten, dass der Planstandort 2 (Freizeitsportgelände) die besten Vorraussetzungen für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes aufweist. Neben der guten verkehrlichen Erreichbarkeit ist hier ein fußläufiges Einzugsgebiet erschließbar. Weiterhin müssten hier keine Nutzungen weichen, wie es bei den Standorten 1 und 4 der Fall wäre. Außerdem ergeben sich keine zusätzlichen Verkehrsbelastungen für die Anwohner, was bei Standort 3 zu erwarten ist.
- Hinsichtlich der Stadtteile Bobstadt und Riedrode ist angesichts der geringen Einwohnerzahlen kein wesentliches Entwicklungspotenzial im Einzelhandel festzuhalten. In Riedrode wurde mit der Sanierung des ehemaligen Milchhauses und der Etablierung einer Bäckerei mit Café ein Beitrag zur Grundversorgung geleistet. Darüber hinaus gehende Angebote sind in Riedrode jedoch unrealistisch. In Bobstadt sind ebenfalls noch inhabergeführte Fachgeschäfte vorhanden; die Nahversorgung ist durch eine Bäckerei, einen Kiosk und einen Blumenladen gewährleistet. Auch hier ist aufgrund des eingeschränkten Bevölkerungspotenzials und der guten Ausstattung im Lebensmitteleinzelhandel in der Kernstadt Bürstadt nicht von einer weitergehenden Etablierung neuer Anbieter auszugehen.

Karte 4: Lebensmittelbetriebe in Bürstadt und Planstandort für einen Nahversorger in der Kernstadt Ost



Quelle: Kartengrundlage Stadt Bürstadt, GMA-Bearbeitung 2009

Übersicht 2: Gegenüberstellung der wesentlichen Standortkriterien für die vier Planstandorte in der Kernstadt-Ost

Planstandort	Grundstück	Erreichbarkeit	Lagezusammenhang / städtebauliche Integration	Sichtbarkeit	Eignung		Gesamtbewertung
					betriebs-wirtschaftlich	städtebaulich	
Nördliches Stadiongelände (P1)	• ausreichende ebene Fläche • derzeit durch Sportgelände genutzt	• gute verkehrliche Anbindung für MIV • Busanbindung vorhanden	• Stadtrandlage • geringes fußläufiges Einzugsgebiet • Im Umfeld im geringen Maße Gewerbe- und Wohnnutzungen sowie landwirtschaftliche Flächen	• gut • von Osten kommend schlechter als P2	• sehr gut, Lage an Hauptausfallsstraße • keine Überschneidung mit EZG aktueller Lebensmittelmärkte	• klassisch autokundenorientiert • nur geringe fußläufige Nahversorgung	Grundstück: + Verkehr: + Integration: -- Sichtbarkeit: 0
Freizeitsportgelände (P2)	• ausreichende ebene Fläche • derzeit durch Freizeitsportgelände genutzt	• gute verkehrliche Anbindung • von Straße leicht zurückversetzt • Bahnlinie stellt für Zufahrt keine große Barriere dar • Busanbindung vorhanden	• Siedlungsrandlage • fußläufiges Einzugsgebiet vorhanden • Umfeldnutzungen Wohnen und Gewerbe sowie landwirtschaftliche Flächen	• sehr gut • aus allen Richtungen	• gut • Wohngebiete südlich der Bundesstraße sowie Bubenlachring nicht fußläufig versorgt	• vorrangig autokundenorientiert • fußläufiges EZG südlich der Nibelungenstraße	Grundstück: + Verkehr: + Integration: 0 Sichtbarkeit: +
Beethovenplatz (P3)	• nur bedingt ausreichende Fläche	• kann zu erhöhtem Verkehr in Wohngebiet führen • Busanbindung vorhanden	• integrierte Lage, • größtes fußläufiges Einzugsgebiet • Umfeldnutzung Wohnen	• durchschnittlich	• befriedigend, Überschneidung mit EZG des innerstädtischen Treff 3000	• als klassischer Wohngebietsstandort am besten, aber Konflikte mit Nachbarnutzungen möglich	Grundstück: 0 Verkehr: 0 Integration: + Sichtbarkeit: 0
Südliches Stadiongelände (P4)	• ausreichende ebene Fläche • derzeit durch Sportgelände genutzt	• zufriedenstellende Anbindung bei neuer Zufahrt im Westen über Wasserwerkstraße	• teilintegriert • großes fußläufiges Einzugsgebiet auch südlich der Bundesstraße (Fußgängerbrücke) • Umfeldnutzungen Wohnen, landwirtschaftliche Fläche	• gut von B47, von dort aber nicht anfahrbar • von Nibelungenstraße nicht sichtbar	• durchschnittlich, da in versteckter Lage • von B47 aus einsehbar, aber nicht anfahrbar	• vorrangig autokundenorientierter Standort	Grundstück: + Verkehr: 0 Integration: 0 Sichtbarkeit: 0

GMA-Bearbeitung 2009 +: positiver Aspekt; --: negativer Aspekt; 0: durchschnittliche Bewertung

VI. Entwicklungskonzept für die Stadt Bürstadt

Zur Sicherung und gezielten Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt gilt es, ein Konzept zu erarbeiten, das als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung dient.

Als **wesentliche Zielsetzungen** des Entwicklungskonzeptes sind zu formulieren:

- Festigung und Weiterentwicklung der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Bürstadt
- Stabilisierung und Weiterentwicklung der Innenstadt als Einzelhandelsplatz.

Eine geordnete Weiterentwicklung des Einzelhandels erfordert die Beachtung zweier städtebaulich relevanter Kernpunkte:

- die Erstellung eines sortimentsbezogenen Leitbildes der Stadtentwicklungsplanung, das als Grundlage für die weitere Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben heranzuziehen ist **(= Sortimentskonzept)**, sowie
- die Formulierung von räumlichen Prioritäten hinsichtlich der Weiterentwicklung der Einzelhandelsflächen nach Standorten **(= Standortkonzept)**.

1. Sortimentskonzept

Zur Erarbeitung des Sortimentskonzeptes für Bürstadt gilt es zunächst festzuhalten, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur in Bürstadt heute den zentralen Lagen zugeordnet werden können. Da sich auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft auch das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der zentralen Lagen (u.a. durch Verbundkäufe) gründet, werden diese Sortimente als **innenstadt- oder zentrenrelevant** bezeichnet.

Zentrenrelevante Sortimente sind Warengruppen, welche

- Verbraucherfrequenz erzeugen
- Kopplungskäufe anregen
- integrierbar sind (Flächenanspruch, Stadtbildwirkung)
- eine hohe Einzelhandelszentralität erzeugen
- handlich sind (d.h. für Taschenkäufe geeignet, keine schweren bzw. sperrigen Waren, die besonderen Anforderungen hinsichtlich des An- und Abtransportes unterliegen).

Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten** Sortimenten hingegen stellt auch an nicht integrierten Standorten keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Lagen dar. Sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht.

Die nachfolgende Übersicht führt für Bürstadt die wesentlichen Warengruppen in den zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf. Es ist darauf hinzuweisen, dass die Zuordnung einzelner Sortimente nach ihrer Zentrenrelevanz neben der erhobenen Bestandsverteilung v. a. aufgrund bestehender Standortrahmenbedingungen und betrieblicher Anforderungen einerseits sowie der erwünschten städtebaulichen Belebung andererseits erfolgt ist.

Das Instrumentarium der Sortimentsfestsetzung (zentrenrelevant – nicht zentrenrelevant) hat sich im Gegensatz zu früher angewandten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. Mit dem Instrumentarium ist es möglich, die zentrenrelevanten Sortimente an nicht integrierten Standorten auszuschließen (§ 1 Abs. 4, 5 und 9 BauNVO).

Übersicht 3: GMA-Gliederungsvorschlag für Bürstadt nach zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente
▪ Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk ▪ Reformwaren ▪ Papier- und Schreibwaren, Zeitschriften, Bücher, Briefmarken ▪ Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika, Apothekerwaren, Sanitäts-, Orthopädiewaren ▪ Schnittblumen ▪ Oberbekleidung, Wäsche, Kürschnerwaren, 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	▪ 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, Pflanzengefäße, Gartenmöbel, Gartenwerkzeuge, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Naturhölzer, Gartenbaustoffe, Torf und Erde ▪ Campingartikel, Sportgroßgeräte (z. B. Surfboards, Fahrräder) ▪ Brennstoffe / Mineralölerzeugnisse ▪ Kfz / Motorräder / Mopeds / Kfz-Zubehör / Rasenmäher / Motorrad- und Fahrradzubehör ▪ Anntennen / Satellitenanlagen ▪ zoolog. Bedarf, lebende Tiere, Tiernahrung

* 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.

Quelle: GMA-Empfehlungen auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung 2008.

Als städtebauliche Begründungen für eine solche differenzierte Bebauungsplanfestsetzung sind zulässig:

- Die Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Stadt (§ 9 Abs. 2a BauGB). Eine bestimmte Nutzungen ausschließende Festsetzung ist planerisch gerechtfertigt, wenn das vorgegebene Ziel (z.B. Erhalt oder Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereichs) aus heutiger Sicht damit erreicht werden kann.

- Vorhalten und Sicherung eines Gebietes für das produzierende Handwerk, Gewerbe oder die Industrie und Sicherung dieser Absicht durch die Bauleitplanung.

Somit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein eines Einzelhandelskonzeptes in Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in Bürstadt auch zukünftig gesteuert werden kann.

Über die Einteilung der Sortimente nach Zentrenrelevanz hinaus sind folgende weiterführende Aspekte anzusprechen:

- **Randsortimente**
  Als Regelung zum geordneten Umgang mit Randsortimenten sollte aufgenommen werden, dass an Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches die zentrenrelevanten Sortimente (z.B. bei Möbelmärkten, Bau- und Gartenmärkten) dahingehend begrenzt werden, dass diese nur max. 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche einnehmen, soweit hiervon keine nachteiligen Auswirkungen auf die Innenstadt ausgehen. Diese Beschränkung entspricht auch den Forderungen der hessischen Landesplanung[1].

- **Sicherung der Nahversorgung**
  Die Sicherung der Nahversorgung in Bürstadt ist grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich bzw. an integrierten Standorten durchzuführen. Sofern die Nahversorgung nicht oder nicht ausreichend an diesen Standorten gewährleistet werden kann, sind auch Standorte in Scharnierlage[2] – und mit deutlich abgestufter Priorität in nicht integrierter Lage - auf ihre Eignung zu prüfen. Dies sollte nur im Einzelfall möglich sein. Der Nahversorgung sind hierbei insbesondere die Sortimente Lebensmittel, Back-, Fleisch- und Wurstwaren, Reform- und Apothekenwaren, Schnittblumen, Zeitungen, Zeitschriften, Schreibwaren und Drogeriewaren zuzu-

---

1 Die Ziele der Raumordnung und Landesplanung des Landesentwicklungsplans Hessen 2000 werden durch eine Verwaltungsvorschrift „Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht“ – Hinweise und Erläuterungen (Neufassung 2005) vom Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung konkretisiert. In Erläuterung zum Ziel des Ausschlusses innenstadtrelevanter Sortimente außerhalb städtebaulich integrierter Bereiche wird hier ein Verkaufsflächenanteil für zentrenrelevante Randsortimente von max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 800 m² VK festgelegt.

2 Standorte in sog. Scharnierlage bzw. teilintegrierter Lage übernehmen noch Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Gebiete. Diese Standorte sind den Siedlungsbereichen räumlich zugeordnet bzw. unmittelbar angegliedert, so dass auch eine gewisse Fußläufigkeit gegeben ist. Dies trifft in Bürstadt insbesondere auf die potenziellen Standorte für einen Lebensmittelmarkt in der Kernstadt Ost zu.

ordnen. Die Flächenbegrenzungen sollen im Einzelfall so festgelegt werden, dass sie die Nahversorgung des Stadtteils oder des Wohngebietes sicherstellen, die Einzelhandelsbetriebe überlebensfähig sind, aber auch gleichzeitig keine städtebaulich negativen Auswirkungen auf die Innenstadt zu befürchten sind.

2. Standortkonzept

Ein Einzelhandelskonzept soll im Sinne einer geordneten städtebaulichen Entwicklung zu einer Funktionsteilung zwischen der Innenstadt und den dezentralen Lagen führen. Diese Funktionsteilung funktioniert insbesondere dann, wenn die Standortlagen über leistungsfähige Betriebsformen verfügen und eine sortimentsspezifische Unterscheidung zwischen den Lagen erfolgt. Aktuell herrscht in Bürstadt ein gewisses Ungleichgewicht zu Ungunsten der Innenstadt, da auch viele zentrenrelevanten Sortimente am dezentralen Standort Mainstraße angesiedelt wurden.

Folglich muss in Bürstadt zwischen zwei Standorttypen unterschieden werden:

- **Innenstadt** = Zentraler Versorgungsbereich mit der Einkaufsinnenstadt
- **Ergänzungsstandort** Mainstraße

Weitere Einzelhandelsbetriebe sind als Solitärstandorte zu bezeichnen, die keinen Standortzusammenhang mit weiteren Einzelhandelsbetrieben aufweisen (vgl. Karte 5). Überwiegend handelt es sich dabei um Betriebe des täglichen Bedarfs (u. a. Lidl Lebensmitteldiscounter, Bäckereien, Getränkemärkte).

2.1 Innenstadt

Die innerstädtische Haupteinkaufslage übernimmt nicht nur eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion im Einzelhandel, sondern auch eine wichtige Funktion als Kommunikationsraum; als Standort für private Dienstleister, Ärzte, Gastronomie und Kultur. Zur Weiterentwicklung der Innenstadt von Bürstadt müssen vor allem zwei Aspekte berücksichtigt werden:

- Zum einen die Sicherung der bestehenden Strukturen in der Einkaufsinnenstadt durch laufende Attraktivierung und Anpassung des Angebotes und Erhöhung der Frequenz durch ergänzende Nutzungen (z. B. Gastronomie / Dienstleister). Um sich gegen den Ergänzungsstandort Mainstraße als reinem Versorgungsstandort (ohne Aufenthaltsqualität) abzuheben, ist eine zielgruppenorientierte Ausrichtung der Angebote mit einem ausgeprägten Kundenservice notwendig.

- Zum anderen sind mögliche Entwicklungsflächen, die die Integration weiterer Angebotsformen ermöglichen und damit ebenfalls zur Sicherung bestehender Strukturen beitragen können, zu prüfen. Hier ist insbesondere die Reaktivierung / Umstrukturierung leerstehender Ladenlokale oder mindergenutzter Immobilien anzusprechen (z. B. Nibelungenstraße / Mainstraße / Marktstraße). Diese können sowohl für Einzelhandel (z. B. Reformwaren / Sanitätswaren, Textilien, Telekommunikation) als auch für Dienstleistungen oder gastronomische Einrichtungen genutzt werden, die das Angebotsspektrum in Bürstadt ergänzen und zur Frequentierung der Innenstadt beitragen.

Im Rahmen der Angebotsergänzungen sind in der Innenstadt grundsätzlich alle Sortimente zulässig, wobei der Schwerpunkt auf zentrenrelevanten Sortimenten liegen sollte.

In Bürstadt wird die Innenstadt als **zentraler Versorgungsbereich** abgegrenzt (vgl. Karte 5). Ergänzend werden bei der Abgrenzung des Versorgungsbereichs auch die öffentlichen und privaten Dienstleistungen sowie kulturelle Angebote berücksichtigt, die diesen Bereich mit prägen.

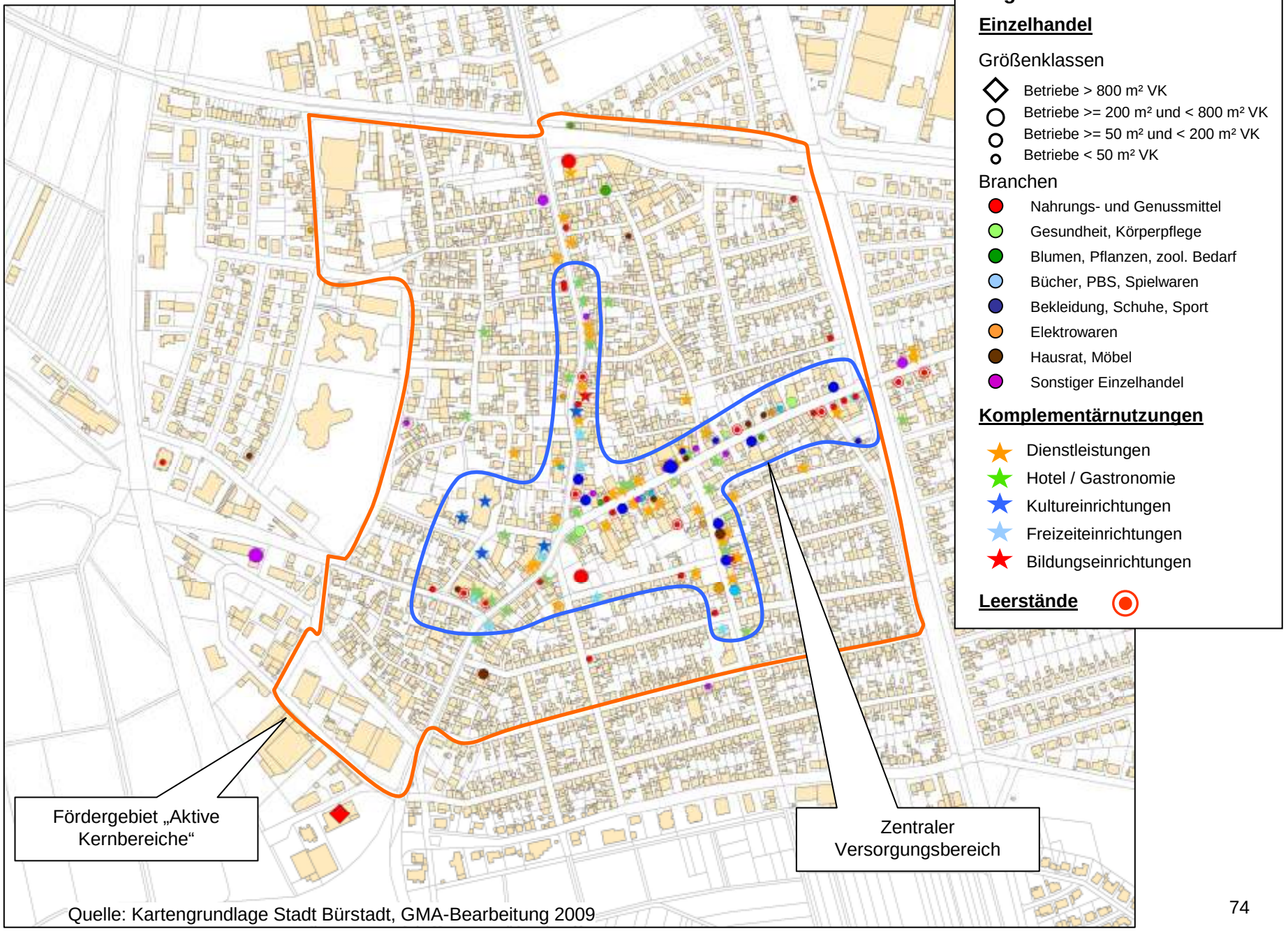
Der **zentrale Versorgungsbereich im Sinne des BauGB in Bürstadt (Innenstadt)** umfasst im wesentlichen die Nibelungenstraße zwischen Bahnlinie und grob dem Kreuzungsbereich Lampertheimer Straße / Peterstraße, die mit der Kirche St. Michael auch die westliche Grenze des zentralen Versorgungsbereiches bildet. In nördliche Richtung dehnt sich der zentrale Versorgungsbereich entlang der Mainstraße als traditioneller Einzelhandelslage ungefähr bis zum Kreuzungsbereich Kanalstraße aus; Richtung Süden wird die Marktstraße und Wilhelminenstraße noch mit umfasst. Der so abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich ist hinsichtlich seiner Nutzungsvielfalt im Bereich Einzelhandel, Dienstleistungen, gastronomischer sowie kultureller Einrichtungen als noch fußläufig erlebbarer Raum zu sehen. In diesem Bereich ist auch die weitere Ansiedlung von Einzelhandels-

und Dienstleistungsnutzungen vorstellbar, auch wenn insbesondere in den Randbereichen Einzelhandelsnutzungen deutlich abnehmen. Außerhalb des so abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs sind insbesondere Wohnnutzungen im unmittelbaren Umfeld vorhanden.

Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs erfolgte auf Basis der Bestandserhebungen sowie intensiver Vor-Ort-Besichtigungen. Es handelt sich um eine grundstücksscharfe Darstellung. Dabei ist jedoch anzumerken, dass die Begrenzung nicht als absolut starr behandelt werden sollte. Bei möglichen Ansiedlungsvorhaben in räumlicher Nähe zu dem zentralen Versorgungsbereich ist in einer Einzelfallprüfung zu bewerten, inwieweit das Vorhaben dem Versorgungsbereich zuzuordnen ist, ihn ggf. unterstützt bzw. ihm schadet. Dies könnte insbesondere auf potenzielle Standorte für großflächige Magnetbetriebe zutreffen, sofern sie bestehende Anbieter in der Innenstadt bzw. in den Nahversorgungslagen nicht gefährden.

Die Kernstadt Bürstadt weist einen kompakten Siedlungskörper auf, der durch die Bahnlinien in Nord-Süd- bzw. Ost-West-Richtung geteilt wird. Die innerörtlichen Erschließungsstraßen wie Nibelungenstraße oder Mainstraße weisen dagegen weniger starke Barrierefunktionen auf. Daher ist der Wohnbereich der Kernstadt mit der Innenstadt als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort sehr eng verzahnt; die innerstädtische Einzelhandelslage kann von dem verdichteten Wohnen im unmittelbaren Umfeld und den geringen topographischen Unterschieden profitieren. Daher ist nicht nur allein der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich, sondern auch weitere Wohnquartiere im Umfeld als engerer Kernstadtbereich zu bezeichnen, der so auch im Städtebauförderprogramm **„Aktive Kernbereiche“ als Fördergebiet** abgegrenzt wurde (vgl. Karte 5). Damit dieser engere Kernstadtbereich perspektivisch auch als Wohnstandort attraktiv bleibt, sind Verbesserungen in Immobilienstrukturen und der Wohnumfeldgestaltung notwendig (z. B: energetische Sanierungen, Freiraumgestaltung usw.).

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich und Fördergebiet „Aktive Kernbereiche“



Quelle: Kartengrundlage Stadt Bürstadt, GMA-Bearbeitung 2009

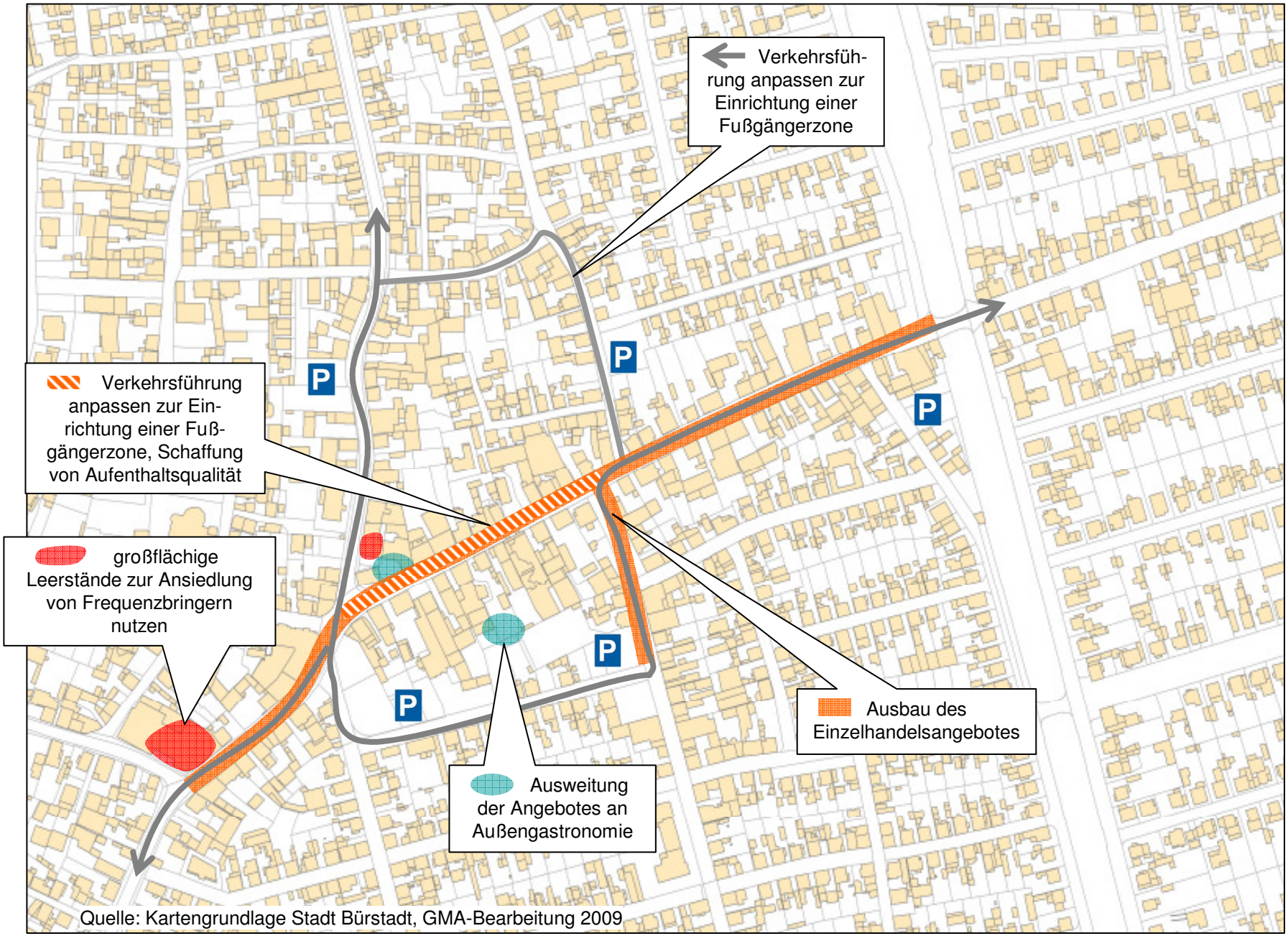
In den nachfolgenden Kapiteln werden für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt von Bürstadt Entwicklungsansätze und Maßnahmen zu verschiedenen Themenfeldern angesprochen, die zum einen der Aufwertung der Innenstadt als Einzelhandelsplatz dienen, zum anderen aber auch die positive Entwicklung des Gesamtstandortes Kernstadt Bürstadt aufgreifen. Ein wesentlicher Aspekte hierbei ist die **Einrichtung einer Fußgängerzone** im Bereich der Nibelungenstraße zwischen Marktstraße und Kreuzung Mainstraße (historisches Rathaus). Wie auch bereits die Ergebnisse der Passantenbefragung und Einzelhändlerbefragung aufzeigen, stellen die mangelnde Einkaufsatmosphäre und die fehlende städtebauliche Qualität in der Innenstadt Bürstadt eine wesentliche Schwäche dar. Aufgrund der Straßen- und Immobilienstrukturen in der Innenstadt lassen sich derzeit keine wesentlichen Platzstrukturen für z. B. Außengastronomie und Möblierung im öffentlichen Straßenraum abbilden. Die gute verkehrliche Erreichbarkeit der Innenstadt und das ausreichende Parkplatzangebot sind als Positivfaktor zu werten. Dennoch ist aus gutachterlicher Sicht eine Einrichtung einer Fußgängerzone im dargestellten Straßenabschnitt vorstellbar, ohne dass eine wesentliche Anzahl von Parkplätzen verloren ging.

Die nachfolgende Karte 6 stellt einige der städtebaulichen und verkehrlichen Handlungsansätze für die Innenstadt von Bürstadt dar. Hieraus wird auch ersichtlich, dass eine geänderte Verkehrsführung und eine gute Ausschilderung der vorhandenen Parkmöglichkeiten auch mit der Einrichtung einer Fußgängerzone einhergehen könnten. Auch mit einer Einrichtung einer Fußgängerzone wäre weite Teile der Einzelhandelsschwerpunkte in der Marktstraße und der Nibelungenstraße noch direkt mit dem Pkw erreichbar (straßenbegleitendes Parken und Parken am Marktplatz); gleichzeitig würde auf einem überschaubaren Straßenabschnitt die Möglichkeit entstehen, entsprechende städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen voranzubringen und Aufenthaltsqualität in der Innenstadt zu etablieren.

Hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung in der Innenstadt von Bürstadt sind folgende Entwicklungsansätze anzusprechen:[1]

[1] An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass es sich zunächst nur um erste Empfehlungen handeln kann, da insbesondere eine städtebauliche Analyse nicht Gegenstand des Gutachtens war.

Karte 6: Handlungsansätze für die Innenstadt Bürstadt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Bürstadt, GMA-Bearbeitung 2009

2.1.1 Empfehlungen für die Einzelhandelsentwicklung und zur Nutzungsanreicherung im engeren Kernstadtbereich

- Ausbau des Einzelhandelsangebotes zur Sicherung der Versorgungsbedeutung, insbesondere qualitativ, z. B. Spezialanbieter im Nahrungs- und Genussmittelbereich (Reformwaren, Biolebensmittel), Sanitäts- / Orthopädiewaren, Textilien, Telekommunikation
- Konzentration der Handelsentwicklung auf den Bereich Nibelungenstraße im Bereich zwischen Bahntrasse und Lampertheimer Straße / Marktstraße / Mainstraße
- Ansiedlung von Frequenzbringern auch außerhalb des Einzelhandels (z. B. gastronomische Angebote, Freizeitangebote), Bürgerbüro, Umweltberater (Infozentrum regenerative Energien)
- Verbesserungen im bestehenden Einzelhandel durch absatzpolitische Maßnahmen (z. B. Sortimentsüberprüfung, Warenpräsentation, Schaufenstergestaltung)
- Abstimmung der Kernöffnungszeiten, keine Schließungen zur Mittagszeit
- Abstimmung von einheitlichen Beleuchtungszeiten am Abend / im Winter
- Qualitätsverbesserungen im Service, z. B. durch Schulungen
- Standortmanagement (frühzeitige Identifizierung von möglichen Leerständen, aktive Ansprache von Investoren / Gewerbetreibenden, Unterstützung von Immobilieneigentümern)
- Ansiedlung von Gewerbebetrieben / Dienstleistern im Bereich regenerative Energien im Kernbereich (z. B. Gewerbebrachen); damit auch Erhöhung von Arbeits- / Ausbildungsplätzen in Innenstadtnähe.

2.1.2 Empfehlungen im Bereich Verkehr / Parken

- Etablierung einer Fußgängerzone in der Nibelungenstraße zwischen Marktstraße und Mainstraße
- Alternativenprüfung zur Verkehrsführung zur Etablierung einer Fußgängerzone (Aufhebung der Einbahnstraßeregelung in der Wilhelminenstraße)

- Etablierung eines statischen Parkleitsystems, klare Benennung der Parkplätze
- Bessere Information über die Parkplätzen und Vermarktung des Parkplatzangebotes (z. B. über Internet, Stadtpläne, Broschüren).

2.1.3 Empfehlungen im Bereich Städtebau / Aufenthaltsqualität

- Prüfung von Zusammenlegung von Flächen für größere Ladeneinheiten
- Geschäftsräume mit ausreichender Flächenverfügbarkeit für die Ansiedlung neuer Magnetbetriebe prüfen (z.B. ehemaliger Heiser+Friedrich oder Nibelungenstraße 24; derzeit mindergenutzt bzw. leerstehend)
- Einrichtung einer Fußgängerzone als grundsätzlich Voraussetzung für mehr Aufenthaltsqualität
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität durch mehr Sitzgelegenheiten, „Treffpunkte“
- Etablierung von Außengastronomie (z.B. im Bereich altes Rathaus oder durch die ansässige Metzgerei / Bäckerei)
- Nach Schaffung der Fußgängerzone entsprechende Möblierung: Sitzbänke (konsumfreie Ruheräume), Spielgeräte, Beleuchtungskonzept, Mülleimer
- mögliche Zwischennutzungen für Leerstände fördern, um die negative Beeinflussung des Umfeldes zu verringern (z.B. Ausstellungen von Künstlern in den Schaufenstern o.ä.); ggf. Rückbau zum Wohnen in den Randlagen prüfen
- Innenstadteingänge gestalten, um sichtbare Abgrenzung zu erreichen
- Im Zuge des Förderprogrammes „Aktive Kernbereiche“ auch Verbesserung der Wohnumfeldqualität in der Innenstadt / dem engeren Kernbereich
- Bessere Integration des Bereichs Marktplatz in die Innenstadt, z.B. auch Außengastronomie im rückwärtigen Bereich der Nibelungenstraße einrichten.
- Neuordnung von rückwärtigen Grundstücksbereichen an der Nibelungenstraße; hier ggf. Möglichkeiten für Biergarten / Gartenlokal; bei Immobilien besteht die Möglichkeit einer Verkaufsflächenerweiterung in die Tiefe.

2.1.4 Empfehlungen im Bereich Marketing

- Schaffung von Organisationsstrukturen im Stadtmarketing
- Optimiertes Veranstaltungsmanagement; Qualitativer Ausbau des Veranstaltungsangebots[1]
- Gezielte Bewerbung der Veranstaltungen (Radio, Regional TV, Zeitungen, Internet)
- Regelmäßige „Kolumne“ im Ortsblatt – die Gewerbetreibenden stellen sich vor
- Einbindung in das Grundthema „Regenerative Energien“, z. B. Energielehrpfad durch die Stadt
- Gemeinsame Werbeaktionen in der Innenstadt ausweiten, um Kunden und Kaufkraft zu binden (z.B. Gutscheinaktionen)
- Zusammenarbeit von Händlern / Dienstleistern im Thema regionale Produkte (kurze Wege / Nachhaltigkeit)
- in Eingangsbereichen zur Innenstadt Werbetafeln mit Auflistung der ansässigen Geschäfte (Einzelhandel / Dienstleistung / Gastronomie)
- offensive Vermittlung der Vorteile der Innenstadthändler – Service, Beratung: Qualitätsoffensive.

2.2 Ergänzungsstandort Mainstraße / dezentrale Standorte

Zur Sicherung und Stärkung des vorhandenen zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt Bürstadt ist eine eng begrenzte Einzelhandelsentwicklung in den dezentralen Standortbereichen von Bedeutung. In Bürstadt ist hier als wesentlicher Autokundenstandort der Fachmarktstandort Mainstraße zu nennen.

Neben den bisher hier ansässigen Betrieben aus dem Lebensmittelsektor sowie den Fachmärkten aus dem Nichtlebensmittelsektor sollten hier in Einzelhandelshinsicht nur noch nicht zentrenrelevante Sortimente etabliert werden. Die Ansiedlung der genannten

[1] Gerade im Hinblick auf Werbeaktionen und Veranstaltungen gibt es eine Fülle von Möglichkeiten, die individuell für die Stadt in Zusammenarbeit mit den Gewerbetreibenden erarbeitet werden müssten.

zentrenrelevanten Sortimente ist vor dem Hintergrund der Rolle Bürstadts als Mittelzentrum und zum Zwecke der Verkehrsbündelung insbesondere im Lebensmittelhandel als komfortablen Standort für die Kunden als richtig zu sehen. Eine weitere Ausdehnung von zentrenrelevanten Sortimenten würde den Standort Bürstadt jedoch hier nicht weiter bringen und würde die Gefahr einer zu starken Wettbewerbssituation zur Innenstadt jedoch noch einmal erhöhen.

In den weiteren Gewerbegebieten bzw. in Standortlagen außerhalb der Innenstadt, die ggf. nicht über das Baurecht geregelt sind (sog. § 34er Gebiete) sollten zentrenrelevante Einzelhandelssortimente ausgeschlossen werden. Dadurch ist sicherzustellen, dass eine Entwicklung in den betroffenen Bereichen nicht zu Lasten der zentralen Lage geht. Die als Gewerbegebiete ausgewiesenen Flächen sollten neben ihrer eigentlichen Funktion als Gewerbeflächen, insbesondere für das produzierende Gewerbe, höchstens jedoch als Standorte für den sog. nicht zentrenrelevanten Einzelhandel vorgesehen werden. Dies betrifft aus gutachterlicher Sicht auch die derzeitigen Leerstände der ehemaligen Lebensmittelmärkte Aldi und Edeka im Südwesten des Stadtgebietes. Die bestehenden Betriebe in den Gewerbegebietslagen, auch die mit zentrenrelevanten Sortimenten, genießen Bestandsschutz.

Zur Sicherung der Standortkonzeption sollten die bestehenden rechtsgültigen Bebauungspläne angepasst werden. Nur eine **konsequente Umsetzung des Standort- und Sortimentskonzeptes bei gleichzeitigem aktiven Handeln in der Innenstadt** kann zu einer Stabilisierung der Innerstädtischen Einkaufslage führen.

An allen sonstigen Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches bzw. außerhalb des Ergänzungsstandortes sollte großflächiger Einzelhandel ausgeschlossen werden; in den Gewerbegebietslagen bzw. an den Ausfallstraßen auch kleinflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel. Auch hier genießen bestehende Betriebe natürlich Bestandsschutz.

3. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in Zusammenarbeit mit der Stadt Bürstadt erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

- **Verabschiedung in der Stadtverordnetenversammlung als bindendes Entwicklungskonzept** (vgl. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB): Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt auch vor Gericht als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere ist hier auch die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche von Belang.
- **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung:** Die Standortempfehlungen sollten möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet § 9 Abs. 2a BauGB. Für die Begründung kann das vorliegende Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es von der Stadtverordnetenversammlung beschlossen worden ist.

VII. Zusammenfassung

Das vorliegende Einzelhandelsgutachten für die Stadt Bürstadt stellt die wesentlichen Strukturdaten des Einzelhandels zusammen und trifft Empfehlungen zur weiteren Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Bürstadt v. a. in Bezug auf die Weiterentwicklung und Stärkung der Innenstadt von Bürstadt. Die **Ergebnisse der Untersuchung** lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Die Stadt Bürstadt zählt aktuell ca. **15.600 Einwohnern** und nimmt die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums wahr. Aufgrund eines ausgeprägten Wettbewerbs im Umland (Nähe zum Oberzentrum Mannheim, Mittelzentrum Worms, Viernheim) übernimmt Bürstadt trotz seiner zentralörtlichen Funktion nur eine vergleichsweise geringe überörtliche Versorgungsfunktion.
- Das **Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Bürstadt** umfasst neben der Kernstadt Bürstadt (Zone I) die Gemeinde Biblis sowie den Lampertheimer Stadtteil Hofheim (Zone II). Insgesamt leben im Marktgebiet derzeit ca. 29.770 Einwohner mit einem Kaufkraftpotenzial von ca. 165,5 Mio. €.
- In der Stadt Bürstadt sind derzeit insgesamt **113 Betriebe** des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer **Gesamtverkaufsfläche von ca. 18.575 m²** ansässig. Die **Bruttoumsatzleistung** beträgt ca. **61,2 Mio. €**. Dabei liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt in der Stadt Bürstadt neben der Innenstadt am dezentralen Fachmarktzentrum Mainstraße. Während in der Innenstadt vorwiegend kleinflächige Anbieter zu finden sind, stellt das Fachmarktzentrum eine sinnvolle Ergänzung mit flächenintensiven Konzepten des kurz- und mittelfristigen Bedarfs dar.
- Seit der letzten Einzelhandelsuntersuchung im Jahr 2001 der gesa hat sich v.a. durch das Fachmarktzentrum Mainstraße die Verkaufsfläche in den dezentralen Lagen von Bürstadt deutlich erhöht. Allerdings ist dabei festzuhalten, dass die Entwicklungen aufgrund fehlender Flächen in der Innenstadt durchaus zu befürworten sind, da sich ansonsten aufgrund des hohen Wettbewerbsdrucks im Umland weitere Erhöhungen der Kaufkraftabflüsse ergeben hätten.
- Im Vergleich mit anderen Kommunen bzw. den GMA-Kennziffern weist die Stadt Bürstadt hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung in vielen Bereichen **gute Ausstattungswerte** auf. Insbesondere in den Sortimentsbereichen Bekleidung, Schuhe, Sport sowie bei Blumen/Pflanzen/zoolog. Bedarf werden überdurchschnitt-

liche Werte erzielt. Nachholbedarf besteht hingegen v.a. in den Branchen Elektrowaren, Hausrat/Einrichtung/Möbel sowie bei Bau- und Heimwerkerbedarf. Qualitativ gesehen besteht auch ein Nachholbedarf in hochwertigen Bekleidungsangeboten, da sowohl in der Innenstadt als auch an der Mainstraße Fachmarktkonzepte vorherrschen, die durch mittelpreisige Angebote ergänzt werden sollten.

- Aufgrund des hohen Wettbewerbsdrucks im Umland können in Bürstadt v.a. im Nichtlebensmittelsektor nur unterdurchschnittliche Einzelhandelszentralitäten erreicht werden (ca. 52 %). Hier besteht heute ein hoher Kaufkraftabfluss ins Umland. Im Lebensmittelbereich wird ein Wert von 107 % erreicht, so dass hier leichte Zuflüsse zu verzeichnen sind.
- Die auf Basis der Einzelhandelsdaten ermittelten Ergebnisse spiegeln sich auch in der durchgeführten Kunden- und Einzelhändlerbefragung wieder. V.a. im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich tendieren viele Kunden an Standorte wie Mannheim oder Viernheim, wo ein weitreichendes Angebot zu finden ist. Allerdings ist insgesamt trotzdem eine hohe Akzeptanz des Standortes Bürstadt zu erkennen. Die wesentlichen Verbesserungsvorschläge beschäftigen sich mit der Thematik Stadtbild und Innenstadtatmosphäre. Va. die Kunden sind für die Einrichtung einer Fußgängerzone, um in Bürstadt ein Innenstadtflair zu schaffen, das eine Erhöhung der Einkaufsatmosphäre mit sich bringen kann.

Die **Entwicklungschancen** des Einzelhandelsstandortes Bürstadt lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Bis zum Jahr 2020 wird für das Marktgebiet von **leicht rückläufigen Bevölkerungszahlen** ausgegangen. Insgesamt ist von einem Bevölkerungsrückgang im Marktgebiet um ca. 0,4 % gegenüber 2008 auszugehen. Im Prognosejahr 2020 errechnet sich daraus ein Kaufkraftvolumen von ca. 169,3 Mio. €[1]. Das bedeutet, dass die Kaufkraft im Marktgebiet nominal bis zum Prognosejahr leicht ansteigt (+ 2,3 %).
- Insgesamt ergeben sich aus dieser nur leicht steigenden Kaufkraft vor dem Hintergrund der jetzt schon in vielen Bereichen guten Verkaufsflächenausstattung der Stadt Bürstadt sowie der aktuell verhaltenen konjunkturellen Entwicklung **keine**

[1] zu Preisen von 2008.

wesentlichen Potenziale i. S. von Verkaufsflächenerweiterungen bzw. Neuausweisung von Verkaufsflächen. Neben einer Bestandssicherung durch Modernisierungsmaßnahmen sowie Flächenerweiterungen steht im Zentrum der Entwicklungschancen für die Stadt Bürstadt der **qualitative Ausbau des Angebotes** insbesondere in der Innenstadt. Dabei besteht Potenzial zur Ansiedlung von Spezialanbietern im Nahrungs- und Genussmittelbereich, Angebote für markenorientierte junge Zielgruppen im Bekleidungsbereich sowie im Ausbau des Angebotes an Elektrowaren in der Innenstadt.

Aufgrund des geringen Angebotes im langfristigen Beriech wäre eine Ausweitung des Angebotes bei Möbeln sowie bei Bau- und Heimwerkerbedarf denkbar. Dafür wäre eine weitere Ansiedlung am Ergänzungsstandort Mainstraße zu prüfen, was im Hinblick auf die weitere Entwicklung in diesen Sortimenten positiv zu bewerten wäre, allerdings angesichts der intensiven Wettbewerbssituation im Umland schwierig zu realisieren ist.

- Im Lebensmittelsektor ist v.a. im östlichen Stadtgebiet heute ein unterdurchschnittliches Nahversorgungsangebot festzuhalten. Aus diesem Grund wurden vier potenzielle Standorte für die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters bewertet. Dabei kann die beste Gesamtsituation für den Planstandort 2 (vgl. Karte 4) angeführt werden, der sich auf dem heutigen Freizeitsportgelände nördlich der Nibelungenstraße befindet.
- Das vorliegende Gutachten schlägt für die geordnete Weiterentwicklung des Einzelhandels zwei Konzeptbausteine vor: Zum einen die **„Bürstädter Liste“**, welche die wesentlichen Warengruppen in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente aufteilt. Mit diesem Instrument ist es möglich, für die Stadt Bürstadt die zentrenrelevanten Sortimente an nicht integrierten Standorten auszuschließen und somit das Warenangebot in der Innenstadt zu stärken.
- Neben diesem Sortimentskonzept wird im vorliegenden Gutachten ein **Standortkonzept** vorgeschlagen, das zum einen die Innenstadt als zentralen Versorgungsbereich abgrenzt und zum anderen mit der Festlegung des Ergänzungsstandortes Mainstraße die weitere Entwicklung in den dezentralen Standortbereichen der Stadt Bürstadt regelt.

KARTEN-, TABELLEN-, ABBILDUNGS- UND ÜBERSICHTSVERZEICHNIS Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1: Zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum 20
Karte 2: Wesentliche Einzelhandelslagen in der Stadt Bürstadt 23
Karte 3: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Bürstadt 34
Karte 4: Lebensmittelbetriebe in Bürstadt und Planstandorte für einen Nahversorger in der Kernstadt-Ost 65
Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich und Fördergebiet „Aktive Kernbereiche“ 74
Karte 6: Handlungsansätze für die Innenstadt Bürstadt 76

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung 1998 – 2008 im regionalen Vergleich 18
Tabelle 2: Einzelhandelsbestand in der Stadt Bürstadt nach Hauptwarengruppen 25
Tabelle 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen 2008 im Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt Bürstadt in Mio. € 36
Tabelle 4: Prognose der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Marktgebiet der Stadt Bürstadt 2020 58

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Arbeitsschritte der Einzelhandelsuntersuchung für die Stadt Bürstadt 3
Abbildung 2: Entwicklung des deutschen Einzelhandelsumsatzes 1998 – 2008 6
Abbildung 3: Marktanteile der Betriebstypen des Einzelhandels in Deutschland 7
Abbildung 4: Entwicklung des privaten Verbrauchs in Deutschland 1990 / 2007 8
Abbildung 5: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche 15
Abbildung 6: Verkaufsflächenverteilung nach Lagen 26
Abbildung 7: Einzelhandelsbestand in der Stadt Bürstadt nach Betriebstypen 27
Abbildung 8: Betriebsgrößenstruktur in Bürstadt 28
Abbildung 9: Verkaufsflächenausstattung im Vergleich 29
Abbildung 10: Einzelhandelsbestand im kommunalen Vergleich (Verkaufsfläche in m² je 1.000 Einwohner) 30
Abbildung 11: Verkaufsflächenausstattung 2001 und 2008 im Vergleich 31
Abbildung 12: Zentralitätskennziffern der Stadt Bürstadt nach Branchen 38
Abbildung 13: Ansiedlungsdauer 40

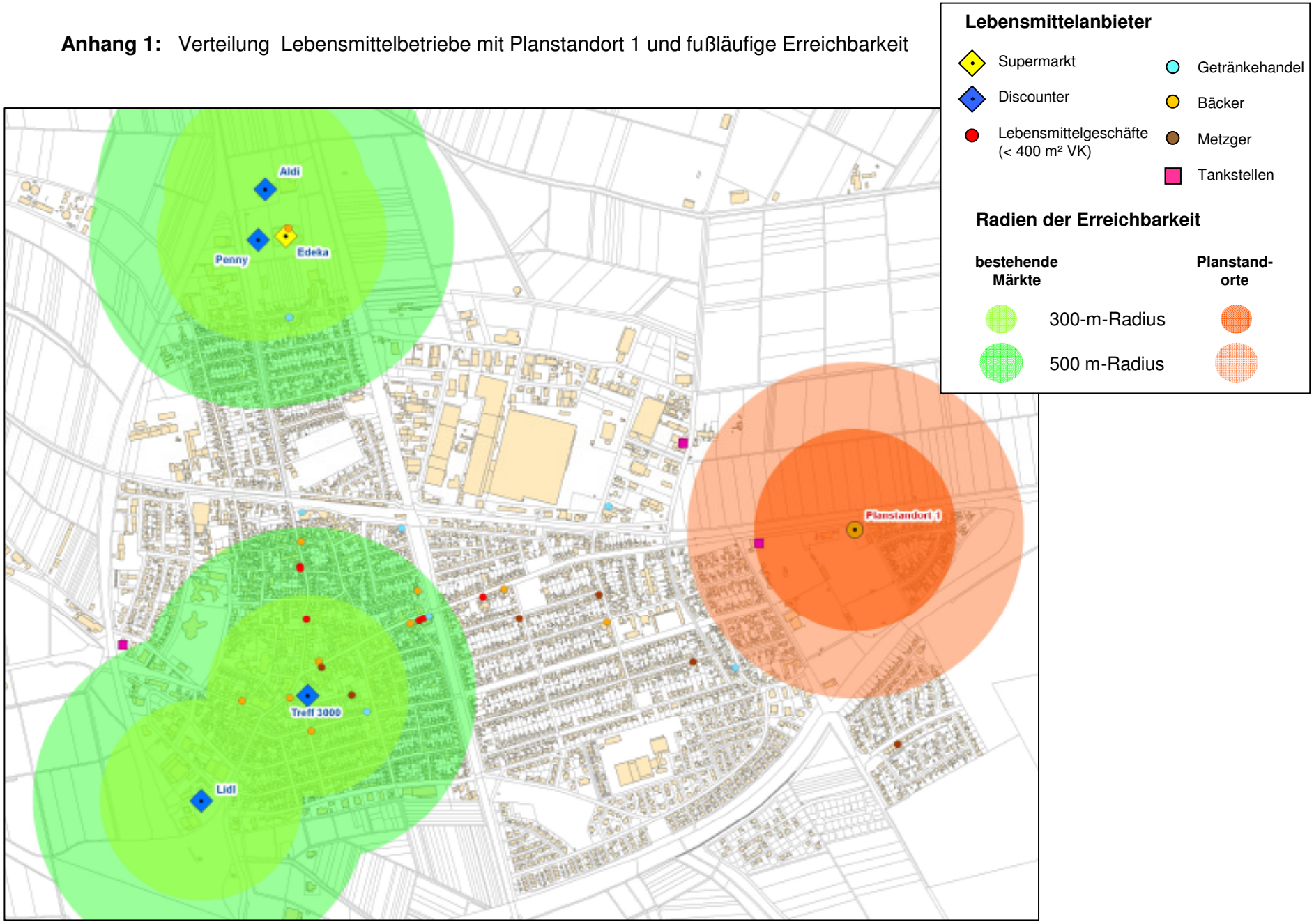
Abbildung 14:	Zufriedenheit mit der Umsatzentwicklung im vergangenen Geschäftsjahr	41
Abbildung 15:	Vorschläge zur Angebotsverbesserung in der Innenstadt	42
Abbildung 16:	Verbesserungsvorschläge nach Themen	43
Abbildung 17:	Statistische Merkmale der Befragten	45
Abbildung 18:	Einkaufshäufigkeit nach Altersgruppen in der Stadt Bürstadt	46
Abbildung 19:	Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation	47
Abbildung 20:	Einkaufshäufigkeit in auswärtigen Städten und Gemeinden	48
Abbildung 21:	Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich	49
Abbildung 22:	Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich	49
Abbildung 23:	Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich	50
Abbildung 24:	Gründe für einen Einkauf in Bürstadt	51
Abbildung 25:	Gründe gegen einen Einkauf in Bürstadt	51
Abbildung 26:	Bewertung der Bürstädter Innenstadt	52
Abbildung 27:	Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten	53
Abbildung 28:	Fehlende Angebote in Bürstadt	54
Abbildung 29:	Entwicklungen nach Einschätzung der Passanten	55
Abbildung 30:	Anregungen für den Einzelhandelsstandort Bürstadt	56

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1:	Stärken-Schwächen-Profil für die Innenstadt Bürstadt	32
Übersicht 2:	Gegenüberstellung der wesentlichen Standortkriterien für die vier Planstandorte in der Kernstadt-Ost	66
Übersicht 3:	GMA-Gliederungsvorschlag für Bürstadt nach zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten	69

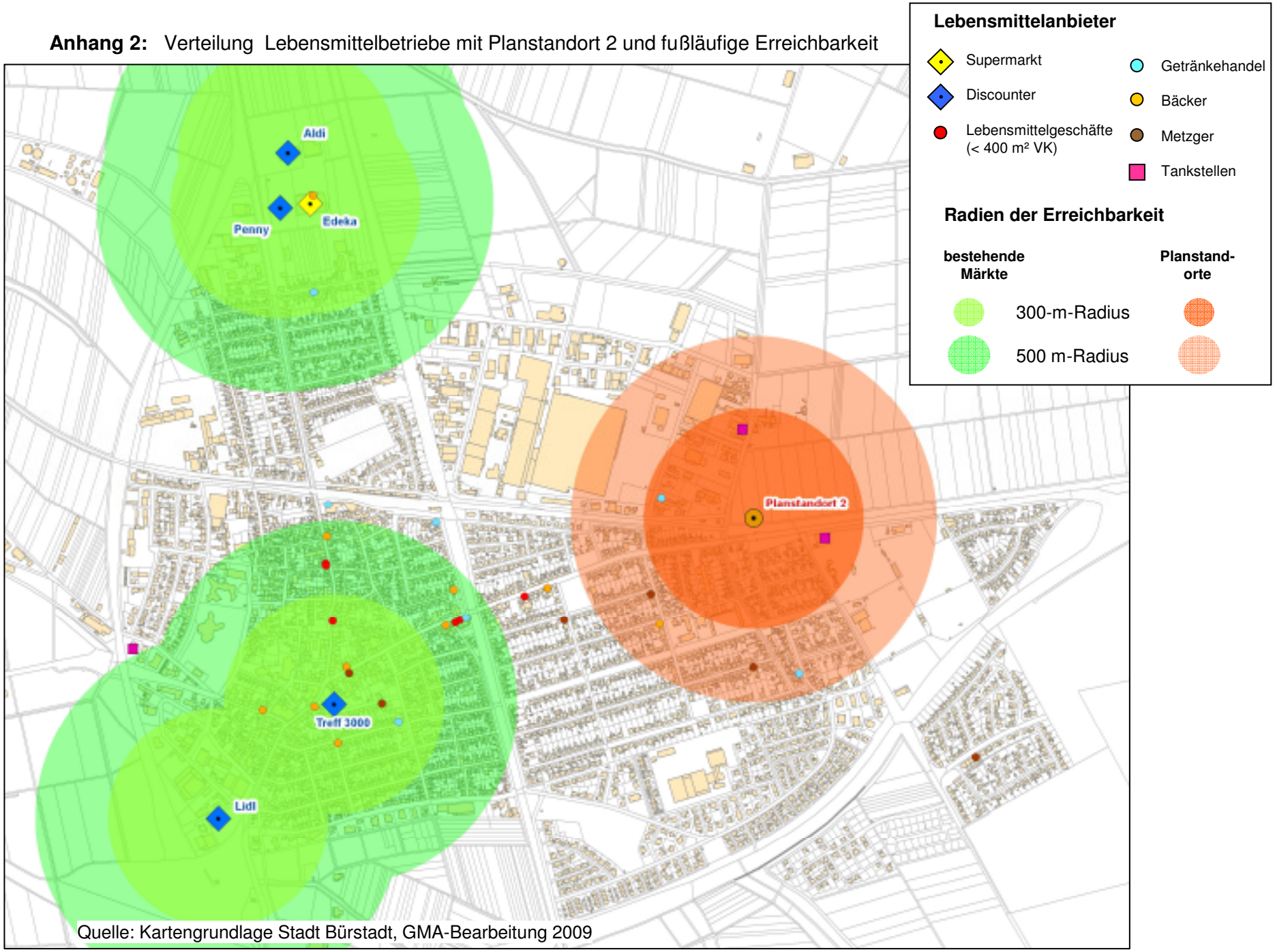
Anhang

Anhang 1: Verteilung Lebensmittelbetriebe mit Planstandort 1 und fußläufige Erreichbarkeit



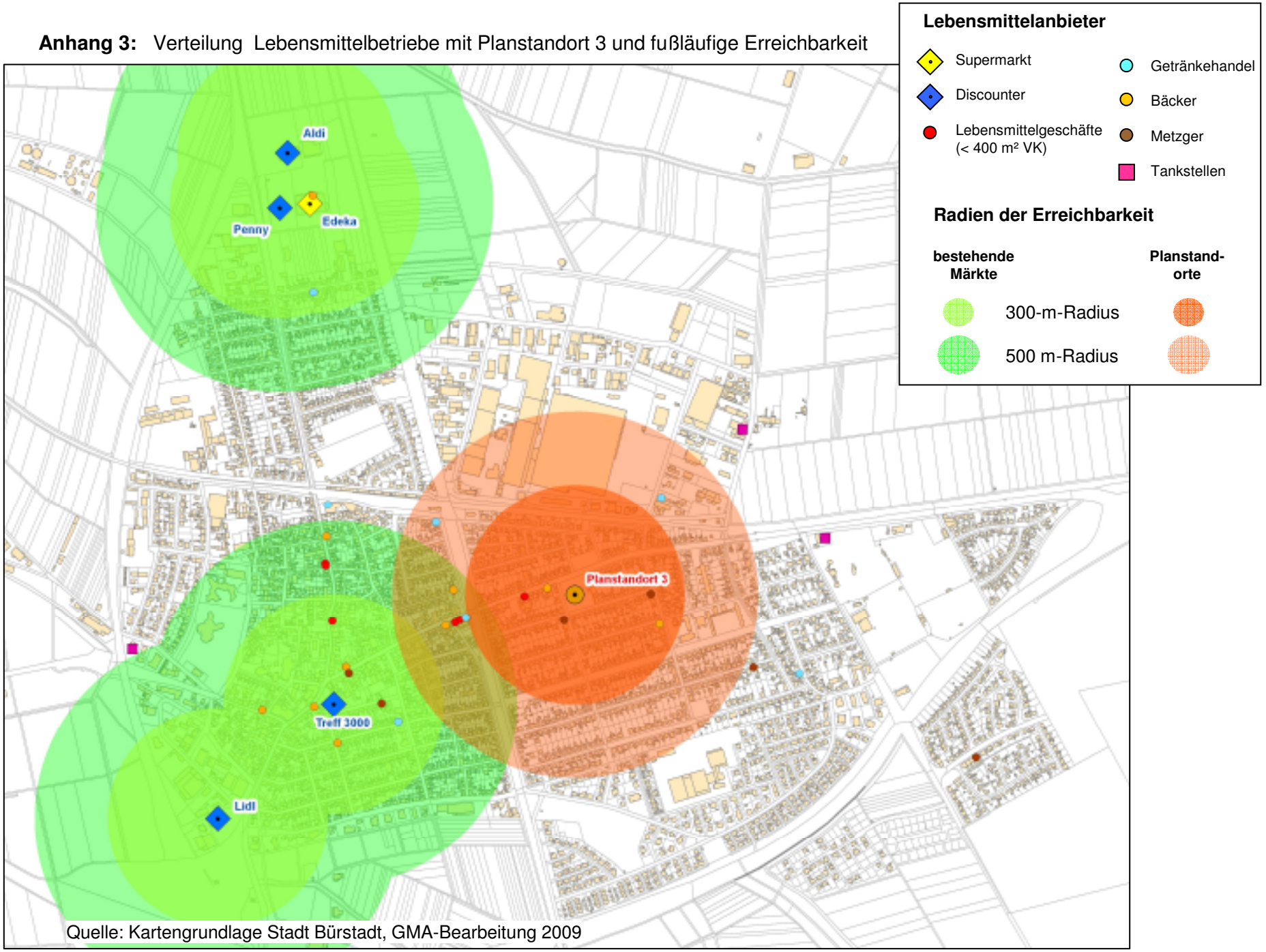
Quelle: Kartengrundlage Stadt Bürstadt, GMA-Bearbeitung 2009

Anhang 2: Verteilung Lebensmittelbetriebe mit Planstandort 2 und fußläufige Erreichbarkeit



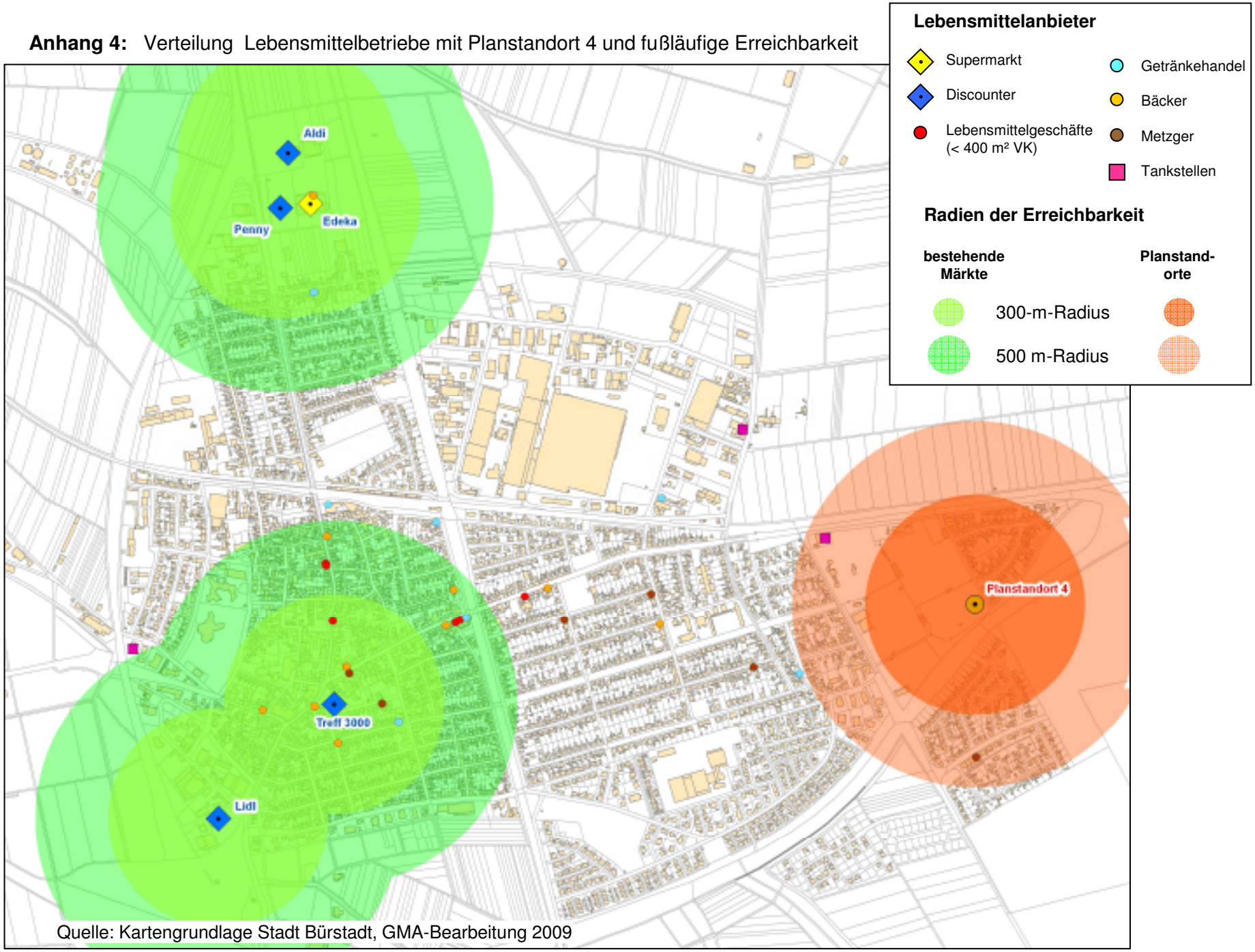
Quelle: Kartengrundlage Stadt Bürstadt, GMA-Bearbeitung 2009

Anhang 3: Verteilung Lebensmittelbetriebe mit Planstandort 3 und fußläufige Erreichbarkeit



Quelle: Kartengrundlage Stadt Bürstadt, GMA-Bearbeitung 2009

Anhang 4: Verteilung Lebensmittelbetriebe mit Planstandort 4 und fußläufige Erreichbarkeit



Quelle: Kartengrundlage Stadt Bürstadt, GMA-Bearbeitung 2009