

Dr. Fabian Schubert
(Projektleitung Karlsruhe)

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Herborn

Zusammenstellung der wichtigsten konzeptionellen Aspekte
24. April 2017

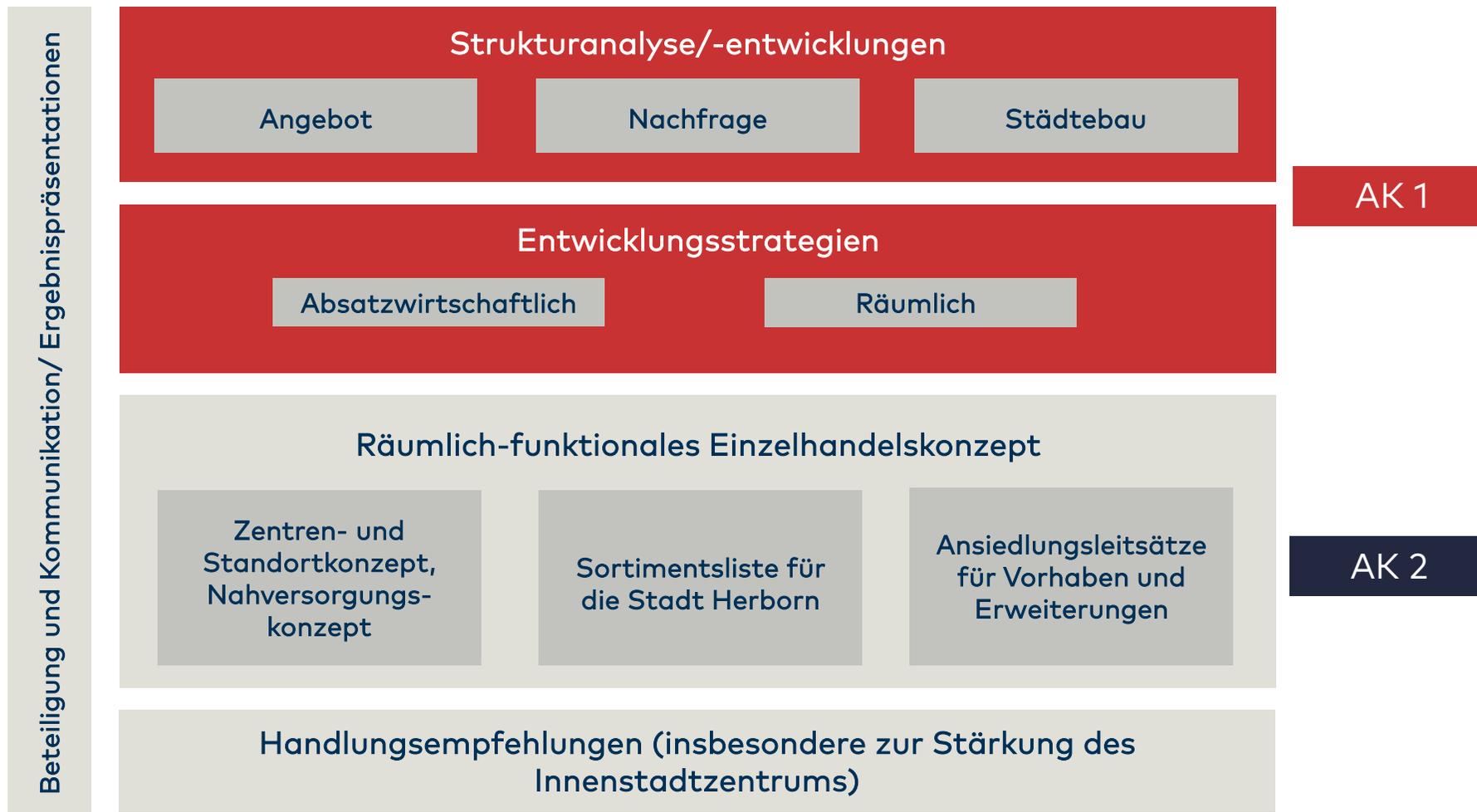


Die Rolle des Einzelhandelskonzeptes

- Grundlage den Wandel im Handel aktiv zu begleiten / Einkaufslagen strategisch zu sichern und zu entwickeln
- Sicherung/Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung
- Berücksichtigung der Vorgaben der Landesplanung/Regionalplanung
- Aufzeigen eines absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens als Beurteilungsgrundlage für aktive Steuerung künftiger Neuansiedlungen
- Basis für einzelhandelsbezogene Bauleitplanung
- Planungssicherheit für Stadt und Investoren
- ‚Aktive‘ Standortentwicklung

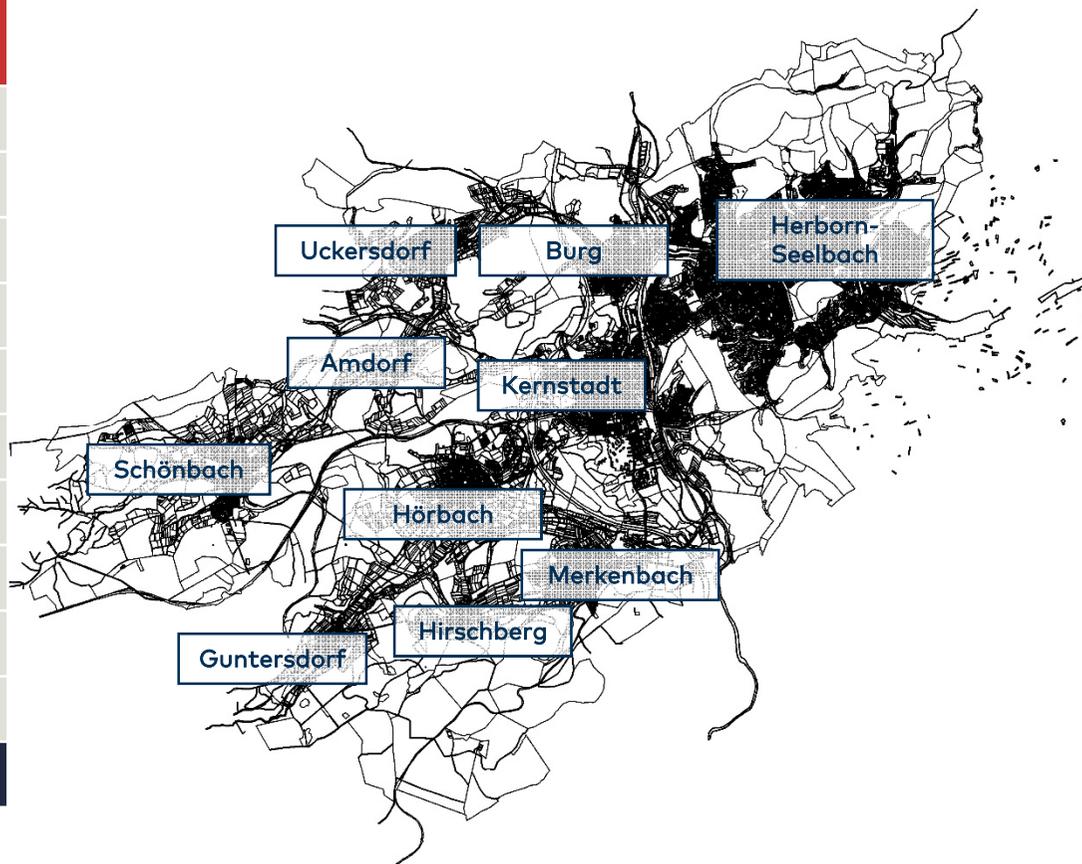
§ 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB → Beschluss des Konzeptes als städtebauliches Entwicklungskonzept

Bausteine des Konzepts



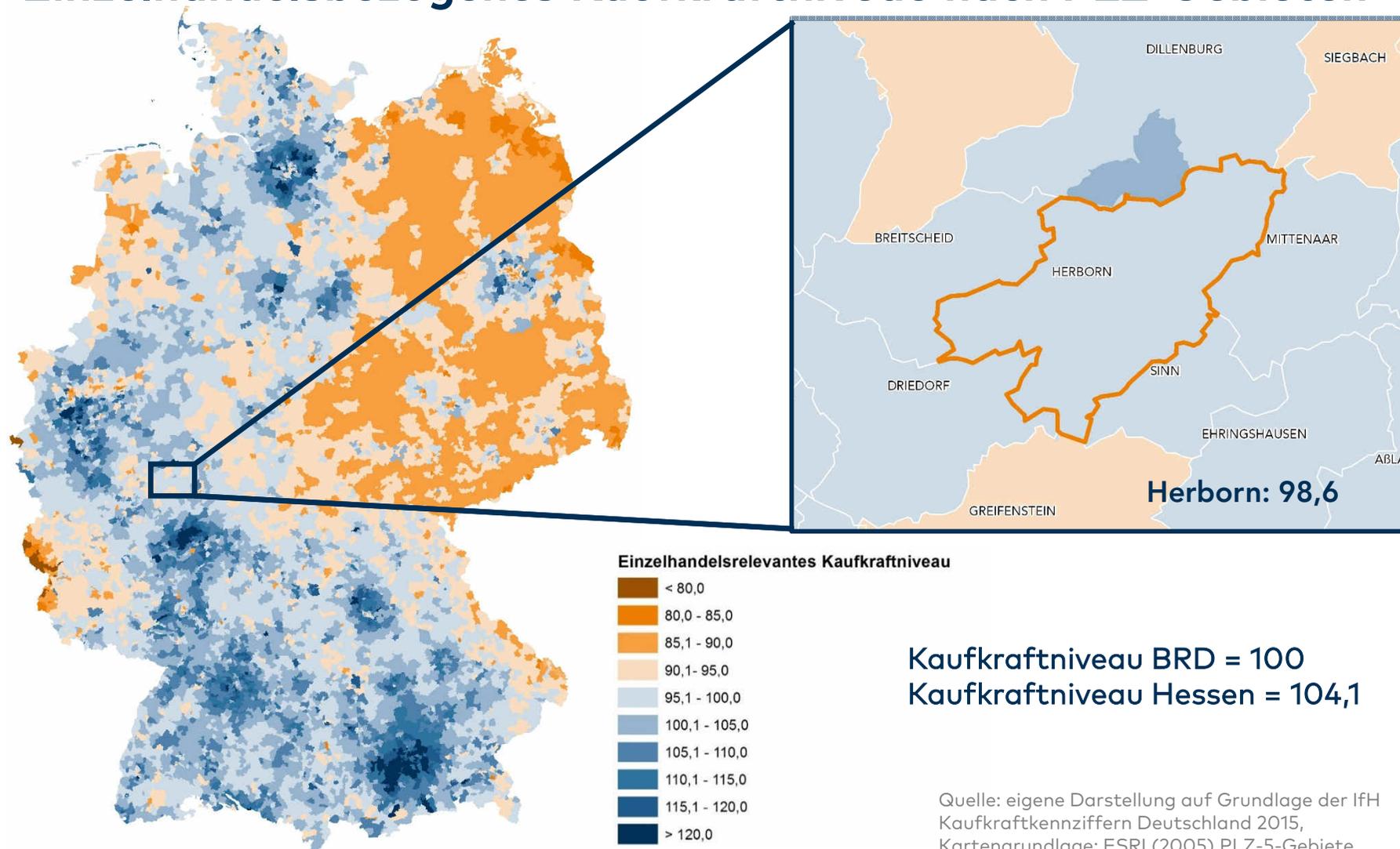
Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

Stadtteil	Einwohner 30.06.2016
Kernstadt	8.995
Herborn-Seelbach	3.518
Burg	1.978
Merkenbach	1.494
Schönbach	1.456
Hörbach	1.352
Uckersdorf	1.073
Guntersdorf	344
Amdorf	255
Hirschberg	252
Herborn Gesamt	20.717



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Herborn; Einwohnerzahlen: Stadt Herborn (Stand 30.06.2016).

Einzelhandelsbezogenes Kaufkraftniveau nach PLZ-Gebieten



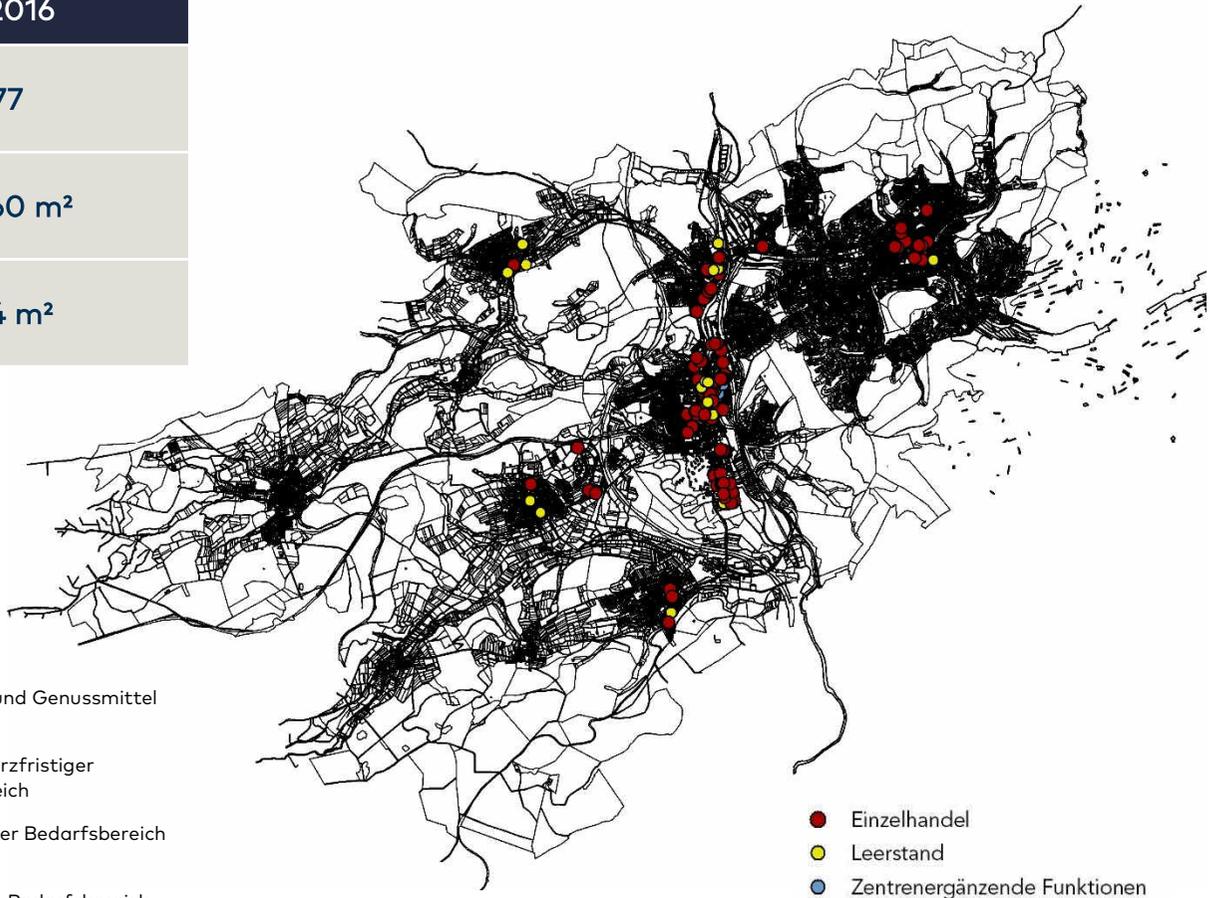
Empirische Untersuchungen

	Bestandserhebung	Passanten- befragung	Haushaltsbefragung	Händlerbefragung	Kundenherkunfts- erhebung
Datengrund- lage	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch ein spezialisiertes Meinungsforschungsinstitut und durch Stadt + Handel	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch Stadt + Handel
Zeitraum	11/2016	11/2016	11/2016	11/2016	11/2016
Methode	flächendeckende Vollerhebung	Halbstandardisierter Fragebogen Befragung in der Innenstadt (n= 339)	telefonische Befragung und Onlinebefragung (n = 250)	Flächendeckende Verteilung von Fragebögen im Stadtgebiet/ Onlinebefragung (Rücklauf = 25 Fragebögen; 14%)	Verteilung von Erhebungsbögen an ausgewählte Einzelhändler in der Innenstadt (n = 25), (Rücklauf = 13)
Inhalt	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe; städtebauliche Analyse/zentren-ergänzende Funktionen, Leerstände	Passantenherkunft, Besuchsgrund, Einkaufsorte; Angebotslücken; Standort-bewertungen, Einkaufsverhalten, Onlinehandel	Einkaufsort nach Sortiment, Angebotslücken, Standort-bewertungen, Einkaufsverhalten, Onlinehandel	Angebotslücken; Umsatzherkunft; Einschätzung zum Einzelhandelsstandort, Einzugsbereiche, Umsätze, Stärken/Schwächen Analyse, Onlinehandel	Umsatzherkunft je nach Sortiment, Touristische Effekte

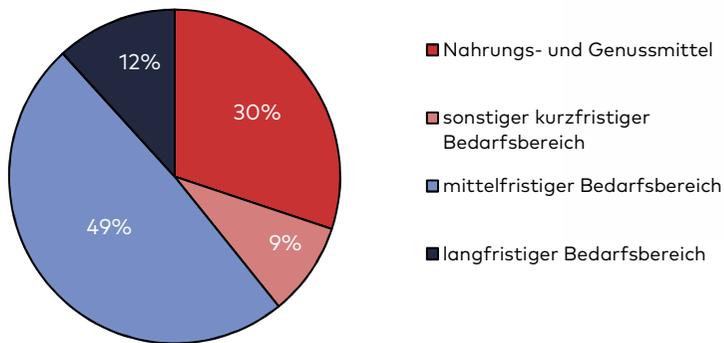
Einzelhandelsbestand Stadt Herborn

	Bestandserhebung 11/2016
Anzahl der Betriebe*	177
Gesamtverkaufsfläche (VKF)*	52.560 m ²
Verkaufsfläche / Einwohner	2,54 m ²

* ohne Leerstände, VKF gerundet

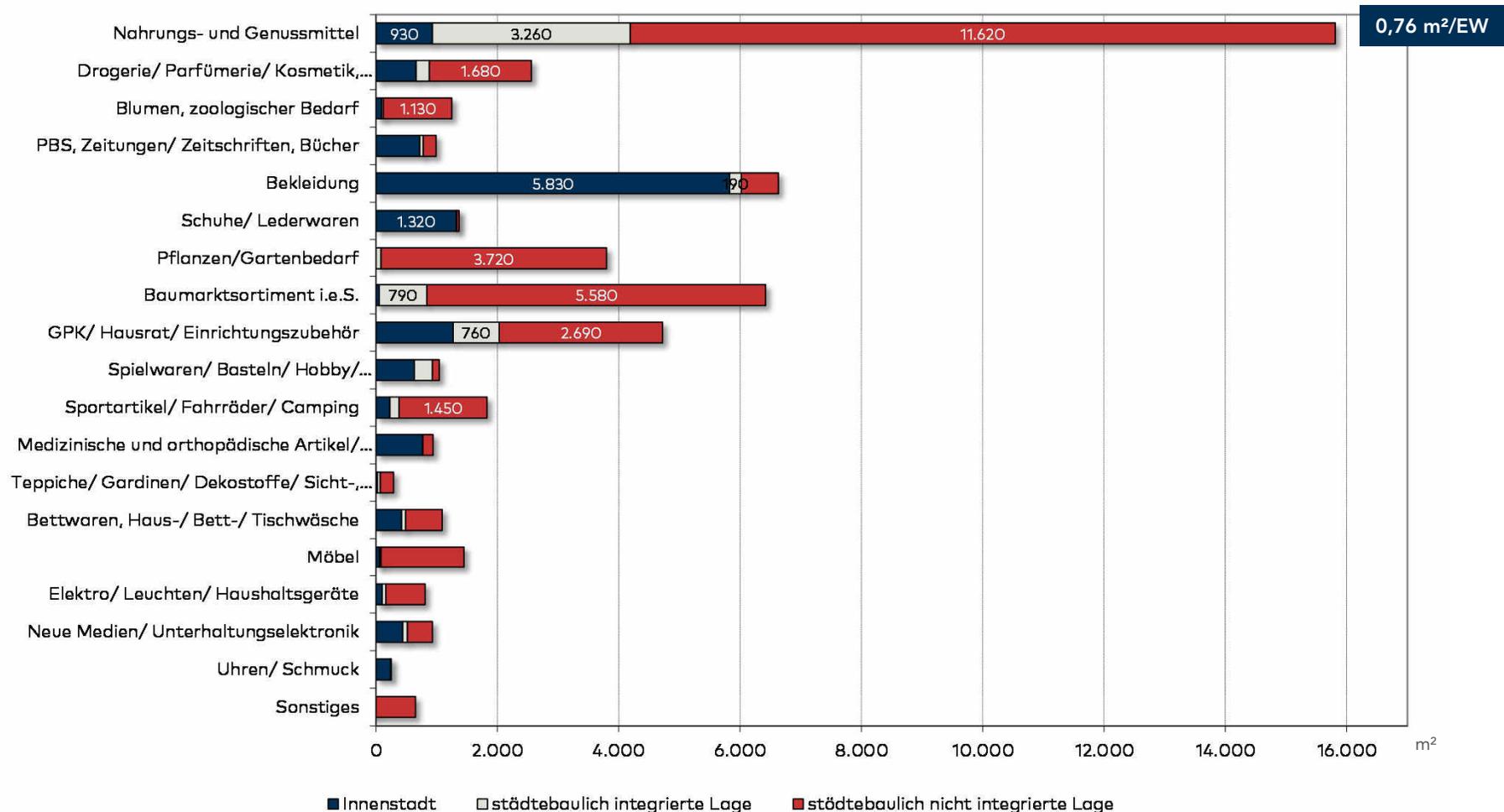


Verkaufsflächen nach Bedarfsstufen 2016



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2016, Kartengrundlage: Stadt Herborn

Verkaufsfläche nach Warengruppen und Lagen



- Anteil Verkaufsflächen in nicht integrierten Lagen rd. 63 % (73 % NuG)

Sortimentsspezifische Kennzahlen

Warengruppen	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	15.810	67,0	47,1	142%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	2.550	11,3	7,3	155%
Blumen, zoologischer Bedarf	1.250	2,3	2,4	97%
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	980	3,3	3,8	87%
kurzfristiger Bedarfsbereich	20.590	83,9	60,5	139%
Bekleidung	6.620	14,7	11,0	134%
Schuhe/Lederwaren	1.360	3,3	2,9	111%
Pflanzen/Gartenbedarf	3.790	2,9	1,7	166%
Baumarktsortiment i.e.S.	6.420	9,4	9,9	95%
GPK/ Hausrat/Einrichtungszubehör	4.720	2,7	1,4	195%
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	1.040	2,0	2,5	79%
Sportartikel/Fahrräder/Camping	1.820	3,7	2,1	172%
mittelfristiger Bedarfsbereich	25.770	38,6	31,6	122%
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	940	4,2	1,7	254%
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	290	0,5	1,3	38%
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	1.090	1,6	1,2	131%
Möbel	1.440	3,0	6,1	49%
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	800	2,1	3,4	63%
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	930	5,0	8,5	59%
Uhren/ Schmuck	250	1,7	1,5	111%
Sonstiges	460	0,8	0,7	121%
langfristiger Bedarfsbereich	6.200	19,0	24,4	78%
Gesamt	52.560	141,5	116,4	121%

Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

Grundsätzliches

- Aufzeigen von Spielräumen: (2021, 2026)
- Keine ‚sklavischen‘ Grenzen

Parameter

- Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf
⇒ sortimentsbezogene Unterschiede
- Bevölkerungsentwicklung*
⇒ - 3,4 bis - 5,9 % in den nächsten 5 – 10 Jahren
- Verkaufsflächenansprüche der Anbieter
⇒ leichte Impulse (sortimentsspezifisch)
- Zielzentralitäten
⇒ sortimentsspezifische Impulse in einzelnen Warengruppen

*Quelle: Hessenagentur, Land Hessen

Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

Warengruppe	Absatzwirtschaftliche Entwicklungspotenziale	
	Arrondierungsspielräume*	Potenziale für Neuansiedlungen
Nahrungs- und Genussmittel	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Blumen, zoologischer Bedarf	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bekleidung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schuhe/Lederwaren	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Baumarktsortiment i.e.S.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Möbel	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

*Arrondierungsspielräume: z. B. Erweiterung bestehender Betriebe; Ansiedlung von Fachgeschäften.

grün: rechnerisches Potenzial nach heutiger Marktentwicklung/Einzelhandelsentwicklung realistisch

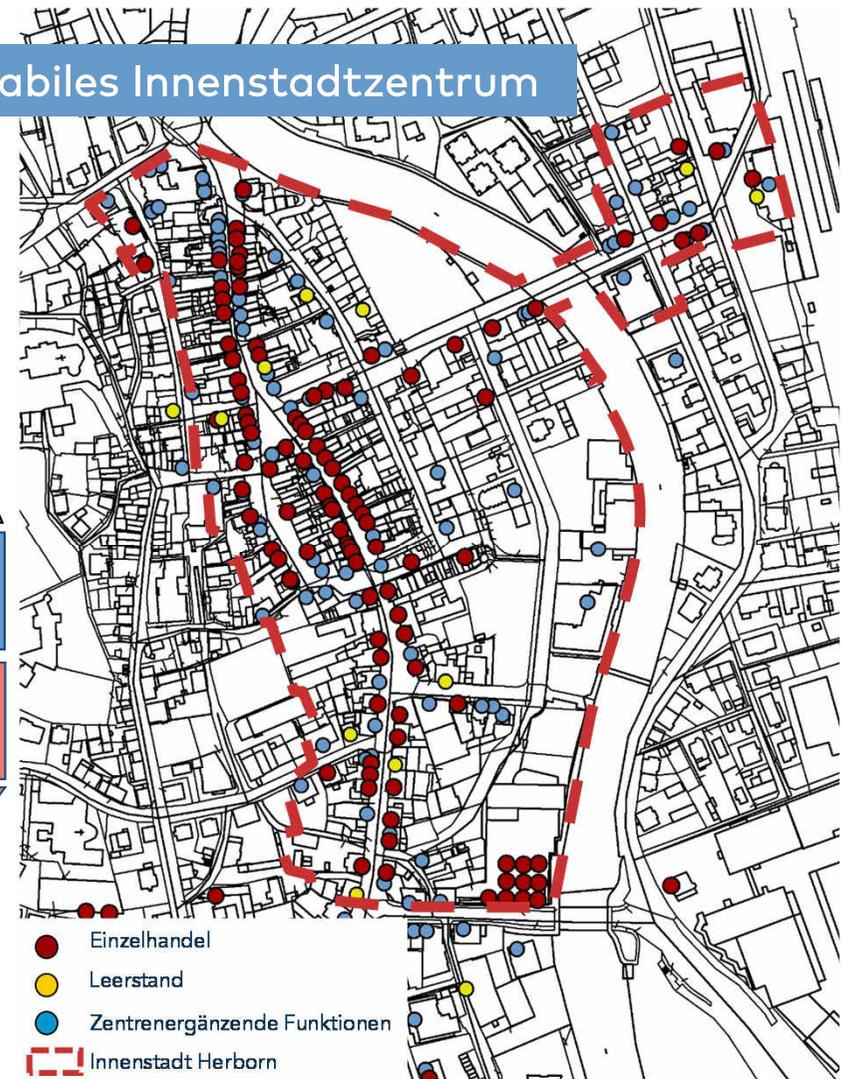
orange: rechnerisches Potenzial nach Standortspezifika von Herborn nicht realistisch

Innenstadt Herborn - zusammenfassende SWOT-Analyse

Stärken

- Attraktives saniertes Stadtzentrum
- Sortimentsschwerpunkt Bekleidung
- Kompaktes Zentrum/Konzentration/Multi-funktionalität
- Fachgeschäftebesatz + Magnetbetrieb Dillcenter
- Geringe Leerstandsquote
- Kundenzufriedenheit/Orientierung Herborner auf IZ
- Herborn im Vergleich zu benachbarten Mittelzentren stark aufgestellt
- Aktivitäten zur Stärkung der Innenstadt (Sanierung, Leerstandsmanagement, Kernbereichsmanagement)

→ Stabiles Innenstadtzentrum



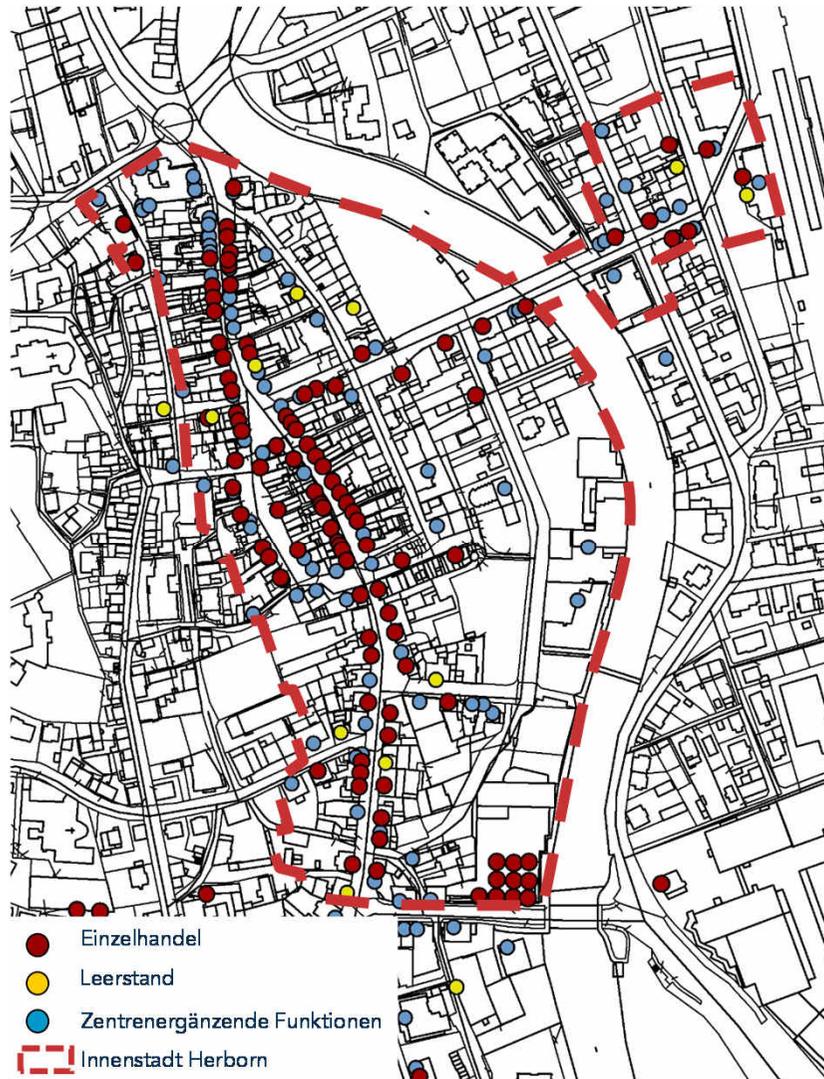
Schwächen

- Fehlende Magnetbetriebe im kurzfristigen Bedarfsbereich, fehlende Potenzialflächen
- Ladenarchitektur entspricht nicht immer modernen EH-Anforderungen

S

W

Innenstadt Herborn - zusammenfassende SWOT-Analyse



Chancen

- Langfristige Sicherung des Bestands
- Profilierung als Fachwerksstadt mit kleinteiligem Facheinzelhandel
- Verbesserung Aufenthaltsqualität (Gesamtbild Innenstadt)
- Fortführung, Ausbau der Innenstadtaktivitäten (Kooperation, Leerstandsmanagement, Kernbereichsmanagement, Events)

O

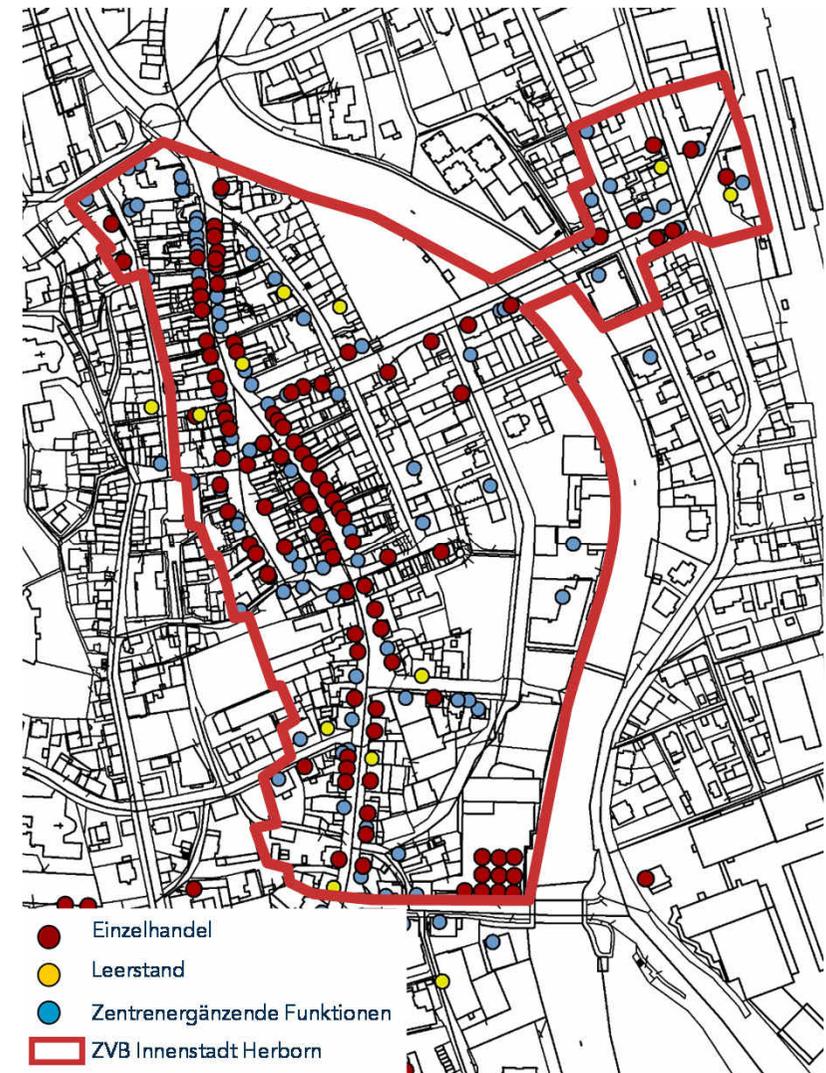
Risiken

- Weitere Bevölkerungs- und Kaufkraftabnahme
- Facheinzelhandel – keine Expansionsmöglichkeiten, Inhabernachfolge
- Expansion an Konkurrenzstandorten im und außerhalb des Stadtgebiets (insbesondere zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente)
- Onlinehandel

T

Innenstadt - Zentraler Versorgungsbereich

- Abgrenzung gemäß Einzelhandels- und ZeF-Bestand
- Räumlich enge Abgrenzung:
 - Ziel: Förderung Einzelhandelskonzentration
 - Hintergrund: rückläufige Kaufkraftpotenziale aufgrund rückläufiger Bevölkerungsentwicklung
 - Standortbereich für klein- und großflächige Einzelhandelsbetriebe aller Sortimentsbereiche



Nahversorgung im Raum

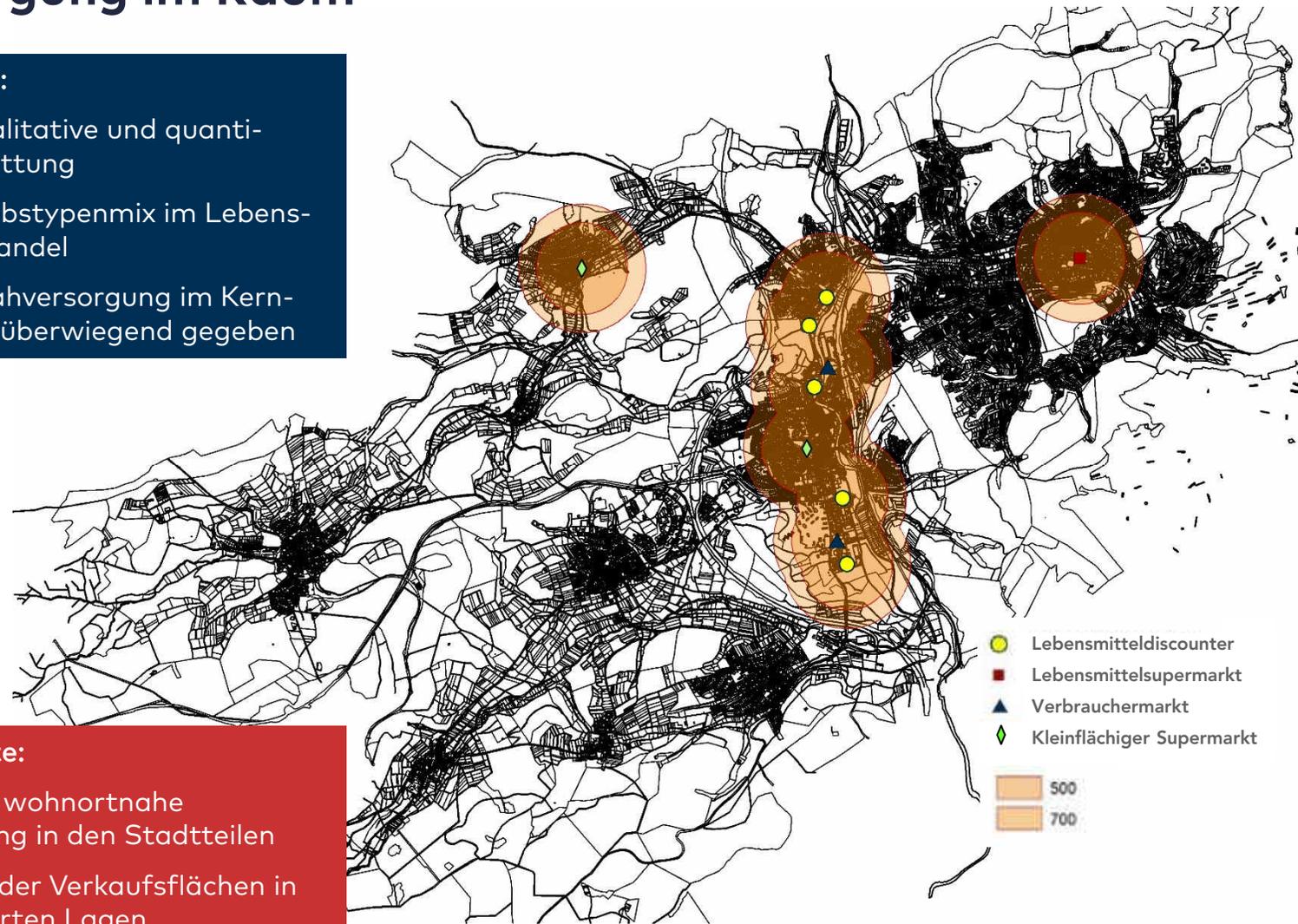
Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 11/2016, Kartengrundlage: Stadt Herborn

Positive Aspekte:

- sehr gute qualitative und quantitative Ausstattung
- breiter Betriebstypenmix im Lebensmittel Einzelhandel
- fußläufige Nahversorgung im Kernstadtbereich überwiegend gegeben

Negative Aspekte:

- z. T. fehlende wohnortnahe Nahversorgung in den Stadtteilen
- Hoher Anteil der Verkaufsflächen in nicht integrierten Lagen



Empfehlungen zur Nahversorgung

Stadt Herborn

1. **Priorität: Fokus der Nahversorgung auf den ZVB**

- Sicherung/Stärkung der bestehenden und perspektivischen Nahversorgungsstrukturen im ZVB durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch Erweiterungen/Neuansiedlungen außerhalb der ZVB resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Standorten, ggf. auch über das ermittelte VKF-Potential hinaus

2. **Priorität: Sicherung/Optimierung der Nahversorgung**

- Erweiterung/Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen nur zur Sicherung und zur Optimierung der wohnortnahen Versorgung

Ansonsten konsequenter Ausschluss von Neuansiedlungen und Erweiterungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in städtebaulich nicht integrierten bzw. gewerblich geprägten Lagen.

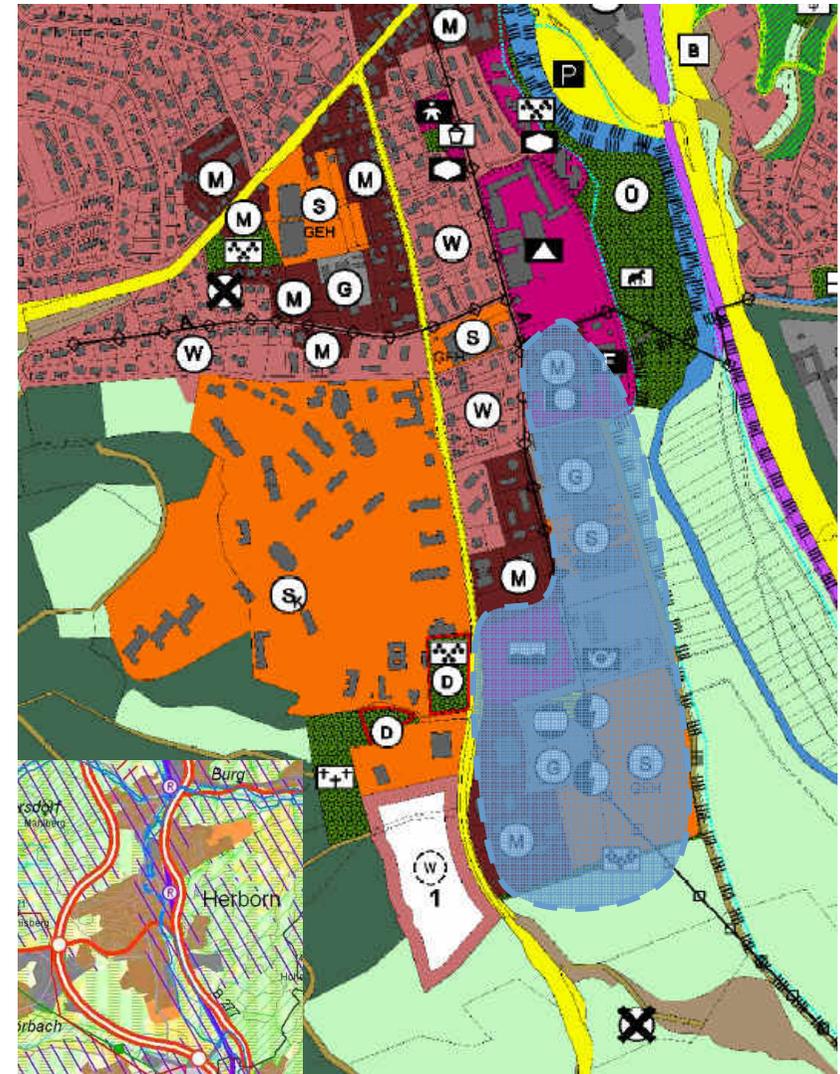
Standortbereich Untere Au – Konrad-Adenauer-Straße

Ausgangslage:

- Aktuell noch funktionsfähiges Innenstadtzentrum
- Aber schon jetzt FMZ deutliche Konkurrenzsituation zum Innenstadtzentrum – insbesondere zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente

Zielstellungen FMZ

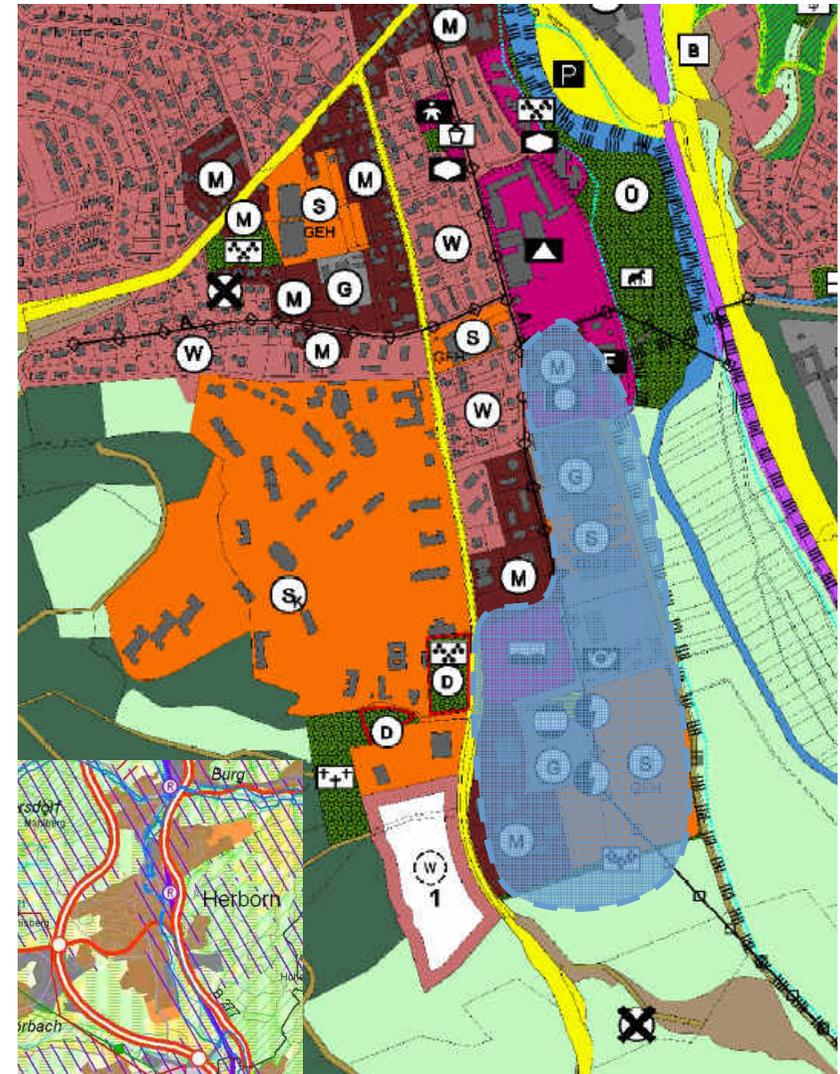
- Konformität des EHK mit übergeordneten Planungsebenen zu gewährleisten
- Sicherung und Schutz des ZVB Innenstadtzentrum – keine schädigenden Ansiedlungen im Stadtgebiet
- Stärkung und Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Herborn (eingeschränkt auch am Standortbereich FMZ)



Standortbereich Untere Au – Konrad-Adenauer-Straße

Standortbereich/Umgang

- Steuerung unerlässlich
- FMZ wird mit jeder Ansiedlung attraktiver
- Schutz des Innenstadtzentrums durch Steuerungswirkung des EHK über Sortimente
- Bereich für Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente (auch großflächig)
- Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente – konsequenter Ausschluss (keine Neuansiedlung oder Erweiterung) – Schutz des Innenstadtzentrums
- Ausnahme zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente als Randsortimente – mit max. 10% (800m²) der Gesamtverkaufsfläche.



Übergeordnete Entwicklungszielstellung

1. Ziel:

Stärkung
des zentralen
Versorgungsbereichs

- Stärkung des ZVB entsprechend dessen funktionaler Ausrichtung durch die Ergänzung des Angebotes und Etablierung leistungsfähiger Strukturen
- Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgung vermeiden

2. Ziel:

Sicherung und Stärkung
der Nahversorgung

- Kernstadt: sinnvolle Standorte sichern, stärken und ergänzen
- gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich vermeiden
- Ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung in kleineren Ortsteilen

3. Ziel:

Bereitstellung eines
ergänzenden Standorts

- Standort zur Arrondierung des städtischen Angebots mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

Ansiedlungsleitsätze

Ansiedlungsleitsatz I:

Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment...

...ist zukünftig im zentralen Versorgungsbereich „Innenstadtzentrum Herborn“ unbegrenzt¹⁾ (Positivraum) anzusiedeln.

- Insgesamt soll durch eine Steuerung zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote, die Entwicklung eines Ungleichgewichtes der sonstigen Lagen gegenüber dem Innenstadtzentrum und eine mögliche Gefährdung dessen verhindert werden.

1) Sofern landesplanerische und städtebauliche Gründe (Schutz von ZVBs in Nachbarkommunen) nicht entgegenstehen

Ansiedlungsleitsätze

Ansiedlungsleitsatz II:

Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ...

... ist primär im zentralen Versorgungsbereich anzusiedeln oder auszubauen,

- wenn keine mehr als unerheblichen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Grundversorgung zu erwarten sind

... kann zur Gewährleistung der Nahversorgung auch an sonstigen integrierten Standorten zur Versorgung des Gebietes angesiedelt oder erweitert werden,

- wenn es zur Sicherung und dem Ausbau der flächendeckenden Nahversorgung dient,
- wenn keine mehr als unerheblichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die verbrauchernahe Grundversorgung zu erwarten sind.
- Üblicher VKF-Anhaltswert: 800 m² VKF (ggf. mehr; hierfür Anwendung der Kriterien der AG Strukturwandel¹⁾).
- Einzelfallprüfung durch Verträglichkeitsgutachten.

1) Bericht der „Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ beim Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMV/BW) 2002; NuG: Nahrungs- und Genussmittel

Ansiedlungsleitsätze

Ansiedlungsleitsatz III:

Sondergebietspflichtiger, großflächiger Einzelhandel¹ mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment ...

- ... kann im gesamten Stadtgebiet angesiedelt werden, wenn städtebauliche Gründe dafür sprechen²;
- ... dabei ist die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente³ auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. höchstens 800 m² Verkaufsfläche je Betrieb zu begrenzen⁴ – eine weitere Begrenzung der zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

1) Im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.

2) Sofern landes- und regionalplanerische sowie städtebauliche Gründe nicht entgegenstehen

3) Der Begriff der Randsortimente ist durch die Rechtsprechung konkretisiert. Hierzu sei unter anderem auf das Urteil OVG NRW 7 A D 108/96.NE verwiesen. Es muss eine eindeutige Zuordnung des Randsortiments zum Hauptsortiment möglich sein.

4) Gemäß LEP Hessen, Regionalplan Mittelhessen.

Ansiedlungsleitsätze

Ansiedlungsleitsatz IV:

Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben („Handwerkerprivileg“)

- wenn eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb,
- wenn eine Errichtung im betrieblichen Zusammenhang,
- wenn deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung sowie eine sortimentsbezogene Zuordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist und
- wenn Verkaufsflächenobergrenze von max. 800 m² nicht überschritten wird.

Dr. Fabian Schubert
(Projektleitung Karlsruhe)

Vielen Dank für Ihr Interesse!

Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbB

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund

Fon:+49 231 8626890

Fax:+49 231 8626891

Tibarg 21
22459 Hamburg

Fon:+49 40 53309646

Fax:+49 40 53309647

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe

Fon:+49 721 14512262

Fax:+49 721 14512263

Markt 9
04109 Leipzig

Fon:+49 341 92723942

Fax:+49 341 92723943

www.stadt-handel.de

Partner: Ralf M. Beckmann und Marc Föhler, Stadtplaner AKNW, Amtsgericht Essen, Partnerschaftsregisternummer PR 3496, Hauptsitz: Dortmund

