



EINZELHANDELSKONZEPT FÜR DIE STADT HEIDELBERG

ENTWURF UND CORONA-UPDATE

Was ist ein Einzelhandelskonzept und was ist es nicht?



... was ist es nicht?

Wettbewerbsschutz

Konzept zur Wirtschaftsförderung

Bewahrungskonzept

unumstößliches Gesetz

Betriebskonzept

... für ewig gebunden

„Lösung aller Probleme“

Verhinderungskonzept

Marketingkonzept

Bedarfskonzept

Was ist ein Einzelhandelskonzept?

Masterplan

Aktualisierung / Fortschreibung

Erfolgskontrolle

Plankonzept

Orientierungsrahmen

Grundlage für Begründungszusammenhänge in der Bauleitplanung

Abwägungsgrundlage

Zentrenkonzept

Städtebauliches Konzept

Märktekonzept

Nahversorgungskonzept

Untersuchungsaufbau



1
Angebots- u.
Nachfrage-
analyse

2
Potenziale
Perspektiven
Strategien

3
Entwurf
Einzelhandels-
konzept

4
Beschluss
Einzelhandels-
konzept

Kernergebnisse - Angebots- und Nachfrageanalyse

Angebots- und Nachfrageanalyse

Kernergebnisse



147.450
Einwohner (EW)



940,5 Mio. Euro
Kaufkraft
NuG: 360,0 Mio. Euro



98,9
einzelhandelsrelevante
Kaufkraftkennziffer



1.031
Betriebe
NuG: 338



303.050 m²
Verkaufsfläche
NuG: 65.800 m²



1.000,3 Mio. Euro
Umsatz
NuG: 344,1 Mio. Euro



60
großflächige
Betriebe
NuG: 23



2,06 m² / EW
Ausstattung
NuG: 0,45 m² / EW



1,06
Zentralität
NuG: 0,96

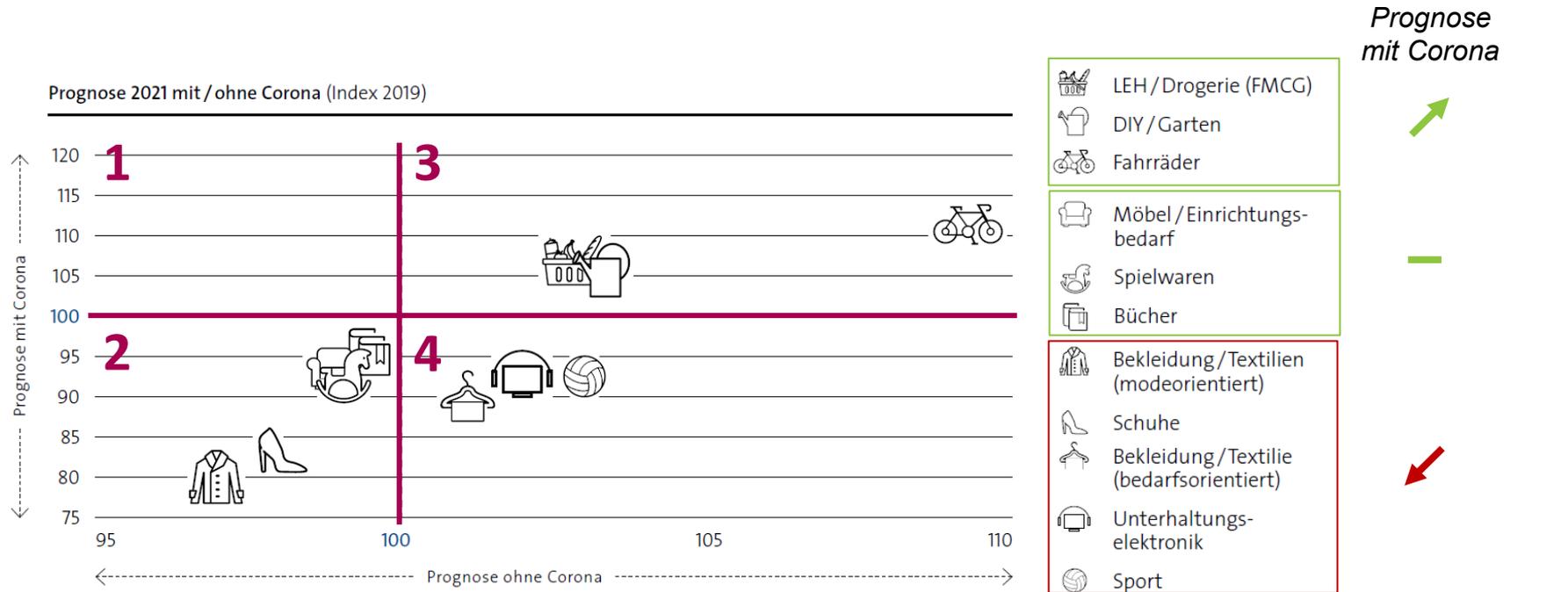
NuG = Nahrungs- und Genussmittel

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse Dortmund, Einzelhandelsbestandserhebung Oktober bis Dezember 2019; Wohnbevölkerungsdaten (Personen mit Hauptwohnsitz, Stand: 31. Dezember 2018) Amt für Stadtentwicklung und Statistik Heidelberg; IfH Retail Consultants Köln 2019

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Corona-Update (März 2021)

Auswirkungen durch die Corona-Pandemie



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, IPH Handelsimmobilien GmbH (2020): Quo vadis. Einzelhandel im Corona-Zeitalter. Differenzierte Umsatzprognosen der wichtigsten Handelsbranchen und Handelsstandorte. BBE/IPH Whitepaper, Mai 2020. München. S. 4.

- (1) vor Corona negative Prognose und durch Corona besser entwickelt
- (2) vor Corona negative Prognose und durch Corona gleich oder stärker negativ betroffen
- (3) vor Corona positive Prognose und durch Corona positiv bleiben
- (4) vor Corona positive Prognose und durch Corona negativ betroffen

↑ positiv
 ↓ negativ
 — gleich

Auswirkungen durch die Corona-Pandemie

Stadtteil	Anzahl Leerstände		Leerstandsquote		
	2019	2021	2019	2021	
Altstadt	25	42	7 %	11 %	↗
Bahnstadt	2	10	6 %	23 %	↗
Bergheim	13	19	13 %	18 %	↗
Boxberg	3	1	30 %	14 %	↘
Emmertsgrund	0	0	0	0	—
Handschuhsheim	6	8	7 %	9 %	↗
Kirchheim	6	6	10 %	10 %	—
Neuenheim	3	9	4 %	10 %	↗
Pfaffengrund	3	2	8 %	5 %	↘
Rohrbach	8	9	7 %	9 %	↗
Schlierbach	0	0	0	0	—
Südstadt	0	1	0	9 %	↗
Weststadt	8	10	8 %	10 %	↗
Wieblingen	0	1	0	2 %	↗
Ziegelhausen	7	9	18 %	23 %	↗
Gesamt	84	127	8 %	11 %	↗

↗ Zunahme
 ↘ Abnahme
 — Konstant

Auswirkungen durch die Corona-Pandemie

Sichtbarkeit des Online-Handels in Heidelberg

Kategorie	2019	2021	
Hohe Auffindbarkeit im Internet	89 %	89 %	—
Auftritt in mind. 1 sozialen Netzwerk	70 %	71 %	↗
Eigene oder zentrale Website	80 %	82 %	↗
Eigene Website mit Onlineshop	6 %	12 %	↗

↗ Zunahme
↘ Abnahme
— Konstant

Quelle: Erhebung und Berechnungen Junker+Kruse






Google My Business



Das Örtliche



Standortkonzept

Drei wichtige Ziele für das Konzept zum Wohle für eine ganzheitliche Stadtentwicklung

1.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt und Vitalität des innerstädtischen Heidelberger Hauptgeschäftszentrums.



2.

Stärkung der Stadtteilzentren als Treff-/ Einkaufs- und Lebensmittelpunkte.



3.

Flächendeckende fußläufige Erreichbarkeit von Läden mit Waren für den täglichen Bedarf (Vollversorgung).



Drei wichtige Ziele für das Konzept zum Wohle für eine ganzheitliche Stadtentwicklung

1.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt und Vitalität des innerstädtischen Heidelberger Hauptgeschäftszentrums.



2.

Stärkung der Stadtteilzentren als Treff-/ Einkaufs- und Lebensmittelpunkte.

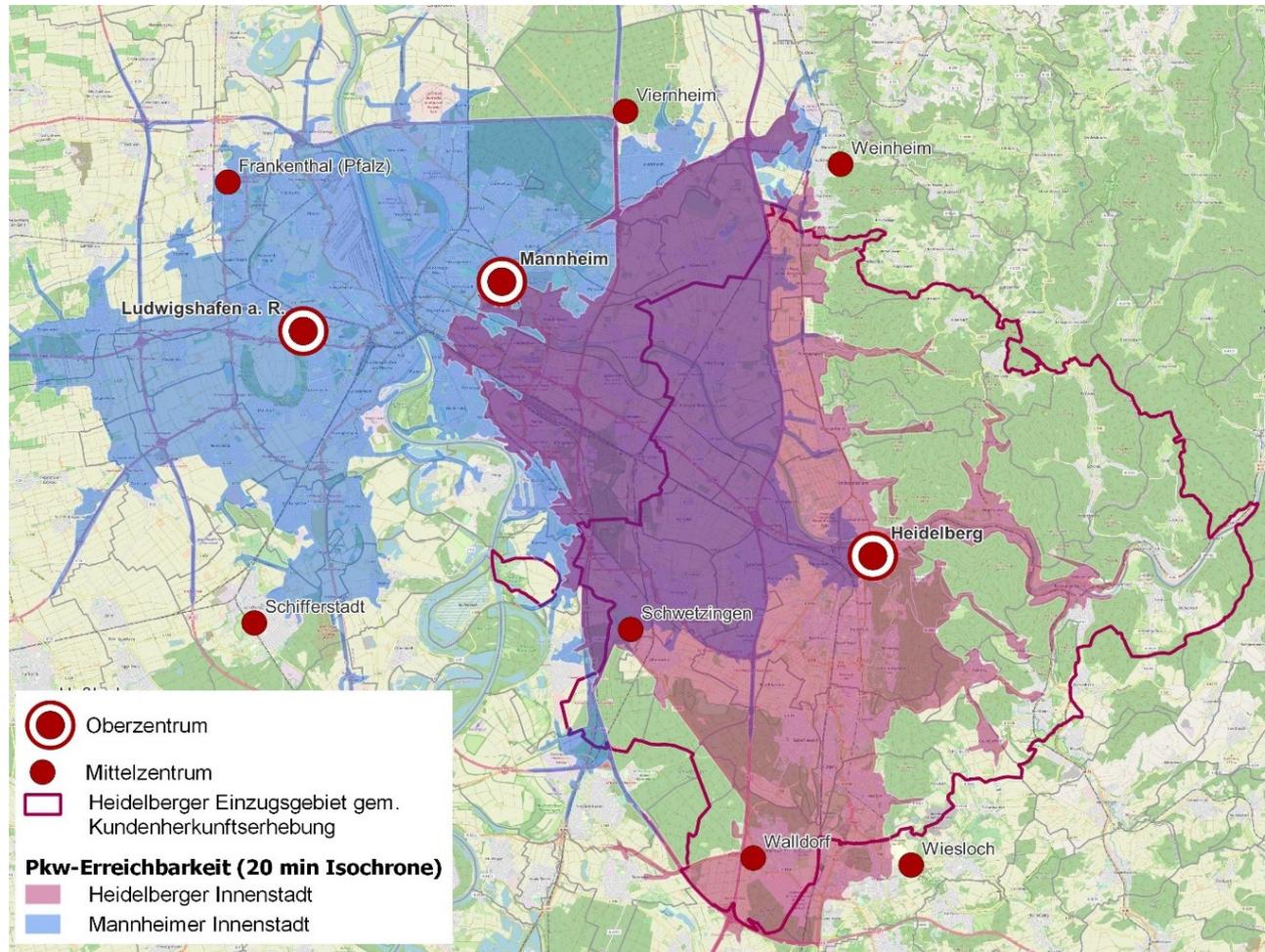


3.

Flächendeckende fußläufige Erreichbarkeit von Läden mit Waren für den täglichen Bedarf (Vollversorgung).



Regionale Bedeutung der Stadt Heidelberg als Einkaufsstandort

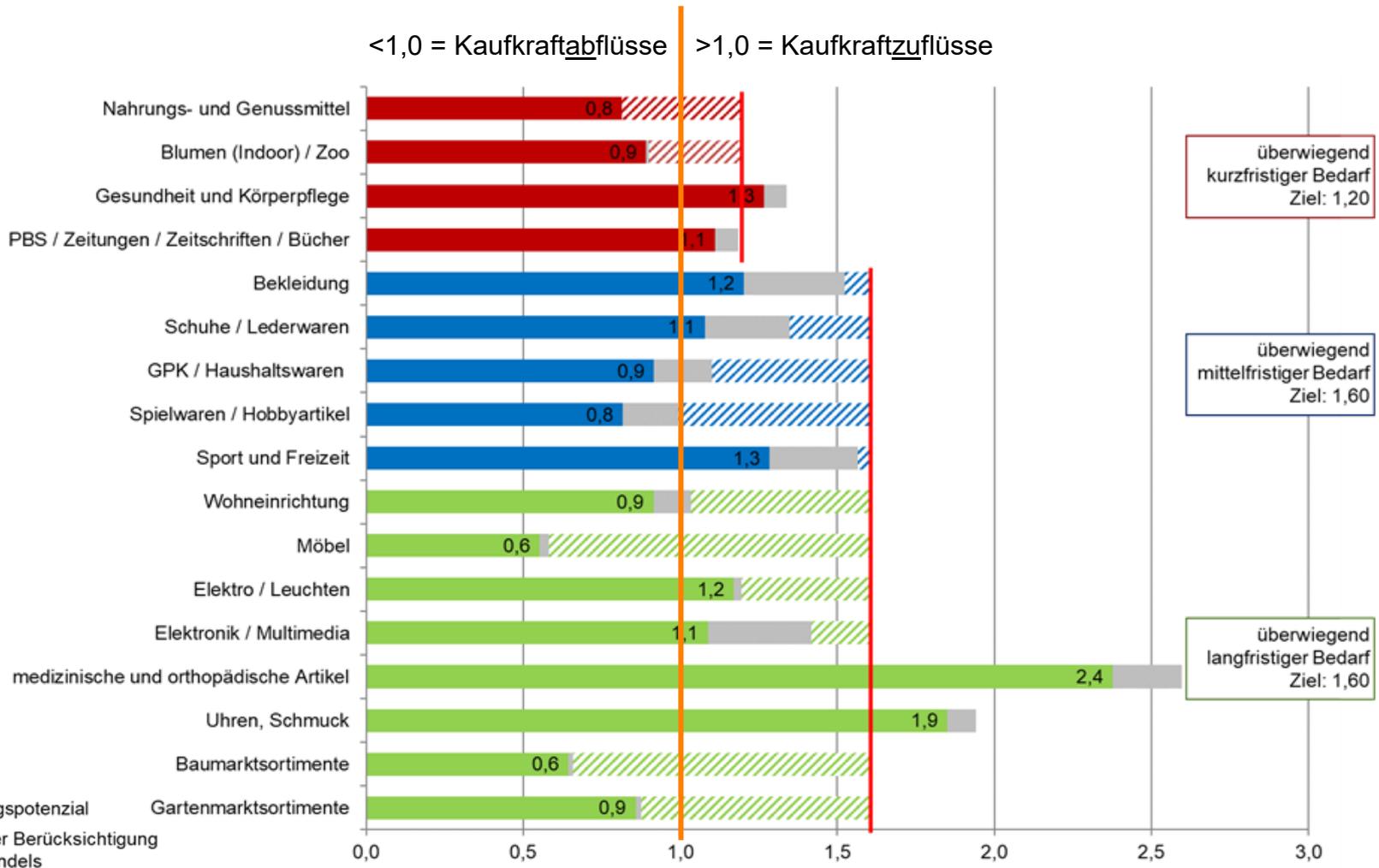


- Unmittelbare Konkurrenzsituation zwischen den Oberzentren Mannheim / Ludwigshafen und Heidelberg sowie den Mittelzentren

Quelle: Darstellung Junker + Kruse unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im Februar 2020, n= 4.502, © OpenStreetMap-Mitwirkende CC-BY-SA
 Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels

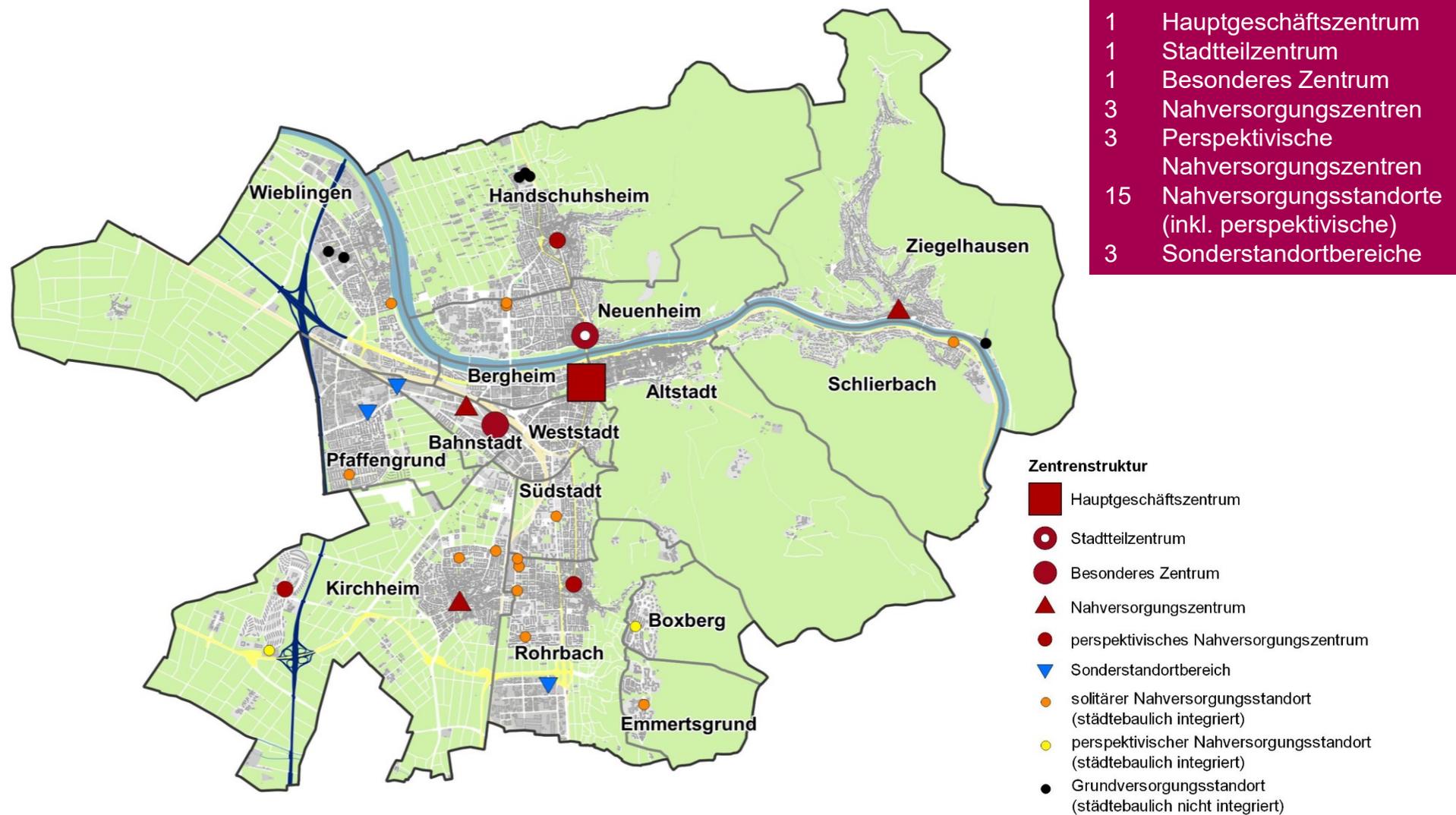
Ziel-Zentralitäten 2035



Quelle: Junker + Kruse, Stadt Heidelberg - Einzelhandelskonzept 202X - Entwurf, Arbeitsstand: 09. September 2020

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Räumliche Standortstruktur und Hierarchie



Zentrale Versorgungsbereiche

Die Festlegung und Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches erfordert...

...eine nachvollziehbare **städtebauliche Begründung** unter **Berücksichtigung der individuellen örtlichen Verhältnisse!**

...eine hinsichtlich Größe und Angebotsspektrum **ausreichende Angebotsausstattung** (bzw. eine realistische entsprechende Entwicklungsperspektive), um die angedachte Versorgungsbedeutung für den jeweiligen Siedlungs- und Verflechtungsbereich erfüllen zu können!

Zentrale Versorgungsbereiche

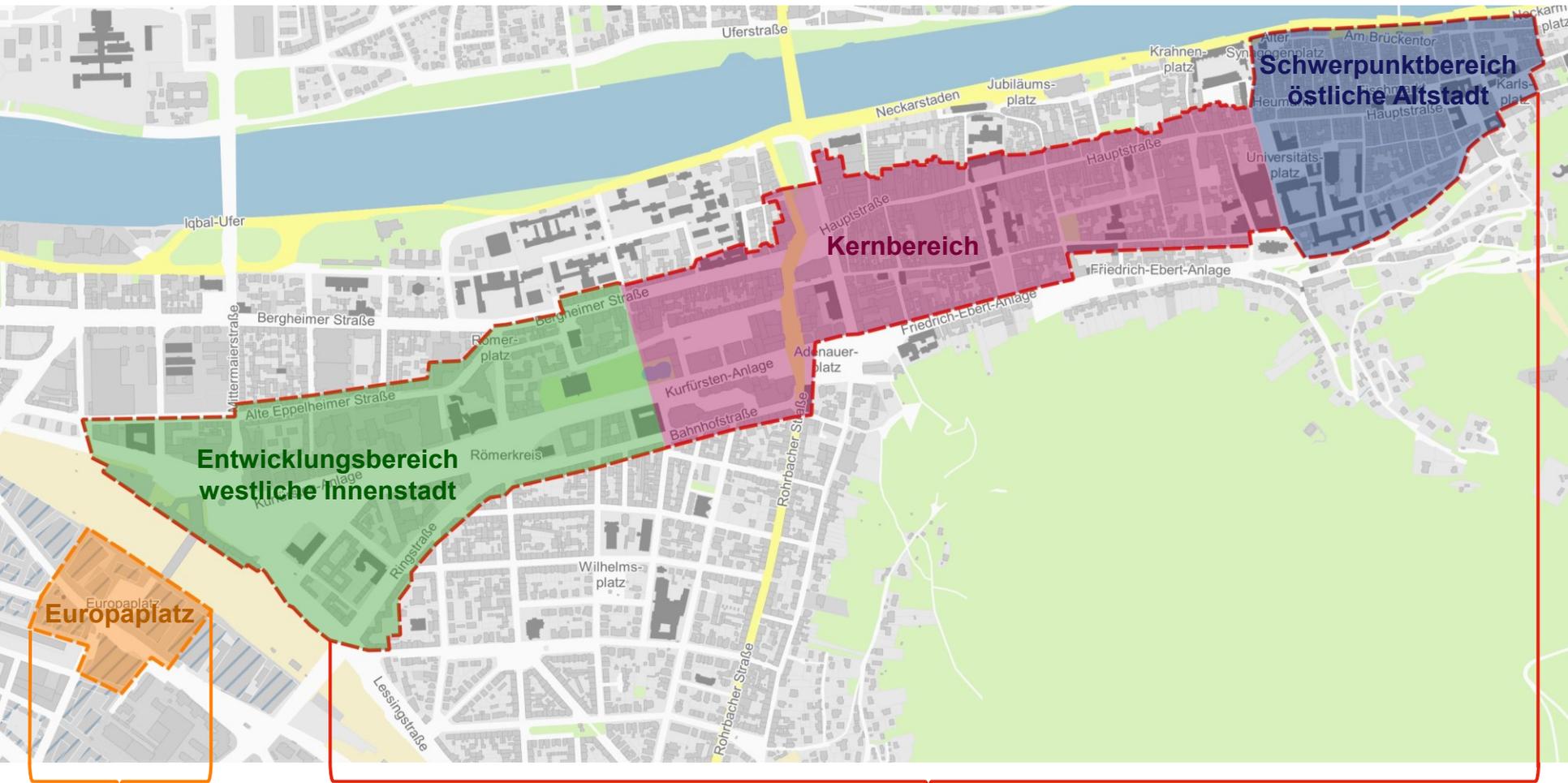
Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte und -besatz
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen (öffentliche und private Dienstleistungen, Gastronomieanbieter)

Städtebauliche Kriterien

- Bebauungsstruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrssituation
- Barrieren (Straßen, Bahnlinien)
- Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung, etc.)
- Ladengestaltung und -präsentation

Abgrenzung der Innenstadt für den Entwurf zum Einzelhandelskonzept



Besonderes Zentrum

Hauptgeschäftszentrum

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Einzelhandelskonzept für die Stadt Heidelberg

Digitale Beteiligungsveranstaltung am 24.11.2021

Kernbereich

|Einkaufen und Erleben|

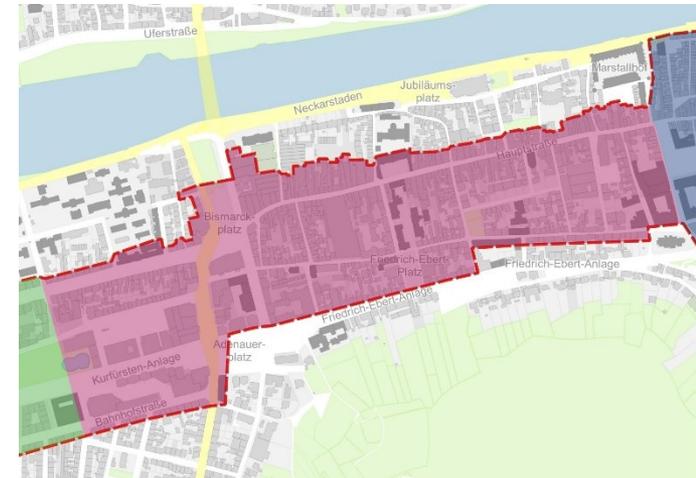
als Teil des zentralen Versorgungsbereichs Hauptgeschäftszentrum

Entwicklungsziele

- Erhalt der funktionalen Dichte sowie der Vielfalt und Kleinteiligkeit des Einzelhandels
- Verknüpfung von Altstadt, Bergheim und Weststadt durch Umstrukturierung
- Integration vorhandener großflächiger Einzelhandelsstandorte

Was ist möglich?

- Alle Größen (Kriterium: regionale Verträglichkeit)
- Alle Sortimente



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)



Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Stadt Heidelberg

Schwerpunktbereich östliche Altstadt

|Tourismus, Kultur, Gastronomie|

als Teil des zentralen Versorgungsbereichs Hauptgeschäftszentrum

Entwicklungsziele

- Erhalt der funktionalen Dichte, der Vielfalt und Kleinteiligkeit des Einzelhandels in Nachbarschaft zu bedeutenden Orten des Denkmalschutzes, des Tourismus, der Wissenschaft, der Kultur und des öffentlichen Lebens (Rathaus, Verwaltung)



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Was ist möglich?

- Grundsätzlich alle Größen, zum Erhalt der Vielfalt und Kleinteiligkeit Empfehlung bis maximal 800 m² Verkaufsfläche pro Betrieb
- Alle Sortimente



Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Stadt Heidelberg

Ergänzungsbereich westliche Innenstadt

|Zentrale Einrichtungen, Gewerbe, Wohnen u. besonderer Handel
als Teil des zentralen Versorgungsbereichs Hauptgeschäftszentrum

Entwicklungsziele

- Ergänzende Nutzungen zum Kernbereich (zentrenverträglich)
- Etablierung besonderer Betriebskonzepte und Experimente z. B. *Showrooms, Pop up-, Outlet- und Concept Stores, monostrukturierte Ladeneinheiten (Beschränkung des Angebotes auf ein Sortiment bzw. eine Marke / einen Hersteller), urbane Manufakturen und Designfirmen*
- Belebte Erdgeschosszonen

Was ist möglich?

- Bis 800 m² Verkaufsfläche pro Betrieb
- Bis 1.500 m² Verkaufsfläche für Betriebe mit besonderen Betriebskonzepten
- Alle Sortimente
- Keine Einkaufszentren / Malls



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)



Quelle: www.mic-arc.de/de/projekte/2007

Besonderes Zentrum Europaplatz

|Kongresse, Arbeiten und Gewerbe|

Entwicklungsziele

- Lebendiger, zentraler Ort mit besonderem Profil für Kongresse und Arbeiten
- Attraktive und multifunktionale Angebotsmischung mit ergänzenden Dienstleistungen und Gastronomieangeboten

Was ist möglich?

- Bis 800 m² Verkaufsfläche pro Betrieb
- Alle Sortimente



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)



Quelle: www.europaplatz-heidelberg.de/projekt-lage/

Drei wichtige Ziele für das Konzept zum Wohle für eine ganzheitliche Stadtentwicklung

1.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt und Vitalität des innerstädtischen Heidelberger Hauptgeschäftszentrums.



2.

Stärkung der Stadtteilzentren als Treff-/ Einkaufs- und Lebensmittelpunkte.



3.

Flächendeckende fußläufige Erreichbarkeit von Läden mit Waren für den täglichen Bedarf (Vollversorgung).



Stadtteil- und Nahversorgungszentren

Stadtteilzentrum

- Versorgungsfunktion für den Stadtteil und teilweise auch darüber hinaus.
- Waren zur Deckung des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs, mit umfassendem, zentrenrelevantem Branchenmix sowie ein differenziertes Nahversorgungsangebot mit unterschiedlichen Betriebstypen.
- Zur Ausstattung gehören unterschiedliche klein- und großflächige Vertriebsformen wie z.B. Lebensmittelmärkte, Fachmärkte und Facheinzelhandel.



Nahversorgungszentrum

- Versorgungsfunktion für umliegende Wohnsiedlungsbereiche bzw. Stadtteile und deren Teilbereiche.
- Überwiegend Waren zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs, mit einem Schwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortiment.
- Der Betriebstypenmix ist eingeschränkt.



Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Stadt Heidelberg

Stadtteilzentrum Neuenheim



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Nahversorgungszentrum Bahnstadt



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Nahversorgungszentrum Kirchheim



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

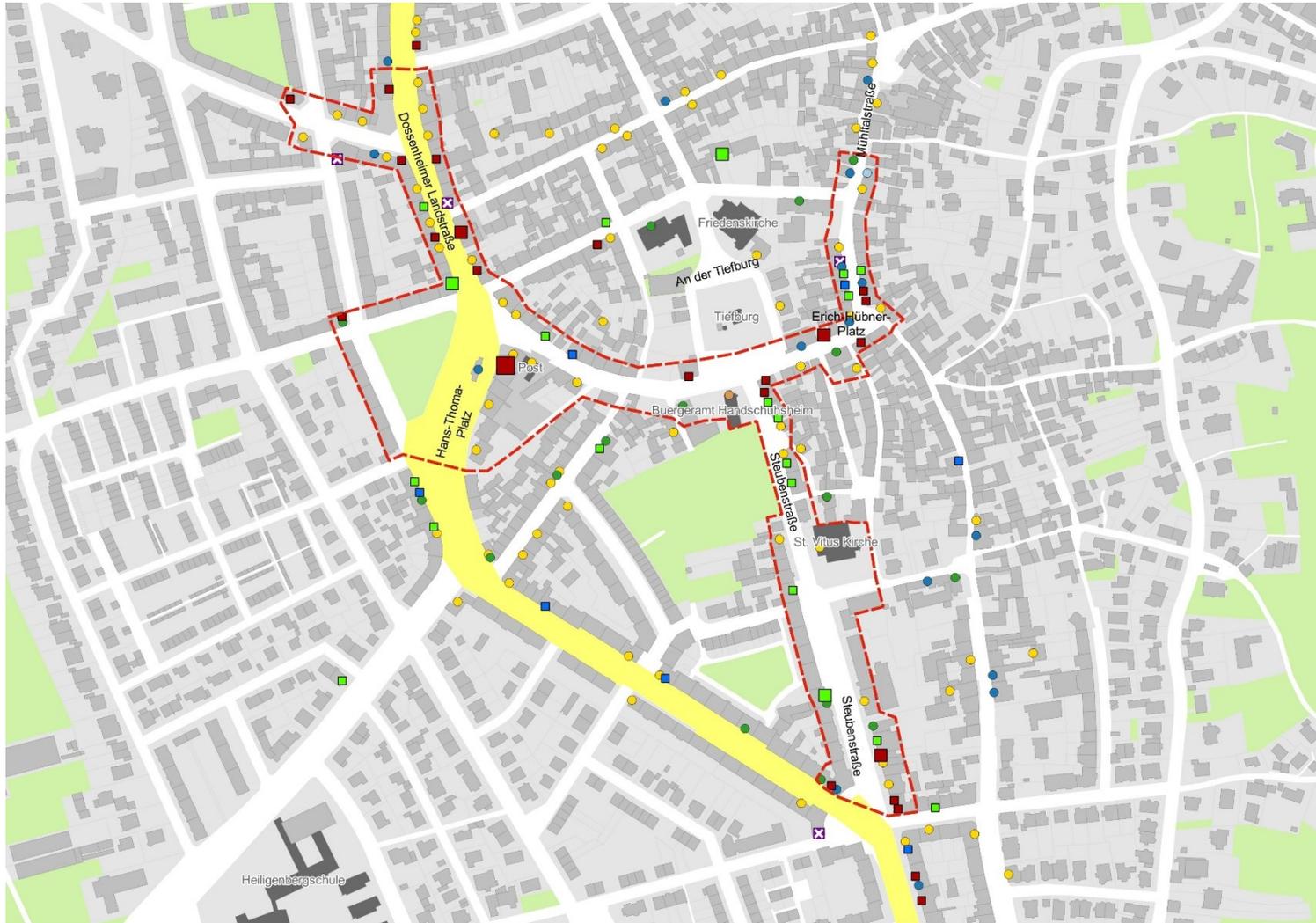
Nahversorgungszentrum Ziegelhausen



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Perspektivisches Nahversorgungszentrum Handschuhsheim



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Perspektivisches Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Perspektivisches Nahversorgungszentrum Patrick-Henry-Village



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Drei wichtige Ziele für das Konzept zum Wohle für eine ganzheitliche Stadtentwicklung

1.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt und Vitalität des innerstädtischen Heidelberger Hauptgeschäftszentrums.



2.

Stärkung der Stadtteilzentren als Treff-/ Einkaufs- und Lebensmittelpunkte.



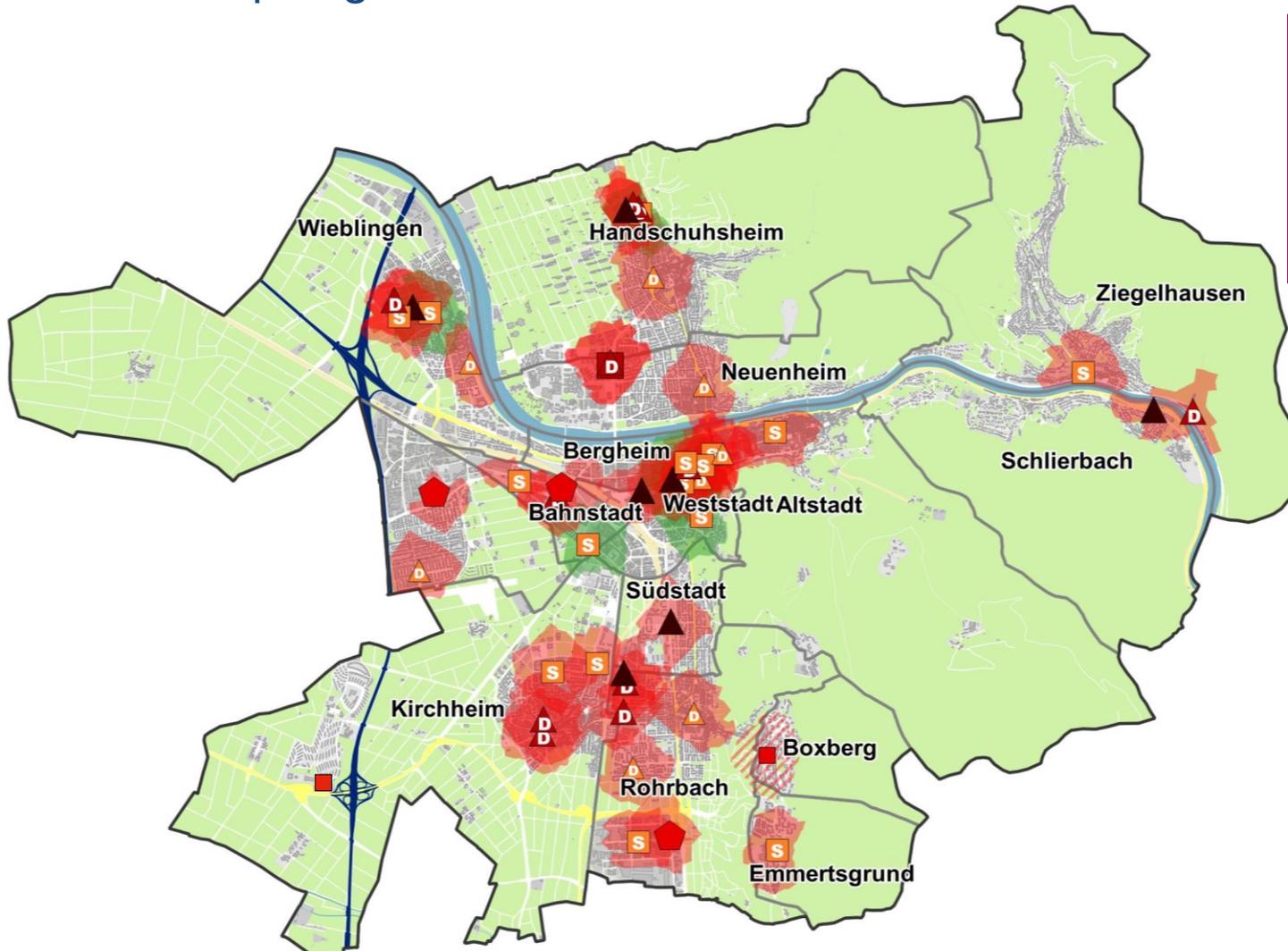
3.

Flächendeckende fußläufige Erreichbarkeit von Läden mit Waren für den täglichen Bedarf (Vollversorgung).



Nahversorgung

Strukturprägende Lebensmittelanbieter



Ziel:
 Sicherung und Stärkung
 einer möglichst
 flächendeckenden
 wohnungsnahen
 Grundversorgung

Strukturprägende Lebensmittelanbieter

-  SB-Warenhaus (ab 5.000 m²)
-  Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m²)
-  Supermarkt (> 800 - 1.499 m²)
-  Supermarkt (400 - 800 m²)
-  Lebensmitteldiscounter (> 800 m²)
-  Lebensmitteldiscounter (bis 800 m²)
-  perspektivisch ausgebauter Nahversorgungsstandort

Fußläufige Erreichbarkeit Isodistanz (600 m)

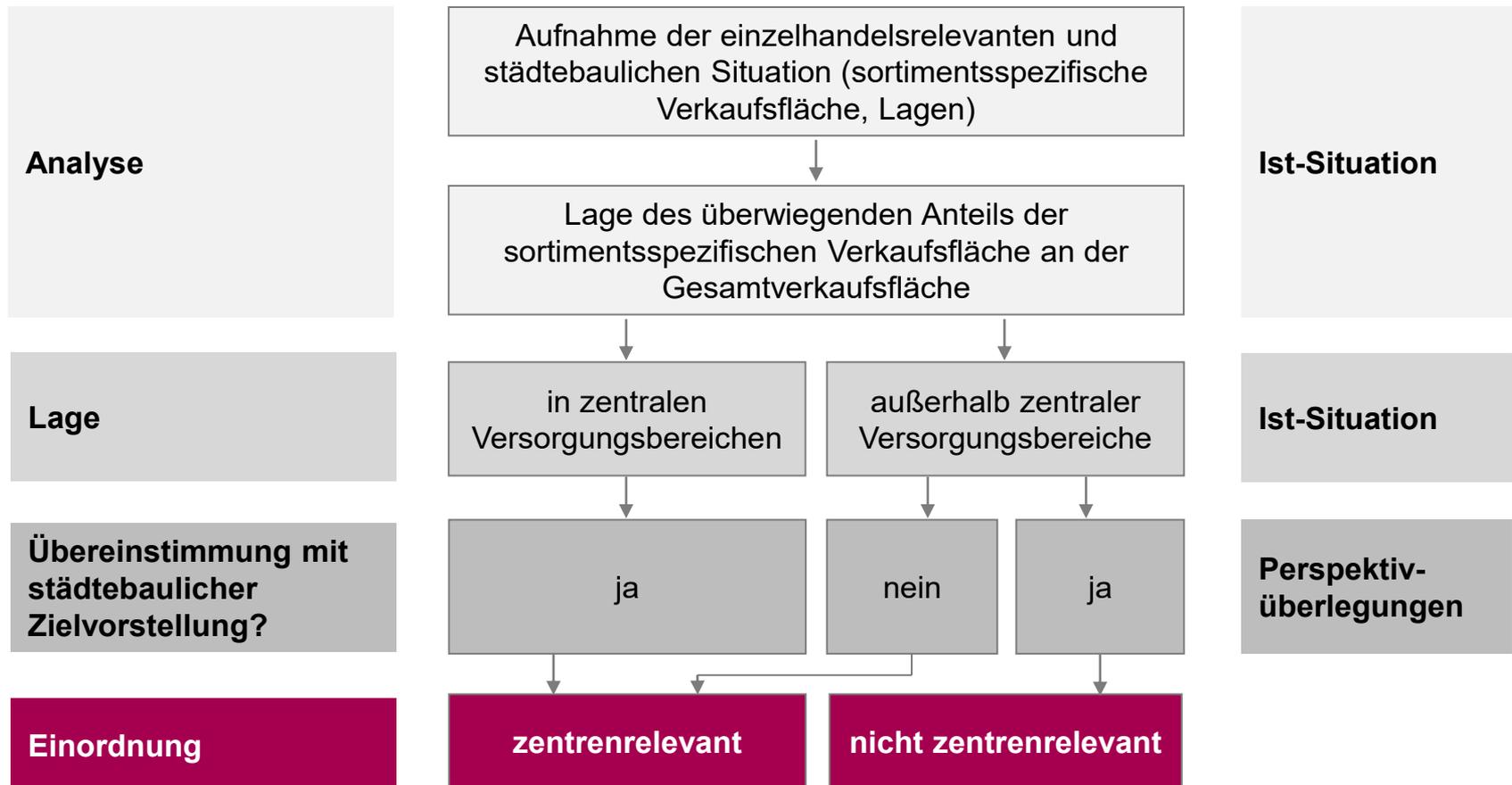
-  Lebensmittelmarkt
-  Bio-Lebensmittelmarkt
-  perspektivisch ausgebauter Nahversorgungsstandort

Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Sortimentsliste

Vorgehen bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste



Heidelberger Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente (abschließende Liste)

davon nahversorgungsrelevante Sortimente

Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)	Fleisch- und Metzgereiwaren
Backwaren / Konditoreiwaren	Getränke
Drogeriewaren / Körperpflegeartikel (inkl. Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)	Nahrungs- und Genussmittel
	Zeitungen / Zeitschriften
Angler-, Jagdartikel und Waffen	
Babyausstattung (Kinderwagen, Kindersicherheit)	Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen
Bekleidung	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Bettwaren	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Blumen	Medizinische und orthopädische Artikel ²
Bücher	Musikinstrumente und Zubehör
Elektrokleingeräte	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Elektronik und Multimedia ¹	Teppiche (Einzelware)
Fahrräder und technisches Zubehör	Schuhe
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	Spielwaren
Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle	Sportartikel / -kleingeräte (inkl. Sportgroßgeräte)
Heimtextilien (inkl. Haus- und Tischwäsche, Bettwäsche) / Gardinen / Dekostoffe	Sportbekleidung / Sportschuhe
Hobbyartikel (inkl. Künstlerartikel / Bastelzubehör)	Topf- und Zimmerpflanzen und Blumentöpfe
Kosmetikartikel / Parfümeriewaren	Uhren / Schmuck
	Wohndekorationsartikel

¹ Dazu gehören u. a.: Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör

² Dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel

Heidelberger Sortimentsliste

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

Alle anderen Sortimente gelten als nicht-zentrenrelevant (keine abschließende Liste):

Bauelemente, Baustoffe	Matratzen
Baumarktspezifisches Sortiment ³	Möbel
Büromaschinen	Pflanzen / Samen
Campingartikel	Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor)
Elektrogroßgeräte	Reitsportartikel (inkl. funktioneller Reitbekleidung und Reitschuhe)
Erotikartikel	Zoologische Artikel (inkl. Heim- und Kleintierfutter), lebende Tiere
Gartenartikel und -geräte	
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Mofas)	

³ Dazu gehören u. a.: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge, Teppiche (Rollware)

Umsetzungsempfehlungen

Umsetzungsempfehlungen

Grundsätze als Leitlinien für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte im Rahmen der Einzelhandels- bzw. Zentrenentwicklung:

1.

Einzelhandelsbetriebe mit
nahversorgungsrelevantem
Kernsortiment

2.

Einzelhandelsbetriebe mit
zentrenrelevantem
Kernsortiment

3.

Einzelhandelsbetriebe mit
nicht-zentrenrelevantem
Kernsortiment