



Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Bürstadt 2022

AUFTRAGGEBER: Stadt Bürstadt

PROJEKTLEITUNG: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck

PROJEKTBEARBEITUNG: Dipl.-Soz.Ök. Silke Schüler

Ludwigsburg, den 06.09.2022

Urheberrecht

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

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



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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführung: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek, Birgitt Wachs

Tel 07141 9360-0 / Fax 07141 9360-10
info@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Juli 2022 erteilte die Stadt Bürstadt der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes. Damit sollen in dem Entwurf zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2020 zwischenzeitlich erfolgte Änderungen im Datenbestand berücksichtigt und stärker auf kleinstrukturierte Nahversorgungsangebote sowie auf die Innenstadt und die hierzu laufenden Förderprogramme fokussiert werden.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Hessischen Statistischen Landesamtes und der Stadt Bürstadt, Branchenkenndaten des EHI und des Hahn-Verlages, Erhebungsdaten und Erkenntnisse aus früheren GMA-Untersuchungen in Bürstadt und der Region, Informationen zu aktuellen Erweiterungsplanungen von Bürstädter Einzelhandelsbetrieben sowie GMA-Erkenntnisse zu alternativen Nahversorgungseinrichtungen aus anderen Regionen zur Verfügung. Zudem wurden im Juli 2022 eine Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet von Bürstadt sowie eine eingehende Standortbesichtigung der Bürstädter Innenstadt, einschließlich einer Erfassung der dortigen städtebaulichen Strukturen, der aktuellen Leerstandssituation sowie der Dienstleistungs- und Infrastrukturangebote vorgenommen.

Der vorliegende Bericht soll der Stadt als Instrument für eine wirtschaftlich und städtebaulich zukunftsfähige Einzelhandelsentwicklung dienen, wobei insbesondere die Sicherung der Innenstadt und der Nahversorgung im Mittelpunkt stehen.

Sämtliche Daten und Informationen wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen und Gewissen erhoben, eingehend geprüft, unter Beachtung wissenschaftlicher Grundlagen ausgewertet und mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, den 06.09.2022
BE / SC

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Untersuchungsmethodik	7
3. Herausforderungen für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt	8
3.1 Entwicklungen und Trends auf der Angebotsseite	8
3.2 Entwicklungen und Trends auf der Nachfrageseite	10
3.3 Entwicklungen und Trends in der Nahversorgung	11
3.4 Konsequenzen für die (Innen-)Stadtentwicklung von Bürstadt	22
4. Einzelhandelsstandort Bürstadt	23
4.1 Wesentliche Strukturdaten der Stadt Bürstadt	23
4.2 Standortgefüge des Einzelhandels in Bürstadt	25
4.3 Grundlagen der städtischen Einzelhandelssteuerung (Einzelhandelskonzept Bürstadt 2009)	26
4.4 Relevante städtebauliche Planungen in der Stadt Bürstadt	27
II. Nachfragepotenzial für den Bürstädter Einzelhandel	29
1. Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels	29
2. Kaufkraftpotenzial 2022	31
III. Angebotsanalyse des Bürstädter Einzelhandels	32
1. Einzelhandelsbestand und -struktur in der Gesamtstadt	32
2. Entwicklung des Bürstädter Einzelhandels zwischen 2008, 2020 und 2022	37
3. Quantitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes und Benchmarking	38
4. Angebotssituation in der Innenstadt	39
5. Angebotssituation bei der Nahversorgung	45
IV. Entwicklungsrahmen für die künftige Einzelhandelsentwicklung	49
1. Determinanten der Einzelhandelsentwicklung	49
2. Empfehlungen zur künftigen Entwicklung der Einzelhandelsstrukturen in Bürstadt und Ableitung von Leitlinien für die räumliche Steuerung des Einzelhandels	52
2.1 Innenstadt	52
2.2 Nahversorgungsstandorte	53
2.3 Nicht integrierte Standorte	54

V. Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts („Einzelhandelskonzept Bürstadt 2022“)	55
1. Städtebauliche Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt	55
2. Sortimentskonzept Bürstadt 2022	55
3. Standortkonzept	60
3.1 Zentraler Versorgungsbereich	62
3.2 Nahversorgungsstandorte	64
3.2.1 Nahversorgungsstandort Nord (Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“)	65
3.2.2 Nahversorgungsstandort Ost (Forsthausstraße)	67
3.2.3 Nahversorgungsstandort Südwest (Die Lächner / Weidenweg)	70
3.3 Gebiete mit Einzelhandelsausschluss	70
4. Maßnahmen der Bauleitplanung	71
VI. Einordnung von vorliegenden Erweiterungsplanungen	75
1. Geplante Erweiterung Lidl am Standort Weidenweg 2	75
2. Geplante Erweiterung / Objektverlagerung Rossmann am Standort Mainstraße 135	76
3. Geplante Erweiterung Aldi am Standort Mainstraße 133	77
4. Geplante Erweiterung Netto am Standort Forsthausstraße 1	77
5. Vergleichende Bewertung der einzelnen Vorhaben	79
6. Kumulierte Betrachtung der Erweiterungsplanungen und Fazit	81

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die Stadt Bürstadt als eines von sechs Mittelzentren im Landkreis Bergstraße ist großer Konkurrenz durch andere Einkaufsstädte ausgesetzt, sodass eine herausragende Profilierung als Handelsplatz schwierig ist. Damit ist im Wesentlichen die Versorgung für die eigene Bevölkerung zu sichern. Zur Steuerung des Einzelhandels verfolgt die Stadt seit dem Jahr 2009 ein kommunales Einzelhandelskonzept, das u. a. Strategien zur Entwicklung der Innenstadt als zentralem Einkaufsbereich und zur Sicherung der sonstigen Standortlagen beinhaltet. Bereits im Jahr 2020 legte die GMA einen Entwurf zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes vor. Die mit diesem Bericht vorliegende erneute Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes soll die zwischenzeitlich erfolgten Änderungen im Datenbestand berücksichtigen und ergänzende Aussagen zu kleinstrukturierten Nahversorgungsangeboten sowie zur Innenstadt und den hierzu laufenden Förderprogrammen treffen.

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

Zum anderen sind die **örtlichen Nahversorgungsstrukturen zukunftsfest zu gestalten**, um eine wohnortnahe, möglichst auch ohne Pkw erreichbare Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs langfristig zu sichern. In Bürstadt sind, neben der Innenstadt, drei Nahversorgungsstandorte mit großflächigen Lebensmittelmärkten etabliert („Am Bibliser Pfad“, „Die Lächner“ und im Sondergebiet Ost). Diese drei Standorte übernehmen mit unterschiedlichen eine flächendeckende Nahversorgung. Um eine möglichst flächendeckende Nahversorgung zu erreichen, werden in diesem Bericht die Möglichkeiten zu einer Ergänzung dieser großflächigen Lebensmittelmärkte durch kleinflächige Nahversorgungsanbieter geprüft.

Ziel der Fortschreibung ist eine Konzeption, die ein **rechtssicheres räumliches Steuerungsinstrument** für die Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt für die kommenden Jahre bedeutet. Hierzu sind zunächst die Daten zu aktualisieren. Darauf aufbauend werden Empfehlungen für die zukunftsfähige Entwicklung des Einzelhandels der Stadt Bürstadt, insbesondere in der Innenstadt und der Nahversorgung, erarbeitet.

2. Untersuchungsmethodik

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um primärstatistische Daten (Erhebung des Ladeneinzelhandels¹), die durch die GMA flächendeckend im Juli 2022 vor Ort erfasst und dann ausgewertet wurden. Basis der Einzelhandelserhebung ist die in Abbildung 1 dargestellte Branchensystematik. Im Rahmen der Vor-Ort-Arbeiten wurden durch die GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen geprüft, um eine sachgerechte Beurteilung der Standortvoraussetzungen für den Einzelhandel zu ermöglichen. In der Innenstadt wurden die Erhebungsdaten zum Einzelhandel durch die sog. Komplementärnutzungen (d. h. konsumnahe Dienstleister, gastgewerbliche Betriebe, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Bildungseinrichtungen, öffentliche Verwaltung) und leerstehenden Ladeneinheiten ergänzt.

Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten vom statistischen Bundesamt, vom Hessischen Statistischen Landesamt sowie von Branchenverbänden und Research-Unternehmen zur Verfügung. Weitere Informationen wurden von der Stadt Bürstadt gestellt.

Abbildung 1: Verwendete GMA-Branchensystematik

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

GMA-Darstellung 2022

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

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

- / **Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“)** umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren, Reformwaren sowie Tabakwaren.
- / Als **„Nonfood“ (Nichtlebensmittel)** sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird unterschieden zwischen
 - **Nonfood I** (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) und
 - **Nonfood II** (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel, Heimwerker- und Gartenbedarf usw.)².

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

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

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

3. Herausforderungen für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt

3.1 Entwicklungen und Trends auf der Angebotsseite

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

- / Bereits seit den 1970er Jahren vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Ihre Marktbedeutung konnten v. a. großflächige Betriebstypen (z. B. Fachmärkte) und preisbetonte Angebots-

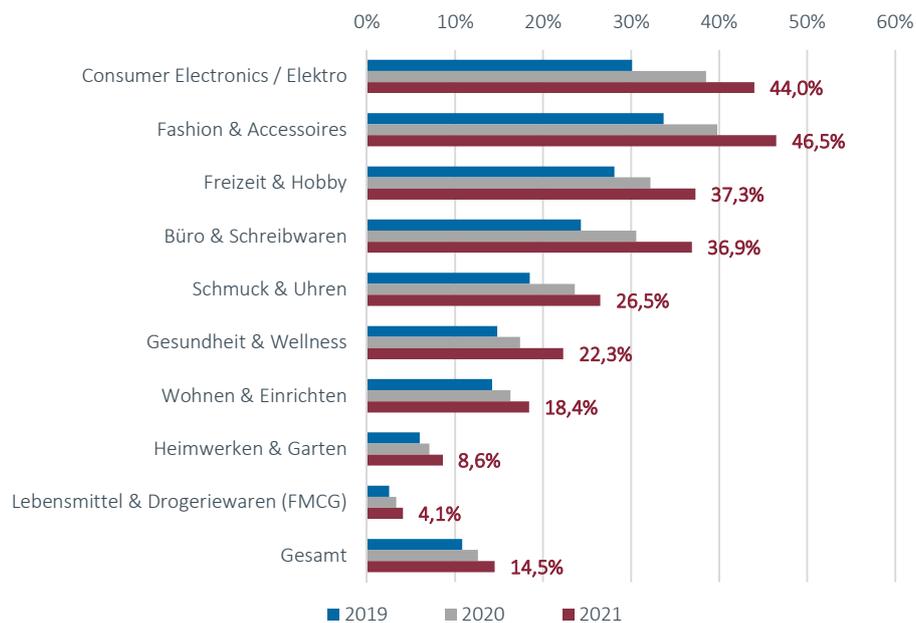
² Vgl. EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2020, Köln 2020, S. 363.

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

formen (z. B. Discounter, SB-Märkte, Fabrikverkäufe, Internetverkauf) ausbauen, wenn diese größenbedingte, beschaffungsseitige und logistische Vorteile nutzen können. Da diese Anbieter bei ihren Standortkosten rigide sparen, siedelten sie sich zumeist außerhalb der Innenstädte an autokundenorientierten Standorten an. Insbesondere in traditionellen Geschäftslagen der Innenstädte und Nahversorgungszentren vollzogen sich somit Verkaufsflächenrückgänge und auch Bedeutungsverluste. Abschmelzungen sind v. a. in Randlagen der Innenstädte zu beobachten.

Anders als der stationäre Einzelhandel, dessen Umsätze zuletzt stagnierten, kann der **Onlinehandel** hohe Wachstumsraten erzielen (laut HDE +19 % im Jahr 2021)⁴. Der Marktanteil des Onlinehandels im Einzelhandel i. e. S. (alle Warengruppen) lag 2021 bei 14,7 %, insgesamt wurden 2021 online ca. 86,7 Mrd. € netto erzielt⁵. Etwa 54 % der Onlineumsätze in Deutschland entfielen auf Amazon (Eigenhandel und Marketplace)⁶. Der Onlinehandel hat inzwischen alle Warengruppen erfasst. Besonders hoch sind die Marktanteile des Onlinehandels bei Mode / Schuhen / Accessoires und Unterhaltungselektronik / Fotobedarf und Elektrogroßgeräten, wo sie gegen 50 % streben. Ebenfalls hohe Bedeutung hat der Onlinehandel bei Spielwaren, Büchern, Sport / Fahrrädern und Büro- und Schreibwaren (jeweils über 35 %) sowie bei Uhren und Schmuck, Gesundheit und Wellness, Wohnen und Einrichten (jeweils über 18 %).⁷ Damit sind **insbesondere die Innenstadtleitsortimente durch die Online-Konkurrenz betroffen**.

Abbildung 2: Marktanteile des Onlinehandels nach Branchen 2019 – 2021



Quelle: GMA Darstellung 2022; Datenbasis nach bevh 2021, EHI 2022

⁴ Quelle: HDE / IfH Köln: Handel digital – Online-Monitor 2022, S. 5.

⁵ Quelle: HDE / IfH Köln: Handel digital – Online-Monitor 2022, S. 7. In den Online-Umsätzen sind nicht nur reine Internethandelsunternehmen enthalten, sondern auch Online-Marktplätze (Amazon Marketplace, eBay etc.) sowie Multichannel-Anbieter, d. h. stationäre Einzelhändler mit Onlineshops, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind.

⁶ Quelle: HDE / IfH Köln: Handel digital – Online-Monitor 2022, S. 28.

⁷ Quelle: HDE / IfH Köln: Handel digital – Online-Monitor 2022, S. 15.

Beim Einkauf von Artikeln des täglichen Bedarfs spielt der Onlinehandel in Deutschland wegen der hohen Verbraucheransprüche an Frische, Aussehen und Preis der Waren sowie der zusätzlichen Umweltbelastung durch Lieferung und Verpackung bislang keine weit verbreitete Rolle. So beträgt der Umsatzanteil des Onlinehandels bei Lebensmitteln derzeit ca. 2,2 %, bei Drogeriewaren und Hygienepapieren ca. 3,4 %⁸. Allerdings ist hier eine steigende Tendenz festzustellen. Hierzu tragen zum einen spezialisierte Nischenanbieter (z. B. Delikatessen, Wein, Spirituosen) bei, zum anderen Online-Vertriebskanäle der etablierten Lebensmittelketten (z. B. mit Liefer- und Abholdiensten in Ballungsgebieten) sowie auch Amazon.

- Bedingt durch die schwierige Situation des stationären Einzelhandels ging die Verkaufsfläche in Deutschland im Jahr 2020 erstmals zurück. Verstärkt wird die rückläufige Flächennachfrage zusätzlich durch die **Corona-Pandemie**. Verschiedene Wirtschaftsinstitute, darunter der Handelsverband Deutschland (HDE) und das Institut für Handelsforschung (IFH), erwarten ein Ausscheiden vieler Betriebe infolge der wirtschaftlichen Belastungen durch die mit der Corona-Krise verbundenen Beschränkungen. Gefährdet sind vor allem innenstadtrelevante Leitsortimente wie Bekleidung, Schuhe und Sportartikel sowie die Elektrobranche (v. a. Unterhaltungselektronik), welche schon heute einer deutlichen Online-Affinität unterworfen sind. Wird sich das Bild der klassischen Innenstadtsortimente zukünftig wandeln, mit der Folge einer rückläufigen Verkaufsflächennachfrage durch den Handel.

3.2 Entwicklungen und Trends auf der Nachfrageseite

Als wesentliche Einflussfaktoren auf der Nachfrageseite sind folgende Aspekte anzusprechen:

- Gesellschaftliche und demografische Wandlungsprozesse** (u. a. Verschiebung der Altersstruktur, Migration, Trend zu kleineren Familieneinheiten) haben **Präferenzverschiebungen** bewirkt und dadurch Veränderungen im Einzelhandel ausgelöst. Wenngleich die Altersgruppe der Senioren jetzt schon deutlich agiler und mobiler ist als frühere Generationen, wird wegen der wachsenden Lebenserwartung der Anteil der Personen mit erhöhtem Service- und Dienstleistungsbedarf noch zunehmen. Daneben wächst die Generation der „Digital Natives“ in das konsumfähige Alter hinein und prägt das Nachfrageverhalten (v. a. durch zunehmende Nutzung von Onlineangeboten).
- Die hohe Kunden-Mobilität hat die Wertigkeit von Einkaufslagen verändert und den Siegeszug von autokundenorientierten Standorten erst möglich gemacht. Die bisherige Präferenz des Autos als bevorzugtes **Verkehrsmittel für den Einkauf** bedingte einen großen Stellplatzbedarf, was v. a. den Handel in der Innenstadt benachteiligt. Zwar ist mittlerweile eine erhöhte Sensibilität von Verbrauchern und Politik gegenüber Staus, Luftverschmutzung, Benzinpreisen sowie Lärm durch Pkw- und Lieferverkehr zu bemerken, jedoch ist bisher noch keine flächendeckende „Verkehrswende“ eingetreten. Als neue städtebauliche Herausforderung kommt hinzu, dass der stark gestiegene Warentransport per Zustelldienst oder mit dem Fahrrad besondere Anforderungen an die Verkehrsgestaltung mit sich bringt.

⁸

Marktanteile: Quelle: HDE / IfH Köln: Handel digital – Online-Monitor 2022, S. 21.

-  Von dem bis 2019 zu beobachtenden Aufschwung der Konjunktur in Deutschland profitierte auch das **Konsumklima**. Für die kommenden Jahre ist allerdings wegen der als Folge der stark steigenden Energie-, Kraftstoff- und Arbeitskosten zu erwartenden Rezession von einem ernsten Konjunkturreinbruch auszugehen. Eine daraus folgende Kaufzurückhaltung der deutschen Verbraucher dürfte v. a. modische Güter sowie Güter des langfristigen Bedarfs betreffen (auch wegen der bereits recht hohen Ausstattungsquote in Deutschland). Auch steigende Aufwendungen für Mieten und Gesundheitsvorsorge könnten zu einer Dämpfung der Einzelhandelsnachfrage führen. Auch ist als Folge der zu beobachtenden Preissteigerungen in praktisch allen Bereichen des Lebens zu erwarten, dass die starke Nachfrage nach Niedrigpreisartikeln noch zunehmen wird.
-  Die deutschen Verbraucher zeigen generell ein **preissensibles Nachfrageverhalten**, was nicht nur durch „Schnäppchenlust“ bedingt ist sondern v. a. durch steigende Ausgaben der Konsumenten für Energie, Strom, Benzin, Miete oder Gesundheit. Zugleich sind die **Ansprüche der Kunden an den Einzelhandel stetig gewachsen** (u. a. an Auswahl und Verfügbarkeit der Waren, Nachhaltigkeit, Erreichbarkeit, Sicherheit und Sauberkeit der Einkaufslagen). Mit steigenden Einkommens- und Bildungsniveaus trat eine **Ausdifferenzierung der Nachfrage** auf, die häufig ein stärkeres Qualitäts- und Nachhaltigkeitsbewusstsein und eine stark gewachsene Nachfrage nach Biolebensmitteln beinhaltet.
-  Bezüglich der Innenstadt zeigen Zeitreihenbefragungen, dass das Thema **„Einkaufen“ mittlerweile nicht mehr nur der dominierende Besuchsgrund der Innenstädte** ist. Stattdessen wird das City-Shopping immer stärker mit anderen Aktivitäten verknüpft, etwa mit Arztbesuchen, Wahrnehmen von Kultur- oder Bildungsangeboten oder mit anderen Freizeitaktivitäten wie Gastronomiebesuche oder Bummeln / Flanieren.

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

3.3 Entwicklungen und Trends in der Nahversorgung

Anders als der stationäre Nonfood-Einzelhandel ist der **Lebensmitteleinzelhandel bislang nicht stark vom Onlinehandel geprägt**. Der Onlinehandel mit Nahrungs- und Genussmitteln wird zwar von den Verbrauchern teilweise auch akzeptiert (z. B. für Spezialitäten, Wein usw.), jedoch stellt das Internet für den Lebensmittelkauf wegen der gewünschten Frische und erforderlichen Verpackung der Waren (noch) keine verbreitete Angebotsform dar. Besonders in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft zudem meist auf ein sehr engmaschiges Netz an leistungsstarken Lebensmittelmärkten.

Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel konnte mit zunehmend attraktiver werdenden Läden seine Umsatzleistung in den letzten Jahren stetig vergrößern (+25 % zwischen 2013 und 2020) und zuletzt auch von der Corona-Pandemie profitieren. Unter den **Betriebsformen** entfällt nach wie vor der größte Marktanteil auf Discounter (ca. 44 % des Umsatzvolumens im Jahr

2020); Supermärkte kommen auf ca. 32 %, Große Supermärkte auf ca. 10 – 11 %, SB-Warenhäuser auf ca. 11 % und sonstige Lebensmittelgeschäfte auf ca. 2 – 3 %.⁹ Discounter sind wegen des Preisvorteils und ihres übersichtlichen Sortiments bei den deutschen Verbrauchern sehr beliebt. Vollsortimenter (Supermärkte und Große Supermärkte) zeichnen sich v. a. durch Sortimentsbreite, Frische, Convenience, Service, Ladenatmosphäre und persönliche Kundenansprache aus und konnten diese Vorteile während der Corona-Pandemie für sich nutzen. Ob spezialisierte Anbieter von Biolebensmitteln (Biosupermärkte und Naturkostläden, Hofläden, Reformhäuser, Unverpacktläden) weiterhin, wie in den letzten Jahren, von dem verstärkten Bewusstsein der Verbraucher zu nachhaltigem Konsumverhalten profitieren oder ob Sparzwänge aufgrund der zu erwartenden Rezession den Fokus der Verbraucher wieder stark auf Billig-Lebensmittel richtet, ist heute noch nicht absehbar.

In Reaktion auf die zunehmende Konkurrenz von Onlineanbietern bei Nonfoodartikeln haben sowohl Vollsortimenter als auch Discounter ihr Angebot umstrukturiert; sie profilieren sich jetzt deutlich stärker als noch vor 10 Jahren durch ein **qualitätvolleres und ausdifferenzierteres Lebensmittelangebot** (z. B. durch hohen Anteil an Frischeprodukten, Markenartikeln, Biolebensmitteln, regional erzeugten Lebensmitteln, fair gehandelten Waren usw.). Zugleich haben die deutschen Lebensmittelunternehmen im vergangenen Jahrzehnt ihre Umsatzanteile mit Nahrungs- und Genussmitteln deutlich ausgebaut, während die Umsätze mit Nonfood sanken.

Für die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs kommt modernen **Lebensmittelmärkten (Vollsortimenter, Discounter) eine besondere Bedeutung** zu, da sie nicht nur ein qualifiziertes Hauptsortiment an Lebensmitteln, Getränken und Drogeriewaren bieten, sondern auch die wichtigsten weiteren Sortimente des kurzfristigen Bedarfs (z. B. Zeitschriften, Schnittblumen, Schreibwaren) zumindest ausschnittsweise vorhalten. Moderne Lebensmittelmärkte sind daher als Garanten einer qualitätvollen Nahversorgung anzusehen, darüber hinaus auch als Leitbetriebe der Einzelhandelsstruktur.

Als **Verkaufsfläche** weisen Discounter heute im Durchschnitt ca. 800 m² VK¹⁰ auf, wobei mittlerweile Größen zwischen 1.000 und 1.500 m² VK von den Betreibern als marktgerecht angestrebt werden. Supermärkte verfügen über eine Durchschnittsgröße von ca. 1.030 m² VK; bei neuen Objekten werden von den Betreibern aber nach Möglichkeit Einheiten von deutlich mehr als 1.500 m² VK geplant. Hinzu kommen ggf. Flächen für ergänzende Betriebe wie etwa Back-shops. Der **wachsende Flächenbedarf** von modernen Lebensmittelmärkten ist v. a. auf die Ausdifferenzierung der individuellen Kundenvorlieben zurückzuführen, die auch eine Ausweitung der Sortimente mit sich brachten, außerdem auf steigende Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation sowie Optimierungsvorgaben der internen Logistik.

Spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte, Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Getränkemärkte, Convenience-Shops (Kioske, Tankstellen) und Hofläden übernehmen ergänzende Funktionen für die Grundversorgung. Eine Zusammenschau von **alternativen Nahversorgungsmöglichkeiten** ist den Abbildungen 3 –11 zu entnehmen. Hier muss jedoch sehr individuell geprüft werden, ob solche Konzepte vor Ort umgesetzt werden können.

⁹ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2021, S. 76; Köln 2021; GMA-Berechnungen.

¹⁰ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2021, S. 77f.; Köln 2021; GMA-Berechnung.

Abbildung 3: Alternative Nahversorgungskonzepte: Kleinflächige Lebensmittelmärkte („Nachbarschaftsmärkte“)

Nachbarschaftsmärkte	
Geschäftskonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kleine und mittlere Lebensmittelgeschäfte ▪ Sicherung der Grund- und Nahversorgung in kleinen Gemeinden ▪ unter dem Dach eines Großhandelspartners (Edeka, Um’s Eck) ▪ geführt von selbstständigen Kaufleuten oder als Franchise-Märkte ▪ hohe Kunden- und Serviceorientierung
Standort(-bedingungen)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verkaufsfläche bis zu 400 m² ▪ mind. 1.000 Einwohner im Einzugsgebiet ▪ in zentraler, verkehrsgünstiger Lage, PKW-Stellplätze erforderlich ▪ Voraussetzung: günstige Konkurrenzsituation / Distanz zu Lebensmittelmärkten → i. d. R. im ländlichen Raum ▪ günstige Mietkonditionen
Sortiment-Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundsortiment + evtl. regionale Angebote ▪ Kommunikations- und Einkaufsstätte in einem ▪ regionale Partnerschaften oder Erzeugergemeinschaften ▪ individuell anpassbares Sortiment ▪ Zusätzliche Service- und Dienstleistungsangebote (Lotto, Post, Bäcker)
Technische Lösungen	übliche Warenwirtschafts- und Kassentechnik
Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundversorgung in unterversorgten Gemeinden ▪ leistungsfähiger Großhändler ▪ regionale Produkte ▪ individuell anpassbares Sortiment ▪ Arbeitsplatzbedeutung
Best Practice Beispiel	<p>Um’s Eck-Läden im südlichen Baden-Württemberg und Bayern, 200 Standorte meist geführt von Franchisenehmern, von mittelständischen Lebensmittelgroßhändlern gegründet (LHG, UTZ, Rau)</p> <div style="text-align: center;">   </div> <p>Foto: https://www.utz-lebensmittel.de/vertriebskonzepte/ums-eck/</p>

Abbildung 4: Alternative Nahversorgungskonzepte: Integrationsmarkt

Integrationsmarkt	
Geschäftskonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ (Re-)Integration von sozial benachteiligten Menschen und Menschen mit Behinderung in den Arbeitsmarkt ▪ Träger: soziale Einrichtungen; Gemeinnützigkeit im Vordergrund
Standort(-bedingungen)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verkaufsfläche ca. 250 – 700 m² ▪ Lage im Ort: Zentrum, Hauptstraße ▪ barrierefreier Zugang ▪ günstige Wettbewerbssituation
Sortiment-Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ größeres Sortiment im Vergleich als bei kleinflächigen Konzepten ▪ hohe Qualität von Lebensmitteln
Technische Lösungen	übliche Warenwirtschafts- und Kassentechnik
Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inklusion ▪ regionale Produkte ▪ gute Kundenbetreuung ▪ individuelle Kundenbedürfnisse
Best Practice Beispiele	<p>CAP – der Lebensmittelmarkt: 100 Märkte in ganz Deutschland, beschäftigen insges. 850 Menschen mit Behinderung</p>  <p>Foto: CAP-Markt Waiblingen 2022</p>

Abbildung 5: Alternative Nahversorgungskonzepte: Genossenschaftskonzepte (Dorfläden / Bürgerläden)

Genossenschaftsläden	
Geschäftskonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gemeinsames Ziel der Bürger: Sicherung der Grund- und Nahversorgung im Ort; dafür Gründung einer eG, GbR, UG, gGmbH oder e. V. ▪ kein Fokus auf Gewinnmaximierung, sondern Kostendeckung ▪ Bürger investieren, haben Anteile und sind somit Mit-Eigentümer (ggf. auch nachschusspflichtig) ▪ Ausschüttung oft in Form von Warengutscheinen ▪ hohe Kundenbindung
Standort(-bedingungen)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bürgerschaftliches Engagement und geringe Wettbewerbssituation als Voraussetzung ▪ Mitarbeitende entweder ehrenamtlich oder angestellt ▪ Verkaufsfläche abhängig von Immobilienverfügbarkeit ▪ Kommune kann unterstützen ▪ Ortszentrum, Hauptstraße
Sortiment-Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ individuell gestaltbar ▪ Ergänzung durch Café, Lottoannahme, Post etc. möglich
Technische Lösungen	übliche Warenwirtschafts- und Kassentechnik
Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ hohes Engagement der Dorfbewohner / Bürger ▪ Identifikations- und Treffpunktfunktion ▪ regionale Produkte ▪ Finanzierung von Bürgern für Bürger ▪ individuelle Kundenbedürfnisse
Best Practice Beispiel	<p>„Unser Dorfladen. Wir für uns“ Jagsthausen eG: Eröffnung 2012; 210 m² VK, regionale Produkte und Café</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Foto: https://www.swr.de/swraktuell/baden-wuerttemberg/heilbronn/10-jahre-dorfladen-jagsthausen-erfolgsgeschichte-100.html</p>

Abbildung 6: Alternative Nahversorgungskonzepte: Markthalle

Markthalle	
Geschäftskonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ in einer Markthalle sind mehrere lokale Unternehmen mit eigenen Verkaufsständen präsent ▪ Gebäude der Markthalle durch Investor gebaut, Verkaufsfläche wird an Betriebe vermietet ▪ Regionale und hochwertige Produkte handwerklicher Erzeugung
Standort(-bedingungen)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verkaufsfläche insgesamt ca. 300 – 400 m² VK ▪ verkehrsgünstiger Standort in Innenstadtnähe
Sortiment-Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Regionalität, Qualität und Einkaufserlebnis im Fokus ▪ Lebensmittel-Produzenten vermarkten ihre Produkte selbst ▪ hoher Gastronomie-Anteil (Mittagstisch, Stehtische, etc.) ▪ auch Events, Live-Musik
Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkung von Lebensmittel-Selbstvermarktern ▪ regionale Produkte ▪ hochwertige Produkte ▪ Gastronomievielfalt und Einkaufserlebnis
Best Practice Beispiele	<p>Markthalle Winnenden: „Qualität unter einem Dach“ (Metzgerei Häfele, Bäckerei Schulze, Obst- und Gemüseanbau Welz, Kaffeerösterei Von Hermanns)</p>  <p>Foto: www.fleischwirtschaft.de/</p>

Abbildung 7: Alternative Nahversorgungskonzepte: High-tech-Selbstbedienungsläden („Pick & go-Märkte)

Pick & go-Märkte	
Geschäftskonzept	<ul style="list-style-type: none"> vollautomatischer Selbstbedienungsmarkt ohne Personal künstliche Intelligenz lange Öffnungszeiten bis zu 24/7 individuelle, hochwertige Einrichtung
Standort(-bedingungen)	<ul style="list-style-type: none"> Verkaufsfläche flexibel frequenzstarke Standorte (z.B. Bahnhof)
Sortiment-Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> Obst, Snacks und Getränke Convenience-Produkte (Bowls und Fertiggerichte)
Technische Lösungen	<ul style="list-style-type: none"> meist Smartphone- bzw. App-gebunden künstliche Intelligenz: Kameras und Sensorik erkennen Produktentnahme, mit App: ohne Scan und Bezahlvorgang gehen → Pick&Go-Konzept: Kassenloses Verlassen des Marktes Bestellung und Bezahlung am Terminal oder in der App Robotik im Hintergrund stellt Einkauf zusammen
Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> lange Öffnungszeiten viele to-go-Produkte geringe Personalkosten hoher Kundenkomfort
Best Practice Beispiel	<p>Metzgerei KüblerGo in Stuttgart, einer der ersten Pick&Go-Läden in Deutschland</p>  <p>Foto: Stuttgarter Zeitung vom 27.06.2022</p>

Abbildung 8: Alternative Nahversorgungskonzepte: Ladenmodule für Vor-Ort-Versorger

Ladenmodule	
Geschäftskonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kleinflächige Betriebe von großen Supermarktunternehmen wie z. B. tegut (teo), Edeka, Rewe / Nahkauf ▪ hochautomatisierter Geschäftsablauf ohne Kassier-Personal ▪ lange Öffnungszeiten bis zu 24/7 ▪ auch „mobile stores“ möglich (z. B. für Festivals)
Standort(-bedingungen)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verkaufsfläche ca. 50 – 150 m² ▪ frequenzstarke Standorte in Städten oder im ländlichen Raum ▪ mind. 1.500 EW im Einzugsgebiet
Sortiment-Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ bis zu 950 Artikel ▪ auch individuelle Sortimentsgestaltung möglich ▪ Add-ons: Paketstation, E-Bike-Ladestation, Sitzmöglichkeiten
Technische Lösungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Smartphone- bzw. App-gebunden ▪ oder Self-Check-out (Scannen und Bezahlen an der SB-Kasse) ▪ Rewe „Walk-in Store“: Zugang mit EC-Karte, bargeldlose SB-Kasse
Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ lange Öffnungszeiten ▪ schnelle Eröffnung (Anlieferung des Ladens und Installation innerhalb eines Tages) ▪ geringe Personalkosten ▪ hoher Kundenkomfort
Best Practice Beispiel	<p>tegut teo in Hanau (am Hauptbahnhof); weitere Filialen auch im ländlichen Raum</p>  <p>Foto: www.tegut.com/teo</p>

Abbildung 9: Alternative Nahversorgungskonzepte: Hofläden

Hofläden	
Geschäftskonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verkauf selbst hergestellter landwirtschaftlicher Produkte ▪ An Hofstelle gebunden, meist eingeschränkte Öffnungszeiten ▪ kurze Wege des Verbrauchers ▪ häufig Bioprodukte / Tierwohl-Produkte
Standort(-bedingungen)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ an Hofstelle gebunden ▪ somit meist außerhalb von geschlossenen Ortschaften ▪ PKW-Stellplätze müssen verfügbar sein ▪ verfügbares Personal
Sortiment-Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ konzentriertes Warenangebot: meist Obst, Gemüse, Saisongemüse; auch Brot, Molkereiprodukte, Fleischwaren, Aufstriche, Öle usw. ▪ auch Sortimentserweiterung durch Kooperation mit anderen Erzeugern (sog. Erzeugergemeinschaften) oder Biobetrieben möglich ▪ z. T. gastronomische Bewirtung als zusätzliche Einnahmequelle, Schaubauernhof mit Tiergehege, Führungen, Kursen usw. ▪ Direktbelieferung von Abonnements möglich („Gemüsekiste“)
Technische Lösungen	keine besonderen technischen Lösungen erforderlich, meist übliche Warenwirtschafts- und Kassentechnik
Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ regional und biologisch erzeugte Produkte bekannter Herkunft ▪ authentische Betreiber ▪ hohe Kundenbindung ▪ Umweltbildung
Best Practice Beispiel	<p>Domäne Fredeburg; langjährig etablierter Bio-Hofladen mit eigenen, regionalen und globalen Produkten, Café und Veranstaltungsbewirtung</p>  <p>Foto: GMA 2020</p>

Abbildung 10: Alternative Nahversorgungskonzepte: Mobile Versorger („rollende SB-Märkte“)

Mobile Versorger	
Geschäftskonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verkaufsfahrzeuge fahren tageweise / stundenweise von Standort zu Standort und verkaufen dort ihre Produkte ▪ Verkaufsrouten können sich an Bedarf anpassen ▪ Kundenkommunikation über persönliche oder telefonische Bestellungen möglich ▪ auch als Lieferservice von konventionellen Lebensmittelmärkten möglich
Standort(-bedingungen)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verkaufsfläche und Artikelanzahl abhängig von Fahrzeuggröße ▪ Voraussetzung: günstige Konkurrenzsituation / Distanz zu Lebensmittelmärkten → i. d. R. im ländlichen Raum ▪ Verkaufsstandorte meist an Marktplätzen, zentralen Kreuzungen oder in Wohngebieten ▪ Kundschaft muss festgelegte Öffnungszeiten am Standort akzeptieren
Sortiment-Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zwischen 300 und 2.000 Artikel als „Vollsortimenter“ ▪ Oder einfaches Sortiment wie z. B. nur Backwaren ▪ meist regionale Produkte und Produkte der Grundversorgung
Technische Lösungen	keine besonderen technischen Lösungen erforderlich
Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ räumliche Flexibilität ▪ regionale Produkte ▪ geringe Personalkosten ▪ hohe Kundenidentifikation / Erfüllung von Sonderwünschen möglich
Best Practice Beispiel	<p>1-2-3-Markt, ein Tochterunternehmen des Behinderten-Werks Main-Kinzig e. V.</p>  <p>Foto: www.bwmk.de</p>

Abbildung 11: Alternative Nahversorgungskonzepte: Verkaufsautomat für selbsterzeugte Produkte

Verkaufsautomat	
Geschäftskonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Direktvermarktung von landwirtschaftlichen Produkten ▪ unkomplizierter Verkauf in Automaten, unabhängig von Ladenschlusszeiten ▪ geringer personeller Aufwand (Auffüllen, Säuberung, Instandhaltung) ▪ kein Kundenkontakt, geringe Kommunikation
Standort(-bedingungen)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ beliebiger Standort, entweder in direkter Hofnähe oder an verkehrsgünstigen Standorten (z. B. Tankstelle, Campingplatz, Festplatz) ▪ sehr kleine Verkaufsfläche ▪ Investitionskosten (zw. 10.000 und 20.000 €) hoch im Vergleich zum Umsatz
Sortiment-Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kapazitätsbedingt sehr geringes Sortiment, daher auf lagerfähige „Schnelldreher“ beschränkt ▪ ausschließlich selbst hergestellte Produkte
Technische Lösungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ maßgeschneiderte Lösung, an Produkte und Standort angepasst (gekühlt / tiefgekühlt und ungekühlt möglich) ▪ Spiral-, Trommel-, oder Klappenautomaten ▪ Bezahlungssystem: Bargeld und/oder Kartenzahlung ▪ Diebstahlschutz (im Vergleich zur Vertrauenskasse)
Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ unbeschränkte Öffnungszeiten ▪ regionale Produkte ▪ geringe Personalkosten
Best Practice Beispiele	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Regiomat auf dem Volksfest Cannstatter Wasen</p>  <p>Foto: www.bauernverband-ao.de/</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Wein-Automat, Weingut Amthor, Heppenheim</p>  <p>Foto: www.bergstrasse-odenwald.de</p> </div> </div>

3.4 Konsequenzen für die (Innen-)Stadtentwicklung von Bürstadt

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

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

Für die kommenden Jahre sind weitere **Verdrängungsprozesse** zu Lasten von finanzschwachen Anbietern bzw. schwachen Nebenlagen zu erwarten. Die Hauptursachen hierfür sind eine hohe Preissensibilität und gestiegene Ansprüche der Kunden, Marktsättigungserscheinungen (z. B. in den Branchen Spielwaren, Bücher, Hausrat, Haushaltsgroßgeräte), strukturelle Veränderungen (z. B. die gerade für Mittelzentren typischen Konzentrationsprozesse) oder auch individuelle Gründe (z. B. Altersnachfolgeprobleme). Zu erwarten ist daher, dass im Zuge des künftigen Strukturwandels die Einzelhandelsfunktionen in der Bürstädter Innenstadt tendenziell abnehmen werden.

Absehbar ist auch, dass sich die **Polarisierung zwischen sog. „Run-Shopping“** (versorgungsorientiertem Routineeinkauf) und **„Fun-Shopping“** (freizeitorientiertem Spaßeinkauf) fortsetzen wird. Dies wird besonders für Anbieter bzw. Angebotsstandorte der sog. „unprofilierter Mitte“ zu Problemen führen. Gewinner werden **attraktive und multifunktionale Innenstädte** sein, wo der Einzelhandel auf wenige, eng umrissene Bereiche konzentriert ist und eine hohe funktionale Dichte durch Einbindung weiterer Nutzungen besteht (Gastronomie, Dienstleistungen, Bildungseinrichtungen, Events usw.). Auch für den Erfolg von Nahversorgungslagen sind ein breites Angebot und kurze Wege zum Verbraucher entscheidend.

Deutlich wird daraus, dass sich die **Bürstädter Innenstadt weiter zu einem breit aufgestellten Versorgungsplatz mit vielfältigen Funktionen entwickeln** muss. Denkbar sind vor allem Nutzungsverschiebungen in Richtung Wohnen, Gesundheit und Arbeiten, außerdem Räume für experimentelle Ansätze (z. B. kreative Zwischennutzungen, Pop-up-Stores). Neben klassischen Themenfeldern wie der Stadtsanierung, Erhöhung der Aufenthaltsqualität (zur Steigerung der Verweildauer und der Frequenz) und Optimierung der verkehrlichen Erreichbarkeit (einschließlich Verbesserung der Radwegführung und des ruhenden Verkehrs) erscheinen auch integrierte Handlungsansätze zielführend, welche in Akteursnetzwerken verschiedene Stadtnutzer (Eigentümer, Mieter, Kunden, Politik & Verwaltung) zusammenbringen. **Mit ihren Umgestaltungs- und Aufwertungsmaßnahmen, den Bemühungen um ein Gesundheitszentrum in der Innenstadt sowie dem City- und Geschäftsflächenmanagement hat die Stadt hierzu bereits wichtige Schritte unternommen.**

4. Einzelhandelsstandort Bürstadt

4.1 Wesentliche Strukturdaten der Stadt Bürstadt

Die Stadt Bürstadt ist durch ihre Lage im südhessischen Ried, zwischen dem Rhein und der Bergstraße, geprägt. Im Stadtgebiet leben **aktuell ca. 17.100 Einwohner**¹¹.

Bürstadt fungiert in der Region Südhessen bzw. in der länderübergreifenden Metropolregion Rhein-Neckar als **kooperierendes Mittelzentrum**, gemeinsam mit Lorsch und Lampertheim (vgl. Karte 1). Der zugeordnete Mittelbereich umfasst laut LEP Hessen 2020 außer der Stadt Bürstadt noch die Gemeinden Biblis und Groß-Rohrheim.

Das Stadtgebiet umfasst die Kernstadt sowie die hiervon abgesetzten Stadtteile Bobstadt und Riedrode, außerdem den Weiler Boxheimerhof. Der Einwohnerschwerpunkt liegt in der Kernstadt mit ca. 13.450 Einwohnern (ca. 79 % der Gesamtbevölkerung). In Bobstadt wohnen ca. 2.850 Einwohner (knapp 17 %), in Riedrode knapp 800 Einwohner (unter 5 %).¹²

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

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

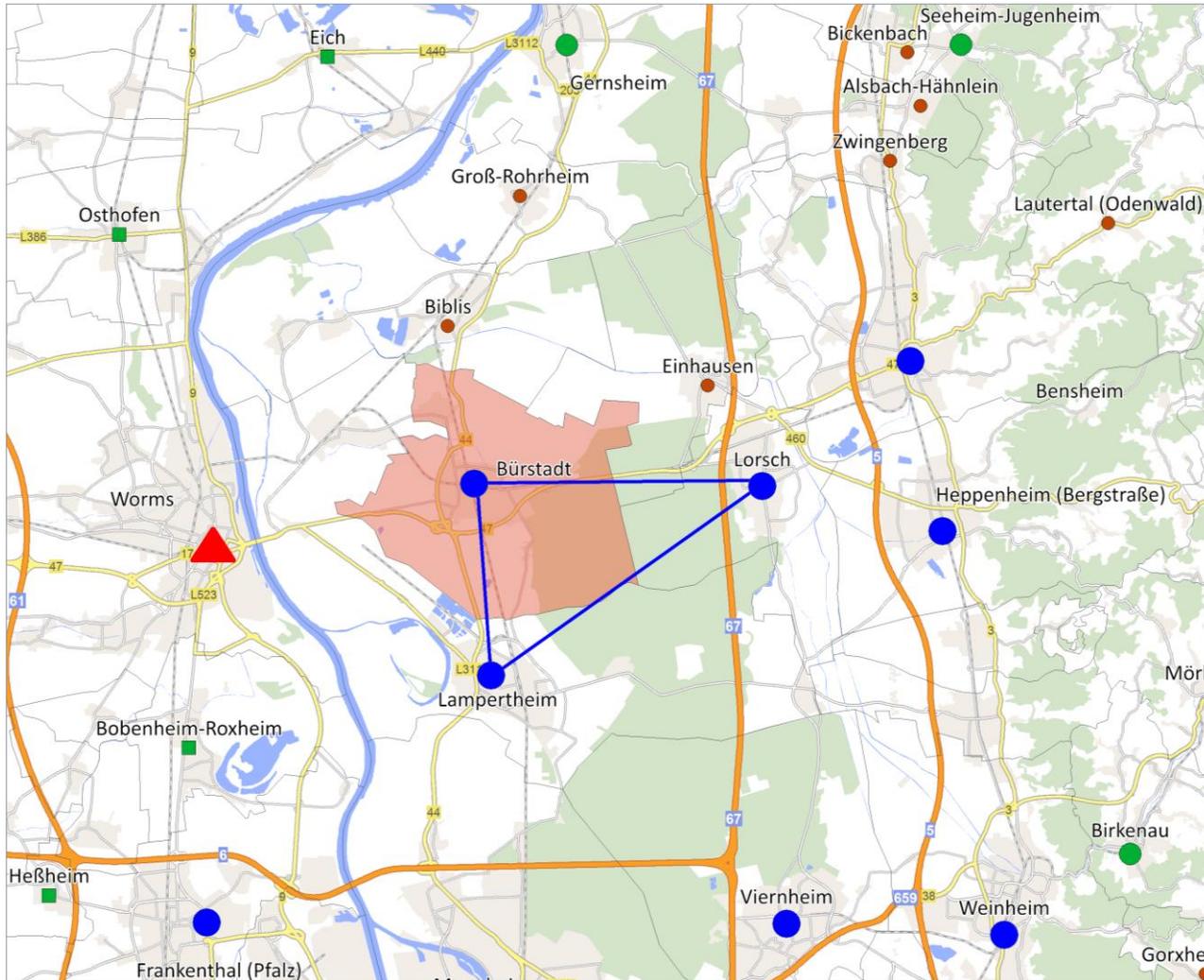
Weitere wesentliche Eigenschaften der Stadt Bürstadt als Standort für den Einzelhandel sind der Tabelle 1 zu entnehmen.

Die Stadt konnte im letzten Jahrzehnt eine spürbare Einwohnerzunahme von rund 5 % verzeichnen. Diese war v. a. auf die Besiedlung des großen Wohnneubaugebiets „Sonneneck“ (1. – 4. Bauabschnitt) im Osten der Kernstadt zurückzuführen. Angesichts der Neubaugebiete „Sonneneck 5. BA“ und „Langgewann 1. BA“ in Bobstadt), die sich aktuell in der Entwicklung befinden, sowie weiterer Vorhaben für verdichteten Wohnungsbau im Kernstadtgebiet (u. a. Geschosswohnungsbau am Beethovenplatz) ist von einer Fortführung des positiven Bevölkerungstrends auszugehen.

¹¹ Quelle: Stadt Bürstadt, Stand 31.12.2020; ca.-Werte gerundet. Die Angaben der Stadt weichen von denen des Statistischen Landesamtes etwas ab.

¹² Quelle: Stadt Bürstadt, Stand 31.12.2020; ca.-Werte gerundet.

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



Legende

- ▲ Mittelzentrum mit Teilfunktion Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Unterzentrum (Hessen)
- Kleinzentrum (Hessen)
- Grundzentrum (Rheinland-Pfalz)
- kooperierende Zentren; Mehrfachzentren

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing,
Datengrundlage GfK GeoMarketing
GMA-Bearbeitung 2022

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

Kriterium	Charakteristika der Stadt Bürstadt
Lage im Raum	südhessisches Ried, zwischen dem Rhein und der Bergstraße, jeweils ca. 15 km in die Kreisstadt Heppenheim und nach Bensheim, ca. 10 km nach Worms auf der linken Rheinseite
Landkreis	Landkreis Bergstraße (insgesamt 271.166 EW)* ¹ ; hier fünftgrößte Kommune
Landesplanerische Funktion	Mittelzentrum im Verdichtungsraum der Planungsregion Südhessen und im hochverdichteten Kernraum der Metropolregion Rhein-Neckar
Mittelbereich	gesamter Landkreis Bergstraße; gemeinsam mit den Mittelzentren Bensheim, Heppenheim, Lampertheim, Lorsch und Viernheim
Nahbereich	Stadt Bürstadt
Verkehrliche Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> /// Im MIV sehr gut: <ul style="list-style-type: none"> ▪ B 44 (Groß-Gerau – Gernsheim – Mannheim) ▪ B 47 (Worms – Bensheim – Michelstadt) ▪ Autobahnen A 67, A 5 und A 61) über die B 47 in kurzer Entfernung ▪ Landesstraße L 3411 (Hofheim – Bobstadt – Bürstadt) /// im ÖPNV gut: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Regionalbahnlinien nach Frankfurt, Mannheim, Bensheim, Worms ▪ mehrere Regionalbuslinien und eine Stadtbushlinie im VRN-Netz
Wirtschaftsstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// rund 4.800 Beschäftigte*² /// negativer Pendlersaldo (-2.400)*² /// breite Branchenstruktur (ca. 9 % der Beschäftigten im Primärsektor, ca. 27 % im Produzierenden Gewerbe, ca. 38 % im Sektor Handel / Verkehr / Gastgewerbe und ca. 26 % im Dienstleistungsbereich)*²
Einzelhandelsstandort	<ul style="list-style-type: none"> /// Zentralitätskennziffer des Einzelhandels (2022)*³: 80,0 /// Kaufkraftindex (2022)*⁴: 101,6
Fläche	ca. 34,46 km ² , davon ca. 21 % Siedlungs- und Verkehrsfläche* ⁷
Bevölkerungsaufkommen und -entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> /// Bevölkerung (2021)*¹: 16.430 EW /// Bevölkerung 2011 – 2021*⁵: +5,3 % /// Einwohnerprognose 2035*⁶: ca. 16.800 EW
Bevölkerungsdichte	ca. 477 EW je km ² (Kreisdurchschnitt: 377 EW je km ²)* ¹
Altersdurchschnitt	44,3 Jahre (Kreisdurchschnitt: 45,5 Jahre)* ¹

*1 Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand 31.12.2021, nur Hauptwohnsitze, ca.-Werte gerundet

*2 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand 30.06.2021, ca.-Werte gerundet

*3 Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2022 basierend auf © Statistisches Bundesamt

*4 Quelle: Michael Bauer Research (MBR), 2022.

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

*6 Quelle: Hessen Agentur GmbH: Bevölkerungsvorausschätzung für Hessen und seine Regionen als Grundlage der Landesentwicklungsplanung (Stand November 2021).

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

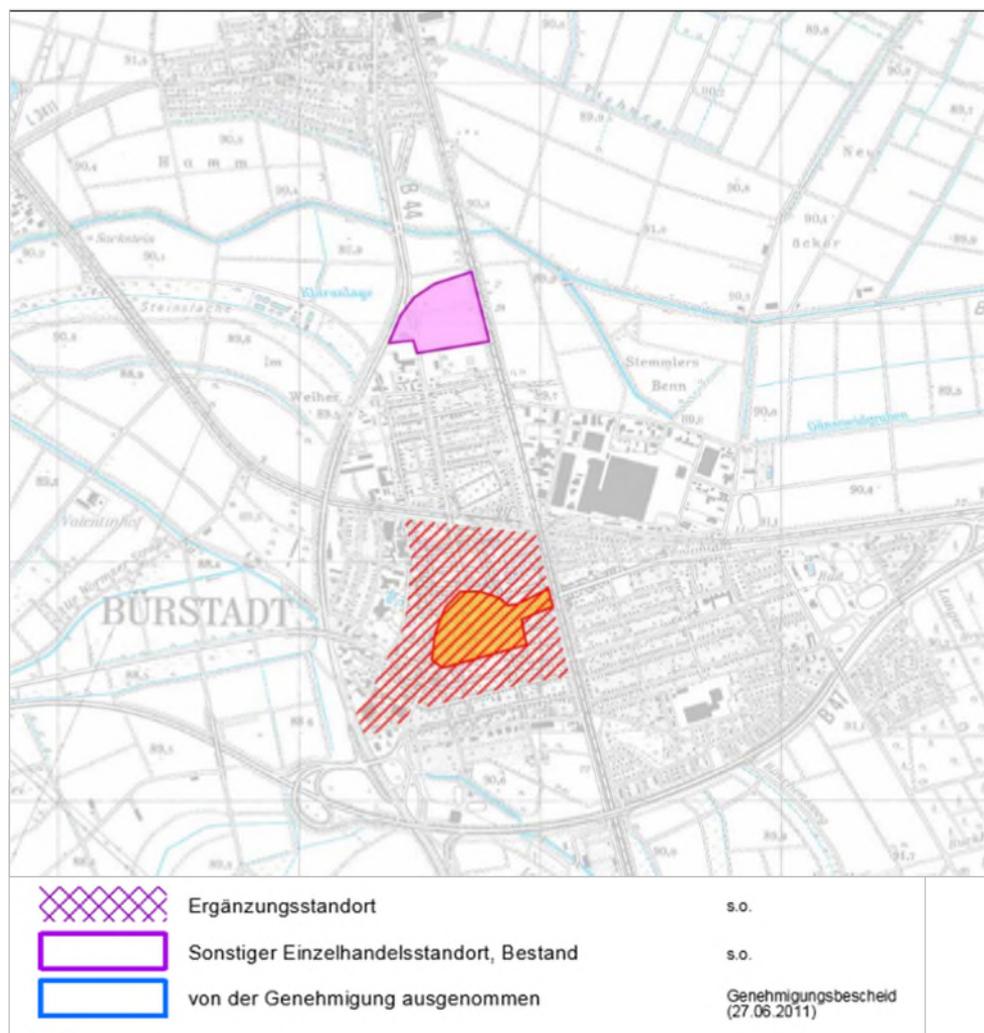
4.2 Standortgefüge des Einzelhandels in Bürstadt

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

Stadtmitte konzentrieren sich die Einzelhandelsbetriebe und ergänzenden Nutzungen auf das Umfeld der zentralen Kreuzung Nibelungenstraße / Mainstraße / Lampertheimer Straße, außerdem auf die Wilhelminenstraße, Marktstraße und Nibelungenstraße (= Versorgungskern).

Über den Versorgungskern hinausgehend umfasst die derzeitige Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Regionalplan Südhessen auch angrenzende Teile der Kernstadt bis hin zum Gewerbegebiet Lächner (vgl. Abb. 2). Mit der kommenden Fortschreibung des RegFNP soll dies allerdings geändert werden.

Abbildung 12: Auszug aus dem Regionalen Flächennutzungsplan Südhessen 2010 zum großflächigen Einzelhandel im Mittelzentrum Bürstadt



Quelle: Regionalplan Südhessen 2010 / Regionaler Flächennutzungsplan, Abb. 5-4

4.3 Grundlagen der städtischen Einzelhandelssteuerung (Einzelhandelskonzept Bürstadt 2009)

Die Einzelhandelssteuerung in der Stadt Bürstadt beruht auf einem Einzelhandelsentwicklungskonzept der GMA aus dem Jahr 2009. Wesentliche Zielsetzungen sind die Festigung und Weiterentwicklung der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Bürstadt sowie eine Stabilisierung und Weiterentwicklung der Innenstadt als Einzelhandelsplatz.

Das Einzelhandelskonzept enthält folgende städtebaulich relevante Kernelemente:

- ▀ das Sortimentskonzept (= sortimentsbezogenes Leitbild mit zentrenrelevanten und nichtzentrenrelevanten Sortimenten), das als Grundlage für die Beurteilung von Einzelhandelsgroßvorhaben heranzuziehen ist
- ▀ das Standortkonzept, das räumliche Prioritäten zur Weiterentwicklung des Einzelhandels nach Standorten festlegt.

Das Sortimentskonzept, die sog. „Bürstädter Liste“, definiert zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente.

Das **Standortkonzept** basiert sowohl auf Verteilung der Einzelhandelsbetriebe und der komplementären Einrichtungen (Dienstleister, Kreditinstitute, Ärzte, Gesundheitseinrichtungen, Gastronomie, Freizeit- und Kulturbetriebe, Verwaltung usw.) als auch auf städtebaulichen Gegebenheiten. Als zentraler Versorgungsbereich wurde in der Innenstadt der Haupteinkaufsbereich entlang der Nibelungenstraße, Mainstraße, Wilhelminenstraße und Marktstraße ausgewiesen.

4.4 Relevante städtebauliche Planungen in der Stadt Bürstadt

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

Mittlerweile wurde eine Reihe von Maßnahmen aus dem Integrierten Handlungskonzept bereits angegangen bzw. erfolgreich umgesetzt (vgl. Abb. 13). Dazu gehören die Umgestaltung und Aufwertung des Marktplatzes und der Nibelungenstraße, der Bahnhofsumbau, die Formulierung eines Wohnraumentwicklungskonzepts oder der Aufbau eines City- und Geschäftsflächenmanagements für die Innenstadt.

Außerdem wurde ein Förderprogramm zur Modernisierung von Fassaden entwickelt. Dieses Programm soll einen Anreiz für Gebäudeeigentümer darstellen, Häuserfassaden gezielt aufzuwerten, um etwaigen Interessenten marktfähige Gewerbeeinheiten anbieten zu können und so zu einem ansprechenden Ortsbild beizutragen. Hierzu hat die Stadt Bürstadt ein Fassadenleitbild¹³ erarbeitet, die zu einem möglichst geschlossenem Erscheinungsbild der Innenstadt führen soll. Der Geltungsbereich des Leitbildes erstreckt sich über Teile der Nibelungen-,

¹³ Quelle: <https://www.buerstadt.de/de/leben-familie/stadtentwicklung/aktive-kernbereiche/fassadenleitbild>; abgerufen am 23.08.2022.

Markt-, Martin-, Wilhelminen-, Schul- und Lampertheimer Straße. Angestrebt wird eine Betonung des Erdgeschosses durch Farbe oder hochwertige Materialien, um damit eine ansprechende Gestaltung der Eingänge und Schaufenster zu erzielen. Balkone sollten mit einer geschlossenen, dem Farbbild angepassten Brüstung realisiert werden. Als Fassadenmaterialien bei Neu- oder Umbauten sind Putz, Klinker oder Naturstein vorgesehen. Werbeflächen sollten nach Möglichkeit zwischen dem Erdgeschoss und dem ersten Obergeschoss angebracht werden. Im Zuge dieses Programms konnten 15 Gebäude im innerstädtischen Bereich aufgewertet werden.

Abbildung 13: Maßnahmen und Erfolge des Integrierten Handlungskonzepts Bürstadt

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

Quelle: <https://www.buerstadt.de/de/leben-familie/stadtentwicklung/aktive-kernbereiche>, abgerufen am 18.09.2020; GMA-Darstellung 2022

Mit dem Nachfolgerprogramm des Landes Hessen „**Lebendige Zentren**“ sollen insbesondere bauliche Maßnahmen gefördert werden, die den innerstädtischen Strukturwandel begleiten. Damit soll die Innenstadt als Ort der Begegnung, des Austauschs und der Identifikation für alle Menschen erhalten und entwickelt werden. Zielsetzungen dabei sind die Sicherung und Weiterentwicklung der Versorgungsangebote (mit Blick auf Funktions- und Angebotsvielfalt), eine Qualifizierung des bestehenden Wohnraumes, der Erhalt des baukulturellen Erbes sowie die Unterstützung von Klimaschutz und Energieeffizienz. Ziel des Städtebauförderungsprogramms ist die Entwicklung einer lebendigen und identitätsstiftenden Innenstadt als Ort der Begegnung, des Austauschs und der Identifikation für alle Menschen.

Am 16. Juli 2019 hat die Stadt Bürstadt vom Land Hessen den Bewilligungsbescheid zur **Teilnahme an dem EFRE-Programm „Lokale Ökonomie“ (LÖP)** erhalten. Mit diesem Programm sollen die Zentren- und Handelsfunktion der Innenstadt gestärkt und die Versorgungsqualität in der Kernstadt verbessert werden. Ziele des Programms sind die Schaffung bzw. Sicherung von Arbeitsplätzen sowie die Leerstandsbekämpfung. Förderfähig sind Betreiber von Einzelhandels-, Dienstleistungs- oder Gastronomiebetrieben sowie Freiberufler, die sich neu ansiedeln oder erweitern wollen. Die Stadt Bürstadt will dabei ausdrücklich auch medizinische Dienstleistungen und Praxen unterstützen, um die gesundheitliche Versorgung zu verbessern.¹⁴

¹⁴ Quelle: <https://www.buerstadt.de/de/leben-familie/stadtentwicklung/aktive-kernbereiche/lokales-oekonomie-programm>; abgerufen am 23.08.2022.

II. Nachfragepotenzial für den Bürstädter Einzelhandel

1. Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels

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

Zur Abgrenzung des durchschnittlichen Marktgebietes¹⁵ der Stadt Bürstadt wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// Einzelhandelsbesatz in Bürstadt (v. a. hinsichtlich Betriebsgrößen- und Sortimentsstruktur, Fristigkeit der angebotenen Waren, Attraktivität der Geschäfte)
- /// Lage und Erreichbarkeit der örtlichen Einzelhandelsschwerpunkte
- /// verkehrliche und topografische Bedingungen im Untersuchungsraum / lokale und regionale Verkehrsanbindung für potenzielle Kunden im Untersuchungsraum
- /// Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im Umland
- /// Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Bevölkerungsschwerpunkte, Siedlungsstrukturen, Pendlerbeziehungen, administrative Gliederung)
- /// Ergebnisse aus bisherigen GMA-Untersuchungen¹⁶ in der Region
- /// empirische Erfahrungswerte zu Zeit- und Distanzwerten des Verbraucherverhaltens.

Vor allem die nahe gelegenen Mittelzentren Worms¹⁷, Bensheim, Heppenheim, Viernheim, Lampertheim und Lorsch begrenzen die Ausdehnung des Marktgebiets des Bürstädter Einzelhandels. Vor diesem Hintergrund stellt sich das Marktgebiet wie folgt dar (vgl. Karte 2):

/// Zone I:	Bürstadt	ca. 16.430 Einwohner
/// Zone II:	Biblis, Lampertheim-Hofheim	ca. 14.580 Einwohner
/// Marktgebiet insgesamt		ca. 31.010 Einwohner. ¹⁸

Die Abgrenzung entspricht dem im Einzelhandelskonzept 2009 dargelegten Marktgebiet.

Die stärkste Einkaufsintensität liegt in der Standortkommune Bürstadt (= Kerneinzugsgebiet bzw. Zone I) vor, da hier die größte räumliche Nähe zu den Einkaufsorten besteht. Weitere Verflechtungen bestehen mit den nördlichen Nachbarorten Biblis und Hofheim (zu Lampertheim gehörig), sodass diese Bereiche als ergänzendes Marktgebiet (= Zone II) bezeichnet werden können. In der Zone II liegt jedoch eine geringere Intensität der Einkaufsbeziehungen mit

¹⁵ Die Außenlinie des Marktgebiets stellt selbstverständlich keine unüberwindbare Grenze dar, sondern eher eine allgemeine Größe (im Sinne eines Durchschnittswertes). Nicht alle der in Bürstadt ansässigen Einzelhandelsbetriebe strahlen in gleichem Umfang in das Marktgebiet aus. Ihre Anziehungskraft hängt neben der Fristigkeit des Bedarfs hauptsächlich von der Attraktivität und Größe des individuellen Anbieters ab.

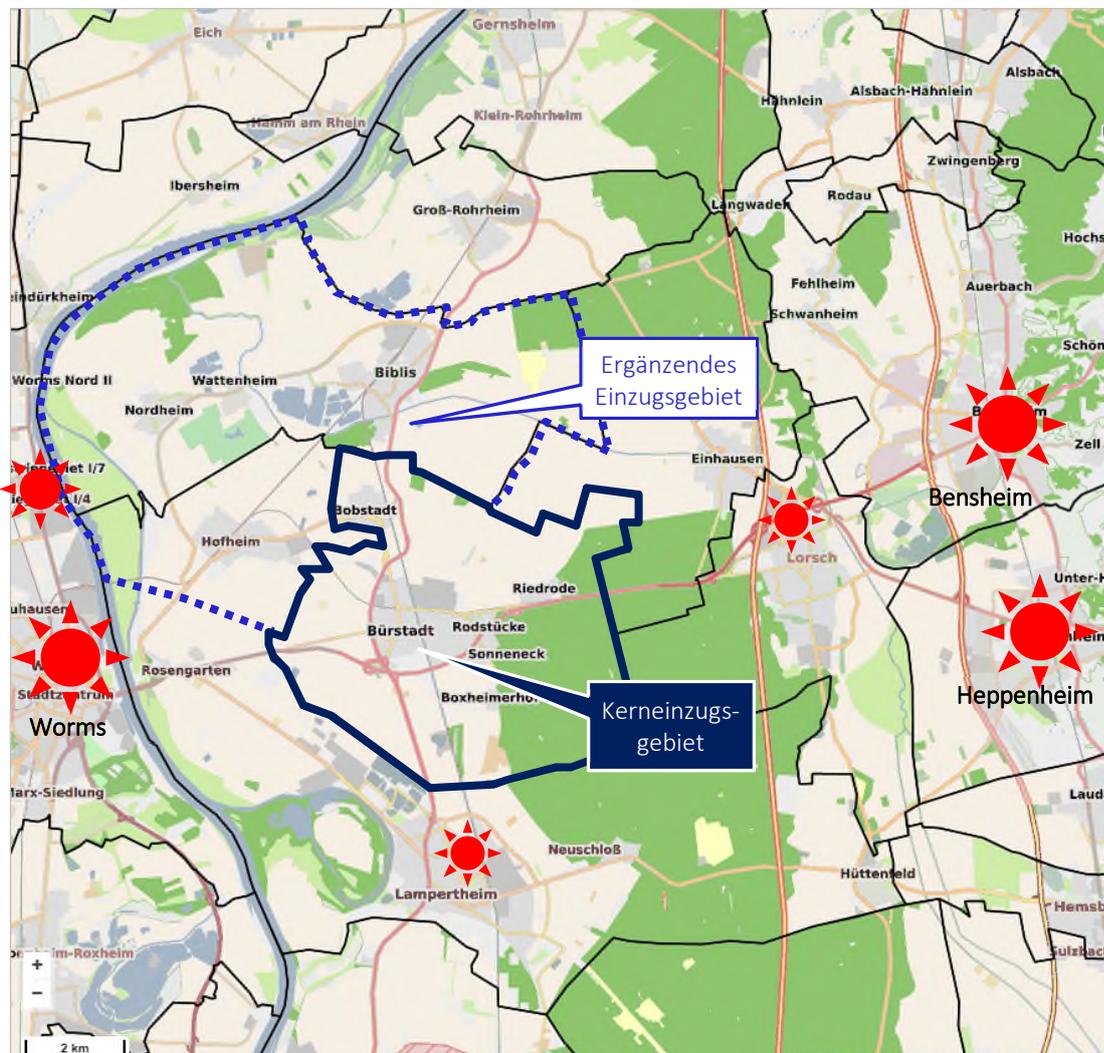
¹⁶ Unter anderem die Ergebnisse der Passantenbefragung und der Befragung der Einzelhandelsbetriebe in Bürstadt, die im Zuge der Erstellung des Einzelhandelskonzepts 2008 durchgeführt wurden.

¹⁷ Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums.

¹⁸ Quelle Einwohnerzahlen: Bürstadt, Biblis: Hessisches Statistisches Landesamt (Stand: 31.12.2021), Hofheim: ermittelt mit WIGeoGIS; ca.-Werte, gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich.

Bürstadt vor, zum einen wegen der dortigen eigenen Märkte (z. B. Lebensmittelmärkte in Biblis und Hofheim), zum anderen wegen der größeren Entfernung nach Bürstadt; die Bevölkerung von Biblis und Hofheim ist zudem bereits im stärkeren Maße auf andere Einkaufsorte ausgerichtet (z. B. Worms).

Karte 2: Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels 2022



Quelle: © WiGeoGIS, OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA 2022

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

2. Kaufkraftpotenzial 2022

Die Berechnung des im Marktgebiet vorhandenen Kaufkraftvolumens wird speziell für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Dazu werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamts sowie GMA-Statistiken verwendet, die auf intensiven Marktrecherchen beruhen. Nach Berechnungen der GMA beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland (inkl. Ausgaben im Lebensmittelhandwerk und in Apotheken¹⁹) derzeit pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.370 €. Davon entfallen ca. 38 % (ca. 2.445 €) auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 62 % (insgesamt ca. 3.925 €) auf Nichtlebensmittel (Nonfood).

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist auch das lokale Einkommensniveau (Kaufkraftniveau) zu berücksichtigen. Für die Stadt Bürstadt ist aktuell ein Kaufkraftkoeffizient von 101,6 ausgewiesen, d. h. das Kaufkraftniveau liegt 1,6 % über dem Bundesdurchschnitt (normierter Wert 100,0). Auch in Biblis und Lampertheim bestehen überdurchschnittliche Kaufkraftniveaus²⁰.

Unter Berücksichtigung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben, der lokalen Kaufkraftniveaus und der jeweiligen Einwohnerzahlen beläuft sich das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels auf**

aktuell ca. 202,0 Mio. € (vgl. Tab. 2).

In der Stadt Bürstadt selbst besteht ein Kaufkraftpotenzial von ca. 106,3 Mio. €. Für das ergänzende Marktgebiet errechnet sich ein Kaufkraftpotenzial von ca. 95,7 Mio. €.

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels 2022

Hauptwarengruppen	Kaufkraft in Mio. €		
	Stadtgebiet Bürstadt	Ergänzendes Marktgebiet	Marktgebiet gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	40,8	36,7	77,5
Gesundheit, Körperpflege	7,8	7,0	14,8
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	3,4	3,0	6,4
Bücher, Schreib- und Spielwaren	4,2	3,8	8,0
Bekleidung, Schuhe, Sport	12,3	11,1	23,4
Elektrowaren	9,5	8,6	18,1
Hausrat, Einrichtung, Möbel	10,5	9,4	19,9
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	8,9	8,0	16,9
Optik, Uhren / Schmuck	2,7	2,4	5,1
Sonstige Sortimente*	6,3	5,7	12,0
Nonfood insgesamt	65,5	59,0	124,5
Einzelhandel insgesamt	106,3	95,7	202,0

* Autozubehör, Sportgeräte, Campingartikel, Fahrräder, Sonstige Einzelhandelswaren, Second-Hand
GMA-Berechnung 2022; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

¹⁹ Ohne verschreibungspflichtige Medikamente.

²⁰ Biblis: 103,5, Lampertheim: 102,3. Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2022.

III. Angebotsanalyse des Bürstädter Einzelhandels

1. Einzelhandelsbestand und -struktur in der Gesamtstadt

Im Juli 2022 wurde erneut eine vollständige Erhebung des stationären Einzelhandels in der Stadt Bürstadt vorgenommen. Erhoben wurde folgender **Einzelhandelsbestand** (vgl. Tab. 3):

- /// 78 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks²¹
- /// eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 18.405 m²
- /// eine Umsatzleistung von ca. 75,6 Mio. € (brutto)²².

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand in der Stadt Bürstadt 2022 nach Hauptwarengruppen

Hauptwarengruppen	Anzahl Betriebe*	Verkaufsfläche* in m ²	Umsatz in Mio. €**
Nahrungs- und Genussmittel	30	9.590	44,3
Gesundheit, Körperpflege	5	895	7,9
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	6	740	2,9
Kurzfristiger Bedarf	41	11.225	55,0
Bücher, Schreib- und Spielwaren	3	***	***
Bekleidung, Schuhe, Sport	8	2.250	7,1
Mittelfristiger Bedarf	11	2.635	8,9
Elektrowaren	3	***	***
Hausrat, Einrichtung, Möbel	8	1.370	2,8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	7	2.030	4,0
Optik, Uhren, Schmuck	6	215	1,5
Sonstige Sortimente****	2	***	***
Langfristiger Bedarf	26	4.545	11,7
Nonfood insgesamt	48	8.815	33,3
Einzelhandel insgesamt	78	18.405	75,6

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

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

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

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

GMA-Erhebung Juli 2022 / GMA-Berechnung; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

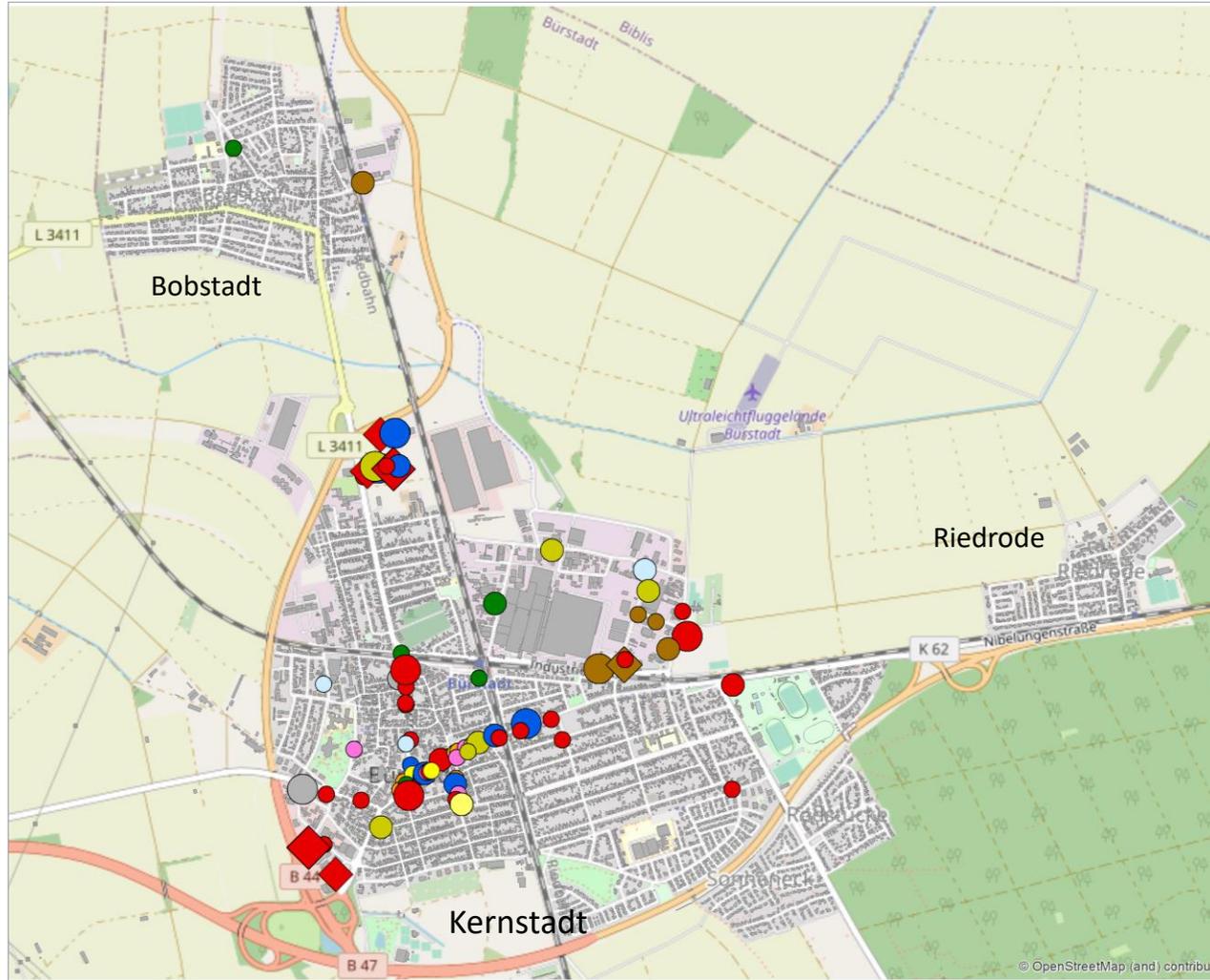
Bei der letzten Vollerhebung im Jahr 2020 wurde noch ein Bestand von 85 Betrieben und 19.600 m² VK festgestellt. Der heute geringere Bestand ist v. a. auf die Schließung von Anbietern des mittelfristigen Bedarfs (z. B. Bekleidungs- und Schuhgeschäfte) zurückzuführen.

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

²¹ ohne Großhandelsbetriebe, Betriebe des Kfz-Handels oder reine Onlinehandelsbetriebe.

²² Ergebnis von qualifizierten gutachterlichen Schätzungen.

Karte 3: Einzelhandelsbestand Bürstadt 2022: Verteilung im Stadtgebiet



Legende

Verkaufsflächengröße

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

Sortimente

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

Quelle: Stadt Bürstadt;
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Bearbeitung 2022



Innenstadt (Mainstraße)



Innenstadt (Nibelungenstraße)



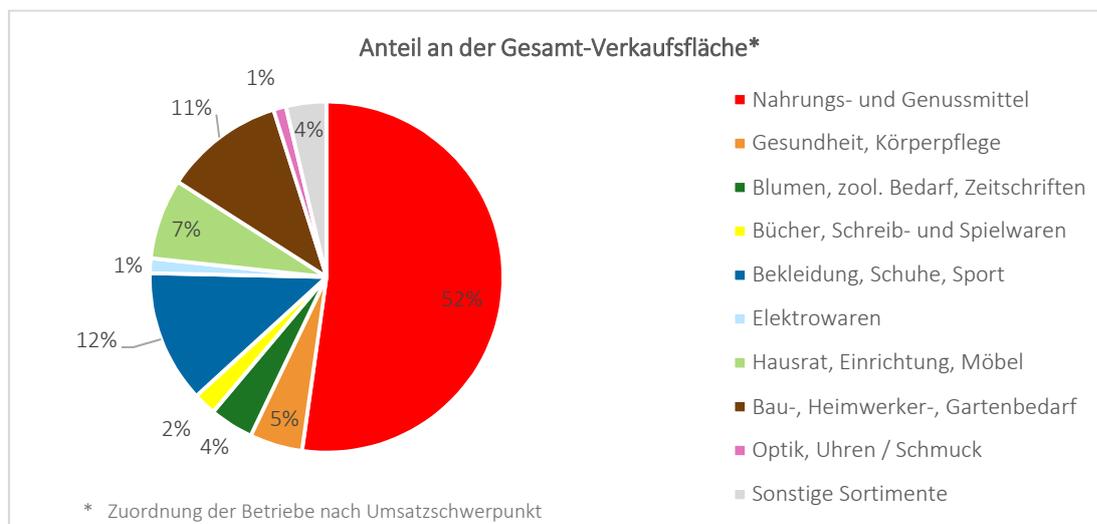
Einkaufszentrum Am Bibliser Pfad



REWE-Markt, Die Lächner

Der **Angebotsschwerpunkt liegt beim kurzfristigen Bedarf**; dieser nimmt mittlerweile ca. 61 % der Gesamtverkaufsfläche ein. Der größte Teil davon entfällt auf Nahrungs- und Genussmittel (vgl. Abb. 14). Bei der letzten Kompletterhebung im Jahr 2020 lag der Verkaufsflächenanteil der Anbieter des kurzfristigen Bedarfs noch bei ca. 56 %; für dieses Angebotssegment ist also ein Bedeutungszuwachs zu verzeichnen. Auf den mittelfristigen Bedarf, insbesondere Bekleidung und Schuhe, entfallen 2022, nach spürbaren Bestandsabschmelzungen, nur noch ca. 14 % des Angebotes (2020: ca. 21 %). Die Angebote des langfristigen Bedarfs blieben nahezu unverändert; ihr Anteil der Gesamtverkaufsfläche liegt heute bei ca. 25 % (2020: ca. 23 %).

Abbildung 14: Einzelhandelstruktur in der Stadt Bürstadt 2022 nach Hauptwarengruppen

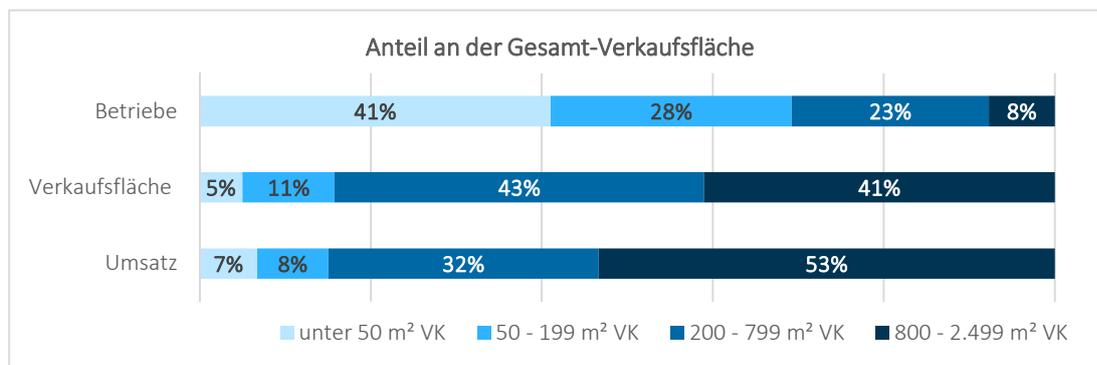


GMA-Erhebung Juli 2022 / GMA-Berechnung (ggf. Rundungsdifferenzen)

Die rechnerische **Durchschnittsgröße** aller Einzelhandelsbetriebe in Bürstadt liegt heute bei ca. 236 m² VK. Vor 2 Jahren lag dieser Wert noch bei rund 230 m² VK. Der Anstieg des Durchschnittswerts erklärt sich hauptsächlich dadurch, dass in den vergangenen Jahren – wie auch in vielen anderen Städten – vermehrt kleine Anbieter aus dem Markt ausgeschieden sind. Flächenerweiterungen sind hierfür nur zum geringen Teil verantwortlich, da nur ein Anbieter vergrößert wurde (Rossmann).

Die Analyse der **Größenstruktur** des Bürstädter Einzelhandels zeigt zunächst den hohen Anteil an Kleinbetrieben. 69 % der Geschäfte haben jeweils weniger als 200 m² Verkaufsfläche, dabei 41 % sogar weniger als 50 m² VK. Betrachtet man dagegen die Verkaufsflächen- und Umsatzanteile, wird der Bürstädter Einzelhandel v. a. durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt. Großflächig sind zwar nur 8 % aller Betriebe, diese generieren mit ca. 53 % aber den größten Teil des Umsatzes und stellen ca. 41 % der Verkaufsflächen. In den letzten Jahren hat die Bedeutung der Großbetriebe noch zugenommen (2020: 49 % Umsatzanteil). Dies ist v. a. auf Umsatzzuwächse bei Lebensmittelmärkten zurückzuführen, da diese vom Corona-Lockdown, aber auch vom Trend zu hochwertigen Lebensmitteln profitieren konnten.

Abbildung 15: Einzelhandelsstruktur in der Stadt Bürstadt 2022 nach Betriebsgrößenklassen

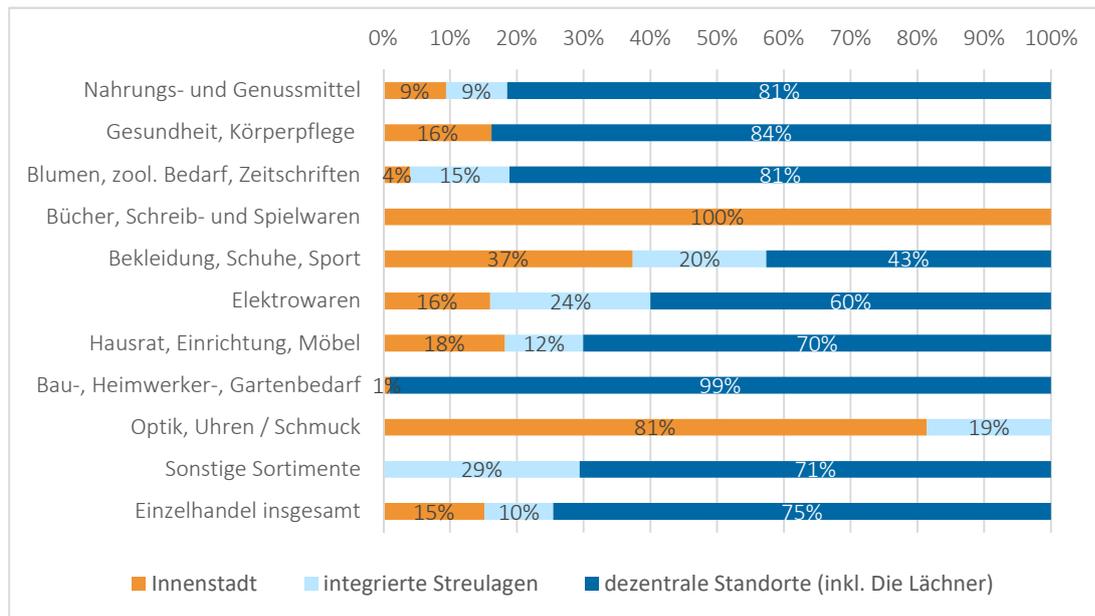


GMA-Erhebung Juli 2022 / GMA-Berechnung (ggf. Rundungsdifferenzen)

In Betrachtung der **Standortlagen** zeigt sich, dass dezentrale Standorte mittlerweile in den meisten Branchen dominieren:

- / Auf dezentrale Standortlagen entfallen im Durchschnitt ca. 75 % der Bürstädter Verkaufsflächen und ca. 38 % der Betriebe. Der Schwerpunkt liegt im Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“ (bedingt durch die Konzentration von großen Lebensmittel- und Fachmärkten). Weitere mittel- und großflächige Anbieter sind im Industriegebiet Nordost (v. a. Anbieter von Bau- und Heimwerkerbedarf, Gartenbedarf und Baustoffen) und im Gewerbegebiet Die Lächner / Weidenweg (u. a. Rewe-Supermarkt, Lidl-Discounter) etabliert, ohne dort jedoch zusammenhängende Versorgungslagen auszubilden.
- / In der Innenstadt befinden sich ca. 15 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen und ca. 40 % der Betriebe. Besonders die kleinflächig strukturierten Branchen Bücher, Schreib- und Spielwaren, Optik / Hörgeräteakustik und Uhren / Schmuck konzentrieren sich im hohen Maß auf die zentrale Lage (vgl. Abb. 16). In den einstigen standortprägenden Branchen Bekleidung und Schuhe gab es hingegen Abschmelzungen im Bestand.
- / Sonstigen Streulagen (einschließlich Ortsteilen) sind in Bürstadt ca. 10 % der Verkaufsflächen und ca. 22 % der Betriebe zuzuordnen.

Abbildung 16: Einzelhandelstruktur in der Stadt Bürstadt 2022: Hauptwarengruppen nach Standortlagen

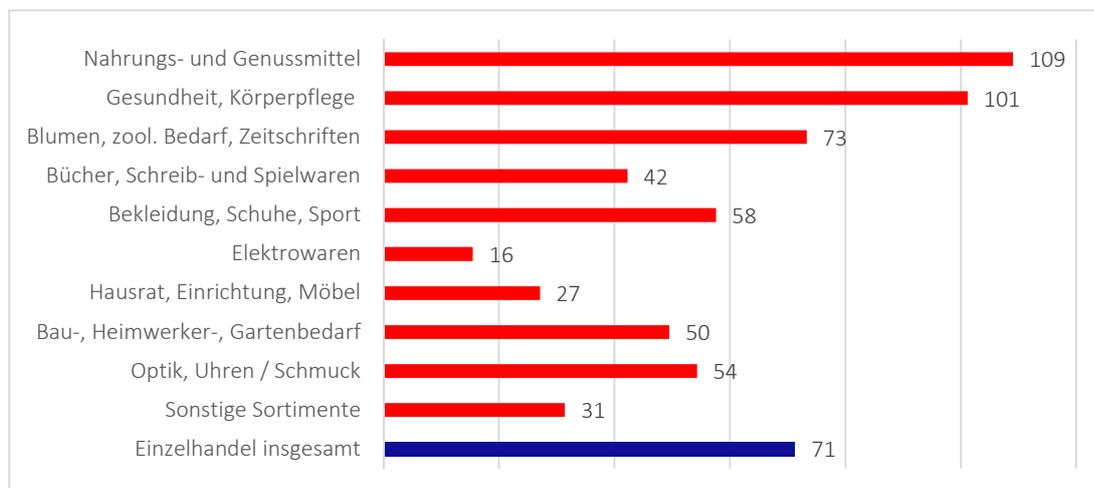


GMA-Erhebung Juli 2022 (ggf. Rundungsdifferenzen; Zuordnung der Betriebe nach Umsatzschwerpunkt)

Als wichtige Orientierung für die Versorgungsbedeutung und für die Entwicklungspotenziale dient die **Zentralitätskennziffer**. Diese errechnet sich durch Gegenüberstellung von erzieltm Umsatz am Ort und der dortigen Kaufkraft der Bewohner. Werte über 100 zeigen Umsatzzuflüsse von außerhalb der Standortkommune an.

Im Durchschnitt errechnet sich für Bürstadt eine Zentralitätskennziffer von 71. Dies weist auf eine nur mäßige Kaufkraftbindung bzw. geringe Umsatzzuflüsse aus dem Umland hin. Abbildung 17 zeigt, dass in Bürstadt in den meisten Warengruppen, mit Ausnahme des kurzfristigen Bedarfs, niedrige Zentralitäten bestehen. Besonders niedrig sind die Zentralitäten in den Warengruppen Elektrowaren, Hausrat / Einrichtung, Bücher, Schreib- und Spielwaren, wo die Konkurrenz des Online-Handels besonders groß ist. Eine sinkende Zentralität ist auch bei Bekleidung / Schuhe / Sport festzustellen, wo der Bestand zurückging.

Abbildung 17: Einzelhandelszentralitäten in Bürstadt 2022 nach Warengruppen



GMA-Erhebung Juli 2022 / GMA-Berechnung (ggf. Rundungsdifferenzen)

2. Entwicklung des Bürstädter Einzelhandels zwischen 2008, 2020 und 2022

Die zeitliche Entwicklung des Einzelhandelsbestands in Bürstadt wird im Vergleich der 2008²³, 2020²⁴ und 2022 erhobenen Bestandsdaten deutlich. Hierzu sind folgende Kernpunkte festzuhalten:

- / Im Zeitraum von 2008 bis 2020 ging in Bürstadt die **Zahl der Betriebe** um 25 % zurück (von 113 im Jahr 2009 auf 85 im Jahr 2020). Besonders von Bestandsabschmelzungen betroffen waren Streulagen, wo die Zahl der Betriebe um 51 % abnahm, aber auch die Innenstadt (-32 %). Dies ist vornehmlich auf betriebliche Ursachen zurückzuführen (z. B. Schlecker-Pleite, Nachfolgeprobleme bei kleineren Anbietern, mangelnde Nachfrage an wenig frequentierten Standorten wie etwa den Stadtteilen), teilweise auch auf geänderte Verbrauchergewohnheiten (z. B. verstärkter Kauf von Mode und Schuhen im Internet). An dezentralen Standorten stieg die Zahl der Anbieter dagegen um ca. 35 %.
- / Zwischen 2020 und 2022 ging der Betriebsbestand in Bürstadt um weitere 8 % zurück (auf 78 im Jahr 2022). Bestandsabschmelzungen gab es sowohl in der Innenstadt, wo 4 Einzelhandelsbetriebe schlossen als auch in Streulagen (2 Betriebsschließungen) und in Gewerbegebietslagen (eine Betriebsschließung)

 In der Innenstadt schlossen die Anbieter Schuh One, Lederwaren Deutsch, Bäckerei Friedle und Otto Shop. Dabei handelt es sich mehrheitlich um sehr kleine Betriebe, im Fall von Schuh One allerdings auch um einen prägenden Anbieter, der teilweise auch Magnetfunktionen übernahm.
- / Die **Gesamtverkaufsfläche** stieg in Bürstadt zwischen 2008 und 2020 leicht an. So erhöhte sich die Verkaufsfläche von ca. 18.575 m² im Jahr 2008 auf ca. 19.600 m² im Jahr 2020 (+ 5,5 %). Dabei zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Einzelhandelschwerpunkten: Während in den Gewerbegebieten die Verkaufsfläche um ca. 29 % zunahm (v. a. durch die Ansiedlung von REWE und Netto), nahm der Verkaufsflächenbesatz in der Innenstadt um ca. 32 % ab. Der Verkaufsflächenrückgang in der Innenstadt wurde im Wesentlichen durch die Schließungen der Schlecker-Märkte, des Kaufhauses Woolworth, des Modehauses Heiser und der Firma Kölsch (Sport / Schuhe) bewirkt.
- / Zwischen 2020 und 2022 reduzierte sich mit dem Rückgang der Betriebsstätten auch die Gesamtverkaufsfläche um ca. 7 % (auf heute ca. 18.405 m² VK). Spürbare Rückgänge gab es in der Innenstadt (-560 m² VK), aber in Gewerbegebietslagen (-510 m² VK).
- / Die **Umsatzleistung des Bürstädter Einzelhandels** erhöhte sich zwischen 2008 und 2020 um ca. 22 %²⁵ (von ca. 61,2 Mio. € im Jahr 2008 auf ca. 74,6 Mio. € im Jahr 2020). Ein überproportional starkes Umsatzwachstum zeigte der Lebensmitteleinzelhandel, der von höheren Ausgaben der Verbraucher für qualitätvolle Lebensmittel profitierte. Dies begünstigte die dezentralen Einkaufsstandorte, an denen 6 der 7 Lebensmittelmärkte in Bürstadt liegen. Zudem kamen mit dem REWE-Markt im Gewerbegebiet Die Lächner und dem Netto-Markt am Industriegebiet Nordost zwei wichtige Anbieter hinzu. Dagegen verzeichnete die Bürstädter Innenstadt zwischen 2008 und 2020 einen Umsatzrückgang um ca. 33 %; in erster Linie wegen der o. g. Betriebsschließungen.

²³ Vorbereitende Arbeiten zum GMA-Strukturgutachten für den Einzelhandel 2009.

²⁴ Letzte Vollerhebung im Juli 2020; im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2020.

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

■ Zwischen 2020 und 2022 stieg in Bürstadt die Umsatzleistung um ca. 1,7 %²⁶. Dies ist ausschließlich auf den Lebensmitteleinzelhandel zurückzuführen, der in Pandemie-Zeiten nicht von Schließungen betroffen war. Besonders hoch war das Umsatzwachstum deshalb an dezentralen Einkaufsstandorten. In der Innenstadt gingen die Umsätze hingegen nach GMA-Schätzung deutlich zurück.

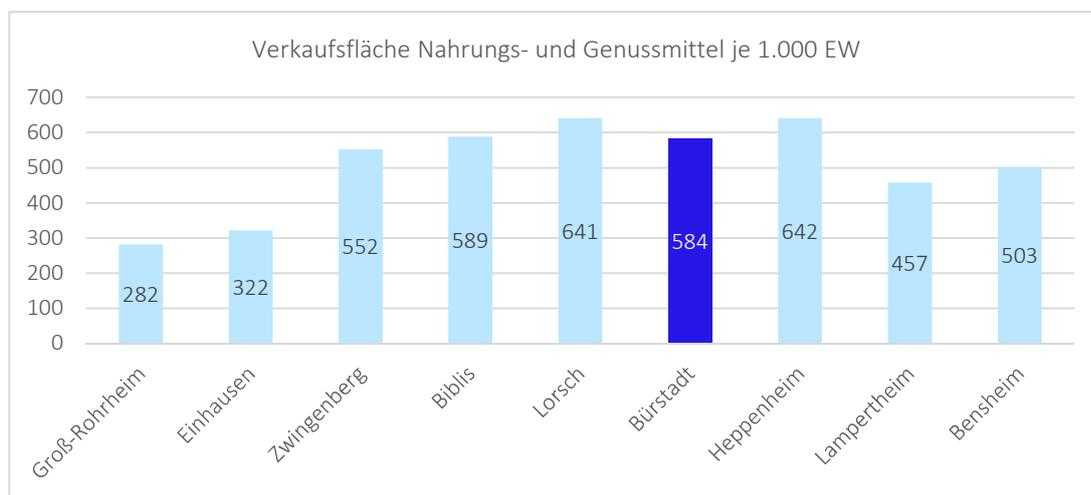
3. Quantitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes und Benchmarking

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

Der direkte **interkommunale Vergleich der Einzelhandelszentralität** verdeutlicht die untergeordnete Position der Einkaufsstadt Bürstadt im Raum Bergstraße / Ried. So wird von MB-Research für Bürstadt heute eine Zentralität des Einzelhandels (Umsatz-Kaufkraft-Relation) von 80,0 angegeben²⁷. Damit liegt Bürstadt bei einem ähnlich niedrigen Wert wie die beiden anderen kooperierenden Mittelzentren Lampertheim (79,4) und Lorsch (81,6). Deutlich höhere Zentralitätswerte weisen dagegen die starken Einkaufsstädte an der Bergstraße, Bensheim (108,8), Heppenheim(142,2) und Viernheim (165,5), und auch die Stadt Worms (124,0) auf.

Die **Verkaufsflächenausstattung im Nahrungs- und Genussmittelbereich** ist in Bürstadt mit einem Flächenbesatz von 584 m² VK je 1.000 Einwohner noch relativ gut, erscheint aber im Vergleich mit den umliegenden Mittelzentren im Landkreis Bergstraße nicht besonders hoch (vgl. Abb. 18). Sie liegt derzeit etwa auf dem Niveau von Biblis und Lampertheim, jedoch niedriger als in Lorsch und Heppenheim.

Abbildung 18: Relative Verkaufsflächenausstattung von Bürstadt mit Nahrungs- und Genussmitteln im Landkreis-Vergleich



GMA-Berechnung 2022, basierend auf Primärerhebungen in den Jahren 2017 – 2022

²⁶ Auch im gesamtdeutschen Einzelhandel stieg der Umsatz in den vergangenen zwei Jahren (um rund 10 %). Dies ist zum einen auf die starken Umsatzsteigerungen der Lebensmittel-, Drogerie- und Gesundheitsanbieter zurückzuführen (+ 14 %), zum anderen auf den Onlinehandel. Quelle: EHI handel aktuell 2022, S. 66.

²⁷ Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2022 basierend auf © Statistisches Bundesamt. Die GMA kommt hingegen – aufgrund der aktuelleren Daten aus der Einzelhandelserhebung im Juli 2022 – zu einer niedrigeren Zentralität von 71.

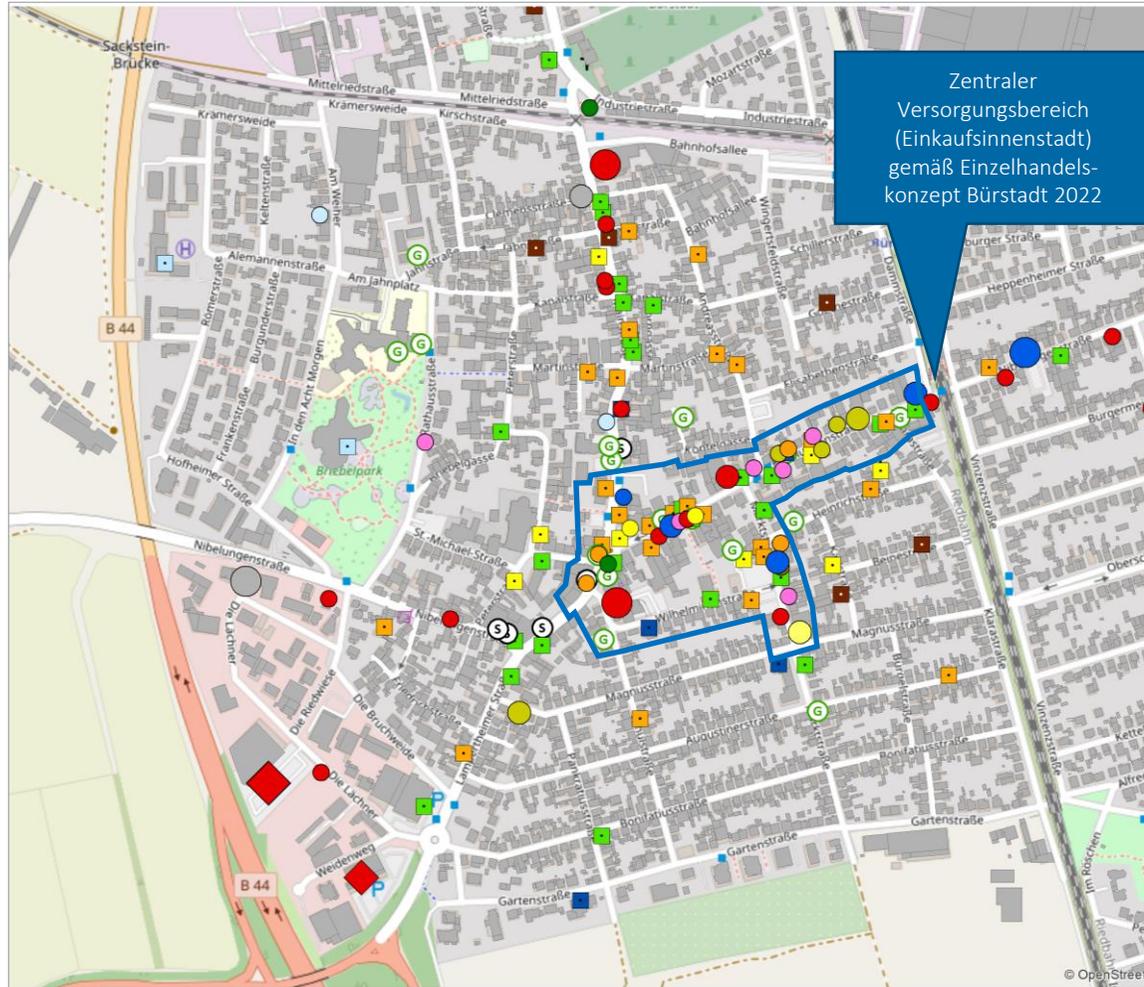
4. Angebotssituation in der Innenstadt

Die Innenstadt liegt zentral im Kernstadtgebiet, etwa zwischen der St.-Michael-Kirche, der alten Schillerschule in der Magnusstraße und den Bahntrassen der Nibelungenbahn und Riedbahn. Sie stellt den historischen Versorgungsschwerpunkt von Bürstadt dar. Die **innerstädtische Haupteinkaufslage** von Bürstadt befindet sich traditionell an der Nibelungenstraße (zwischen Riedbahn und Lampertheimer Straße) sowie in den angrenzenden Bereichen der Mainstraße und Marktstraße. Entsprechend der dortigen Baustrukturen ist dieser Bereich überwiegend durch kleinflächige Geschäfte und Dienstleister geprägt. Die räumliche Verteilung der Einzelhandels- und Komplementärnutzungen ist der Karte 5 zu entnehmen.

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

Die Bürstädter Einkaufsinnenstadt weist eine **gute verkehrliche Erreichbarkeit** auf, insbesondere für den Autoverkehr über die Nibelungenstraße und Mainstraße, aber auch für den Fahrradverkehr, der eine gute Ausschilderung im regionalen Fahrradnetz vorfindet. Pkw-Kunden und -Besuchern der Innenstadt stehen Parkmöglichkeiten straßenbegleitend und auch an den Parkplätzen Wilhelminenstraße, Mainstraße und Andreasstraße zur Verfügung.

Karte 4: Einzelhandels- und Komplementärbestand in der Bürstädter Innenstadt



Legende

Einzelhandel

Verkaufsflächengröße

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

Sortimente

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

Komplementärnutzungen

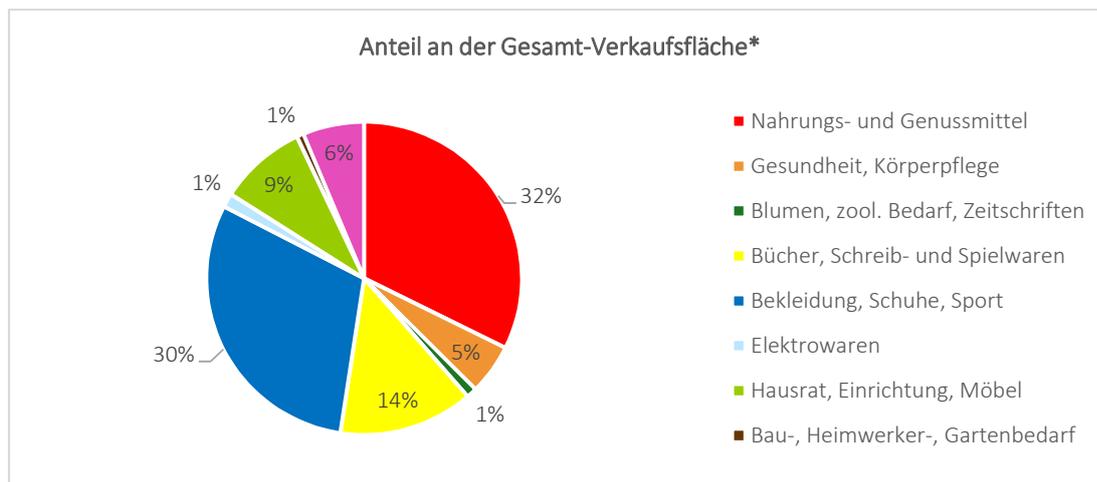
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Gesundheitseinrichtungen
- Spielhallen, Wettbüros etc.

Quelle: Stadt Bürstadt
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Bearbeitung 2022

An das lokale und regionale Netz des ÖPNV ist die Innenstadt durch den Bahnhofpunkt an der Riedbahn sowie mehrere Bushaltestellen im Innenstadtdistrikt insgesamt gut angebunden. Der Bahnhof (Anbindung an die Nibelungenbahn) und der angrenzende Busbahnhof liegen allerdings rund 500 m entfernt vom zentralen Teil der Haupteinkaufslage, sodass sich hiermit keine unmittelbaren Synergieeffekte ergeben.

Der **Einzelhandelsbestand** in der Innenstadt umfasst aktuell 31 Betriebe und eine Verkaufsfläche von ca. 2.785 m². Aus der hieraus resultierenden Durchschnittsgröße von rund 90 m² VK wird die Kleinteiligkeit der Einzelhandelsstruktur in der Innenstadt deutlich. Größte Betriebe in der Innenstadt sind der Lebensmittelmarkt Netto, das Modehaus Vetter und der Textilfachmarkt NKD. Ansonsten dominieren kleine Fachgeschäfte. Das Branchenspektrum in den Haupteinkaufslagen wird heute v. a. von Anbietern der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (ca. 32 %), Bekleidung / Schuhe / Sport (ca. 30 % der Verkaufsflächen) und Bücher, Schreib- und Spielwaren (ca. 14 %) geprägt. Entsprechend geringere Anteile entfallen auf andere Branchen (vgl. Abb. 19). Darunter sind mit Gesundheit / Körperpflege, Blumen, Elektrowaren sowie Hausrat / Einrichtung auch innenstädtische Leitsortimente.

Abbildung 19: Einzelhandelsstruktur in der Einkaufsinnenstadt 2022 (Verkaufsflächen*)



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

Quelle: GMA-Erhebung Juli 2022 (ca.-Werte gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

Um auch der Wirkung von ergänzenden Betrieben zum Einzelhandel (**Komplementärnutzungen** genannt) gerecht zu werden, nahm die GMA im Rahmen der Einzelhandelserhebungen im Juli 2022 auch eine vollständige Erhebung der Dienstleistungsbetriebe (einschließlich Post und Kreditinstitute, Ärzte und Gesundheitsdienstleister), gastgewerblichen Betriebe, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Bildungs- und öffentlichen Einrichtungen in der Innenstadt vor. Solche Einrichtungen tragen nicht nur zur Versorgungsqualität von Bewohnern der Stadt bei sondern auch zur Kundenfrequenzierung und Belebung des Stadtbilds. Da sie eigene Anziehungspunkte für Besucher darstellen können, ist die Existenz und Verteilung dieser Einrichtungen im Stadtgebiet durchaus von Wichtigkeit.

Insgesamt erfasste die GMA bei den Erhebungen in der Einkaufsinnenstadt 66 Komplementäreinrichtungen (vgl. Tab. 4). Hervorzuheben ist der breite Mix an Angeboten, von Dienstleistern, Ärzten, Kreditinstituten, Reisebüros, Frisörsalons, Krankenkasse, Gaststätten und Kitas.

Allerdings befinden sich wichtige „Frequenzbringer“ wie etwa das Rathaus, Bürgerhaus, Museen, Schulen, oder Kirchengemeinden bereits außerhalb der Haupteinkaufsbereiche in den Randbereichen der Innenstadt (vgl. Karte 4), dadurch entfallen wichtige Zuführungseffekte für die Einzelhandelsgeschäfte.

Tabelle 4: Komplementärnutzungen in der Bürstädter Einkaufsinnenstadt 2022

Art der Einrichtung	Anzahl
Dienstleistungen (z. B. Frisör, Kosmetik, Sonnenstudio, Schneiderei, Reisebüro, Fahrschule, Geldinstitut, Post, Immobilienagentur, Anwaltskanzlei, Steuerberater, Versicherungsagentur, Krankenkasse, Nachhilfe, Zeitungsbüro)	26
Arztpraxen, Therapeuten, Gesundheitsdienstleister	10
Gastgewerbe (z. B. Restaurant, Café, Bistro, Kneipe, Imbiss, Eiscafé, Hotel)	19
Kultur- und Freizeiteinrichtungen (z. B. Veranstaltungsräume, Fitness-Studio, Spielhallen, Wettbüros)	8
Bildungseinrichtungen (z. B. Schulen, Kindergärten, Kinderbetreuungseinrichtungen)	3
Summe Komplementäreinrichtungen	66

Quelle: GMA-Erhebung Juli 2022

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

Angesichts der für die Stadtgröße doch recht großen Ausdehnung der innerstädtischen Einkaufslagen nimmt die Angebotsdichte und -qualität – nicht nur im Einzelhandel – besonders in den Randbereichen spürbar ab. In Folge dessen zeigen sich **in den Randbereichen teilweise Trading-down-Tendenzen im Angebotsbesatz**. Besonders markant ist die Ballung von Mindernutzungen wie Vergnügungsstätten (Spielhallen, Sportwettenanbieter), Shisha-Bars, Imbissbetrieben und Leerständen in den Bereichen Nibelungenstraße 24 – 40 und Mainstraße 11 – 47, trotz teilweise moderner Wohn- und Geschäftsbauten. Hier besteht nur noch eine geringe Einzelhandelsdichte, sodass diese Bereiche mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts 2020 aus der Definition des Zentralen Versorgungsbereichs herausgenommen wurden.

Bei den Erhebungen der GMA wurden in der Einkaufsinnenstadt auch **Leerstände** in Erdgeschosslagen erfasst und, soweit möglich, ihre Verkaufsflächengrößen geschätzt. Insgesamt wurden bei der Erhebung 6 leerstehende Ladenlokale registriert. Die Leerstände befinden sich überwiegend an den Rändern der Einkaufsinnenstadt, z. B. an der südlichen Nibelungenstraße und an der mittleren Mainstraße. Aber auch an der mittleren Nibelungenstraße treten Leerstände auf, ohne dabei jedoch Stadtbild-prägend zu werden. Es handelt sich dabei zumeist um kleine Ladenfläche von unter 100 m² VK in einem ungünstigen Zustand (z. B. deutlicher Sanierungsbedarf, nicht-berollbarer Zugang, geringe Schaufensterfläche zur Straße); eine Nachbesetzung solcher Leerstände für den Einzelhandel erscheint kaum noch realistisch. Hier wäre eine Umwidmung zu Wohnzwecken sinnvoller.



Marktplatz mit hoher Aufenthaltsqualität



Aufwertung des zentralen Verkehrsknotenpunkts



Gute Lebensmittelversorgung in der Innenstadt konnte erhalten bleiben (heute Netto City)



An der Mainstraße kaum noch Einzelhandel



Leerstand an der östlichen Nibelungenstraße



Südliche Nibelungenstraße: Aus Einzelhandelsicht keine Auflage mehr

Fotos: GMA, Juli 2020

Obwohl die Nibelungenstraße und die Mainstraße durch die Bundesstraßen B 44 und B 47 von ihren ursprünglichen Funktionen als Hauptverkehrsachsen für den Durchgangsverkehr erheblich entlastet werden, wurde bisher die **Einkaufsatmosphäre** in der Innenstadt durch den fortlaufenden Straßenverkehr beeinträchtigt (insbesondere rund um den zentralen Knotenpunkt Nibelungenstraße / Mainstraße / Luisenstraße / Schulstraße).

Um diesem Manko entgegen zu treten, hat die Stadt Bürstadt in der Innenstadt **umfangreiche Aufwertungsmaßnahmen** des öffentlichen Raums durchgeführt. Nachdem bereits der Marktplatz und der Bahnhof umgestaltet wurden, erfolgte zuletzt der Umbau der Nibelungenstraße. Hierzu wurde am zentralen Knotenpunkt ein Kreisverkehr errichtet und danach der Abschnitt

zwischen Mainstraße und Marktstraße durch neue Pflasterung, moderne Beleuchtung, Umgestaltung der Parkierungsbereiche²⁸, zusätzliche Bänke und Kinderspielgeräte, Ergänzung der Fahrradfreundlichkeit²⁹ und Umgestaltung des Außenbereiches am Alten Rathaus aufgewertet. Als Ergebnis dieser Maßnahmen erscheinen heute **äußerer Eindruck, Aufenthaltsqualität und Verkehrssicherheit im zentralen Bereich der Innenstadt deutlich verbessert**. Diese Maßnahmen werden nicht nur den in der Innenstadt wohnenden Personen sondern auch Besuchern und Tagestouristen (z. B. mit dem Fahrrad) zu Gute kommen.

Profitiert hat die Innenstadt bereits von der Umgestaltung des Marktplatzes und der dortigen Errichtung des Brauhauses Drauß, wo ein sehr ansprechender Aufenthaltsbereich mit Begrünungselementen, Wasserspiel, kleinem Spielplatz und Außengastronomie entstanden ist. Auf diesem Platz findet freitags auch der Wochenmarkt statt.

Zusammengefasst ist festzustellen, dass die Einzelhandelsfunktion in der Bürstädter Innenstadt abgenommen hat; daher sind die Haupteinkaufsbereiche bereits kompakter geworden. Angesichts der mehrheitlich sehr kleinen Einzelhandelsbetriebe und der erheblichen Herausforderungen für den Einzelhandel durch die Zunahme der Online-Konkurrenz, die Verlagerung der Verbraucherpräferenzen auf preisaggressive Angebotsformate und der Einkommensverluste während des Corona-Lockdowns kann künftig eine weitere Reduzierung des Einzelhandelsbestands in der Innenstadt nicht ausgeschlossen werden. **Um die Kundenfreundlichkeit und Belebung der Innenstadt zu unterstützen, sollte das Prinzip der räumlichen Konzentration des Einzelhandels auf die zentralen Lagen der Innenstadt auch weiterhin beibehalten werden.**

Ansatzpunkte zur Gestaltung des Strukturwandels in der Innenstadt in Richtung eines multifunktionalen Versorgungs-, Wohn- und Lebensraumes wurden von der Stadt Bürstadt bereits im integrierten Handlungskonzept identifiziert und umgesetzt (Aufwertungsmaßnahmen des öffentlichen Raums, Ausbau der barrierefreien Mobilität insbesondere für den Fuß- und Radverkehr, Unterstützung von Sanierungen von Geschäfts- und Wohngebäuden usw.). Die Teilnahme am Förderprogramm „Lokale Ökonomie“ erlaubt eine weitere aktive Unterstützung des Strukturwandels in der Innenstadt. Zusätzliche Impulse zur Weiterentwicklung des innerstädtischen Versorgungsangebotes und zur Stärkung der lokalen Ökonomie durch Agglomerations- und Konzentrationseffekte würde die Schaffung eines Gesundheitszentrums im Bereich der Innenstadt (Ärztehaus o. ä.) bewirken, welches von der Stadt Bürstadt angestrebt wird. Zur Unterstützung von Kleinunternehmen und Existenzgründungen könnte ggf. auch eine direkte Förderung von Investitionen in Geschäften oder Ladenlokalen durch die Stadt beitragen (z. B. durch Nachnutzung von Leerständen zu Pop-up-Stores oder -Galerien, Shared Offices oder Coworking mit Kinderbetreuung).

²⁸ Die Parkplätze wurden neu angeordnet, blieben jedoch in ihrer Zahl gleich.

²⁹ Neue Fahrradbügel, zusätzliche Ausleihstation für Fahrräder.

5. Angebotssituation bei der Nahversorgung

Das Nahversorgungsangebot in Bürstadt umfasst aktuell **30 Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln** (Lebensmittel- und Getränkemärkte, Bäckereien, Metzgereien, Fachgeschäfte, Kioske, Tankstellen) und **5 Anbieter von Drogerie- und Gesundheitswaren** (Drogeriemarkt, Apotheken). Alle befinden sich in der Kernstadt. Prägend sind die 7 Lebensmittelmärkte (davon 2 Supermärkte, 5 Discounter) und der Drogeriemarkt.

Im Verhältnis zur Einwohnerzahl wurde im Jahr 2022 **bei Nahrungs- und Genussmitteln ein Verkaufsflächenbestand von 584 m² pro 1.000 Einwohner** ermittelt (vgl. Kapitel III.3). Mit diesem Flächenbesatz liegt Bürstadt im Vergleich mit anderen Städten ähnlicher Größe – und auch im Vergleich mit den benachbarten Mittelzentren Lampertheim und Lorsch – „im Rahmen“. Hingegen bewegt sich der Flächenbesatz bei Drogerie- und Apothekerwaren deutlich unter dem Niveau vergleichbarer Städte.

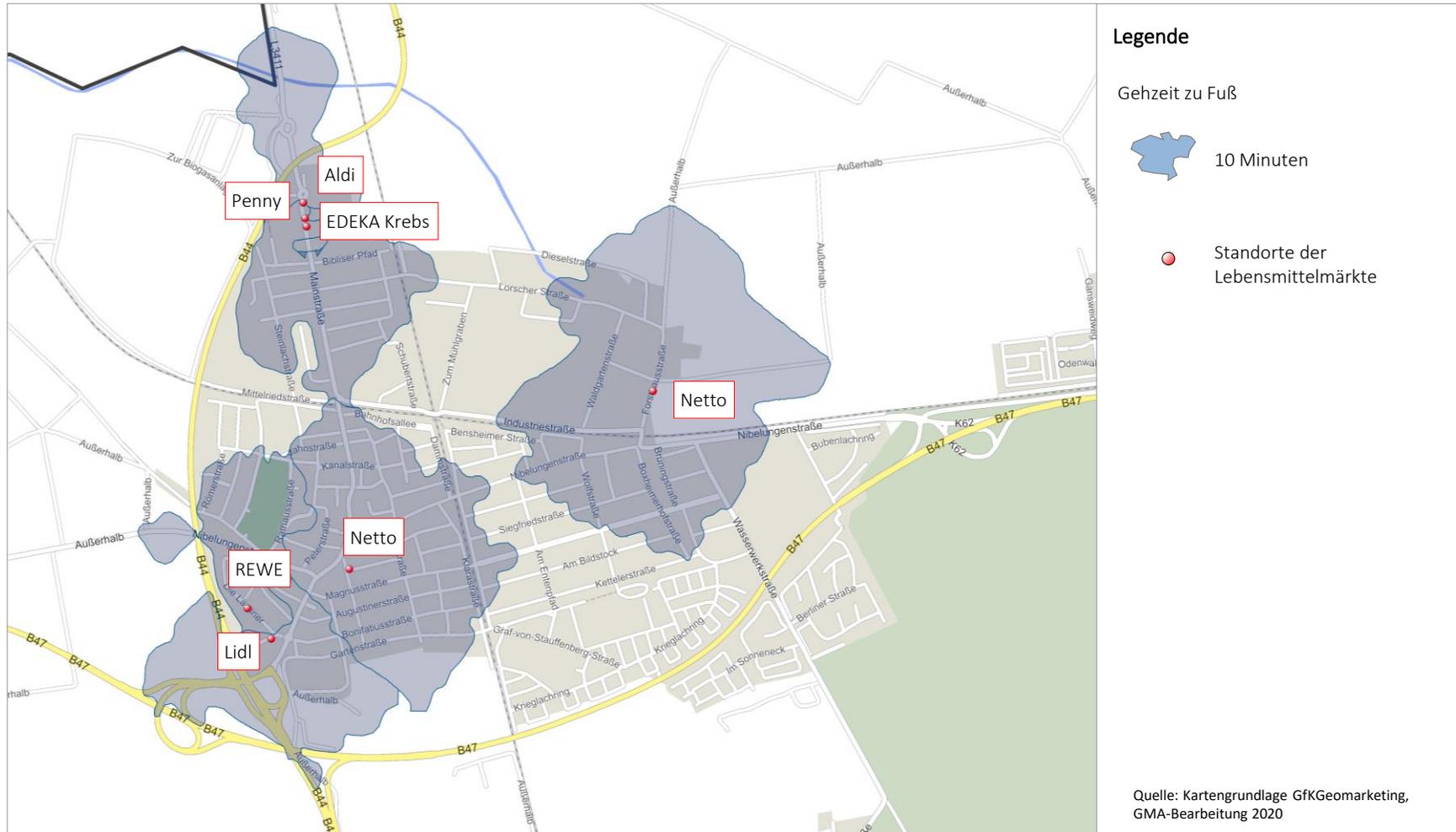
Die Angebotsstruktur und -qualität wird primär durch **Lebensmittelmärkte** geprägt. Der vorhandene Bestand in Bürstadt ist wie folgt zu bewerten:

- / Die **Supermärkte** EDEKA Krebs (ca. 2.300 m² VK) und REWE Rodriguez (ca. 1.800 m² VK) sind modern und ausreichend groß dimensioniert. Aufgrund der großen Sortimentstiefe und der guten Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr erschließen beide Märkte ein großes Einzugsgebiet.
- / Mit den **Discountern** Lidl, Aldi, Netto und Penny ist im Discountsegment ein umfangreiches Angebot vorhanden. Die genannten Filialisten weisen Verkaufsflächen zwischen ca. 790 und 1.000 m² auf, was nicht mehr ganz den üblichen Größen der jeweiligen Betreiber entspricht. Derzeit liegen Erweiterungsplanungen von Lidl, Aldi und Netto vor. Der etwas kleinere Netto-Markt an der Wilhelminenstraße (ca. 610 m² VK) wurde bereits modernisiert; er übernimmt Nahversorgungsfunktionen für die Bewohner und Beschäftigten in der Innenstadt.

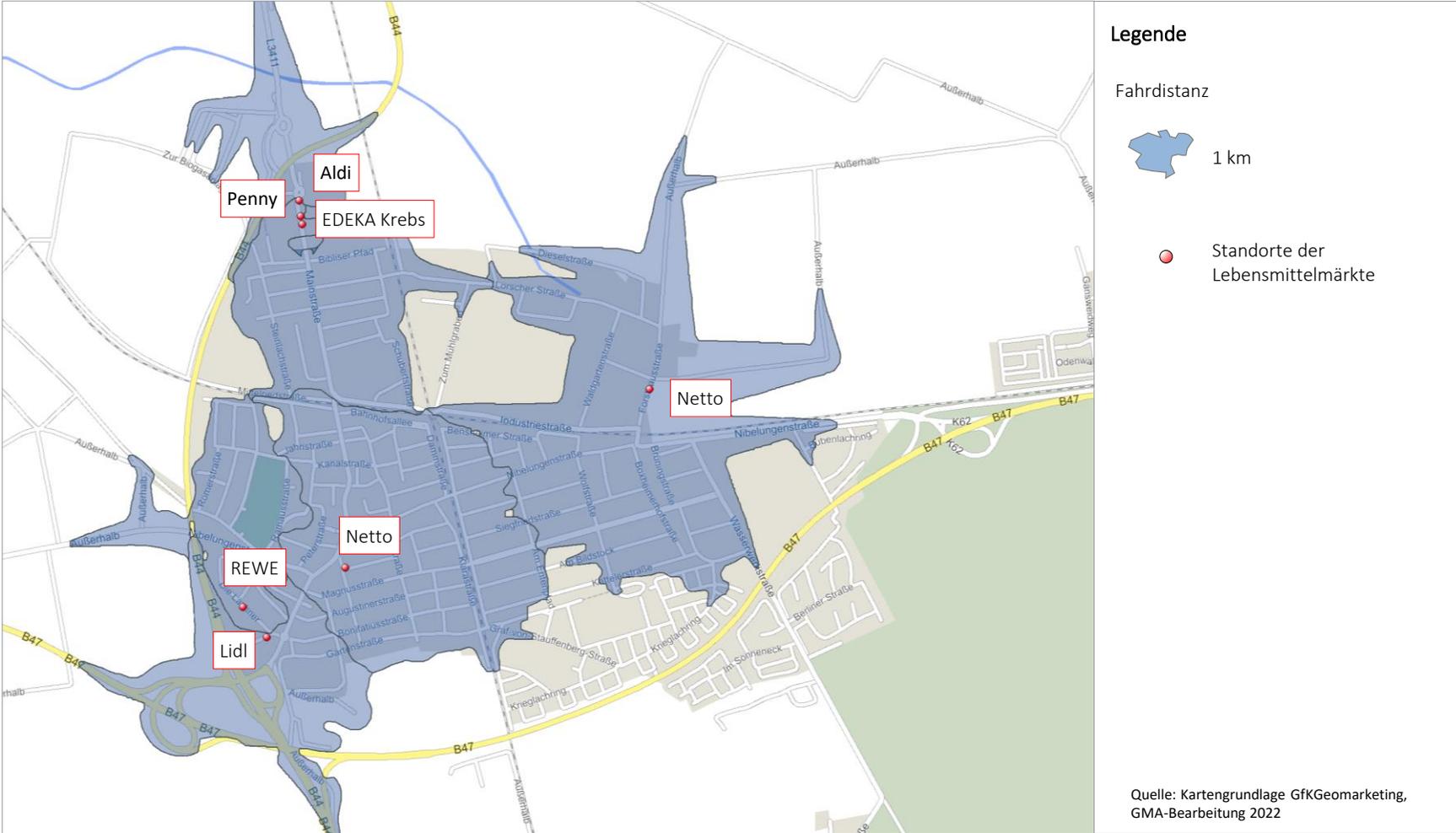
Karte 5 macht die „**räumliche Arbeitsteilung**“ im Stadtgebiet durch die Lebensmittelmärkte deutlich. Während EDEKA, Aldi und Penny v. a. das nördliche Kernstadtgebiet und Bobstadt ansprechen, zielt der kleinere Netto-Citymarkt auf die Innenstadt ab. REWE und Lidl versorgen die Wohngebiete im westlichen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

Innerhalb der Kernstadt können rund 43 % der Bevölkerung einen Lebensmittelmarkt fußläufig, d. h. in max. 500 m Distanz erreichen (vgl. Karte 5). Die größte Versorgungswirkung in ihrem Nahumfeld erzielen Netto in der Wilhelminenstraße (rund 4.300 Einwohner in fußläufiger Distanz), REWE in der Lächner (rund 2.600 Einwohner) und Lidl am Weidenweg (knapp 2.500 Einwohner). Das Einkaufszentrum „Am Bibliser Pfad“ mit EDEKA Krebs, Aldi und Penny können rund 1.200 Einwohner fußläufig erreichen. In fußläufiger Distanz von 500 m um den Netto-Markt an der Forsthausstraße leben knapp 1.000 Einwohner. Berücksichtigt man die von der ebenen Topografie begünstigte gute Fahrrad-Erreichbarkeit der örtlichen Lebensmittelmärkte, erhöht sich der Anteil der Einwohner auf ca. 60 %, die einen Lebensmittelmarkt ohne Pkw erreichen können (vgl. Karte 6).

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



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



Festzustellen ist aber auch, dass **erhebliche Teile der Bürstädter Bevölkerung in ihren Wohnvierteln keine Lebensmittelnaversorgung mehr haben** – weder Lebensmittelmärkte noch kleinere Lebensmittelgeschäfte, Bäcker, Metzger oder Hofläden³⁰. Dies trifft insbesondere auf die Stadtteile Bobstadt, Riedrode und Boxheimerhof zu, aber auch auf den südöstlichen Teile der Kernstadt (Wohngebiete Krieglachring, Bubenlachring, Sonneneck, Rodstücke).



Moderne Bäckerei an der Nibelungenstraße



Leer stehendes Ladenlokal an der Berliner Straße

Grund für die defizitäre Versorgungssituation in diesen Gebieten ist, dass hier nur eine geringe Bevölkerungszahl lebt und dass sie an den Rändern des Stadtgebietes liegen (teilweise abgetrennt durch Zäsuren wie die B 47, die Riedbahntrasse oder das Sport- und Freizeitgelände), sodass dortige Anbieter auch kaum zusätzliche Kundenpotenziale ansprechen können. Für eine Kundenzahl von wenigen hundert Einwohnern ist aber der Betrieb eines Lebensmittelgeschäfts in aller Regel wirtschaftlich unrentabel. Mit dem Strukturwandel beim Einkaufsverhalten haben die Bindungen an das eigene Wohnviertel als Versorgungsstandort schon vor Jahrzehnten nachgelassen, in der Folge reduzierte sich der dortige Bestand immer mehr.

Wie die Darlegung alternativer Nahversorgungskonzepte im Kapitel I.3.3 in den Abbildungen 3 – 11 gezeigt hat, erfordert die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines kleinflächigen Lebensmittelmarktes (Nachbarschaftsmärkte, Integrationsmärkte, Dorf- / Bürgerläden) und auch eines Standortes eines Verkaufswagens eine günstige Wettbewerbssituation, d. h. eine ausreichende Distanz zum nächsten Lebensmittelmarkt. Noch kleinere Konzepte (Pick&go-Märkte, kleine Ladenmodule, Bäckereien, Kioske) benötigen eine starke Publikumsfrequenz, mithin einen zentralen Standort mit Zuführungseffekten. Angebotskonzepte wie Hofläden, Verkaufsautomaten oder gar eine Markthalle sind an die Präsenz von Direktvermarktern und deren Willen zum zusätzlichen finanziellen und personellen Einsatz gebunden.

Angesichts der gesamtstädtischen (und auch überörtlichen) Wettbewerbssituation, der jeweils begrenzten Bevölkerungspotenziale in den unterversorgten Wohnvierteln bzw. den Stadtteilen sowie der dort fehlenden starken Publikumsfrequenzen ist es fraglich, ob in diesen Wohnvierteln und Stadtteilen wieder Nahversorger ansässig werden. Denkbar wäre die Etablierung eines Hofladens, eines Verkaufsautomaten oder eines Verkaufswagens, wozu die Stadt Anbahnungshilfe leisten müsste. Außerdem ist eine gute Anbindung der unterversorgten Wohnquartiere an die Hauptversorgungsstandorte in der Kernstadt sicherzustellen. Hierzu hat die Stadt Bürstadt bereits durch entsprechende Busverbindungen Sorge getragen.

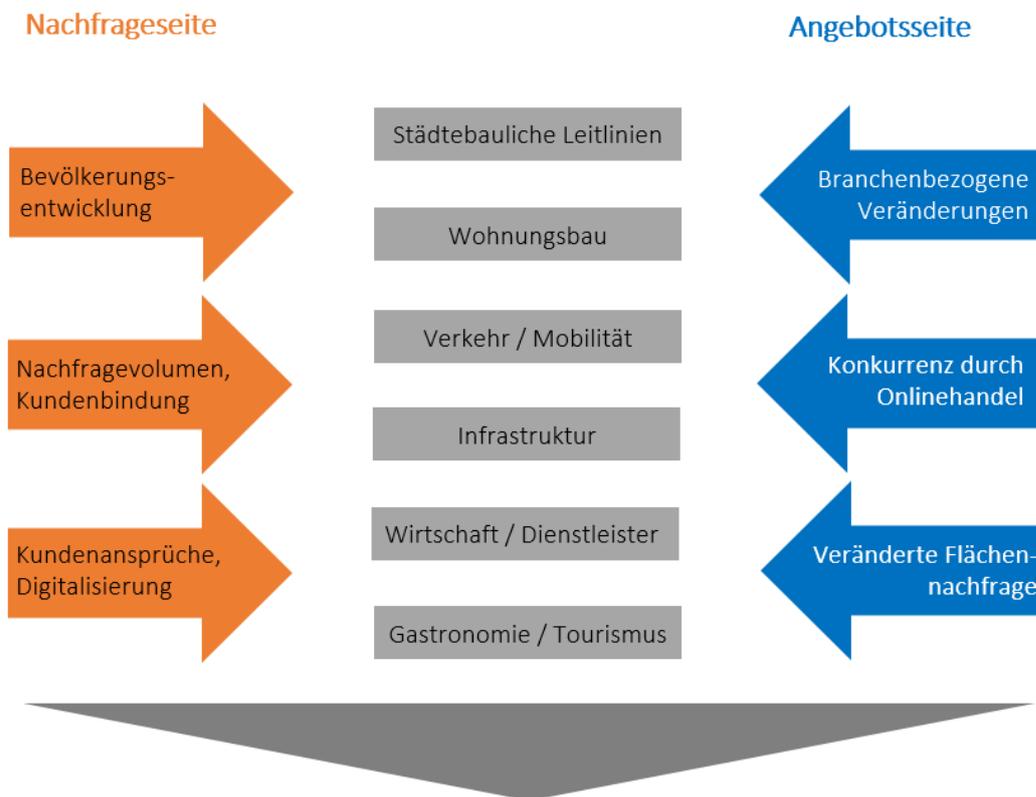
³⁰ Lediglich am Krieglachring besteht noch ein Kiosk, außerdem ist die Tankstelle am Waldschwimmbad zu nennen. Beide Betriebe können aber auf ihren geringen Flächen keine qualifizierte Nahversorgung leisten.

IV. Entwicklungsrahmen für die künftige Einzelhandelsentwicklung

1. Determinanten der Einzelhandelsentwicklung

Als wesentliche übergeordnete Trends, die im Fokus der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt stehen, sind die nachfolgend dargestellten Einflussfaktoren zu beachten.

Abbildung 20: Einflussfaktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung



Künftige Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt

GMA-Darstellung 2022

Von den mittelfristig zu erwartenden **demografischen, ökonomischen und handelsstrukturellen Rahmenbedingungen** sind folgende wesentliche Einflussfaktoren auf die künftige Einzelhandelsnachfrage in Bürstadt hervorzuheben:

- /// bis 2035 nur noch leichte Bevölkerungszunahmen in Bürstadt und in den umliegenden Gemeinden
- /// konjunkturelle und staatliche Einflüsse auf die Einkommenssituation der Haushalte nicht mehr stabil vorhersagbar (aktuell Rezessionsgefahr mit unklarer Dauer)
- /// anhaltende Preissensibilität der Konsumenten; dadurch hohe Akzeptanz für preiswerte Angebotskonzepte und Zwang zur Reduzierung der (Standort-)Kosten bei den Anbietern
- /// hohes Anspruchsniveau der Kunden an die Einkaufsstätten (Angebotsumfang, Anfahrbarkeit, Parkierung, Niveau, Sicherheit, Witterungsunabhängigkeit, Bequemlichkeit) begünstigt Einzelhandelsstandorte mit breitem Sortiment und hohen Synergiepotenzialen

in verkehrsgünstiger Lage, insbesondere aber den Onlinehandel und darauf basierende Mischkonzepte (z. B. Click-and-collect)

-  stärkere Anforderungen an umwelt- und klimapolitische Nachhaltigkeit sowohl bei der Organisation des Vertriebs und den Produkten als auch bezüglich einer flächenschonenden Stadtentwicklung
-  fortlaufende Umsatzzuwächse des Onlinehandels zu Lasten der lokalen Geschäfte
-  zunehmende Unternehmenskonzentration und Marktmacht von Filialisten wird zur weiteren Verringerung von leistungsfähigen Einzelhandelsstandorten außerhalb der Haupteinkaufslagen / Angebotsschwerpunkte führen
-  „Ladensterben“ infolge der Online-Konkurrenz, der Arbeitskräfte- und Nachfolgeproblematik sowie der Corona-Krise wird besonders wirtschaftsschwache (kleine) Betriebe mit geringer Profilierung betreffen, als Folge wird sich der Bedeutungsverlust der Innenstadt-Randlagen als Standort für den Einzelhandel weiter fortsetzen.

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

-  normale Bedarfsdeckung wird praktisch überall gewährleistet, zentrale Orte aller Stufen „rüsten auf“ mit Supermärkten, Discountern, Fachmärkten und Filialisten: übliche Fachmarkt- und Filialkonzepte sind keine Profilierungsmerkmale mehr
-  viele Städte entwickeln Einzelhandelsstrategien bzw. verfügen über entsprechende Potenziale (Entwicklung neuer Handelsstandorte, Stadtmarketingkonzepte), sodass sich die Standortkonkurrenz unter den Städten verschärfen wird
-  intensive Bewerbung (z. B. soziale Medien, Internet, Radio / Print, Events, Stadtmarketing-Aktivitäten), gute verkehrliche Infrastruktur, hohe individuelle Mobilität, Neugier und erkannte Preisunterschiede führen zu verstärktem „Standort-Hopping“ zwischen online- und offline-Anbietern, auch zu weiter entfernten Einkaufsstädten.

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

-  Im Einzelhandelskonzept der Stadt Bürstadt steht die **Stabilisierung und Stärkung der Innenstadt** als zentraler und integrierter Einkaufs- und Versorgungsstandort an erster Stelle. Das städtebauliche Leitbild der Stadt steht für den Erhalt der Zentralität und Urbanität der Innenstadt und soll vielfältige und sich befruchtende Funktionen sichern (vgl. auch Integriertes Handlungskonzept zur Förderung des „Aktiven Kernbereichs“). In der Umsetzung erfordert dies eine fortlaufende Modernisierung und ggf. auch Erweiterung der Ladenlokale, um das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in der Kundengunst aktuell zu halten, auch neue Angebotskonzepte ansiedeln zu können und so den Anschluss zu den dezentralen Einkaufslagen nicht zu verlieren.
-  Der Einzelhandelsstandort Bürstadt kann auch von leistungsstarken und spezialisierten Anbietern in den Gewerbegebieten profitieren. Gemeinsam mit den Händlern in der Innenstadt tragen diese autokundenorientierten Standorte wesentlich zu dem angestrebten **Erhalt der Versorgungsfunktionen des Mittelzentrums Bürstadt** bei. Daher sollte

auch diesen dezentralen Handelsstandorten grundsätzlich die Möglichkeit zu einer Modernisierung und Aufwertung des Angebots eingeräumt werden, sofern hierdurch keine Gefährdung der Einkaufsinnenstadt eintritt. Aufgrund der Priorität, die städtebaulich integrierte Versorgungslagen genießen, ist hierbei in Hinsicht auf Standorte und Sortimente sorgfältig abzuwägen. Vorsicht ist insbesondere bei zentrenrelevanten Sortimenten in Gewerbegebieten geboten (auch als Randsortimente).

- / Für eine mittelfristig gute **wohnnah Versorgung** ist eine gezielte Modernisierung der Lebensmittelmärkte anzustreben, um die Bindung der nahversorgungsrelevanten Kaufkraft in der Stadt zu erhöhen und Autoverkehrsströme möglichst zu vermeiden.
- / Für eine **nachhaltige Stadtentwicklung** sollte die Stadt Bürstadt einen sparsamen Umgang mit den vorhandenen Flächen pflegen, um künftige Entwicklungsmöglichkeiten für Gewerbe, Industrie, Wohnen, Freizeit und Natur zu erhalten. Modernisierungen / Erweiterungen bestehender Märkte sind Neuansiedlungen daher stets vorzuziehen.

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

Eine **Prognose des zukünftigen Flächenbedarfs** (auf Basis von Kaufkraft- und Marktanteilsentwicklungen) erscheint bereits in Anbetracht der fundamentalen Umwälzungsprozesse durch die Digitalisierung des Einkaufens, die in ihrem Umfang und Geschwindigkeit heute nicht hinreichend genau abzuschätzen sind, nicht mehr sinnvoll. In methodischer Hinsicht ist außerdem ist auf die Unwägbarkeiten bei der Abgrenzung von stationärem und online-basiertem Einzelhandel hinzuweisen. Das hier vorliegende Einzelhandelskonzept kann nur den stationären Ladeneinzelhandel steuern, nicht aber den Handel im Internet.

Auf der Nachfrageseite ist **in Bürstadt zukünftig eine wachsende Bevölkerungszahl** zu erwarten. So prognostiziert die Hessen Agentur bis Jahresende 2035 ein leichtes Bevölkerungswachstum auf rund 16.800 Einwohner³¹. Angesichts der geplanten Neubaugebiete („Sonneneck 5. Bauabschnitt“³², „Langgewann 1. Bauabschnitt“³³ in Bobstadt) erscheint ein leichtes Einwohnerwachstum plausibel. Auf Basis der Bevölkerungsprognose ist bis zum Ende 2035 mit einer Zunahme des örtlichen Kaufkraftpotenzials um ca. 2,3 % zu rechnen. Dabei handelt es sich allerdings um nominale Beträge (ohne Berücksichtigung von Inflation).

Für die übrigen Kommunen im Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels geht die Hessen Agentur künftig von rückläufigen Einwohnerzahlen aus (Biblis -2,6 %, Lampertheim -0,5 % zwischen 2020 und 2035)³⁴.

³¹ Quelle: Hessen Agentur GmbH: Bevölkerungsvorausschätzung für Hessen und seine Regionen als Grundlage der Landesentwicklungsplanung (Stand November 2021).

³² Hier sind 57 Baugrundstücke für Einzel- und Doppelhäuser (mit je max. zwei Wohnungen) geplant, die Erschließungsmaßnahmen sollen im Herbst 2020 beginnen.

³³ Hier sind 29 Baugrundstücken für Einzel- und Doppelhäuser (mit je max. drei Wohnungen) geplant, die Erschließungsmaßnahmen sollen im Herbst 2020 beginnen.

³⁴ Quelle: Hessen Agentur GmbH: Bevölkerungsvorausschätzung für Hessen und seine Regionen als Grundlage der Landesentwicklungsplanung (Stand November 2021).

Aktuell ist jedoch unklar, wie lange die derzeitige Inflation anhalten wird. Somit wird der stationäre Handel kaum von Kaufkraftsteigerungen profitieren können. **Nennenswerte Zusatzpotenziale im Sinne von größeren Neuansiedlungen lassen sich daher kaum prognostizieren.**

Eine Ausnahme bildet der stationäre Lebensmitteleinzelhandel, der mit den vom Kunden erwünschten frischen und regionalen Produkten in deutlich geringerem Umfang von der Konkurrenz des Onlinehandels betroffen ist und zudem von steigenden Ausgabebeträgen und Qualitätsansprüchen der Verbraucher profitieren konnte. Hier ist auch eine kleinräumige Verbesserung der Nahversorgungssituation in unterversorgten Wohnquartieren wünschenswert.

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

2.1 Innenstadt

Die Innenstadt ist der zentrale Versorgungsbereich des Mittelzentrums Bürstadt. Die Stadt hat bereits zahlreiche Maßnahmen zur Aufwertung des Stadtbilds, der städtebaulichen Situation und der Aufenthaltsqualität, zur zeitgemäßen Gestaltung der Haupteinkaufslage sowie zur Verbesserung der Parkierungsangebote für Pkws und Fahrräder angestrengt. Auch weiterhin sollte der **Einzelhandelsstandort Innenstadt höchste Priorität bei Schutz- und Aufwertungsmaßnahmen** genießen, auch weil sich der stationäre Einzelhandel insbesondere in den innenstadtprägenden Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren und Elektrowaren durch den Onlinehandel unter starkem Druck befindet.

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

Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität und der Attraktivität der Innenstadt wurden bereits von Seiten der Stadt angegangen (zuletzt Aufwertung des öffentlichen Raums am Marktplatz und an der Nibelungenstraße; Gestaltungssatzungen wie das Fassadenleitbild). Zu empfehlen ist eine Weiterführung dieser Maßnahmen, insbesondere in Hinsicht auf die Gestaltung der Innenstadteingänge an der Mainstraße oder Lampertheimer Straße. Ansatzpunkte zeigen sich auch hinsichtlich einer verbesserten Inszenierung bei einzelnen Geschäften bzw. einer verbesserten Begrünung in den Einkaufsstraßen. Hierzu sind in erster Linie die Händler selbst sowie die Immobilieneigentümer in der Verantwortung.

In Bezug auf die **einzelnen Betriebe und Angebotskonzepte** bestehen in der Bürstädter Innenstadt noch Ergänzungsspielräume, etwa mit Blick auf mehr Vielfalt und innovative Konzepte.

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

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

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

2.2 Nahversorgungsstandorte

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

- /// Die Bewohner der **zentralen, südlichen und westlichen Kernstadtbereiche** finden sowohl den Netto-Citymarkt an der Wilhelminenstraße als auch Lidl und REWE im Gewerbegebiet Die Lächner in fußläufiger Erreichbarkeit. Alle drei Märkte sind auch mit dem halbstündlich verkehrenden Stadtbus und den Regionalbuslinien gut erreichbar (Haltestellen ca. 100 – 300 m entfernt).
- /// Die Bewohner der **nördlichen Kernstadt** sind durch die drei Lebensmittelmärkte EDEKA Krebs, Aldi und Penny im Fachmarktzentrum Am Bibliser Pfad sehr gut versorgt.
- /// Auch für die Bewohner von **Bobstadt** liegt das Fachmarktzentrum relativ günstig, denn die Distanz (max. 2 km) ist mit dem Fahrrad noch gut zu bewältigen, außerdem verkehrt zweimal stündlich der Stadtbus von mehreren Haltestellen in Bobstadt bis zum Fachmarktzentrum.

Im **nordöstlichen Teil der Kernstadt** gewährleistet der Nettomarkt am Forstmeisterweg eine gewisse Versorgung, auch wenn dieser an seinem Standort aufgrund der Trennwirkung der viel befahrenen Nibelungenstraße (K 62) für die Wohnbevölkerung zu Fuß und mit dem Fahrrad derzeit nicht optimal erreichbar ist. Dieser Markt liegt als einziger nicht in der Nähe einer Stadtbushaltestelle, ist aber per Regionalbus (stündliche Verbindung nach Heppenheim) aus der nordöstlichen Kernstadt und aus Riedrode anfahrbar.

Versorgungslücken bestehen im **Südosten der Kernstadt** (einschließlich Siedlungen Rodstücke, Sonneneck und Boxheimerhof) und im **Stadtteil Riedrode**, wo keine Versorgungsmöglichkeiten in fußläufiger Distanz vorhanden sind. Allerdings können diese Bewohner mit dem Bus andere Lebensmittelmärkte erreichen, z. B. Netto (mindestens stündliche Verbindung).

Die grundlegende wohnortnahe Verteilung der Lebensmittelmärkte ist sinnvoll und bedarf keiner Korrektur durch zusätzliche großflächige Anbieter. Die Chancen zur Ansiedlung zusätzlicher Kleinflächenkonzepte sind aus betriebswirtschaftlicher Sicht skeptisch zu sehen. Gleichwohl wäre die Etablierung eines Hofladens, eines Verkaufsautomaten oder eines Verkaufswagens in den unterversorgten Stadtteilen grundsätzlich denkbar; hierzu könnte die Stadt Anbahnungshilfe leisten.

2.3 Nicht integrierte Standorte

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

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

V. Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts („Einzelhandelskonzept Bürstadt 2022“)

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

1. Städtebauliche Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Bürstadt

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

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

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

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

2. Sortimentskonzept Bürstadt 2022

Aufgabe des sortimentsbezogenen Leitbildes ist es, diejenigen Einzelhandelsbranchen festzulegen, die für die Nutzungsvielfalt und Attraktivität der zentralen Einkaufslage prägend sind. Sortimente, die maßgeblich zu einem aus städtebaulicher Sicht wünschenswerten Einkaufserlebnis beitragen, werden als **zentrenrelevant** bezeichnet. Sie kennzeichnet eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, ein begrenzter Flächenbedarf in der Präsentation und eine

gute Transportierbarkeit bzw. geringe Sperrigkeit. Als zentrenrelevant sind grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, die im zentralen Versorgungsbereich einen hohen Anteil der Verkaufsfläche belegen, dort eigene „Zielkunden“ anlocken und so zu einer hohen Frequenz, Ausstrahlungskraft und Attraktivitätssteigerung beitragen (Magnetfunktion). Zudem erzeugen sie Synergien mit anderen Sortimenten und Nutzungen in der zentralen Lage (Kopplungseffekte) und sind für einen vielfältigen Branchenmix notwendig. Ihre Ansiedlung in peripheren Lagen würde zu nennenswerten Umsatzumlenkungen zu Lasten von zentralen Lagen führen, woraus dort Verdrängungseffekte und Funktionsverluste resultieren.

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

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

Im Ergebnis stellt sich der GMA-Vorschlag für zentrenrelevante und nichtzentrenrelevante Sortimente wie in Abbildung 21 dar. Die Untergliederung orientiert sich an den Sortimentslisten im Regionalplan Südhessen 2010 und im Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar 2014.

Für eine verbesserte Steuerungsmöglichkeit der Einzelhandelsbetriebe werden im Sortimentskonzept Bürstadt 2022 die **zentrenrelevanten Sortimente differenziert nach innenstadtrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimenten**. Damit sollen nahversorgungsrelevante Sortimente in Bürstadt (Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren, Zeitungen / Zeitschriften) als Güter des täglichen Bedarfs auch an integrierten Standorten außerhalb der Innenstadt, insbesondere in der Nähe von größeren Wohnquartieren, angesiedelt werden können, um zur Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung beizutragen.

Innenstadtrelevante Sortimente, die wichtige Magnetfunktionen für die Innenstadt erfüllen sind dagegen als Neuansiedlungen ausschließlich in der Innenstadt vorgesehen. Da sie einen vielfältigen Branchenmix sowie Synergien mit anderen Sortimenten und Nutzungen (Kopplungseffekte) erzeugen, sind sie zur Unterstützung der Innenstadt-Funktion als zentraler Versorgungsbereich notwendig.

Abbildung 21: Sortimentskonzept der Stadt Bürstadt 2020 (GMA-Vorschlag)

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

GMA- Empfehlung 2022

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

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

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

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

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

i. d. R. nur im Zusammenhang mit dem Einbau einer neuen Küche. Abweichend vom Regionalplan Südhessen wurden Elektrogroßgeräte (Einbaugeräte) ebenso wie daher das Sortiment Küchen als nicht-zentrenrelevant eingeordnet.

- /// Campingartikel, Grills und Grillzubehör** sind nicht als Teil des üblichen Sportfachhandels anzusehen sondern eher den Sportgroßgeräten oder dem Bau- und Gartenbedarf zuzurechnen. Zelte, Schlafsäcke, Feldbetten, Isomatten, Campingmöbel, Wohnwagenausstattung, Gasflaschen usw. sind groß und sperrig, ihr Transport meist nur mit dem Auto möglich. Derzeit besteht in Bürstadt nur ein sehr geringes Angebot an Camping- oder Grillartikeln (saisonale Angebote im Gartenmarkt oder bei Lebensmittelmärkten). Zu einer wesentlichen Steigerung des Einkaufserlebnisses in der Innenstadt wird Campingbedarf kaum beitragen, da er von den meisten Kunden gar nicht benötigt wird. Insofern ist der Einstufung dieses Sortiments im geltenden Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Bürstadt (2009) als nicht-zentrenrelevant zuzustimmen.
- /// Fahrräder, Elektrofahrräder (E-Bikes, Pedelects), E-Scooter und Fahrradzubehör** haben zur Freizeitgestaltung, aber auch im Zuge der angestrebten „Mobilitätswende“ einen starken Nachfragezuwachs erfahren. Aus gutachterlicher Sicht sind Fahrräder, E-Bikes und E-Scooter generell als nicht innenstadtrelevantes Sortiment zu sehen, da die Artikel ganz überwiegend großteilig und sperrig sind (E-Bikes auch sehr schwer). Zudem handelt es sich dabei um großteilige Spezialartikel, die nicht zum täglichen Bedarf gehören und die i. d. R. weder als fußläufige Besorgung noch als Kopplungskauf erworben werden. Der Vertrieb erfolgt mittlerweile überwiegend über größere Fachhändler³⁵, die größere und deutlich kostengünstigere Ausstellungs- und Werkstattflächen benötigen als in Haupteinkaufslagen üblicherweise verfügbar sind. Auch in der Bürstadter Innenstadt sind diese Güter nicht erhältlich. Es liegt nahe, Fahrräder und E-Bikes – als Weiterentwicklung von nicht-motorisierten Fahrrädern – als ein gemeinsames Sortiment zu definieren, zumal sie in aller Regel auch von denselben Fachhändlern angeboten werden. Dabei nähert sich die Vertriebsstruktur von Fahrrädern und E-Bikes immer stärker dem „klassischen“ Kfz-Handel (Handel und Werkstattbetrieb von Autohäusern einschließlich Motorrädern, Motorrollern und Mofas) an; auch weil zwischen den Definitionen von Elektrofahrrädern und Mofas teilweise Überschneidungen vorliegen. Betriebe des Kfz-Handels unterliegen als atypischer Einzelhandel (großer Flächenbedarf, geringe Kundenfrequenz im Verhältnis zum Umsatz, Kauf der Güter mit einigen Jahren Abstand) nicht der raumordnerischen und bauleitplanerischen Steuerung des Einzelhandels und sind daher nicht Gegenstand des vorliegenden Einzelhandelskonzepts. Auch bei Fahrrädern, E-Bikes und E-Scootern liegen Merkmale von atypischem Einzelhandel vor (relativ hoher Flächenbedarf für Ausstellung, Reparaturmöglichkeiten und Serviceleistungen, hoher Umsatz pro getätigtem Kauf sowie ein erheblicher Wartungsbedarf).
- /// Sportgroßgeräte inkl. Zubehör** waren bereits in der „Bürstädter Liste 2009“ als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Hintergrund dafür ist, dass die in Bürstadt vorhandenen Anbieter für Hundesport, Angelsport, Tauch- und Wassersport sämtlich außerhalb der Innenstadt etabliert sind. Es handelt sich dabei um Spezialanbieter, die aus unterschiedlichen

³⁵

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

Gründen in der Innenstadt keine geeigneten Immobilien gefunden haben. Bei Sportgroßgeräten handelt es sich um sehr große Artikel, deren Kauf i. d. R. ein Auto erfordert, und zudem um sehr spezialisierte Waren, die nur wenige Personen nachfragen. Dies trifft auch auf andere Sportgroßgeräte zu (z. B. Reitsport, Fitnessgeräte; Boote). Dass durch ihre Präsenz in der Innenstadt die Einkaufsvielfalt wesentlich ansteigt, ist wenig wahrscheinlich. **Boote** und Zubehör sind im Regionalplan Südhessen 2010 bereits als nicht zentrenrelevant anerkannt. Eine generelle Einstufung von Sportgroßgeräten als nichtzentrenrelevantes Sortiment erscheint daher sachgerecht.

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

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

3. Standortkonzept

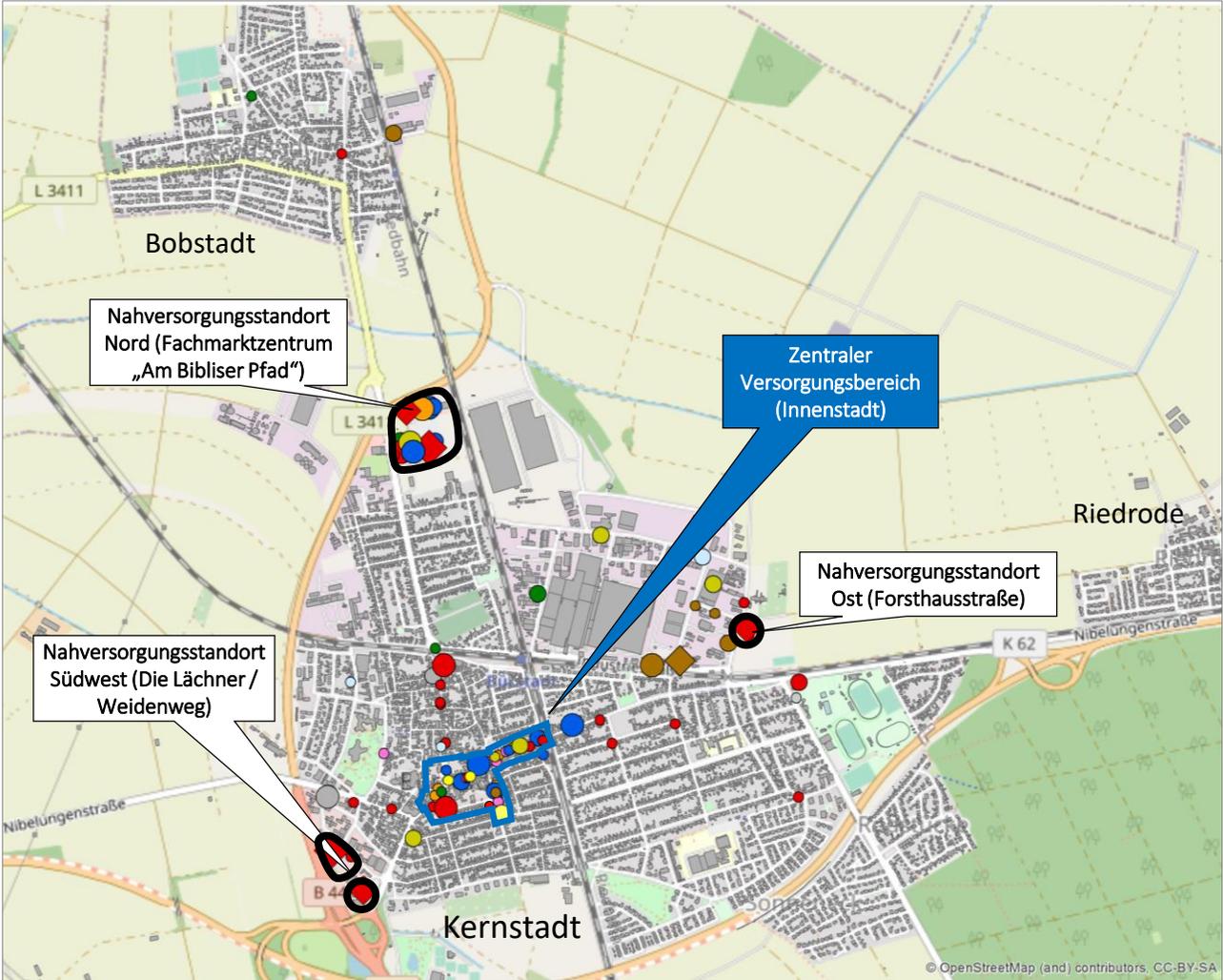
Unter Berücksichtigung der Einzelhandelsverteilung, der komplementären Einrichtungen und der städtebaulichen Gegebenheiten besteht das Einzelhandelskonzept der Stadt Bürstadt aus einer **zweistufigen Standortstruktur** (vgl. zur räumlichen Übersicht der Standorte Karte 7):

1. Zentraler Versorgungsbereich:

Zentraler Versorgungsbereich der Stadt Bürstadt (und somit schutzwürdiger Bereich im Sinne des Baugesetzbuchs³⁶) ist die Innenstadt von Bürstadt. Durch die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich sollen Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten in diesen Standortbereich konzentriert werden. Um die gewünschten Konzentrationseffekte und Agglomerationsvorteile zu bewirken, ist die vorgeschlagene Abgrenzung kleiner als die im Regionalplan. Dieser Bereich ist in seiner Struktur zu sichern und bezüglich der Angebotsstruktur, des Städtebaus, der Nutzungsvielfalt und der Immobiliensituation weiter zu entwickeln.

³⁶ Gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO.

Karte 7: Standortkonzept der Stadt Bürstadt 2022 (Übersicht): Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungsstandorte



Legende

- Zentraler Versorgungsbereich
Innenstadt
- Nahversorgungsstandorte
(symbolische Abgrenzung;
nicht maßstabsgetreu)

Quelle: Stadt Bürstadt
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Bearbeitung 2022

2. Nahversorgungsstandorte:

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

Als „Nahversorgungsstandorte“ in Bürstadt werden folgende Bestandsstandorte benannt:

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

3.1 Zentraler Versorgungsbereich

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

Der zentrale Versorgungsbereich der Bürstädter Innenstadt wird von folgenden Straßen (einschließlich anschließender Bebauung) abgegrenzt:

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

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

Karte 8: Standortkonzept der Stadt Bürstadt 2022: Zentraler Versorgungsbereich (Innenstadt Bürstadt)



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

Auch im Vergleich zur Abgrenzung im Regionalplan Südhessen 2010 ist der GMA-Vorschlag zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs deutlich kleiner, um bei der künftigen städtebaulichen Entwicklung die gewünschten Konzentrationseffekte zu erreichen. Der Standortbereich ist aus dem gesamten Stadtgebiet und aus dem Umland gut zu erreichen, sowohl für Autofahrer wie auch für Nutzer öffentlicher Verkehrsmittel (mehrere Bushaltestellen vorhanden) oder für Radfahrer. Durch die an verschiedenen Stellen eingerichteten geschäftsnahen Parkierungsmöglichkeiten sind alle Bereiche des zentralen Versorgungsbereiches auch für PKW-Kunden gut zugänglich.

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

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

3.2 Nahversorgungsstandorte

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

3.2.1 Nahversorgungsstandort Nord (Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“)

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

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

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

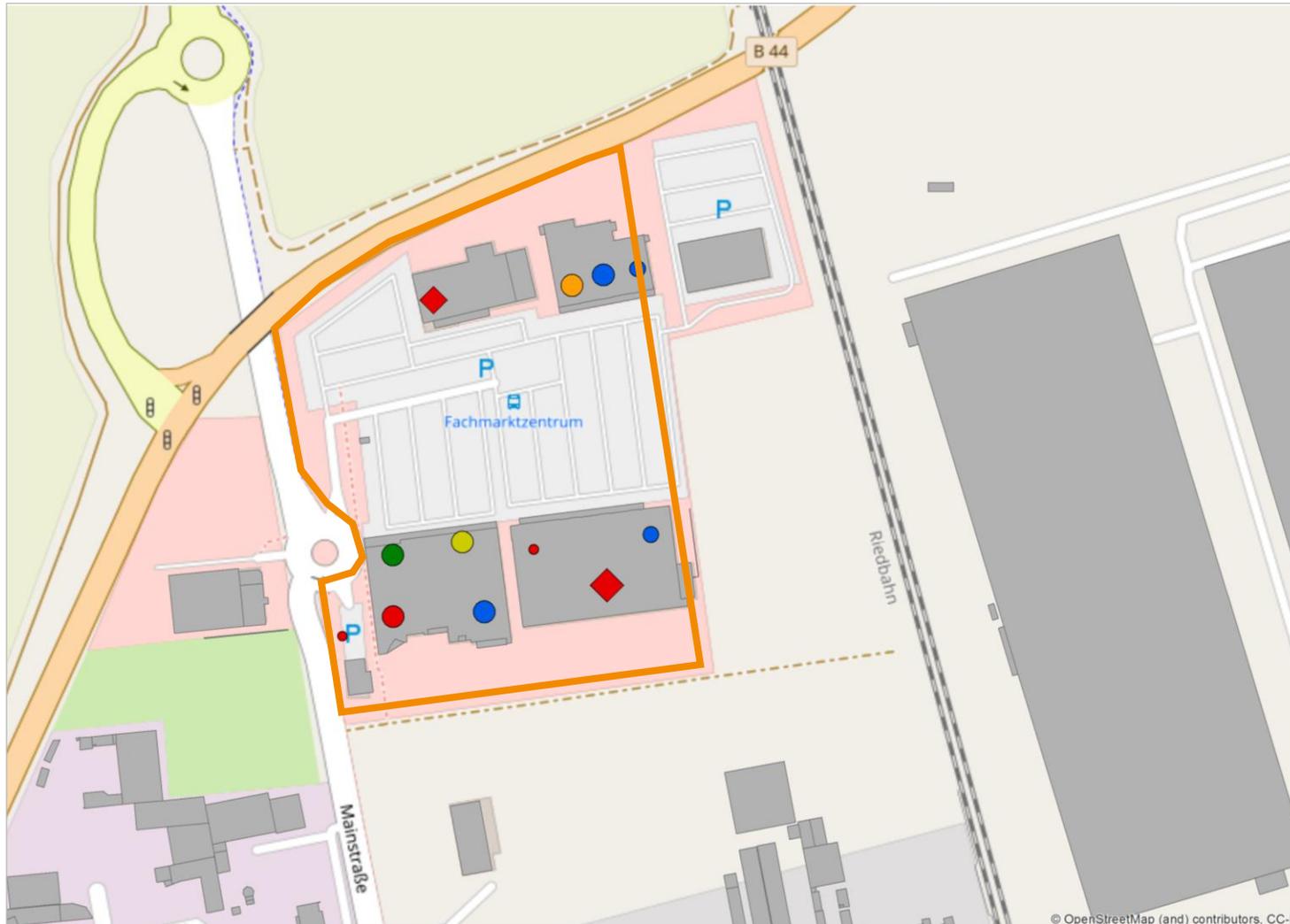
Mit der attraktiven Kombination aus Lebensmittel- und Fachmärkten (u. a. dem einzigen Drogeriemarkt am Ort) übernimmt der Standort eine **prägende Funktion für das Angebotsprofil des Mittelzentrums Bürstadt**. Zudem eignet sich der Standort mit seiner verkehrsgünstigen Lage aber auch gut dazu, **Grundversorgungsfunktionen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

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

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

Um die langfristige Vermietbarkeit der Objekte zu erhalten und damit städtebaulich negative Leerstände zu vermeiden, sollte im Rahmen des Bestands auch eine gewisse Flexibilität möglich sein. Hierzu ist für die Zukunft auch eine moderate Bestandsentwicklung am Standort (einschließlich bestandsorientierte Modernisierungen) grundsätzlich denkbar, wenn diese ohne wesentliche Sortiments- und Flächenausweitungen geschieht. Bei Einzelvorhaben wird hierzu ggf. eine entsprechende Auswirkungsanalyse erforderlich. Zur Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Nahversorgungsstruktur kommen zukünftig Modernisierungen (einschließlich bestandsorientierte Erweiterungen) v. a. bei den Lebensmittelmärkten in Betracht.

Karte 9: Standortkonzept Bürstadt 2022: Nahversorgungsstandort Nord (Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“)



Legende

Nahversorgungsstandort

**Einzelhandel
Verkaufsflächengröße**

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

Sortimente

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

Quelle: Stadt Bürstadt
Kartenhintergrund:
© OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Bearbeitung 2022

© OpenStreetMap (and) contributors, CC-B

Bedingung hierfür ist, dass von dem Vorhaben nachweisbar keine negativen Auswirkungen auf die Innenstadt oder auf andere Nahversorgungsstandorte ausgehen.

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

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

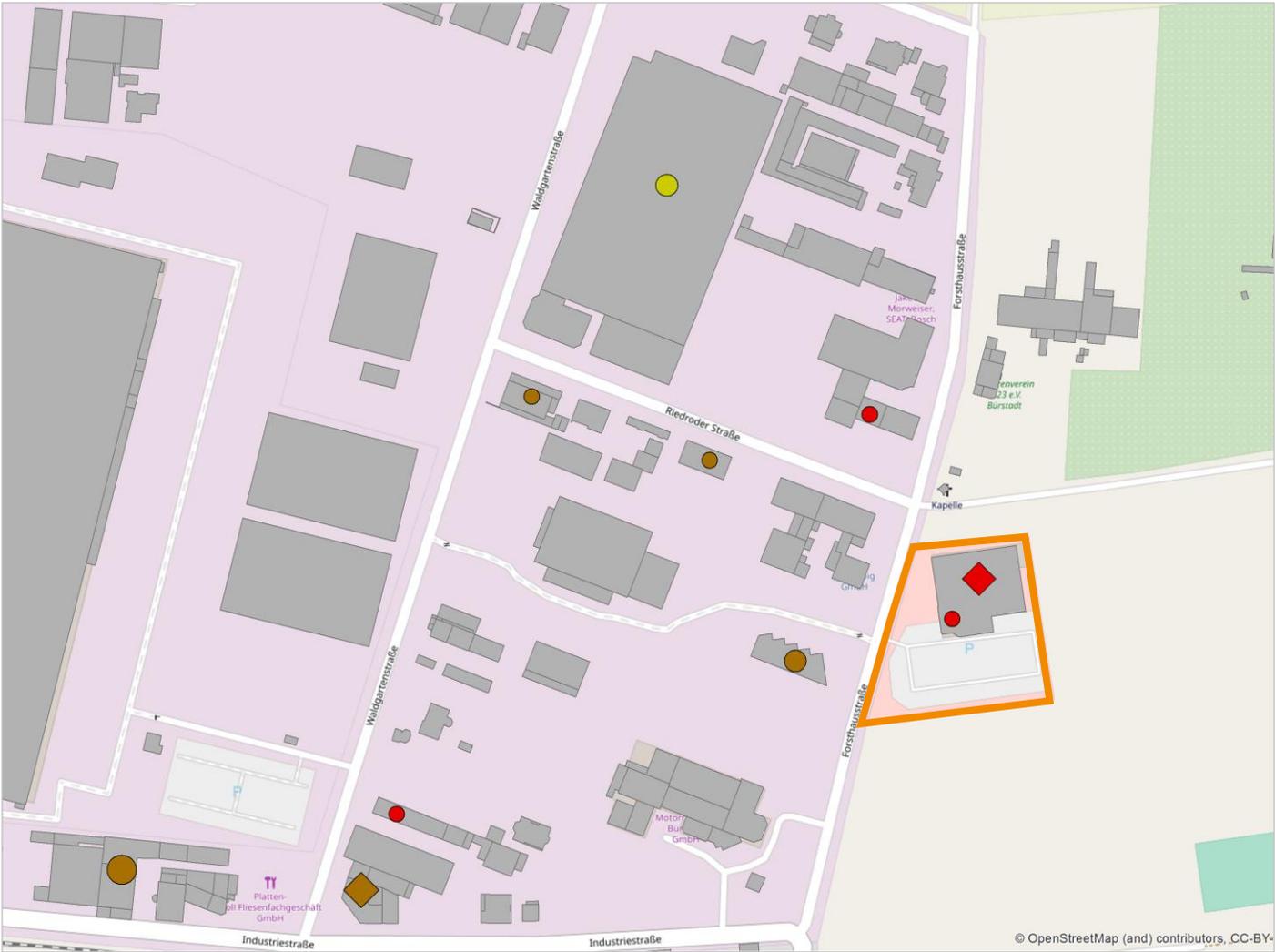
3.2.2 Nahversorgungsstandort Ost (Forsthausstraße)

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

Die Forsthausstraße erschließt das Industriegebiet Nordost, das vollständig belegt ist (v. a. Industrie-, Handwerks-, Logistik-, Großhandels- und Baustoffbetriebe). Bei den dortigen Einzelhandelsanbietern handelt es sich meist um Mischformen (produzierende Unternehmen oder solche mit hohem Großhandelsanteil). Die Forsthausstraße mündet ca. 250 m südlich des Netto-Marktes in die Nibelungenstraße, die hier, parallel zur Nibelungenbahn, als direkte Verbindung zwischen der Innenstadt und Riedrode bzw. der dortigen Zufahrt zur B 47 verläuft. Südlich der Nibelungenbahn liegen ausgedehnte Wohngebiete. In Höhe der Brüningstraße, ca. 300 m entfernt vom Netto-Markt, befindet sich eine Bushaltestelle (u. a. stündliche Verbindung nach Riedrode und zur Innenstadt). Der Standort Forsthausstraße ist seit Jahren im örtlichen Versorgungsgefüge etabliert. Durch seine Lage am Rand eines großen Wohngebiets erfüllt er Nahversorgungsfunktionen für die Bewohner der östlichen Kernstadt. Auch für die Bewohner von Riedrode ist der Standort der nächstgelegene Lebensmittelmarkt.

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

Karte 10: Standortkonzept Bürstadt 2022: Nahversorgungsstandort Ost (Forsthausstraße)



Legende

Nahversorgungsstandort

**Einzelhandel
Verkaufsflächengröße**

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

Sortimente

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

Quelle: Stadt Bürstadt
Kartenhintergrund:
© OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Bearbeitung 2022

© OpenStreetMap (and) contributors, CC-BY

3.2.3 Nahversorgungsstandort Südwest (Die Lächner / Weidenweg)

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

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

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

3.3 Gebiete mit Einzelhandelsausschluss

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

Als Gebiete mit Einzelhandelsausschluss werden folgende Standorte empfohlen:

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

4. Maßnahmen der Bauleitplanung

Die Standortempfehlungen sind zukünftig in Baurecht umzusetzen, entweder durch Anpassung von bestehenden Bebauungsplänen oder durch Erstellung neuer Bebauungspläne. Dabei sollen individuelle Festsetzungen durch die aktuelle Bürstädter Sortimentsliste 2022 ersetzt werden. Es ist auf eine möglichst einheitliche Verwendung der Festsetzungen und auf Anwendung der Randsortimentsregel zu achten, jeweils auf Basis der aktuellen Bürstädter Sortimentsliste und einer einheitlichen Verkaufsflächen-Definition.

Anpassungsbedarf wurde bei allen Bebauungsplänen festgestellt, die die im Einzelhandelskonzept Bürstadt 2022 ausgewiesenen Nahversorgungsstandorte betreffen (vgl. hierzu Kap. V.3.2 bzw. Karten 9 – 11).

Der nachfolgenden Tabelle 5 sind die Empfehlungen der GMA zu den entsprechenden Bebauungsplänen zu entnehmen. Hierin wurden die Schlussfolgerungen aus dem nachfolgenden Kapitel VI bereits aufgenommen.

Tabelle 5: Empfehlungen zu Bebauungsplänen an den Nahversorgungsstandorten in der Stadt Bürstadt

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

* Nahversorgungsstandort gemäß Ausweisung im Einzelhandelskonzept der Stadt Bürstadt 2022

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

*** Gemäß Einordnung in der „Bürstädter Liste“ 2022

Tabelle 5: Empfehlungen zu Bebauungsplänen an den Nahversorgungsstandorten in der Stadt Bürstadt (Fortsetzung)

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

* Nahversorgungsstandort gemäß Ausweisung im Einzelhandelskonzept der Stadt Bürstadt 2022

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

*** Gemäß Einordnung in der „Bürstädter Liste“ 2022

Tabelle 5: Empfehlungen zu Bebauungsplänen an den Nahversorgungsstandorten in der Stadt Bürstadt (Fortsetzung)

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

* Nahversorgungsstandort gemäß Ausweisung im Einzelhandelskonzept der Stadt Bürstadt 2022

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

Quelle: Stadt Bürstadt / GMA-Bearbeitung 2022

VI. Einordnung von vorliegenden Erweiterungsplanungen

1. Geplante Erweiterung Lidl am Standort Weidenweg 2

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

In einer Auswirkungsanalyse der GMA vom 28.11.2019 wurde festgestellt, „dass für den geplanten Neubau der Bürstädter Lidl-Filiale auf dem bisherigen Grundstück am Weidenweg 2 auch in der beabsichtigten Größenordnung von zukünftig 1.200 m² VK **keine wesentlichen negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen** abzusehen sind. Eine Gefährdung der Nahversorgungsstrukturen in Bürstadt oder den umliegenden Städten und Gemeinden infolge der geplanten Modernisierung und Vergrößerung des Lidl-Markts kann verneint werden. Ursächlich dafür ist, dass es sich bei dem Vorhaben um einen bereits langjährig am Standort in Bürstadt vorhandenen Markt handelt, der lediglich um ca. 200 m² VK vergrößert wird, dessen Sortimentsstruktur aber unverändert bleibt.“³⁷ Aus dem Modernisierungsvorhaben ergebe sich nach Abzug der Umsätze im Bestandsmarkt lediglich ein zusätzlicher Umsatzanteil von max. 0,6 – 0,7 Mio. € (davon ca. 0,5 – 0,6 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel und ca. 0,1 Mio. € Nonfood).

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

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

³⁷ Quelle: GMA: Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Lidl-Lebensmittelmarkts in Bürstadt, Ludwigsburg 2019, S. 38.

2. Geplante Erweiterung / Objektverlagerung Rossmann am Standort Mainstraße 135

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

Zu dem Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben wurde von der GMA am 03.04.2020 eine Auswirkungsanalyse vorgelegt. Diese ergab, dass von dem Vorhaben **keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der Versorgungslagen im Untersuchungsraum** zu erwarten seien³⁸. Die Umsatzprognose der GMA für den erweiterten Markt ergab ca. 3,6 Mio. € (davon ca. 2,8 Mio. € mit Drogeriewaren, ca. 0,4 – 0,5 Mio. € mit dem Randsortiment Nahrungs- und Genussmittel und weitere ca. 0,3 – 0,4 Mio. € mit sonstigen Randsortimenten). Der sich nach Abzug der Bestandsumsätze ergebende Zusatzumsatz (als Folge der Verlagerung und Erweiterung) betrage ca. 0,4 Mio. €, davon ca. 0,3 Mio. € mit Drogeriewaren, weniger als 0,1 Mio. € mit Nahrungs- und Genussmitteln und weniger 0,1 Mio. € mit sonstigen Randsortimenten.

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

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

Da das Verlagerungsvorhaben des Drogeriemarktes die im Einzelhandelskonzept aufgestellten Voraussetzungen erfüllt, ist es nicht zu beanstanden. Es wurde mittlerweile vollzogen.

³⁸ Vgl. GMA: Auswirkungsanalyse zur Verlagerung eines Rossmann-Drogeriemarktes innerhalb der Stadt Bürstadt, Ludwigsburg 2020, S. 33 und S.36.

3. Geplante Erweiterung Aldi am Standort Mainstraße 133

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

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

Für die Planung wurde am 04.05.2020 eine Auswirkungsanalyse von Stadt+Handel vorgelegt. Darin wird für das Erweiterungsvorhaben von einer zusätzlichen Umsatzleistung in Höhe von ca. 2,3 – 2,8 Mio. € (davon ca. 1,8 – 2,2 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel und ca. 0,2 – 0,3 Mio. € für Nonfood-Randsortimente) ausgegangen. Die Auswirkungsanalyse kommt zu dem Schluss, dass „das Vorhaben ... konform zu den wesentlichen Zielsetzungen des [Einzelhandelskonzepts] Bürstadt 2009 [sei] bzw. ... diesen nicht entgegen[stehe]. **Städtebaulich negative Auswirkungen auf den Bestand und/oder die Entwicklungsmöglichkeiten vorhandener und/oder geplanter zentraler Versorgungsbereiche, insbesondere die des Innenstadtzentrums Bürstadt sowie auf die Nahversorgungsstrukturen in den sonstigen Lagen in Bürstadt und den Umlandkommunen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO [seien] von dem Planvorhaben nicht zu erwarten.**“³⁹

Der Bestandsstandort von Aldi liegt gemäß der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts Bürstadt **im Nahversorgungsstandort Nord**. Nahversorgungsstandorte sollen gesichert werden, um in Bürstadt eine optimale flächendeckende Nahversorgungsstruktur zu erhalten und ein qualifiziertes Angebot insbesondere von Lebensmitteln und Drogeriewaren bereitzustellen. Im Rahmen dessen sind bestehenden Anbietern von Lebensmitteln und Drogeriewaren an Nahversorgungsstandorten auch bestandsorientierte Modernisierungen zuzubilligen, sofern hiervon keine Gefährdungen des zentralen Versorgungsbereichs ausgelöst werden. Allerdings sollte die Verkaufsfläche analog zu Lidl auf 1.200 m² begrenzt werden und ggf. mit vergleichbaren Sortimentsfestlegungen versehen werden.

4. Geplante Erweiterung Netto am Standort Forsthausstraße 1

An der Forsthausstraße 1 in der Gemarkung Riedrode betreibt die Firma Netto Marken-Discount (in diesem Bericht Netto) genannt), seit dem Jahr 2011 einen Lebensmittelmarkt; außerdem ist eine Shopfläche im Gebäude an eine eigenständige Bäckereifiliale vermietet. Am Standort gilt der Bebauungsplan „Sondergebiet Einzelhandel Bürstadt-Ost“, der hier ein sonstiges Sondergebiet mit der Zweckbestimmung „nicht-großflächiger Einzelhandel der wohnungsnahen Grundversorgung“ mit einer maximal zulässigen Geschossfläche von 1.200 m²

³⁹ Quelle: Stadt+Handel: Städtebauliche Auswirkungsanalyse für die geplante Erweiterung eines Aldi-Süd-Marktes in Bürstadt, Mainstraße 133, Dortmund/Karlsruhe 2020, S. 37.

ausweist. Zulässig ist dort „wohnungsnahe Grundversorgung“ (*hier der Lebensmittelmarkt*) bis zu 800 m² VK, außerdem ein Backshop mit einer Verkaufsfläche von bis zu 50 m².

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

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

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

Das Betreiberunternehmen Netto zielt mit dem Vorhaben nicht auf eine Erweiterung der Angebotspalette sondern lediglich auf eine Vergrößerung der Verkehrs- und Gangflächen und eine Entzerrung der Regale und Warenträger, um so den Markt für die Kunden großzügiger und ansprechender zu gestalten und ihn ökonomischer bewirtschaften zu können. Damit soll die Filiale in Bürstadt an die konzernweite Standards der Ladeneinrichtung angepasst werden. Mit einer Vergrößerung um ca. 155 m² VK handelt es sich jedenfalls um eine maßvolle Erweiterung. Da sich am grundlegenden Angebotskonzept des prägenden Anbieters am Standort, Netto, und am Sortimentsspektrum dieses Filialisten mit seinen standardisierten Sortimenten nichts ändern wird, ist von einem bestandserhaltenden Modernisierungsvorhaben zu sprechen. Absehbar wird damit, dass das Vorhaben selbst nur zu einer geringen zusätzlichen Umsatzleistung führen wird. Setzt man für den Netto-Markt in seiner künftigen Größe von ca. 955 m² VK eine betreiberübliche Flächenproduktivität von 4.280 € je m² VK⁴⁰ an, errechnet sich für den erweiterten Markt eine Umsatzprognose von insgesamt ca. 4,0 – 4,1 Mio. €. Von dieser werden nach gutachterlicher Einschätzung – vor dem Hintergrund der örtlichen und überörtlichen Wettbewerbssituation für den Netto-Markt sowie der Lage und verkehrlichen Erreichbarkeit des Mikrostandorts – mindestens 85 % von Kunden aus der Standortkommune Bürstadt stammen. Das Kongruenzgebot wird somit gewahrt, ebenso wie das Zentralitätsgebot im Mittelzentrum Bürstadt.

Von der Umsatzerwartung sind ca. 0,4 Mio. € als zusätzliche Umsatzleistung zu veranschlagen, die nach Abzug des Bestandsumsatzes aus dem Modernisierungsvorhaben resultiert. Von dieser entfallen ca. 0,3 – 0,4 Mio. € auf das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel, auf Non-food-Randsortimente weniger als 0,1 Mio. €. Aus diesen geringen Umsatzzuwächsen sind

⁴⁰ Quelle: Hahn-Immobilien-Beteiligungs-AG: Retail Real Estate Report Germany 2020 / 2021, Bergisch Gladbach 2020, S. 31; Angaben für 2019.

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

5. Vergleichende Bewertung der einzelnen Vorhaben

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

Zur Bewertung der Sortimentsüberschneidungen der Bestandsmärkte mit der Innenstadt werden zunächst die Betreiberkonzepte der o. g. Vorhaben untersucht (vgl. Abb. 22).

Aus Sicht der Stadt Bürstadt, aber auch der übergeordneten Planungsträger, soll sichergestellt werden, dass die Sortimentsüberschneidungen und damit die Wettbewerbswirkungen gegenüber der Innenstadt möglichst gering gehalten werden. Aus der Abbildung 23 wird deutlich, dass insbesondere Aldi am Einkaufsschwerpunkt Am Bibliser Pfad Überschneidungen mit Betrieben in der Bürstädter Innenstadt hat. Dagegen weisen die in der Nähe von Wohnquartieren befindlichen Lebensmittelmärkte von Lidl und Netto eine stärker ausgeprägte Nahversorgungsfunktion auf, insbesondere auch deshalb, da sie kaum Überlappungen ihrer fußläufigen Einzugsgebiete mit denen anderer Lebensmittelmärkten aufweisen und daher wertvolle Elemente der räumlichen Nahversorgungsstruktur bilden.

Abbildung 22: Charakterisierung der vorhandenen Lebensmittelmärkte in Bürstadt

Firma	Filialen im Umland	Bekanntheitsgrad	Artikelzahl (Ø)	Anteil Markenprodukte	Standardisierung im Sortiment	Konzept	Verkaufsfläche in Bürstadt		
							Gesamt-VK in m ²	davon in %	
								Food	Non-food
EDEKA	Bensheim, Heppenheim, Lampertheim, Worms	hoch	hoch (ca. 18.000)	hoch (ca. 60 %)	--	<ul style="list-style-type: none"> /// Supermarkt mit großzügigem Konzept /// breites und tiefes Lebensmittelsortiment mit starker Marken- u. Frischeorientierung /// übliches Nonfoodsortiment 	2.250	80	20
REWE	Bensheim, Biblis, Heppenheim, Lampertheim, Lorsch, Worms,	hoch	hoch (ca. 12.000)	hoch (ca. 60 %)	-	<ul style="list-style-type: none"> /// üblicher Supermarkt /// Fokus auf Markenartikel, auch regionale Produkte /// übliches Nonfoodsortiment 	1.750	85	15
Aldi Süd	Bensheim, Heppenheim, Lampertheim, Lorsch, Worms	sehr hoch	begrenzt (ca. 1.300)	gering (ca. 10 %)	++	<ul style="list-style-type: none"> /// Hard-Discounter, sehr preisaggressiv /// Fokus auf Eigenmarken /// bedeutsames Nonfoodsortiment (u. a. durch Aktionswaren) 	980	80	20
Lidl	Bensheim, Heppenheim, Lampertheim, Worms	sehr hoch	begrenzt (ca. 1.800)	mittel (ca. 25 %)	++	<ul style="list-style-type: none"> /// Hard-Discounter, sehr preisaggressiv /// Schwerpunkt auf Eigenmarken und umschlagsstarken Markenartikeln /// bedeutsames-Nonfoodsortiment (u. a. durch Aktionswaren) 	1.000	80	20
Netto Marken-Discount (Forstmeisterstr.)	Bürstadt, Bensheim, Biblis, Heppenheim, Lampertheim, Lorsch, Worms	hoch	mittel (ca. 4.000)	mittel (ca. 20 %)	+	<ul style="list-style-type: none"> /// Soft-Discounter als „Nahversorger“ /// breite Produktpalette, u. a. Pfandgetränke, Frischfleisch /// relativ hoher Markenanteil 	800	85	15
Netto Citymarkt (Wilhelminenstr.)	Bürstadt, Bensheim, Biblis, Heppenheim, Lampertheim, Lorsch, Worms	hoch	mittel (ca. 4.000)	mittel (ca. 20 %)	+	<ul style="list-style-type: none"> /// Soft-Discounter als „Nahversorger“ /// breite Produktpalette, u. a. Pfandgetränke, Frischfleisch /// relativ hoher Markenanteil 	610	85	15
Penny	Bensheim, Biblis, Einhausen, Lampertheim, Lorsch, Worms	mittel	begrenzt (ca. 1.400)	mittel (ca. 25 %)	+	<ul style="list-style-type: none"> /// Discounter als „Nachbarschaftsmarkt“ /// individuelle Namensgebung /// eingeschränktes Nonfoodsortiment 	800	85	15

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

Quelle: GMA-Erhebung 2022; EHI Köln, Handel aktuell; Hahn Retail Report, Eigenangaben der Unternehmen, Lebensmittelzeitung, GMA-Handelsforschung

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

Abbildung 23: Vergleich der vorliegenden Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion und Sortimentsüberschneidungen mit Anbietern im zentralen Versorgungsbereich von Bürstadt

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

* hier: möglichst geringe Sortimentsüberschneidungen mit anderen strukturprägenden Anbietern

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

*** fußläufige Distanz, georeferenzierte Ermittlung mit Regiograph

GMA-Zusammenstellung 2022

Beeinträchtigungen der Nahversorgungsstruktur sind auch bei einer gleichzeitigen Erweiterung aller drei Lebensmittelmärkte nicht zu erwarten, da es sich bei jeder der drei Vorhaben um eine Erweiterung eines Lebensmittelmarktes an einem ausgewiesenen Nahversorgungsstandort handelt. Die Umverteilungswirkungen betreffen in erster Linie konkurrierende Lebensmittel-Discounter in Bürstadt.

6. Kumulierte Betrachtung der Erweiterungsplanungen und Fazit

Für eine Prognose der zu erwartenden Auswirkungen der Erweiterungsvorhaben der drei Lebensmittelmärkte werden die Ergebnisse der Auswirkungsanalysen den drei Vorhaben mit den prognostizierten Mehrumsätzen und den daraus resultierenden Umverteilungswirkungen innerhalb von Bürstadt in der folgenden Tabelle 7 gegenübergestellt.

In der Kumulation errechnet sich **im Nahrung-und Genussmittelbereich eine Umverteilungsquote von ca. 6 – 7 % zu Lasten von Anbietern in der Bürstadter Innenstadt**. Die Umsatzverluste werden ganz überwiegend den dortigen Netto-Citymarkt an der Wilhelminenstraße betreffen. Dieser wurde kürzlich modernisiert und kann auf ein „eigenes“ Einzugsgebiet ohne größere Überschneidungen mit denen anderer Lebensmittelmärkte zurückgreifen, allerdings weist er gegenüber den übrigen Lebensmittelmärkten in Bürstadt doch einen spürbaren Größenunterschied auf. Eine Bestandsgefährdung kann hieraus zwar nicht unmittelbar geschlussfolgert

werden, jedoch ist eine **Beeinträchtigung der zukünftigen Entwicklungspotenziale dieses Sortiments im zentralen Versorgungsbereich nicht ganz auszuschließen.**

Zu empfehlen ist deshalb eine **Beschränkung der zukünftigen Verkaufsflächen aller Lebensmitteldiscounter** auf jeweils maximal 1.200 m² VK⁴¹.

Tabelle 6: Auswirkungen der geplanten Erweiterungen von Lebensmittelmärkten in Bürstadt

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

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

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

GMA-Zusammenstellung 2022

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

Um solche Beeinträchtigungen vollständig ausschließen zu können, sind die **Randsortimente bei allen Lebensmitteldiscountern zu begrenzen.** Als festzuschreibende Obergrenzen für die ständigen Randsortimente Schreibwaren, Zeitschriften und Haushaltswaren empfiehlt sich ein Wert von jeweils 20 m² VK⁴². Bei Spielwaren, Textilien, Schuhen, Elektrowaren, Geschenk- und Dekorationsartikeln, die auch von Aldi und Lidl nicht ständig sondern nur im Rahmen von periodisch wechselnden Aktionen angeboten werden, sollte die Obergrenze bei jedem Betrieb auf jeweils 40 m² VK festgelegt werden, bei einer gleichzeitigen Begrenzung des Nonfood-II-Sortiments⁴³ (inkl. hierzu gehörige Randsortimente) auf insgesamt maximal 120 m² VK.

⁴¹ Dies entspricht dem Wert, der im Regionalplan Südhessen für Lebensmitteldiscounter als Anhaltswert genannt wird, bis zu dem eine Raumverträglichkeit in integrierten Lagen angenommen werden kann.

⁴² Abgeleitet aus der sehr kleinteiligen Struktur innerhalb der Bürstadter Innenstadt sowie der geringen Größe eines typischen Fachgeschäfts für diese Sortimente.

⁴³ Nichtlebensmittel mit Ausnahme von Drogerieartikeln, Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln sowie Tiernahrung.

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

Zugleich führen die Modernisierungsmaßnahmen dazu, dass das in Bürstadt gegebene Angebotsspektrum gestützt wird und noch weitere Ausbaupotenziale für kleinere Einzelhandelsbetriebe erhalten bleiben. Damit kann auch die perspektivisch wachsende Bevölkerung im Stadtgebiet adäquat und wohnungsnah versorgt werden.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage von Bürstadt und zentralörtliche Struktur in der Region	24
Karte 2:	Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels 2022	30
Karte 3:	Einzelhandelsbestand Bürstadt 2022: Verteilung im Stadtgebiet	33
Karte 4:	Einzelhandels- und Komplementärbestand in der Bürstädter Innenstadt	40
Karte 5:	Wohngebietsnahe Versorgung in Bürstadt: Fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte	46
Karte 6:	Wohngebietsnahe Versorgung in Bürstadt: Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte mit dem Fahrrad	47
Karte 7:	Standortkonzept der Stadt Bürstadt 2022 (Übersicht): Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungsstandorte	61
Karte 8:	Standortkonzept der Stadt Bürstadt 2022: Zentraler Versorgungsbereich (Innenstadt Bürstadt)	63
Karte 9:	Standortkonzept Bürstadt 2022: Nahversorgungsstandort Nord (Fachmarktzentrum „Am Bibliser Pfad“)	66
Karte 10:	Standortkonzept Bürstadt 2022: Nahversorgungsstandort Ost (Forsthausstraße)	68
Karte 11:	Standortkonzept Bürstadt 2022: Nahversorgungsstandort Südwest (Die Lächner / Weidenweg)	69

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Wesentliche Standorteigenschaften der Stadt Bürstadt als Standort für den Einzelhandel	25
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet des Bürstädter Einzelhandels 2022	31
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand in der Stadt Bürstadt 2022 nach Hauptwarengruppen	32
Tabelle 4:	Komplementärnutzungen in der Bürstädter Einkaufsinnenstadt 2022	42
Tabelle 5:	Empfehlungen zu Bebauungsplänen an den Nahversorgungsstandorten in der Stadt Bürstadt	72
Tabelle 7:	Auswirkungen der geplanten Erweiterungen von Lebensmittelmärkten in Bürstadt	82

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Verwendete GMA-Branchensystematik	7
Abbildung 2:	Marktanteile des Onlinehandels nach Branchen 2019 – 2021	9
Abbildung 3:	Alternative Nahversorgungskonzepte: Kleinflächige Lebensmittelmärkte („Nachbarschaftsmärkte“)	13
Abbildung 4:	Alternative Nahversorgungskonzepte: Integrationsmarkt	14
Abbildung 5:	Alternative Nahversorgungskonzepte: Genossenschaftskonzepte (Dorfläden / Bürgerläden)	15
Abbildung 6:	Alternative Nahversorgungskonzepte: Markthalle	16
Abbildung 7:	Alternative Nahversorgungskonzepte: High-tech-Selbstbedienungsläden („Pick & go-Märkte“)	17
Abbildung 8:	Alternative Nahversorgungskonzepte: Ladenmodule für Vor-Ort-Versorger	18
Abbildung 9:	Alternative Nahversorgungskonzepte: Hofläden	19
Abbildung 10:	Alternative Nahversorgungskonzepte: Mobile Versorger („rollende SB-Märkte“)	20

Abbildung 11:	Alternative Nahversorgungskonzepte: Verkaufsautomat für selbsterzeugte Produkte	21
Abbildung 12:	Auszug aus dem Regionalen Flächennutzungsplan Südhessen 2010 zum großflächigen Einzelhandel im Mittelzentrum Bürstadt	26
Abbildung 13:	Maßnahmen und Erfolge des Integrierten Handlungskonzepts Bürstadt	28
Abbildung 14:	Einzelhandelsstruktur in der Stadt Bürstadt 2022 nach Hauptwarengruppen	34
Abbildung 15:	Einzelhandelsstruktur in der Stadt Bürstadt 2022 nach Betriebsgrößenklassen	35
Abbildung 16:	Einzelhandelsstruktur in der Stadt Bürstadt 2022: Hauptwarengruppen nach Standortlagen	36
Abbildung 17:	Einzelhandelszentralitäten in Bürstadt 2022 nach Warengruppen	36
Abbildung 18:	Relative Verkaufsflächenausstattung von Bürstadt mit Nahrungs- und Genussmitteln im Landkreis-Vergleich	38
Abbildung 19:	Einzelhandelsstruktur in der Einkaufsinnenstadt 2022 (Verkaufsflächen*)	41
Abbildung 20:	Einflussfaktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung	49
Abbildung 21:	Sortimentskonzept der Stadt Bürstadt 2020 (GMA-Vorschlag)	57
Abbildung 22:	Charakterisierung der vorhandenen Lebensmittelmärkte in Bürstadt	80
Abbildung 23:	Vergleich der vorliegenden Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion und Sortimentsüberschneidungen mit Anbietern im zentralen Versorgungsbereich von Bürstadt	81