

Heidelberg

SCHRIFTEN  
zur Stadtentwicklung



# Einzelhandelskonzept für Heidelberg



# Grußwort



## Liebe Leserinnen und Leser,

Heidelberg ist einer der attraktivsten Einzelhandelsstandorte in der Metropolregion Rhein-Neckar.

Um weiterhin beste Einkaufsmöglichkeiten zu bieten, hat die Stadt Heidelberg ihr Einzelhandelskonzept fortgeschrieben.

Nicht nur in Heidelberg befindet sich der Einzelhandel in einem tiefgreifenden Umbruch. Die Folgen der Corona-Pandemie haben diesen Wandel rasant beschleunigt. Hinzu kommen zahlreiche räumliche Veränderungen im Stadtgebiet.

## Einzelhandelskonzept mit Zeithorizont bis 2035

Damit der Einzelhandel in Heidelberg attraktiv bleibt, hat der Gemeinderat im März 2022 das Einzelhandelskonzept für Heidelberg einstimmig beschlossen. Ziel ist die Stärkung der Innenstadt und der Stadtteile. Das Einzelhandelskonzept ist das zentrale Instrument zur Steuerung der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben. Es bildet die Grundlage für die Aufstellung und Änderung von Bebauungsplänen. Das Konzept hat drei Ziele:

1. Erhalt und Stärkung der vielfältigen und vitalen Innenstadt als Hauptgeschäftszentrum mit überregionaler Anziehungskraft,
2. Stärkung der Stadtteilzentren als Orte der Begegnung und für den Einkauf,
3. Flächendeckende fußläufige Erreichbarkeit von Läden mit Waren für den täglichen Bedarf.

Das Einzelhandelskonzept wurde durch das Gutachterbüro *Junker + Kruse – Stadtforschung Planung* aus Dortmund in enger Zusammenarbeit mit einem Facharbeitskreis mit Vertreterinnen und Vertretern aus dem Einzelhandel und der Region erstellt. Die Öffentlichkeit wurde beteiligt.

Wir danken allen, die an der Erstellung und am Gelingen dieses gesamtstädtischen Konzeptes mitgewirkt haben.

**Prof. Dr. Eckart Würzner**  
Oberbürgermeister

**Jürgen Odszuck**  
Erster Bürgermeister



# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung.....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Übergeordnete Zielaussagen .....</b>	<b>9</b>
2.1	Ziele und Grundsätze der Landesplanung .....	9
2.2	Ziele und Grundsätze der Regionalplanung.....	10
<b>3</b>	<b>Methodik.....</b>	<b>13</b>
3.1	Angebotsanalyse.....	13
3.2	Nachfrageanalyse .....	17
3.3	Definition Nahversorgung.....	18
3.4	Städtebauliche Analyse.....	20
3.5	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur.....	21
<b>4</b>	<b>Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in der Stadt Heidelberg.....</b>	<b>23</b>
4.1	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung .....	23
4.2	Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung .....	29
4.3	Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung .....	30
4.4	Sekundärstatistische Einordnung und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial .....	32
4.5	Einzugsgebiet des Heidelberger Einzelhandels .....	35
4.6	Tourismuspotenzial in der Stadt Heidelberg .....	37
<b>5</b>	<b>Einzelhandelsangebot in der Stadt Heidelberg.....</b>	<b>39</b>
5.1	Gesamtstädtische, einzelhandelsrelevante Kennziffern .....	39
5.2	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Stadt Heidelberg.....	47
5.3	Nahversorgungssituation .....	50
5.4	Großflächiger Einzelhandel in der Stadt Heidelberg .....	55
5.5	Leerstände .....	56
5.6	Exkurs: Sichtbarkeit des Online-Handels im Bereich der Altstadt .....	58
5.7	Exkurs: Bisherige erkennbare Folgen der Corona-Pandemie.....	61
5.8	Exkurs: Veränderungen im Einzelhandel am Beispiel vom Buchhandel .....	64
5.9	Fazit zur gesamtstädtischen Angebots- und Nachfrageanalyse .....	66
<b>6</b>	<b>Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Stadt Heidelberg .....</b>	<b>68</b>
<b>7</b>	<b>Einzelhandelskonzept der Stadt Heidelberg – Konzept .....</b>	<b>75</b>
7.1	Übergeordnetes Entwicklungsleitbild .....	75
7.2	Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung.....	76
7.3	Standortstruktur.....	80
7.3.1	Zentrale Versorgungsbereiche .....	83
7.3.2	Nahversorgungsstandorte und sonstige Grundversorgungstandorte .....	88
7.3.3	Sonderstandortbereiche .....	90
<b>8</b>	<b>Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in der Stadt Heidelberg.....</b>	<b>92</b>
8.1	Zentrale Versorgungsbereiche .....	92
8.1.1	Hauptgeschäftszentrum Innenstadt.....	92
8.1.2	Besonderes Zentrum Europaplatz.....	98

8.1.3	Stadtteilzentrum Neuenheim .....	100
8.1.4	Nahversorgungszentrum Bahnstadt .....	103
8.1.5	Nahversorgungszentrum Kirchheim .....	106
8.1.6	Nahversorgungszentrum Ziegelhausen .....	109
8.1.7	Perspektivisches Nahversorgungszentrum Handschuhsheim.....	112
8.1.8	Perspektivisches Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte.....	115
8.1.9	Perspektivisches Nahversorgungszentrum Patrick-Henry-Village.....	118
8.2	Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd.....	120
8.3	Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) .....	123
8.4	Sonderstandortbereich Bahnstadt (Fachmarktzentrum).....	125
8.5	Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung.....	127
<b>9</b>	<b>Heidelberger Sortimentsliste.....</b>	<b>131</b>
<b>10</b>	<b>Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung.....</b>	<b>138</b>
10.1	Herleitung einer „Bagatellgrenze“.....	138
10.2	Grundsätze zur Steuerung des Heidelberger Einzelhandels.....	139
<b>11</b>	<b>Bürgerbeteiligung.....</b>	<b>145</b>
<b>12</b>	<b>Monitoring.....</b>	<b>146</b>
<b>13</b>	<b>Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....</b>	<b>147</b>
	<b>Anhang.....</b>	<b>153</b>
<b>A1</b>	<b>Die Heidelberger Stadtteile – Stadtteilprofile .....</b>	<b>154</b>
A1.1	Stadtteilprofil: Altstadt .....	155
A1.2	Stadtteilprofil: Bahnstadt .....	160
A1.3	Stadtteilprofil: Bergheim .....	165
A1.4	Stadtteilprofil: Boxberg .....	170
A1.5	Stadtteilprofil: Emmertsgrund .....	175
A1.6	Stadtteilprofil: Handschuhsheim .....	180
A1.7	Stadtteilprofil: Kirchheim .....	185
A1.8	Stadtteilprofil: Neuenheim .....	190
A1.9	Stadtteilprofil: Pfaffengrund .....	195
A1.10	Stadtteilprofil: Rohrbach .....	200
A1.11	Stadtteilprofil: Schlierbach.....	205
A1.12	Stadtteilprofil: Südstadt .....	210
A1.13	Stadtteilprofil: Weststadt .....	215
A1.14	Stadtteilprofil: Wieblingen.....	220
A1.15	Stadtteilprofil: Ziegelhausen .....	225
<b>A2</b>	<b>Angebotsstandorte des Einzelhandels.....</b>	<b>230</b>
<b>A3</b>	<b>Ehemalige Zentrale Bereiche (NVG 2012) .....</b>	<b>255</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>271</b>
	<b>Kartenverzeichnis .....</b>	<b>272</b>
	<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>274</b>

# 1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Versorgungsstruktur in der Stadt Heidelberg ist geprägt durch städtische Zentren (zentrale Versorgungsbereiche) sowie ergänzende Standorte (Nahversorgungsstandorte, Fachmarktstandorte). Unter Berücksichtigung der bundes- und landesplanungsrechtlichen Vorgaben gilt es, diese im Sinne der Europäischen Stadt zu sichern und zu stärken. Als wichtige Einflussfaktoren der Entwicklung gelten derzeit besonders der demografische Wandel, die Digitalisierung (Online-Handel) sowie die Globalisierung, die vielerorts zur Schwächung gewachsener Strukturen beitragen.

Dabei zeigt sich im Rahmen der Stadtentwicklungsplanung vor dem Hintergrund des Zentrumschutzes und der wohnungsnahen Versorgung ein besonderer Steuerungsbedarf für Einzelhandelsnutzungen. Denn nicht zuletzt weisen städtebaulich nicht integrierte Standorte, wie auch andere Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer Wettbewerbs- und Entwicklungsfähigkeit (zum Beispiel niedrigere Miet- und Grundstückspreise, geringere Betriebs- und Personalkosten, mehr Stellplätze oder größere Flexibilität bei Erweiterungen) häufig eine potenzielle Überlegenheit gegenüber Standorten in gewachsenen städtischen Zentren auf. Schließlich können Angebotsüberschneidungen zentren- beziehungsweise auch nahversorgungsrelevanter Sortimente an städtebaulich nicht integrierten Standorten mit Angeboten in zentralen Versorgungsbereichen und an integrierten Standorten kurz- bis mittelfristig einen (weiteren) Bedeutungs- beziehungsweise Funktionsverlust zentraler Versorgungsbereiche forcieren, der sich in Form von sinkendem Angebotsniveau, zunehmenden Leerständen und Trading-Down-Tendenzen widerspiegelt.

Die Stadt Heidelberg besitzt seit vielen Jahren ein beschlossenes Einzelhandelskonzept („Einzelhandelsstrukturuntersuchung Heidelberg 1997“). In den letzten Jahren gab es darüber hinaus ein Nahversorgungsgutachten (2012)<sup>1</sup> zur expliziten Untersuchung des Lebensmitteleinzelhandels. Innerhalb des Nahversorgungsgutachtens wurden jedoch keine zentralen Versorgungsbereiche räumlich abgegrenzt. Es handelte sich hierbei um zentrale Bereiche, die nicht mit dem Begriffspaar aus dem BauGB oder BauNVO gleichzusetzen sind. Diese Bereiche wurden auch nicht beschlossen. Auch im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 1997 wurden keine zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen oder räumlich festgelegt. In der Folge bilden jedoch die gutachterlich hergeleiteten zentralen Bereiche einen guten Hinweis auf mögliche zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Heidelberg. Diese Bereiche wurden im Rahmen dieses Konzepts geprüft, ob sie aktuellen Kriterien der ständigen Rechtsprechung genügen, um als zentrale Versorgungsbereiche eingeordnet zu werden. Auch die beschlossene Sortimentsliste aus dem Jahr 1997 wurde im Rahmen dieses Konzepts hinsichtlich ihrer Aktualität geprüft, weil ein städtebauliches Entwicklungskonzept, wie ein Einzelhandelskonzept jedoch nur solange eine taugliche Grundlage für konkrete Entscheidungen und Planungen darstellt, wie seine Grundlagenermittlungen und die daraus abgeleiteten Schlussfolgerungen und Empfehlungen der aktuellen Situation entsprechen. So hat die Stadt Heidelberg, mit Blick auf Veränderungen der Einzelhandelslandschaft sowie insbesondere auch der bundes- und landesrechtlichen Rahmenbedingungen (BauGB, BauNVO, ständige Rechtsprechung) das Planungsbüro Junker + Kruse damit beauftragt, das Einzelhandelskonzept einer Überprüfung und Aktualisierung zu unterziehen. Dabei werden insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzepts aktualisiert.

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Heidelberg. Darauf aufbauend werden die bislang formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzepts (Innenstadt, Nahversorgung, Sonderstandortbereiche) geprüft, überarbeitet, zusammengefasst beziehungsweise teilweise angepasst. Neben einem gesamtstädtischen Entwicklungsleitbild wurden übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung formuliert. Im Rahmen einer Modifizierung der

---

<sup>1</sup> Dr. Donato Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung (2012): Nahversorgungsgutachten für die Stadt Heidelberg. Lörrach. Nachfolgend im Einzelhandelskonzept: NVG 2012

Standortstruktur fand eine Überprüfung der Einordnung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche statt. Hier waren besonders die Vorgaben der einschlägigen Rechtsprechung hinsichtlich der Einordnung von Nahversorgungszentren zu berücksichtigen (zum Beispiel Urteil des OVG NRW vom 15.02.2012, AZ 10 D 32/11.NE und Verwaltungsgerichtshof Baden-Württemberg, Urteil vom 20. Dezember 2011 – 8 S 1438/09). Die künftige Standortstruktur umfasst neben den zentralen Versorgungsbereichen Fachmarktstandorte beziehungsweise Sonderstandortbereiche und Nahversorgungsstandorte. Für diese werden bezogen auf die Situation in Heidelberg Entwicklungsempfehlungen gegeben. Ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten für eine bevölkerungsnahen Versorgung dient dabei auch dem Klima- und Umweltschutz, unter anderem durch Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Schließlich werden unter Berücksichtigung der Systematik der Heidelberger Sortimentsliste Grundsätze zur künftigen Steuerung des Einzelhandels gegeben, welche für die Bewertung und Einordnung von Einzelhandelsvorhaben heranzuziehen sind.

Im Zuge der Bearbeitungs- sowie breit angelegten Abstimmungs- und Beteiligungsphase haben Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft stattgefunden, dies auch vor allem aufgrund der kurz nach Abschluss der empirischen Grundlagenarbeiten (Dezember 2019) beginnenden weltweiten Corona-Pandemie. Daher wurde im Frühjahr 2021 eine Aktualisierung der Bestandsdaten auf Ebene des Ladenlokals (keine sortimentsgenaue Überprüfung) durchgeführt. Deren Ergebnisse werden in einem Exkurs zusammenfassend dargestellt. Da die grundlegenden gesamtstädtischen sowie standortbezogenen Aussagen im Einzelhandelskonzept nicht berührt werden, wurde keine, insbesondere das Zahlenwerk betreffende Anpassung des Analyseteils vorgenommen.

Eindeutige politische und planerische Aussagen beziehungsweise ein vom Gemeinderat beschlossenes, gemeinschaftlich getragenes, klares Konzept mit verbindlichen Aussagen zur zukünftigen räumlichen, quantitativen und qualitativen Steuerung der Heidelberger Einzelhandelsentwicklung sollen zur Sicherung und Stärkung von Einzelhandelsstrukturen beitragen. Das kommunale Einzelhandelskonzept stellt so eine unverzichtbare Voraussetzung für sachgerechte, gemeindliche Planungen zur Steuerung des Einzelhandels dar und trägt – im Zusammenwirken mit anderen gesamtstädtischen Konzepten (wie Stadtentwicklungsplan, Modell Räumliche Ordnung, Verkehrsentwicklungsplan) – zu einer Planungs- und Investitionssicherheit bei. Eine rechtliche Bindungswirkung entwickelt sich dabei durch die Umsetzung des Konzepts in der Bauleitplanung. Entsprechend der systematischen Stellung in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB stellt das Einzelhandelskonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept, das in sich methodisch fehlerfrei und in sich widerspruchsfrei sein muss, dabei einen gewichtigen Abwägungsbelang dar.



## 2 Übergeordnete Zielaussagen

Im Rahmen des Planungssystems in Baden-Württemberg stehen stadtentwicklungsplanerische Entscheidungen, insbesondere auch vor dem Hintergrund der Einzelhandelsteuerung sowie im Bezug zu übergeordneten Planungen auf Landes-, regionaler und kommunaler Ebene.

### 2.1 Ziele und Grundsätze der Landesplanung

Mit seinen Zielen und Grundsätzen ist der seit dem 23. Juli 2002 geltende Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg (LEP B-W) das wichtigste Planungsinstrument der Landesplanungsbehörden in Baden-Württemberg. Die Vorgaben der Landesplanung sind bei der Erarbeitung von Regionalplänen, Flächennutzungsplänen und Bebauungsplänen sowie anderen Fachplänen der nachgeordneten Planungsebenen zu beachten. Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug zum großflächigen Einzelhandel werden im LEP im Kapitel 3.3 festgelegt:

#### 3.3 Wirtschaftsentwicklung, Standortbedingungen

##### 3.3.7 Ziel

Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterebenen ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn

- dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder
- diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterebenen zusammengewachsen sind.

Hersteller-Direktverkaufszentren als besondere Form des großflächigen Einzelhandels sind grundsätzlich nur in Oberzentren zulässig.

##### 3.3.7.1 Ziel

Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

##### 3.3.7.2 Ziel

Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.

##### 3.3.7.3 Grundsatz

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sollen nur an Standorten realisiert werden, wo sie zeitnah an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen werden können.

##### 3.3.7.4 Grundsatz

Die Festlegung von Standorten für regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte in den Regionalplänen soll vor allem aufgrund eines regionalen Entwicklungskonzepts vorgenommen werden. Als Teil einer integrierten städtebaulichen Gesamtplanung soll auf der Grundlage von regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten oder angestrebt werden.

## 2.2 Ziele und Grundsätze der Regionalplanung

Der Einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar weist als zusammenfassender, überörtlicher und fachübergreifender Plan die fachlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen unter Aufzeigung der Zielvorstellungen für die Entwicklung der Metropole Rhein-Neckar, zu der auch die Stadt Heidelberg gehört, auf. Die Besonderheit liegt insbesondere darin, dass sich innerhalb der Metropolregion Rhein-Neckar drei verschiedene Bundesländer (Baden-Württemberg, Hessen und Rheinland-Pfalz) befinden und der Plan somit eine verstärkte Zusammenarbeit zur Sicherung der festgelegten Ziele erfordert. Der Regionalplan ist seit dem 15. Dezember 2014 für den baden-württembergischen Teil des Verbandsgebietes und somit auch für die Stadt Heidelberg verbindlich.

Der Einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar greift die Ziele und Grundsätze zur Raumentwicklung in Baden-Württemberg aus dem LEP B-W auf und sieht unter anderem vor, Einzelhandelskonzepte in deren Einrichtung und Organisation aktiv zu unterstützen. In Kapitel 1.7 des Regionalplans werden die Ziele und Grundsätze zum Einzelhandel festgelegt:

### **1.7 Einzelhandelsgroßprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe) - Ziele und Grundsätze der Regionalplanung**

#### **1.7.1 Verbrauchernahe Versorgung**

##### **1.7.1.1 Grundsatz Verbrauchernahe Versorgung**

Die verbrauchernahe Versorgung (Nahversorgung) zur Deckung des kurzfristigen, täglichen Bedarfs (insbesondere mit Lebensmitteln) soll in allen Städten und Gemeinden der Metropolregion Rhein-Neckar gewährleistet und sichergestellt werden. Hierzu soll eine auf die örtliche Grundversorgung abgestimmte Ansiedlung und Sicherung von Einzelhandelsbetrieben in räumlicher und funktionaler Zuordnung zu den Stadt- und Ortsteilzentren angestrebt werden. Die für den Fußgänger- und Fahrradverkehr gut erschlossenen sowie mit dem öffentlichen Personennahverkehr erreichbaren integrierten Standorte sollen gefördert und gesichert werden. Dabei sollen die Belange von nicht motorisierten und in ihrer Mobilität eingeschränkten Personen, Familien mit Kindern, Personen, die Beruf und Familie vereinbaren, älteren und betagten Menschen und Menschen mit Behinderungen berücksichtigt werden.

#### **1.7.2 Allgemeine Vorgaben**

##### **1.7.2.1 Ziel Raumordnerische Verträglichkeit**

Die raumordnerische Verträglichkeit von Einzelhandelsgroßprojekten ist gemäß Z 1.7.2.2 bis Z 1.7.2.5 nachzuweisen.

##### **1.7.2.2 Ziel Zentralitätsangebot**

Einzelhandelsgroßprojekte sind in der Regel nur in den Ober-, Mittel- sowie in Baden-Württemberg in den Unterzentren zulässig. In Rheinland-Pfalz gilt dies auch in den Grundzentren für Vorhaben bis max. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Ausnahmsweise kommen für Einzelhandelsgroßprojekte auch andere Standortgemeinden in Betracht, wenn dies ausschließlich zur Sicherung der Nahversorgung geboten ist und keine negativen Auswirkungen auf Ziele der Raumordnung zu erwarten sind. Für den baden-württembergischen Teil gilt die Ausnahmeregelung für andere Standortgemeinden auch dann, wenn diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind. Z 1.7.2.3 bis Z 1.7.2.5 gelten entsprechend.

##### **1.7.2.3 Ziel Kongruenzgebot**

Verkaufsfläche, Warensortiment und Einzugsbereich von Einzelhandelsgroßprojekten sind insbesondere auf die Einwohnerzahl der Standortgemeinde und deren Verflechtungsbereich sowie auf die zentralörtliche Funktionsstufe abzustimmen. Dabei darf der zentralörtliche Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschritten werden.

**1.7.2.4 Ziel Beeinträchtungsverbot**

Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde, anderer Zentraler Orte sowie die Nahversorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich nicht wesentlich beeinträchtigen.

**1.7.2.5 Ziel Integrationsgebot**

Einzelhandelsgroßprojekte sind an städtebaulich integrierten Standorten anzusiedeln. Ausnahmsweise kommen für Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Warensortimenten (vergleiche Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3) entsprechend Z 1.7.3.2 auch andere Standorte in Betracht.

**1.7.2.6 Ziel Hersteller-Direktverkaufszentren**

Hersteller-Direktverkaufszentren sind nur an integrierten Standorten von Oberzentren zulässig. Ausnahmsweise kommen hierfür auch Mittelzentren in Betracht, sofern die raumordnerischen Zielvorgaben gemäß Z 1.7.2.3 bis Z 1.7.2.5 eingehalten werden.

**1.7.2.7 Grundsatz Erreichbarkeit**

Neue Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte sollen mit einem entsprechend der Größe sowie dem Einzugsbereich des Vorhabens angemessenen öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) erreichbar sein.

**1.7.3 Räumliche Zuordnung****1.7.3.1 Ziel Zentralörtliche Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte**

In den Ober-, Mittel- sowie im baden-württembergischen Teilraum in den Unterzentren sind Einzelhandelsgroßprojekte in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten „Zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ anzusiedeln. Die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten Sortimenten (vergleiche Sortimentsliste in der Begründung) ist nur in diesen Standortbereichen zulässig. Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten, die ausschließlich der Nahversorgung dienen (vergleiche Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3) kommen ausnahmsweise auch an anderen integrierten Standorten in Betracht, sofern keine schädlichen Wirkungen insbesondere auf „zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB“ und die verbrauchernahe Versorgung der Standortgemeinde sowie anderer Gemeinden und deren Ortskerne zu erwarten sind.

**1.7.3.2 Ziel Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte**

Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sind auch in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten „Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte“ zulässig, sofern für solche Betriebe in den „Zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ keine geeigneten Flächen zur Verfügung stehen. Im Einzelfall ist die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ ausnahmsweise möglich, wenn in diesen keine geeigneten Flächen verfügbar sind, die raumordnerische Verträglichkeit entsprechend Z 1.7.2.1 nachgewiesen wird und sich das Vorhaben in ein kommunales Einzelhandelskonzept einfügt.

**1.7.3.3 Ziel Zentrenrelevante Randsortimente**

Zentrenrelevante Randsortimente sind in den „Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte“ sowie in den unter Z 1.7.3.2 definierten Ausnahmefällen zulässig, sofern sie gemäß Z 1.7.2.1 raumordnerisch abgestimmt sind. Sie sind auf insgesamt maximal zehn Prozent der Gesamtverkaufsfläche, höchstens jedoch 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu begrenzen.

#### **1.7.4 Weitere regionalplanerische Vorgaben**

##### **1.7.4.1 Ziel Einzelhandelsagglomeration**

Mehrere nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, bei denen aufgrund ihrer engen räumlichen und funktionalen Verknüpfung negative raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen zu erwarten sind (Agglomeration), sind zu vermeiden und raumordnerisch wie ein Einzelhandelsgroßprojekt zu beurteilen.

##### **1.7.4.2 Grundsatz Bestandsschutz von Einzelhandelsgroßprojekten**

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe an Standorten außerhalb der „Zentralörtlichen Standortbereiche und der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ genießen Bestandsschutz.

Bestandsorientierte Modernisierungen sollen unter Beachtung der vorstehenden Plansätze auf ihre Raumverträglichkeit geprüft werden. Eingetretene raumordnerische und städtebauliche Fehlentwicklungen dürfen dabei nicht weiter verfestigt werden.

##### **1.7.4.3 Grundsatz Erarbeitung von Einzelhandelskonzepten**

Die Städte und Gemeinden in der Metropolregion Rhein-Neckar sollen zur Stabilisierung ihrer innerstädtischen Versorgungs- und Einzelhandelsstrukturen sowie zur Sicherung der Nahversorgung in Abstimmung mit der Regionalplanung kommunale / interkommunale Einzelhandelskonzepte erarbeiten. Auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten sollen alle Bebauungspläne mit GE- beziehungsweise GI-Festsetzungen an die jeweils aktuelle Baunutzungsverordnung angepasst werden.

##### **1.7.4.4 Grundsatz Grenzüberschreitende Abstimmung**

Bei Einzelhandelsgroßprojekten, die sich über Staats- und Landesgrenzen hinaus auswirken, soll eine frühzeitige Information und Abstimmung erfolgen.

## 3 Methodik

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Heidelberg stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Heidelberger Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in zentralen Bereichen.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Heidelberg gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Heidelberg ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

### 3.1 Angebotsanalyse

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im Zeitraum Oktober bis Dezember 2019 eine flächendeckende **Vollerhebung des Heidelberger Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer flächendeckenden Begehung / Befahrung des Stadtgebiets bei gleichzeitiger, soweit möglich, lasergestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurden die Adressen sowie die Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten (vergleiche Tabelle 1) aufgenommen. Weiterhin wurde eine Lagezuordnung vorgenommen (vergleiche dazu Tabelle 2).

#### **Der Erhebung liegt folgende Definition der Verkaufsfläche zugrunde:**

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24. November 2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.

- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind gemäß einem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema „Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung“ ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung notwendig. Dabei sind insbesondere auch relevante Randsortimente zu erfassen, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um die sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimente den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

**Tabelle 1: Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse**

Warengruppe	Sortimente
<b>überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe</b>	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
	Backwaren / Konditoreiwaren
	Fleischwaren
	Getränke
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
	Zoologische Artikel
Gesundheit und Körperpflege	Apotheke
	Drogeriewaren
Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren
	Zeitungen / Zeitschriften
<b>überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe</b>	
Bekleidung	Bekleidung
	Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle
Schuhe / Lederwaren	Schuhe
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	Hobbyartikel (inkl. Künstlerartikel / Bastelzubehör Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle)
	Musikinstrumente und Zubehör
	Spielwaren
	Babyausstattung (= Kinderwagen, Kindersicherheit)

Warengruppe	Sortimente
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen
	Campingartikel
	Fahrräder und technisches Zubehör
	Sportartikel / -kleingeräte
	Sportbekleidung und Sportschuhe
	Sportgroßgeräte
<b>überwiegend langfristige Bedarfsstufe</b>	
Wohneinrichtung	Bettwaren / Matratzen
	Heimtextilien
	Teppiche (Einzelware)
	Wohneinrichtungsartikel
Möbel	Möbel
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte
	Elektrokleingeräte
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Elektronik / Multimedia	Elektronik und Multimedia
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel
Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck
Bau- und Gartenmarktsortimente	Bauelemente / Baustoffe
	Baumarktspezifisches Sortiment <sup>2</sup>
	Gartenartikel und -geräte
	Pflanzen / Samen
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
Sonstiges	Erotikartikel
	Sammlerbriefmarken und -münzen

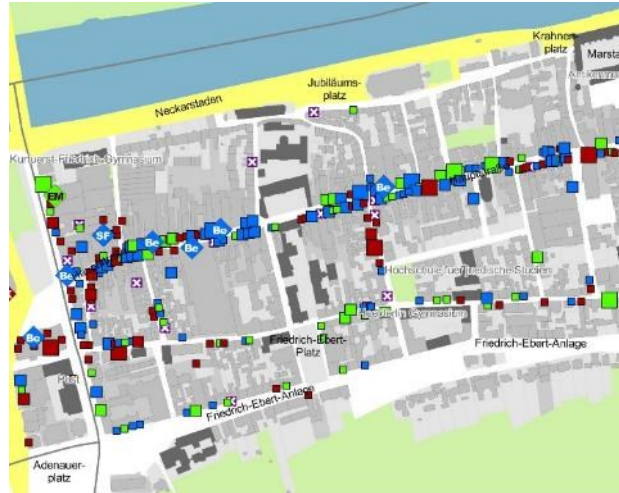
Quelle: Zusammenstellung Junker + Kruse

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage und städtebaulich nicht integrierte Lage zugeordnet. Deren Merkmale werden in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert:

<sup>2</sup> baumarktspezifisches Sortiment: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge

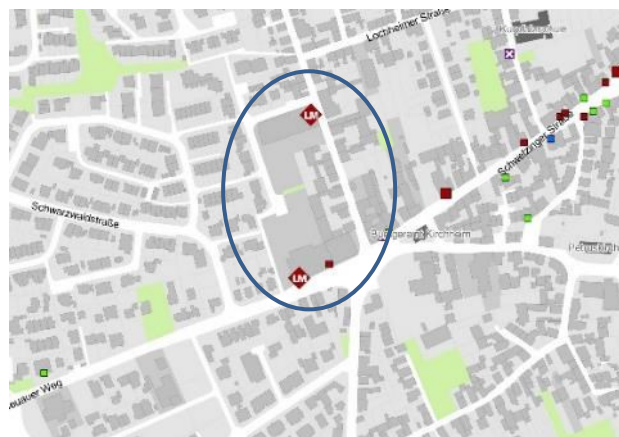
**Tabelle 2: Definition von Lagekategorien****Zentrale Versorgungsbereiche**

Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, das heißt Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO.

**Beispiel: Heidelberger Innenstadt****Städtebaulich integrierte Lage**

Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Einzelhandelskonzepts der Stadt Heidelberg handelt es sich dabei um Einzelhandelsbetriebe, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Heidelberg integriert sind und einen Bezug zu Wohngebieten haben. Die Einzelhandelsdichte und -konzentration reicht jedoch nicht aus, um die Lagen als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten an zusammenhängende Wohngebiete grenzt, ohne dass städtebauliche Barrieren, wie Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise, den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

Hierbei wurden Kombinationen von verschiedenen Nutzungen (zum Beispiel typische Büroarbeitsplätze / weitere Nutzungen) bei der Einordnung der Standorte in Heidelberg berücksichtigt.

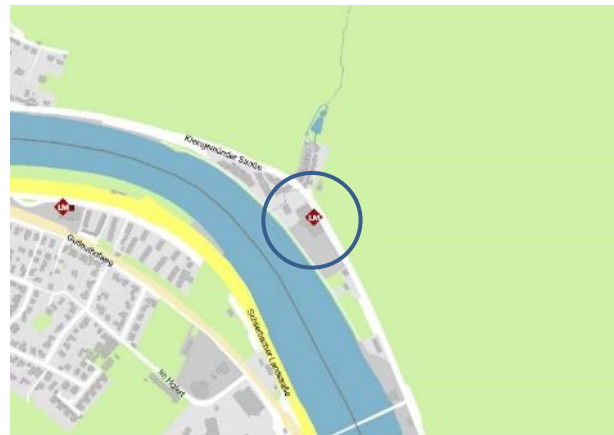
**Beispiel: Aldi Süd / Lidl in der Pleikartsförster Straße**



**städtebaulich nicht integrierte Lage**

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, zum Beispiel Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen beziehungsweise Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (zum Beispiel in Gewerbegebieten).

**Beispiel: Aldi Süd in der Kleingemünder Straße**



Quelle: Zusammenstellung, Erhebung und Darstellungen Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Außerdem wurde eine Zuordnung der Betriebe unter Bezug auf die Heidelberger Stadtteile vorgenommen und entsprechend in folgende 15 Erhebungseinheiten unterteilt:

Erhebungseinheiten		
Altstadt	Handschuhsheim	Schlierbach
Bahnstadt	Kirchheim	Südstadt
Bergheim	Neuenheim	Weststadt
Boxberg	Pfaffengrund	Wieblingen
Emmertgrund	Rohrbach	Ziegelhausen

Die durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Heidelberger Einzelhandels im Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf gesamtstädtischer Ebene als auch auf Ebene einzelner Stadtteile und Siedlungsbereiche dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie unter Berücksichtigung der räumlichen Lage der Betriebe werden die absatzwirtschaftlichen Kennwerte ermittelt, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist die differenzierte Ausweisung der Verkaufsflächen und Sortimente im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzepts zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vergleiche Kapitel 9).

### 3.2 Nachfrageanalyse

Einen zweiten wichtigen Baustein der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfragesituation dar. Sie liefert ein umfassendes Bild über das spezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Bevölkerung in Heidelberg und der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse auf den aktuellen Leistungsstand des Einzelhandels.

### **Sekundärstatistische Daten**

Die Darstellung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Einzelhandelsgutachten und -analysen geschieht auf Grundlage sekundärstatistischer Daten. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine entsprechenden Daten über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch eine Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. Dabei werden in der vorliegenden Untersuchung Werte der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zugrunde gelegt. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Der Indexwert von 100 beschreibt den Bundesdurchschnitt. Liegt die Kaufkraftkennziffer einer Kommune unter dem Indexwert 100, so ist diese durch ein dem entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, dann zeichnet sich die Kommune durch ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau aus.

### **Kundenherkunftserhebung**

Die Kundenherkunftserhebung gibt Auskunft über das Einzugsgebiet des Heidelberger Einzelhandels und stellt somit eine empirische Basis für die Abgrenzung des Einzugsgebietes dar. Dieses lässt zum einen Rückschlüsse zur Ausstrahlungskraft des Heidelberger Einzelhandels zu und dient zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden in einem einwöchigen Zeitraum im Februar 2020 bei Einzelhändlern unterschiedlicher Branchenzugehörigkeit und Größe Listen ausgelegt, in die der Wohnort der zahlenden Kunden eingetragen wurde. Insgesamt beteiligten sich 29 Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet an der Erhebung in Heidelberg: Die Kundenherkunft (Wohnort der Kunden) wurde jeweils von dem für den Zahlvorgang zuständigen Personal in den einzelnen Betrieben aufgenommen.

### **Händler- beziehungsweise Unternehmensbefragung**

Ein weiterer methodischer Baustein war die Durchführung einer persönlichen Händler- beziehungsweise Unternehmensbefragung in Heidelberg. Hierzu wurden ausgewählte lokale Einzelhändler mit einem Leitfragebogen interviewt. Im Anschluss wurden die Ergebnisse durch das Büro Junker + Kruse anonym ausgewertet. Insgesamt wurden 20 Händler an dieser Befragung vorab von der Stadt Heidelberg ausgewählt. Mit Hilfe eines Leitfragebogens wurden die Gesamtsituation des Handelsstandorts Heidelberg, Stärken und Schwächen des Hauptgeschäftsbereichs (Innenstadt) und die Konkurrenzsituation zu umliegenden Standorten sowie die zunehmende Digitalisierung beleuchtet.

### **Umsatzberechnung**

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Heidelberger Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern auch die konkrete Situation vor Ort mitberücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Heidelberg. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen angewendet.

## **3.3 Definition Nahversorgung**

Im Rahmen der Analyse der Einzelhandelssituation und kommunalen Daseinsvorsorge kommt der wohnungsnahen Grundversorgung eine besondere Bedeutung zu. Dabei nimmt die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu den verschiedenen Lagekategorien einen wichtigen Stellenwert ein.

Unter Nahversorgung wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (siehe Tabelle 1). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Zentren- und Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen.

Nahversorgungsstandorte können unterschiedlich ausgestattet sein. Neben einer rein quantitativen Betrachtung sind im Rahmen der Analyse und Bewertung der Angebotsituation auch räumliche und qualitative Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung. Dabei geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt. Bei der räumlichen Betrachtung wird die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt<sup>3</sup>. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Heidelberg wird eine Distanz von circa 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen zwischen Wohnstandorten und Grundversorgungsangeboten (hier: strukturprägenden Lebensmittelmärkten) festgelegt.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden solitäre Verkaufsbetriebe in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen.

Von Nahversorgungsstandorten (mit einzelnen Betrieben) sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise Nahversorgungszentren zu unterscheiden. Sie nehmen eine über die rein fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder -bereiche ein. Folgende Sortimente beziehungsweise Dienstleistungsangebote können beispielhaft beziehungsweise idealtypisch als relevant für die wohnungsnahe Nahversorgung bezeichnet werden:

---

<sup>3</sup> Legt man eine Laufgeschwindigkeit von 5,4 km/h beziehungsweise 1,5 m/s zugrunde, wird in 7 min eine Distanz von rund 600 m zurückgelegt. Dabei orientieren sich die Darstellungen in dieser Untersuchung am bestehenden Wegenetz (600 m-Isodistanzen), so werden - im Gegensatz zur Darstellung von Radien (Luftlinie) - auch Barrieren berücksichtigt. Eine 600 m-Isodistanz ist hinsichtlich ihrer Abdeckung mit einem 500 m Radius vergleichbar.

**Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung (beispielhafte Zusammenstellung)**

<b>„idealtypische“ Ausstattung</b>	Nahrungs- und Genussmittel
	Brot und Backwaren
	Fleisch- und Wurstwaren
	Getränke
	Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank
	Ärzte, Friseur, Lotto
<b>Zusatzausstattung</b>	Spirituosen, Tabakwaren
	Zeitungen, Zeitschriften
	Bücher, Schreibwaren
	Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: Zusammenstellung Junker + Kruse

### 3.4 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Heidelberg im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den zentralen Versorgungsbereichen. Bereits im Nahversorgungsgutachten (NVG) aus dem Jahr 2012 sind Einordnungen und Abgrenzungen zentraler Bereiche vorgenommen worden. Die zentralen Bereiche wurden jedoch nicht explizit politisch beschlossen und wurden entsprechend auch nicht als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB oder der BauNVO bezeichnet. Die vorhandenen (wie auch gegebenenfalls neue faktische oder perspektivische) zentralen Bereiche aus dem NVG 2012 werden anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und abgegrenzt. Dies geschieht auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zum Themenkomplex eines zentralen Versorgungsbereiches. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall die aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Für die Prosperität eines zentralen Versorgungsbereiches sind neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tieferegreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzepts, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Folgende Kriterien werden bei der städtebaulichen Analyse untersucht:

- Einzelhandelsdichte<sup>4</sup>
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur

<sup>4</sup> Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von circa 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Heidelberg. Sie liefert vor allem die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte in der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund der Rechtsprechung<sup>5</sup> keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

### 3.5 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

Die Untersuchung umfasst drei wesentliche Arbeitsschritte (siehe Abbildung 1): die Analyse der Angebots- und Nachfrageseite in Heidelberg zum Status-Quo, die Darstellung und Bewertung von Entwicklungsperspektiven (Potenziale / Strategien) und die Entwicklung einer künftigen Steuerungsstrategie im Rahmen der konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzepts (übergeordnete Ziele, Standortstruktur, Grundsätze zur Umsetzung). Am Ende des Erarbeitungsprozesses steht eine Beschlussfassung im Gemeinderat. Dadurch erhält das Einzelhandelskonzept, das ein städtebauliches Konzept im Sinne von § 1 (6) Nr. 11 BauGB darstellt, eine Verbindlichkeit in Form einer kommunalen Eigenbindung. Es stellt damit eine fundierte, empirisch abgesicherte, gemeinschaftlich getragene Grundlage für künftige Entscheidungen zu Ansiedlungen, Veränderungen oder Verlagerungen von Einzelhandelsbetrieben dar. Darüber hinaus liefert es Grundlagen und Begründungszusammenhänge für die Bauleitplanung.

**Abbildung 1: Untersuchungsaufbau**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse

<sup>5</sup> Vergleiche dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

### **Prozessbegleitung**

Hinsichtlich der Akzeptanz sowie Umsetzung eines städtebaulichen Konzepts zur Einzelhandelsentwicklung (hier: Einzelhandelskonzept) hat es sich bewährt, die wesentlichen Akteure von Einzelhandels- und Stadtentwicklung in den Bearbeitungsprozess mit einzubinden. Dies wird in der Regel sowohl durch eine breite Information zu den Inhalten des Konzepts, aber auch durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen erreicht. Aus diesem Grund muss ein besonderer – auch zeitlicher – Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt werden. Ein solcher fachbezogener Dialog verbessert die Qualität der Untersuchung und soll einen Diskussionsprozess anstoßen, der auch nach Ablauf der begleiteten Untersuchung anhält. Wenn aus der Beteiligung eine Mitwirkung wird, kann demnach mit einem breiten Verständnis der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Heidelberg wurde dementsprechend durch einen begleitenden Facharbeitskreis begleitet. Er trat während des Erarbeitungsprozesses fünfmal zusammen (20. März 2019, 20. Januar 2020, 16. März 2020, 21. September 2020 und 18. Oktober 2021). Hier wurden die Untersuchungsinhalte diskutiert und die jeweiligen Ergebnisse als Grundlage für die weiteren Arbeitsschritte abgestimmt. Folgende Institutionen beziehungsweise Gremien waren geladen:

- Stadtverwaltung der Stadt Heidelberg
- IHK Rhein-Neckar
- Handelsverband Nordbaden e.V.
- Handwerkskammer Mannheim Rhein-Neckar-Odenwald
- Pro Heidelberg e.V.
- Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim
- Verband Region Rhein-Neckar
- Regierungspräsidium Karlsruhe
- Internationale Bauausstellung Heidelberg GmbH (IBA)

Darüber hinaus gab es eine intensive verwaltungsinterne Abstimmung des Einzelhandelskonzepts in Form mehrerer Ämterrunden mit dem Gutachter.

### **Bürgerbeteiligung**

Auf Basis der Heidelberger Leitlinien zur mitgestaltenden Bürgerbeteiligung wurden die Bürger auch zum Einzelhandelskonzept beteiligt. Das vom Gemeinderat der Stadt Heidelberg am 07. Mai 2020 beschlossene Beteiligungskonzept sieht zwei Bausteine der Bürgerbeteiligung vor, die im November / Dezember 2021 umgesetzt wurden. Am 24. November 2021 fand eine Online-Veranstaltung mit rund 75 Teilnehmern statt. Im Anschluss daran fand bis zum 16. Dezember 2021 eine Online-Beteiligung statt. Die Beteiligung richtete sich an das Einzugsgebiet Heidelberg als Oberzentrum und damit auch an die Bürger außerhalb von Heidelberg. Im Rahmen dieser Beteiligung wurde über das Einzelhandelskonzept informiert, Fragen beantwortet sowie Rückmeldungen / Anregungen zu einzelnen Inhalten entgegengenommen und diskutiert. Relevante Ergebnisse der Bürgerbeteiligung sind in diesen Bericht eingeflossen. In Kapitel 11 werden die wichtigsten Erkenntnisse der Bürgerbeteiligung zusammengefasst.

### **Beschluss der Politik**

Das vom Gutachterbüro vorgelegte Einzelhandelskonzept stellt eine Entscheidungsgrundlage dar, dessen Umsetzung nicht zuletzt auch von der Akzeptanz der politischen Entscheidungsträger in der Stadt Heidelberg abhängt.

In folgenden Sitzungsterminen wird das Einzelhandelskonzept der Politik zur Beschlussfassung vorgelegt:

- Stadtentwicklungs- und Bauausschuss: 15. Februar 2022
- Gemeinderat der Stadt Heidelberg: 17. März 2022

## 4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in der Stadt Heidelberg

Zur Einordnung der Stadt Heidelberg hinsichtlich der untersuchungsrelevanten Einzelhandels- und städtebaulichen Situation erfolgt nachstehend eine Übersicht über die Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes Heidelberg auswirken können. Im Folgenden werden die standortrelevanten Rahmenbedingungen betrachtet.

### 4.1 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung

Seit Jahrzehnten unterliegt der Einzelhandel einem ständigen Wandel. Neben den allgemeinen betriebstypischen Entwicklungen zeigt sich eine enorme Dynamik aufgrund eines Strukturwandels im Einzelhandel, welcher durch die Digitalisierung und den Online-Handel hervorgerufen wird. Die Corona-Pandemie und deren Auswirkungen trifft den stationären Einzelhandel enorm und stellt ihn vor neue Herausforderungen.

Wesentliche Trends, welche zugleich einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung der städtischen Zentren und der räumlichen Einzelhandelsstruktur haben, werden nachfolgend skizziert:

#### Standort- und Strukturentwicklungen im stationären Einzelhandel

- Trotz diverser anderslautender Prognosen setzt sich die Expansion im stationären Einzelhandel noch immer fort: zwischen den Jahren 2010 und 2018 stieg die Gesamtzahl der Verkaufsfläche in Deutschland von rund 122 Mio. um ca. 3 % auf rund 125 Mio. m<sup>2</sup> an<sup>6</sup>. Gleichwohl sind die jährlichen Zuwachsraten in den letzten Jahren gesunken.
- Auch der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Nach einem zwischenzeitlich rückläufigen Gesamtumsatz von rund 419 Mrd. Euro im Jahr 2009, wurde im Jahr 2019 ein Gesamtumsatz von fast 546 Mrd. Euro im deutschen Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rund 30 % innerhalb einer Dekade entspricht. Infolge der Corona-Pandemie kam es insgesamt zu massiven Umsatzrückgängen im stationären Einzelhandel, wobei verschiedene Prognosen davon ausgegangen waren, dass die Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel insgesamt im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr stagniert bzw. leicht unter dem Vorjahresniveau liegen wird.<sup>7</sup> Allerdings kam es 2020 trotz der Lockdowns im stationären Einzelhandel im Vergleich zum Vorjahr zu einem Umsatzzuwachs von 487 auf rund 506 Mrd. Euro, was einer Steigerung von rund +4 % entspricht. Im gesamten Einzelhandel (inklusive Online-Handel) konnte 2020 im Vergleich zum Vorjahr sogar ein Umsatzzuwachs um rund 6 % (auf rund 577 Mrd. Euro) erzielt werden.<sup>8</sup> Dabei gibt es allerdings große Unterschiede in den einzelnen Warengruppen. Während in 2020 in den

---

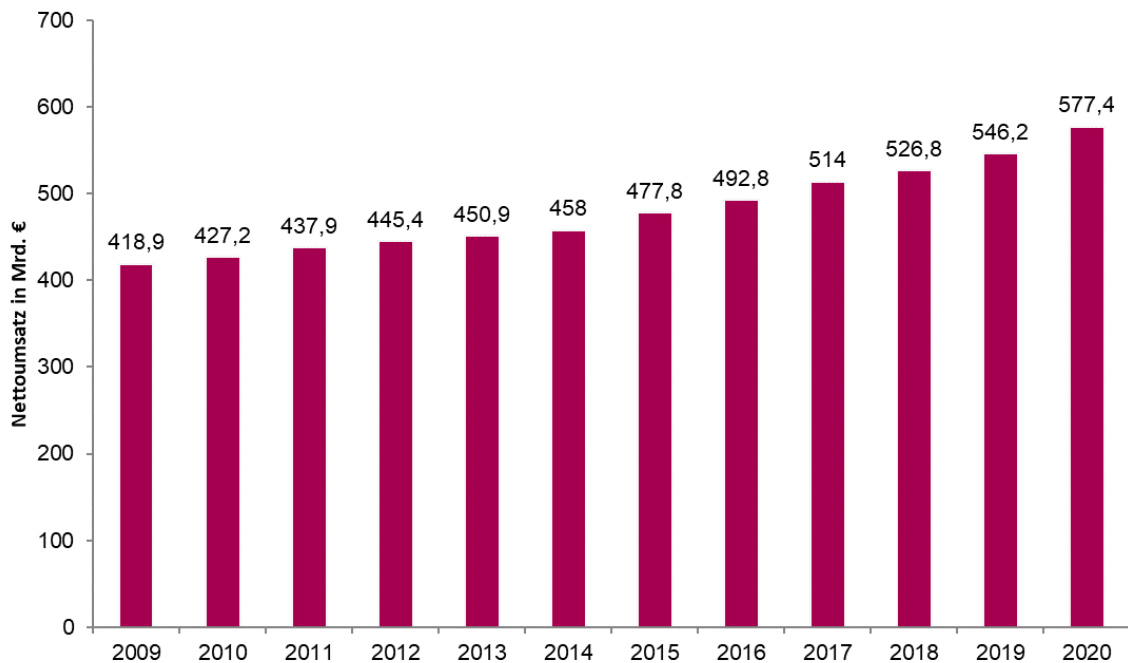
<sup>6</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2019 (in Millionen m<sup>2</sup>), Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de), (Zugriff 11/2021)

<sup>7</sup> Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE); Herbstpressekonferenz 22. September 2020; Abruf unter <https://einzelhandel.de/presse/pressekonferenzen/12921-hde-herbstpk-2020> (Zugriff: 09/2020); Hahn Gruppe; 15. Retail Real Estate Report Germany 2020/2021; Bergisch-Gladbach

<sup>8</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2020 (in Milliarden Euro); Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff: 11/2021)

innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren aber auch Uhren / Schmuck enorme Umsatzeinbußen von bis zu -20 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnet werden, erzielen u. a. der Lebensmitteleinzelhandel und der Bau- und Gartenbedarf Umsatzzuwächse. Größter Gewinner der Krise ist gleichwohl der Internet- und Versandhandel.<sup>9</sup>

**Abbildung 2: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 – 2020)**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse nach Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020 (in Milliarden Euro); Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff 11/2021)

- Gleichzeitig ist die **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe** weiter rückläufig. Zwischen 2010 und 2019 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rund 375.600 um etwa 10 % auf rund 339.000<sup>10</sup>. Die IFH Köln GmbH prognostiziert bis 2023 rund 80.000 Schließungen im stationären Einzelhandel infolge der Corona-Pandemie<sup>11</sup>. Erste Unternehmen haben bereits Insolvenzverfahren eingeleitet bzw. haben diese durchlaufen, darunter die Warenhauskette Galeria Karstadt Kaufhof sowie bekannte Bekleidungsfilialisten wie Bonita, Esprit, Gina Tricot, Hallhuber und Promod. Diese gegenläufigen Entwicklungen (von Umsatz und Anzahl der Betriebe) sind Merkmale einer fortschreitenden **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2010 noch einen Marktanteil von 21,6 % einnahm, lag dieser 2019 nur noch bei 15,5 %<sup>12</sup>. Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten.

<sup>9</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt, Umsatzentwicklung im Einzelhandel in Deutschland nach Branchen im Jahr 2020 (gegenüber dem Vorjahr); Abruf unter <https://de.statista.com> (Zugriff: 04/2021)

<sup>10</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt; Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2019; Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff 11/2021)

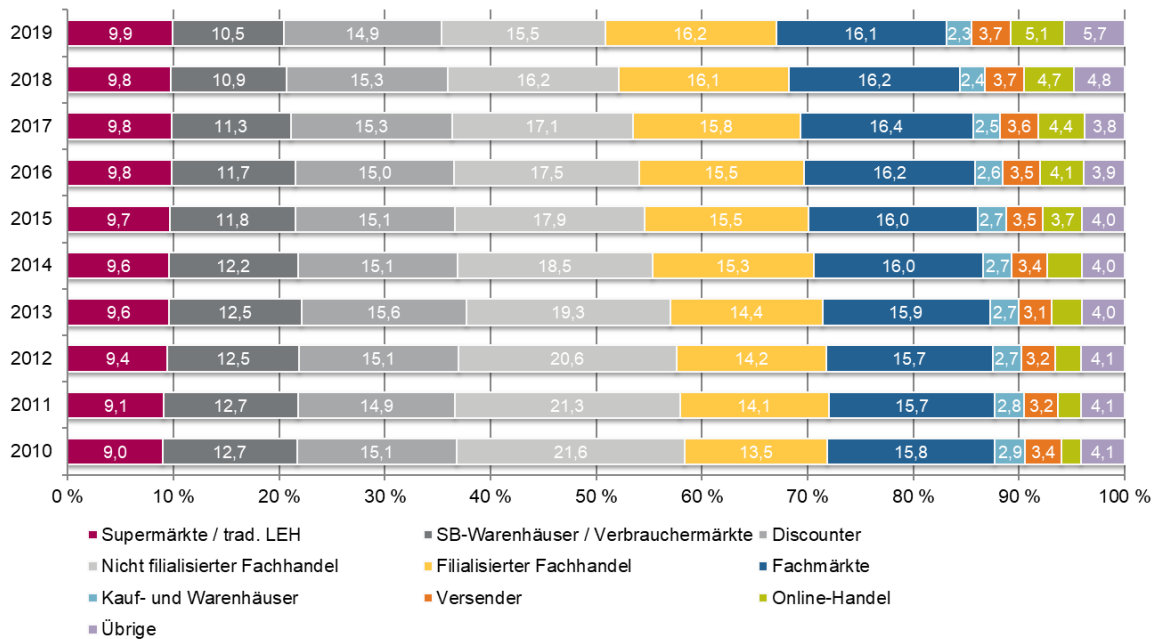
<sup>11</sup> Quelle: IFH Köln GmbH, Der Coronaturbo: Geschäftsaufgaben und Onlinewachstum im Zeitraffer. Abruf unter <https://www.ifhkoeln.de/der-coronaturbo-geschaeftsaufgaben-und-onlinewachstum-im-zeitraffer/> (Zugriff: 11/2021)

<sup>12</sup> Quelle: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2019; Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff 11/2021)



Doch nicht nur inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte gerieten in der Vergangenheit zunehmend unter Druck. Neben der anhaltenden „Warenhauskrise“ war dies vor allem auch in Insolvenzen ehemals namhafter Filialisten (u. a. Woolworth, Wehmeyer, Schlecker) ablesbar.

**Abbildung 3: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 – 2019**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse nach IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2019; Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff 11/2021)

- Die Zahl der **Einkaufszentren** ist hingegen weiter – wenn auch langsamer – gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Center mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. Quadratmetern, waren es im Jahr 2021 schon 493 mit einer Gesamtfläche von 15,9 Mio. Quadratmetern<sup>13</sup>. Dabei stehen neue Konzepte von Centern und neu entstehende Flächen dem Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Centern gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die mindergenutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Missstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.
- In den 1980er und 1990er Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an autokundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sog. sekundäres Standortnetz) sorgten und so mit den Angeboten in den Zentren in Konkurrenz traten. Wenngleich diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmitteldiscontern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (in auch zentrenrelevanten Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche zentrenrelevante **Randsortimentsangebote** (zum Beispiel Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen. Auch für **Factory Outlet Center** entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen Waren aus eigener Produktion

<sup>13</sup> Quelle: EHI Retail Institute e. V., EHI Shopping-Center Report 2021, S. 28, Köln

an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.

- Auf der anderen Seite positionieren sich einige – üblicherweise großflächige Anbieter – auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in vorzugsweise (hoch)verdichteten integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören Lebensmittelanbieter, aber auch Möbel- oder Baumärkte sowie Spielwaren- oder Sportfachmärkte.
- Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomienutzung, o.ä.). Zu den Konzepten gehören auch gemischte Nutzungen, die zum Beispiel Einzelhandel und Wohnen miteinander kombinieren. Dieser Trend ist häufig in größeren Städten auch in der Folge von Wohnungsmangel zu beobachten.
- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch „neue“ **Kundenmagnete** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

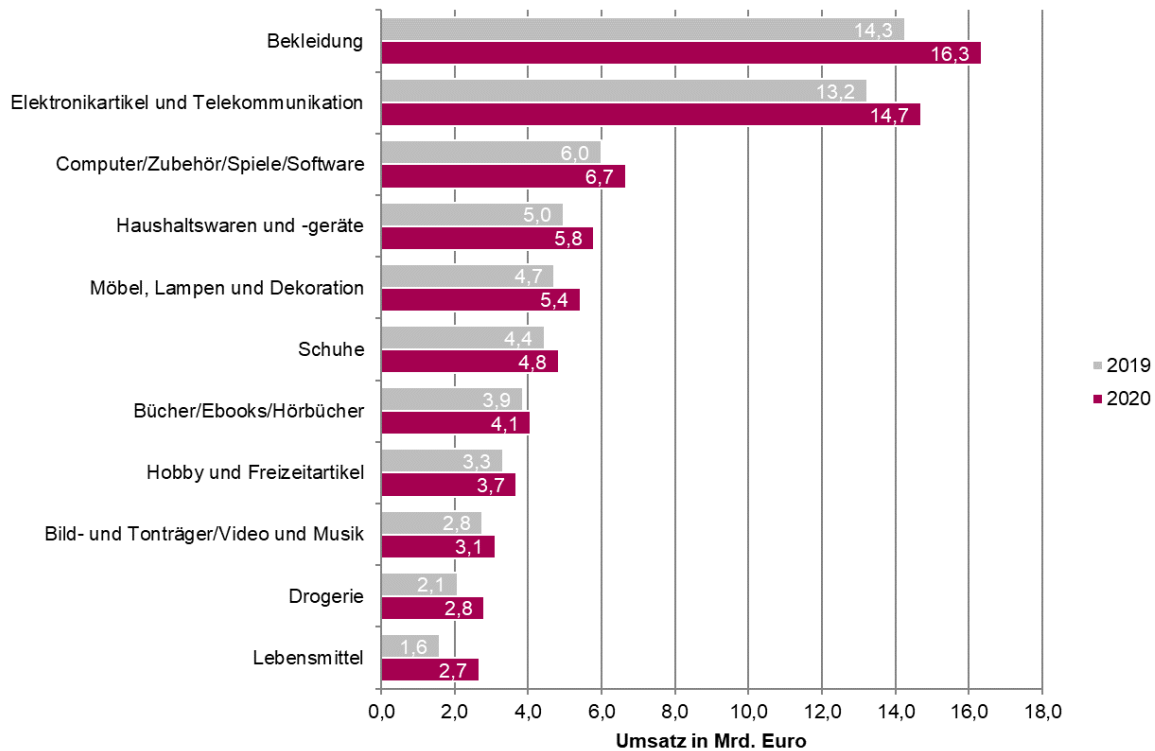
#### Steigender Wettbewerbsdruck durch E-Commerce (= Online-Handel)<sup>14</sup>

- Im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel gewinnen „neue“ Vertriebs- und Absatzwege zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen. Dazu gehört vor allem der **Online-Handel**, der durch Vorteile, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus, besonders hervortritt. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig zunehmende Marktanteile auf, die durch die Corona-Pandemie noch einmal deutlich gewachsen sind: Der im Online-Handel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 1 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rund 59 Mrd. Euro im Jahr 2019 an. Bedingt durch die mit der Corona-Pandemie einhergehenden Einschränkungen des stationären Einzelhandels (=Lockdown) konnte der Einzelhandelsumsatz im Online-Handel im Jahr 2020 sogar auf über 71 Mrd. Euro ansteigen.<sup>15</sup> Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entspricht dieser Wert 2020 einem relativen Umsatzanteil von über 12 %.

---

<sup>14</sup> „Ein Unternehmen betreibt E-Commerce, wenn es rechtsverbindliche Ein- oder Verkäufe über Websites oder automatisierten Datenaustausch (EDI) tätigt. Bezahlung und Auslieferung der Bestellungen müssen bei E-Commerce nicht im Bestellvorgang integriert sein.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; Abruf unter [www.destatis.de](http://www.destatis.de) (Zugriff: 11/2021)

<sup>15</sup> Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff: 11/2021)

**Abbildung 4: Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 und 2020**

Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Warengruppen im Online-Handel nach dem Umsatz in Deutschland in den Jahren 2018 bis 2020; Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff: 11/2021)

- Wesentlichen Anteil an der Umsatzentwicklung haben die üblicherweise als zentrenrelevant eingestuft Sortimente aus dem Bereich Bekleidung mit 16 Mrd. Euro im Jahr 2020, gefolgt von Sortimenten aus dem Elektronikbereich mit 14,7 Mrd. Euro (siehe Abbildung 4). Es zeigt sich aber, dass während der Corona-Pandemie in all diesen Warengruppen Umsatzzuwächse im Online-Handel erzielt wurden.
- Es sind jedoch nicht die reinen Online-Händler (Pure Player), die die Veränderungen im Einzelhandel bestimmen, vielmehr gewinnen **Multi-Channel-Konzepte**<sup>16</sup> an Bedeutung. Während vormals reine Online-Händler mittlerweile auch Ladenlokale im stationären Handel eröffnen (zum Beispiel Cyberport), gehen einst ausschließlich stationäre Händler auch online. Es werden in diesem Zuge unterschiedlichste Mischformen entwickelt, wie beispielsweise Bestellung im Internet, Abholung im Laden vor Ort oder Umtausch oder Retoure vor Ort.
- Trotz aller Zuwachsraten wird der Online-Handel den stationären Handel auch zukünftig nicht ersetzen können. Dennoch darf sich der stationäre Einzelhandel dem Online-Handel beziehungsweise der Digitalisierung nicht verschließen. Einkaufsmotive, wie die persönliche Beratung im Geschäft, das Aus- beziehungsweise Anprobieren des jeweiligen Produktes und / oder – zumindest das Gefühl – einer direkten Verfügbarkeit der Ware, genießen in Kundenkreisen weiterhin einen hohen Stellenwert. So kann auch der stationäre Einzelhandel vom multioptionalen Kunden beziehungsweise dem oben genannten Multi-Channel-Konzept profitieren. Unter anderem über eigene Onlineshops oder Onlinemarktplätze (wie zum Beispiel bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten.

<sup>16</sup> Bei dem Multi-Channel-Konzept verknüpfen die Kunden die positiven Implikationen eines jeden Vertriebsweges ohne bewusst zwischen stationärem Handel und Online-Handel zu unterscheiden. Auch der Einzelhandel entdeckt zunehmend die neue Wertigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle und versucht über die verstärkte Verknüpfung der einzelnen Absatzwege ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen.

### Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln und Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

- Auf der einen Seite beleben neue Handelsformate den Markt, dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste – gekoppelt mit dem Internethandel.
- Auf der anderen Seite steigen – vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen – die Marktzutrittsgrößen beziehungsweise werden entsprechend große Flächen von Investoren und Betreibern nachgefragt. Größere Märkte generieren einen größeren – in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden – Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur. Es findet eine Netzausdehnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrecht erhalten werden beziehungsweise die Funktion „kleinerer“ Zentren, in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.
- Internethandel oder Bringdienste können diese entstehenden Lücken nur sehr eingeschränkt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

### Durch die Corona-Pandemie ausgelöste oder verstärkte Trends im Einzelhandel

- Es gibt zunehmend Online-Plattformen auf **lokaler / regionaler Ebene**. Diese aufgebauten lokalen / regionalen Online-Plattformen werden diesen Absatzweg dem inhabergeführten Einzelhandel „näherbringen“.
- Insgesamt wird die **Verknüpfung** von stationärem Einzelhandel und Online-Handel zunehmen. Dadurch werden Multi-Channel-Konzepte für den stationären Einzelhandel wichtiger denn je.
- Die **Bedeutung und Wertschätzung** sowohl des stationären Einzelhandels – über die einfache Versorgung mit Gütern hinaus – als auch der Innenstädte bzw. Zentren als Treff- / Einkaufs- / Lebensmittelpunkte wird zunehmen. Das bestätigt eine Umfrage des Unternehmens Bonial zum Einfluss von Corona auf das Kaufverhalten und die Entwicklung des innerstädtischen Handels. Demnach kaufen mehr als 40 % der Befragten nun häufiger im lokalen Einzelhandel als vor der Corona-Pandemie und knapp 90 % der Befragten ist eine lebendige Innenstadt wichtig.<sup>17</sup>

### Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung

Die aufgeführten strukturellen und räumlichen Angebotsverschiebungen in Verbindung mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie stellen die räumliche Planung im Allgemeinen sowie in der Stadt Heidelberg im Besonderen weiterhin vor große Herausforderungen:

- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb von Zentren oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene Siedlungsstrukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren, wie auch insbesondere in der Heidelberger Altstadt, können die Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur bedingt beziehungsweise nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.
- Durch teilweise überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb, vor allem aber auch außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die zentren-, aber auch nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei

---

<sup>17</sup> Quelle: Bonial International GmbH; Exklusive Umfrage: 90 Prozent der Deutschen ist eine lebendige Innenstadt wichtig; Abruf unter <https://www.bonial.com/de/pressemitteilungen/exklusive-umfrage/> (Zugriff: 09/2020)

auch den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (zum Beispiel Möbelanbieter).

- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust gewachsener Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Dies kann sich durch uniforme und zumeist auch kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-)Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte. Vorhandene Verkaufsflächenzuschnitte und Bebauungsstrukturen können eine entsprechende Nutzbarkeit von Einzelhandelsimmobilien zudem erschweren. In Heidelberg ist erkennbar, dass die kleineren Zentren insbesondere im nahversorgungsrelevanten Bereich kleinteilig strukturiert sind oder das Angebot sehr ausgedünnt ist.
- Die Folgen der wachsenden Betriebsgrößen und Konzentrationstendenzen auf der einen und der Angebotsverschiebung an städtebaulich nicht integrierte Standorte auf der anderen Seite bewirken vor allem im Lebensmitteleinzelhandel sowie auch im Handel mit Drogeriewaren eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere beziehungsweise dünner besiedelte Stadtteile in größeren Städten. In Heidelberg ist auch in größeren Stadtteilen eine solche Entwicklung ablesbar, weil an einigen Standorten starke und neue Angebotskonzentrationen bestehen.

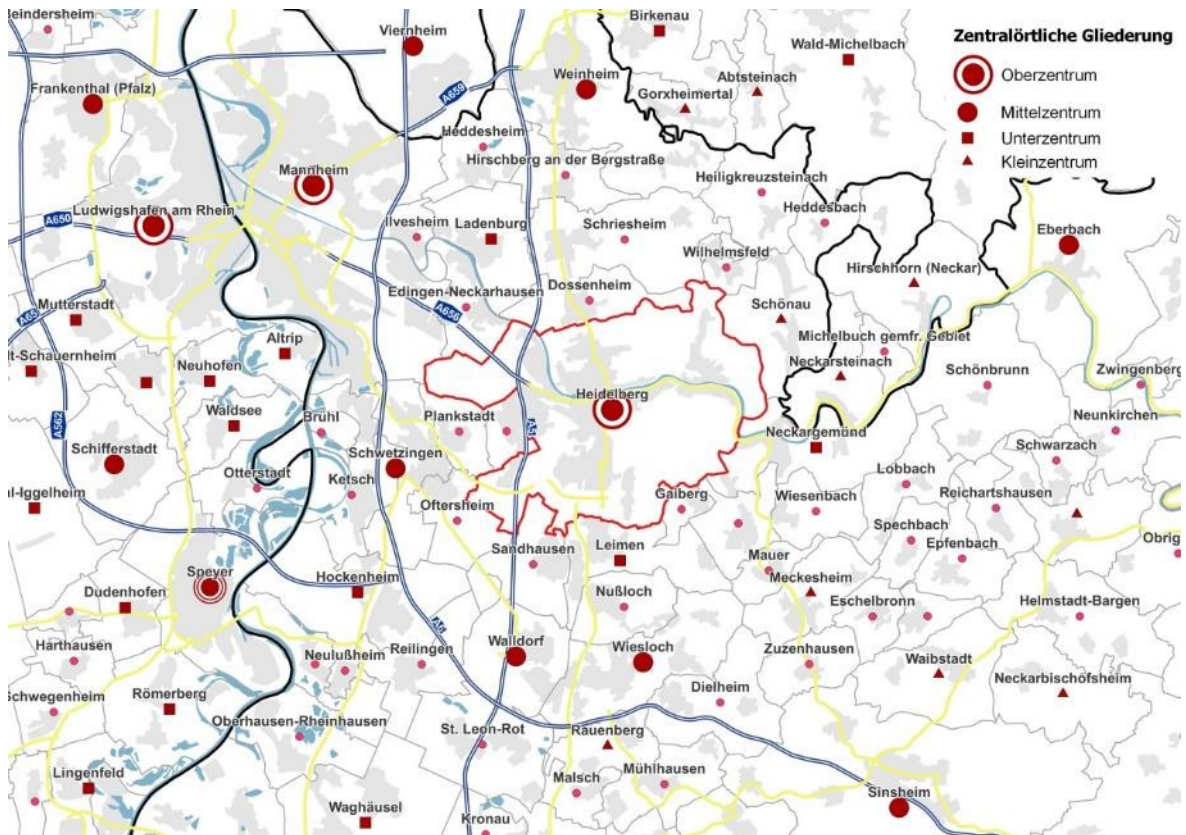
Für die **Stadt Heidelberg** bedeutet dies, dass es insbesondere darum geht, die Heidelberger Zentren in ihrer Funktion zu sichern und zu stärken. Die kontinuierliche Anfrage für Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bestätigt, dass die Stadt Heidelberg für Investoren und Betreiber attraktiv ist. Um ein Ausdünnen der Vielfalt des Heidelberger Einzelhandelsangebots sowohl in der Innenstadt als auch in den übrigen Zentren, aber auch mit Blick auf die wohnungsnahen Grundversorgungsangebote zu verhindern, ist eine entsprechende **räumliche Steuerung und Regelung** des Einzelhandels weiterhin unabdingbar.

## 4.2 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die Stadt Heidelberg zählt derzeit rund 147.400 Einwohner<sup>18</sup>. Gegenüber dem letzten Nahversorgungsgutachten aus dem Jahr 2012 (rund 133.800 Einwohner<sup>19</sup>) ist ein deutlicher Zuwachs der Einwohnerzahl zu verzeichnen. Aus landesplanerischer Sicht ist Heidelberg als Oberzentrum eine über die eigene Daseinsvorsorge hinausgehende Versorgungsfunktion für das Umland insbesondere für den Nahbereich als auch für die Metropolregion Rhein-Neckar zugewiesen. In unmittelbarer Nachbarschaft zu Heidelberg befinden sich unter anderem das Oberzentrum Mannheim / Ludwigshafen, das Mittelzentrum Schwetzingen sowie zahlreiche kleinere Kommunen, die als Unterzentren einzustufen sind, wie Leimen, Ladenburg und Neckargmünd.

<sup>18</sup> Quelle: Wohnbevölkerungsdaten (Personen mit Hauptwohnsitz, Stand: 31.12.2018), Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Heidelberg. Eigene Fortschreibung

<sup>19</sup> Stand: 31.12.2010

**Karte 1: Lage der Stadt Heidelberg in der Region**

Quelle: Darstellung Junker + Kruse© OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Die räumlich-funktionalen Verflechtungen Heidelbergs mit der Region werden durch eine gute verkehrliche Anbindung begünstigt. Westlich des Stadtgebietes verlaufen die Autobahnen A 5 und A 656. Sie bietet eine wichtige überregionale Nord-Süd- beziehungsweise West-Ost-Verbindung und den Zugang zu einem in der Region, insbesondere in die Region Rhein-Neckar, weitverzweigten Autobahnnetz. Als Wirtschaftsstandort konkurriert Heidelberg vor allem mit den nächstgelegenen Oberzentren Mannheim / Ludwigshafen.

Darüber hinaus binden die Bundesstraßen 3, 37 und 535 die umliegenden Kommunen an. Das nächstgelegene Oberzentrum Mannheim / Ludwigshafen ist in etwa 20-Pkw-Minuten zu erreichen. Insgesamt ist der Stadt Heidelberg eine gute regionale und überregionale Anbindung zu attestieren. Über den Heidelberger Hauptbahnhof ist die Stadt sowohl in das Regional- als auch an das Fernverkehrsnetz der Deutschen Bahn angeschlossen.

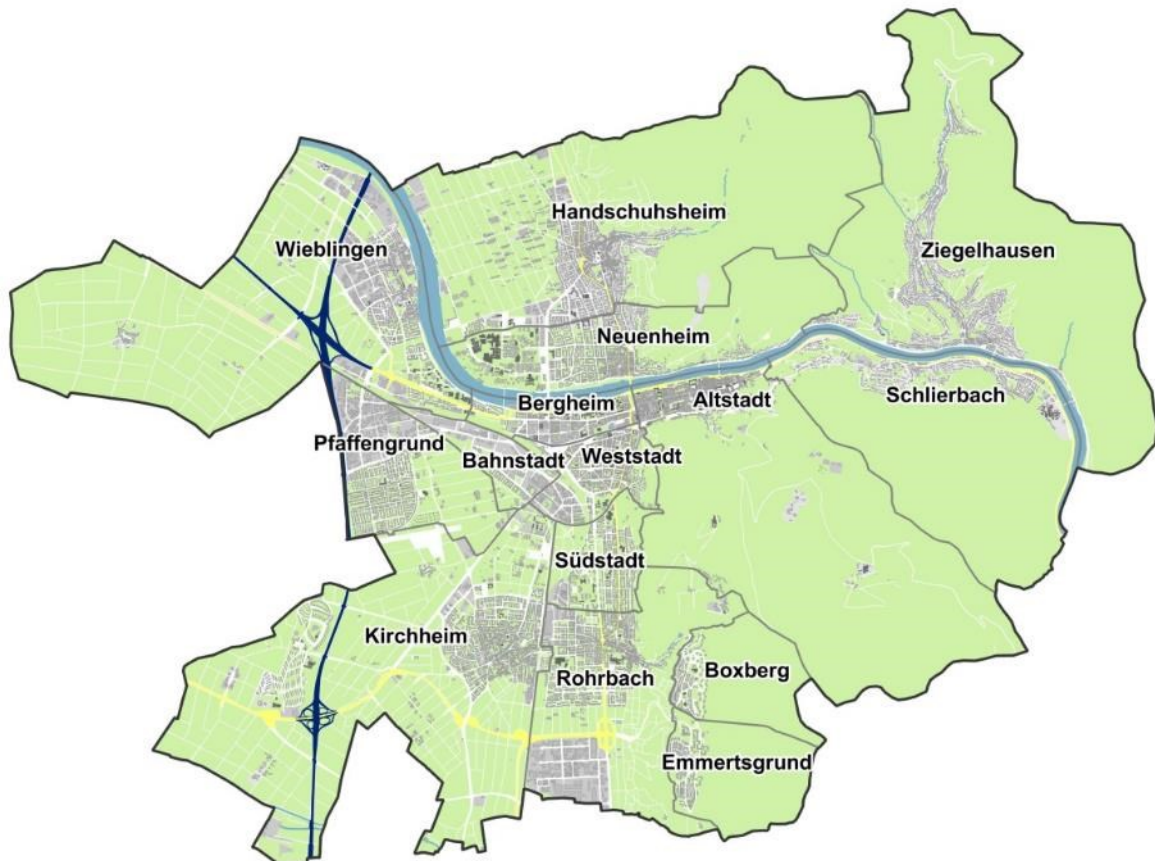
Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) innerhalb Heidelbergs wird in Form von Bus- und Stadtbahnlinien bereitgestellt, deren Linien eine nahezu flächendeckende Erschließung des Stadtgebiets aufweisen. In Zukunft ist zudem ein Ausbau des Schienennetzes geplant.

### 4.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Prägend für die Siedlungsstruktur Heidelbergs ist der vergleichsweise weitläufige, sich in alle Himmelsrichtung ausdehnende Siedlungskörper des Stadtgebiets, der von land- und forstwirtschaftlichen Flächen sowie Grünland umgeben ist. Es existieren mehrere, kleinteilige Stadtteile beziehungsweise Siedlungsgebiete, welche nur teilweise direkte Übergänge zueinander aufweisen und teilweise topografische Besonderheiten aufweisen. Zu diesen Siedlungsteilen in isolierter Lage gehören insbesondere die Bergstadteile Boxberg und Emmertsgrund.

Darüber hinaus gibt es mit der zukünftigen Entwicklung der Konversionsfläche Patrick-Henry-Village (PHV) einen „neuen“ Stadtteil, der in die bestehende Siedlungsstruktur zukünftig auch verkehrlich integriert werden soll. Die unterschiedlichen Siedlungskerne und verschiedenen Stadtstrukturen lassen sich auf Eingemeindungen im Laufe der Zeit als auch durch die teilweise Neuentwicklung von Stadtteilen, wie der Bahnstadt, zurückführen. Zudem bildet neben der Topografie auch der Neckar eine siedlungsstrukturelle Zäsur.

**Karte 2: Siedlungsstruktur der Stadt Heidelberg**



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

Von den rund 147.400 Einwohner (Stichtag 31.12.2018) in Heidelberg wohnen knapp ein Drittel in den zentralen Stadtteilen (Altstadt, Bahnstadt, Bergheim, Neuenheim, Weststadt). In den umliegenden Stadtteilen befinden sich darüber hinaus größere Schwerpunkte in Handschuhsheim (rund 18.200 Einwohner), in Kirchheim (rund 17.800 Einwohner) und in Rohrbach (rund 16.700 Einwohner). Die übrigen Stadtteile weisen Einwohnerzahlen von jeweils weniger als rund 10.000 Einwohnern auf.

**Tabelle 4: Einwohnerzahlen der Stadtteile Heidelbergs**

<b>Stadtteil</b>	<b>Bevölkerung</b> (Stand: 31. Dezember 2018)
Altstadt	10.391
Bahnstadt	4.167
Bergheim	7.287
Boxberg	4.189
Emmertgrund	6.859
Handschuhsheim	18.228
Kirchheim	17.849
Neuenheim	13.163
Pfaffengrund	7.802
Rohrbach	16.652
Schlierbach	3.243
Südstadt	4.886
Weststadt	13.037
Wieblingen	10.201
Ziegelhausen	9.483
<b>Gesamt</b>	<b>147.437</b>

Quelle: Wohnbevölkerungsdaten (Personen mit Hauptwohnsitz, Stand: 31. Dezember 2018), Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Heidelberg

Die Stadt Heidelberg weist in den letzten Jahrzehnten eine konstante und in den letzten Jahren eine deutlich positive Bevölkerungsentwicklung auf. Seit 2011 ist die Einwohnerzahl um rund 11.500 Einwohner gestiegen. Für den Prognosehorizont bis 2035 ist für Heidelberg von einer deutlich positiven Bevölkerungsentwicklung auszugehen.<sup>20</sup> Insgesamt wird sich das Wachstum auch in einem höheren Kaufkraftpotenzial bemerkbar machen. Zudem wird die Entwicklung des PHV die Einwohnerzahl nochmals steigern.

#### **4.4 Sekundärstatistische Einordnung und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial**

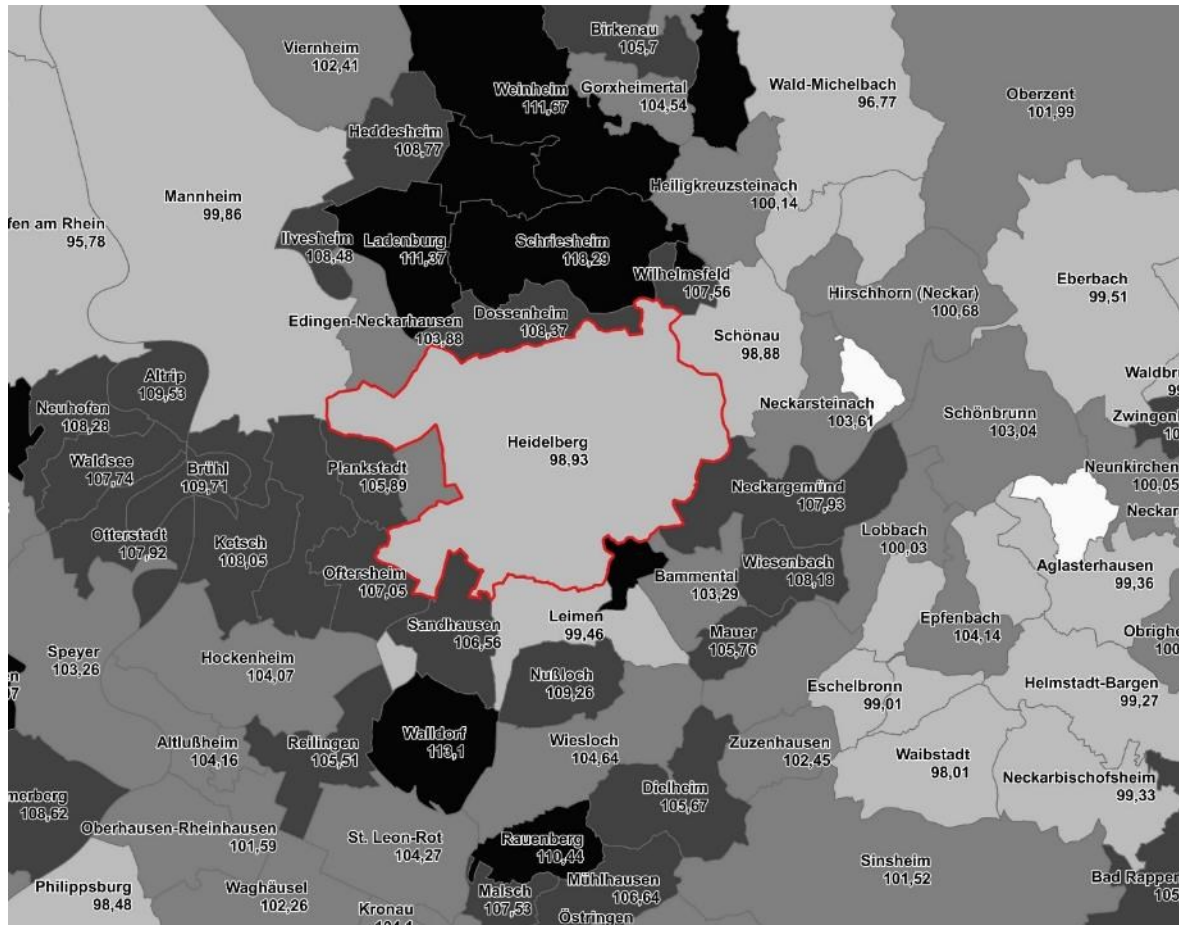
Anhand der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern lässt sich ein Vergleich des Heidelberger Kaufkraftniveaus zu den Nachbarkommunen beziehungsweise im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt vornehmen. Karte 3 zeigt, dass sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Heidelberg im **regionalen Vergleich** auf einem leicht unterdurchschnittlichen Niveau zu den Nachbarkommunen bewegt. Höhere Kaufkraftkennziffern sind durchweg in den angrenzenden Gemeinden vorzufinden, welche jedoch zum Großteil keine landesplanerische Versorgungsfunktion aufweisen. Darüber hinaus unterscheidet sich das Kaufkraftniveau zwischen den Nachbarkommunen deutlich, ohne dabei einen räumlichen Schwerpunkt herauszubilden. Im Vergleich zu den benachbarten Oberzentren Mannheim und Ludwigshafen belegt Heidelberg knapp hinter Mannheim den

<sup>20</sup> Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Heidelberg.



zweiten Platz. Die Kaufkraftkennziffer der Stadt Heidelberg spiegelt auch den besonderen studentischen Faktor wider. Es zeigt sich im Vergleich von größeren Universitätsstädten, dass die Stadt Heidelberg eine typische einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer einer Studentenstadt aufweist. Die Stadt Freiburg im Breisgau, rund 230.000 Einwohner, hat eine Kennziffer von 98,2. Auch die Stadt Erfurt (rund 213.000 Einwohner, Kennziffer 95,03) und die Stadt Göttingen (rund 120.000 Einwohner, Kennziffer 96,51) weisen ein ähnliches Kaufkraftniveau wie die Stadt Heidelberg auf<sup>21</sup>.

**Karte 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA; IFH Retail Consultants GmbH, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation in Heidelberg wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen. Diese werden bundesweit ermittelt und jährlich fortgeschrieben. Anhand der aktuellen Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten beziehungsweise Warengruppen ermitteln.

<sup>21</sup> Quelle: IFH Köln, 2019

### Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Heidelberg

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Heidelberg (2019) stellt sich wie folgt dar:

**Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Heidelberg (2019)**

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	
	Euro pro Kopf	in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	2.442	360,0
Blumen (Indoor) / Zoo	114	16,8
Gesundheit und Körperpflege	431	63,6
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	168	24,7
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3.154</b>	<b>465,1</b>
Bekleidung	523	77,0
Schuhe / Lederwaren	151	22,3
GPK** / Haushaltswaren	109	16,1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	138	20,3
Sport und Freizeit	152	22,4
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1.073</b>	<b>158,1</b>
Wohneinrichtung	170	25,1
Möbel	382	56,3
Elektro / Leuchten	178	26,3
Elektronik / Multimedia	407	60,0
Medizinische und orthopädische Artikel	84	12,3
Uhren / Schmuck	71	10,5
Baumarktsortimente	499	73,6
Gartenmarktsortimente	108	15,9
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1.900</b>	<b>280,1</b>
Sonstige	253	37,3
<b>Gesamt</b>	<b>6.379</b>	<b>940,5</b>

Quelle: Berechnung Junker + Kruse nach IFH Retail Consultants GmbH, Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019

Abweichungen rundungsbedingt

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren

\*\* Glas / Porzellan / Keramik

Insgesamt beträgt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für die Stadt Heidelberg rund 941 Mio. Euro (2019)**. Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei unterschiedlich ausgeprägt. Auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt mit rund 360 Mio. Euro beziehungsweise rund 40 % der höchste Anteil am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Mit deutlichem Abstand folgen die Warengruppen Bekleidung (rund 77 Mio. Euro), Baumarktsortimente (rund 74 Mio. Euro) und Elektronik / Multimedia (rund 60 Mio. Euro).

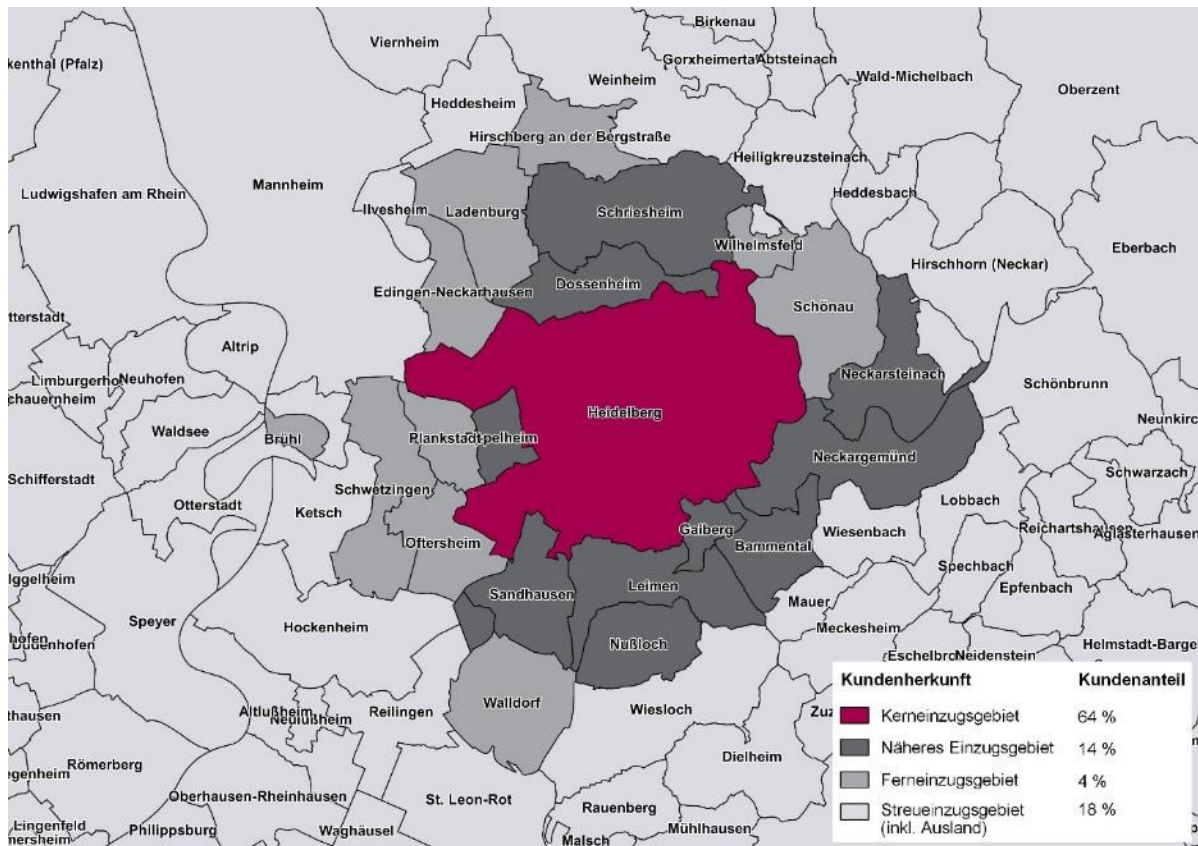
Diesem monetären Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Heidelberg zugrunde. Die sogenannte Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Heidelberg vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Derzeit ergibt sich in der **Stadt Heidelberg** eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 98,93**, das heißt, dass die Heidelberger Bevölkerung über ein leicht unter dem Bundesdurchschnitt liegendes **Kaufkraftniveau** verfügt.

## 4.5 Einzugsgebiet des Heidelberger Einzelhandels

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität, insbesondere im Rahmen der Versorgung mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeiten, Dienstleistungsanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Daneben kann das kollektive Einzugsgebiet von Einzelhandelsagglomerationen, das in der Regel über das jeweilige Einzugsgebiet einzelner Betriebe beziehungsweise Betriebsformen hinausgeht, zur Steigerung der Ausstrahlungskraft einer Kommune als Einzelhandelsstandort beitragen. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass mit Zunahme der Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt beziehungsweise zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren beziehungsweise Standorte aufgrund geringerer Raum-Zeit-Distanzen schneller erreichbar sind. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Heidelberg, zum anderen als Grundlage für die Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Es ist rein räumlich festzuhalten, dass sich im unmittelbaren Umfeld Heidelbergs neben den beiden Oberzentren Mannheim und Ludwigshafen zahlreiche kleinere Zentren oder Kommunen ohne zentralörtliche Funktion befinden. Dies sorgt dafür, dass insbesondere westlich von Heidelberg eine ausgeprägte Wettbewerbssituation vorhanden ist.

Eine empirische Grundlage zur Definition des Heidelberger Einzugsgebietes stellt eine Kundenherkunftserhebung dar. Dazu wurden in verschiedenen Einzelhandelsbetrieben in Heidelberg (insbesondere in der Innenstadt) im Februar 2020 Befragungen hinsichtlich der Kundenherkunft durchgeführt. Unter Berücksichtigung der Erhebungsergebnisse fand vor dem Hintergrund der bestehenden Wettbewerbssituation im Heidelberger Umland und unter Berücksichtigung von Raum-Zeit-Distanzen ein Abgleich der Ergebnisse der Kundenherkunftserhebungen statt, wonach sich das Einzugsgebiet Heidelbergs wie folgt darstellt:

**Karte 4: Einzugsgebiet des Heidelberger Einzelhandels 2020**

Quelle: Darstellung Junker + Kruse unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im Februar 2020, n= 4.502, © OpenStreetMap-Mitwirkende CC-BY-SA

### Kerneinzugsgebiet

Das Stadtgebiet Heidelbergs stellt mit einem Kundenpotenzial von rund 147.450 Einwohnern das Kerneinzugsgebiet dar. Insgesamt stammen 2.887 von 4.502 Kunden, welche im Erhebungszeitraum erfasst wurden, aus Heidelberg selbst. Das entspricht rund 64 % der befragten Kunden.

### Näheres Einzugsgebiet

Dem näheren Einzugsgebiet sind allen voran die Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zu Heidelberg liegen. Dazu zählen unter anderem die Unterzentren Leimen und Neckargemünd sowie die Gemeinden Sandhausen, Gaiberg, Dossenheim und Eppelheim. Aufgrund der Nähe zu den Oberzentren Mannheim und Ludwigshafen, ist das nähere Einzugsgebiet in Richtung Westen begrenzt. Folgerichtig weist Heidelberg ein ausgeweitetes Einzugsgebiet im Norden, Süden sowie Osten auf, so dass beispielsweise das Kleinzentrum Neckarsteinach und die Gemeinden Nußloch und Schriesheim zum näheren Einzugsgebiet zählen. Das Kundenpotenzial entspricht in etwa einem Anteil von 14 % der befragten Kunden.

### Ferneinzugsgebiet

Das Ferneinzugsgebiet weist mit einem erfassten Kundenanteil von rund 4 % der befragten Kunden das geringste Kundenpotenzial auf. Dabei stammen jene Kunden, die zum Ferneinzugsgebiet zählen, vor allem aus Mittelzentren mit eigenem Versorgungspotenzial (Walldorf und Schwetzingen), aus der Grenzregion zu konkurrierenden Oberzentren (Edingen-Neckarhausen und Plankstadt) oder aus dem erweiterten Umland (Hirschberg an der Bergstraße).

### Streueinzugsgebiet

Das Streueinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die keiner der oben genannten Gemeinden zugeordnet werden können und die den Einkaufsstandort Heidelberg nicht regelmäßig aufsuchen. Charakteristisch für Heidelberg ist ein relativ hoher Anteil aus diesem Einzugsgebiet, welcher durch die Attraktivität Heidelbergs als international bekanntes Ausflugsziel zu begründen ist. Insbesondere Besucher aus dem asiatischen Raum spielen dabei mit einem Anteil von rund 30 % aller ausländischen Kunden eine besondere Rolle. Das Kundenpotenzial entspricht einem überdurchschnittlich hohen Anteil von etwa 18 % der befragten Kunden.

Insgesamt ergibt sich somit für den Heidelberger Einzelhandel ein **Kundenpotenzial von rund 351.200 Einwohnern (Kerneinzugsgebiet, näheres Einzugsgebiet und Ferneinzugsgebiet)**, wobei zu berücksichtigen ist, dass sich die Anteile an dem damit verbundenen Kaufkraftpotenzial, die durch den Heidelberger Einzelhandel abgeschöpft werden, mit zunehmender Entfernung von Heidelberg und auch in Abhängigkeit von der Entfernung zu anderen Konkurrenzstandorten zum Teil sehr deutlich verringern. Darüber hinaus hat das Streueinzugsgebiet für den Heidelberger Einzelhandel ein nicht zu unterschätzendes Kaufkraftpotenzial, was vor allem auf Touristen zurückzuführen ist. Dabei verfügt Heidelberg über eine hohe Anziehungskraft im Bereich Tages- und Tagungstourismus.

## 4.6 Tourismuspotenzial in der Stadt Heidelberg

Neben der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der im Heidelberger Stadtgebiet sowie der im Einzugsgebiet lebenden Bevölkerung schöpft sich bereits heute ein nicht unwesentlicher Anteil des in Heidelberg gebundenen Einzelhandelsumsatzes aus der **touristischen Kaufkraft** (Tagesbesucher und Übernachtungsgäste). Diesbezüglich ist allerdings zu berücksichtigen, dass sich ein Großteil der typischen touristischen Ausgaben im **kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich** konzentriert, also hauptsächlich in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren sowie Sport und Freizeit. Davon profitieren bereits heute die Heidelberger Tourismus-Hot-Spots, welche sich vorwiegend in der östlichen Altstadt befinden. Insbesondere die Bereiche rund um die Alte Brücke mit dem gleichnamigen Tor, den Kornmarkt, den Karlsplatz und das Heidelberger Schloss stellen einen räumlichen Fokus für die Gäste dar und profitieren von dem Tourismus-Faktor in Heidelberg. Aufgrund der räumlichen Nähe zur Heidelberger Innenstadt sind diesbezüglich positive Synergieeffekte festzustellen.

Entsprechend der von der Stadt Heidelberg veröffentlichten Daten zum Tourismusaufkommen gab es im Jahr 2019 rund **1,68 Mio. Gästeübernachtungen**. Einen besonders hohen Anteil haben an den ausländischen Gästen insbesondere Gäste aus dem nordamerikanischen (USA) sowie asiatischen (Japan) Raum. Insgesamt ist seit 2013 eine deutliche Steigerung der Zahlen zu erkennen. Zusätzlich zu den Übernachtungsgästen besuchten mehr als **13 Mio. Tagesgäste** die Stadt Heidelberg.<sup>22</sup>

Basierend auf den durch die Stadt Heidelberg zur Verfügung gestellten Zahlen ergibt sich für die Stadt Heidelberg das folgende, überschlägig ermittelte touristische Kaufkraftpotenzial:

---

<sup>22</sup> Quelle: dwif-Consulting GmbH (2020): Wirtschaftsfaktor Tourismus in Heidelberg 2019. München

**Tabelle 6: Touristisches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Heidelberg im Jahr 2019**

<b>Gäste absolut</b>		<b>Durchschnittliche Ausgaben pro Tag in Euro</b>	<b>davon Ausgaben im Einzelhandel in Euro</b>	<b>Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Mio. Euro</b>
Übernachtungen	1.683.000	106	39,3 (37 %)	66,1
Tagesgäste*	13.510.000	30	13,4 (45 %)	181,0
<b>Gesamt</b>	<b>15.193.000</b>	-	-	<b>247,1</b>

Quelle: Berechnung Junker + Kruse nach dwif-Consulting GmbH (2020); Wirtschaftsfaktor Tourismus in Heidelberg 2019. München; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; \*inklusive Besuch von Verwandten / Bekannten und Freunden

Es zeigt sich, dass in der Stadt Heidelberg pro Jahr dem Einzelhandel ein **touristisches Kaufkraftpotenzial** von rund **247 Mio. Euro** zur Verfügung steht, was rund einem Viertel des im Heidelberger Stadtgebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzials<sup>23</sup> entspricht.

Es ist somit unstrittig, dass der Tourismus für den Heidelberger Einzelhandel eine **wichtige Umsatz- und Kaufkraftquelle** darstellt, was insbesondere bei der Bewertung der gesamtstädtischen und warengruppenspezifischen Umsätze entsprechend zu berücksichtigen ist.

<sup>23</sup> Die gesamtstädtische Kaufkraft in der Stadt Heidelberg in allen Warengruppen beträgt pro Jahr rund 940 Millionen Euro.

## 5 Einzelhandelsangebot in der Stadt Heidelberg

Unter Berücksichtigung der standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden das Angebot nach Einzelhandelsstandorten und Einzelhandelsstrukturen in Heidelberg unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

### 5.1 Gesamtstädtische, einzelhandelsrelevante Kennziffern

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Heidelberg getroffen werden. Das gesamtstädtische Bild der Einzelhandelssituation zum Erhebungszeitpunkt (Oktober bis Dezember 2019) stellt sich wie folgt dar:

- Es bestehen **1.031 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne<sup>24</sup> mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **303.000 m<sup>2</sup>**.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt rund **293 m<sup>2</sup>**. Dies entspricht in etwa Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse in Städten mit 100.000 bis 250.000 Einwohnern (280 m<sup>2</sup>).
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt **2,06 m<sup>2</sup>** pro Einwohner. Im interkommunalen Vergleich liegt dieser Wert über dem Durchschnitt: Der diesbezügliche Wert von Kommunen mit 100.000 bis 250.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank beträgt 1,84 m<sup>2</sup>.

Die Betriebe und Verkaufsflächen sind differenziert nach den 15 Heidelberger Stadtteilen in Tabelle 7 dargestellt.

---

<sup>24</sup> Zum Einzelhandel im engeren Sinne werden auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien, Konditoreien), Tankstellenshops, Kioske und Apotheken sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen gezählt.

**Tabelle 7: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in den Heidelberger Stadtteilen**

<b>Stadtteil</b>	<b>Einwohnerzahl 2018</b>	<b>Anzahl Einzel- handelsbetriebe</b>	<b>Verkaufsfläche in m<sup>2</sup></b>	<b>Verkaufsfläche in m<sup>2</sup> je Einwohner</b>
Altstadt	10.391	347	64.100	6,2
Bahnstadt	4.167	28	34.150	8,2
Bergheim	7.287	89	21.750	3,0
Boxberg	4.189	7	600	0,1
Emmertsgrund	6.859	7	1.050	0,1
Handschuhsheim	18.228	85	18.950	1,0
Kirchheim	17.849	55	8.850	0,5
Neuenheim	13.163	82	8.000	0,6
Pfaffengrund	7.802	36	18.050	2,3
Rohrbach	16.652	100	71.700	4,3
Schlierbach	3.243	4	1.900	0,6
Südstadt	4.886	12	2.800	0,6
Weststadt	13.037	98	16.800	1,3
Wieblingen	10.201	48	30.900	3,0
Ziegelhausen	9.483	33	3.500	0,4
<b>Gesamt</b>	<b>147.437</b>	<b>1.031</b>	<b>303.050</b>	<b>2,06</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

- Hohe quantitative Angebotsausstattungen zeigen sich insbesondere in den Stadtteilen Altstadt (Innenstadt), Bahnstadt (unter anderem Sonderstandortbereich / Fachmarktstandort an der Eppelheimer Straße), Rohrbach und Bergheim.
- Die niedrigsten quantitative Angebotsausstattungen zeigen sich in den Stadtteilen Boxberg, Emmertsgrund, Kirchheim, Neuenheim, Schlierbach, Südstadt und Ziegelhausen.

Differenziert nach Warengruppen stellt sich die Einzelhandelssituation in Heidelberg wie in Tabelle 8 und Tabelle 9 sowie Abbildung 5 aufgeführt dar:

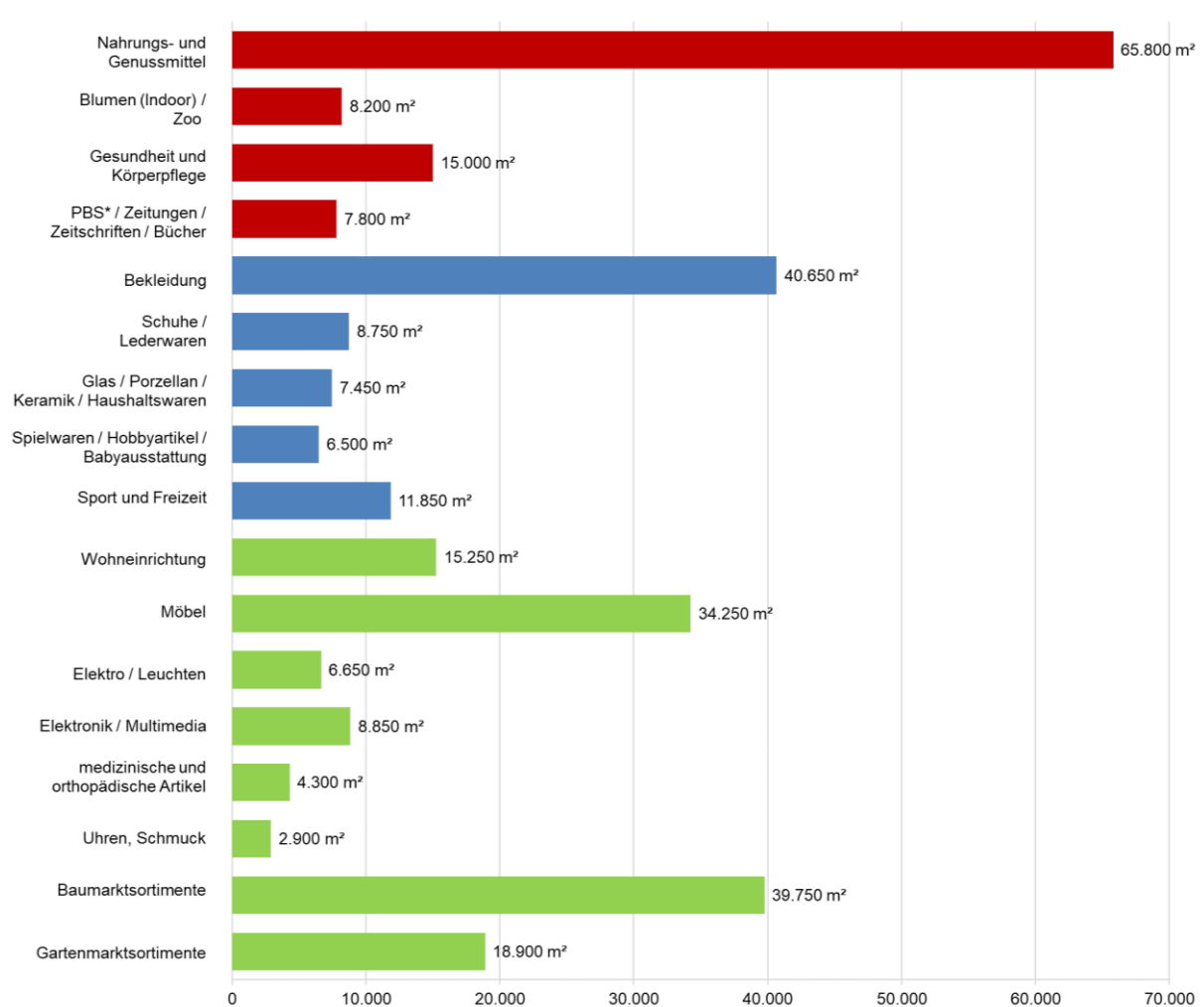


**Tabelle 8: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in der Stadt Heidelberg nach Warengruppen**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Anteil an Gesamtver- kaufsfläche in %	Anzahl der Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	65.800	21,7	338
Blumen (Indoor) / Zoo	8.200	2,7	23
Gesundheit und Körperpflege	15.000	4,9	84
Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zei- tungen / Zeitschriften / Bücher	7.800	2,6	63
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>96.800</b>	<b>31,9</b>	<b>508</b>
Bekleidung	40.650	13,4	126
Schuhe / Lederwaren	8.750	2,9	34
Glas / Porzellan / Keramik / Haushalts- waren	7.450	2,5	26
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstat- tung	6.500	2,1	11
Sport und Freizeit	11.850	3,9	43
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>75.250</b>	<b>24,8</b>	<b>240</b>
Wohneinrichtung	15.250	5,0	65
Möbel	34.250	11,3	30
Elektro / Leuchten	6.650	2,2	12
Elektronik / Multimedia	8.850	2,9	42
medizinische und orthopädische Artikel	4.300	1,4	47
Uhren, Schmuck	2.900	1,0	45
Baumarktsortimente	39.750	13,1	30
Gartenmarktsortimente	18.900	6,2	12
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>130.800</b>	<b>43,2</b>	<b>283</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>303.050</b>	<b>100,0</b>	<b>1.031</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse Oktober bis Dezember 2019

- Mit Blick auf die Verteilung der Verkaufsflächen auf die einzelnen Warengruppen ist festzuhalten, dass die **quantitativen Angebotsschwerpunkte** mit rund 65.800 m<sup>2</sup> in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sowie in den Warengruppen **Bau- und Gartenmarktsortimente** (rund 58.650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und **Bekleidung** (rund 40.650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) liegen. Darüber hinaus kommt der Branche **Möbel** mit rund 34.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eine hohe quantitative Bedeutung zu.

**Abbildung 5: Verkaufsflächen in der Stadt Heidelberg nach Warengruppen**

\*Papier / Büro / Schreibwaren

Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis der Einzelhandelserhebung im Oktober bis Dezember 2019

- Dem derzeit in der Stadt Heidelberg vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 940,5 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von circa 1 Milliarde Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,06** über alle Warengruppen, per Saldo fließen den Heidelberger Einzelhandelsstandorten rund 6 % an Kaufkraft von anderen Kommunen beziehungsweise auch durch die Touristen zu. Vor dem Hintergrund der bestehenden Konkurrenzsituation, insbesondere mit den benachbarten Oberzentren Mannheim und Ludwigshafen, spiegelt der Zentralitätswert eine gute Positionierung des Heidelberger Einzelhandels wider. Er zeigt auch den Versorgungsauftrag für zahlreiche kleinere angrenzende Kommunen, die keine zentralörtliche Funktion haben. Zudem macht sich auch der touristische Einfluss am Umsatz in einigen typischen Warengruppen, wie Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltswaren, bemerkbar.

**Tabelle 9: Einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche, Umsatz, Kaufkraft und Zentralität in der Stadt Heidelberg nach Warengruppen**

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante/r			
	Verkaufs- fläche (gerundet)	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	65.800	344,1	360,0	0,96
Blumen (Indoor) / Zoo	8.200	17,5	16,8	1,04
Gesundheit und Körperpflege	15.000	94,5	63,6	1,49
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	7.800	32,2	24,7	1,30
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>96.800</b>	<b>488,3</b>	<b>465,1</b>	<b>1,05</b>
Bekleidung	40.650	108,7	77,0	1,41
Schuhe / Lederwaren	8.750	28,1	22,3	1,26
GPK** / Haushaltswaren	7.450	17,3	16,1	1,07
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	6.500	19,5	20,3	0,96
Sport und Freizeit	11.850	33,8	22,4	1,51
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>75.250</b>	<b>207,3</b>	<b>158,1</b>	<b>1,31</b>
Wohneinrichtung	15.250	26,9	25,1	1,07
Möbel	34.250	36,5	56,3	0,65
Elektro / Leuchten	6.650	36,1	26,3	1,37
Elektronik / Multimedia	8.850	76,6	60,0	1,28
Medizinische und orthopädische Artikel	4.300	34,3	12,3	2,79
Uhren / Schmuck	2.900	22,7	10,5	2,17
Baumarktsortimente	39.750	55,6	73,6	0,76
Gartenmarktsortimente	18.900	16,0	15,9	1,01
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>130.800</b>	<b>304,7</b>	<b>280,1</b>	<b>1,09</b>
Sonstiges	< 300	< 0,1	37,3	< 0,1
<b>Gesamt</b>	<b>303.050</b>	<b>1.000,3</b>	<b>940,5</b>	<b>1,06</b>

Quelle: Berechnung Junker + Kruse auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Heidelberg, Januar 2019; gerundete Werte

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren

\*\* Glas, Porzellan, Keramik

### Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit circa 65.800 m<sup>2</sup> entfällt der größte Anteil (rund 22 %) der Gesamtverkaufsfläche in Heidelberg auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Der mit Abstand größte Teil der Betriebe (338 Betriebe, circa 33 %) ist ebenfalls dieser Warengruppe zuzuordnen, wobei hier mit einem Anteil von etwa einem Drittel die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (v. a. Bäckereien) eine herausragende Rolle spielen. Dies unterstreicht einerseits eine gute quantitative Versorgung der Heidelberger Bevölkerung hinsichtlich der Grundversorgung mit Lebensmitteln sowie andererseits die hohe Bedeutung dieser Warengruppe in Bezug auf die privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte. Entsprechend nimmt die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 344 Mio. Euro den größten warengruppenspezifischen Anteil am Umsatz des Heidelberger Einzelhandels ein. Die Zentralität von 0,96 zeigt per Saldo einige Kaufkraftabflüsse.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit einem Wert von 0,45 m<sup>2</sup> / Einwohner unterstreicht eine weitgehend gute Versorgungssituation.
- Auch die Werte in den übrigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln eine gute Angebotsausstattung in der Stadt Heidelberg wider. Rund 15.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche beziehungsweise 5 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege**. Dieses Angebot wird zu nahe der Hälfte in mehreren Drogeriemärkten (dm, Müller, Rossmann) und ergänzend auch in zahlreichen Apotheken im Stadtgebiet bereitgestellt. Nennenswert ist daneben auch das Angebot in Form von entsprechenden Randsortimenten in Lebensmittelmärkten. Die sortimentspezifische Zentralität im Sortiment Drogerie von rund 1,8 bestätigt die hohe quantitative Angebotsausstattung, die eine „Vollversorgung“ der eigenen Bevölkerung (Zielzentralität: 1,0) per Saldo übersteigt und auf deutliche Kaufkraftzuflüsse aus der Region hinweist.
- In der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** konzentriert sich das Angebot auf insgesamt rund 8.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche beziehungsweise rund 3 % des gesamtstädtischen Angebotes, die vor allem in vier Fachmärkten für zoologische Artikel angeboten werden. Ansonsten finden sich überwiegend „kleinflächige“ Angebote in Fachgeschäften (insbes. Blumen) und Randsortimente größerer Lebensmittelbetriebe und Drogeriemärkte (Tierfutter und Blumen).
- In der Warengruppe **Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften** entfällt über die Hälfte der sortimentspezifischen Verkaufsfläche von rund 7.800 m<sup>2</sup> beziehungsweise 3 % der Gesamtverkaufsfläche auf typische Fachangebote wie Buchläden, Pressehandel oder Schreibwarenhandel. Gerade der Buchhandel spielt in Heidelberg eine wichtige und zentrenprägende Rolle. Aufgrund der kleinteiligen Bauungsstruktur – insbesondere in den Heidelberger Zentren – ist auch in diesem Sortiment eine eher kleinteilige Angebotsstruktur zu beobachten. Der Buchhandel nimmt in der Warengruppe eine übergeordnete Rolle ein und vereint rund 40 % der Verkaufsfläche auf sich. Größte Anbieter im Heidelberger Buchhandel ist der Anbieter „Thalia“ in der Innenstadt, gefolgt von „Schmitt & Hahn“ an mehreren Standorten. Daneben entfallen große Teile des warengruppenspezifischen Angebotes auf Randsortimentsangebote. Dies betrifft vor allem das Angebot an Schreibwaren und Zeitschriften in zahlreichen Lebensmittelmärkten.

Insgesamt entfällt mit rund 96.800 m<sup>2</sup> mehr als ein Drittel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots und über ein Drittel des Umsatzes im Heidelberger Einzelhandel auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil dieser Warengruppen (v. a. Lebensmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Zentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zeigt mit 1,05 einen beinahe ausgeglichenen Saldo. Insgesamt ist eine gute strukturelle Angebotsmischung mit leichten Entwicklungsspielräumen bei dem derzeitigen Status-Quo zu verzeichnen.

### Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt mit rund 40.650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (rund 13 % der Gesamtverkaufsfläche), 126 Betrieben (circa 12 % aller Heidelberger Betriebe) und rund 108,7 Mio. Euro Umsatz (circa 11 % des gesamtstädtischen Umsatzes) allen voran in der innenstädtischen Leitbranche **Bekleidung**. Die sortimentspezifische Zentralität liegt bei 1,41. Somit sind relevante Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Größte Bekleidungsanbieter und wichtige Frequenzerzeuger in der Innenstadt sind die Textilanbieter C&A, Henschel und die Galeria Kaufhof Warenhäuser. Der Großteil des innerstädtischen Angebots wird zudem durch eine Vielzahl sehr kleinteilig strukturierter Betriebe ergänzt. Die durchschnittliche Betriebsgröße der innerstädtischen Anbieter mit dem Kernsortiment Bekleidung beträgt rund 380 m<sup>2</sup>. Das sortimentspezifische Angebot in der Innenstadt ist aufgrund der hohen Zentralität sowie einem vielfältigen Angebot an klein- sowie großflächigen Anbietern in der Gesamtbetrachtung gut aufgestellt. Auffällig ist jedoch das Fehlen von größeren Textilkaufhäusern.
- Der Verkaufsflächenbestand in der Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** beläuft sich auf rund 8.800 m<sup>2</sup>. Dabei liegt der räumliche Angebotsschwerpunkt mit rund 5.950 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eindeutig in der Innenstadt. Im Heidelberger Stadtgebiet stellen (mit Betriebsgrößen zwischen 450 und 550 m<sup>2</sup>) die Filialisten Deichmann, Salamander sowie Reno die größten Anbieter dar. Alles in allem weist die Zentralität von 1,26 auf eine gute Kaufkraftbindung hin, welche einen Umsatz von 28,1 Mio. Euro generiert.
- Ein weiterer bedeutender Angebotsbaustein ist die **Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** mit rund 7.450 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rund 17,3 Mio. Euro Umsatz. Dieses Angebot beinhaltet eine breite Vielfalt, welche von preisorientierten Billiganbietern (zum Beispiel Euroshop) und Randsortimente von Lebensmittelanbietern und Drogeriemärkten bis hin zu hochwertigen Fachhändlern (zum Beispiel Villeroy und Boch) reicht. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an kleinteiligen, inhabergeführten Betrieben. Die leicht überdurchschnittliche Zentralität (1,07) spiegelt dabei eine gute Angebotsausstattung wider, welche sich allen voran auf die Heidelberger Innenstadt konzentriert. Im Vergleich zu anderen Kommunen findet man in der Stadt Heidelberg noch ein entsprechendes Fachangebot.
- In der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung** ist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs mit 0,96 die niedrigste Zentralität zu verzeichnen. Das Verkaufsflächenangebot von rund 6.550 m<sup>2</sup> entfällt auf elf überwiegend kleinflächige Anbieter (meist < 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit entsprechendem Kernsortiment, ansonsten wird die Warengruppe als Randsortiment vorgehalten. In der Warengruppe wird ein Umsatz von rund 19,5 Mio. Euro generiert.
- Die Warengruppe **Sport und Freizeit** weist rund 11.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und eine Zentralität von 1,51 auf. Das Angebot dieser Warengruppe in Heidelberg ist durch Fachanbieter aus den Bereichen Fahrräder und technisches Zubehör, Campingartikel, Angler-, Jagdartikel und Waffen, Sportartikel sowie Sportbekleidung und Sportschuhe sehr vielfältig strukturiert. Des Weiteren wird die Warengruppe als Randsortiment vorgehalten. Von besonderer Relevanz ist der neue Anbieter Karstadt Sport in der Heidelberger Altstadt. Insgesamt wird in der Warengruppe ein Umsatz von rund 33,8 Mio. Euro erzielt.

Mit insgesamt rund 75.350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, 240 Kernsortimentsanbietern und einem Umsatz von fast 210 Mio. Euro (Zentralität: 1,31) haben die **Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs** einen Anteil von nahezu einem Viertel am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot in Heidelberg. Positiv hervorzuheben ist, dass das Angebot, welches schwerpunktmäßig in der Innenstadt bereitgehalten wird, einen attraktiven und vielfältigen Mix über alle Warengruppen mit entsprechenden Kernsortimentsanbietern aufweist. Dabei handelt es sich sowohl um inhabergeführte Fachgeschäfte wie auch namhafte Filialisten mit überregionaler Strahlkraft. Bis auf die Warengruppe der Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung weisen die übrigen Warengruppen teilweise sehr hohe Kaufkraftzuflüsse auf. Das überwiegend innerstädtische Angebot der Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe positioniert sich damit gut gegenüber der Wettbewerbssituation in der Metropolregion Rhein-Neckar. Dabei sticht insbesondere die Innenstadt durch eine Mischung aus attraktivem Einzelhandelsangebot sowie reizvoller städtebaulicher Struktur hervor.

### Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- Mehr als ein Drittel der Verkaufsfläche (rund 130.700 m<sup>2</sup>) entfällt auf Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Baummarktsortimente** (rund 39.750 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), **Gartenmarktsortimente** (rund 18.900 m<sup>2</sup>) und **Möbel** (rund 34.250 m<sup>2</sup>). Die Flächenanteile dieser Warengruppen sind vor allem auf das flächenintensive Angebot der entsprechenden Betriebe dieser Warengruppen zurückzuführen. Der Großteil des Angebots im Bereich Baummarktsortimente entfällt auf drei großflächige Anbieter. Diese sind die Baumärkte Hornbach (Wieblinger Weg), OBI (Im Breitspiel) sowie Bauhaus (Eppelheimer Straße). Letztgenannter wurde erst 2010 im neuen Stadtteil Bahnstadt eröffnet und stellt den mit Abstand größten Baumarktsortimentsanbieter der Stadt sowie den bisher einzigen großflächigen Betrieb des Sonderstandortbereiches Bahnstadt Fachmarktzentrum (FMZ) dar. Durch die Schließung des zentral gelegenen Bauhauses, Kurfürsten-Anlage im November 2019 sind somit alle großflächigen Anbieter von Baumarktsortimenten typischerweise außerhalb des Innenstadtbereiches verortet. Im Bereich der Gartenmarktsortimente tritt vor allem der Fachanbieter Dehner, Eppelheimer Straße am gleichnamigen Sonderstandortbereich hervor. Der größte Anbieter im Möbelbereich ist das Möbelhaus Breitwieser in der Hertzstraße. Durch die Lage im Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd und vor dem Hintergrund, dass der OBI-Markt ebenfalls in unmittelbarer Nähe südlich des Sonderstandortbereiches verortet ist, ist dieser Teilbereich der Stadt für die überwiegend langfristige Bedarfsstufe besonders hervorzuheben. Im Sonderstandortbereich Bahnstadt FMZ soll voraussichtlich bereits im kommenden Jahr ein Möbelhaus mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 28.000 m<sup>2</sup> eröffnen. Die Zentralitäten in den genannten Warengruppen sind bis auf die Gartenmarktsortimente (1,01) unterdurchschnittlich (Baumarktsortimente 0,76 und Möbel 0,65). Somit sind teilweise deutliche Kaufkraftabflüsse ins Umland in einigen Warengruppen dieser Bedarfsstufe zu erkennen. Durch die Ansiedlung eines großen Möbelhauses in der Bahnstadt, werden sich diese Kaufkraftabflüsse in den nächsten Jahren reduzieren.
- Besonders hohe Kaufkraftzuflüsse kann die Stadt Heidelberg hingegen in den Warengruppen Uhren / Schmuck (2.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie medizinische und orthopädische Artikel (4.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) verzeichnen. Aufgrund eines besonders guten Angebots liegt die Zentralität bei Uhren / Schmuck bei 2,17. In der Warengruppe der medizinischen und orthopädischen Artikel sind es 2,79. Diese Warengruppen werden insbesondere durch inhabergeführte und kleinflächige Betriebe angeboten.

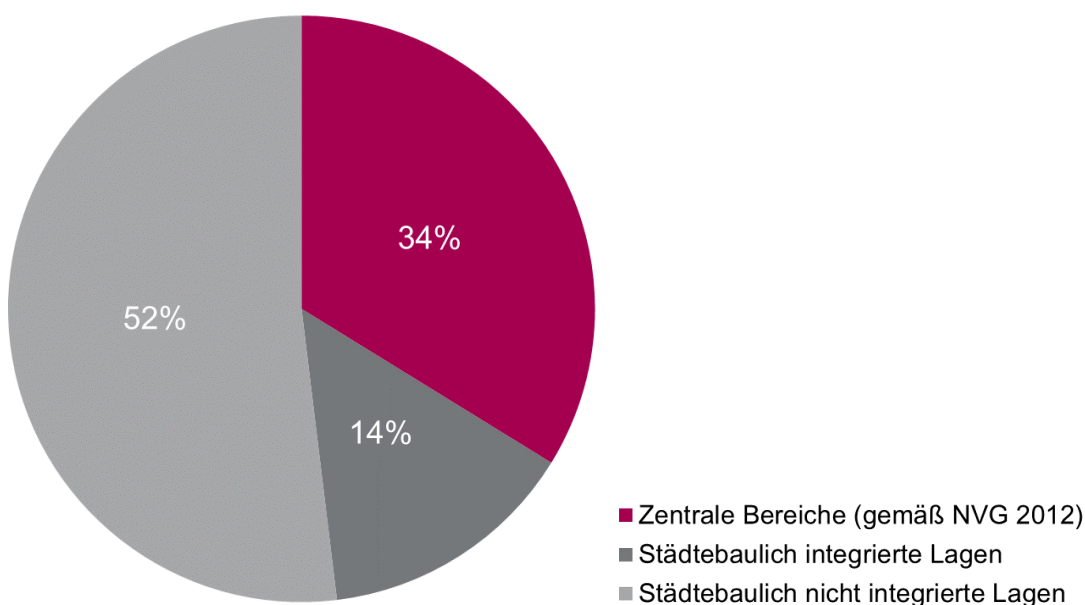
Insgesamt zeigt sich in den Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe ein umfassendes Angebot in Heidelberg. Dabei sind aus rein quantitativer Sicht vor allem in den Warengruppen Möbel und Baumarktsortimente Entwicklungsspielräume für zusätzliche Kaufkraftbindungen erkennbar. Durch die erwähnte Ansiedlung eines großflächigen Möbelhauses in der Bahnstadt wird sich der Umsatz in der Warengruppe Möbel zukünftig deutlich erhöhen. Darüber hinaus liegt in den meisten Branchen eine vergleichsweise gute Angebotsmischung vor, was sich in den teilweisen sehr hohen Zentralitäten einzelner Warengruppen widerspiegelt. Zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten sind vor allem unter Berücksichtigung räumlicher und struktureller Optimierungen zu sehen.

## 5.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Stadt Heidelberg

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet ist, mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung, von grundlegender Bedeutung. Abbildung 6 zeigt die Verteilung der Verkaufsflächen in Heidelberg nach Lagen.

**Die Kategorisierung und Analyse der Lagen bezieht die zentralen Bereiche auf die vorgenommene Einschätzung und Abgrenzung dieser Bereiche aus dem Nahversorgungsgutachten (NVG)<sup>25</sup> aus dem Jahr 2012 mit ein.**

**Abbildung 6: Verteilung der Verkaufsflächen in der Stadt Heidelberg differenziert nach Lagen**



Quelle: Darstellung und Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Abgrenzung der zentralen Bereiche nach NVG 2012

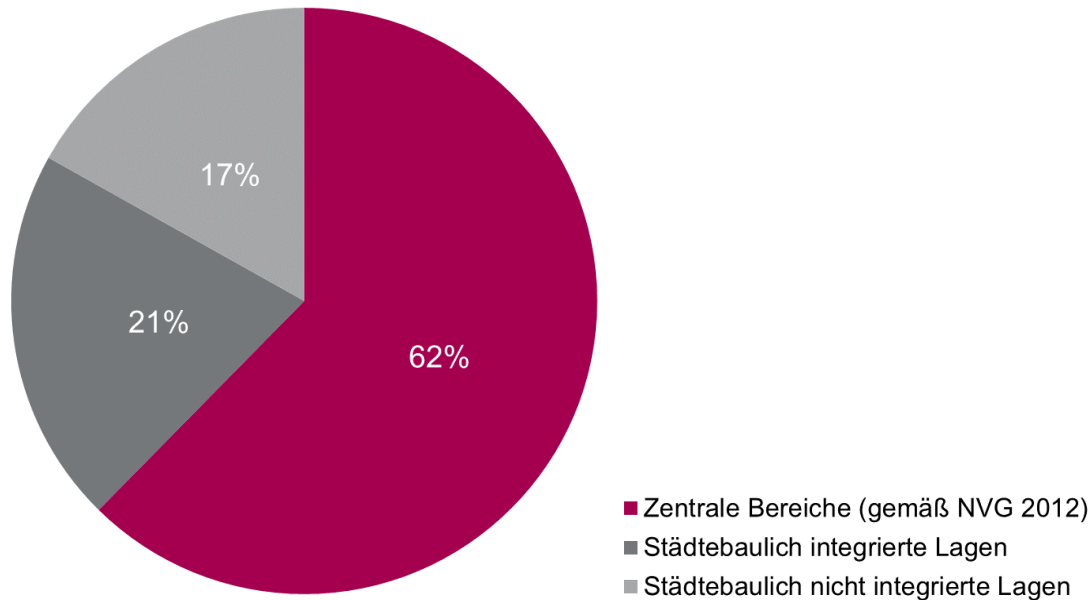
In Bezug auf die räumlich-funktionale Angebotsstruktur ist insbesondere die Heidelberger Innenstadt mit der historischen Altstadt hervorzuheben. Ergänzt wird diese Angebotsstruktur durch räumliche Konzentrationen und Angebote unter anderem in den Stadtteilen Bergheim oder Neuenheim. In den zentralen Bereichen außerhalb der genannten Stadtteile ist darüber hinaus ein größtenteils kleinteiliges Angebot zu beobachten. Größere Schwerpunkte des Handels befinden sich zudem an drei städtebaulich nicht integrierten Sonderstandortbereichen (Rohrbach-Süd, Eppelheimer Straße (Pfaffengrund), Bahnstadt (Fachmarktzentrum)).

Insgesamt entfallen damit mit 34 % mehr als ein Drittel der Verkaufsflächen in Heidelberg auf Lagen in zentralen Bereichen (NVG 2012). Dies ist unter stadtentwicklungsplanerischen Gesichtspunkten das Ergebnis einer zielgerichteten und erfolgreichen Einzelhandelssteuerung der vergangenen Jahre auf zentrale Lagen. Rund 14 % der Verkaufsflächen befinden sich in städtebaulich integrierten Lagen. Dazu gehören beispielsweise verschiedene Nahversorgungsstandorte. Daneben wird das Angebot in städtebaulich nicht integrierten Lagen vor allem durch die drei Einzelhandelskonzentrationen in Rohrbach-Süd, an der Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) sowie in der

<sup>25</sup> Vergleiche dazu: Dr. Donato Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung (2012): Nahversorgungsgutachten für die Stadt Heidelberg. Lörrach.

Bahnstadt (Fachmarktzentrum) geprägt. Aufgrund des starken Angebotsstandortes Rohrbach-Süd liegt somit mehr als die Hälfte der Heidelberger Verkaufsfläche an städtebaulich nicht integrierten Standorten.

**Abbildung 7: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Heidelberg differenziert nach Lagen**

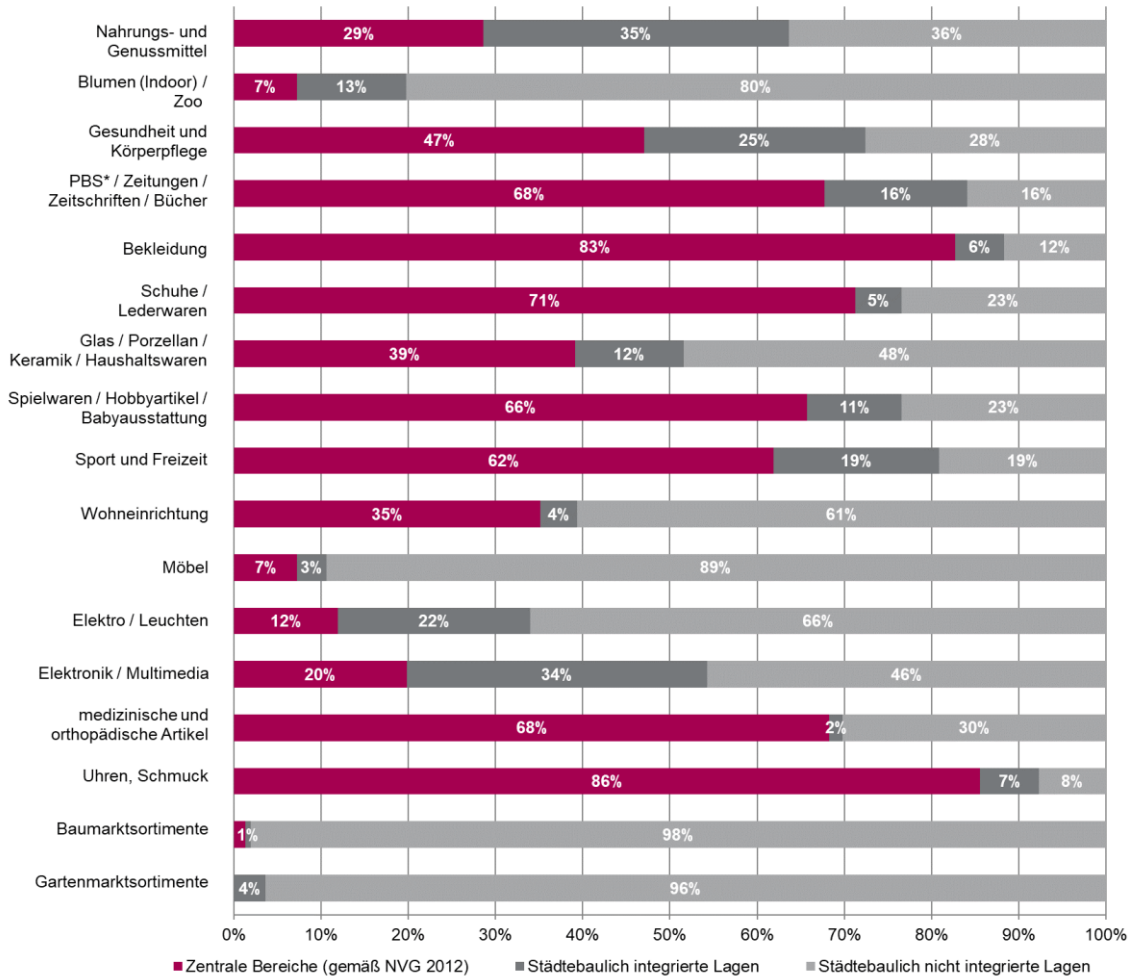


Quelle: Darstellung und Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Abgrenzung der zentralen Bereiche nach NVG 2012

Die Verteilung der Betriebe zeigt, dass sich die Mehrheit der Betriebe in zentralen Bereichen oder an städtebaulich integrierten Standorten befindet. Mehr als 80 % der Heidelberger Betriebe befinden sich somit für die Bevölkerung in Lagen, die insbesondere fußläufig gut und schnell zu erreichen sind. Lediglich rund 17 % der Betriebe, zumeist an den drei genannten Sonderstandortbereichen, befinden sich in städtebaulich nicht integrierter Lage. Der Stadt Heidelberg ist in den letzten Jahren somit eine gute räumliche Steuerung des Einzelhandels in Bezug auf die Lagekategorien zu attestieren. Die nachfolgende Abbildung zeigt die Verteilung der Verkaufsflächen nach Lagen und Warengruppen.



**Abbildung 8: Verteilung der Verkaufsflächen in der Stadt Heidelberg differenziert nach Warengruppen und Lagen (in Prozent)**



\*Papier / Büroartikel / Schreibwaren

Quelle: Darstellung und Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen;  
Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019

- Die typischen **nahversorgungsrelevanten Warengruppen** Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege werden vor allem wohnungsnah angeboten und weisen daher erwartungsgemäß den Schwerpunkt des Angebotes zum einen in zentralen Bereichen und zum anderen in städtebaulich integrierten Lagen auf.
- Das Gros typischer **zentrenrelevanter Sortimente**, wie Bekleidung, Schuhe / Lederwaren oder Elektronik / Multimedia, wird in der Innenstadt beziehungsweise zentralen Bereichen angeboten. Grundsätzlich befinden sich im kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfsbereich die Verkaufsflächenanteile mehrheitlich in städtebaulich integrierten beziehungsweise zentralen Lagen.
- Der hohe Anteil der **Warengruppe Blumen (Indoor) / Zoo** in städtebaulich nicht integrierten Lagen (rund 80 %) ist auf einen größeren Fachmarkt für Zooartikel zurückzuführen (Zoo Kölle).
- Darüber hinaus ist insbesondere aufgrund des Angebotes am **Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd** ein nicht unerheblicher Teil zentren- und nahversorgungsrelevanter Angebote aus den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung sowie Sport und Freizeit auch in städtebaulich nicht integrierter Lage anzutreffen. Diese treten in einen direkten Wettbewerb mit Angeboten in den zentralen Bereichen.
- Darüber hinaus liegen die **quantitativen Schwerpunkte** typischer nicht-zentrenrelevanter Warengruppen (Bau- und Gartenmarktsortimente, Möbel) vor allem in städtebaulich nicht integrierten Lagen.

- **Insgesamt** gesehen zeigt sich somit ein deutlich differenziertes Bild zwischen der räumlichen Verteilung der Betriebe und ihrer Verkaufsfläche. Insbesondere die großformatigen und autokundenorientierten Sonderstandortbereiche Rohrbach-Süd, Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) und Bahnstadt (Fachmarktzentrum) prägen – neben der eher kleinteiligen strukturierten Innenstadt – die Heidelberger Einzelhandelsstruktur.

### 5.3 Nahversorgungssituation

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur nimmt die wohnungsnah Grundversorgung ein. Hierunter wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des **kurzfristigen (täglich) Bedarfs** verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden<sup>26</sup>. In der Praxis wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere das Angebot in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung sind darüber hinaus strukturelle (Betriebsformenmix) und räumliche Aspekte (Erreichbarkeit) zu berücksichtigen.

In der Gesamtschau zeigt sich für die Stadt Heidelberg eine **quantitativ gute Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Derzeit führen **338 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Hauptsortiment untergeordnetes) Randsortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rund **65.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund **22 %** an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht.

Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beläuft sich aktuell auf **0,45 m<sup>2</sup> pro Einwohner** und liegt damit über dem in der Sekundärliteratur aufgeführten bundesdeutschen Durchschnittswert von 0,35 bis 0,40 m<sup>2</sup> pro Einwohner.

Mit rund **344 Mio. Euro Umsatz** entfallen rund ein Drittel **des Gesamtumsatzes** des Heidelberger Einzelhandels auf die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Der **Zentralitätswert** von **0,96** zeigt, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel knapp 4 % unter dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der Heidelberger Bevölkerung und somit unterhalb des als „Vollversorgung“ zu interpretierenden Orientierungswertes von 1,00 liegt. Dies ist auch eine Folge des Bevölkerungswachstums in den letzten Jahren.

Auf einer **qualitativen Betrachtungsebene** zeigt sich, dass in Heidelberg in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel alle Betriebsformen und -größen vertreten sind. Die **Angebotsmischung** aus zahlreichen Verbrauchermärkten, Supermärkten und Lebensmitteldiscountern, diversen Fachmärkten (v. a. Getränke) sowie zahlreichen Lebensmittelläden, spezialisierten Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks ist insgesamt grundsätzlich positiv zu bewerten. In Bezug auf die typischen Supermärkte und Discounter zeigt sich insgesamt gesehen eine kleinteilige Struktur. So liegt der durchschnittliche Wert bei den beiden Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels unterhalb der Großflächigkeit und damit unterhalb heutiger typischer Markteintrittsgrößen.

Der **Bio-Lebensmitteleinzelhandel** nimmt in Heidelberg eine wichtige Versorgungsfunktion ein und ist durch eine Vielzahl an kleinen Märkten im Stadtbild sichtbar. Das Angebot ist für diese Betriebstypen typischerweise kleinteilig strukturiert und wird durch gängige Filialisten dominiert. Die Märkte kommen in der Regel mit Größen von 400 bis 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche aus, haben jedoch für die Zentren teilweise eine wichtige Versorgungs- und Magnetfunktion. Im Vergleich zu anderen Städten in Deutschland ist eine hohe Anzahl an Bio-Lebensmittelmärkten in der Stadt Heidelberg zu beobachten. Darüber hinaus ergänzen auf regionale, landwirtschaftliche Erzeugnisse spezialisierte Hofläden das Lebensmittelangebot in Heidelberg.

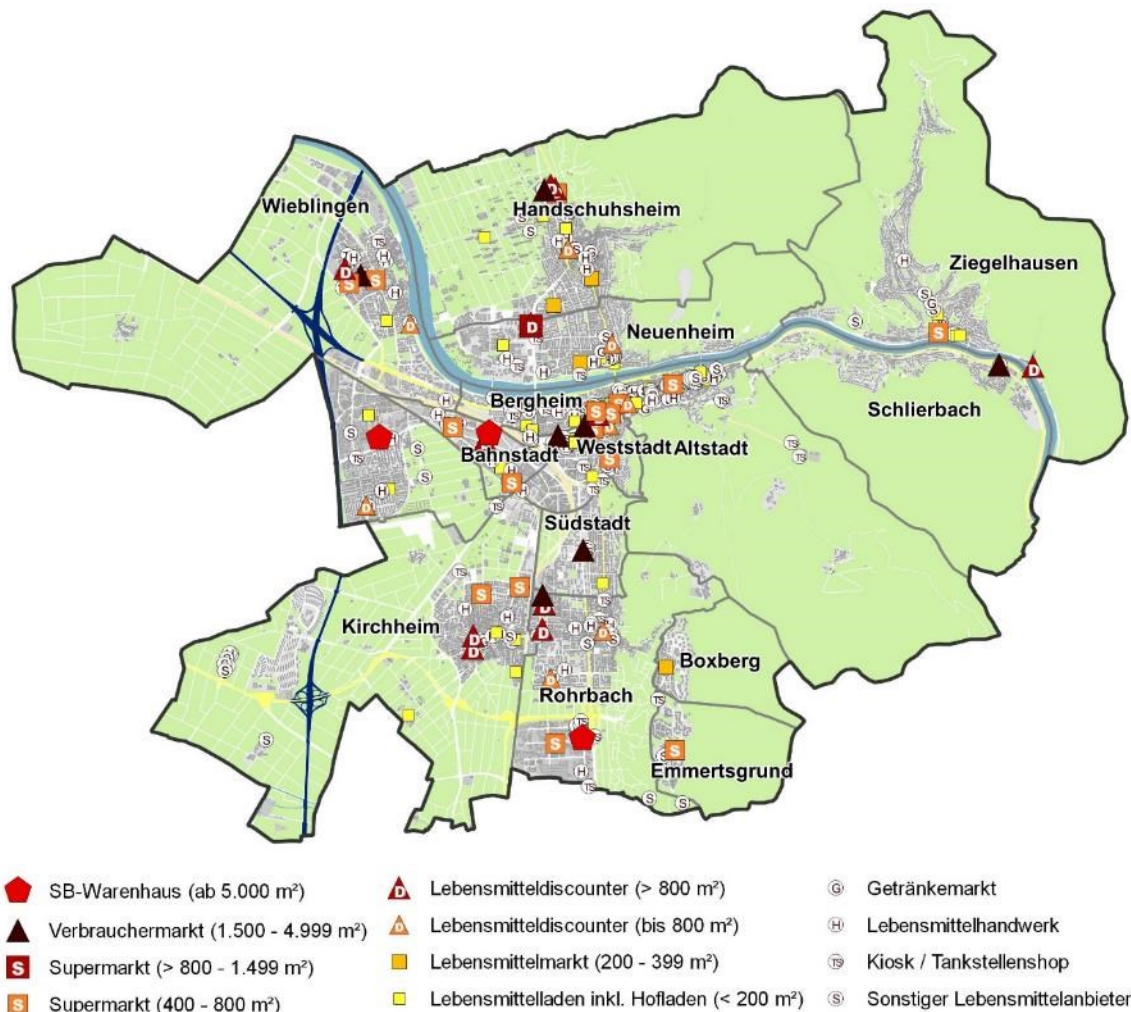
---

<sup>26</sup> vergleiche hierzu die Definition der Nahversorgung im Kapitel 3.1

- In einem nächsten Schritt wird das nahversorgungsrelevante Angebot hinsichtlich der räumlichen Lage und Verteilung differenziert betrachtet (siehe Karte 5). In dem „neuen“ Stadtteil Bahnstadt ist mit rund 7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einer einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung von 1,64 m<sup>2</sup> pro Einwohner eine deutlich überdurchschnittliche Angebotsausstattung zu beobachten. Bedingt durch das Einwohnerwachstum in den letzten Jahren und auch zukünftig gibt es dort Angebotsausweitungen und neue Betriebe, die die Nahversorgung in Zukunft sichern und auch eine Kaufkraftbindung über den Stadtteil hinaus entwickeln.
- Eine weitere überdurchschnittliche Angebotsausstattung besteht aufgrund des Sonderstandortbereiches Rohrbach-Süd und zahlreicher größerer Lebensmittelanbieter im Stadtteil Rohrbach. Hier liegt der Stadtteil mit einer hohen Dichte an Einzelhandelsstandorten für Lebensmittel, die – nicht zuletzt aufgrund ihrer Größe und Menge – eine über die reine Nahversorgung hinausgehende Versorgungsbedeutung und entsprechende Kaufkraftbindung auch über den Stadtteil hinaus entwickeln. Es ist mit rund 16.700 Einwohnern auch ein entsprechend starkes Einwohnerpotenzial vorhanden.
- In den Bergstadtteilen Boxberg und Emmertsgrund zeigen sich deutliche Lücken im Lebensmittelbereich. Dort sichern derzeit nur zwei kleinere Lebensmittelanbieter die Nahversorgung. Auch in den Stadtteilen Handschuhsheim, Kirchheim und Neuenheim zeigen sich rein quantitativ betrachtet Lücken im Lebensmitteleinzelhandel. Hierbei ist jedoch zu beobachten, dass durch Übergänge zu anderen Stadtteilen teilweise für größere Siedlungsbereiche eine gute Nah- und Grundversorgung besteht (vergleiche dazu auch Karte 5 und Karte 6).
- Im Innenstadtbereich rund um die Altstadt mit den Stadtteilen Bergheim und Weststadt zeigt sich, dass gerade der Stadtteil Bergheim mit rund 4.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eine wichtige Versorgungsfunktion für die genannten Stadtteile einnimmt. Hier zeigt sich die kleinteilige Bebauungs- und in der Folge Angebotsstruktur im Herzen Heidelbergs.

Dabei wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel teils erhebliche Unterschiede in den einzelnen Stadtteilen der Stadt Heidelberg gibt (vergleiche dazu Tabelle 10).

Karte 5: Räumliche Verteilung der Lebensmittelanbieter



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

- In dem „neuen“ Stadtteil Bahnstadt ist mit rund 7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>27</sup> und einer einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung von 1,64 m<sup>2</sup> pro Einwohner eine deutlich überdurchschnittliche Angebotsausstattung zu beobachten. Bedingt durch das Einwohnerwachstum in den letzten Jahren und auch zukünftig gibt es dort Angebotsausweitungen und neue Betriebe, die die Nahversorgung in Zukunft sichern und auch eine Kaufkraftbindung über den Stadtteil hinaus entwickeln.
- Eine weitere überdurchschnittliche Angebotsausstattung besteht aufgrund des Sonderstandortbereiches Rohrbach-Süd und zahlreicher größerer Lebensmittelanbieter im Stadtteil Rohrbach. Hier liegt der Stadtteil mit einer hohen Dichte an Einzelhandelsstandorten für Lebensmittel, die – nicht zuletzt aufgrund ihrer Größe und Menge – eine über die reine Nahversorgung hinausgehende Versorgungsbedeutung und entsprechende Kaufkraftbindung auch über den Stadtteil hinaus entwickeln. Es ist mit rund 16.700 Einwohnern auch ein entsprechend starkes Einwohnerpotenzial vorhanden.
- In den Bergstadtteilen Boxberg und Emmertsgrund zeigen sich deutliche Lücken im Lebensmittelbereich. Dort sichern derzeit nur zwei kleinere Lebensmittelanbieter die Nahversorgung. Auch in den Stadtteilen Handschuhsheim, Kirchheim und Neuenheim zeigen sich rein quantitativ betrachtet Lücken im Lebensmitteleinzelhandel. Hierbei ist jedoch zu beobachten, dass durch Übergänge zu anderen Stadtteilen

<sup>27</sup> einschließlich der im Jahr 2020 neu eröffneten, großflächigen Lebensmittelmärkte in den Westarkaden

teilweise für größere Siedlungsbereiche eine gute Nah- und Grundversorgung besteht (vergleiche dazu auch Karte 5 und Karte 6).

- Im Innenstadtbereich rund um die Altstadt mit den Stadtteilen Bergheim und Weststadt zeigt sich, dass gerade der Stadtteil Bergheim mit rund 4.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eine wichtige Versorgungsfunktion für die genannten Stadtteile einnimmt. Hier zeigt sich die kleinteilige Bebauungs- und in der Folge Angebotsstruktur im Herzen Heidelbergs.

**Tabelle 10: Ausstattung an Grundversorgungsangeboten in den Stadtteilen**

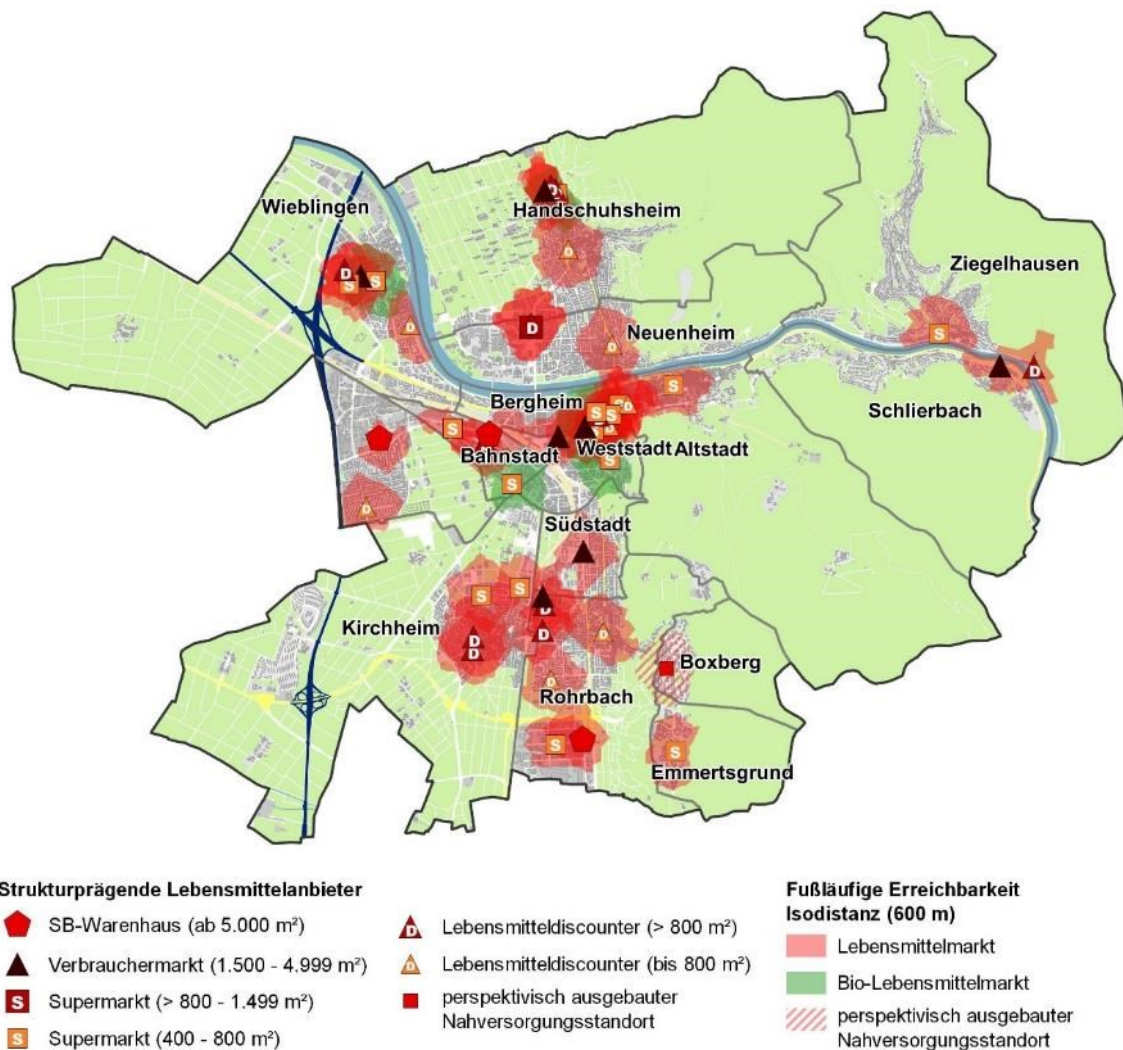
<b>Stadtteil</b>	<b>Einwohner 2018</b>	<b>VKF NuG</b>	<b>VKF NuG in m<sup>2</sup> / Einwohner</b>
Altstadt	10.391	4.250	0,41
Bahnstadt	4.167	6.850	1,64
Bergheim	7.287	4.550	0,63
Boxberg	4.189	250	0,07
Emmertsgrund	6.859	900	0,13
Handschuhsheim	18.228	7.100	0,39
Kirchheim	17.849	4.400	0,25
Neuenheim	13.163	3.950	0,30
Pfaffengrund	7.802	6.250	0,80
Rohrbach	16.652	11.250	0,68
Schlierbach	3.243	1.500	0,47
Südstadt	4.886	1.650	0,34
Weststadt	13.037	5.850	0,45
Wieblingen	10.201	4.550	0,45
Ziegelhausen	9.483	2.500	0,26
<b>Gesamt</b>	<b>147.437</b>	<b>65.800</b>	<b>0,45</b>

Quelle: Zusammenstellung Junker + Kruse auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung zwischen Oktober und Dezember 2019 sowie der stadtteilspezifischen Einwohnerzahlen der Stadt Heidelberg (Stand 31. Dezember 2018); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen  
VKF=Verkaufsfläche, NuG=Nahrungs- und Genussmittel

Entwicklungsoptionen aufgrund dieser angebotsseitigen Unterschiede sind in einem räumlichen Zusammenhang zu erklären. Je nach Lage und Größe übernehmen Einzelhandelsstandorte beziehungsweise -betriebe innerhalb eines Stadtteils durchaus auch eine Versorgungsfunktion für benachbarte Stadtteile, die ihrerseits ein quantitatives Defizit aufweisen. Dies ist insbesondere aufgrund der siedlungsräumlichen Struktur Heidelbergs zu untersuchen. Die einzelnen Stadtteile sind nicht ausschließlich in sich geschlossen und räumlich voneinander abgesetzt, sondern gehen in der Kernstadt häufig ineinander über, so dass die Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsbetriebes auch über die Grenze des Stadtteils (beziehungsweise der Stadt) hinausreichen kann. Es gibt jedoch auch in Heidelberg siedlungsräumig abgesetzte Stadtteile, wie die beiden Bergstadtteile Boxberg und Emmertsgrund oder der Stadtteil Schlierbach, die auch aufgrund ihrer Lage ein geringes Kaufkraftpotenzial aufweisen und keine räumliche Anbindung beziehungsweise direkten Übergang zu anderen Stadtteilen haben. Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung muss neben der quantitativen Ausstattung in den Stadtteilen daher vor allem die siedlungsräumliche Integration und fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelanbieter als Bewertungsmaßstab herangezogen werden. Einen Überblick über die räumliche Versorgungssituation in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel gibt die nachfolgende Karte 6, die alle strukturprägenden Lebensmittelanbieter (Lebensmittelmärkte ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und deren

fußläufiges Einzugsgebiet darstellt. Aufgrund der verkehrlichen, topographischen und siedlungsräumlichen Gegebenheiten in Heidelberg wurde dazu eine maximale fußläufig Entfernung zwischen Wohn- und Angebotsstandort von 600 m zugrunde gelegt, was im Mittel einem noch akzeptablen Fußweg von rund 5 Minuten Dauer und somit einer kritischen Zeit-Distanz-Schwelle entspricht.

**Karte 6: Strukturprägende Lebensmittelanbieter\* ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in der Stadt Heidelberg mit 600 m-Isodistanzen**



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

\* Im Stadtteil Boxberg ist gegenwärtig kein strukturprägender Lebensmittelanbieter ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorhanden, so dass ein perspektivisch ausgebauter Nahversorgungsstandort denkbar ist.

Insgesamt ist eine stadtweite Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter erkennbar. Für viele Teile der Wohnsiedlungsbereiche ist eine vergleichsweise gute bis sehr gute fußläufige Erreichbarkeit hinsichtlich nahversorgungsrelevanter Angebote gegeben. Aufgrund der Siedlungsstruktur und der Topografie ergeben sich bei den strukturprägenden Lebensmittelanbietern jedoch teilweise Lücken, wie im nördlichen Siedlungsbereich des Stadtteils Ziegelhausen. Auch im Stadtteil Handschuhsheim ist zwar eine gute räumliche Versorgung vorhanden, jedoch konzentriert sich diese auf zwei Standorte. Davon leistet der Standort an der Fritz-Frey-Straße aufgrund seiner Randlage nur einen geringen Beitrag zur flächendeckenden Nahversorgung. Insgesamt zeigen sich bedingt durch die Bebauungsstruktur in einwohnerstarken Stadtteilen teilweise kleine räumliche Lücken in der Nahversorgung, wie zum Beispiel im Stadtteil Neuenheim. Eine besondere Rolle nehmen darüber hinaus

die Bio-Lebensmittelmärkte ein. Neben der Versorgungsfunktion haben eben jene Lebensmittelanbieter eine wichtige Funktion als Frequenzerzeuger für die Zentren und Quartiere. Bio-Lebensmittelmärkte und auch spezialisierte Lebensmittelmärkte weisen jedoch im Vergleich zu anderen Supermärkten eine geringere Frequentierung auf, was nicht zuletzt an der typisch kleinteiligeren Verkaufsflächenstruktur liegt.

## 5.4 Großflächiger Einzelhandel in der Stadt Heidelberg

Der großflächige Einzelhandel ist, in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel, bauplanungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Dazu gehören unter anderem Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte, Fachmärkte sowie auch Einkaufszentren. Die Einstufung als großflächiger Betrieb nach § 11 (3) BauNVO erfolgt ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup>; dies entspricht einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m<sup>2</sup>.<sup>28</sup>

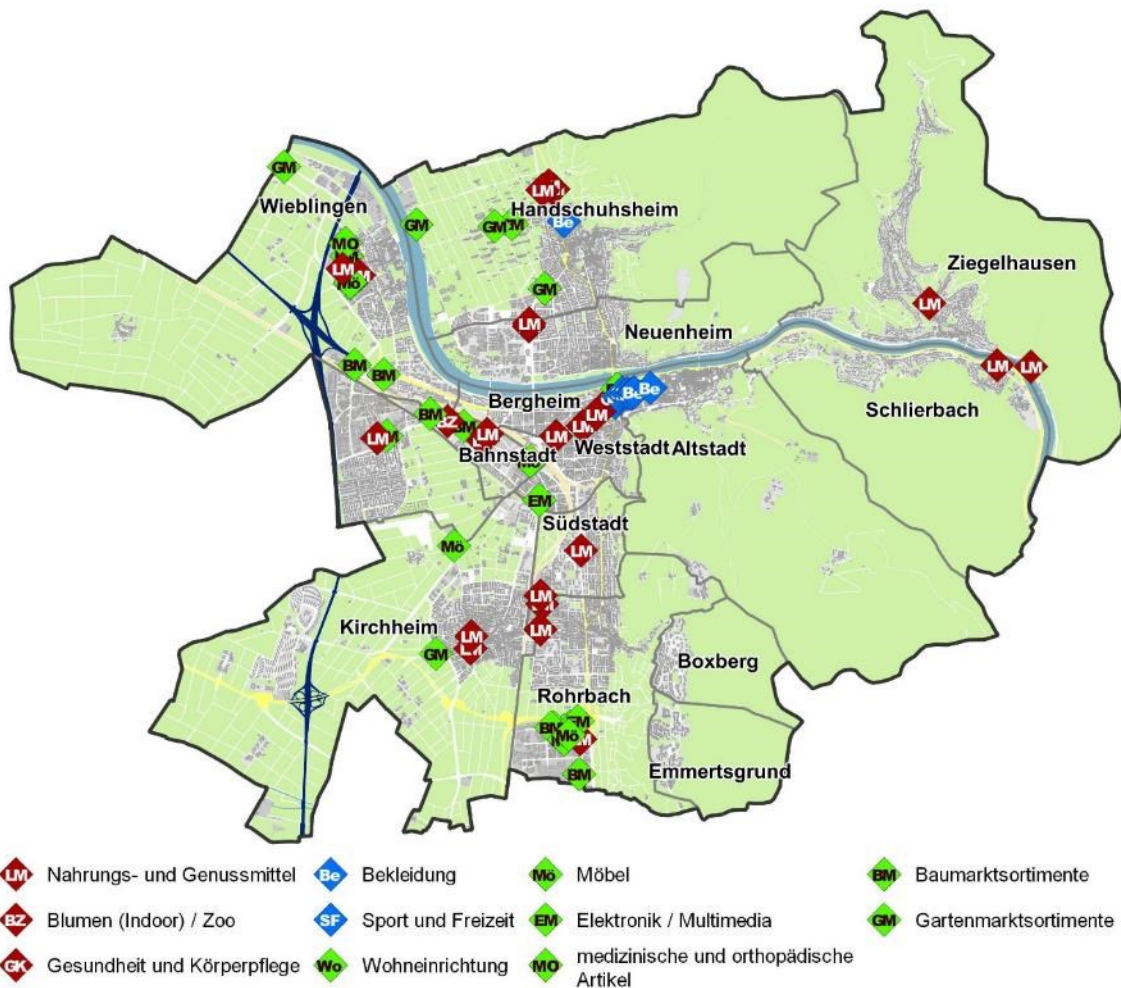
Dem allgemeinen Strukturwandel im Einzelhandel folgend wird auch in der Stadt Heidelberg die Einzelhandelsstruktur in besonderem Maße durch großflächige Betriebsformen geprägt. Einzelne Warengruppen wie die Bereiche Bau- und Gartenmarktsortimente oder Möbel, aber auch zentrenprägende Warengruppen wie Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel treten dabei besonders hervor. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass Betriebe dieser Art zu einer attraktiven und umfassenden Sortiments- und Betriebsformenmischung beitragen. Jedoch können zu groß dimensionierte und / oder peripher – sowohl innerhalb des Stadtgebietes als auch in Nachbarkommunen – angesiedelte Betriebe negative Folgewirkungen für die Zentrenfunktion beziehungsweise deren Entwicklungsperspektiven bewirken. Dies ist dann insbesondere der Fall, wenn eine sehr kleinteilige Angebotsstruktur, wie in Heidelberg, besteht.

- Aktuell existieren in Heidelberg 60 großflächige Anbieter<sup>29</sup> mit einer Verkaufsfläche von rund 200.000 m<sup>2</sup>. Obwohl diese Betriebe nur rund 6 % aller Betriebe darstellen, entfällt auf sie rund zwei Drittel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots. Dies spiegelt abermals die kleinteilige Einzelhandelsstruktur bei den anderen Betrieben wider. Rund 95 % aller Betriebe sind kleinflächig und vereinen nur rund ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche auf sich.
- Mit 23 Betrieben mit diesem Kernsortiment und rund 46.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entfällt rund ein Viertel der Verkaufsfläche aller großflächigen Anbieter auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (darunter zum Beispiel Kaufland). Weitere rund 100.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entfallen auf die flächenintensiven Angebotsformen im Bereich der Möbel- und Garten- beziehungsweise Baumarktanbieter. Hier sind besonders die großen Bau- und Gartenmarktanbieter sowie Möbelmärkte (zum Beispiel Bauhaus, Breitweiser, Dehner) zu nennen.
- In der Warengruppe Bekleidung sind ebenfalls einige Anbieter (sieben) mit rund 38.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu finden, die sich fast vollständig in der Innenstadt befinden.
- In den weiteren Warengruppen sind zumeist einzelne großflächige Anbieter zu finden.

<sup>28</sup> Vergleiche dazu auch Bundesverwaltungsgericht Leipzig, Pressemitteilung: Entscheidung zum großflächigen Einzelhandel. Demnach ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreitet (Urteile vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

<sup>29</sup> Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m<sup>2</sup>. Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> zutrifft (vergleiche Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Karte 7: Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) in der Stadt Heidelberg



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

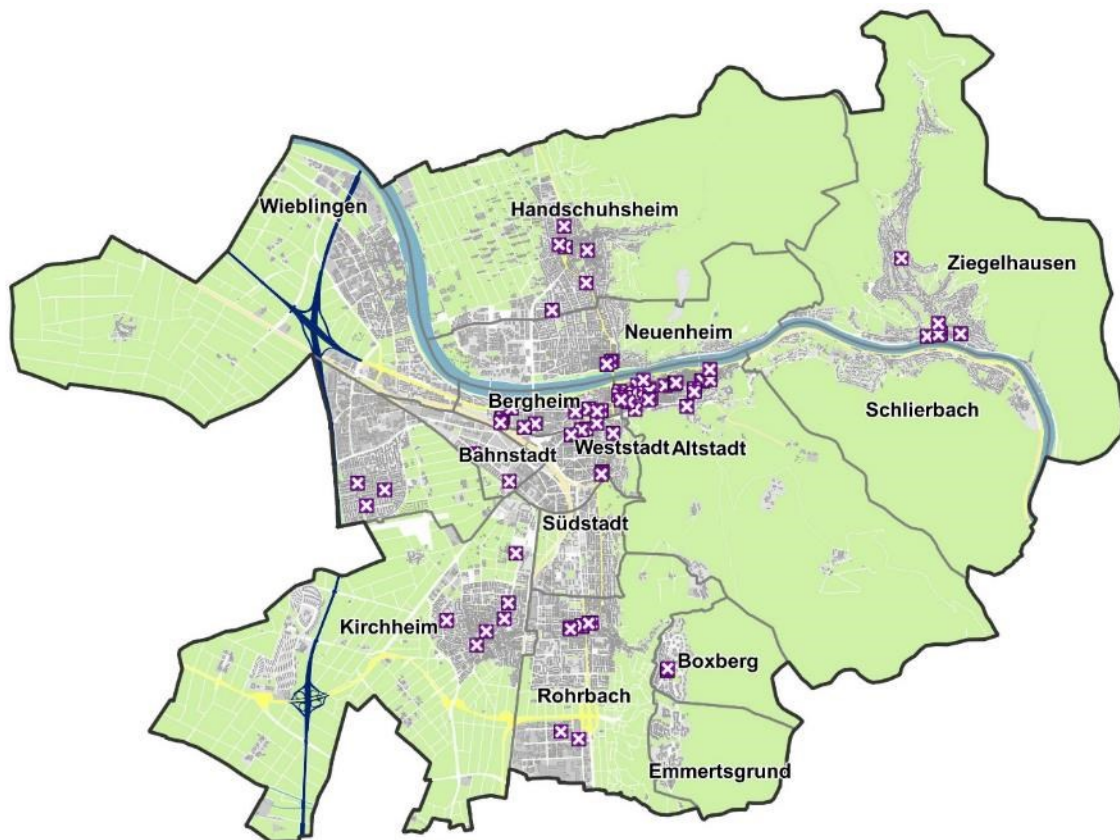
## 5.5 Leerstände

Zum Erhebungszeitpunkt (Oktober bis Dezember 2019) bestehen im gesamten Stadtgebiet 84 Leerstände von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche<sup>30</sup> von rund 14.300 m<sup>2</sup>. Dies entspricht einer durchschnittlichen Leerstandsquote von knapp 8 % der Ladenlokale und rund 5 % der Verkaufsfläche. Zur Ableitung von Handlungsbedarf ist jedoch eine (weitere) Analyse der Leerstände<sup>31</sup> insbesondere im Hinblick auf ihre Lage, Größe und potenzielle Folgenutzung (für Einzelhandel oder andere Nutzungen) notwendig.

<sup>30</sup> Flächenwert der Leerstände ist geschätzt, da die Ladenlokale teilweise nur bedingt einsehbar beziehungsweise messbar waren.

<sup>31</sup> Eine differenzierte Analyse der Leerstände ist nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung.



**Karte 8: Leerstände in der Stadt Heidelberg****Nutzungssituation**

✕ Leerstand

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

Ein Hauptaugenmerk ist vor allem auf leerstehende Ladenlokale in den zentralen Lagen, insbesondere in der Innenstadt zu legen. Dauerhafte Leerstände können, je nach Ausmaß hier zum Funktions- beziehungsweise Attraktivitätsverlust einzelner Lagen oder gar des gesamten Zentrums beitragen. In keinem Stadtteil ist eine besonders hohe Leerstandsquote zum Zeitpunkt der Erhebung festzustellen.

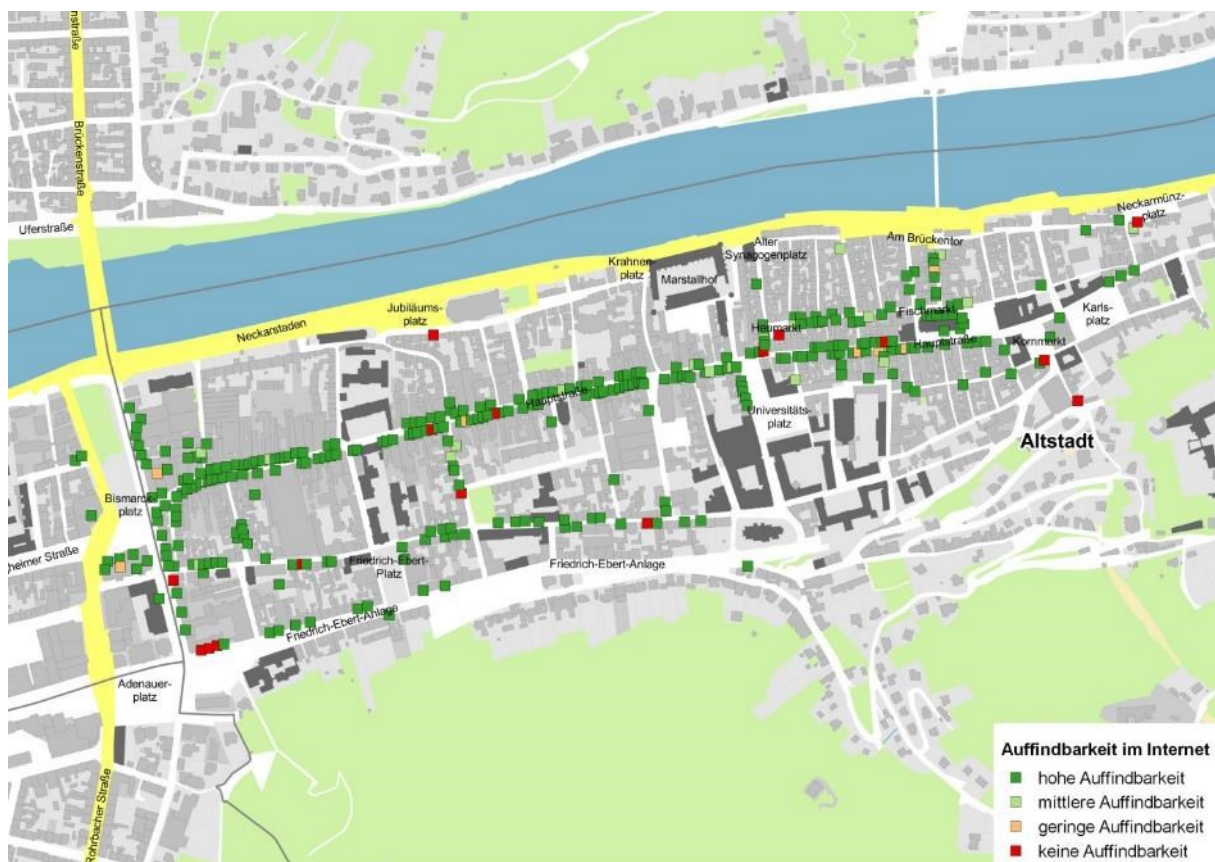
In der Heidelberger Innenstadt (zentraler Bereich: Abgrenzung nach NVG 2012) standen zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt 21 Ladenlokale mit rund 3.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und damit rund 6 % der Betriebe leer. Dabei handelt es sich um vornehmlich kleinere Leerstände. 15 dieser Leerstände haben sehr kleinteilige Verkaufsflächen von unter 100 m<sup>2</sup>. Nur sechs Leerstände haben mehr als 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche aufzuweisen. Eine sichtbare räumliche Konzentration ist nicht festzustellen. Auf der Hauptstraße, als wichtigste Heidelberger Einkaufsstraße, standen davon elf dieser erfassten Einheiten leer. In den letzten Jahren ist rein quantitativ betrachtet keine Zunahme von Leerständen in der gesamten Innenstadt zu beobachten. Aufgrund der Länge der Haupteinkaufsstraße mit rund 2 Kilometern fallen diese wenigen Leerstände nicht auf. Grundsätzlich ist jedoch ein aktives Monitoring der leerstehenden Einheiten nötig. Eine mögliche Nachnutzung – auch außerhalb des Einzelhandels – kann sinnvoll sein.

## 5.6 Exkurs: Sichtbarkeit des Online-Handels im Bereich der Altstadt

Der stationäre Einzelhandel steht im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel und der zunehmenden Bedeutung des Online-Handels unter Druck. Entwicklungsperspektiven des stationären Einzelhandels hängen dabei in besonderem Maße auch davon ab, inwieweit die Möglichkeiten der Digitalisierung bei der Vermarktung der Produkte genutzt werden. Diese Thematik ist sehr vielschichtig und könnte daher zahlreiche Aspekte, wie unter anderem das Marketing, die Verwaltung, ein Warenwirtschaftssystem und die Kommunikation behandeln. Die vorliegende Untersuchung beschränkt sich allerdings auf eine erste Einordnung des Status Quo des jeweiligen Online-Auftritts der stationären Händler. Dabei wurde auf Grundlage von einer Internetrecherche eruiert, ob die Betreiber eine eigene Internetseite besitzen, einen eigenen oder einen zentralen Online-Shop (zum Beispiel per Click & Collect) betreiben und auf Social Media-Kanälen, wie Facebook und Instagram zu finden sind. Ferner wurde die Sichtbarkeit auf der Plattform Google maps sowie in Google my Business sowie auf anderen online Verzeichnissen und/oder Portalen (unter anderem das Örtliche) recherchiert.

Die räumliche Analyse fokussierte sich insbesondere auf den Altstadt-Bereich als „Aushängeschild“ der Stadt Heidelberg. Insgesamt wurden 353 Händler im Bereich der Altstadt recherchiert. Davon sind rund 95 % der Betriebe über Google maps beziehungsweise Google my Business im Internet zu finden.

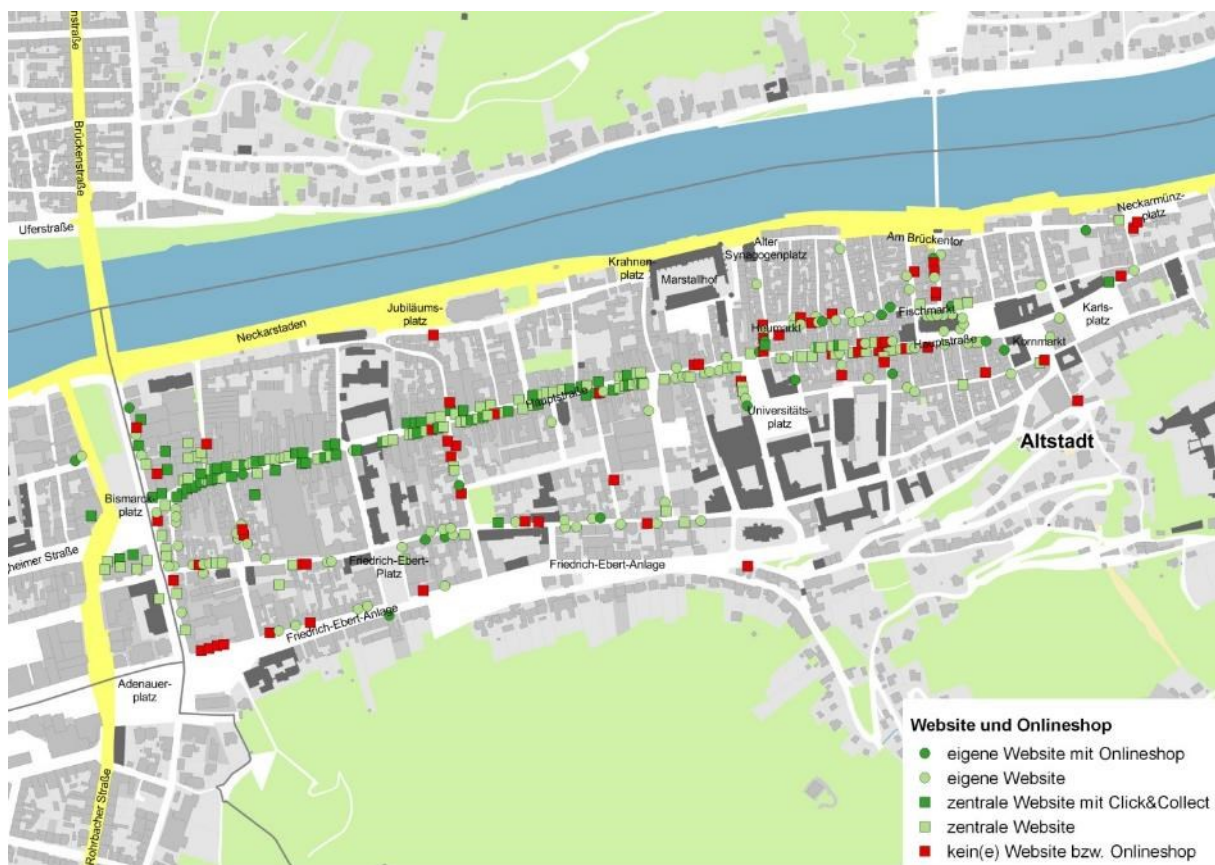
**Karte 9: Online Auffindbarkeit (Google maps, Google my Business, weitere online Plattformen und Verzeichnisse) im Bereich der Altstadt**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis der Bestandserhebung zwischen Oktober und Dezember 2019, Recherche Junker + Kruse; Kartengrundlage: Geographisch Technisches Informationssystem der Stadt Heidelberg (09/2019)

Von den recherchierten Einzelhandelsbetrieben in der Heidelberger Altstadt verfügen rund 80 % der Händler über eine eigene beziehungsweise zentrale Internetseite (zum Beispiel über die Filiale). Von allen befragten Betrieben verkaufen rund 7 % ihre Waren über einen eigenen Online-Shop. Das begründet sich vor allem darin, dass die Einzelhändler in der Heidelberger Altstadt mit einem eigenen Online-Shop hauptsächlich Filialisten sind, die ihre Waren über ihre eigenen Plattformen anbieten und verkaufen. Auf einen zentralen Online-Shop und der Möglichkeit per Click & Collect die Waren abzuholen, greifen insgesamt darüber hinaus noch zusätzlich rund 20 % zurück. Nur rund 17 % aller Betriebe im Bereich der Altstadt verfügt weder über eine eigene Homepage noch eine zentrale Homepage.

**Karte 10: Eigene / zentrale Homepage, Online-Shop und Click & Collect im Bereich der Altstadt**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis der Bestandserhebung zwischen Oktober und Dezember 2019, Recherche Junker + Kruse;  
Kartengrundlage: Geographisch Technisches Informationssystem der Stadt Heidelberg (09/2019)

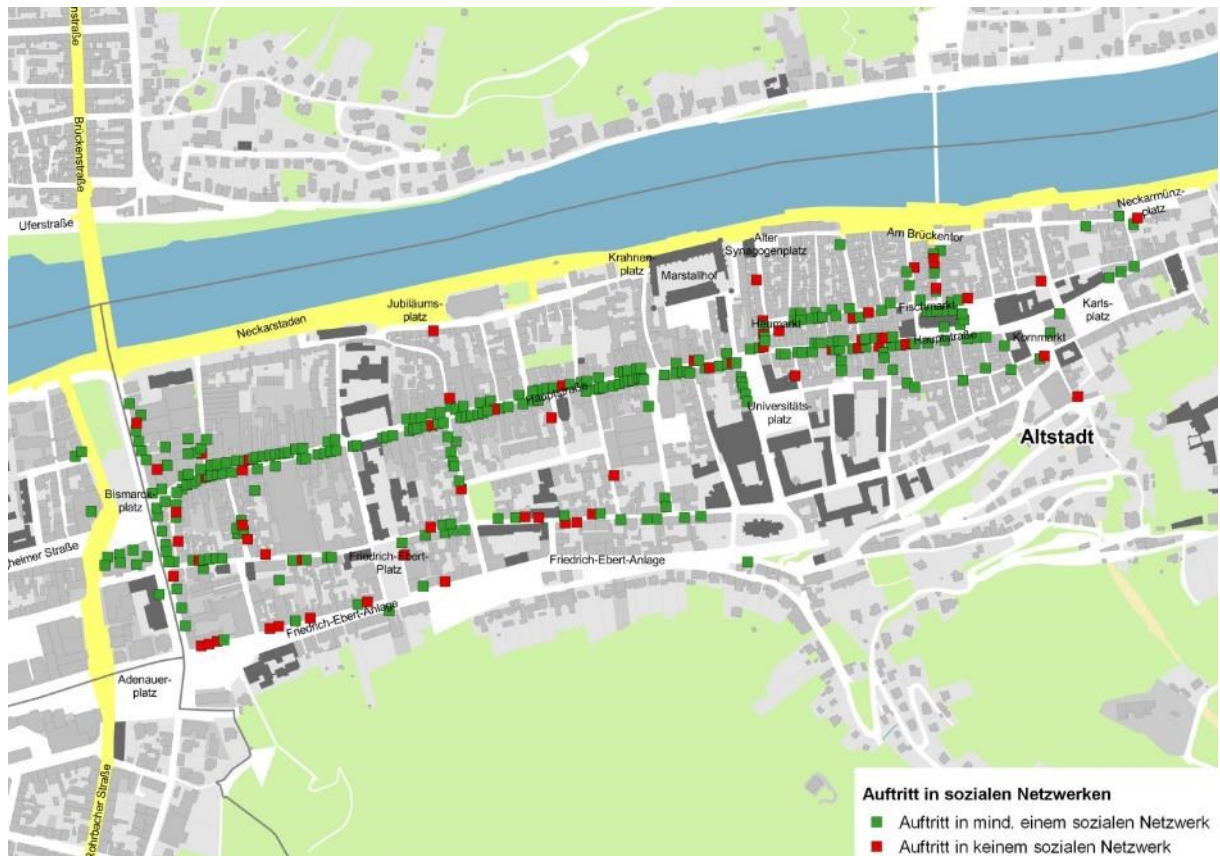
**Zum Vergleich:** Nach einer Studie von Locafox<sup>32</sup> zur Online-Präsenz von Deutschlands TOP-100-Einzelhändlern führen im Jahre 2016 73 % der Einzelhändler einen Online-Shop. Im Jahre 2015 waren es noch 60 %, was einem Wachstum von 22 % entspricht. Für den kleinteiligen, innerstädtischen Einzelhandel bedeutet das: „Kleine und mittelgroße Unternehmen sollten von den großen Playern im Einzelhandel lernen und nicht den Anschluss verlieren, denn immer mehr Konsumenten informieren sich vor dem Kauf eines Produktes im Internet, bevor sie das Geschäft aufsuchen. Händler sollten ihr Sortiment also zumindest im Internet sichtbar machen. Dies muss nicht in einem eigenem Online-Shop erfolgen, das Ausspielen der Produkte auf reichweitenstarken Plattformen ist wesentlich effizienter und kostet weniger Zeit und Ressourcen. Dort können Produkte mit Hilfe

<sup>32</sup> Locafox-Studie: Der Einzelhandel rüstet online weiter auf, 2016 (<https://www.locafox.de/pos/magazin/studie-einzelhandel-ruestet-online-weiter-auf>)

eines digitalen Warenwirtschaftssystems ohne großen Aufwand angeboten werden. [...] Die Auffindbarkeit im Netz ist aber überlebenswichtig, um für Stamm- und Neukunden sichtbar zu sein.“<sup>33</sup>

Auch die Sichtbarkeit auf den gängigen Social Media-Kanälen ist in der Altstadt in Heidelberg hoch. Nur rund 18 % der Betriebe sind auf keinem Kanal vertreten. Insgesamt besteht in dem Gebiet eine hohe Sichtbarkeit des Online-Handels.

**Karte 11: Online Auffindbarkeit in sozialen online Netzwerken im Bereich der Altstadt**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis der Bestandserhebung zwischen Oktober und Dezember 2019, Recherche Junker + Kruse; Kartengrundlage: Geographisch Technisches Informationssystem der Stadt Heidelberg (09/2019)

Auch außerhalb der Altstadt zeigt sich in der Stadt Heidelberg eine hohe Affinität des Handels zum Internet. **Gesamtstädtisch** lässt sich festhalten, dass rund 95 % aller Betriebe in Heidelberg über gängige Plattformen auffindbar sind. Auch im Bereich soziale Netzwerke zeigt sich ein erfreuliches Bild. Rund 70 % aller Betriebe sind bereits heute auf mindestens einer Plattform im Internet vertreten. In Bezug auf die eigene Sichtbarkeit zeigt sich, dass rund 80 % aller Betriebe eine eigene oder zentrale Website besitzen. Das Handeln mit Waren online aus Heidelberg heraus per eigenem Online-Shop oder über Click&Collect nutzen derzeit rund 17 % der Betriebe. Lediglich 6 % aller Betriebe nutzen einen eigenen Online-Shop und versenden die Ware aus Heidelberg. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass typische Filialisten die Waren aus einem eigenen zentralen Online-Shop versenden. Grundsätzlich bestehen noch Entwicklungspotenziale zum Ausbau der Click&Collect Abholmöglichkeit als auch für einen eigenen Online-Shop bei den inhabergeführten Einzelhändlern in Heidelberg.

<sup>33</sup> Locafox (2016), a.a.O.

## 5.7 Exkurs: Bisherige erkennbare Folgen der Corona-Pandemie

Die nach wie vor andauernde Corona-Pandemie und die in diesem Zusammenhang ergangenen zeitlich befristeten Lockdowns eines überwiegenden Teils des Einzelhandels und auch zahlreicher Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen werden sich – auch unter Beachtung der weiterhin geltenden Hygiene- und Abstandsregeln – nachhaltig auf das Gesicht unserer Städte und insbesondere auf das der Innenstädte und übrigen Zentren auswirken. Darüber sind sich nahezu alle Experten einig. Keine Einigkeit besteht allerdings über die konkreten Auswirkungen für die einzelnen Wirtschaftszweige. Zum Beispiel prognostiziert die IFH Köln GmbH bis zum Jahr 2023 rund 80.000 corona-bedingte Schließungen im stationären Einzelhandel im gesamten Bundesgebiet<sup>34</sup>. Unter Abzug der nicht bzw. nur gering von der Corona-Pandemie betroffenen Branchen (wie z.B. Lebensmittel) kann dies einen Rückgang von deutlich mehr als 10 % aller übrigen Einzelhandelsbetriebe bedeuten. Um eine erste verlässliche und statistisch belastbare Übersicht über die kurzfristigen Effekte der Corona-Pandemie in Heidelberg zu erhalten, fand im März 2021 eine Aktualisierung der gesamtstädtischen Bestandssituation statt.

Methodisch wurde eine flächendeckende Überprüfung des gesamten Einzelhandelsbestandes in der Stadt Heidelberg mit einer Erfassung der Leerstände und Veränderungen von Einzelhandelsnutzungen sowie eine Überprüfung der Veränderungen in der digitalen Auffindbarkeit (Online-Präsenz) der Heidelberger Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Dabei ging es nicht um eine sortimentsgenaue Überprüfung der vorliegenden Daten, sondern vielmehr um die Bewertung der eingetretenen Veränderungen bezogen auf die Ebene des Ladenlokals. Somit werden ausschließlich Veränderungen in der Nutzung der Ladeneinheit (zum Beispiel Einzelhandel zu Dienstleistung oder auch Leerstand) erfasst. Die Überprüfung erfolgte im Zeitraum vom 15. bis 19. März 2021 und damit genau ein Jahr nach dem ersten Lockdown. In diesem Zeitraum war der Einzelhandel ohne Einschränkungen i. S. v. Click & Collect bzw. Click & Meet geöffnet.

Insgesamt ist in Heidelberg ein leichter Rückgang der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe bei einer gleichzeitigen Zunahme der einzelhandelsrelevanten Leerstände zu verzeichnen.

**Tabelle 11: Anzahl der Betriebe in der Stadt Heidelberg nach Warengruppen in den Jahren 2019 und 2021**

Warengruppe	2019	2021	Veränderung
Nahrungs- und Genussmittel	338	324	-4 %
Blumen (Indoor) / Zoo	23	23	-
Gesundheit und Körperpflege	84	78	-8 %
Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	63	60	-5 %
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>508</b>	<b>485</b>	<b>-5 %</b>
Bekleidung	126	113	-10 %
Schuhe / Lederwaren	34	30	-12 %
Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	26	25	-4 %
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	11	9	-18 %
Sport und Freizeit	43	47	+9 %
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>240</b>	<b>224</b>	<b>-7 %</b>
Wohneinrichtung	65	64	-3 %
Möbel	30	30	-

<sup>34</sup> IFH Köln GmbH: Der Coronaturbo: Geschäftsaufgaben und Onlinewachstum im Zeitraffer. Abruf unter <https://www.ifhkoeln.de/der-corona-turbo-geschaeftsaufgaben-und-onlinewachstum-im-zeitraffer/> (Zugriff: 11/2021)

Warengruppe	2019	2021	Veränderung
Elektro / Leuchten	12	13	+8 %
Elektronik / Multimedia	42	43	+2 %
medizinische und orthopädische Artikel	47	48	+2 %
Uhren, Schmuck	45	43	-4 %
Baumarktsortimente	30	26	-13 %
Gartenmarktsortimente	12	12	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>283</b>	<b>279</b>	<b>-1 %</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>1.031</b>	<b>988</b>	<b>-4 %</b>
<i>Leerstand</i>	<i>84</i>	<i>127</i>	<i>+51 %</i>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse Oktober bis Dezember 2019 und Aktualisierung März 2021

- Die **Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel** sowie **Bekleidung** weisen in der absoluten Betrachtung den größten Rückgang von Kernsortimentsanbietern auf. Die Warengruppen **Baumarktsortimente**, **Schuhe / Lederwaren** sowie (ebenfalls) **Bekleidung** zeigen die größten relativen Rückgänge auf. In einigen Warengruppen, u.a. **Blumen (Indoor) / Zoo** und **Elektro / Leuchten**, ist eine konstante bis leicht positive Entwicklung festzustellen.

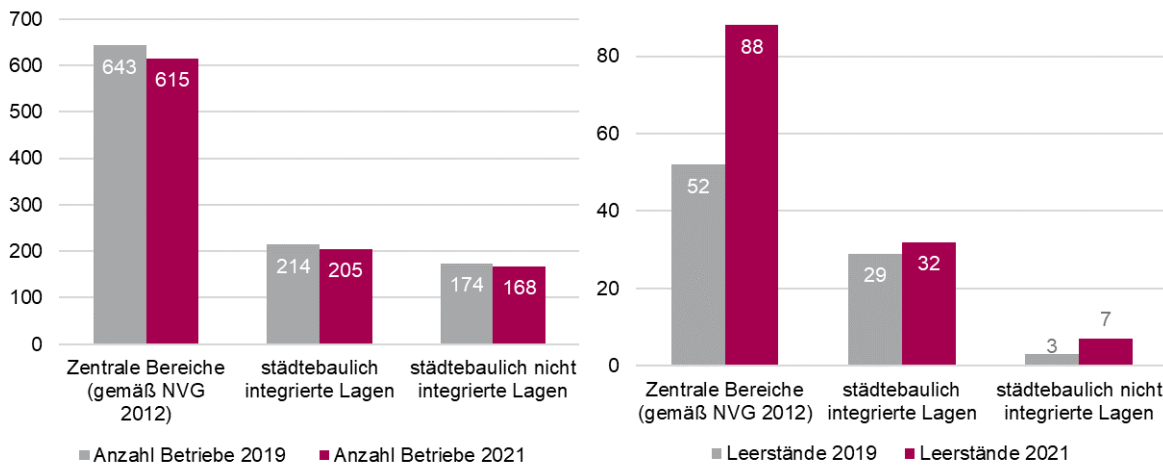
**Tabelle 12: Einzelhandelsbetriebe und Leerstandsquote 2019 und 2021 in den Heidelberger Stadtteilen**

Stadtteil	Anzahl Betriebe (ohne Leerstand)			Leerstandsquote	
	2019	2021	Veränderung	2019	2021
Altstadt	347	327	-6 %	7 %	11 %
Bahnstadt	28	33	+18 %	7 %	23 %
Bergheim	89	89	-	13 %	18 %
Boxberg	7	6	-14 %	30 %	14 %
Emmertgrund	7	7	-	0 %	0 %
Handschuhsheim	85	82	-4 %	7 %	9 %
Kirchheim	55	53	-4 %	10 %	10 %
Neuenheim	82	78	-5 %	4 %	10 %
Pfaffengrund	36	35	-3 %	8 %	5 %
Rohrbach	100	95	-5 %	7 %	9 %
Schlierbach	4	4	-	0 %	0 %
Südstadt	12	10	-17 %	0 %	9 %
Weststadt	98	95	-3 %	8 %	10 %
Wieblingen	48	44	-8 %	0 %	2 %
Ziegelhausen	33	30	-9 %	18 %	23 %
<b>Gesamt</b>	<b>1.031</b>	<b>988</b>	<b>-4 %</b>	<b>8 %</b>	<b>11 %</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse Oktober bis Dezember 2019 und Aktualisierung März 2021

- Im Stadtteil **Altstadt** ergeben sich rein quantitativ sowohl der größte Rückgang der Einzelhandelsbetriebe als auch die größte Zunahme an Leerständen. Unter den Heidelberger Stadtteilen weist die **Altstadt** aber auch den mit deutlichem Abstand größten Anteil aller Einzelhandelsbetriebe auf (rund ein Drittel). Insgesamt sind in zehn von 15 **Stadtteilen** die Leerstandsquoten gestiegen. Dabei ist die Entwicklung im **Stadtteil Bahnstadt** aufgrund weiterer realisierter Quartiere besonders dynamisch.

**Abbildung 9: Verteilung der Betriebe und Leerstände in der Stadt Heidelberg differenziert nach Lagen 2019 und 2021**



Quelle: Darstellung und Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 und Aktualisierung März 2021; Abgrenzung der zentralen Bereiche nach NVG 2012

- In knapp der Hälfte der **zentralen Bereiche** (gemäß NVG 2012) ist ein konstanter Einzelhandelsbesatz festzustellen, während in den übrigen zentralen Bereichen ein leichter Rückgang der Betriebe und eine leichte Zunahme der Leerstände zu beobachten ist. Dabei gab es die quantitativ größten Veränderungen im zentralen Bereich Altstadt: So ist gegenüber 2019 ein Rückgang der Einzelhandelsbetriebe um 5 % und eine Verdopplung der Leerstände zu verzeichnen, so dass die Leerstandsquote von 6 % auf 12 % gestiegen ist.

**Tabelle 13: Sichtbarkeit des Online-Handels der Heidelberger Einzelhandelsbetriebe 2019 und 2021 – ausgewählte Kriterien**

Kriterium	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 Online-Shop	6 %	12 %

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse Oktober bis Dezember 2019 und Aktualisierung März 2021

- Mit Blick auf die **Online-Sichtbarkeit** der Einzelhandelsbetriebe in Heidelberg sind bei gesamtstädtischer Betrachtung positive Veränderungen, wenn auch nur leicht, festzustellen. Insbesondere hat sich die Zahl der Betriebe, die einen eigenen Online-Shop benutzen, verdoppelt. Diese Entwicklung steht in einem unmittelbaren Zusammenhang mit der Corona-Pandemie. Denn durch die Lockdowns mussten die bis dato rein stationären Einzelhändler versuchen, neue Absatzwege zu erschließen.

Es gibt viele Faktoren, die die Entwicklungen im Einzelhandel in Heidelberg beeinflussen. Gegenwärtig ist die Corona-Pandemie ein wesentlicher Faktor. Trotz der zunehmenden Leerstände können in Heidelberg bis dato weder strukturelle Defizite noch Funktionsverluste bestehender Angebotsstandorte, insbesondere der zentralen Bereiche nachgewiesen werden. Es zeichnet sich allerdings eine Tendenz ab. Gleichwohl haben die bislang beobachteten Entwicklungen keine relevanten Auswirkungen auf die konzeptionellen Bausteine der Fortschreibung des Heidelberger Einzelhandelskonzeptes.

## 5.8 Exkurs: Veränderungen im Einzelhandel am Beispiel vom Buchhandel

Im Buchhandel<sup>35</sup> treten Innovationen im Einzelhandel früh ein. Die Geschichte des Online-Handels hat als Handel mit Büchern begonnen. Die Digitalisierung und Individualisierung von Produkten sind bei Büchern, Zeitschriften und Schreibwaren längst Realität. Künstliche Intelligenz bestimmt heute Produktion und Vertrieb von Büchern und Zeitschriften. Deshalb widmet das Einzelhandelskonzept dem Buchhandel in Heidelberg einen vertieften Blick.

Der Buchhandel in Heidelberg ist mehr als nur ein Handel mit Waren. Heidelberg ist seit 01. Dezember 2014 offizielles Mitglied im "UNESCO Creative Cities Netzwerk" als "UNESCO City of Literature". Damit ist die Literaturstadt Heidelberg die erste Stadt in Deutschland, die diesen Titel für sich beanspruchen kann. Im Stadtbild spiegelt sich der hohe Stellenwert der Literatur vor allem durch die Buchhandlungen, Verlage und Bibliotheken wider. Heidelberg ist zudem traditionell mit einem großen Netzwerk an antiquarischen Buchhandlungen ausgestattet. Über den Verkauf von Büchern und Medien hinaus, agieren die Buchhändler und Antiquare als kulturelle Multiplikatoren. In und um Heidelberg leben zahlreiche Autoren, welche maßgeblich zu einer vitalen Literaturszene mit einer hohen Produktivität beitragen. Dies zeigt sich insbesondere in vielen Dutzend literarischen Veranstaltungen auch von überregionaler Bedeutung, wie zum Beispiel die Heidelberger Literaturtage und der Literaturherbst Heidelberg.

Der Blick auf die Buchgeschichte zeigt, wie sich die Bedeutung des Buches gewandelt hat. Diese Erfahrung lässt sich auf andere Produkte übertragen. Durch den Buchdruck wurde aus dem ursprünglich exklusiven Produkt Buch ein Massenprodukt. Das nun erschwingliche Produkt wurde Alltagsgegenstand. Heute wird es nicht nur im Fachhandel, sondern auch an vielen Stellen und in Kombination unterschiedlicher Sortimente zum Beispiel im Lebensmittelhandel oder an Tankstellen zum Kauf angeboten. Mit Beginn des Online-Handels waren Bücher die ersten Waren, die ohne Ladenbesuch zum Kunden kamen. Amazon wurde 1995 als Online-Buchhandel gegründet. Die Bewerbung des Angebots, die Programmierung von Bestellseiten, die Entwicklung der Online-Bezahlweise und der Aufbau von schnellen Vertriebsnetzen erfolgte zunächst für den Buchhandel. Später konnte dies alles auch für den Online-Handel anderer Waren genutzt werden. Wenn man heute wissen möchte, wohin sich der Einzelhandel weiterentwickeln wird, lohnt also ein Blick in die Geschichte des Buchhandels.

Für die Erstellung des Einzelhandelskonzeptes haben Heidelberger Unternehmenspersönlichkeiten aus dem Buch- und Zeitschriftenhandel (Schmidt & Hahn Buch und Presse), dem Verlagswesen (Springer-Verlag) und der Produktion und dem Handel von Schreibwaren (Lamy) in Einzelgesprächen ihre Fachmeinung zu aktuellen Trends eingebracht.

In seiner Erscheinungsform hat sich das Buch aus Sicht des Verlagswesens in den letzten 500 Jahren nicht viel verändert. Tatsächlich hat sich aber mit der Digitalisierung von Informationen die Art, wie Bücher verlegt werden, wie sie gedruckt werden, wie sie verkauft werden und wie sie gelesen werden, in den letzten 20 Jahren

---

<sup>35</sup> Der Handel mit Büchern, Zeitungen, Zeitschriften wird vereinfacht Buchhandel und die einzelnen Verkaufsstätten Buchläden genannt.



schnell verändert. Die Verbreitung insbesondere von wissenschaftlichen Publikationen ist mit „Online First“ schneller und unkomplizierter geworden. Auch mit dem Publikationsverfahren „Book-on-Demand“, dem Digitaldruck auf Nachfrage werden Bücher in Kleinstauflage hergestellt und weitere Exemplare können jederzeit und auch näher am Kunden nachgedruckt werden. Das reduziert die Lagerhaltung und den Transport des fertigen Produkts und damit auch den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck eines Unternehmens deutlich.

Durch die boomende Sharing Economy (geteilte Nutzung von Internet, Smartphones, öffentlichen Bücherregalen et cetera) hat das Eigentum des Buches an Bedeutung verloren. Wichtig ist der Zugang zu Information geworden. Der Buch- und Zeitschriftenhandel ist zum Handel von Informationen in vielerlei Form geworden.

Erfolgreich ist, wer Aufmerksamkeit und Zeitbudgets des Kunden gewinnt. Dabei spielen Beratungsleistungen online und im Einzelhandelsgeschäft eine wichtige Rolle. Die Nachfrage nach Informationen und auch nach gedruckten Büchern und Zeitschriften wird nicht aufhören. Das Wissensgefälle zwischen potenziellen Autoren und Lesern und der Wunsch zu lernen werden unverändert bleiben. Der Buchhandel bietet den Zugang zu Wissen, erhöht die Aufmerksamkeit am Buch und fördert das Lesen.

Der Titel „UNESCO City of Literature“ und die hierzu stattfindenden Veranstaltungen stärken den lokalen Buchhandel. Das Sortiment der Bücher und Antiquariate ist ein zentrenprägendes Leitsortiment des Heidelberger Einzelhandels, was sich in den rund 30 Buchläden<sup>36</sup> mit rund 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, wovon 15 in der Innenstadt sind, ausdrückt. Geprägt wird der Heidelberger Buchhandel dabei allen voran durch die stadttypische kleinteilige Angebotsstruktur und hohe Spezialisierung. Künftig wird die Sortimentserweiterung um andere, zum Beispiel digitale Medien der Informationsvermittlung oder um neue Sortimente (z.B. Multimedia, Spiele) mehr Bedeutung erhalten. Im Gegensatz zu anderen Großstädten ist in Heidelberg kein großflächiges Medieneinzelhandelsgeschäft vorhanden.

Corona hat auch in der Buchbranche als Beschleuniger von Veränderungen gewirkt. Die Buchhandlungen haben trotz Ladenschließung den Kontakt zu Kunden aufrechterhalten und eigene Lieferwege zu ihnen aufgebaut. Nach dem Lockdown waren sie schnell geöffnet und ein Motor für die Belebung der Innenstadt und Stadtteilzentren.

Der Buchhandel ist beispielgebend für den Einzelhandel mit anderen Warengruppen. Während der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes wurden zahlreiche Gespräche mit Vertretern aus Heidelberger Unternehmen der Warengruppen Bücher / Zeitungen, Zeitschriften / Papier, Büroartikel, Schreibwaren (PBS) geführt. Besonders wichtig sind die nachfolgenden Gesprächsergebnisse, die auch generell für den Einzelhandel von Bedeutung sind:

1. Im Einzelhandel ist die Ausrichtung auf den Kunden wichtig. Insbesondere der Buch- und Schreibwarenhandel punktet mit einer persönlichen Ausrichtung auf den Kunden. Im Gespräch und Austausch werden Beziehungen zwischen Buchhändler und Kunden aufgebaut. Die Stärke des Buchladens ist der Zugriff auf ein großes Sortiment an Informationen und Waren inklusive schneller Lieferung, meist innerhalb eines Tages.
2. Das Vermarktungskonzept umfasst heute auch Social Media Angebote. Die Unternehmen setzen auf das Multi-Channel-Marketing und Produkte in unterschiedlicher medialer Form.
3. Der kleinteilige Einzelhandel, der inhabergeführt ist, hat sich als krisenresistenter erwiesen als der großflächige. Anders als bei großen Läden oder Filialisten kann der Laden auch Ort der Begegnung und des Austauschs sein. Der Buchhandel auf Großflächen funktioniert in vielen Städten nicht so wie erhofft.
4. Der stationäre Einzelhandel punktet mit der unmittelbaren Verfügbarkeit der Ware, die ohne lange Lieferzeiten sofort mitgenommen werden kann. Die Ware auszuprobieren und beim Kauf das Erlebnis zu erfahren, macht ein Ladengeschäft wichtig. Dies gilt für alle Waren mit einer Größe, die Kunden einfach in ihre Einkaufstasche stecken und sofort mitnehmen können.
5. Der Buchhandel kämpft, wie viele andere Branchen auch, um Aufmerksamkeit und Zeitbudgets der

Kundschaft. Sie sind nicht beliebig erweiterbar.

6. Eine Erweiterung des Sortiments kann die Wirtschaftlichkeit erhöhen. So könnten zum Beispiel mit dem Verkauf von Reiseliteratur oder Wirtschaftslektüre auch Reisen oder Seminare angeboten werden.
7. Die Individualisierung der Produkte bleibt ein Trend. Produkte, wie signierte Bücher, Kinderbücher, in denen die Hauptakteure die Namen der eigenen Kinder oder Freunde tragen, individuelle Gravuren von Initialen oder Namen bei Schreibgeräten haben eine steigende Nachfrage.  
Es gibt schon Läden, in denen Kunden aus eigenen und fremden Inhalten ihr eigenes Buch in einer Qualität selbst produzieren können, die bisher nur in Druckereien möglich war.

## 5.9 Fazit zur gesamtstädtischen Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit 1.031 Betrieben des Einzelhandels im engeren Sinne<sup>37</sup> und einer Gesamtverkaufsfläche von 303.200 m<sup>2</sup> präsentiert sich die Stadt Heidelberg als sehr gut aufgestellter Angebotsstandort mit einer entsprechenden Angebotsausstattung über alle Warengruppen hinweg. Umgerechnet auf aktuell rund 147.450 Einwohner in Heidelberg ergibt sich eine Verkaufsflächenausstattung von rund 2,06 m<sup>2</sup> je Einwohner. Dieser Wert liegt über dem Wert von Städten ähnlicher beziehungsweise teilweise deutlich höherer Einwohnerzahl (1,84 m<sup>2</sup> pro Einwohner)<sup>38</sup>.
- Es sind Angebote aus allen Warengruppen zu finden, insgesamt zeigen sich aus quantitativer Sicht keine signifikanten Angebotslücken. Eine im Vergleich tendenziell geringe Verkaufsflächenausstattung liegt lediglich in den Warengruppen Möbel und Baumarktsortimente vor. Dies ist im Falle der Warengruppe Baumarktsortimente auch auf die Schließung des Baumarktes „Bauhaus“, Kurfürsten-Anlage Heidelberg zurückzuführen. Hinsichtlich der Warengruppe Möbel ist festzuhalten, dass an dem Standort Bahnhofstadt FMZ bereits ein großflächiges Möbelhaus geplant ist, um die Versorgungssituation zu verbessern. Darüber hinaus ist in der Region beziehungsweise in den benachbarten Kommunen (unter anderem Mannheim, Ludwigshafen sowie Schwetzingen) ein umfangreiches Angebot aus dem Bereich Möbel vorhanden.
- Bei einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von circa 940,5 Mio. Euro weist Heidelberg ein im bundesweiten Vergleich leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau (Kaufkraftkennziffer: 98,9) auf. Demgegenüber steht ein jährlicher Umsatz von circa 1,0 Mrd. Euro, so dass sich im Verhältnis eine einzelhandelsrelevante Zentralität von 1,06 ergibt. Hieraus lässt sich – per Saldo – auf leichte Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland und dem Tourismus schließen. Mit Blick auf die ausgeprägte Wettbewerbssituation insbesondere auch zu den Oberzentren Mannheim sowie Ludwigshafen handelt es sich um eine vergleichsweise gute einzelhandelsrelevante Zentralität. Hervorzuhebende Zentralitäten und Kaufkraftzuflüsse zeigen sich vor allem in den Warengruppen Uhren / Schmuck, Bekleidung, Sport und Freizeit, Gesundheit und Körperpflege sowie medizinische und orthopädische Artikel.
- Das Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandorts Heidelberg ist vor allem auf das eigene Stadtgebiet bezogen. Eine regionale Ausstrahlungskraft entwickelt sich aufgrund der Konkurrenzsituation zu den Oberzentren im Westen (Mannheim und Ludwigshafen) vor allem in nördliche, südliche und östliche Richtung. Darüber hinaus spielt das Streueinzugsgebiet mit den damit einhergehenden Touristen eine besondere Rolle.
- Im Stadtgebiet befinden sich an der Eppelheimer Straße (Pfaffengrund), in Rohrbach-Süd sowie in der Bahnhofstadt größere Fachmarkttagglomerationen, die vor allem durch Fachmärkte und großflächige Einzelhandelsbetriebe des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels geprägt werden. In einem Teilbereich

<sup>37</sup> Zum Einzelhandel im engeren Sinne werden auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien, Konditoreien), Tankstellen-shops, Kioske und Apotheken sowie weitere in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen gezählt.

<sup>38</sup> Junker + Kruse Datenbank – Eigene Erhebungen in Mittelzentren beziehungsweise Städten der Größenordnung zwischen 100.000 und 250.000 Einwohnern im Rahmen der Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte

(Rohrbach-Süd) handelt es sich allerdings auch um zentrenrelevante Angebote in Form von kleineren Fachmärkten (unter anderem Bekleidung, Schuhe). Diese treten in einen direkten Wettbewerb mit den Angeboten in den zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere auch in den umliegenden Zentren und schwächen diese.

- Der zentrale Versorgungsbereich der Heidelberger Innenstadt ist der größte Angebotsstandort in der Stadt Heidelberg. Auf einer Gesamtverkaufsfläche von rund 93.100 m<sup>2</sup> existieren hier 447 Betriebe. Somit sind 31 % der Gesamtverkaufsfläche sowie rund 43 % aller Betriebe der Stadt Heidelberg in der Altstadt vorzufinden. Der größte Angebotsschwerpunkt liegt mit rund 32.850 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche deutlich in der Warengruppe Bekleidung. Insgesamt stehen in der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe 53.500 m<sup>2</sup> zur Verfügung. Andere Angebotsschwerpunkte liegen in den Bereichen Sport und Freizeit (rund 7.500 m<sup>2</sup>), Schuhe / Lederwaren (rund 6.150 m<sup>2</sup>) sowie Wohneinrichtung (rund 4.250 m<sup>2</sup>). Nicht zuletzt durch die rund 12.950 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, nimmt der Standort eine zentrale Versorgungsaufgabe für die gesamte Stadt Heidelberg ein, da er durch das breite Angebot mit historischem Ambiente in der Altstadt über eine Strahlkraft verfügt, die weit über die Stadtgrenze reicht.
- Abseits der Innenstadt besteht in Heidelbergs Zentren eine kleinteilige Angebotsstruktur, die von inhabergeführtem Einzelhandel dominiert wird. Auch im Lebensmitteleinzelhandel gibt es in einigen zentralen Versorgungsbereichen zum Teil deutliches Entwicklungspotenzial für moderne Größenordnungen. In der räumlichen Versorgung im Lebensmitteleinzelhandel zeigt sich ein sehr erfreuliches Bild. Weite Teile des bewohnten Siedlungsbereiches der Stadt Heidelberg sind räumlich gut versorgt. Räumliche Lücken oder auch quantitative Defizite ergeben sich teilweise in den Stadtteilen Boxberg, Handschuhsheim, Kirchheim und Neuenheim.
- Mit der Bahnstadt besteht im Siedlungskern ein wachsender Stadtteil, der in den nächsten Jahren weiter neue Einwohner hinzugewinnt. Zudem konnte durch die Ansiedlung von Lebensmittelbetrieben und einem Drogeriemarkt die Nahversorgung für die Einwohner sichergestellt werden. Auch im Rahmen der Entwicklung der Konversionsfläche des ehemaligen Patrick-Henry-Village (PHV) soll ein neuer Stadtteil mit 10.000 Einwohnern und 5.000 Arbeitsplätzen entstehen. Zukünftig gilt es hier, die Nahversorgung für diesen neuen Stadtteil zielgerichtet zu planen.

Insgesamt besteht in Heidelberg eine gute und teilweise überdurchschnittliche quantitative Angebotsausstattung. Eine differenzierte Betrachtung der Angebotsstruktur nach qualitativen und teilweise nach räumlichen Aspekten zeigt teilweise Verbesserungspotenzial. In den vergangenen Jahren wurden verschiedene Entwicklungsimpulse sowohl in der Altstadt als auch in einigen zentralen Bereichen gesetzt. Entsprechende Aktivitäten gilt es weiterzuführen, um die Versorgung der Heidelberger Bevölkerung zu sichern und zu stärken und sich wettbewerbsfähig aufzustellen. Denn nicht zuletzt erhöhen auch Entwicklungen im Umland (unter anderem Konkurrenzsituation in der Region Rhein-Neckar) den Wettbewerbsdruck auf die Heidelberger Innenstadt. Die Attraktivität des Einzelhandelsangebots in der Heidelberger Innenstadt und den umliegenden zentralen Bereichen ist neben der Multifunktionalität und der attraktiven städtebaulichen Struktur ein besonders wichtiges Indiz für die Ausstrahlungskraft und Stärke des Einkaufsstandorts Heidelberg. Vor diesem Hintergrund ist die Innenstadt als bedeutender Versorgungsstandort im Stadtgebiet weiterhin in besonderem Maße zu sichern und zu stärken. Hinsichtlich zukünftiger Entwicklungen ist vor allem die Konzentration des Einzelhandelsangebots auf sich gegenseitig ergänzende Standortbereiche (insbesondere die Innenstadt) weiter herauszuarbeiten und insbesondere ist eine qualitative und weitere räumliche Sicherung beziehungsweise Optimierung der Angebotsstruktur anzustreben.

Innerhalb der vergangenen Jahre wurde in Heidelberg eine, an diesen städtebaulichen Zielsetzungen orientierte, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung angestrebt, die sich an zahlreichen Standorten in entsprechenden bauleitplanerischen Maßnahmen widerspiegelt.

## 6 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Stadt Heidelberg

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2035) des Einzelhandels in Heidelberg erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung künftiger Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartender Entwicklung des Einzelhandels in Heidelberg fließen folgende Faktoren ein:

Die wirtschaftlichen Folgen der weltweiten Corona-Pandemie können für den Einzelhandel bislang nicht seriös eingeschätzt werden. Es ist jedoch davon auszugehen, dass sich die Angebots- und auch die Nachfragesituation verändern wird. So hat sich die Nachfrage nach bestimmten Produkten im Laufe der Krise verändert (zum Beispiel eine erhöhte Nachfrage in den Sortimenten Fahrräder, Bau und Garten). Auch wird der Anteil des Online-Umsatzes noch weiter, und in den kommenden Jahren sicherlich schneller als früher prognostiziert, zunehmen. Es wird aber immer mehr Sortimente / Warengruppen geben, in denen online-bedingte Sättigungstendenzen erkennbar werden. Zudem ist eine wirtschaftliche Rezession zu erwarten, die sich auch auf das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial temporär auswirken wird. Gleichwohl ist davon auszugehen, dass vergleichsweise schnell nach endgültiger Beendigung der corona-bedingten Einschränkungen das Vor-Krisen-Niveau wieder erreicht wird und somit die nachfolgende Analyse der Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Stadt Heidelberg mit dem **Bezugsjahr 2019** eine realistische Grundlage darstellt.

### Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse erstellt (vergleiche dazu Kapitel 4 und 5). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

### Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität<sup>39</sup> wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Heidelberg von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen.

---

<sup>39</sup> Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

### Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Heidelberg bis 2035

Die Entwicklung der Einwohnerzahl von Heidelberg ist tendenziell deutlich steigend. Bis 2035 ist von einem Bevölkerungszugewinn um rund 17 % auszugehen (Plus von rund 25.380 Einwohnern). Kleinräumig ist vor dem Hintergrund geplanter Wohnungsbauentwicklungen mit deutlichen Bevölkerungszuwächsen zu rechnen (zum Beispiel im neuen Stadtteil Patrick-Henry-Village).

### Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben

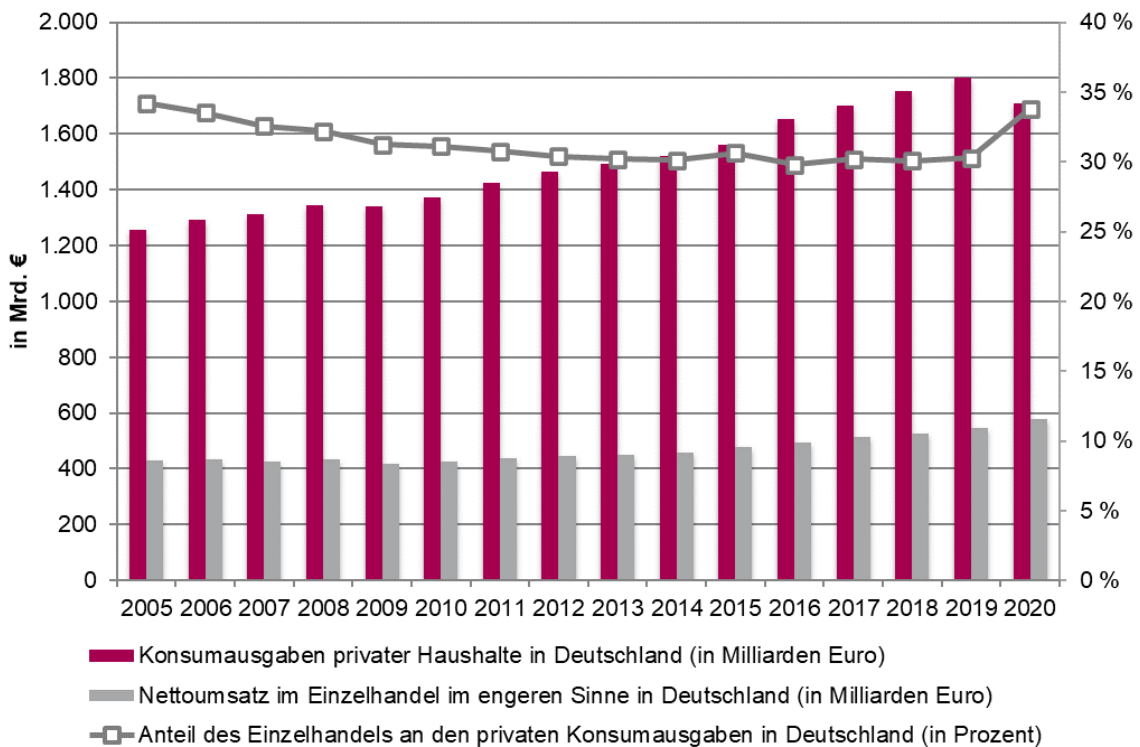
Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- Zum einen von privaten Einkommen beziehungsweise den daraus resultierenden privaten Konsumausgaben.
- Zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel beziehungsweise für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabeanteile nach Warengruppen).
- Ein zusätzlicher Faktor in diesem Zusammenhang ist der Anteil der Ausgaben, die nicht dem stationären Einzelhandel, sondern dem Online-Handel zufließen.

Folgende bundesdeutsche Entwicklungen sind darzustellen:

- Die **Konsumausgaben der privaten Haushalte** in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen, allerdings in Folge der Corona-Pandemie in 2020 erstmalig wieder leicht gesunken.

**Abbildung 10: Anteil des Einzelhandelsumsatzes an privaten Konsumausgaben in Deutschland**



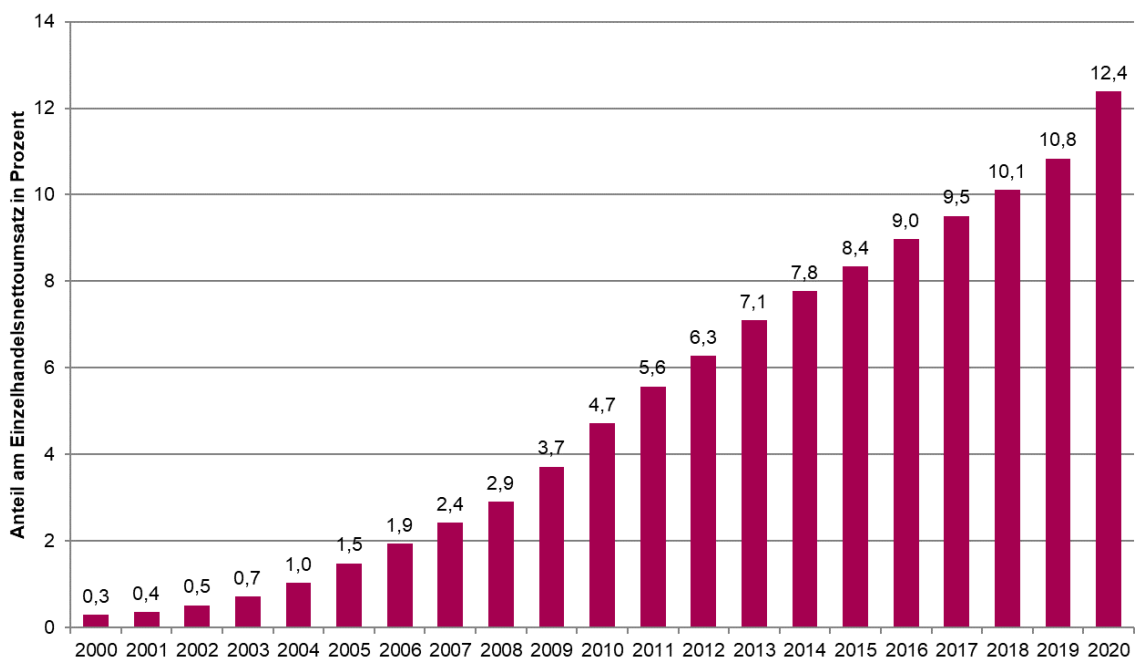
Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland: Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken); Höhe der Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland von 1991 bis 2020 (in Milliarden Euro). Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff: 11/2021)

- Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten Konsumausgaben seit 2005 um rund drei Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell weniger als einem Drittel (ca. 31 % im Jahr 2019) zurückgegangen ist. In den letzten Jahren ist ein relativ konstantes Niveau hinsichtlich des Anteils der Einzelhandelsausgaben von etwa 30 bis 31 % festzustellen. Im Jahr 2020 ist jedoch eine Zunahme auf etwa 34 % zu konstatieren, was wiederum im Zusammenhang mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie steht. Langfristig ist von einem konstanten Anteil von knapp über 30 % auszugehen.
- Einem Rückgang des Anteils der Einzelhandelsausgaben an den privaten Konsumausgaben hat eine in den letzten Jahren erhöhte Umsatzsteigerung im Einzelhandel entgegengewirkt. Während die jährlichen Wachstumsraten des gesamtdeutschen **Einzelhandelsumsatzes** im Zeitraum von 2005 bis 2015 zwischen -2 und +2 % lagen, kann seit 2015 ein jährliches Wachstum von 2,5 bis 4,5 % festgestellt werden. Dieser Trend hat sich auch für 2020 fortgesetzt (vergleiche Kapitel 4.1).

Außerdem müssen auch **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** – wie dem Online-Handel – berücksichtigt werden. Das heißt, es muss eine Prognose erfolgen, die sich verändernde Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

Auf den interaktiven Handel (Versandhandel und Internethandel) entfällt laut Handelsverband Deutschland (HDE) ein Anteil von circa 12 % am Gesamtumsatz des Einzelhandels im engeren Sinne.

**Abbildung 11: Anteil des B2C-E-Commerce<sup>40</sup> am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse nach Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020 (in Milliarden Euro); Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff 11/2021) und HDE – Online Monitor 2021

Es ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Online-Handels profitieren. Gemäß HDE-Online Monitor 2021 wurden im Jahr 2020 allein rund **zwei Drittel** des im Online-Handel erzielten Umsatzes in den Bereichen CE/Elektro, Fashion & Accessoires sowie Freizeit & Hobby

<sup>40</sup> B2C = Business to Consumer

erwirtschaftet<sup>41</sup>. Alle übrigen Bereiche, wie Wohnen & Einrichten oder Heimwerken & Garten, leisteten zwar insgesamt einen geringeren Beitrag zum Gesamtumsatz des Online-Handels, verzeichnen aber im Zuge der Corona-Pandemie zum Teil deutliche Umsatzzuwächse im Online-Handel.

Bei der Ermittlung künftiger Verkaufsflächenpotenziale ist vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden, sondern dass diese tatsächlich tendenziell niedriger ausfallen, denn ein gewisser Umsatzanteil fließt dem Online-Handel zu, welcher jedoch nicht allein aus „pure-playern“ besteht, sondern vor allem auch Multi-Channel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebskanäle.

Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Online-Handel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie zum Beispiel bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Im Jahr 2019 werden die nachfolgend aufgelisteten Umsatzanteile je Vertriebsweg prognostiziert: 46,7 % auf Online-Marktplätzen generierter Umsatz, 14,9 % rein online erzielte Umsätze und 35,4 % Umsatzgenerierung mittels Multi-Channel-Konzept<sup>42</sup>.

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Online-Handel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Vor allem gilt es in erster Linie, die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (unter anderem persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes die städtischen Zentren zu erhalten beziehungsweise weiterzuentwickeln.

### **Zielzentralitäten für das Jahr 2035**

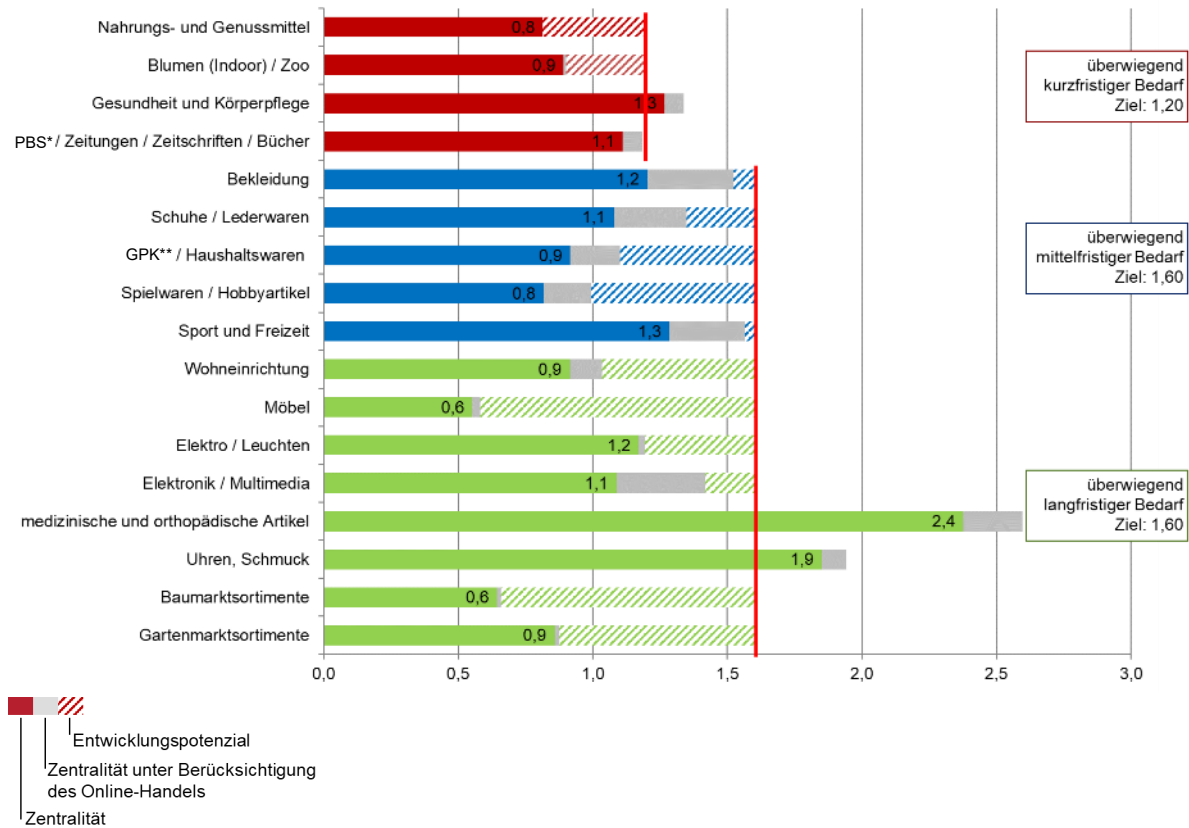
Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion Heidelbergs als Oberzentrum sowie der regionalen Wettbewerbssituation. Ebenfalls wird die Rolle als bedeutsame touristische Destination der Stadt Heidelberg berücksichtigt.

---

<sup>41</sup> Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE); Online-Monitor 2021

<sup>42</sup> Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh), 2019

**Abbildung 12: Zielzentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Heidelberg als Orientierungsgröße (Perspektive 2035)**



Quelle: Berechnungen Junker + Kruse auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern (2019) in Heidelberg

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren; \*\*GPK = Glas / Porzellan / Keramik

Unter Berücksichtigung dieser Aspekte lassen sich folgende Zielzentralitäten definieren:

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird eine Zielzentralität von 1,2 angenommen. Dieser Wert wird heute bereits in vielen Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe erreicht beziehungsweise teilweise sogar überschritten.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,6 angenommen, die die oberzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Heidelberg vor dem Hintergrund der teilweise ausgeprägten Wettbewerbssituation, insbesondere zum benachbarten Oberzentrum Mannheim / Ludwigshafen, widerspiegeln. Zudem wird hierbei auch der Tourismus-Faktor berücksichtigt. Dieser angesetzte Wert wird in keiner der Warengruppen jetzt überschritten.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,6 - ebenfalls vor dem Hintergrund der verdichteten Angebote und Siedlungsstrukturen in den Nachbarkommunen beziehungsweise in der Region Rhein-Neckar - angenommen. Dieser Wert wird bereits heute in einigen Warengruppen überschritten. So sind in den Warengruppen Wohneinrichtung und Möbel beispielsweise durchaus weitläufige Verflechtungen mit dem Einzugsbereich zu erwarten, während in den Warengruppen medizinische und orthopädische Artikel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente in der Regel auch Angebote in den benachbarten Kommunen eine Rolle spielen können. Vor allem in der Warengruppe Elektronik / Multimedia besteht zudem eine ausgeprägte Wettbewerbssituation zum Online-Handel. Im Bereich der Warengruppe Möbel wird sich die Zentralität in den nächsten Jahren durch die Ansiedlung eines neuen „Möbelgiganten“ am Sonderstandortbereich Bahnstadt (FMZ) erhöhen. Die avisierte Zentralität von 1,6 in dieser Warengruppe wird nach der Ansiedlung des großformatigen Möbelmarktes annähernd erreicht.



### Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Heidelberg aus rein quantitativer Sicht nur in einigen Warengruppen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Das bedeutet jedoch nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzepts kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung der **Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche** dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zugeordnete Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt beziehungsweise gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten beziehungsweise einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren beziehungsweise Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

So bestehen – trotz teilweise bereits hoher Zentralitäten (zum Beispiel in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege oder Uhren / Schmuck) – Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes in Heidelberg, vor allem auch in zentrentypischen Sortimenten (Bekleidung, Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung) in einzelnen Angebotssegmenten, durch die Ansiedlung weiterer qualitativ attraktiver (Filial-)Betriebe aus dem Standard- bis höherwertigen Sortiment sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen.

Im Sinne des Einzelhandelskonzepts geht es vor allem um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. So bestehen in der Stadt Heidelberg nach wie vor Potenziale zur Konzentration insbesondere zentrenprägender Warengruppen innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches. Während Standorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen oder ergänzenden Versorgungsstandorten zugeordnet sind, grundsätzlich eher kritisch zu beurteilen sind, können Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots**, insbesondere auch in den Zentren, führen.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die auch weiterhin eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur der Einzelhandelsstandorte beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglicht auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Heidelberg und stellt für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neubauvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist. Generell gilt, dass das übergeordnete Ziel die Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich strukturellen Angebotssituation ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ... sie die zentralörtliche Funktion Heidelbergs und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,
- ... sie die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte in ihrer Funktion stärken,
- ... sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,
- ... die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird,
- ... neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotspektrums beitragen.

## 7 Einzelhandelskonzept der Stadt Heidelberg – Konzept

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vergleiche Kapitel 4 und Kapitel 5) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vergleiche Kapitel 5.9) zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** nach wie vor für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte, insbesondere in den Zentren, **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Weiterhin sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonderstandortbereichen zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die folgenden, allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Heidelberger Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die Versorgung in den Stadtteilen durch eine Sicherung und Stärkung des Stadtteilzentrums und der Nahversorgungszentren sowie städtebaulich integrierter Nahversorgungsstandorte zu bewahren und Sonderstandortbereiche zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Heidelberg umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vergleiche Kapitel 7.1)
- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vergleiche Kapitel 7.2)
- Räumliche Standortstruktur (vergleiche Kapitel 7.3)
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vergleiche Kapitel 7.3.1 und 8.1)
- Abgrenzung der Sonderstandortbereiche und Empfehlungen zur zentrenverträglichen Weiterentwicklung (vergleiche Kapitel 7.3.3 und 8.2 bis 8.4)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vergleiche Kapitel 7.3.2 und 8.5)
- Heidelberger Sortimentsliste (vergleiche Kapitel 9)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vergleiche Kapitel 10)

### 7.1 Übergeordnetes Entwicklungsleitbild

Der Einzelhandelsstandort Heidelberg soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf bestimmte Standortbereiche** zu bewahren und zu profilieren. Ein besonderer Entwicklungsfokus sollte daher weiterhin auf dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie einer möglichst wohnortnahen Grundversorgung durch Bereitstellung entsprechender Angebote in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren beziehungsweise an ergänzenden, städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorten liegen.

Diese Strategie entspricht dem **Leitbild einer „gesamstädtischen, räumlich-funktionalen Gliederung“**. Damit wird, der bisherigen Steuerungspraxis folgend, ein klarer räumlicher wie funktionaler Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung gesetzt, wonach der Einzelhandel in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelschwerpunkte im Stadtgebiet Heidelbergs konzentriert wird. Eine stringente Steuerung seitens der Stadt Heidelberg innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels. Folgende Aspekte stützen das Leitbild:

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert werden und (möglicherweise) eine bessere Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung erreicht werden. Durch ergänzende Zielvorgaben seitens der Stadt Heidelberg (vergleiche Kapitel 7.2) können Investitionen und Ansiedlungen, insbesondere auch in den zentralen Versorgungsbereichen, ermöglicht werden. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung beziehungsweise Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Heidelberg können – durch das Zusammenwirken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von städtebaulich sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.
- Aus **politischer** und **planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbildes mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investitionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch der bestehenden Betreiber – ist somit weiterhin gegeben. Die Stadtplanung wird ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht und die aktive Rolle von Politik und Verwaltung in der Stadtplanung bleibt erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung des Heidelberger Einzelhandels zwischen Innenstadt und Stadtteilen wird zudem das Entwicklungsziel attraktiver und lebendiger städtebaulich-funktionaler Zentren unterstützt. Eine stringente Anwendung des Leitbildes setzt sowohl positive Signale nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.
- Aus **rechtlicher Sicht** nutzt die Stadtplanung auch weiterhin ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten, was eine zielgerichtete und konsequente Anwendung des rechtlichen Instrumentariums bedeutet. Städtebauliche Begründungen, zum Beispiel im Rahmen von Bauleitverfahren, werden erleichtert.

Das Entwicklungsleitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Heidelberg ist in sich konsequent und kompatibel mit den übergeordneten Rahmenbedingungen, die vor allem durch den Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg, den Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar sowie den Flächennutzungsplan Heidelberg-Mannheim gesetzt sind. Grundsätzlich wurden die bisherige Einzelhandelssteuerung und Stadtentwicklung diesem Leitbild entsprechend weitgehend umgesetzt. Somit erfolgten klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt.

## 7.2 Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

Bereits in den bestehenden Teilkonzepten (zum Beispiel Nahversorgungsgutachten 2012) wurden übergeordnete Ziele wie auch Ansiedlungsleitsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Heidelberg definiert. Nach Aktualisierung der Grundlagenanalysen, in Anbetracht der zwischenzeitlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Erfahrungen im Umgang mit dem Einzelhandelskonzept, ist zu empfehlen, an den Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung grundsätzlich festzuhalten und diese – entsprechend der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation sowie städtebaulichen Entwicklungsplanung – fortzuschreiben und anzupassen.<sup>43</sup>

Konkret wird folgender Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Heidelberg zugrunde zu legen ist:

---

<sup>43</sup> Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nach wie vor nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte beziehungsweise Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

### **Sicherung der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Oberzentrum**

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Heidelberg bleibt weiterhin die Erfüllung und Stärkung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Oberzentrum. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,06).

Ansiedlungs- und Veränderungsanfragen – insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten – offenbaren ein anhaltendes Investitionsinteresse für den Standort Heidelberg. Eine Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte würde eine Angebotsverschiebung auch in städtebaulich nicht integrierte Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadtentwicklung in Heidelberg bleibt es daher, einer räumlichen „Schieflage“ und daraus resultierenden ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation innerhalb der Stadt zu begegnen und die oberzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch auszubauen. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf der Innenstadt und Altstadt als „Aushängeschild“ der Stadt sowie auf einer zentrenverträglichen Entwicklung der Sonderstandortbereiche beziehungsweise auf einem entsprechenden Umgang mit den großen Lebensmittelmärkten oder zentralen Fachmärkten im Umfeld des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches. Dabei ist auch weiterhin ein dichter attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix in der Innenstadt, ergänzt durch weitere zentrenaffine Nutzungen wie Dienstleistungen, Gastronomie und Kulturangebote, von hoher Bedeutung für die lokale und überörtliche Attraktivität eines Einkaufsstandorts und die Kundenbindung insbesondere der zentrenrelevanten Sortimente.

### **Sicherung eines attraktiven Einzelhandelsangebotes**

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie – ganz entscheidend – die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Heidelberg auch zukünftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu erhalten beziehungsweise zu sichern. Ein Ziel bleibt es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen beziehungsweise zu erhalten, das der Versorgungsfunktion der Stadt Heidelberg innerhalb der Region gerecht wird. Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Prioritäten**. Dabei sind der Erhalt und die Entwicklung der **zentralen Versorgungsbereiche** entsprechend der ihnen zuerkannten Versorgungsaufgaben unter Berücksichtigung einer Multifunktionalität aus zentrenrelevanten Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Verwaltung, Kultur, etc.) zu gewährleisten. Flankierende Maßnahmen (zum Beispiel verkaufsoffene Sonntage) können in den zentralen Versorgungsbereichen (zum Beispiel Innenstadt und Stadtteilzentrum) zu einer Attraktivitätssteigerung beitragen beziehungsweise Trading-Down-Effekten entgegenwirken. Insbesondere Fachmarktstandorte des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels sowie Nahversorgungsstandorte ergänzen städtebaulich verträglich und funktional die Angebotssituation in den zentralen Versorgungsbereichen.

### **Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte insbesondere zwischen Hauptgeschäftszentrum Innenstadt und den Stadtteilen**

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation der Stadt Heidelberg ist eine ausgewogene, hierarchisch und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von (zentrenrelevanten) Einzelhandelsangeboten in den zentralen Versorgungsbereichen Hauptgeschäftszentrum Innenstadt und dem Stadtteilzentrum sowie grundversorgungsrelevanten Sortimenten in den Nahversorgungszentren und an ergänzenden Versorgungsstandorten.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie zum Beispiel am Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd, wo bereits ein Ansatz einer an Angebots-

konzentration zentrenrelevanten Sortimenten zu beobachten ist) zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb auslösen. Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen Hauptgeschäftszentrum Innenstadt, dem Stadtteilzentrum, dem Besonderen Zentrum und den Nahversorgungszentren auf der einen sowie den ergänzenden Sonderstandortbereichen (insbesondere Rohrbach-Süd) auf der anderen Seite ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

### **Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt des innerstädtischen Heidelberger Hauptgeschäftsbereichs (Innenstadt)**

Die Tradition der europäischen Stadt weist besonders den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Der Heidelberger Hauptgeschäftsbereich stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Heidelberg dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Wohnen etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität der Heidelberger Innenstadt und soll erhalten werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen in der Innenstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung des Hauptgeschäftsbereichs bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf den Heidelberger Hauptgeschäftsbereich gerichtet werden. Dieser Standort genießt oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Stadt Heidelberg, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Für den Einzelhandelsstandort Innenstadt ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen- beziehungsweise -größenstrukturen, anzustreben. Die Ansiedlung moderner Fachgeschäfte mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten kann zu einem gut strukturierten Angebotsmix aus inhabergeführten Fachgeschäften und überregionalen Filialisten und somit zur Attraktivierung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie dem Einzelhandelsstandort Heidelberg allgemein beitragen.

### **Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch Stadtteilzentrum, Nahversorgungszentren und funktionsfähige Nahversorgungsstandorte**

Es soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzepts. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diese planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorte betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten<sup>44</sup> gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf Siedlungsrandbereiche und / oder Wohnsiedlungsbereiche mit geringen Einwohnerzahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Heidelberger Stadtgebiet zu erhalten beziehungsweise weiterzuentwickeln. Dabei ist vor allem auch ein besonderes Augenmerk auf städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte zu richten.

Die hohe Zentralität in fast allen Warengruppen darf dabei nicht als Argument gegen Investitionen / Ansiedlungen an städtebaulich sinnvollen Standorten (wie zum Beispiel innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches oder in Wohnsiedlungsbereichen mit defizitären Angebotsausstattungen) angeführt werden.

---

<sup>44</sup> Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

### **Einzelhandel durch Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie stärken**

Die weiter zunehmende Bedeutung des Online-Handels stellt für den stationären Einzelhandel in Heidelberg wie auch in anderen Städten eine besondere Herausforderung dar. Dabei ist insbesondere für den inhabergeführten, kleinteiligen Einzelhandel festzustellen, dass digitale Veränderungen und innovative Geschäftsmodelle - nicht zuletzt aufgrund zeitlicher, personeller oder finanzieller Prämissen - nur zögernd durch einige wenige Händler umgesetzt werden (können). Der stationäre Einzelhandel, vor allem auch in den zentralen Versorgungsbereichen (Innenstadt, Stadtteilzentrum), ist vor diesem Hintergrund dazu aufgerufen, die Digitalisierung zur Positionierung im Wettbewerb mit dem Online-Handel zu nutzen. Kunden möchten sich heute zunehmend vor dem Kauf (online oder stationär) im Netz über Standorte, Anbieter sowie auch über verfügbare Sortimente oder Warenverfügbarkeit informieren. Dies geschieht vor allem auch über mobile Geräte (Smartphones, Tablets). Dabei ist es von besonderer Bedeutung, dass ein Geschäft im Netz auffindbar ist, über eine eigene Webseite, elektronische Verzeichnisse (zum Beispiel Telefonbuch), Plattformen (zum Beispiel Mein Prospekt oder KaufDA) oder Dienste, wie Google My Business, verfügt, wo neben der Auffindbarkeit in Google Maps auch spezifische Firmendaten (zum Beispiel Webseite, Öffnungszeiten, Kontaktdaten) hinterlegt werden können. Gestützt durch die Nutzung der Möglichkeiten der Digitalisierung können einzelne Händler ihre Kundenbindung, Kundenbetreuung und Serviceleistungen weiterentwickeln. Gemeinsame Aktionen (zum Beispiel Bonusprogramme, freies WLAN, Veranstaltungen) einzelner Akteure (unter anderem Einzelhändler, Dienstleister, Gastronomen, Kulturschaffende), insbesondere auch in der Innenstadt, sollen dazu beitragen, diese im Sinne einer digitalen Einkaufsstadt weiterhin attraktiv und zukunftsfähig zu entwickeln.

### **Zentrenverträgliche Weiterentwicklung von ergänzenden Standorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit gesamtstädtischer und teilweise regionaler Ausstrahlungskraft**

Einzelstandorte mit großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (zum Beispiel Möbelmarkt, Rohrbach-Süd) stellen eine sinnvolle und notwendige Ergänzung des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen dar. Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung sind diese Standorte auch weiterhin als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege, insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe<sup>45</sup>, angestrebt werden muss. Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Sonderstandortbereichen ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. Ausweitungen von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angeboten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an den ergänzenden Sonderstandortbereichen sowie den städtebaulich nicht integrierten Grundversorgungsstandorten auszuschließen.

### **Schutz vor Fehlentwicklungen: Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe**

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen beziehungsweise abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind, mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine wichtige und zwingende Maßnahme.

---

<sup>45</sup> Großflächiger Einzelhandel im Sinne von § 11 (3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet, negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bedingen, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine konsequente Stadtplanung gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit sowohl zentren- als auch nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgehen. Deshalb ist die gezielte und geordnete Entwicklung dieser Betriebe in die Heidelberger Altstadt beziehungsweise die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

### **Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkarierender Planungen**

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem stadtentwicklungspolitischen Leitbild einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere ein kompakter Hauptgeschäftsbereich mit kurzen Wegen ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung, keine zusätzlichen Handelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der für den Großteil der Warengruppen beschränkten absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale in der Stadt Heidelberg besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten außerhalb der bestehenden und perspektivisch geplanten zentralen Versorgungsbereiche und den Fachmarktstandorten. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche bewirkt in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und hat gegebenenfalls einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es auch vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Mit Hilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts in Heidelberg entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

## **7.3 Standortstruktur**

Die Einzelhandelsstandorte in Heidelberg wurden aufgrund der Erkenntnisse aus der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielsetzungen unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten überprüft, bewertet und in ein arbeitsteiliges, hierarchisches Standortstrukturmodell eingeordnet. Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereichs in das Standortprofil haben die vorhandenen Nutzungen, insbesondere im Hinblick auf das Einzelhandelsangebot und ergänzende gastronomische und Dienstleistungsangebote (Multifunktionalität) sowie auf künftige Entwicklungsmöglichkeiten. Zu den zu berücksichtigenden städtebaulichen und stadtentwicklungsrelevanten Zielvorstellungen zählen vor allem die Stärkung und der Schutz der zentralen Versorgungsbereiche und die Stärkung einer tragfähigen, wohnortnahen Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann.

Die nachfolgende Abbildung zeigt das Heidelberger Standortstrukturmodell. Zwei Kategorien stellen dabei die wesentlichen Bestandteile der Heidelberger Standortstruktur dar: die zentralen Versorgungsbereiche und die Ergänzungsstandorte. Den zentralen Versorgungsbereichen liegt eine Gliederung in Hauptgeschäftszentrum, Stadtteilzentrum, Besonderes Zentrum und Nahversorgungszentren zugrunde. Ergänzt werden die zentralen Versorgungsbereiche um solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierten Lagen. Bei den Sonderstandortbereichen handelt es sich um Standorte des Einzelhandels des großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels (im Sinne von § 11 (3) BauNVO) in städtebaulich nicht integrierten Lagen.



Abbildung 13: Standortstrukturmodell für die Stadt Heidelberg



Quelle: Darstellung Junker + Kruse

Die räumliche Verteilung der prägenden Standorte in Heidelberg wird in der folgenden Karte 12 abgebildet. Anschließend werden die einzelnen Standorttypen in Steckbriefen erläutert. Eine weitere Erläuterung befindet sich im Anhang (ab Seite 230).

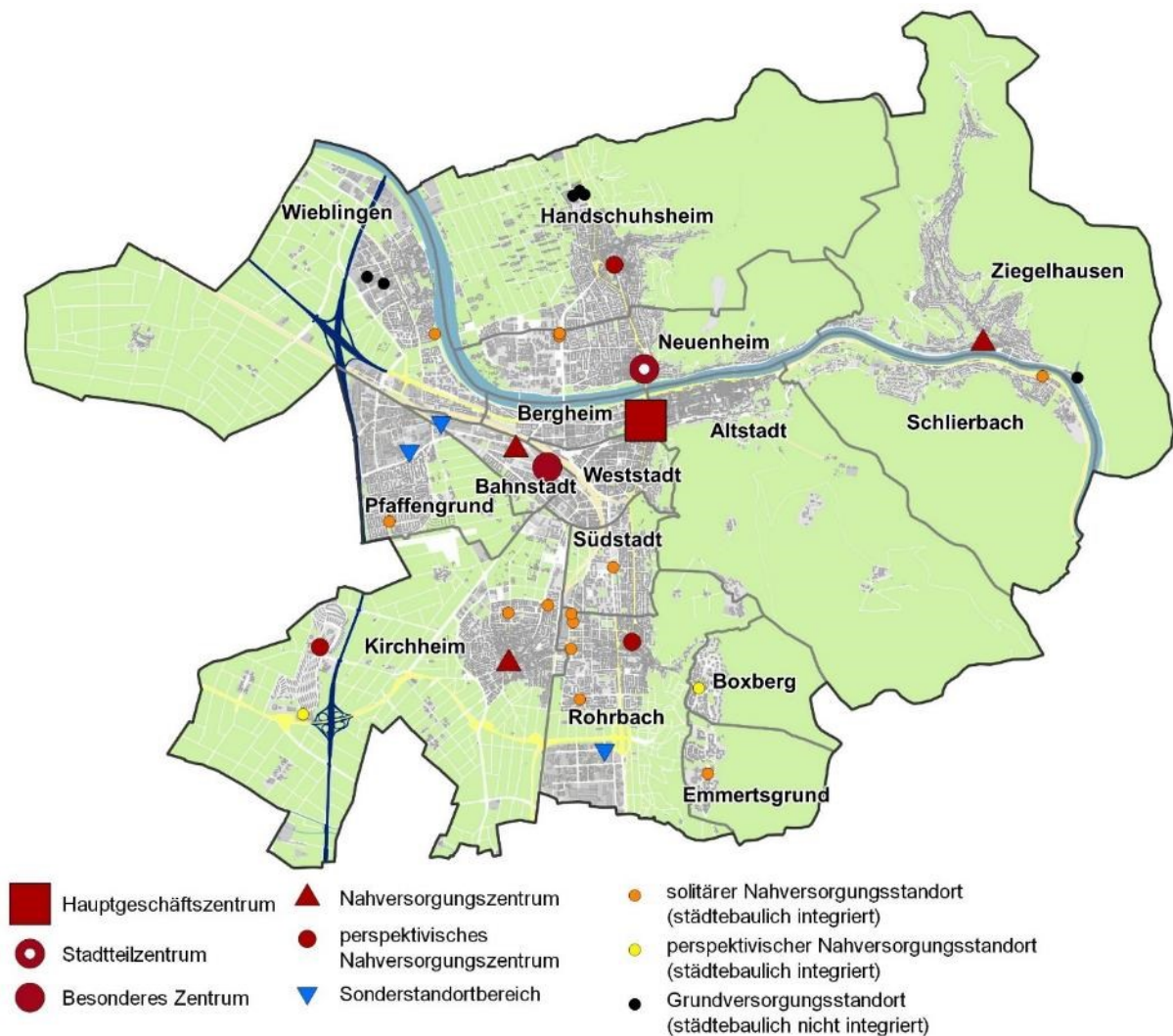
**Tabelle 14: Strukturprägende Standorte in der Stadt Heidelberg**

<b>Name des Standortes / ZB* aus NVG 2012**</b>	<b>Stadtteil</b>	<b>Zukünftige Versorgungsfunktion</b>
ZB Altstadt	Altstadt	Hauptgeschäftszentrum Innenstadt
ZB Bahnhofstraße	Weststadt	Hauptgeschäftszentrum Innenstadt
ZB Bergheim	Bergheim / Weststadt	Hauptgeschäftszentrum Innenstadt
ZB Boxberg	Boxberg	Perspektivischer Nahversorgungsstandort
ZB Emmertsgrund	Emmertsgrund	Solitärer Nahversorgungsstandort
ZB Freiburger Straße	Rohrbach	Solitärer Nahversorgungsstandort
ZB Furtwängler Straße	Handschuhsheim	-
ZB Handschuhsheim	Handschuhsheim	Perspektivisches Nahversorgungszentrum
ZB Kirchheim	Kirchheim	Nahversorgungszentrum
ZB Kranichweg	Pfaffengrund	Solitärer Nahversorgungsstandort
ZB Neuenheim	Neuenheim	Stadtteilzentrum
ZB Pfaffengrund	Pfaffengrund	-
ZB Rohrbach-Mitte	Rohrbach	Perspektivisches Nahversorgungszentrum
ZB Rohrbacher Straße	Weststadt	-
ZB Wieblingen	Wieblingen	-
ZB Ziegelhausen	Ziegelhausen	Nahversorgungszentrum
-	Bahnstadt	Besonderes Zentrum Europaplatz
-	Bahnstadt	Nahversorgungszentrum
-	Kirchheim (Patrick-Henry-Village)	Perspektivisches Nahversorgungszentrum
	Kirchheim (Patrick-Henry-Village)	Perspektivischer Nahversorgungsstandort
SO Eppelheimer Straße (Pfaffengrund)	Pfaffengrund	Sonderstandortbereich
SO Rohrbach-Süd	Rohrbach	Sonderstandortbereich
SO Bahnstadt FMZ	Bahnstadt	Sonderstandortbereich

Quelle: Darstellung Junker + Kruse

\* Zentrale Bereiche, \*\* Nahversorgungsgutachten 2012

Karte 12: Heidelberger Standortstruktur – Status-Quo und Perspektive 2035



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

### 7.3.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Einordnung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Heidelberg folgt definierten Kriterien, welche zunächst erläutert werden. Die zentralen Versorgungsbereiche werden mit ihren räumlichen Abgrenzungen, wesentlichen Merkmalen sowie künftigen Entwicklungsempfehlungen in Standortprofilen (siehe dazu Kapitel 8.1) dargestellt.

#### Begriffsdefinition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzepts der Stadt Heidelberg dar. Den zentralen Versorgungsbereichen kommt dabei auch vor dem Hintergrund der Gesetzgebung und Rechtsprechung eine besondere Bedeutung zu. Sie nehmen durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9

(2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine hervorzuhebende Stellung als schützenswerte Bereiche ein.

Unter zentralen Versorgungsbereichen sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Kommune zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen, gastronomische Angebote und Handwerksbetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (zum Beispiel Innenstadt und Stadtteilzentrum). Auch Nahversorgungszentren können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten und gegebenenfalls auch teilweise mit zentrenrelevanten Sortimenten versorgen. Erforderlich ist dabei, dass Nahversorgungszentren eine Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus einnehmen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.

Sonderstandortbereiche (wie zum Beispiel Fachmarktzentren) und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen können. Solitäre Nahversorgungsstandorte stellen dennoch ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie zum Beispiel dem Zentrenkonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium. Die Genehmigungsfähigkeit eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens muss aber im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein.

Vorrangiges Ziel ist die Sicherung / Entwicklung der Heidelberger Innenstadt sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (unter anderem im Sinne von § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandelskonzepts der Stadt Heidelberg sind als zentrale Versorgungsbereiche jene Bereiche im Stadtgebiet zu verstehen, die jeweils eine funktionale Einheit mit einem (ihrer Versorgungsbedeutung entsprechenden) breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgung und Dienstleistungen bilden. Dies ist in erster Linie natürlich das Hauptgeschäftszentrum in der Heidelberger Innenstadt, ebenso sind jedoch auch das Stadtteilzentrum, das Besondere Zentrum wie auch die Nahversorgungszentren diesbezüglich zu betrachten.

Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereichs ist schließlich ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Wichtige Abgrenzungskriterien eines zentralen Versorgungsbereichs sind:

### Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

### Städtebauliche Kriterien

- städtebaulich integrierte Lage
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Stadtumbauprojekte, Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um perspektivische Ansiedlungs- beziehungsweise Ergänzungsflächen, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen der zentralen Versorgungsbereiche stehen und diese – im Falle einer Ansiedlung beziehungsweise Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung beziehungsweise Nutzung auf diesen Flächen ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, als auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sogenannte Heidelberger Sortimentsliste; siehe Kapitel 9) unabdingbar.

### Einordnungskriterien

Die Typen der zentralen Versorgungsbereiche (**Zentrentypen**, vergleiche dazu auch Tabelle 14) unterscheiden sich vor allem hinsichtlich ihres Einzelhandels- und ergänzenden Nutzungsangebotes unter Berücksichtigung ihrer Versorgungsaufgabe. Hierbei fließen als Kriterien unter anderem der Branchenmix, das Betriebstypenangebot, die städtebauliche Situation sowie die Ausstattung mit Dienstleistungs- und Handwerksbetrieben, gastronomischen und kulturellen Einrichtungen in die Beurteilung ein.

- **Hauptgeschäftszentrum (HGZ)** – Das Hauptgeschäftszentrum besitzt eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet und teilweise darüber hinaus. Das Einzelhandelsangebot ist umfassend und erstreckt sich mit einem differenzierten Branchen- und Betriebstypenmix über die gesamte Palette von Waren zur Deckung des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs. Im Hauptgeschäftszentrum können grundsätzlich alle groß- und kleinflächigen Vertriebsformen des Einzelhandels vertreten sein. Dazu gehören Einkaufszentren, Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachmärkte und Facheinzelhandel (inhabergeführt sowie filialbetrieben). Das Angebotsniveau ist differenziert und auf unterschiedliche Zielgruppen ausgerichtet. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch öffentliche Einrichtungen (zum Beispiel Rathaus), kulturelle Angebote (u. a. Museum, Theater, Bibliothek), ein differenziertes Dienstleistungs- und Gastronomieangebot sowie Handwerksbetriebe. Das Einzelhandelsangebot der Innenstadt, die das gesamtstädtische Hauptgeschäftszentrum der Stadt Heidelberg darstellt, liegt hinsichtlich Gesamtverkaufsfläche und Umsatz deutlich vor den anderen Zentren Heidelbergs. Vor allem die

Angebote der Sortimente des mittelfristigen Bedarfs weisen relevante Bindungsquoten für die Gesamtstadt und darüber hinaus auf. Das Einzelhandelsangebot des Hauptgeschäftszentrums umfasst sämtliche zentrenrelevanten Sortimente, teils in großer Sortimentsbreite und -tiefe. Ebenso sind die Anzahl und Vielfalt der ergänzenden Nutzungen aus den Bereichen Dienstleistungen, Gastronomie, Handwerk oder Kultur im Hauptgeschäftszentrum im Vergleich zu den anderen Zentren führend (so zum Beispiel im Bereich kultureller Einrichtungen).

- **Stadtteilzentrum (STZ)** – Die Versorgungsfunktion bezieht sich auf Stadtteile und teilweise auch darüber hinaus. Das Einzelhandelsangebot erstreckt sich auf Waren zur Deckung des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs, wobei ein umfassender, zentrenrelevanter Branchenmix sowie ein differenziertes Nahversorgungsangebot mit unterschiedlichen Betriebstypen vorhanden sein sollten. Zur Ausstattung eines Stadtteilzentrums gehören unterschiedliche großflächige wie kleinflächige Vertriebsformen, dazu gehören großflächige Lebensmittelmärkte, Fachmärkte und Facheinzelhandel (inhabergeführt sowie filialbetrieben). Das Angebot bewegt sich dabei auf einem niedrigen bis mittleren Niveau. Ergänzt wird das einzelhandelsrelevante Angebot durch diverse Dienstleistungsangebote (u. a. Finanzdienstleister, Gesundheitsdienstleister), kulturelle Einrichtungen sowie Gastronomie (u. a. Cafés, Bistros) und Handwerk.
- **Besonderes Zentrum (BZ)** – Das Besondere Zentrum Europaplatz stellt das Bindeglied zwischen der Heidelberger Innenstadt und dem neuen Stadtteil Bahnstadt dar. Es wird mit dem im Bau befindlichen Konferenzzentrum sowie weiteren zentrenergänzenden Nutzungen (unter anderem Konferenzhotel) in Verbindung mit dem modernen Europaplatz und dem direkten Zugang zum Hauptbahnhof zukünftig eine übergeordnete und besondere Bedeutung in der Stadt Heidelberg erlangen und eine lokale bis überregionale Ausstrahlungskraft entfalten. Das Besondere Zentrum Europaplatz wird mit einem attraktiven und multifunktionalen Mix aus Einzelhandelsbetrieben, verknüpft mit Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten, ausgestattet, welcher das besondere Profil für Kongresse und Arbeiten widerspiegeln wird.
- **Nahversorgungszentren (NVZ)** – Diese Zentren haben eine Versorgungsfunktion für umliegende Wohnsiedlungsbereiche beziehungsweise Stadtteile beziehungsweise deren Teilbereiche. Es überwiegt das Einzelhandelsangebot an Waren zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs, mit einem Schwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Angebot. Der Betriebstypenmix ist eingeschränkt, zum typischen Besatz gehören Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelhandwerk. Dienstleistungsbetriebe (in der Regel Minimalausstattung Finanz- und Gesundheitsdienstleister, einzelhandelsnahe Dienstleister, zum Beispiel Reisebüro) und ein einfaches Gastronomieangebot (Cafés oder Imbisse) sowie Handwerksbetriebe ergänzen das Einzelhandelsangebot. Die Einordnung der Nahversorgungszentren stand im besonderen Untersuchungsinteresse. Daher werden nachfolgend die Kriterien zur Einstufung von Standorten mit nahversorgungsrelevanten Angeboten als Nahversorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche) dargelegt und die Festlegungen für das Einzelhandelskonzept unter besonderer Berücksichtigung der Veränderungen zum Nahversorgungsgutachten von 2012 dargestellt.

### Exkurs Kriterien für die Einstufung der Nahversorgungszentren

Bei der Einordnung der Nahversorgungszentren ist vor allem die einschlägige Rechtsprechung zu berücksichtigen. Daher werden im Folgenden die Kriterien zur Einstufung von Standorten mit nahversorgungsrelevanten Angeboten als Nahversorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche) dargestellt und die Festlegungen für das Einzelhandelskonzept der Stadt Heidelberg unter besonderer Berücksichtigung der Veränderungen zum Nahversorgungsgutachten 2012 dargestellt.

Nahversorgungszentren dienen in erster Linie der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung in einem fußläufigen Einzugsbereich mit Waren und Dienstleistungen des periodischen Bedarfs, insbesondere mit Lebensmitteln, aber auch mit Drogeriewaren, Getränken, Zeitungen u. ä.

Dabei stellt sich die Frage, welche Kriterien ein Nahversorgungszentrum erfüllen muss, um als schutzwürdiger zentraler Versorgungsbereich u. a. im Sinne von §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO zu gelten.

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Kuschnerus zeigte dabei auf, dass sich Nahversorgungszentren durch folgende Merkmale auszeichnen:

- „das Vorhandensein (mindestens) eines größeren Lebensmittelanbieters als „Magnetbetrieb“, weiterer anderer Einzelhandelsanbieter und (regelmäßig) auch diverser Dienstleister,
- die räumliche Zusammenfassung des Bereichs der Versorgungsbetriebe zu einem als Einheit erscheinenden „Zentrum“ und
- die hinreichende Abgrenzbarkeit des – in seiner räumlichen Ausdehnung nicht generell an bestimmte Meter-Vorgaben gebundenen, regelmäßig aber einige Tausend Einwohner aufweisenden – Bereichs, der von dem Zentrum versorgt wird.“ ...
- ... „Besonderer Betrachtung bedarf noch die Frage, ob diese qualitativen Anforderungen stets tatsächlich bereits vorhanden sein müssen oder ob gegebenenfalls auch die – realistischerweise zu erwartende – planerische Zielsetzung ausreicht, dass das Zentrum diese Qualitäten in absehbarer Zeit erlangt.“<sup>46</sup>

Aus diesen Ausführungen ist abzuleiten, dass folgende Kriterien im Besonderen bei der Definition der Nahversorgungszentren heranzuziehen sind:

- **Ausstattung (Einzelhandel und ergänzende Nutzungen)**  
Dabei handelt es sich um die quantitative Ausstattung des Einzelhandelsbesatzes, sowie dessen Sortiments- und Betriebstypenstruktur. Im Besonderen geht es vor dem Hintergrund der Nahversorgungsfunktion um das Vorhandensein von strukturprägenden Lebensmittelmärkten (zum Beispiel Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter), die als Frequenzerzeuger fungieren. Darüber hinaus sind ergänzende Nutzungen (Dienstleistungen, wie beispielsweise Ärzte, Banken, Versicherungen und gastronomische Einrichtungen) zu untersuchen.
- **Einzugsgebiet**  
Unter Berücksichtigung der Nahversorgungsfunktion stellt die fußläufige Erreichbarkeit ein wichtiges Kriterium bei der Definition von Nahversorgungszentren dar und bildet damit einen wichtigen Maßstab für die Ausdehnung eines Einzugsbereichs. Daneben ist aber auch aus absatzwirtschaftlicher Sicht ein bestimmtes Einwohner- beziehungsweise Kaufkraftpotenzial für das Vorhandensein eines größeren Lebensmittelmarktes notwendig. Im Hinblick auf eine weitgehend flächendeckende Nahversorgung sind im Einzelfall Betrachtungen in Abhängigkeit von der Siedlungsdichte vorzunehmen.
- **Ausstrahlung (Zentralität)**  
Die Zentralität eines bestehenden Nahversorgungszentrums wird durch das Verhältnis des getätigten Umsatzes und der lokalen Kaufkraft (im Einzugsgebiet) in der prägenden Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel abgebildet. Ein zentraler Versorgungsbereich sollte möglichst eine über die reine Nahversorgungsfunktion hinausreichende Zentralität entwickeln.

– **räumliche / städtebauliche Abgrenzung**

Ein zentraler Versorgungsbereich sollte aufgrund seiner räumlichen Ausdehnung und städtebaulichen Gestaltung als „städtebauliche Einheit“ ablesbar sein, die sich hinsichtlich der Nutzungen und Gestaltung von der Umgebung unterscheidet.

Im Einzelhandelskonzept der Stadt Heidelberg wird – ausgehend von der Bestandsaufnahme der vorhandenen Zentrenausstattungen – ein Nahversorgungszentrum als zentraler Versorgungsbereich definiert, wenn er folgende Kriterien erfüllt:

- mindestens einen, vorzugsweise zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte,
- ergänzende Nutzungen (private und öffentliche Dienstleistungen, Gastronomie, Handwerk),
- keine wesentliche Überschneidung der Einzugsbereiche (600 m-Radius) mit denen höherrangiger Zentren
- Zentralität in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bezogen auf den Planungsraum > 0,5 (Orientierungswert)
- ablesbare städtebauliche Einheit sowie städtebauliche Qualität (u. a. Außendarstellung, Gestaltung, Aufenthaltsqualität).

Vor dem Hintergrund dieser Kriterien wird darüber hinaus keine Mindestgröße (Verkaufsfläche) für ein Nahversorgungszentrum definiert.

Zudem werden in dem Einzelhandelskonzept perspektivische Nahversorgungszentren als zentraler Versorgungsbereich definiert, die zu entwickeln sind. Perspektivisch soll sich dort ein größerer Lebensmittelbetrieb ansiedeln. Unter dieser Voraussetzung ist die Ausweisung eines faktischen zentralen Versorgungsbereiches in den nächsten Jahren denkbar.

**Festlegungen im Einzelhandelskonzept der Stadt Heidelberg**

Auf Grundlage der Einstufungskriterien ergibt sich eine Reduzierung der Anzahl der bisher als Nahversorgungszentren (Terminologie Nahversorgungsgutachten, 2012: zentrale Bereiche) definierten Standorte wie folgt. Jene Standortbereiche, die die Kriterien erfüllen, werden auch künftig als Nahversorgungszentren eingestuft. Für die übrigen ergibt sich in Abhängigkeit von der städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Einstufung beziehungsweise Lage im Siedlungsgefüge in der Regel eine Einstufung als Nahversorgungsstandort. Zudem wurden perspektivische Nahversorgungszentren (Rohrbach-Mitte, Handschuhshaus und Patrick-Henry-Village) definiert. Hier hat die Stadt Heidelberg die Zielperspektive zum Ausbau der Bereiche als faktische zentrale Versorgungsbereiche vorgesehen.

### 7.3.2 Nahversorgungsstandorte und sonstige Grundversorgungsstandorte

Als Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage beziehungsweise mit Bezug zu Wohngebieten außerhalb des Nahbereichs von zentralen Versorgungsbereichen, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (fußläufigen) Nahversorgung der Heidelberger Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung im Sinne von § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich

<sup>46</sup> Ulrich Kuschnerus: Nahversorgungszentren als zentrale Versorgungsbereiche, in: ZfBR 1/2009, S. 24-29. Urteil des OVG NRW vom 01.07.2009; AZ 10 A 2350/07



städtebaulich nicht negativ (im Sinne einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnah Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Heidelberg sind derzeit folgende Angebotsstandorte als Nahversorgungsstandorte zu definieren<sup>47</sup>:

#### **Stadtteil Emmertsgrund**

- Forum (derzeit Nahkauf)

#### **Stadtteil Kirchheim**

- Breslauer Straße (derzeit Nahkauf)
- Im Franzosengewann (derzeit Rewe)

#### **Stadtteil Neuenheim**

- Berliner Straße (derzeit Rewe)
- Berliner Straße (derzeit Aldi Süd)

#### **Stadtteil Pfaffengrund**

- Kranichweg (derzeit Netto)

#### **Stadtteil Rohrbach**

- Felix-Wankel-Straße (derzeit Aldi Süd)
- Felix-Wankel-Straße (derzeit Rewe Center)
- Freiburger Straße (derzeit Netto)
- Heinrich-Fuchs-Straße (derzeit Lidl)
- Rathausstraße (derzeit Penny)

#### **Stadtteil Schlierbach**

- Am grünen Hag (derzeit Rewe)

#### **Stadtteil Südstadt**

- Rheinstraße (derzeit Tegut)

#### **Stadtteil Weststadt**

- Kurfürsten-Anlage (derzeit Kaufland)

#### **Stadtteil Wieblingen**

- Mannheimer Straße (derzeit Netto)

#### **Perspektivische Nahversorgungsstandorte**

- Boxberg, Stadtteil Boxberg<sup>48</sup>
- Patrick-Henry-Village, Stadtteil Kirchheim

---

<sup>47</sup> aufgeführt sind die Standorte und die jeweiligen funktionstragenden Lebensmittelmärkte

<sup>48</sup> In diesem Stadtteil besteht am Standort „Boxbergring“ bereits ein kleiner Nahversorger. Im Stadtteil soll zukünftig die Nahversorgungssituation weiter verbessert werden.

### Sonstige Grundversorgungsstandorte

Als sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich nicht integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist. Sie dienen, primär auf Pkw-orientierte Kundschaft ausgerichtet, einer ergänzenden Grundversorgung der Heidelberger Bevölkerung. Da diese Standorte aber aufgrund ihrer Lage keinen vorrangigen Beitrag zur fußläufigen Nahversorgung leisten, stellen sie im Umkehrschluss auch kein bauplanerisches Schutzgut (zum Beispiel im Sinne von § 3 BauNVO) dar.

Im Hinblick auf die **Neuansiedlung** von Einzelhandelsbetrieben sollte auf solche Standorte weiterhin nicht zurückgegriffen werden. Bestehende Standorte besitzen im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts Bestandsschutz, dazu zählen:

- Fritz-Frey-Straße, Stadtteil Handschuhsheim (derzeit Aldi Süd)
- Fritz-Frey-Straße, Stadtteil Handschuhsheim (derzeit Lidl)
- Im Weiher, Stadtteil Handschuhsheim (derzeit Rewe Center)
- Grenzhöfer Weg, Stadtteil Wieblingen (derzeit Rewe)
- Im Schuhmachergewann, Stadtteil Wieblingen (derzeit Aldi Süd)
- Kleingemünder Straße, Stadtteil Ziegelhausen (derzeit Aldi Süd)

### 7.3.3 Sonderstandortbereiche

Standorte für Fachmärkte dienen im Sinne der Zielkonzeption (Standortstrukturmodell) der Unterbringung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Sie ergänzen mit ihrem Angebot funktional die zentralen Versorgungsbereiche beziehungsweise die Nahversorgungsstruktur. Der Standorttyp der Fachmarktstandorte des großflächigen Einzelhandels zeichnet sich insbesondere durch folgende Merkmale aus:

- städtebaulich nicht integrierte Lage
- gesamtstädtische(s) und zum Teil überörtliche(s) Einzugsgebiet(e) / Versorgungsbedeutung,
- Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen,
- vereinzelt Mehrfachbesatz von Anbietern der gleichen Warengruppe gegeben,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- in der Regel kein oder nur sehr geringes Dienstleistungsangebot.

Prägend im Rahmen der Standortstruktur im Heidelberger Stadtgebiet sind zahlreiche Sonderstandortbereiche, die verschiedene Versorgungsaufträge mit unterschiedlichen Warengruppen wahrnehmen. Die großflächigen Angebote entfalten eine kommunale und teilweise eine überregionale Versorgungsbedeutung. Die Standorte ergänzen die Versorgungsstruktur bei der Bereitstellung einer möglichst flächendeckenden Versorgung. Sie sollen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Zentrenstruktur entfalten. Zentrenrelevante Sortimente sollten lediglich als Randsortimente angeboten werden, welche zentrenverträglich zu begrenzen sind. Das impliziert, dass bestehende Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten zum einen Bestandsschutz genießen, zum anderen sollte im Sinne städtebaulicher Zielvorstellungen (insbesondere Zentrenschutz) im Planungsfall eine Umnutzung in Richtung nicht-zentrenrelevanter Sortimente bewirkt werden.

Weiterhin stellen diese Sonderstandortbereiche bedeutsame Standorte dar, an denen großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Kernsortimenten der nicht-zentrenrelevanten Warengruppen gruppiert werden sollen. Zum üblichen Besatz gehören insbesondere Bau- und Gartenmärkte sowie Möbelhäuser. Sonderstandortbereiche des Heidelberger Einzelhandels zeichnen sich dadurch aus, dass sie

- als Agglomeration aus Kunden- und Anbietersicht attraktive Angebotskoppelungen bieten (zum Beispiel Möbel- und Baumarktsortimente) beziehungsweise eine charakteristische Gestalt in der Einzelhandelsstruktur darstellen,

- aufgrund der Standortgröße und Lagevorteile erwarten lassen, dass sich solche Angebotskoppelungen grundsätzlich ansiedeln lassen,
- aufgrund der Verkaufsflächenvolumina eine räumlich weitreichende, regelmäßig gesamtstädtische und teilweise regionale Versorgungsbedeutung haben beziehungsweise erwarten lassen,
- einen gewissen Umfang zentrenrelevanter Randsortimente anbieten und von ihnen daher Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche ausgelöst werden können
- und dass sie nicht zuletzt auch relevante Auswirkungen auf den Verkehr und das Stadtbild sowie weitere gesamtstädtische Aspekte nach sich ziehen können.

## 8 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in der Stadt Heidelberg

Vor dem Hintergrund der bestehenden Angebotssituation und der somit insgesamt begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume in Heidelberg ergeben sich im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung nur für bestimmte Standorte im Stadtgebiet Entwicklungsperspektiven. Diese Standorte bilden die **Entwicklungsbereiche**, an denen der vorhandene Einzelhandel gesichert und seine Entwicklung – abhängig von der zukünftigen Rolle des Standorts im Rahmen des definierten räumlichen Standortmodells (vergleiche Kapitel 5.9) – gefördert oder auch restriktiv behandelt wird. Im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung werden dabei insbesondere Flächen ausgeschlossen, an denen eine einzelhandelsrelevante Ansiedlung den formulierten Entwicklungszielen kontraproduktiv entgegenstehen würde.

Nachfolgend werden alle ehemaligen Standortbereiche aus dem NVG 2012 („Zentrale Bereiche“) aufgeführt, die die Kriterien eines Zentralen Versorgungsbereiches im Sinne des BauGB / BauNVO erfüllen. Ihre Abgrenzung wurde an aktuelle Gegebenheiten sowie Entwicklungsperspektiven angepasst. Ehemalige Zentrale Bereiche aus dem NVG 2012 werden im Anhang analysiert.

### 8.1 Zentrale Versorgungsbereiche

#### 8.1.1 Hauptgeschäftszentrum Innenstadt

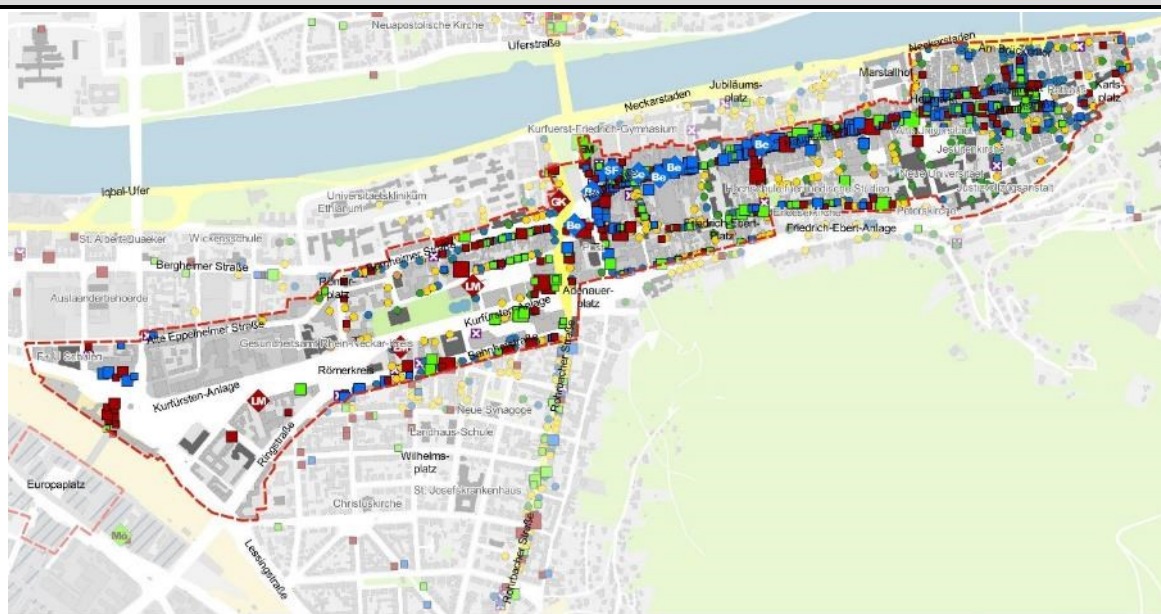
Das Heidelberger Hauptgeschäftszentrum Innenstadt erstreckt sich auf einer Länge von knapp 3 km vom Karlsplatz im Osten entlang der Hauptstraße zum Bismarckplatz, über Teilbereiche der Bergheimer- und Poststraße in Bergheim und der nördlichen Weststadt über die Kurfürsten-Anlage bis zum Hauptbahnhof im Westen. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt orientiert sich zum einen an den bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie) und zum anderen an zukünftigen städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Heidelberg. Die, topografisch bedingt, lang gestreckte Heidelberger Innenstadt setzt sich aus dem Kernbereich der östlichen Altstadt und der westlichen Innenstadt zusammen. Der **Kernbereich** umfasst im Wesentlichen die westliche Altstadt entlang der als Fußgängerzone ausgebauten Hauptstraße vom Universitätsplatz bis zum Bismarckplatz mit den parallel verlaufenden Straßen Untere Straße und Plöck sowie das östliche Bergheim und die nördliche Weststadt entlang der Bergheimer Straße, Poststraße, Kurfürsten-Anlage und Bahnhofstraße vom Bismarckplatz bis zum Landgericht. Insbesondere im Bereich zwischen dem Bismarckplatz und Universitätsplatz besteht auf einer Länge von rund 900 m (Luftlinie) eine kompakte räumlich-funktionale Struktur mit einer hohen Einzelhandelsdichte, die eine attraktive Hauptlage mit großflächigen Magnetbetrieben (Filialisten) sowie ergänzendem inhabergeführten, kleinteiligen Bestand definiert.

Die **östliche Altstadt** erstreckt sich zwischen dem Universitätsplatz im Westen, dem Karlsplatz im Osten und dem Neckarstaden im Norden. Die südliche Begrenzung bilden die Hänge des Königstuhls entlang der Friedrich-Ebert-Anlage. In diesem Bereich dominiert ein kleinteiliger „Altstadtmix“ aus spezialisierten, kleinteiligen Geschäften, gastronomischen und touristischen Angeboten.

Die **westliche Innenstadt** verläuft entlang der Kurfürsten-Anlage vom Landgericht im Osten bis zum Hauptbahnhof im Westen. Die Alte Eppelheimer Straße bildet die nördliche Begrenzung, die Bahnhofstraße und die Ringstraße die südliche Begrenzung. In diesem Bereich mit der stadtbildprägenden Kurfürsten-Anlage sind die Stadterweiterungen, vor allem aus der Gründer- und Nachkriegszeit, gut ablesbar. Die Kurfürsten-Anlage (durch die Verlagerung des Hauptbahnhofs im Jahr 1955 entstanden) stellt sich derzeit eher als Transferraum dar. Auch Einzelhandelsnutzungen spielen in diesem Bereich bislang eine untergeordnete Rolle. Vor allem in der

Altstadt fehlt es aber an mittleren und größeren (Experimentier)Flächen, insbesondere für neue Konzepte des Einzelhandels sowie der verstärkten Produktion und des Vertriebs von Waren im urbanen Kontext. In der westlichen Innenstadt stehen dafür aufgrund des Stadtbbaus einige Flächen zur Verfügung. Damit besteht die Möglichkeit, die Innenstadt mit Blick auf Multifunktionalität und Urbanität zukunftsfähig zu machen. Gleichzeitig sollen die bestehenden Strukturen in der Altstadt nicht geschädigt werden. Zentrale Herausforderung wird es sein, die Altstadt mit den innerstädtischen Zukunftsbereichen im Westen zu verknüpfen.

**Standortprofil: Hauptgeschäftszentrum Innenstadt**



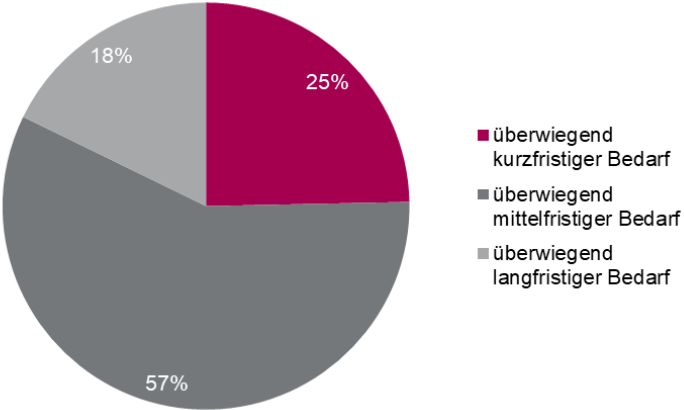
<b>Abgrenzungen</b>	<b>Sonstige Nutzung</b>	<b>Bedarfsstufen</b>	<b>Größenklassen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 15px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> Zentraler Versorgungsbereich</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> Stadtteilgrenze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: yellow; font-size: 12px;">●</span> Dienstleistung &amp; Handwerk</li> <li><span style="color: blue; font-size: 12px;">●</span> Gastgewerbe</li> <li><span style="color: green; font-size: 12px;">●</span> Kunst, Kultur, Bildung</li> <li><span style="color: black; font-size: 12px;">●</span> Leerstand (kein EH-Leerstand)</li> <li><span style="color: orange; font-size: 12px;">●</span> Öffentliche Einrichtung</li> <li><span style="color: lightblue; font-size: 12px;">●</span> Sonstiges</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red; font-size: 12px;">■</span> kurzfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: blue; font-size: 12px;">■</span> mittelfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: green; font-size: 12px;">■</span> langfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="border: 1px dashed black; display: inline-block; width: 10px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> Leerstand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> &lt; 100 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 20px; height: 15px; margin-right: 5px;"></span> 100 - 399 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 25px; height: 20px; margin-right: 5px;"></span> 400 - 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> </ul>
<b>Großflächiger Einzelhandel</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red; font-size: 12px;">✖</span> Gesundheit und Körperpflege</li> <li><span style="color: blue; font-size: 12px;">♠</span> Bekleidung</li> <li><span style="color: blue; font-size: 12px;">♣</span> Sport und Freizeit</li> <li><span style="color: green; font-size: 12px;">Ⓜ</span> Elektronik / Multimedia</li> </ul>			

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis von Kartengrundlagen des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

**Lage**

<b>Stadtteil</b>	Altstadt / Bergheim / Weststadt
<b>Ausdehnung / Straßen</b>	Beinahe kompletter Stadtteil Altstadt sowie Teile der Stadtteile Bergheim und Weststadt mit Hauptaugenmerk auf den Abschnitt der Hauptstraße zwischen Bismarckplatz und Karlsplatz sowie Kurfürsten-Anlage bis Hauptbahnhof Ausdehnung circa 400 m (Nord-Süd); 2.900 m (West-Ost)
<b>Wettbewerbsstandorte (Luftlinie)</b>	Entfernung zum: BZ Europaplatz (Stadtteil Bahnstadt) circa 100 m STZ Neuenheim (Stadtteil Neuenheim) circa 250 m NVZ Bahnstadt (Stadtteil Bahnstadt) circa 900 m NVZ Kirchheim (Stadtteil Kirchheim) circa 3.600 m NVZ Ziegelhausen (Stadtteil Ziegelhausen) circa 3.100 m PNVZ Handschuhsheim (Stadtteil Handschuhsheim) circa 1.500 m

**Standortprofil: Hauptgeschäftszentrum Innenstadt**

	PNVZ Rohrbach-Mitte (Stadtteil Rohrbach) circa 3.000 m PNVZ Patrick-Henry-Village (Stadtteil Kirchheim) circa 5.200 m SO Rohrbach-Süd (Stadtteil Rohrbach) circa 4.450 m SO Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) (Stadtteil Pfaffengrund) circa 3.300 m SO Bahnstadt (Fachmarktzentrum) (Stadtteil Bahnstadt) circa 1.800 m								
<b>Einzugsgebiet</b>	Gesamtstädtisch (rund 147.450 Einwohner)								
<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>									
Verkaufsfläche	93.100 m <sup>2</sup> (91 % der Gesamtverkaufsfläche in den Stadtteilen Altstadt, Bergheim und Weststadt)								
Anzahl der Betriebe	447 Einzelhandelsbetriebe								
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	12 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 49.400 m <sup>2</sup>								
<b>Einzelhandelsstruktur</b>									
Angebotsstruktur	Vielfältige Angebotsstruktur von überregionaler Bedeutung								
Sortimentsschwerpunkte	In den Warengruppen Bekleidung, Nahrungs- und Genussmittel, Schuhe / Lederwaren sowie Sport und Freizeit								
Sortimentsstruktur	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Bedarfsart</th> <th>Anteil</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>überwiegend kurzfristiger Bedarf</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>überwiegend mittelfristiger Bedarf</td> <td>57%</td> </tr> <tr> <td>überwiegend langfristiger Bedarf</td> <td>18%</td> </tr> </tbody> </table>	Bedarfsart	Anteil	überwiegend kurzfristiger Bedarf	25%	überwiegend mittelfristiger Bedarf	57%	überwiegend langfristiger Bedarf	18%
Bedarfsart	Anteil								
überwiegend kurzfristiger Bedarf	25%								
überwiegend mittelfristiger Bedarf	57%								
überwiegend langfristiger Bedarf	18%								
Magnetbetriebe	C&A, Henschel, H&M, Galeria Kaufhof sowie Saturn <sup>49</sup>								
<b>Wochenmärkte</b>	Dienstag / Donnerstag / Freitag - Friedrich-Ebert-Platz								
<b>Dienstleister</b>	Schwerpunkte: Kunst, Kultur und Bildung, Gastronomie und Beherbergungsgewerbe sowie Dienstleistung und Handwerk								
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen</b>	Rathaus einschließlich diverser Ämter, Universität einschließlich Bibliothek, Theater, Kongresshaus, Museen, Altes Hallenbad, Hauptzollamt, Landgericht, Stadtbücherei, Landratsamt								
<b>Verkehrliche Einordnung</b>									
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Rohrbacher Straße (B 3), Neckarstaden (B 37) sowie Friedrich-Ebert-Anlage einschließlich Schlossbergtunnel und Kurfürsten-Anlage								

<sup>49</sup> Der Elektronikmarkt Saturn wird Ende Januar 2022 geschlossen. In den Analysedaten dieses Berichts ist der Markt noch als Bestand berücksichtigt.

**Standortprofil: Hauptgeschäftszentrum Innenstadt**

Parkmöglichkeiten	Parkhäuser (teilweise im unmittelbaren Umfeld), Sammelparkplätze sowie teilweise straßenbegleitende Stellflächen
ÖPNV	Zentralgelegener Hauptverkehrsknotenpunkt Bismarckplatz mit diversen Bus- und Straßenbahnlinien, im westlichen Bereich Hauptbahnhof sowie in unmittelbarer Nähe im Osten S-Bahnhof Heidelberg-Altstadt, Anschluss an das ICE-, Regional- sowie S-Bahn-Netz
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	Gewachsenes historisches Zentrum und Stadtumbauflächen
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	Hauptlage: Hauptstraße Nebenlagen: diverse Seitenstraßen, insbesondere die Plöck
Identifikationspunkte	Alte Brücke, Heiliggeistkirche sowie Universität
Gesamteindruck	Lebendiges Zentrum mit hoher städtebaulicher und historischer Qualität, guten Verkehrsanbindungen, weitläufiger Fußgängerzone und diversen Plätzen sowie direktem Zugang zu attraktiven Naherholungs- und Freizeitflächen, komplexer Anlieferverkehr
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Altstadt als beliebte Stadtstruktur</li> <li>– Touristische Attraktivität, Belebung durch Universität</li> <li>– Öffentlicher Raum mit hoher Aufenthaltsqualität</li> <li>– Hauptlage als Einzelhandelsband mit großer Klarheit, hohen Dichten und hohem Angebotsstandard</li> <li>– Konsumorientierung im westlichen Abschnitt ordnet sich dem Stadtbild unter</li> <li>– Ergänzt durch reizvolle Nebenlagen</li> <li>– Wenige Leerstände, offensichtlich auch in den Obergeschossen</li> <li>– Vielfältige Gastronomie als weitere Leitnutzung, insbesondere auch in der östlichen Hauptlage und Teilbereichen der Altstadt</li> <li>– Umweltverträglicher, nachhaltiger Verkehrsmix</li> <li>– Bismarck- und Adenauerplatz als großstädtischer Stadtbaustein</li> <li>– Bergheimer Straße und Poststraße bieten eine attraktive Ergänzung zur Altstadt mit einer städtischen, gemischt genutzten Bebauungsstruktur und einem derzeitigen Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarf</li> <li>– Bahnhofstraße mit zeitgemäßem nahversorgungsrelevantem Angebot, umgestalteter Straßenraum bietet freundliches Ambiente und Aufenthaltsqualität</li> </ul>
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Relativ geringes Angebot an großen Textilfilialisten oder Textilkaufhäusern; Betriebsform und Größen aktuell jedoch rückläufig</li> <li>– Geringe (sichtbare) Konsumorientierung, wirkt sich jedoch nicht negativ auf das Geschäftszentrum aus, ist als Besonderheit im positiven Sinne zu werten</li> <li>– Große Länge der Hauptlage, geht im östlichen Bereich wie auch in einigen Seitenlagen in eine Gastronomie geprägte Lage über</li> <li>– Barrierefreiheit in der Altstadt teils eingeschränkt</li> <li>– Straßenbegleitender ruhender Verkehr in Teilbereichen einengend, „Fahrradstraße“ Plöck nur bedingt zum „Flanieren“ geeignet</li> <li>– Negative Begleiterscheinungen durch „Massentourismus“</li> </ul>

**Standortprofil: Hauptgeschäftszentrum Innenstadt**

- Neckarufer-Freiraum vergleichsweise schlecht erreichbar
- Zäsuren durch MIV (Neckarufer, Brückenrampen und Friedrich-Ebert-Anlage, Kurfürsten-Anlage)
- Bismarck- und Adenauerplatz als Zäsur, verkehrsgeprägt, Gelenk- und Verbindungsfunktion eingeschränkt, einfachere Standards als in der Altstadt
- Bergheimer Straße und Kurfürsten-Anlage stark verkehrsgeprägt
- Gestalterische und funktionale Entwicklungsbedarfe (Carré, ehemaliges Bauhaus in der Bahnhofstraße, Areal der Stadtwerke und Heidelberger Druck in der Kurfürsten-Anlage)
- Fehlende Verknüpfung zwischen Altstadt und westlicher Innenstadt

**Versorgungsfunktion**

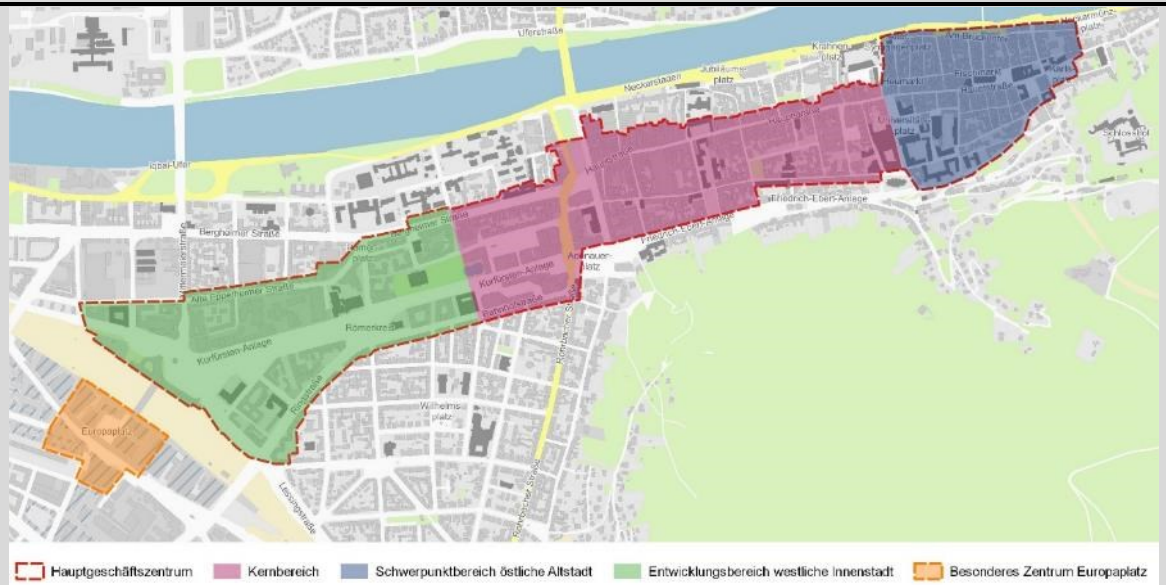
Oberzentrale, gesamtstädtische und überregionale Versorgungsfunktion mit einem hohen Anteil an Touristen

**Entwicklungsziele / Handlungsempfehlung****Gesamtes Hauptgeschäftszentrum**

- Das Heidelberger Einzelhandelsprofil als besonderes Alleinstellungsmerkmal hervorheben.
- Eine Profilierung durch Marketing und individuelle Betriebsformen herausstellen (vergleiche dazu auch Exkurs: Veränderungen im Einzelhandel am Beispiel vom Buchhandel, Kapitel 5.8).
- Die perspektivische Umstrukturierung vorhandener Kauf- und Warenhäuser fokussieren.
- Das Geschäftszentrum bestandsorientiert weiterentwickeln. Keine weitere räumliche Ausdehnung des Zentrums.
- Eine Verknüpfung zwischen Altstadt und westlicher Innenstadt herstellen.
- Die Erreichbarkeit der Innenstadt für alle Verkehrsteilnehmer attraktivieren, insbesondere im Hinblick auf nachhaltige Mobilitätsformen.
- Profile der innerhalb des Hauptgeschäftszentrums definierten Bereiche entsprechend der nachfolgenden Entwicklungsziele stärken:



**Standortprofil: Hauptgeschäftszentrum Innenstadt**

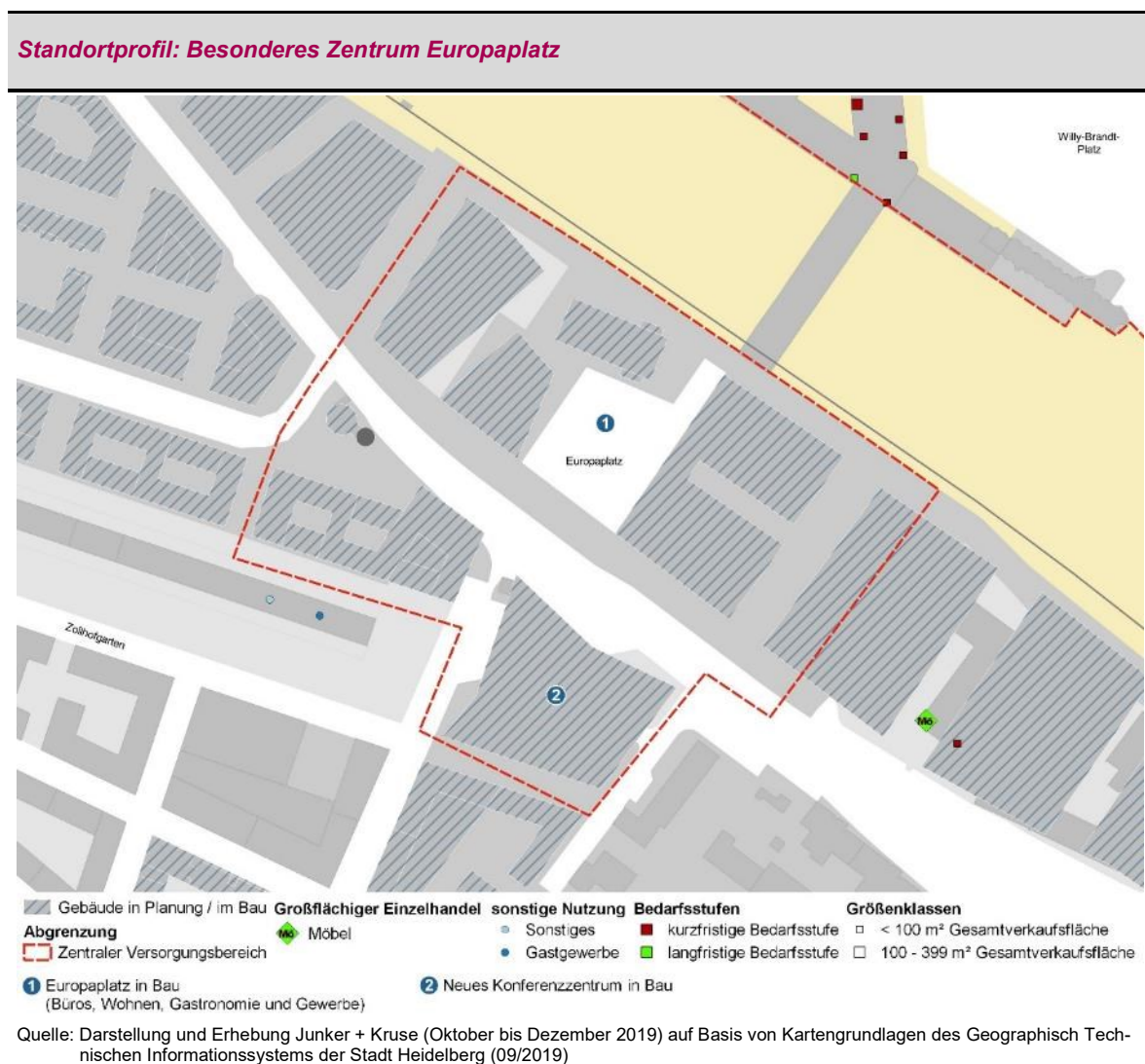


Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis von Kartengrundlagen des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

<p><b>Kernbereich</b> (Grabengasse Universitätsplatz, Altstadt bis Höhe Altes Hallenbad, Bergheim)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Erhalt der funktionalen Dichte sowie der Vielfalt und Kleinteiligkeit des Einzelhandels</li> <li>– Verknüpfung von Altstadt, Bergheim und Weststadt durch Umstrukturierung</li> <li>– Integration vorhandener großflächiger Einzelhandelsstandorte</li> </ul>
<p><b>Schwerpunktbereich östliche Altstadt</b> (vom Karlsplatz bis Grabengasse Universitätsplatz, Altstadt)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 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)</li> </ul>
<p><b>Entwicklungsbereich westliche Innenstadt</b> (Altes Hallenbad, Bergheim bis Willy-Brandt-Platz Hauptbahnhof)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ergänzende Nutzungen zum Kernbereich (zentrenverträglich, bis maximal 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Betrieb)</li> <li>– Etablierung besonderer Betriebskonzepte und Experimente (bis maximal 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Betrieb), 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</li> <li>– Belebte Erdgeschosszonen</li> <li>– Keine Einkaufszentren / Malls</li> </ul>

### 8.1.2 Besonderes Zentrum Europaplatz

Das Besondere Zentrum Europaplatz befindet sich auf der Südseite des Heidelberger Hauptbahnhofs und stellt das Eingangstor zum „neuen“ Heidelberger Stadtteil Bahnstadt dar. Es wird im Norden durch die Bahngleise begrenzt und umfasst den Kreuzungsbereich Czernyring / Max-Jarecki-Straße. Eine städtebaulich herausragende Rolle spielt zukünftig der Europaplatz, der sich gegenwärtig im Bau befindet. Entstehen soll ein multifunktionales Quartier mit Büros, Wohnungen, Gastronomie, Einzelhandel und Gewerbe sowie einem Konferenzhotel. Unmittelbar gegenüber dem Europaplatz wird derzeit ein Konferenzzentrum realisiert. Das Besondere Zentrum Europaplatz wird dabei insbesondere mit diesen zentrenergänzenden Nutzungen eine gesamtstädtische beziehungsweise regionale bis überregionale Ausstrahlungskraft erlangen. Im Besonderen Zentrum Europaplatz wird ein zentraler Anlaufpunkt mit einer hohen städtebaulichen Qualität geschaffen, welcher die Bahnstadt und die Innenstadt verknüpfen soll.



**Lage**

Stadtteil	Bahnstadt
Ausdehnung / Straßen	Europaplatz, Czernyring Ausdehnung ca. 300 m (Nord-Süd); 300 m (West-Ost)

**Standortprofil: Besonderes Zentrum Europaplatz**

<b>Wettbewerbsstandorte</b> (Luftlinie)	Entfernung zum: HGZ Innenstadt (Stadtteil Altstadt / Bergheim / Weststadt) ca. 150 m STZ Neuenheim (Stadtteil Neuenheim) ca. 1.800 m NVZ Bahnstadt (Stadtteil Bahnstadt) ca. 350 m NVZ Kirchheim (Stadtteil Kirchheim) ca. 2.500 m NVZ Ziegelhausen (Stadtteil Ziegelhausen) ca. 6.350 m PNVZ Handschuhsheim (Stadtteil Handschuhsheim) ca. 2.700 m PNVZ Rohrbach-Mitte (Stadtteil Rohrbach) ca. 2.700 m PNVZ Patrick-Henry-Village (Stadtteil Kirchheim) circa 3.700 m SO Rohrbach-Süd (Stadtteil Rohrbach) circa 4.100 m SO Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) (Stadtteil Pfaffengrund) circa 1.900 m SO Bahnstadt (Fachmarktzentrum) (Stadtteil Bahnstadt) circa 1.300 m
<b>Entwicklungsziele / Handlungsempfehlung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Schaffung eines lebendigen, zentralen Ortes mit besonderem Profil für Kongresse und Arbeiten</li> <li>– Etablierung einer attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung mit Einzelhandelsbetrieben bis maximal 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sowie ergänzenden Dienstleistungen und Gastronomieangeboten</li> </ul>

### 8.1.3 Stadtteilzentrum Neuenheim

Das Stadtteilzentrum Neuenheim ist im zentralen Süden des gleichnamigen Stadtteils zu verorten und grenzt an die beiden Heidelberger Stadtteile Bergheim und Altstadt an. Durch die Theodor-Heuss-Brücke weist das Zentrum eine gute Anbindung an die angrenzenden Stadtteile jenseits des Neckars auf. Die Abgrenzung des Stadtteilzentrums Neuenheim orientiert sich an den bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie). Folglich erstreckt es sich allen voran entlang der Brückenstraße, der Ladenburger Straße, der Lutherstraße, der Rahmengasse sowie der Schröderstraße auf einer Länge von mehr als 300 m.

Die höchste Dichte im Einzelhandelsbesatz ist in der Brückenstraße zu finden. Die Einzelhandelsdichte nimmt in nördliche Richtung zwar ab, nichtsdestotrotz weist sie nahe dem Mönchhofplatz mit dem Lebensmitteldiscounter Lidl den flächenmäßig größten Betrieb im gesamten Stadtteilzentrum auf. Darüber hinaus ist das Stadtteilzentrum durch eine kleinteilige städtebauliche Struktur gekennzeichnet, welche sich in den Betriebsgrößen widerspiegelt. Neben der Brückenstraße hat der Abschnitt der Ladenburger Straße zwischen Marktplatz Neuenheim sowie Brückenstraße eine vergleichsweise hohe Dichte an Einzelhandelsbetrieben vorzuweisen. Durch die Hauptverkehrsstraße Brückenstraße als Bundesstraße B 3 ist der größte Teil des Zentrums stark verkehrlich belastet.

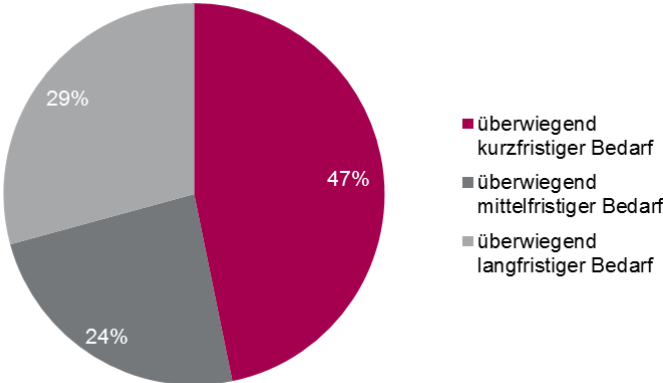
#### Standortprofil: Stadtteilzentrum Neuenheim



Abgrenzung	Sonstige Nutzung	Bedarfsstufen	Größenklassen
<span style="border: 1px dashed red; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> Zentraler Versorgungsbereich	<span style="color: yellow;">●</span> Dienstleistung & Handwerk	<span style="color: red;">■</span> kurzfristige Bedarfsstufe	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche
	<span style="color: blue;">●</span> Gastgewerbe	<span style="color: green;">■</span> mittelfristige Bedarfsstufe	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche
	<span style="color: green;">●</span> Kunst, Kultur, Bildung	<span style="color: blue;">■</span> langfristige Bedarfsstufe	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche
	<span style="color: black;">●</span> Leerstand (kein EH-Leerstand)	<span style="border: 1px dashed black; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> Leerstand	
	<span style="color: orange;">●</span> Öffentliche Einrichtung		
	<span style="color: lightblue;">●</span> Sonstiges		

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis von Kartengrundlagen des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

**Standortprofil: Stadtteilzentrum Neuenheim****Lage**

Stadtteil	Neuenheim								
Ausdehnung / Straßen	Brückenstraße, Ladenburger Straße, Lutherstraße sowie Schröderstraße Ausdehnung rund 300 m (Nord-Süd); rund 250 m (West-Ost)								
<b>Wettbewerbsstandorte</b> (Luftlinie)	Entfernung zum: HGZ Innenstadt (Stadtteil Altstadt / Bergheim / Weststadt) circa 300 m BZ Europaplatz (Stadtteil Bahnstadt) circa 1.800 m NVZ Bahnstadt (Stadtteil Bahnstadt) circa 2.000 m NVZ Kirchheim (Stadtteil Kirchheim) circa 4.150 m NVZ Ziegelhausen (Stadtteil Ziegelhausen) circa 4.600 m PNVZ Handschuhsheim (Stadtteil Handschuhsheim) circa 900 m PNVZ Rohrbach-Mitte (Stadtteil Rohrbach) circa 3.650 m PNVZ Patrick-Henry-Village (Stadtteil Kirchheim) circa 5.700 m SO Rohrbach-Süd (Stadtteil Rohrbach) circa 5.150 m SO Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) (Stadtteil Pfaffengrund) circa 3.050 m SO Bahnstadt (Fachmarktzentrum) (Stadtteil Bahnstadt) circa 2.250 m								
<b>Einzugsgebiet</b>	Stadtteil Neuenheim (rund 13.150 Einwohner)								
<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>									
Verkaufsfläche	3.400 m <sup>2</sup> (43 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtteil Neuenheim)								
Anzahl der Betriebe	54 Einzelhandelsbetriebe								
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	-								
<b>Einzelhandelsstruktur</b>									
Angebotsstruktur	Vielfältige Angebotsstruktur von lokaler Bedeutung								
Sortimentschwerpunkte	In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung								
Sortimentsstruktur	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Bedarfsart</th> <th>Anteil</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>überwiegend kurzfristiger Bedarf</td> <td>47%</td> </tr> <tr> <td>überwiegend mittelfristiger Bedarf</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>überwiegend langfristiger Bedarf</td> <td>29%</td> </tr> </tbody> </table>	Bedarfsart	Anteil	überwiegend kurzfristiger Bedarf	47%	überwiegend mittelfristiger Bedarf	24%	überwiegend langfristiger Bedarf	29%
Bedarfsart	Anteil								
überwiegend kurzfristiger Bedarf	47%								
überwiegend mittelfristiger Bedarf	24%								
überwiegend langfristiger Bedarf	29%								
Magnetbetriebe	Lidl								
<b>Wochenmärkte</b>	Mittwoch / Samstag - Neuenheimer Marktplatz								
<b>Dienstleister im EG</b>	Schwerpunkte: Dienstleistung und Handwerk sowie Gastgewerbe								

<b>Standortprofil: Stadtteilzentrum Neuenheim</b>	
<b>funktionsrelevante Einrichtungen</b>	Bürgeramt Neuenheim, Marktplatz
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraße: Brückenstraße (B 3)
Parkmöglichkeiten	Straßenbegleitende Stellflächen sowie ein Parkhaus
ÖPNV	Anschluss an Bus- sowie Straßenbahnlinien
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	Gewachsenes Zentrum mit teils linearer Struktur entlang der Brückenstraße
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	Hauptlage: Brückenstraße Nebenlage: Ladenburger Straße
Identifikationspunkte	Neuenheimer Marktplatz einschließlich Kirche Philosophenweg (unmittelbar angrenzend) Neckarwiese (unmittelbar angrenzend)
Gesamteindruck	Einfaches, funktionales Stadtteilzentrum mit hoher städtebaulicher Qualität und Freizeit- sowie Naherholungsflächen in unmittelbarer Umgebung
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	Stark frequentiertes Zentrum, vielseitiges Einzelhandelsangebot, Nähe zu großen Wohnsiedlungsbereichen
Schwächen	Geringes Angebot im nahversorgungsrelevanten Bereich, starke verkehrliche Belastung
<b>Versorgungsfunktion</b>	Insbesondere für den Stadtteil Neuenheim
<b>Entwicklungsziele / Handlungsempfehlung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs als Stadtteilzentrum insbesondere im nahversorgungsrelevanten Bereich verfolgen.</li> <li>– Auf Kompaktheit setzen und keine weitere räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches über die Abgrenzung zulassen.</li> <li>– Die Einzelhandelsentwicklungen im Stadtteilzentrum sind aufgrund der Nähe zur Altstadt und Bergheim unter Berücksichtigung des trennenden Neckarraumes zentrenverträglich zu gestalten.</li> <li>– Das Stadtteilzentrum ist unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts zu stärken und zu sichern.</li> <li>– Die städtebauliche Aufwertung der Aufenthaltsqualität der Straßenzüge und Anbindung an das Neckarufer als attraktiven Freizeit- und Erholungsraum nutzen.</li> </ul>

### 8.1.4 Nahversorgungszentrum Bahnstadt

Das Nahversorgungszentrum Bahnstadt wird im Norden durch die Eppelheimer Straße und den Czernyring, im Süden durch die Straße Langer Anger, im Westen durch die Da-Vinci-Straße und im Osten durch die Galileistraße begrenzt. Eine städtebaulich herausragende Rolle spielt der direkt im Süden angrenzende Gadamerplatz, auf dem freitags der Wochenmarkt stattfindet. Als zentrale Achse, welche das Nahversorgungszentrum auf rund 350 m von Norden nach Süden durchzieht, dient die Galileistraße. In direkter Umgebung der Galileistraße befindet sich mit den neugeschaffenen Westarkaden der Einzelhandelsschwerpunkt im Zentrum, der hauptsächlich auf die Versorgung der in der Bahnstadt lebenden Menschen ausgerichtet ist, aufgrund des modernen Angebotes auch darüber hinaus nachgefragt wird. Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Bahnstadt orientiert sich an den bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie).

#### Standortprofil: Nahversorgungszentrum Bahnstadt



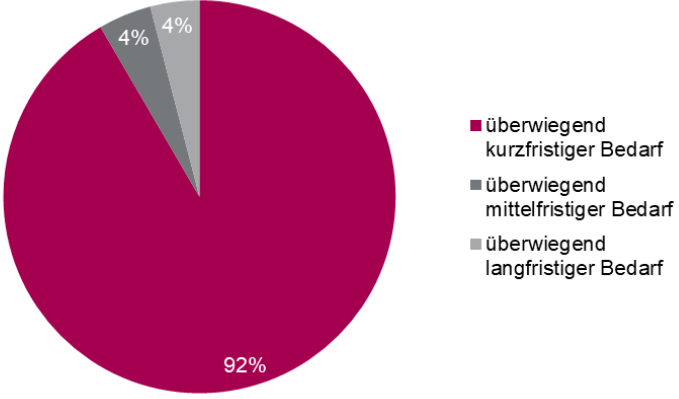
<ul style="list-style-type: none"> <li> Gebäude in Planung / im Bau</li> <li><b>Abgrenzung</b></li> <li> Zentraler Versorgungsbereich</li> <li><b>Großflächiger Einzelhandel</b></li> <li> Nahrungs- und Genussmittel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>sonstige Nutzung</b></li> <li> Öffentliche Einrichtung</li> <li> Kunst, Kultur, Bildung</li> <li> Gastgewerbe</li> <li> Dienstleistung &amp; Handwerk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Bedarfsstufen</b></li> <li> kurzfristige Bedarfsstufe</li> <li> mittelfristige Bedarfsstufe</li> <li> langfristige Bedarfsstufe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Größenklassen</b></li> <li> &lt; 100 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li> 100 - 399 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li> 400 - 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> </ul>
--	--	--	--

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis von Kartengrundlagen des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

#### Lage

<b>Stadtteil</b>	Bahnstadt
<b>Ausdehnung / Straßen</b>	Galileistraße, Da-Vinci-Straße, Eppelheimer Straße / Czernyring Ausdehnung ca. 350 m (Nord-Süd); 200 m (West-Ost)
<b>Wettbewerbsstandorte</b>	Entfernung zum: HGZ Innenstadt (Stadtteil Altstadt / Bergheim / Weststadt) ca. 1.500 m

**Standortprofil: Nahversorgungszentrum Bahnstadt**

(Luftlinie)	BZ Europaplatz (Stadtteil Bahnstadt) ca. 350 m STZ Neuenheim (Stadtteil Neuenheim) ca. 2.000 m NVZ Kirchheim (Stadtteil Kirchheim) ca. 2.750 m NVZ Ziegelhausen (Stadtteil Ziegelhausen) ca. 6.550 m PNVZ Handschuhsheim (Stadtteil Handschuhsheim) ca. 2.700 m PNVZ Rohrbach-Mitte (Stadtteil Rohrbach) ca. 3.000 m PNVZ Patrick-Henry-Village (Stadtteil Kirchheim) circa 3.600 m SO Rohrbach-Süd (Stadtteil Rohrbach) circa 4.250 m SO Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) (Stadtteil Pfaffengrund) circa 1.400 m SO Bahnstadt (Fachmarktzentrum) (Stadtteil Bahnstadt) circa 700 m
<b>Einzugsgebiet</b>	Stadtteil Bahnstadt (rund 4.150 Einwohner – Tendenz stark ansteigend)
<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	7.500 m <sup>2</sup> (21 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtteil Bahnstadt)
Anzahl der Betriebe	5 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	2 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 6.250 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	
Angebotsstruktur	Nahversorgungsorientiertes Angebot
Sortimentsschwerpunkt	In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel
Sortimentsstruktur	 <p>■ überwiegend kurzfristiger Bedarf ■ überwiegend mittelfristiger Bedarf ■ überwiegend langfristiger Bedarf</p>
Magnetbetriebe	Edeka Scheck-In, Aldi, Depot sowie DM
Wochenmärkte	Freitag – Gadamerplatz
<b>Dienstleister</b>	Schwerpunkte: Kultur und Bildung, Gastgewerbe sowie Dienstleistung
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen</b>	Bürgerzentrum B <sup>3</sup> (Bürgerhaus, Grundschule, Kindertagesstätte)
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Eppelheimer Straße bzw. Czernyring sowie Grüne Meile
Parkmöglichkeiten	Parkhäuser (teilweise im unmittelbaren Umfeld), Tiefgaragen sowie Sammelparkplätze
ÖPNV	Diverse Bus- und Straßenbahnlinien sowie in unmittelbarer Umgebung: Hauptbahnhof Heidelberg, Anschluss an das überregionale, regionale sowie S-Bahn-Netz



**Standortprofil: Nahversorgungszentrum Bahnstadt**

<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	Kompaktes, städtebaulich modernes Zentrum
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	Hauptlage: Galileistraße
Identifikationspunkte	Westarkaden, Gadamerplatz, Bürgerzentrum B <sup>3</sup>
Gesamteindruck	Modernes Zentrum mit hoher Aufenthaltsqualität, guter Verkehrsanbindung sowie direktem Zugang zu attraktiven Naherholungs- und Freizeitflächen
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	Zeitgemäßes, nahversorgungsrelevantes Angebot, umgestalteter Straßenraum bietet freundliches Ambiente und sehr gute Aufenthaltsqualität, gute verkehrliche Anbindung
Schwächen	Derzeit noch östlich angrenzende Großbaustelle
<b>Versorgungsfunktion</b>	Für den Stadtteil Bahnstadt
<b>Entwicklungsziele / Handlungsempfehlung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die Sicherung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs als Nahversorgungszentrum forcieren.</li> <li>– Auf Kompaktheit setzen und keine weitere räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches über die Abgrenzung zulassen.</li> <li>– Die Ansiedlung ergänzender Nutzungen fokussieren, um die Multifunktionalität des Zentrums zu erhalten und zu stärken.</li> </ul>

### 8.1.5 Nahversorgungszentrum Kirchheim

Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich auf einer Länge von rund 550 m straßenseitig entlang der Schwetzingener Straße und ist damit zentral im Kirchheimer Siedlungsschwerpunkt zu verorten. Dabei nehmen sowohl der Odenwaldplatz als auch der Kerweplatz am Kirchheimer Bürgerzentrum eine wichtige städtebauliche Funktion ein. Darüber hinaus ist die Einzelhandelsdichte der kleinteilig strukturierten Betriebe zwischen diesen beiden Plätzen am höchsten. Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Kirchheim orientiert sich an den bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie). Erwähnenswert ist zudem die Eingliederung des Aldi Süd-Marktes, welcher zusammen mit dem Lidl-Markt in die Siedlungsstruktur des Bereiches gut integriert ist.

#### Standortprofil: Nahversorgungszentrum Kirchheim



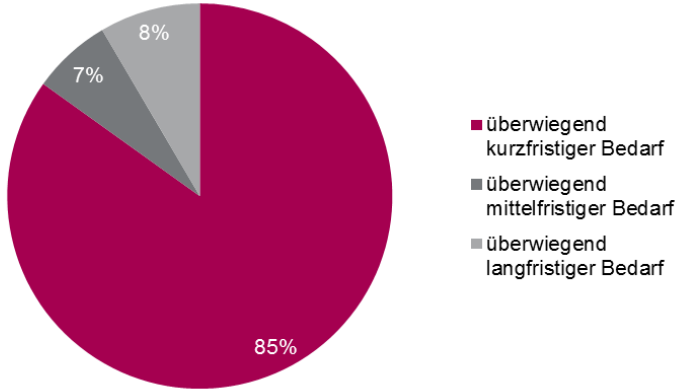
- |   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>Abgrenzung</b>   | <b>Sonstige Nutzung</b>  | <b>Bedarfsstufen</b>   | <b>Größenklassen</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px dashed red; display: inline-block; width: 15px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> Zentraler Versorgungsbereich</li> <li><span style="border: 2px solid red; display: inline-block; width: 15px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> Großflächiger Einzelhandel</li> <li><span style="border: 1px solid red; border-radius: 50%; display: inline-block; width: 10px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> Nahrungs- und Genussmittel</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: yellow;">●</span> Dienstleistung &amp; Handwerk</li> <li><span style="color: blue;">●</span> Gastgewerbe</li> <li><span style="color: green;">●</span> Kunst, Kultur, Bildung</li> <li><span style="color: black;">●</span> Leerstand (kein EH-Leerstand)</li> <li><span style="color: orange;">●</span> Öffentliche Einrichtung</li> <li><span style="color: lightblue;">●</span> Sonstiges</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="background-color: red; width: 10px; height: 10px; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> kurzfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="background-color: blue; width: 10px; height: 10px; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> mittelfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="background-color: green; width: 10px; height: 10px; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></span> langfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="border: 1px solid black; width: 10px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> Leerstand</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; width: 15px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> &lt; 100 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 15px; margin-right: 5px;"></span> 100 - 399 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; width: 25px; height: 20px; margin-right: 5px;"></span> 400 - 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> </ul> |

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis von Kartengrundlagen des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

#### Lage

Stadtteil	Kirchheim
Ausdehnung / Straßen	Schwetzingener Straße, Odenwaldplatz sowie Kerweplatz Ausdehnung rund 550 m
<b>Wettbewerbsstandorte</b> (Luftlinie)	Entfernung zum: HGZ Innenstadt (Stadtteil Altstadt / Bergheim / Weststadt) circa 3.600 m

**Standortprofil: Nahversorgungszentrum Kirchheim**

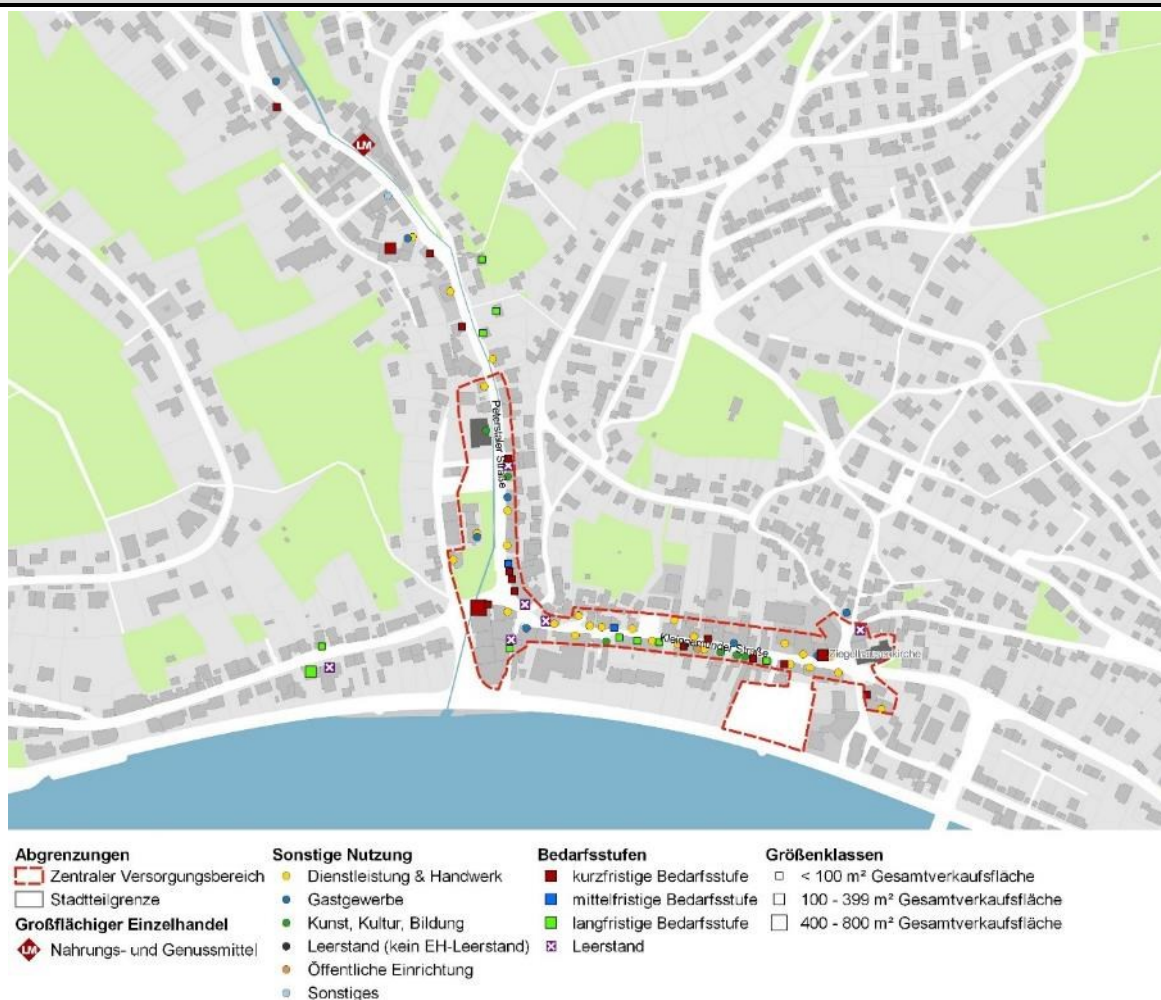
	BZ Europaplatz (Stadtteil Bahnstadt) circa 2.500 m STZ Neuenheim (Stadtteil Neuenheim) circa 4.150 m NVZ Bahnstadt (Stadtteil Bahnstadt) circa 2.750 m NVZ Ziegelhausen (Stadtteil Ziegelhausen) circa 7.550 m PNVZ Handschuhshaus (Stadtteil Handschuhshaus) circa 5.150 m PNVZ Rohrbach-Mitte (Stadtteil Rohrbach) circa 1.450 m PNVZ Patrick-Henry-Village (Stadtteil Kirchheim) circa 2.400 m SO Rohrbach-Süd (Stadtteil Rohrbach) circa 1.400 m SO Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) (Stadtteil Pfaffengrund) circa 3.050 m SO Bahnstadt (Fachmarktzentrum) (Stadtteil Bahnstadt) circa 3.200 m								
<b>Einzugsgebiet</b>	Stadtteil Kirchheim (rund 17.850 Einwohner)								
<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>									
Verkaufsfläche	3.300 m <sup>2</sup> (37 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtteil Kirchheim)								
Anzahl der Betriebe	22 Einzelhandelsbetriebe								
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	2 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 2.150 m <sup>2</sup>								
<b>Einzelhandelsstruktur</b>									
Angebotsstruktur	Nahversorgungsorientiertes Angebot								
Sortimentschwerpunkt	In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel								
Sortimentsstruktur	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Bedarfsart</th> <th>Anteil</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>überwiegend kurzfristiger Bedarf</td> <td>85%</td> </tr> <tr> <td>überwiegend mittelfristiger Bedarf</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>überwiegend langfristiger Bedarf</td> <td>7%</td> </tr> </tbody> </table>	Bedarfsart	Anteil	überwiegend kurzfristiger Bedarf	85%	überwiegend mittelfristiger Bedarf	8%	überwiegend langfristiger Bedarf	7%
Bedarfsart	Anteil								
überwiegend kurzfristiger Bedarf	85%								
überwiegend mittelfristiger Bedarf	8%								
überwiegend langfristiger Bedarf	7%								
Magnetbetriebe	Aldi Süd sowie Lidl								
<b>Wochenmärkte</b>	Freitag - Kerweplatz								
<b>Dienstleister im EG</b>	Schwerpunkte: Dienstleistung und Handwerk								
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen</b>	Bürgeramt, Bürgerzentrum								
<b>Verkehrliche Einordnung</b>									
Motorisierter Verkehr	Verkehrsstraße: Schwetzingen Straße								
Parkmöglichkeiten	Sammelparkplätze sowie straßenbegleitende Stellflächen								
ÖPNV	Anschluss an Bus- und Straßenbahnlinien sowie S-Bahnhof Heidelberg-Kirchheim / Rohrbach (in unmittelbarer Nähe)								

<b>Standortprofil: Nahversorgungszentrum Kirchheim</b>	
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	Gewachsene Struktur
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	Hauptlage: Schwetzingen Straße
Identifikationspunkte	Odenwaldplatz Kerweplatz Petruskirche (in unmittelbarer Nähe)
Gesamteindruck	Attraktives Nahversorgungszentrum mit modernen Lebensmitteldiscountern
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	Modern gestaltete Lebensmittelmärkte, gute Anbindung ÖPNV / Individualverkehr, geringe Leerstandsquote
Schwächen	Geringes ergänzendes Angebot, keine entsprechenden Entwicklungsflächen
<b>Versorgungsfunktion</b>	Insbesondere für den Stadtteil Kirchheim
<b>Entwicklungsziele / Handlungsempfehlung</b>	<p>Die Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs als Nahversorgungszentrum sicherstellen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Die städtebauliche Kompaktheit, die gute Anbindung an den ÖPNV sowie das Kaufkraftpotenzial im Stadtteil (rund 18.000 Einwohner) als Entwicklungschance nutzen.</li> <li>– Die Ansiedlung ergänzender Nutzungen fokussieren, um die Multifunktionalität des Zentrums zu erhalten und zu stärken.</li> <li>– Die Integration des Quartiers rund um die Petruskirche fördern.</li> </ul>

### 8.1.6 Nahversorgungszentrum Ziegelhausen

Ausgehend von der Neckarschule erstreckt sich die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums Ziegelhausen anfangs über die Peterstaler Straße nach Süden sowie über die Kleingemünder Straße nach Osten bis zur Ziegelhäuser Kirche. Insgesamt umfasst das Nahversorgungszentrum eine Länge von rund 500 m. Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Ziegelhausen orientiert sich an bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie). Der flächenmäßig bedeutendste Betrieb stellt der Edeka-Markt an der Kreuzung der Peterstaler sowie Kleingemünder Straße dar. Insgesamt weisen die übrigen Betriebe eine sehr kleinteilige und kompakte Struktur auf, wobei die Einzelhandelsdichte im Bereich der Kleingemünder Straße am höchsten ist.

#### Standortprofil: Nahversorgungszentrum Ziegelhausen



Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis von Kartengrundlagen des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

#### Lage

Stadtteil	Ziegelhausen
Ausdehnung / Straßen	Peterstaler sowie Kleingemünder Straße Ausdehnung rund 250 m (Nord-Süd); rund 300 m (West-Ost)
<b>Wettbewerbsstandorte</b> (Luftlinie)	Entfernung zum: HGZ Innenstadt (Stadtteil Altstadt / Bergheim / Weststadt) circa 3.100 m

**Standortprofil: Nahversorgungszentrum Ziegelhausen**

	BZ Europaplatz (Stadtteil Bahnstadt) circa 6.350 m
	STZ Neuenheim (Stadtteil Neuenheim) circa 4.600 m
	NVZ Bahnstadt (Stadtteil Bahnstadt) circa 6.550
	NVZ Kirchheim (Stadtteil Kirchheim) circa 7.550 m
	PNVZ Handschuhsheim (Stadtteil Handschuhsheim) circa 3.150 m
	PNVZ Rohrbach-Mitte (Stadtteil Rohrbach) circa 6.350 m
	PNVZ Patrick-Henry-Village (Stadtteil Kirchheim) circa 10.000 m
	SO Rohrbach-Süd (Stadtteil Rohrbach) circa 7.550 m
	SO Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) (Stadtteil Pfaffengrund) circa 7.950 m
	SO Bahnstadt (Fachmarktzentrum) (Stadtteil Bahnstadt) circa 7.150 m

<b>Einzugsgebiet</b>	Stadtteil Ziegelhausen (rund 9.500 Einwohner)
----------------------	---

<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
---	--

Verkaufsfläche	1.200 m <sup>2</sup> (34 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtteil Ziegelhausen)
----------------	--

Anzahl der Betriebe	19 Einzelhandelsbetriebe
---------------------	--------------------------

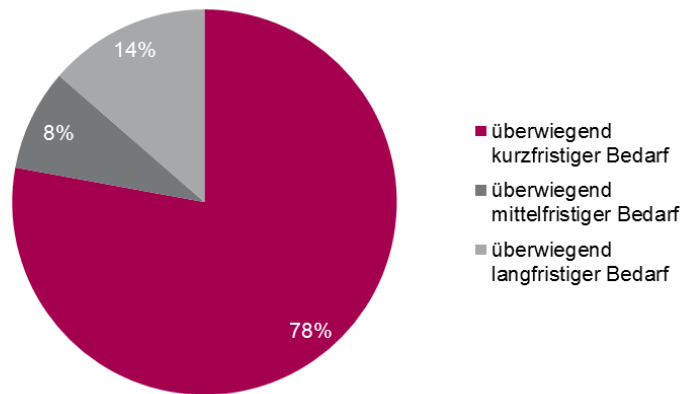
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	-
--	---

<b>Einzelhandelsstruktur</b>	
------------------------------	--

Angebotsstruktur	Nahversorgungsorientiertes Angebot
------------------	------------------------------------

Sortimentschwerpunkt	In den Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel
----------------------	---

Sortimentsstruktur	
--------------------	--



Magnetbetriebe	Edeka
----------------	-------

<b>Wochenmärkte</b>	Samstag – Parkplatz „Kucheblech“
---------------------	----------------------------------

<b>Dienstleister im EG</b>	Schwerpunkte: Dienstleistung und Handwerk
----------------------------	---

<b>Funktionsrelevante Einrichtungen</b>	Bürgeramt Ziegelhausen
---	------------------------

<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
--------------------------------	--

Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraße: L 534 (in unmittelbarer Nähe)
-----------------------	--

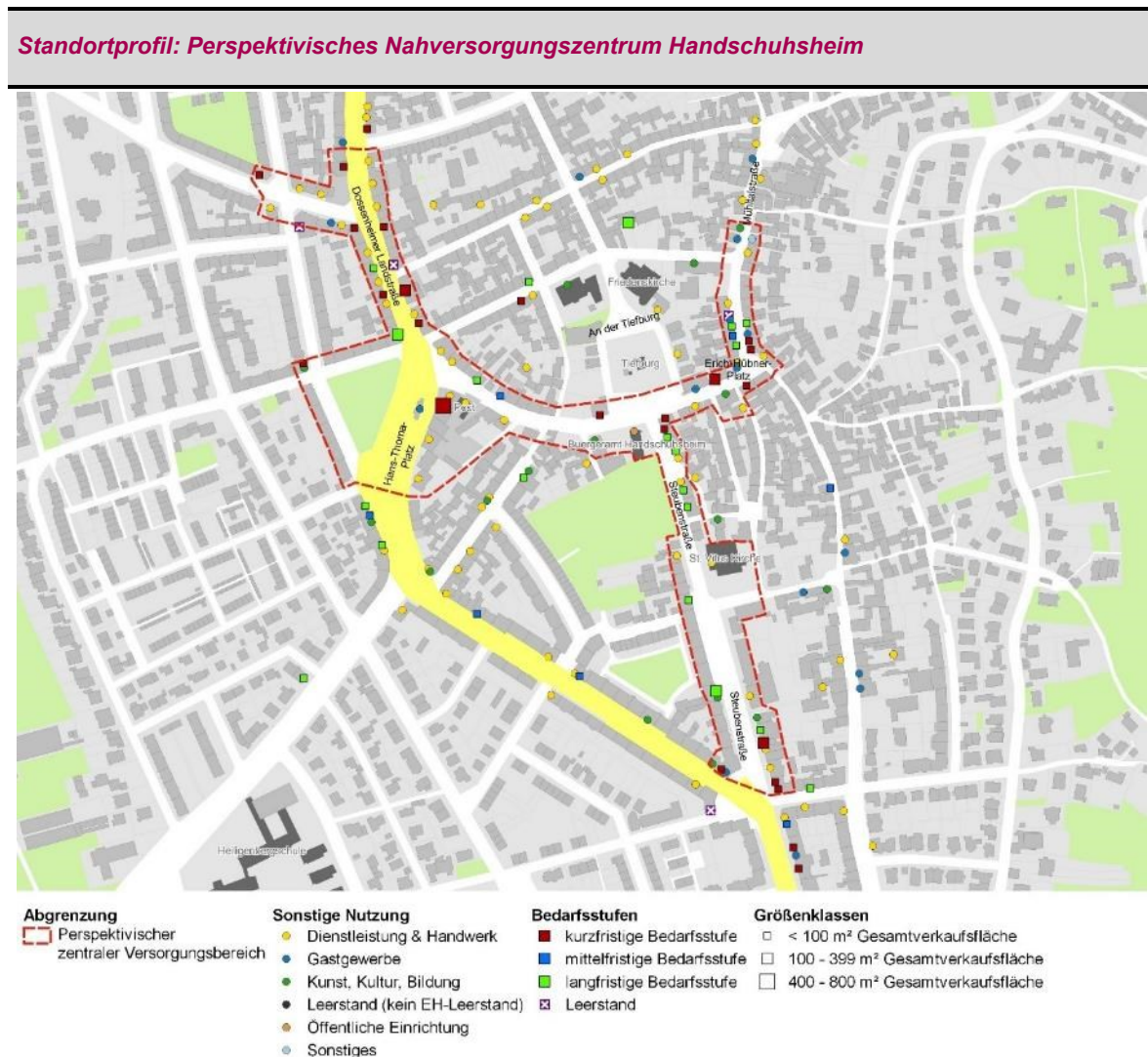
Parkmöglichkeiten	Sammelparkplätze sowie straßenbegleitende Stellflächen, Parkplatz „Kucheblech“
-------------------	--

ÖPNV	Anschluss an Buslinien
------	------------------------

<b>Standortprofil: Nahversorgungszentrum Ziegelhausen</b>	
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	Gewachsenes Zentrum mit überwiegend bandförmiger Struktur
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	Hauptlage: Kleingemünder Straße Nebenlage: Peterstaler Straße
Identifikationspunkte	Ziegelhäuser Kirche Neckarufer (in unmittelbarer Nähe)
Gesamteindruck	Kleines und kompaktes Nahversorgungszentrum mit Schwerpunkt im Bereich der Grundversorgung
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	Kompaktes Zentrum, Nahversorgungsangebot vorhanden
Schwächen	Wenig ergänzender Einzelhandel
<b>Versorgungsfunktion</b>	Überwiegend für den Stadtteil Ziegelhausen
<b>Entwicklungsziele / Handlungsempfehlung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs als Nahversorgungszentrum sicherstellen.</li> <li>– Die Stärkung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels fördern.</li> <li>– Die Ansiedlung ergänzender Nutzungen fokussieren, um die Multifunktionalität des Zentrums zu erhalten und zu stärken</li> <li>– Auf die Stärkung der Aufenthaltsqualität entlang der Kleingemünder Straße im zentralen Versorgungsbereich hinarbeiten.</li> <li>– Die Vernetzung mit dem Neckar und zu anderen Quartieren anstreben.</li> </ul>

### 8.1.7 Perspektivisches Nahversorgungszentrum Handschuhsheim

Das perspektivische Nahversorgungszentrum Handschuhsheim ist inmitten des gleichnamigen Stadtteils zu verorten. Es erstreckt sich auf einer Länge von knapp 650 m entlang der Dossenheimer Landstraße sowie der Mühlthalstraße rund um die Tiefburg. Zudem beansprucht das Zentrum das rund 400 m lange Stück der Steubenstraße, welches zwischen der Dossenheimer Landstraße und der Rottmannstraße liegt. Die Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrums Handschuhsheim orientiert sich an bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie). Die Einzelhandelsbetriebe konzentrieren sich dabei insbesondere auf den Bereich der Dossenheimer Landstraße, wo mit dem Lebensmitteldiscounter Penny sowie dem Drogeriemarkt Rossmann zwei Magnetbetriebe vorhanden sind. Des Weiteren sind rund um den Erich-Hübner-Platz vor allem kleinteilige Einzelhandelsstandorte auszumachen. Die angrenzende Bebauung um den Hans-Thoma-Platz wird in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen, um die Belebung des Platzes zu ermöglichen.



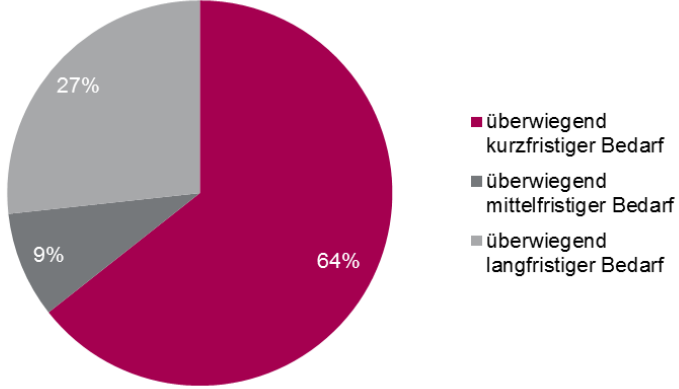
Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis von Kartengrundlagen des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

**Lage**

Stadtteil	Handschuhsheim
Ausdehnung / Straßen	Dossenheimer Landstraße, Mühlthalstraße sowie Steubenstraße



**Standortprofil: Perspektivisches Nahversorgungszentrum Handschuhsheim**

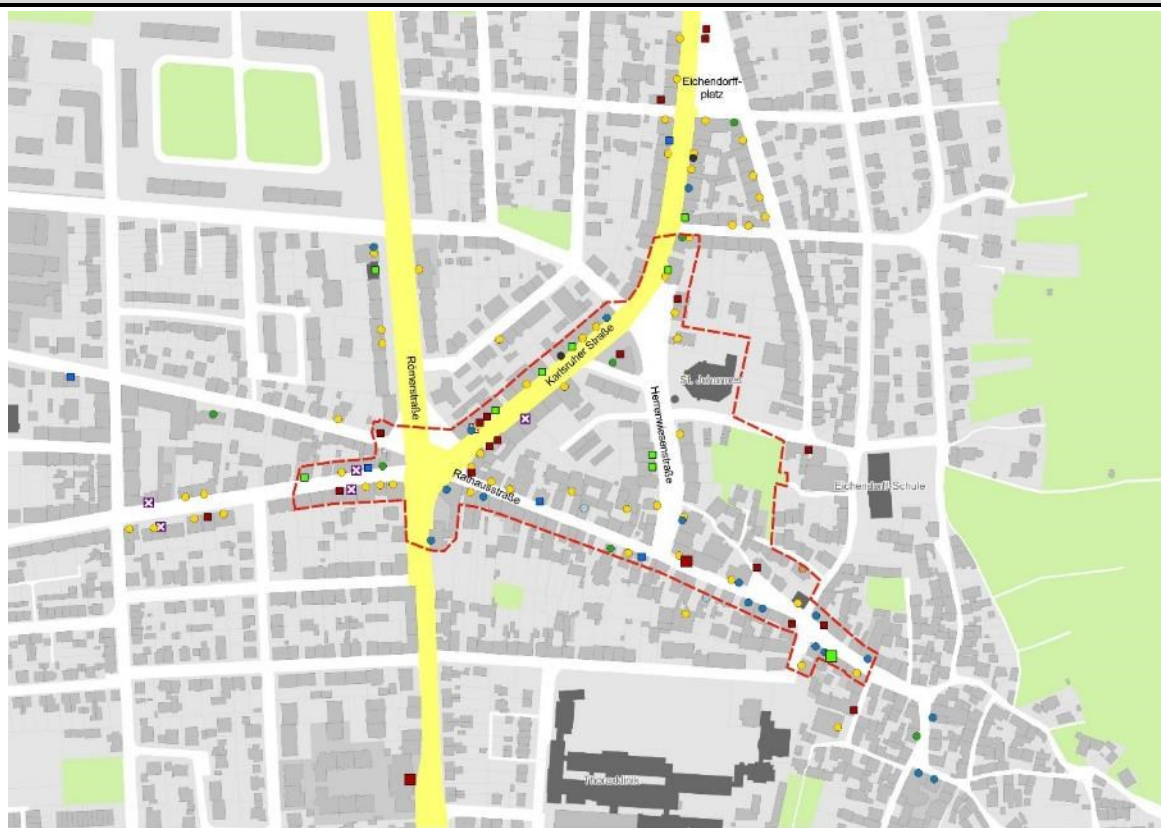
	Ausdehnung rund 700 m (Nord-Süd); knapp 400 m (West-Ost)								
<b>Wettbewerbsstandorte</b> (Luftlinie)	Entfernung zum: HGZ Innenstadt (Stadtteil Altstadt / Bergheim / Weststadt) circa 1.500 m BZ Europaplatz (Stadtteil Bahnstadt) circa 2.700 m STZ Neuenheim (Stadtteil Neuenheim) circa 900 m NVZ Bahnstadt (Stadtteil Bahnstadt) circa 2.700 m NVZ Kirchheim (Stadtteil Kirchheim) circa 5.150 m NVZ Ziegelhausen (Stadtteil Ziegelhausen) circa 3.150 m PNVZ Rohrbach-Mitte (Stadtteil Rohrbach) circa 4.850 m PNVZ Patrick-Henry-Village (Stadtteil Kirchheim) circa 6.500 m SO Rohrbach-Süd (Stadtteil Rohrbach) circa 6.350 m SO Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) (Stadtteil Pfaffengrund) circa 3.600 m SO Bahnstadt (Fachmarktzentrum) (Stadtteil Bahnstadt) circa 2.800 m								
<b>Einzugsgebiet</b>	Stadtteil Handschuhsheim (rund 18.250 Einwohner)								
<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>									
Verkaufsfläche	2.450 m <sup>2</sup> (13 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtteil Handschuhsheim)								
Anzahl der Betriebe	35 Einzelhandelsbetriebe								
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	-								
<b>Einzelhandelsstruktur</b>									
Angebotsstruktur	Nahversorgungsorientiertes Angebot								
Sortimentsschwerpunkte	In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege								
Sortimentsstruktur	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Bedarfsart</th> <th>Anteil</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>überwiegend kurzfristiger Bedarf</td> <td>64%</td> </tr> <tr> <td>überwiegend mittelfristiger Bedarf</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>überwiegend langfristiger Bedarf</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>	Bedarfsart	Anteil	überwiegend kurzfristiger Bedarf	64%	überwiegend mittelfristiger Bedarf	27%	überwiegend langfristiger Bedarf	9%
Bedarfsart	Anteil								
überwiegend kurzfristiger Bedarf	64%								
überwiegend mittelfristiger Bedarf	27%								
überwiegend langfristiger Bedarf	9%								
Magnetbetriebe	Penny sowie Rossmann								
<b>Wochenmärkte</b>	Samstag - Platz vor der Tiefburg								
<b>Dienstleister im EG</b>	Schwerpunkte: Dienstleistung und Handwerk								
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen</b>	Bürgeramt Handschuhsheim								
<b>Verkehrliche Einordnung</b>									

<b>Standortprofil: Perspektivisches Nahversorgungszentrum Handschuhsheim</b>	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraße: Dossenheimer Landstraße beziehungsweise Steubenstraße (B 3)
Parkmöglichkeiten	Sammelparkplätze sowie straßenbegleitende Stellflächen
ÖPNV	Anschluss an Straßenbahn- und Buslinien
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	Gewachsenes Zentrum rund um die Tiefburg
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	Hauptlagen: Hans-Thoma-Platz beziehungsweise Dossenheimer Landstraße sowie Erich-Hübner-Platz beziehungsweise Mühlthalstraße
Identifikationspunkte	Tiefburg (in unmittelbarer Nähe) Friedenskirche (in unmittelbarer Nähe)
Gesamteindruck	Weitläufiges perspektivisches Nahversorgungszentrum mit vergleichsweise geringem Einzelhandelsbesatz, jedoch teilweise hoher Aufenthaltsqualität sowie ansprechender städtebaulicher Struktur
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	Attraktives städtebauliches Zentrum mit historischer Struktur, Touristische Potenziale
Schwächen	Verkehrsbelastung, geringer Einzelhandelsbesatz, keine großflächigen Anbieter (insbesondere hinsichtlich zeitgemäßer / wettbewerbsfähiger Betriebsgröße des Lebensmittelmarktes)
<b>Versorgungsfunktion</b>	Für den Stadtteil Handschuhsheim und angrenzende Siedlungsteile
<b>Entwicklungsziele / Handlungsempfehlung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die Entwicklung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs als Nahversorgungszentrum befördern.</li> <li>– Die Stärkung des nahversorgungsrelevanten Angebotes sowie die Schaffung eines zeitgemäßen und wettbewerbsfähigen Angebotes fokussieren.</li> <li>– Aufgrund von starken und autokundenorientierten Wettbewerbsstandorten in räumlicher Nähe sind mögliche Entwicklungsperspektiven bei Neuansiedlung oder Erweiterungen zu berücksichtigen.</li> </ul>

### 8.1.8 Perspektivisches Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte

Das perspektivische Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte ist im Norden des Stadtteils Rohrbach zu verorten. Es erstreckt sich im Wesentlichen auf einem Teil der Karlsruher sowie Rathausstraße und der Herrenwiesenstraße. Darüber hinaus zählt auch der Mündungsbereich der Heinrich-Fuchs-Straße am Rohrbacher Markt zum perspektivischen Nahversorgungszentrum. Die Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrums Rohrbach-Mitte orientiert sich an bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie) und bezieht auch etwaige Potenzialflächen mit ein. Insbesondere der Bereich der Rathausstraße, wo mit dem kleinflächigen Lebensmitteldiscounter Penny ein Magnetbetrieb vorhanden ist, sowie Teile der Karlsruher Straße, stellen eine vergleichsweise hohe Dichte der Einzelhandelsbetriebe dar.

#### Standortprofil: Perspektivisches Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte



- |  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <b>Abgrenzung</b>  | <b>Sonstige Nutzung</b>   | <b>Bedarfsstufen</b>   | <b>Größenklassen</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px dashed red; display: inline-block; width: 15px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> Perspektivischer zentraler Versorgungsbereich</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: yellow;">●</span> Dienstleistung &amp; Handwerk</li> <li><span style="color: blue;">●</span> Gastgewerbe</li> <li><span style="color: green;">●</span> Kunst, Kultur, Bildung</li> <li><span style="color: black;">●</span> Leerstand (kein EH-Leerstand)</li> <li><span style="color: orange;">●</span> Öffentliche Einrichtung</li> <li><span style="color: grey;">●</span> Sonstiges</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">■</span> kurzfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: blue;">■</span> mittelfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: green;">■</span> langfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="border: 1px dashed purple; display: inline-block; width: 10px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> Leerstand</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> &lt; 100 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 20px; height: 15px; margin-right: 5px;"></span> 100 - 399 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 30px; height: 20px; margin-right: 5px;"></span> 400 - 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> </ul> |

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis von Kartengrundlagen des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

#### Lage

Stadtteil	Rohrbach
Ausdehnung / Straßen	Karlsruher Straße, Rathausstraße, Heinrich-Fuchs-Straße sowie Herrenwiesenstraße Ausdehnung rund 250 m (Nord-Süd); knapp 400 m (West-Ost)

**Standortprofil: Perspektivisches Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte**

<b>Wettbewerbsstandorte</b> (Luftlinie)	Entfernung zum: HGZ Innenstadt (Stadtteil Altstadt / Bergheim / Weststadt) circa 3.000 m BZ Europaplatz (Stadtteil Bahnstadt) circa 2.700 m STZ Neuenheim (Stadtteil Neuenheim) circa 3.650 m NVZ Bahnstadt (Stadtteil Bahnstadt) circa 3.000 m NVZ Kirchheim (Stadtteil Kirchheim) circa 1.450 m NVZ Ziegelhausen (Stadtteil Ziegelhausen) circa 6.350 m PNVZ Handschuhsheim (Stadtteil Handschuhsheim) circa 4.850 m PNVZ Patrick-Henry-Village (Stadtteil Kirchheim) circa 4.000 m SO Rohrbach-Süd (Stadtteil Rohrbach) circa 1.500 m SO Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) (Stadtteil Pfaffengrund) circa 3.900 m SO Bahnstadt (Fachmarktzentrum) (Stadtteil Bahnstadt) circa 3.550 m
--	---

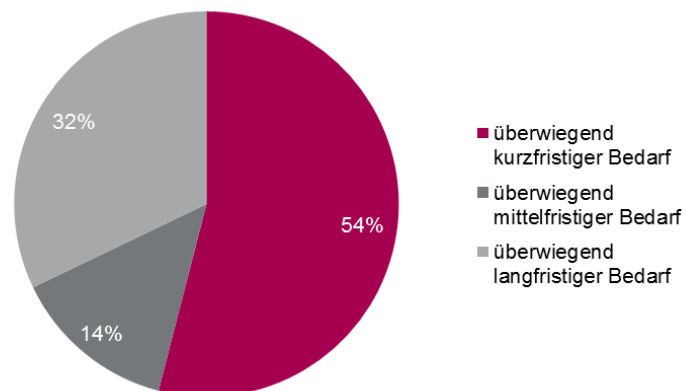
<b>Einzugsgebiet</b>	Stadtteil Rohrbach (rund 16.650 Einwohner)
----------------------	--

**Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe**

Verkaufsfläche	1.350 m <sup>2</sup> (2 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtteil Rohrbach)
Anzahl der Betriebe	24 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	-

**Einzelhandelsstruktur**

Angebotsstruktur	Nahversorgungsorientiertes Angebot
Sortimentschwerpunkt	In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel
Sortimentsstruktur	



Magnetbetriebe	Penny
<b>Wochenmärkte</b>	Samstag - Rathausplatz
<b>Dienstleister im EG</b>	Schwerpunkte: Dienstleistung und Handwerk sowie Gastgewerbe
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen</b>	Bürgeramt Rohrbach St. Johannes Kirche
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraße: Karlsruher Straße (B 3)
Parkmöglichkeiten	Straßenbegleitende Stellflächen
ÖPNV	Anschluss an Straßenbahn- und Buslinien

**Standortprofil: Perspektivisches Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte**
**Räumlich-funktionale**
**Einordnung**

Organisationsstruktur	Teilweise historisch gewachsene, bandartige Struktur (Rathausstraße)
Einzelhandelslagen / prägende Bausteine	Hauptlagen: Rathausstraße sowie Karlsruher Straße Nebenlagen: Heinrich-Fuchs-Straße sowie Herrenwiesenstraße
Identifikationspunkte	St. Johanneskirche Bürgeramt inkl. Vorplatz
Gesamteindruck	Kleines und kompaktes, teilweise städtebaulich ansprechendes Nahversorgungszentrum mit Schwerpunkt im Bereich der Grundversorgung

**Stärken – Schwächen**

Stärken	Gewachsene Mitte, städtebaulich attraktive Rathausstraße
Schwächen	Verkehrsbelastung, keine großflächigen Anbieter (insbesondere hinsichtlich zeitgemäßer / wettbewerbsfähiger Betriebsgröße des Lebensmittelmarktes)

**Versorgungsfunktion**

Derzeit nur für den Nahbereich

**Entwicklungsziele / Handlungsempfehlung**

- Entwicklung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs als Nahversorgungszentrum.
- Stärkung des nahversorgungsrelevanten Angebotes, Schaffung eines zeitgemäßen und wettbewerbsfähigen Angebotes.
- Aufgrund von starken und autokundenorientierten Wettbewerbsstandorten in räumlicher Nähe, wie dem Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd, sind mögliche Entwicklungsperspektiven bei Neuansiedlung oder Erweiterungen zu berücksichtigen.

### 8.1.9 Perspektivisches Nahversorgungszentrum Patrick-Henry-Village

Das sogenannte Patrick-Henry-Village befindet sich im Westen des Stadtteils Kirchheim. Es wurde in den 1950er Jahren für US-amerikanische Militärangehörige und deren Familien als eigenständige Wohnsiedlung mit vielfältigen sozialen und kommerziellen Einrichtungen errichtet. Mit dem Abzug der US-Armee im Jahr 2014 entstand die größte Konversionsfläche im Heidelberger Stadtgebiet.

Ziel der Stadt Heidelberg ist es, gemeinsam mit Partnern und der Internationalen Bauausstellung (IBA) das Patrick-Henry-Village zu einer „Wissensstadt der Zukunft“ zu entwickeln. Im Juni 2020 hat der Gemeinderat der Stadt Heidelberg den „Dynamischen Masterplan Patrick-Henry-Village“ beschlossen, welcher das Ergebnis eines komplexen Planungsprozesses ist. Er stellt die Ziele und Umsetzungsprinzipien als Leitplanken und Rahmen für die zukünftige Entwicklung der Fläche zu einem modernen und innovativen Stadtteil dar und bildet somit die Grundlage für die weiteren Entwicklungsschritte. Demnach soll eine neue „Wissensstadt“ entwickelt werden, in der sich Arbeiten und Wohnen überlagern und von der Impulse zur zukünftigen Entwicklung von Stadt und Region ausgehen. Die Planungen gehen dabei von mindestens 10.000 Einwohnern und 5.000 Arbeitsplätzen aus. Zu deren Versorgung ist zentral im Patrick-Henry-Village – neben einem perspektivischen Nahversorgungstandort im Süden – ein Zentrum geplant, dessen Mittelpunkt ein Marktplatz bilden soll. Dieser Bereich wird als perspektivisches Nahversorgungszentrum definiert, wobei zum gegenwärtigen Zeitpunkt eine parzellenscharfe Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs aufgrund des Planungsstands noch nicht möglich ist.

#### Standortprofil: Perspektivisches Nahversorgungszentrum Patrick-Henry-Village



Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis von Kartengrundlagen des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

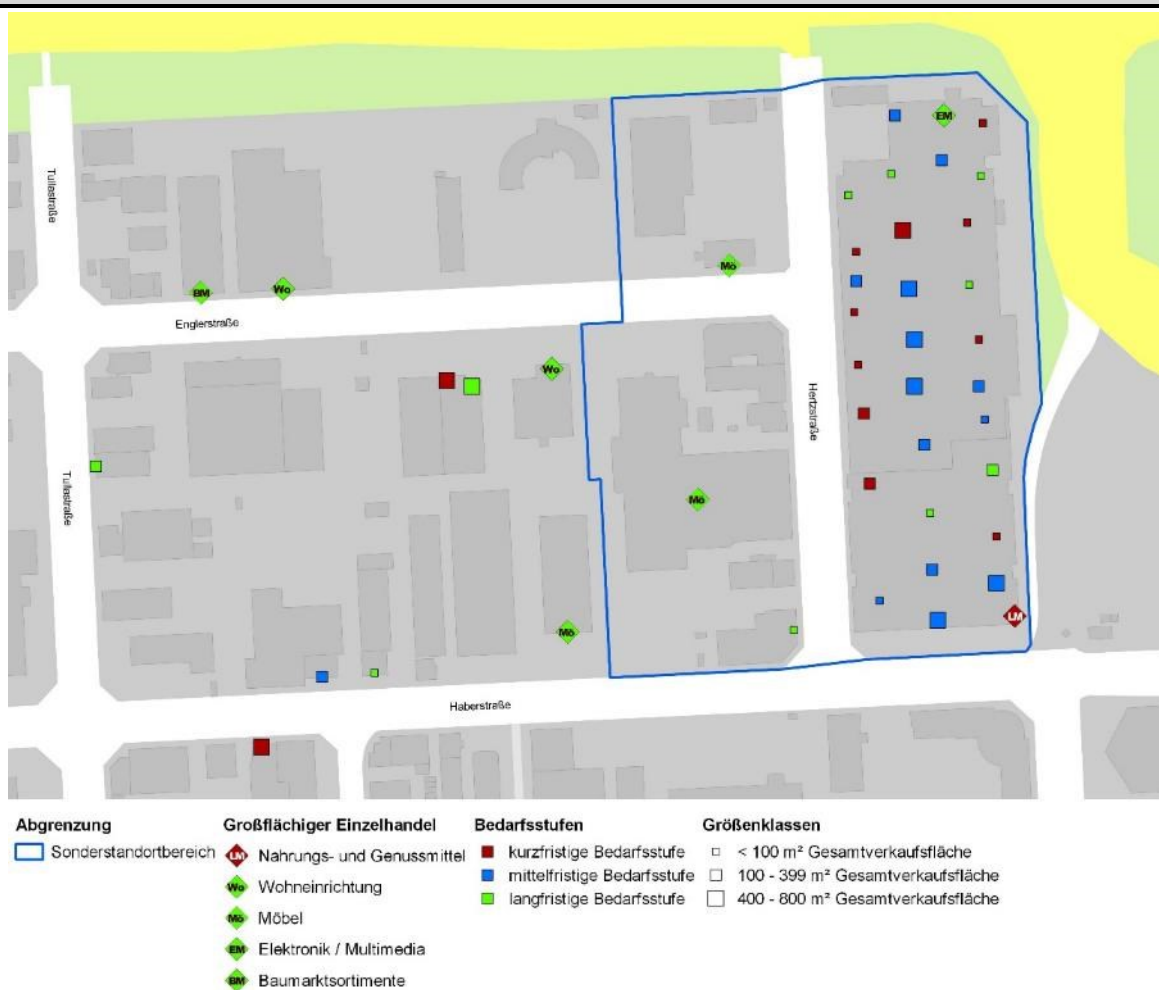
<b>Standortprofil: Perspektivisches Nahversorgungszentrum Patrick-Henry-Village</b>	
<b>Lage</b>	
Stadtteil	Kirchheim
Ausdehnung / Straßen	-
<b>Wettbewerbsstandorte</b> (Luftlinie)	Entfernung zum: HGZ Innenstadt (Stadtteil Altstadt / Bergheim / Weststadt) circa 5.200 m BZ Europaplatz (Stadtteil Bahnstadt) circa 3.700 m STZ Neuenheim (Stadtteil Neuenheim) circa 5.700 m NVZ Bahnstadt (Stadtteil Bahnstadt) circa 3.600 m NVZ Kirchheim (Stadtteil Kirchheim) circa 2.400 m NVZ Ziegelhausen (Stadtteil Ziegelhausen) circa 10.000 m PNVZ Handschuhsheim (Stadtteil Handschuhsheim) circa 6.500 m PNVZ Rohrbach-Mitte (Stadtteil Rohrbach) circa 4.000 m SO Rohrbach-Süd (Stadtteil Rohrbach) circa 4.000 m SO Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) (Stadtteil Pfaffengrund) circa 2.800 m SO Bahnstadt (Fachmarktzentrum) (Stadtteil Bahnstadt) circa 3.500 m
<b>Entwicklungsziele / Handlungsempfehlung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Vor dem Hintergrund geplanter Entwicklungen perspektivischer Standort für die Etablierung eines Nahversorgungszentrums.</li> <li>– Schaffung eines nahversorgungsrelevanten Angebotes mit ergänzenden Nutzungen zur Versorgung der Einwohner und der Beschäftigten im Patrick-Henry-Village.</li> </ul>

## 8.2 Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd

Der Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd ist im Süden des Heidelberger Stadtteils Rohrbach verortet und befindet sich in unmittelbarer Nähe des Straßenkreuzes Bundesstraße B 3 und Landesstraße L 594. Er hat eine Ausdehnung von der Hertzstraße sowie den östlichen Teilbereich der Englerstraße und wird im Süden von der Haberstraße sowie im Norden von der Bundesstraße B 3 begrenzt. Dabei lässt sich der Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd konzeptionell in zwei Bereiche unterteilen. Der westliche Bereich beinhaltet die Fläche von der Hertzstraße bis zum östlichen Teilbereich der Englerstraße. Der östliche Bereich wird durch das Einkaufszentrum entlang der Hertzstraße charakterisiert.

Der Gesamtstandort umfasst derzeit 34 Betriebe, von denen vier großflächig sind. Neben einem überwiegenden Anteil von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten besteht innerhalb des Standortbereiches auch eine Einzelhandelsagglomeration mit Fachmärkten, die überwiegend ein zentrenrelevantes Kernsortiment aufweisen. Die Abgrenzung des Standorts orientiert sich an den bestehenden einzelhandelsvorgeprägten Nutzungen.

### Standortprofil: Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd



Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis von Kartengrundlagen des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019); Abgrenzung NVG 2012



**Standortprofil: Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd****Lage**

Stadtteil	Rohrbach
Ausdehnung / Straßen	Hertzstraße sowie Englerstraße Ausdehnung rund 300 m (Nord-Süd); rund 250 m (West-Ost)

**Wettbewerbssituation**

(Luftlinie)

Entfernung zum:

HGZ Innenstadt (Stadtteil Altstadt / Bergheim / Weststadt) circa 4.450 m  
 BZ Europaplatz (Stadtteil Bahnstadt) circa 4.100 m  
 STZ Neuenheim (Stadtteil Neuenheim) circa 5.150 m  
 NVZ Bahnstadt (Stadtteil Bahnstadt) circa 4.250 m  
 NVZ Kirchheim (Stadtteil Kirchheim) circa 1.400 m  
 NVZ Ziegelhausen (Stadtteil Ziegelhausen) circa 7.550 m  
 PNVZ Handschuhsheim (Stadtteil Handschuhsheim) circa 6.350 m  
 PNVZ Rohrbach-Mitte (Stadtteil Rohrbach) circa 1.500 m  
 PNVZ Patrick-Henry-Village (Stadtteil Kirchheim) circa 4.000 m  
 SO Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) (Stadtteil Pfaffengrund) circa 4.650 m  
 SO Bahnstadt (Fachmarktzentrum) (Stadtteil Bahnstadt) circa 4.550 m

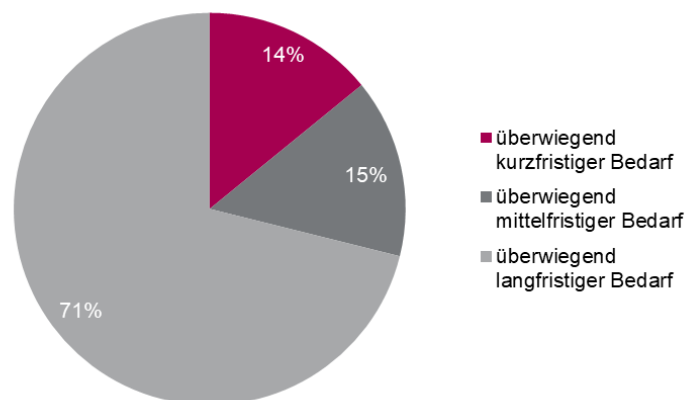
**Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe**

Verkaufsfläche	43.350 m <sup>2</sup> (rund 60 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtteil Rohrbach)
Anzahl der Betriebe	34 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	4 großflächige Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 37.000 m <sup>2</sup>

**Einzelhandelsstruktur**

Angebotsstruktur	Angebote aller Bedarfsstufen mit Schwerpunkt in der langfristigen Bedarfsstufe
Sortimentsschwerpunkte	In den Warengruppen Möbel, Wohneinrichtung sowie Nahrungs- und Genussmittel

Sortimentsstruktur



Magnetbetriebe	Breitwieser, Kaufland und Media Markt
----------------	---------------------------------------

**Verkehrliche Einordnung**

Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: B 3 sowie L 594
-----------------------	---------------------------------------

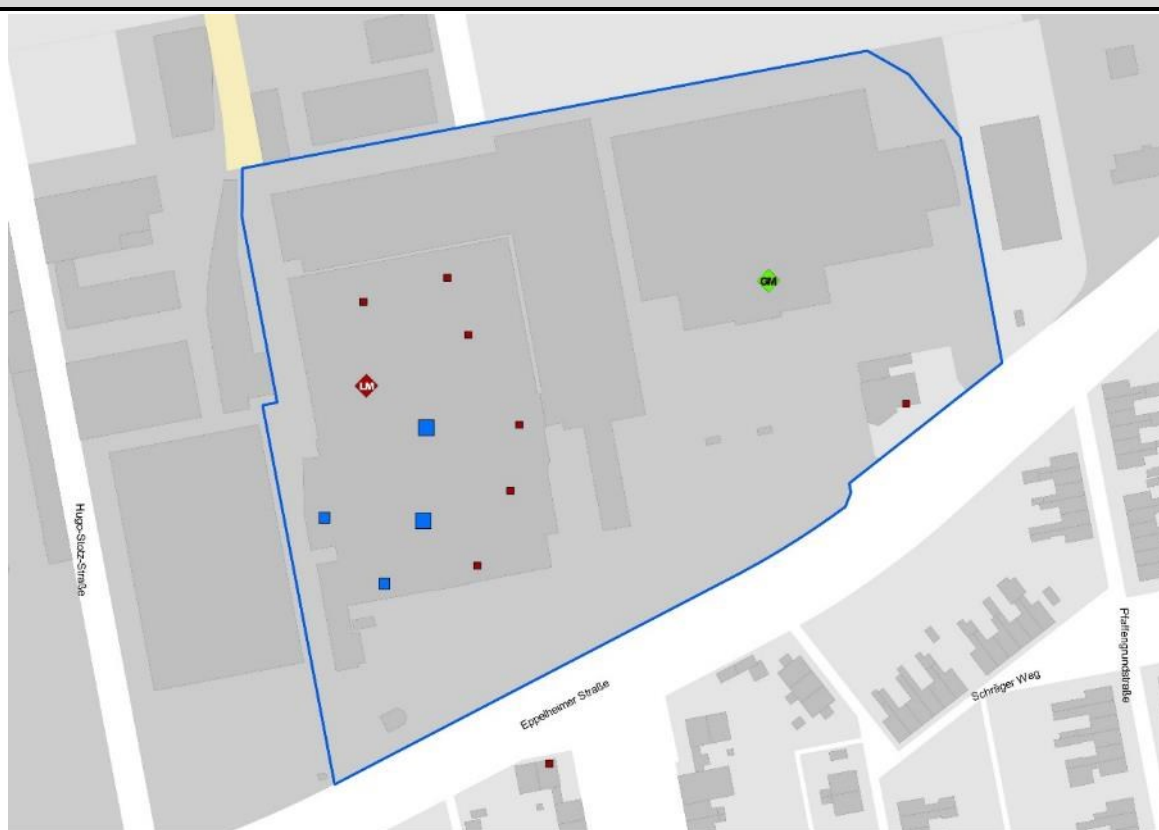
**Standortprofil: Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd**

Parkmöglichkeiten	Ein Parkhaus, Sammelparkplätze sowie teilweise straßenbegleitende Stellflächen
ÖPNV	Anschluss an Bus- sowie Straßenbahnlinien
<b>Fazit / Handlungsempfehlungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die künftigen Entwicklungen müssen vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts auf nicht-zentrenrelevante Sortimente abzielen.</li> <li>– Mögliche Angebotsausweitungen in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind mit Blick auf die Entwicklung und Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche restriktiv zu behandeln.</li> <li>– Eine Umwandlung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Bestand in nicht-zentrenrelevante Sortimente ist zur weiteren Entwicklung des Standortes denkbar.</li> <li>– Bei Geschäftsaufgaben und Umstrukturierungen im westlichen Teil des Gebiets ist eine Entwicklung hin zu gewerblichen Nutzungen zu forcieren.</li> </ul>

### 8.3 Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund)

Der sich inmitten des Stadtteils Pfaffengrund befindende Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) liegt direkt an der namensgebenden Eppelheimer Straße. Er hat eine Ausdehnung von rund 300 m (West-Ost) sowie knapp 200 m (Nord-Süd). Der Standort umfasst 13 Betriebe, von denen zwei großflächig sind. Neben einem flächenmäßig nicht zu vernachlässigen Anteil an nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten besteht innerhalb des Sonderstandortbereiches auch eine Einzelhandelsagglomeration mit Betrieben, die überwiegend ein zentrenrelevantes Kernsortiment aufweisen. Die Abgrenzung des Standorts orientiert sich an den bestehenden Nutzungen, die einen Schwerpunkt in den Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufen haben.

#### Standortprofil: Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund)



Abgrenzung	Großflächiger Einzelhandel	Bedarfsstufen	Größenklassen
□ Sonderstandortbereich	LM Nahrung- und Genussmittel	■ kurzfristige Bedarfsstufe	□ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche
	GM Gartenmarktsortimente	■ mittelfristige Bedarfsstufe	□ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche
			□ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis von Kartengrundlagen des Geographischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019); Abgrenzung NVG 2012

#### Lage

Stadtteil	Pfaffengrund
Ausdehnung / Straßen	Eppelheimer Straße Ausdehnung rund 200 m (Nord-Süd); rund 300 m (West-Ost)
<b>Wettbewerbssituation</b> (Luftlinie)	Entfernung zum: HGZ Innenstadt (Stadtteil Altstadt / Bergheim / Weststadt) circa 3.300 m BZ Europaplatz (Stadtteil Bahnstadt) circa 1.900 m

**Standortprofil: Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund)**

STZ Neuenheim (Stadtteil Neuenheim) circa 3.050 m  
 NVZ Bahnstadt (Stadtteil Bahnstadt) circa 1.400 m  
 NVZ Kirchheim (Stadtteil Kirchheim) circa 3.050 m  
 NVZ Ziegelhausen (Stadtteil Ziegelhausen) circa 7.950 m  
 PNZ Handschuhsheim (Stadtteil Handschuhsheim) circa 3.600 m  
 PNZ Rohrbach-Mitte (Stadtteil Rohrbach) circa 3.900 m  
 PNZ Patrick-Henry-Village (Stadtteil Kirchheim) circa 2.800  
 SO Rohrbach-Süd (Stadtteil Rohrbach) circa 4.650 m  
 SO Bahnstadt (Fachmarktzentrum) (Stadtteil Bahnstadt) circa 400 m

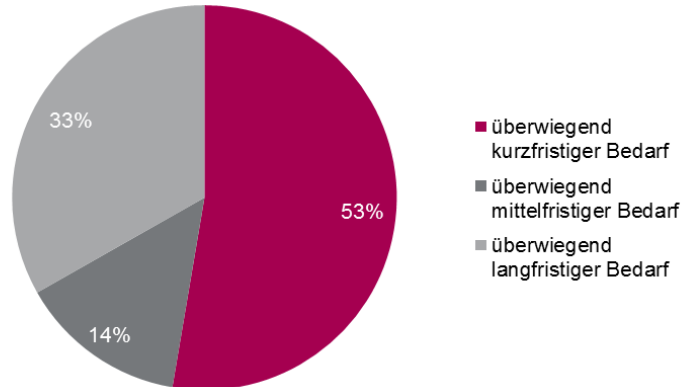
**Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe**

Verkaufsfläche	15.100 m <sup>2</sup> (rund 84 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtteil Pfaffengrund)
Anzahl der Betriebe	13 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	2 großflächige Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 13.300 m <sup>2</sup>

**Einzelhandelsstruktur**

Angebotsstruktur	Angebote aller Bedarfsstufen mit Schwerpunkt in der kurzfristigen Bedarfsstufe
Sortimentschwerpunkte	In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gartenmarktsortimente

Sortimentsstruktur



Magnetbetriebe	Dehner sowie Kaufland
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Verkehrsstraße: Eppelheimer Straße
Parkmöglichkeiten	Ein Parkhaus sowie Sammelparkplätze
ÖPNV	Anschluss an Bus- und Straßenbahnlinien

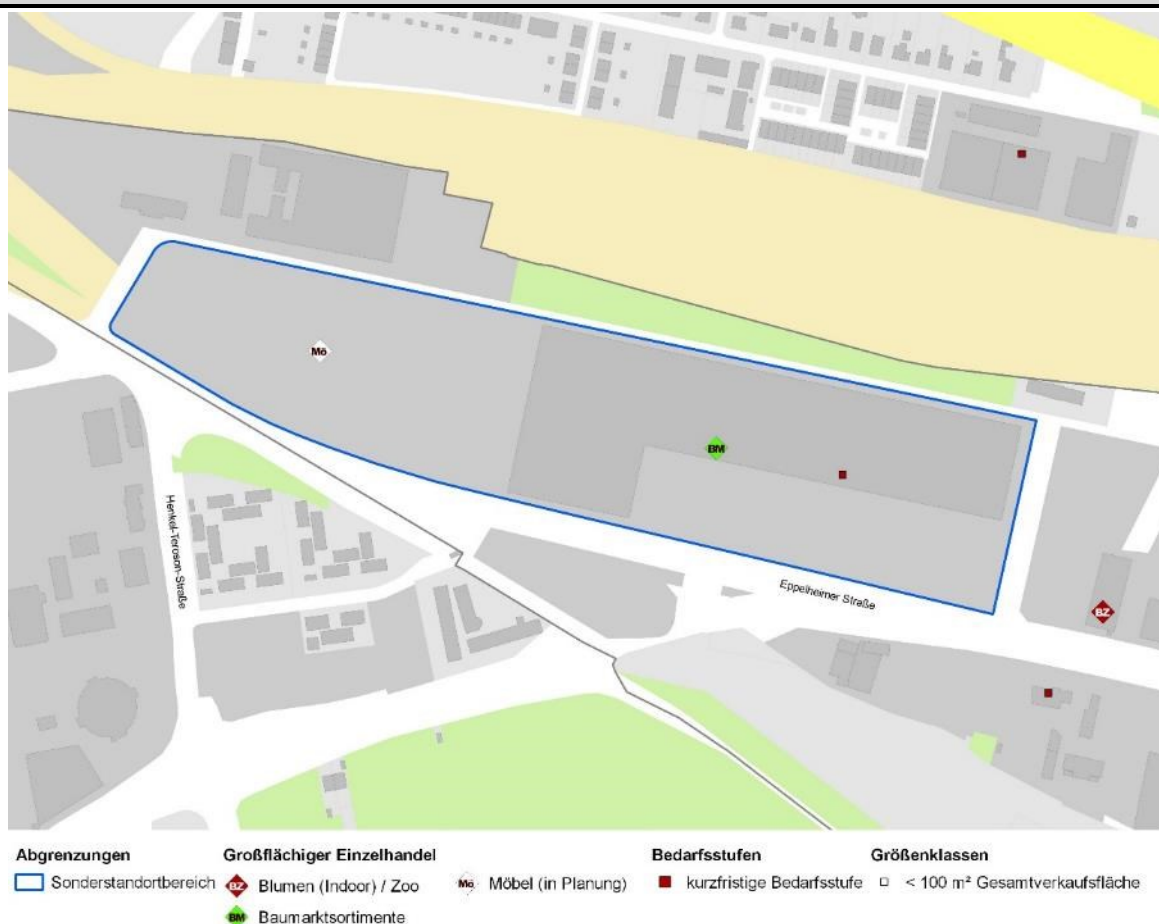
**Fazit / Handlungsempfehlungen**

- Die künftigen Entwicklungen müssen vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts auf nicht-zentrenrelevante Sortimente abzielen.
- Mögliche Angebotsausweitungen in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind mit Blick auf die Entwicklung und Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche restriktiv zu behandeln.
- Eine Umwandlung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Bestand in nicht-zentrenrelevante Sortimente ist zur weiteren Entwicklung des Standortes denkbar.

## 8.4 Sonderstandortbereich Bahnstadt (Fachmarktzentrum)

Der Sonderstandortbereich Bahnstadt befindet sich im äußersten Nordwesten des gleichnamigen „neuen“ Stadtteils. Jener Sonderstandortbereich erstreckt sich von Westen ausgehend von der Henkel-Teroson-Straße über die Straße Am Bahnbetriebswerk bis zur Eppelheimer Straße. Die Nord-Süd-Ausdehnung beträgt rund 150 m und die West-Ost-Ausdehnung knapp 600 m. Der Standort umfasst gegenwärtig lediglich 2 Betriebe, von denen einer großflächig ist. Aktuell besteht das Angebot fast ausschließlich aus nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Dabei sei angemerkt, dass sich der Sonderstandortbereich Bahnstadt noch in der Entwicklung befindet und sich weitere Einzelhandelsbetriebe ansiedeln werden. Die Abgrenzung des Standorts orientiert sich an den bestehenden und zukünftigen Nutzungen. Denn voraussichtlich im kommenden Jahr 2021 soll ein Möbelmarkt mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 28.000 m<sup>2</sup> eröffnen.

### Standortprofil: Sonderstandortbereich Bahnstadt (Fachmarktzentrum)

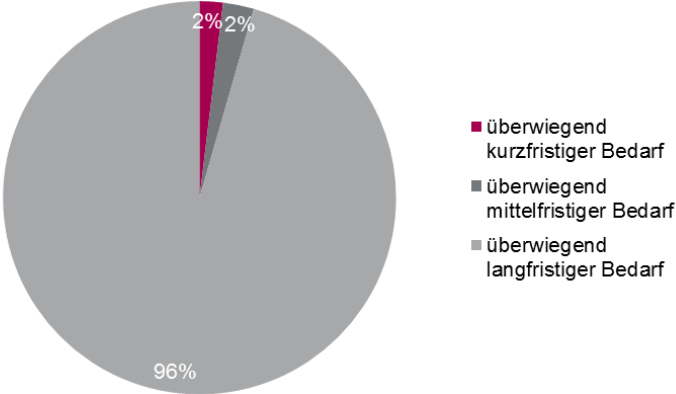


Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis von Kartengrundlagen des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

### Lage

Stadtteil	Bahnstadt
Ausdehnung / Straßen	Henkel-Teroson-Straße, Am Bahnbetriebswerk sowie Eppelheimer Straße Ausdehnung rund 150 m (Nord-Süd); rund 600 m (West-Ost)
<b>Wettbewerbssituation</b> (Luftlinie)	Entfernung zum: HGZ Innenstadt (Stadtteil Altstadt / Bergheim / Weststadt) circa 2.550 m BZ Europaplatz (Stadtteil Bahnstadt) circa 1.300 m

**Standortprofil: Sonderstandortbereich Bahnstadt (Fachmarktzentrum)**

	<p>STZ Neuenheim (Stadtteil Neuenheim) circa 2.250 m          NVZ Bahnstadt (Stadtteil Bahnstadt) circa 700 m          NVZ Kirchheim (Stadtteil Kirchheim) circa 3.200 m          NVZ Ziegelhausen (Stadtteil Ziegelhausen) circa 7.150 m          PNVZ Handschuhsheim (Stadtteil Handschuhsheim) circa 2.800 m          PNVZ Rohrbach-Mitte (Stadtteil Rohrbach) circa 3.550 m          PNVZ Patrick-Henry-Village (Stadtteil Kirchheim) circa 3.500 m          SO Rohrbach-Süd (Stadtteil Rohrbach) circa 4.550 m          SO Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) (Stadtteil Pfaffengrund) circa 400 m</p>
<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	20.300 m <sup>2</sup> (rund 59% der Gesamtverkaufsfläche im Stadtteil)
Anzahl der Betriebe	2 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	1 großflächiger Betrieb mit einer Verkaufsfläche von 20.300 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	
Angebotsstruktur	Angebote aller Bedarfsstufen mit Schwerpunkt in der langfristigen Bedarfsstufe
Sortimentschwerpunkte	In der Warengruppe Baumarktsortimente
Sortimentsstruktur	 <p>The pie chart illustrates the demand structure for Baumarktsortimente. It is divided into three segments: a large grey segment representing 96% of the demand for long-term needs, and two smaller grey segments representing 2% each for medium-term and short-term needs. A legend to the right of the chart identifies these segments: a dark grey square for 'überwiegend kurzfristiger Bedarf', a medium grey square for 'überwiegend mittelfristiger Bedarf', and a light grey square for 'überwiegend langfristiger Bedarf'.</p>
Magnetbetriebe	Bauhaus
Ausblick	Bedeutsames Wachstum in der Warengruppe Möbel mit rund 28.000 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche, so dass sich die Angebotsstruktur weiterhin auf den langfristigen Bedarf konzentriert
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Verkehrsstraßen: Henkel-Teroson-Straße sowie Eppelheimer Straße
Parkmöglichkeiten	Sammelparkplatz
ÖPNV	Anschluss an Bus- und Straßenbahnlinien (in unmittelbarer Nähe)
<b>Fazit / Handlungsempfehlungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Die künftigen Entwicklungen müssen vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts auf nicht-zentrenrelevante Sortimente abzielen.</li> <li>– Mögliche Angebotsausweitungen in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind mit Blick auf die Entwicklung und Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche restriktiv zu behandeln.</li> </ul>

## 8.5 Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Heidelberger Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Heidelberg und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (zum Beispiel Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb Heidelbergs nicht ausschließlich über die zentralen Versorgungsbereiche sichergestellt werden kann, decken die städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte räumliche Versorgungslücken ab. Sie dienen damit heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung, die in Heidelberg nicht allein durch das Hauptgeschäftszentrum Altstadt und die Stadtteil- sowie Nahversorgungszentren geleistet werden kann. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine möglichst flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet durch funktionsfähige zentrale Versorgungsbereiche **und ergänzende Nahversorgungsstandorte** zu sichern, hohe Priorität.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb Heidelbergs – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger (im Nahbereich beziehungsweise funktionalen Versorgungsgebiet). Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Zum Erhebungszeitpunkt können in Heidelberg folgende Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern definiert werden:

### Stadtteil Emmertsgrund

- Forum (derzeit Nahkauf)

### Stadtteil Kirchheim

- Breslauer Straße (derzeit Nahkauf)
- Im Franzosengewann (derzeit Rewe)

### Stadtteil Neuenheim

- Berliner Straße (derzeit Rewe)
- Berliner Straße (derzeit Aldi Süd)

### Stadtteil Pfaffengrund

- Kranichweg (derzeit Netto)

**Stadtteil Rohrbach**

- Felix-Wankel-Straße (derzeit Aldi Süd)
- Felix-Wankel-Straße (derzeit Rewe Center)
- Freiburger Straße (derzeit Netto)
- Heinrich-Fuchs-Straße (derzeit Lidl)

**Stadtteil Schlierbach**

- Am grünen Hag (derzeit Rewe)

**Stadtteil Südstadt**

- Rheinstraße (derzeit Tegut)

**Stadtteil Weststadt**

- Kurfürsten-Anlage (derzeit Kaufland)

**Stadtteil Wieblingen**

- Mannheimer Straße (derzeit Netto)

Perspektivisch wird auch im „neuen“ Stadtteil Patrick-Henry-Village (PHV) ein Nahversorgungsstandort für die Sicherung der Nah- und Grundversorgung definiert. Hier soll in den nächsten Jahren ein zielgerichtetes Nahversorgungsangebot für die dann rund 10.000 neuen Einwohner entstehen. Auch der gegenwärtige Bestandsstandort Boxbergring im Stadtteil Boxberg kann als perspektivischer Nahversorgungsstandort kategorisiert werden. Hier ist eine Erweiterung des bestehenden Angebotes geplant und somit ein strukturprägender Nahversorgungsstandort zur Sicherung der fußläufigen Versorgung.

**Entwicklungsempfehlungen**

Für den zukünftigen Umgang mit Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).
- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann zu empfehlen sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rund 1.200 m<sup>2</sup> ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen beziehungsweise an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.

Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende **Kriterien** erfüllen:

- nahversorgungsrelevantes Kernsortiment,



- städtebauliche Integration in Wohnsiedlungsbereiche, das heißt
- auch fußläufig erreichbar (max. 5 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 600 m – Wegedistanz),
- keine wesentliche Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen (räumliche Versorgungslücken abdecken),
- eine am Nachfragenvolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebs ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (eine diesbezügliche Orientierungshilfe bietet die Ansiedlungsregel 1 in Kapitel 10 dieser Untersuchung).

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen. Insbesondere Siedlungsrandbereiche oder dünn besiedelte Stadtteile bieten in der Regel kein ausreichendes ökonomisches Potenzial für größere Lebensmittelmärkte, die dort allein der Nahversorgung der ansässigen Bevölkerung dienen.

- Durch die Insolvenz der Fa. Schlecker sind mehrere kleinere Drogeriemarkt-Filialen auch in Heidelberg bereits vor längerer Zeit geschlossen worden. Eine Nachnutzung der frei gewordenen Ladenlokale durch Angebote der Branche Drogeriewaren hat nicht stattgefunden. Zum einen entsprechen die Flächengrößen dieser Läden (zwischen 100 und 300 m<sup>2</sup>) nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen der Betreiber moderner Drogeriemärkte und zum anderen deutet die Aufgabe der Filialen ohnehin auf eine mangelnde ökonomische Rentabilität aus den jeweiligen Einzugs- beziehungsweise Versorgungsgebieten an diesen Standorten hin. Unter räumlichen Gesichtspunkten hat diesbezüglich bereits eine räumliche Konzentration des branchenspezifischen Angebots stattgefunden. **Neuansiedlungen von Drogeriemärkten** sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m<sup>2</sup> und den entsprechend großen Einzugsbereichen **vor allem im räumlichen Kontext der zentralen Versorgungsbereiche** sinnvoll.
- Auch Anbieter, die ihren Standort in Siedlungsschwerpunkten haben und von zahlreichen Kunden zu Fuß oder mit dem Fahrrad aufgesucht werden, können nicht gänzlich auf Pkw-Kunden verzichten. Im Dialog mit den Inhabern oder Betreibern sollten daher praktikable Lösungen zur **Sicherstellung der Erreichbarkeit** für alle Verkehrsteilnehmer gefunden werden.
- Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (zum Beispiel Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungsstandorten“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Imbiss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.
- Wochenmärkte haben Tradition und profitieren von der Nähe zu Produzenten (v. a. ländliches Umland). Abgesehen von ihrer Bedeutung für die hochwertige Nahversorgung der Bevölkerung, eignen sie sich hervorragend zur Steigerung der Kundenfrequenz. Insofern sind **Wochenmärkte** nach Möglichkeit zu **unterstützen**.
- Die Ansiedlung größerer Märkte ist allein zur Nahversorgung der Wohnbevölkerung in kleineren Stadtteilen und Siedlungsrandbereichen ökonomisch oft nicht tragfähig. Deshalb sind auch **alternative kleinteilige Angebotsformen** wie „Dorfläden“, sog. „Convenience-Stores“ oder Nachbarschaftsläden sinnvoll. Diese setzen jedoch ein hohes Maß an bürgerlichem Engagement voraus.

Der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel drückt sich besonders in einer deutlich sinkenden Zahl von Betriebsstätten sowie in einem tendenziellen Rückzug insbesondere größerer Lebensmittelgeschäfte wie Lebensmitteldiscounter und Supermärkte aus den Zentren und Wohngebieten aus. Als Folge werden zwar die Knoten des Nahversorgungsnetzes dicker, seine Maschen jedoch größer und damit die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs für nicht motorisierte Haushalte schwieriger. Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf die zentralen

Versorgungsbereiche und die integrierten Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Zentren- und Einzelhandelskonzept für die Stadt Heidelberg dient der Umsetzung dieses Ziels.

## 9 Heidelberger Sortimentsliste

Bei Entscheidungen zu Einzelhandelsentwicklungen ebenso wie bei der Einzelhandelssteuerung in der Bauleitplanung stellt die Heidelberger Sortimentsliste eine wichtige – weil unverzichtbare – Ergänzung zu den bereits vorliegenden Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche innerhalb der Stadt Heidelberg dar. Eine ortspezifische Vorgehensweise ist notwendig und zielführend, reicht doch zum Beispiel zum Ausschluss von einzelnen Warengruppen im Rahmen von Bauleitplanverfahren gerade vor dem Hintergrund der aktuellen Rechtsprechung die Berufung beispielsweise auf die Sortimentsliste des Einheitlichen Regionalplans Rhein-Neckar 2014 nicht aus, ja führt sogar zu einem bedeutenden Abwägungsmangel.

### Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für

- Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten) und
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss beziehungsweise der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 2-9 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bau- und Planungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge erhalten und – letztendlich entscheidend – entwickelt und gestärkt werden. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige (>800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten von Bedeutung sein. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine gemeindespezifische Sortimentsliste abzustellen, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen, aber auch zu den Entwicklungsperspektiven einer Kommune, besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente, wie beispielsweise in Einzelhandelserlassen der Länder oder auch der Verweis auf andere Sortimentslisten (zum Beispiel Kölner Liste) im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung, reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft. Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzepts dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und, zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen, auch nicht-zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen wird.

### Begriffsdefinitionen

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente zu unterscheiden sind.

**Tabelle 15: Merkmale zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente**

Kriterium	Merkmale	
	Zentrenrelevanter Sortimente	Nicht-zentrenrelevanter Sortimente
<b>Städtebauliche und Einzelhandelsstruktur</b>	Notwendig für einen attraktiven Branchenmix Hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	Nicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht integriert
<b>Besuchersfrequenz</b>	Erzeugen und benötigen hohe Besucherfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	Erzeugen eigene Besucherfrequenz
<b>Integrationsfähigkeit</b>	Vergleichsweise geringer Flächenanspruch	Sehr hoher Flächenanspruch (zum Beispiel Möbel) autokundenorientiert
<b>Einzelhandelszentralität</b>	Hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	In der Regel hohe kommunale und zum Teil auch regionale Ausstrahlungskraft
<b>Kopplungsaffinität</b>	Werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	Werden in der Regel gezielt angefahren, geringe bis keine Koppelungen mit anderen Aktivitäten
<b>Transportfähigkeit</b>	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, das heißt es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	Können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, in der Regel Kfz notwendig

Quelle: Darstellung Junker + Kruse

- **Zentrenrelevante Sortimente** sind in der Regel für einen attraktiven Branchenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die Erzeugung hoher Besucherfrequenzen und einer großen Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit beziehungsweise Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen beziehungsweise Zentrenfunktionen auf (Kopplungsaffinität), haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch (Integrationsfähigkeit) und lassen sich häufig als so genannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt – auch in der Stadt Heidelberg – eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu. Anbieter dieser Sortimente nehmen wichtige Magnetfunktionen für die Standortbereiche und somit die anderen dort ansässigen Betriebe wahr.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen beziehungsweise täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen typischerweise insbesondere in Stadtteil- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Sie haben dort entsprechend eine wichtige Magnetfunktion. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel zu treffen, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingten Anforderungen zu entsprechen.

- Bei **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (zum Beispiel Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (zum Beispiel Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Heidelberg – für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche.

### Regionalplanerische Vorgaben

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die regionalplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente zu berücksichtigen. Im **Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar 2014** wird auch eine **Sortimentsliste** mit zentrenrelevanten Sortimenten festgelegt. Im Rahmen der einheitlichen Beurteilung der Zentrenrelevanz von Einzelhandelsvorhaben in der Metropolregion Rhein-Neckar soll sie angewandt werden. Auf Basis eines kommunalen Einzelhandelskonzepts kann jedoch in begründeten Einzelfällen in Abstimmung mit der Regionalplanung davon abgewichen werden.

### Zentrenrelevante Sortimente:

- Bücher/Zeitschriften/Papier/Schreibwaren/Büroartikel
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Sportartikel
- Baby-/Kinderartikel
- Unterhaltungselektronik/Computer/Hifi/Elektroartikel/Leuchten
- Foto/Optik
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche (ohne Teppichböden), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Haushaltswaren, Heimtextilien
- Musikalienhandel
- Uhren/Schmuck
- Spielwaren
- Kunst/Antiquitäten
- Schnittblumen
- Gesundheitsartikel/Sanitätswaren

### Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente:

- Lebensmittel, Getränke
- Drogeriewaren, Kosmetikartikel

### Heidelberger Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus<sup>50</sup> stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise bei der Erstellung von Sortimentslisten als sachgerecht dar:

---

<sup>50</sup> Vergleiche dazu Kuschnerus, U. (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn, Rd.Nr. 530

- Im Rahmen der Aufstellung eines gemeindlichen Einzelhandelskonzepts werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken – auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen, solitären und städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten werden –, sofern entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen [beziehungsweise im Umkehrschluss darlegen, warum sie außerhalb der Zentren gerade nicht angeboten beziehungsweise entwickelt werden sollen].
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildenden“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel, dem Zentrum eventuelle Neuansiedlungen zur Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität zuzuführen, auszuschließen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeindespezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzepts / Einzelhandelskonzepts notwendig).
- Eine gemeindespezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

Basierend auf einer differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Heidelberg sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen erhobenen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb beziehungsweise außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in Heidelberg aufgeteilt. Zum Teil sind die Sortimente zu Warengruppen aggregiert, wie beispielsweise die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege, welche Einzelsortimente wie Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Apothekenwaren<sup>51</sup> umfasst.

Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Heidelberg sowie zur Entwicklung eines stadt- und regionalverträglichen Einzelhandels ergibt sich die im Folgenden dargestellte Heidelberger Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

---

<sup>51</sup> Vergleiche dazu auch Tabelle 1, S. 11

**Tabelle 16: Heidelberger Sortimentsliste**

<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
<b>Davon nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	
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	Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen
Babyausstattung (Kinderwagen, Kindersicherheit)	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Bekleidung	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Bettwaren	Medizinische und orthopädische Artikel <sup>2</sup>
Blumen	Musikinstrumente und Zubehör
Bücher	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Elektrokleingeräte	Teppiche (Einzelware)
Elektronik und Multimedia <sup>1</sup>	Schuhe
Fahrräder und technisches Zubehör	Spielwaren
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	Sportartikel / -kleingeräte (inkl. Sportgroßgeräte)
Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle	Sportbekleidung / Sportschuhe
Heimtextilien (inkl. Haus- und Tischwäsche, Bettwäsche) / Gardinen / Dekostoffe	Topf- und Zimmerpflanzen und Blumentöpfe Uhren / Schmuck
Hobbyartikel (inkl. Künstlerartikel / Bastelzubehör)	Wohndekorationsartikel
Kosmetikartikel / Parfümeriewaren	
<b>Alle anderen Sortimente gelten als nicht-zentrenrelevant (keine abschließende Liste):</b>	
Bauelemente, Baustoffe	Matratzen
Baumarktspezifisches Sortiment <sup>3</sup>	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)	

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

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

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

Für alle als nicht-zentrenrelevant eingestuft Sortimente liegt der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Daneben haben die meisten als nahversorgungs- und / oder zentrenrelevant eingestuft Sortimente ihren Verkaufsflächenschwerpunkt und auch den Schwerpunkt der Betriebsanzahl (nach Kernsortiment) innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche.

Im Folgenden werden die aktuellen Einstufungen der Sortimente vor diesem Hintergrund erläutert:

#### **Erläuterungen zur Einordnung der nahversorgungsrelevanten Sortimente**

Im Bestand liegt in den als **nahversorgungsrelevant** eingestuft Warensortimenten, wie zum Beispiel **Nahrungs- und Genussmittel** und **Gesundheit und Körperpflege**, ein Großteil der Verkaufsflächen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche beziehungsweise auch in städtebaulich integrierten Lagen. Das ist nicht zuletzt

auf die erfolgreiche, konsequente Steuerungspraxis der Stadt Heidelberg zurückzuführen. Sie besitzen in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere in den Nahversorgungs- und Stadtteilzentren) eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion, auch für andere einzelhandelsrelevante Einrichtungen sowie für sonstige zentrenbedeutsame Nutzungsbausteine und Funktionen. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung im Einzelfall sinnvoll sein. Aus diesem Grund sind diese Sortimente als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen.

Ebenfalls überwiegend wohnungsnah beziehungsweise auch in zentralen Versorgungsbereichen und in der Regel auch im Zusammenhang mit den Sortimenten **Nahrungs- und Genussmittel** sowie **Gesundheit und Körperpflege** werden die Sortimente **Apothekenwaren, Zeitungen/Zeitschriften** sowie **Blumen** angeboten. Daher sind auch sie weiterhin als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen.

### Erläuterungen zur Einordnung der zentrenrelevanten Sortimente

Folgende Sortimente weisen einen Angebotsschwerpunkt in den Heidelberger Zentren, insbesondere in der Innenstadt auf:

**Papier / Bürobedarf / Schreibwaren; Bücher; Bekleidung; Schuhe, Lederwaren; medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel; Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik; Spielwaren; Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Campingartikel, Reitsportartikel); Elektrogeräte, Medien (=Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto - ohne Elektrogroßgeräte); Uhren, Schmuck**

Aufgrund ihres Anteils in zentralen Lagen prägen diese Sortimente in besonderem Maße das Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen Heidelbergs. Dabei ist zu beachten, dass entsprechend der Versorgungsfunktion (Hierarchiestufe) der Zentren jeweils eine unterschiedliche quantitative Ausprägung in den Warengruppen zu verzeichnen ist. In ihrem Zusammenspiel leisten diese Sortimente einen wichtigen Beitrag zur Belebung und Attraktivität der Zentren. Sie übernehmen damit eine bedeutende Magnetfunktion für die zentralen Versorgungsbereiche in Heidelberg. Auch im Sinne des Einheitlichen Regionalplanes Rhein-Neckar und auch aufgrund der lokalen Situation, der stadtentwicklungspolitischen Zielsetzung in Heidelberg, sind daher diese Sortimente (mit allen ihren Teilsortimenten) als zentrenrelevante Sortimente in der Heidelberger Sortimentsliste aufzunehmen. Bereits in der Sortimentsliste aus dem Jahr 1997 waren viele dieser Sortimente als zentrenrelevant eingestuft.

- Aufgrund der Unbestimmbarkeit der Sortimente **Geschenkartikel / Baby- und Kleinkindartikel** werden diese nicht mehr in der Heidelberger Sortimentsliste aufgeführt. Geschenkartikel können zum Beispiel **Bilder, Glas / Porzellan / Keramik, Papier / Büroartikel / Schreibwaren** oder **Uhren** sein. **Baby- und Kleinkinderartikel** können **Spielwaren** oder auch **Drogeriewaren** sein. Da die vorgenannten Sortimente allesamt Eingang in die Heidelberger Sortimentsliste gefunden haben, wird auf eine Aufnahme des Sortimentes verzichtet.
- „**Antiquariate**“ sind Bestandteil des zentrenrelevanten Sortimentes „**Bücher**“. **Bücher** sind weiterhin ein wichtiges zentrenrelevantes Leitsortiment in Heidelberg.
- Das Sortiment „**zoologischer Bedarf**“ wird zu einem Sortiment „**Zoologische Artikel (inkl. Heim- und Kleintierfutter), lebende Tiere**“ zusammengefasst. Im Heidelberger Stadtgebiet wird das Sortiment „**Heim- und Kleintierfutter**“ zumeist in kleineren Verkaufsflächenanteilen lediglich als Randsortiment in größeren Lebensmittelmärkten angeboten. Aufgrund der aktuell zu beobachtenden Verkaufsflächenverteilung im Heidelberger Stadtgebiet wird es als nicht-zentrenrelevantes Sortiment bewertet. Es hat somit keine zentrenprägende Funktion.
- Eine Unterscheidung zwischen „**Brauner und Weißer Ware**“ findet nicht mehr statt. Die Differenzierung erfolgt zwischen **Elektroklein-** (zentrenrelevant) und **Elektrogroßgeräten** (nicht-zentrenrelevant). Auch haben **Elektrogroßgeräte** keinen mehrheitlichen Angebotsschwerpunkt innerhalb der Heidelberger



Zentren. Zudem werden sie aufgrund der eingeschränkten Transportfähigkeit und des hohen Flächenbedarfs als nicht-zentrenrelevant eingeordnet.

- Die Sortimente **Angler-, Jagdartikel und Waffen** und **Babyausstattung (Kinderwagen und Kindersicherheit)** werden zum Teil neu in die Heidelberger Sortimentsliste der zentrenrelevanten Sortimente aufgenommen. Die genannten Sortimente werden aufgrund der städtebaulichen Zielsetzung der Stadt Heidelberg zur Stärkung eines vielfältigen Angebotes innerhalb der Innenstadt als zentrenrelevante Sortimente eingeordnet.
- Die Verteilung des Fachangebotes in dem Sortiment **Fahrräder und technisches Zubehör** ist vergleichsweise ausgeglichen. Aufgrund der stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen der Stadt Heidelberg als fahrradfreundliche Stadt wird auch dieses Sortiment zukünftig als zentrenrelevant eingeordnet.
- Einige branchenspezifische Differenzierungen ergeben sich durch die Erhebungssystematik von Junker + Kruse, die im Vergleich zum „alten“ Heidelberger Einzelhandelskonzept leicht modifiziert wurde.
- In dem Sortimentsbereich der **Sportartikel** wurde folgende Differenzierung und Unterteilung vorgenommen: **Sportbekleidung / Sportschuhe, Sportklein- sowie Sportgroßgeräte**. Alle Sortimente werden wegen der stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Heidelberg und der regionalplanerischen Vorgaben als zentrenrelevant eingeordnet.
- In der Sortimentsgruppe der **Teppiche** wird zwischen **handgefertigten, einzelnen Teppichen** und **Teppichen als Rollware** unterschieden. Beide Sortimente sind in der „neuen“ Heidelberger Sortimentsliste weiterhin als zwei verschiedene Sortimente geführt. Das Gesamtsortiment **„Teppiche“ (Einzelware und Rollware)** besitzt einen flächenmäßig überwiegenden Anteil außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Vor dem Hintergrund der Einordnung im Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar wird das Sortiment „Teppiche (Einzelware)“ als zentrenrelevant eingeordnet. Dies entspricht auch den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Heidelberg.

# 10 Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Die Steuerungsgrundsätze zur Standortfindung des Einzelhandels und der Zentrenentwicklung in Heidelberg präzisieren und ergänzen das Leitbild und die übergeordneten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Heidelberg. Folgende generelle Aussagen zum Ziel und zur Wirkung der Grundsätze sind voranzustellen:

- Die Grundsätze geben zur Einordnung von Einzelhandelsvorhaben einen gemeinschaftlich getragenen Orientierungsrahmen für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung wieder.
- Für die rechtliche Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die bauplanungsrechtliche Situation maßgebend.
- Die Grundsätze gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen / Veränderungen und Verlagerungen.
- Bestehende Einzelhandelsbetriebe sind – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt. Sie genießen Bestandsschutz.

Differenziert nach Steuerungsregeln für zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel wurden Grundsätze zur Einzelhandelssteuerung entwickelt.

## 10.1 Herleitung einer „Bagatellgrenze“

Mit den Urteilen des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 besteht eine belastbare Definition der Großflächigkeit ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und dazu, welche Flächen zur Verkaufsfläche hinzuzurechnen sind. In der Praxis ist festzustellen, dass viele Einzelhandelsvorhaben, allen voran die Lebensmittelmärkte, allein aus betrieblichen Gründen diese Hürde überspringen (müssen) und somit unter die Regelvermutung von § 11 (3) BauNVO fallen.

Die eindeutige Definition der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben ist auf der einen Seite im Sinne der täglichen Anwender begrüßenswert, jedoch auf der anderen Seite aufgrund einer – auch in der Vergangenheit praktizierten – einseitigen Anwendung beziehungsweise Interpretation, beklagenswert. Denn diese nunmehr fixe Verkaufsflächengrößenordnung suggeriert, dass städtebaulich relevante Auswirkungen (sowohl auf zentrale Versorgungsbereiche wie auch die Versorgungsstrukturen) von Einzelhandelsvorhaben an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bei Überschreiten der Schwelle zur Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup> ernsthaft in Erwägung gezogen werden (können). Dabei können auch Betriebe mit weniger als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (außerhalb zentraler Lagen) durchaus schnell sehr hohe relative Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot in den umliegenden zentralen Versorgungsbereichen erreichen, so dass in so einer Konstellation bereits negative städtebauliche Folgewirkungen eintreten können. **Somit kann für die meisten Gemeinden in Deutschland, so auch für die Stadt Heidelberg, ein Steuerungerfordernis proklamiert werden, das unterhalb von 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angesiedelt ist.**

Eine mögliche Konsequenz für die Stadt Heidelberg wäre ein kompletter Ausschluss des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ist dies zum Beispiel in Gewerbe- und Industriegebieten sowie Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer – auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Anforderlichkeit – stellt sich dieser Ausschluss für Mischgebiete dar. Denn auch Mittelstädte wie Heidelberg weisen zum Teil traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in hohem Maße durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte geprägt sind. Diese zu erhalten oder auch weiterzuentwickeln beziehungsweise für sie jedoch zumindest keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben zu formulieren, ist in Heidelberg wie auch den meisten Gemeinden – unabhängig von der Größenordnung – breiter politischer Konsens, stadtentwicklungspolitisch sinnvoll und damit zwangsläufig auch städtebauliche Zielvorstellung.

Im Sinne des Einzelhandelskonzepts wird daher eine **Bagatellgrenze** (als Verkaufsflächenobergrenze je Betrieb) mit einer maximalen Verkaufsfläche von 200 m<sup>2</sup> je Betrieb<sup>52</sup> definiert, für die angenommen werden kann, dass von ihnen keine negativen Auswirkungen (keine explizite Prüfung der Auswirkungen) weder auf die Heidelberger zentralen Versorgungsbereiche noch die verbrauchernahen Versorgungsstrukturen ausgelöst werden. Dies darf auch dann nicht geschehen, wenn sie in gehäufte Form oder als Agglomerationen auftreten. Betriebe, die unter diese Bagatellgrenze fallen, unterliegen damit nicht der Regelungssystematik des Einzelhandelskonzepts. Grundvoraussetzung ist allerdings, dass es sich bei den Standorten um **städtebaulich integrierte Standorte** handelt. Es wird dabei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass mit der Bagatellgrenze kein Anlagentyp im Sinne der Baunutzungsverordnung (BauNVO) definiert wird und somit auch nicht in textliche Festsetzungen eines Bebauungsplans übernommen werden darf.

Bei kleinflächigen Betrieben nehmen Tankstellenshops eine besondere Rolle ein. Im Sinne des Einzelhandelskonzepts können sie angesiedelt werden, wenn

- die Verkaufsfläche für Waren dem Tankstellenbetrieb räumlich zugeordnet ist und
- die Größe der Verkaufsfläche in einem deutlich untergeordneten Verhältnis zur Größe der Tankstelle steht.

## 10.2 Grundsätze zur Steuerung des Heidelberger Einzelhandels

### Grundsatz 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten werden zukünftig nur noch in zentralen Versorgungsbereichen sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – ausnahmsweise auch zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten Nahversorgungsstandorten in den Stadtteilen und Siedlungsbereichen ermöglicht. Standorte für Drogeriemärkte sollen in der Regel nur in den zentralen Versorgungsbereichen über einer Größenordnung von 500 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche liegen.

Die Dimensionierung eines Betriebes soll sich dabei an der jeweiligen Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches beziehungsweise des solitären integrierten Nahversorgungsstandortes orientieren. Dabei soll ein angemessenes Verhältnis zwischen der Funktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches und der maximalen Dimensionierung der Verkaufsfläche des Einzelhandelsbetriebes gewährleistet sein (Kaufkraftabschöpfung).

Einzelhandelsbetriebe können außerhalb der Heidelberger zentralen Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen (zum Beispiel in Mischgebieten) möglich sein, wenn sie ...

- der Nahversorgung dienen (das heißt, die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 40 % (in Ausnahmefällen max. bis zu 50 %) der sortimentspezifischen Kaufkraft im Nahbereich beziehungsweise funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet (außerhalb des Heidelberger Siedlungsschwerpunktes) nicht übersteigt),
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind und
- auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (in der Regel 600 m Distanz).

### Erläuterungen:

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur sowie dem Ausbau beziehungsweise der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem

---

<sup>52</sup> Ausnahme: an solitären städtebaulich integrierten und städtebaulich nicht integrierten Standorten sind kleinteilige Hofläden, die überwiegend Produkte aus der eigenen, landwirtschaftlichen Erzeugung verkaufen, möglich (max. ≤ 50 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)

Kernsortiment zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen liegen. Die nachfolgenden Ausnahmen können im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung im Einzelfall möglich sein. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden beziehungsweise gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In städtebaulich integrierten Lagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzepts der Stadt Heidelberg ausgehen.

Um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen, müsste für moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung von rund 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich vorhanden sein. Bei Nichterfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf nennenswerte Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstünde. Mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen in Heidelberg ist das Potenzial für weitere Betriebseinheiten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche generell in einigen Siedlungsbereichen (zum Beispiel im neuen Stadtteil Patrick-Henry-Village) vorhanden.

Die insbesondere in den Randbereichen Heidelbergs vorhandene disperse Siedlungsstruktur erfordert eine weiter ausdifferenzierte Regelungssystematik. Denn die in diesen Stadtteilbereichen vorherrschenden siedlungsstrukturellen, verkehrlichen, städtebaulichen wie zum Teil auch topographischen Rahmenbedingungen führen dazu, dass zentrale Versorgungsbereiche oder auch städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte vergleichsweise weit entfernt von den Wohnstandorten liegen. Somit greift zwar die Entfernung zu den zentralen Versorgungsbereichen als Prüfkriterium, nicht jedoch das erforderliche Kaufkraftpotenzial im Nahbereich eines Planvorhabenstandortes. Um aber auch in diesen Siedlungsbereichen – unter Berücksichtigung des formulierten Ziels einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet – eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb des zugehörigen funktionellen Versorgungsgebietes innerhalb des Stadtteils zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Dies gilt insbesondere für den Nachweis der Nahversorgung in den Stadtteilen außerhalb des definierten Siedlungsschwerpunktes der Stadt Heidelberg. Dazu gehören die Stadtteile: Boxberg, Emmertsgrund, Pfaffengrund, Schlierbach, Wieblingen und Ziegelhausen. Hier gilt die eingangsgenannte Ausnahme zur maximalen Kaufkraftabschöpfung.

#### Ausnahmen:

Kioske, Backshops und ähnliche kleinflächige Einzelhandelsbetriebe können angesiedelt werden, wenn sie der Nahversorgung dienen. In Gewerbegebieten sind Convenience-Stores und Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Menschen möglich.<sup>53</sup>

„Handwerkerprivileg“:

Verkaufsstätten<sup>54</sup> in Verbindung mit Gewerbebetrieben können angesiedelt werden, wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,

<sup>53</sup> Ableitbare Größenordnung für einen Lebensmittelladen in einem Gewerbegebiet mit 500 – 1.000 Beschäftigten (gerundete Werte)  
bei 500 Beschäftigten max. 50 m<sup>2</sup> VKF  
bei 1.000 Beschäftigten max. 100 m<sup>2</sup> VKF

<sup>54</sup> Diese Ausnahme („Handwerkerprivileg“) gilt auch für Grundsatz 2 und 3.

- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Verkaufsfläche des Einzelhandelsbetriebes die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO (800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) nicht überschreitet.

### **Grundsatz 2:**

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente) sind zukünftig nur noch im Hauptgeschäftszentrum Innenstadt, dem Stadtteilzentrum, dem Besonderen Zentrum Europaplatz und den (perspektivischen) Nahversorgungszentren in Abhängigkeit der Versorgungsfunktion des jeweiligen Zentrums möglich, wobei eine Begrenzung der maximalen Dimensionierung des Einzelhandelsbetriebes in Abhängigkeit von der jeweiligen Hierarchiestufe erfolgen sollte.

### Erläuterungen:

Der Kernbereich des Hauptgeschäftszentrums stellt auch in Zukunft den Schwerpunkt des Einzelhandels dar. Um die Attraktivität, Individualität und Prosperität des Kernbereichs auch langfristig zu gewährleisten und das Zentren- und Standortgefüge innerhalb der Stadt Heidelberg attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, den Schwerpunkt der Einzelhandels(weiter)entwicklung auf diesen Bereich zu fokussieren. Großflächige Einzelhandelsbetriebe ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Innenstadt sowie im Stadtteilzentrum Neuenheim zulässig sein, um diese Standorte in ihrer Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln.

Um die Kompatibilität der einzelnen zentralen Versorgungsbereiche sowie der gewählten Zonierung innerhalb des Hauptgeschäftszentrums Innenstadt (mit dem Kernbereich, dem Schwerpunktbereich östliche Altstadt und dem Entwicklungsbereich westliche Innenstadt) mit ihrer funktionalen Zuordnung und Bedeutung attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, sind Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment in Abhängigkeit von der Hierarchiestufe des Zentrums / Standortbereichs zu dimensionieren. Folgende Obergrenzen gelten für die Gesamtverkaufsfläche von Einzelbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment:

- Kernbereich und Schwerpunktbereich östliche Altstadt als Teile des Hauptgeschäftszentrums: keine Größenbeschränkung (Kriterium: regionale Verträglichkeit)
- Entwicklungsbereich westliche Innenstadt als Teil des Hauptgeschäftszentrums: maximal 800 m<sup>2</sup> pro Betrieb bzw. maximal 1.500 m<sup>2</sup> pro Betrieb für Einzelhandelsbetriebe mit besonderen Betriebskonzepten<sup>55</sup>; Ausschluss von Einkaufszentren im Sinne des § 11 (3) BauNVO
- Stadtteilzentrum: maximal 1.000 m<sup>2</sup> pro Betrieb
- Besonderes Zentrum / Nahversorgungszentren / perspektivische Nahversorgungszentren: maximal 800 m<sup>2</sup> pro Betrieb

Mit diesen Verkaufsflächen-Obergrenzen ist eine Zentren-Hierarchisierung in Abhängigkeit von einer an der Versorgungsfunktion der einzelnen Zentrenkategorien orientierten Kaufkraftabschöpfung gewährleistet. So übernehmen die Nahversorgungszentren in den zentrenrelevanten Branchen nur eine nachrangige Versorgungsfunktion, weshalb hier im Sinne des Einzelhandelskonzepts der Stadt Heidelberg ausschließlich kleinflächige Entwicklungen zulässig sein sollen. Grundsätzlich weist das Stadtteilzentrum größere Versorgungsbereiche und eine umfassendere Versorgungsfunktion auf, weshalb hier – innerhalb der definierten Obergrenzen – prinzipiell auch Entwicklungen im großflächigen Bereich sinnvoll und möglich sein können.

Bei der Festsetzung der Obergrenzen erfolgte eine Berücksichtigung des Bestandes: Um den zentralen Versorgungsbereichen weitere Entwicklungspotenziale zu belassen, liegen alle Obergrenzen bewusst deutlich über den derzeitigen durchschnittlichen Betriebsgrößen in den jeweiligen zentralen Versorgungsbereichen. In allen definierten zentralen Versorgungsbereichen außerhalb des Hauptgeschäftszentrums bewegen sich die

---

<sup>55</sup> Erläuterungen siehe Steckbrief Hauptgeschäftszentrum ab Seite 94

bestehenden Anbieter mit zentrenrelevantem Kernsortiment derzeit deutlich unterhalb der Grenze der Großflächigkeit. In den vorhandenen Zentren außerhalb des Hauptgeschäftszentrums gibt es zum Erhebungszeitpunkt (2019) keine großflächigen Anbieter mit zentrenrelevantem Kernsortiment. Auch bei einer perspektivischen Weiterentwicklung der Zentren außerhalb der Heidelberger Innenstadt sind negative Auswirkungen, zum Beispiel durch Agglomerationen, auf den Hauptgeschäftsbereich zu vermeiden.

Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden.

#### Ausnahmen:

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an städtebaulich integrierten Standorten ausnahmsweise zugelassen werden, sofern von ihnen keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn zentrenrelevante Sortimente in kleineren, deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (> 800 m<sup>2</sup>) agierenden Ladenlokalen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zur ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- beziehungsweise Nahbereich dieser Läden zur Deckung des Grundbedarfs bei mittel- und teilweise auch langfristig nachgefragten Gütern dienen. Dies gilt für alle zentrenrelevanten Sortimente im Sinne der „Heidelberger Sortimentsliste“ und somit auch für die Leitbranchen der zentralen Versorgungsbereiche. Mit Blick insbesondere auf die Betriebsgrößenstruktur in den Heidelberger Zentren dürften nur dann ohne Prüfung keine negativen Auswirkungen anzunehmen sein, wenn ein Einzelhandelsbetrieb eine Verkaufsfläche von 200 m<sup>2</sup> nicht überschreitet (Bagatellgrenze).

Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen (zum Beispiel in GE-Gebieten) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist.

Eine räumliche Lenkung von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung, aber auch einer Entwicklung der Zentren, ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandortes, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentren-typische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) i.S. einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zu den zentralen Versorgungsbereichen erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für die zentralen Versorgungsbereiche Heidelbergs. Auch die Ansiedlung kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann daher in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche erfordert, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe (oberhalb der Bagatellgrenze) möglichst auf die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken.

In Gewerbe- und Industriegebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Ausnahmen bilden hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“ beziehungsweise der sogenannte „**Fabrikverkauf**“.

### **Grundsatz 3:**

#### **Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S.1 Nr.2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Heidelberger Sortimentsliste<sup>56</sup>**

Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Heidelberger Sortimentsliste können im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Innenstadt angesiedelt werden. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen für den zentralen Versorgungsbereich vereinbart werden kann.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment auf die definierten **Sonderstandortbereiche** Rohrbach-Süd, Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) und die Bahnstadt Fachmarktzentrum (FMZ) zu konzentrieren. Voraussetzung hierfür ist, dass eine Abstimmung mit der Regionalplanung erfolgt. Zentrenrelevante Randsortimente sind bei Betriebsstandorten von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu begrenzen. Bei Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches dürfen die zentrenrelevanten Randsortimente im Sinne des Einheitlichen Regionalplans der Region Rhein-Neckar (2014) bis zu max. 10 % beziehungsweise bis zu 800 m<sup>2</sup> der Gesamtverkaufsfläche einnehmen, wenn dadurch keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Zwischen dem Kernsortiment und den Randsortimenten muss ein **funktionaler Zusammenhang** bestehen. Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem oder einigen wenigen Sortiment(en) belegt werden.

#### Erläuterungen:

Als Vorrangstandorte für die **Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment** definiert das Einzelhandelskonzept (mit Einschränkungen) und die Regionalplanung die Sonderstandortbereiche Rohrbach-Süd, Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) und die Bahnstadt (FMZ) im Heidelberger Stadtgebiet. Insbesondere unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Verkehrs- und Lieferströme sowie der bestehenden Einzelhandelsvorprägung an diesen Sonderstandortbereichen ist die Konzentration großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment an diesem Standort empfehlenswert. Darüber hinaus können derartige Betriebe auch im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Innenstadt realisiert werden, soweit Auswirkungen gemäß § 11 (3) BauNVO ausgeschlossen werden können und das Vorhaben die Entwicklungsziele und -empfehlungen des zentralen Versorgungsbereiches nicht beeinträchtigt.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte Ergänzungs- oder Randsortimente. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern zum Beispiel Glas / Porzellan / Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht die Einzelhandelskonzeption für die Stadt Heidelberg eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche vor

<sup>56</sup> Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment betrifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung keine Ermächtigungsg Grundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

(max. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in Anlehnung an den Einheitlichen Regionalplan der Region Rhein-Neckar (2014). Eine städtebauliche und regionalplanerische Verträglichkeit muss dabei gegebenenfalls im Einzelfall geprüft werden. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

Ausnahmen:

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb der definierten Sonderstandortbereiche an nicht integrierten Standorten liegen, unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebes sollte im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Heidelberger Einzelhandelskonzepts und der Regionalplanung bewertet werden. In sonstigen bestehenden **Gewerbe- und Industriegebieten ohne Einzelhandelsvorprägung** ist der Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten gänzlich (also auch jener unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit) durch entsprechende bauleitplanerische Maßnahmen auszuschließen. Zum einen können solche Vorhaben die Entwicklung des Vorrangstandortes gefährden, zum anderen hat die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Gewerbegebieten oftmals eine drastische Erhöhung der Bodenpreise im betroffenen Gebiet und somit einen Wettbewerbsnachteil, insbesondere für mittelständische Handwerks- und Gewerbebetriebe, zur Folge.

Das Einzelhandelskonzept ist nach Ratsbeschluss als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung "zu berücksichtigen". Es löst als solches aber noch keine rechtsverbindlichen Folgen aus. Dies ist nur durch Kombination mit den Vorschriften des Baugesetzbuchs und der Baunutzungsverordnung möglich. Die Planungspraxis zeigt zwar, dass die Umsetzung von Einzelhandelskonzepten teilweise auf Schwierigkeiten trifft; bei vollständiger und gezielter Anwendung des Rechtsinstrumentariums ist sie jedoch durchaus möglich.



# 11 Bürgerbeteiligung

Die Bürgerinnen und Bürger hatten sowohl im Rahmen der digitalen Beteiligungsveranstaltung am 24. November 2021 als auch über die Online-Plattform zum Einzelhandelskonzept im Anschluss bis zum 16.12.2021 die Möglichkeit, sich über alle relevanten Aspekte des Projekts zu informieren sowie eigene Anliegen zu allen Stadtteilen einzubringen (siehe dazu auch Kapitel 3.5). Beide Formate wurden gut angenommen.

Die Online-Veranstaltung haben ungefähr 75 Personen besucht. Die Auswertung der ausgefüllten Evaluationsbögen hat ergeben, dass die überwiegende Zahl der Teilnehmenden fand, dass das Ziel der Veranstaltung gut vermittelt, die Ergebnisverwendung klar, die Informationen und die Diskussion gut waren sowie dass sich insgesamt der Besuch gelohnt hat. Lediglich die zur Verfügung stehende Diskussionszeit wurde vereinzelt als nicht ausreichend eingestuft.

Auf der Online-Plattform wurden innerhalb von 22 Tagen 1.215 Besuche gezählt. Viele Besucherinnen und Besucher nutzten die Plattform, um sich ausführlich über die Inhalte des Einzelhandelskonzepts sowie bereits eingegangene Anregungen zu informieren. Über die Plattform gingen 79, zumeist sehr ausführliche Beiträge ein, die sich auf alle Stadtteile bis auf Schlierbach verteilen. Am häufigsten gab es Beiträge zur Innenstadt, zu Kirchheim und zu Rohrbach. Hier ist anzumerken, dass immer dann beteiligungsstarke Zeiten waren, wenn im Vorfeld in der Presse auf die Beteiligungsmöglichkeit hingewiesen wurde sowie am Ende des Beteiligungszeitraums.

Aus beiden Beteiligungsformaten und über mehrere Stadtteile hinweg wurden folgende Wünsche und Anregungen geäußert:

- Schaffen von Einkaufsevents (Verbindung von Kultur und Einkauf),
- mehr Abstellmöglichkeiten für (Lasten-)Fahrräder,
- kreative (Zwischen-)Nutzungen von Leerstand (z.B. Pop Up-Stores zum Ausprobieren innovativer Konzepte),
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität auf öffentlichen Plätzen,
- Konzepte für verschiedene Zielgruppen,
- stärkere Bewerbung / höhere Sichtbarkeit von bestehenden Geschäften und Angeboten,
- einheitliche, familienfreundliche Öffnungszeiten und die Einrichtung von Lieferdiensten.

Außerdem gab es Anregungen zur Miteinbeziehung des Klima- und Umweltschutzes in das Einzelhandelskonzept, wie z.B. umweltfreundliche Verpackung von Waren / Verzicht auf Verpackung, die Umsetzung eines Mehrweg-Take-Away Konzepts und zur regenerativen Energieversorgung des Einzelhandels.

Die Anregungen aus der Bürgerbeteiligung wurden geprüft und zum Teil bei der Ausarbeitung des Konzeptes berücksichtigt. In den Steckbriefen im Anhang des Berichtes zum Einzelhandelskonzept (siehe Anhang A1 ab Seite 154) wurden zahlreiche konkrete Hinweise aus der Bürgerschaft zu Bedarfen und Wünschen in Bezug auf die einzelnen Stadtteile aufgenommen. Die detaillierte Auswertung und Zusammenstellung aller Beiträge kann der Beschlussvorlage zum Einzelhandelskonzept entnommen werden.

## 12 Monitoring

Die hohe Dynamik der Veränderungen im Einzelhandel muss auch im Hinblick auf die Datengrundlage des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Heidelberg berücksichtigt werden. Die Einzelhandelslandschaft in Heidelberg ist, wie auch bundesweit zu beobachten ist, durch permanente Veränderungen wie Neuansiedlungen, Betriebserweiterungen aber auch Betriebsaufgaben gekennzeichnet. Dabei werden sich der stetig wachsende Online-Handel sowie die nach wie vor andauernde Corona-Pandemie und die in diesem Zusammenhang ergangenen zeitlich befristeten Lockdowns eines überwiegenden Teils des Einzelhandels und auch zahlreicher Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen – auch unter Beachtung der weiterhin geltenden Hygiene- und Abstandsregeln – nachhaltig auf das Gesicht unserer Städte und insbesondere auf das der Innenstädte und übrigen Zentren auswirken. Daraus kann ein neuer Handlungsbedarf resultieren. Somit ist es zweifelsohne sinnvoll, in regelmäßigen Abständen insbesondere die quantitativen Rahmenbedingungen des jetzigen Einzelhandelskonzepts zu analysieren, um ggf. dann zeitnah entsprechende Korrekturen/Feinjustierungen an dem Einzelhandelskonzept vornehmen zu können und letztendlich auch langfristig die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Heidelberg nicht zu gefährden. Auf Grund der bauordnungsrechtlichen Vorschriften kann dies zumindest für großflächige Einzelhandelsansiedlungen laufend erfolgen.

Dabei ist die Stadtverwaltung zum einen auf Informationen von außen zu Betriebseröffnungen und –aufgaben sowie Informationen der Betreiberfirmen, z.B. zu Erweiterungswünschen oder Standortproblemen, angewiesen. Diese Daten könnten kontinuierlich in die Datenbasis eingepflegt werden. Zum anderen ist eine regelmäßige neue Vollerhebung des Heidelberger Einzelhandels unumgänglich. Es existiert keine statistische Quelle, die regelmäßig genug aktualisiert würde. Es wird empfohlen, eine grundlegende Neuerhebung des Heidelberger Einzelhandelsbestandes – je nach Finanzierbarkeit – etwa alle fünf Jahre vorzunehmen.

Aus stadtplanerischer Sicht bietet es sich an, als Datenbasis für ein „Einzelhandels-Monitoring“ die vorliegende Gesamterfassung sowie das bereits erfolgte Corona-Update zugrunde zu legen. Dabei ist abzuwägen zwischen dem Erfassungs- bzw. Aktualisierungsaufwand einerseits und der Aussagekraft der Daten andererseits.

Ein regelmäßiges Monitoring könnte dabei wie folgt ablaufen:

- Fortlaufende Dokumentation der Anfragen zu möglichen Ansiedlungen oder auch Veränderungen (zum Beispiel Verkaufsflächenerweiterungen, Nutzungsänderungen) im Einzelhandel und den jeweiligen Umgang damit.
- Einmal jährliche Überprüfung des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Heidelberg mit einer Kontrolle der eingetretenen Veränderungen bezogen auf die Ebene des Ladenlokals (keine sortimentsgenaue Überprüfung), womit ausschließlich Veränderungen in der Nutzung der Ladeneinheit (Einzelhandel zu Dienstleistung oder auch Leerstand) erfasst werden.
- Nach fünf Jahren flächendeckende Erhebung des gesamten Einzelhandelsbestandes in der Stadt Heidelberg mit einer sortimentsgenauen Überprüfung und Aktualisierung der vorliegenden Daten.

# 13 Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
<b>Einzelhandel im engeren Sinne</b>	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
<b>Einzelhandelsbetrieb</b>	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH RETAIL CONSULTANTS) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden zum Beispiel von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH RETAIL CONSULTANTS in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
<b>Einzelhandelsrelevante Zentralität</b>	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium, nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.
<b>Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin beziehungsweise eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
<b>Fachmarkt</b>	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (unter anderem in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
<b>GPK</b>	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.

<b>Großflächiger Einzelhandel</b>	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m <sup>2</sup> ) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
<b>Kaufkraftabfluss</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
<b>Kaufkraftbindung</b>	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
<b>Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial</b>	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
<b>Kernsortiment / Randsortiment</b>	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Wichtigkeit deutlich untergeordnet sein (in der Regel bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
<b>Lebensmitteldiscounter</b>	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (zum Beispiel Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (circa 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu zum Beispiel Supermärkten (Artikelzahl circa 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; zum Beispiel Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m <sup>2</sup> .
<b>Nahversorgungsrelevantes Sortiment</b>	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie gegebenenfalls auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (beziehungsweise sollten auch) zentrenrelevant sein.
<b>Nahversorgungsstandort</b>	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann zum Beispiel aus einem Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit in der Regel kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
<b>Nahversorgungszentrum</b>	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (zum Beispiel durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.

<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	<p>Nicht-zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich in der Regel durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (zum Beispiel Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotenzial für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten in der Regel nicht gegeben.</p> <p>Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die in der Regel als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (zum Beispiel GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben können.</p>
<b>SB-Warenhaus</b>	<p>Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m<sup>2</sup> beziehungsweise 5.000 m<sup>2</sup>, umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (&gt; 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (zum Beispiel Real, Marktkauf, Kaufland).</p>
<b>Sonderstandortbereich beziehungsweise Ergänzungsstandort</b>	<p>Sonder- / Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des in der Regel großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (zum Beispiel Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.</p>
<b>Sortimentsliste (ortstypische)</b>	<p>Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.</p> <p>Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium). Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (zum Beispiel durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.</p>
<b>Stadtteilzentrum</b>	<p>Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es in der Regel abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (beziehungsweise Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter (zum Teil mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelgeschäft und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch zum Teil in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (zum Beispiel Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.</p>

<b>(Städtebaulich) Integrierte Lage</b>	Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Heidelberger Einzelhandelskonzepts werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Heidelberg integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.
<b>Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)</b>	Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m <sup>2</sup> – max. 1.500 m <sup>2</sup> . Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und ergänzende Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.
<b>Umsatzkennziffer</b>	Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin beziehungsweise eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.
<b>Verbrauchermarkt</b>	Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 beziehungsweise 5.000 m <sup>2</sup> , breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.
<b>Verkaufsfläche</b>	Gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein gegebenenfalls vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.
<b>Verkaufsflächenausstattung je Einwohner</b>	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch), bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region), ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

<b>Zentraler Versorgungsbe- reich</b>	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptgeschäftszentrum sowie Stadtteil- / Neben- oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.</p>
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	<p>Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen beziehungsweise städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, das heißt durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- beziehungsweise Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotenziale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (zum Beispiel kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren – angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren – durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene beziehungsweise stadtspezifische Konkretisierung notwendig (zum Beispiel in Form von Positiv-, Negativlisten).</p>
<b>Zielzentralität</b>	<p>Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.</p>





# Anhang

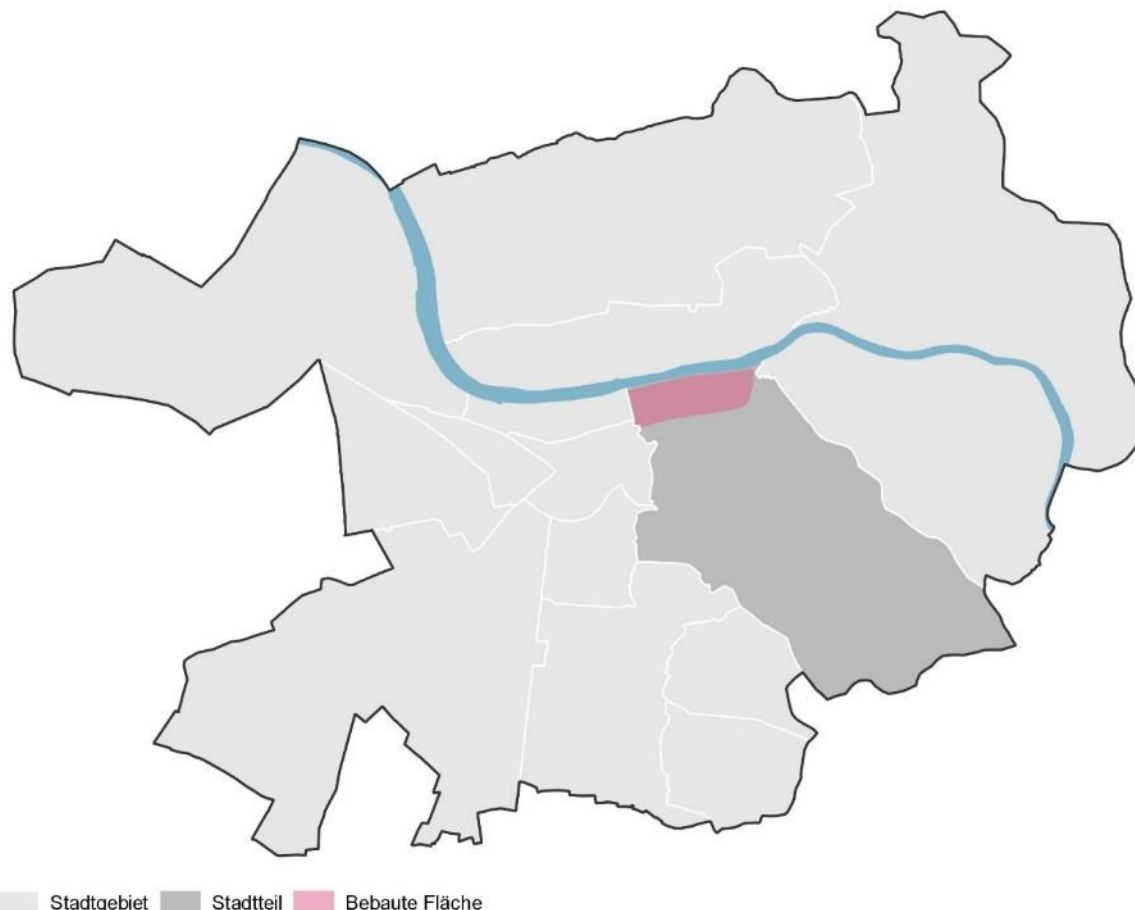
## **A1 Die Heidelberger Stadtteile – Stadtteilprofile**

Im folgenden Kapitel werden die aktuellen Einzelhandelsstrukturen und räumlichen Verkaufsflächenschwerpunkte in den einzelnen Stadtteilen der Stadt Heidelberg betrachtet. Dabei bildeten die Einstufungen und Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche und Sondergebietsstandorte gemäß dem aktuellen fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept die relevante Grundlage der Analyse. Bereits während der Analyse wurde deutlich, dass sich für einzelne Standortbereiche aufgrund der Einzelhandelsentwicklungen eine veränderte Rolle innerhalb der Versorgungsstruktur ergeben hat, die es im Rahmen der konzeptionellen Bausteine (vergleiche Kapitel 7) zu berücksichtigen gilt. In der folgenden Darstellung sind ausschließlich jene Standorte beziehungsweise zentrale Versorgungsbereiche dargestellt, die einem Standorttyp des Einzelhandelskonzepts entsprechen (vergleiche dazu Kapitel 8.1). Jene „Zentralen Bereiche“ aus dem Nahversorgungsgutachten der Stadt Heidelberg 2012 (NVG 2012), die aufgrund der rechtlichen Prämissen beziehungsweise ihrer unzureichenden städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Ausstattung nicht mehr als Standorttyp beziehungsweise zentraler Versorgungsbereich eingestuft sind, werden im Anhang A3 in Steckbriefen (mit entsprechender Begründung für die Nicht-Berücksichtigung als zentraler Versorgungsbereich) dargestellt.

## A1.1 Stadtteilprofil: Altstadt

Der Stadtteil Altstadt liegt im zentralen südöstlichen Heidelberger Stadtgebiet. Die Gesamtfläche beträgt 1.377,9 ha und die bebaute Fläche 145,2 ha.

**Karte 13: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



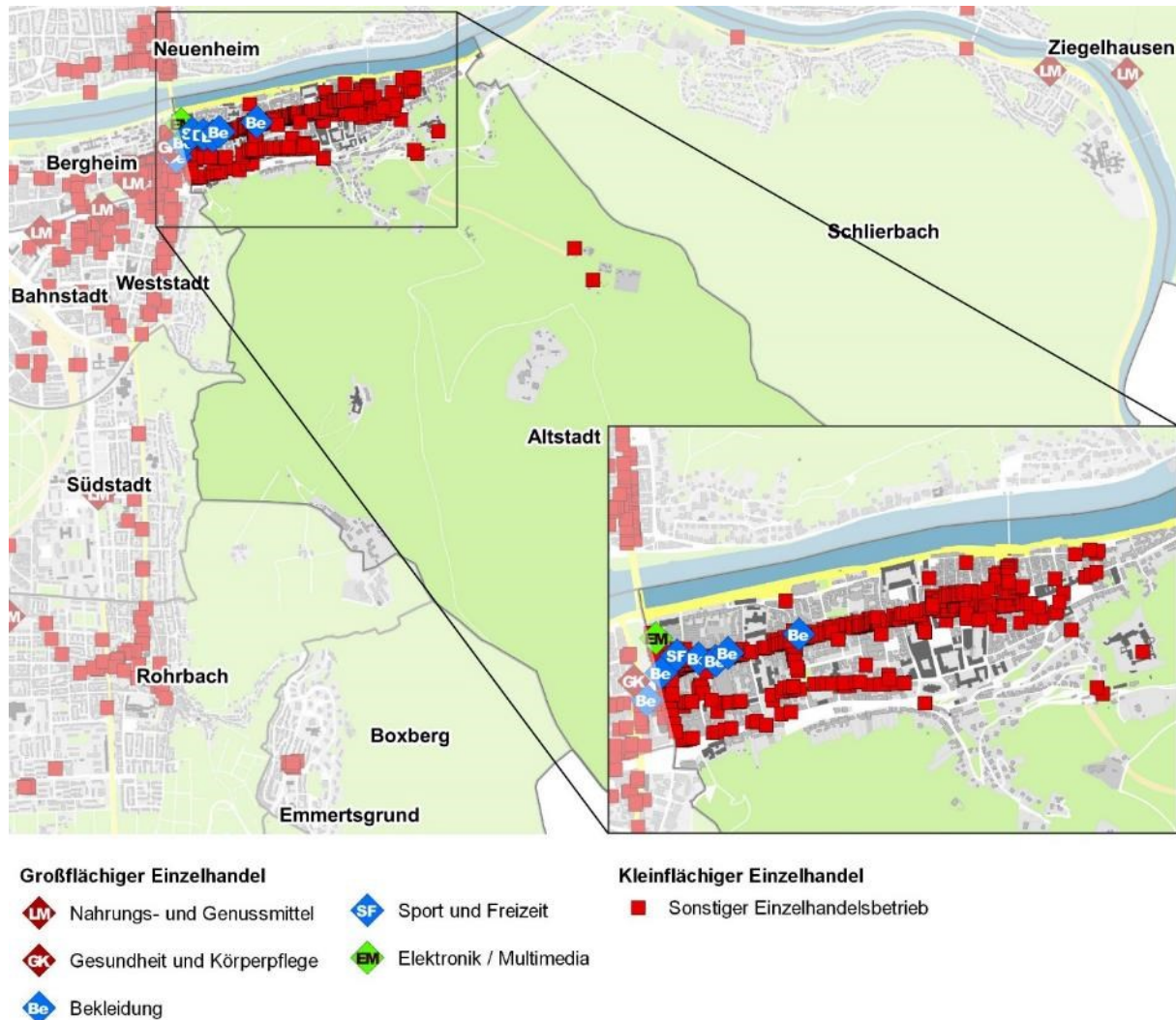
Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Die Altstadt zählt rund 10.400 Bewohner. Die Einwohnerdichte, bezogen auf die bebaute Fläche, ist überdurchschnittlich, was auf die kompakte Bebauungsstruktur zwischen Neckarufer sowie Königstuhl im äußersten Nordwesten des Stadtteils zurückzuführen ist. In diesem historischen Teil befindet sich mit dem Hauptgeschäftszentrum das Geschäfts- und Kulturzentrum der Stadt Heidelberg. Weite Teile des Stadtteils sind durch größere Waldflächen und unbebaute beziehungsweise unbewohnte Flächen geprägt.

**Tabelle 17: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Altstadt (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	10.391 (2012: 10.194)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 695 (+ 6,7 %)
<b>Anteil der Einwohner 65 Jahre und älter</b>	13,4 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil der Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	9,9 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)
<b>Arbeitslosenquote</b>	3,3 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)
<b>Einwohnerdichte</b>	71,6 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

**Karte 14: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Altstadt**

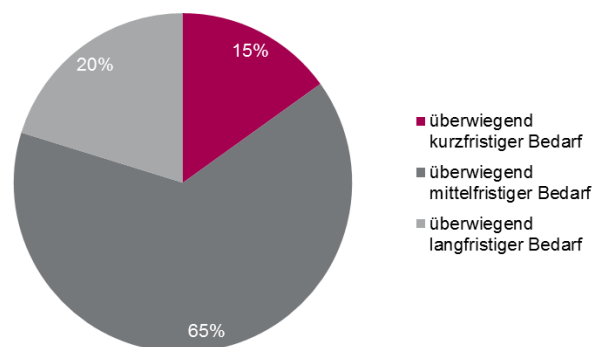
Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Folglich weist der Stadtteil Altstadt, neben dem Stadtteil Rohrbach, den bedeutendsten gesamtstädtischen Verkaufsflächenschwerpunkt gemessen an der Gesamtverkaufsfläche Heidelbergs auf. Als Einzelhandelsstandort von oberzentraler Bedeutung deckt die Altstadt entsprechend einen Großteil des Bedarfs an innenstadttypischen Sortimenten ab. Sie kann rund 20 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf sich vereinen, auf der knapp ein Viertel des Heidelberger Umsatzes getätigt werden. Von besonderer Relevanz sind dabei das Warenhaus Galeria Karstadt Kaufhof, der Elektrofachmarkt Saturn<sup>57</sup> sowie das Bekleidungskaufhaus Henschel.

<sup>57</sup> Der Elektronikmarkt Saturn wird Ende Januar 2022 geschlossen. In den Analysedaten dieses Berichts ist der Markt noch als Bestand berücksichtigt.

**Tabelle 18: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Altstadt**

<b>Standortbereiche</b>	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	Hauptgeschäftszentrum Innenstadt
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	64.000 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	4.250 m <sup>2</sup> (6,6 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	18
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	6,2 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)
<b>Verkaufsfläche nach Bedarf</b>	

**Tabelle 19: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Altstadt**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	68	4.250	21,0
Blumen (Indoor) / Zoo	4	150	< 1
Gesundheit und Körperpflege	22	2.050	12,2
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	23	3.250	12,2
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>117</b>	<b>9.650</b>	<b>45,8</b>
Bekleidung	83	25.800	71,7
Schuhe / Lederwaren	23	5.250	16,9
GPK** / Haushaltswaren	17	2.350	4,8
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	4	2.550	7,6
Sport und Freizeit	10	5.450	15,8
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>137</b>	<b>41.400</b>	<b>117,0</b>
Wohneinrichtung	34	3.900	6,7
Möbel	4	900	< 1
Elektro / Leuchten	2	1.550	10,5
Elektronik / Multimedia	14	3.650	30,9
Medizinische und orthopädische Artikel	14	1.250	8,0
Uhren / Schmuck	24	1.650	13,3
Baumarktsortimente	1	<100	< 1
Gartenmarktsortimente	-	-	-
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>93</b>	<b>12.950</b>	<b>70,4</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>347</b>	<b>64.000</b>	<b>233,1</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Die warengruppenspezifische Verkaufsflächenverteilung im Stadtteil Altstadt umfasst ein Spektrum, das bis auf Gartenmarktsortimente über alle Warengruppen reicht. Insbesondere in den typischen zentrenrelevanten Warengruppen wie Bekleidung, Schuhe, Sport und Freizeit oder Elektronik / Multimedia sind hohe Verkaufsflächenanteile zu verzeichnen. Aufgrund der dort beheimateten Innenstadt ergeben sich entsprechend hohe Verkaufsflächenanteile in typischen zentrenrelevanten Sortimenten und Warengruppen. Die 18 Lebensmittelhandwerksbetriebe spielen eine untergeordnete Rolle in dem Stadtteil, was die insgesamt rund 4.300 m<sup>2</sup> an Verkaufsflächen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel widerspiegeln. Dies drückt auch die kleinteilige Bebauungsstruktur in dem Stadtteil als auch in der Innenstadt aus.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Altstadt

Das Nahversorgungsnetz im Stadtteil Altstadt definiert sich zum Großteil durch die Angebote der unterschiedlichen Hierarchiestufen. Als strukturprägende Lebensmittelanbieter sind zwei Filialisten in der Altstadt lokalisiert. Dazu zählen der Supermarkt tegut, Hauptstraße (in zentraler Lage lokalisiert) sowie der Lebensmitteldiscounter Penny, Plöck (in zentraler Lage lokalisiert). Auffällig ist, dass sich die genannten Lebensmittelanbieter in die kleinteilige Bebauungsstruktur der historischen Altstadt gut integriert haben.

Daraus folgernd weisen sie jedoch vergleichsweise kleine Gesamtverkaufsflächen von maximal 800 m<sup>2</sup> auf. Zudem leisten die übrigen kleineren Lebensmittelmärkte (einschließlich Lebensmittelhandwerk) einen wichtigen Beitrag zur Nahversorgung im Stadtteil Altstadt. Weitreichend ist auch eine gute fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte gegeben. Es gibt bis auf den äußersten Osten der Altstadt keine nennenswerten unterversorgten Bereiche im Stadtteil, was insbesondere der zentralen Lage der strukturprägenden Lebensmittelanbieter geschuldet ist. Vor allem im westlichen Teil der Altstadt profitieren die Einwohner von einer überdurchschnittlichen Versorgungssituation, die zusätzlich durch die Nähe zu den Stadtteilen Weststadt und Bergheim und dem damit einhergehenden Angebot begründet werden kann.

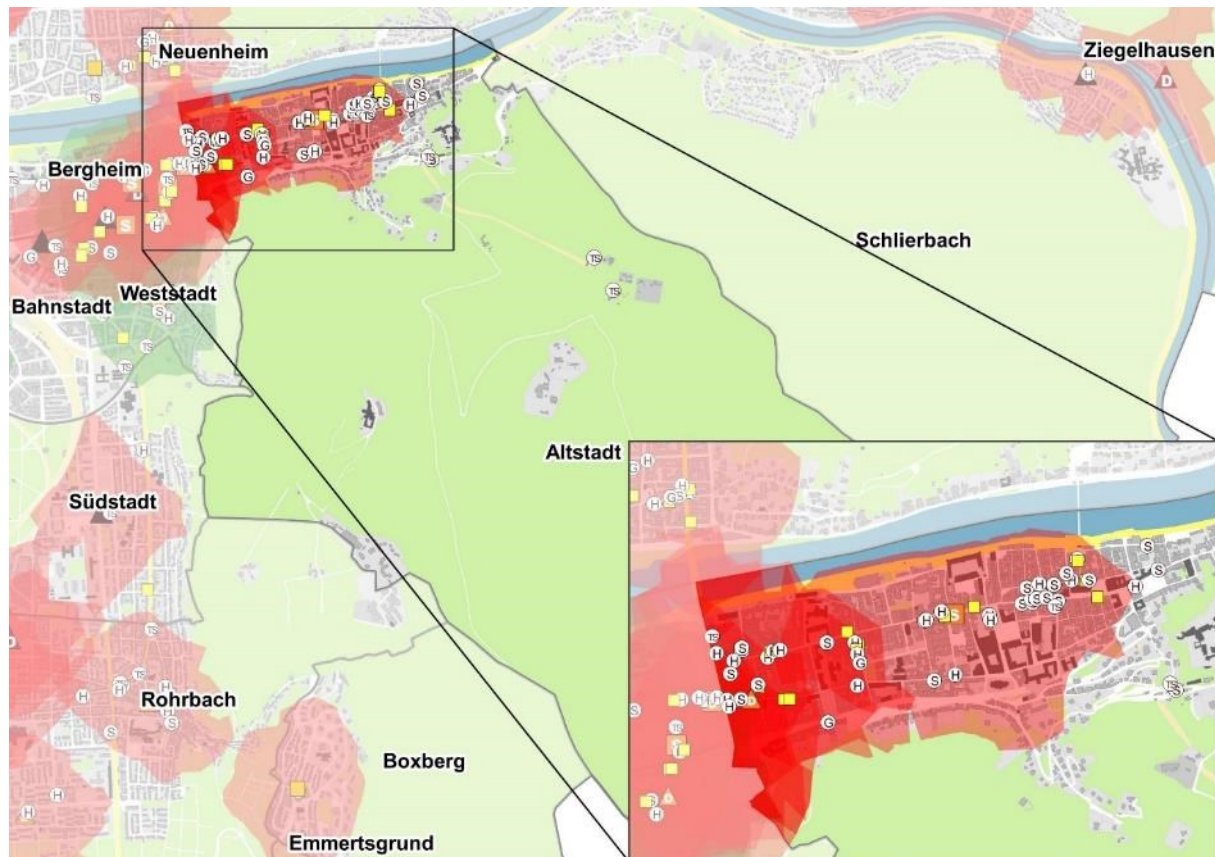
**Tabelle 20: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Altstadt**

<b>Einwohner</b>	<b>10.391</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (gesamt)</b>	<b>66,3 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	25,4 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	4,5 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe (gesamt)</b>	<b>347</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	68
davon Gesundheit und Körperpflege	22
<b>Gesamtverkaufsfläche (gesamt)</b>	<b>64.000 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	4.250 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	2.050 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner (gesamt)</b>	<b>6,2 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,41 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,20 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz (gesamt)</b>	<b>233,1 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	21,0 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	12,2 Mio. Euro
Wochenmarkt	Dienstag Donnerstag Freitag Friedrich-Ebert-Platz

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (68 Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 4.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (22 Kernsortimentsanbieter) rund 2.050 m<sup>2</sup>. Insbesondere die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,41 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weist auf eine gute quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten im Stadtteil hin.

**Karte 15: Grundversorgungssituation im Stadtteil Altstadt**



#### Nahversorgung

- |  |  |
|--|--|
| ▲ Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m <sup>2</sup> ) | ■ Lebensmittelladen inkl. Hofladen (< 200 m <sup>2</sup> ) |
| ■ Supermarkt (400 - 800 m <sup>2</sup> )           | ■ Getränkemarkt  |
| ▲ Lebensmitteldiscounter (> 800 m <sup>2</sup> )   | ■ Lebensmittelhandwerk                                     |
| ▲ Lebensmitteldiscounter (bis 800 m <sup>2</sup> ) | ■ Kiosk / Tankstellenshop                                  |
| ■ Lebensmittelmarkt (200 - 399 m <sup>2</sup> )    | ■ Sonstiger Lebensmittelanbieter                           |

#### Fußläufige Erreichbarkeit

- Isodistanz (600 m)**
- Lebensmittelmarkt
  - Bio-Lebensmittelmarkt

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

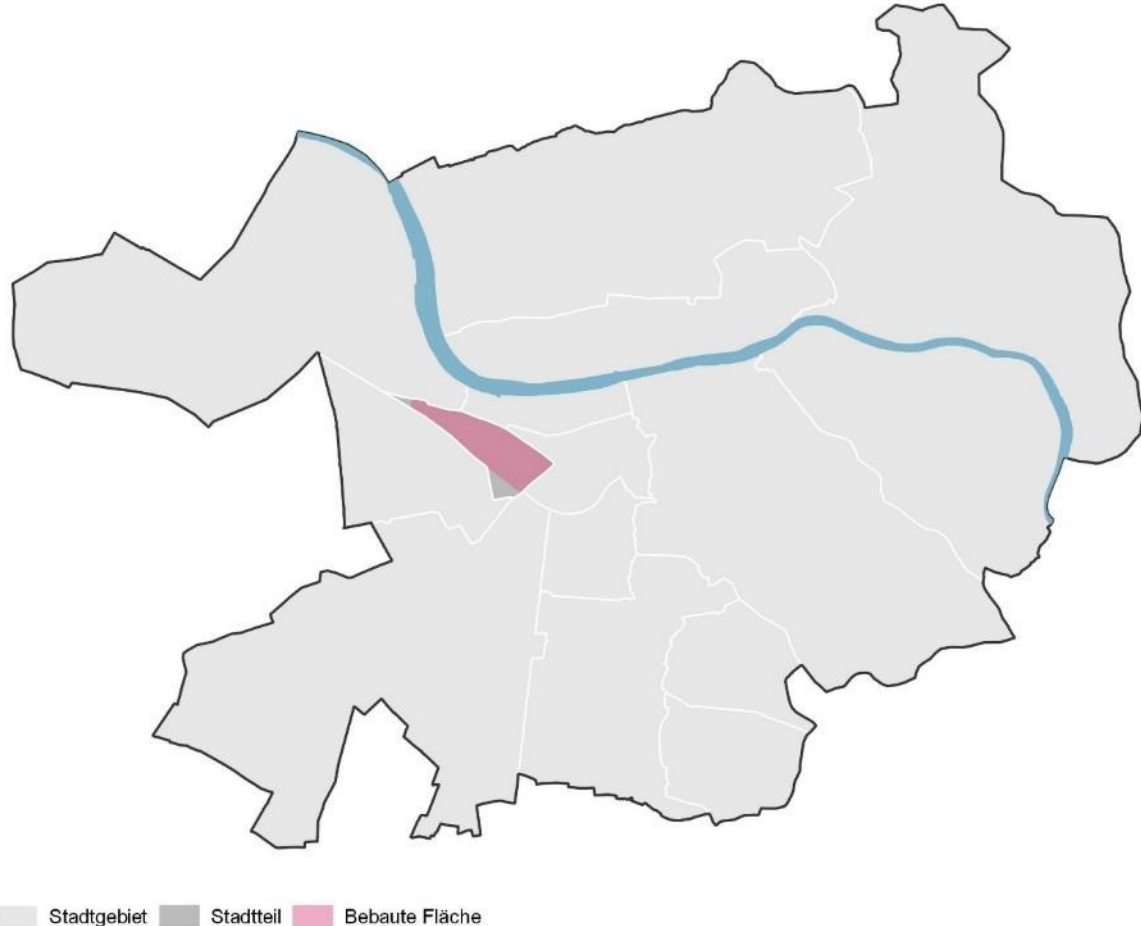
#### Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zur Innenstadt (Altstadt, Bergheim und Weststadt)

- Steigerung der Aufenthaltsqualität, zum Beispiel durch Sitzgelegenheiten und mehr Grün, Trinkwasserspender, Spielmöglichkeiten für Kinder, Uferpromenade, Kunst im öffentlichen Raum
- Vereinheitlichung der Öffnungszeiten
- Mehr inhabergeführte, individuelle Läden
- Mehr Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, P+R-Angebot, bessere Anbindung und Taktung des ÖPNV
- Steigerung der Sichtbarkeit von Läden in den Seitenstraßen
- Nachhaltigeres Angebot (zum Beispiel Verpackung)

## A1.2 Stadtteilprofil: Bahnstadt

Der Stadtteil Bahnstadt liegt im zentralen westlichen Heidelberger Stadtgebiet. Seine Gesamtfläche beträgt 108,6 ha, davon 94 ha bebaute Fläche. Damit ist die Bahnstadt der kleinste aller Heidelberger Stadtteile.

**Karte 16: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Bei der Bahnstadt handelt es sich um einen nachhaltigen, multifunktionalen und vergleichsweise „neuen“ Stadtteil, in dem rund 4.200 Menschen leben. Da sich dieser Teil der Stadt jedoch aktuell noch in der Entwicklung befindet, wird die Anzahl an Bewohnern in Zukunft weiterhin spürbar ansteigen. Heute weist der Stadtteil mit 44,3 Einwohner / ha bebaute Fläche eine unterdurchschnittliche Einwohnerdichte auf. Charakteristisch für die Bahnstadt ist die äußerst junge Bewohnerschaft. So sind knapp ein Fünftel der Einwohner nicht älter als 17 Jahre, wohingegen nur knapp 3 % älter als 65 Jahre sind. Darüber hinaus hat die Bahnstadt mit rund 2 % die geringste Arbeitslosenquote in dem gesamten Stadtgebiet.

**Tabelle 21: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Bahnstadt (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	4.167 (2012: 523)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 2.356 (+ 56,5 %)
<b>Anteil der Einwohner 65 Jahre und älter</b>	2,9 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil der Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	19,3 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)
<b>Arbeitslosenquote</b>	1,9 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)

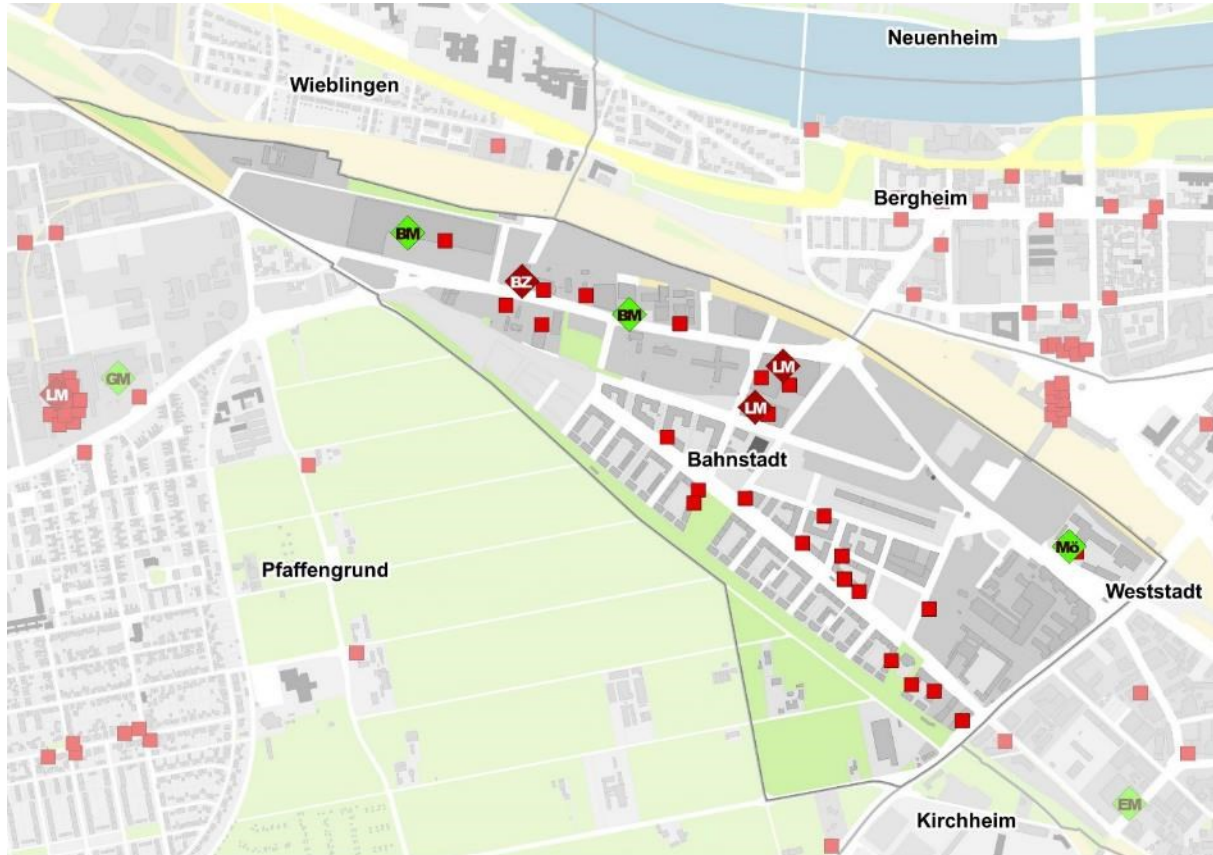



Einwohnerdichte

44,3 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

Karte 17: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Bahnstadt

**Großflächiger Einzelhandel**

-  Nahrungs- und Genussmittel
-  Blumen (Indoor) / Zoo
-  Möbel

**Kleinflächiger Einzelhandel**

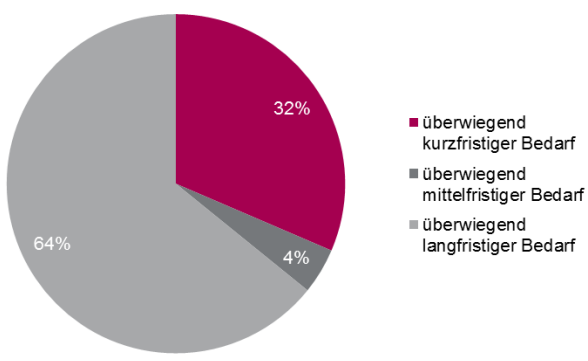
-  Elektronik / Multimedia
-  Baummarktsortimente
-  Gartenmarktsortimente
-  Sonstiger Einzelhandelsbetrieb

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

Auf gesamtstädtischer Ebene stellt die Bahnstadt einen wichtigen Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe dar, was sich in der Verkaufsfläche pro Einwohner widerspiegelt. Es werden auf rund 11 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen knapp 10 % des Umsatzes umgesetzt. Von besonderer Bedeutung sind einerseits Warengruppen, die dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnen sind. Andererseits haben Anbieter des überwiegend langfristigen Bedarfs den höchsten Anteil der stadtteilspezifischen Verkaufsfläche.

**Tabelle 22: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Bahnstadt**

Standortbereiche	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	Besonderes Zentrum Europaplatz Nahversorgungszentrum Bahnstadt
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	34.200 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	6.850 m <sup>2</sup> (20,0 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	4
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	8,2 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)
<b>Verkaufsfläche nach Bedarf</b>	



■ überwiegend kurzfristiger Bedarf  
■ überwiegend mittelfristiger Bedarf  
■ überwiegend langfristiger Bedarf

**Tabelle 23: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Bahnstadt**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	13	6.850	39,0
Blumen (Indoor) / Zoo	1	2.000	4,0
Gesundheit und Körperpflege	3	1.700	11,0
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1	200	1,0
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>18</b>	<b>10.750</b>	<b>55,0</b>
Bekleidung	2	250	< 1
Schuhe / Lederwaren	-	< 100	< 1
GPK** / Haushaltswaren	1	600	1,7
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	< 100	< 1
Sport und Freizeit	2	450	1,4
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>5</b>	<b>1.450</b>	<b>4,4</b>
Wohneinrichtung	-	1.150	2,8
Möbel	2	1.800	1,8
Elektro / Leuchten	-	750	3,0
Elektronik / Multimedia	-	< 100	< 1
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	< 100	< 1
Baumarktsortimente	3	15.100	23,8
Gartenmarktsortimente	-	3.050	3,5
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>5</b>	<b>21.950</b>	<b>35,3</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>28</b>	<b>34.200</b>	<b>94,7</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Die warengruppenspezifische Verkaufsflächenverteilung weist im Stadtteil Bahnstadt eine hohe und vielseitige Angebotsvielfalt auf. Jedoch werden nur wenige Warengruppen durch Kernsortimentsanbieter repräsentiert. Es handelt es sich hierbei im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich um Randsortimentsangebote von größeren Betrieben. In Bezug auf die Kernsortimentsanbieter ist eine starke Orientierung auf den Lebensmittelbereich festzustellen. Mit dem Ausbau des neuen Standortes „Westarkaden“ in der Bahnstadt wird sich das Angebot noch weiter erhöhen. Die neu eröffneten Lebensmittelanbieter Edeka und Aldi Süd sind bereits in den obigen Daten und Kartenmaterial berücksichtigt. Gleiches gilt auch für den neuen Drogeriemarkt dm, der zukünftig einen wichtigen Beitrag zur Nahversorgung in dem Sortiment Drogeriewaren beiträgt. Das Hauptaugenmerk des Angebots im Stadtteil liegt somit auch zukünftig auf Gütern aus der Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel sowie dem Baumarktsortiment. Letzteres vereint mit gut 15.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche beinahe die Hälfte der gesamten Bahnstadt (rund 34.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Das Angebot im Lebensmittelbereich wird in dem Stadtteil durch vier Lebensmittelhandwerksbetriebe ergänzt. In der Warengruppe Möbel wird sich durch die Neuansiedlung eines großformatigen Möbelmarktes am Sonderstandortbereich Bahnstadt (FMZ) die Verkaufsfläche zukünftig noch erhöhen.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Bahnstadt

Der Heidelberger Stadtteil Bahnstadt weist sowohl ein besonders vielseitiges als auch flächendeckendes Nahversorgungsnetz auf. Von besonderer Relevanz sind dabei das SB-Warenhaus Edeka Scheck-Inn, der Lebensmittel-discounter Aldi Süd, beides Galileistraße (zentral in der Bahnstadt verortet), die Supermärkte Alnatura, Langer Anger (im Südosten der Bahnstadt verortet), und der Serpa Markt, Eppelheimer Straße (im Westen der Bahnstadt verortet). Ergänzt wird die Versorgungssituation unter anderem durch den Drogeriemarkt dm sowie vier Lebensmittelhandwerksbetriebe, welche allesamt Bäckereien sind.

Die bereits erwähnte gute flächendeckende Versorgung erfasst im Detail beinahe den gesamten Stadtteil, der aufgrund diverser neuer Wohnbauaktivitäten noch wächst. Allen voran weist die Wohnbebauung eine gute fußläufige Erreichbarkeit sowie Auswahl der Lebensmittelläden auf.

**Tabelle 24: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Bahnstadt**

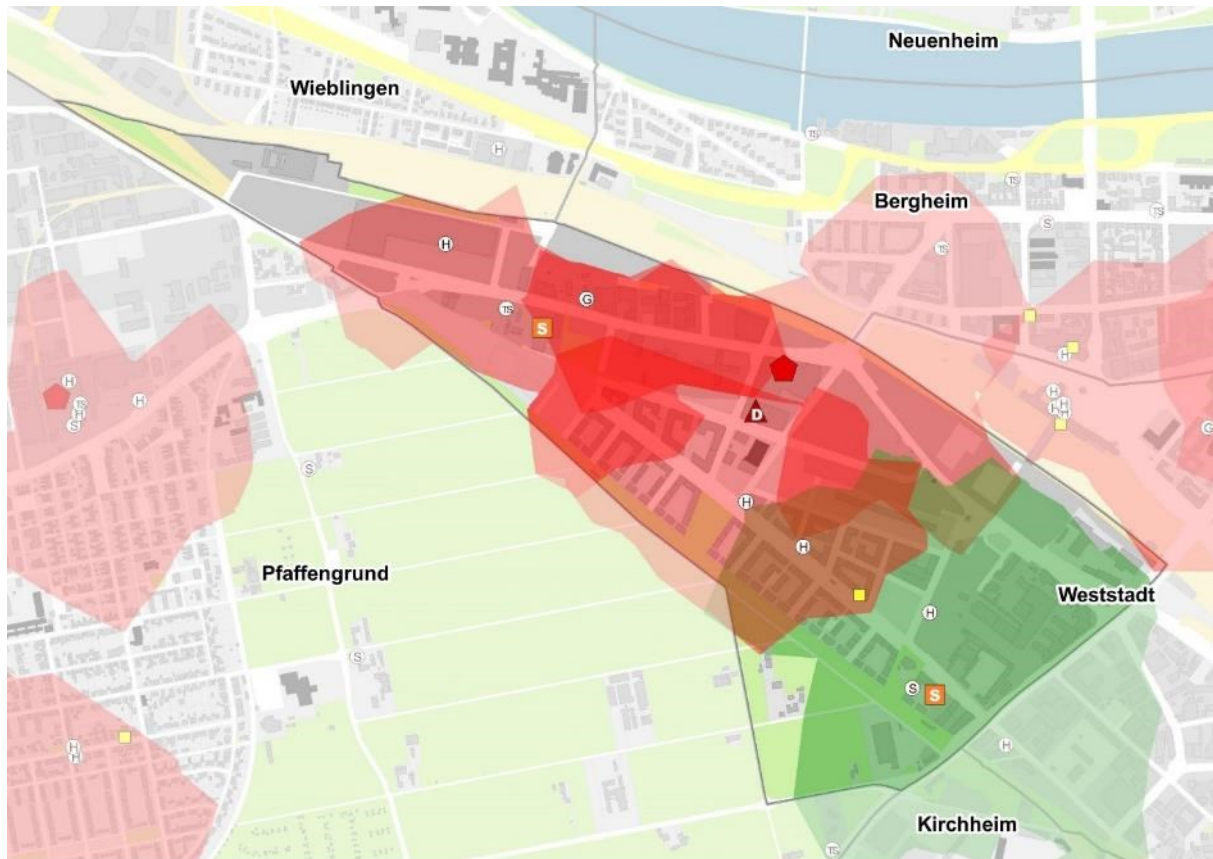
<b>Einwohner</b>	<b>4.167</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>26,6 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	10,2 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	1,8 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>28</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	13
davon Gesundheit und Körperpflege	3
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>34.200 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	6.850 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	1.700 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>8,2 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	1,64 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,41 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>94,7 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	39,0 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	11,0 Mio. Euro
Wochenmarkt	-

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018







Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (13 Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 6.850 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (3 Kernsortimentsanbieter) rund 1.700 m<sup>2</sup>. Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl des Stadtteils ergibt sich so für die Bahnstadt eine

überdurchschnittlich gute einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 1,64 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Es ist jedoch zu beachten, dass in Zukunft dieser Stadtteil weiterwächst und neue Einwohner in den Stadtteil ziehen werden. Die Bevölkerungsprognose bis 2035 sieht einen Anstieg um rund 2.350 Einwohner vor. Dadurch vergrößert sich Bevölkerungszahl in der Bahnstadt um mehr als 50 %, was sich entsprechend auf die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung auswirken wird. Durch die neuen Lebensmittelmärkte ist quantitativ und qualitativ eine gute Versorgung vorhanden. Dies schließt die räumliche Versorgungsqualität mit ein.

**Karte 18: Grundversorgungssituation im Stadtteil Bahnstadt**





#### Nahversorgung

-  SB-Warenhaus (ab 5.000 m<sup>2</sup>)
-  Supermarkt (400 - 800 m<sup>2</sup>)
-  Lebensmitteldiscounter (> 800 m<sup>2</sup>)
-  Lebensmittelladen inkl. Hofladen (< 200 m<sup>2</sup>)
-  Getränkemarkt
-  Lebensmittelhandwerk
-  Kiosk / Tankstellenshop
-  Sonstiger Lebensmittelanbieter

#### Fußläufige Erreichbarkeit

##### Isodistanz (600 m)

-  Lebensmittelmarkt
-  Bio-Lebensmittelmarkt

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

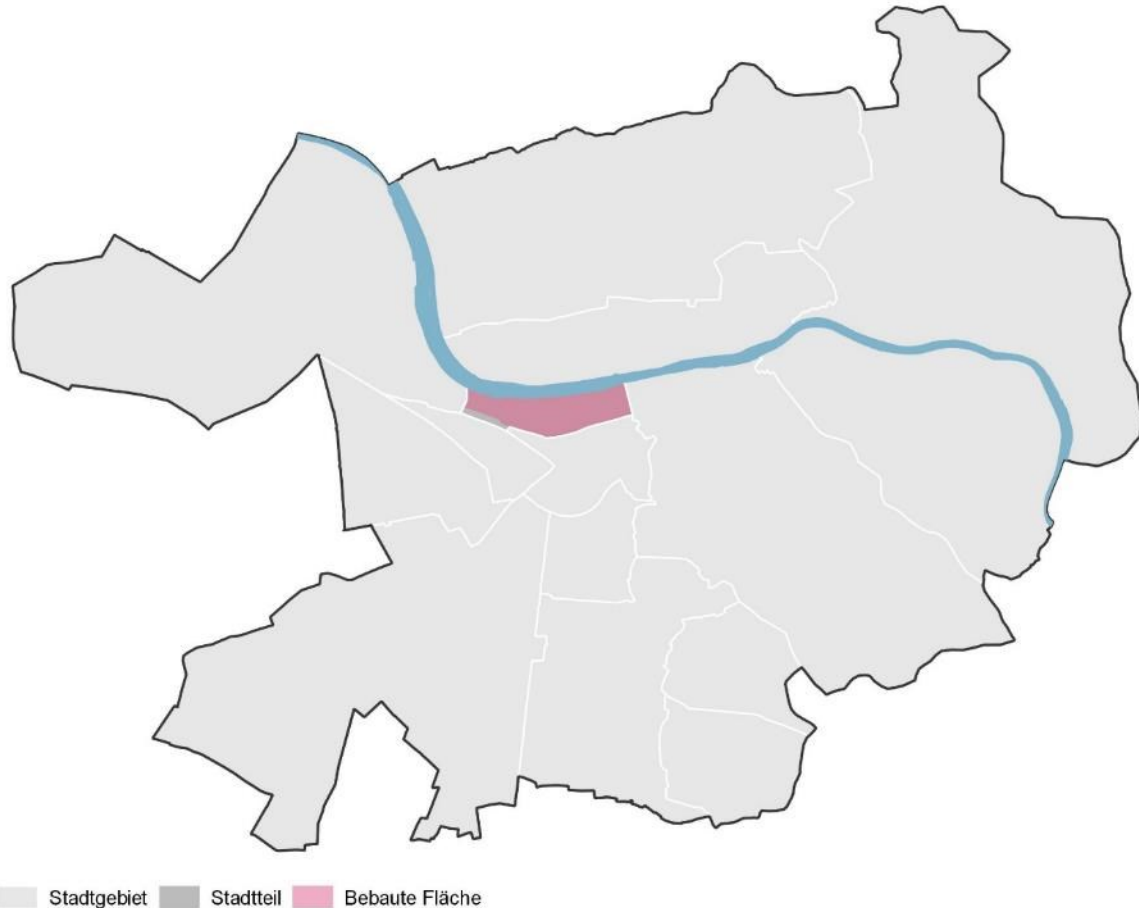
#### Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zum Stadtteil Bahnstadt

- Weitere Einzelhandelsangebote, z.B. Blumen, Reinigung, Schreibwaren und Handarbeiten
- „Shopping-Events“ zur Steigerung des Einkaufserlebnisses, z.B. „Tag der offenen Tür“
- Kreative Nutzung von Leerständen, z.B. durch Pop up-Stores mit innovativen Konzepten
- Fehlende Gastronomie

## A1.3 Stadtteilprofil: Bergheim

Der Stadtteil Bergheim liegt im zentralen westlichen Heidelberger Stadtgebiet. Seine Gesamtfläche beträgt 131,0 ha, davon 101,7 ha bebaute Fläche.

**Karte 19: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Im Stadtteil Bergheim wohnen rund 7.300 Einwohner. Aufgrund der geringen Flächengröße und der kompakten Bebauungsstruktur weist Bergheim die fünftöchste Einwohnerdichte auf. Es wohnen knapp 72 Bewohner auf einem Hektar bebauter Siedlungsfläche. Dementsprechend ist bis auf wenige Freiflächen beinahe der komplette Stadtteil bebaut. Eine natürliche Grenze befindet sich durch das Neckarufer im Norden des Stadtteils, wohingegen Bergheim sich ansonsten aufgrund der zentralen Lage an die Stadtteile Altstadt, Weststadt, Bahnstadt sowie Wieblingen anschließt. Charakteristisch ist der Campus Bergheim und die in Richtung Altstadt zunehmende Anzahl an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben, welche rund um den Bismarckplatz ihren Höhepunkt findet. Jener stellt überdies einen wichtigen Verkehrsknotenpunkt sowie das Tor zur Haupteinkaufsstraße in der Altstadt dar.

**Tabelle 25: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Bergheim (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	7.287 (2012: 7.093)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 1.122 (+ 15,4 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	12,7 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	10,4 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)

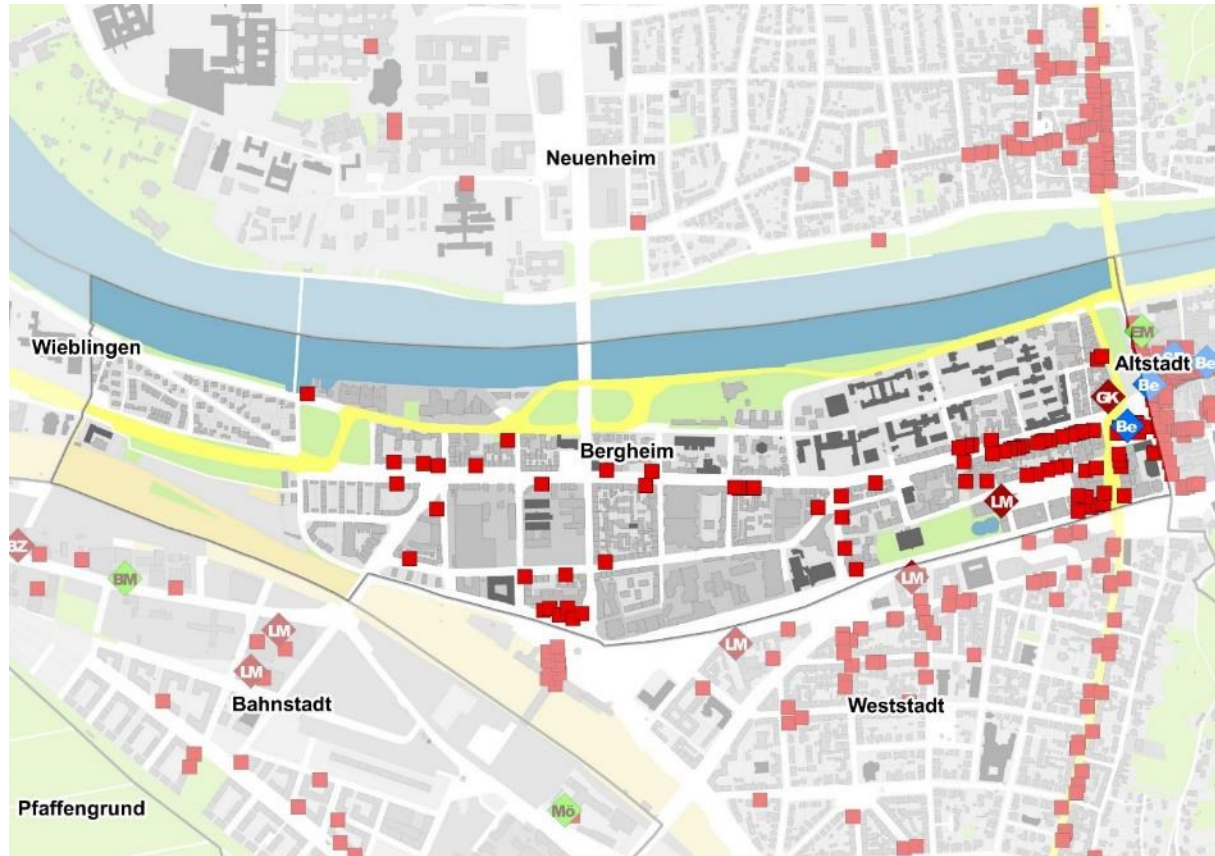
**Arbeitslosenquote**

4,8 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)


**Einwohnerdichte**

71,5 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

**Karte 20: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Bergheim****Großflächiger Einzelhandel**

-  Nahrungs- und Genussmittel
-  Blumen (Indoor) / Zoo
-  Gesundheit und Körperpflege
-  Bekleidung

-  Sport und Freizeit

-  Möbel
-  Elektronik / Multimedia
-  Baumarktsortimente

**Kleinflächiger Einzelhandel**

-  Sonstiger Einzelhandelsbetrieb

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

Aufgrund der beschriebenen Lage und Struktur weist der Stadtteil Bergheim eine gesamtstädtisch bedeutende Verkaufsfläche auf und stellt mit rund 21.750 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche das fünftgrößte Angebot der Stadt dar. Folglich werden auf den rund 7 % gesamtstädtischer Verkaufsfläche über 8 % des Heidelberger Umsatzes erzielt. Dabei vereint die vorwiegend kleinteilige Angebotsstruktur einen großen Anteil an Warengruppen aus dem mittelfristigen Bedarf. Das zeigt sich insbesondere im Sortiment der Bekleidung, was auf den strukturprägenden Anbieter Galeria Kaufhof zurückzuführen ist.

**Tabelle 26: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Bergheim**

Standortbereiche	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	Hauptgeschäftszentrum Innenstadt
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	21.750 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	4.550 m <sup>2</sup> (20,9 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	10
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	3,0 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)
<b>Verkaufsfläche nach Bedarf</b>	

The pie chart illustrates the distribution of retail space in Bergheim based on the demand horizon. The largest portion is for medium-term demand at 52%, followed by short-term demand at 36%, and long-term demand at 12%.

Bedarfshorizont	Anteil
überwiegend kurzfristiger Bedarf	36%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	52%
überwiegend langfristiger Bedarf	12%

**Tabelle 27: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Bergheim**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	33	4.550	25,7
Blumen (Indoor) / Zoo	2	150	< 1
Gesundheit und Körperpflege	10	2.450	15,1
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3	650	2,7
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>48</b>	<b>7.850</b>	<b>43,9</b>
Bekleidung	5	6.950	15,5
Schuhe / Lederwaren	-	950	2,5
GPK** / Haushaltswaren	1	300	< 1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	1	1.300	3,7
Sport und Freizeit	8	1.850	4,9
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>15</b>	<b>11.300</b>	<b>27,4</b>
Wohneinrichtung	1	400	< 1
Möbel	1	100	< 1
Elektro / Leuchten	2	350	1,1
Elektronik / Multimedia	8	500	3,1
Medizinische und orthopädische Artikel	8	700	4,3
Uhren / Schmuck	3	350	2,9
Baumarktsortimente	3	100	< 1
Gartenmarktsortimente	-	< 100	< 1
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>26</b>	<b>2.600</b>	<b>12,4</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>89</b>	<b>21.750</b>	<b>83,7</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Der Stadtteil Bergheim verfügt über ein Verkaufsflächenangebot in allen Warengruppen. Dabei werden fast alle Warengruppen durch Kernsortimentsanbieter abgedeckt. Lediglich die Warengruppen Schuhe / Lederwaren sowie Gartenmarktsortimente gibt es als Randsortiment. Größte Verkaufsflächenanteile entfallen dabei auf die kurzfristige Bedarfsstufe. Es ist erkennbar, dass in dem Stadtteil Bergheim heute ein relevanter Anteil an typischen zentrenrelevanten Sortimenten und Warengruppe besteht. Aufgrund der Nähe zur Innenstadt / Altstadt ist eine deutliche Vorprägung zu erkennen. Das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln nimmt mit rund 4.550 m<sup>2</sup> ebenfalls eine wichtige Rolle in der Verkaufsflächenverteilung (knapp 21 % der Bergheimer Verkaufsfläche) ein. Diese Tatsache spiegelt sich auch in der Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben wider, von denen 10 vor allem im Osten Bergheims lokalisiert sind.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Bergheim

Die Grundversorgungssituation in Bergheim lässt sich wie folgt differenzieren: Der Osten Bergheims ist durch eine flächendeckende Verteilung von zwei strukturprägenden Lebensmittelanbietern charakterisiert. Darunter befindet sich der Supermarkt Rewe, Kurfürsten-Anlage (im Osten Bergheims zu finden). Darüber hinaus verfügt der Stadtteil über einen Lebensmitteldiscounter in Form von Aldi Süd, Poststraße (ebenfalls im Osten Bergheims zu finden). Ergänzend zu den genannten Filialisten befindet sich der Bio-Lebensmitelanbieter Alnatura, Poststraße sowie angrenzend an den Stadtteil Altstadt der Supermarkt Go Asia, Bergheimer Straße. Zudem sind 7 von 10 Lebensmittelhandwerksbetrieben im Osten des Stadtteils angesiedelt. Im westlichen Bereich des Stadtteils ist die Versorgungssituation durch einige räumliche Lücken geprägt. Zeichnet sich der Osten Bergheims durch ein starkes Angebot aus, befindet sich kein strukturprägender Lebensmittelanbieter mit entsprechend Versorgungsfunktion im Bergheimer Westen. Es ist hierbei jedoch die Nähe zum Stadtteil Bahnstadt beziehungsweise Weststadt zu berücksichtigen und die dortigen strukturprägenden Lebensmittelanbieter hinzuweisen.

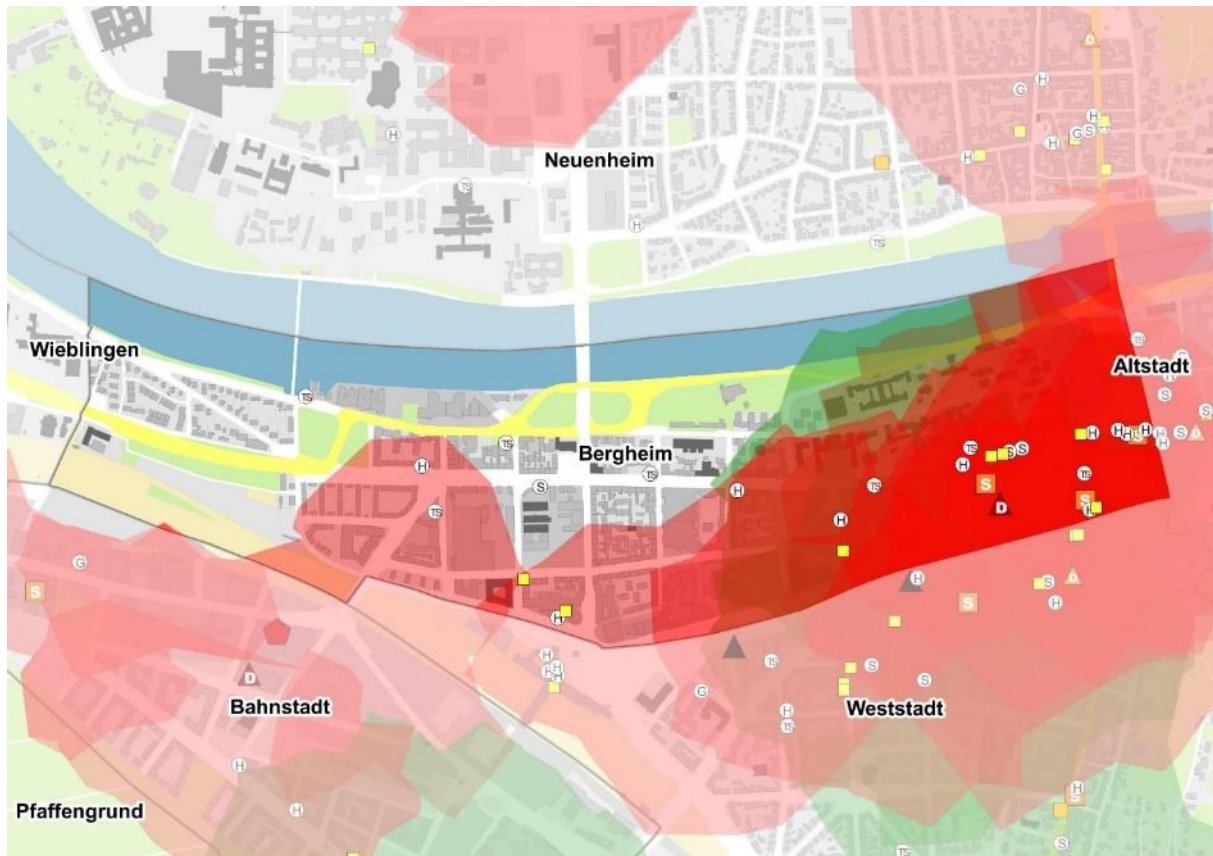
**Tabelle 28: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Bergheim**

<b>Einwohner</b>	<b>7.287</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>46,5 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	17,8 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	3,1 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>89</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	33
davon Gesundheit und Körperpflege	10
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>21.750 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	4.500 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	2.450 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>3,0 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,62 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,34 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>83,7 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	25,7 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	15,1 Mio. Euro
Wochenmarkt	Samstag Alfons-Beil-Platz

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (33 Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 4.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (10 Kernsortimentsanbieter) rund 2.450 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Insbesondere die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,62 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weist auf eine sehr gute quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten in dem Stadtteil hin.



**Karte 21: Grundversorgungssituation im Stadtteil Bergheim****Nahversorgung**

- ▬ SB-Warenhaus (ab 5.000 m<sup>2</sup>)
- ▲ Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m<sup>2</sup>)
- Supermarkt (400 - 800 m<sup>2</sup>)
- ▲ Lebensmitteldiscounter (> 800 m<sup>2</sup>)
- ▲ Lebensmitteldiscounter (bis 800 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelmarkt (200 - 399 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelladen inkl. Hofladen (< 200 m<sup>2</sup>)
- G Getränkemarkt
- H Lebensmittelhandwerk
- TS Kiosk / Tankstellenshop
- S Sonstiger Lebensmittelanbieter

**Fußläufige Erreichbarkeit**

- Isodistanz (600 m)**
- Lebensmittelmarkt
- Bio-Lebensmittelmarkt

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

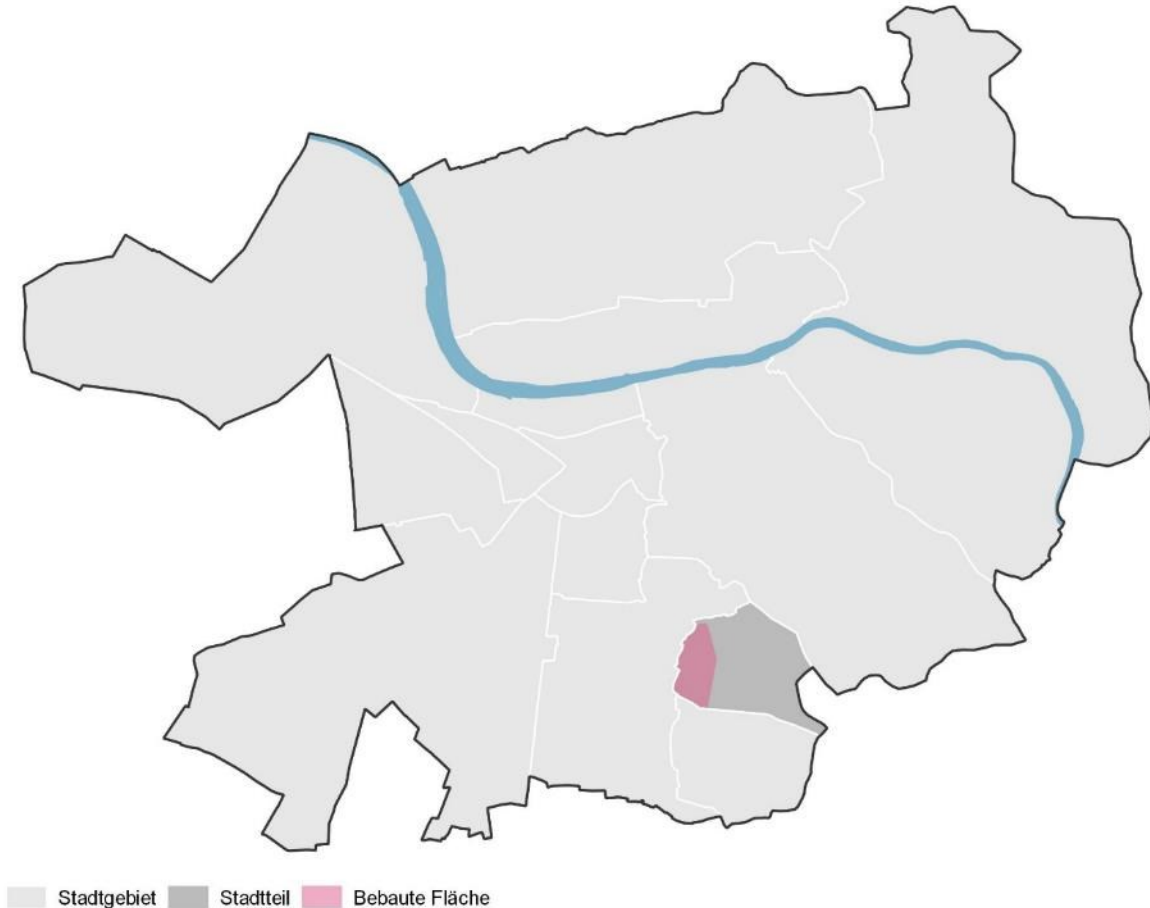
**Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zur Innenstadt (Altstadt, Bergheim und Weststadt)**

- Steigerung der Aufenthaltsqualität, zum Beispiel durch Sitzgelegenheiten und mehr Grün, Trinkwasserspender, Spielmöglichkeiten für Kinder, Uferpromenade, Kunst im öffentlichen Raum
- Vereinheitlichung der Öffnungszeiten
- Mehr inhabergeführte, individuelle Läden
- Mehr Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, P+R-Angebot, bessere Anbindung und Taktung des ÖPNV
- Steigerung der Sichtbarkeit von Läden in den Seitenstraßen
- Nachhaltigeres Angebot (zum Beispiel Verpackung)

## A1.4 Stadtteilprofil: Boxberg

Der Stadtteil Boxberg befindet sich im Süden des Heidelberger Stadtgebiets. Seine Gesamtfläche beträgt 238,5 ha, davon 44,4 ha bebaute Fläche.

**Karte 22: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Der Stadtteil Boxberg zählt knapp 4.200 Einwohner, was verglichen mit dem Jahr 2012 einer Bevölkerungszunahme von rund 25 % entspricht. Ähnlich, wie die Altstadt, ist der Boxberg durch die Lage am Königstuhl gekennzeichnet, so dass große Teile des Stadtteils durch Waldflächen charakterisiert sind. Es leben knapp 94 Einwohner auf einem Hektar bebaute Fläche, was der zweithöchste Wert ist und der ausgeprägten Verdichtung geschuldet ist, welche Teile des Boxbergs als Großwohnsiedlung kennzeichnen. Demzufolge liegt das Hauptaugenmerk des Bergstadtteils auf der Wohnfunktion. Auffällig in der Bewohnerstruktur ist die Tatsache, dass überdurchschnittlich viele, ältere Personengruppen im Stadtteil Boxberg ihren Wohnsitz haben. Die Arbeitslosenquote ist mit 8,1 % die zweithöchste Heidelbergs und wird nur vom angrenzenden Emmertsgrund überboten (9,6 %).

**Tabelle 29: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Boxberg (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	4.189 (2012: 3.086)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 147 (+ 3,5 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	22,8 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	16,1 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)
<b>Arbeitslosenquote</b>	8,1 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)

**Einwohnerdichte**

94,3 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

**Karte 23: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Boxberg****Kleinflächiger Einzelhandel**

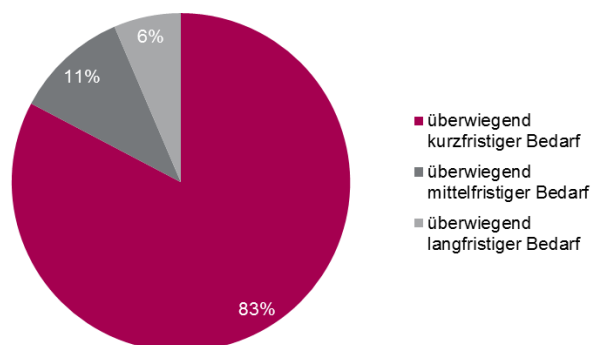
- Sonstiger Einzelhandelsbetrieb

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

Geschuldet der monofunktionellen Ausrichtung als Wohnstandort, weist der Boxberg im gesamtstädtischen Kontext keine bedeutenden Verkaufsflächenanteile auf. Daher befinden sich nur rund 600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf dem Gebiet des Stadtteils, was noch nicht einmal 1 % der Heidelberger Verkaufsfläche darstellt. Entsprechend gering fällt der stadtteilspezifische Umsatz von unter 1 % aus. Das Angebot beschränkt sich zudem beinahe ausschließlich auf Güter des kurzfristigen Bedarfs – insbesondere des Lebensmitteleinzelhandels.

**Tabelle 30: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Boxberg**

<b>Standortbereiche</b>	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	-
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	600 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel- Verkaufsfläche	250 m <sup>2</sup> (33,3 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerks- betrieben	1
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	0,1 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)
<b>Verkaufsfläche nach Bedarf</b>	

**Tabelle 31: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Boxberg**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	2	250	1,2
Blumen (Indoor) / Zoo	-	< 100	< 1
Gesundheit und Körperpflege	2	150	< 1
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1	< 100	< 1
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>5</b>	<b>500</b>	<b>2,4</b>
Bekleidung	1	< 100	< 1
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK** / Haushaltswaren	-	< 100	< 1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	< 100	< 1
Sport und Freizeit	-	-	-
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>&lt; 100</b>	<b>&lt; 1</b>
Wohn Einrichtung	-	-	-
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	1	< 100	< 1
Elektronik / Multimedia	-	< 100	< 1
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-	-
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>&lt; 100</b>	<b>&lt; 1</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>7</b>	<b>600</b>	<b>2,8</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Der Stadtteil Boxberg gibt es zum Erhebungszeitpunkt (2019) nur 7 Betriebe. Dabei liegt das Hauptaugenmerk auf den Warengruppen des überwiegend kurzfristigen Bereichs, dem 5 der 7 Betriebe und 500 m<sup>2</sup> der 600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zuzuordnen sind. Entsprechend groß ist der Anteil an Nahrungs- und Genussmitteln (rund 33 % – ein Lebensmittelhandwerksbetrieb) sowie Gesundheit und Körperpflege (rund 25 %). Alle anderen Warengruppen sind, mit Ausnahme von Bekleidung und Elektro / Leuchten, ausschließlich als Randsortiment vorhanden.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Boxberg

Der Stadtteil Boxberg wird derzeit vor allem quantitative Unterversorgung charakterisiert. Einschließlich eines kleinen Lebensmittelmarktes Ihre Kette, Boxbergring (zentral im Stadtteil verortet), und einer Bäckerei gibt es im gesamten Stadtteil keinerlei größeren Lebensmittelanbieter. Dennoch übernimmt der Standort eine wichtige Versorgungsfunktion und soll zukünftig weiter ausgebaut werden. Aufgrund der Lage des Stadtteils, der Topographie und der Entfernung zu anderen strukturprägenden Lebensmittelanbietern in anderen Stadtteilen nimmt der kleine Lebensmittelmarkt derzeit eine wichtige und zentrale Versorgungsaufgabe wahr.

**Tabelle 32: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Boxberg**

<b>Einwohner</b>	<b>4.189</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>26,7 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	10,2 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	1,8 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>7</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	2
davon Gesundheit und Körperpflege	2
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>600 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	250 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	150 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>0,1 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,06 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,04 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>2,8 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	1,2 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	0,8 Mio. Euro
Wochenmarkt	-

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (zwei Kernsortimentsanbieter) umfasst lediglich 250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (ebenfalls zwei Kernsortimentsanbieter) rund 150 m<sup>2</sup>. Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl des Stadtteils ergibt sich so für den Boxberg eine deutlich unterdurchschnittliche einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,06 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Damit weist der Boxberg die schlechtesten Versorgungsstrukturen im Heidelberger Stadtgebiet auf.

**Karte 24: Grundversorgungssituation im Stadtteil Boxberg****Nahversorgung**

- Lebensmittelmarkt (200 - 399 m<sup>2</sup>)
- Ⓜ Lebensmittelhandwerk
- Ⓜ Kiosk / Tankstellenshop

**Fußläufige Erreichbarkeit**

- Isodistanz (600 m)
- Lebensmittelmarkt

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

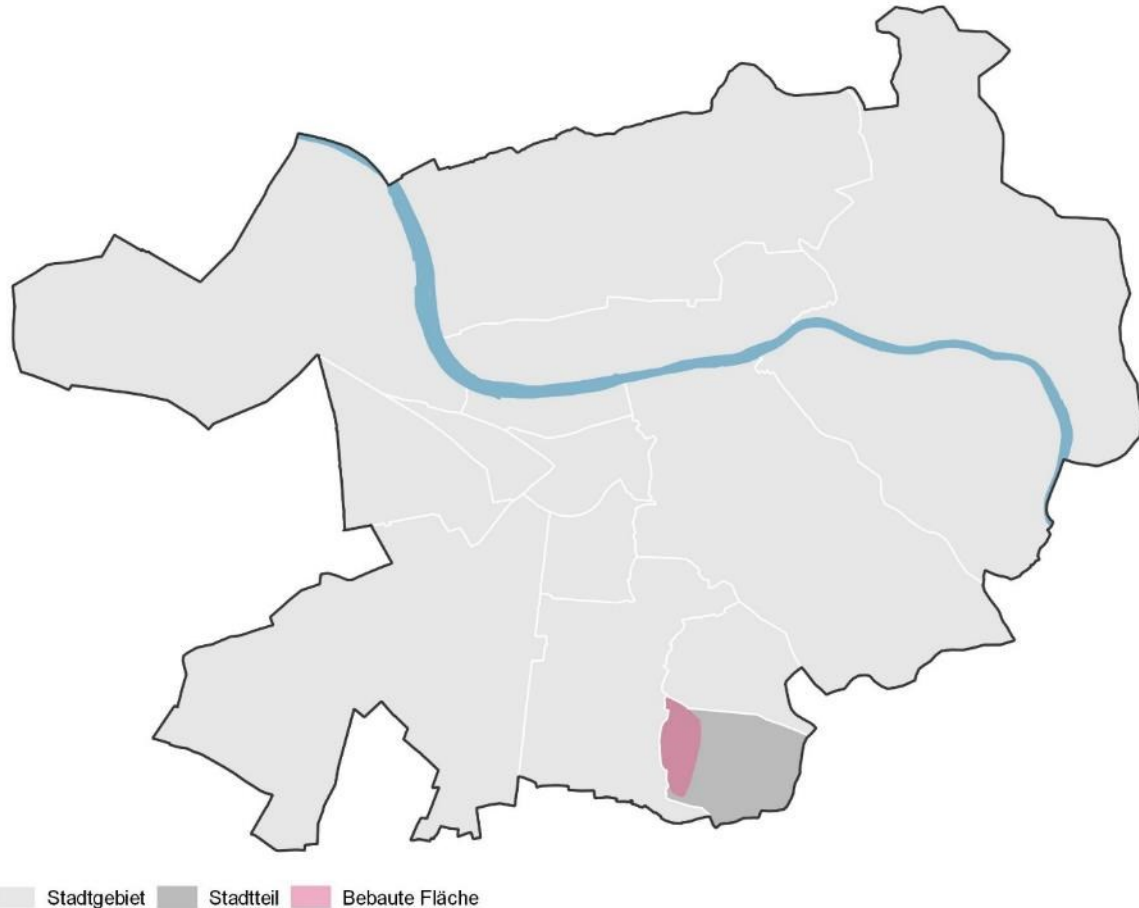
**Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zum Stadtteil Boxberg**

- Verbesserung der Nahversorgung: breiteres Angebot von Lebensmitteln, Schreibwaren / Zeitschriften inklusive bessere Hinweisbeschilderung auf vorhandene Angebote
- Steigerung der Aufenthaltsqualität / Aufwertung des „Iduna-Center“ auch in Bezug auf Barrierefreiheit
- Platz mit Café / Eisdielen, Kneipe / Bar, Gaststätte fehlt
- Unterstützung von der Stadt durch zum Beispiel gezieltes Anwerben von Händlern und Gastronomen
- Organisation von Events, zum Beispiel Koch-Aktion mit regionalen Produkten, Konzerte
- Steigerung der Erreichbarkeit vorhandener Angebote durch Verbesserungen des ÖPNV (Taktung, Barrierefreiheit, Kleinbus) und für (Lasten-)Fahrräder

## A1.5 Stadtteilprofil: Emmertsgrund

Der Stadtteil Emmertsgrund befindet sich am südlichen Rand des Heidelberger Stadtgebiets. Seine Gesamfläche beträgt 268,4 ha, davon 43 ha bebaute Fläche.

**Karte 25: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Der Stadtteil Emmertsgrund beheimatet rund 6.850 Einwohner. Bei einer bebauten Fläche von knapp 43 ha resultiert eine Einwohnerdichte von circa 160 Einwohner / ha bebaute Fläche, was mit deutlichem Abstand die höchste Einwohnerdichte aller Heidelberger Stadtteile bezogen auf die bebaute Fläche ist. In seiner Siedlungsstruktur ähnelt der Bergstadtteil Emmertsgrund dem Stadtteil Boxberg deutlich. Ebenfalls am westlichen Hang und damit deutlich höher als die übrigen Stadtteile in Tallage gelegen, weist jener neben Ein- und Zweifamilienhäusern vor allem Geschosswohnungsbauten auf. Folglich nimmt die bebaute Fläche nur einen kleinen Teil der Fläche ein, so dass der Großteil oberhalb der Siedlungsfläche aus unbebauten Waldflächen und unterhalb der Wohngebäude aus Weinbergen besteht. Neben der vergleichsweise hohen Arbeitslosigkeit von 9,6 %, welche die höchste im Heidelberger Stadtgebiet darstellt, leben überdurchschnittlich viele junge sowie alte Bewohner in dem Bergstadtteil.

**Tabelle 33: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Emmertsgrund (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	6.859 (2012: 6.515)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 413 (+ 6 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	20,5 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	19,5 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)

<b>Arbeitslosenquote</b>	9,6 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)
<b>Einwohnerdichte</b>	159,5 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

**Karte 26: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Emmertsgrund**



#### Kleinflächiger Einzelhandel

- Sonstiger Einzelhandelsbetrieb

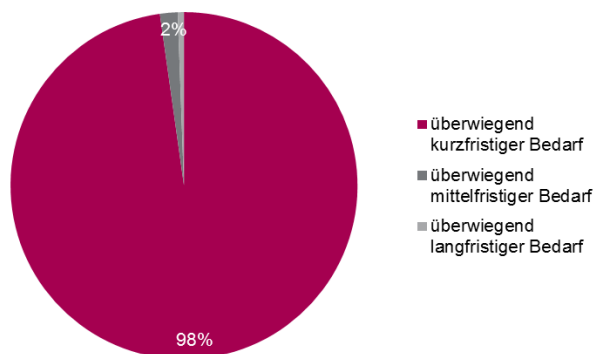
Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Als Einzelhandelsstandort spielt der Stadtteil Emmertsgrund im gesamtstädtischen Vergleich eine untergeordnete Rolle. Auf dem gesamten Gebiet wird lediglich eine Gesamtverkaufsfläche von rund 1.050 m<sup>2</sup> vereint, was den zweitniedrigsten Wert Heidelbergs darstellt. Entsprechend niedrig ist der erzielte Umsatz, der die 1 %-Hürde im Vergleich mit der Gesamtstadt nicht übersteigt. Darüber hinaus beschränkt sich das Sortimentsangebot mit nahezu 100 % fast ausschließlich auf Warengruppen aus dem überwiegend kurzfristigen Bedarf. Dabei konzentrieren sich die Einzelhandelsbetriebe auf den Standort des Einkaufszentrums „Forum“.



**Tabelle 34: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Emmertsgrund**

<b>Standortbereiche</b>	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	-
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	1.050 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittelverkaufsfläche	900 m <sup>2</sup> (85,7 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	1
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	0,1 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)

**Verkaufsfläche nach Bedarf****Tabelle 35: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Emmertsgrund**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	6	900	3,3
Blumen (Indoor) / Zoo	-	< 100	< 1
Gesundheit und Körperpflege	1	< 100	< 1
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	< 100	< 1
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>7</b>	<b>1.000</b>	<b>4,0</b>
Bekleidung	-	< 100	< 1
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK** / Haushaltswaren	-	< 100	< 1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	-	-
Sport und Freizeit	-	-	-
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>&lt; 100</b>	<b>&lt; 1</b>
Wohneinrichtung	-	-	-
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	< 100	< 1
Gartenmarktsortimente	-	-	-
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>&lt; 100</b>	<b>&lt; 1</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>7</b>	<b>1.000</b>	<b>4,0</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Charakteristisch für den Stadtteil Emmertsgrund ist die Tatsache, dass bis auf den überwiegend kurzfristigen Bedarf keine Sortimente von Kernanbietern angeboten werden. Bis auf Randsortimente in den Warengruppen Bekleidung, GPK / Haushaltswaren sowie Baumarktsortimente sind auf dem Emmertsgrund keine Verkaufsflächen für den überwiegend mittelfristigen beziehungsweise langfristigen Bedarf vorzufinden. Die bedeutendste Warengruppe stellen die Nahrungs- und Genussmittel dar, welche einerseits rund 900 m<sup>2</sup> der 1.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche im Stadtteil für sich beanspruchen, andererseits sechs der sieben Betriebe stellen. Unter den erwähnten 6 Betrieben befindet sich zudem ein Lebensmittelhandwerksbetrieb.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Emmertsgrund

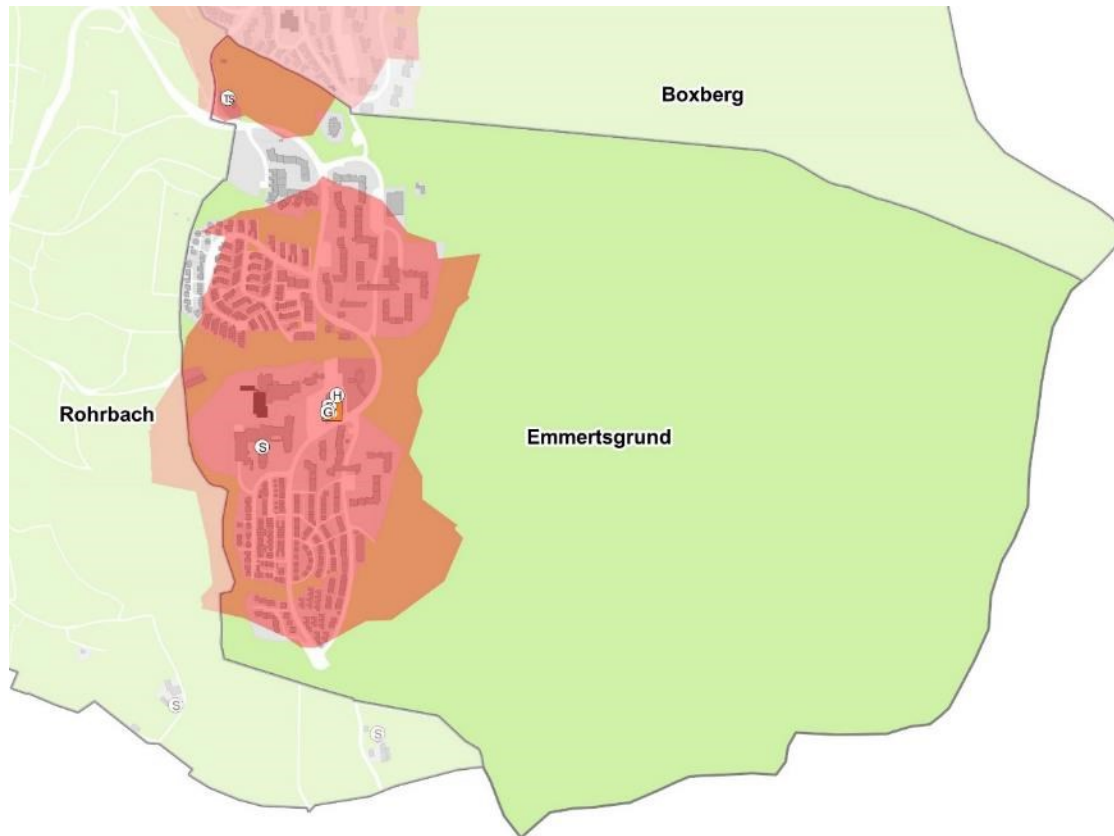
Die Nahversorgung auf dem Emmertsgrund wird im Wesentlichen durch den strukturprägenden Supermarkt Nahkauf im „Forum“ gewährleistet. Jener deckt rein räumlich betrachtet durch seine zentrale Lage im Stadtteil beinahe den gesamten Stadtteil ab. Einzig und allein der äußerste Norden und Nord-Westen sind räumlich betrachtet unterversorgt. Ergänzt wird die Nahversorgungssituation durch eine Bäckerei, einen Getränkehändler, einen Obst- und Gemüsehändler sowie einen Feinkosthändler. Bis auf letztgenannten sind alle Betriebe am Standort „Forum“ verortet.

**Tabelle 36: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Emmertsgrund**

<b>Einwohner</b>	<b>6.859</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>43,8 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	16,7 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	3,0 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>7</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	6
davon Gesundheit und Körperpflege	1
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>1.050 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	900 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	< 100 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>0,1 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,13 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,01 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>4,0 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	3,3 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	0,6 Mio. Euro
Wochenmarkt	-

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (sechs Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (ein Kernsortimentsanbieter) weniger als 100 m<sup>2</sup>. Daraus folgernd ergibt sich eine einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,13 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Das weist auf eine unterdurchschnittliche quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten im Stadtteil hin.

**Karte 27: Grundversorgungssituation im Stadtteil Emmertsgrund****Nahversorgung**

■ Lebensmittelmarkt (200 - 399 m<sup>2</sup>)

ⓐ Getränkemarkt

ⓗ Lebensmittelhandwerk

Ⓣ Kiosk / Tankstellenshop

Ⓢ Sonstiger Lebensmittelanbieter

**Fußläufige Erreichbarkeit**

Isodistanz (600 m)

■ Lebensmittelmarkt

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

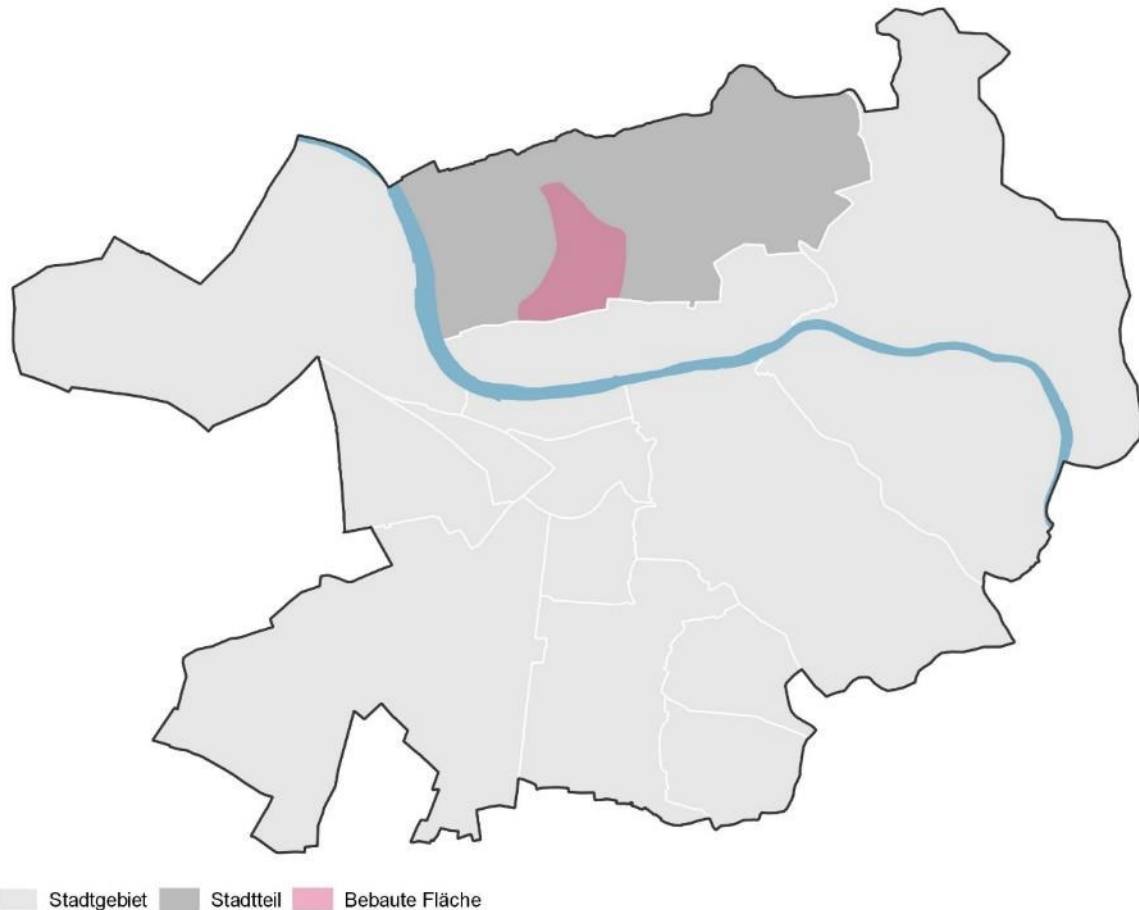
**Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zum Stadtteil Emmertsgrund**

- Weitere attraktive Einzelhandelsangebote, zum Beispiel Drogerie, Regionalmarkt, Supermarkt mit mehr Angeboten
- Erhöhung der Attraktivität für Fahrradfahrende durch zum Beispiel moderne Abstellanlagen in der Nähe der Einkaufsangebote
- Verstärkte Kommunikation mit Gewerbetreibenden, zum Beispiel im Rahmen eines „Runden Tisches“

## A1.6 Stadtteilprofil: Handschuhsheim

Der Stadtteil Handschuhsheim deckt einen Großteil des nördlichen Heidelberger Stadtgebiets ab. Seine Gesamtfläche beträgt 1.510,8 ha, davon 275 ha bebaute Fläche. Damit ist Handschuhsheim nur unwesentlich kleiner, als der Stadtteil Kirchheim, welcher der größte Stadtteil Heidelbergs ist (1.534,1 ha).

**Karte 28: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Bei Handschuhsheim handelt es sich mit rund 18.250 Einwohnern um den einwohnerstärksten Stadtteil in Heidelberg. Dabei wird die Einwohnerzahl auch für die kommenden Jahre als weiterhin ansteigend prognostiziert. Handschuhsheim hat zudem einen hohen Flächenanteil auf dem Heidelberger Stadtgebiet für sich beansprucht. Die Einwohnerdichte liegt bei rund 66 Einwohner / ha bebaute Fläche. Besiedelt sind vor allem der zentrale Teil Handschuhsheim sowie der Süden des Stadtteils. Der östliche Siedlungsteil ist durch die bewaldeten Hänge des Heiligenbergs geprägt, wohingegen der Westen Handschuhsheim vorwiegend landwirtschaftlich genutzt ist. Im Südwesten des Stadtteils befinden sich zudem Teile der Universität Heidelberg und das Universitätsklinikum. Die Einwohnerstruktur spiegelt beinahe den gesamtstädtischen Wert wider, leben nur geringfügig mehr Menschen über 65 Jahre sowie rund 1 % weniger Menschen bis 17 Jahre in Handschuhsheim. Die Arbeitslosenquote hingegen ist mit 2,5 % deutlich unter dem gesamtstädtischen Wert anzusiedeln (3,8 %).

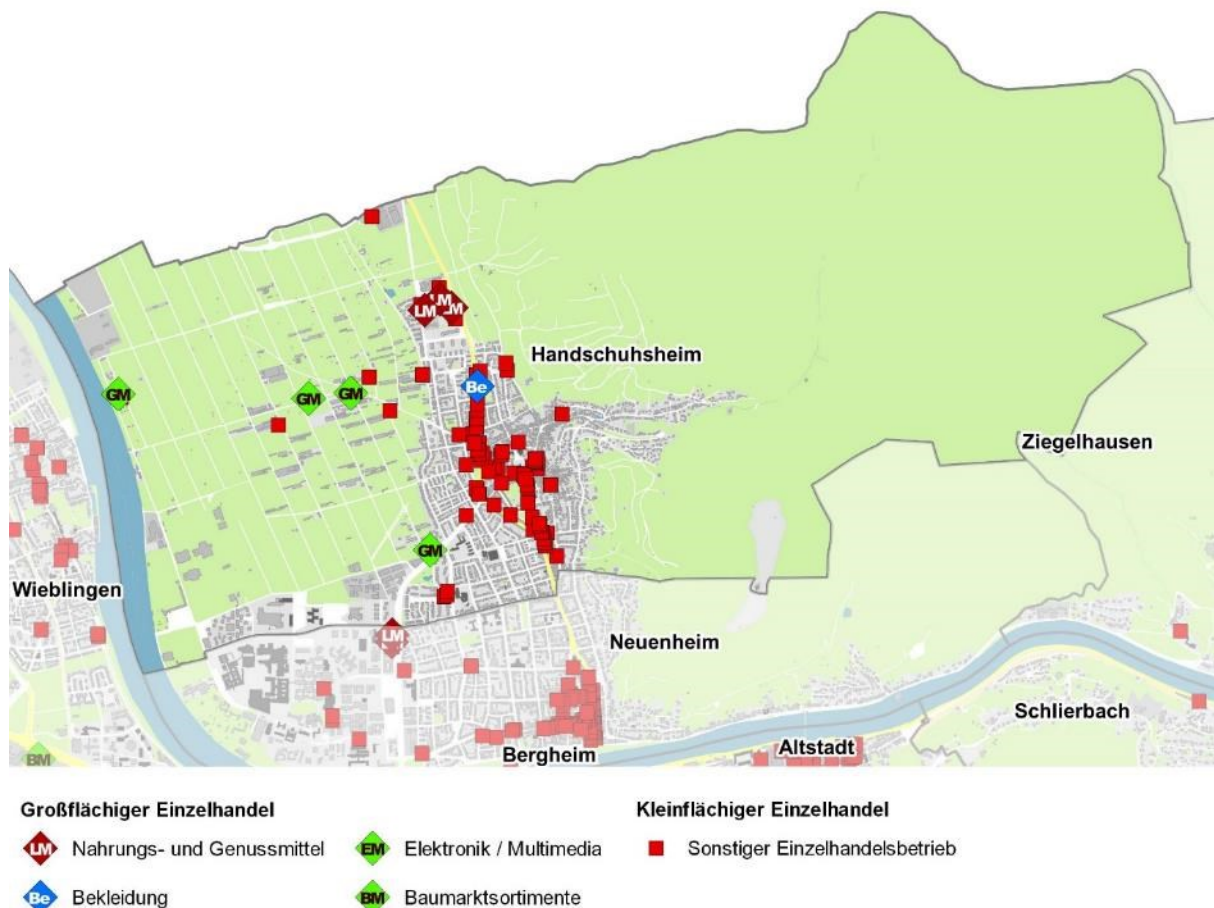
**Tabelle 37: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Handschuhsheim (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	18.228 (2012: 17.344)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 1.287 (+ 7,1 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	16,9 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)

<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	13,4 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)
<b>Arbeitslosenquote</b>	2,5 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)
<b>Einwohnerdichte</b>	66,2 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

**Karte 29: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Handschuhsheim**

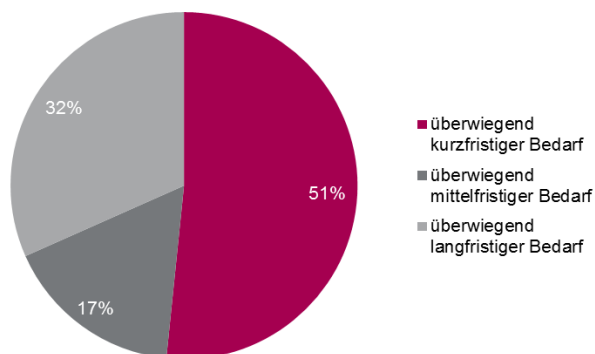


Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 18.900 m<sup>2</sup> (circa 6 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) nimmt Handschuhsheim rein von der Verkaufsfläche betrachtet keine überregional bedeutende Rolle als Einzelhandelsstandort ein. Demzufolge werden in Handschuhsheim knapp 7 % des Heidelberger Umsatzes erzielt. Die regionale Funktion für den Einzelhandel zeigt sich insbesondere in der ausgeprägten Konzentration von Warengruppen aus dem überwiegend kurzfristigen Bedarf im Gewerbegebiet Im Weiher. Lediglich im Gartenmarktsortiment ist eine überregional bedeutende Gesamtverkaufsfläche zu verzeichnen, was auf die großflächigen Einzelhandelsbetriebe in Form von Gärtnereien und Baumschulen im Westen Handschuhsheim zurückzuführen ist. Die übrigen Einzelhandelsbetriebe in dem Stadtteil erstrecken sich zum Großteil vom Norden nach Süden entlang der Dossenheimer Landstraße / Steubenstraße.

**Tabelle 38: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Handschuhsheim**

<b>Standortbereiche</b>	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	Perspektivisches Nahversorgungszentrum Handschuhsheim
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	18.900 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	7.100 m <sup>2</sup> (37,6 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	10
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	1,0 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)

**Verkaufsfläche nach Bedarf****Tabelle 39: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Handschuhsheim**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	30	7.100	38,0
Blumen (Indoor) / Zoo	3	500	1,2
Gesundheit und Körperpflege	8	1.700	11,4
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	4	450	1,9
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>45</b>	<b>9.750</b>	<b>52,5</b>
Bekleidung	1	1.550	4,7
Schuhe / Lederwaren	2	200	< 1
GPK** / Haushaltswaren	3	350	< 1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	1	350	1,1
Sport und Freizeit	4	700	2,1
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>11</b>	<b>3.150</b>	<b>9,5</b>
Wohnrichtung	8	700	1,1
Möbel	4	250	< 1
Elektro / Leuchten	1	< 100	< 1
Elektronik / Multimedia	2	100	< 1
Medizinische und orthopädische Artikel	2	< 100	< 1
Uhren / Schmuck	4	150	1,5
Baumarktsortimente	3	200	< 1
Gartenmarktsortimente	5	4.450	2,6
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>29</b>	<b>6.000</b>	<b>7,5</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>85</b>	<b>18.900</b>	<b>69,4</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

In der Handschuhsheimer Verkaufsflächenverteilung werden ohne Ausnahme alle Warengruppen repräsentiert. Jede Warengruppe verfügt über mindestens einen Kernsortimentsanbieter, was die vielseitige Versorgungssituation des Stadtteils aufzeigt. Besonders charakteristisch sind zudem die fünf Kernsortimentsanbieter aus der Warengruppe Gartenmarktsortimente. Diese Betriebe stellen mit einer Fläche von rund 4.450 m<sup>2</sup> den Großteil der 6.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche aus dem überwiegend langfristigen Bedarf. Den höchsten Anteil der Verkaufsflächen vereint die Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel, der 30 der insgesamt 85 Einzelhandelsbetriebe auf Handschuhsheimer Gebiet zuzuordnen sind. Von den 30 Kernanbietern können darüber hinaus zehn dem Lebensmittelhandwerk zugeordnet werden, was einen bedeutenden Anteil von einem Drittel darstellt.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Handschuhsheim

In Handschuhsheim weist das Nahversorgungsnetz zwar keine flächendeckende Struktur, jedoch eine hohe Vielseitigkeit auf, da Anbieter unterschiedlicher Hierarchiestufen vorhanden sind. Im nördlichen Teilbereich der Handschuhsheimer Siedlungsstruktur ist die Grundversorgungssituation aufgrund von drei strukturprägenden Lebensmittelanbietern als sehr gut zu bezeichnen. Neben dem Verbrauchermarkt Rewe Center, Im Weiher und den beiden Discountern Lidl und Aldi Süd, beide Fritz-Frey-Straße, ist zudem mit denn's, Fritz-Frey-Straße ein Bio-Supermarkt vor Ort. Bei dem Standort an der Fritz-Frey-Straße handelt es sich jedoch um einen städtebaulich nicht integrierten Standort, der durch seine Anbindung an die Dossenheimer Landstraße (B 3) vorwiegend an Kunden orientiert sind, welche den Standort mit dem Auto besuchen. Das Zentrum Handschuhsheim wird durch einen zentral gelegenen Penny-Markt versorgt. Ergänzt wird das Nah- und Grundversorgungsnetz durch eine bedeutende Anzahl an sonstigen Lebensmittelanbietern, insbesondere Lebensmittelhandwerksbetrieben. Der Südwesten von Handschuhsheim profitiert überdies neben dem Supermarkt Rewe-City an der Furtwängler Straße von zwei strukturprägenden Lebensmittelanbietern in Neuenheim, welche sich direkt an der Stadtteilgrenze befinden und somit eine ergänzende Versorgungsfunktion aufweisen können. Fußläufig unterversorgt sind hingegen der südliche sowie der östliche Teil des Stadtteils Handschuhsheim (Hanglage), welche jedoch einen gewichtigen Anteil der Bevölkerung darstellen.

**Tabelle 40: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Handschuhsheim**

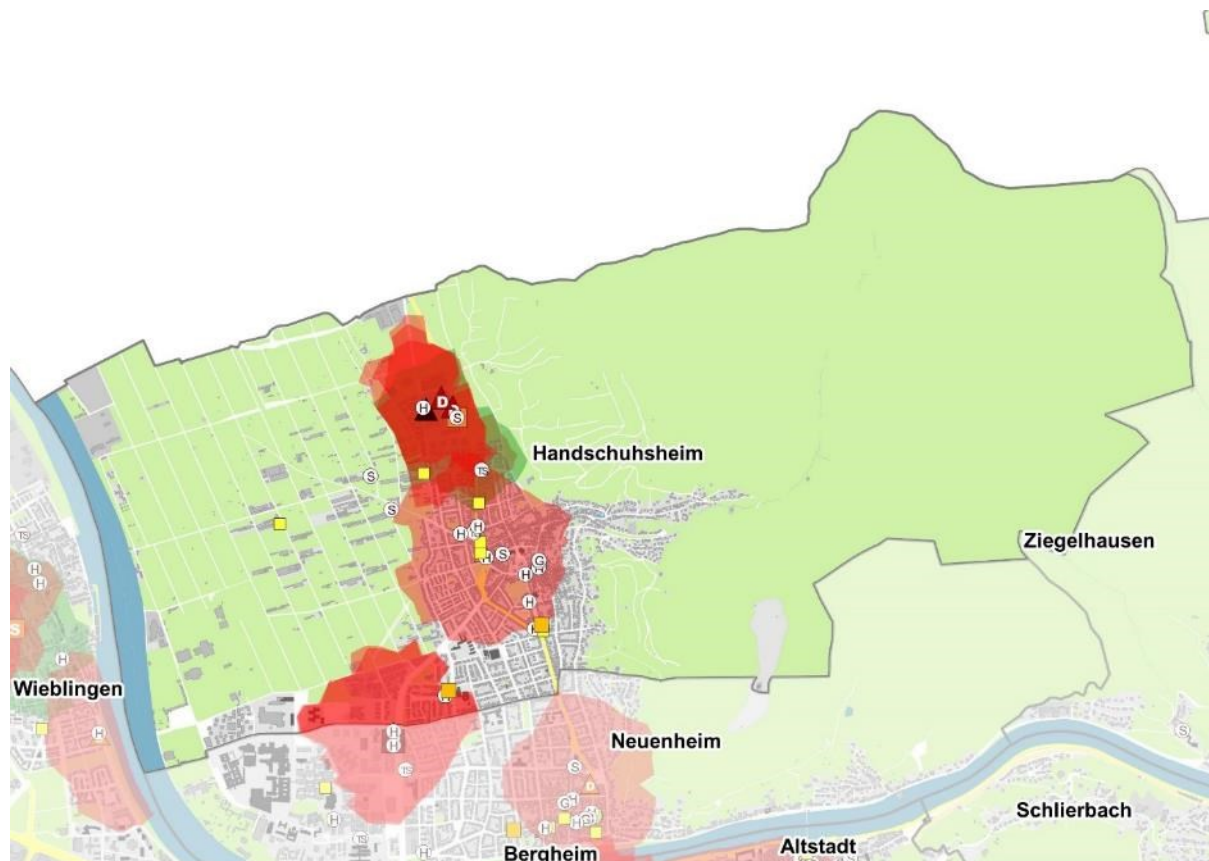
<b>Einwohner</b>	<b>18.228</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>116,3 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	44,5 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	7,9 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>85</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	30
davon Gesundheit und Körperpflege	8
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>18.900 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	7.100 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	1.700 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>1,0 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,39 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,09 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>69,4 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	38,0 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	11,4 Mio. Euro
Wochenmarkt	Samstag Platz vor der Tiefburg

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (30 Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 7.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (8 Kernsortimentsanbieter) rund

1.700 m<sup>2</sup>. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,39 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weist auf eine knapp unterdurchschnittliche quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten im Stadtteil hin.

**Karte 30: Grundversorgungssituation im Stadtteil Handschuhsheim**



#### Nahversorgung

- |  |  |
|--|--|
| ▲ Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m <sup>2</sup> ) | ■ Lebensmittelladen inkl. Hofladen (< 200 m <sup>2</sup> ) |
| ■ Supermarkt (> 800 - 1.499 m <sup>2</sup> )       | ☉ Getränkemarkt  |
| ■ Supermarkt (400 - 800 m <sup>2</sup> )           | ☉ Lebensmittelhandwerk                                     |
| ▲ Lebensmitteldiscounter (> 800 m <sup>2</sup> )   | ☉ Kiosk / Tankstellenshop                                  |
| ▲ Lebensmitteldiscounter (bis 800 m <sup>2</sup> ) | ☉ Sonstiger Lebensmittelanbieter                           |
| ■ Lebensmittelmarkt (200 - 399 m <sup>2</sup> )    |  |

#### Fußläufige Erreichbarkeit

- Isodistanz (600 m)**
- Lebensmittelmarkt
  - Bio-Lebensmittelmarkt

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

#### Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zum Stadtteil Handschuhsheim

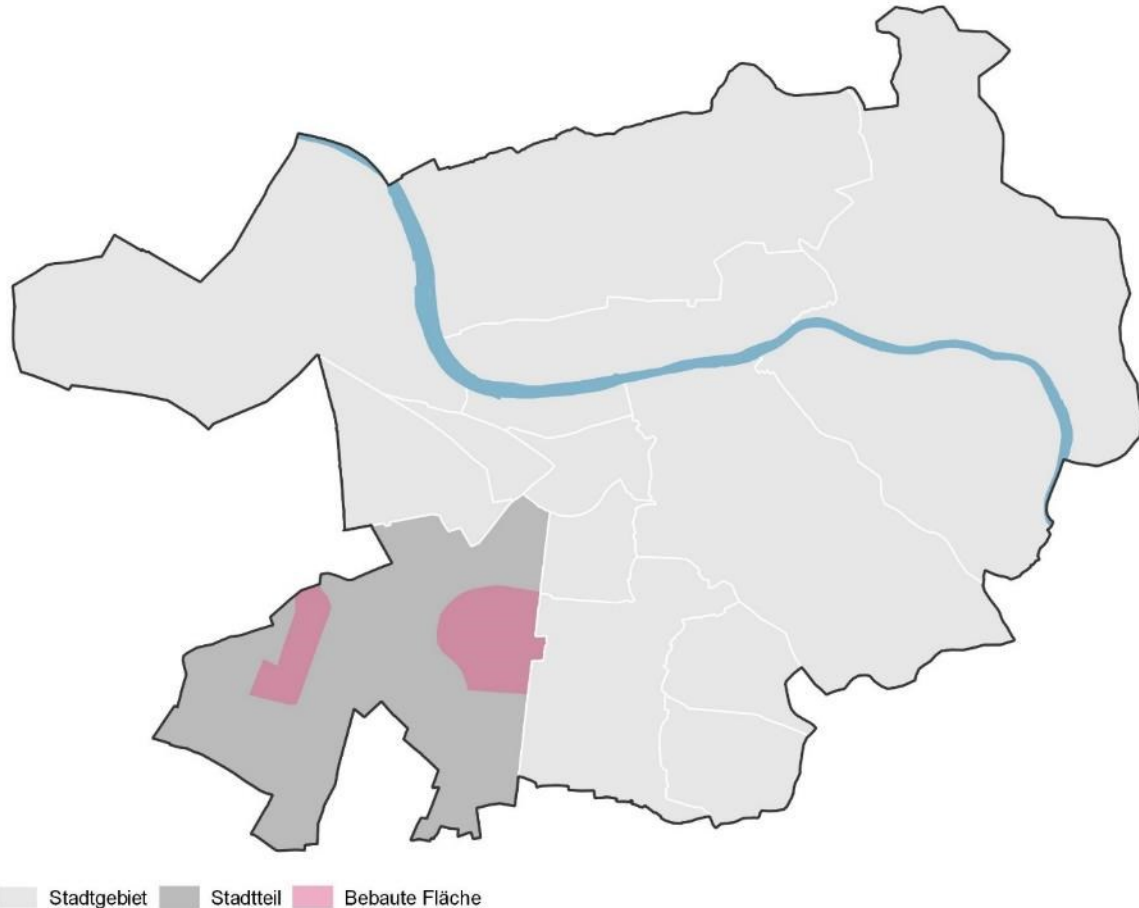
- Weitere Einzelhandelsangebote auch für jüngeres Publikum
- Steigerung der Aufenthaltsqualität, zum Beispiel durch Sitzgelegenheiten und mehr Grün
- Mehr Abstellmöglichkeiten für Fahrräder und mehr Elektroladesäulen



## A1.7 Stadtteilprofil: Kirchheim

Der Stadtteil Kirchheim liegt im Südwesten des Heidelberger Stadtgebiets. Seine Gesamtfläche beträgt 1.534,1 ha, davon 496,9 ha bebaute Fläche. Damit ist Kirchheim der flächenmäßig größte Stadtteil Heidelbergs.

**Karte 31: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Der Stadtteil Kirchheim ist mit rund 17.850 Einwohnern (nach Handschuhsheim) in Bezug auf die Einwohnerzahl der zweitstärkste Stadtteil Heidelbergs. Da Kirchheim die meiste Fläche aller Stadtteile aufweist, resultiert aus der hohen Einwohnerzahl eine unterdurchschnittliche Einwohnerdichte von knapp 36 Einwohner / ha bebaute Fläche. Zudem soll Kirchheim laut Bevölkerungsprognose seine Einwohnerzahl in den nächsten Jahren deutlich erhöhen. Das steht im Zusammenhang mit dem Bezug des Patrick-Henry-Village, welches im Westen Kirchheims liegt. Jenes Quartier, welches bis 2014 als US-amerikanisches Wohngebiet genutzt wurde, soll als „Wissensstadt der Zukunft“ entwickelt werden und sowohl Arbeits- als auch Wohnfläche bereitstellen. Gegenwärtig beschränkt sich der Siedlungsschwerpunkt jedoch auf den äußersten Osten des Stadtteils, welcher an Rohrbach und die Südstadt grenzt und das städtebauliche Zentrum Kirchheims darstellt. Weite Teile Kirchheims sind ansonsten vorwiegend landwirtschaftlich geprägt.

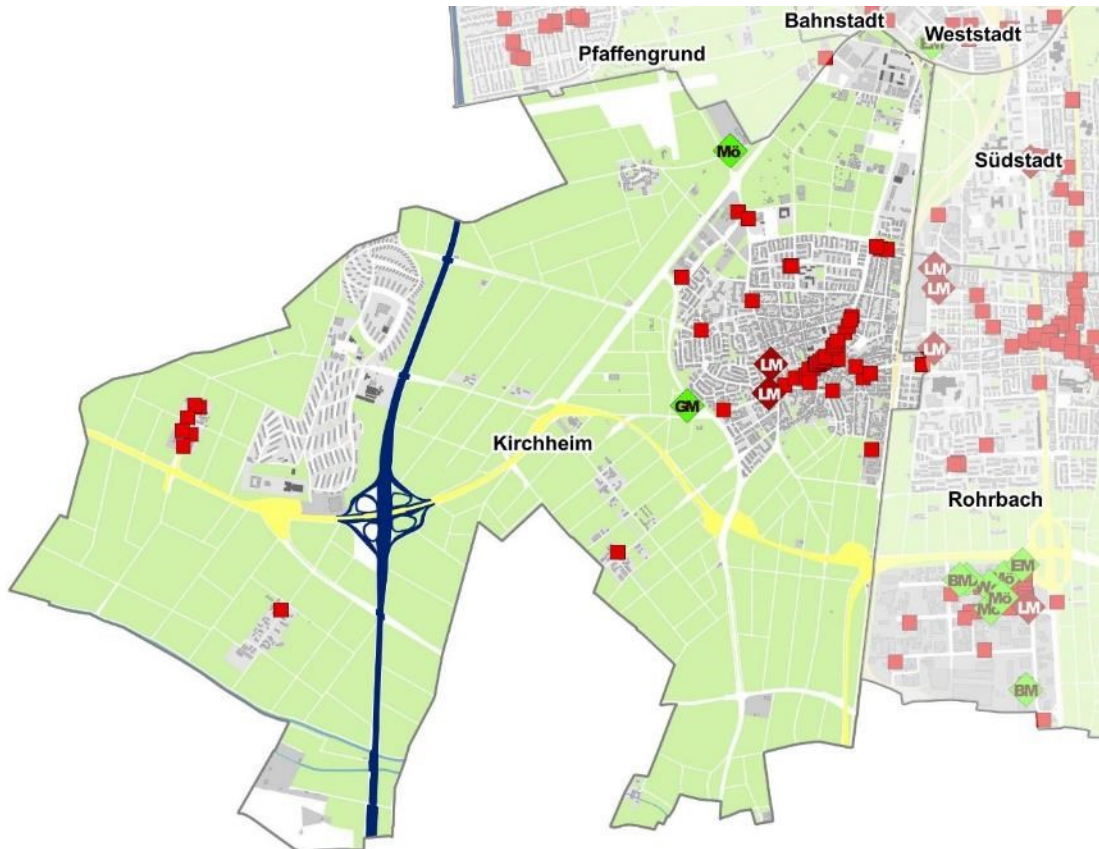
**Tabelle 41: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Kirchheim (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	17.849 (2012: 15.865)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 8.573 (+ 48 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	15,7 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	16,5 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)

<b>Arbeitslosenquote</b>	4,8 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)
<b>Einwohnerdichte</b>	35,9 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

**Karte 32: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Kirchheim**



**Großflächiger Einzelhandel**

- ◆ LM Nahrungs- und Genussmittel
- ◆ Wo Wohneinrichtung
- ◆ Mo Möbel

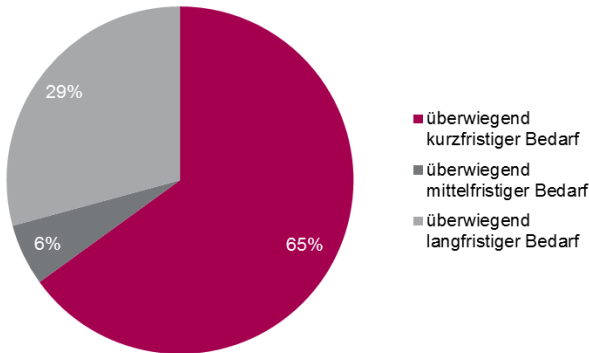
**Kleinfächiger Einzelhandel**

- EM Elektronik / Multimedia
- BM Baumarktsortimente
- GM Gartenmarktsortimente
- Sonstiger Einzelhandelsbetrieb

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

Der Stadtteil Kirchheim nimmt im gesamtstädtischen Kontext keine bedeutende Rolle bezüglich der Verkaufsflächenanteile ein. Auf den rund 8.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (rund 3 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) werden lediglich rund 4 % des Heidelberger Umsatzes generiert. Das Hauptaugenmerk des Einzelhandels liegt dabei eindeutig auf Waren des überwiegend kurzfristigen Bedarfs. Jene machen über die Hälfte der Kirchheimer Verkaufsfläche aus. Das Sortiment der Nahrungs- und Genussmittel spielt dabei eine besondere Rolle, da es mit 4.400 m<sup>2</sup> 50 % der Kirchheimer Verkaufsfläche beansprucht. Die Anzahl der Lebensmittelhandwerksbetriebe liegt dabei bei 10.

**Tabelle 42: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Kirchheim**

<b>Standortbereiche</b>	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	Nahversorgungszentrum Kirchheim Perspektivisches Nahversorgungszentrum Patrick-Henry-Village
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	8.800 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	4.400 m <sup>2</sup> (50,0 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	10
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	0,5 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)
<b>Verkaufsfläche nach Bedarf</b>	 <p> <span style="color: #800040;">■</span> überwiegend kurzfristiger Bedarf  <span style="color: #666666;">■</span> überwiegend mittelfristiger Bedarf  <span style="color: #999999;">■</span> überwiegend langfristiger Bedarf </p>

**Tabelle 43: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Kirchheim**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	30	4.400	26,6
Blumen (Indoor) / Zoo	-	350	< 1
Gesundheit und Körperpflege	4	550	3,8
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	6	450	2,0
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>40</b>	<b>5.750</b>	<b>33,3</b>
Bekleidung	1	200	< 1
Schuhe / Lederwaren	-	< 100	< 1
GPK** / Haushaltswaren	-	150	< 1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	< 100	< 1
Sport und Freizeit	1	< 100	< 1
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2</b>	<b>500</b>	<b>1,4</b>
Wohneinrichtung	2	150	< 1
Möbel	1	800	< 1
Elektro / Leuchten	-	< 100	< 1
Elektronik / Multimedia	3	100	< 1
Medizinische und orthopädische Artikel	2	< 100	< 1
Uhren / Schmuck	2	< 100	< 1
Baumarktsortimente	2	300	< 1
Gartenmarktsortimente	1	1.100	< 1
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>13</b>	<b>2.600</b>	<b>3,9</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>55</b>	<b>8.800</b>	<b>38,6</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Im Stadtteil Kirchheim umfasst die warengruppenspezifische Verkaufsflächenverteilung ein Spektrum, welches sich allen voran auf den überwiegend kurz- sowie langfristigen Bedarf konzentriert. So werden bis auf die Warengruppe Blumen (Indoor)/ Zoo alle Warengruppen im überwiegend kurzfristigen Bedarf durch teils mehrere Kernanbieter abgedeckt. Vor allem Nahrungs- und Genussmittel nehmen mit 30 Kernanbietern und einer Verkaufsfläche von 4.400 m<sup>2</sup> eine besondere Rolle ein. Dabei haben die zehn Lebensmittelhandwerksbetriebe einen besonderen Anteil an der Versorgung inne. Der überwiegend mittelfristige Bedarf wird bis auf zwei Ausnahmen in den Warengruppen Bekleidung sowie Sport und Freizeit ausschließlich durch Randsortimente bedient. Im überwiegend langfristigen Bedarf werden, ähnlich wie bei den überwiegend kurzfristigen Warengruppen, bis auf Elektro / Leuchten alle Warengruppen durch teilweise mehrere Kernanbieter vertrieben. Die geringen Verkaufsflächen pro Betrieb weisen darüber hinaus auf eine kleinteilige Bebauungsstruktur in Kirchheim hin.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Kirchheim

Das Nah- und Grundversorgungsnetz im Stadtteil Kirchheim definiert sich zum Großteil durch die Angebote der großflächigen Discounter, der kleinflächigen Supermärkte sowie den zahlreichen Lebensmittelhandwerksbetrieben. Auch im zentralen Versorgungsbereich Kirchheim sind zwei strukturprägende Anbieter (Lidl und Aldi Süd) verortet. Die übrigen strukturprägenden Lebensmittelanbieter (Nahkauf, Breslauer Straße sowie Rewe, Im Franzosengewann) verfügen ebenfalls allesamt über eine städtebaulich integrierte Lage. Daraus resultiert, dass insbesondere der Siedlungsschwerpunkt in Kirchheim auch eine gute fußläufige Grundversorgungssituation aufweist.

**Tabelle 44: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Kirchheim**

<b>Einwohner</b>	<b>17.849</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>113,9 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	43,6 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	7,7 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>55</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	30
davon Gesundheit und Körperpflege	4
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>8.800 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	4.400 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	550 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>0,5 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,25 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,03 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>38,6 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	26,6 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	3,8 Mio. Euro
Wochenmarkt	Freitag, Kerweplatz

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (30 Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 4.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (vier Kernsortimentsanbieter) rund 550 m<sup>2</sup>. Insbesondere die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,25 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weist auf eine unterdurchschnittliche quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten im Stadtteil hin.

**Karte 33: Grundversorgungssituation im Stadtteil Kirchheim****Nahversorgung**

- ◆ SB-Warenhaus (ab 5.000 m<sup>2</sup>)
- ▲ Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m<sup>2</sup>)
- S Supermarkt (400 - 800 m<sup>2</sup>)
- D Lebensmitteldiscounter (> 800 m<sup>2</sup>)
- D Lebensmitteldiscounter (bis 800 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelladen inkl. Hofladen (< 200 m<sup>2</sup>)
- G Getränkemarkt
- H Lebensmittelhandwerk
- TS Kiosk / Tankstellenshop
- S Sonstiger Lebensmittelanbieter

**Fußläufige Erreichbarkeit****Isodistanz (600 m)**

- Lebensmittelmarkt
- Bio-Lebensmittelmarkt

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

**Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zum Stadtteil Kirchheim**

- Steigerung der Aufenthaltsqualität und der Attraktivität der öffentlichen Räume und Plätze (Odenwaldplatz) durch zum Beispiel Sitzgelegenheiten und mehr Grün, Pflanzkübel, Bäume
- Mehr Außengastronomie, innovative Ideen (Strandbar auf dem Kerweplatz)
- Ausbau des Wochenmarktes
- Vereinheitlichung der Öffnungszeiten
- Mehr Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, Lastenrad-Angebot
- Angebot von "Click & Collect" schaffen

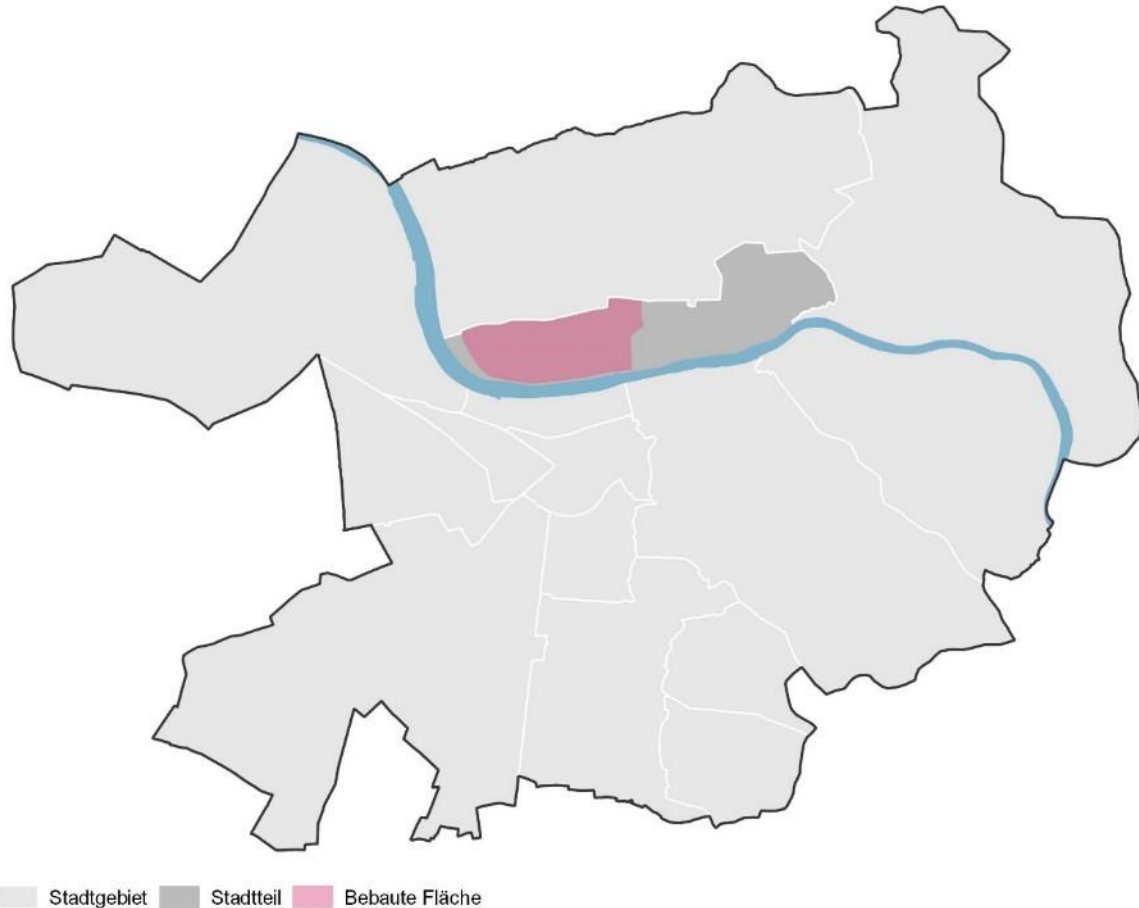
**Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zum Patrick-Henry-Village (zukünftiger 16. Stadtteil)**

- Stufenkonzept für den Ausbau der Nahversorgung: Beginn mit kleinerem Einkaufszentrum im nördlichen Bereich sowie Räumen für die Alltagsversorger (Bäcker, Friseur, Metzger, Blumen)
- Absprache mit Eppelheim für sinnvolles Gesamtkonzept
- Lebenswerter Straßenraum mit der Möglichkeit des Einkaufens ohne Auto als Ziel

## A1.8 Stadtteilprofil: Neuenheim

Der Stadtteil Neuenheim liegt nördlich des Neckars zentral im Heidelberger Stadtgebiet. Seine Gesamtfläche beträgt 567,2 ha, davon 240,5 ha bebaute Fläche.

**Karte 34: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Im Heidelberger Stadtteil Neuenheim leben aktuell rund 13.150 Menschen. Für die kommenden Jahre wird ein Bevölkerungsanstieg von rund 800 Personen erwartet. Charakterisiert wird Neuenheim allen voran durch die Lage am Heiligenberg, so dass der östliche Teil durch bewaldete Hänge gekennzeichnet ist. Prägend für den Westen des Stadtteils ist die Ansiedlung des Universitätsklinikums sowie Gebäude der Universität Heidelberg. Daraus resultiert, dass Neuenheim trotz der relativ hohen Siedlungsdichte im Zentrum des Stadtteils lediglich eine Einwohnerdichte von rund 55 Einwohnern / ha bebaute Fläche aufweist. Auffällig ist darüber hinaus die besonders niedrige Arbeitslosenquote von 1,5 %. Jene ist im gesamtstädtischen Vergleich die niedrigste. Erwähnenswert ist zudem die besondere Wohnqualität Neuenheims, welche unter anderem durch die zentrale Lage, den hohen Grünflächenanteil und der Nähe zum Neckar definiert wird.

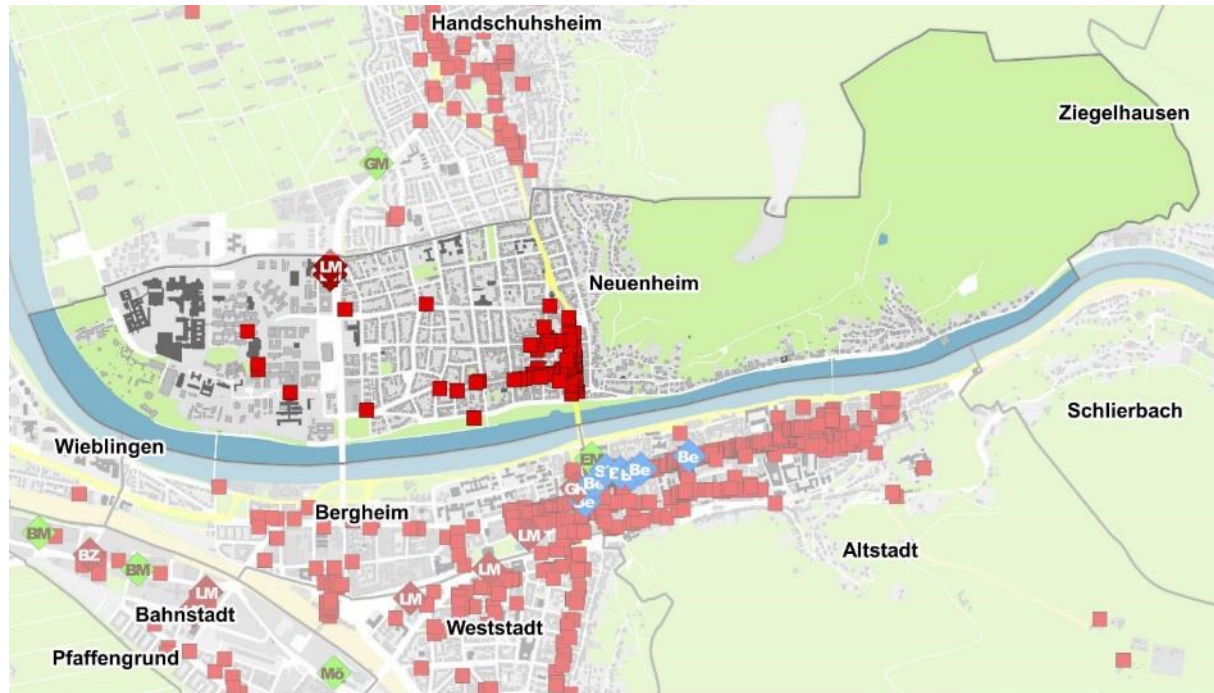
**Tabelle 45: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Neuenheim (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	13.163 (2012: 13.139)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 812 (+ 6,2 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	16,4 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	12,9 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)

<b>Arbeitslosenquote</b>	1,5 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)
<b>Einwohnerdichte</b>	54,7 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

**Karte 35: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Neuenheim**



**Großflächiger Einzelhandel**

- LM** Nahrungs- und Genussmittel
- BZ** Blumen (Indoor) / Zoo
- GK** Gesundheit und Körperpflege
- Be** Bekleidung
- SF** Sport und Freizeit

- Mo** Möbel
- EM** Elektronik / Multimedia
- BM** Baumarktsortimente
- GM** Gartenmarktsortimente

**Kleinflächiger Einzelhandel**

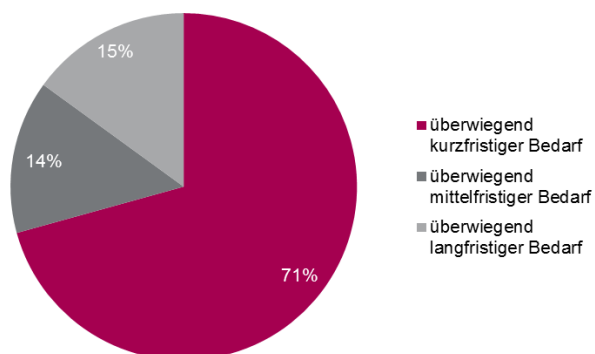
- Sonstiger Einzelhandelsbetrieb

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

Der Stadtteil Neuenheim spielt bezüglich des Einzelhandels im gesamtstädtischen Kontext eine untergeordnete Rolle. Diese Tatsache spiegelt sich einerseits in der Verkaufsfläche von rund 8.000 m<sup>2</sup>, andererseits im Umsatz von rund 44 Mio. Euro wider. Das entspricht rund 3 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche beziehungsweise rund 4 % des gesamtstädtischen Umsatzes. Die Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel vereint beinahe der Hälfte der Neuenheimer Verkaufsfläche (3.900 m<sup>2</sup>) auf sich und nimmt deshalb eine wichtige Stellung ein. Insgesamt werden sogar rund 70 % der Neuenheimer Verkaufsfläche von Warengruppen aus dem überwiegend kurzfristigen Bedarf beansprucht. Ein zentraler Einzelhandelsstandort ist in Neuenheim die Brückenstraße und der östliche Teil der Ladenburger Straße. In und um jene Straßen haben sich eine Vielzahl der Neuenheimer Betriebe niedergelassen.

**Tabelle 46: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Neuenheim**

<b>Standortbereiche</b>	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	Stadtteilzentrum Neuenheim
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	8.000 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	3.900 m <sup>2</sup> (48,8 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	11
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	0,6 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)
<b>Verkaufsfläche nach Bedarf</b>	

**Tabelle 47: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Neuenheim**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	30	3.900	25,9
Blumen (Indoor) / Zoo	1	100	< 1
Gesundheit und Körperpflege	9	1.050	7,0
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	7	550	2,6
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>47</b>	<b>5.650</b>	<b>35,8</b>
Bekleidung	10	650	2,0
Schuhe / Lederwaren	-	100	< 1
GPK** / Haushaltswaren	1	200	< 1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	1	< 100	< 1
Sport und Freizeit	1	< 100	< 1
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>13</b>	<b>1.150</b>	<b>3,5</b>
Wohneinrichtung	7	500	< 1
Möbel	2	150	< 1
Elektro / Leuchten	1	< 100	< 1
Elektronik / Multimedia	2	150	1,0
Medizinische und orthopädische Artikel	3	150	< 1
Uhren / Schmuck	7	200	2,1
Baumarktsortimente	-	< 100	< 1
Gartenmarktsortimente	-	-	-
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>22</b>	<b>1.200</b>	<b>5,2</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>82</b>	<b>8.000</b>	<b>44,5</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik



Der Stadtteil Neuenheim weist ein breites Angebot an Kernanbietern der jeweiligen Warengruppen auf. Lediglich die Warengruppen Schuhe / Lederwaren, Baummarktsortimente sowie Gartenmarktsortimente werden als Randsortiment beziehungsweise, wie im Falle der Gartenmarktsortimente, nicht geführt. Der Angebotsschwerpunkt liegt dabei eindeutig auf den Waren des überwiegend kurzfristigen Bedarfs. Das spiegelt sich sowohl in der Anzahl der Betriebe (47) als auch in der Verkaufsfläche (rund 5.650 m<sup>2</sup>) wider. Besonders hervorzuheben sind dabei die Nahrungs- und Genussmittel, welche 30 Kernanbieter beziehungsweise rund 3.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vereinen. Einen wichtigen Bestandteil stellen dabei die Lebensmittelhandwerksbetriebe dar, welche mit 11 Betrieben über ein Drittel der Kernanbieter in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ausmachen. Auch in Neuenheim spiegeln die teilweise sehr geringen Verkaufsflächen pro Betrieb eine kleinteilige Bebauungsstruktur wider.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Neuenheim

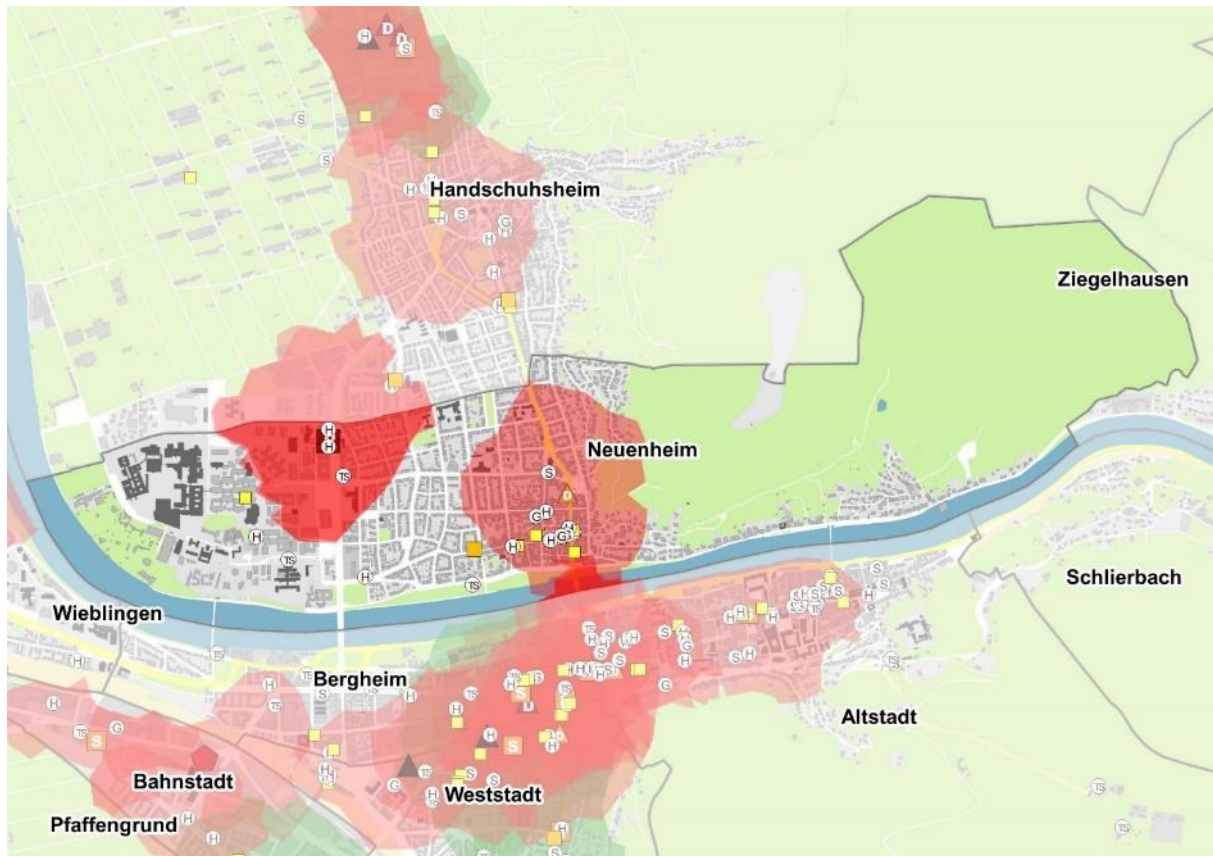
Das Nah- und Grundversorgungsnetz im Stadtteil Neuenheim definiert sich im Wesentlichen durch die in städtebaulich integrierter Lage zu verortenden Discontern Lidl, Brückenstraße sowie Aldi Süd, Berliner Straße und den ebenfalls städtebaulich integrierten Supermarkt Rewe, Berliner Straße. Zudem gibt es einen kleinflächigen Lidl – Markt, Brückenstraße, der eine sehr wichtige Nahversorgungsfunktion übernimmt. Bei den übrigen Filialisten (Aldi Süd und Rewe) handelt es sich um Betriebe jenseits der 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Ergänzt wird die Grundversorgungssituation durch einen Lebensmittelmarkt (Rewe City) und zahlreiche Lebensmittelhandwerksbetriebe. Nichtsdestotrotz bleiben weite Teile Neuenheims durch fußläufig erreichbare strukturprägende Lebensmittelanbieter unterversorgt. Besonders die durch eine dichte Bebauungsstruktur gekennzeichneten Quartiere zwischen der Brückenstraße und der Berliner Straße weisen eine verbesserungswürdige Versorgungssituation auf.

**Tabelle 48: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Neuenheim**

<b>Einwohner</b>	<b>13.163</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>84,0 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	32,1 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	5,7 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>82</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	30
davon Gesundheit und Körperpflege	9
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>8.000 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	3.900 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	1.050 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>0,6 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,30 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,08 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>44,5 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	25,9 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	7,0 Mio. Euro
Wochenmarkt	Mittwoch Samstag Neuenheimer Marktplatz

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (30 Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 3.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (neun Kernsortimentsanbieter) rund 1.050 m<sup>2</sup>. Dabei weist die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,30 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf eine unterdurchschnittliche quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten im Stadtteil hin.

**Karte 36: Grundversorgungssituation im Stadtteil Neuenheim****Nahversorgung**

- ◆ SB-Warenhaus (ab 5.000 m<sup>2</sup>)
- ▲ Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m<sup>2</sup>)
- S Supermarkt (> 800 - 1.499 m<sup>2</sup>)
- S Supermarkt (400 - 800 m<sup>2</sup>)
- D Lebensmitteldiscounter (> 800 m<sup>2</sup>)
- D Lebensmitteldiscounter (bis 800 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelmarkt (200 - 399 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelladen inkl. Hofladen (< 200 m<sup>2</sup>)
- G Getränkemarkt
- H Lebensmittelhandwerk
- TS Kiosk / Tankstellenshop
- S Sonstiger Lebensmittelanbieter

**Fußläufige Erreichbarkeit**

- Isodistanz (600 m)**
- Lebensmittelmarkt
- Bio-Lebensmittelmarkt

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

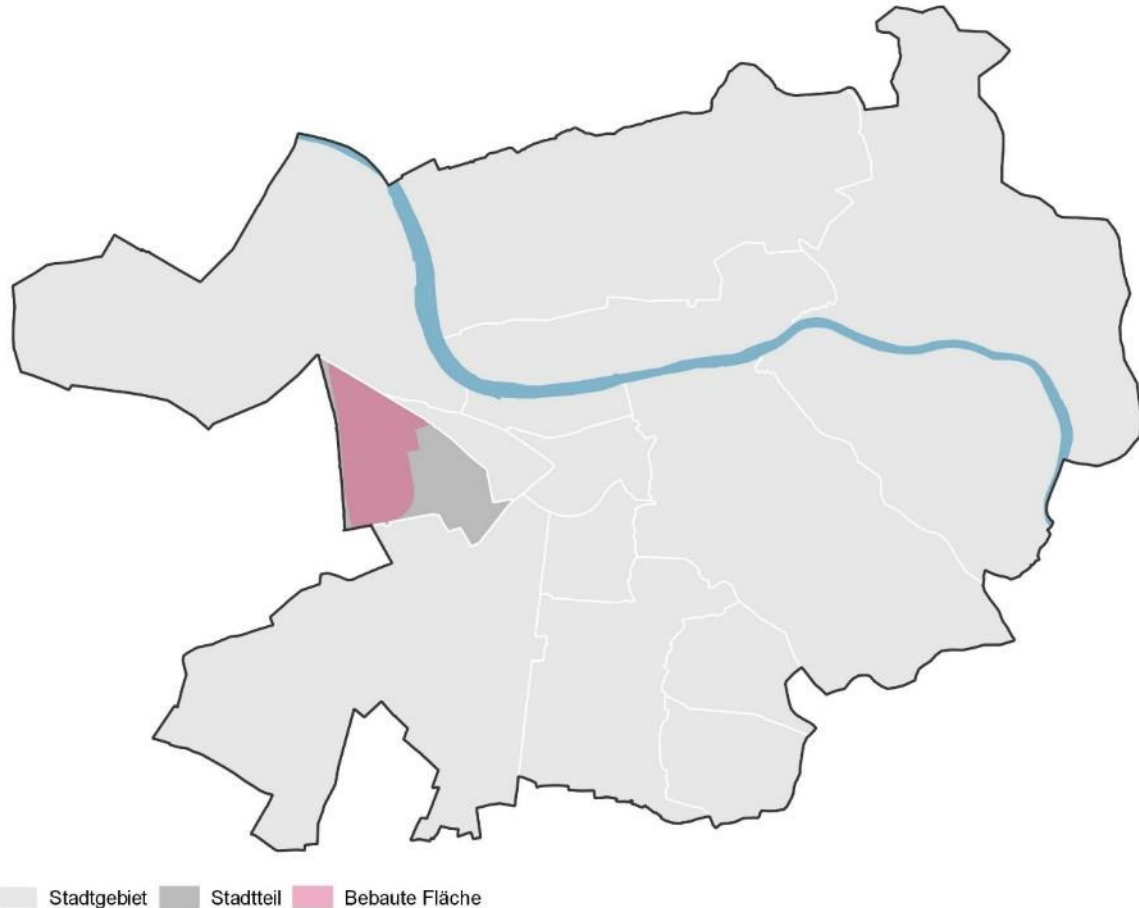
**Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zum Stadtteil Neuenheim**

- Vielfältige Mischung, es fehlt ein vegetarisches Restaurant
- Erweiterung des Angebots von "Click & Collect"
- Grüne Stadtteilmitte fehlt
- Mehr Platz für Fußgänger, mehr Fahrradabstellmöglichkeiten

## A1.9 Stadtteilprofil: Pfaffengrund

Der Stadtteil Pfaffengrund liegt im westlichen Heidelberger Stadtgebiet. Seine Gesamtfläche beträgt 350,1 ha, davon 225,1 ha bebaute Fläche.

**Karte 37: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Im Stadtteil Pfaffengrund leben rund 7.800 Einwohner. Dies entspricht einer Einwohnerdichte von rund 35 Einwohner / ha bebaute Fläche. Damit gilt der Pfaffengrund als ein unterdurchschnittlich stark bevölkerter Stadtteil Heidelbergs. In der Bevölkerungsprognose bis 2035 wird jedoch ein deutliches Wachstum von rund 15 % vorausgesagt, was einen Zuwachs von rund 1.150 Einwohnern bedeutet. Geprägt wird der Pfaffengrund durch die Aufteilung in Gewerbe- sowie Wohngebiet. Haben sich im Norden des Stadtteils Produktions- und Einzelhandelsbetriebe angesiedelt, befindet sich im Süden eine Gartenstadtsiedlung. Charakteristisch für den Stadtteil ist darüber hinaus der überdurchschnittlich hohe Anteil an Einwohnern, welche 65 Jahre und älter sind. Jener liegt mit rund 24 % bei knapp einem Viertel.

**Tabelle 49: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Pfaffengrund (Stand 31. Dezember 2018)**

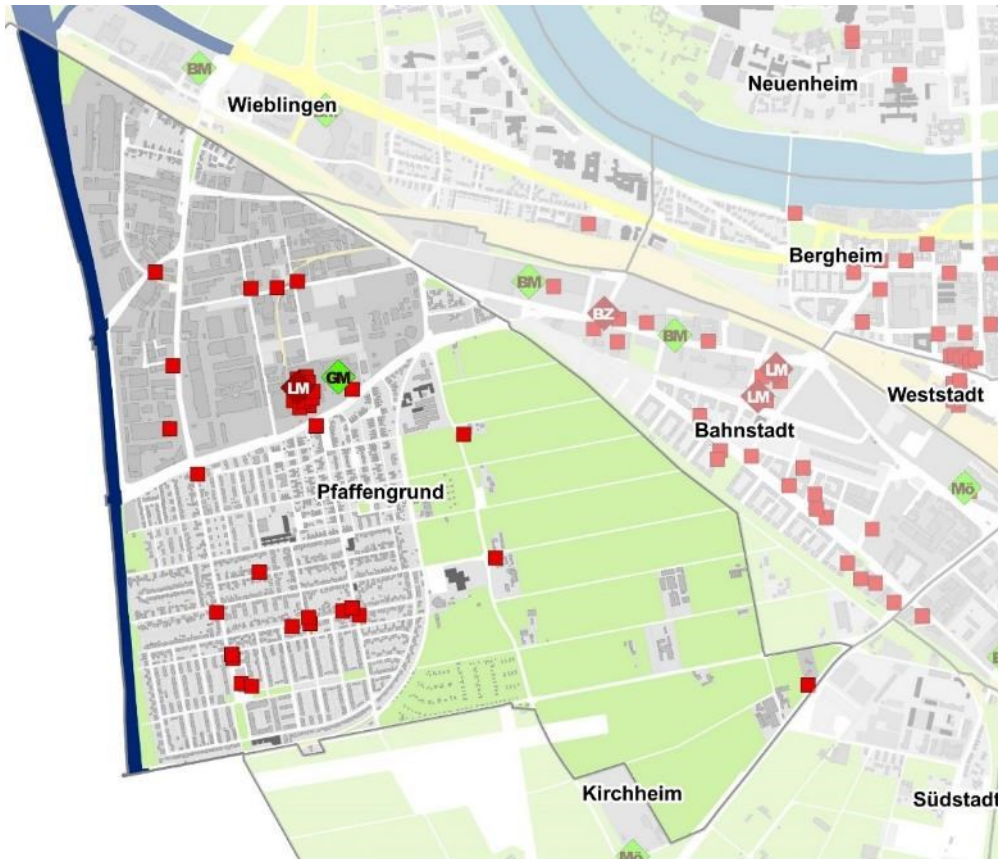
<b>Einwohner im Stadtteil</b>	7.802 (2012: 7.836)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 1.168 (+ 15 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	23,8 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	13,4 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)
<b>Arbeitslosenquote</b>	4,1 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)

## Einwohnerdichte

34,7 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

Karte 38: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Pfaffengrund



## Großflächiger Einzelhandel

**LM** Nahrungs- und Genussmittel

**BZ** Blumen (Indoor) / Zoo

**Mö** Möbel

## Kleinflächiger Einzelhandel

**EM** Elektronik / Multimedia

**BM** Baumarktsortimente

**GM** Gartenmarktsortimente

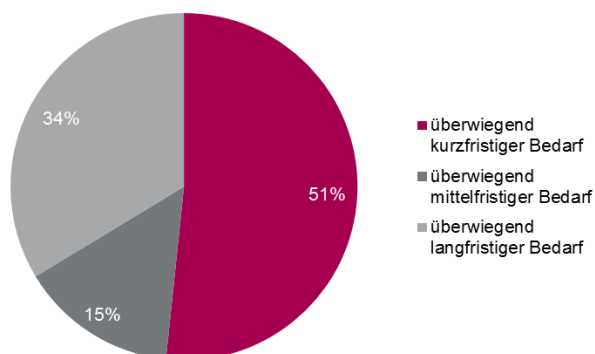
**■** Sonstiger Einzelhandelsbetrieb

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

Mit seinen rund 18.050 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche stellt der Pfaffengrund keinen Einzelhandelsstandort von besonderer Bedeutung dar. Dementsprechend werden auf den rund 6 % der gesamtstädtischen Kaufkraft nur rund 5 % des Heidelberger Umsatzes generiert. Dabei wird der Großteil (rund 51 %) im Bereich des überwiegend kurzfristigen Bedarfs umgesetzt. Der überwiegend langfristige Bedarf spielt aufgrund eines großflächigen Anbieters eine nicht zu vernachlässigende Rolle, so dass mehr als ein Drittel des Umsatzes (34 %) vor allem in der Warengruppe Gartenmarktsortimente generiert werden. Jener (Dehner Garten-Center, Eppelheimer Straße) befindet sich am Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund), welcher die Einzelhandelsagglomeration in Pfaffengrund darstellt.

**Tabelle 50: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Pfaffengrund**

<b>Standortbereiche</b>	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	-
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	18.050 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	6.250 m <sup>2</sup> (34,6 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	6
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	2,3 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)

**Verkaufsfläche nach Bedarf****Tabelle 51: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Pfaffengrund**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	17	6.250	28,4
Blumen (Indoor) / Zoo	2	1.900	4,0
Gesundheit und Körperpflege	3	850	4,6
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3	350	1,4
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>25</b>	<b>9.300</b>	<b>38,3</b>
Bekleidung	4	1.300	3,0
Schuhe / Lederwaren	1	600	2,0
GPK** / Haushaltswaren	-	350	< 1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	100	< 1
Sport und Freizeit	2	300	< 1
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>7</b>	<b>2.650</b>	<b>7,0</b>
Wohneinrichtung	-	700	1,2
Möbel	-	< 100	< 1
Elektro / Leuchten	-	< 100	< 1
Elektronik / Multimedia	-	< 100	< 1
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	< 100	< 1
Baumarktsortimente	3	1.000	1,4
Gartenmarktsortimente	1	4.100	3,0
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>4</b>	<b>6.050</b>	<b>6,8</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>36</b>	<b>18.050</b>	<b>52,0</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Die warengruppenspezifische Verkaufsflächenverteilung im Stadtteil Pfaffengrund weist kein breites Angebot auf und wird maßgeblich durch den Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) geprägt. Finden sich im überwiegend kurzfristigen Bereich in jeder Warengruppe mehrere Kernanbieter wieder, sind im überwiegend mittelfristigen Bedarf die Warengruppen GPK / Haushaltswaren und Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung lediglich durch Randsortimente versorgt. Im überwiegend langfristigen Bedarf sind außer Baumarktsortimente und Gartenmarktsortimente keine Warengruppen durch Kernanbieter vertreten. Besonders stechen die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (17 Kernanbieter mit rund 6.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie Gartenmarktsortimente (1 Kernanbieter mit rund 4.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) hervor. Jene stellen mit rund 10.350 m<sup>2</sup> deutlich über die Hälfte der Pfaffengrunder Verkaufsfläche dar. Von den 17 Kernanbietern der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel werden 6 durch Lebensmittelhandwerksbetriebe dargestellt.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Pfaffengrund

Das Netz der Nah- und Grundversorgung wird im Stadtteil Pfaffengrund durch einen kleinflächigen Discounter sowie ein großflächiges SB-Warenhaus gekennzeichnet. Der Lebensmitteldiscounter Netto, Kranichweg liegt im ehemaligen zentralen Bereich Kranichweg (NVG 2012) und sichert die fußläufige Nahversorgung in dem Stadtteil. Nichtsdestotrotz sind einige Bereiche des Stadtteils räumlich unterversorgt, da der andere strukturprägende Lebensmittelanbieter (Kaufland, Eppelheimer Straße) sich am Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) und somit in einer städtebaulich nicht-integrierten Lage im nördlichen Abschnitt des Pfaffengrundes befindet. Entsprechend seiner Lage leistet der Gesamtstandort einen geringen Beitrag zur Nahversorgung in dem Stadtteil und wirkt einschränkend auf die Entwicklung und Neuansiedlungen im Siedlungskern des Stadtteils aus.

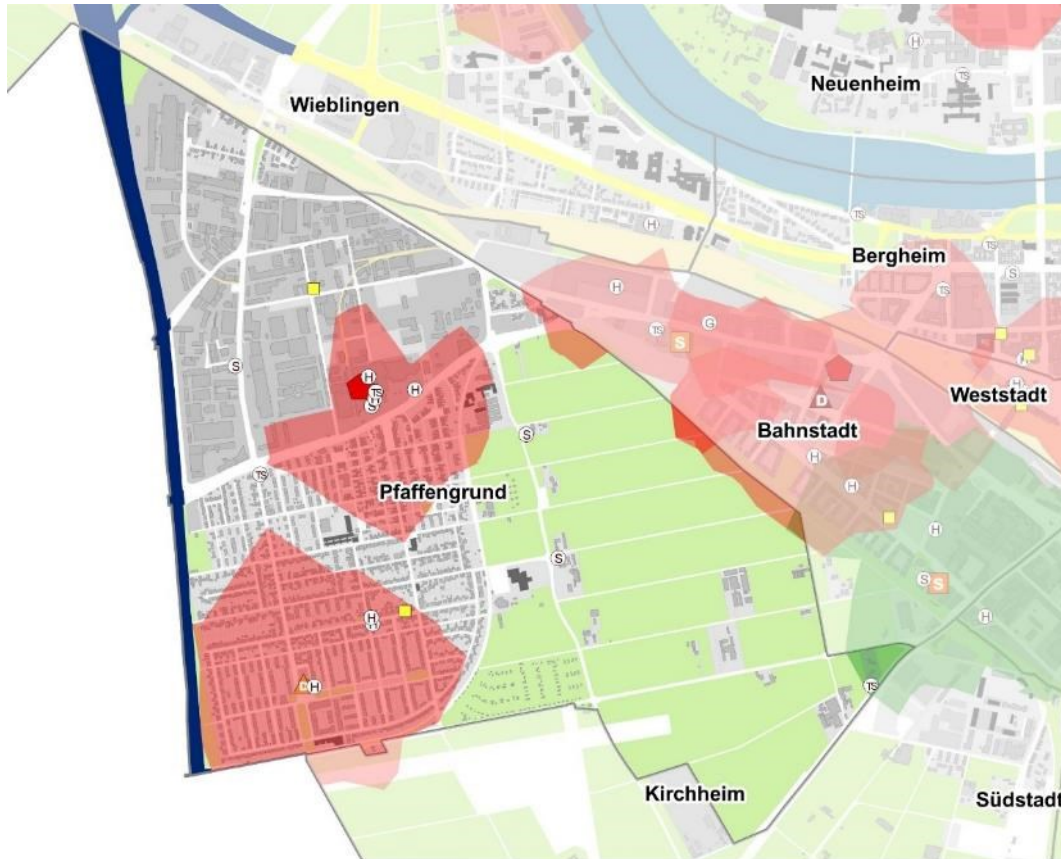
**Tabelle 52: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Pfaffengrund**

<b>Einwohner</b>	<b>7.802</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>49,8 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	19,0 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	3,4 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>36</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	17
davon Gesundheit und Körperpflege	3
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>18.050 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	6.250 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	850 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>2,3 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,80 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,11 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>52,1 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	28,4 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	4,6 Mio. Euro
Wochenmarkt	Freitag Kranichplatz

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (17 Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 6.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (drei Kernsortimentsanbieter) rund 850 m<sup>2</sup>. Insbesondere die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,80 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weist auf eine sehr gute quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten im Stadtteil hin.

**Karte 39: Grundversorgungssituation im Stadtteil Pfaffengrund**



**Nahversorgung**

- ▬ SB-Warenhaus (ab 5.000 m<sup>2</sup>)
- S Supermarkt (400 - 800 m<sup>2</sup>)
- A Lebensmitteldiscounter (> 800 m<sup>2</sup>)
- A Lebensmitteldiscounter (bis 800 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelladen inkl. Hoffladen (< 200 m<sup>2</sup>)

- G Getränkemarkt
- H Lebensmittelhandwerk
- TS Kiosk / Tankstellenshop
- S Sonstiger Lebensmittelanbieter

**Fußläufige Erreichbarkeit**

- Isodistanz (600 m)**
- Lebensmittelmarkt
  - Bio-Lebensmittelmarkt

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

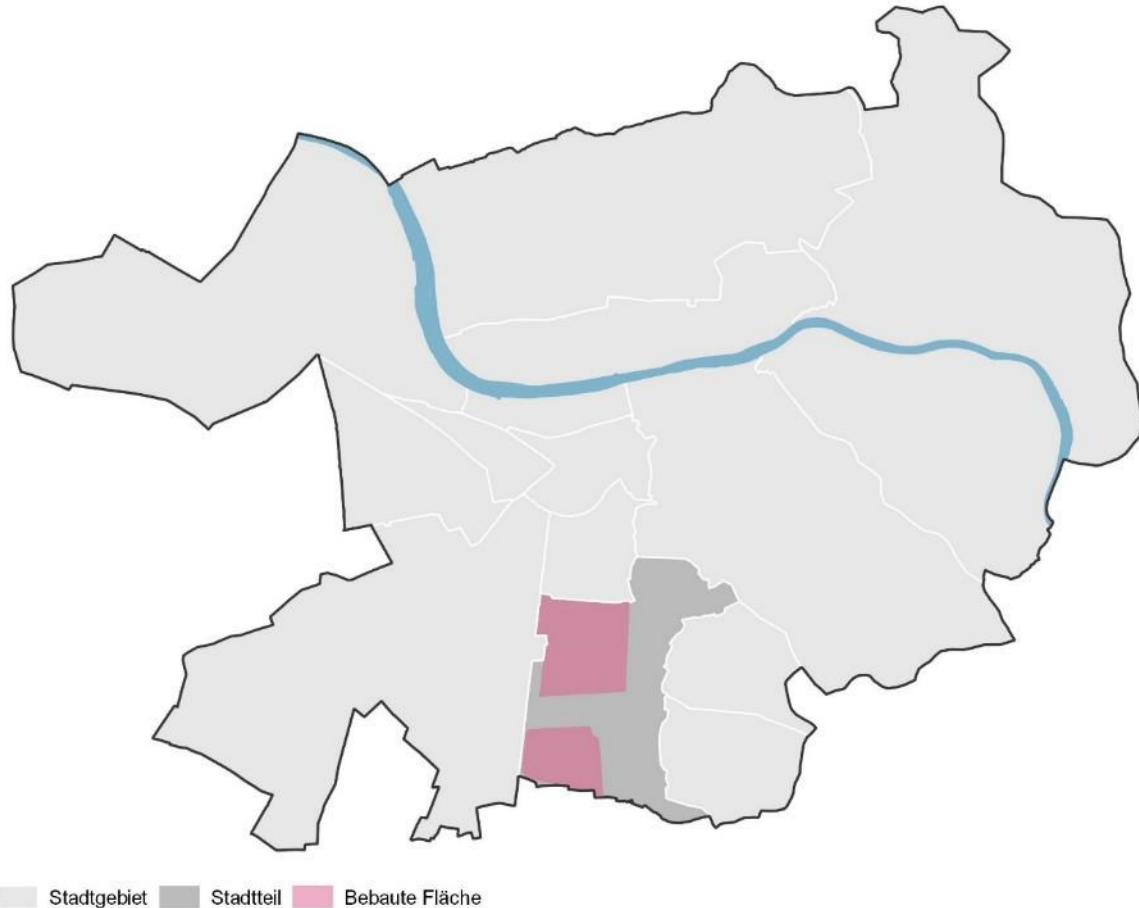
**Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zum Stadtteil Pfaffengrund**

- Schaffung eines positiven Einkaufserlebnisses durch die Einzelhändler
- Schaffung von verkehrsberuhigten Zonen

## A1.10 Stadtteilprofil: Rohrbach

Der Stadtteil Rohrbach liegt im südlichen Heidelberger Stadtgebiet. Seine Gesamtfläche beträgt 639,3 ha, davon 305,8 ha bebaute Fläche.

**Karte 40: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Der Stadtteil Rohrbach zählt mit rund 16.650 Einwohner zu den einwohnerstärksten Stadtteilen im Heidelberger Stadtgebiet. Vor dem Hintergrund, dass die bebaute Fläche Rohrbachs die drittgrößte unter den Heidelberger Stadtteilen ist, leben circa 54 Einwohner / ha bebaute Fläche in dem Stadtteil. In den kommenden 15 Jahren soll die Einwohnerzahl mit circa 1.800 Einwohnern um rund 11 % deutlich zunehmen. Der Osten des Stadtteils wird durch begrünte Hänge charakterisiert, welche teilweise zum Weinbau genutzt werden. Im Süden befindet sich eine große Fachmarkttagglomeration am Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd sowie Gewerbegebiete, so dass allen voran der Nordosten den Siedlungsschwerpunkt darstellt. Inmitten des Siedlungsgebietes befindet sich das Rohrbacher Zentrum als wichtigstes städtebauliches Zentrum. Die übrigen Flächen werden ansonsten landwirtschaftlich genutzt. Zudem wird Rohrbach von der Bundesstraße B 3 durchzogen. Die übrigen soziodemographischen Kenndaten weichen, wenn überhaupt, nur geringfügig von den gesamtstädtischen Werten ab.

**Tabelle 53: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Rohrbach (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	16.652 (2012: 16.208)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 1.777 (+ 10,7 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	17,4 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	14,5 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)



---

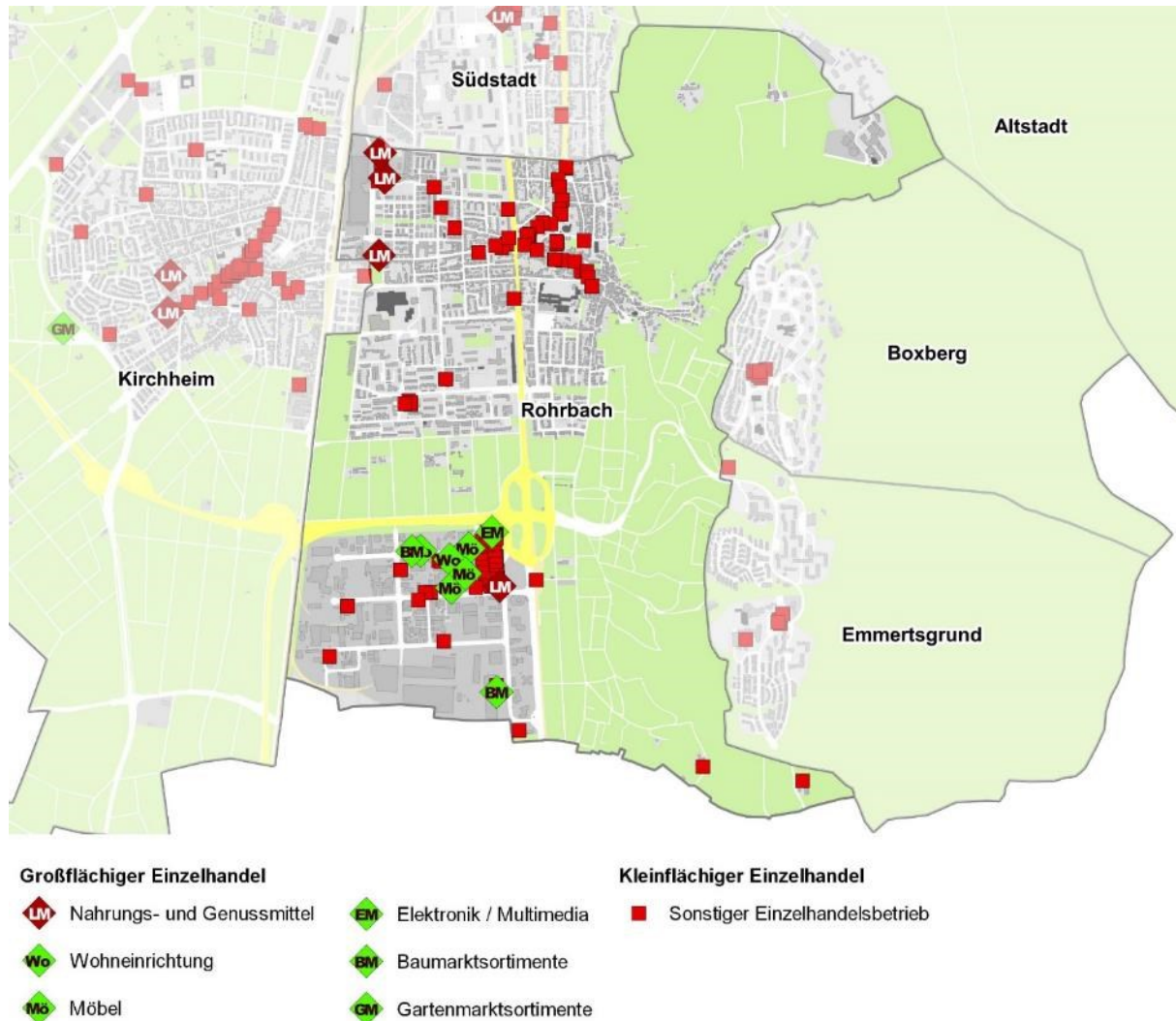
**Arbeitslosenquote** 3,7 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)
 

---

**Einwohnerdichte** 54,4 Einwohner / ha bebaute Fläche
 

---

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

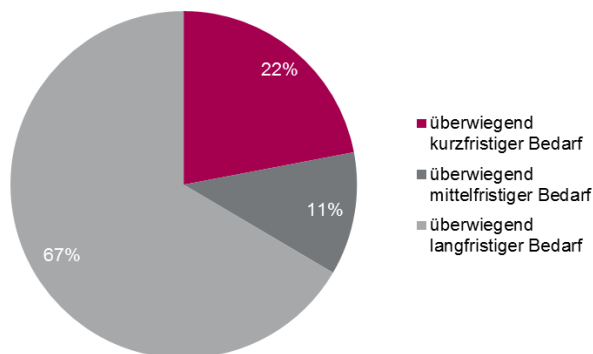
**Karte 41: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Rohrbach**


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

Im Zusammenhang mit der Fachmarkttagglomeration am Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd weist der Stadtteil eine quantitativ bedeutende einzelhandelsspezifische Rolle auf, welche über die Stadtgrenzen hinaus reicht. Insgesamt vereint Rohrbach rund 71.650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (rund 24 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche), was folglich den flächenmäßig wichtigsten Standort im gesamten Heidelberger Stadtbild darstellt. Dementsprechend ist die Verkaufsfläche mit rund 4,3 m<sup>2</sup> / Einwohner weit über dem Heidelberger Durchschnitt von circa 2,1 m<sup>2</sup> / Einwohner einzuordnen. Der gesamtstädtische Umsatzanteil, welcher mit rund 184,3 Mio. Euro bei rund 19 % liegt und somit beinahe ein Fünftel des Heidelberger Umsatzes ausmacht, ist entsprechend groß. Strukturprägend für Rohrbach sind dabei die Anzahl an großflächigen Betrieben, welche insbesondere den überwiegend langfristigen Bedarfsbereich bedienen, so dass in diesen Warengruppen der Rohrbacher Angebotsschwerpunkt zu finden ist. Nahrungs- und Genussmittel spielen im Vergleich zu anderen Stadtteilen mit rund 16 % der Rohrbacher Verkaufsfläche eine untergeordnete Rolle. Insgesamt sind im Stadtteil 12 Lebensmittelhandwerksbetriebe vorzufinden.

**Tabelle 54: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Rohrbach**

<b>Standortbereiche</b>	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	Perspektivisches Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	71.650 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	11.250 m <sup>2</sup> (15,7 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	12
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	4,3 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)
<b>Verkaufsfläche nach Bedarf</b>	

**Tabelle 55: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Rohrbach**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	32	11.250	55,2
Blumen (Indoor) / Zoo	3	1.300	2,4
Gesundheit und Körperpflege	9	2.450	15,3
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	5	700	3,3
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>49</b>	<b>15.700</b>	<b>76,1</b>
Bekleidung	11	3.100	7,4
Schuhe / Lederwaren	2	1.050	3,5
GPK** / Haushaltswaren	1	2.400	5,3
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	1	400	1,4
Sport und Freizeit	5	1.250	3,7
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>20</b>	<b>8.200</b>	<b>21,3</b>
Wohneinrichtung	6	6.250	10,5
Möbel	5	25.650	27,8
Elektro / Leuchten	1	2.400	11,5
Elektronik / Multimedia	5	2.350	21,7
Medizinische und orthopädische Artikel	5	250	2,0
Uhren / Schmuck	2	200	1,4
Baumarktsortimente	6	7.900	10,4
Gartenmarktsortimente	1	2.550	2,1
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>31</b>	<b>47.500</b>	<b>87,4</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>100</b>	<b>71.650</b>	<b>184,8</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Vor dem Hintergrund der warengruppenspezifischen Verkaufsflächenverteilung deckt Rohrbach ein breites Angebotsspektrum ab. Es werden alle Warengruppen von Kernsortimentsanbietern angeboten. Aufgrund des Sonderstandortbereiches Rohrbach-Süd liegt das Hauptaugenmerk bei der Verkaufsfläche typischerweise auf der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe, welche über zwei Drittel der Verkaufsfläche Rohrbachs für sich beanspruchen kann. Dabei sticht insbesondere die Warengruppe Möbel mit fünf Kernsortimentsanbietern und rund 25.650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche hervor. Eine ebenfalls besondere Rolle nehmen die 32 Betriebe der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ein, wovon 12 Betriebe dem Lebensmittelhandwerk zuzuschreiben sind. Jene vereinen insgesamt rund 11.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Erwähnenswert sind zudem die elf Betriebe der Warengruppe Bekleidung.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Rohrbach

Das Nah- und Grundversorgungsnetz in Rohrbach umfasst beinahe flächendeckend die besiedelten Bereiche. Räumlich unterversorgt ist der südöstliche Teil Rohrbachs. Die Grundversorgungssituation umfasst ein vielfältiges Angebot von Betriebstypen. Allen voran der Nordwesten profitiert dabei von einem überdurchschnittlichen Angebot von drei großflächigen Lebensmittelanbietern (Aldi Süd, Felix-Wankel-Straße; Rewe Center, Felix-Wankel-Straße; Lidl, Heinrich-Fuchs-Straße). Durch die Fachmarkttagglomeration am Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd hat der größte Lebensmittelanbieter (Kaufland, Hertzstraße) jedoch eine städtebaulich nicht-integrierte Lage vorzuweisen und ist lediglich für mobile Kundschaft attraktiv. In den beiden ehemaligen zentralen Bereichen (NVG 2012) Rohrbach und Freiburger Straße ist jeweils ein kleinflächiger Lebensmitteldiscounter angesiedelt (Penny, Rathausstraße; Netto, Freiburger Straße).

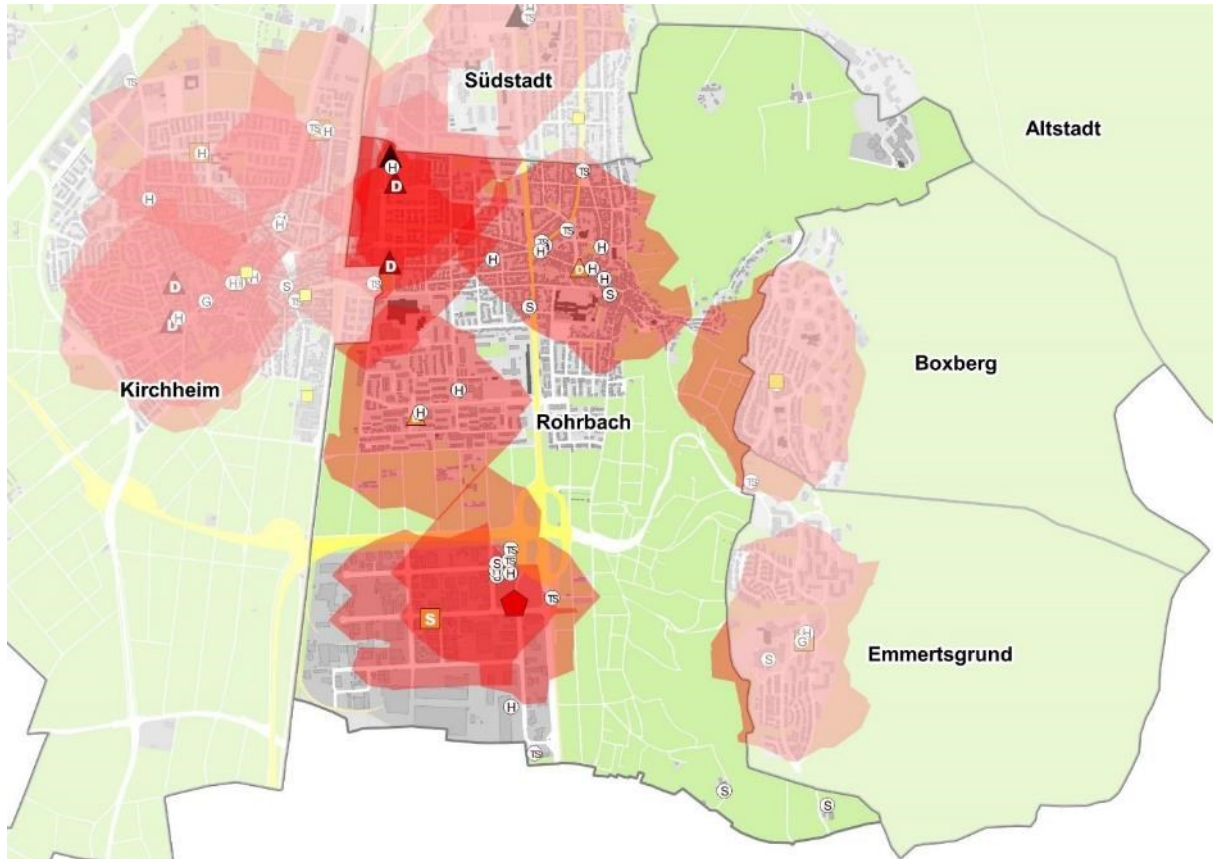
**Tabelle 56: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Rohrbach**

<b>Einwohner</b>	<b>16.652</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>106,2 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	40,7 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	7,2 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>100</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	32
davon Gesundheit und Körperpflege	9
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>71.650 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	11.250 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	2.450 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>4,3 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,68 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,15 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>184,8 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	55,2 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	15,3 Mio. Euro
Wochenmarkt	Samstag Rathausstraße

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (32 Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 11.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (neun Kernsortimentsanbieter) rund 2.450 m<sup>2</sup>. Insbesondere die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,68 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weist auf eine sehr gute quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten im Stadtteil hin.

**Karte 42: Grundversorgungssituation im Stadtteil Rohrbach**



**Nahversorgung**

- ◆ SB-Warenhaus (ab 5.000 m<sup>2</sup>)
- ▲ Verbrauchermärkte (1.500 - 4.999 m<sup>2</sup>)
- Supermarkt (400 - 800 m<sup>2</sup>)
- ▲ Lebensmitteldiscounter (> 800 m<sup>2</sup>)
- ▲ Lebensmitteldiscounter (bis 800 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelmarkt (200 - 399 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelladen inkl. Hofladen (< 200 m<sup>2</sup>)
- Getränkemarkt
- Lebensmittelhandwerk
- Kiosk / Tankstellenshop
- Sonstiger Lebensmittelanbieter

**Fußläufige Erreichbarkeit**

- Isodistanz (600 m)**
- Lebensmittelmarkt

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

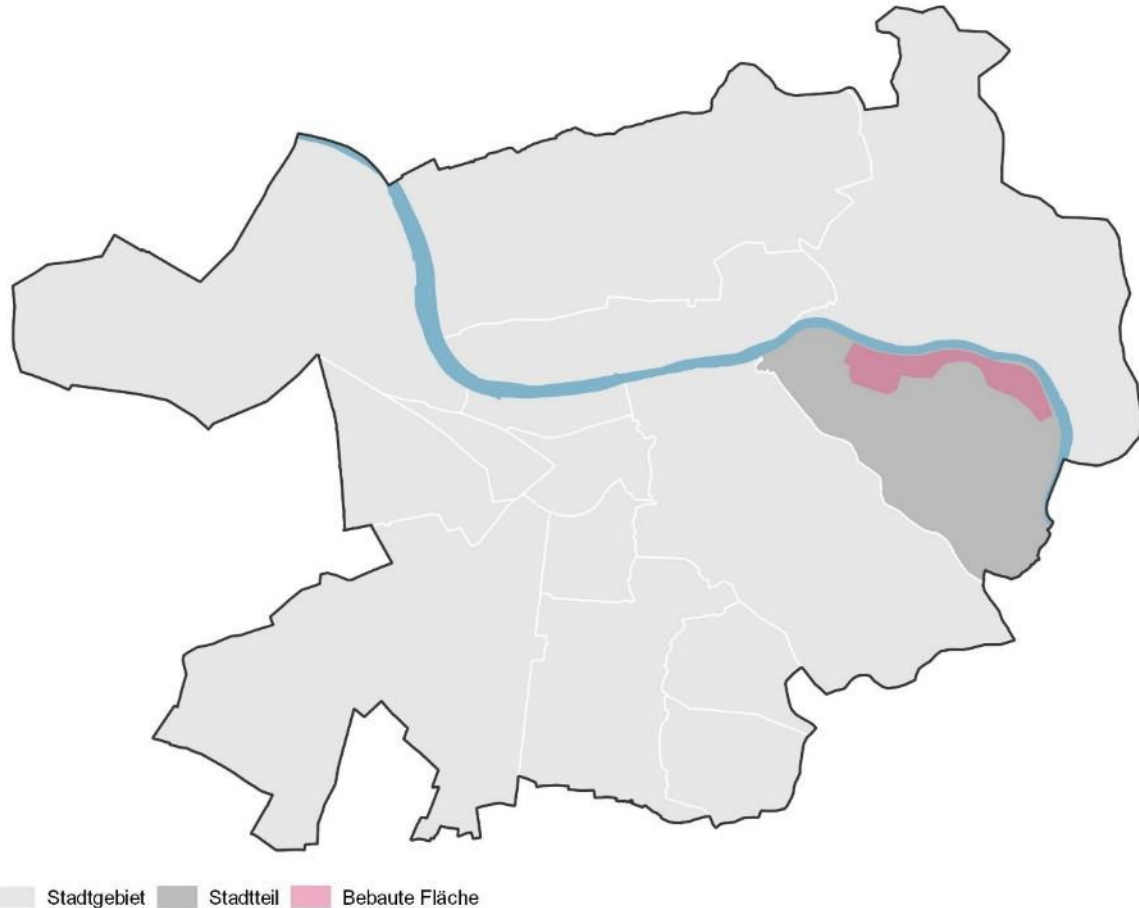
**Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zum Stadtteil Rohrbach**

- Im Hasenleiser fehlen eine öffentliche Begegnungsfläche und ein Wochenmarkt
- Biergarten und Biomarkt fehlen
- Steigerung der Attraktivität beim Einkaufen durch begleitende Events
- Barrierefreier Zugang von Läden und Ausbau von Lieferdiensten
- Steigerung der Aufenthaltsqualität und der Attraktivität der öffentlichen Räume und Plätze durch zum Beispiel Sitzgelegenheiten und mehr Grün, Pflanzkübel, Bäume
- Weitere Verkehrsberuhigung von Straßen, neue Ansätze zur Schaffung von Parkraum für Pkw und mehr Fahrradabstellplätze, mietbare Lastenräder

## A1.11 Stadtteilprofil: Schlierbach

Der Stadtteil Schlierbach liegt im östlichen Heidelberger Stadtgebiet. Seine Gesamtfläche beträgt 906,3 ha, davon 133 ha bebaute Fläche.

**Karte 43: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Im Heidelberger Stadtteil Schlierbach leben rund 3.250 Einwohner, welche sich auf 24 Einwohner / ha bebaute Fläche verteilen. Damit stellt Schlierbach den Stadtteil mit den wenigsten Einwohnern aller Heidelberger Stadtteile dar. In der Bevölkerungsprognose bis 2035 wird Schlierbach ein geringfügiger Zuwachs von 87 Einwohnern (+ 2,7 %) vorausgesagt. Die weiteren soziodemographischen Daten liegen in etwa gleichauf mit den gesamtstädtischen Werten. Lediglich der Anteil an den Einwohnern bis unter 18 Jahren ist geringfügig größer. Der Siedlungsschwerpunkt konzentriert sich auf die Bereiche entlang des Neckars und ist von einer aufgelockerten Struktur gekennzeichnet. Darüber hinaus charakterisieren ansonsten die bewaldeten Hänge des Königstuhls den Großteil des Stadtteils. Aufgrund der besonderen topografischen Gegebenheiten ergibt sich eine besondere Siedlungsstruktur entlang des Neckars.

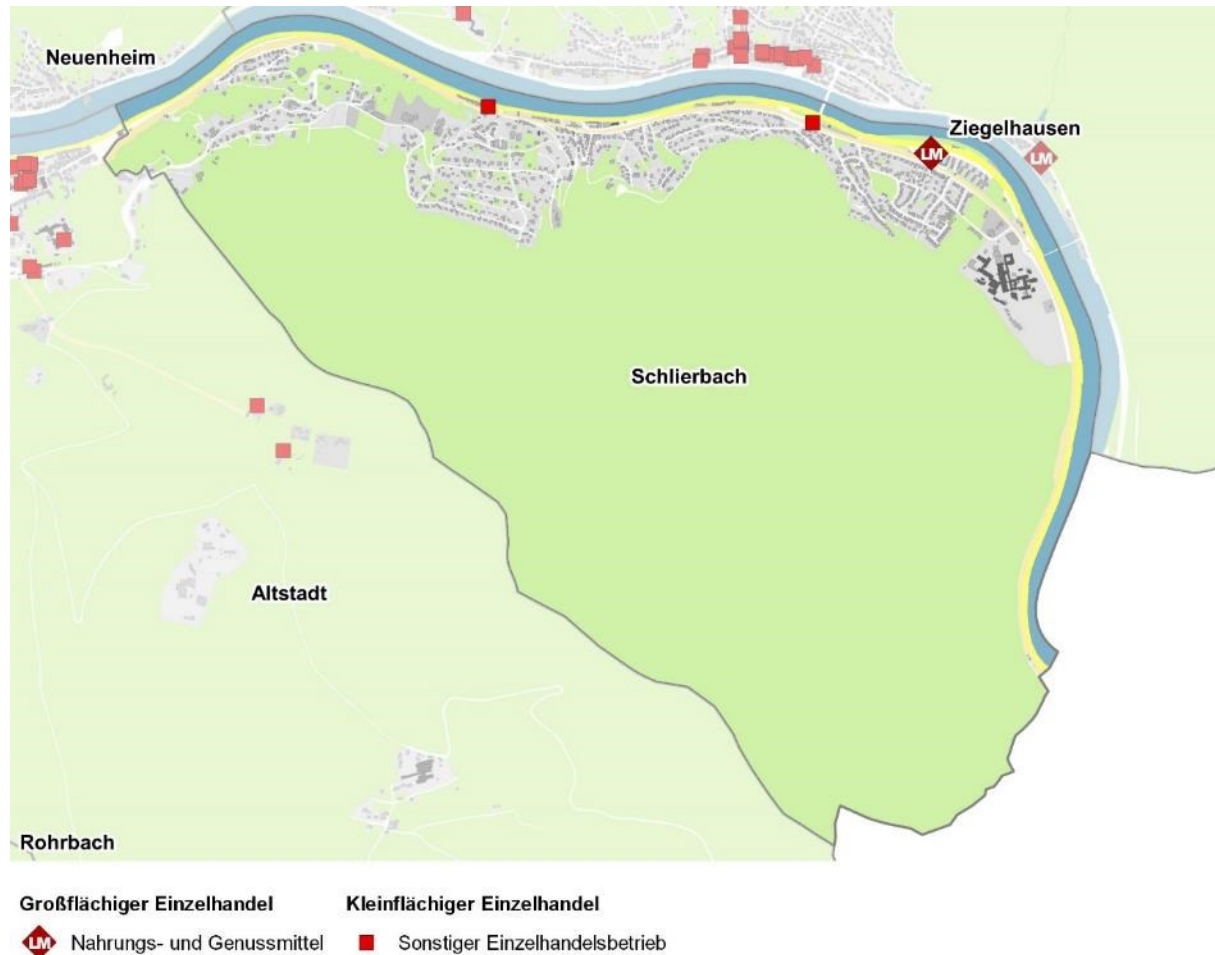
**Tabelle 57: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Schlierbach (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	3.243 (2012: 3.226)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 87 (+ 2,7 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	16,2 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	15,7 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)

<b>Arbeitslosenquote</b>	3,2 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)
<b>Einwohnerdichte</b>	24,4 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

**Karte 44: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Schlierbach**

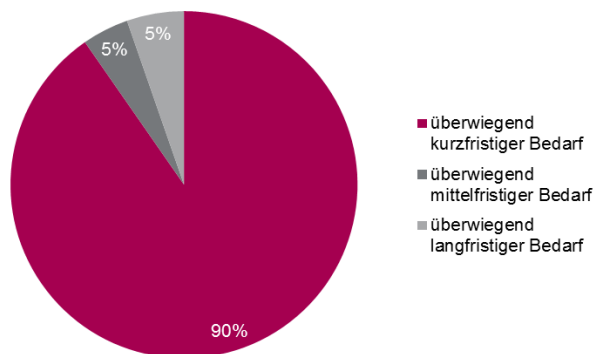


Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

In Schlierbach gibt es nur vier Einzelhandelsbetriebe mit rund 1.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, welche an der Hauptstraße entlang des Neckarufers vorzufinden sind. Dies entspricht nur knapp 1 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Dabei weist die überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe rund 90 % der Schlierbacher Verkaufsfläche auf. Resultierend aus der geringen Verkaufsfläche im Stadtteil werden in Schlierbach mit rund 7,7 Mio. Euro lediglich knapp 1 % des gesamtstädtischen Umsatzes erwirtschaftet. Damit spielt Schlierbach als Einzelhandelsstandort eine untergeordnete Rolle.

**Tabelle 58: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Schlierbach**

<b>Standortbereiche</b>	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	-
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	1.900 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	1.500 m <sup>2</sup> (78,9 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	1
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	0,6 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)

**Verkaufsfläche nach Bedarf****Tabelle 59: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Schlierbach**

<b>Warengruppe</b>	<b>Anzahl der Betriebe</b>	<b>Verkaufsfläche m<sup>2</sup></b>	<b>Umsatz in Mio. Euro</b>
Nahrungs- und Genussmittel	2	1.500	6,5
Blumen (Indoor) / Zoo	-	< 100	< 1
Gesundheit und Körperpflege	-	150	< 1
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	< 100	< 1
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>2</b>	<b>1.750</b>	<b>7,2</b>
Bekleidung	-	< 100	< 1
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK** / Haushaltswaren	-	< 100	< 1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	-	-
Sport und Freizeit	-	-	-
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>&lt; 100</b>	<b>&lt; 1</b>
Wohneinrichtung	1	< 100	< 1
Möbel	-	< 100	< 1
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	1	< 100	< 1
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-	-
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>&lt; 1</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>4</b>	<b>1.900</b>	<b>7,7</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

In Schlierbach werden lediglich die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Wohneinrichtung sowie Elektronik / Multimedia durch Kernsortimentsanbieter abgedeckt. Dabei ist jedoch zu beachten, dass es sich bis auf einen Anbieter der Nahrungs- und Genussmittel um kleinflächige Einzelhandelsbetriebe handelt (deutlich unter 100 m<sup>2</sup> beziehungsweise rund 120 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Das Hauptaugenmerk der Angebotsstruktur liegt unumstritten auf der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe. Folglich vereint der großflächige Supermarkt Rewe rund 90 % der Schlierbacher Verkaufsfläche auf sich. Auf jenen geht auch ein Großteil der Verkaufsflächen zurück, welche den Randsortimenten zugeordnet werden können.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Schlierbach

Die Grundversorgung in Schlierbach wird derzeit nur durch den strukturprägenden Verbrauchermarkt Rewe, Am grünen Hag sichergestellt. Jener ist im Nordosten des Stadtteils in städtebaulich nicht-integrierter Lage verortet und versorgt auch aufgrund der besonderen Siedlungsstruktur des Stadtteils nur einen geringen Teil der Bevölkerung fußläufig. Aufgrund der aufgelockerten, sich am Lauf des Neckars orientierenden Siedlungsstruktur sind sowohl der nördliche als auch der nordwestliche Bereich Schlierbachs räumlich unterversorgt. Vor dem Hintergrund der Brückenverbindung profitiert Schlierbach folglich auch nicht von dem Ziegelhäuser Nahversorgungsnetz. Zudem befindet sich der einzige Schlierbacher Lebensmittelhandwerksbetrieb ebenfalls am Standort Am grünen Hag, so dass die Nahversorgung in Schlierbach vom bereits beschriebenen Einzelhandelsstandort im Nordosten abhängig ist.

**Tabelle 60: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Schlierbach**

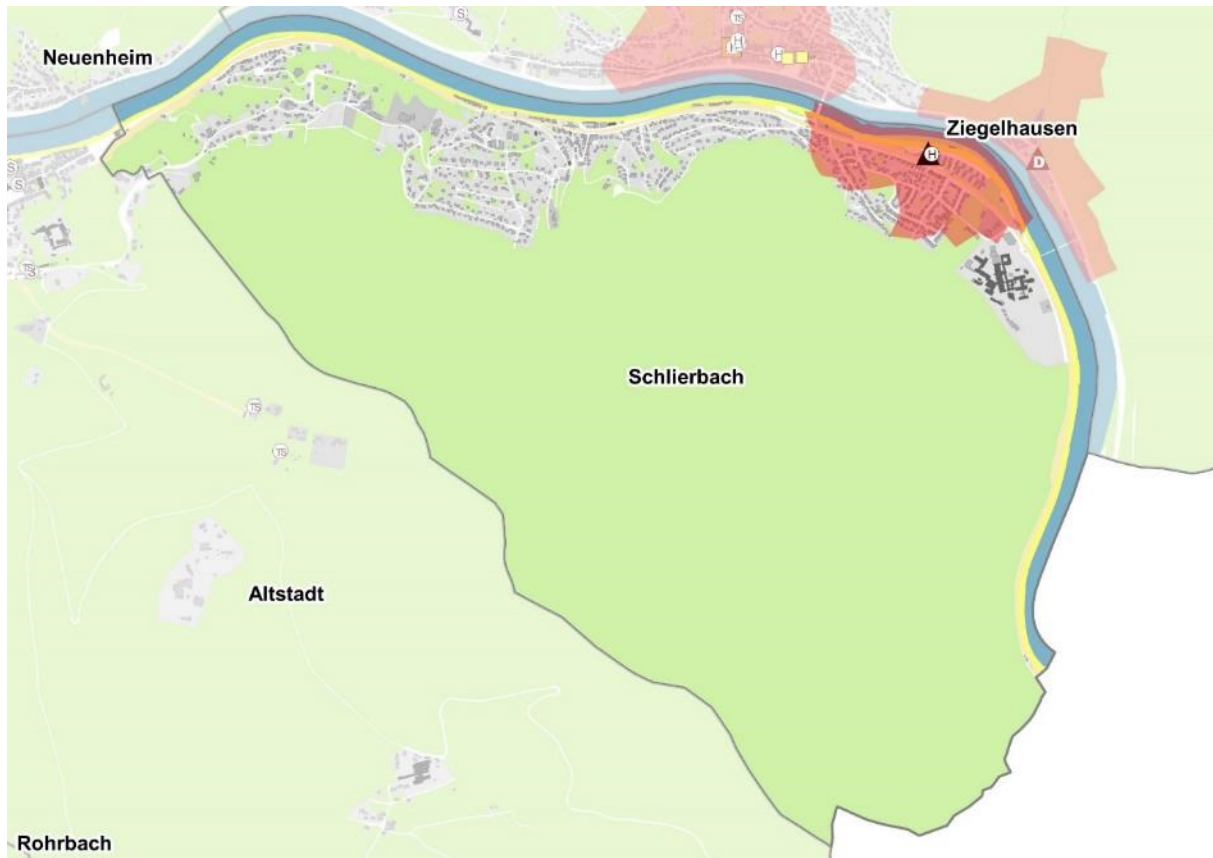
<b>Einwohner</b>	<b>3.243</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>20,7 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	7,9 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	1,4 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>4</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	2
davon Gesundheit und Körperpflege	-
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>1.900 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	1.500 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	150 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>0,6 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,46 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,05 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>7,7 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	6,5 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	0,5 Mio. Euro
Wochenmarkt	-

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (zwei Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (keinen Kernsortimentsanbieter) rund 150 m<sup>2</sup>. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,46 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weist auf eine überdurchschnittliche quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten im Stadtteil hin.



**Karte 45: Grundversorgungssituation im Stadtteil Schlierbach**



**Nahversorgung**

- ▲ Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m<sup>2</sup>)
- Supermarkt (400 - 800 m<sup>2</sup>)
- ▲ Lebensmitteldiscounter (> 800 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelladen inkl. Hofladen (< 200 m<sup>2</sup>)
- Ⓜ Lebensmittelhandwerk
- Ⓜ Kiosk / Tankstellenshop
- Ⓜ Sonstiger Lebensmittelanbieter

**Fußläufige Erreichbarkeit**

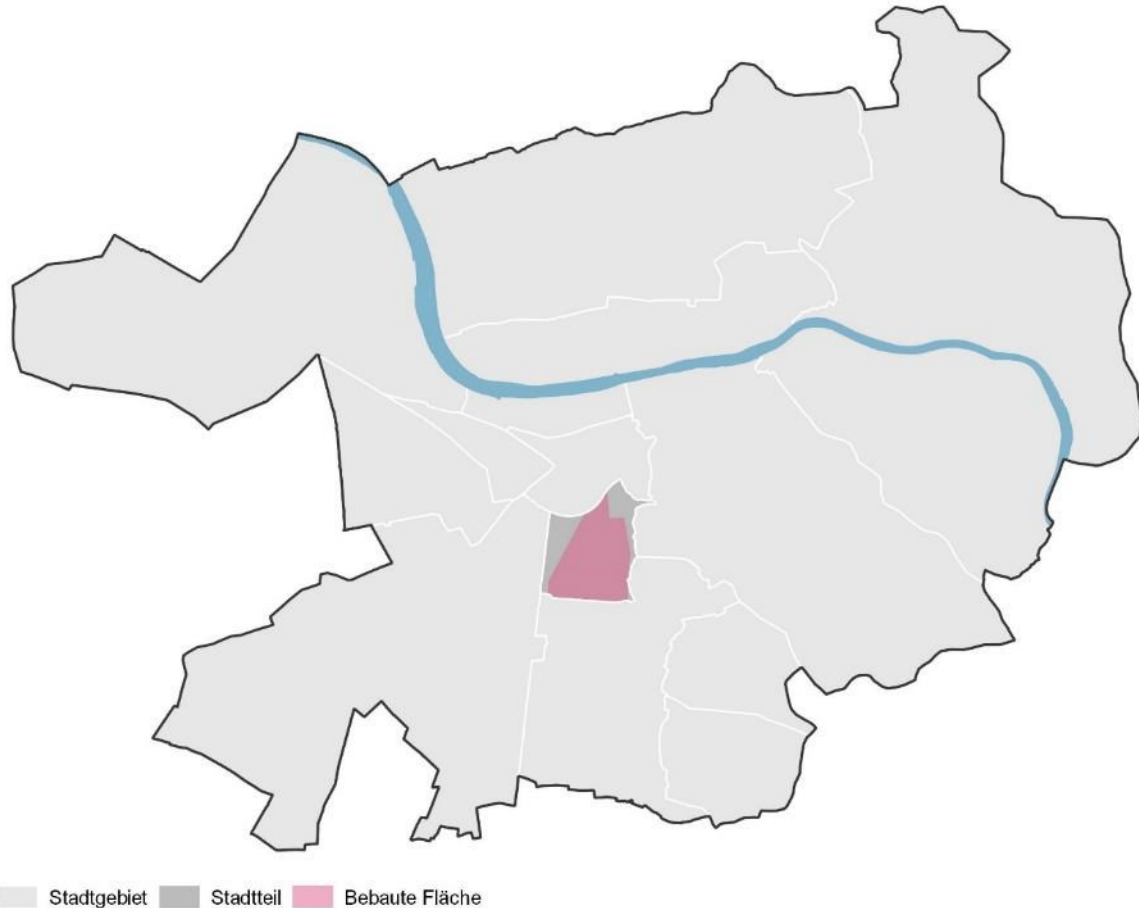
- Isodistanz (600 m)
- Lebensmittelmart

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

## A1.12 Stadtteilprofil: Südstadt

Der Stadtteil Südstadt liegt zentral südlich im Heidelberger Stadtgebiet. Seine Gesamtfläche beträgt 172,6 ha, davon 118,7 ha bebaute Fläche.

**Karte 46: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Mit rund 4.900 Einwohnern stellt die Südstadt einen der bevölkerungsärmeren Stadtteile in Heidelberg dar. Die Einwohnerdichte beträgt gut 41 Einwohner / ha bebaute Fläche. Es gilt zu beachten, dass laut der Bevölkerungsprognose bis 2035 die Einwohnerzahl in der Südstadt deutlich zunehmen wird. Dabei ist ein Bevölkerungszuwachs von rund 55 % prognostiziert, was in etwa 2.700 Einwohner entspricht. Darüber hinaus leben in der Südstadt im Vergleich zum Gesamtwert Heidelbergs etwas mehr junge Menschen bis unter 18 Jahren sowie weniger ältere Menschen ab 65 Jahren. Die Arbeitslosenquote ist überdurchschnittlich niedrig und liegt bei 3,4 %. Der Siedlungsschwerpunkt konzentriert sich im flächendeckend bebauten Stadtteil entlang der von Norden nach Süden verlaufenden Rohrbacher beziehungsweise Karlsruher Straße. Der westliche Bereich der Südstadt ist durch Industrie- beziehungsweise Gewerbeflächen und einer größeren Kleingartenanlage charakterisiert. Im Osten befinden sich bewaldete Hänge des Königstuhls.

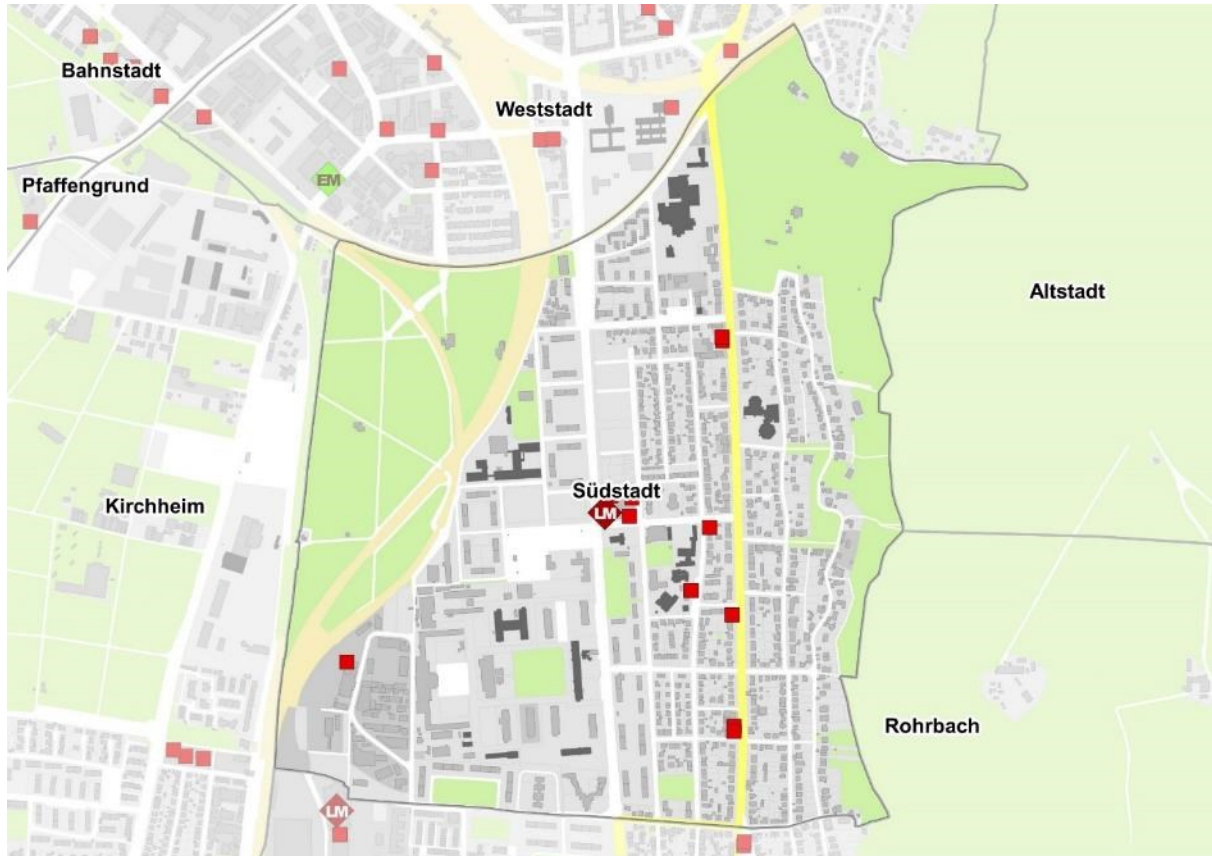
**Tabelle 61: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Südstadt (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	4.886 (2012: 4.194)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 2.708 (+ 55,4 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	14,1 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	15,5 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)

<b>Arbeitslosenquote</b>	3,4 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)
<b>Einwohnerdichte</b>	41,1 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

**Karte 47: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Südstadt**



Großflächiger Einzelhandel		Kleinflächiger Einzelhandel	
	Nahrungs- und Genussmittel		Sonstiger Einzelhandelsbetrieb
	Elektronik / Multimedia		

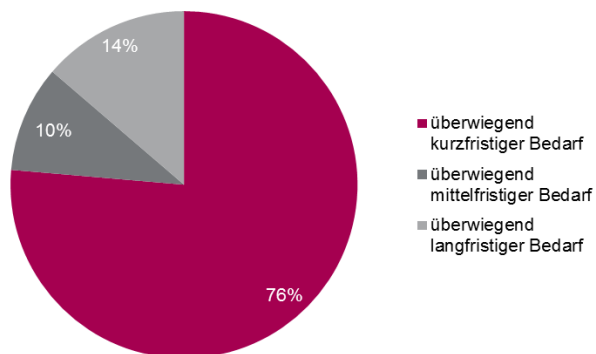
Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

In der Südstadt werden insgesamt rund 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vereint, was in etwa einem Prozent der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht. Vor diesem Hintergrund und wegen der Tatsache, dass in der Südstadt circa 1 % des Heidelberger Umsatzes erzielt wird, nimmt der Stadtteil keine überregional bedeutende Rolle als Einzelhandelsstandort ein.

Zudem liegt das Hauptaugenmerk der angebotenen Warengruppen mit einem Verkaufsflächenanteil von rund 76 % deutlich auf der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe. Dabei sind die Südstädter Einzelhandelsbetriebe zum Großteil entweder entlang der Hauptverkehrsstraße Rohrbacher beziehungsweise Karlsruher Straße oder aber am Standort Rheinstraße / Römerstraße zu verorten.

**Tabelle 62: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Südstadt**

<b>Standortbereiche</b>	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	-
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	3.050 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	1.650 m <sup>2</sup> (54,1 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	2
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	0,6 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)

**Verkaufsfläche nach Bedarf****Tabelle 63: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Südstadt**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	6	1.650	8,8
Blumen (Indoor) / Zoo	1	350	< 1
Gesundheit und Körperpflege	2	300	1,9
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	< 100	< 1
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>9</b>	<b>2.300</b>	<b>11,6</b>
Bekleidung	1	100	< 1
Schuhe / Lederwaren	-	< 100	< 1
GPK** / Haushaltswaren	-	< 100	< 1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	-	-
Sport und Freizeit	1	< 100	< 1
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2</b>	<b>300</b>	<b>&lt; 1</b>
Wohn Einrichtung	-	< 100	< 1
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	< 100	< 1
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	1	400	< 1
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>400</b>	<b>&lt; 1</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>12</b>	<b>3.050</b>	<b>12,8</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

In der Südstadt werden, neben einem Großteil aller Güter aus dem überwiegend kurzfristigen Bedarf, die meisten Warengruppen als Randsortimente angeboten. Das spiegelt sich auch in den Verkaufsflächenanteilen wider. Dem überwiegend kurzfristigen Bedarf kommen dabei rund 2.300 m<sup>2</sup> der insgesamt etwa 3.050 m<sup>2</sup> zu. Die überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe vereint 300 m<sup>2</sup>, die Warengruppen aus dem überwiegend langfristigen Bedarf weisen eine Verkaufsfläche von rund 400 m<sup>2</sup> auf. Die Betriebe lassen sich dabei wie folgt einordnen: So gibt es an Nahrungs- und Genussmitteln sechs Kernanbieter, wovon zwei den Lebensmittelhandwerksbetrieben zuzuordnen sind. Ansonsten gibt es lediglich in den Warengruppen der Blumen (Indoor) / Zoo, Gesundheit und Körperpflege, Bekleidung, Sport und Freizeit sowie den Gartenmarktsortimenten Kernanbieter, welche aufgrund ihrer Verkaufsflächen als kleinteilig strukturiert bezeichnet werden können. Die einzige Ausnahme bildet der Betrieb, welcher den Gartenmarktsortimenten zuzuordnen ist.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Südstadt

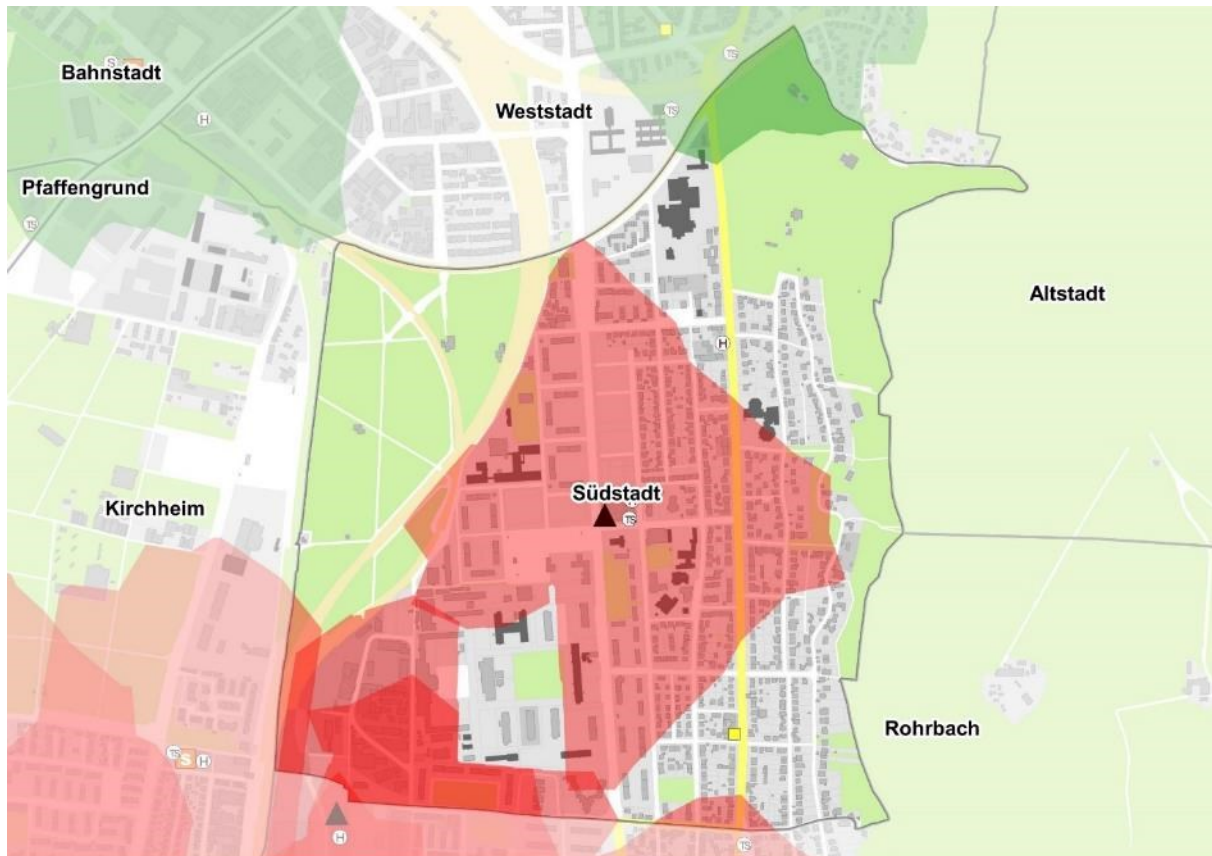
Das Nahversorgungsnetz der Südstadt wird allen voran durch den neuen strukturprägenden Verbrauchermarkt tegut an der Rheinstraße bestimmt. Jener weist durch seine städtebaulich integrierte Lage in mitten des Stadtteils eine gute fußläufige Erreichbarkeit auf. Nichtsdestotrotz bleiben Wohngebiete im Nordosten sowie Südosten der Südstadt im Hinblick auf strukturprägende Betriebe räumlich unterversorgt. Im Südosten gibt es lediglich einen kleinflächigen Lebensmittelmarkt (< 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Der südwestliche Bereich des Stadtteils profitiert hingegen von der grenznahen Lebensmittelversorgung im Stadtteil Rohrbach. Zudem sind die beiden Lebensmittelhandwerksbetriebe in unmittelbarer Nähe zum tegut-Markt angesiedelt, so dass jene für die unterversorgten Bereiche des Stadtteils keine ergänzende Versorgungsfunktion übernehmen. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Einwohnerzahl in den nächsten Jahren zunehmen wird, ist eine mögliche Ausweitung des Versorgungsangebotes denkbar.

**Tabelle 64: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Südstadt**

<b>Einwohner</b>	<b>4.886</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>31,2 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	11,9 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	2,1 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>12</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	6
davon Gesundheit und Körperpflege	2
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>3.050 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	1.650 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	300 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>0,6 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,34 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,06 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>12,8 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	8,8 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	1,9 Mio. Euro
Wochenmarkt	-

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (6 Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 1.650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (zwei Kernsortimentsanbieter) rund 300 m<sup>2</sup>. Vor allem die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,34 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weist dabei auf eine unterdurchschnittliche quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten im Stadtteil hin.

**Karte 48: Grundversorgungssituation im Stadtteil Südstadt****Nahversorgung**

- ▲ Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m<sup>2</sup>)
- Supermarkt (400 - 800 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelladen inkl. Hofladen (< 200 m<sup>2</sup>)

- Lebensmittelhandwerk
- Kiosk / Tankstellenshop
- Sonstiger Lebensmittelanbieter

**Fußläufige Erreichbarkeit****Isodistanz (600 m)**

- Lebensmittelmarkt
- Bio-Lebensmittelmarkt

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

**Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zum Stadtteil Südstadt**

- Angebote wie zum Beispiel ein Wochenmarkt, ein „Unverpackt-Laden“, ein Bastelgeschäft, ein Geschäft für Schulbedarf, Kleidung, Spielzeug oder ein Drogeriemarkt
- Römerstraße wird als Hindernis und sehr gefährlich für Kinder eingeschätzt
- Bessere Verbindung von Wohnen und Einkaufen

## A1.13 Stadtteilprofil: Weststadt

Der Stadtteil Weststadt liegt im Zentrum des Heidelberger Stadtgebiets. Seine Gesamtfläche beträgt 174,3 ha, davon 152,5 ha bebaute Fläche.

**Karte 49: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Im Stadtteil Weststadt leben rund 13.000 Einwohner. Die Weststadt weist mit rund 85 Einwohnern / ha bebaute Fläche die dritthöchste Einwohnerdichte im gesamten Heidelberger Stadtgebiet auf. Das lässt sich allen voran durch den hohen Anteil bebauter Flächen sowie der städtebaulichen Struktur, welche von mehrgeschossigen Gründerzeitbauten geprägt wird, begründen. Lediglich im äußersten Osten des Stadtteils sind begrünte Hänge vorzufinden, welche dem Königstuhl zuzuordnen sind. Trotz der hohen Einwohnerdichte wird für die Weststadt bis 2035 ein Bevölkerungsanstieg um bis zu knapp 8 % vorausgesagt, so dass rund 1.000 weitere Einwohner in der Weststadt leben werden. Überdies ist die niedrige Arbeitslosenquote, welche keine 3 % beträgt, sowie eine geringe Ausprägung an besonders alten beziehungsweise jungen Stadtteilbewohnern charakteristisch für den Heidelberger Stadtteil Weststadt. Als wichtige Verkehrsachse in die beziehungsweise aus der Innenstadt verläuft die Rohrbacher Straße im östlichen Bereich der Weststadt. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal des Stadtteils ist der Heidelberger Hauptbahnhof, welcher sich im Nordwesten der Weststadt befindet.

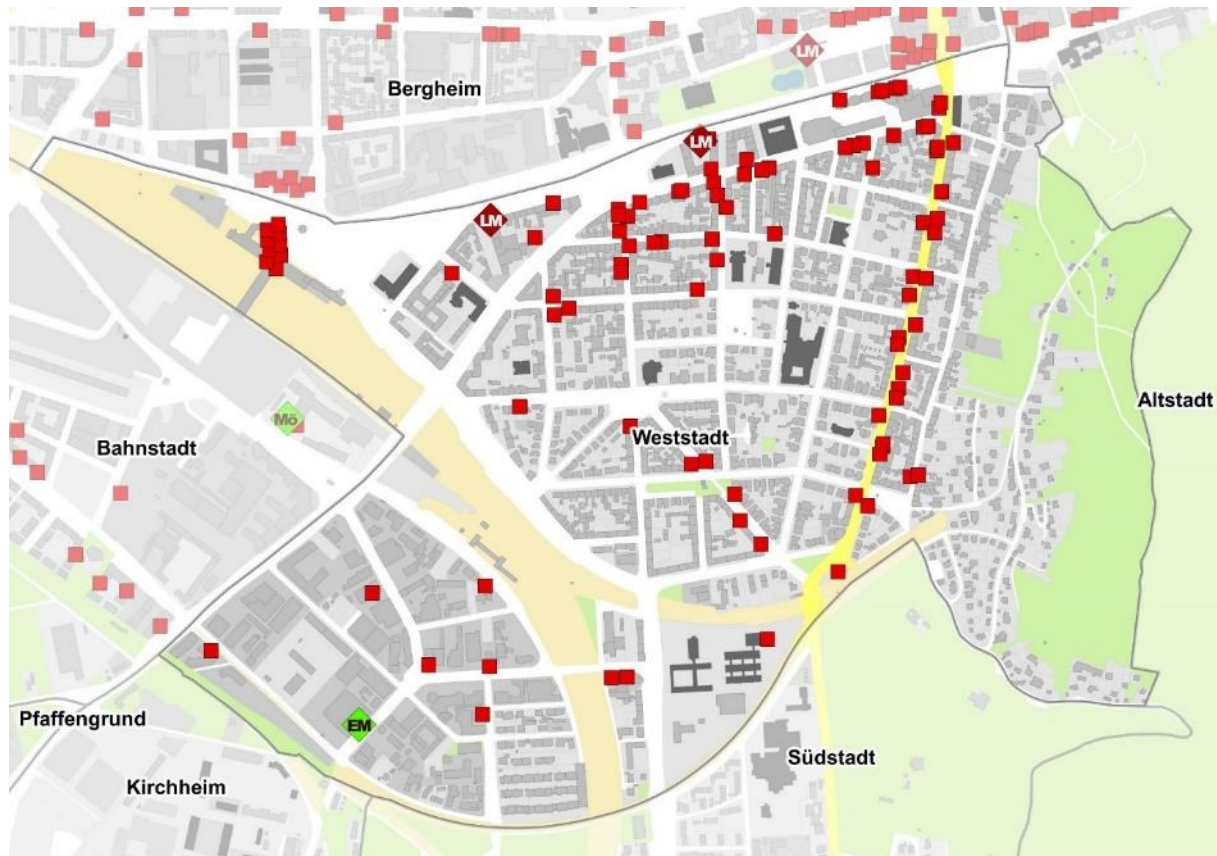
**Tabelle 65: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Weststadt (Stand 31. Dezember 2018)**



<b>Einwohner im Stadtteil</b>	13.037 (2012: 12.740)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 983 (+ 7,5 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	12,4 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)

<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	13,5 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)
<b>Arbeitslosenquote</b>	2,7 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)
<b>Einwohnerdichte</b>	85,1 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

**Karte 50: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Weststadt**



Großflächiger Einzelhandel		Kleinflächiger Einzelhandel	
	Nahrungs- und Genussmittel		Sonstiger Einzelhandelsbetrieb
	Möbel		
	Elektronik / Multimedia		

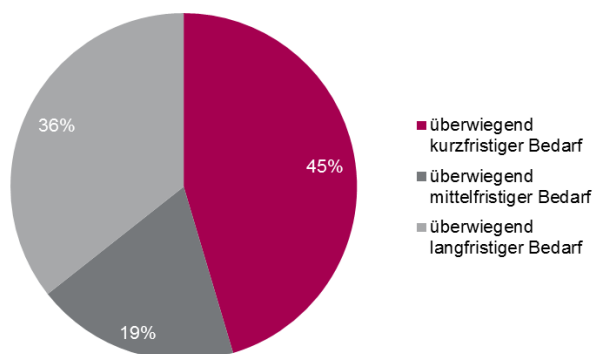
Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Die Weststadt hat mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 16.750 m<sup>2</sup> keine überregional bedeutende Rolle bezüglich der Heidelberger Einzelhandelslandschaft. Insgesamt werden rund 6 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche vereint und rund 8 % des Heidelberger Umsatzes in der Weststadt generiert. Die vorwiegend kleinteilige Angebotsstruktur, welche für die Weststadt typisch ist, weist ein vielseitiges Warengruppenangebot vor. Die Verteilung der Einzelhandelsstandorte konzentriert sich dabei besonders auf den Hauptbahnhof, die Bahnhofstraße sowie die Rohrbacher Straße. Das Hauptaugenmerk liegt in der Verteilung mit rund 45 % der Verkaufsflächen auf den Waren der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe. Zusätzlich nehmen die Warengruppen aus dem überwiegend langfristigen Bedarf mit rund 36 % der Verkaufsfläche in der Weststadt eine wichtige Rolle ein.



**Tabelle 66: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Weststadt**

Standortbereiche	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	Hauptgeschäftszentrum Innenstadt
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	16.750 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	5.850 m <sup>2</sup> (34,9 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	10
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	1,3 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)
<b>Verkaufsfläche nach Bedarf</b>	

**Tabelle 67: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Weststadt**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	36	5.850	26,9
Blumen (Indoor) / Zoo	3	200	< 1
Gesundheit und Körperpflege	6	1.000	5,8
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	5	600	2,3
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>50</b>	<b>7.600</b>	<b>35,4</b>
Bekleidung	5	400	1,1
Schuhe / Lederwaren	4	250	< 1
GPK** / Haushaltswaren	2	250	< 1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	2	900	2,9
Sport und Freizeit	6	1.350	3,9
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>19</b>	<b>3.200</b>	<b>9,3</b>
Wohneinrichtung	5	550	< 1
Möbel	7	1.950	2,1
Elektro / Leuchten	2	900	6,9
Elektronik / Multimedia	5	1.750	16,1
Medizinische und orthopädische Artikel	6	500	3,3
Uhren / Schmuck	2	< 100	< 1
Baumarktsortimente	2	250	< 1
Gartenmarktsortimente	-	< 100	< 1
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>29</b>	<b>5.950</b>	<b>30,0</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>98</b>	<b>16.750</b>	<b>74,7</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

In der Weststadt werden bezüglich der warengruppenspezifischen Verkaufsflächenverteilung beinahe alle Warengruppen von mindestens zwei Kernsortimentsanbietern abgedeckt. Die einzige Ausnahme bildet die Warengruppe der Gartenmarktsortimente, welche lediglich als Randsortiment geführt wird. Den mit Abstand größten Anteil sowohl von der Betriebs-, als auch Verkaufsflächenanzahl weisen die Nahrungs- und Genussmittel auf. Jene haben 36 Kernanbieter, wovon zehn dem Lebensmittelhandwerk zugeordnet werden können und eine Verkaufsfläche von insgesamt rund 5.850 m<sup>2</sup> (rund 35 % der Verkaufsfläche in der Weststadt). Ansonsten weisen nur noch die Warengruppen Gesundheit und Körperpflege, Sport und Freizeit, Möbel sowie Elektronik / Multimedia Verkaufsflächenangebote jenseits von 1.000 m<sup>2</sup> auf.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Weststadt

Die Nahversorgung im Stadtteil Weststadt wird zum Großteil durch Angebote der unterschiedlichen Hierarchiestufen sichergestellt. So wird der nördliche Bereich der Weststadt durch zwei strukturprägende Verbrauchermärkte (Kaufland, Kurfürsten-Anlage; Edeka, Kurfürsten-Anlage), einem strukturprägenden Bio-Supermarkt (denn's, Bahnhofstraße) sowie einem strukturprägenden Lebensmitteldiscounter (Penny, Bahnhofstraße) charakterisiert. Dabei ist zu erwähnen, dass die genannten Märkte allesamt eine städtebaulich integrierte Lage vorzuweisen haben. Zusätzlich profitiert besonders der Nordosten von einer qualitativ sowie quantitativ attraktiven grenznahen Grundversorgungssituation in den Stadtteilen Bergheim und Altstadt. Eine bedeutende Rolle bezüglich der fußläufigen Grundversorgung nimmt darüber hinaus der strukturprägende Bio-Supermarkt Alnatura an der Rohrbacher Straße ein. Aufgrund seiner integrierten Lage, welche im Osten der Weststadt zu verorten ist, deckt der Markt einen Großteil des Siedlungsbereiches des Stadtteils ab. Bis auf den südlichen Bereich in der Weststadt, welcher besonders durch Industrie- und Gewerbeflächen und das kleine Wohngebiet Stadtgärtnerei geprägt ist, ist der Stadtteil ansonsten mit einer flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung ausgestattet. Das Angebot in eben jenen Bereichen und im kleinen Wohngebiet Stadtgärtnerei wird durch zahlreiche Lebensmittelläden und Lebensmittelhandwerksbetriebe ergänzt.

**Tabelle 68: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Weststadt**

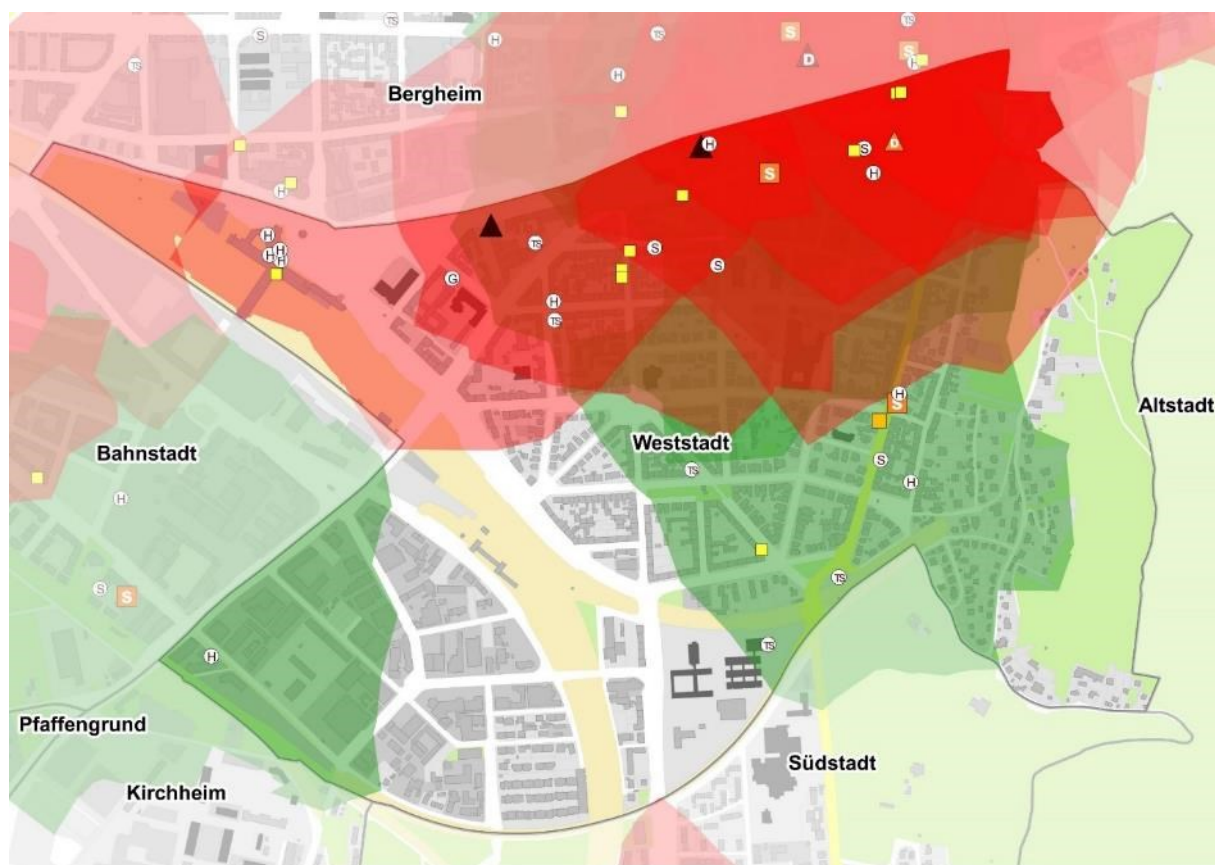
<b>Einwohner</b>	<b>13.037</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>83,2 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	31,8 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	5,6 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>98</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	36
davon Gesundheit und Körperpflege	6
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>16.750 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	5.850 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	1.000 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>1,3 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,45 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,08 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>74,7 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	26,9 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	5,8 Mio. Euro
Wochenmarkt	Montag Donnerstag Wilhelmsplatz

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (36 Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 5.850 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (6 Kernsortimentsanbieter) rund

1.000 m<sup>2</sup>. Insbesondere die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,45 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weist auf eine gute quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten im Stadtteil hin.

**Karte 51: Grundversorgungssituation im Stadtteil Weststadt**



#### Nahversorgung

- ▲ Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m<sup>2</sup>)
- Supermarkt (400 - 800 m<sup>2</sup>)
- ▤ Lebensmitteldiscounter (> 800 m<sup>2</sup>)
- ▴ Lebensmitteldiscounter (bis 800 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelmarkt (200 - 399 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelladen inkl. Hofladen (< 200 m<sup>2</sup>)
- Ⓞ Getränkemarkt
- Ⓜ Lebensmittelhandwerk
- Ⓚ Kiosk / Tankstellenshop
- Ⓢ Sonstiger Lebensmittelanbieter

#### Fußläufige Erreichbarkeit

- Isodistanz (600 m)**
- Lebensmittelmarkt
- Bio-Lebensmittelmarkt

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

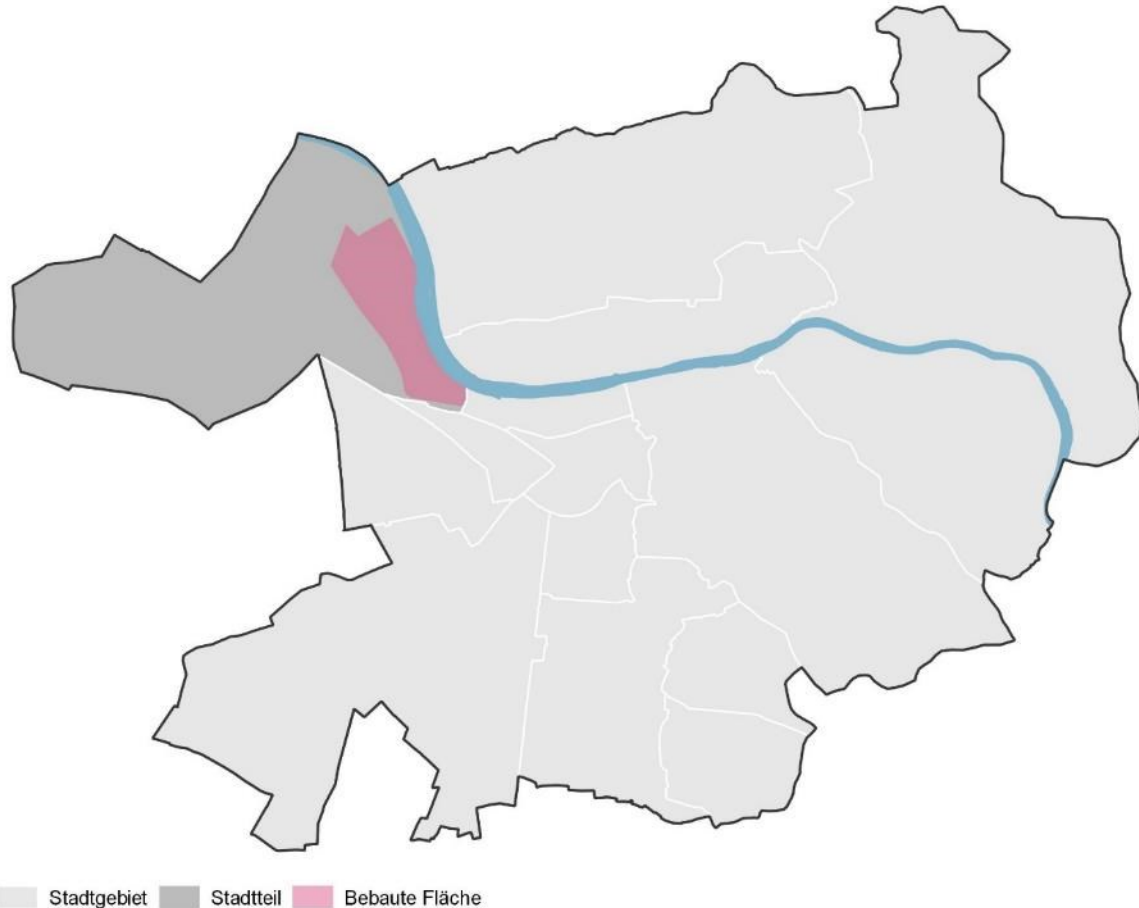
#### Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zur Innenstadt (Altstadt, Bergheim und Weststadt)

- Steigerung der Aufenthaltsqualität, zum Beispiel durch Sitzgelegenheiten und mehr Grün, Trinkwasserspender, Spielmöglichkeiten für Kinder, Uferpromenade, Kunst im öffentlichen Raum
- Vereinheitlichung der Öffnungszeiten
- Mehr inhabergeführte, individuelle Läden
- Mehr Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, P+R-Angebot, bessere Anbindung und Taktung des ÖPNV
- Steigerung der Sichtbarkeit von Läden in den Seitenstraßen
- Nachhaltigeres Angebot (zum Beispiel Verpackung)

## A1.14 Stadtteilprofil: Wieblingen

Der Stadtteil Wieblingen liegt im äußersten Nordwesten des Heidelberger Stadtgebiets. Seine Gesamtfläche beträgt 1.430,9 ha, davon 391,2 ha bebaute Fläche.

**Karte 52: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

In Wieblingen leben rund 10.200 Einwohner, so dass der Stadtteil zu den einwohnerstärkeren Stadtteilen Heidelbergs gezählt werden kann. Bis zum Jahr 2035 wird zudem ein Bevölkerungswachstum von rund 17 % prognostiziert, was einem Anstieg von etwa 1.750 Einwohnern entspricht. Die Einwohnerdichte liegt bei rund 26 Einwohnern / ha bebaute Fläche und ist die zweitniedrigste. Das spiegelt sich in der Flächennutzung Wieblingens wider. Ein Großteil der Wieblingener Flächen wird landwirtschaftlich genutzt oder steht als Industrie- sowie Gewerbefläche zur Verfügung. Die Siedlungsstruktur orientiert sich dabei am Verlauf des Neckars und lässt sich als aufgelockert bezeichnen. Charakteristisch für Wieblingen ist darüber hinaus die Tatsache, dass der Stadtteil durch die Bundesautobahnen A 5 sowie 656 durchzogen wird. Bezüglich der Altersstruktur leben überdurchschnittlich viele alte (ab 65 Jahren) sowie junge (bis unter 18 Jahren) Einwohner im Stadtteil. Die Arbeitslosenquote entspricht mit geringfügiger Abweichung dem gesamtstädtischen Wert.

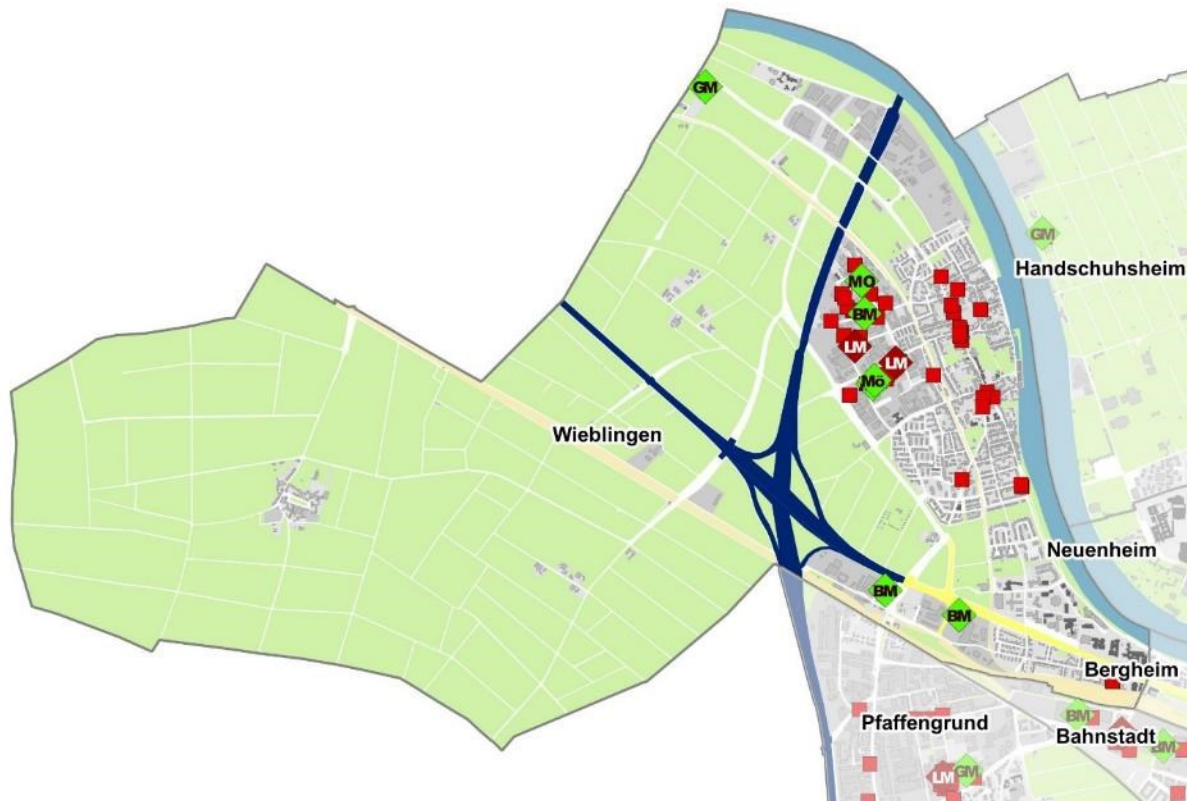
**Tabelle 69: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Wieblingen (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	10.201 (2012: 9.788)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 1.735 (+ 17 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	17,5 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	16,5 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)

<b>Arbeitslosenquote</b>	3,7 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)
<b>Einwohnerdichte</b>	26,1 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

**Karte 53: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Wieblingen**



**Großflächiger Einzelhandel**

- ◆ LM Nahrungs- und Genussmittel
- ◆ Mo Möbel
- ◆ BZ Blumen (Indoor) / Zoo
- ◆ MO medizinische und orthopädische Artikel
- ◆ BM Baumarktsortimente
- ◆ GM Gartenmarktsortimente

**Kleinflächiger Einzelhandel**

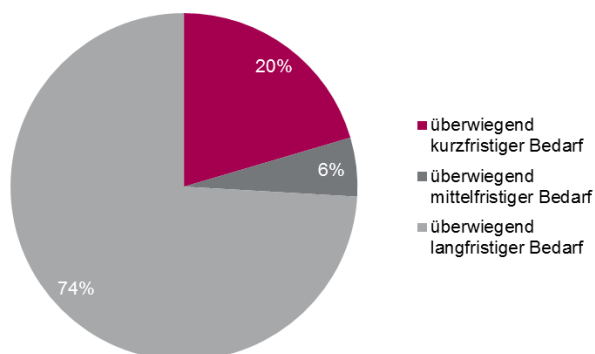
- Sonstiger Einzelhandelsbetrieb

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

In Wieblingen werden rund 30.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vereint. Dies entspricht rund 10 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche und stellt den vierthöchsten Wert Heidelbergs dar. Entsprechend werden in Wieblingen rund 8 % des Heidelberger Umsatzes erzielt. Dabei nehmen insbesondere die Warengruppen aus der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe eine einzelhandelsspezifische überregional bedeutende Rolle ein. Jenes Angebot ist dabei vor allem durch großflächige Anbieter charakterisiert, welche sich allen voran an Standorten angesiedelt haben, welche eine gute Erreichbarkeit mit dem Pkw vorweisen können.

**Tabelle 70: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Wieblingen**

Standortbereiche	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	-
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	30.900 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	4.550 m <sup>2</sup> (14,7 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	7
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	3,0 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)
<b>Verkaufsfläche nach Bedarf</b>	

**Tabelle 71: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Wieblingen**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	18	4.550	23,3
Blumen (Indoor) / Zoo	3	1.150	2,6
Gesundheit und Körperpflege	2	450	2,9
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2	150	< 1
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>25</b>	<b>6.300</b>	<b>29,7</b>
Bekleidung	-	250	< 1
Schuhe / Lederwaren	2	300	1,1
GPK** / Haushaltswaren	-	300	< 1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	1	600	1,6
Sport und Freizeit	3	150	< 1
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>6</b>	<b>1.700</b>	<b>4,9</b>
Wohneinrichtung	1	850	1,7
Möbel	4	2.550	2,8
Elektro / Leuchten	-	400	1,7
Elektronik / Multimedia	1	< 100	< 1
Medizinische und orthopädische Artikel	5	1.250	14,4
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	5	14.800	18,4
Gartenmarktsortimente	1	3.050	3,7
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>17</b>	<b>22.900</b>	<b>43,2</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>48</b>	<b>30.900</b>	<b>77,8</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Im Stadtteil Wieblingen werden bis auf Bekleidung, GPK / Haushaltswaren, Elektro / Leuchten sowie Uhren / Schmuck alle Warengruppen durch Kernsortimenter angeboten. Lediglich Uhren / Schmuck werden in Wieblingen auch nicht als Randsortiment geführt. Beinahe 48 % der Wieblingener Verkaufsfläche wird von der Warengruppe Baumarktsortimente bereitgestellt. Dabei lässt sich der Hornbach am Wieblingener Weg mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 10.900 m<sup>2</sup> als besonders strukturprägend beschreiben. Die Warengruppen aus dem überwiegend mittelfristigen Bedarf stellen mit rund 1.700 m<sup>2</sup> den geringsten Anteil an der Wieblingener Verkaufsfläche. Die Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel nimmt ebenfalls eine untergeordnete Rolle in der Verkaufsflächenverteilung ein (rund 15 % der Wieblingener Verkaufsfläche). Zudem besteht das Wieblingener Angebot zum Großteil aus nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Wieblingen

Das Nah- und Grundversorgungsnetz in Wieblingen deckt einen Großteil der unterschiedlichen Angebotsformen ab. Dabei konzentrieren sich die strukturprägenden Anbieter (insgesamt fünf im Stadtteil) mit einer Gesamtverkaufsfläche von mehr als 400 m<sup>2</sup>, allen voran auf das Industrie- und Gewerbegebiet im Osten Wieblingens. Jene sind der Bio-Supermarkt Fair & Quer in der Adlerstraße, der Lebensmitteldiscounter Aldi-Süd Im Schuhmachergewann, der ethische Lebensmittelmarkt Tiger & Dragons Im Schuhmachergewann sowie der Supermarkt Rewe am Grenzhöfer Weg. Durch die beschriebene städtebauliche Lage haben sie teilweise eine sehr geringe fußläufige Versorgungsbedeutung. Dies führt auch dazu, dass der Nordosten Wieblingens räumlich unterversorgt ist. Der Südosten hingegen wird durch einen Netto-Markt an der Mannheimer Straße versorgt, welcher zudem eine integrierte Lage aufweist. Ergänzt wird das Versorgungsnetz durch Lebensmittelhandwerksbetriebe, welche im Siedlungsbereich Wieblingens verteilt sind. Die peripheren Wohnstandorte im Westen des Stadtteils sind gänzlich unterversorgt.

**Tabelle 72: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Wieblingen**

<b>Einwohner</b>	<b>10.201</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>65,1 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	24,9 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	4,4 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>48</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	18
davon Gesundheit und Körperpflege	2
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>30.900 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	4.550 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	450 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>3,0 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,45 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,04 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>77,8 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	23,3 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	2,9 Mio. Euro
Wochenmarkt	Donnerstag Im Sändel 8

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (18 Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 4.550 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (zwei Kernsortimentsanbieter) rund 450 m<sup>2</sup>. Insbesondere die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,45 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weist auf eine sehr gute quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten im Stadtteil Wieblingen hin.



**Karte 54: Grundversorgungssituation im Stadtteil Wieblingen**



**Nahversorgung**

-  SB-Warenhaus (ab 5.000 m<sup>2</sup>)
-  Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m<sup>2</sup>)
-  Supermarkt (400 - 800 m<sup>2</sup>)
-  Lebensmitteldiscounter (> 800 m<sup>2</sup>)
-  Lebensmitteldiscounter (bis 800 m<sup>2</sup>)
-  Lebensmittelladen inkl. Hofladen (< 200 m<sup>2</sup>)
-  Getränkemarkt
-  Lebensmittelhandwerk
-  Kiosk / Tankstellenshop
-  Sonstiger Lebensmittelanbieter

**Fußläufige Erreichbarkeit**

- Isodistanz (600 m)**
-  Lebensmittelmart
-  Bio-Lebensmittelmart

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

**Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zum Stadtteil Wieblingen**

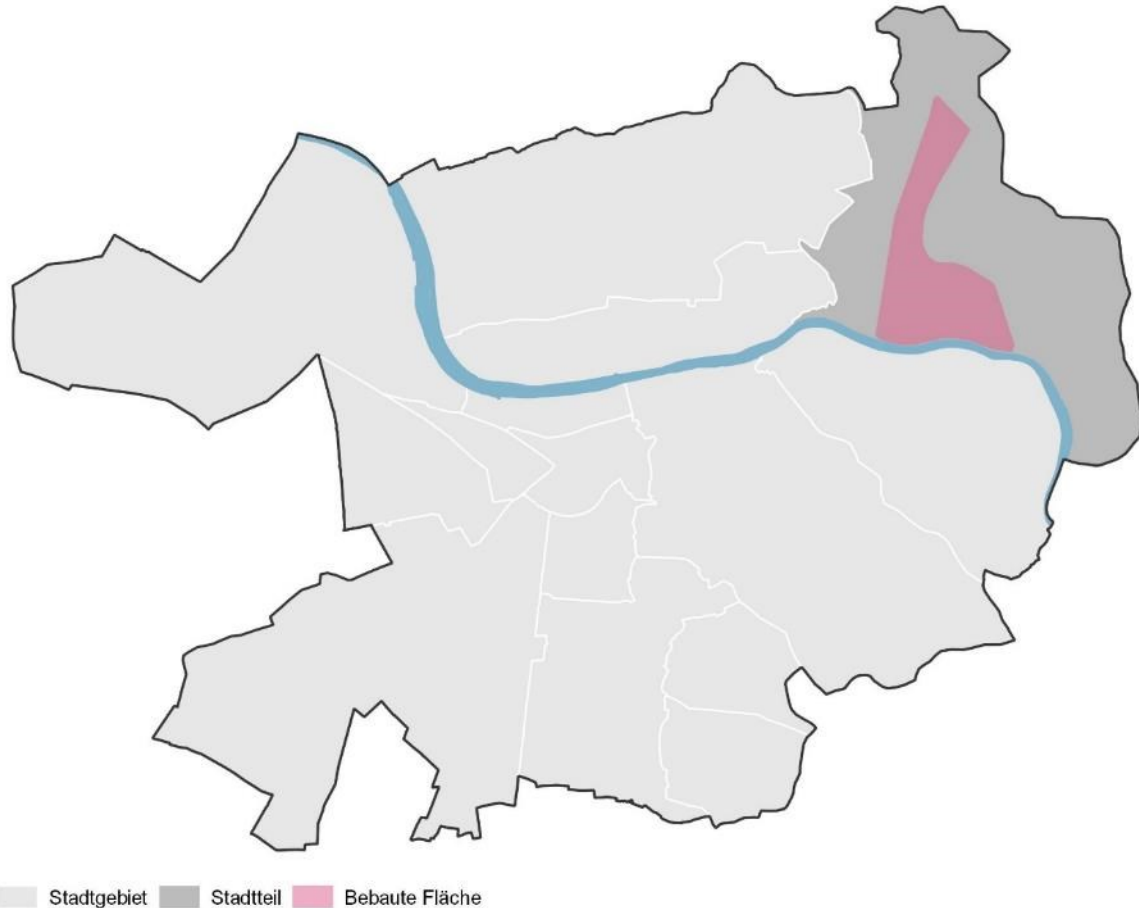
- Bedarf an Einzelhandelsangeboten und Gastronomie
- Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Wallstraße vom Thaddenplatz bis zum Friedhof durch die Ausweisung als Fußgängerzone



## A1.15 Stadtteilprofil: Ziegelhausen

Der Stadtteil Ziegelhausen liegt im äußersten Nordosten Heidelbergs. Seine Gesamtfläche beträgt 1.473,1 ha, davon 205,7 ha bebaute Fläche.

**Karte 55: Lage des Stadtteils im Stadtgefüge**



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

Im Heidelberger Stadtteil Ziegelhausen leben knapp 9.500 Einwohner. Diese Anzahl wird laut Bevölkerungsprognose bis zum Jahr 2035 konstant bleiben, so dass Ziegelhausen lediglich ein Zuwachs von 50 Einwohnern, was knapp 1 % entspricht, prognostiziert wird. Die Einwohnerdichte liegt bei rund 46 Einwohnern / ha bebaute Fläche. Der Großteil der Ziegelhäuser Flächen stellt ausgedehnte Waldungen dar, die teilweise in die Hangflächen des Odenwaldes übergehen. Der Siedlungsschwerpunkt lässt sich entlang des Neckars verorten und liegt somit direkt gegenüber des Heidelberger Stadtteils Schlierbach. Auffällig ist, dass die Siedlungsstruktur sich dabei nicht nur auf das Neckarufer konzentriert, sondern sich in nördliche Richtung, Ortsteil Peterstal, bis in den Odenwald hinein erstreckt. Der Anteil der Einwohner, welche 65 Jahre und älter sind, liegt bei überdurchschnittlichen rund 21 %. Zudem ist der Anteil mit Einwohnern bis unter 18 Jahren mit rund 15 % ebenfalls höher als der gesamtstädtische Wert. Die Arbeitslosenquote entspricht in etwa dem Heidelberger Gesamtwert und liegt bei etwa 3,6 %.

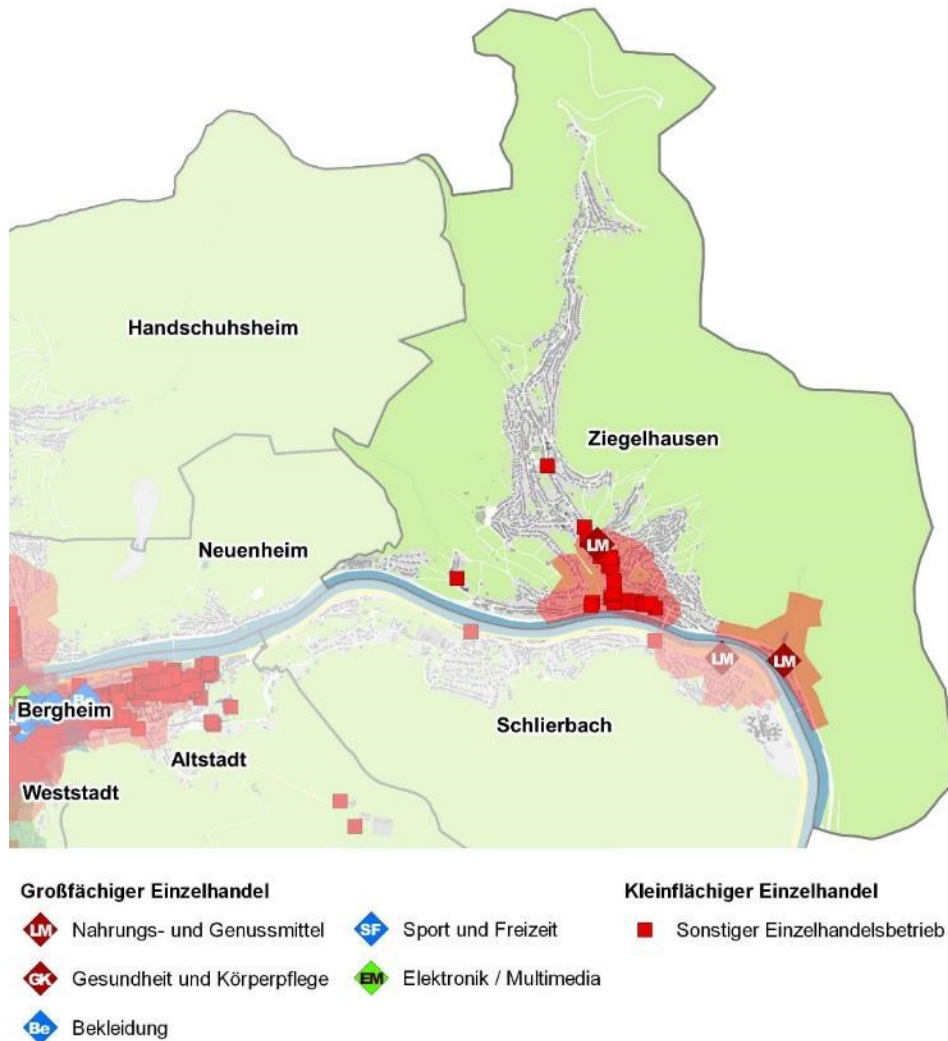
**Tabelle 73: Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Ziegelhausen (Stand 31. Dezember 2018)**

<b>Einwohner im Stadtteil</b>	9.483 (2012: 9.118)
<b>Bevölkerungsprognose bis 2035</b>	+ 50 (+ 0,5 %)
<b>Anteil Einwohner 65 Jahre und älter</b>	21,1 % (Heidelberg gesamt: 16,4 %)
<b>Anteil Einwohner bis unter 18 Jahren</b>	15,0 % (Heidelberg gesamt: 14,4 %)

<b>Arbeitslosenquote</b>	3,6 % (Heidelberg gesamt: 3,8 %)
<b>Einwohnerdichte</b>	46,0 Einwohner / ha bebaute Fläche

Quelle: Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018; Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Vorausberechnung der Heidelberger Bevölkerung, Entwicklung bis 2035

**Karte 56: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Ziegelhausen**

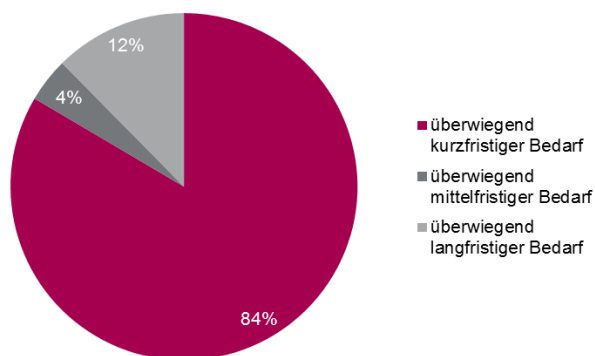


Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Der Ziegelhäuser Einzelhandel konzentriert sich vor allem auf die Kleingemünder sowie Peterstaler Straße und vereint rund 3.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Damit werden in Ziegelhausen rund 2 % des gesamtstädtischen Umsatzes generiert. Folglich nimmt Ziegelhausen als Einzelhandelsstandort keine überregional bedeutende Rolle ein. Das spiegelt sich ebenfalls in der Verkaufsflächenverteilung wider. Jene bestehen mit rund 84 % durch Waren aus der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe.

**Tabelle 74: Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Ziegelhausen**

<b>Standortbereiche</b>	
<b>Zentrale Versorgungsbereiche</b>	Nahversorgungszentrum Ziegelhausen
<b>Gesamte Verkaufsfläche im Stadtteil</b>	3.500 m <sup>2</sup>
Davon Nahrungs- und Genussmittel-Verkaufsfläche	2.500 m <sup>2</sup> (71,4 %)
Davon Anzahl an Lebensmittelhandwerksbetrieben	5
<b>Verkaufsfläche pro Einwohner</b>	0,4 m <sup>2</sup> / Einwohner (Heidelberg gesamt: 2,06 m <sup>2</sup> / Einwohner)

**Verkaufsfläche nach Bedarf****Tabelle 75: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Ziegelhausen**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	15	2.500	14,2
Blumen (Indoor) / Zoo	-	< 100	< 1
Gesundheit und Körperpflege	3	200	1,7
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3	200	1,1
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>21</b>	<b>2.950</b>	<b>17,1</b>
Bekleidung	2	< 100	< 1
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK** / Haushaltswaren	-	< 100	< 1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	< 100	< 1
Sport und Freizeit	-	< 100	< 1
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2</b>	<b>150</b>	<b>&lt; 1</b>
Wohn Einrichtung	-	< 100	< 1
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	2	< 100	< 1
Elektronik / Multimedia	1	< 100	< 1
Medizinische und orthopädische Artikel	2	< 100	< 1
Uhren / Schmuck	1	< 100	< 1
Baumarktsortimente	2	< 100	< 1
Gartenmarktsortimente	2	150	< 1
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>10</b>	<b>450</b>	<b>1,9</b>
<b>Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)</b>	<b>33</b>	<b>3.500</b>	<b>19,6</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019; Stadt Heidelberg und Heidelberger Datenatlas 2018

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

In Ziegelhausen werden Warengruppen aus dem überwiegend kurzfristigen sowie langfristigen Bedarf durch Kernsortimente angeboten. Die Ausnahme bilden dabei die Warengruppen Möbel, Wohneinrichtung sowie Blumen (Indoor) / Zoo. Aus der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe werden lediglich Bekleidungsartikel von zwei Kernsortimentern angeboten. Die Struktur der Betriebe ist dabei aufgrund der geringen Verkaufsfläche, einhergehend mit den städtebaulichen Voraussetzungen, kleinteilig. Das Hauptaugenmerk liegt auf der Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel, welche etwa 2.500 m<sup>2</sup> beansprucht. Von den insgesamt 15 Betrieben (beinahe die Hälfte aller Ziegelhäuser Betriebe), welche der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zugeteilt werden können, sind fünf Lebensmittelhandwerksbetriebe.

### Grundversorgungssituation im Stadtteil Ziegelhausen

Die Nahversorgung in Ziegelhausen definiert sich insbesondere durch die beiden strukturprägenden Lebensmittelanbieter Edeka In der Neckarhelle sowie dem Lebensmitteldiscounter Aldi Süd in der Kleingemünder Straße. Der Supermarkt Edeka ist dabei im zentralen Versorgungsbereich Ziegelhausen verortet und weist demzufolge eine städtebaulich integrierte Lage im Siedlungsschwerpunkt auf. Der Aldi-Markt hingegen befindet sich isoliert im östlichen Bereich des Stadtteils in städtebaulich nicht integrierter Lage. Demnach dient hauptsächlich der Supermarkt Edeka zur fußläufigen Nahversorgung des Stadtteils. Dementsprechend wird derzeit fast ausschließlich der südliche Siedlungsbereich Ziegelhausens fußläufig versorgt. Der Rest des Stadtteils, darunter Peterstal im Norden und Hirtenaue im Osten, ist folglich räumlich betrachtet unterversorgt. Im südlichen Bereich des Stadtteils wird die Versorgungssituation durch kleinteilige Anbieter, einschließlich Lebensmittelhandwerksbetriebe ergänzt.

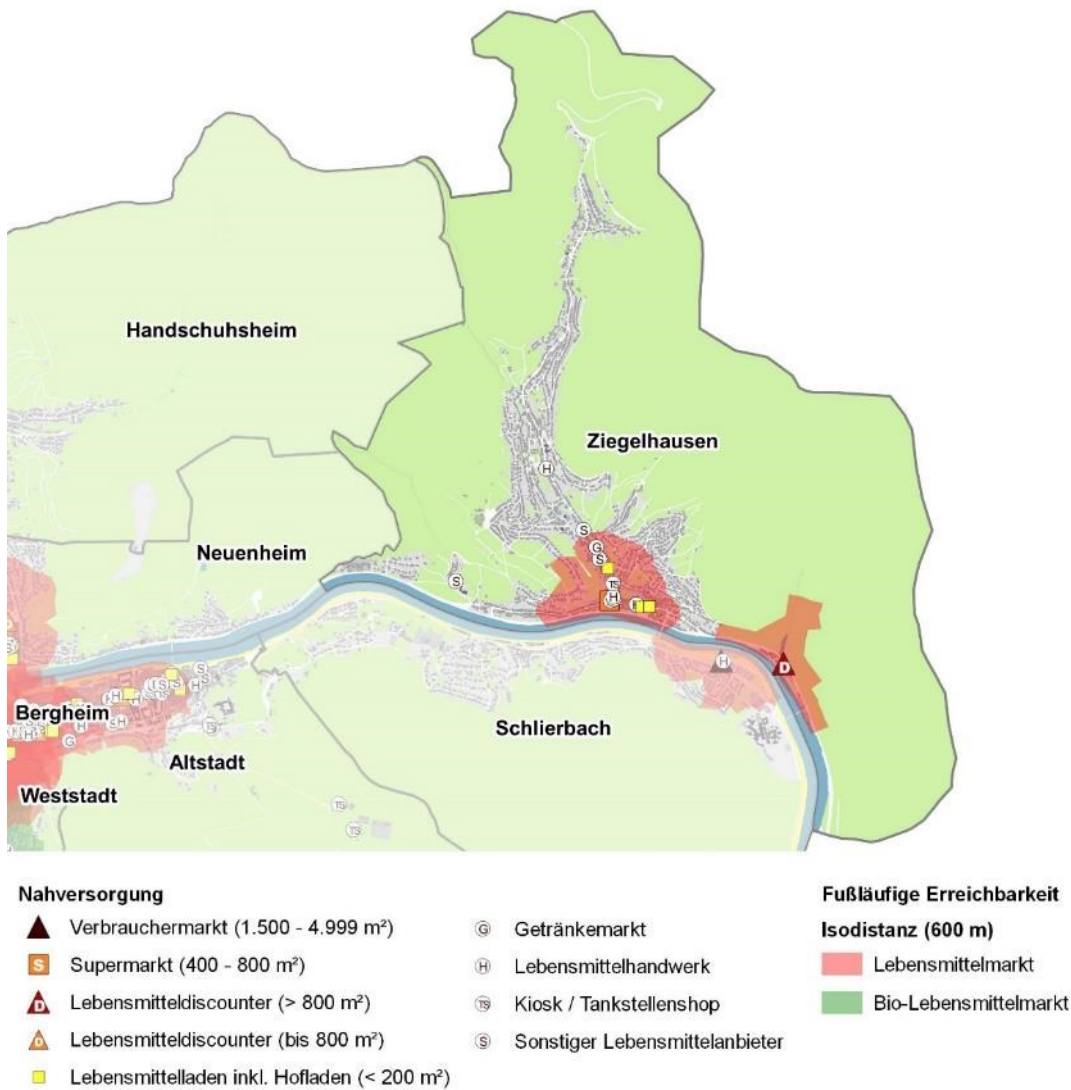
**Tabelle 76: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Ziegelhausen**

<b>Einwohner</b>	<b>9.483</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>60,5 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	23,2 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	4,1 Mio. Euro
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>33</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	15
davon Gesundheit und Körperpflege	3
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>3.500 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	2.500 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	200 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>0,4 m<sup>2</sup></b>
in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,26 m <sup>2</sup>
in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege	0,02 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsrelevanter Umsatz</b>	<b>19,6 Mio. Euro</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	14,2 Mio. Euro
nur Gesundheit und Körperpflege	1,7 Mio. Euro
Wochenmarkt	Samstag Parkplatz „Kucheblech“

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2019; Stadt Heidelberg, Heidelberger Datenatlas 2018

Das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (15 Kernsortimentsanbieter) umfasst rund 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege (drei Kernsortimentsanbieter) rund 200 m<sup>2</sup>. Dabei weist besonders die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,41 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf eine leicht unterdurchschnittliche quantitative Ausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten im Stadtteil hin. Räumlich unterversorgt sind dabei hauptsächlich die nördlichen bzw. nordöstlichen Bereiche des Stadtteils (Peterstal und Hirtenaue).

**Karte 57: Grundversorgungssituation im Stadtteil Ziegelhausen**



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

**Anregungen aus der Bürgerbeteiligung zum Stadtteil Ziegelhausen**

- DHL-Paketstation auf dem Köpfel

## A2 Angebotsstandorte des Einzelhandels

Im Folgenden werden die Angebotsschwerpunkte im Heidelberger Stadtgebiet und die zentralen Versorgungsbereiche sowie unter strukturellen und städtebaulichen Gesichtspunkten beschrieben und bewertet. Dazu gehören auch die Sonderstandortbereiche Rohrbach-Süd, Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) und Bahnstadt (Fachmarktzentrum).

### A2.1 Hauptgeschäftszentrum Innenstadt

Die Innenstadt von Heidelberg bildet den wirtschaftlichen und kulturellen Mittelpunkt der Stadt Heidelberg, wobei insbesondere die historische Altstadt – als Bestandteil des Hauptgeschäftszentrums Innenstadt – über eine hohe touristische Anziehungskraft verfügt. Darüber hinaus ist die Innenstadt ein wichtiger Siedlungsschwerpunkt im Heidelberger Stadtgefüge. Sie ist über die angrenzenden Bundesstraßen B 3 und B 37 an das überörtliche Straßennetz angeschlossen. Im Westen der Innenstadt befindet sich der Hauptbahnhof und östlich an das Zentrum angrenzend beziehungsweise jenseits des Karlstors der S-Bahnhof Heidelberg-Altstadt, wodurch ein Anschluss an das überregionale Bahnnetz sowie das örtliche und regionale Nahverkehrsnetz gegeben ist. Eine wichtige Funktion für den öffentlichen Personennahverkehr nimmt zudem, bedingt durch eine hohe Frequenz an Straßenbahn- und Buslinien, der Bismarckplatz ein. Jener grenzt, zentral gelegen in der Innenstadt, im Westen an die Altstadt und stellt das Tor zur Hauptstraße dar.

### Einzelhandelsangebot

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt ist mit 447 Einzelhandelsbetrieben und rund 93.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche das Heidelberger Hauptgeschäftszentrum (vergleiche dazu Tabelle 77). Insgesamt verfügt das Zentrum über Angebote in allen Warengruppen, wobei der Angebotsschwerpunkt erwartungsgemäß in der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt. Mehr als ein Drittel der Verkaufsfläche der Innenstadt entfällt dabei auf die innerstädtische Leitbranche Bekleidung (rund 32.850 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Größte Anbieter und bedeutende Magnetbetriebe sind die beiden Galeria Karstadt Kaufhof-Filialen (beide jeweils über 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), die Textilkaufhäuser Henschel (rund 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), C&A (rund 3.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie das Bekleidungsgeschäft H&M (rund 3.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie der Elektronikfachmarkt Saturn<sup>58</sup> (rund 4.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche).

**Tabelle 77: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Hauptgeschäftszentrum Innenstadt**

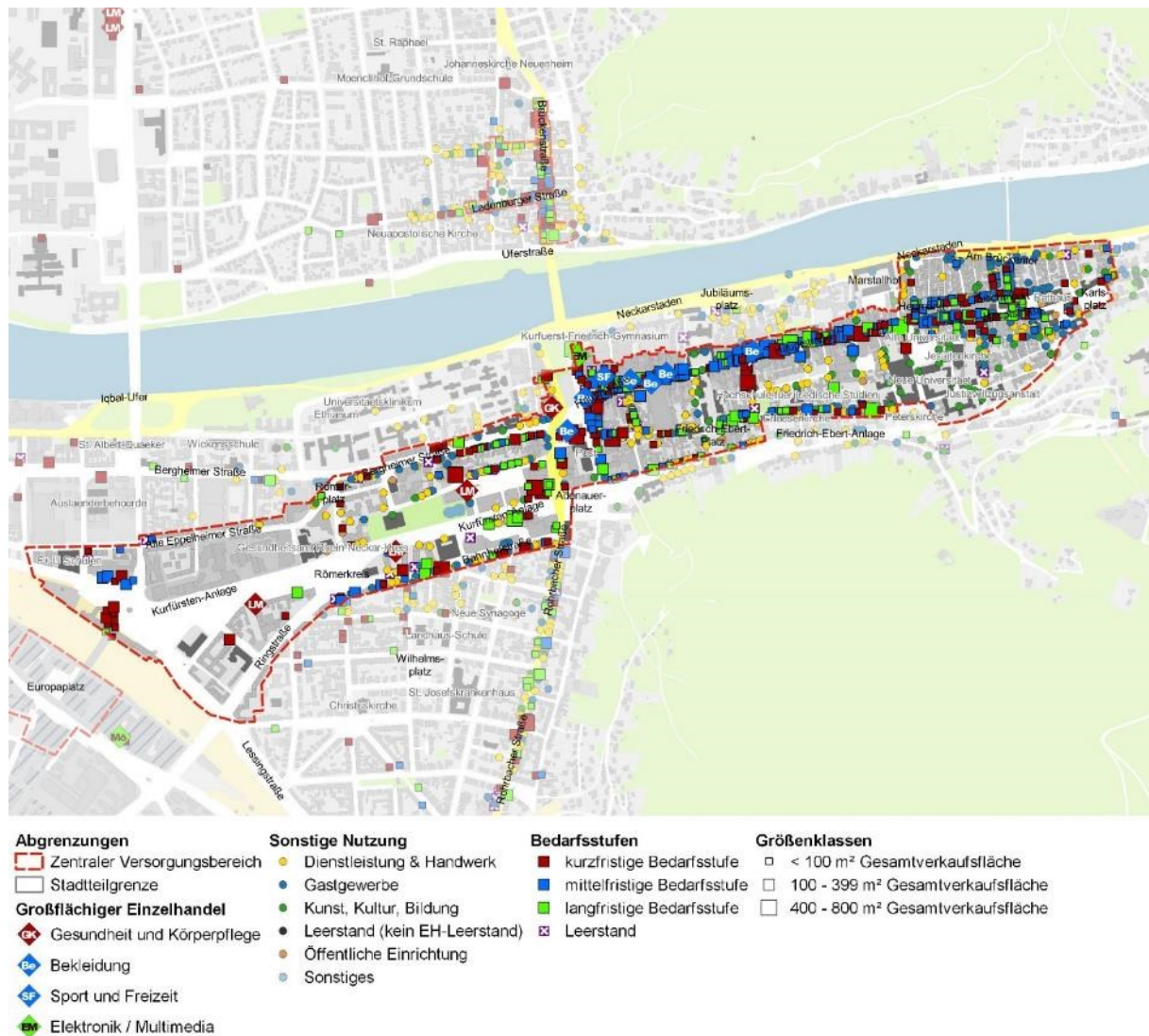
Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	12.950	106
Blumen (Indoor) / Zoo	450	9
Gesundheit und Körperpflege	5.300	34
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	4.300	27
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>23.000</b>	<b>176</b>
Bekleidung	32.850	87
Schuhe / Lederwaren	6.150	23
GPK** / Haushaltswaren	2.650	17
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	4.400	6
Sport und Freizeit	7.500	19
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>53.550</b>	<b>152</b>
Wohneinrichtung	4.250	32
Möbel	1.750	5

<sup>58</sup> Der Elektronikmarkt Saturn wird Ende Januar 2022 geschlossen. In den Analysedaten dieses Berichts ist der Markt noch als Bestand berücksichtigt.

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Elektro / Leuchten	1.950	4
Elektronik / Multimedia	4.150	23
Medizinische und orthopädische Artikel	2.150	24
Uhren / Schmuck	2.050	27
Baummarktsortimente	250	4
Gartenmarktsortimente	<100	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>16.550</b>	<b>119</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>93.100</b>	<b>447</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019  
 \* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

**Karte 58: Nutzungen im Heidelberger Hauptgeschäftszentrum Innenstadt**



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

### **Städtebauliche Rahmenbedingungen**

Das Heidelberger Hauptgeschäftszentrum ist der größte zentrale Versorgungsbereich der Stadt Heidelberg. Mit einem multifunktionalen und breit gefächerten Angebot, einem stark differenzierten, gastronomischen Angebotsprofil und der historischen Bausubstanz entfaltet er eine Anziehungskraft, die über das gesamte Stadtgebiet und weit darüber hinaus reicht.

Das innerstädtische Hauptgeschäftszentrum umfasst die Altstadt, gerahmt von den Bergen des Odenwalds und dem Neckar, beziehungsweise den Bereich zwischen dem Straßenzug Friedrich-Ebert-Anlage, Schlossbergtunnel und der Straße Neckarstaden sowie den westlichen Innenstadtbereich bis zum Hauptbahnhof. Die östliche Grenze wird auf der Höhe des Karlsplatzes gebildet. Im Westen setzt sich das Hauptgeschäftszentrum in den Stadtteilen Bergheim sowie Weststadt fort und umfasst Bereiche, die sich durch hohe Einzelhandelsdichten, beziehungsweise einen dichten Dienstleisterbesatz auszeichnen sowie einige großflächige Magnetbetriebe (unter anderem das Kaufhaus Galeria Kaufhof). Das Hauptgeschäftszentrum reicht über den Bismarckplatz mit der Rohrbacher Straße und der Sofienstraße entlang der Kurfürsten-Anlage bis zum Willy-Brandt-Platz am Hauptbahnhof und wird von der Bergheimer Straße / Alte Eppelheimer Straße im Norden und der Bahnhofstraße / Ringstraße im Süden begrenzt. Während die Ausdehnung von Ost nach West circa 2.900 m umfasst, beträgt die Breite im Schnitt circa 300 bis 400 m. Die Abgrenzung orientiert sich an den bestehenden, zentrenrelevanten Nutzungen und an zukünftigen städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Heidelberg. Dabei umschließt sie im Kern dicht besetzte Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungslagen sowie sich daran anschließende Nebelagen mit geringeren Nutzungsdichten. Darüber hinaus ergänzen Randbereiche, die im unmittelbaren räumlich funktionalen Zusammenhang stehen oder durch Zäsuren und Grenzen wie zum Beispiel Verkehrsstrassen klar von benachbarten Quartieren getrennt liegen, das Hauptgeschäftszentrum. Die, topografisch bedingt, lang gestreckte Heidelberger Innenstadt gliedert sich in den Kernbereich, den Schwerpunktbereich östliche Altstadt und den Entwicklungsbereich westliche Innenstadt.

Die Altstadt weist eine homogene und weitgehend kleinteilige Bebauungsstruktur auf. Die vollständig erhaltene, historische Bebauungsstruktur, durchsetzt von zahlreichen Monumenten und Sehenswürdigkeiten, führt zu einer hohen Anziehungskraft, die Touristen aus dem In- und Ausland nach Heidelberg bringt. Darüber hinaus prägt die „älteste Universität Deutschlands“ mit zahlreichen Instituten, historischen Gebäuden sowie einem jungen Publikum das Stadtbild nachhaltig und bildet ganze Quartiere, wie zum Beispiel rund um den Universitätsplatz.

Die zum Kernbereich zählende Hauptlage wird durch die hochfrequentierte Hauptstraße gebildet, die in Längsrichtung durch die Altstadt führt. Ein dichter, kontinuierlicher Einzelhandelsbesatz findet sich im westlichen Abschnitt der Hauptstraße. Prägend sind kleine Betriebsgrößen, die deutlich stärker als in Hauptlagen vergleichbarer Städte vertreten sind. Lediglich im westlichen Teil dieses Abschnitts, in Richtung Bismarckplatz, finden sich einige typische, konsumorientierte Angebote, wie große Textilkaufhäuser, -filialisten oder andere großflächige Angebotsbausteine. Die genannten Anbieter ordnen sich dem historischen Erscheinungsbild der Einkaufsstraße unter, so dass auch in diesem Abschnitt nicht der Eindruck einer typischen, innerstädtischen „Konsummeile“ entsteht. In allen Bereichen dominieren hochwertige Außendarstellungen, ein gepflegter öffentlicher Raum und ein hoher Angebotsstandard. Dabei wird der filialisierte Besatz von spezialisierten und individuellen Betrieben sowie gastronomischen Betrieben ergänzt.

In Richtung Osten, dem Schwerpunktbereich östliche Altstadt, nimmt der Anteil an spezialisierten Geschäften und gastronomischen Angeboten zu, der filialisierte Einzelhandelsbesatz nimmt ab. Die Hauptstraße verändert ihren Charakter als Einkaufsstraße und geht östlich der Grabengasse in einen gastronomiegeprägten, kleinteiligen „Altstadtmix“ über. Auch dieser Abschnitt weist noch hohe Passantenfrequenzen auf, die erst am östlichen Ende des Geschäftszentrums allmählich nachlassen.

Neben dieser klaren, linearen Struktur der Hauptlage finden sich zahlreiche Nebelagen, die rund um die Hauptstraße ein vielfältiges Netz an Wegen und Verbindungen bieten. Sie weisen in der Regel geringere Passantenfrequenzen und gewerbliche Nutzungsdichten im Erdgeschoss auf, bei einem höheren Anteil an Dienstleistern. Teils bilden sie Kerne und Quartiere mit individueller Prägung.

Rund um den Marktplatz und die Hauptstraße bilden die Stein- und Haspelgasse sowie die Untere Straße und die Heiligegeiststraße ein typisches Gastronomie- beziehungsweise Altstadtviertel mit vielfältigen Ausprägungen. Auch südlich des Marktplatzes sind noch entsprechende Strukturen zu finden.

Eine Nebelage mit einer ganz eigenen Atmosphäre bildet die teilweise als Fahrradstraße ausgebaute „Plöck“. Hier sorgen die vielen Fahrräder für ein belebtes Straßenbild. Entlang des Straßenzuges, der den Bismarckplatz



mit der Universität verbindet, entspannt sich ein prägnanter Besatz an Dienstleistern, gastronomischen Angeboten und Läden. Insgesamt wirkt der Angebotsstandard in dem Bereich etwas einfacher als im Durchschnitt der Altstadt. So kann sich der Bereich, der mit dem Spielplatz an der Märzgasse einen Quartiersplatz als Zentrum ausbildet, einen individuellen Charakter bewahren.

Kleinere Nebenlagen sind noch in der Märzgasse, der Neugasse und der St.-Anna-Gasse auszumachen, die unmittelbar an der Hauptstraße liegen, der Hauptstraße Tiefe verleihen und für lebendige und attraktive Wegeverbindungen sorgen.

Den westlichen Endpunkt der Hauptlage bildet der Bismarckplatz. Der verkehrsgeprägte, weitläufige Platzbereich weist einen teils dichten Einzelhandelsbesatz und großflächige Anbieter wie zum Beispiel das Warenhaus Galeria Kaufhof auf. Neuzeitlichere Architektur und großformatige Bauvolumina ergeben ein großstädtisches Bild. Der innerstädtische Verkehrsknoten bildet ein wichtiges und zentrales Gelenk zwischen Altstadt, Bergheim beziehungsweise dem Bereich Hauptgeschäftszentrum, Bergheim und dem Neckar. Die starken Verkehrsbelastungen bilden gleichzeitig aber auch Zäsuren, mindern Aufenthaltsqualitäten, erschweren fußläufige Verbindungen und sorgen für einfachere Angebotsstandards.

Zu dem weiteren Kernbereich des Hauptgeschäftszentrum gehören die Geschäftslagen in den Hauptverkehrsstraßen Bergheimer Straße und Kurfürsten-Anlage sowie in der Poststraße bis zur Thibautstraße. Prägend ist eine städtische, gemischt genutzte Bebauung, die in der Bergheimer Straße kleinteiliger und gewachsen strukturiert ist, während in den beiden anderen Straßenzügen neuzeitliche und großformatigere Bauformen vorherrschen. Wie auch am Bismarckplatz ist der Angebotsstandard im Vergleich mit der Altstadt einfacher, teilweise dominieren Angebote der kurzfristigen Bedarfsstufe. Der Platz an der Poststraße gibt dem Quartier einen räumlichen Mittelpunkt, an dem das Alte Hallenbad einen attraktiven Akzent setzt und zum benachbarten Schwanenteich und der Stadtbücherei überleitet. Das historische Bad wird kulturell und als Veranstaltungsort genutzt, es bietet Einzelhandels- und gastronomische Angebote.

An den Kernbereich schließt im Westen der Entwicklungsbereich westliche Innenstadt an. Dieser verläuft entlang der Kurfürsten-Anlage vom Landgericht im Osten bis zum Willy-Brandt-Platz am Hauptbahnhof beziehungsweise Hauptbahnhof im Westen. Die Alte Eppelheimer Straße bildet die nördliche Begrenzung, die Bahnhofstraße und die Ringstraße die südliche Begrenzung. In diesem Bereich mit der stadtbildprägenden Kurfürsten-Anlage sind die Stadterweiterungen, vor allem aus der Gründer- und Nachkriegszeit, gut ablesbar. Die Kurfürsten-Anlage (durch die Verlagerung des Hauptbahnhofs im Jahr 1955 entstanden) stellt sich derzeit eher als Transferraum dar. Auch Einzelhandelsnutzungen spielen in diesem Bereich bislang eine untergeordnete Rolle. Vor allem in der Altstadt fehlt es aber an mittleren und größeren (Experimentier)Flächen, insbesondere für neue Konzepte des Einzelhandels sowie der verstärkten Produktion und des Vertriebs von Waren im urbanen Kontext. In der westlichen Innenstadt stehen dafür aufgrund des Stadtumbaus einige Flächen zur Verfügung. Damit besteht die Möglichkeit, die Innenstadt mit Blick auf Multifunktionalität und Urbanität zukunftsfähig zu machen. Gleichzeitig sollen die bestehenden Strukturen in der Altstadt nicht geschädigt werden. Zentrale Herausforderung wird es sein, die Altstadt mit den innerstädtischen Zukunftsbereichen im Westen zu verknüpfen.

## A2.2 Stadtteilzentrum Neuenheim

Das Stadtteilzentrum Neuenheim befindet sich nordwestlich der Altstadt, auf der nördlichen Neckarseite im Süden des gleichnamigen Stadtteils. Die Entfernung zur Heidelberger Innenstadt beträgt rund 0,3 km (Luftlinie). Die Anbindung des Zentrums erfolgt über die Brückenstraße (Bundesstraße B 3). Es wird über mehrere Bus- und Straßenbahnlinien an das Heidelberger ÖPNV-Netz angebunden.

### Einzelhandelsangebot

Das Stadtteilzentrum Neuenheim umfasst 54 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 3.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung und Wohneinrichtung. Zu den funktionstragenden Anbietern gehört derzeit nur ein Lebensmitteldiscounter (Lidl). Daneben prägen viele kleinteilige inhabergeführte Anbieter das Angebot, die ein breites Spektrum an Warengruppen anbieten. Im Vergleich zu anderen typischen Zentren in Heidelberg weist das Stadtteilzentrum eine ausgeprägte Vielfalt auf, das auch aufgrund der guten fußläufigen Anbindung zur Innenstadt eine starke Frequenz erreicht. Aus einzelhandelsrelevanter Sicht wäre der Ausbau des nahversorgungsrelevanten Angebotes zur Stärkung des Zentrums sinnvoll.

**Tabelle 78: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur des Stadtteilzentrums Neuenheim**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	900	14
Blumen (Indoor) / Zoo	< 100	1
Gesundheit und Körperpflege	400	6
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	300	4
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>1.600</b>	<b>25</b>
Bekleidung	600	10
Schuhe / Lederwaren	< 100	-
GPK** / Haushaltswaren	< 100	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	< 100	1
Sport und Freizeit	< 100	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>800</b>	<b>11</b>
Wohneinrichtung	400	5
Möbel	200	2
Elektro / Leuchten	< 100	1
Elektronik / Multimedia	< 100	1
Medizinische und orthopädische Artikel	150	3
Uhren / Schmuck	200	6
Baumarktsortimente	< 100	-
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1.000</b>	<b>18</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>3.400</b>	<b>54</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019

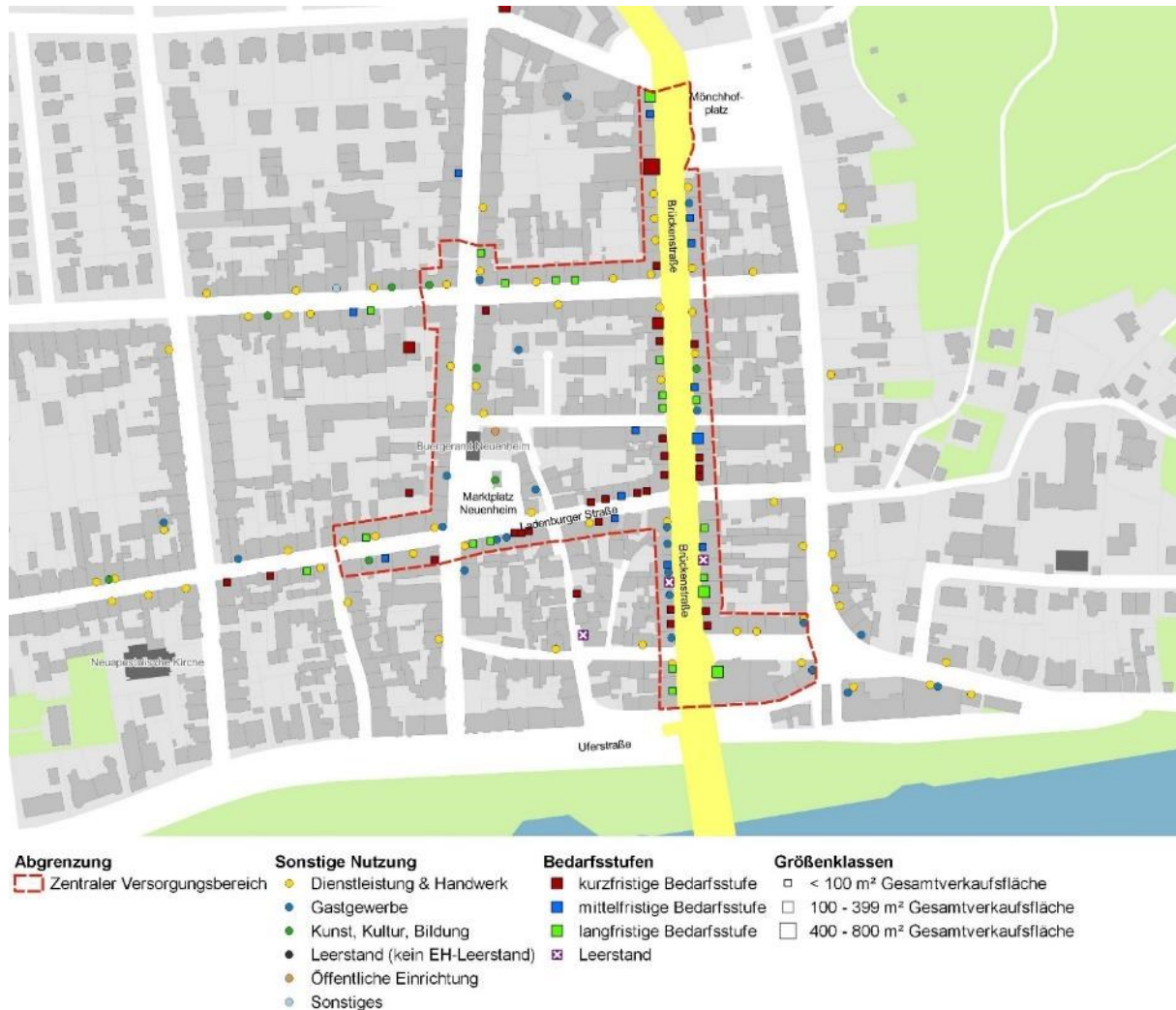
\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

### Städtebauliche Rahmenbedingungen

Die zentrale Geschäftslage Neuenheims ist linear organisiert und reicht von der Uferstraße bis zum Mönchhofplatz, einer Grünfläche mit Spielplatz. Eingebettet in gründerzeitliche Strukturen finden sich die prägenden,

funktionstragenden Anbieter in der Brückenstraße, einer wichtigen Verkehrsader. Ein meist kleinteiliger Einzelhandelsbesatz, teilweise hohe Dichten entwickelnd, ergänzt durch zentrenprägende Dienstleister, sorgen für einen insgesamt lebendigen und freundlichen Charakter, trotz der starken Verkehrsbelastung und eingeschränkter Aufenthaltsqualitäten. Auch die Lutherstraße, Rahmengasse und Ladenburger Straße mit weiteren Anbietern und etwas geringeren Nutzungsdichten zählen zum Stadtteilzentrum. Die Straßen führen am Marktplatz zu einem Quartierstreffpunkt mit kleinstädtischer Atmosphäre, der mit dem Wochenmarkt und gastronomischen Einrichtungen entscheidend zur Lebendigkeit des Stadtteilzentrums beiträgt, genauso wie die benachbarte Neckarwiese.

**Karte 59: Nutzungen im Stadtteilzentrum Neuenheim**



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

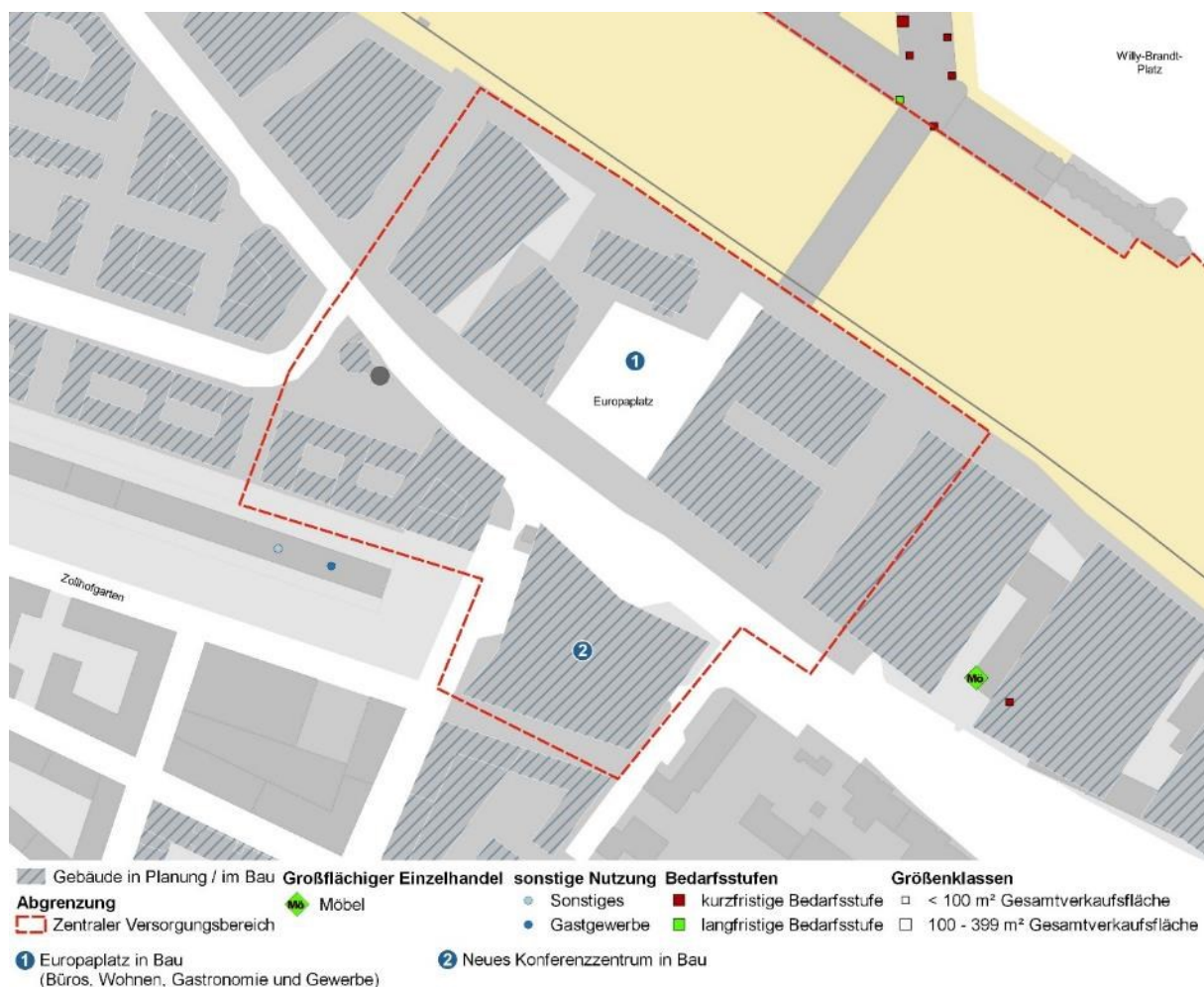
Die Abgrenzung des **Stadtteilzentrums Neuenheim** orientiert sich im Wesentlichen an bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie). Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich entlang der Brückenstraße insbesondere zwischen der Uferstraße und dem Mönchhofplatz. Dabei ist die zentrenrelevante Nutzungsdichte insbesondere in diesem Abschnitt beidseitig stark ausgeprägt. Zudem gibt es rund um den Neuenheimer Markt einen weiteren attraktiven städtebaulichen Hotspot, der auch in diesem Bereich zahlreiche kleinteilige einzelhandelsrelevante Nutzung vorbehält.

### A2.3 Besonderes Zentrum Europaplatz

Das Besondere Zentrum Europaplatz befindet sich im „neuen“ Heidelberger Stadtteil Bahnstadt, südlich des Hauptbahnhofs. Die Bahngleise trennen das Zentrum räumlich von dem Hauptgeschäftszentrum Innenstadt. Die verkehrliche Anbindung des Zentrums erfolgt über den Czernyring. Durch den Hauptbahnhof ist das Besondere Zentrum Europaplatz an das überregionale Bahnnetz sowie durch mehrere Straßenbahnlinien an das Heidelberger ÖPNV-Netz angebunden.

Das Besondere Zentrum Europaplatz wird im Norden durch die Bahngleise und den Hauptbahnhof begrenzt. Es umfasst den Europaplatz sowie den angrenzenden Kreuzungsbereich Czernyring / Max-Jarecki-Straße. Der gesamte Bereich befindet sich derzeit noch im Bau. Nach aktuellen Planungen soll um den Europaplatz ein belebtes Quartier mit Büros, Wohnungen, Gastronomie, Einzelhandel und Gewerbe sowie einem Konferenzhotel entstehen. Zudem wird auf der gegenüberliegenden Seite des Czernyrings ein Konferenzzentrum realisiert. Im Zusammenspiel der Lage am Hauptbahnhof sowie der geplanten Nutzungen wird das Besondere Zentrum Europaplatz eine gesamtstädtische beziehungsweise regionale bis überregionale Ausstrahlungskraft erlangen.

**Karte 60: Nutzungen im Besonderen Zentrum Europaplatz**



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

Eine wichtige Zukunftsaufgabe wird sein, das Besondere Zentrum Europaplatz mit einem attraktiven und multifunktionalen Mix aus Einzelhandelsbetrieben verknüpft mit Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten auszustatten, welcher das besondere Profil für Kongresse und Arbeiten widerspiegelt, ohne dabei einen Konkurrenzstandort zur Innenstadt zu schaffen.

## A2.4 Nahversorgungszentrum Bahnstadt

Das Nahversorgungszentrum Bahnstadt befindet sich in unmittelbarer Nähe zum Besonderen Zentrum Europaplatz, im Zentrum des gleichnamigen Stadtteils. Die Entfernung zur Heidelberger Innenstadt beträgt circa 900 m (Luftlinie). Die Anbindung an das überörtliche Straßennetz erfolgt insbesondere über die Eppelheimer Straße bzw. den Czernyring. Der Standort ist über diverse Bus- sowie Straßenbahnlinien an das Heidelberger ÖPNV-Netz angeschlossen.

### Einzelhandelsangebot

Das Nahversorgungszentrum Bahnstadt umfasst fünf Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 7.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Der Angebotsschwerpunkt liegt mit rund 90 % der Gesamtverkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Es besteht somit insgesamt ein vor allem grundversorgungsorientiertes Angebot mit Ergänzungen aus dem Bereich zentrenrelevanter Sortimente. Als Magnetbetriebe fungieren ein Lebensmittelvollsortimenter (Edeka Scheck-Inn), ein Lebensmitteldiscounter (Aldi Süd) und ein Drogeriemarkt (dm). Zum Erhebungszeitpunkt (2019) existieren in dem Zentrum keine Leerstände.

**Tabelle 79: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur des Nahversorgungszentrums Bahnstadt**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	5.450	2
Blumen (Indoor) / Zoo	150	-
Gesundheit und Körperpflege	1.100	2
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	150	-
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>6.850</b>	<b>4</b>
Bekleidung	<100	-
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK** / Haushaltswaren	250	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	-
Sport und Freizeit	<100	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>350</b>	<b>-</b>
Wohneinrichtung	250	1
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	<100	-
Elektronik / Multimedia	<100	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Baumarktsortimente	<100	-
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>300</b>	<b>1</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>7.500</b>	<b>5</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019

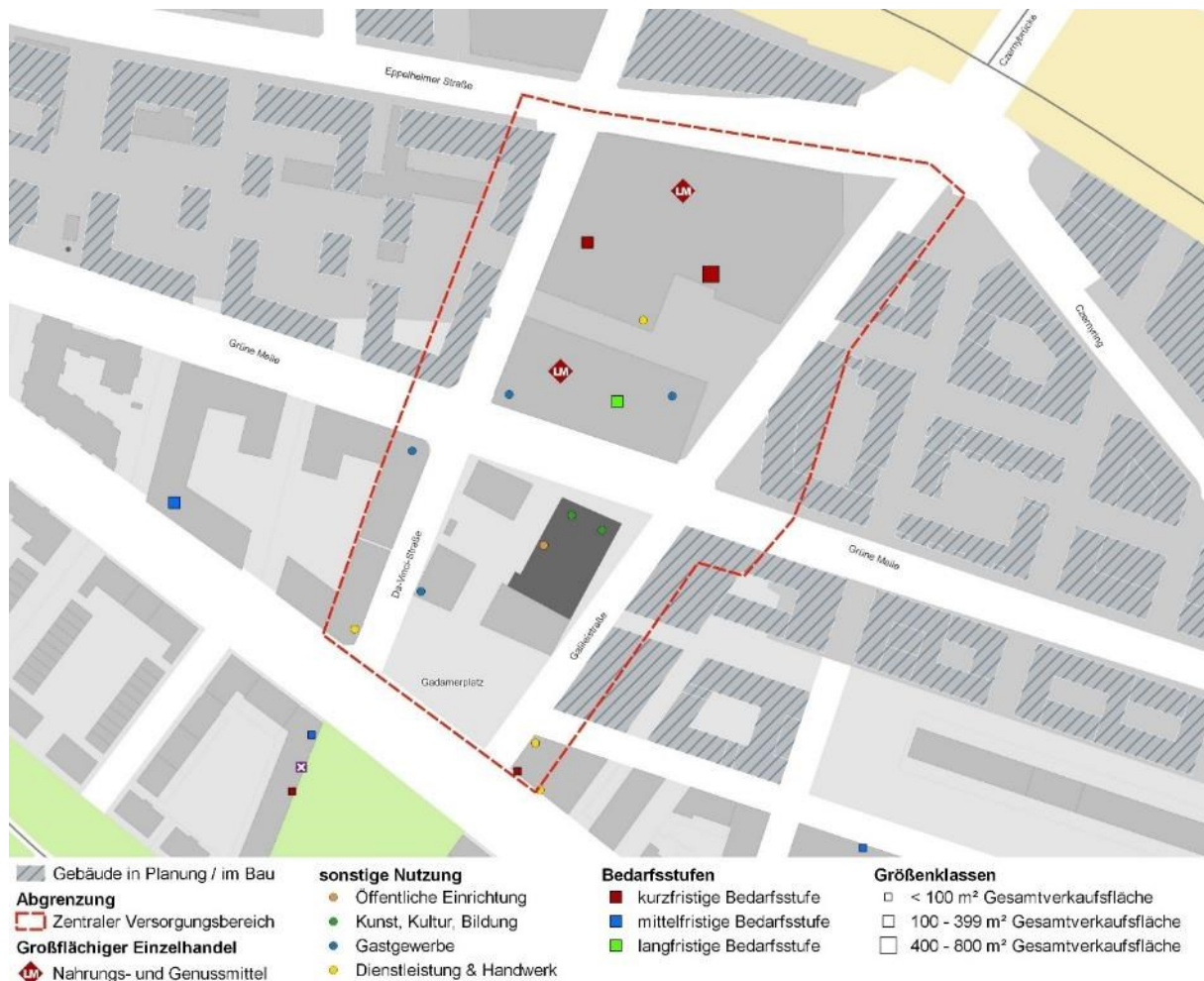
\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

### Städtebauliche Rahmenbedingungen

Der zentrale Versorgungsbereich Bahnstadt stellt das Nahversorgungszentrum des „neuen“ Heidelberger Stadtteils Bahnstadt dar, welcher auf dem ehemaligen Gelände des Rangier- und Güterbahnhofs entsteht. Es umfasst im Wesentlichen die neugeschaffenen Westarkaden, in denen sich der grundversorgungsorientierte

Einzelhandelsbesatz konzentriert. Einige Dienstleister sowie gastronomische Nutzungen ergänzen das Angebot. Ein attraktiver öffentlicher Raum mit Sitzmöglichkeiten im Zentrum der Westarkaden lädt zum Verweilen ein. Den südlichen Teil des Nahversorgungszentrum bildet der Gadamer Platz mit dem Bürgerzentrum, auf dem einmal wöchentlich der Wochenmarkt stattfindet. Das Nahversorgungszentrum ist, wie für die gesamte Bahnstadt geplant, im Passivhausstandard gebaut. Es stellt sich insgesamt modern und kompakt dar.

**Karte 61: Nutzungen im Nahversorgungszentrum Bahnstadt**



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

Die Abgrenzung des **Nahversorgungszentrums Bahnstadt** orientiert sich an bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Westarkaden) und umfasst zudem die jeweils gegenüberliegenden Straßenseiten sowie im südlichen Bereich das Bürgerzentrum und den Gadamerplatz. Jener Bereich ist im Westen durch die Da-Vinci-Straße, im Norden durch die Eppelheimer Straße bzw. den Czeryring, im Osten durch den Galileistraße und im Süden durch den Gadamerplatz definiert.

Der zentrale Versorgungsbereich Bahnstadt wird seiner Versorgungsfunktion als Nahversorgungszentrum für den Stadtteil Bahnstadt gerecht, insbesondere im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente ist das Angebot ausreichend.

## A2.5 Nahversorgungszentrum Kirchheim

Das Nahversorgungszentrum Kirchheim ist im gleichnamigen Stadtteil im Südwesten Heidelbergs zu verorten und rund 3,6 km (Luftlinie) von der Heidelberger Innenstadt entfernt. Die Anbindung des Zentrums an das örtliche Straßennetz erfolgt über die Schwetzingener Straße. Das Zentrum wird über mehrere Bus- beziehungsweise Straßenbahnlinien an das Heidelberger ÖPNV-Netz angebunden.

### Einzelhandelsangebot

Das Nahversorgungszentrum Kirchheim umfasst 22 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 3.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Angebote bestehen primär in den Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe, wobei der Schwerpunkt auf der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt (acht Betriebe mit rund 2.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Als stabiler, funktionstragender Einzelhandelsbaustein fungieren zwei benachbarte Lebensmitteldiscounter (Lidl und Aldi), die über den Parkplatz gut fußläufig miteinander angebunden sind. Zum Erhebungszeitpunkt (2019) existierte nur ein Leerstand.

**Tabelle 80: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur des Nahversorgungszentrums Kirchheim**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	2.150	8
Blumen (Indoor) / Zoo	< 100	-
Gesundheit und Körperpflege	400	3
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	200	3
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>2.800</b>	<b>14</b>
Bekleidung	< 100	1
Schuhe / Lederwaren	< 100	-
GPK** / Haushaltswaren	< 100	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	< 100	-
Sport und Freizeit	< 100	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>200</b>	<b>1</b>
Wohneinrichtung	< 100	1
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	< 100	-
Elektronik / Multimedia	100	3
Medizinische und orthopädische Artikel	< 100	2
Uhren / Schmuck	< 100	1
Baummarktsortimente	< 100	-
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>300</b>	<b>7</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>3.300</b>	<b>22</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

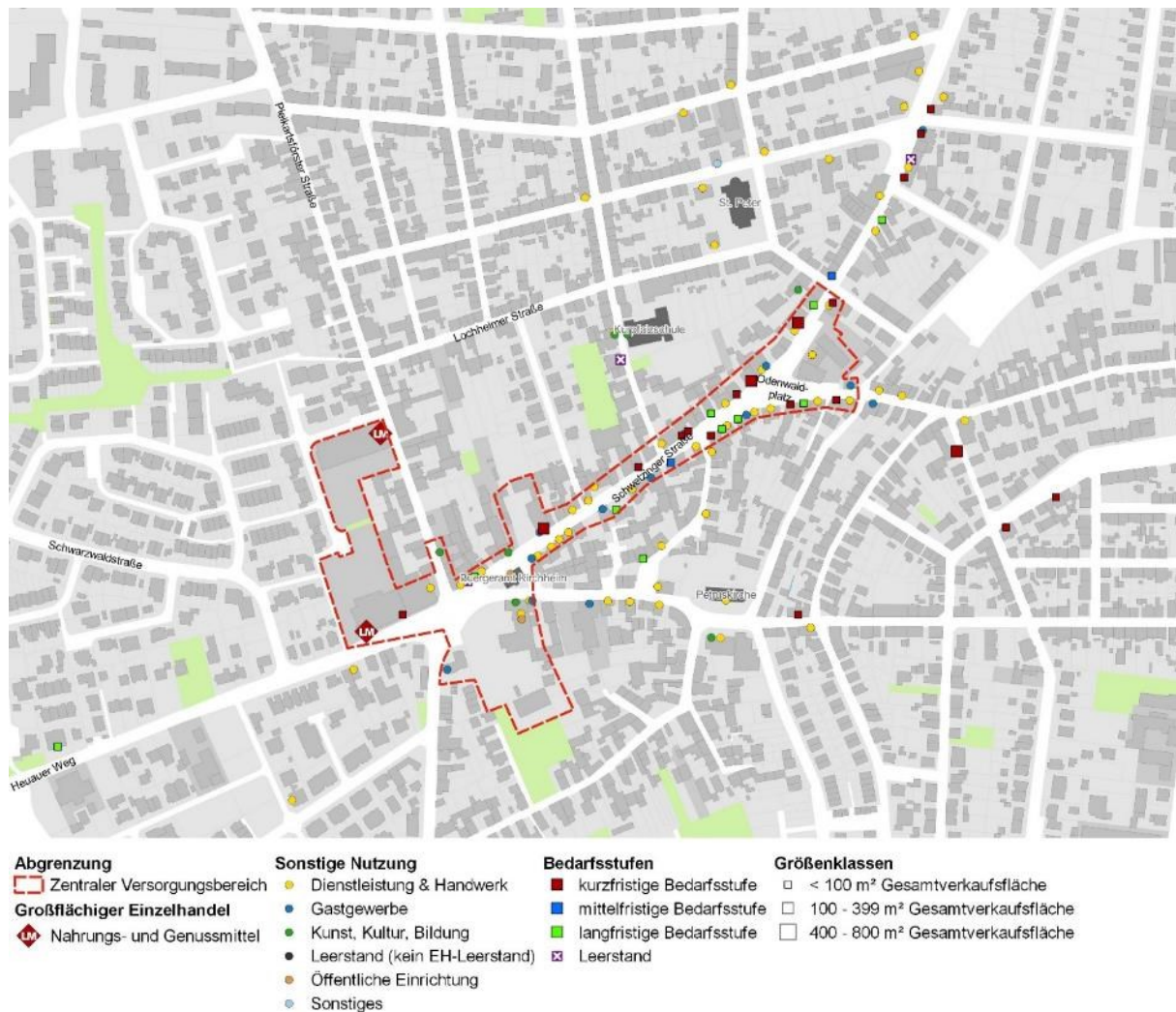
### Städtebauliche Rahmenbedingungen

Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich auf einer Länge von rund 550 m entlang der Schwetzingener Straße und liegt zentral im Kirchheimer Siedlungsschwerpunkt. Der Stadtteil ist in den letzten Jahren dynamisch gewachsen und bildet einen wichtigen Wohnort für Familien. Der Odenwaldplatz und der Kerweplatz am Kirchheimer Bürgerzentrum bilden Orientierungspunkte und markieren das Zentrum. Die schmale Schwetzingener Straße mit

kleinstädtischem bis dörflichen Charakter weist einen eher dienstleistungsgeprägten Besitz mit einzelnen Geschäften und gastronomischen Betrieben auf. Die in jüngerer Zeit, in zeitgemäßen Betriebsgrößen hinzugefügten Lebensmittelanbieter ergänzen das Nahversorgungszentrum nördlich des Kerweplatzes und bilden dessen Anker. Die Versorgungsfunktion ist dadurch zukunftsfähig aufgestellt.

Die fußläufige Anbindung, vor allem des nördlichen Anbieters über die Pleikartförster Straße könnte perspektivisch noch aufgewertet werden. Auch die angrenzenden, noch an die dörfliche Vergangenheit erinnernden Strukturen um die Petruskirche, könnten besser in das Zentrum integriert werden

**Karte 62: Nutzungen im Nahversorgungszentrum Kirchheim**



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

Die Abgrenzung des **Nahversorgungszentrums Kirchheim** orientiert sich an den bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie). Erwähnenswert ist zudem die Eingliederung des Aldi Süd-Marktes, welcher zusammen mit dem Lidl-Markt in die Siedlungsstruktur des Bereiches gut integriert ist. Die beiden strukturprägenden Lebensmittelmärkte sind modern und zukunftsfähig aufgestellt. Darüber hinaus sind verschiedene Dienstleistungsangebote (unter anderem Pflegedienst, Banken / Sparkasse) sowie Gastronomiebetriebe im Zentrum vorhanden, die zur Multifunktionalität beitragen.

Das Nahversorgungszentrum Kirchheim ist ein kleiner, kompakter zentraler Versorgungsbereich, der seiner Nahversorgungsfunktion in einem historisch geprägten Zentrum zukunftsfähig gerecht wird.



## A2.6 Nahversorgungszentrum Ziegelhausen

Das Nahversorgungszentrum Ziegelhausen befindet sich rund 3,1 km (Luftlinie) östlich der Heidelberger Innenstadt im gleichnamigen Stadtteil. Die Anbindung des Zentrums an das überörtliche Straßennetz erfolgt über die Schlierbacher Landstraße (Bundesstraße B 37). Das Zentrum wird über mehrere Buslinien an das Heidelberger ÖPNV-Netz angebunden. Darüber hinaus befindet sich in fußläufiger Erreichbarkeit auf der anderen Seite des Neckars der S-Bahnhof Heidelberg-Schlierbach / Ziegelhausen. Somit besteht für das Zentrum zudem eine Erreichbarkeit an das örtliche und regionale Schienennetz.

### Einzelhandelsangebot

Das Nahversorgungszentrum Ziegelhausen umfasst 19 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Es bestehen vor allem Angebote aus dem Bereich der überwiegend kurzfristigen Bedarfsdeckung. Als funktionstragender Magnetbetrieb fungiert der Lebensmittelvollsortimenter (Edeka). Einige kleinflächige Betriebe runden das Einzelhandelsangebot an zentrenrelevanten Sortimenten ab. Dieses weist erwartungsgemäß jedoch nur eine geringe Tiefe auf. Zum Erhebungszeitpunkt (2019) existierten fünf kleinere Leerstände.

**Tabelle 81: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur des Nahversorgungszentrums Ziegelhausen**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	700	8
Blumen (Indoor) / Zoo	< 100	-
Gesundheit und Körperpflege	< 100	2
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	150	2
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>900</b>	<b>12</b>
Bekleidung	< 100	2
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK** / Haushaltswaren	< 100	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	< 100	-
Sport und Freizeit	-	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>100</b>	<b>2</b>
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	< 100	1
Elektronik / Multimedia	< 100	1
Medizinische und orthopädische Artikel	< 100	1
Uhren / Schmuck	< 100	1
Baummarktsortimente	< 100	1
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>150</b>	<b>5</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>1.200</b>	<b>19</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019

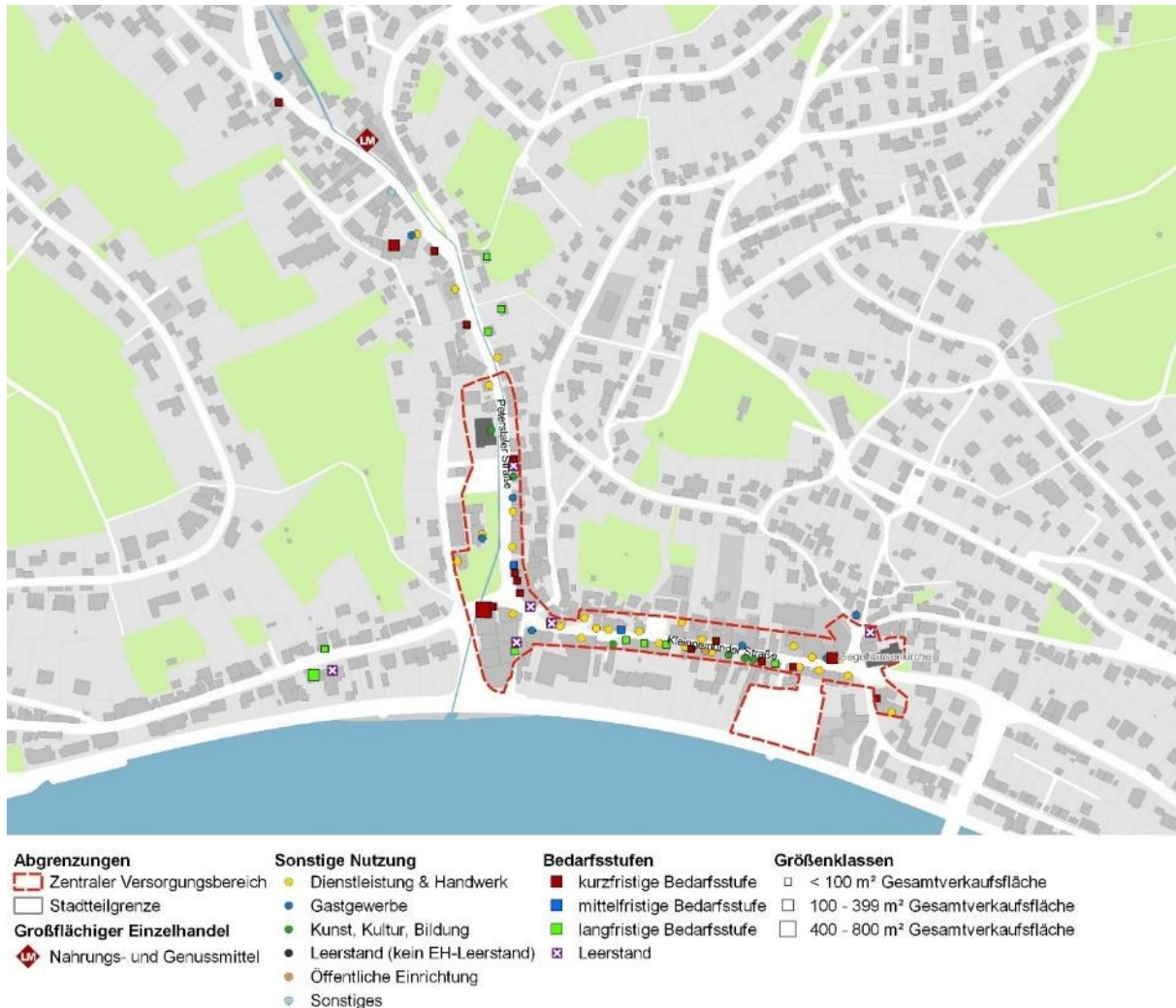
\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

### Städtebauliche Rahmenbedingungen

Von der Neckarschule erstreckt sich das Nahversorgungszentrum Ziegelhausen über die Peterstaler Straße nach Süden sowie über die Kleingemünder Straße nach Osten bis zur Ziegelhäuser Kirche. Auf einer Länge von rund 500 m weist es eher geringe Nutzungsdichten auf. Der Edeka-Markt an der Kreuzung der Peterstaler sowie

Kleingemünder Straße bildet den Magnetbetrieb, der ergänzt wird durch kleinteilige Anbieter und Dienstleister. Die verkehrsberuhigt ausgebaut Kleingemünder Straße bildet mit dem Platz im Kreuzungsbereich der beiden Straßen das Herzstück des Zentrums. Die Ausstrahlung ist freundlich, der Charakter des Zentrums dörflich bis kleinstädtisch. Aus städtebaulicher Perspektive wäre es wünschenswert, die Neckarschule und das Neckarufer besser anzubinden.

**Karte 63: Nutzungen im Nahversorgungszentrum Ziegelhausen**



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

Die Abgrenzung des **Nahversorgungszentrums Ziegelhausen** orientiert sich an bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie). Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich somit vornehmlich entlang der Peterstaler Straße und der Kleingemünder Straße. Das Nahversorgungszentrum Ziegelhausen ist ein weitgehend kompakter zentraler Versorgungsbereich mit kleineren Einzelhandelsbausteinen, der seiner Nahversorgungsfunktion für Ziegelhausen zukunftsfähig gerecht wird. Zudem sichert das Zentrum die Versorgung für den kleineren Stadtteil, der sich deutlich abgesetzt von der Heidelberger Kernstadt befindet.

## A2.7 Perspektivisches Nahversorgungszentrum Handschuhsheim

Das perspektivische Nahversorgungszentrum befindet sich inmitten des Siedlungsschwerpunktes im Stadtteil Handschuhsheim im Norden der Stadt Heidelberg. Es wird über die Bundesstraße B 3 an das überörtliche Straßennetz angeschlossen und ist deshalb auch schnell zu erreichen. Zudem verfügt das perspektivische Nahversorgungszentrum über eine Bus- und Straßenbahnanbindung, welche durch eine Vielzahl an Bus- beziehungsweise Straßenbahnlinien gewährleistet wird.

### Einzelhandelsangebot

Im perspektivischen Nahversorgungszentrum Handschuhsheim sind 35 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 2.450 m<sup>2</sup> ansässig. Der Angebotsschwerpunkt liegt in den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe. Der Einzelhandelsbesatz umfasst ausschließlich kleinflächige Betriebe (< 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Als Magnetbetriebe fungieren ein Lebensmitteldiscounter (Penny) sowie ein Drogeriemarkt (Rossmann). Zum Erhebungszeitpunkt (2019) existierten zwei kleinflächige Leerstände.

**Tabelle 82: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur des Nahversorgungszentrums Handschuhsheim**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	900	14
Blumen (Indoor) / Zoo	< 100	-
Gesundheit und Körperpflege	500	4
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	200	2
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>1.600</b>	<b>20</b>
Bekleidung	< 100	-
Schuhe / Lederwaren	< 100	1
GPK** / Haushaltswaren	< 100	1
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	< 100	-
Sport und Freizeit	< 100	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>200</b>	<b>2</b>
Wohneinrichtung	150	4
Möbel	100	2
Elektro / Leuchten	< 100	1
Elektronik / Multimedia	< 100	1
Medizinische und orthopädische Artikel	100	2
Uhren / Schmuck	100	2
Baumarktsortimente	100	1
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>650</b>	<b>13</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>2.450</b>	<b>35</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

### Städtebauliche Rahmenbedingungen

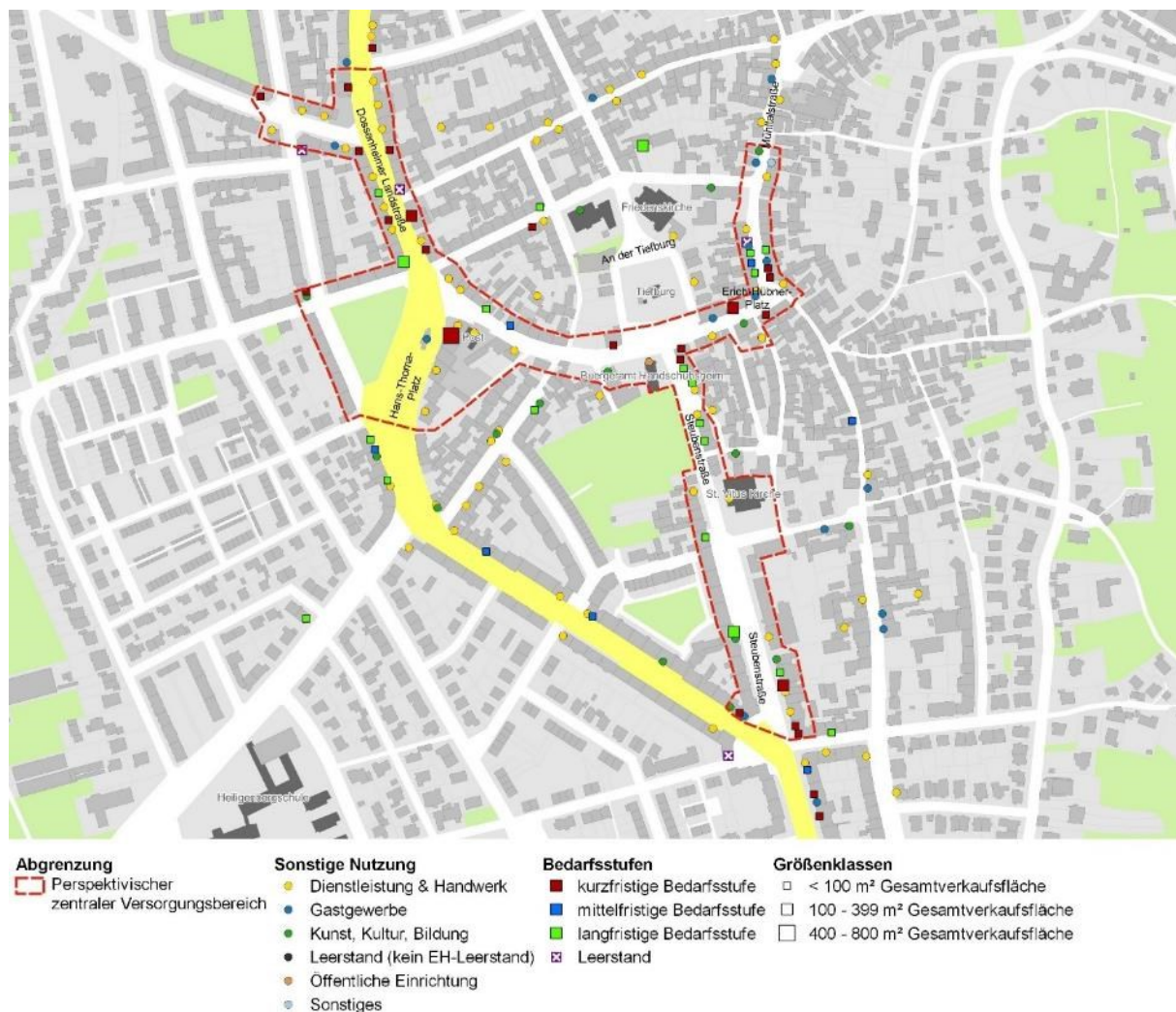
Das perspektivische Nahversorgungszentrum Handschuhsheim erstreckt sich entlang der Dossenheimer Landstraße, der Mühlalstraße und der Steubenstraße. Funktionstragende Einzelhandelsbetriebe finden sich im Bereich Dossenheimer Landstraße/Hans-Thoma-Platz, wo mit dem Lebensmitteldiscounter Penny sowie dem Drogeriemarkt Rossmann zwei Magnetbetriebe vorhanden sind. Ansonsten verteilen sich kleinteilige Anbieter und

Dienstleister im gesamten Bereich. In den historisch geprägten Straßenzügen um den Erich-Hübner-Platz hat sich ein Zentrum mit dichteren Nutzungen etabliert. Hierzu tragen prägnante, gastronomische Betriebe und Spezialanbieter genauso bei wie das Ensemble historischer Ortskern, einzelne, historische Monumente wie die Tiefburg und das „Schlösschen“ oder auch der Grahampark.

Im Gegensatz zu diesem städtebaulich sehr reizvollen Abschnitt stellt sich der Bereich Dossenheimer Landstraße/Hans-Thoma-Platz als stark vom Verkehr geprägt dar. Aufenthaltsqualitäten fehlen weitgehend und es dominieren einfachere Angebotsstandards. Die Verbindung zwischen den beiden prägenden Geschäftsbereichen ist eher schwach ausgebildet. Das gilt auch für die Verbindungsfunktion der Steubenstraße, an deren südlichen Ende weitere zentrenrelevante Betriebe liegen.

Das perspektivische Nahversorgungszentrum Handschuhsheim stellt ein aus städtebaulicher Sicht außergewöhnlich interessantes Zentrum mit positiven Entwicklungsmöglichkeiten dar. Aus gestalterischer Sicht sollten die einzelnen Abschnitte des Zentrums besser miteinander verbunden, die historische Mitte könnte noch besser in Szene gesetzt werden. Aus Einzelhandelssicht sollte der Fokus zum einen auf der Etablierung marktgängiger Angebote um den Hans-Thoma-Platz liegen, auf der anderen Seite auf einer Sicherung und Stärkung des spezialisierten Anbietermix um die historische Mitte.

**Karte 64: Nutzungen im perspektivischen Nahversorgungszentrum Handschuhsheim**



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

Die Abgrenzung des **perspektivischen Nahversorgungszentrums Handschuhsheim** orientiert sich an bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie). Hierbei wurde auch das städtebauliche Gesamtbild durch die Abgrenzung berücksichtigt sowie mögliche Entwicklungsflächen für die Ansiedlung neuer strukturprägender Lebensmittelbetriebe.

Der Bereich übernimmt derzeit insgesamt eine sehr wichtige Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohnbereiche. Wobei aufgrund der vergleichsweise geringen Verkaufsflächenausstattung derzeit keine über den Nahbereich hinausgehende Versorgung stattfindet. Zukünftig muss das nahversorgungsrelevante Angebot in dem perspektivischen Nahversorgungszentrum ausgebaut werden, um die Funktion als Nahversorgungszentrum zu erfüllen. Auf Grundlage der Bemühungen der Stadt Heidelberg zur Entwicklung des nahversorgungsrelevanten Angebotes wird der Bereich als perspektivischer zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum ausgewiesen.

Aus gutachterlicher Sicht ist die vorhandene Abgrenzung genügend, um zukünftig die Versorgungsfunktion für das funktionell zugewiesene Versorgungsgebiet weiter erfüllen zu können. Es besteht daher die Prognose zur weiteren Qualifizierung und Entwicklung des Einzelhandelsstandortes. Der perspektivische zentrale Versorgungsbereich besitzt somit ausreichende Entwicklungspotenziale, um langfristig eine Stabilisierung und Fortentwicklung des Nahversorgungszentrums zu gewährleisten.

## A2.8 Perspektivisches Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte

Der zentrale Versorgungsbereich perspektivisches Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte befindet sich im gleichnamigen Stadtteil und ist inmitten des Rohrbacher Siedlungsschwerpunktes zu verorten. Die Entfernung zur Heidelberger Innenstadt beträgt rund 3,0 km (Luftlinie). Der zentrale Versorgungsbereich ist über die Karlsruher Straße (Bundesstraße B 3) an das überörtliche Straßennetz angeschlossen. Der ÖPNV-Anschluss wird durch Bus- sowie Straßenbahnlinien sichergestellt.

### Einzelhandelsangebot

Das perspektivische Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte beheimatet 24 Einzelhandelsbetriebe, welche lediglich eine Gesamtverkaufsfläche von rund 1.350 m<sup>2</sup> vereinen. Insgesamt verfügt der Bereich hinsichtlich Vielfalt und Anzahl über ein quantitativ eingeschränktes Angebot, welches sich nicht zuletzt in den geringen Verkaufsflächen aller Warengruppen widerspiegelt. Es sind jedoch auf der anderen Seite zahlreiche Betriebe in dem Bereich vorhanden. Dies ist auch einer vergleichsweise hohen Nutzungsdichte ablesbar.

**Tabelle 83: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im perspektivischen Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	500	8
Blumen (Indoor) / Zoo	<100	-
Gesundheit und Körperpflege	200	4
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	<100	1
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>750</b>	<b>13</b>
Bekleidung	<100	2
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK** / Haushaltswaren	<100	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	<100	-
Sport und Freizeit	<100	1
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>200</b>	<b>3</b>
Wohneinrichtung	<100	2
Möbel	100	1
Elektro / Leuchten	<100	1
Elektronik / Multimedia	<100	-
Medizinische und orthopädische Artikel	200	4
Uhren / Schmuck	<100	-
Baumarktsortimente	<100	-
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>450</b>	<b>8</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>1.350</b>	<b>24</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019

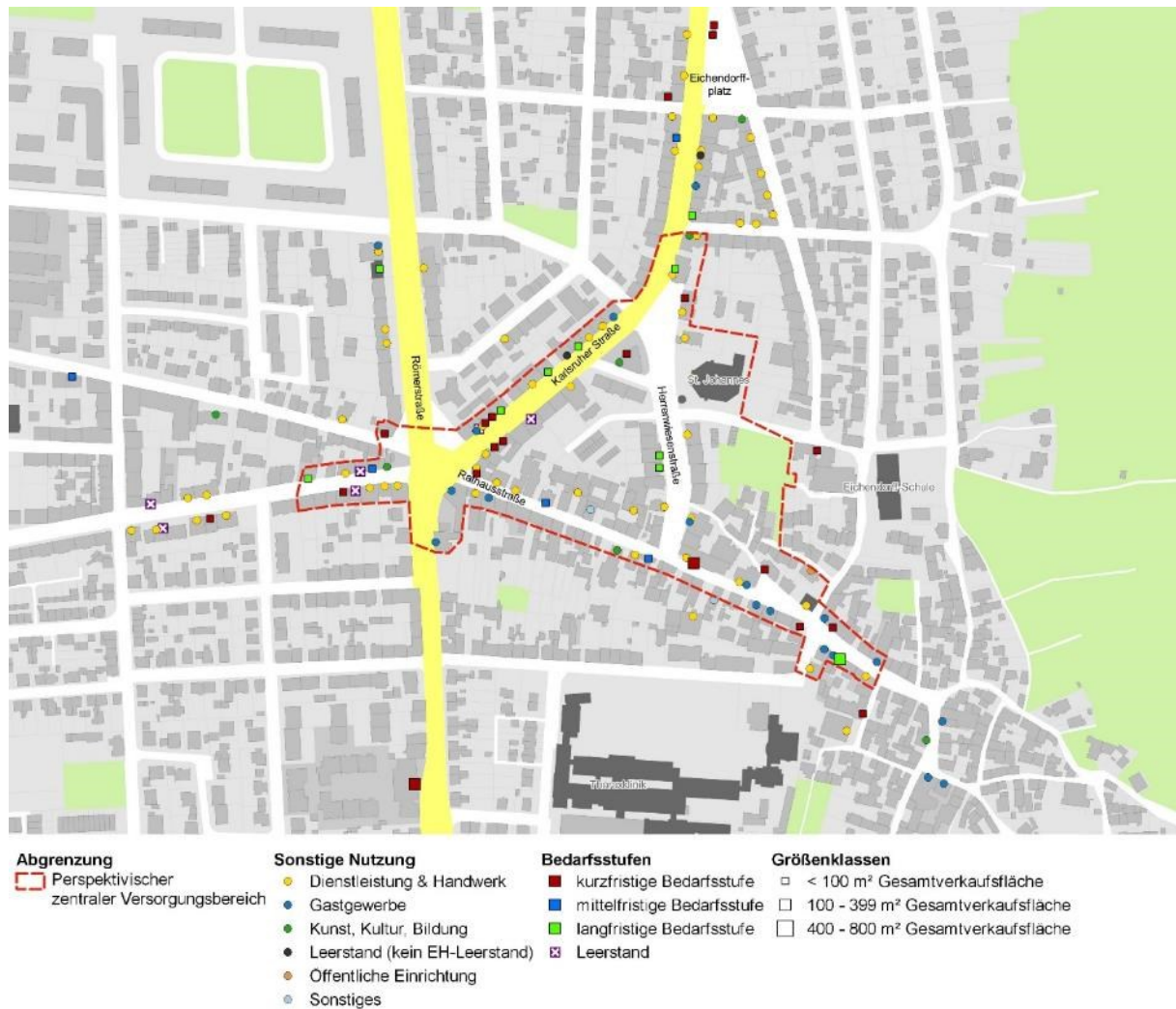
\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

### Städtebauliche Rahmenbedingungen

Das perspektivische Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte erstreckt sich entlang der Karlsruher, der Herrenwiesen- und der Rathausstraße. Prägend ist ein Besatz aus Dienstleistern, ergänzt durch einzelne Geschäfte. Der Platz an der Haltestelle Rohrbach-Markt bildet einen großstädtischen, verkehrsgeprägten Auftakt für das

Zentrum, von dem die verkehrsberuhigte Karlsruher Straße und die Rathausstraße abzweigen. Die Rathausstraße mündet in ihrem östlichen Bereich in den historischen Ortskern und weist reizvolle, an die dörfliche Vergangenheit erinnernde Abschnitte auf. Während die beiden erwähnten Straßen einen kontinuierlichen, wenn auch nicht dichten, Besatz aufweisen, lässt dieser in der Herrenwiesenstraße nach. Sie besitzt vor allem verbindenden Charakter. Die heute noch nicht vorhandenen Lebensmittelanbieter mit zeitgemäßen Betriebsgrößen könnten in Blockinnenbereichen, wie zum Beispiel an der Herrenwiesenstraße, entstehen.

**Karte 65: Nutzungen im perspektivischen Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte**



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

Aus gutachterlicher Sicht ist die vorhandene Abgrenzung genügend, um zukünftig die Versorgungsfunktion für das funktionell zugewiesene Versorgungsgebiet weiter erfüllen zu können. Es besteht daher die Prognose zur weiteren Qualifizierung und Entwicklung des Einzelhandelsstandortes. Der perspektivische zentrale Versorgungsbereich besitzt somit ausreichende Entwicklungspotenziale, um langfristig eine Stabilisierung und Fortentwicklung des Nahversorgungszentrums zu gewährleisten.

### A2.9 Perspektivisches Nahversorgungszentrum Patrick-Henry-Village

Das perspektivische Nahversorgungszentrum Patrick-Henry-Village befindet sich in der Mitte des neu geplanten 16. Heidelberger Stadtteils westlich der Autobahn A5. Die Fläche befindet sich derzeit noch auf Kirchheimer Gemarkung. Die Entfernung zur Heidelberger Innenstadt beträgt rund 5,2 km (Luftlinie). Es handelt sich um die größte Konversionsfläche im Heidelberger Stadtgebiet, die in den 1950er Jahren für US-amerikanische Militärangehörige und deren Familien als eigenständige Wohnsiedlung mit vielfältigen sozialen und kommerziellen Einrichtungen errichtet wurde.

**Karte 66: Nutzungen im perspektivischen Nahversorgungszentrum Patrick-Henry-Village**



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

Das Patrick-Henry-Village soll nach den Zielen der Stadt Heidelberg gemeinsam mit Partnern und der Internationalen Bauausstellung (IBA) zu einer „Wissensstadt der Zukunft“ entwickelt werden. Der „Dynamische Masterplan Patrick-Henry-Village“ wurde im Juni 2020 von dem Gemeinderat der Stadt Heidelberg beschlossen. Er stellt die Ziele und Umsetzungsprinzipien als Leitplanken und Rahmen für die zukünftige Entwicklung der Fläche zu einem modernen und innovativen Stadtteil dar und bildet somit die Grundlage für die weiteren Entwicklungsschritte. Demnach soll eine neue „Wissensstadt“ entwickelt werden, in der sich Arbeiten und Wohnen überlagern und von der Impulse zur zukünftigen Entwicklung von Stadt und Region ausgehen. Die Planungen gehen dabei von mindestens 10.000 Einwohnern und 5.000 Arbeitsplätzen aus. Zu deren Versorgung ist zentral im Patrick-Henry-Village – neben einem perspektivischen Nahversorgungsstandort im Süden – ein Zentrum geplant, dessen Mittelpunkt ein Marktplatz bilden soll. Dieser Bereich wird als perspektivisches Nahversorgungszentrum definiert, wobei zum gegenwärtigen Zeitpunkt eine parzellenscharfe Abgrenzung sowohl des zentralen Versorgungsbereichs als auch des südlichen perspektivischen Nahversorgungsstandortes aufgrund des Planungsstands noch nicht möglich ist.

Das perspektivische Nahversorgungszentrum soll zukünftig die Versorgungsfunktion der Einwohner und der Beschäftigten im Patrick-Henry-Village übernehmen.



### A2.10 Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd

Der Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd befindet sich im Süden des gleichnamigen Stadtteils und somit ebenfalls im Süden des Heidelberger Stadtgebietes. Die Entfernung zur Heidelberger Innenstadt beträgt rund 4,5 km (Luftlinie). Im Bereich des Sonderstandortbereiches verläuft die Bundesstraße B 3, welche sich mit der Landesstraße L 594 kreuzt. Somit ist der Sonderstandortbereich an das überörtliche Straßennetz angebunden. Ergänzt wird die gute mobile Erreichbarkeit durch den Anschluss an das Heidelberger ÖPNV-Netz. Der Sonderstandortbereich wird in fußläufiger Distanz von mehrere Straßenbahn- sowie Buslinien frequentiert.

**Tabelle 84: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	4.500	6
Blumen (Indoor) / Zoo	200	1
Gesundheit und Körperpflege	1.050	2
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	350	2
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>6.100</b>	<b>11</b>
Bekleidung	2.900	9
Schuhe / Lederwaren	1.050	2
GPK** / Haushaltswaren	1.400	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	300	1
Sport und Freizeit	800	1
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>6.400</b>	<b>13</b>
Wohneinrichtung	3.000	1
Möbel	23.150	2
Elektro / Leuchten	1.700	-
Elektronik / Multimedia	2.250	4
Medizinische und orthopädische Artikel	< 100	1
Uhren / Schmuck	200	2
Baumarktsortimente	< 100	-
Gartenmarktsortimente	350	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>30.850</b>	<b>10</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>43.350</b>	<b>34</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Am Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd sind im westlichen Teil zum einen überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (insbesondere Möbel) angesiedelt, diese umfassen eine Gesamtverkaufsfläche von rund 28.300 m<sup>2</sup>. Zum anderen besteht im östlichen Bereich des Standortes eine Einzelhandelsagglomeration, die diverse Fachmärkte mit einem breiten zentrenrelevanten Angebot umfasst (beispielsweise Bekleidung, Elektronik / Multimedia und Schuhe). Größte Anbieter sind der Fachanbieter Möbel Breitweiser, Kaufland und Media Markt. Zum Zeitpunkt der Erhebung existierten zwei kleinflächige Leerstände. Der Standort Rohrbach-Süd ist ein autokundenorientierter Standort, der aufgrund seines teilweise zentrenrelevanten Angebotes einen Konkurrenzstandort zu den zentralen Versorgungsbereichen in Heidelberg darstellt.

**Karte 67: Nutzungen im Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd**

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

Veränderungen der vorhandenen Einzelhandelsnutzungen beziehungsweise Neuansiedelungen sind vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts zu prüfen, wobei auch die Zielsetzungen des Einheitlichen Regionalplanes Rhein-Neckar zu berücksichtigen sind. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Kernsortimenten sind konsequent auszuschließen. Veränderungen im Bestand sind im Einzelfall abhängig von bauplanungsrechtlichen sowie bauordnungsrechtlichen Festlegungen und dem baugenehmigten Bestand. Entwicklungspotenziale ergeben sich auch über Umnutzungen beziehungsweise Betriebsverlagerungen von bestehenden Betrieben. Hierbei sollte im Sinne der Zielvorstellungen der Stadt Heidelberg insbesondere eine weitere Fehlentwicklung durch eine Konkurrenz zu anderen Zentren und Nahversorgungsstandorten durch eine bauleitplanerische Bestandssicherung im östlichen Teil des Standortes vermieden werden.

**A2.11 Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund)**

Der Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) befindet sich im Stadtteil Pfaffengrund in rund 3,3 km (Luftlinie) Entfernung zur Heidelberger Innenstadt. Er erstreckt sich entlang der Eppelheimer Straße, welche darüber hinaus für den Anschluss an das örtliche Straßennetz verantwortlich ist. Der Standort befindet sich in einem Gewerbegebiet und ist wohnsiedlungsräumlich nicht integriert. Mit seinen den Einzelhandelseinrichtungen zugeordneten Parkplatzangebot ist er vor allem auf Kunden ausgerichtet, die mit dem Auto zum Einkaufen kommen. Darüber hinaus ist eine Erreichbarkeit über Bus- und Straßenbahnlinien gegeben.

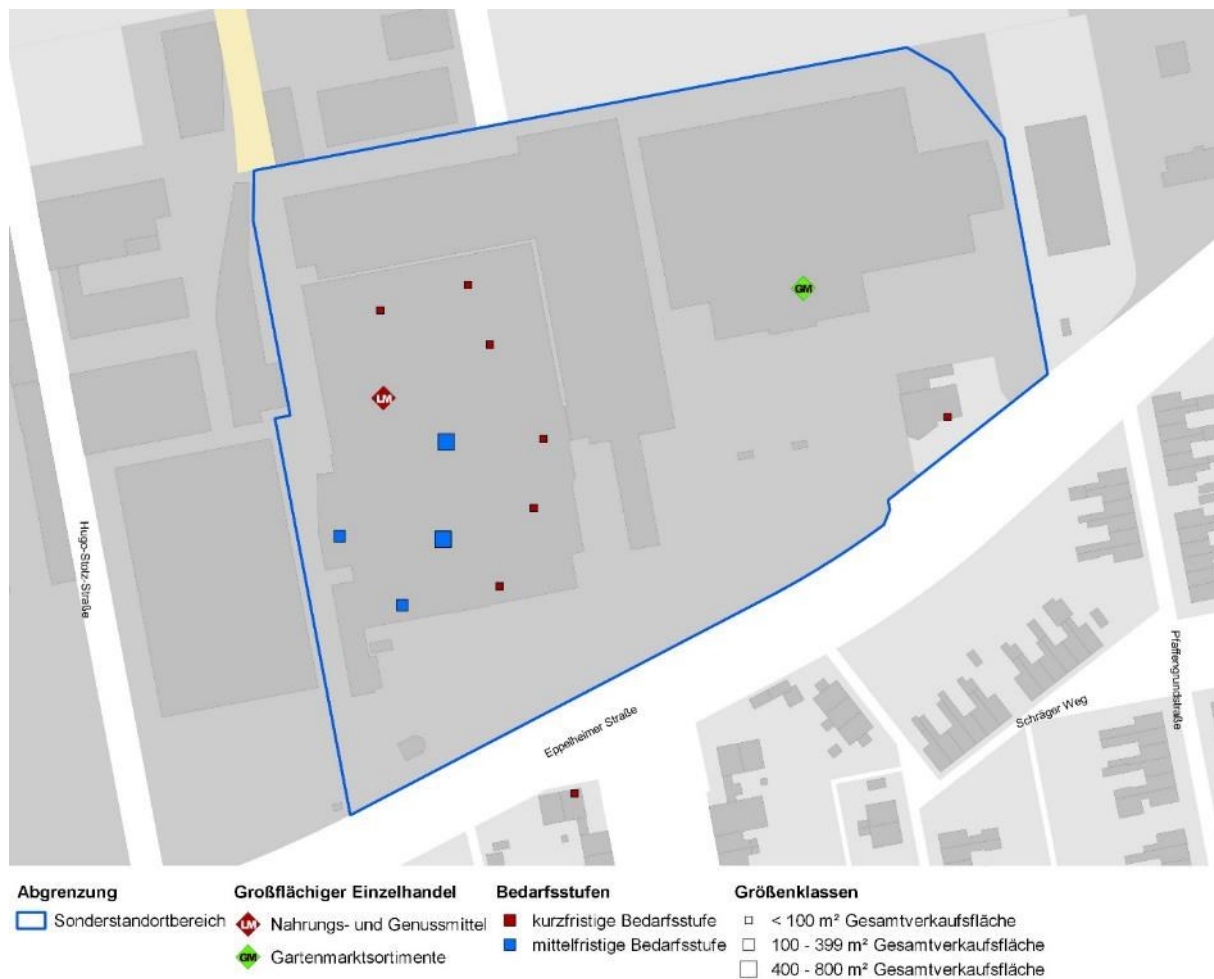
**Tabelle 85: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund)**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	5.300	6
Blumen (Indoor) / Zoo	1.750	-
Gesundheit und Körperpflege	650	1
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	200	1
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>7.950</b>	<b>8</b>
Bekleidung	1.150	3
Schuhe / Lederwaren	550	1
GPK** / Haushaltswaren	300	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	100	-
Sport und Freizeit	< 100	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2.150</b>	<b>4</b>
Wohneinrichtung	650	-
Möbel	< 100	-
Elektro / Leuchten	< 100	-
Elektronik / Multimedia	< 100	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	< 100	-
Baumarktsortimente	< 100	-
Gartenmarktsortimente	4.100	1
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>5.000</b>	<b>1</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>15.100</b>	<b>13</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Am Standort Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) befinden sich neben dem Gartencenter Dehner auch überwiegend Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (insbesondere Nahrungs- und Genussmittel). Der Gesamtstandort umfasst derzeit eine Gesamtverkaufsfläche von rund 15.100 m<sup>2</sup>. Zum anderen besteht im südwestlichen Bereich des Standortes eine Einzelhandelsagglomeration, die diverse zentrenrelevante Fachmärkte umfasst, in denen vor allem auch zentrenrelevante Sortimente (beispielsweise Bekleidung und Schuhe) angeboten werden. Zum Zeitpunkt der Erhebung existierte kein Leerstand an dem Standort.

**Karte 68: Nutzungen im Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund)**

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

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Der Standort Eppelheimer Straße (Pfaffengrund) ist ein autokundenorientierter Standort, der aufgrund seines teilweise zentrenrelevanten Angebotes einen Konkurrenzstandort zu den zentralen Versorgungsbereichen in Heidelberg darstellt.

Veränderungen der vorhandenen Einzelhandelsnutzungen beziehungsweise Neuansiedelungen sind vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts zu prüfen, wobei auch die Zielsetzungen des Einheitlichen Regionalplanes Rhein-Neckar zu berücksichtigen sind. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Kernsortimenten sind konsequent auszuschließen. Veränderungen im Bestand sind im Einzelfall abhängig von bauplanungsrechtlichen sowie bauordnungsrechtlichen Festlegungen und dem baugenehmigten Bestand. Entwicklungspotenziale ergeben sich auch über Umnutzungen beziehungsweise Betriebsverlagerungen von bestehenden Betrieben.

**A2.12 Sonderstandortbereich Bahnstadt (Fachmarktzentrum)**

Der Standort Bahnstadt (Fachmarktzentrum) befindet sich im Westen des „neuen“ Stadtteils Bahnstadt in rund 1,8 km (Luftlinie) Entfernung zur Heidelberger Innenstadt. Er erstreckt sich von der Henkel-Teroson-Straße im Westen bis zur Eppelheimer Straße im Osten. Der Standort befindet sich südlich einer Bahnstrecke und ist wohnsiedlungsräumlich nicht integriert. Mit seinem den Einzelhandelseinrichtungen zugeordneten Parkplatzangebot ist er vor allem auf Kunden ausgerichtet, die mit dem Auto zum Einkaufen kommen. Eine Anbindung an das örtliche Straßennetz erfolgt über die Eppelheimer Straße sowie die Autobahn A 656 / A 5. Darüber hinaus ist eine Erreichbarkeit über eine Buslinie sowie der in unmittelbarer Nähe befindliche Straßenbahnhaltestelle gegeben.

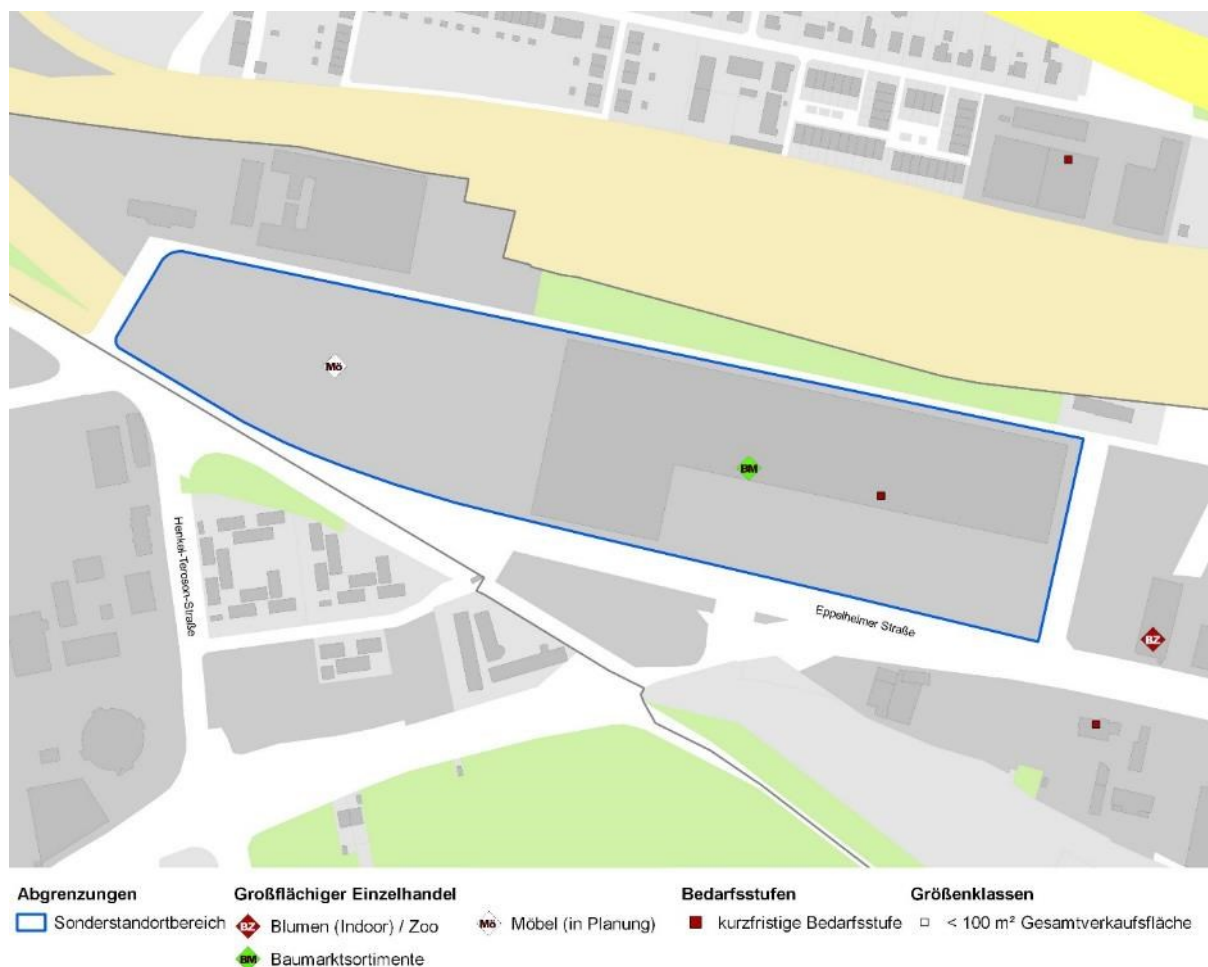
**Tabelle 86: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Sonderstandortbereich Bahnstadt (Fachmarktzentrum)**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	< 100	1
Blumen (Indoor) / Zoo	350	-
Gesundheit und Körperpflege	< 100	-
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	-
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>400</b>	<b>1</b>
Bekleidung	< 100	-
Schuhe / Lederwaren	< 100	-
GPK** / Haushaltswaren	300	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	< 100	-
Sport und Freizeit	150	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>500</b>	<b>-</b>
Wohneinrichtung	1.050	-
Möbel	450	-
Elektro / Leuchten	650	-
Elektronik / Multimedia	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Baumarktsortimente	14.150	1
Gartenmarktsortimente	3.050	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>19.400</b>	<b>1</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>20.300</b>	<b>2</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Der Sonderstandortbereich Bahnstadt (Fachmarktzentrum) wird derzeit durch den Baumarktmarkt vom Anbieter Bauhaus dominiert. Zukünftig wird sich in dem Bereich auch noch ein großflächiger Möbelanbieter ansiedeln. Die Gesamtverkaufsfläche des Standortes wird sich also perspektivisch deutlich erhöhen. Zum Zeitpunkt der Erhebung existierte kein Leerstand an dem Standort.

**Karte 69: Nutzungen im Sonderstandortbereich Bahnstadt (Fachmarktzentrum)**

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

Veränderungen der vorhandenen Einzelhandelsnutzungen beziehungsweise Neuansiedelungen sind vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts zu prüfen, wobei auch die Zielsetzungen des Einheitlichen Regionalplanes Rhein-Neckar zu berücksichtigen sind. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Kernsortimenten sind konsequent auszuschließen. Veränderungen im Bestand sind im Einzelfall abhängig von bauplanungsrechtlichen sowie bauordnungsrechtlichen Festlegungen und dem baugenehmigten Bestand. Entwicklungspotenziale ergeben sich auch über Umnutzungen beziehungsweise Betriebsverlagerungen von bestehenden Betrieben.

## A3 Ehemalige Zentrale Bereiche (NVG 2012)

Im Folgenden werden die ehemaligen Zentralen Bereiche aus dem Nahversorgungsgutachten<sup>59</sup> unter strukturellen und städtebaulichen Gesichtspunkten beschrieben und bewertet. Diese Bereiche können nicht als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB / BauNVO eingeordnet werden, weil sie die städtebaulichen und / oder einzelhandelsrelevanten Kriterien im Sinne der Rechtsprechung nicht erfüllen. Jedoch stellen sie in der Heidelberger Einzelhandelslandschaft aufgrund der historischen Entwicklung noch teilweise Standorte zur Nahbeziehungsweise Grundversorgung dar. Vor dem Hintergrund der nachfolgenden Einordnungen ist darauf hinzuweisen, dass der Zentrale Bereich Bahnhofstraße (2012) in das Nahversorgungszentrum Weststadt räumlich integriert wurde und somit nachfolgend nicht mehr als ehemaliger Zentraler Bereich aufgeführt wird.

### A3.1 Ehemaliger Zentraler Bereich Boxberg (2012)

Der ehemalige Zentrale Bereich Boxberg befindet sich inmitten des Siedlungsschwerpunktes des gleichnamigen Stadtteils. Die Entfernung zur Heidelberger Innenstadt beträgt rund 3,6 km (Luftlinie). Der ehemalige Zentrale Bereich ist über den Boxberggring lediglich an das örtliche Straßennetz angeschlossen. Zudem wird die ÖPNV-Anbindung ausschließlich durch Buslinien gewährleistet.

#### Einzelhandelsangebot

Der ehemalige Zentrale Bereich Boxberg beheimatet sieben Einzelhandelsbetriebe, welche lediglich eine Gesamtverkaufsfläche von rund 600 m<sup>2</sup> vereinen. Insgesamt verfügt der Bereich hinsichtlich Vielfalt und Anzahl über ein eingeschränktes Angebot, welches sich nicht zuletzt in den geringen Verkaufsflächen aller Warengruppen widerspiegelt. Der vorhandene kleine Lebensmittelmarkt („Ihre Kette“) sichert derzeit die Versorgung im Nahbereich. Es ist geplant, den Standort im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels weiter auszubauen.

**Tabelle 87: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Boxberg**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	300	2
Blumen (Indoor) / Zoo	<100	-
Gesundheit und Körperpflege	150	2
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	<100	1
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>500</b>	<b>5</b>
Bekleidung	<100	1
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK** / Haushaltswaren	<100	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	<100	-
Sport und Freizeit	-	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>&lt;100</b>	<b>1</b>
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	<100	1
Elektronik / Multimedia	<100	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-

<sup>59</sup> Dr. Donato Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung (2012): Nahversorgungsgutachten für die Stadt Heidelberg. Lörrach. Nachfolgend im Einzelhandelskonzept: NVG 2012

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Uhren / Schmuck	-	-
Baumarktsortimente	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>&lt;100</b>	<b>1</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>600</b>	<b>7</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019, Abgrenzung des Bereiches nach NVG 2012  
 \* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Der Standortbereich Boxberg dient der Nahversorgung im Stadtteil Boxberg. Die Verkaufsflächen, insbesondere der funktionstragenden Lebensmittelmärkte, liegen unter heutigen Marktzutrittsgrößen. Durch die periphere Lage des Bereiches im Heidelberger Stadtgebiet ist der vorhandene Lebensmittelmarkt „Ihre Kette“ ein wichtiger Versorger in diesem Bereich. Die Entfernung zu alternativen Nahversorgungseinrichtungen in zentralen Lagen ist relativ hoch, so dass dieser Standort für den Siedlungsbereich eine wichtige Nahversorgungsfunktion übernimmt. Aufgrund seiner fehlenden städtebaulichen Merkmale eines Zentrums sowie einer nicht über den unmittelbaren Nahbereich hinausreichenden Versorgungsfunktion ist dieser Standort des Lebensmittelmarktes „Ihre Kette“ als solitärer Nahversorgungsstandort einzuordnen und im Sinne von § 11 (3) BauNVO bei künftigen Einzelhandelsentwicklungen zu berücksichtigen.

**Karte 70: Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Boxberg**



<b>Bedarfsstufen</b>	<b>Größenklassen</b>	<b>Sonstige Nutzungen</b>	<b>Nutzungssituation</b>
■ kurzfristige Bedarfsstufe	□ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Dienstleistung & Handwerk	⊗ Leerstand
■ mittelfristige Bedarfsstufe	□ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Gastgewerbe	<b>Abgrenzung</b>
■ langfristige Bedarfsstufe	□ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Öffentliche Einrichtung	□ Zentraler Bereich 2012

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019); Abgrenzung NVG 2012



### A3.2 Ehemaliger Zentraler Bereich Emmertsgrund (2012)

Der ehemalige Zentrale Bereich Emmertsgrund befindet sich inmitten des Siedlungsschwerpunktes des gleichnamigen Stadtteils. Damit befindet sich der Bereich im äußersten Süden des Heidelberger Stadtgebietes. Die Entfernung zur Heidelberger Innenstadt beträgt rund 5 km (Luftlinie). Der ehemalige Zentrale Bereich ist über die Straße Im Emmertsgrund an das örtliche Straßennetz angeschlossen, wobei die Straße Im Emmertsgrund im überörtlichen Straßennetz (Bundesstraße B 3) mündet. Die ÖPNV-Anbindung wird ausschließlich durch Buslinien gewährleistet.

#### Einzelhandelsangebot

Der ehemalige Zentrale Bereich Emmertsgrund beheimatet fünf Einzelhandelsbetriebe, welche lediglich eine Gesamtverkaufsfläche von rund 850 m<sup>2</sup> vereinen. Insgesamt verfügt der Bereich hinsichtlich Vielfalt und Anzahl über ein eingeschränktes Angebot, welches sich nicht zuletzt in den geringen Verkaufsflächen aller Warengruppen widerspiegelt.

**Tabelle 88: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Emmertsgrund**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	750	4
Blumen (Indoor) / Zoo	<100	-
Gesundheit und Körperpflege	<100	1
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	<100	-
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>850</b>	<b>5</b>
Bekleidung	<100	-
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK** / Haushaltswaren	<100	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	-
Sport und Freizeit	-	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>&lt;100</b>	<b>-</b>
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Baumarktsortimente	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>850</b>	<b>5</b>

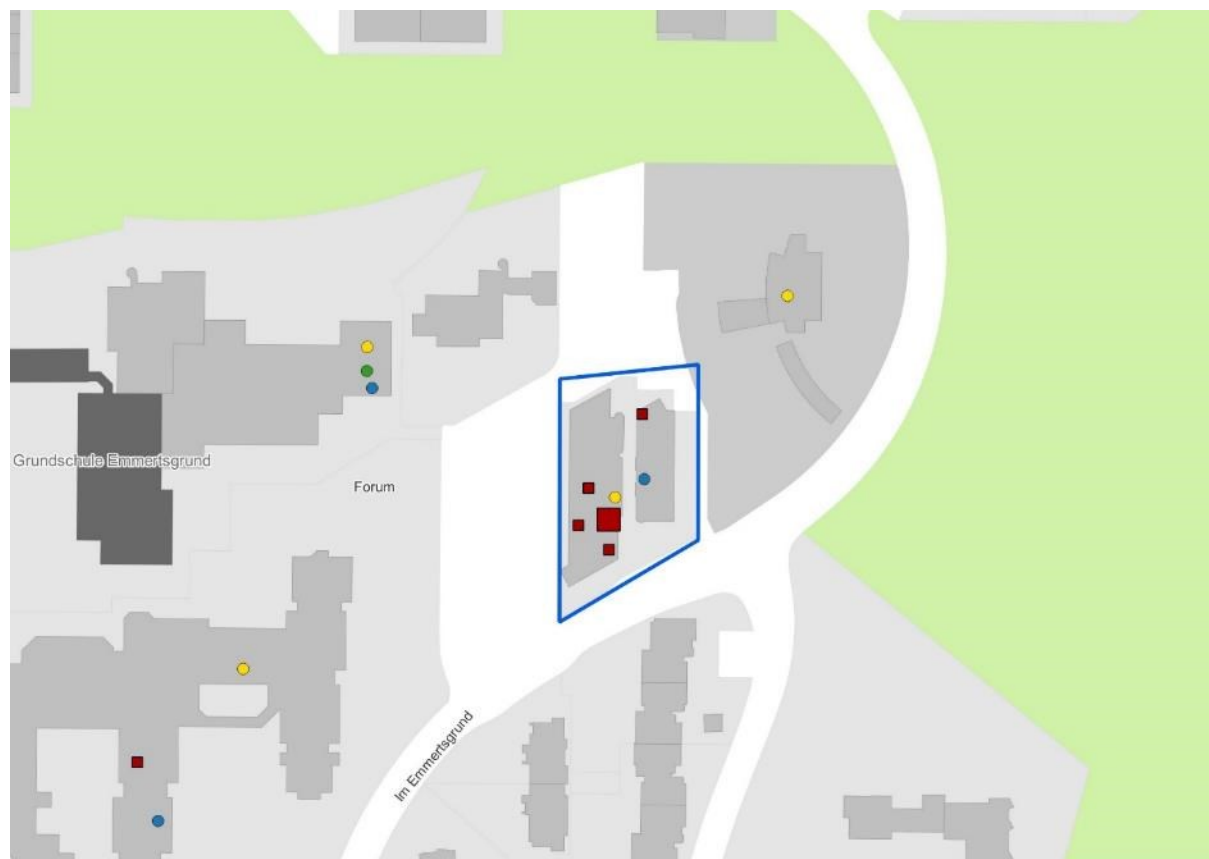
Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019, Abgrenzung des Bereiches nach NVG 2012

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Der Standortbereich Emmertsgrund dient der Nahversorgung im Stadtteil Emmertsgrund. Die Verkaufsflächen, insbesondere der funktionstragenden Lebensmittelmärkte, liegen unter heutigen Marktzutrittsgrößen. Durch die periphere Lage des Bereiches im Heidelberger Stadtgebiet ist der vorhandene Lebensmittelmärkte „nahkauf“ ein wichtiger Versorger in diesem Bereich. Die Entfernung zu alternativen Nahversorgungseinrichtung in zentralen Lagen ist relativ hoch, so dass dieser Standort für den Siedlungsbereich eine wichtige Nahversorgungsfunktion

übernimmt. Aufgrund seiner fehlenden städtebaulichen Merkmale eines Zentrums sowie einer nicht über den unmittelbaren Nahbereich hinausreichenden Versorgungsfunktion ist dieser Standort der Lebensmittelmarktes „nahkauf“ als solitärer Nahversorgungsstandort einzuordnen und im Sinne von § 11 (3) BauNVO bei künftigen Einzelhandelsentwicklungen zu berücksichtigen.

**Karte 71: Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Emmertsgrund**



Bedarfsstufen	Größenklassen	Sonstige Nutzungen	Abgrenzung
<span style="color: red;">■</span> kurzfristige Bedarfsstufe	<input type="checkbox"/> < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	<span style="color: yellow;">●</span> Dienstleistung & Handwerk	<span style="border: 1px solid blue; padding: 2px;"> </span> Zentraler Bereich 2012
<span style="color: blue;">■</span> mittelfristige Bedarfsstufe	<input type="checkbox"/> 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	<span style="color: blue;">●</span> Gastgewerbe	
<span style="color: green;">■</span> langfristige Bedarfsstufe	<input type="checkbox"/> 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	<span style="color: green;">●</span> Kunst, Kultur, Bildung	

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019); Abgrenzung NVG 2012

### A3.3 Ehemaliger Zentraler Bereich Freiburger Straße (2012)

Der ehemalige Zentrale Bereich Freiburger Straße ist an der gleichnamigen Straße zu verorten und befindet sich im Stadtteil Rohrbach. Er ist von Wohnbebauung umgeben. Die Entfernung zur Heidelberger Innenstadt beträgt rund 3,9 km (Luftlinie). Der ehemalige zentrale Bereich ist über die angrenzende Bundesstraße B 3 an das überörtliche Straßennetz angeschlossen. Der ÖPNV-Anschluss wird durch Buslinien sowie direkt angrenzenden Straßenbahnlinien sichergestellt.

#### Einzelhandelsangebot

Der ehemalige Zentrale Bereich Freiburger Straße beheimatet vier Einzelhandelsbetriebe, welche lediglich eine Gesamtverkaufsfläche von rund 750 m<sup>2</sup> vereinen. Insgesamt verfügt der Bereich hinsichtlich Vielfalt und Anzahl über ein eingeschränktes Angebot, welches sich nicht zuletzt in den geringen Verkaufsflächen aller Warengruppen widerspiegelt.

**Tabelle 89: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Freiburger Straße**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	500	2
Blumen (Indoor) / Zoo	<100	-
Gesundheit und Körperpflege	<100	1
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	<100	1
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>700</b>	<b>4</b>
Bekleidung	<100	-
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK** / Haushaltswaren	<100	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	-
Sport und Freizeit	<100	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>&lt;100</b>	<b>-</b>
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	<100	-
Elektronik / Multimedia	<100	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Baumarktsortimente	<100	-
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>&lt;100</b>	<b>-</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>750</b>	<b>4</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019, Abgrenzung des Bereiches nach NVG 2012

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Der Standortbereich Freiburger Straße dient in erster Linie der Nahversorgung der direkt angrenzenden Wohnbevölkerung im Nahbereich. Durch die Lage des Bereiches in einem stark verdichteten Siedlungsgebiet ist der vorhandene Netto-Markt ein wichtiger Versorger in diesem Bereich. Aufgrund seiner geringen Verkaufsflächenausstattung, fehlender städtebaulicher Merkmale eines Zentrums sowie einer nicht über den unmittelbaren Nahbereich hinausreichenden Versorgungsfunktion ist dieser Standort des Lebensmittelmarktes „Netto“ als solitärer

Nahversorgungsstandort einzuordnen und im Sinne von § 11 (3) BauNVO bei künftigen Einzelhandelsentwicklungen zu berücksichtigen.

**Karte 72: Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Freiburger Straße**



Bedarfsstufen	Größenklassen	Sonstige Nutzung	Abgrenzung
■ kurzfristige Bedarfsstufe	□ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Dienstleistung & Handwerk	□ Zentraler Bereich 2012
■ mittelfristige Bedarfsstufe	□ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Gastgewerbe	
■ langfristige Bedarfsstufe	□ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Öffentliche Einrichtung	

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019); Abgrenzung NVG 2012

### A3.4 Ehemaliger Zentraler Bereich Furtwänglerstraße (2012)

Der ehemalige Zentrale Bereich Furtwänglerstraße ist im Süden des Stadtteils Handschuhshaus entlang der Furtwänglerstraße zu verorten. Die Entfernung zur Heidelberger Innenstadt beträgt rund 1,4 km (Luftlinie). Über die in unmittelbarer Nähe befindliche Berliner Straße ist der Standort an das örtliche Straßennetz angebunden. Ein Angebot an Bus- oder Straßenbahnlinien ist hingegen nicht im ehemaligen Zentralen Bereich vorhanden, sondern ausschließlich über einen kurzen Fußweg gewährleistet.

#### Einzelhandelsangebot

Der ehemalige zentrale Versorgungsbereich Furtwänglerstraße beheimatet drei Einzelhandelsbetriebe, welche lediglich eine Gesamtverkaufsfläche von rund 450 m<sup>2</sup> vereinen. Insgesamt verfügt der Bereich hinsichtlich Vielfalt und Anzahl über ein eingeschränktes Angebot, welches sich nicht zuletzt in den geringen Verkaufsflächen aller Warengruppen widerspiegelt.

**Tabelle 90: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Furtwänglerstraße**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	350	2
Blumen (Indoor) / Zoo	<100	-
Gesundheit und Körperpflege	<100	1
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	<100	-
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>450</b>	<b>3</b>
Bekleidung	-	-
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK** / Haushaltswaren	<100	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	-
Sport und Freizeit	-	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>&lt;100</b>	<b>-</b>
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Baumarktsortimente	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>450</b>	<b>3</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019, Abgrenzung des Bereiches nach NVG 2012

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Der Standortbereich Furtwänglerstraße dient in erster Linie der Nahversorgung der direkt angrenzenden Wohnbevölkerung im Nahbereich. Durch die Lage des Bereiches in einem stark verdichteten Siedlungsgebiet ist der vorhandene Rewe-Markt ein wichtiger Versorger in diesem Bereich. Aufgrund seiner sehr geringen Verkaufsflächenausstattung, fehlender städtebaulicher Merkmale eines Zentrums sowie einer nicht über den unmittelbaren Nahbereich hinausreichenden Versorgungsfunktion kann der Bereich nicht als zentraler Versorgungsbereich eingeordnet werden.

**Karte 73: Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Furtwänglerstraße**



<b>Bedarfsstufen</b>	<b>Größenklassen</b>	<b>Nutzungssituation</b>	<b>Abgrenzung</b>
■ kurzfristige Bedarfsstufe	□ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	⊗ Leerstand	□ Zentraler Bereich 2012
■ mittelfristige Bedarfsstufe	□ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	<b>Sonstige Nutzung</b>	
■ langfristige Bedarfsstufe	□ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Dienstleistung & Handwerk	
		● Gastgewerbe	

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019); Abgrenzung NVG 2012  
 \* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

### A3.5 Ehemaliger Zentraler Bereich Kranichweg (2012)

Der ehemalige Zentrale Bereich Kranichweg ist im Süden des Stadtteils Pfaffengrund entlang der gleichnamigen Straße zu verorten. Der Standort ist von Wohnbebauung umschlossen. Die Entfernung zur Heidelberger Innenstadt beträgt rund 2,7 km (Luftlinie). Über den Kranichweg ist der Standort an das örtliche Straßennetz angebunden. Der ehemalige zentrale Bereich ist über eine Buslinie an das Heidelberger ÖPNV-Netz angeschlossen.

#### Einzelhandelsangebot

Der ehemalige Zentrale Bereich Kranichweg beheimatet vier Einzelhandelsbetriebe, welche lediglich eine Gesamtverkaufsfläche von rund 1.000 m<sup>2</sup> vereinen. Insgesamt verfügt der Bereich hinsichtlich Vielfalt und Anzahl über ein eingeschränktes Angebot, welches sich nicht zuletzt in den geringen Verkaufsflächen aller Warengruppen widerspiegelt.

**Tabelle 91: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen zentralen Bereich Kranichweg**

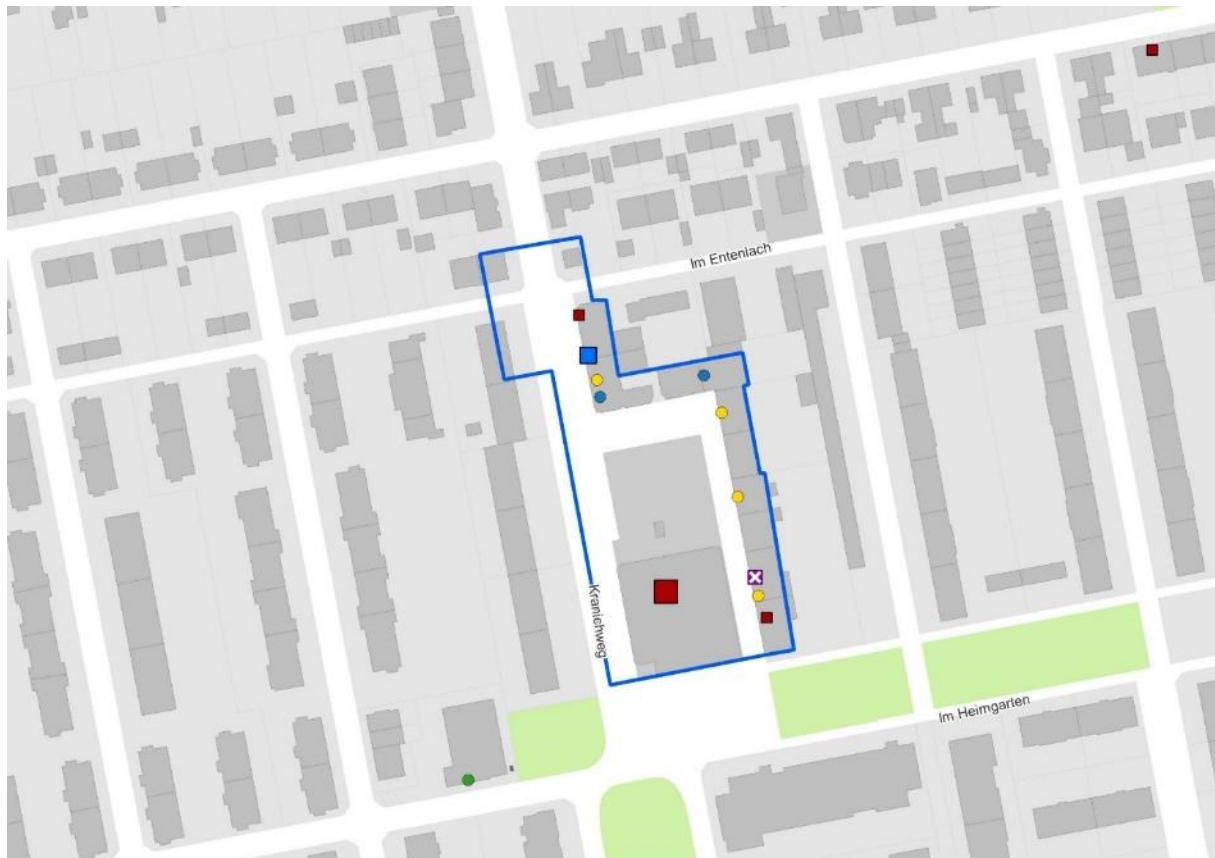
Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	650	2
Blumen (Indoor) / Zoo	<100	-
Gesundheit und Körperpflege	<100	-
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	<100	1
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>800</b>	<b>3</b>
Bekleidung	<100	-
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK** / Haushaltswaren	<100	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	-
Sport und Freizeit	150	1
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>200</b>	<b>1</b>
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	<100	-
Elektronik / Multimedia	<100	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Baummarktsortimente	<100	-
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>&lt;100</b>	<b>-</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>1.050</b>	<b>4</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019, Abgrenzung des Bereiches nach NVG 2012

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Der Standortbereich Kranichweg dient in erster Linie der Nahversorgung der direkt angrenzenden Wohnbevölkerung im Nahbereich. Durch die Lage des Bereiches in einem stark verdichteten Siedlungsgebiet ist der vorhandene Netto-Markt ein wichtiger Versorger in diesem Bereich. Insgesamt verfügt der Standortbereich über eine sehr geringe Verkaufsflächenausstattung, fehlende städtebaulicher Merkmale eines Zentrums sowie einer nicht über den unmittelbaren Nahbereich hinausreichenden Versorgungsfunktion. Der Standort des Lebensmittelmarktes „Netto“ wird als solitärer Nahversorgungsstandort eingeordnet und ist im Sinne von § 11 (3) BauNVO bei künftigen Einzelhandelsentwicklungen zu berücksichtigen.

**Karte 74: Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Kranichweg**



Bedarfsstufen	Größenklassen	Sonstige Nutzung	Nutzungssituation
<span style="color: red;">■</span> kurzfristige Bedarfsstufe	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 15px;"></span> < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	<span style="color: yellow;">●</span> Dienstleistung & Handwerk	<span style="color: purple;">✕</span> Leerstand
<span style="color: blue;">■</span> mittelfristige Bedarfsstufe	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 15px;"></span> 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	<span style="color: blue;">●</span> Gastgewerbe	<b>Abgrenzung</b>
<span style="color: green;">■</span> langfristige Bedarfsstufe	<span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 15px;"></span> 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	<span style="color: green;">●</span> Kunst, Kultur, Bildung	<span style="border: 2px solid blue; display: inline-block; width: 15px; height: 15px;"></span> Zentraler Bereich 2012

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019); Abgrenzung NVG 2012



### A3.6 Ehemaliger Zentraler Bereich Pfaffengrund (2012)

Der ehemalige Zentrale Bereich Pfaffengrund ist im Süden des gleichnamigen Stadtteils entlang der Straße Im Buschgewann zu verorten. Der Standort ist von Wohnbebauung umschlossen und befindet sich unweit des Zentralen Bereiches Kranichweg. Die Entfernung zur Heidelberger Innenstadt beträgt rund 2,4 km (Luftlinie). Über die angrenzende Marktstraße ist der Standort an das örtliche Straßennetz angebunden. Der ehemalige Zentrale Bereich ist über eine in der Nähe befindliche Buslinie an das Heidelberger ÖPNV-Netz angeschlossen.

#### Einzelhandelsangebot

Der ehemalige zentrale Versorgungsbereich Pfaffengrund beheimatet nur sechs Einzelhandelsbetriebe, welche lediglich eine Gesamtverkaufsfläche von rund 200 m<sup>2</sup> vereinen. Insgesamt verfügt der Bereich hinsichtlich Vielfalt und Anzahl über ein eingeschränktes Angebot, welches sich nicht zuletzt in den geringen Verkaufsflächen aller Warengruppen widerspiegelt.

**Tabelle 92: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Pfaffengrund**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	<100	3
Blumen (Indoor) / Zoo	<100	1
Gesundheit und Körperpflege	100	2
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	-
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>200</b>	<b>6</b>
Bekleidung	-	-
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK** / Haushaltswaren	-	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	-
Sport und Freizeit	-	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Baumarktsortimente	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>200</b>	<b>6</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019, Abgrenzung des Bereiches nach NVG 2012

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Der Bereich Pfaffengrund erfüllt aufgrund seiner geringen Verkaufsflächenausstattung, fehlender städtebaulicher Merkmale eines Zentrums sowie einer sehr geringen Versorgungsfunktion nicht die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich.

**Karte 75: Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Pfaffengrund**



Bedarfsstufen	Größenklassen	Sonstige Nutzung	Nutzungssituation
■ kurzfristige Bedarfsstufe	□ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Dienstleistung & Handwerk	⊠ Leerstand
■ mittelfristige Bedarfsstufe	□ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Gastgewerbe	<b>Abgrenzung</b>
■ langfristige Bedarfsstufe	□ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Kunst, Kultur, Bildung	□ Zentraler Bereich 2012

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019); Abgrenzung NVG 2012

### A3.7 Ehemaliger Zentraler Bereich Rohrbacher Straße (2012)

Der im Heidelberger Stadtteil Weststadt gelegene ehemalige Zentrale Bereich Rohrbacher Straße lässt sich entlang der gleichnamigen Straße verorten. Die Distanz zur Heidelberger Innenstadt beträgt rund 0,1 km (Luftlinie). Über die durch den Standort verlaufende Rohrbacher Straße (B 3) ist der Zentrale Bereich an das überörtliche Straßennetz angeschlossen. Der Anschluss an das örtliche ÖPNV-Netz erfolgt durch Bus- sowie Straßenbahnlinien.

#### Einzelhandelsangebot

Der ehemalige langgezogene Zentrale Bereich Rohrbacher Straße beheimatet 23 Einzelhandelsbetriebe, welche eine Gesamtverkaufsfläche von rund 2.900 m<sup>2</sup> vereinen. Insgesamt verfügt der Bereich hinsichtlich Vielfalt und Anzahl dennoch über ein quantitativ eingeschränktes Angebot, welches sich nicht zuletzt in den geringen Verkaufsflächen in fasten allen Warengruppen widerspiegelt.

**Tabelle 93: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Rohrbacher Straße**

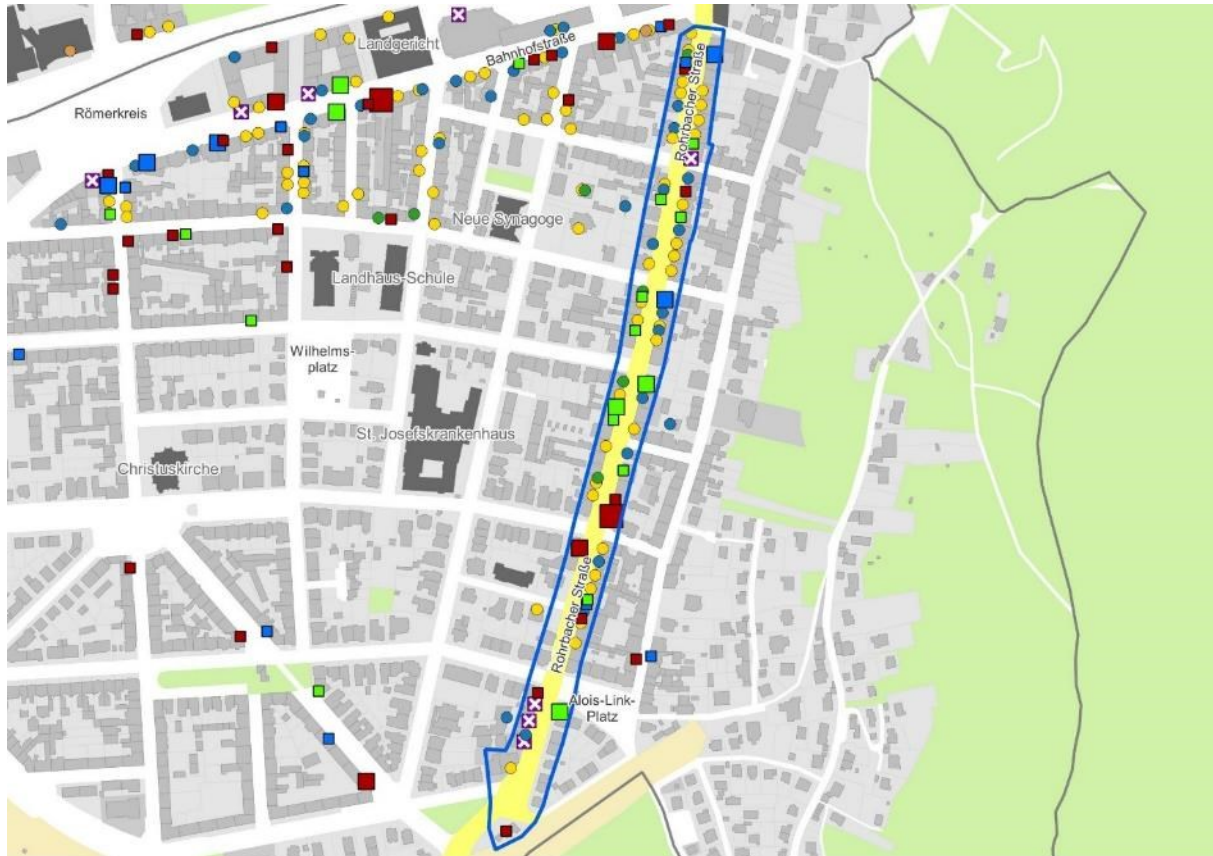
Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	800	6
Blumen (Indoor) / Zoo	<100	-
Gesundheit und Körperpflege	<100	2
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	<100	-
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>950</b>	<b>8</b>
Bekleidung	<100	1
Schuhe / Lederwaren	<100	1
GPK** / Haushaltswaren	<100	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	200	1
Sport und Freizeit	350	1
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>650</b>	<b>4</b>
Wohn Einrichtung	450	3
Möbel	500	2
Elektro / Leuchten	-	-
Elektronik / Multimedia	<100	1
Medizinische und orthopädische Artikel	250	3
Uhren / Schmuck	<100	1
Baumarktsortimente	<100	1
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1.300</b>	<b>11</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>2.900</b>	<b>23</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019, Abgrenzung des Bereiches nach NVG 2012

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Der Bereich entlang der Rohrbacher Straße erfüllt aufgrund seiner geringen Verkaufsflächenausstattung, fehlender städtebaulicher Merkmale eines Zentrums sowie einer sehr geringen Versorgungsfunktion nicht die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich.

**Karte 76: Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Rohrbacher Straße**



Bedarfsstufen	Größenklassen	Sonstige Nutzung	Nutzungssituation
■ kurzfristige Bedarfsstufe	□ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Dienstleistung & Handwerk	⊠ Leerstand
■ mittelfristige Bedarfsstufe	□ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Gastgewerbe	<b>Abgrenzung</b>
■ langfristige Bedarfsstufe	□ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Kunst, Kultur, Bildung	□ Zentraler Bereich 2012
		● Öffentliche Einrichtung	

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019); Abgrenzung NVG 2012

### A3.8 Ehemaliger Zentraler Bereich Wieblingen (2012)

Der ehemalige Zentrale Bereich Wieblingen befindet sich im Nordwesten des Heidelberger Stadtgebietes im gleichnamigen Stadtteil. Der zentrale Bereich erstreckt sich entlang der Mannheimer Straße. Durch jene wird der Standort auch an das örtliche Straßennetz angeschlossen. Eine Anbindung an das Heidelberger ÖPNV-Netz ist durch Busverbindungen sichergestellt. Darüber hinaus gibt es in fußläufiger Erreichbarkeit ebenfalls einen Straßenbahnanschluss.

#### Einzelhandelsangebot

Der ehemalige Zentrale Versorgungsbereich Wieblingen beheimatet acht Einzelhandelsbetriebe, welche lediglich eine Gesamtverkaufsfläche von rund 400 m<sup>2</sup> vereinen. Insgesamt verfügt der Bereich hinsichtlich Vielfalt und Anzahl über ein deutlich eingeschränktes Angebot, welches sich nicht zuletzt in den geringen Verkaufsflächen aller Warengruppen widerspiegelt.

**Tabelle 94: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Wieblingen**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> (gerundete Werte)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	<100	2
Blumen (Indoor) / Zoo	-	-
Gesundheit und Körperpflege	<100	1
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	<100	1
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>150</b>	<b>4</b>
Bekleidung	-	-
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK** / Haushaltswaren	-	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	<100	1
Sport und Freizeit	<100	1
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>&lt;100</b>	<b>2</b>
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	100	1
Elektro / Leuchten	<100	-
Elektronik / Multimedia	<100	1
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Baumarktsortimente	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>200</b>	<b>2</b>
Sonstige	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>400</b>	<b>8</b>

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einzelhandelserhebung Junker + Kruse, Oktober bis Dezember 2019, Abgrenzung des Bereiches nach NVG 2012

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, \*\* Glas / Porzellan / Keramik

Der Bereich Wieblingen erfüllt aufgrund seiner geringen Verkaufsflächenausstattung, fehlender städtebaulicher Merkmale eines Zentrums sowie einer sehr geringen Versorgungsfunktion nicht die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich.

**Karte 77: Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Wieblingen**



Bedarfsstufen	Größenklassen	Sonstige Nutzung	Abgrenzung
■ kurzfristige Bedarfsstufe	□ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Dienstleistung & Handwerk	▭ Zentraler Bereich 2012
■ mittelfristige Bedarfsstufe	□ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Gastgewerbe	
■ langfristige Bedarfsstufe	□ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	● Kunst, Kultur, Bildung	
	<b>Nutzungssituation</b>	● Öffentliche Einrichtung	
	⊠ Leerstand	● Sonstiges	

Quelle: Darstellung und Erhebung Junker + Kruse (Oktober bis Dezember 2019) auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019); Abgrenzung NVG 2012

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Untersuchungsaufbau.....	21
Abbildung 2:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 – 2020) .....	24
Abbildung 3:	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 – 2019 .....	25
Abbildung 4:	Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 und 2020 .....	27
Abbildung 5:	Verkaufsflächen in der Stadt Heidelberg nach Warengruppen .....	42
Abbildung 6:	Verteilung der Verkaufsflächen in der Stadt Heidelberg differenziert nach Lagen .....	47
Abbildung 7:	Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Heidelberg differenziert nach Lagen .....	48
Abbildung 8:	Verteilung der Verkaufsflächen in der Stadt Heidelberg differenziert nach Warengruppen und Lagen (in Prozent) .....	49
Abbildung 9:	Verteilung der Betriebe und Leerstände in der Stadt Heidelberg differenziert nach Lagen 2019 und 2021 .....	63
Abbildung 10:	Anteil des Einzelhandelsumsatzes an privaten Konsumausgaben in Deutschland.....	69
Abbildung 11:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020.....	70
Abbildung 12:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Heidelberg als Orientierungsgröße (Perspektive 2035).....	72
Abbildung 13:	Standortstrukturmodell für die Stadt Heidelberg .....	81

# Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Heidelberg in der Region.....	30
Karte 2:	Siedlungsstruktur der Stadt Heidelberg .....	31
Karte 3:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich.....	33
Karte 4:	Einzugsgebiet des Heidelberger Einzelhandels 2020 .....	36
Karte 5:	Räumliche Verteilung der Lebensmittelanbieter .....	52
Karte 6:	Strukturprägende Lebensmittelanbieter ab 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche in der Stadt Heidelberg mit 600 m-Isodistanzen.....	54
Karte 7:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche) in der Stadt Heidelberg.....	56
Karte 8:	Leerstände in der Stadt Heidelberg .....	57
Karte 9:	Online Auffindbarkeit (Google maps, Google my Business, weitere online Plattformen und Verzeichnisse) im Bereich der Altstadt.....	58
Karte 10:	Eigene / zentrale Homepage, Online-Shop und Click & Collect im Bereich der Altstadt .....	59
Karte 11:	Online Auffindbarkeit in sozialen online Netzwerken im Bereich der Altstadt.....	60
Karte 12:	Heidelberger Standortstruktur – Status-Quo und Perspektive 2035 .....	83
Karte 13:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	155
Karte 14:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Altstadt.....	156
Karte 15:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Altstadt .....	159
Karte 16:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	160
Karte 17:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Bahnstadt.....	161
Karte 18:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Bahnstadt.....	164
Karte 19:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	165
Karte 20:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Bergheim .....	166
Karte 21:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Bergheim.....	169
Karte 22:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	170
Karte 23:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Boxberg .....	171
Karte 24:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Boxberg.....	174
Karte 25:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	175
Karte 26:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Emmertsgrund .....	176
Karte 27:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Emmertsgrund.....	179
Karte 28:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	180
Karte 29:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Handschuhsheim .....	181
Karte 30:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Handschuhsheim.....	184
Karte 31:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	185
Karte 32:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Kirchheim.....	186
Karte 33:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Kirchheim .....	189
Karte 34:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	190
Karte 35:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Neuenheim .....	191
Karte 36:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Neuenheim .....	194
Karte 37:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	195
Karte 38:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Pfaffengrund .....	196
Karte 39:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Pfaffengrund.....	199
Karte 40:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	200



Karte 41:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Rohrbach .....	201
Karte 42:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Rohrbach.....	204
Karte 43:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	205
Karte 44:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Schlierbach .....	206
Karte 45:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Schlierbach .....	209
Karte 46:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	210
Karte 47:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Südstadt.....	211
Karte 48:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Südstadt.....	214
Karte 49:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	215
Karte 50:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Weststadt.....	216
Karte 51:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Weststadt .....	219
Karte 52:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	220
Karte 53:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Wieblingen .....	221
Karte 54:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Wieblingen .....	224
Karte 55:	Lage des Stadtteils im Stadtgefüge .....	225
Karte 56:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtteil Ziegelhausen .....	226
Karte 57:	Grundversorgungssituation im Stadtteil Ziegelhausen.....	229
Karte 58:	Nutzungen im Heidelberger Hauptgeschäftszentrum Innenstadt.....	231
Karte 59:	Nutzungen im Stadtteilzentrum Neuenheim.....	235
Karte 60:	Nutzungen im Besonderen Zentrum Europaplatz .....	236
Karte 61:	Nutzungen im Nahversorgungszentrum Bahnstadt .....	238
Karte 62:	Nutzungen im Nahversorgungszentrum Kirchheim.....	240
Karte 63:	Nutzungen im Nahversorgungszentrum Ziegelhausen .....	242
Karte 64:	Nutzungen im perspektivischen Nahversorgungszentrum Handschuhsheim .....	244
Karte 65:	Nutzungen im perspektivischen Nahversorgungszentrum Rohrbach- Mitte.....	247
Karte 66:	Nutzungen im perspektivischen Nahversorgungszentrum Patrick- Henry-Village .....	248
Karte 67:	Nutzungen im Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd .....	250
Karte 68:	Nutzungen im Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund).....	252
Karte 69:	Nutzungen im Sonderstandortbereich Bahnstadt (Fachmarktzentrum) .....	254
Karte 70:	Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Boxberg.....	256
Karte 71:	Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Emmertsgrund.....	258
Karte 72:	Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Freiburger Straße.....	260
Karte 73:	Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Furtwänglerstraße .....	262
Karte 74:	Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Kranichweg .....	264
Karte 75:	Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Pfaffengrund .....	266
Karte 76:	Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Rohrbacher Straße.....	268
Karte 77:	Nutzungen im ehemaligen Zentralen Bereich Wieblingen .....	270

# Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse .....	14
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien .....	16
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung (beispielhafte Zusammenstellung).....	20
Tabelle 4:	Einwohnerzahlen der Stadtteile Heidelbergs .....	32
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Heidelberg (2019).....	34
Tabelle 6:	Touristisches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Heidelberg im Jahr 2019 .....	38
Tabelle 7:	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in den Heidelberger Stadtteilen .....	40
Tabelle 8:	Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in der Stadt Heidelberg nach Warengruppen .....	41
Tabelle 9:	Einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche, Umsatz, Kaufkraft und Zentralität in der Stadt Heidelberg nach Warengruppen.....	43
Tabelle 10:	Ausstattung an Grundversorgungsangeboten in den Stadtteilen .....	53
Tabelle 11:	Anzahl der Betriebe in der Stadt Heidelberg nach Warengruppen in den Jahren 2019 und 2021 .....	61
Tabelle 12:	Einzelhandelsbetriebe und Leerstandsquote 2019 und 2021 in den Heidelberger Stadtteilen .....	62
Tabelle 13:	Sichtbarkeit des Online-Handels der Heidelberger Einzelhandelsbetriebe 2019 und 2021 – ausgewählte Kriterien .....	63
Tabelle 14:	Strukturprägende Standorte in der Stadt Heidelberg.....	82
Tabelle 15:	Merkmale zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente .....	132
Tabelle 16:	Heidelberger Sortimentsliste .....	135
Tabelle 17:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Altstadt (Stand 31. Dezember 2018).....	155
Tabelle 18:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Altstadt .....	157
Tabelle 19:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Altstadt .....	157
Tabelle 20:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Altstadt.....	158
Tabelle 21:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Bahnstadt (Stand 31. Dezember 2018) .....	160
Tabelle 22:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Bahnstadt .....	162
Tabelle 23:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Bahnstadt.....	162
Tabelle 24:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Bahnstadt.....	163
Tabelle 25:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Bergheim (Stand 31. Dezember 2018) .....	165
Tabelle 26:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Bergheim .....	167
Tabelle 27:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Bergheim.....	167
Tabelle 28:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Bergheim .....	168

Tabelle 29:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Boxberg (Stand 31. Dezember 2018).....	170
Tabelle 30:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Boxberg .....	172
Tabelle 31:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Boxberg.....	172
Tabelle 32:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Boxberg .....	173
Tabelle 33:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Emmertsgrund (Stand 31. Dezember 2018).....	175
Tabelle 34:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Emmertsgrund.....	177
Tabelle 35:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Emmertsgrund.....	177
Tabelle 36:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Emmertsgrund.....	178
Tabelle 37:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Handschuhsheim (Stand 31. Dezember 2018).....	180
Tabelle 38:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Handschuhsheim.....	182
Tabelle 39:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Handschuhsheim .....	182
Tabelle 40:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Handschuhsheim.....	183
Tabelle 41:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Kirchheim (Stand 31. Dezember 2018).....	185
Tabelle 42:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Kirchheim .....	187
Tabelle 43:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Kirchheim .....	187
Tabelle 44:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Kirchheim .....	188
Tabelle 45:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Neuenheim (Stand 31. Dezember 2018).....	190
Tabelle 46:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Neuenheim .....	192
Tabelle 47:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Neuenheim.....	192
Tabelle 48:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Neuenheim .....	193
Tabelle 49:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Pfaffengrund (Stand 31. Dezember 2018).....	195
Tabelle 50:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Pfaffengrund.....	197
Tabelle 51:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Pfaffengrund.....	197
Tabelle 52:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Pfaffengrund .....	198
Tabelle 53:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Rohrbach (Stand 31. Dezember 2018).....	200
Tabelle 54:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Rohrbach.....	202

Tabelle 55:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Rohrbach .....	202
Tabelle 56:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Rohrbach .....	203
Tabelle 57:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Schlierbach (Stand 31. Dezember 2018).....	205
Tabelle 58:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Schlierbach.....	207
Tabelle 59:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Schlierbach .....	207
Tabelle 60:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Schlierbach .....	208
Tabelle 61:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Südstadt (Stand 31. Dezember 2018).....	210
Tabelle 62:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Südstadt .....	212
Tabelle 63:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Südstadt.....	212
Tabelle 64:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Südstadt.....	213
Tabelle 65:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Weststadt (Stand 31. Dezember 2018).....	215
Tabelle 66:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Weststadt .....	217
Tabelle 67:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Weststadt .....	217
Tabelle 68:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Weststadt .....	218
Tabelle 69:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Wieblingen (Stand 31. Dezember 2018) .....	220
Tabelle 70:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Wieblingen.....	222
Tabelle 71:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Wieblingen .....	222
Tabelle 72:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Wieblingen .....	223
Tabelle 73:	Soziodemographische Rahmendaten des Stadtteils Ziegelhausen (Stand 31. Dezember 2018).....	225
Tabelle 74:	Strukturelle und einzelhandelsrelevante Kenndaten des Stadtteils Ziegelhausen.....	227
Tabelle 75:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur - Ziegelhausen.....	227
Tabelle 76:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Ziegelhausen .....	228
Tabelle 77:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Hauptgeschäftszentrum Innenstadt.....	230
Tabelle 78:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur des Stadtteilzentrums Neuenheim .....	234
Tabelle 79:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur des Nahversorgungszentrums Bahnstadt .....	237
Tabelle 80:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur des Nahversorgungszentrums Kirchheim .....	239
Tabelle 81:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur des Nahversorgungszentrums Ziegelhausen.....	241

Tabelle 82:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur des Nahversorgungszentrums Handschuhshheim.....	243
Tabelle 83:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im perspektivischen Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte.....	246
Tabelle 84:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Sonderstandortbereich Rohrbach-Süd .....	249
Tabelle 85:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Sonderstandortbereich Eppelheimer Straße (Pfaffengrund).....	251
Tabelle 86:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Sonderstandortbereich Bahnstadt (Fachmarktzentrum) .....	253
Tabelle 87:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Boxberg.....	255
Tabelle 88:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Emmertsgrund.....	257
Tabelle 89:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Freiburger Straße .....	259
Tabelle 90:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Furtwänglerstraße .....	261
Tabelle 91:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen zentralen Bereich Kranichweg.....	263
Tabelle 92:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Pfaffengrund.....	265
Tabelle 93:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Rohrbacher Straße.....	267
Tabelle 94:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im ehemaligen Zentralen Bereich Wieblingen.....	269



### **Hinweise**

*Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit werden keine männlichen und weiblichen Schriftformen verwendet. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich alle Geschlechter angesprochen.*

*Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) sind durch Dritte nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.*

### **Datenschutzerklärung**

*Das Gutachterbüro Junker + Kruse verarbeitet personenbezogene Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt, und ist im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Heidelberg als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB erforderlich. Darüber hinaus werden die Daten im Rahmen weiterer Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen, verwendet (zum Beispiel Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).*

*Die gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald sie für die bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.*

### **Kontaktdaten der Verantwortlichen**

*Junker + Kruse Stadtforschung Planung, Markt 5 | D-44137 Dortmund  
Gesellschafter Dipl.-Ing. Rolf Junker und Dipl.-Geogr. Stefan Kruse  
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 | Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50  
E-Mail: [info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de) | [www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de)*





## **Impressum**

### **Stadt Heidelberg**

Amt für Stadtentwicklung und Statistik  
Gaisbergstraße 11  
69115 Heidelberg

Telefon 06221 58-21500  
Telefax 06221 54-4621500  
stadtentwicklung@heidelberg.de  
[www.heidelberg.de/einzelhandel](http://www.heidelberg.de/einzelhandel)

### **Im Auftrag der Stadt Heidelberg erstellt von**

Junker+Kruse Stadtforschung und Planung  
Markt 5  
44137 Dortmund

Telefon 0231 557858-0  
Telefax 0231 557858-50  
info@junker-kruse.de  
[www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de)

**Titelfoto** Tobias Dittmer  
**Seite 3** Salar Baygan, Steffen Diemer

Beschlossen durch den Gemeinderat am  
17. März 2022

Copyright © 2022 Stadt Heidelberg.  
Alle Rechte vorbehalten.  
Abdruck (auch auszugsweise) nur mit  
ausdrücklicher Genehmigung der  
Stadt Heidelberg.

## **Amt für Stadtentwicklung und Statistik**

### **Stadt Heidelberg**

Gaisbergstraße 11  
69115 Heidelberg

Telefon 06221 58-21500  
stadtentwicklung@heidelberg.de  
www.heidelberg.de

## **Amt für Wirtschaftsförderung und Wissenschaft**

### **Stadt Heidelberg**

Haus der Wirtschaftsförderung  
Heiliggeiststraße 12  
69117 Heidelberg

Telefon 06221 58-30000  
wirtschaftsfoerderung@heidelberg.de  
www.heidelberg.de