

Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Heilbronn

1. Gesamtfortschreibung



Urheberrecht

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

Auf die explizite Nennung der verschiedenen Geschlechter im Text wird aus Gründen der Lesbarkeit verzichtet. Jedoch sind bei allen Nennungen sowohl weibliche wie auch männliche und andere Geschlechter gemeint.

Projektleitung:

Dipl. Geogr. Markus Wagner

Datum

Ludwigsburg, den 10.03.2022

Auftraggeber:



Stadt Heilbronn
Planungs- und Baurechtsamt
Cäcilienstraße 45
74072 Heilbronn

Auftragnehmer:



Forschen. Beraten. Umsetzen.

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

Büro Ludwigsburg
Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek

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

| Inhaltsverzeichnis | Seite |
|--|-----------|
| I. Grundlagen | 13 |
| 1. Aufgabenstellung / Untersuchungsmethodik | 13 |
| 1.1 Anforderung 1: Das Einzelhandelskonzept als strategisches Entwicklungsinstrument | 14 |
| 1.2 Anforderung 2: Das Einzelhandelskonzept als rechtssicherer Steuerungsmechanismus | 15 |
| 1.3 Anforderung 3: Das Einzelhandelskonzept als Anpassungsstrategie zu veränderten Konsumverhalten und Flächenbedarfen | 16 |
| 1.4 Folgerungen für Heilbronn | 21 |
| 2. Methodik zur Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes | 22 |
| 3. Aufgabe und Bedeutung von Einzelhandelskonzepten und ihre Grenzen | 26 |
| 4. Bauplanungsrechtliche Instrumente zur Steuerung des Einzelhandels | 27 |
| 4.1 Bauplanungsrecht | 27 |
| 4.2 Landes- und Regionalplanung | 29 |
| II. Entwicklung des Oberzentrums Heilbronn 2002 – 2021 | 30 |
| 1. Rahmenbedingungen | 30 |
| 2. Entwicklung der Einwohnerzahlen | 30 |
| 3. Siedlungsstrukturen und Entwicklung der Stadtteile | 32 |
| 4. Wirtschaftliche Entwicklung | 32 |
| 5. Wesentliche städtebauliche Entwicklungen in Heilbronn zwischen 2002 und 2020 | 33 |
| 6. Zwischenfazit: Entwicklung von Heilbronn zwischen 2002 und 2021 | 34 |
| III. Nachfragesituation | 35 |
| 1. Marktgebiet von Heilbronn und Bevölkerungspotenzial | 35 |
| 2. Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet von Heilbronn 2021 | 38 |
| 3. Kaufkraftprognose 2030 | 40 |
| 3.1 Rahmenbedingungen bis 2030 | 40 |
| 3.2 Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose bis 2030 | 41 |
| 4. Zwischenfazit: Nachfragesituation | 42 |

| | |
|--|-----------|
| IV. Angebotssituation | 43 |
| 1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Heilbronn | 43 |
| 2. Einzelhandelsstrukturen in Heilbronn | 46 |
| 3. Einzelhandelsstrukturen nach Standortlagen | 49 |
| 4. Einzelhandelssituation in den Stadtteilen von Heilbronn | 50 |
| 5. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Heilbronn | 52 |
| 5.1 Gesamtstadt | 52 |
| 5.2 Entwicklung nach Branchen | 53 |
| 5.3 Entwicklung nach Lagen | 56 |
| 6. Quantitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes anhand ausgewählter Indikatoren | 57 |
| 6.1 Verkaufsflächenausstattung | 58 |
| 6.2 Zentralitätskennziffer | 59 |
| 7. Zwischenfazit: Angebotssituation | 60 |
| V. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Heilbronn | 62 |
| 1. Übergeordnete Faktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung | 62 |
| 2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale | 63 |
| 3. Standortbezogene Entwicklungspotenziale | 67 |
| 3.1 Innenstadt | 67 |
| 3.1.1 Lagen der Heilbronner Innenstadt | 67 |
| 3.1.2 Bestandsdaten und Entwicklung der Heilbronner Innenstadt | 70 |
| 3.2 Nahversorgung | 72 |
| 3.2.1 Status quo-Analyse | 72 |
| 3.2.2 Räumliche Versorgungslücken / Handlungsbedarf | 76 |
| 3.3 Gewerbegebiete | 79 |
| VI. Fortschreibung Märkte- und Zentrenkonzept Heilbronn | 81 |
| 1. Evaluierung des Märkte- und Zentrenkonzeptes Heilbronn 2002 | 81 |
| 2. Überprüfung der städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung | 85 |
| 3. Überprüfung des Sortimentskonzeptes | 87 |
| 3.1 Begriffsdefinition | 87 |
| 3.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente | 87 |

| | | |
|-------------|--|------------|
| 3.3 | Überprüfung der Heilbronner Sortimentsliste | 89 |
| 4. | Überprüfung des Standortkonzeptes | 94 |
| 4.1 | Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“ | 94 |
| 4.1.1 | Rechtliche Anforderungen | 94 |
| 4.1.2 | Methodik zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche | 97 |
| 4.1.3 | Methodik zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche | 98 |
| 4.1.4 | Einordnung zentraler Versorgungsbereiche in Heilbronn (Zentrenklassifikation) | 99 |
| 4.2 | Überprüfung des Standortkonzeptes 2002 | 103 |
| 4.3 | Fortschreibung des Standortkonzeptes | 103 |
| 4.4 | Zentrenprofile | 106 |
| 4.4.1 | A-Zentrum Innenstadt Heilbronn | 107 |
| 4.4.2 | B-Zentrum Südstadt | 112 |
| 4.4.3 | B-Zentrum Böckingen | 117 |
| 4.4.4 | C-Zentrum Bahnhofsvorstadt-Süd (Kaufland) | 121 |
| 4.4.5 | C-Zentrum Neckarbogen / Bahnhofsvorstadt-Nord | 125 |
| 4.4.6 | C-Zentrum Stuttgarter Straße (Kaufland) | 128 |
| 4.4.7 | C-Zentrum Sontheim-Nord | 132 |
| 4.4.8 | C-Zentrum Sontheim-West | 136 |
| 4.4.9 | C-Zentrum Neckargartach | 140 |
| 4.4.10 | C-Zentrum Kirchhausen | 144 |
| 4.4.11 | Ergänzungsstandort Industriegebiet Neckar | 148 |
| 4.4.12 | Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Böckingen-Nord | 151 |
| 4.4.13 | Ergänzungsstandort Businesspark Schwabenhof | 154 |
| 5. | Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung | 157 |
| 5.1 | Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche | 158 |
| 5.2 | Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche | 159 |
| 6. | Empfehlungen zur Umsetzung des Märkte- und Zentrenkonzeptes | 161 |
| VII. | Zusammenfassung | 162 |

Glossar

Bedarf, kurz-, mittel- und langfristig

Sortimente lassen sich aufgrund von Nachfragehäufigkeit und Beschaffungsrhythmus kategorisieren. Die Fristigkeit ist v. a. auch ein beurteilungsrelevantes Kriterium zur Festlegung und Hierarchisierung zentraler Versorgungsbereiche; die WZ-Klassifikation wird berücksichtigt.

/// kurzfristiger Bedarf

Waren (und Dienstleistungen) mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus. Diese Sortimente werden, wie beispielsweise Nahrungs- und Genussmittel, regelmäßig (periodisch) und mitunter täglich nachgefragt.

/// mittelfristiger Bedarf

Waren (und Dienstleistungen) mit mittelfristigem Beschaffungsrhythmus, die regelmäßig, aber nicht täglich nachgefragt werden (aperiodisch). Hierzu zählen Sortimente wie beispielsweise Bücher, Spielwaren oder Bekleidung, Schuhe, Sport.

/// langfristiger Bedarf

Waren (und Dienstleistungen) mit langfristigem Beschaffungsrhythmus, die seltener nachgefragt werden (aperiodisch). Hierzu zählen beispielsweise Elektrogeräte, Möbel sowie Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf.

Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Definitionen gemäß EHI Retail Institut (2021): Handel aktuell 2021, Köln, 2021 bzw. GMA-eigene Definitionen.

/// Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel¹ führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

/// Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m² und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I- und Nonfood II-Artikel führt.

/// SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

¹ Nonfood umfasst Waren, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.

/// **Lebensmitteldiscounter**

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt. Mittlerweile werden regelmäßig Formate mit über 1.000 m² VK bis hin zu 1.500 m² VK realisiert.

/// **Kleines Lebensmittelgeschäft**

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment anbietet. Hierunter fallen auch Anbieter, die auf eine Warengruppe spezialisiert sind und ein tiefes Sortiment führen (z. B. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränke-Abholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte). Das **Ladenhandwerk** (Bäckereien und Fleischereien) wird in einer separaten Kategorie erfasst.

/// **Convenience-Store**

Ein Convenience-Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte anbietet. Ein Convenience-Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience-Stores gehören Kioske, Tankstellenshops oder Trinkhallen.

Betriebstypen mit Schwerpunkt Nonfood

Definitionen gemäß EHI Retail Institut (2021): Handel aktuell 2021, Köln, 2021 bzw. GMA-eigene Definitionen.

/// **Kauf- und Warenhaus**

Ein Warenhaus ist ein Einzelhandelsgroßbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment, vor allem der Bereiche Bekleidung, Textilien, Haushaltswaren und Lebensmittel einschließlich Gastronomie. Das Angebot wird überwiegend in Kundenvorwahl verkauft. Der Begriff Kaufhaus betont die branchenbetonte Orientierung (z. B. Textil-, Elektrokaufhaus).

/// **Fachgeschäft**

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein tiefes Sortiment führt und Beratung sowie Services bietet.

/// **Fachmarkt**

Ein Fachmarkt ist ein großflächiges Fachgeschäft, das ein branchenbestimmtes breites und tiefes Angebot weitestgehend in Selbstbedienung führt, dem Kunden jedoch auch Beratung und Service anbietet. Um ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Branche erkennbar zu machen, bezeichnen sich die Fachmärkte als Drogeriemarkt, Baumarkt, Tapetenmarkt etc.

/// Shopping-Center / Einkaufszentrum

Shopping-Center sind aufgrund zentraler Planung errichtete großflächige Versorgungseinrichtungen, die kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf decken. Sie sind charakterisiert durch

- /// räumliche Konzentration von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben unterschiedlicher Größe
- /// eine Vielzahl von Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen, in der Regel in Kombination mit einem oder mehreren dominanten Anbietern (Warenhaus / Kaufhaus / SB-Warenhaus)
- /// ein großzügig bemessenes Angebot an Pkw-Stellplätzen
- /// zentrales Management bzw. zentrale Verwaltung
- /// gemeinsame Wahrnehmung bestimmter Funktionen durch alle Mieter (z. B. Werbung)
- /// und verfügen im Allgemeinen über eine Einzelhandelsgeschäftsfläche von mindestens 10.000 m². Soweit ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb baulich und / oder rechtlich nicht in das Center integriert ist, aus Sicht der Verbraucher mit diesem jedoch eine Einheit bildet, gilt er als Teil des Shopping-Centers. Hotels, Wohnungen und neutrale Büroflächen werden nicht als Bestandteile des Shopping-Centers betrachtet. Außer den vom Einzelhandel belegten Geschäftsflächen verfügt ein Einkaufszentrum über weitere von gewerblichen Nutzern angemietete Flächen.
- /// Zu unterscheiden ist dabei insbesondere zwischen Flächen
 - für gastronomische Einrichtungen
 - für Dienstleistungsbetriebe aller Art (Bank, Reisebüro, Kino, Fitness-Studio u. a.).

Die Gesamtfläche eines Shopping-Centers umfasst neben der Geschäftsfläche die allgemeine Verkehrsfläche, die Fläche der Centerverwaltung und die Sanitarräume.

Einzelhandel

Einzelhandel im funktionellen Sinne umfasst grundsätzlich Betriebe, die Produkte für den Endverbraucher anbieten, die sie zumeist nicht selbst produziert haben (Handelswaren).²

Einzelhandel im institutionellen Sinne, auch als Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandelsbetrieb oder Einzelhandlung bezeichnet, umfasst jene Institutionen, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzurechnen ist. In der amtlichen Statistik wird ein Unternehmen oder ein Betrieb dann dem Einzelhandel zugeordnet, wenn aus der Einzelhandelstätigkeit eine größere Wertschöpfung resultiert als aus einer zweiten oder aus mehreren sonstigen Tätigkeiten.

² Quelle: IfH, Katalog E, Köln 2006

Großhandel

„Großhandel im funktionellen Sinne liegt vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten (Handelswaren), vom Hersteller oder anderen Lieferanten beschaffen und an Wiederverkäufer, Weiterarbeiter und gewerbliche Verwender (z. B. Behörden, Bildungsstätten) oder an sonstige Institutionen (z. B. Kantinen, Vereine), soweit es sich nicht um private Haushalte handelt, absetzen. Ergänzend ist anzumerken, dass Quantitäten, Gebindegrößen oder Wert der Waren kein Kriterium sind, um den Großhandel vom Einzelhandel zu unterscheiden; hierfür ist allein die ausschließliche Ausrichtung auf den gewerblichen Bedarf entscheidend.“³

Versandhandel

Der Versandhandel ist zwar als Einzelhandel zu qualifizieren, weil es sich bei ihm in der Regel um den Verkauf von Waren an Letztverbraucher geht.⁴ Gleichwohl unterliegen bauliche Anlagen für den Versandhandel zumindest nicht den bauplanungsrechtlichen Regelungen für Einzelhandelsbetriebe. Kennzeichen des Versandhandels ist nämlich, dass er über kein Ladenlokal verfügt.⁵ Die Grundvoraussetzung eines Einzelhandelsbetriebs im Sinne des Bauplanungsrechts, nämlich die Verkaufsstätte, fehlt mithin bei baulichen Anlagen des Versandhandels. In der Regel wird der Versandhandel schriftlich oder elektronisch ohne persönlichen Kontakt zwischen Verkäufer und Käufer abgewickelt.

Kleinflächiger Einzelhandel (baurechtlich)

Einzelhandelsbetriebe unter 800 m² VK. Diese sind gemäß BauNVO ohne die Ausweisung eines Sondergebietes in allen Baugebietstypen zulässig. Die Agglomerationsregelung des Regionalplans Heilbronn-Franken 2020 ist dabei zu beachten.

Großflächiger Einzelhandel (baurechtlich)

Einzelhandelsbetriebe ab einer Verkaufsfläche von 800 m². Für großflächige Einzelhandelsbetriebe gilt § 11 Abs. 3 BauNVO und sind die hierzu vorliegenden landes- und regionalplanerischen Bestimmungen zu beachten.

Raumordnerische Bewertungskriterien großflächiger Einzelhandel

- / Konzentrationsgebot:** Konzentrierung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in Kommunen mit zentralörtlichen Funktionen
- / Integrationsgebot:** städtebauliche Integration von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug
- / Kongruenzgebot:** Übereinstimmung des Umfangs der Verkaufsflächen und des Warensortiments von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich der Standortkommune
- / Beeinträchtungsverbot:** Nicht-Beeinträchtigen des städtebaulichen Gefüges und der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungssystems sowie der verbrauchernahen Versorgung durch großflächige Einzelhandelsbetriebe

³ Quelle: Ausschuss für Definitionen zu Handel und Distribution (Hrsg.): Katalog E, Definition zu Handel und Distribution, 5. Ausgabe, Köln 2006.

⁴ Vgl. OVG NRW, Urteil vom 07.11.2016 – 13 A 1314 / 06 -, juris.

⁵ BVerwG, Urteil vom 16.03.2006 – 7 C 9.05 -, juris zu den Sonderregelungen für die Rücknahme von Verkaufsverpackungen des Versandhandels nach der VerpackV.

Einzelhandelsagglomeration

Mehrere selbstständige, je für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe sind bei einer räumlichen Konzentration als Agglomeration anzusehen und damit als großflächiger Einzelhandelsbetrieb bzw. als Einkaufszentrum zu behandeln, sofern raumordnerische Wirkungen wie bei einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. Einkaufszentrum zu erwarten sind. Dies gilt auch bei einer räumlichen Konzentration von einem oder mehreren großflächigen Einzelhandelsbetrieben und einem oder mehreren nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben.

Einkaufszentrum (baurechtlich)

Ein Einkaufszentrum im Sinne der Baunutzungsverordnung ist in Übereinstimmung auch mit dem allgemeinen Sprachgebrauch nur dann anzunehmen, wenn eine räumliche Konzentration von Einzelhandelsbetrieben verschiedener Art und Größe – zumeist in Kombination mit verschiedenartigen Dienstleistungsbetrieben – vorliegt, die entweder einheitlich geplant ist oder sich doch in anderer Weise als „gewachsen“ darstellt. Ein „gewachsenes“ Einkaufszentrum setzt außer der erforderlichen räumlichen Konzentration weiter voraus, dass die einzelnen Betriebe aus der Sicht der Kunden als aufeinander bezogen, als durch ein gemeinsames Konzept und durch Kooperation miteinander verbunden in Erscheinung treten. Diese Zusammenfassung kann sich in organisatorischen oder betrieblichen Gemeinsamkeiten, wie etwa in gemeinsamer Werbung oder einer verbindenden Sammelbezeichnung, dokumentieren.

Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft stellt den Teil des verfügbaren Einkommens der Bevölkerung dar, der pro Jahr im Einzelhandel ausgegeben wird.

Die Kaufkraft der Einwohner eines Raumes (z. B. Region, Landkreis, Stadt) berechnet sich durch Multiplikation der Einwohnerzahl (Hauptwohnsitze) mit der durchschnittlichen Pro-Kopf-Kaufkraft (je Einwohner und Jahr in Euro), gewichtet mit der sog. regionalen Kaufkraftkennziffer (siehe unten):

$$\text{Kaufkraft in Euro} = \text{Einwohner} \times \text{Pro-Kopf-Kaufkraft in Euro} \times \text{Kaufkraftkennziffer}$$

Kaufkraftkennziffer / Kaufkraftkoeffizient

Das Kaufkraftniveau einer Region hängt vom Einkommen der Bevölkerung ab, das sich aus der Wirtschaftskraft dieser Region ergibt. Gemessen wird das Kaufkraftniveau durch die Kaufkraftkennziffer. Verwendet werden im Rahmen der vorliegenden Analyse die regionalen Kaufkraftkennziffern von MB Research auf Gemeindeebene: Werte über 100 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin (jew. in Bezug auf Deutschland bzw. Luxemburg).

Sortimente

Kernsortiment: Das Kernsortiment beinhaltet das hauptsächliche Sortiment, mit dem der Hauptumsatz des Betriebs getätigt werden soll. Das Kernsortiment ist das „Aushängeschild“ des Einzelhandelsbetriebs.

Randsortiment: Das Randsortiment beinhaltet Sortimentsgruppen, mit denen ebenfalls Anteile des Umsatzes erzielt werden, jedoch auf dem Kernsortiment deutlich untergeordneten Flächen. Das Randsortiment rundet das Sortimentsangebot des Einzelhandelsbetriebs ab.

Ergänzungssortiment: Das Ergänzungssortiment wird nur auf Kleinstflächen (bis zu 50 m² VK) angeboten und trägt dementsprechend nur im geringen Umfang zum Umsatz bei. Es ergänzt das Sortimentsangebot um bspw. Verbundkäufe auszulösen oder zusätzliche Serviceleistungen zu erbringen (z.B. In Shop-Konzepte (Tchibo)).

Umsatz

Die Umsatzberechnungen erfolgten einzelbetrieblich, auf Basis durchschnittlicher branchen- sowie betriebsartypischer Flächenproduktivitäten. Neben der GMA-Anbieterdatenbank (Echt-daten) wurden insbesondere Daten des EHI Retail Institutes (Handelsdaten aktuell), der Hahn AG (Hahn Retail Real Estate Report), des IfH und sonstigen Branchenreports verwendet. Diese wurden im Rahmen der vorliegenden Expertise transparent hergeleitet und festgelegt (Durchschnittsprinzip).

Eine Evaluierung durch Befragungen bzw. Händlergespräche erfolgte explizit nicht.

Verkaufsfläche (VK)

Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen, Stellplätze für Einkaufswagen (vgl. hierzu auch BVerwG Urteile 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005 sowie Urteil Az. 4 C1/16 vom 09.11.2015, Beschluss vom 20.01.2015, Az. 2 C 2327/13).

Verkaufsflächenproduktivität

Unter Verkaufsflächenproduktivität, oder Flächenproduktivität versteht man das Verhältnis von Jahresumsatz (brutto) eines Einzelhandelsunternehmens in Bezug zu der vorhandenen Verkaufsfläche. Hierzu wird der Umsatz (in Euro) durch die Verkaufsfläche (in m²) geteilt. Die Verkaufsflächenproduktivität wird in Euro / m² angegeben.

Zentralität

Die (Einzelhandels-) Zentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Werte über 100 bedeuten Kaufkraftzufluss, Werte unter 100 entsprechend Kaufkraftabfluss. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine „Sogkraft“ auf die Kaufkraft im Umland bzw. die innerhalb seines Verflechtungsbereichs.

Dabei wird der in einem Raum erwirtschaftete Umsatz der Kaufkraft im selben Raum gegenübergestellt:

$$\text{Zentralität} = \frac{\text{Einzelhandelsumsatz am Standort}}{\text{einzelhandelsrelevante Kaufkraft}} \times 100$$

Von unterschiedlichen Instituten (z. B. MB Research, GfK), werden regelmäßig Zentralitätswerte für alle Städte und Gemeinden (> 10.000 Einwohner) veröffentlicht. Diese Werte ersetzen keine aus dem Standort heraus abgeleiteten Kennziffern. In der vorliegenden Untersuchung basieren die hergeleiteten Werte auf einer einzelbetrieblichen Schätzung über durchschnittliche Verkaufsflächenproduktivitäten i. V. mit Echtwerten eines Teils des Bestandes. Damit bildet das Ergebnis letztlich eine Schätzung ab. Vor der Zentralitätskennziffer unterscheidet sich der „Zentralitätswert Innenstadt“, der einem Quotienten aus „Umsatz Innenstadt zu Kaufkraft Gesamtstadt“ entspricht und die Leistungsfähigkeit der Innenstadt im Verhältnis zu anderen Standorten abbilden kann.

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung / Untersuchungsmethodik

2017 erteilte die Stadt Heilbronn der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, erstmals den Auftrag zur Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes der Stadt Heilbronn aus dem Jahr 2002. Nach einer Vorlage des Konzeptes im Gemeinderat im Jahr 2019 sowie der durch die Corona-Pandemie verzögerten Bürgerbeteiligung Anfang 2021 soll nun das Konzept auf Basis einer erneuten vollständigen Aktualisierung fertiggestellt werden.

Heilbronn setzt bereits seit Jahren auf eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch das Märkte- und Zentrenkonzept, das Entwicklungsspielräume aufzeigt und den Einzelhandel auf definierte Gebiete in der Stadt Heilbronn lenkt. Zuletzt hat die Stadt Heilbronn ihr Märkte- und Zentrenkonzept, das von der GMA im Jahr 2002 vorbereitet wurde, durch den Gemeinderatsbeschluss vom 14.10.2004 beschlossen. Das Märkte- und Zentrenkonzept wurde dabei mit breitem politischem Konsens verabschiedet.⁶

Die Entwicklung des Oberzentrums Heilbronn war in den vergangenen Jahren seit Erstellung des letzten Märkte- und Zentrenkonzeptes durch eine deutliche Steigerung der Attraktivität geprägt. So wurde durch zahlreiche Projekte und Maßnahmen die Stellung von Heilbronn als bedeutendster Wirtschafts-, Einzelhandels-, Wohn- und Kulturstandort für die Region Heilbronn-Franken gestärkt. Auch für die Zukunft ist mit einer weiter anhaltenden positiven Entwicklung von Heilbronn zu rechnen. Beispielhaft können hier die Ausrichtung der Bundesgartenschau 2019 und die Realisierung des Stadtquartiers „Neckarbogen“ genannt werden. Aber auch für die Innenstadt wurden mit der Verabschiedung des Masterplans Innenstadt im Jahr 2019 Ideen für die Weiterentwicklung des zentralen Standortbereichs von Heilbronn auf den Weg gebracht. Gemeinsam mit den weiteren im Bau befindlichen Entwicklungen an verschiedenen Stellen in der Innenstadt und im Stadtgebiet werden sich weitere Möglichkeiten zur Fortentwicklung des Handelsstandorts Heilbronn und zur strategischen Positionierung im regionalen und überregionalen Wettbewerb ergeben.

Vor dem Hintergrund der umgesetzten Projekte in den letzten Jahren und der anstehenden Zukunftsprojekte stößt das bisherige Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Heilbronn an seine Grenzen. Des Weiteren haben sich die rechtlichen Anforderungen an kommunale Zentrenkonzepte erheblich erhöht, sodass nach rd. 15 – 20 Jahren das Märkte- und Zentrenkonzept fortgeschrieben werden muss.

Dabei werden auch eine Evaluierung der Steuerungswirkung des Konzepts durchgeführt und die Instrumente und Empfehlungen aus dem Jahr 2002 hinsichtlich ihrer Anwendbarkeit in der aktuellen Handelslandschaft überprüft. Aufbauend auf den daraus gewonnenen Erkenntnissen können schließlich Empfehlungen für die zukünftige Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Heilbronn bis zum Jahr 2030 erarbeitet werden.

⁶ Märkte- und Zentrenkonzept für den Einzelhandel und das Ladenhandwerk sowie ausgewählte Komplementärnutzungen im Oberzentrum Heilbronn. GMA-Entwicklungskonzept im Auftrag der Stadt Heilbronn, Endbericht GMA 2002; beschlossen durch den Gemeinderat am 24. Juli 2002 und bestätigt durch den Beschluss am 14.10.2004.

Dabei dürfen globale Trends nicht außer Acht gelassen werden. So befindet sich – wie alle Städte in Deutschland – auch Heilbronn in einem Wettbewerbsumfeld, welches aktuell stark durch die steigende Bedeutung des Onlinehandels beeinflusst wird. Die Corona-Pandemie hat diese Effekte teilweise verstärkt bzw. auch den Strukturwandel beschleunigt. Diesen Entwicklungen und deren Konsequenzen – aber auch Chancen – für den Standort Heilbronn sind im Rahmen der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes ebenfalls zu thematisieren und einzuordnen.

Um den Standort Heilbronn in einem sich wandelnden Marktumfeld zukunftsfähig aufzustellen, ist bei der aktuellen Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes daher eine ganzheitliche Betrachtung notwendig. So werden neben dem Handel vermehrt städtebauliche Aspekte aber auch die Verknüpfung von Handel mit anderen Funktionen der (Innen-)Städte im Wettbewerb der Standorte immer wichtiger. Daher ist die Einbeziehung weiterer wesentlicher Aspekte der Stadtentwicklung (z. B. Städtebau / Architektur, Verkehr, Wirtschaft, Wohnen, Bildung, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur, Tourismus etc.) notwendig, da diese eine wesentliche Attraktivität der Zentren innerhalb der Stadt Heilbronn ausmachen.

Die vorliegende Untersuchung hat dabei die Frage zu beantworten, wie und mit welchen Strategien sich das Oberzentrum Heilbronn zukünftig entwickeln kann, um seiner oberzentralen Versorgungsfunktion im Einzelhandel gerecht zu werden und den Bürgerinnen und Bürgern attraktive Versorgungs- und Erlebnisstandorte vorzuhalten. Die Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes Heilbronn ist aus **drei** Gründen notwendig:

1. Der Einzelhandel ist **ganzheitlich, strategisch und städtebaulich geordnet** zu entwickeln (Anforderung 1, Kapitel I., 1.1).
2. Das Konzept muss ein **rechtssicheres räumliches Entwicklungsinstrument** sein (Anforderung 2, Kapitel I., 1.2), um so eine belastbare und transparente Steuerung von Einzelhandelsvorhaben zu gewährleisten. Es muss in die übergeordneten Planungssysteme der Landes- und Regionalplanung gemäß den rechtlichen Anforderungen eingebettet sein.
3. Veränderte **Konsum- und Flächenentwicklungen** machen es notwendig, die Schlussfolgerungen zur strategischen Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Heilbronn zu überprüfen (vgl. Anforderung 3, Kapitel I., 1.3).

1.1 Anforderung 1: Das Einzelhandelskonzept als strategisches Entwicklungsinstrument

Für Heilbronn sind der Erhalt und die Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion wesentliche Ziele der Einzelhandelsentwicklung. Deshalb sind im fortgeschriebenen Märkte- und Zentrenkonzept die Möglichkeiten zur Erreichung dieser Ziele herauszuarbeiten, sortiments- bzw. standortbezogen abzuwägen und in ein strategisches Gesamtkonzept einzuarbeiten. Ziel ist es, Investitionen zu fördern, aber auch gegenläufige Interessen, beispielsweise die Gewährleistung einer flächendeckenden Grundversorgung oder die Sicherung von Gewerbeflächen, zu koordinieren. Die hierbei definierten Leitlinien gelten für alle Einzelhandelsvorhaben in Heilbronn und setzen somit den Grundsatz der Gleichbehandlung und Verhältnismäßigkeit um.

Das Märkte- und Zentrenkonzept 2021 ist als Einzelhandels- und Zentrenkonzept eine informelle Entwicklungs- und Planungsgrundlage. Erst durch einen Beschluss des Rates wird es zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

1.2 Anforderung 2: Das Einzelhandelskonzept als rechtssicherer Steuerungsmechanismus

Im Baugesetzbuch ist als Grundsatz der Einzelhandelssteuerung zunächst der Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche verankert, die Rechtsprechung hat die Anforderungen an die Begründung, Abgrenzung und die Inhalte dieser Gebietskategorie präzisiert⁷; durch die räumliche Konzentration wichtiger Einzelhandelsbetriebe auf zentrale Versorgungsbereiche sollen diese gestärkt werden.

Ein weiterer Aspekt der Begründung planerischer Steuerung ist die Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Versorgung. Auch in der Baunutzungsverordnung wird die verbrauchernahe Versorgung als „Schutzgut“ genannt (vgl. § 11 Abs. 3 BauNVO). Bürger denken beim Einkauf oft an den Lebensmitteleinkauf; auch in Heilbronn kommt der Nahversorgung eine wichtige Rolle zu. Ferner stellt auch die Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters⁸ bei anhaltender Flächenknappheit eine oft verfolgte Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar.

Das jüngste Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 30. Januar 2018 unterstreicht die Anforderungen an kommunale Planungskonzepte, die immer städtebaulich zu begründen sind.⁹ In einer gesonderten Mitteilung der Europäischen Kommission wird verdeutlicht, wie wichtig ein zeitnaher und zügiger Marktzugang in Form von „Verkaufsstellen“ für Einzelhändler ist.¹⁰ In der Folge sind insbesondere wirtschaftliche Bedarfsprüfungen, die letztlich zu einer wirtschaftlichen Bewertung einer Einzelhandelsaktivität führen, untersagt. Dagegen sind Regelungen für die weitere Einzelhandelsentwicklung, die städtebauliche und raumordnerische Ziele verfolgen, grundsätzlich möglich.

Wo Kommunen die weitere Handelsentwicklung auf Grundlage städtebaulicher Ziele steuern, haben sich kommunale Einzelhandelskonzepte mit Einsatz der folgenden Instrumente als rechtssicher erwiesen:

- **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** aufgrund nachvollziehbarer Kriterien (z. B. Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus)
- Ableitung einer **ortsspezifischen Sortimentsliste** („Heilbronner Liste“) zur sortimentsgenauen Steuerung
- Zuweisung von **Entwicklungsmöglichkeiten** zu einzelnen Standortkategorien / Ausschluss von Handelstätigkeit an anderen Standorten.

Mit Ratsbeschluss auf Grundlage von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB wird das Einzelhandelskonzept im Rahmen der kommunalen Planungshoheit als Entwicklungskonzept beschlossen. Somit dient es als Grundlage für alle einzelhandelsrelevanten Vorhaben.

⁷ Vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13.

⁸ Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten sind diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe zu sichern.

⁹ Vgl. Urteil des EuGH vom 30.01.2018 (C-31/16).

¹⁰ Vgl. Mitteilung der Kommission an das europäische Parlament, den Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen (2018): Ein den Anforderungen des 21. Jahrhunderts gewachsener europäischer Einzelhandel. Drucksache 127/18, Dokument COM(2018) 219 final vom 19.08.2018, Brüssel. Hierin setzt sich die Kommission mit der vielerorts beklagten Dauer und Komplexität der Niederlassungsverfahren in den Ländern der Union auseinander. Die Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen haben sich am Maßstab der europäischen Dienstleistungsrichtlinie zu messen.

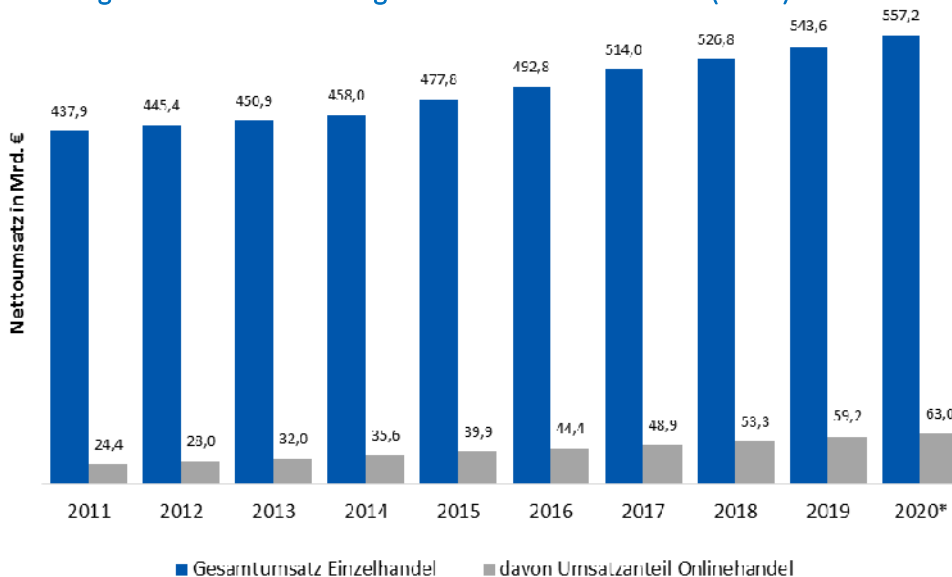
Für die großmaßstäbliche Einzelhandelsentwicklung und raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung festgelegt im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg 2002 (LEP BW) und im Regionalplan Heilbronn-Franken 2020¹¹). Das Einzelhandelskonzept dient als notwendiges Vermittlungsinstrument zwischen den raumordnerischen Anforderungen auf Ebene der Landes- und Regionalplanung und den bauleitplanerischen und bauordnungsrechtlichen Prozessen auf kommunaler Ebene.

1.3 Anforderung 3: Das Einzelhandelskonzept als Anpassungsstrategie zu veränderten Konsumverhalten und Flächenbedarfen

Diskussionen zur Einzelhandelsentwicklung waren in Deutschland noch bis vor wenigen Jahren vor allem durch den Gegensatz von „Grüner Wiese“ und innerstädtischen Geschäftslagen geprägt. Seit Beginn des letzten Jahrzehnts bestimmt jedoch die fortgeschrittene Digitalisierung und aktuell die möglichen Folgen der Corona-Pandemie maßgeblich die Diskussion um die Zukunft des stationären Einzelhandels:

- // War die Einzelhandelsentwicklung bis in die beginnenden 2010er Jahre noch durch ein beachtliches Verkaufsflächenwachstum gekennzeichnet, hat sich das Flächenwachstum bundesweit mittlerweile deutlich abgeschwächt bzw. ist gänzlich zum Stillstand gekommen. Dies zeigen auch die Entwicklungen im Einzelhandelsbestand in Heilbronn der vergangenen Jahre auf: Gegenüber dem Jahr 2002 ist ein Rückgang der Betriebszahl im Einzelhandel von 918 Betrieben im Jahr 2002 auf 670 Betrieben im Jahr 2021 bei gleichzeitigem Verkaufsflächenzuwachs von 296.100 m² auf knapp 332.035 m² festzustellen.
- // Obwohl der gesamte Handelsumsatz infolge des insgesamt guten konjunkturellen Umfelds in Deutschland während der letzten Dekade kontinuierlich anstieg, entfällt ein guter Teil des Umsatzwachstums auf den Onlinehandel (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel (netto) zwischen 2011 und 2020



* Prognosedaten (ggf. vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie zu relativieren)

Quelle: EHI Retail Institute 2020, Handelsverband Deutschland (HDE) 2021, Statistisches Bundesamt 2020, GMA-Darstellung 2020

¹¹ Der Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 wird aktuell hinsichtlich seiner Regelungen im Bereich Einzelhandel fortgeschrieben.

An nahezu allen Standorten in Deutschland sind aktuell **Mietpreistrückgänge** zu verzeichnen¹². Dies ist als Chance für den stationären Einzelhandel zu begreifen, der auch mittelfristig der wichtigste Einkaufskanal bleiben wird. Zu erwarten sind deutliche Verschiebungen zwischen den Sortimenten des Einzelhandels: erfolgten vor zehn Jahren noch über 70 % der Neuvermietungen im Textil- und Schuheinzelhandel, nimmt dieses Segment mittlerweile nur noch einen nachgeordneten Stellenwert ein. An die erste Stelle bei der Neuvermietung ist vielerorts die Gastronomie mit nahezu knapp 20 % getreten¹³. Diese zunehmende **Nutzungssegmentierung und -verschiebung** stellt für die Weiterentwicklung innerstädtischer Einzelhandelslagen eine große Chance für eine Attraktivitätssteigerung der langjährig monostrukturierten innerstädtischen Lagen dar.

Gleichzeitig ist der wesentliche **Treiber der Umsatz- und Einzelhandelsentwicklung** die **Nahversorgung**: dort zeigt sich, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der (Online-)Händler zum Ausbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg hatten. Allerdings werden an attraktive Grund- und Nahversorgungsstandorte nach wie vor hohe funktionale und emotionale Anforderungen gestellt. Einer wohnortnahen Grundversorgung kommt vor dem Hintergrund der zentralen stadtentwicklungspolitischen Ziele der „Stadt der kurzen Wege“ und „Verkehrsmengenreduzierung“ eine hohe Bedeutung zu.

Abbildung 2: Anforderungen an Grund- und Nahversorgungsstandorte



GMA-Darstellung 2021

Infolge der fundamentalen Entwicklungen auf technologischer Seite unterscheiden viele Handelsunternehmen daher kaum noch zwischen „stationär“ und „virtuell“, sondern ermöglichen dem „hybriden Kunden“ den Zugang zur Ware sowohl „online“ als auch „offline“ (vgl. Abbildung 3). Diese Entwicklungen bleiben nicht ohne Auswirkungen auf die Ausbildung unterschiedlicher Betriebstypen im Einzelhandel, die zukünftig auch in verschiedenen Mischformen auftreten werden.

¹² vgl. hierzu aktueller COMFORT High Street Report 2020.

¹³ vgl. hierzu aktueller COMFORT High Street Report 2020.

Abbildung 3: Konsumententrends des „hybriden Kunden“


- Discount-Shopping vs. stärkeres Qualitäts- und Regionalbewusstsein
- Convenience-Shopping und Zeitersparnis vs. Nachhaltigkeit, bewusster Einkauf
- No parking, no business vs. umweltverträgliche Mobilität
- Smart Shopping, Multi-Channeling vs. Markteinkauf, Fachgeschäfte vor Ort

Quelle: GMA-Grundlagenforschung und -Darstellung 2021

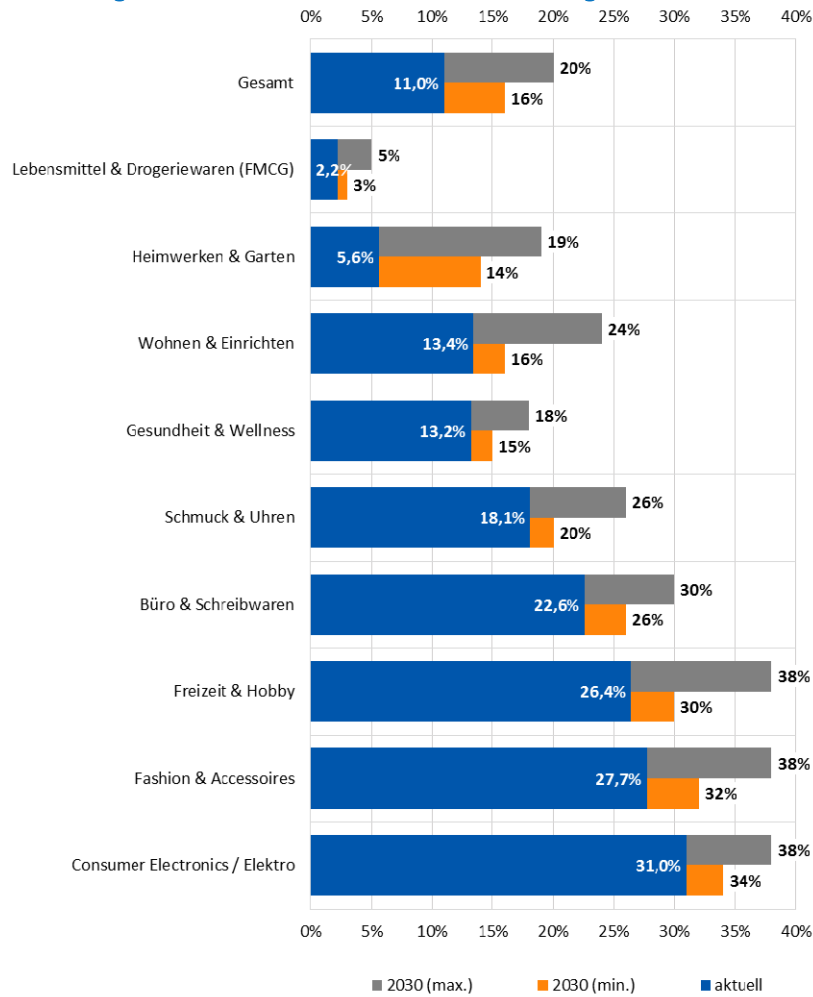
Die Folgen der **Digitalisierung als Treiber der weiteren Einzelhandelsentwicklung** sind im Non-food-Segment bereits deutlich spürbar. Dabei zählen Textil- und Schuhanbieter sowie Elektronik- und Buchhandel zu den innenstadtorientierten Sortimenten, welche die höchsten Umsatzanteile abgegeben haben. Im **Lebensmittelbereich** zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Gerade in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft in der Regel auf ein sehr **engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern**.¹⁴ Gerade in den vergangenen Monaten – angetrieben durch die Corona-Pandemie mit ihren Einschränkungen im stationären Handel und Tendenzen in Teilen der Bevölkerung, verstärkt Lieferdienste in Anspruch zu nehmen um Einkaufswege zu verringern / zu vermeiden, sind in städtischen Räumen vermehrt **Schnelllieferdienstanbieter** in den Markt getreten, die Lebensmitteleinkäufe per Fahrrad / E-Bike liefern (z. B. Gorillas, Flink, Foodpanda, Picnic). Dies hat bereits spürbaren Folgen für den Immobilienmarkt, wo in den Zentren eine verstärkte Nachfrage nach mittelgroßen Flächen als Lebensmittellager der Lieferdienste vorherrscht, z. B. in Altflächen ehemaliger Lebensmittelmärkte, in denen bereits die notwendigen technischen Rahmenbedingungen wie Kühleinrichtungen vorliegen¹⁵. Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Onlinelebensmittelhandel einen deutlich größeren Mehrwert im Sinne einer Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt. Kostendruck und Umweltschutz lassen eine ökonomisch nachhaltige Lösung der „Logistik der letzten Meile“ kaum möglich erscheinen.¹⁶

Einigkeit besteht darin, dass der **digitale Handel als ergänzender Vertriebskanal** seinen festen Platz in der Konsumentenwelt gefunden hat. Insbesondere die zentrenrelevanten Sortimente (z. B. Fashion und Accessoires, Bücher und Medien) werden vergleichsweise stark vom Onlinehandel bedient (vgl. Abbildung 4). Demnach werden in diesen Warengruppen künftig weniger Verkaufsflächen nachgefragt.

¹⁴ Zum Teil auch mit erweiterten Öffnungszeiten; Kioske und Eckläden gestalten die Grenze zur Gastronomie fließend und sind teilweise bis weit in die Abendstunden geöffnet.

¹⁵ Vgl. u. a. „Der Supermarkt sattelt aufs Fahrrad um“, Immobilienzeitung vom 15.07.2021, IZ 28/2021, S. 1

¹⁶ Vgl. u. a. Supermarkt statt online, Pressemitteilungen z. B. in der Süddeutschen Zeitung, Stuttgarter Zeitung, Hamburger Abendblatt et al.; 24.05.2018; Onlinelebensmittelhandel: die Verkürzung der letzten Meile; hi-heute.de; 07.08.2018, S. 4 ff.

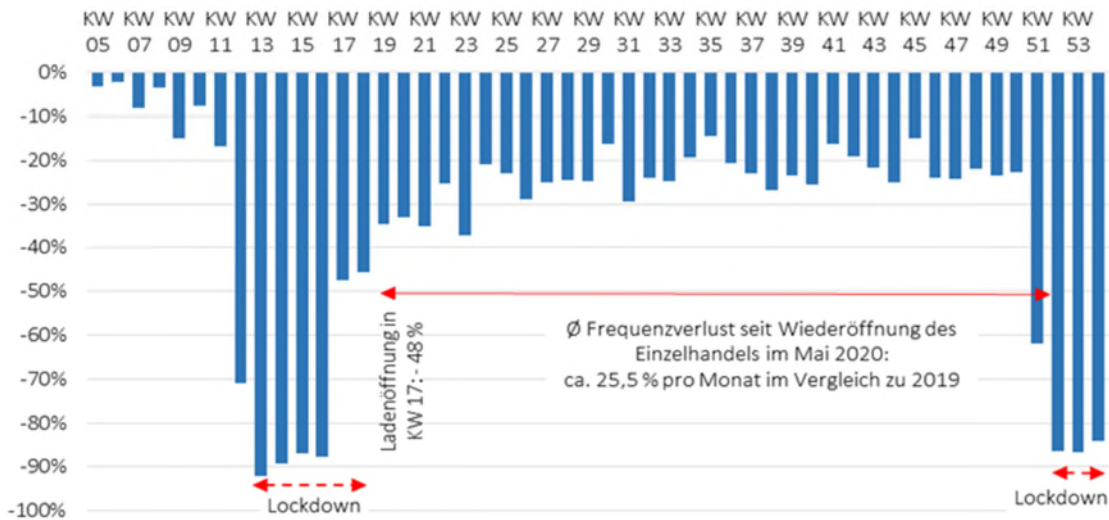
Abbildung 4: Onlinemarktanteile und Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2030


Quelle: GMA-Berechnungen 2021 auf Basis von HDE Online-Monitoren der letzten Jahre sowie Veröffentlichungen des bevvh

Verstärkt wird die **rückläufige Flächennachfrage** zusätzlich durch die sich aktuell noch vollziehende **Corona-Pandemie**. Verschiedene Wirtschaftsinstitute, darunter der Handelsverband Deutschland (HDE) oder das Institut für Handelsforschung (IFH) gehen in hohem Maße von einem Ausscheiden vieler Betriebe infolge der wirtschaftlichen Belastungen durch die mit der Corona-Krise verbundenen Beschränkungen aus. Dies träfe vor allem innenstadtrelevante Leitsortimente wie Bekleidung, Schuhe und Sportartikel sowie die Elektrobranche (vor allem Unterhaltungselektronik); diese Warengruppen sind schon heute einer deutlichen Onlineaffinität unterworfen.

Deutlich werden die bisherigen Auswirkungen der Pandemie und der damit einhergehenden Maßnahmen auf Bundes- und Landesebene bei der Betrachtung der Veränderung der Besucherfrequenz bei den untersuchten Händlern (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5: Frequenzverluste im Einzelhandel in Deutschland für das Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr 2019

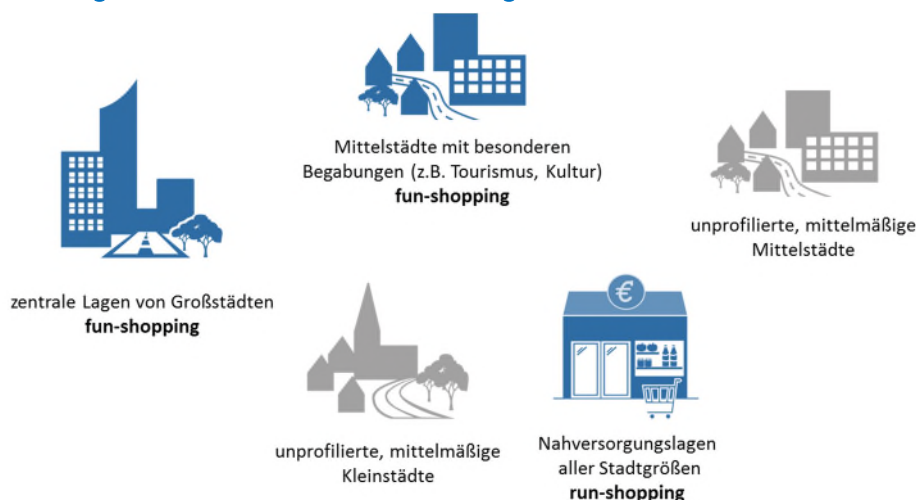


Quelle: GMA 2021 nach Daten von Statista

So setzt sich auch die **Polarisierung** zwischen dem sogenannten „Run-Shopping“ (versorgungsorientierter Routineeinkauf) und dem „Fun-Shopping“ (freizeitorientierter Späßeinkauf) weiter fort und wird durch die Möglichkeiten der Digitalisierung vorangetrieben. In der Folge verliert die „unprofilierte Mitte“ weiter an Bedeutung. Gewinner sind neben den digitalen Marktplätzen und Plattformen vor allem attraktive und multifunktionale Innenstädte, die das Grundbedürfnis nach gemeinschaftlichem „Erlebnis“ und nach Aufenthaltsqualität bedienen. Verbrauchernahe und gut erreichbare Nahversorgungslagen profitieren von der Entwicklung, da sie neben den Faktoren Zeitersparnis und kurze Wege zunehmend auch die emotionale Ebene ansprechen.

Damit eröffnen sich an gut im Markt positionierten Standorten – so z. B. der Heilbronner City – auch für den stationären Handel weiterhin Chancen, da Entwickler und Handelsunternehmen vorrangig dort Standorte nachfragen werden. Hier wird der Fokus vor allem im nahversorgungsrelevanten Handel liegen, jedoch ist – wenn auch überschaubar – von Entwicklungspotenzialen im zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Handel auszugehen. Im Ergebnis lässt die aktuelle Entwicklung eine Dreiteilung erwarten (vgl. Abbildung 6):

Abbildung 6: Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels



- / **Zentrale Innenstadtlagen** und ausreichend große Einkaufszentren von Metropolen und Großstädten können nach wie vor eine anhaltend hohe Flächennachfrage erzeugen. Dort ist die Grundlage für einen guten Branchenmix mit attraktiven Marken und ausgeprägten Synergien vorhanden (z. B. Gastronomie, Kultur).
- / Eine differenzierte Betrachtung ist für die **Mittelstädte** vorzunehmen, wo die Herausforderungen durch den digitalen Wandel am größten sind. Unter Einzelhandelsgesichtspunkten werden jenen Zentren die größten Entwicklungschancen zugesprochen, die es ähnlich wie die Großstädte schaffen, ein umfassendes, freizeitorientiertes Angebot vorzuhalten.
- / Die Handelsbedeutung von **Kleinstädten** wird bis auf wenige Ausnahmen (z. B. Kultur- oder Tourismusorte) deutlich zurückgehen und sich auf die Nahversorgung (Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte u. a.) beschränken.

1.4 Folgerungen für Heilbronn




Neben den Entwicklungen im Einzelhandel verändert sich bundesweit und in Heilbronn das Verhalten der Verbraucher. Zahlreiche Befragungen der GMA von Besuchern in Innenstädten und an Nahversorgungsstandorten unterschiedlicher Standortkategorie verdeutlichen, dass der digitale Wandel sowohl als Chance für die Innenstädte als auch für qualifizierte Nahversorgungsstandorte begriffen werden muss.

Zeitreihenbefragungen zeigen auf, dass das Thema „Einkaufen“ nicht mehr der dominierende Besuchsgrund der Innenstädte ist; Einkauf wird immer stärker mit anderen Aktivitäten verknüpft. Veränderten Konsumentenbedürfnissen kann jedoch nicht dauerhaft ein gleichbleibendes (Einzelhandels-)Angebot präsentiert werden: neue Konsumbedürfnisse erfordern neue Angebote.

Wenngleich sich das Bild der klassischen Innenstadtsortimente zukünftig wandeln wird, birgt der Abschmelzprozess bei der Verkaufsflächennachfrage die Möglichkeit, vermeintlich „neue“ Nutzungen in die Innenstädte zu bringen. Denkbar ist hierbei vor allem eine Nutzungsverschiebung in Richtung Wohnen und Arbeiten sowie Raum für experimentelle Ansätze (z. B. Pop-up-Stores, Co-Working, Urban Manufacturing, kreative Zwischennutzungen) – dies trifft in Heilbronn vor allem auf Nebenlagen der City und die Stadtbezirkszentren zu. Als zielführend werden dabei integrierte Handlungsansätze erkannt, die neben klassischen Themenfeldern wie der Stadtsanierung zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität (und letztlich auch Verweildauer und somit Frequenz) auch Akteursnetzwerke umfassen, die die Stadtnutzer (Eigentümer, Mieter, Kunden, Politik & Verwaltung) zusammenbringen. Im Masterplan Innenstadt 2019 werden für die Innenstadt diese Themen in konkrete Handlungsempfehlungen umgesetzt. Der Masterplan Innenstadt ist hierbei nicht als statisches Konzept zu sehen, sondern wird vielmehr stetig weiterentwickelt und an die aktuellen Anforderungen angepasst.

Der räumliche Aspekt der Veränderungen im Einzelhandel lässt sich auch für Heilbronn anhand der notwendigen Schlussfolgerungen für die Innenstadtentwicklung aufzeigen:

- / Noch stärkere Konzentration des Einzelhandels und Fokussierung auf einige wenige und eng definierte Bereiche (die Top-Lagen werden noch stärker, die Randlagen bröckeln als Einzelhandelslagen weiter ab), Etablierung einer ausgewogenen Nahversorgungsfunktion innerhalb der zentralen Geschäftslagen als Grundfrequenzbringer und Ankerpunkt, um weitere Sortimentsgruppen aufzubauen.

-  Förderung der funktionalen Dichte durch Entwicklung und Einbindung weiterer Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerk usw.); Vernetzung der Akteure.
-  Dem Thema Wohnen in der Innenstadt kommt eine wachsende Bedeutung bei der Innenstadtentwicklung zu; vertikale Mischung (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Wohnen im Obergeschoss) ist zu fördern, somit wird Frequenz auch in die Abendstunden hinein erzeugt.
-  Eine konsequente Aufwertung des öffentlichen Raumes für alle Nutzergruppen sowie Schaffung einer Atmosphäre, die zum Verweilen einlädt; Innenstadt als Kommunikationsraum.

Standorte wie Heilbronn werden vor dem Hintergrund des weiter dynamisch wachsenden online-Handels und der starken Wettbewerbsstrukturen im Umland daher in Zukunft gefordert sein, den erlebnisorientierten Einkauf auch im stationären Handel weiterzuentwickeln. Dazu tragen die Zentren und insbesondere die City mit ihren multifunktionalen und städtebaulichen Potenzialen insbesondere bei.

Entwicklungen im Einzelhandel, die in den Zentren weder integrierbar noch für deren Struktur förderlich wären (z. B. Möbelhäuser, Baumärkte, Fachmärkte) sind für die Weiterentwicklung des Versorgungsstandortes Heilbronn insgesamt an ergänzenden, sinnvollen Standorten unterzubringen.

Zudem sind attraktive zukunftsfähige Grundversorgungsstandorte „nahe bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern“ weiterhin auch außerhalb der Zentren zu befördern.

2. Methodik zur Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes

Bei der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes wird wie folgt vorgegangen (vgl. Abbildung 7):



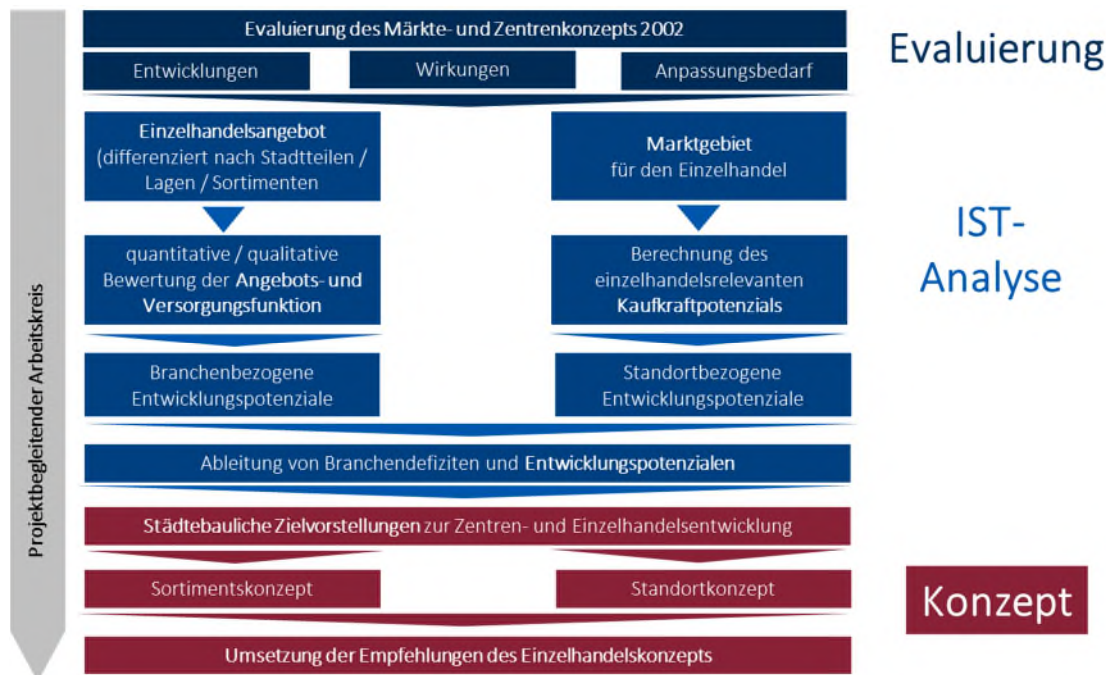
-  In einem ersten Schritt ist das bestehende Märkte- und Zentrenkonzept zu evaluieren und die seit 2002 erfolgten Entwicklungen in der Stadt Heilbronn darzustellen. Hierfür wurde eine vollständige Aktualisierung des Einzelhandelsbesatzes in Heilbronn, eine Erfassung der Komplementärnutzungen sowie eine städtebaulich-funktionale Analyse in den Zentrenbereichen durchgeführt. Darüber hinaus wurden zukünftige Projektvorhaben der Stadt Heilbronn in unterschiedlichsten Themenfeldern berücksichtigt und hinsichtlich ihrer Relevanz für die zukünftige Entwicklung der Zentren in der Stadt eingeordnet. In diesem Zusammenhang wurden wesentliche Aussagen übergeordneter Planwerke der Stadt Heilbronn, wie z. B. der Stadtkonzeption Heilbronn 2030 und des Masterplanes Innenstadt (GMA 2019) zusammengeführt und bilden die Grundlage für wesentliche zukünftige Leitlinien der Entwicklung der Stadt Heilbronn bezüglich ihrer Zentrenstruktur, möglicher Funktionszuweisungen, konkreten Entwicklungsmaßnahmen und Steuerungsmöglichkeiten sowie weiteren Entwicklungsempfehlungen.
-  Darauf aufbauend wird das Märkte- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2002 fortgeschrieben. Dabei wird eine Überprüfung des Standort- und Sortimentskonzeptes und v. a. der Abgrenzung und Begründung zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen.

Abbildung 7: Projektablauf



GMA-Darstellung 2021

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten des statistischen Bundesamtes und des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt:

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen¹⁷ aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Heilbronner Stadtgebiet erfasst. Die Bestandserhebung des Einzelhandels¹⁸ wurde im Oktober 2021 durchgeführt.

Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der GMA-Branchensystematik (38 Sortimentsgruppen). Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in nachfolgender Tabelle aufgeführten Branchen zugeordnet.

¹⁷ Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

¹⁸ Dabei ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren.

Tabelle 1: Branchensystematik

| Branche | Sortimente |
|--------------------------------------|---|
| Nahrungs- und Genussmittel | Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak |
| Drogeriewaren | Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Apotheker- / Sanitätswaren |
| Blumen, zoologischer Bedarf | Schnittblumen, zoologischer Bedarf |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren | Bücher, Zeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sport (Bekleidung, Schuhe) |
| Unterhaltungselektronik / Multimedia | Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.) |
| Elektrohaushaltsgeräte | sog. weiße Ware wie Spül- oder Waschmaschinen, Kühlschrank, Herd etc. |
| Haushaltswaren, Heimtextilien | Glas / Porzellan / Keramik (GPK), Heimtextilien, Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Gardinen, Wolle, Stoffe |
| Möbel, Einrichtung | Möbel (inkl. Matratzen), Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchenmöbel / -einrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Leuchten und Zubehör |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett) |
| Optik / Uhren, Schmuck | Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck |
| Sonstige Sortimente | Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen) |

GMA-Darstellung 2021

Darüber hinaus erfolgte im Rahmen der Einzelhandelsbestandserfassung auch eine Zuordnung der Betriebe zu den folgenden Lagekategorien:

zentrale Lagen

- Lagen in zentralen Versorgungsbereichen einer Kommune

siedlungsräumlich integrierte Lagen

- Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in min. zwei Himmelsrichtungen), davon eine direkt angrenzend und eine mit wesentlichen Wohnanteilen in einer Entfernung von max. 150 m

siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen

- Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in max. einer Himmelsrichtung)

Zur Darstellung wesentlicher Standortlagen des Einzelhandels in der Stadt Heilbronn sind über den Einzelhandelsbesatz hinaus weitere Informationen über sonstige innenstadttypische Nutzungsstrukturen von Bedeutung. Zusätzlich zur Einzelhandelserhebung erfolgte eine **Aufnahme der Erdgeschossnutzungen** in den Zentrenbereichen von Heilbronn. Neben den genutzten Einheiten (z. B. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung) wurden dabei auch leerstehende Ladeneinheiten erfasst.¹⁹ Die Auswertung erfolgte auf Basis einer kartografischen Darstellung. Die Ergebnisse der Kartierungen dienen u. a. als wichtige Grundlage der sachgerechten Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche.

Im Rahmen intensiver Vor-Ort-Arbeiten wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die **städtebaulichen Rahmenbedingungen** der verschiedenen Einzelhandelslagen im Heilbronner Stadtgebiet analysiert und bewertet. Die Analyse der städtebaulichen Situation stellt im Zusammenwirken mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für eine sachgerechte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune dar.

Die Ergebnisse der Untersuchung sowie Zwischenergebnisse wurden im Rahmen eines **projektbegleitenden Arbeitskreises** zwischen 2017 und 2019 diskutiert. In diesem Gremium wurde die Arbeit mit fortlaufendem Austausch fachlich begleitet und die wesentlichen Bearbeitungsschritte und die Ergebnisse diskutiert. Die Ergebnisse der Arbeitskreissitzungen flossen anschließend in die Berichterstellung ein. Bei der aktuellen Bearbeitung des Märkte- und Zentrenkonzeptes wurde auf eine erneute Einrichtung eines Arbeitskreises verzichtet, da die Aktualisierung i. W. der Datenaktualisierung diene. Wesentliche konzeptionelle Änderungen wurden nicht vorgenommen. Folgende Institutionen / Unternehmen waren Mitglieder des projektbegleitenden Arbeitskreises zwischen 2017 und 2019:

Tabelle 2: Projektbegleitender Arbeitskreis (2017 – 2019)

| Institution / Unternehmen | Vertreter |
|--|--|
| Planungs- und Baurechtsamt, Stadt Heilbronn | Herr Dr. Böhmer Herr Rundel Herr Behnsen Herr Karle |
| Amt für Liegenschaften und Stadterneuerung, Stadt Heilbronn | Herr Semenass |
| Stabsstelle Wirtschaftsförderung, Stadt Heilbronn | Herr Ernesti |
| Stabsstelle Stadtentwicklung und Zukunftsfragen, Stadt Heilbronn | Herr Jacobi |
| DEHOGA | Herr Aurich |
| Heilbronn Marketing GmbH | Frau Scharfetter |
| Industrie- und Handelskammer Heilbronn | Herr Schweikert |
| Stadtinitiative Heilbronn | Herr Gauß Frau Fischer |
| Kreissparkasse Heilbronn | Herr Muschel |
| Regionalverband Heilbronn-Franken | Herr Weisser |
| Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) | Herr Dr. Holl Herr Wagner |

¹⁹ Eine stadtteil- oder quartiersbezogene Auflistung leerstehender Ladeneinheiten im Konzept ist aufgrund der fehlenden Tagesaktualität der Erhebung und dem konzeptionellen Charakter des Märkte- und Zentrenkonzeptes nicht zielführend. Die Leerstände wurden jedoch bei der Erstellung des Konzeptes berücksichtigt.

3. Aufgabe und Bedeutung von Einzelhandelskonzepten und ihre Grenzen

Das Märkte- und Zentrenkonzept Heilbronn nimmt die Rolle eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB ein. Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Zentren- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Sortiments- und Standortkonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in der jeweiligen Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar. Durch einen Beschluss des jeweiligen Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen. Im begründeten Einzelfall kann die Kommune von den Vorgaben eines Einzelhandelskonzeptes abweichen. Grundsätzlich haben kommunale Einzelhandelskonzepte jedoch auch Grenzen in ihrer Wirksamkeit – insbesondere ersetzen sie nicht die Bauleitplanung und stehen nicht über bestehenden Bebauungsplänen. Daher können sie auch nur einen stadtentwicklungspolitischen Zielrahmen setzen, der durch die Bauleitplanung umgesetzt wird.

Bei der Erarbeitung von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten sind die **Vorgaben der Rechtsprechung** zu beachten, insbesondere bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel VI., 4.1).

Dabei ist auf das Urteil des **Europäischen Gerichtshofs vom 30. Januar 2018 (C-31/16, sog. „Visser-/ Appingedam-Urteil“)** hinzuweisen, wonach der EuGH entschieden hat, dass Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen am Maßstab der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (RL 2006/123/EG) zu messen sind. Damit sind sie auf Verstöße gegen das Diskriminierungsverbot sowie auf ihre europarechtliche Erforderlichkeit und Verhältnismäßigkeit zu prüfen. Niederlassungsfreiheit bedeutet aus Gutachtersicht hier, dass für ansiedlungswillige Unternehmen auch Standorte ermöglicht werden; einer Kontingentierung von Standorten oder Verkaufsflächen – etwa bedingt durch eine wie auch immer wahrgenommenen Marktsättigung – hat die Europäische Kommission eine klare Absage erteilt. Welche Auswirkungen dies für die kommunale Bauleitplanung konkret hat, ist noch offen. Das Urteil des EuGH unterstreicht jedoch die Anforderungen an kommunale Planungskonzepte (die städtebaulich zu begründen sind) und an die Steuerung auf regionaler Ebene.²⁰ In einer gesonderten Mitteilung der Europäischen Kommission²¹ wird verdeutlicht, wie wichtig ein zeitnahe und zügiger

²⁰ vgl. hierzu Urteil EuGH, (-31/16); 30.01.2018.

²¹ vgl.: Ein den Anforderungen des 21. Jahrhunderts gewachsener europäischer Einzelhandel; Mitteilung der Kommission an das europäische Parlament, den Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss

Marktzugang in Form von „Verkaufsstellen“ für Einzelhändlerinnen und Einzelhändler ist.²² In der Folge sind insbesondere wirtschaftliche Bedarfsprüfungen, die letztlich zu einer wirtschaftlichen Bewertung einer Einzelhandelsaktivität führen, untersagt.

4. Bauplanungsrechtliche Instrumente zur Steuerung des Einzelhandels

4.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO - teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe - in allen Baugebieten vorgesehen:

Übersicht 1: Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in den Baugebieten gemäß BauNVO

| Gebietstyp BauNVO | Zulässigkeit | |
|--|---|----------------------------------|
| | kleinflächig | großflächig |
| § 2 Kleinsiedlungsgebiete | der Versorgung des Gebiets dienenden Läden zulässig | nicht zulässig |
| § 3 Reine Wohngebiete | Läden und nicht störende Handwerksbetriebe, die zur Deckung des täglichen Bedarfs für die Bewohner des Gebiets dienen | nicht zulässig |
| § 4 Allgemeine Wohngebiete | der Versorgung des Gebiets dienenden Läden zulässig | nicht zulässig |
| § 4a Gebiete zur Erhaltung und Entwicklung der Wohnnutzung (besondere Wohngebiete) | zulässig | nicht zulässig |
| § 5 Dorfgebiete | zulässig | nicht zulässig |
| § 5a Dörfliche Wohngebiete | der Versorgung des Gebiets dienenden Läden zulässig | nicht zulässig |
| § 6 Mischgebiete | zulässig | nicht zulässig |
| § 6a Urbane Gebiete | zulässig | nicht zulässig |
| § 7 Kerngebiete | zulässig | zulässig |
| § 8 Gewerbegebiete | zulässig | nicht zulässig |
| § 9 Industriegebiete | zulässig als Gewerbebetriebe aller Art | nicht zulässig |
| § 10 Sondergebiete, die der Erholung dienen | der Versorgung des Gebiets dienenden Läden zulässig (allgemein / ausnahmsweise) | nicht zulässig |
| § 11 Sonstige Sondergebiete | Abhängig von der Zweckbestimmung | Abhängig von der Zweckbestimmung |

und den Ausschuss der Regionen; Brüssel 19.04.2018; Drucksache 127/18, Dokument COM(2018)/219 final.

²² Die Kommission setzt sich mit der vielerorts beklagten Dauer und Komplexität der Niederlassungsverfahren in den Ländern der Union auseinander. Die Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen haben sich am Maßstab der europäischen Dienstleistungsrichtlinie zu messen.

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der § 11 Abs. 3 BauNVO eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m² Verkaufsfläche) dann:
- liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

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

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelage im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen. Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt. Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

4.2 Landes- und Regionalplanung

Für die raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg (2002), dem Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sowie im Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 (derzeit im Bereich Einzelhandel in der Fortschreibung), heranzuziehen. Bei Standorten für großflächigen Einzelhandel sind folgende Prüfkriterien zu beachten:

- /// Konzentrationsgebot
- /// Integrationsgebot
- /// Kongruenzgebot
- /// Beeinträchtigungsverbot
- /// Agglomerationsregelung²³.

²³ Auf eine ausführliche Darstellung der rechtlichen Rahmenbedingungen des großflächigen Einzelhandels wird verzichtet.

II. Entwicklung des Oberzentrums Heilbronn 2002 – 2021

1. Rahmenbedingungen

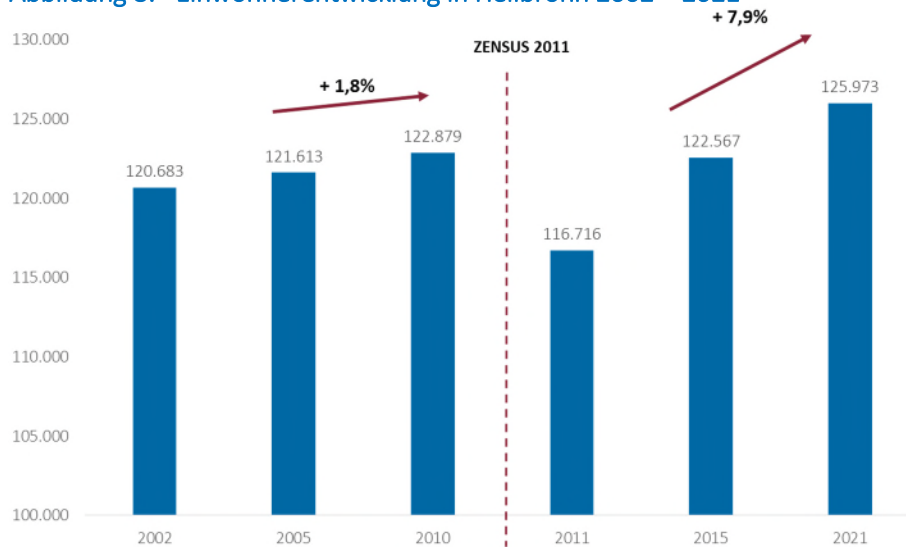
Die **Stadt Heilbronn** ist landesplanerisch als Oberzentrum ausgewiesen und zählt gegenwärtig ca. 128.999 Einwohner.²⁴ Die nächstgelegenen Oberzentren Stuttgart und Heidelberg sind jeweils ca. 60 km, die nächstgelegenen Mittelzentren Öhringen, Backnang, Bietigheim-Bissingen / Besigheim, Schwäbisch Hall, Sinsheim und Mosbach jeweils ca. 30 – 40 km entfernt – eine Ausnahme bildet die Nachbarstadt Neckarsulm, welche im Landesentwicklungsplan (LEP) Baden-Württemberg 2002 ebenfalls als Mittelzentrum eingestuft wurde.

Die Stadt Heilbronn ist gut an das überregionale und regionale **Verkehrsnetz** angeschlossen. Sie liegt westlich des Knotenpunktes der Autobahnen A 6 (Mannheim – Heilbronn - Nürnberg) und A 81 (Würzburg – Heilbronn - Stuttgart) und ist darüber hinaus über die Bundesstraßen B 27 (Mosbach – Heilbronn - Stuttgart), B 39 (Sinsheim – Heilbronn – Wüstenrot) und B 293 (Bretten – Heilbronn) sowie über zahlreiche Landes- und Kreisstraßen zu erreichen. Daneben besteht eine Anbindung an das regionale Bahnnetz in Richtung Stuttgart, Karlsruhe, Heidelberg / Mannheim, Schwäbisch Hall und Würzburg. Sowohl innerhalb Heilbronn, als auch aus der Region in das Stadtgebiet hinein übernimmt die Stadtbahn und ein enges Busliniennetz eine wichtige Funktion zur Anbindung aller Teile des Stadtgebiets.

2. Entwicklung der Einwohnerzahlen

Seit dem Jahr 2002 hat sich die Bevölkerungszahl Heilbronn nach Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg um insgesamt 5.290 Einwohner erhöht. Zwischen 2002 und 2010 war dabei nur ein geringer Anstieg um 2.196 Einwohner bzw. 1,8 % zu verzeichnen, während zwischen 2011 und 2021 die Einwohnerzahl um 9.257 Einwohner bzw. 7,9 % anstieg. Der **Bevölkerungszuwachs** ist somit insbesondere in den vergangenen fünf Jahren als sehr dynamisch zu bewerten.

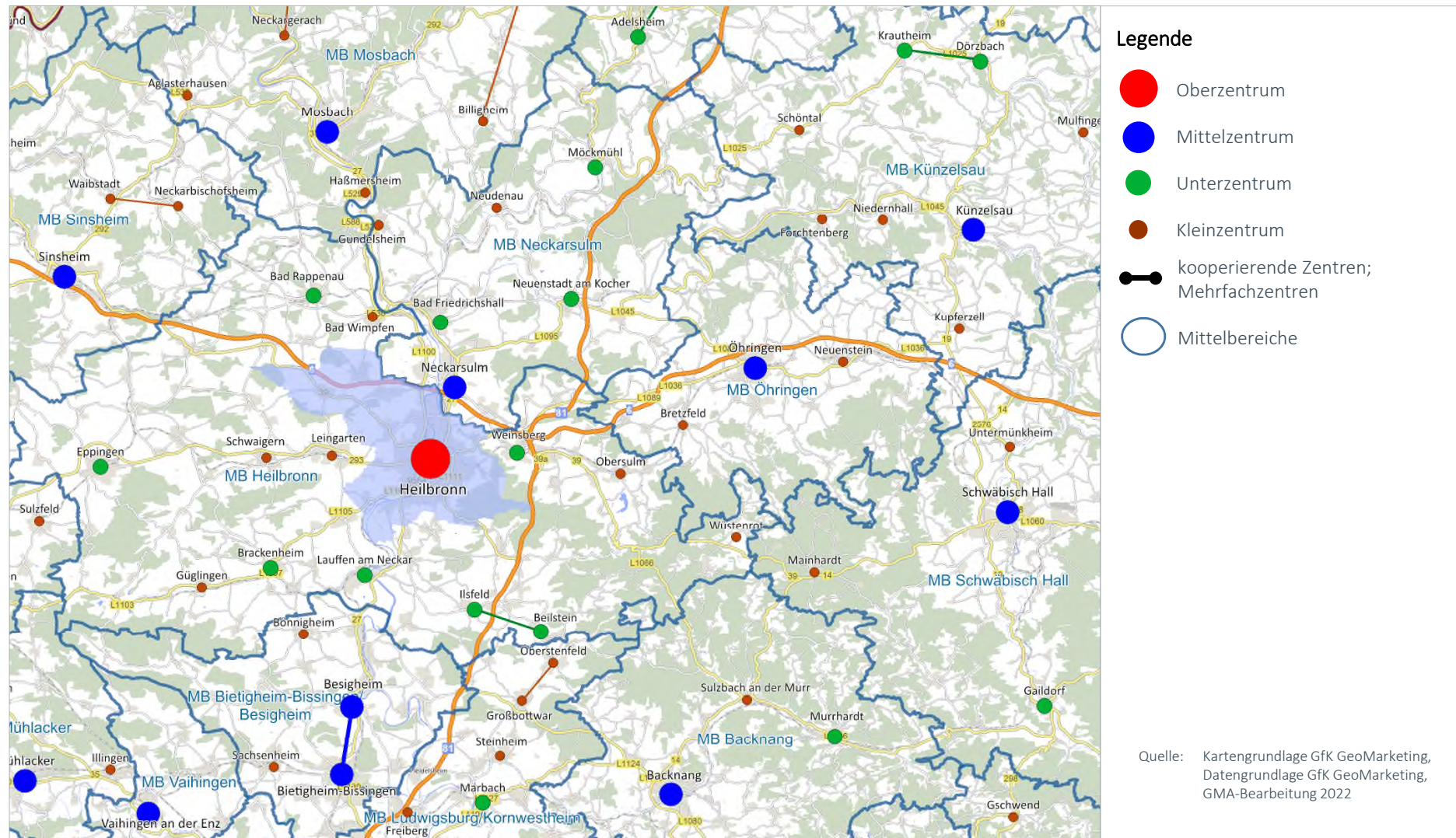
Abbildung 8: Einwohnerentwicklung in Heilbronn 2002 – 2021



Quelle: GMA-Darstellung 2022

²⁴ Angaben der Stadt Heilbronn – Stabsstelle Stadtentwicklung und Zukunftsfragen (Stand: 31.12.2020), Daten der städtischen Bevölkerungsfortschreibung. Diese weichen von den amtlichen Zahlen des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg ab.

Karte 1: Lage der Stadt Heilbronn und zentralörtliche Strukturen im Untersuchungsraum



3. Siedlungsstrukturen und Entwicklung der Stadtteile

Die **Siedlungsstruktur** Heilbronns ist durch eine weitgehend geschlossene Kernstadt gekennzeichnet. Im Zuge von Eingemeindungen wurden auch einige dörflich geprägte Stadtteile angegliedert. Siedlungsschwerpunkt von Heilbronn ist die Kernstadt, welche sich östlich des Neckars befindet, mit ca. 62.460 Einwohnern. Westlich des Neckars sowie im Süden und Nordwesten befinden sich weitere z. T. deutlich von der Kernstadt abgesetzte Stadtteile. Im Norden grenzt unmittelbar die Stadt Neckarsulm (ca. 26.340 Einwohner), im Osten die Stadt Weinsberg (ca. 12.600 Einwohner) an Heilbronn an.

Tabelle 3: Einwohnerentwicklung nach Stadtteilen 2002 – 2020

| Stadtteile | Einwohner | | Entwicklung | |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| | 2002 | 2020 | abs. | rel. in % |
| Kernstadt Heilbronn | 53.373 | 62.460 | +9.087 | +17,0 |
| Böckingen | 21.757 | 23.124 | +1.367 | +6,3 |
| Neckargartach | 9.516 | 10.049 | +533 | +5,6 |
| Sontheim | 11.430 | 11.817 | +387 | +3,4 |
| Klingenberg | 1.990 | 2.504 | +514 | +25,8 |
| Frankenbach | 5.741 | 5.888 | +147 | +2,6 |
| Kirchhausen | 3.800 | 3.967 | +167 | +4,4 |
| Biberach | 4.829 | 5.167 | +338 | +7,0 |
| Horkheim | 4.115 | 4.023 | - 92 | - 2,2 |
| Heilbronn²⁵ | 116.551 | 128.999 | +12.448 | +10,7 |

GMA-Zusammenstellung nach Daten der Stadt Heilbronn. Stand jeweils 31.12. des Jahres

4. Wirtschaftliche Entwicklung

Im Jahr 2020 waren ca. 71.691 **sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** am Arbeitsort Heilbronn registriert, davon ca. 75 – 76 % im Dienstleistungsgewerbe. Die hohe Arbeitsplatzzentralität wird durch den positiven Pendlersaldo von + 17.404 unterstrichen. 44.965 Berufseinpendlern stehen in Heilbronn 27.592 Auspendler gegenüber.²⁶ Die Arbeitslosenquote lag im Oktober 2021 bei ca. 5,0 % und damit unter dem Bundesdurchschnitt (= 5,7 %), aber noch über dem Landesdurchschnitt (= 3,5 %).²⁷

Bei einer Betrachtung der Entwicklung der **Beschäftigtenzahlen** zwischen 2002 und 2020 war ein Zuwachs um rd. 11.228 Beschäftigte bzw. rd. 18,5 % zu verzeichnen. Dabei nahm der Anteil des produzierenden Gewerbes ab. Im Gegenzug war eine Anteilsverschiebung hin zu den sonstigen Dienstleistungen zu beobachten. Der Pendlersaldo blieb dabei – auf einem erhöhten Gesamtniveau – gleich.

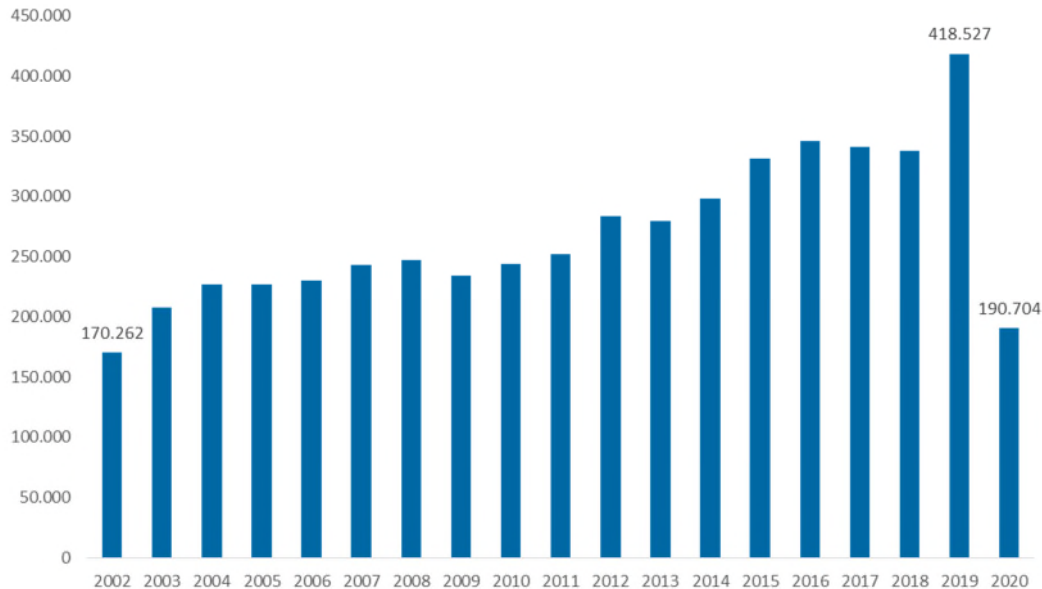
²⁵ Angaben der Stadt Heilbronn – Stabsstelle Stadtentwicklung und Zukunftsfragen (Stand: 31.12.2020). Da Daten auf Stadtteilebene nur bei der Stadt Heilbronn vorliegen, werden diese Daten verwendet.

²⁶ Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, Stand: 30.06.2020.

²⁷ Angaben der Bundesagentur für Arbeit: Aktuelle Arbeitsmarktdaten, Stand: Oktober 2021.

Mit der positiven Entwicklung der Wirtschaft ging auch ein starker Anstieg der **Übernachtungszahlen** einher. So war ein stetiger Anstieg bis zum Jahr 2019 (BUGA) zu beobachten. Das Jahr 2020 war hingegen durch die Corona-Pandemie und mehrere Lockdowns mit Kontakt- und Reisebeschränkungen ein schwaches Tourismusjahr (i. W. Geschäftsreiseverkehr).

Abbildung 9: Übernachtungszahlen in Heilbronn im Vergleich 2002 – 2020



GMA-Darstellung 2021

Ebenfalls positiv entwickelt hat sich Heilbronn als **Bildungsstadt**. Durch den Ausbau der Hochschulen stieg die Zahl der Studierenden zwischen 2007 / 2008 von rd. 4.000 auf 2020 rd. 14.000 an. In Zukunft ist ein weiterer Ausbau der Bildungsfunktion von Heilbronn und damit ein weiterer Anstieg der Studierendenzahlen zu erwarten.

5. Wesentliche städtebauliche Entwicklungen in Heilbronn zwischen 2002 und 2020

Neben einer Bewertung der Entwicklung der Strukturdaten des Oberzentrums Heilbronn ist zudem ebenfalls die Entwicklung von Heilbronn in den Bereichen Städtebau, Einzelhandel, Verkehr und Wirtschaft für die Untersuchung von Relevanz, da diese Aspekte wesentlichen Einfluss auf die Entwicklung des Einzelhandels auf der Angebots- und Nachfrageseite haben.

Vor diesem Hintergrund wurden in den vier Bereichen Städtebau, Einzelhandel, Verkehr und Wirtschaft wesentliche „Schlüsselprojekte“ aufgeführt²⁸, welche einen erheblichen Einfluss auf die Entwicklung des Oberzentrums Heilbronn zwischen 2002 und 2021 hatten.

²⁸ keine abschließende Aufzählung

Abbildung 10: Schlüsselprojekte der Stadtentwicklung in Heilbronn 2002 – 2021

|  |  |  |  |
|---|---|--|--|
| Städtebau | Einzelhandel | Verkehr | Wirtschaft |
| <ul style="list-style-type: none"> • Experimenta • Marrahaus • Bereich Bollwerksturm • Allee • Gestaltungs-offensive Innenstadt • Südbahnhof • Bildungscampus • Neckarbogen • BUGA | <ul style="list-style-type: none"> • Stadtgalerie • Klosterhof • Umsetzung Maßnahmen Masterplan Innenstadt (u.a. Umgestaltung Fußgängerzone) • Sonnenbrunnen • Gastromeile am Neckar • K3-Modernisierung • Dinkelacker-Areal | <ul style="list-style-type: none"> • Stadtbahn Nord und Anbindung Öhringen • Umbau Fügerstraße / Rückbau Kalistraße • Allee • Europaplatz • Einrichtung von Radrouten | <ul style="list-style-type: none"> • Zukunftspark Wohlgelegen • WTZ • h.i.p • Businesspark Schwabenhof • Ansiedlung Audi in Böllinger Höfen • Entwicklung Bildungscampus |

GMA-Darstellung 2021

6. Zwischenfazit: Entwicklung von Heilbronn zwischen 2002 und 2021

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich das Oberzentrum Heilbronn sowohl hinsichtlich der Rahmendaten als auch der realisierten Stadtentwicklungsprojekte positiv weiterentwickelt hat:

- Bei den generellen Strukturdaten ist in allen Bereichen (Einwohnerentwicklung, wirtschaftliche Entwicklung, touristische Entwicklung etc.) eine deutlich positive Tendenz festzuhalten. Insbesondere unter nachfrageseitigen Gesichtspunkten ist damit für den Einzelhandel zwischen 2002 und 2021 eine positive Entwicklung zu verzeichnen gewesen.
- Aber auch im Bereich der Stadtentwicklung wurde eine Vielzahl an wichtigen Schlüsselprojekten realisiert, welche in allen Bereichen einen erheblichen Einfluss auf die Einzelhandelsentwicklung in Heilbronn hatten.

Zusammenfassend lässt sich somit festhalten, dass sich mit der positiven Entwicklung der Strukturdaten und der Vielzahl an städtebaulichen Projekten auch das Image der Stadt Heilbronn deutlich gewandelt hat. War die Stadt noch in den 1990er bis in die frühen 2000er Jahren als wenig attraktive Arbeiterstadt in den Köpfen der Menschen verankert, konnte insbesondere in der jüngsten Zeit mit der Realisierung zahlreicher städtebaulicher Projekte ein deutlicher Imagewandel angestoßen werden. Mit der „**Stadtkonzeption Heilbronn 2030**“ und dem „**Masterplan Innenstadt 2019**“ wurde dieser Prozess weiter fortgeführt.

III. Nachfragesituation

1. Marktgebiet von Heilbronn und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des Marktgebietes für den Einzelhandelsstandort Heilbronn stellt die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials dar.

Als Marktgebiet wird in dieser Untersuchung ein Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Standort Heilbronn gerechnet werden kann. Das Marktgebiet lässt sich darüber hinaus weiterhin nach Zonen untergliedern und strukturieren, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierungen an den Standort Heilbronn zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Marktgebietes wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur Abgrenzung und Zonierung des Marktgebietes werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// verkehrliche Erreichbarkeit von Heilbronn auf Basis von Fahrzeitisochronen
- /// Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in Heilbronn und der Region
- /// Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in Heilbronn und der Region.

Im Vergleich mit der Abgrenzung des Marktgebietes für Heilbronn aus dem Jahr 2002 haben sich lediglich im Detail Veränderungen ergeben. Diese resultieren zum einen aus einer Veränderung der Kundeneinkaufsbeziehungen. Zum anderen konnte die Methodik der Einzugsgebietsabgrenzung durch Rechen- bzw. Simulationsverfahren (z. B. Fahrzeitisochronen, Modellierung von Wettbewerbsstandorten etc.) deutlich verbessert werden, so dass eine aktuelle Abgrenzung des Marktgebietes auf Basis der verbesserten Methoden vorgenommen wurde.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den Einzelhandelsstandort Heilbronn folgendes Marktgebiet abgrenzen:²⁹

²⁹ Einwohnerzahlen nach den Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg; Stand: 31.12.2020.

Karte 2: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Heilbronn

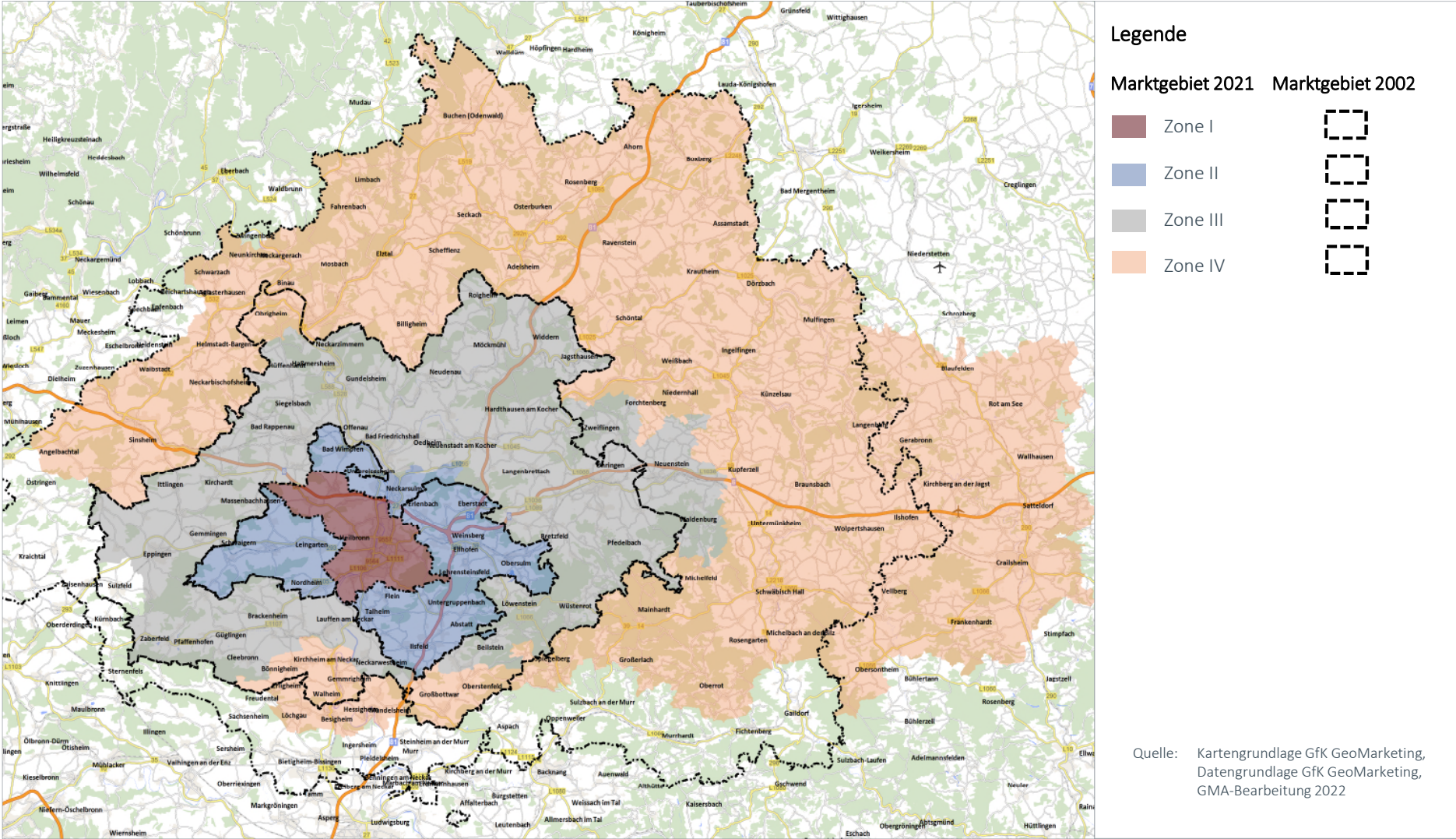


Tabelle 4: Zonierung des Marktgebietes

| | | | |
|------------|----------------------|--|--------------------------|
| /// | Zone I: | Stadt Heilbronn | 125.973 Einwohner |
| /// | Zone II: | Neckarsulm, Obersulm, Weinsberg, Leingarten, Schwai- gern, Ilsfeld, Untergruppenbach, Nordheim, Bad Wimpfen, Flein, Erlenbach, Talheim, Abstatt, Untereisesheim, Ellh- ofen, Eberstadt, Lehrensteinsfeld | 145.663 Einwohner |
| /// | Zone III: | Öhringen, Eppingen, Bad Rappenau, Bad Friedrichshall, Brackenheim, Bretzfeld, Lauffen am Neckar, Neuenstadt am Kocher, Pfedelbach, Möckmühl, Gundelsheim, Wüs- tenrot, Neuenstein, Oedheim, Beilstein, Güglingen, Kirchartd, Neudenau, Gemmingen, Haßmersheim, Hardt- hausen am Kocher, Zaberfeld, Langenbrettach, Neckar- westheim, Massenbachhausen, Löwenstein, Waldenburg, Cleebronn, Offenau, Ittlingen, Pfaffenhofen, Hüffenhardt, Widdern, Jagsthausen, Zweiflingen, Siegelsbach, Neckar- zimmern, Roigheim | 267.250 Einwohner |
| /// | Zone IV: | Schwäbisch Hall, Sinsheim, Crailsheim, Mosbach, Buchen (Odenwald), Künzelsau, Besigheim, Großbottwar, Obers- tenfeld, Bönningheim, Boxberg, Osterburken, Ilshofen, Kup- ferzell, Billigheim, Elztal, Mainhardt, Waibstadt, Kirchheim am Neckar, Schöntal, Löchgau, Ingelfingen, Satteldorf, Ob- righeim, Rot am See, Blaufelden, Rosengarten, Adelsheim, Angelbachtal, Forchtenberg, Frankenhardt, Aglasterhau- sen, Obersontheim, Krautheim, Limbach, Vellberg, Kirch- berg an der Jagst, Gerabronn, Seckach, Gemmrigheim, Niedernhall, Neckarbischofsheim, Schefflenz, Helmstadt- Bargen, Michelfeld, Mulfingen, Wallhausen, Oberrot, Mi- chelbach an der Bilz, Mundelsheim, Walheim, Untermünk- heim, Schwarzach, Ravenstein, Fahrenbach, Erligheim, Braunsbach, Großerlach, Dörzbach, Hessigheim, Neckar- gerach, Assamstadt, Ahorn, Rosenberg, Wolpertshausen, Spiegelberg, Weißbach, Neunkirchen, Langenburg, Binau | 451.396 Einwohner |
| /// | Zonen I – IV: | | 990.282 Einwohner |

Im Marktgebiet des Oberzentrums leben derzeit ca. 990.282 Einwohner. Zone I stellt in diesem Zusammenhang das Stadtgebiet der Stadt Heilbronn dar. Zone II umfasst Teile des Mittelbereiches Heilbronn sowie die nördlich angrenzenden Gemeinden Untereisesheim, Neckarsulm und Erlenbach, von welchen ebenfalls ausgeprägte Kundeneinkaufsbeziehungen bestehen. Zone III umfasst die umliegenden Mittelbereiche Neckarsulm, Öhringen sowie die Randbereiche des Mittelbereiches Heilbronn. In diesem Bereich sind bereits Einkaufsverflechtungen an andere Standorte vorhanden. Insbesondere im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich besteht jedoch immer noch eine deutliche Orientierung auf das Oberzentrum Heilbronn. Zone IV des Einzugsgebietes umfasst den Ferneinzugsbereich. In Richtung Westen erstreckt sich dieser insbesondere auf Teile des Mittelbereiches Sinsheim; die dortigen Kommunen sind jedoch teilweise ebenfalls auf die Angebotsstandorte Heidelberg und Mannheim orientiert. Aufgrund der randlichen Lage des Oberzentrums Heilbronn in Bezug auf die Region Heilbronn-Franken ist somit insbesondere in Richtung Westen und Nordwesten eine Überschreitung der Regionsgrenze zu beobachten.

Richtung Norden ist auf Einkaufsbeziehungen in Richtung der Mittelbereiche Mosbach und Buchen sowie Teilbereiche des Mittelbereiches Bad Mergentheim hinzuweisen. Gerade im nördlichen Bereich des Einzugsgebietes bestehen Überschneidungen mit dem nördlich gelegenen bayerischen Oberzentrum Würzburg. Jedoch ist aufgrund der guten Autobahnerreichbarkeit noch von Einkaufsbeziehungen an den Standort Heilbronn auszugehen. In Richtung Osten ist eine vergleichsweise große Ausdehnung des Marktgebietes auf die Mittelbereiche Künzelsau, Schwäbisch Hall und Crailsheim festzuhalten. Diese resultiert zum einen aus den historisch starken Einkaufsverflechtungen auf den Handelsplatz Heilbronn. Zum anderen sind andere Oberzentren mit attraktivem Einzelhandelsbesatz nur in deutlich größerer Fahrzeitentfernung vorhanden.

Das Einzugsgebiet wird in Richtung Osten begrenzt durch die Einzelhandelsstandorte Ansbach und Nürnberg. In Richtung Süden bestehen aus den jeweils nördlichen gelegenen Kommunen der Mittelbereiche von Bietigheim-Bissingen, Ludwigsburg, Kornwestheim und Backnang noch geringe Einkaufsbeziehungen an den Standort Heilbronn, jedoch wird das Einzugsgebiet in diese Richtung insbesondere durch das Marktgebiet der Landeshauptstadt Stuttgart i. V. mit Ludwigsburg als starker Einzelhandelsstandort (*BreuningerLand*) und im Südosten durch das Marktgebiet von Aalen bzw. Ellwangen begrenzt. In Richtung Südwesten wird das Einzugsgebiet insbesondere durch topografische Barrieren (Zabergäu) sowie durch die südwestlich gelegenen Oberzentren Pforzheim und Karlsruhe begrenzt.



Im **Vergleich zu dem im Jahr 2002** abgegrenzten Marktgebiet für den Handelsstandort Heilbronn kann zum einen eine stärkere Ausdehnung des Marktgebietes in Richtung Osten verzeichnet werden. Zum anderen ist in den südlichen Randbereichen ein Rückgang der Einkaufsverflechtungen zu erkennen. Gerade in den Randbereichen in Richtung Südwesten und Norden hat die Einkaufsorientierung an umliegende Oberzentren (Stuttgart, Karlsruhe, Heidelberg, Mannheim, Würzburg) zugenommen.

2. Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet von Heilbronn 2021

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei

ca. € 6.370.³⁰

Davon entfallen auf

-  Nahrungs- und Genussmittel ca. € 2.445 p. a.
-  Nichtlebensmittel ca. € 3.925 p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Stadt Heilbronn liegt dieser mit 104,4 leicht über dem Bundesdurchschnitt.³¹ Auch im Umland werden leicht überdurchschnittliche Kaufkraftkoeffizienten und Werte erzielt.

³⁰ Ohne Anteil verschreibungspflichtiger Sortimente bei Apotheken.

³¹ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research, 2020: Werte über 100,0 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für die Stadt Heilbronn ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rd. 837,8 Mio. €; im Marktgebiet von Heilbronn von

ca. 6.524 Mio. €.

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Stadt Heilbronn und das zugeordnete Marktgebiet wie in nachfolgender Tabelle 5 dargestellt.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass bei der Kaufkraftberechnung die gesamte im Einzelhandel (stationär und online) gebundene Kaufkraft berechnet wurde. Angesichts der bereits heute im Onlinehandel gebundenen Anteile wird nicht die gesamte Kaufkraft dem stationären Einzelhandel zur Verfügung stehen. Darüber hinaus ist i.d.R. eine abnehmende Einkaufsorientierung von Kunden in Abhängigkeit von der Distanz nach Heilbronn vorhanden, d. h. nicht die gesamte Kaufkraft wird auch in Heilbronn im stationären Einzelhandel ausgegeben. Im Bereich der Nahversorgung ist diese vielmehr vor Ort an den Wohnstandorten gebunden; im Bereich der mittelfristigen Sortimente auch an deren Wettbewerbsstandorten im Umland.

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet von Heilbronn

| Branchen | Zone I | Zone II | Zone III | Zone IV | Marktgebiet |
|-------------------------------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | in Mio. € | | | | |
| Nahrungs- und Genussmittel | 321,6 | 387,2 | 678,2 | 1.117,3 | 2.504,3 |
| Drogeriewaren | 61,3 | 73,8 | 129,3 | 212,9 | 477,3 |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 26,4 | 31,8 | 55,8 | 91,8 | 205,8 |
| kurzfristiger Bedarf insg. | 409,3 | 492,8 | 863,3 | 1.422,0 | 3.187,4 |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren | 33,1 | 39,9 | 69,9 | 115,2 | 258,1 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 96,9 | 116,7 | 204,4 | 336,8 | 754,8 |
| mittelfristiger Bedarf insg. | 130,0 | 156,6 | 274,3 | 452,0 | 1.012,9 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 75,1 | 90,4 | 158,4 | 260,9 | 584,8 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 82,5 | 99,3 | 173,9 | 286,5 | 642,2 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | 70,1 | 84,4 | 147,8 | 243,6 | 545,9 |
| Optik / Uhren, Schmuck | 21,2 | 25,5 | 44,7 | 73,6 | 165,0 |
| sonstige Sortimente* | 49,6 | 59,7 | 104,6 | 172,3 | 386,2 |
| langfristiger Bedarf insg. | 298,5 | 359,3 | 629,4 | 1.036,9 | 2.324,1 |
| Nichtlebensmittel insg. | 516,2 | 621,5 | 1.088,8 | 1.793,6 | 4.020,1 |
| Einzelhandel insgesamt | 837,8 | 1.008,7 | 1.767,0 | 2.910,9 | 6.524,4 |

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren);
GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

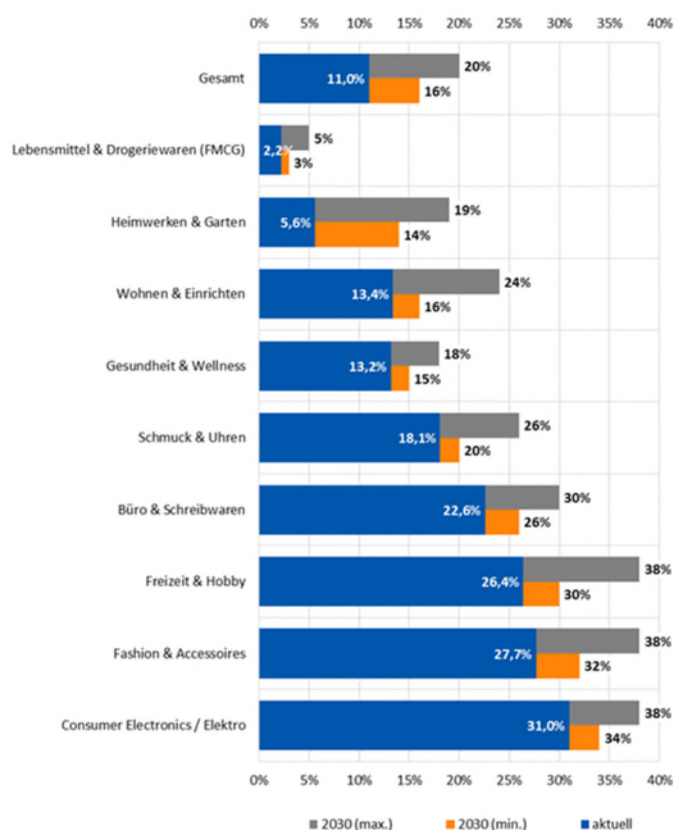
3. Kaufkraftprognose 2030

3.1 Rahmenbedingungen bis 2030

Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf einen mittelfristigen Prognosehorizont, d. h. einen Zeitraum von rd. 10 Jahren. Weiter reichende Prognosen wären aufgrund der damit verbundenen Unsicherheiten (z. B. angesichts der skizzierten Marktentwicklungen im Einzelhandel, des künftigen Verbraucherverhaltens, konjunktureller und inflatorischer Einflüsse sowie der Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet – auch vor dem Hintergrund der Flüchtlingszuzüge, deren Umfang und Dauer derzeit nicht absehbar sind –) u. E. nicht seriös. Die mittelfristige Entwicklung des Kaufkraftvolumens ist einerseits abhängig von konjunkturellen Einflüssen und dem zukünftigen Verbraucherverhalten, andererseits von der Bevölkerungsentwicklung im Stadt- und Marktgebiet. Auch die Entwicklung der Streukunden (z. B. durch Entwicklung der Arbeitspendler) ist zu berücksichtigen.

Zudem sind auch **Entwicklungen in konkurrierenden Einkaufsorten** zu berücksichtigen, welche das Marktgebiet des Einzelhandels in Heilbronn beeinflussen könnten (insbesondere Entwicklungen in den umliegenden Mittelzentren und Oberzentren).

Abbildung 11: Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2030



Quelle: GMA-Berechnungen 2021 auf Basis von HDE Online-Monitoren der letzten Jahre sowie Veröffentlichungen des bevH

Als weitere Konkurrenz ist der **Online-Handel** zu beachten. Online-Shopping zeigt ungebrochen hohe Zuwachsraten, nicht nur in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger sondern auch bei Mode, Schuhen oder Spezialartikeln aller Branchen. Befördert wird der Online-Handel durch eine zunehmende Internetaffinität aller Altersgruppen, eine bessere Versorgung mit schnellem Internet sowie den wachsenden Ausstattungsgrad mit PCs, Laptops,

Notebooks und Tabletcomputern. Hinzu kommen die rasante Verbreitung von Smartphones und die damit verbundene Zugangsmöglichkeiten zu Mobile-Commerce-Angeboten. Das Europäische Handelsinstitut (EHI) geht in einer aktuellen Studie davon aus, dass der Onlinehandel bis zum Jahr 2030 einen Marktanteil von bis zu 25 % erreichen kann. Dies wird gravierende Folgen für den stationären Einzelhandel haben, sofern dieser es nicht schafft, über Multi-Channel-Strategien ebenfalls am Wachstum des Onlinehandels zu partizipieren.

Die GMA beobachtet laufend die Entwicklungen im Onlinehandel und schätzt die Entwicklung bis zum Jahr 2030 ab. In Abbildung 11 wird der Anteil des Onlinehandels am Gesamtmarkt nach Branchen und Szenarien bis zum Jahr 2030 dargestellt.

Unter Berücksichtigung dieser externen Entwicklungen ist nicht zu erwarten, dass der Einzelhandel in Heilbronn seine Marktbedeutung räumlich wesentlich ausweiten kann. Dies trifft nicht nur auf den Nonfood-Einzelhandel zu, sondern auch auf den Lebensmitteleinzelhandel. Die umliegenden Zentren sind alle gut ausgestattet. Es ist davon auszugehen, dass sich an den grundsätzlichen Einkaufsverflechtungen in der Region keine Veränderungen ergeben werden. Grundsätzlich muss sich der Einzelhandelsstandort Heilbronn daher darum bemühen, seine **Wettbewerbsposition bzw. sein Marktgebiet zu erhalten und punktuell weiter auszubauen.**

3.2 Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose bis 2030

In den letzten 10 Jahren wies die Stadt Heilbronn insgesamt eine sehr positive Bevölkerungsentwicklung auf. Für die kommenden Jahrzehnte erwartet das Statistische Landesamt Baden-Württemberg einen weiteren Anstieg der Einwohnerzahlen.

Gemäß der Einwohnerprognose des Statistischen Landesamtes wird sich die Bevölkerungszahl der Stadt Heilbronn um etwa 1.797 Einwohner (+ 1,4 % gegenüber 2020) bis zum Jahr 2030 ansteigen.³² In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass die Prognosen für Heilbronn eher zu pessimistisch ausfielen. Somit ist in der Tendenz für die Zukunft weiterhin von einer etwas dynamischeren Entwicklung von Heilbronn auszugehen. Auch innerhalb des Marktgebietes ist von einer positiven Einwohnerentwicklung bis 2030 auszugehen. So wird ein Anstieg der Einwohnerzahlen um rd. 20.000 Personen bzw. 2,0 % im Marktgebiet bis 2030 erwartet.

Tabelle 6: Einwohnerentwicklung bis 2030 im Marktgebiet von Heilbronn

| Zone des Marktgebietes | Einwohner | | Entwicklung | |
|---------------------------|----------------|------------------|----------------|-------------|
| | aktuell | 2030 | absolut | in % |
| Zone I | 125.973 | 127.770 | +1.797 | +1,4 |
| Zone II | 145.663 | 149.087 | +3.424 | +2,4 |
| Zone III | 267.250 | 272.552 | +5.302 | +2,0 |
| Zone IV | 451.396 | 460.873 | +9.477 | +2,1 |
| Marktgebiet gesamt | 990.282 | 1.010.282 | +20.000 | +2,0 |

GMA-Aufstellung 2021

³² Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg: Bevölkerungsvorausrechnung bis 2035, Basisjahr 2017.

Für die **Kaufkraftprognose** wird unterstellt, dass bis zum Jahr 2030 keine wesentlichen Veränderungen der Sparquote und des Ausgabeverhaltens der Verbraucher eintreten. Insofern ist nominal auch angesichts der positiven Einwohnerentwicklung auch mit einem größeren Nachfragevolumen zu rechnen. Jedoch ist aufgrund der zu erwartenden Entwicklung des Onlinehandels auch davon auszugehen, dass der stationäre Einzelhandel von diesen Effekten nur in deutlich untergeordneter Form profitieren wird. Es ist damit wegen dem weiterhin anhaltenden „Hyperwettbewerbs“ im stationären von einem eher stagnierenden zur Verfügung stehenden Kaufkraftpotenzial für den stationären Einzelhandel in Heilbronn auszugehen.

4. Zwischenfazit: Nachfragesituation

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass nachfrageseitig – auch angesichts der Bevölkerungsentwicklung in Heilbronn und der Region – zwischen 2002 und 2020 eine stabile bis positive Entwicklung zu verzeichnen war. Damit einher ging auch eine deutliche Steigerung der im Marktgebiet vorhandenen Kaufkraftpotenziale.

In räumlicher Hinsicht konnte Heilbronn sein Marktgebiet halten und v.a. in Richtung Osten weiter ausdehnen, während insb. in Richtung Süden sich der Einflussbereich von Heilbronn verringert hat. Aber auch im kurzfristigen Bedarfsbereich (Lebensmittel / Drogeriewaren) hat die Bedeutung der Stadt Heilbronn als Einkaufsstandort für die umliegenden Städte- und Gemeinden abgenommen, da hier eine starke Expansion der Lebensmitteleinzelhändler zu verzeichnen war.

Für die Zukunft wird bis 2030 grundsätzlich mit einer positiven nachfrageseitigen Entwicklung gerechnet, wenngleich der stationäre Einzelhandel davon – aufgrund der steigenden Bedeutung des Onlinehandels – nur in Teilen profitieren wird.

IV. Angebotssituation

1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Heilbronn

Im Oktober 2021 wurde durch GMA-Mitarbeiter eine erneute Vor-Ort Erhebung des Einzelhandels in Heilbronn durchgeführt.

Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Stadt Heilbronn **insgesamt:**

- /// 670 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- /// ca. 332.035 m² Verkaufsfläche
- /// ca. 1.094,7 Mio. € Bruttoumsatzleistung p. a.

Der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sind zugeordnet:

- /// 224 Betriebe (= ca. 33 – 34 % aller Betriebe)³³
- /// ca. 57.110 m² VK (= ca. 17 % der Gesamtverkaufsfläche)³⁴
- /// ca. 298,9 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 27 % des Gesamtumsatzes)

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- /// 446 Betriebe (= ca. 66 – 67 % aller Betriebe)
- /// ca. 274.925 m² VK (= ca. 83 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 795,9 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 73 % des Gesamtumsatzes)

Hinsichtlich einer **Verteilung des Einzelhandelsbesatzes nach Bedarfsbereichen** lässt sich festhalten, dass der kurzfristige Bedarfsbereich mit rd. 23 % Verkaufsflächenanteil einen ähnlichen Anteil einnimmt wie der mittelfristige Bedarfsbereich mit rd. 19 %. Auf den langfristigen Bedarfsbereich entfällt hingegen ein Großteil der Verkaufsflächen in Heilbronn, was insbesondere auf die großflächigen Möbelhäuser und Baumärkte zurückzuführen ist. (vgl. Tabelle 7)

Nach **Branchen** nimmt das Sortiment Hausrat / Einrichtung / Möbel mit rd. 38 % Verkaufsflächenanteil die größte Bedeutung ein, gefolgt von dem Sortiment Bekleidung / Schuhe / Sport mit rd. 16 % und dem Lebensmittelbereich mit rd. 17 %. Auch der Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarfsbereich hat mit rd. 13 % Verkaufsflächenanteil einen noch großen Anteil am Gesamtbesatz des Einzelhandels. Die typischerweise eher in kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben angebotenen Sortimente wie Bücher / Schreib- und Spielwaren, Blumen / zoologischer Bedarf, Drogeriewaren und Optik / Uhren / Schmuck spielen hingegen hinsichtlich des Verkaufsflächenanteils nur eine deutlich untergeordnete Rolle. (vgl. Abbildung 12).

³³ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt.

³⁴ Bereinigte Werte, Umsätze und Verkaufsflächen und der Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 7: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Heilbronn)

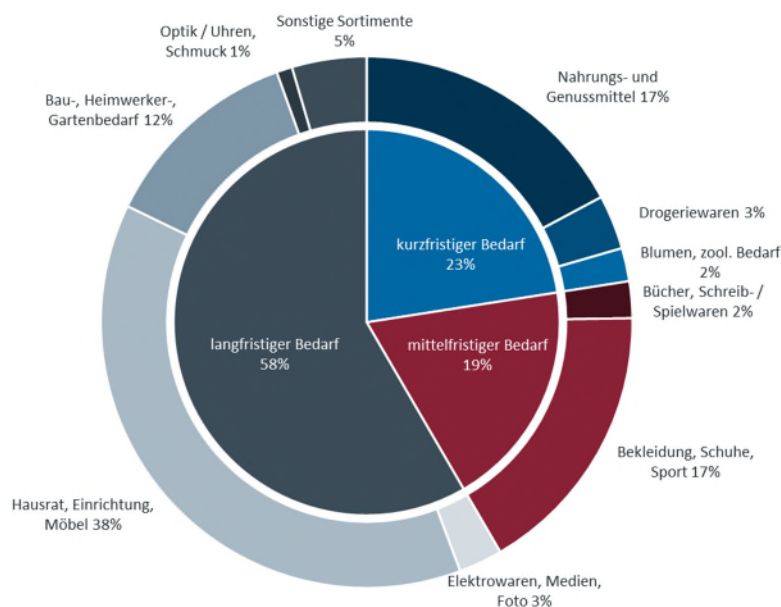
| | Anzahl Betriebe* | VK in m ^{2**} | Umsatz in Mio. € |
|-------------------------------------|------------------|------------------------|------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 224 | 57.110 | 298,9 |
| Drogeriewaren | 52 | 10.980 | 74,3 |
| Blumen, zool. Bedarf | 39 | 6.720 | 26,2 |
| kurzfristiger Bedarf insg. | 315 | 74.810 | 399,3 |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren | 17 | 7.415 | 27,5 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 118 | 55.960 | 213,2 |
| mittelfristiger Bedarf insg. | 135 | 63.375 | 240,8 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 46 | 8.830 | 55,2 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 57 | 125.885 | 254,2 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | 31 | 40.900 | 78,4 |
| Optik / Uhren, Schmuck | 48 | 3.175 | 25,0 |
| sonstige Sortimente*** | 38 | 15.060 | 41,8 |
| langfristiger Bedarf insg. | 220 | 193.850 | 454,6 |
| Nichtlebensmittel insg. | 446 | 274.925 | 795,9 |
| Einzelhandel insg. | 670 | 332.035 | 1.094,7 |

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** bereinigte Werte, d.h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

*** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, sonstiges (z.B. Musikalien, Babyartikel)
GMA-Erhebungen 2021 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

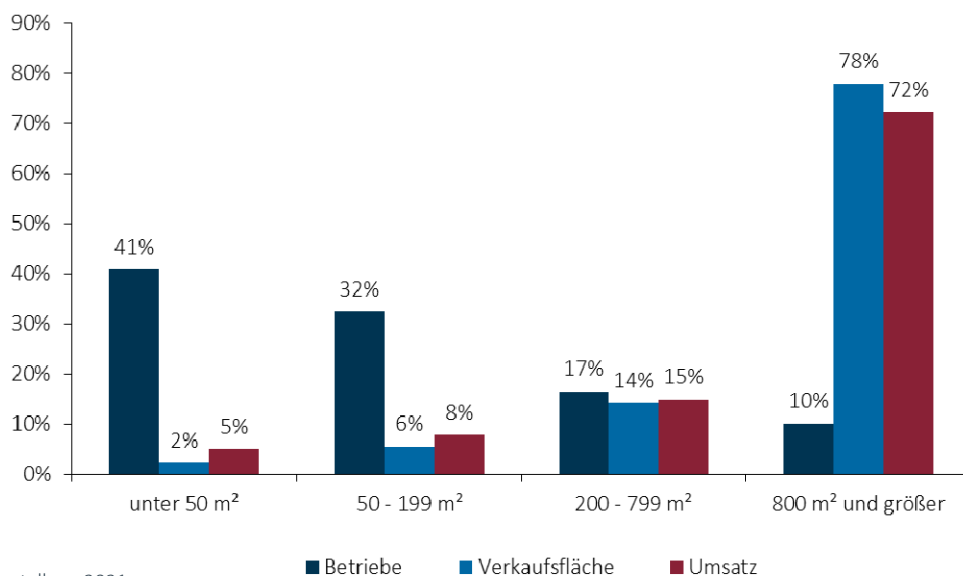
Abbildung 12: Verkaufsflächenanteile nach Branchen



GMA-Darstellung 2021

Die Analyse der **Größenstruktur** macht deutlich, dass der Einzelhandelsbestand in Heilbronn von Betrieben unter 200 m² Verkaufsfläche dominiert wird. Von den insgesamt in Heilbronn ansässigen 670 Einzelhandelbetrieben fallen 491 Geschäfte in diese Größenordnung. Davon sind ca. 41 % der Betriebe als Kleinbetriebe unter 50 m² VK anzusprechen, welche jedoch nur einen Verkaufsflächenanteil am Gesamtbestand von ca. 2 % repräsentieren. Anbieter zwischen 50 und 199 m² VK machen ca. 32 % des gesamten Betriebsbestandes aus und nehmen einen Verkaufsflächenanteil von ca. 6 % ein.

Abbildung 13: Größenstruktur der Betriebe in Heilbronn



GMA-Darstellung 2021

Dennoch liegt die rechnerische Durchschnittsgröße der Geschäfte bei rd. 495 m² Verkaufsfläche (Durchschnitt BRD: 240 m² VK). Im Vergleich zu 2002 ist der Wert (324 m² VK) deutlich angestiegen. Die hohe Durchschnittsfläche ist auf die große Zahl großflächiger Handelsformate zurückzuführen. Auf Betriebe über 800 m² Verkaufsfläche entfallen zwar nur ca. 10 % der Betriebe aber der Großteil der Verkaufsflächen (ca. 78 %).

Mit Blick auf die **Betriebstypenstrukturen** ist in Heilbronn eine gute Stellung der Fachgeschäfte erkennbar. Mit 477 Betrieben und damit ca. 71 % entfällt der Großteil der vorhandenen Anbieter auf diesen Betriebstyp. Im Lebensmittelbereich sind neben dem Lebensmittelhandwerk und kleineren Fachgeschäften Discounter, Supermärkte bzw. Große Supermärkte / SB-Warenhäuser als wichtigste Betriebsform zu nennen (ca. 18 % der Lebensmittelanbieter bzw. rd. 79 % der Verkaufsfläche).

Fachmarktkonzepte sind v. a. im Nichtlebensmittelbereich von Bedeutung. Wenngleich sie mit Blick auf die Anzahl der Betriebe lediglich einen Anteil von rd. 17 % ausmachen, entfällt auf diesen Betriebstyp mehr als 64 % der Verkaufsfläche.

Tabelle 8: Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebstypen

| Betriebstypen | Anzahl der Betriebe | Verkaufsfläche |
|---|---------------------|----------------|
| | in % | |
| Lebensmittelhandwerk / kleinere Fachgeschäfte | 64 | 10 |
| Supermarkt / Großer Supermarkt | 9 | 41 |
| Lebensmitteldiscounter | 9 | 30 |
| SB-Warenhaus | < 1 | 8 |
| sonst. Betriebstypen (inkl. Fachmärkte) | 17 | 11 |
| Nahrungs- und Genussmittel gesamt | 100 | 100 |
| Fachgeschäft / filialisierter Einzelhandel | 75 | 11 |
| Fachmarkt | 17 | 75 |
| Kaufhaus / Warenhaus | 2 | 13 |
| sonst. Betriebstypen | 6 | 1 |
| Nichtlebensmittel gesamt | 100 | 100 |

GMA-Berechnungen 2021

2. Einzelhandelsstrukturen in Heilbronn

Die **Einzelhandelsstrukturen** im Oberzentrum Heilbronn sind wie folgt zu charakterisieren:

- Die **Heilbronner Innenstadt** ist einer der dominierenden Einzelhandelsstandorte innerhalb des Oberzentrums Heilbronn und spielt insbesondere im Bereich der mittelfristigen Sortimente eine bedeutende Rolle in den Standortstrukturen der Stadt Heilbronn. Die Innenstadt von Heilbronn befindet sich dabei in zentraler Lage der Kernstadt und wird dabei im Wesentlichen im Norden von der Mannheimer Straße, im Osten von der Allee, im Süden von der Rollwagstraße und im Westen von der Oberen und Unteren Neckarstraße begrenzt. Dabei befindet sich die Haupteinkaufslage (1a-Lage) im Bereich der Fleiner Straße zwischen dem derzeit fast vollständig leerstehenden Wollhaus-Zentrum, der Stadtgalerie, dem Klosterhof-Areal mit den Anbietern C&A, Müller, New Yorker und Woolworth sowie der Unteren Sülmerstraße zwischen der Kaiserstraße und der Lohtorstraße. Das weitere innerstädtische Hauptgeschäftslagennetz findet seine Fortsetzung in den 1b-Lagen, die sich in der Kaiserstraße auf der gesamten Länge sowie dem nördlichen Bereich der Sülmerstraße zwischen der Lohtorstraße und dem Theaterforum K3 erstrecken.



Fleiner Straße



Stadtgalerie



Klosterhof aus Richtung Kaiserstraße



Sülmerstraße

Als **B-Zentren**³⁵ sind die Standortbereiche Bahnhofsvorstadt, Innenstadt / Südstadt sowie Böckingen zu nennen. Dabei ist die **Bahnhofsvorstadt** hinsichtlich des Einzelhandelsbesatzes nur sehr gering bestückt. Eine übergeordnete Versorgungsfunktion dieses Standortbereiches ist nicht erkennbar. Eine gewisse Funktion erlangt der Standortbereich durch den Hauptbahnhof Heilbronn. Das B-Zentrum **Innenstadt / Südstadt** schließt sich direkt östlich bzw. südlich an den innerstädtischen Haupteinkaufsbereich an und setzt sich im weiteren Verlauf entlang der Wilhelmstraße und Urbanstraße bis in den Bereich des Südbahnhof fort, wo ein größeres Wohnquartier realisiert wurde. Der Einzelhandelsbesatz innerhalb des B-Zentrums liegt dabei im kurz- und langfristigen Bedarfsbereich. Dort sind zudem mehrere Lebensmittelanbieter sowie u. a. der Fahrradfachmarkt Bikemax angesiedelt. Das B-Zentrum **Böckingen** befindet sich westlich des Neckars im gleichnamigen Stadtteil. Dabei umfasst das B-Zentrum im Norden den Kreuzungsbereich der Großgartacher Straße mit der Heidelberger Straße und der Wilhelm-Leuschner-Straße. Hier befinden sich im Bereich Sonnenbrunnen (Neue Mitte Böckingen) ein Lidl-Lebensmitteldiscounter sowie weitere zentrale Einrichtungen. Des Weiteren erstreckt sich das B-Zentrum Böckingen weiter in Richtung Süden entlang der Ludwigsburger Straße bis etwa auf Höhe der Seestraße. Das dort vorhandene Einzelhandelsangebot ist überwiegend kleinteilig strukturiert mit deutlichem Schwerpunkt auf den kurzfristigen Bereich.



Böckingen

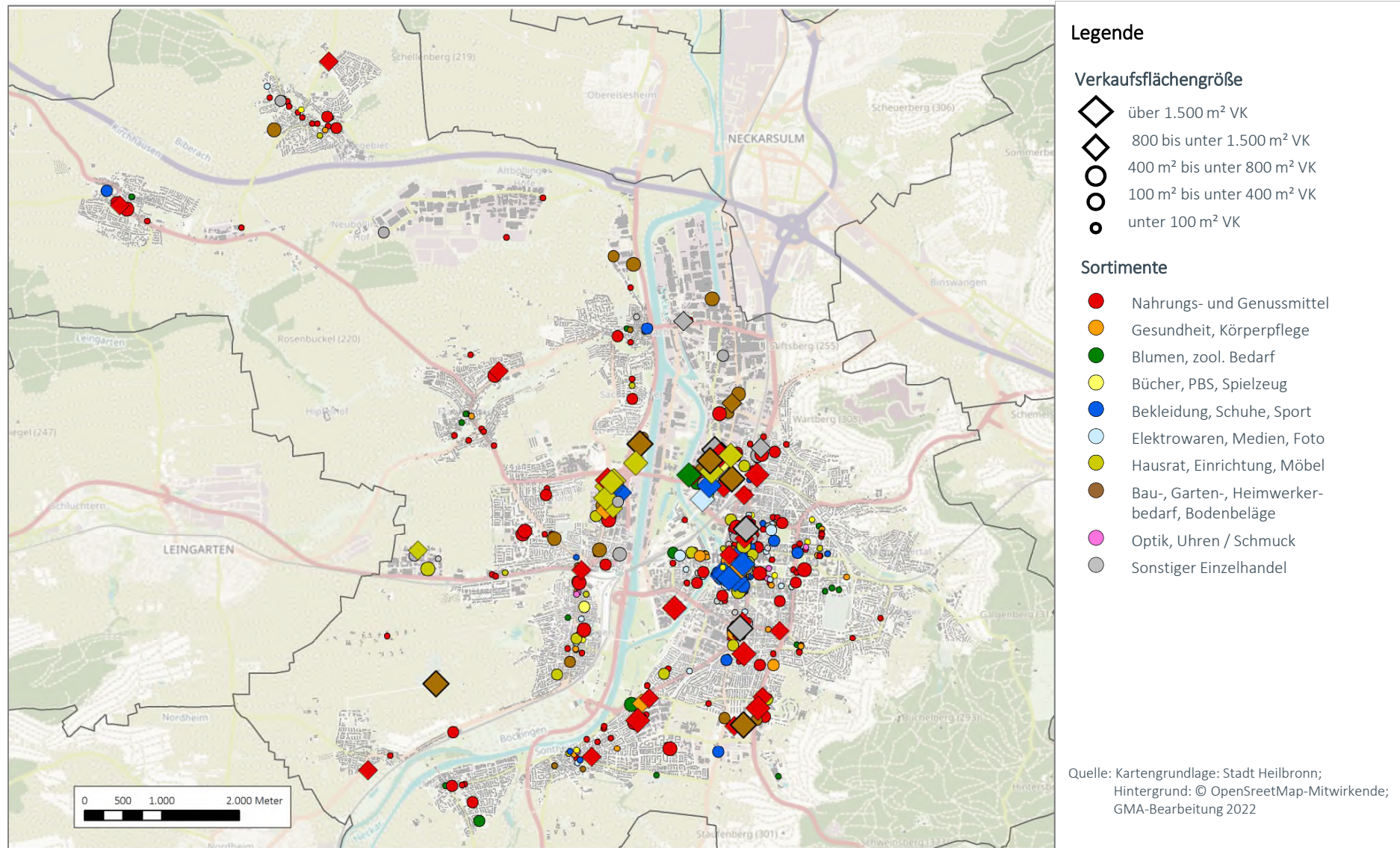


City Süd

Neben den drei genannten B-Zentren in der Stadt Heilbronn ist zudem auf eine Reihe von **C-Zentren** im Stadtgebiet hinzuweisen. Diese übernehmen nahezu ausschließlich eine Versorgungsfunktion im kurzfristigen Bedarfsbereich.

³⁵ Einordnung gemäß Märkte- und Zentrenkonzept 2002.

Karte 3: Verteilung des Einzelhandels in Heilbronn nach Größenklassen und Sortimenten



Neben den Zentrenbereichen in der Stadt Heilbronn ist des Weiteren auf zwei wesentliche größere **Einzelhandelsagglomerationen in Gewerbegebietslage** hinzuweisen.

- / Zum einen ist im Bereich der **Edisonstraße / Etzelstraße und Weipertstraße** im Industriegebiet Neckar eine Einzelhandelsagglomeration mit zahlreichen großflächigen Fachmärkten mit innenstadtrelevanten Sortimenten (u. a. Modepark Röther, K&L Ruppert, Media Markt, Bike Arena Bender, Kölle Zoo) angesiedelt. Dieser Standortbereich spielt aufgrund seines umfassenden Angebotes und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit eine wichtige Rolle als Einkaufsstandort in der Stadt Heilbronn.
- / Eine weitere Einzelhandelsagglomeration – allerdings mit Schwerpunkt im Möbelbereich – befindet sich in Böckingen im **Gewerbegebiet Böckingen-Nord**. Neben Angeboten aus dem Lebensmittelbereich (z. B. Kaufland) und dem Möbel- und Einrichtungsbedarf mit XXXL Bierstorfer, Mömax, Möbel Rieger und Pflanzen Kölle etc. ist dort mit dem Bekleidungsanbieter Kohfink auch ein höherwertiges Bekleidungshaus vorhanden, welches im direktem Wettbewerb mit der Heilbronner Innenstadt steht.



Bereich Etzelstraße



Bereich Böckingen Nord

3. Einzelhandelsstrukturen nach Standortlagen

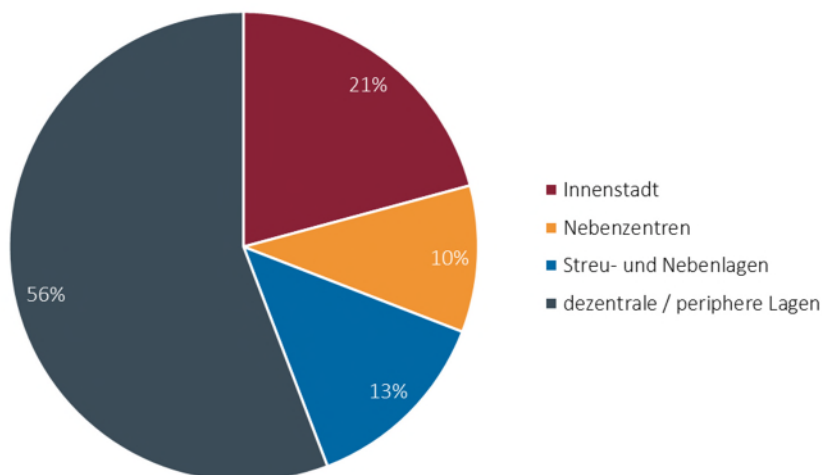
Das Oberzentrum Heilbronn verfügt – wie bereits ausgeführt – über ein differenziertes Netz abgestufter Versorgungslagen, bestehend aus der Heilbronner Innenstadt, Statteilzentren und Nahversorgungszentren, Streu- und Nebenlagen sowie dezentralen Standortlagen:

- / Mit insgesamt 275 Geschäften entfallen etwa 41 % der Einzelhandelsbetriebe auf die **Heilbronner Innenstadt**. Der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt beläuft sich auf rd. 21 %, was angesichts des typischen Besatzes für ein Oberzentrum mit Großflächenanbietern im langfristigen Bedarfsbereich positiv zu bewerten ist.³⁶
- / Die **Nebenzentren** beherbergen insgesamt 95 Einzelhandelsbetriebe (ca. 14 %) und einen Verkaufsflächenanteil von rd. 10 %.
- / In den **Streu- und Nebenlagen**, bei denen es sich um einzeln gelegene oder wenige gemeinsam gelegene Betriebe handelt, die zumeist siedlungsräumlich z. B. in Wohngebiete eingebunden sind, ist die höchste Zahl der Betriebe außerhalb der Innenstadt (35 %) verortet. Dabei entfällt jedoch nur rd. 13 % der Verkaufsfläche auf die dort ansässigen Einzelhandelsbetriebe.

³⁶ Dabei ist ebenfalls zu berücksichtigen, dass das Wollhaus-Einkaufszentrum zum Großteil leer steht.

/// Mit Blick auf die Verkaufsflächenanteile dominieren die **dezentralen Standortlagen**. In diesen, meist in Gewerbe- und Industriegebieten gelegenen Bereichen, sind vorwiegend flächenintensive Einzelhandelsformate (u. a. Bau- und Heimwerkermärkte, Möbelanbieter) ansässig. Entsprechend entfällt auf lediglich 67 Betriebe (ca. 10 %) rd. 56 % der in Heilbronn vorhandenen Verkaufsfläche.

Abbildung 14: Verkaufsflächenbestand nach Lagen

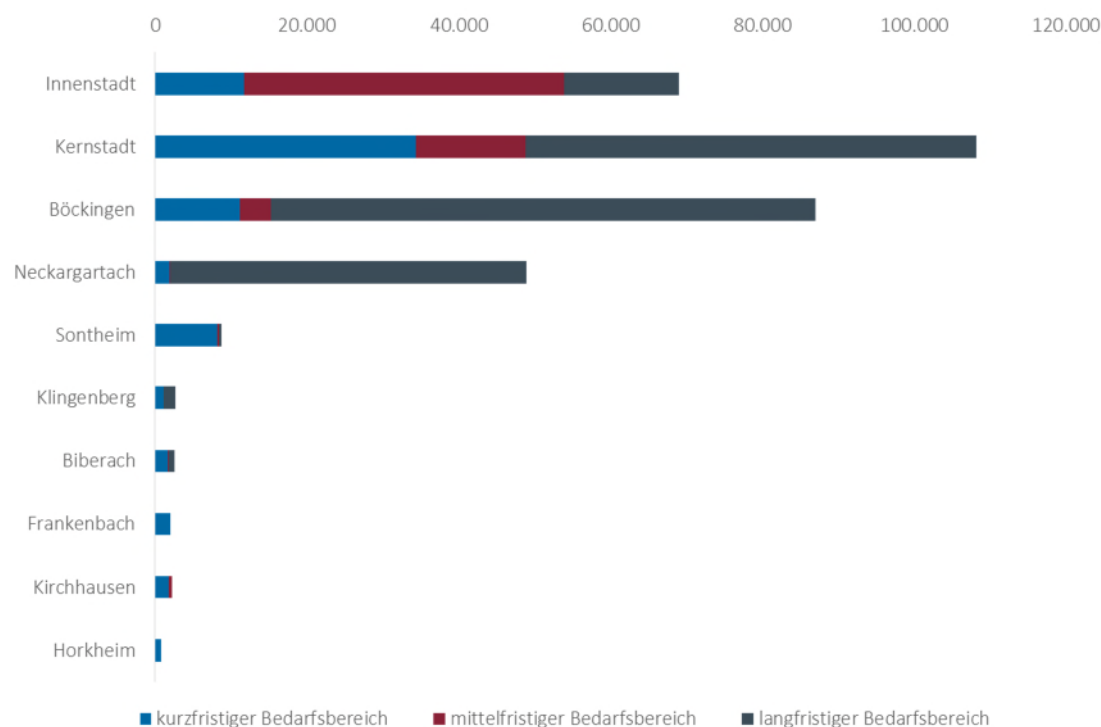


GMA-Erhebungen 2021

4. Einzelhandelssituation in den Stadtteilen von Heilbronn

Bei einer Auswertung der Einzelhandelssituation nach Stadtteilen ergibt sich folgendes Bild:

Abbildung 15: Verteilung der Verkaufsflächen nach Bedarfsbereichen in den Stadtteilen



GMA-Berechnungen nach GMA-Erhebungen 2021

- /// Innerhalb der **Innenstadt** ist mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 69.050m² ein Verkaufsflächenschwerpunkt vorhanden. Nach Bedarfsbereichen dominieren hier insbesondere der mittelfristige Bedarfsbereich und hier die Leitbranchen der Innenstadt (Bekleidung / Schuhe / Sport).
- /// Auf die **sonstige Heilbronner Kernstadt** entfallen rd. 108.220 m², wobei hier ein Schwerpunkt im langfristigen Bedarfsbereich zu finden ist. Dies ist insbesondere auf den im Industriegebiet Neckar vorzufindenden Fachmarktbesatz zurückzuführen. Des Weiteren befinden sich in der Kernstadt überwiegend Versorgungsstrukturen im kurzfristigen Bedarfsbereich sowie punktuell aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich.
- /// In **Böckingen** befindet sich ein Schwerpunkt der rd. 88.450 m² VK im langfristigen Bedarfsbereich. Dies ist auf die im dortigen Gewerbegebiet angesiedelten Möbelhäuser (insbesondere XXXL Bierstorfer) zurückzuführen. Daneben besteht ein deutlich untergeordneter Besatz im mittel- und kurzfristigen Bedarfsbereich.
- /// Die **sonstigen**, teilweise von der Kernstadt abgesetzten **Stadtteile** übernehmen nahezu ausschließlich eine Versorgungsfunktion auf Stadtteilebene. Entsprechend ist das Angebot stark auf den kurzfristigen Bedarfsbereich ausgerichtet. Der mittel- und langfristige Bedarfsbereich spielt dort nahezu keine Rolle.
- /// Sonderstrukturen sind im **Stadtteil Neckargartach** vorhanden. Dort ist mit Pflanzen Kölle ein großflächiger Gartenfachmarkt vorzufinden. Der Weiteren wurde durch die Ansiedlung von Möbel Rieger der Einzelhandelsbesatz nochmals deutlich ausgeweitet.

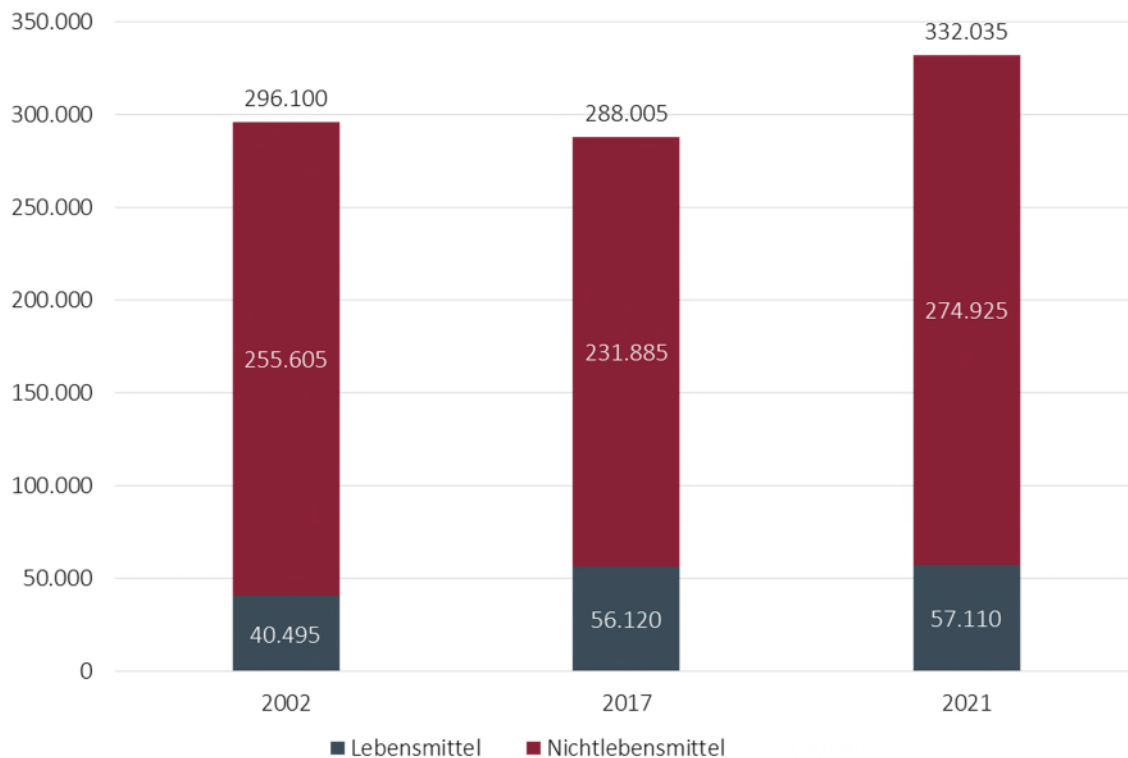
Insgesamt lässt sich festhalten, dass sich der Einzelhandelsbesatz in Heilbronn stark auf die drei Bereiche Innenstadt bzw. sonstige Kernstadt und Böckingen konzentriert. Die teilweise vom Kernstadtgebiet abgesetzten Stadtteile haben nahezu ausschließlich eine Versorgungsfunktion auf Stadtteilebene und insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich.

5. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Heilbronn

5.1 Gesamtstadt

Ein Vergleich mit den Erhebungsdaten der GMA aus den Jahren 2002 und 2017 zeigen die zwischenzeitlichen Entwicklungen des Einzelhandelsbestandes in Heilbronn näherungsweise auf.

Abbildung 16: Einzelhandelsbestand in Heilbronn im Zeitvergleich (2002 / 2017 / 2021)



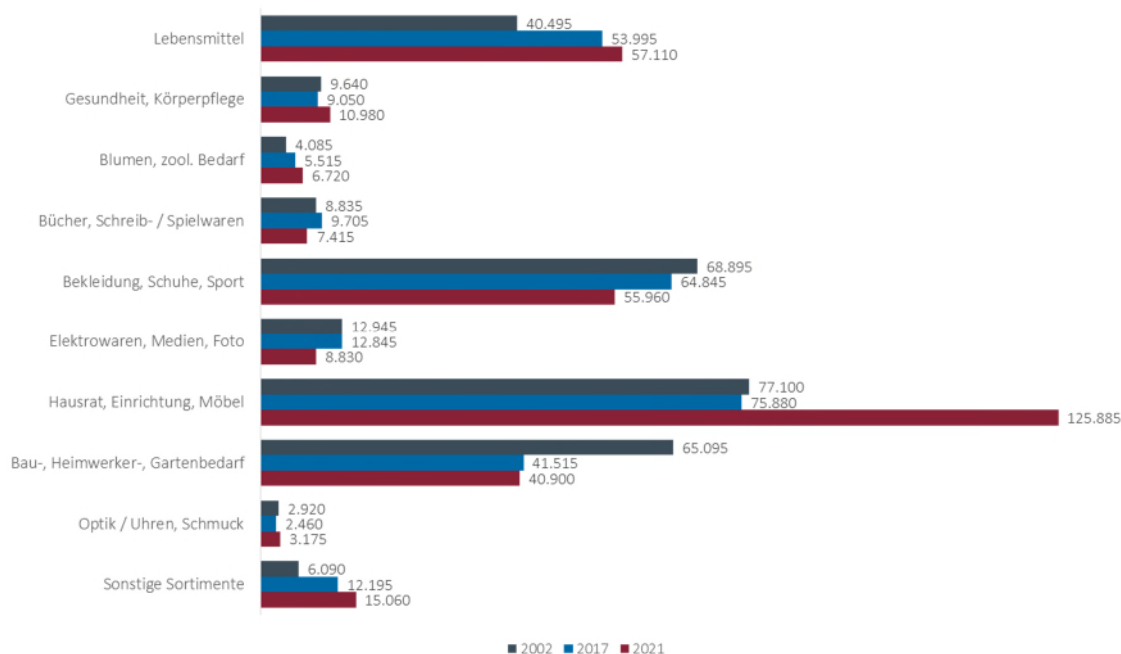
GMA-Berechnungen nach GMA-Erhebungen 2002, 2017 und 2021

Demnach ist die Gesamtverkaufsfläche zwischen 2002 und 2017 zunächst um rd. 8.095 m² bzw. rd. 3 % zurückgegangen. Zwischen 2017 und 2021 war hingegen ein Zuwachs der Verkaufsfläche zu beobachten, welche v. a. auf die Realisierung der Möbelhäuser Rieger und Mömax zurückzuführen war.

5.2 Entwicklung nach Branchen

Nach Branchen ergeben sich folgende Entwicklungen in Heilbronn:

Abbildung 17: Entwicklung der Verkaufsfläche seit 2002 nach Branchen



GMA-Erhebungen 2002, 2017 und 2021

In den einzelnen Sortimentsbereichen sind folgende Veränderungen festzuhalten:

- Im **Lebensmittelbereich** war ein Rückgang der Betriebsanzahl bei einem deutlichen Verkaufsflächen- und Umsatzzuwachs zu verzeichnen. Dieser Trend hält seit 2002 an. So hat sich in den letzten Jahren ein deutlicher Strukturwandel vollzogen. Der Verkaufsflächenzuwachs resultiert im Wesentlichen aus zahlreichen Erweiterungsvorhaben im Lebensmittelbereich sowie einigen Betriebsmodernisierungen. Darüber hinaus wurden auch neue Standorte realisiert (z. B. Rewe in der Innenstadt). Trotz Verkaufsflächenzuwachs sind die Umsatzleistungen nicht im selben Maße gestiegen. Dies ist u. a. auf den im Vergleich zum Jahr 2002 deutlich gestiegenen Wettbewerbsdruck in dem Umland zurückzuführen. So haben die umliegenden Kommunen insbesondere im Lebensmittelbereich deutlich ausgebaut, so dass dort nun zum Großteil leistungsfähige Strukturen im Lebensmitteleinzelhandel vorliegen. Demnach hatte gerade der Lebensmitteleinzelhandel in den vergangenen Jahren durch Corona starke Umsatzzuwächse zu verzeichnen. Ergänzend war ein Zuwachs an **Tankstellenshops** und bei **Bäckereien** (Stichwort: Bäckereien im Vorkassenbereich der Lebensmittelmärkte) zu beobachten. Bei den **Metzgereien** ist der Strukturwandel bereits am weitesten fortgeschritten. Durch das Aufkommen größerer Metzgereiabteilungen in den Supermärkten und Discountern nahm die Anzahl traditioneller Metzgereien ab.
- Im Bereich **Drogeriewaren** war zwischen 2002 und 2017 ein leichter Rückgang der Verkaufsflächen zu verzeichnen. Dabei ist insbesondere auf die zahlreichen Betriebsschließungen des Anbieters Schlecker (17 Schlecker-Filialen in Heilbronn) hinzuweisen. Als gegenläufiger Trend waren die Ansiedlungen von mehrerer Drogeriemärkte sowie die

Verlagerung des Müller-Drogeriemarktes an den Kiliansplatz zu beobachten. Zwischen 2017 und 2021 wurden zwei Drogeriemärkte (K3 und in der Wilhelmstraße) neu eröffnet, weshalb insgesamt ein Zuwachs der Verkaufsfläche zu beobachten war. Bei Apotheken und Sanitätshäusern sind weitestgehend stabile Strukturen vorhanden.

- /// Im Bereich **Blumen / zoologischer Bedarf** war ein Anstieg der Verkaufsflächen zu verzeichnen. Dies ist im Wesentlichen auf die Ansiedlungen von Fressnapf und durch die Verlagerung und Erweiterung von Kölle Zoo zu verzeichnen gewesen. Zwischen 2017 und 2021 war hier eine Zunahme der Flächen in anderen Betriebsformen (Baumarkt, Möbel etc.) zu verzeichnen.
- /// Im Sortimentsbereich **Bücher / Schreib- und Spielwaren** ist eine leichte Abnahme der Betriebszahl mit einem gleichzeitigen deutlichen Verkaufsflächenzuwachs zu verzeichnen gewesen. So wurden in Heilbronn mehrere Angebotserweiterungen (z. B. Rofu-Kinderland, Toys'R'Us, McPaper) realisiert. Ab 2017 war durch die Schließung von Toys'R'Us und Spielwaren Letzel bei einer Eröffnung von Spielwaren Wiedmann ein deutlicher Rückgang der Verkaufsfläche zu verzeichnen. Im Bereich Bücher / Schreibwaren ist die Angebotssituation stabil.
- /// Im Bereich **Bekleidung / Schuhe / Sport** ist bedingt durch die Schließung großer Teile des Wollhaus-Einkaufszentrums (insbesondere GALERIA) ein Rückgang der Verkaufsfläche zu beobachten gewesen. Ohne Berücksichtigung des Wollhaus-Zentrums war allerdings v. a. durch die Realisierung der Stadtgalerie und des Geschäftshauses am Kiliansplatz (Klosterhof) eine positive Entwicklung zu beobachten. Einen Rückgang des Einzelhandelsbestandes ist in den letzten Jahren v. a. im Bereich Schuhe und Kinderbekleidung zu beobachten gewesen. Dabei waren sowohl Betriebsschließungen von kleinflächigen Schuhanbietern als auch Betriebsabschmelzungen größerer Anbieter zu beobachten. Hierbei teilten sich die Geschäftsaufgaben ebenfalls sowohl auf Schuhfachhändler als auch auf den Betriebstyp Fachmärkte auf. Im Bereich Kinderbekleidung resultieren die Verkaufsflächenrückgänge insbesondere aus der Betriebsaufgabe der beiden Anbieter Babyland und Kugler Babyfachmarkt in dezentraler Lage. Im Bereich Sport ist eine stabile Angebotssituation festzuhalten. Auch zwischen 2017 und 2021 waren weitere Rückgänge der Verkaufsfläche zu beobachten. Sowohl im Bekleidungsbereich (H&M, mehrere Anbieter in der Stadtgalerie und in den Hauptlaufwegen), im Schuhbereich (Schuh Werdich, CCC; Schule Müller) und v. a. im Sportbereich (Intersport Saemann und Intersport Megastore in der Edisonstraße) sind wesentliche Anbieter verschwunden. Diese Angebotsschließungen wurden Untersuchungsraum teilweise kompensiert (z. B. Decathlon). Insgesamt verdeutlicht die Entwicklung des Besatzes auch, dass gerade diese Sortimente infolge der Corona-Pandemie verstärkt wirtschaftliche Probleme bekamen. Eine Vielzahl der Betriebsschließungen ist somit indirekt auch auf Corona zurückzuführen.
- /// Bei **Elektrowaren** war zwischen 2002 und 2017 eine weitestgehend stabile Angebotssituation zu beobachten. Allgemein betrachtet hat hier jedoch in den vergangenen 10 Jahren ein deutlicher Strukturwandel eingesetzt. So ist es durch die Ausweitung des Internethandels und durch das Aufkommen von Elektrofachmärkten zu einer starken Marktkonzentration gekommen. In Heilbronn kann als bedeutendster Marktaustritt in den vergangenen Jahren die Geschäftsaufgabe von ProMarkt im K3-Zentrum in der Sülmerstraße genannt werden. Zwischen 2017 und 2021 war im Wesentlichen der

Marktaustritt des Media Markt-Outlets zu beobachten. Aber auch die Kaufhäuser / Drogeriemarkt Müller haben ihr Angebot im Elektrobereich zurückgefahren.

- /// Im Bereich **Haushaltswaren** war zwischen 2002 und 2017 ein leichter Rückgang der Verkaufsflächen zu verzeichnen. Hier stehen mehreren Geschäftsaustritten auch zahlreiche Neueröffnungen gegenüber. Zwischen 2017 und 2021 hat sich diese Entwicklung weiter vollzogen.
- /// Im Bereich **Möbel** war zwischen 2002 und 2017 ein Rückgang der Verkaufsfläche zu verzeichnen. Der Rückgang der Verkaufsfläche resultiert zum einen aus dem Marktaustritt von Möbel Hagner, welcher zwar teilweise durch Poco Domäne wieder belegt wurde, jedoch nur auf ca. der Hälfte der Verkaufsfläche. Zudem ist der Marktaustritt des Anbieters Möbel Oase sowie der Marktaustritt mehrerer anderer kleinflächiger Märkte zu beobachten gewesen. Im Bereich **Küchenmöbel / Einrichtung** ist auf den Markteintritt des Hofmeister-Küchenzentrums und der Rieger KüchenArena hinzuweisen. Der Bereich **Antiquitäten / Kunst / Galerie** gestaltete sich leicht rückläufig. Im Bereich **Heimtextilien** war eine leichte Zunahme des Verkaufsflächenbestandes zu beobachten. Im Möbelbereich war zwischen 2017 und 2021 der größte Zuwachs der Verkaufsfläche durch die Modernisierung von XXXL Bierstorfer und Mömax sowie die Ansiedlung von Möbel Rieger zu beobachten. Als Schließung war auf den Marktaustritt von Schade & Lamming hinzuweisen. In den anderen Spezialsortimenten wurde das Angebot indirekt durch die Veränderungen im Möbelbereich beeinflusst.
- /// Der **Bau-, Heimwerker- und Gartenbereich** war von umfangreichen Neustrukturierungsprozessen betroffen. So haben infolge der Verlagerung von Pflanzen Kölle in der Folgezeit mehrere größere Gärtnereien (Garten Haag, Gärtnerei Büchle mit insgesamt 14.000 m² VK) geschlossen. Auch im Baumarktbereich sind mehrere kleinere Baumärkte (z. B. BAUHAUS, Max Baumarkt Rüge) weggebrochen. Zwischen 2017 und 2021 waren nahezu keine Veränderungen zu beobachten.
- /// Im Bereich **Teppiche / Bodenbeläge** war ein Rückgang der Betriebsstätten und Verkaufsflächen zu verzeichnen. In diesen letzten Jahren war ein Marktaustritt des TEBOL-Marktes (rd. 1.200 m² VK) zu verzeichnen. Dieser Standort wurde durch einen Markt für Bauelemente ersetzt.
- /// Der Bereich **Optik / Hörgeräte / Uhren / Schmuck** ist weiterhin vergleichsweise als stabil zu bewerten.
- /// Im Bereich **Autozubehör** war ein Zuwachs zu beobachten. In diesem Bereich ist das Angebot insbesondere durch den Anbieter ATU erweitert worden. Kürzlich wurde das Angebot durch barho erweitert.
- /// Im Bereich **Sportgeräte** war zwischen 2002 und 2017 ein starker Zuwachs der Verkaufsfläche und Umsatzleistung insbesondere durch den Markteintritt von Bikemax und die Erweiterung bzw. Verlagerung von Bike Arena Bender zu beobachten. Dieser Trend hält mit der Ansiedlung von Cube Bikes im Weipertzentrum weiter an.

- Im **sonstigen Einzelhandel** war eine Zunahme der Verkaufsfläche und der Umsatzleistung zu beobachten. Als Grund dafür kann eine Ausweitung des Angebots im Bereich Sonderposten und bei Spezialanbietern genannt werden. Das Angebot bei sonstigen Sortimenten wurde durch den Multisortimenter Woolworth nochmals erweitert.

Insgesamt betrachtet ist – dem anhaltenden Strukturwandel im Einzelhandel folgend – die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe auch in Heilbronn weiterhin deutlich rückläufig gewesen. Die Verkaufsflächenentwicklung zeigt in zahlreichen Sortimentsbereichen grundsätzlich eine stabile Angebotssituation. Insbesondere der mittelfristige Bedarfsbereich hat infolge der Corona-Pandemie eine deutlich rückläufige Angebotsvielfalt und Verkaufsflächenausstattung mit sich gebracht, die sich in einer Marktberreinigung in Heilbronn zeigte. Insgesamt ist die Stadt Heilbronn jedoch weiterhin gut aufgestellt und es befinden sich auch in der Innenstadt noch einige Neubauprojekte (Barthel Areal, Fleiner Straße 17) im Bau, so dass durch Mix-use-Projekte die Attraktivität der Innenstadt in der Zukunft auch durch Nicht-Handels-Objekte gesteigert werden kann.

5.3 Entwicklung nach Lagen

Tabelle 9: Entwicklung der Verkaufsfläche nach Stadtteilen (2002 – 2021)

| | Entwicklung 2002 – 2017 (abs.) | | Entwicklung 2017 – 2021 (abs.) | |
|---------------|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| | Anzahl Betriebe | Verkaufsfläche in m ² | Anzahl Betriebe | Verkaufsfläche in m ² |
| Innenstadt | -106 | -16.565 | -33 | -4.215 |
| Kernstadt | -34 | 28.615 | -11 | -1.200 |
| Böckingen | -32 | -4.970 | -7 | 13.690 |
| Neckargartach | -2 | 2.050 | -3 | 34.965 |
| Sontheim | -5 | -11.640 | -2 | 155 |
| Klingenberg | 4 | 2.335 | 0 | 5 |
| Biberach | -1 | -40 | 1 | 300 |
| Frankenbach | -4 | -6.305 | -2 | -30 |
| Kirchhausen | -7 | -1.400 | 0 | 250 |
| Horkheim | -3 | -165 | -1 | 110 |
| gesamt | -190 | -8.085 | -58 | 44.030 |

GMA-Berechnungen 2021

Bei einer Analyse der Bestandsentwicklung innerhalb des Stadtgebietes von Heilbronn zwischen 2002 und 2017 lässt sich festhalten, dass im Bereich der Innenstadt aufgrund der Situation im Wollhaus-Zentrum sowie durch weitere punktuelle Marktaustritte die Verkaufsfläche um insgesamt 16.565 m² abgesunken ist. Gleiches gilt für Sontheim. Hier war ein Verkaufsflächenrückgang um 11.640 m² zu verzeichnen. Auch in Frankenbach war ein Rückgang der Verkaufsfläche zu verzeichnen, welcher ebenfalls auf den Marktaustritt der Gärtnerei Haag zurückzuführen war. Insgesamt lässt sich festhalten, dass in den Stadtteilen mit größeren Verkaufsflächenrückgängen diese im Wesentlichen auf einzelbetriebliche Marktaustritte größerer Anbieter zurückzuführen waren.

Der größte Zuwachs der Verkaufsfläche war im Bereich der Kernstadt und hier sowohl im nördlichen als auch im südlichen Bereich der Kernstadt zu verzeichnen. Hier war ein Verkaufsfächenzuwachs von rd. 28.910 m² zu beobachten. In den vom Kernstadtbereich abgesetzten Bereichen des Stadtgebietes war im Schwerpunkt eine positive bis stagnierende Entwicklung zu verzeichnen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass bei der Betrachtung der Entwicklung der Betriebsanzahl der fortschreitende Strukturwandel im Einzelhandel mit Geschäftsaufgaben überwiegend kleinerer Geschäfte insbesondere in der Innenstadt und hier v. a. in Nebenlagen zu beobachten war. Bei der Verkaufsfächenentwicklung waren Verschiebungen im Wesentlichen auf einzelbetriebliche Gründe zurückzuführen, welche das Gesamtgefüge des Einzelhandels in Heilbronn – mit Ausnahme des Standortes Wollhaus – nicht wesentlich beeinflusst haben.

Zwischen 2017 und 2021 waren wesentliche Verkaufsfächenzuwächse v. a. in Böckingen (Modernisierung XXXLutz, Mömax) und Neckargartach (Ansiedlung Möbel Rieger) zu beobachten. In den Stadtteilen waren nur geringfügige Verschiebungen festzustellen. Hier ist der Besatz weitestgehend stabil. Die stärksten negativen Entwicklungen haben sich in der Innenstadt (- 4.215 m²) und der Kernstadt vollzogen. Hier schloss das Media Markt-Outlet im Wollhaus (rd. 2.000 m² VK), Toys'R'Us (jetzt Decathlon), Spielwaren Letzel, Butlers, CCC, Esprit, Pimkie, Schuh Werdich, H&M, Intersport Saemann, Peter Hahn und mehrere kleinere Anbieter. Teilweise wurden diese Flächen zwischenzeitlich wieder mit Einzelhandel oder anderen Nutzungen belegt, in der Summe besteht jedoch ein deutlicher Rückgang der Verkaufsfäche und auch der Betriebsanzahl. So ist insgesamt eine weiterhin rückläufige Betriebszahl zu beobachten, die im Wesentlichen aus einem geringeren Angebot im Kern von Heilbronn (Innenstadt, Kernstadt) resultiert. Das Angebot in den Stadtteilen ist hiervon weniger betroffen.

6. Quantitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes anhand ausgewählter Indikatoren

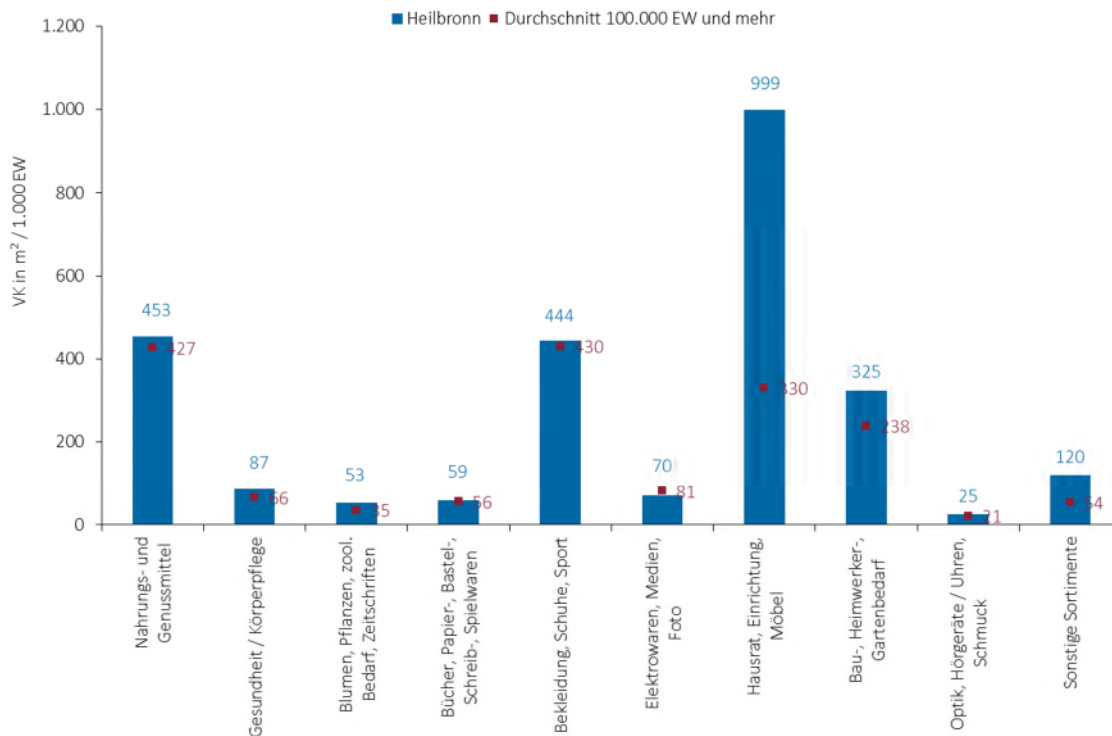
Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Einzelhandelsangebotes der Stadt Heilbronn. Hierzu ist anzumerken, dass dieser Kennziffernvergleich lediglich einen Anhaltspunkt zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern kann. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rein rechnerische Beurteilung des Bestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie Entwicklungspotenziale zulässt.

Diese quantitative Analyse ist durch eine qualitative Bewertung zu ergänzen, in der – differenziert nach Branchen – die konkreten räumlichen Strukturen des Einzelhandelsstandortes, die Qualität des Angebotes (u. a. Leistungsfähigkeit, Betriebsgrößen- / Betriebstypenstruktur) sowie auch die Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld berücksichtigt werden. Diese Detailbetrachtung erfolgt im nächsten Kapitel.

6.1 Verkaufsflächenausstattung

Die Verkaufsflächenausstattung in Heilbronn stellt sich nach Branchen wie folgt dar:

Abbildung 18: Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung (VK pro 1.000 Einwohner)

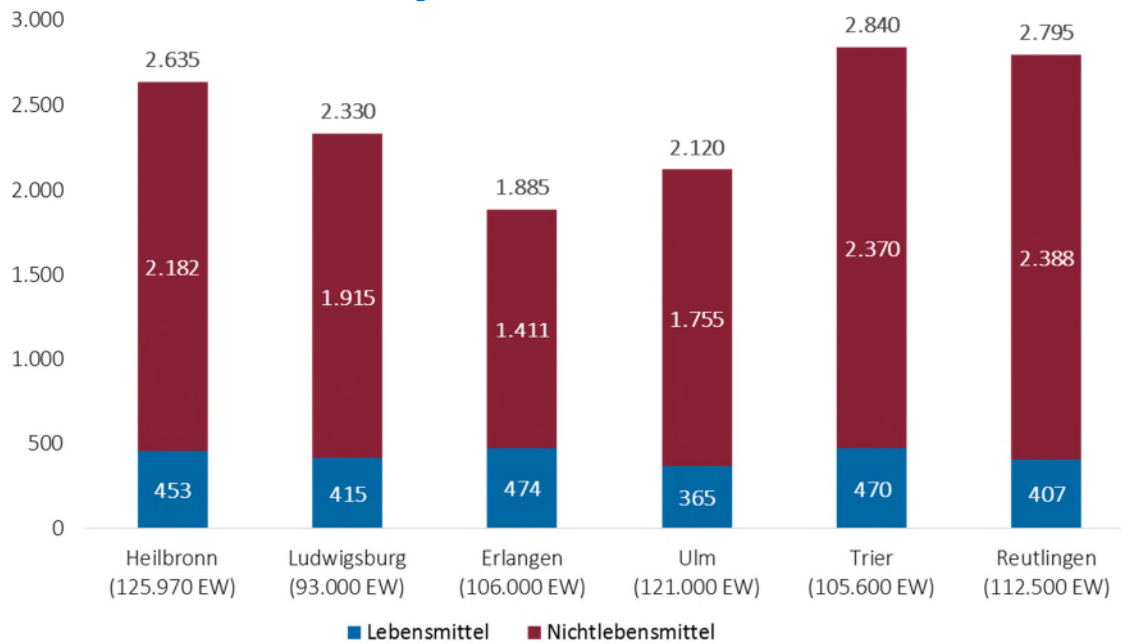


GMA-Erhebungen 2021, GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich“, Durchschnitt für Kommunen über 100.000 Einwohnern; Grundlage: 20 Städte, davon 2 aus Österreich.

Die Verkaufsflächenausstattung in der Stadt Heilbronn liegt im Vergleich zu Durchschnittswerten der GMA-Kennziffernstudie³⁷ in Heilbronn in nahezu allen Branchen über den Durchschnittswerten der, was die besondere Bedeutung des Einzelhandelsstandortes Heilbronn unterstreicht.

Neben der branchenbezogenen Auswertung wurde ebenfalls ein **regionaler Vergleich der Verkaufsflächenausstattung mit anderen Städten ähnlicher Größenordnung** durchgeführt.

³⁷ Die GMA veröffentlicht regelmäßig eine Grundlagenuntersuchung zur Einzelhandelsausstattung und zum Branchenmix von Städten und Gemeinden in Deutschland und Österreich. Bei der Grundlagenuntersuchung wurden fast 500 Städte und Gemeinden berücksichtigt.

Abbildung 19: Vergleich der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner mit Städten ähnlicher Größenordnung


Quelle: GMA-Erhebungen der vergangenen Jahre

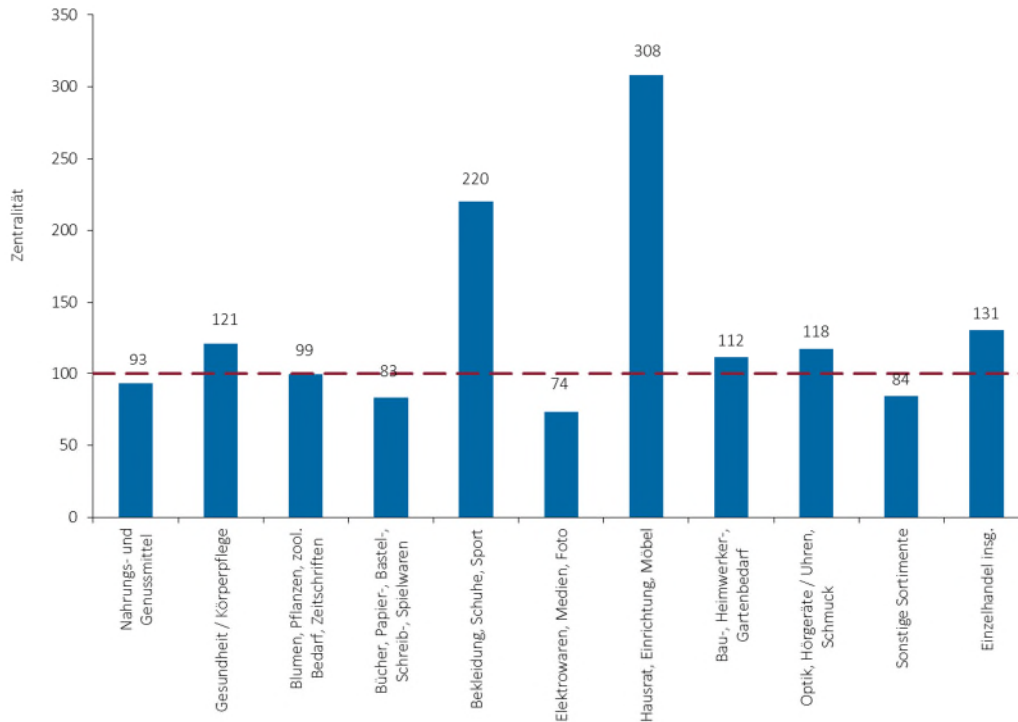
Ein regionaler Vergleich mit ähnlichen großen Städten verdeutlicht, dass Heilbronn sowohl im Lebensmittelbereich als auch im Nichtlebensmittelbereich auf einem vergleichbaren Niveau liegt.

6.2 Zentralitätskennziffer

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität³⁸ zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Heilbronn insgesamt deutlich höherer Umsätze getätigt werden. Die Einzelhandelszentralität von insgesamt 131 deutet per Saldo auf Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin. Dies entspricht der hervorgehobenen Stellung des Handelsplatzes Heilbronn für die Region Heilbronn-Franken.

³⁸ Die Einzelhandelszentralität stellt den in Heilbronn getätigten Einzelhandelsumsatz der in Heilbronn vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

Abbildung 20: Einzelhandelszentralität der Stadt Heilbronn



100 = ausgeglichene Einzelhandelszentralität; GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, gerundet)

Insbesondere in den Sortimentsbereichen Bekleidung / Schuhe / Sport und Hausrat / Einrichtung / Möbel sind mit Zentralitätswerten deutlich über 200 die höchsten Kundenbindungen von außerhalb der Stadt Heilbronn vorhanden. In den sonstigen Sortimentsbereichen sind leichte Kaufkraftzuflüsse; bei Büchern, Papier, Schreibwaren, Elektrowaren und bei sonstigen Sortimenten leichte Abflüsse vorhanden.

In Teilen ist jedoch auch zu berücksichtigen, dass Heilbronn mit dem nördlich angrenzenden Mittelzentrum Neckarsulm zusammengewachsen ist und dort im Gewerbe- und Industriegebiet Rötel das Kaufland Einkaufszentrum mit den Magnetbetrieben Kaufland, Smyth Toys, Saturn und zahlreichen Textilfilialisten ein starker Wettbewerbsstandort vorhanden ist, der die Möglichkeiten von Heilbronn beeinflusst.

Insgesamt deutet die Einzelhandelszentralität von 131 auf die wichtige Versorgungsfunktion des Oberzentrums Heilbronn für sein Umland hin. Jedoch sind punktuell zur Steigerung und Sicherung der Marktposition des Heilbronner Einzelhandels noch Angebotsergänzungen möglich. Hierbei ist eine genaue auch qualitative Analyse des Einzelhandelsbestandes notwendig.

7. Zwischenfazit: Angebotssituation

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Oberzentrum Heilbronn seine Angebotssituation in den vergangenen Jahren – trotz einiger größerer Wettbewerbsverschiebungen – halten und punktuell weiter ausbauen konnte. Heilbronn ist auch weiterhin als das dominierende Oberzentrum für die Region Heilbronn-Franken zu bewerten. Dies unterstreicht die hohe Einzelhandelszentralität von 131.

Hinsichtlich der Einzelhandelsstrukturen ist neben der Heilbronner Innenstadt als dominierender Angebotsstandort im mittelfristigen und innenstadttypischen Bedarfsbereich auf die beiden Gewerbegebietsstandorte „Industriegebiet Neckar“ und „Gewerbegebiet Böckingen Nord“ mit dem dort vorzufindenden Fachmarktbesatz aus dem langfristigen Bedarfsbereich hinzuweisen, wenngleich der Standortbereich „Industriegebiet Neckar“ ebenfalls einen nennenswerten Besatz bei innenstadtrelevanten Sortimenten besitzt. Daneben bestehen im gesamten Stadtgebiet verteilt mehrere Versorgungsstandorte aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich.

Eine vergleichende Bewertung des Einzelhandelsbestands in Heilbronn zeigt, dass das Oberzentrum bis auf wenige Ausnahmen bereits gut ausgestattet ist. Entsprechend ist in Zukunft ein Fokus auf eine qualitative Verbesserung des Angebots in Heilbronn bzw. die Schließung noch bestehender Versorgungslücken (angebotsseitig / räumlich) zu legen.

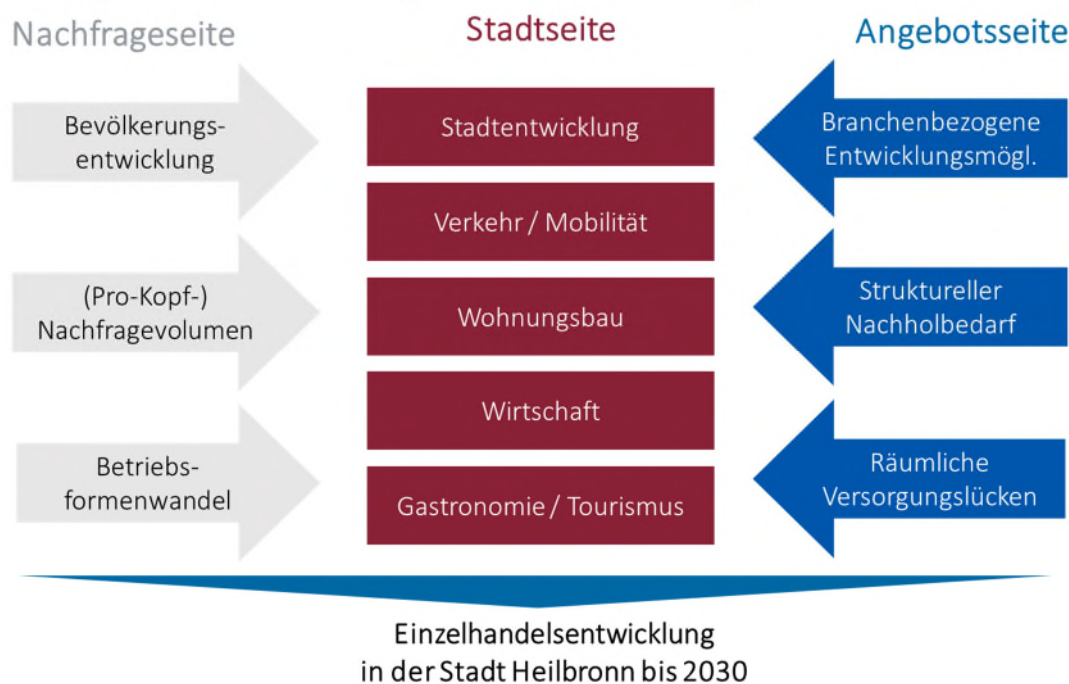
Insgesamt stellt sich die Situation des Einzelhandels in Heilbronn als stabil dar, wenngleich punktuell in der Heilbronner Innenstadt auf einen Bedeutungsverlust des inhabergeführten, qualitativ höherwertigen Facheinzelhandels und rückläufiges Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich hinzuweisen ist. Corona hat auch in Heilbronn zu einer weiteren Beschleunigung des Strukturwandels und punktuell auch zu pandemiebedingten Marktaustritten geführt.

V. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Heilbronn

1. Übergeordnete Faktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Die nachstehenden Empfehlungen zur gezielten Weiterentwicklung des Oberzentrums Heilbronn im Einzelhandel können nicht losgelöst von den übergeordneten Entwicklungen sowohl nachfrage- als auch angebotsseitig ermittelt werden. Aber auch stadtseitig werden wesentliche Weichenstellungen in anderen Bereichen (z. B. Stadtentwicklung, Verkehr / Mobilität, Wohnungsbau, Wirtschaft, Gastronomie / Tourismus) die zukünftige Einzelhandelsentwicklung von Heilbronn bis 2030 maßgeblich beeinflussen. Wesentliche übergeordnete Trends sowie die Entwicklung auf Angebots- und Nachfrageseite wurden bereits in Kapitel I. im Detail beschrieben und sind in nachfolgender Grafik nochmals zusammengefasst:

Abbildung 21: Faktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung



GMA-Darstellung 2021

Auf städtischer Seite ist hierbei insbesondere auf die „Stadtkonzeption Heilbronn 2030“ hinzuweisen, welche mit einer breiten Bürgerbeteiligung und mehreren Workshops zwischen Oktober 2014 und Juli 2017 erarbeitet wurde. Folgende Strategie- und Handlungsfelder wurden darin für die zukünftige Entwicklung der Stadt Heilbronn bis 2030 definiert:

Abbildung 22: Strategie- und Handlungsfelder der Stadtkonzeption Heilbronn 2030



Quelle: Stadtkonzeption Heilbronn 2030

Der Einzelhandel wird dabei im Handlungsfeld 5 „Heilbronn erleben“ besprochen. Als Zielsetzung wird dabei festgehalten:

„Heilbronn macht den Einzelhandel fit für die Zukunft. Dazu werden z. B. hochwertigere Marken und Monolabel-Stores etabliert und der lokale Handel mit dem Internethandel im Rahmen eines Heilbronner Online-Marktplatzes verknüpft. Die Gastronomie leistet mit einem qualitätvollen Angebot hierzu ebenfalls einen Beitrag.“

Insofern wird die Wichtigkeit des Einzelhandels insbesondere für die Heilbronner Innenstadt im Rahmen der Stadtkonzeption Heilbronn 2030 klar betont.

Im **Masterplan Innenstadt** der GMA aus dem Jahr 2019 wurden schließlich konkrete Empfehlungen für eine Weiterentwicklung der Innenstadt erarbeitet. Auf die Ergebnisse des Masterplans wird verwiesen. Diese Ergebnisse und Strategien werden auch im Zuge der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes weiterverfolgt.

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Durch die Analyse des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Heilbronn konnte aufgezeigt werden trotz der aktuellen Einzelhandelsausstattung noch Entwicklungspotenziale für eine gezielte Weiterentwicklung der vorhandenen Branchenstruktur vorhanden sind.

Hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale sind unter Berücksichtigung der Einwohner- und Kaufkraftprognose für die Stadt Heilbronn die in nachfolgender Übersicht dargestellten Bewertungen und Empfehlungen zu treffen.

Übersicht 2: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

| Sortiment | Aktuelle Ausstattung | Empfehlungen |
|--|---|--|
| Nahrungs- und Genussmittel | <ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ leicht unterdurchschnittliche Ausstattung mit räumlichen Versorgungslücken (vgl. Kap. V.3.2) /// unterschiedliche Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels im Heilbronner Stadtgebiet vorhanden /// teilweise Modernisierungsbedarf bestehender Märkte /// punktuell Versorgungslücken vorhanden | <ul style="list-style-type: none"> /// Schließung von Versorgungslücken im Stadtgebiet /// generell Prüfung der Möglichkeiten für die Modernisierung bestehender Märkte /// Prüfung der Möglichkeiten für eine zukunftsfähige Aufstellung der Anbieter in den von der Kernstadt abgesetzten Stadtteilen /// Prüfung der Möglichkeiten zur Versorgung des Industrieparks Böllinger Höfe |
| Drogeriewaren | <ul style="list-style-type: none"> /// überdurchschnittliche Ausstattung in Heilbronn insgesamt /// ein großer Drogeriemarkt (Müller), mehrere Drogeriemärkte (dm, Rossmann), Parfümerien, Frisörbedarf, Apotheken und Sanitätshäuser im Stadtgebiet ansässig | <ul style="list-style-type: none"> /// Verkaufsflächenschwerpunkt in der Innenstadt, ggf. noch Möglichkeiten für die Ansiedlung eines Drogeriemarktes im Heilbronner Stadtgebiet gegeben |
| Blumen, zool. Bedarf | <ul style="list-style-type: none"> /// quantitative Ausstattung derzeit überdurchschnittlich /// insgesamt sehr gut ausdifferenziertes Angebot im Bereich Blumen vorhanden. Teilweise überlagert durch Baumarktbereich und Pflanzen Kölle /// Angebot im zoologischen Bedarf konzentriert sich im Schwerpunkt auf Kölle Zoo und zwei Fressnapf-Fachmärkte | <ul style="list-style-type: none"> /// nur noch begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten vorhanden /// i. V. mit Angebotsergänzung im Baumarktbereich weitere Ausdifferenzierung möglich |
| Bücher, Schreib- und Spielwaren | <ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ leicht überdurchschnittliche Ausstattung /// im Buchhandel ein größerer Anbieter (Osiander) sowie weitere kleinere Fachgeschäfte /// hoher Anteil an Kiosken am Gesamtbestand /// Spielwaren in einem Fachmarkt (Rofu) und einem Spielwarenfachgeschäft sowie durch Angebot bei Müller Drogeriemarkt und Galeria vorhanden, Wettbewerbssituation durch Neckarsulm beeinflusst (Smyth Toys) /// Spezialfachmarkt für Bürobbedarf (Staples) ebenfalls vorhanden | <ul style="list-style-type: none"> /// Neuansiedlungen im Bereich Bücher, Schreib- und Spielwaren nur bedingt möglich (starke Internet-Konkurrenz) /// Sicherung und Stärkung bestehender Anbieter, sowie ggf. Besetzung von Angebotsnischen |

Fortsetzung auf nächster Seite

| Sortiment | Aktuelle Ausstattung | Empfehlungen |
|------------------------------------|---|--|
| Bekleidung, Schuhe, Sport | <ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ gute Verkaufsflächenausstattung (v. a. Besatz in der Innenstadt) /// rd. 72 % der Verkaufsflächen innerhalb der Innenstadt, guter Mix aus Fachgeschäften und Filialisten, teilweise fehlen weitere zugkräftige Magnetbetriebe (Großflächen) /// Im Schuhbereich Schwerpunkt bei Fachmärkten, Fachgeschäfte ergänzen das Angebot /// im Sportbereich derzeit durch Schließung Intersport Saemann trotz Decathlon eher schwaches Angebot. Jedoch plant Intersport Graebert (Öhringen) eine Eröffnung einer Filiale in Heilbronn. Nach Realisierung von Intersport wieder gutes Angebot vorhanden. Ergänzung durch Outdooranbieter und Spezialanbieter. | <ul style="list-style-type: none"> /// Punktuell Möglichkeiten für Angebotsergänzungen vorhanden (z. B. hochwertiges Textilkaufhaus, weitere attraktive Filialisten, Fokus „Junge Zielgruppe“) /// im Schuhbereich noch Ergänzungsmöglichkeiten im hochwertigen Bereich /// Sicherung und Stärkung des Angebotes in der Innenstadt und hier Konzentration von größeren Handelsflächen am Standort Wollhaus. Eine Neubebauung des Areals bietet hier umfangreiche Ansiedlungsmöglichkeiten. Aber auch an anderen Standorten in der Innenstadt sind noch Potenzialflächen vorhanden, keine weitere Ansiedlung in dezentralen Standortlagen /// Ansiedlung Spezialanbieter für Berufsbekleidung |
| Elektrowaren, Medien, Foto | <ul style="list-style-type: none"> /// unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (auch wegen Sondersituation mit Saturn in Neckarsulm) /// Konzentration der Verkaufsflächen (Media Markt) in Gewerbegebietslage, in der Innenstadt nur Handyläden und kleinflächige Spezialanbieter vorhanden, | <ul style="list-style-type: none"> /// Angesichts des steigenden Drucks des Onlinehandels sind in diesem Bereich nur noch begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten für kleinere Anbieter vorhanden. /// wenn, dann Ansiedlung eines Elektrofachmarktes in der Innenstadt, kein weiterer Ausbau in Gewerbegebietslage. |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | <ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ deutlich überdurchschnittliche Ausstattung mit XXXL Bierstorfer, Mömax, Möbel Rieger und weiteren Möbelabholmärkten /// auch im Küchenbereich mit Hofmeister und Rieger sehr gute Ausstattung /// im Bereich Dekoration, Haushaltswaren etc. ebenfalls guter Mix aus Fachhandel und Fachmarktkonzepten (z. B. Das Depot) /// im Bereich Heimtextilien wird das Angebot durch Betten Friz und Möbelbetriebe dargestellt | <ul style="list-style-type: none"> /// Durch Ansiedlung Möbel Rieger und Mömax weitere Ausdifferenzierung des Angebotes, Modernisierung bestehender Märkte /// Im Bereich Dekoration / Haushaltswaren / Geschenkartikel mögliche Ansiedlungen nur im Innenstadtbereich /// Möglichkeiten zur Positionierung in Angebotsnischen im Umfeld der Möbelmeile (z. B. Designermöbel) denkbar |

Fortsetzung auf nächster Seite

| Sortiment | Aktuelle Ausstattung | Empfehlungen |
|--------------------------------------|--|--|
| Bau-, Heimwerker-Gartenbedarf | <ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ unterdurchschnittliche Ausstattung /// Monopolstellung der beiden OBI-Baumärkte im Stadtgebiet /// Im Gartenbereich mit Pflanzen KÖlle ein leistungsfähiges Gartencenter vorhanden. Angebotssituation wird durch Pflanzen Mauk in Lauffen am Neckar überlagert /// bei Spezialanbietern insgesamt gutes Angebot vorhanden | <ul style="list-style-type: none"> /// Möglichkeiten für Ansiedlung eines weiteren Baumarktes vorhanden /// Möglichkeiten für Neuansiedlungen größerer (Spezial-) Fachmärkte vorhanden /// im Gartenbereich keine Entwicklungsmöglichkeiten |
| Optik, Uhren / Schmuck | <ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ und qualitativ gute Verkaufsflächenausstattung | <ul style="list-style-type: none"> /// keine nennenswerten Entwicklungsspielräume mehr vorhanden |
| sonstige Sortimente | <ul style="list-style-type: none"> /// Angebot besteht i. W. aus Sonderpostenmärkten und mehreren Spezialanbietern (Fahrräder, Musikinstrumente, Erotik, Farben, Second Hand etc.) | <ul style="list-style-type: none"> /// Einzelfallbewertung auf Basis des konkreten Betreiberkonzepts erforderlich /// mögliche denkbare Angebotsergänzungen: Berufsbekleidungsfachmarkt, Reitsportfachmarkt, ggf. weitere Spezialfachmärkte |

GMA-Bewertung 2021

3. Standortbezogene Entwicklungspotenziale

3.1 Innenstadt

3.1.1 Lagen der Heilbronner Innenstadt

Die Innenstadt von Heilbronn befindet sich in zentraler Lage der Kernstadt und wird dabei im Wesentlichen im Norden von der Mannheimer Straße, im Osten von der Allee, im Süden von der Rollwagstraße und im Westen von der Oberen und Unteren Neckarstraße begrenzt.³⁹ Dabei befindet sich die Haupteinkaufslage (1a-Lage) im Bereich der Fleiner Straße zwischen dem Standort Wollhaus-Zentrum, der Stadtgalerie, dem Klosterhof-Areal mit den Anbietern C&A, Müller, Woolworth und New Yorker sowie der Unteren Sülmerstraße zwischen der Kaiserstraße und der Lohtorstraße. Das weitere innerstädtische Hauptgeschäftslagenetz findet seine Fortsetzung in den 1b-Lagen, die sich in der Kaiserstraße auf der gesamten Länge sowie dem nördlichen Bereich der Sülmerstraße zwischen der Lohtorstraße und dem Theaterforum K3 erstrecken.

Im Einzelnen sind die wesentlichen Standortlagen in der Heilbronner Innenstadt dabei wie folgt zu bewerten:

- /// **Am Wollhaus / Fleiner Straße:** Direkt nördlich des Wollhaus-Areals befindet sich die Fleiner Straße (1a-Lage) mit den Magnetbetrieben GALERIA, dem Modehaus Palm und im Anschluss daran mit der Stadtgalerie Heilbronn. Das Angebot wird ergänzt durch weitere attraktive Filialisten (u. a. Buchhandlung Osiander) und weist eine attraktive städtebauliche Gestaltung mit zahlreichen Sitzgelegenheiten auf.
- /// **Stadtgalerie Heilbronn:** Nördlich von GALERIA befindet sich die Stadtgalerie Heilbronn aus dem Jahr 2008 mit ca. 40 Geschäften auf aktuell ca. 9.600 m² Verkaufsfläche. Das Center ist als dreigeschossiges Einkaufszentrum (UG, EG, OG) konzipiert. Als Besonderheit kann auf die Gebäudeform hingewiesen werden, welche den eingeschränkten Platzverhältnissen in Richtung der Haupteinkaufslage geschuldet ist. So ist vorderen, der Innenstadt zugewandten engen Teil des Einkaufszentrums ein hoher Food-Anteil / Gastronomie festzuhalten, während im hinteren Teil des Gebäudes ein Schwerpunkt bei innenstadttypischen Sortimenten festzuhalten ist. Als Magnetbetriebe fungieren hier insb. H&M, TK Maxx, s.Oliver, Das Depot, Deichmann, dm, Mister & Lady Jeans und weitere Filialisten.
- /// **Fleiner Straße:** Direkt im Anschluss der Stadtgalerie stellt die Fleiner Straße die Verbindung zum Kiliansplatz her. Auf diesem Teilstück ist eine Mischung aus mittelflächigen Geschäftseinheiten mit einem Besatz an Filialisten aber auch inhabergeführten Fachgeschäften vorzufinden. Als Magnetbetriebe fungieren hier Rewe City, Schuh Kaufmann und Douglas. Am Standort Fleiner Straße 17 wird derzeit ein neues Geschäftsgebäude errichtet. Dort soll im Erdgeschoss eine gastronomische Nutzung realisiert werden.

³⁹ Grobabgrenzung, genaue Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Rahmen der konzeptionellen Überlegungen (siehe Kapitel VI. 4.).



Stadtgalerie



GALERIA



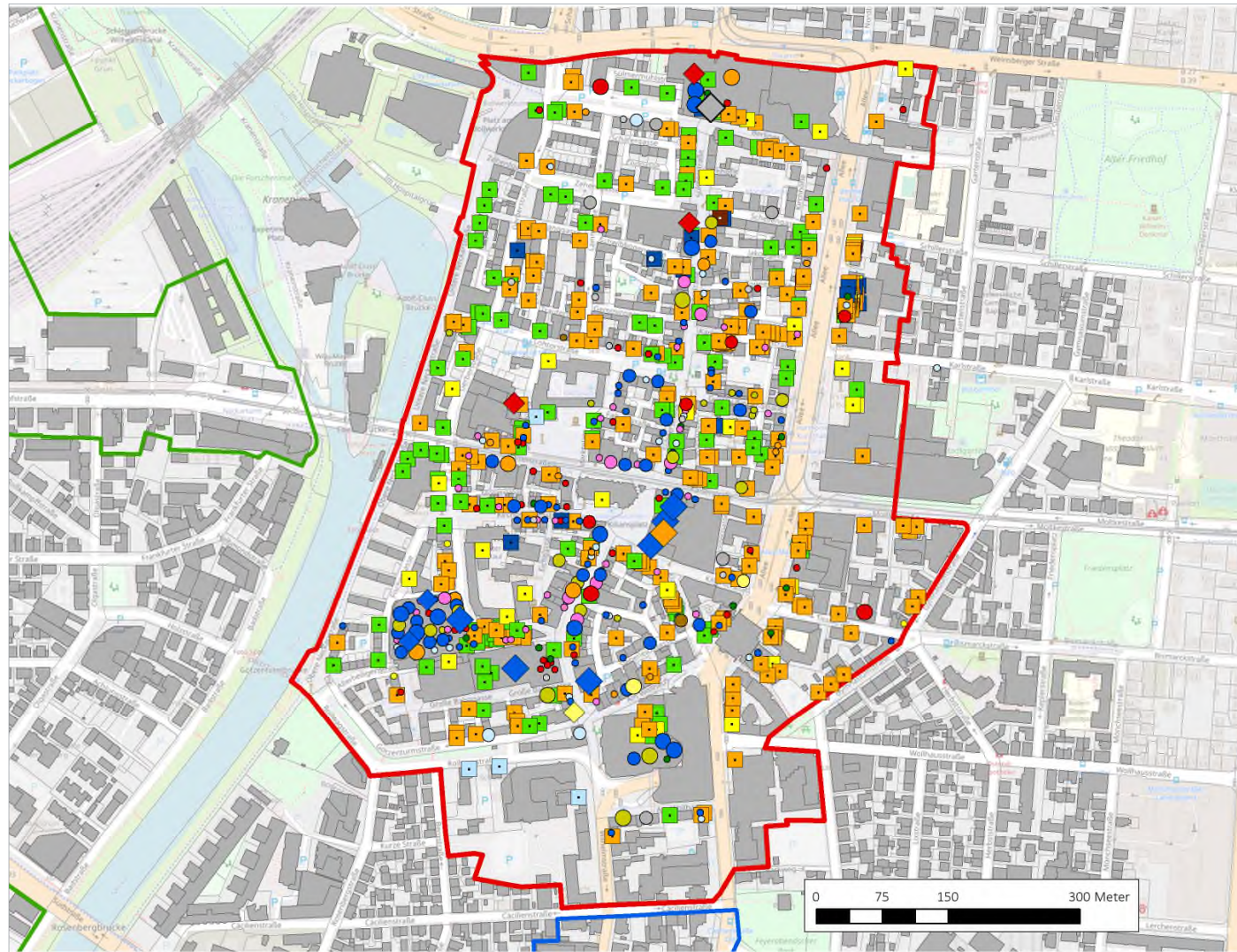
Fleiner Straße



Wollhaus-Zentrum

- Kiliansplatz / Klosterhof:** Der sanierte Kiliansplatz stellt zusammen mit dem Marktplatz in der Kaiserstraße den größten zusammenhängenden Platzbereich innerhalb der Innenstadt dar. Das im Jahr 2009 eröffnete Klosterhof-Areal mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 12.000 m² bildet dabei den östlichen Abschluss des Platzbereichs. Dort sind die Anbieter C&A, Müller, New Yorker und Woolworth auf jeweils großzügig dimensionierten Verkaufsflächen angesiedelt. C&A und Müller wurde im Zuge der Realisierung des Klosterhofs innerhalb der Stadt Heilbronn an diesen zentral gelegenen Standort umgesiedelt. Auf dem direkt angrenzenden „Barthel-Areal“ wird derzeit ein Hotel errichtet.
- Sülmerstraße:** Die sich nördlich der kreuzenden Kaiserstraße auf eine Länge von ca. 500 Meter erstreckende Sülmerstraße stellt eine Verbindung zu dem den nördlichen Endpunkt der Innenstadt markierenden K3-Theaterforum her. Diese Standortlage ist im südlichen Teil noch durch einen ausgeprägten und auch attraktiven Einzelhandelsbesatz geprägt. Weiter in Richtung Norden sind vereinzelt Leerstände und weniger ansprechende Einzelhandelsnutzungen festzuhalten. Allerdings übernimmt die Sülmerstraße eine wichtige Funktion im Bereich der Gastronomie, etwa mit modernen Cafés und Gastronomiebetrieben. Teilweise wird das Stadtbild aber v.a. im nördlichen Bereich durch Schnellimbisse und Dönerbuden geprägt. Als Besonderheit in diesem Bereich ist auf die Kinderspielgeräte auf der Laufwege hinzuweisen, welche v.a. bei Familien mit Kindern i.V. mit einem Cafésbesuch im Sommer attraktiv sind. Insgesamt hat die Sülmerstraße in den letzten Jahren an Bedeutung verloren, da sich der Einkaufsschwerpunkt stärker in den Südtteil der Innenstadt verlagert hat. Durch die Neuaufstellung des K3 (u. a. Decathlon, Netto, Rossmann) und die Realisierung von Rewe auf dem Dinkelacker-Areal in der Sülmerstraße hat dieser Standortbereich jedoch gerade im vergangenen Jahr wieder an Attraktivität gewonnen.

Karte 4: Einzelhandels- und Komplementärnutzungen in der Heilbronner Innenstadt



Legende

Verkaufsflächengröße

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

Sortimente und Nutzungen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielzeug
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren / Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022

Kaiserstraße: Die West-Ost-Achse der Heilbronner Innenstadt stellt die Kaiserstraße dar. An deren Westende befindet sich der ehemalige Standort von C&A an welchem mit dem „Marrahaus“ ein Gastronomiestandort entwickelt wurde. Im weiteren Verlauf ist der Käthchenhof mit dem Magnetbetrieb Bio-Mammut vorhanden. Weiter in Richtung Osten sind als Magnetbetriebe auf der Kaiserstraße der Drogeriemarkt dm und am Ostende Haushaltswarenanbieter Tritschler vorhanden. Einen weiteren stark frequentierten Platzbereich stellt der Marktplatz mit Wochenmarkt, Außengastronomie und Bus / Stadtbahnhaltestelle dar.



Klosterhof / Kiliansplatz



Kaiserstraße



Sülmerstraße



Marrahaus mit Neckarmeile

3.1.2 Bestandsdaten und Entwicklung der Heilbronner Innenstadt

Die Bestandsdaten in der Heilbronner Innenstadt sind in Tabelle 10 zusammengefasst. Ein Schwerpunkt des Einzelhandelsbesatzes in der Heilbronner Innenstadt liegt eindeutig im mittelfristigen Bedarfsbereich (64 % Verkaufsflächenanteil). Aber auch im kurz- und langfristigen Bedarfsbereich ist ein ausdifferenziertes Angebot vorzufinden, welches neben Fachgeschäften ebenfalls einen breiten Besatz an Filialisten beinhaltet.

Durch einen Vergleich der Erhebungsdaten aus den Jahren 2002, 2017 und 2021⁴⁰ lassen sich Rückschlüsse auf die Entwicklung der Heilbronner Innenstadt in den letzten 20 Jahren ableiten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Situation am Standort Wollhaus mit einer Vielzahl nicht genutzter Ladenflächen den Zeitreihenvergleich leicht verfälscht. Dennoch lassen sich mit dem Wissen zu dieser Sondersituation die Entwicklungen in den einzelnen Branchensegmenten nachvollziehen.

⁴⁰ 2002: Erhebungen im Rahmen des Märkte- und Zentrenkonzepts, 2008: Erhebungen im Rahmen der Frequenzerhebung in der Heilbronner Innenstadt; 2017: Erhebungen im Rahmen der Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzepts.

Tabelle 10: Einzelhandelsbestand in der Heilbronner Innenstadt

| Warengruppen | Daten | Betriebe | | Verkaufsfläche in m ² * | | Umsatz in Mio. €* | |
|---------------------------------------|-------|------------|------------|------------------------------------|------------|-------------------|------------|
| | | absolut | in % | absolut | in % | absolut | in % |
| Nahrungs- und Genussmittel | | 42 | 15 | 6.660 | 10 | 30,8 | 11 |
| Drogeriewaren | | 16 | 6 | 4.645 | 7 | 27,8 | 10 |
| Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf | | 12 | 4 | 425 | 1 | 2,9 | 1 |
| kurzfristiger Bedarf gesamt | | 70 | 25 | 11.730 | 17 | 61,5 | 21 |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren | | 5 | 2 | 3.575 | 5 | 15,8 | 5 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | | 95 | 35 | 40.500 | 59 | 154,7 | 54 |
| mittelfristiger Bedarf gesamt | | 100 | 36 | 44.075 | 64 | 170,5 | 59 |
| Elektrowaren | | 25 | 9 | 1.765 | 3 | 9,0 | 3 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | | 23 | 8 | 6.890 | 10 | 20,3 | 7 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | | 2 | 1 | 645 | 1 | 1,4 | 1 |
| Optik / Uhren, Schmuck | | 41 | 15 | 2.880 | 4 | 22,7 | 8 |
| Sonstiger Einzelhandel | | 14 | 5 | 1.065 | 2 | 2,7 | 1 |
| langfristiger Bedarf gesamt | | 105 | 38 | 13.245 | 19 | 56,0 | 19 |
| Nichtlebensmittel insgesamt | | 233 | 85 | 62.390 | 90 | 257,2 | 89 |
| Einzelhandel insgesamt | | 275 | 100 | 69.050 | 100 | 288,0 | 100 |

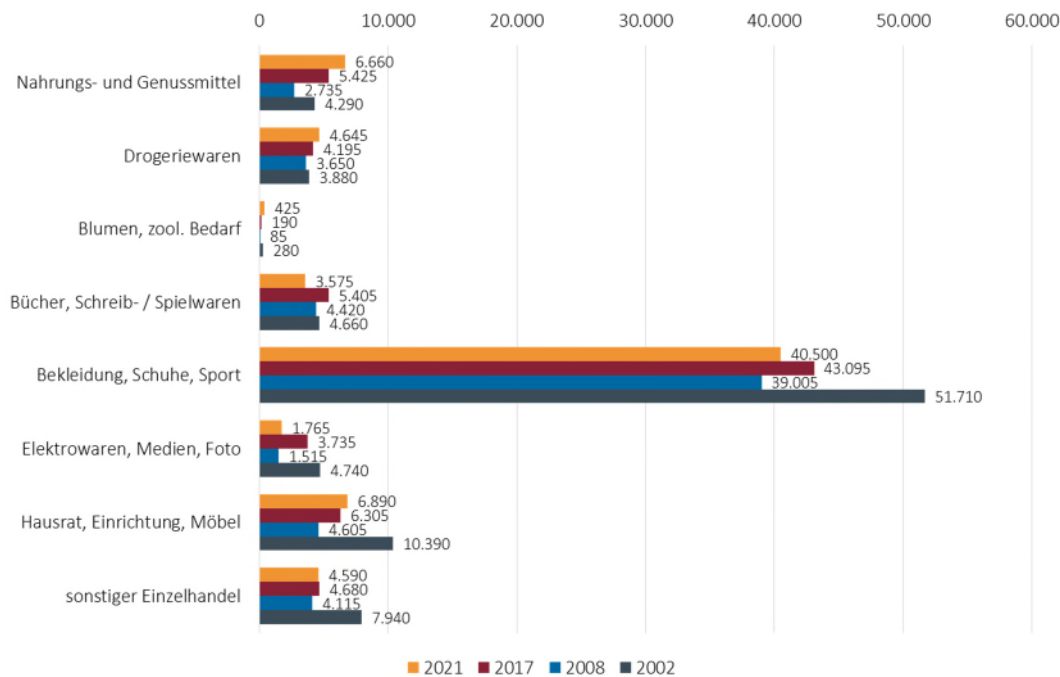
* Bei Mehrbranchenunternehmen wurden die Verkaufsfläche und Umsätze sortimentsgenau aufgeteilt

Quelle: GMA-Erhebungen und -Berechnungen 2021 (ca.-Werte, gerundet)

Als wesentliche Erkenntnis bleibt festzuhalten, dass zunächst zwischen 2002 und 2008 ein deutlicher Rückgang der Verkaufsflächen in nahezu allen Branchensegmenten zu beobachten war. Zwischen 2008 und 2017 war ein gegenläufiger Trend zu beobachten. In diesem Zeitraum war in allen Sortimentsbereichen eine positive flächenseitige Entwicklung der Heilbronner Innenstadt zu verzeichnen. Ein gegenläufiger Trend war hingegen beim inhabergeführten Einzelhandel zu verzeichnen. In der Tendenz hat sich der Handelsbesatz in qualitativer Hinsicht eher in Richtung „konsumiger“ Bereich weiterentwickelt, während der höherwertige Handel zurückgedrängt wurde.

Zwischen 2017 und 2021 war die Entwicklung der Heilbronner Innenstadt v. a. durch die Corona-Pandemie beeinflusst. In der Folge kam es insbesondere im Bereich Bekleidung / Schuhe / Sport zu einem deutlichen Rückgang der Verkaufsfläche. Im Bereich Bücher / Schreib- und Spielwaren war durch den Marktaustritt von Toys'R'Us eine rückläufige Verkaufsfläche zu beobachten. Der Rückgang im Elektrobereich ist auf die Schließung des Media Markt-Outlets zurückzuführen. Im Gegenzug war ein Zuwachs der Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich (Rewe), Drogeriewarenbereich (Rossmann) sowie bei Hausrat und sonstigem Einzelhandel zu beobachten.

Abbildung 23: Entwicklung der Innenstadt nach Branchen



GMA-Darstellung 2021

3.2 Nahversorgung

Neben einer branchenbezogenen Analyse der Angebotsstrukturen in Heilbronn sollen im Folgenden die Nahversorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel in den einzelnen Teilräumen der Stadt Heilbronn beurteilt und erste Handlungsempfehlungen getroffen werden. Das Märkte- und Zentrenkonzept bildet den planerischen Rahmen für eine weitere Detailbetrachtung in den Stadtteilen. Bei Bedarf können aufbauend auf diesen Ergebnissen nachgelagerte, auf den jeweiligen Stadtteil zugeschnittene städtebauliche Rahmenpläne erarbeitet werden.

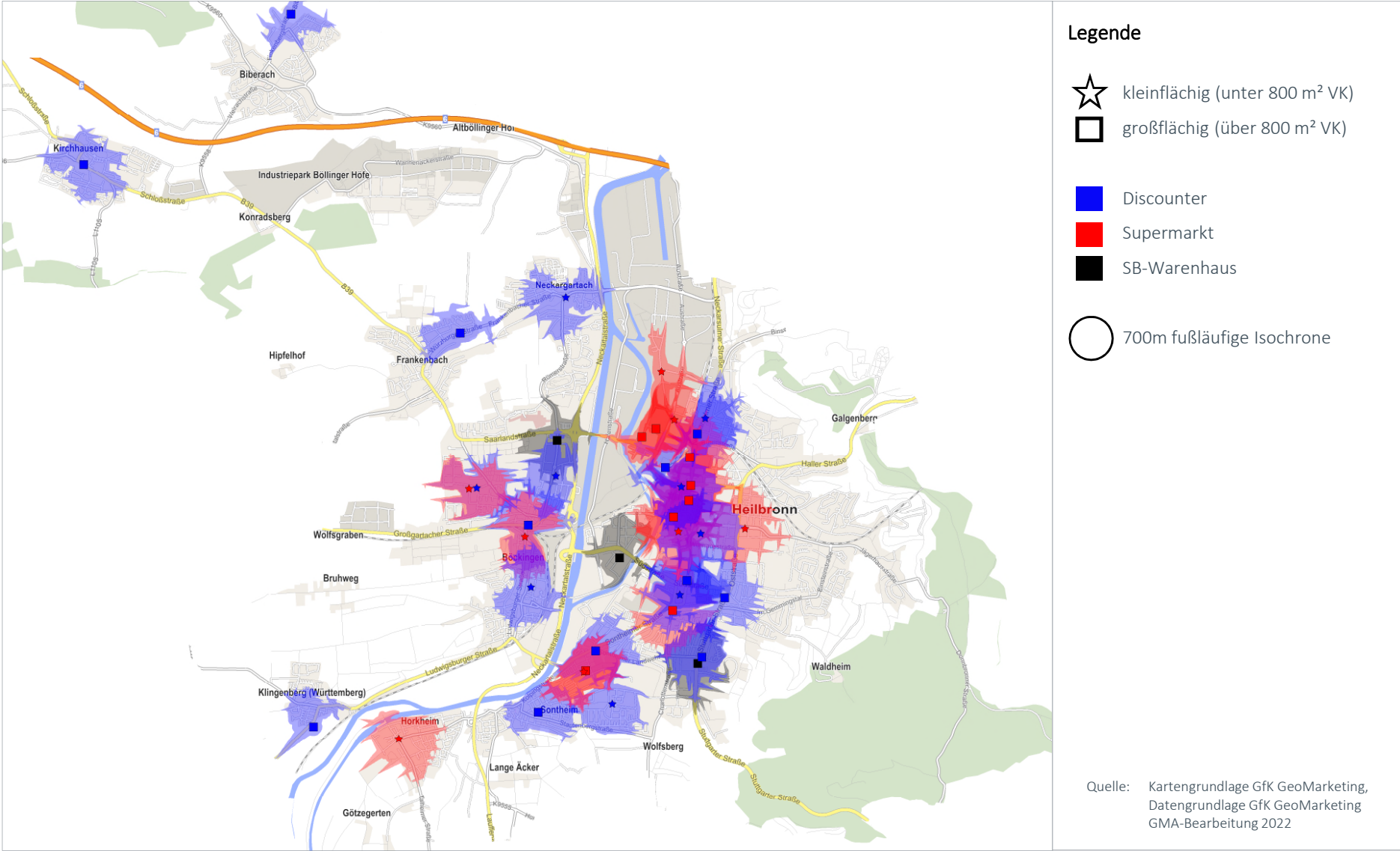
3.2.1 Status quo-Analyse

Zur **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und zur Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Teilräume innerhalb des Stadtgebietes wurden um die **wesentliche Lebensmittelmärkte** (> 300 m² Verkaufsfläche) zunächst 700 m-Radien gezogen, die den Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit markieren (vgl. nachfolgende Karte). Die Entfernung von 700 m wird unter Berücksichtigung des demografischen Wandels im Sinne einer fußläufigen Nahversorgung als sinnvoll erachtet und entspricht einer fußläufigen Zeitdistanz von ca. 10 Minuten Gehzeit.

Die **räumlichen Nahversorgungsstrukturen** in Heilbronn sind wie folgt zu bewerten:

- Aktuell sind in Heilbronn insgesamt 224 Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 57.110 m² vorhanden. Als wesentliche Träger der Nahversorgung sind die größeren Lebensmittelmärkte zu nennen, welche über das Stadtgebiet verteilt ansässig sind. Hierbei ist neben den Lebensmittelsupermärkten und Discountern ebenfalls ein Angebot an großen Supermärkten / SB-Warenhäusern durch die drei Kaufland-Standorte im Heilbronner Stadtgebiet vorzufinden.

Karte 5: Nahversorgungssituation in Heilbronn (fußläufige Netzabdeckung)



- / Auf Quartiersebene stellt kleinteiliger Fachhandel (Obst- und Gemüsemärkte), Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Metzgereien) und sonstige Fachgeschäfte eine Versorgung in der Fläche sicher.
- / Von den insgesamt 224 Betrieben können insgesamt 40 als strukturprägende Lebensmittelmärkte mit einer Verkaufsfläche von über 300 m² angesehen werden. Diese übernehmen eine wesentliche Rolle bei der Sicherung der Nahversorgung in der Fläche. Dabei ist eine Verteilung von 23 großflächigen Betrieben über 800 m² VK (57 %) gegenüber 17 kleinflächigen Betrieben zwischen 300 und 800 m² VK (43 %) festzuhalten. In Anbetracht des vergleichsweise hohen Anteils an kleinflächigen Lebensmittelmärkten wird neben den räumlichen Lücken in der Nahversorgung ebenfalls sichtbar, dass im Lebensmitteleinzelhandel weiterhin ein Modernisierungsbedarf besteht, da zeitgemäße Lebensmittelmärkte heute i.d.R. Flächen von über 800 m² benötigen um langfristig tragfähig wirtschaften zu können.
- / Bei einer Betrachtung der räumlichen Angebotsstrukturen lässt sich festhalten, dass innerhalb des Stadtgebietes von Heilbronn nur noch wenige Lücken anzutreffen sind. Große Teile des Stadtgebietes sind demnach innerhalb von rd. 700 m Laufdistanz aus Richtung eines Lebensmittelmarktes erreichbar. Als wesentliche bisher nicht versorgte Bereiche sind insbesondere auf den östlichen Kernstadtbereich, den westlichen und südlichen Teil von Frankenbach, den westlichen und nördlichen Teil von Böckingen, den südlichen Teil von Neckargartach, den östlichen Teil von Kirchhausen, den südlichen Teil von Biberach sowie auf den Industriepark Böllinger Höfe und das Industriegebiet Neckar / Osthafen (beides gewerbliche Schwerpunkte)⁴¹ anzuführen. Daneben besteht auch im Bereich des geplanten Stadtquartiers Neckarbogen eine Lücke in den Nahversorgungsstrukturen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die räumlichen Nahversorgungsstrukturen von Heilbronn im Vergleich mit anderen Städten gut aufgestellt sind. Jedoch ergeben sich punktuell noch Möglichkeiten für eine Verbesserung der Nahversorgungsstrukturen.

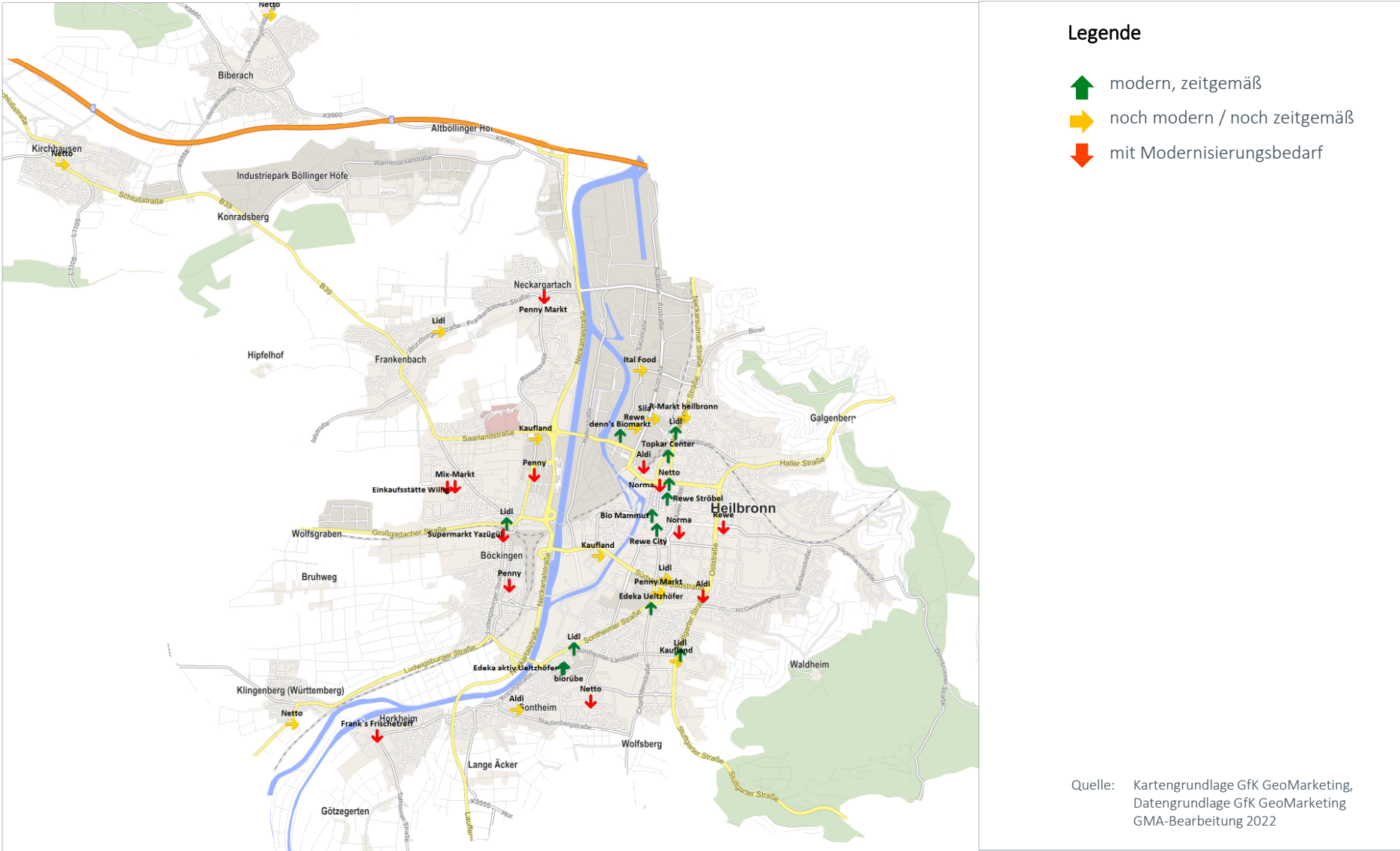
Trotz der generell bereits vergleichsweise guten räumlichen Angebotssituation in Heilbronn sollte zukünftig insbesondere ein Fokus auf einer Modernisierung bestehender Anbieter liegen. Hier wurde seitens der GMA eine Detailauswertung der strukturprägenden Anbieter durchgeführt und deren Zukunftsfähigkeit bewertet. Als Ergebnis dieses Bewertungsprozesses lässt sich festhalten, dass

- / insgesamt 14 Betriebe modern und zeitgemäß aufgestellt sind (33 %),
- / 13 Betriebe noch modern / noch zeitgemäß aufgestellt sind (32 – 33 %) und
- / bei insgesamt 13 Betrieben konkreter Modernisierungsbedarf besteht (32 – 33 %).

Insofern sollte es ein Ziel des fortgeschriebenen Märkte- und Zentrenkonzeptes sein, die Nahversorgungsstrukturen in Heilbronn für die Zukunft sowohl in räumlicher als auch in qualitativer Hinsicht modern und zukunftsfähig aufzustellen.

⁴¹ Ausschließlich für den Standort Böllinger Höfe ist eine Detailbetrachtung der Möglichkeiten zur Sicherung der Versorgung der Beschäftigten erforderlich. Im Fall des Industriegebietes Neckar / Osthafen besteht nur scheinbar eine „Versorgungslücke“, da auf Neckarsulmer Gemarkung mit dem Kaufland-Center in der Rötelstraße dieser Bereich abgedeckt wird. Eine Detailbetrachtung ist hier nicht erforderlich.

Karte 6: Modernisierungsbedarf bestehender Lebensmittelmärkte in Heilbronn



3.2.2 Räumliche Versorgungslücken / Handlungsbedarf

Als Standortbereiche mit räumlichen Versorgungslücken / Handlungsbedarf können im Wesentlichen folgende Teile des Heilbronner Stadtgebietes genannt werden:

- | | |
|--|--|
| /// Heilbronner Osten | /// Biberach |
| /// Horkheim / Sontheim-West | /// Industriegebiet Neckar / Osthafen |
| /// Neckargartach (Sachsenäcker / Steigsiedlung) | /// Böckingen-West (Haselter, Längelter, Wasserturmsiedlung) |
| /// Industriepark Böllinger Höfe | /// Böckingen-Nord (Schanz, Kreuzgrundsiedlung) |
| /// Stadtquartier Neckarbogen | /// Kirchhausen |
| /// Frankenbach | |

Die vorliegenden Standortbereiche mit Handlungsbedarf sollen im Folgenden kurz analysiert und skizziert werden:

- /// **Heilbronner Osten:** Im östlichen Heilbronner Kernstadtgebiet besteht seit Jahren eine räumliche Versorgungslücke im Lebensmittelbereich. In diesem Teil des Stadtgebiets wirken sich insbesondere die Topografie, die nahezu ausschließlich auf Wohnen ausgerichtete Bebauung sowie das Fehlen möglicher Entwicklungsflächen negativ auf die Möglichkeiten der Schaffung einer Quartiersversorgung aus. Als nächstgelegener größerer Lebensmittelmarkt ist auf den Rewe-Lebensmittelvollsortimenter in der Moltkestraße hinzuweisen, welcher für diesen Bereich auch aufgrund seiner guten verkehrlichen Erreichbarkeit eine hervorgehobene Versorgungsfunktion übernimmt.

Aufgrund der Standortgegebenheiten ist perspektivisch in diesem Bereich der Kernstadt nicht mit der Realisierung eines größeren Lebensmittelmarktes zu rechnen, da hier die Standortrahmenbedingungen dies nicht zulassen. Ggf. ergeben sich jedoch bei einer möglichen Modernisierung des Rewe-Marktes Entwicklungsoptionen. Sollten sich jedoch in den nächsten Jahren Möglichkeiten zur Realisierung eines größerem Lebensmittelmarktes in diesem Bereich des Stadtgebietes ergeben, wäre dies unter Nahversorgungsgesichtspunkten positiv zu sehen.

- /// **Horkheim / Sontheim-West:** Im Stadtteil Horkheim sichert seit Jahren der kleinflächige Lebensmittelmarkt „Franks Frischetreff“ eine Nahversorgung auf Stadtteilebene. Dieser ist als modernisierungsbedürftig einzuordnen und erfüllt nicht mehr die Anforderungen an einen modernen Nahversorger. Vor dem Hintergrund der schwierigen Rahmenbedingungen in der Immobilie und am Standort ist zumindest mittelfristig davon auszugehen, dass dieser schließen wird. Für diesen Fall ist – auch vor dem Hintergrund der bestehenden Versorgungslücke im westlichen Teil von Sontheim – eine erneute Prüfung der Möglichkeiten zur Realisierung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes notwendig. Konkrete denkbare Nahversorgungspotenzialstandorte sind v. a. im östlichen Teil von Horkheim (Gewerbegebiet Horkheim). So wird eine optimale Abdeckung erreicht.

- /// **Neckargartach:** Im Stadtteil Neckargartach wird die Nahversorgungsfunktion durch den Penny-Lebensmitteldiscounter in den Leinbach-Passagen sichergestellt. Dieser weist derzeit mit einer Verkaufsfläche von rd. 500 m² nur eine sehr geringe Größe auf. Angesichts der noch vorhandenen Flächen im Standortumfeld wäre grundsätzlich eine Erweiterung am Standort zur Sicherung der Nahversorgung denkbar. Hier wären die Möglichkeiten für eine Erweiterung im Bestand zu prüfen. Andere Standorte in zentraler

Lage sind innerhalb des Stadtteils Neckargartach nur schwer zu identifizieren, da hier überwiegend kleinteilige Bebauung vorliegt. Für die südlich des Ortskerns gelegenen größeren zusammenhängenden Wohnquartiere (Sachsenäcker / Steigsiedlung) besteht ebenfalls Potenzial für einen Ausbau der Nahversorgungsstrukturen entlang der Römerstraße, ohne dabei die Nahversorgungsstrukturen im Ortskern zu gefährden.

- /// **Stadtquartier Neckarbogen:** Auf der zunächst durch die Bundesgartenschau 2019 genutzten Fläche soll perspektivisch das Stadtquartier Neckarbogen mit insgesamt über 3.500 Einwohnern realisiert werden. In diesem Bereich ist am südwestlichen Rand die Realisierung eines Nahversorgungszentrums mit einem Lebensmittelvollsortimenter geplant. Geplant ist im dortigen Nahversorgungszentrum und daran angrenzend ergänzender Handels- und Dienstleistungsbesatz zur Versorgung des Stadtquartiers und der daran angrenzenden Bereiche. Angesichts der „Insellage“ des Stadtquartiers Neckarbogen innerhalb der städtebaulichen Strukturen der Stadt Heilbronn ist die Sicherung einer eigenständigen Nahversorgung innerhalb des Stadtquartiers ein wichtiger Baustein zur Sicherstellung eines lebendigen Stadtquartiers. Vor diesem Hintergrund wird die Ansiedlung eines Vollsortimenters mit einer zeitgemäßen Verkaufsfläche von bis zu 1.800 m² als sinnvoll angesehen. Durch den „Brückenschlag“ in Richtung Bahnhofsvorstadt / Bahnhof könnte hier perspektivisch das neue Quartier mit den gewachsenen Wohnlagen zusammenwachsen.
- /// **Industriepark Böllinger Höfe:** Der Industriepark Böllinger Höfe befindet sich in abgesetzter Lage von Siedlungsbereichen zwischen den Stadtteilen Kirchhausen und Biberach in Richtung Westen bzw. Norden sowie den Stadtteilen Neckargartach und Frankenbach in Richtung Süden. Innerhalb des Gebietes sind rd. 130 Unternehmen mit deutlich über 5.000 Beschäftigten angesiedelt. Derzeit ist vor Ort keine Versorgung vorhanden. Eine Ausnahme bildet hier eine Bäckerei mit Café im östlichen Teil des Industriegebietes. Vor dem Hintergrund der Größe des Industrieparks Böllinger Höfe wird aktuell ein Nahversorgungsstandort zur Sicherung der Versorgung der Beschäftigten realisiert. Aufgrund regionalplanerischer Bestimmungen ist dort ausschließlich die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes mit max. 800 m² Verkaufsfläche geplant. Ergänzend denkbar wären grundsätzlich Nutzungen, die ebenfalls der Gebietsversorgung dienen, wobei hier ein Schwerpunkt auf gastronomischen Nutzungen als Ergänzung des Handelsbesatzes gelegt werden sollte. In jedem Fall auszuschließen ist auch in Zukunft die Ausbildung einer regionalplanerischen Agglomeration. Mit der in der Umsetzung befindlichen Realisierung eines kleinen Nahversorgungsstandortes inkl. ergänzendem Angebot zur Versorgung der Beschäftigten wird eine weitere Versorgungslücke innerhalb des Stadtgebietes von Heilbronn geschlossen.
- /// **Industriegebiet Neckar / Osthafen:** Im Industriegebiet Neckar / Osthafen ist im südlichen Bereich mit dem Rewe-Lebensmittelvollsortimenter im Weipertzentrum und einem Aldi-Lebensmitteldiscounter in der Gaswerkstraße zwei Anbieter vorhanden. Das Angebot wird darüber hinaus ergänzt durch zwei weitere größere ethnische Supermärkte innerhalb des Gebietes. Die vorhandene Versorgungslücke im nördlichen Bereich des Industriegebiets Neckar ist dabei nur als scheinbare Versorgungslücke zu bewerten, da direkt angrenzend auf Neckarsulmer Gemarkung mit Kaufland-Center in der Rötelstraße dieser Bereich abgedeckt wird. Insofern besteht hier kein Handlungsbedarf, zumal hier keine Prägung des Gebietes durch Wohnbebauung besteht.

- /// Böckingen-West (Haselter, Längelter, Wasserturmsiedlung):** Im westlichen Teil von Böckingen ist derzeit eine Versorgungslücke vorhanden. Derzeit plant die Stadt Heilbronn eine Wohngebietsausweisung im Bereich Längelter mit ca. 1.000 Wohneinheiten. Jedoch ist mit einer Aufsiedlung frühestens ca. ab dem Jahr 2029 zu rechnen. Grundsätzlich bestehen in diesem Bereich Möglichkeiten der Realisierung eigenständiger Nahversorgungsstrukturen innerhalb des geplanten Wohngebietes. Dies ist auch dadurch zu begründen, dass neben den geplanten Wohneinheiten ebenfalls auf das Potenzial der direkt in diesem Gebiet gelegenen Kreisberufsschule mit insgesamt 4.000 Schülern vorhanden ist. Insofern könnten die vor Ort vorhandenen Nachfragepotenziale zur Realisierung eigenständiger Nahversorgungsstrukturen ausreichen. Perspektivisch ist somit hier die Möglichkeit der Realisierung einer Quartiersversorgung gegeben.
- /// Böckingen-Nord (Schanz, Kreuzgrundsiedlung):** Im Bereich von Böckingen-Nord wird die Angebotssituation derzeit durch einen kleinen Laden auf dem Kraichgauplatz (Einkaufsstätte Willig) sichergestellt. Jedoch sind aufgrund der dortigen Standortrahmenbedingungen schwierige Zukunftsaussichten vorhanden, so dass perspektivisch ggf. über eine Neuausrichtung der Nahversorgungsstrukturen für den nördlichen Bereich des Stadtteils Böckingen nachgedacht werden sollte. Mögliche Standorte sind dabei aktuell nicht vorhanden, ggf. könnten sich jedoch hier Möglichkeiten im Zuge der Planungen für eine Umgehungsstraße zwischen Großgartacher Straße und Saarlandstraße ergeben. Die Möglichkeiten zur langfristigen Sicherung der Nahversorgung sind bei diesen Planungen im Fokus zu behalten.
- /// Frankenbach:** Im Stadtteil Frankenbach wird die Nahversorgung durch den dortigen Lidl-Lebensmitteldiscounter in der Würzburger Straße i. V. mit den kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben im Ortskern derzeit gewährleistet. Insbesondere mit dem derzeit zur Modernisierung vorgesehenen Lidl-Lebensmitteldiscounter ist hierbei ein zeitgemäßer Lebensmittelmarkt im Stadtteil vorhanden. Das ergänzende Angebot im Lebensmittelhandwerk deckt weitere Grundbedarfe der Nahversorgung ab. Handlungsbedarf ist demnach im Bereich Frankenbach nicht gegeben.
- /// Biberach:** In Biberach wird die Nahversorgung durch den dortigen Netto-Lebensmitteldiscounter gesichert. Dieser stellt eine ausreichende Versorgung auf Ebene des Stadtteils sicher. Ein ergänzendes Angebot im Lebensmittelhandwerk im Bereich des Ortskerns (Unterlandstraße) und Getränkemärkte ergänzen das Angebot. Derzeit bestehen Planungen zur Ergänzung des Angebotes im Umfeld von Netto durch einen Getränkemarkt.
- /// Kirchhausen:** In Kirchhausen sichert ein Netto-Lebensmitteldiscounter im Ortskern die Versorgung. Die Nahversorgungsstrukturen sind derzeit gut auf die Potenziale des Stadtteils ausgerichtet. Weitere Angebotsergänzungen sind auch vor dem Hintergrund des beschränkten Einwohnerpotenzials im Stadtteil nicht zu empfehlen. Handlungsbedarf würde sich nur dann ergeben, wenn der Anbieter schließen würde.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass innerhalb des Stadtgebietes von Heilbronn nur noch punktuell räumliche Nahversorgungslücken bestehen. Neben der Schließung dieser Lücken ist perspektivisch ein Fokus auf einer Modernisierung der Angebotsstrukturen zu legen.

3.3 Gewerbegebiete

Auch für die größeren zusammenhängenden Gewerbegebietslagen von Heilbronn sind die Entwicklungsmöglichkeiten zu erörtern. Im Folgenden wird daher eine Analyse wesentlicher größerer Gewerbegebietsstandorte innerhalb der Stadt Heilbronn durchgeführt und Empfehlungen für eine zukunftsfähige Weiterentwicklung dieser Standorte formuliert.

Die wesentlichen Gewerbegebietsstandorte sind hierbei wie folgt zu bewerten:

- Innerhalb des **Industriegebietes Neckar** befindet sich der größte Handelsbesatz an zentrenrelevanten Einzelhandelsflächen außerhalb der Heilbronner Innenstadt. Insgesamt sind in diesem Standortbereich über 60.000 m² Verkaufsfläche vorzufinden. Der Gewerbegebietsstandort ist hierbei zweigeteilt. Im südlichen Bereich (Edisonstraße) ist insbesondere auf Media Markt und Modepark Röther sowie im westlichen Bereich auf Kölle Zoo und denn's Biomarkt hinzuweisen. Den nördlichen Abschluss des Gewerbegebietsstandortes markiert das Weipertzentrum mit OBI, Rewe, KüchenArena sowie weiteren zentrenrelevanten Fachmärkten und dem Hofmeister-Küchenfachmarkt im Bereich Salzstraße. Derzeit ist das Gebiet stark sowohl durch zentren- als auch nicht zentrenrelevanten Einzelhandel geprägt. Aufgrund der Gewerbegebietslage sollte in Zukunft kein weiterer Ausbau an zentrenrelevantem Einzelhandel erfolgen. Der Standort sollte vielmehr für Neuansiedlung im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich und hier für Spezialfachmärkte (z. B. Arbeitsbekleidung, Reitsport etc.) genutzt werden. Hier bestehen grundsätzlich noch Entwicklungsspielräume für eine weitere Ausdifferenzierung dieses Standortbereichs.
- Ein weiterer dezentraler Einzelhandelsschwerpunkt innerhalb der Stadt Heilbronn befindet sich im **Gewerbegebiet Böckingen-Nord** (inkl. in Richtung Neckargartach angrenzender Bereich). Dort ist eine Verkaufsfläche von rd. 100.000 m² vorhanden. Der Standort ist dabei durch XXXL Bierstorfer, Mömax und Möbel Rieger sowie weitere Möbelanbieter als „Möbelmeile“ bekannt. Darüber hinaus ist mit Kaufland, Pflanzen Kölle und dem Modehaus Kohfink weiterer Besatz ans Magnetbetrieben vorhanden. Perspektivisch sollte am Standort kein weiterer Ausbau an zentrenrelevanten Sortimenten erfolgen. Der Ausbau nicht zentrenrelevanter Sortimente (z. B. Modernisierung bestehender Anbieter) sollte jedoch grundsätzlich weiterhin möglich sein. Punktuell wären noch Möglichkeiten für eine Diversifizierung im Bereich Möbel gegeben, sofern hierdurch zentrenrelevante Randsortimente auf ein Mindestmaß beschränkt bleiben.
- Der Standort **Industriepark Böllinger Höfe** ist derzeit im Wesentlichen frei von Einzelhandel und wird als Industriestandort wahrgenommen. Auch in Zukunft soll der Standort von Einzelhandel freigehalten werden. Als Ausnahme ist die Realisierung eines Versorgungsstandortes zur Sicherstellung der Gebietsversorgung zu nennen.
- In den **Gewerbegebieten Böckingen-West** und **Businesspark Schwabenhof** sind punktuell Einzelhandelsbetriebe vorzufinden (z. B. Eberhardt Küchenstudio, Böckingen-West; OBI, Businesspark Schwabenhof). Ein weiterer Ausbau im Einzelhandel sollte an diesen Standorten nicht erfolgen. Ein Fokus sollte vielmehr bei Bedarf auf einer Eigenentwicklung i. S. einer maßvollen Modernisierung bestehender Standorte liegen.

Insgesamt lässt sich für die bestehenden Gewerbegebietslagen festhalten, dass bei einem Ausbau der Einzelhandelsstrukturen auf eine Beschränkung zentrenrelevanten Einzelhandels zu achten ist und sich demzufolge Neuansiedlungen auf den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich beziehen sollten. Auch hier sollte angesichts des bestehenden Einzelhandelsbesatzes ein Fokus auf eine Modernisierung bestehender Anbieter gelegt werden.

Neben den bereits bestehenden Standorten des Einzelhandels in Gewerbegebietslagen bestünde grundsätzlich an einem Standort im Heilbronner Stadtgebiet die Möglichkeit für eine Belegung des Standortes durch nicht zentrenrelevanten Einzelhandel.

Am Standort **VfL Neckargartach** im Bereich der Böllinger Straße stellt sich durch die Vereinsfusion die Frage einer Nachnutzung des vorhandenen Areals. Dieser Standort würde sich aufgrund der Lage gut für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel eignen. Angesichts der Strukturen in den bestehenden Gewerbegebietslagen von Heilbronn wäre dieser Standort z. B. gut zur Realisierung eines weiteren Baumarktes geeignet, da hier grundsätzlich Potenzial besteht und an den bestehenden Gewerbegebietsstandorten Industriegebiet Neckar und Böckingen-Nord keine Flächenreserven für diese Nutzungen vorhanden sind. Insofern würde dieses Areal grundsätzlich die Möglichkeit bieten, einen weiteren Baumarkt in Heilbronn anzusiedeln. Es wird empfohlen, eine mögliche Nutzung durch einen Baumarkt am Standort weiter zu prüfen. Im Rahmen des Märkte- und Zentrenkonzeptes wird dieser Standortbereich als möglicher Potenzialstandort für diese Nutzung aufgenommen.

VI. Fortschreibung Märkte- und Zentrenkonzept Heilbronn

Aufbauend auf den Ergebnissen der Analyse der Angebots- und Nachfragesituation ist zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Heilbronn die Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2002 zu empfehlen. Auf Basis dieses aktualisierten Steuerungskonzeptes sollen perspektivisch Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben beurteilt sowie zur Formulierungen für Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung erarbeitet werden.

1. Evaluierung des Märkte- und Zentrenkonzeptes Heilbronn 2002

Das derzeit gültige Märkte- und Zentrenkonzept für die Stadt Heilbronn wurde im Jahr 2002 von der GMA vorgelegt und schließlich mit breitem Konsens des Gemeinderates der Stadt Heilbronn am 14.10.2004 beschlossen. Mit Hilfe des derzeitigen Märkte- und Zentrenkonzeptes wurde in den vergangenen Jahren die Einzelhandelsentwicklung im Oberzentrum Heilbronn auf Grundlage eines Gesamtkonzeptes gesteuert und geregelt.

Zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels im Stadtgebiet von Heilbronn wurde im Märkte- und Zentrenkonzept ein Sortimentskonzept vorgelegt, welches seither einheitlich in den Bebauungsplänen der Stadt Heilbronn verwendet wurde. Mit Hilfe des Sortimentskonzeptes sollen, im Sinne einer aus städtebaulicher Sicht wünschenswerten Belegung des Einzelhandels in den Zentren, bestimmte Branchen bzw. Sortimentsbereiche in die Versorgungszentren gelenkt werden. Diese sind von den nicht zentrenrelevanten Sortimenten abzugrenzen, welche auch außerhalb von Versorgungszentren grundsätzlich zu keinen negativen Auswirkungen auf die Versorgungszentren führen.

Eng verknüpft mit dem Sortimentskonzept ist das Standortkonzept, welches auf einem dreistufigen Zentrensystem, bestehend aus dem A-Zentrum City, mehreren B-Zentren (Stadtteilzentren) und C-Zentren (Nahversorgungszentren), aufbaut. Diese wurden im Märkte- und Zentrenkonzept von 2002 bereits räumlich identifiziert.

Abschließend wurden für die einzelnen Zentren kurze Standortprofile erstellt, in welchen Entwicklungsmöglichkeiten dargestellt und Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Standortbereiche formuliert wurden.

Vor einer Überprüfung und ggf. Aktualisierung des Märkte- und Zentrenkonzeptes ist es sinnvoll, zu prüfen, ob

- /// das Konzept in den vergangenen fast 20 Jahren die damit verbundenen städtebaulichen Zielsetzungen erfüllt hat,
- /// die darin verankerten Instrumente wirksam waren.

Die **Evaluierung des Märkte- und Zentrenkonzeptes** von 2002 erfolgt zunächst anhand der drei im Konzept verankerten städtebaulichen Zielsetzungen:

/ Attraktivierung der Stadtmitte unter besonderer Berücksichtigung des städtebaulichen Rahmens und der ergänzenden Nutzungen

Zwischen 2002 und 2017 war eine deutliche Attraktivitätssteigerung der Heilbronner Innenstadt sowohl hinsichtlich des dort zusätzlich geschaffenen Einzelhandelsangebotes, aber auch der sonstigen Nutzungen und der städtebaulichen Gestaltung zu verzeichnen. Im Einzelhandelsbereich sind hierbei insbesondere die Ansiedlung der Stadtgalerie als neuer Magnet der Innenstadt sowie die Realisierung des Klosterhofs als wesentliche realisierte Schlüsselprojekte zu nennen. Aber auch an sonstigen Standorten innerhalb der Innenstadt waren zwischen 2002 und 2017 weitere Ansiedlungen auch größerer Einzelhändler zu verzeichnen. Darüber hinaus führt die bislang noch ungeklärte Situation am Standort Wollhaus dazu, dass handelsseitig durch das Leerfallen nahezu des gesamten Centers im südlichen Bereich der Innenstadt ein Magnet fehlt und die städtebauliche Qualität absinkt. Darüber hinaus bleibt festzuhalten, dass gerade die Innenstadt am stärksten von der Corona-Pandemie beeinflusst wurde. Es ist vor diesem Hintergrund gerade auch in der Zukunft eine städtebauliche Steuerung v. a. des zentrenrelevanten Einzelhandels notwendig.

In städtebaulicher Hinsicht ist innerhalb der Innenstadt insbesondere die Neugestaltung der Bodenbeläge und die Aufwertung der Sülmerstraße mit Spielgeräten als wesentliche Maßnahmen zu nennen (Gestaltungsoffensive Innenstadt). Auch durch die Neugestaltung des Kiliansplatzes als zentral gelegenen Platz inmitten der Innenstadt und der Kirchbrunnenstraße wurde die städtebauliche Neugestaltung fortgeführt. Bei den sonstigen Nutzungen ist im Wesentlichen die sukzessive Erweiterung des gastronomischen Angebotes im Bereich der Neckarmeile mit dem Anziehungspunkt Marrahaus als Erfolgsgeschichte zu nennen. Mit dem fortgeschriebenen Masterplan Innenstadt 2019 sind ergänzend zahlreiche Maßnahmenvorschläge für die Weiterentwicklung der Innenstadt skizziert worden welche in den nächsten Jahren umgesetzt werden.

Das Märkte- und Zentrenkonzept 2002 lieferte – neben dem Masterplan Innenstadt von 2007 – den planerischen Rahmen für diese Entwicklungen, indem innerhalb des Konzeptes eine klare Konzentration innenstadtrelevanter Sortimente auf den Innenstadtbereich und die abgegrenzten B- und C-Zentren erfolgte und so ein Ausbau innenstadtrelevanter Sortimente außerhalb der Heilbronner Innenstadt in den letzten zwei Dekaden vermieden werden konnte. Dies wird auch dadurch deutlich, dass der Verkaufsflächenanteil am Gesamtbestand der A-, B- und C-Zentren trotz seither erfolgter Angebotsausdehnungen insbesondere bei den Großflächen außerhalb der Zentren mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 31 % stabil geblieben ist. Insgesamt hat somit das Märkte- und Zentrenkonzept und die konsequente Umsetzung der darin verankerten Ziele dazu beigetragen, eine gewisse Investitionssicherheit für Projektentwicklungen in zentralen Lagen zu schaffen und so die Innenstadtentwicklung von Heilbronn nachhaltig zu beeinflussen.

/// Sicherung der integrierten Versorgungslagen in den Stadtteilen, um einen Einkauf der kurzen Wege bei den Gütern des täglichen Bedarfs in den B- und C-Zentren zu ermöglichen.

Die Analyse der Nahversorgungssituation hat gezeigt, dass in den vergangenen zwei Dekaden sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht eine deutliche Verbesserung der Nahversorgungssituation zu verzeichnen war. Sowohl in der Kernstadt als auch in den räumlich von der Kernstadt abgesetzten Stadtteilen wurde die Nahversorgung mit Lebensmitteln durch gezielte Neuansiedlungen und sukzessive Modernisierungsmaßnahmen an städtebaulich integrierten Standorten – zumeist in den abgegrenzten Zentren – durch das Konzept gefördert und so auch im Bereich der Nahversorgung eine räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung gewährleistet. So bleibt festzuhalten, dass Lebensmittelmärkte in dezentralen Gewerbegebietslagen innerhalb der Stadt Heilbronn die Ausnahme bilden (81 % der Verkaufsflächen im Lebensmittelbereich und 83 % der Verkaufsflächen im Bereich Drogeriewaren entfallen auf integrierte Standortlagen). Im Vergleich mit anderen, ähnlich großen Städten ist dies äußerst positiv zu bewerten. Das Märkte- und Zentrenkonzept hat maßgeblich dazu beigetragen, dass eine Expansion von Lebensmittel- und Drogeriemärkten auf die „grüne Wiese“ in Heilbronn nicht stattgefunden hat.

/// Vermeidung negativer Auswirkungen durch den Verkehr.

Durch die Konzentration von Handel an den im Märkte- und Zentrenkonzept verankerten A-, B- und C-Zentren sowie den Ergänzungsstandorten wurde eine räumliche Schwerpunkt im Einzelhandel an verkehrlich gut erreichbaren Standorten aus allen Teilen des Stadtgebietes gewährleistet. Im Bereich der Nahversorgung wurde hierbei – wie bereits skizziert – mit räumlich dezentral organisierten Nahversorgungsstrukturen eine Versorgung in der Fläche und damit kurze Wege und eine Vermeidung des Verkehrs realisiert. Mit einer Konzentration großflächiger Fachmarktnutzungen auf im Wesentlichen zwei größere räumlich eng abgegrenzte Standortbereiche wurde zudem erreicht, dass Kopplungseffekte mit benachbarten Nutzungen möglich und längere Versorgungsfahrten innerhalb der Stadt Heilbronn vermieden wurden. Insofern hat das Märkte- und Zentrenkonzept durch die räumliche Steuerung des Einzelhandels an abgegrenzte Standortlagen auch dazu beigetragen, verkehrliche Auswirkungen einzudämmen.

Die o.a. Ziele des Märkte- und Zentrenkonzeptes werden mit Hilfe der beiden Instrumentarien Sortiments- und Standortkonzept umgesetzt. Die Wirkung der beiden Instrumente kann hierbei wie folgt bewertet werden:

/// Sortimentskonzept: Durch die Festlegung von innenstadt- und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten und die einheitliche Verankerung in den Bebauungsplänen der Stadt Heilbronn wurde zusammen mit dem Standortkonzept eine gute Wirksamkeit einer räumlichen Steuerung des Einzelhandels erreicht. Dies zeigen insbesondere die bei den klassischen zentrenrelevanten Sortimenten zu beobachtenden hohen Verkaufsflächenanteile der Zentren – bezogen auf den Gesamtbestand. So sind derzeit rd. 75 % der Verkaufsflächen im Bereich Bekleidung / Schuhe / Sport innerhalb der abgegrenzten A-, B- und C-Zentren gelegen. Auch im Bereich Bücher / Schreib- und Spielwaren beträgt dieser Anteil rd. 53 %, im Bereich Optik / Uhren / Schmuck 96 %, in den Bereichen Drogeriewaren 73 % und im Bereich Nahrungs- und Genussmittel 51 %. Dies verdeutlicht

in erheblichem Maße die Steuerungswirkung des Konzeptes. Auf der anderen Seite war gerade für die nicht zentrenrelevanten Sortimente, wie z. B. Hausrat / Einrichtung / Möbel mit 93 % Anteil und Bau-, Heimwerker, Gartenbedarf (98 % Anteil) außerhalb der Innenstadt ebenfalls eine klare Steuerungswirkung in Richtung der Fahrstandorte zu beobachten. Insofern hat das Sortimentskonzept sowohl für die zentren- als auch für die nicht zentrenrelevanten Sortimente seine Wirksamkeit deutlich unter Beweis gestellt.

- /// **Standortkonzept:** Mit einem dreigliedrigen Zentrensystem wurde den unterschiedlichen Versorgungsaufgaben der Zentren innerhalb des Stadtgebietes von Heilbronn entsprochen. So ist das A-Zentrum City Heilbronn weiterhin das dominierende und überregional bedeutsame Zentrum innerhalb der Stadt Heilbronn, während die B- und C-Zentren jeweils stadtteilbezogene oder quartiersbezogene Versorgungsaufgaben insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich übernehmen. Durch diese räumliche Konzentration des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebietes von Heilbronn und die unterschiedliche Funktionszuweisung / Hierarchisierung der Zentren wurde eine standortangepasste Entwicklung an den jeweiligen Standorten gefördert und so arbeitsteiligen Versorgungsstrukturen innerhalb der Stadt Heilbronn realisiert. Insofern wirkt auch das Instrumentarium des Standortkonzeptes.

Abschließend bleibt festzuhalten, dass das Märkte- und Zentrenkonzept Heilbronn in den letzten 20 Jahren die richtigen Schwerpunktsetzungen und städtebaulichen Zielsetzungen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels innerhalb der Stadt Heilbronn verfolgt hat. Es wurde deutlich, dass durch die konsequente Anwendung der Regelungen des Märkte- und Zentrenkonzeptes in den vergangenen Jahren eine Investitionssicherheit in zentralen Standortlagen geschaffen wurde und so eine geordnete Weiterentwicklung der Stadt Heilbronn als Einzelhandelsstandort erfolgte. Insofern war der Beschluss des Märkte- und Zentrenkonzeptes im Jahr 2004 richtungsweisend für die darauffolgende Entwicklung des Oberzentrums Heilbronn im Einzelhandel.

2. Überprüfung der städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Die Evaluierung des Märkte- und Zentrenkonzeptes deutet an, dass die wesentlichen übergeordneten Zielsetzungen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung auch aus heutiger Sicht – mit etwas unterschiedlicher Akzentuierung – beibehalten werden können. Diese sind im Einzelnen:

- /// Sicherung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Heilbronn**
 - Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes, insbesondere in Branchen mit besonderem Handlungsbedarf
 - Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung
- /// Schutz und Stärkung der Innenstadt als dominierende Einkaufslage**
 - Schaffung von Investitionssicherheit in der Innenstadt
 - Stärkung der Innenstadt gegenüber dezentralen Standorten durch zielgerichteten Ausbau des Einzelhandelsangebotes
 - weiterer Ausbau der Multifunktionalität der Heilbronner Innenstadt durch Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und kulturelle Angebote
 - städtebauliche Neuordnung des Wollhaus-Standortes und Fortführung der Entwicklungen an den identifizierten Schlüsselstandorten innerhalb der Innenstadt
 - weitere Attraktivierung der Innenstadt und Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen des Masterplans Innenstadt 2019
- /// Sicherung und ggf. Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs**
 - Sicherung und Stärkung der Nahversorgungslagen im gesamten Stadtgebiet durch Erhalt und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels
 - punktuelle Verbesserung der räumlichen Angebotssituation durch Schließung von Versorgungslücken
- /// Sicherung und Weiterentwicklung von geeigneten Standorten für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten.**

Abbildung 24: Ziele des Märkte- und Zentrenkonzeptes



GMA-Darstellung 2021

Das Märkte- und Zentrenkonzept umfasst weiterhin folgende Bausteine (vgl. Abbildung 31):

- / **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert stadtspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- / **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

3. Überprüfung des Sortimentskonzeptes

Das überprüfte Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandels assortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen.

3.1 Begriffsdefinition

Zur Einordnung der in der Praxis üblichen Differenzierung der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente erfolgt zunächst eine Definition der Begriffe.

- Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).
- Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zentrenbildende Funktionen aufweisen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert werden. Diese Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen. Diese sind eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente.
- Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

3.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Nichtzentrenrelevanz vor dem Hintergrund folgender Aspekte:

Übersicht 3: Differenzierung der Sortimente nach Zentrenrelevanz

| zentrenrelevante Sortimente | nicht-zentrenrelevante Sortimente |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Magnetfunktion, Steigerung der Attraktivität der Innenstadt ▪ für einen leichten Transport geeignet (ohne Pkw) ▪ geringe bis mittlere Flächenansprüche ▪ Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes ▪ Synergien mit anderen Sortimenten in der Innenstadt | <ul style="list-style-type: none"> ▪ hohe Flächenansprüche ▪ Beschaffenheit des Sortimentes erfordert einen Transport mit dem Pkw ▪ nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen (z. B. Möbel) ▪ keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten ▪ keine Bedeutung als Frequenzbringer |
| davon nahversorgungsrelevante Sortimente <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung ▪ häufige Nachfrage (mehrmals pro Woche) ▪ räumliche Nähe spielt eine wichtige Rolle | |

GMA-Darstellung 2021

Aus der o.a. Darstellung lassen sich im Wesentlichen folgende Kriterien zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten ableiten:

- / **„Warenbeschaffenheit / Transport“:** Schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrentauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.
- / **„Flächenbedarf“:** Zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.
- / **„Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt“:** Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf, ist er dem kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher zentrenrelevante Eigenschaften auf.
- / **„Magnetfunktion“:** Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Filialisten“) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Zentrenrelevanz hindeutet. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.

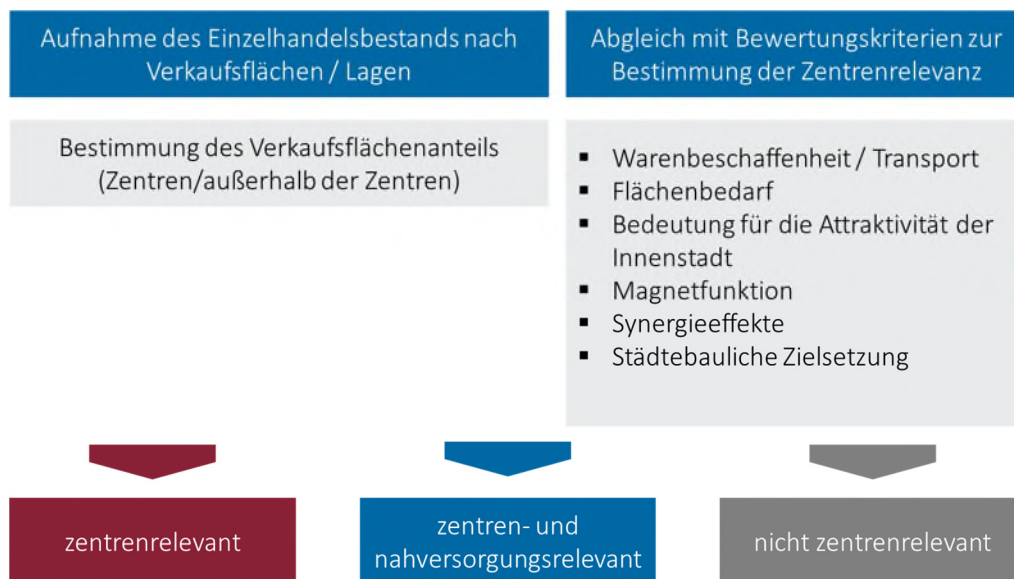
- / **„Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten“:** Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt i. d. R. die Intensität von Kopplungskäufen ab.
- / **„Stadtentwicklungspolitische und städtebauliche Zielsetzungen“** der Stadt Heilbronn bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung sind zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen einzelner Standortlagen zu bewerten.

Neben den objektiven Kriterien zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten sind ebenfalls die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung zu beachten. So sind sowohl im Einzelhandelserlass Baden-Württemberg als auch im Regionalplan Heilbronn-Franken 2020 zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente definiert. Dies ist bei der Überprüfung des kommunalen Sortimentskonzeptes zu berücksichtigen.

3.3 Überprüfung der Heilbronner Sortimentsliste

Bei der Überprüfung des Sortimentskonzeptes für Heilbronn wird wie folgt vorgegangen:

Abbildung 25: Methodik zur Überprüfung des Sortimentskonzeptes



GMA-Darstellung 2021

- / Zunächst wird einen Abgleich der bislang verwendeten Liste der zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente (vgl. Übersicht 3) mit dem aktuellen Bestand in zentralen Lagen durchgeführt. Dabei ist zu prüfen, ob die für die Stadt Heilbronn als zentrenrelevant definierten Sortimente⁴² nach wie vor in zentralen Lagen vertreten sind (vgl. Anlage 1).

⁴² Gemäß Märkte- und Zentrenkonzept Heilbronn 2002.

- Anhaltspunkte für die Zentrenrelevanz von Einzelhandels Sortimenten ergeben sich aus dem vorhandenen Angebotsbestand in zentralen Lagen in Verbindung mit städtebaulichen Kriterien (vgl. vorangegangenes Kapitel). Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Heilbronn orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb der Zentren angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen in den Zentren möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Dem gegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die bislang als zentrenrelevant eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen die Zentren nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, aus der Heilbronner Sortimentsliste herausgenommen werden.

Übersicht 4: Bisherige Sortimentsliste Märkte- und Zentrenkonzept Heilbronn 2002

| Übersicht 2: Der GMA-Gliederungsvorschlag für Heilbronn nach zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten | |
|--|--|
| <i>Zentrenrelevante Sortimente</i> | <i>nicht-zentrenrelevante Sortimente</i> |
| <ul style="list-style-type: none"> - Nahrungs- und Genussmittel incl. Lebensmittelhandwerk - Reformwaren - Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf, Zeitschriften, Bücher - Spielwaren, Bastelartikel - Drogeriewaren, Kosmetika, Apothekerwaren - Schnittblumen - Oberbekleidung, Wäsche, sonstige Textilien - Wolle, Handarbeiten, Stoffe, Haus- und Tischwäsche - Schuhe, Lederbekleidung, Lederwaren, Modewaren incl. Hüte, Accessoires und Schirme, Orthopädie - Sportartikel - Nähmaschinen und Zubehör u.ä. - Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik, Kunstgewerbe, Geschenkartikel - Uhren, Schmuck, Silberwaren - Unterhaltungs- und Haushaltselektronik, Klein elektrogeräte sowie Geräte der Telekommunikation (z.B. Handys) - Fotogeräte, Videokameras, Fotowaren - optische und feinmechanische Erzeugnisse - Musikalienhandel, Ton- und Bildträger | <ul style="list-style-type: none"> - Getränke (nur Kistenware) - Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Badeeinrichtungen und -ausstattung, Sanitär/Fliesen, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen - Möbel/Küchen/Büromöbel - Beleuchtungskörper, Elektroinstallationsbedarf - Elektrogroßgeräte (weiße Ware), Herde, Öfen, Elektroeinbaugeräte, Haushaltstechnik - Teppiche/Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten, Malerbedarf - Holz, Bauelemente, wie z.B. Fenster, Türen - Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel, Torf und Erde, Pflanzengefäße, Gartenmöbel, Gartenwerkzeuge, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Naturhölzer u.ä. - Campingartikel - Brennstoffe/Mineralölzeugnisse - Kfz/Motorräder/Mopeds/Kfz-Zubehör/Rasenmäher, Motorrad- und Fahrradzubehör - großteilige Sportgeräte (z.B. Surfboards, Fahrräder) - zoologischer Bedarf - Computer, Bürogeräte - Bettwaren, Gardinen und Zubehör |
| Quelle: GMA-Empfehlungen auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung 2001. | |

- /// Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der Zentren nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Märkte- und Zentrenkonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.
- /// Zudem wurde die Liste hinsichtlich der Struktur, der Sortimentsbezeichnungen überarbeitet und um neue Sortimentsbereiche ergänzt, da sich seit 2002 einige Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft ergeben haben.

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente gemäß der oben aufgeführten Kriterien und unter Berücksichtigung konkreter örtlicher Gegebenheiten in Heilbronn den zentren-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (vgl. Übersicht 4). Die Begründung für eine Zuordnung der einzelnen Sortimente zu den zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist in der Anlage zu finden.

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung (zentrenrelevant bzw. nahversorgungsrelevant – nicht-zentrenrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den außerhalb der Innenstadt bzw. den dezentralen / nicht integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- /// die positive Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen
- /// die negative Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig
- /// zusätzliche Steuerungsmöglichkeiten durch Verkaufsflächenbegrenzungen in sonstigen Sondergebieten

Somit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Heilbronn zukünftig gesteuert werden kann.

Übersicht 5: Heilbronner Sortimentsliste 2021

| zentrenrelevante Sortimente | nicht zentrenrelevante Sortimente* |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie Schnuller, Flaschen, Zubehör) ▪ Bastelartikel ▪ Bekleidung, Wäsche ▪ Bücher ▪ Elektro-Haushaltsgeräte (Kleinteile wie Mixer, Bügeleisen (außer Elektrogroßgeräte)) ▪ Geräte der Telekommunikation ▪ Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Geschenkartikel, Keramik, Korbwaren ▪ Heimtextilien, Haus- / Bett- / Tischwäsche, Zierkissen, Badtextilien ▪ Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel ▪ medizinisch-orthopädische Artikel, Sanitätswaren ▪ Münzen, Briefmarken ▪ Optik / Akustik ▪ Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf ▪ Schuhe, Lederwaren ▪ Spielwaren ▪ Sportartikel, Sportkleingeräte ▪ Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe) ▪ Uhren, Schmuck ▪ Unterhaltungs-, Kommunikationselektronik, Computer, Foto / Video ▪ Ton- und Bildträger | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Angelbedarf / Jagdbedarf ▪ Antennen / Satellitenanlagen ▪ Arbeitsbekleidung ▪ Baby- und Kinderartikel (sperrige Ware wie Kinderwägen, Autositze) ▪ Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Eisenwaren und Werkzeuge ▪ Büromaschinen, Büroorganisationsmittel, Bürogeräte ▪ Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) ▪ Elektrogroßgeräte, Herde, Öfen ▪ Elektroinstallationsbedarf ▪ Fahrräder, Fahrradzubehör (ohne Bekleidung) ▪ Gardinen und Zubehör ▪ Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) ▪ Getränke (Kistenware) ▪ Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen ▪ Kfz und Fahrzeuge aller Art, Motorräder / Mopeds** ▪ Kfz-Zubehör, Motorradzubehör ▪ Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper ▪ Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken) ▪ Möbel (inkl. Küchenmöbel / Büromöbel) ▪ Musikinstrumente, Musikalien ▪ Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel ▪ Reitsportartikel ▪ Sanitärartikel, Fliesen ▪ Sportgroßgeräte ▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten ▪ Tiere, Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf |
| zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Drogeriewaren, inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika ▪ Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke) ▪ pharmazeutische Artikel / Apothekerwaren ▪ Reformwaren ▪ Schnittblumen ▪ Zeitungen, Zeitschriften | |

* Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsvorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Märkte- und Zentrenkonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

** kein Einzelhandel im engeren Sinne

GMA-Empfehlungen 2021

Folgende wesentliche Änderungen waren im Rahmen der Überprüfung des Sortimentskonzeptes notwendig:

- /// Die **Einführung der nahversorgungsrelevanten Sortimente** war die wesentliche Änderung des Sortimentskonzeptes. Diese Änderung war u. a. auch den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung geschuldet, jedoch auch in Heilbronn sinnvoll, da die Nahversorgungsstrukturen dort arbeitsteilig organisiert sind und durch die Festlegung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten eine weitergehende bessere Steuerung dieser Sortimente in zentralen Nahversorgungslagen möglich wird.
- /// Nach einer Überprüfung der Zentrenrelevanz wurden zwei Sortimente anderweitig zugeordnet. So ist bei einer erneuten Überprüfung das Sortiment **Computer** nun den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen, da sich hier die technischen Entwicklungen von großen Desktop-PC mit hohem Gewicht hin zu kleinen, überwiegend tragbaren Geräten (Laptops, Tablets etc.) entwickelt und sich so die Rahmenbedingungen für das Betreiben eines Betriebs mit diesem Sortiment deutlich gewandelt haben. Darüber hinaus ist es seit langem Ziel, wieder einen Elektrofachmarkt in der Heilbronner Innenstadt anzusiedeln. Insofern spielt auch die städtebauliche Zielsetzung zur Realisierung eines solchen Angebotes eine wichtige Rolle. Im Fall des Sortiments **Musikalien / Musikinstrumente** hat sich der Angebotsschwerpunkt klar in Richtung sonstiger Standortlagen verschoben. Auch zukünftig ist das Sortiment Musikalienhandel / Musikinstrumente als Spezialsortiment zu bewerten, welches in jedem Fall eine Bereicherung für die Sortimentsstruktur innerhalb der Stadt Heilbronn darstellt. Magneteffekte mit sonstigen Sortimenten in der Innenstadt sind ebenfalls nicht zu erwarten und punktuell ist auch auf die Sperrigkeit der Waren (z. B. Klaviere etc.) hinzuweisen. Insofern wird dieses Sortiment den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.
- /// Neben solchen Sortimenten, die eine Zuordnung gewechselt haben, wurden weitere Sortimente in die Sortimentsliste aufgenommen. Dies betrifft im Wesentlichen den Bereich **Baby- / Kinderartikel** sowie Spezialsortimente aus dem Bereich **Reitsport, Angelbedarf / Jagdbedarf und Arbeitsbekleidung**. Diese Sortimente waren bislang nicht in der Sortimentsliste enthalten und wurden nun entsprechend zugeordnet.
- /// Für einen **Großteil der Sortimente** haben sich jedoch auch nach einer Überprüfung keine Änderungen ergeben.

Ein akuter Handlungsbedarf zur Änderung der Bebauungspläne der Stadt Heilbronn besteht aufgrund der geringfügigen Modifizierungen der Sortimentsliste aktuell somit nicht.

4. Überprüfung des Standortkonzeptes

Das überprüfte Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der zukünftigen Bewertung von Ansiedlungsvorhaben großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Aus diesem Grund erfolgt im Rahmen des Standortkonzeptes eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in Heilbronn in eine Zentren- und Standortstruktur. Dazu werden sog. zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt. Nachfolgende fachliche Einordnung des Begriffes „zentraler Versorgungsbereich“ soll zur besseren Verständlichkeit der Einordnung dienen.

4.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

4.1.1 Rechtliche Anforderungen

Mit dem § 11 Abs. 3 BauNVO ist der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ bereits lange Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs und wurde i. R. der weiteren Novellierung des BauGB im Jahr 2007 als zusätzlich zu berücksichtigender Belang im Rahmen der Aufstellung der Bauleitpläne eingeführt (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB: „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“).

Folgende vier Schutznormen erfassen (auch) zentrale Versorgungsbereiche⁴³:

- / **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- / **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahingehend, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- / **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.
- / **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

⁴³ Vgl. hierzu u. a. Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

- / Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung in **§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG** verankert. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen. Die Erhaltung gerade der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche ist damit für den Bundesgesetzgeber eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, welcher durch die entsprechenden Novellierungen des BauGB diesem einen erheblichen Bedeutungszuwachs zugesprochen wurde. Eine allgemeingültige Definition liegt folglich nicht vor. In den nunmehr knapp zehn Jahren, die z. T. von konträren Diskussionen und in Folge auch Interpretationsunsicherheiten in der Praxis geprägt waren, wurden durch die **Rechtsprechung** die bestehenden Begrifflichkeiten thematisiert und in Teilen konkretisiert. Als handhabbare und operationalisierbare Gerichtsurteile ist exemplarisch auf folgende Urteile hinzuweisen⁴⁴:

- / Das BVerwG führt in seinem Urteil vom 11.10.2007 aus⁴⁵: „... sind zentrale Versorgungsbereiche **räumlich abgrenzbare Bereiche** einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich** hinaus zukommt. Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.“
- / In einem weiteren Urteil des BVerwG heißt es⁴⁶: „Zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich** hinaus zukommt“ (BVerwGE 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11). Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich **zentrale Funktion** hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.

⁴⁴ Für Hamburg sind keine entsprechenden Urteile bekannt.

⁴⁵ Vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

⁴⁶ Vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009 - 4 C 2.08.

- / Ergänzend ist auf eine gerichtliche Befassung hinsichtlich der notwendigen Ausstattung, insbesondere von Nahversorgungszentren hinzuweisen, die im Rahmen des Urteils des OVG NRW vom 15.02.2012⁴⁷ präzisiert wurde. Diesbezüglich wurde das Kriterium des **funktionalen Gewichts eines zentralen Versorgungsbereiches** hervorgehoben, wonach ein zentraler Versorgungsbereich einen über seine Grenzen hinaus reichenden räumlichen Versorgungsauftrag bzw. Einzugsbereich haben muss und somit „über den unmittelbaren Nahbereich“ hinauswirken muss. Hierauf wurde bereits im Rahmen des Urteils BVerwG vom 17.12.2009⁴⁸ verwiesen.

Entscheidend ist, dass eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage somit nach „Lage, Art und Zweckbestimmung“ eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat⁴⁹. Der nach städtebaulich-funktionalen Kriterien abgrenzbare Bereich hat Einzelhandelsnutzungen aufzuweisen, die aufgrund ihrer Qualität und ihres Gewichts einen über die eigenen Grenzen und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich haben; die Nutzungen müssen diese zentrale Funktion erfüllen, was sich letztlich auch an der Stadtgröße bemisst⁵⁰.

Somit können zentrale Versorgungsbereiche sowohl einen umfassenden als auch einen auf einen bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereich beschränkten Versorgungsbereich abdecken. Es ist kein übergemeindlicher Einzugsbereich vorausgesetzt. Auch ein Standort, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsgebiet wohnenden Bevölkerung. Ein zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen gewissen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit funktionalem und städtebaulichem Gewicht haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

Die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

- / planerischen Festlegungen d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- / sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte) und aus den
- / nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.⁵¹

⁴⁷ Vgl. OVG NRW, 10 D 32 / 11.NE; Urteil vom 15.02.2012.

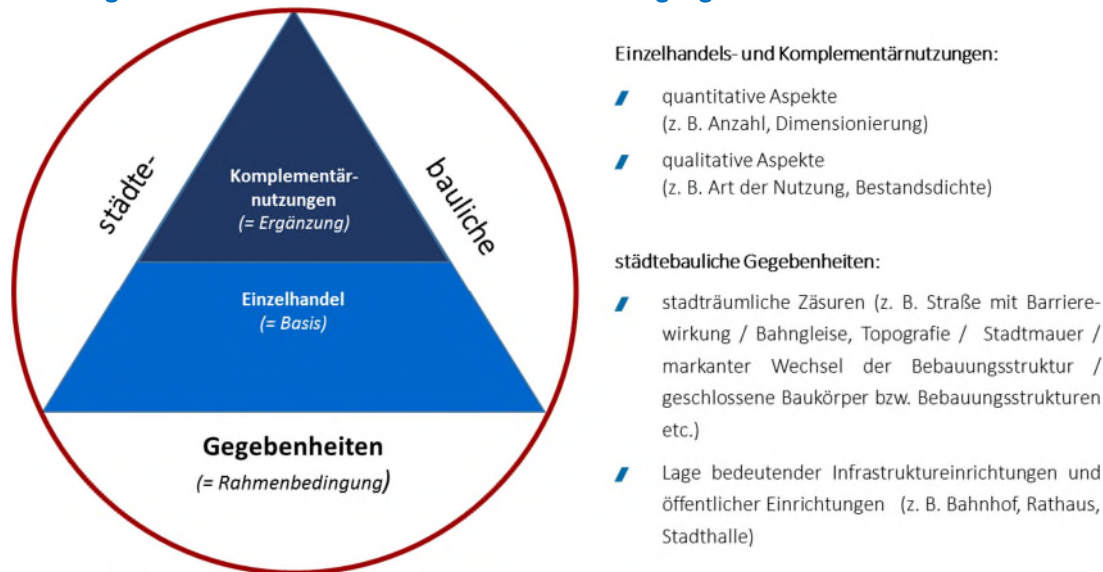
⁴⁸ Vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, 4 C 2.08.

⁴⁹ Vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

⁵⁰ Vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432 / 10, juris RN 30 ff.

⁵¹ d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

- /// Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden⁵² und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.⁵³
- /// Für einen zentralen Versorgungsbereich ist somit die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird.

Abbildung 26: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche


GMA-Darstellung 2021

4.1.2 Methodik zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Ausgehend von den dargelegten rechtlichen Anforderungen zur Identifizierung und Festlegung zentraler Versorgungsbereiche wurden Kriterien formuliert, die bei der Identifikation von zentralen Versorgungsbereichen einheitlich zugrunde gelegt wurden:

- /// städtebaulich integrierte Lage
- /// räumlich abgrenzbarer Bereich
- /// zentrale Funktion mit städtebaulichem und funktionalem Gewicht (= Versorgung der Bevölkerung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus)
- /// Multifunktionalität (Einzelhandel ergänzt durch Dienstleistungen, gastronomische Angebote und ggf. Kultur und Freizeit)
- /// Entwicklungsfähigkeit (Flächenpotenziale).

Es ist herauszustellen, dass es sich bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches letztlich immer um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien handelt, wengleich die Kriterien Integration und zentrale Versorgungsfunktion (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich hinaus“) als unverrückbare „**Muss-Kriterien**“ gelten.

⁵² vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

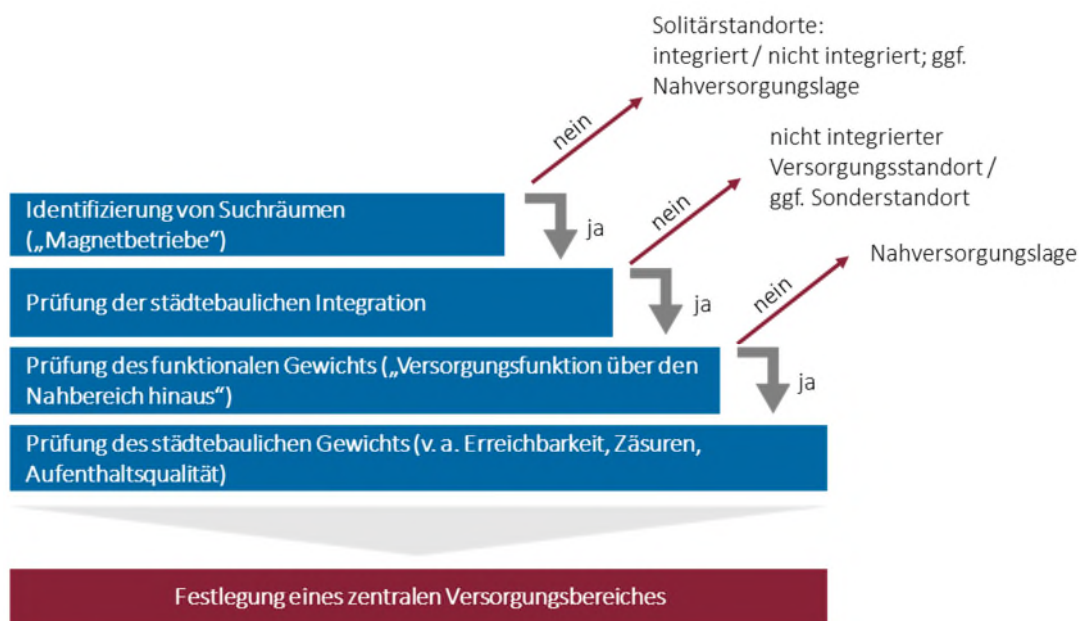
⁵³ d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

Der Prozess zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche erfolgte in Heilbronn mit nachfolgender Methodik:

- // **Identifizierung von „Suchräumen“** für einen zentralen Versorgungsbereich auf Grundlage der Einzelhandelserhebung (Geschäftslagen mit Magnetbetrieben). Eine Ausnahme bilden Planungen und Entwicklungsvorstellungen über konkrete Konzeptionen für Teilräume, die aktuell noch nicht als „Suchraum“ zu identifizieren sind, da dort noch kein oder nur unzureichender Handel vorhanden ist. Diese sog. „planerischen Zentren“, die sich derzeit noch nicht aus den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen ableiten müssen, jedoch einer Entwicklungskonzeption unterliegen, welche eine Umsetzung und Entwicklung in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erkennen lassen. Auch diese Bereiche werden in der Folge hinsichtlich ihrer städtebaulichen Integration untersucht.
- // **Prüfung der städtebaulichen Integration**
- // **Prüfung und Bewertung des funktionalen Gewichts**
- // **Prüfung und Bewertung des städtebaulichen Gewichts.**

Bei positiver Bewertung der vier aufeinanderfolgenden Schritte war eine Festlegung und anschließende Abgrenzung der Geschäftsbereiche als zentraler Versorgungsbereich vorzunehmen.

Abbildung 27: Methodik zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche



Bei Überprüfung: Berücksichtigung hinreichend konkreter Planungen

GMA-Darstellung 2021

4.1.3 Methodik zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Sofern die Kriterien zur Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches vorlagen, wurden diese fachgerecht abgegrenzt. Hierfür wurden Kriterien für die konkrete Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen anhand der tatsächlichen Vorort-Situation festgelegt (vgl. Abbildung 28):

Abbildung 28: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

| Zugangsvoraussetzung: Städtebaulich integrierte Lage | |
|--|--|
| funktionale Kriterien | städtebauliche Kriterien |
| <ul style="list-style-type: none"> /// Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus /// Umlandbesatz mit Magnetfunktion /// Branchenmix und Fristigkeit /// Betriebstypenmix /// ergänzender kleinteiliger Handel, Komplementärnutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Angebote, „Multifunktionalität“) /// Dichte, Nähe, Längenausdehnung /// Wettbewerbssituation im Umfeld /// Stabilität und Leistungsfähigkeit der Lage /// Entwicklungs- und Flächenpotenziale | <ul style="list-style-type: none"> /// fußläufige Erreichbarkeit /// ÖPNV-Erreichbarkeit /// PKW-Erreichbarkeit /// Barrieren / Zäsuren /// Nutzungsunterbrechungen /// parzellenscharfe Abgrenzung /// städtebauliche Qualität (u.a. Zustand und Gestaltung privater und öffentlicher Raum i.S. von Aufenthaltsqualitäten) |

GMA-Darstellung 2021

4.1.4 Einordnung zentraler Versorgungsbereiche in Heilbronn (Zentrenklassifikation)

Der Gesetzgeber sieht für zentrale Versorgungsbereiche unterschiedliche Stufen vor. Diese richten sich nach der Größe der Stadt oder Gemeinde sowie der Struktur der jeweiligen Einzugsbereiche. Der Begründung zu § 9 Abs. 2 a BauGB ist zu entnehmen:

Der Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ umfasst Versorgungsbereiche unterschiedlicher Stufen, also insb. Innenstadtzentren v. a. in Städten mit größerem Einzugsbereich, Nebenzentren in Stadtteilen sowie Grund- und Nahversorgungszentren in Stadt- und Ortsteilen und nicht städtischen Gemeinden⁵⁴

Es lassen sich somit drei Grundtypen von Zentren ausmachen, die als Grundlage für eine Hierarchisierung heranzuziehen sind⁵⁵:

- /// **Hauptzentren / Innenstadtzentren:** diese versorgen i. d. R. das gesamte Stadtgebiet und ggf. das weitere Umland v. a. mit einem breiten und großen Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten in allen Fristigkeitsstufen.
- /// **Nebenzentren:** Die Versorgungsfunktion ist i. d. R. auf bestimmte Bezirke größerer Städte beschränkt und weist im Vergleich zur erstgenannten Kategorie ein geringeres Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten auf, jedoch mit einem insgesamt deutlich geringerem Angebot.
- /// **Nahversorgungszentren:** diese dienen vorzugsweise der Versorgung des Nahbereiches mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, bilden jedoch in Folge eines funktionalen Gewichts und Attraktivität eine Versorgungsfunktion auch darüber hinaus auf. In begrenztem Umfang werden auch Waren für den mittelfristigen Bedarf angeboten, sind jedoch keine Voraussetzung.

⁵⁴ Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007; Bundestagsdrucksache; 16 / 2496, S. 11.

⁵⁵ Vgl. u. a. Ulrich Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 82 f.

Zur Einordnung zentraler Versorgungsbereiche unterschiedlicher Stufen und Versorgungsbedeutung sind vor dem Hintergrund unterschiedlicher Funktionszuweisungen i. d. R. zunächst folgende Kriterien heranzuziehen:

- / Mit Zunahme der zeitlichen Fristigkeit (Anteil mittel- und langfristiger Sortimente) nimmt die Versorgungsbedeutung über den Nahbereich hinaus deutlich zu. Dies kann auf ein höherrangiges Zentrum („übergeordnetes Zentrum“) hinweisen.
- / Bei klassischen Nahversorgungszentren dominiert deutlich das Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich.
- / Mit zunehmender Hierarchisierung zentraler Versorgungsbereiche nimmt die Anforderung an städtebauliche Kriterien zu. So können im Umkehrschluss Nahversorgungszentren als funktionale Angebotsbereiche auch ein deutlich geringeres städtebauliches Gewicht aufweisen.

Zur nachvollziehbaren und einheitlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Heilbronn wird in nachfolgender Übersicht eine Reihe von Kriterien dargestellt, die unter Berücksichtigung der konkreten Vor-Ort-Situation bei der räumlichen Abgrenzung aller Zentren zugrunde gelegt wurden. Dabei sind die Vorgaben der Rechtsprechung zu beachten.

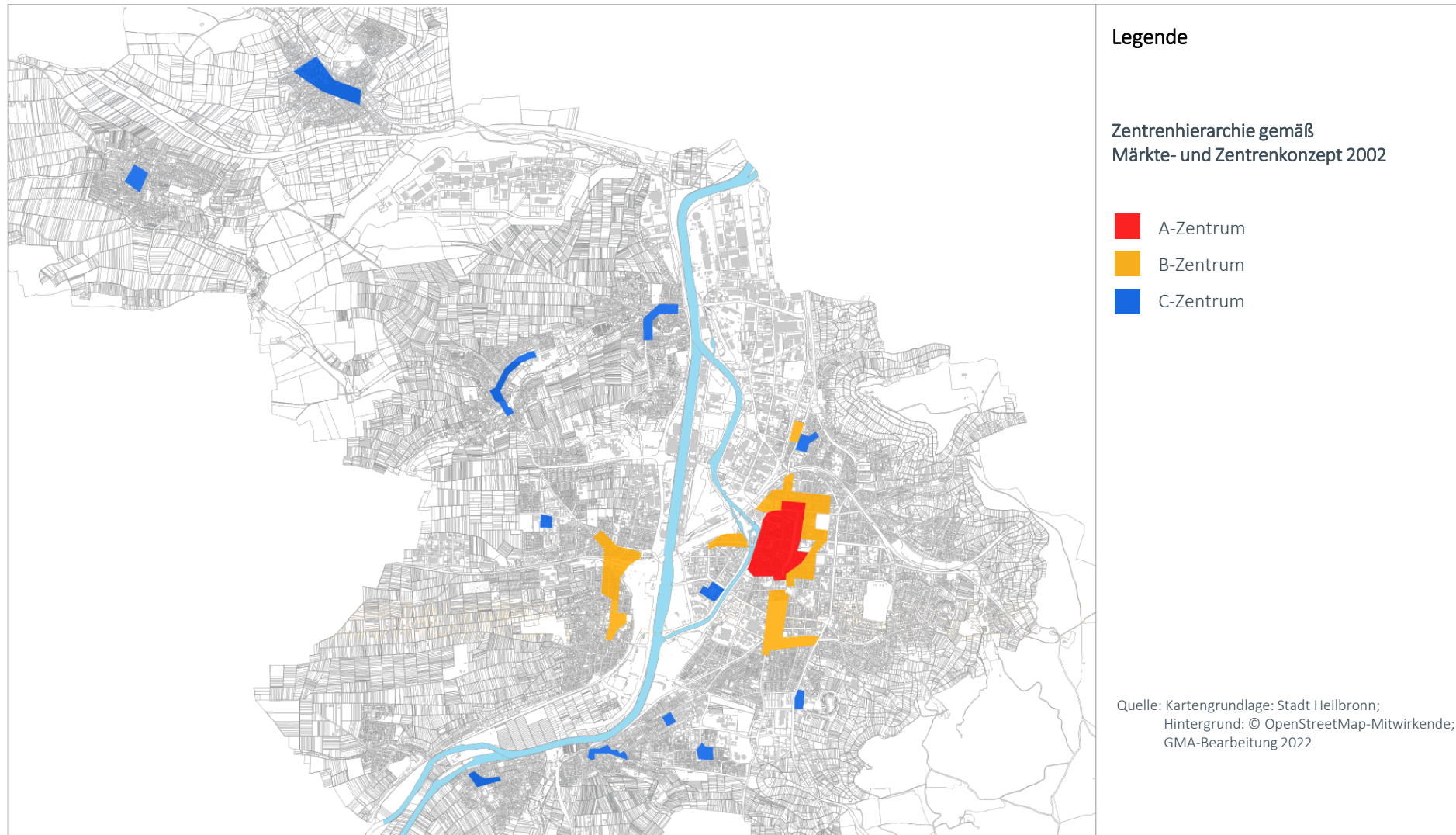
Übersicht 6: **Ausstattungsmerkmale der Zentrentypen**

| Kriterium | A-Zentrum „City“ | B-Zentren „Stadtteilzentren“ | C-Zentren „Nahversorgungszentren“ |
|---|--|--|---|
| Versorgungsfunktion | Heilbronn und Region | Stadtbezirk / Stadtteile | Stadtteil / Wohnsiedlungsbereich |
| Öffentliche Einrichtungen und Bildungsangebot | u. a. Rathaus, Stadtverwaltung, Behörden, Hochschule, Stadtbibliothek | Verwaltungsstelle, Polizei, Schulen, Kindertagesstätten | Quartiersbüros, Polizei, Nachhilfe, Kindertagesstätten, insgesamt gering ausgeprägt |
| Kulturelles Angebot | Theater, Konzertsäle, Museen, Galerien | Museum, Fitnessstudios, Interkulturelle Begegnungstätten | Fitnessstudios, Jugendreff, interkulturelle Begegnungstätten, insgesamt gering ausgeprägt |
| Dienstleistungsangebot und medizinische Einrichtungen | vielseitiges Angebot an Finanz- und Gesundheitsdienstleistern, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern, Anwaltskanzleien, Firmenvertretungen etc. | differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern, Bankfilialen, Anwaltskanzleien, Fach- und Allgemeinärzte, etc. | Grundausrüstung mit einzelhandelsnahen Dienstleistern, Bankfiliale, Allgemeinmediziner |
| Gastronomieangebot | differenziertes gastronomisches Angebot, auch spezialisierte gastronomische Anbieter und Systemgastronomie, Hotels | Restaurants (z. T. mit Außen-gastronomie), Cafés, Bistros, Imbiss | Restaurants, Imbiss, Bistro, Kneipe |
| Angebotsmix Einzelhandel | Vollständiges Angebot im Bereich zentrenrelevanter Warengruppen Mix aus Filialisten und inhabergeführte Fachgeschäfte | Umfassendes Angebot nahversorgungs- und zentrenrelevanter Warengruppen | überwiegend Nahversorgung, hoher Anteil Nahrungs- und Genussmittel |

| Kriterium | A-Zentrum „City“ | B-Zentren „Stadtteilzentren“ | C-Zentren „Nahversorgungszentren“ |
|------------------------------|---|---|--|
| Nahversorgung | differenzierter Betriebstypenmix: Lebensmittelvollsortimenter / -discounter, Biomärkte und Reformhäuser, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk | Differenzierter Betriebstypenmix: SB-Warenhaus, Verbrauchermärkte, Lebensmittelvollsortimenter / -discounter, Biomärkte, ethnische Lebensmittelmärkte, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk | eingeschränkter Betriebstypenmix und Wettbewerb in den Warengruppen: Lebensmittelvollsortimenter / -discounter, ethnische Lebensmittelmärkte, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk |
| Einzelhandelsvertriebsformen | alle Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels u. a. Einkaufszentren, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Facheinzelhandel, Filialisten | Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels u. a. (SB-)Warenhäuser, (Textil-)Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Facheinzelhandel, Filialisten | Vertriebsformen des großflächigen und kleinflächigen Einzelhandels u. großflächige Lebensmittelmärkte, kleinteiliger Facheinzelhandel |
| Angebotsqualität | differenziertes Angebotsniveau, Angebot für verschiedene Zielgruppen | niedriges und mittleres Angebotsniveau | überwiegend niedriges und mittleres Angebotsniveau, geringe Sortimentstiefe, Sortimentslücken |
| Städtebauliche Situation | konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte | | wie A- und B-Zentrum, im Einzelfall auch größere Lebensmittelmärkte mit ergänzendem Angebot |
| | Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder | | |
| Straßennetz | zentrale Lage im Hauptstraßennetz | Lage an bzw. gute Erreichbarkeit über bedeutende Hauptverkehrsstraßen | z.T. Lage abseits übergeordneter Hauptverkehrsachsen; an Erschließungsachsen der Wohngebiete |
| Öffentliche Verkehrsmittel | überregionaler Bahnanschluss (Regional- / Fernverkehr der Deutschen Bahn AG), S-Bahn und Buslinien | z. T. regionaler Bahnanschluss (Regionalverkehr der Deutschen Bahn AG), S-Bahn und Buslinien | z.T. Buslinien |

GMA-Darstellung 2021

Karte 7: Übersicht Zentren- und Standortstruktur in Heilbronn 2002



4.2 Überprüfung des Standortkonzeptes 2002

Das Standortkonzept Märkte- und Zentrenkonzept 2002 soll im Zuge der Fortschreibung überprüft und auf Basis der aktuellen rechtlichen Anforderungen neu aufgestellt werden. Im Märkte- und Zentrenkonzept 2002 wurden folgende Zentren festgelegt:

Tabelle 11: Zentrenhierarchie gemäß Märkte- und Zentrenkonzept 2002

| Kategorie | Zentrenbezeichnung |
|-----------------------------------|--|
| A-Zentrum (City) | City |
| B-Zentren (Stadtteilzentren) | City-Erweiterung Innenstadt Süd Bahnhofsvorstadt Böckingen |
| C-Zentren (Nahversorgungszentren) | Heilbronn-Nord Heilbronn-Süd Bahnhofsvorstadt Sontheim Nord Sontheim Ost Sontheim West Horkheim Böckingen-West Frankenbach Neckargartach Biberach Kirchhausen |

Die räumliche Abgrenzung der im Konzept 2002 ausgewiesenen Zentrenbereiche ist in Karte 7 aufgeführt.

4.3 Fortschreibung des Standortkonzeptes




Unter Berücksichtigung der überprüften Standortstrukturen ergibt sich aktuell folgendes Standortkonzept:⁵⁶

⁵⁶ In Anlage 3 ist eine detaillierte Aufstellung der Zentrenklassifikationen Stand 2002 / 2021 inkl. Begründung für mögliche Änderungen zu finden.

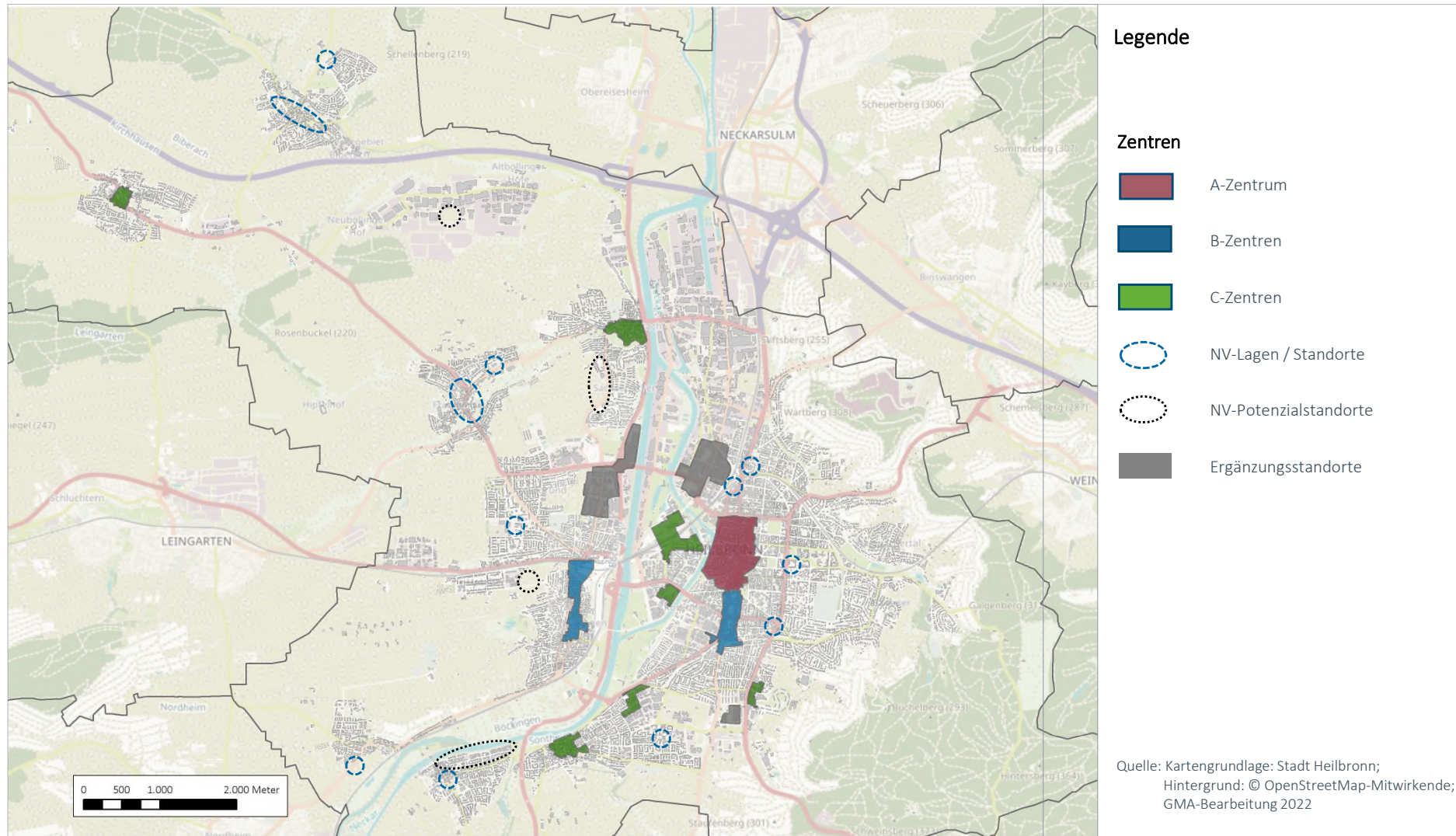
Abbildung 29: Zentren- und Standortkonzept Heilbronn

| Zentrentyp | Hauptzentrum (A-Zentrum) | Stadtteilzentren (B-Zentren) | Nahversorgungszentren (C-Zentren) | Nahversorgungslagen / -standorte | Sonder-/ Ergänzungsstandorte |
|---------------------|---------------------------|---|---|--|--|
| Lage | Innenstadt | Südstadt Böckingen | Bahnhofsvorstadt-Süd (Kaufland) Neckarbogen / Bahnhofsvorstadt-Nord Stuttgarter Straße (Kaufland) Sontheim-Nord Sontheim-West Neckargartach Kirchhausen | Biberach, Böckingen-West, Horkheim, Frankentbach, Jörg-Ratgeb-Platz, Neckargartach / Sachsenacker Nordstadt, Oststraße sowie mehrere Lebensmittelmärkte | Industriegebiet Neckar Gewerbegebiet Böckingen-Nord Businesspark Schwabenhof |
| Versorgungsfunktion | gesamstädtisch / regional | teilstädtisch / z.T. überörtlich | stadtteilbezogene / keine überörtliche | stadtteilbezogene / keine überörtliche | gesamstädtisch / regional |
| Beschreibung | | Zentrale Versorgungsbereiche gemäß: § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO | | Nahversorgungslagen: wohnnah, fußläufig erreichbare Standorte der Nahversorgung mit mindestens drei nahversorgungsrelevanten Betrieben in einem engen räumlichen Zusammenhang Nahversorgungsstandorte: solitär oder im Standortverbund gelegene Lebensmittelmärkte mit wichtiger Nahversorgungsfunktion | autokundenorientierte Standorte des i. W. großflächigen, zentren und nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels |

GMA-Darstellung 2021

-  In Heilbronn wird ein **Hauptzentrum** (A-Zentrum) im Bereich der Heilbronner Innenstadt / City ausgewiesen. Dieses A-Zentrum umfasst im Wesentlichen den Innenstadtbereich zwischen Neckar in Richtung Westen, Mannheimer bzw. Weinsberger Straße in Richtung Norden, der Allee in Richtung Osten sowie der Straße Am Wollhaus / Rollwagstraße / Cäcilienstraße in Richtung Süden. In diesem Bereich ist ein Schwerpunkt des Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Besatzes an Komplementärnutzungen festzuhalten. Im Sinne einer an den Leitlinien ausgerichteten Einzelhandelsansiedlungspolitik sollten Neuansiedlungen großflächiger Betriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten und einer gesamstädtischen bzw. regionalen Bedeutung auf diesen Standortbereich gelenkt werden.
-  Als **Stadtteilzentren** (B-Zentren) werden in Heilbronn insgesamt zwei zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen. Diese sind im Stadtteil Böckingen (B-Zentrum Böckingen) sowie direkt südlich angrenzend an das Heilbronner A-Zentrum (B-Zentrum Südstadt) zu finden. Als zentrale Versorgungsbereiche mit teilstädtischer und z. T. überörtlicher Bedeutung übernehmen diese Stadtteilzentren eine wichtige Versorgungsbedeutung auf Stadtteilebene sowohl im Lebensmittel- als auch im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich. Auch an diesen Standorten sind Neuansiedlungen großflächiger Betriebe (> 800 m² VKF) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich, wenngleich die Versorgungsbedeutung dieser Betriebe im Unterschied zu der innerhalb des Hauptzentrums teilstädtisch und z. T. überörtlich bleibt und keine überregionale Versorgungsfunktion übernimmt.
-  Des Weiteren werden **Nahversorgungszentren** (C-Zentren) als zentrale Versorgungsbereiche zur Versorgung der Stadtteile – überwiegend im kurzfristigen Bedarfsbereich – ausgewiesen. Im Einzelnen sind diese im Bereich Sontheim-Nord und Sontheim-West (Ortskern Sontheim), im Stadtteil Neckargartach, im Stadtteil Kirchhausen, Heilbronn-Stuttgarter Straße (Kaufland) und Bahnhofsvorstadt-Süd (Kaufland) sowie im perspektivisch zur Realisierung vorgesehenen Stadtquartier Neckarbogen und im benachbarten Bahnhofsumfeld zu finden.

Karte 8: Übersicht Zentren- und Standortstruktur in Heilbronn 2021



- /// Die **Nahversorgungslagen** in der Nordstadt, Heilbronn-Biberach, -Böckingen-West (Schanz), -Horkheim, -Frankenbach, Jörg-Ratgeb-Platz, Neckargartach / Sachsenäcker, Nordstadt, Oststraße bilden jeweils Standorte, welche der wohnortnahen, fußläufigen Nahversorgung dienen und gleichzeitig im Verbund mit anderen Einzelhandelsbetrieben oder Dienstleistern stehen. Da sich an den Standorten – wenn überhaupt – jedoch nur kleine Nahversorger bzw. nur Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie ein ergänzendes Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot findet, bieten diese die Möglichkeiten für quartiersbezogene Ergänzungseinkäufe des überwiegend täglichen Bedarfs. Ein vollumfängliches Angebot von Waren des täglichen Bedarfs steht hier nicht zur Verfügung.
- /// Die **Nahversorgungsstandorte** bestehen aus solitär bzw. im Verbund in integrierter Standortlage gelegenen Lebensmittelmärkten und übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion in der Fläche. Ebenfalls dieser Kategorie zuzuordnen sind die Potenzialstandorte für die Sicherung der Nahversorgung.
- /// In Heilbronn werden drei **Ergänzungsstandorte** ausgewiesen. So ist hierbei auf den Ergänzungsstandort Industriegebiet Neckar hinzuweisen, welcher bereits heute sowohl durch zentren- als auch nicht zentrenrelevanten Handel insbesondere durch Großflächen geprägt ist. Ein weiterer Ergänzungsstandort wird im Bereich Gewerbegebiet Böckingen-Nord ausgewiesen. Dort befinden sich überwiegend großflächige Betriebsformen des Möbeleinzelhandels, Gartenfachhandels sowie punktuell auch nahversorgungs- und zentrenrelevanter Handel (Kaufland, Modehaus Kohfink). Ein dritter Ergänzungsstandort ist im südlichen Kernstadtbereich im Gewerbegebiet Businesspark Schwabenhof zu finden. Dort ist insbesondere auf OBI hinzuweisen. Bei den Standortlagen handelt es sich um vorwiegend autokundenorientierte Gewerbegebietsstandorte mit einem Einzelhandelsbesatz, welcher aus überwiegend großflächigen Betrieben aus dem Fachmarktbereich besteht. Aufgrund der jeweiligen Lage der Standorte im Gewerbegebiet sowie der vorgesehenen Funktionsteilung zwischen den abgegrenzten Zentren als Standorte für zentrenrelevante Sortimente und den Ergänzungsstandorten als Standorte für nicht zentrenrelevante Kernsortimente sollen diese Standorte eine ergänzende Funktion zum zentralen Versorgungsbereich einnehmen. Aufgrund des bereits heute ausdifferenzierten Einzelhandelsangebotes ist in diesem Zusammenhang ein weiterer Ausbau zentrenrelevanter Sortimente (mit Ausnahme von geringen Randsortimentsanteilen an zentrenrelevanten Sortimenten) nicht vorgesehen.
- /// Darüber hinaus ist eine Vielzahl von Einzelhandelsbetrieben an Standorten im Stadtgebiet verteilt, welche weder als zentraler Versorgungsbereich noch als Ergänzungsstandort einzustufen ist. Hierbei handelt es sich um sog. **sonstige Lagen**, wozu sowohl siedlungsräumlich integrierte Standorte (z. B. wohnortnahe Lagen) als auch dezentrale Bereiche (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete) zählen.

4.4 Zentrenprofile

Nachfolgend werden die zentralen Versorgungsbereiche anhand von Zentrenprofilen detailliert dargestellt und bewertet. Auch werden Empfehlungen zur künftigen Entwicklung der Zentren abgeleitet. Als Ergebnis werden die zentralen Versorgungsbereiche grundstücksscharf abgegrenzt und begründet.

4.4.1 A-Zentrum Innenstadt Heilbronn



| Einwohner/ Lage / Wettbewerb | | | |
|------------------------------|---------|---------|---------|
| Einwohner | 2002 | 2021 | Tendenz |
| Heilbronn | 116.551 | 128.999 | ▲ |
| Kernstadt | 53.373 | 62.460 | ▲ |

Lage und Umfeld

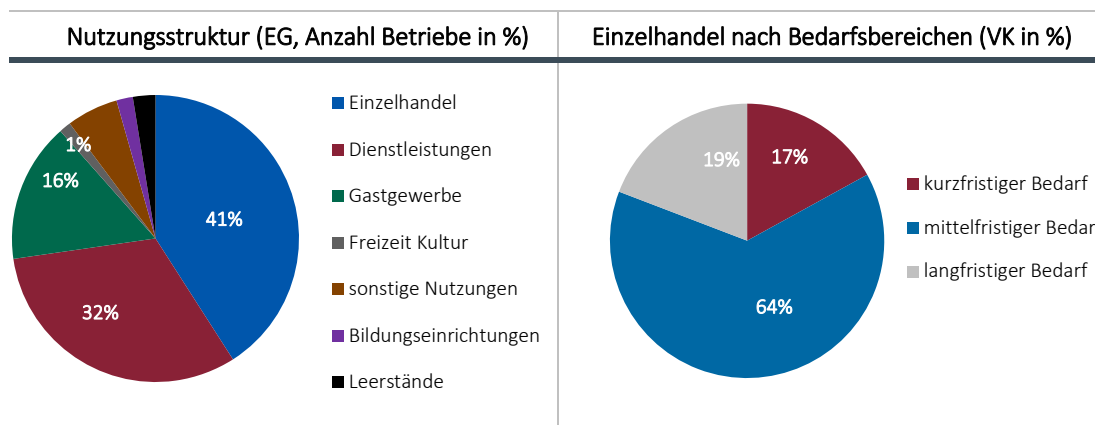
- Hauptausdehnung zwischen Neckar im Westen, Weinsberger Straße im Norden, Allee und angrenzender Bereich im Osten und am Wollhaus / Cäcilienstraße in Richtung Süden
- Hauptlagen des Zentrums entlang der Fleiner Straße, Sülmerstraße und Kaiserstraße
- Innenstadt überwiegend durch Handels- und Komplementärnutzungen in Erdgeschosslagen sowie durch Wohnen / Büronutzungen in den Obergeschossen geprägt.
- Architektonisch durch die vollständige Zerstörung der Altstadt Heilbronn durch Nachkriegsbebauung geprägt, in den letzten Jahren verstärkt Schaffung von architektonischen Highlights
- Als größermaßstäbliche „Anker / Magneten“ der Innenstadt fungieren die Stadtgalerie, GALERIA, Klosterhof und K3 sowie Käthchenhof, derzeit untergenutztes Wollhaus-Zentrum schmälert Attraktivität im südlichen Innenstadtbereich
- Ausdehnung ZVB: rd. 1.000 m in Nord-Süd-Richtung und ca. 500 m in West-Ost-Richtung

Wettbewerbssituation

- Richtung Westen: C-Zentrum Bahnhofsvorstadt-Süd, ca. 1 km
- Richtung Norden: Ergänzungsstandort Industriegebiet Neckar, rd. 900 m
- Richtung Osten: keine größeren Wettbewerbsstandorte
- Richtung Süden: B-Zentrum Südstadt, direkt südlich angrenzend an Innenstadt

Zentrenprägende Ausstattung

| Einzelhandelsdaten | Betriebe Anzahl | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € |
|----------------------------|-----------------|----------------------------------|------------------|
| kurzfristiger Bedarf | 70 | 11.730 | 61,5 |
| mittelfristiger Bedarf | 100 | 44.075 | 170,5 |
| langfristiger Bedarf | 105 | 13.245 | 56,0 |
| Einzelhandel gesamt | 275 | 69.050 | 288,0 |



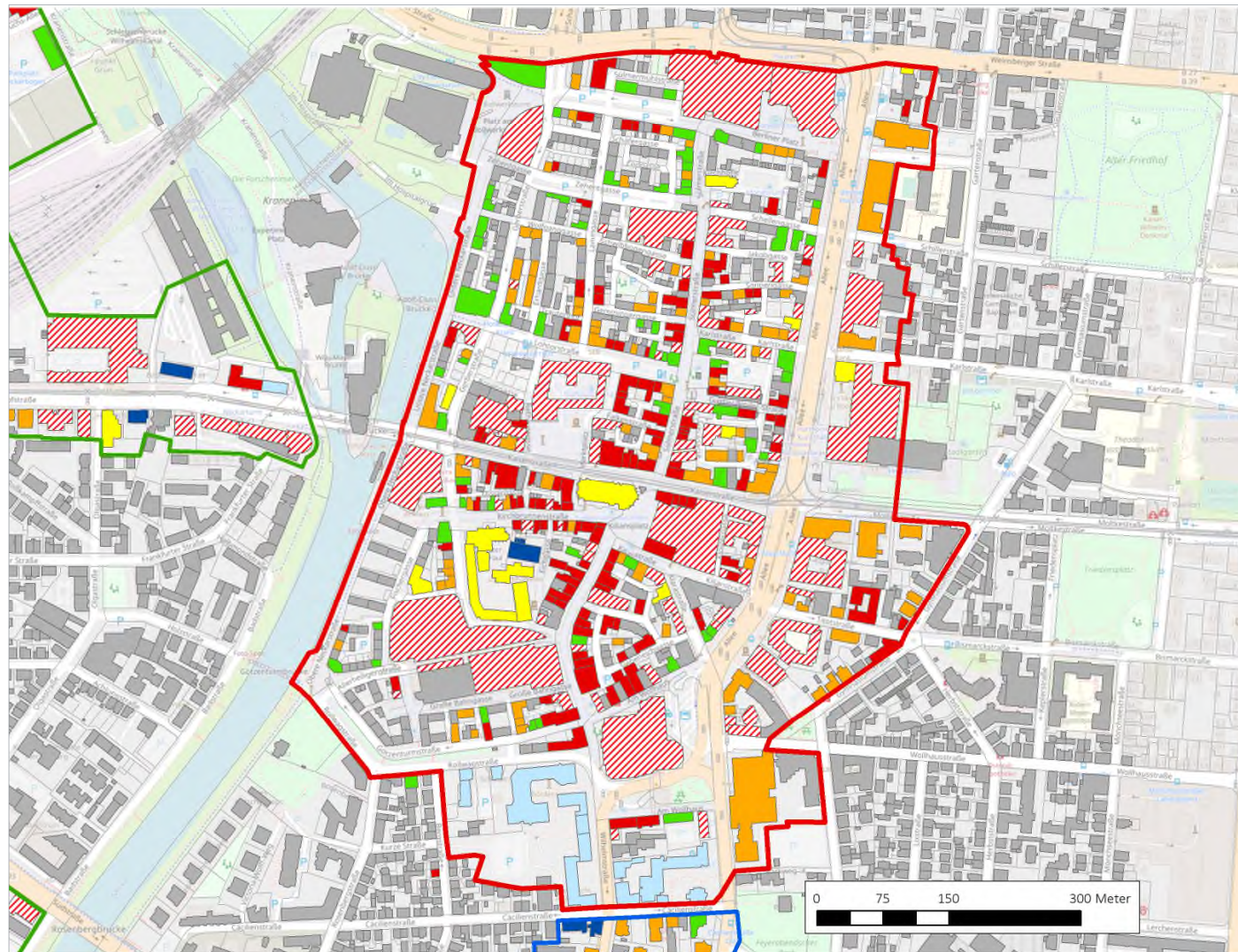
Einzelhandelsangebot

| | |
|---------------------------------------|---|
| 1.500 m ² VK und mehr | GALERIA, C&A, Müller Drogeriemarkt, New Yorker Modehaus Palm, Decathlon, TK Maxx, Woolworth |
| 800 bis unter 1.500 m ² VK | H&M, Bio Mammut, mister*lady, Buchhandlung Osiander, Rewe Ströbel, Netto |
| 400 bis unter 800 m ² VK | Kik, Fromm Alternatives Wohnen, Yeans Halle, 2 x dm, Schuhe Kaufmann, Rewe City, Seel, 2 x Tedi, 2 x Deichmann, Betten Friz, Norma, Douglas Parfümerie, s. Oliver, Jumex, Rossmann, NKD, Kisa |
| unter 400 m ² VK | zahlreiche Filialisten und inhabergeführte Fachgeschäfte aus allen Branchenbereichen |
| Wochenmarkt | auf dem Marktplatz, Dienstag, Donnerstag und Samstag von 7 – 13 Uhr |

Ergänzende Nutzungen

In der Heilbronner Innenstadt ist ein ausdifferenziertes Angebot an Komplementärnutzungen aus allen Bereichen und Segmenten vorzufinden. Ein Schwerpunkt liegt dabei bei den Dienstleistungen, gefolgt von gastronomischen Betrieben sowie weiteren sonstigen Nutzungen (Verwaltungseinrichtungen, Bildungseinrichtungen etc.). Insgesamt bilden die Komplementärnutzungen zusammen mit dem Handelsbesatz ein multifunktionales Hauptzentrum für das Oberzentrum Heilbronn aus.

Karte 9: A-Zentrum Innenstadt Heilbronn



Legende

 A-Zentrum Innenstadt

Nutzungsstruktur

-  Einzelhandel
-  Dienstleistung
-  Gastronomie/Hotellerie
-  Freizeit / Kultur
-  Öffentliche Einrichtungen
-  Bildungseinrichtungen
-  Gewerbe, Handwerk
-  Mehrfachnutzungen

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- **Organisationsstruktur:** Die Innenstadt von Heilbronn ist im Bereich des gewachsenen Stadtkerns von Heilbronn zu finden, welcher im 2. Weltkrieg nahezu vollständig zerstört wurde. Entsprechend dominiert im Innenstadtbereich bis auf wenige Ausnahmen zweckdienliche Handels-, Büro- und Wohnarchitektur. Innerhalb der Innenstadt ist eine klare Struktur der Hauptlaufwegen vorzufinden. So konzentriert sich der Handelsbesatz insbesondere in Nord-Süd-Richtung entlang der Fleiner Straße (1a-Lage) und entlang der Sülmerstraße (1b-Lage) zwischen dem Wollhaus-Zentrum im Süden und dem K3-Zentrum im Norden. In West-Ost-Richtung ist ebenfalls entlang der Kaiserstraße eine Hauptpassantenachse vorzufinden, welche am Kiliansplatz und im Bereich der Kilianskirche ihren Mittelpunkt ausbildet. Daneben ist in den von diesen Achsen abgehenden Gassen (insbesondere im Bereich der Kirchbrunnenstraße, Lohtorstraße und Gustav-Binder-Straße) ergänzender, überwiegend kleinteiliger und spezialisierter Handelsbesatz vorhanden. In jüngster Zeit ist mit der Schaffung der Neckarmeile auch die Lage am Neckar in den Fokus geraten. Insb. in der Mittagszeit und am Abend verschiebt sich die Passantenfrequenz in diese Richtung.
- **Magnetbetriebe:** Als größere Magneten der Innenstadt wirken insbesondere GALERIA, die Stadtgalerie Heilbronn, Klosterhof, Käthchenhof und K3. Den südlichen Anker der Innenstadt markiert das Wollhaus-Einkaufszentrum (aktuell bis auf wenige Ausnahmen nicht mehr mit Einzelhandel belegt). Die Zukunft des Zentrums ist derzeit noch nicht abzusehen.
- **Leerstände:** Die überwiegende Anzahl der Leerstände innerhalb der Innenstadt von Heilbronn befinden sich im Wollhaus-Einkaufszentrum. Daneben sind punktuell innerhalb der Innenstadt vereinzelt Leerstände vorhanden. Insgesamt ist keine prägende Leerstandssituation festzuhalten, welche sich im Stadtbild negativ bemerkbar machen würde.
- **Die Hauptlaufwegen der Innenstadt im Bereich der Fleiner, Sülmer- und Kaiserstraße sowie den daran angrenzenden Bereichen sind zeitgemäß gestaltet und weisen eine gute Aufenthaltsqualität auf. Im Bereich der Sülmerstraße ist zusätzlich eine Ausstattung durch Kinderspielgeräte vorhanden. Insbesondere der Bereich entlang des Neckars wurde durch die Neckarmeile in den vergangenen Jahren aufgewertet und auch im Bereich rund um den Bollwerksturm wurde durch die dort durchgeführten städtebaulichen Maßnahmen eine deutliche Attraktivierung des städtebaulichen Umfeldes erreicht.**
- **Gesamteindruck:** Insgesamt funktionale, aufgeräumte und zweckmäßige Architektur im Bereich wesentlicher Teile der Innenstadt mit einigen architektonischen „Leuchttürmen“ (Stadtgalerie, Marrahaus), jedoch durch sukzessive durchgeführte Umgestaltung der Hauptlaufwegen gepflegter und attraktiver Gesamteindruck des Zentrums. Durch die Einbindung des Neckars (Neckarmeile) hat die Innenstadt von Heilbronn insgesamt deutlich gewonnen. Positiv hervorzuheben ist darüber hinaus die Investitionsbereitschaft in den Standort Heilbronn und insbesondere die Innenstadt. So sind derzeit mehrere Standorte im Umbau begriffen bzw. wurden kürzlich umgestaltet (Dinkelacker-Areal, Barthel-Areal, Fleiner Straße 17, Modernisierung K3).

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- Hapterschließung: Die verkehrliche Hapterschließungsfunktion erfolgt aus Richtung Norden über die Schaeuffelenstraße / Weinsberger Straße bzw. aus Richtung Nordosten über die Weinsberger Straße / B 39. Die wesentliche Erschließungsachse der Heilbronner Innenstadt stellt dabei die östlich der Innenstadt verlaufende Allee dar, welche ebenfalls einer umfassenden Neugestaltung zugeführt wurde. Aus Richtung Süden wird eine Anbindung der Innenstadt über die Urbanstraße bzw. B 27 und Stuttgarter Straße sowie die Sontheimer Straße hergestellt. Aus Richtung Westen übernimmt die Südstraße eine Hapterschließungsfunktion.
- ÖPNV Haltestellen sind im Innenstadtbereich mehrere vorhanden. Zum einen verlaufen hier mehrere Buslinien, zum anderen ist ebenfalls eine Anbindung an die Stadtbahn über mehrere Haltestellen vorhanden.
- Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer: sehr gute Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer aus den angrenzenden Quartieren.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs ist im Wesentlichen durch den Einzelhandelsbesatz vorgegeben und wird darüber hinaus durch die angrenzenden Wohnlagen und Hauptverkehrsstraßen begrenzt. Das A-Zentrum befindet sich dabei im Wesentlichen innerhalb des gewachsenen Stadtkerns von Heilbronn inkl. der daran angrenzenden Bereiche östlich der Allee und im Bereich Wollhaus / Cäcilienstraße.
- Im Westen erstreckt sich das Zentrum bis auf Höhe des Neckars zwischen Götzenturmstraße im Süden und „Am Bollwerksturm“ im Norden. Hier bildet der Verlauf des Neckars sowie die Sondernutzungen Soleo, Kolbenschmidt Arena / Parkhaus am Bollwerksturm den Westrand des Zentrums aus. In Richtung Norden verläuft die Abgrenzung entlang der mehrspurigen B 39, nördlich des K3-Einkaufszentrums, welches zusammen mit dem Heilbronner Theater einen nördlichen Abschluss des Innenstadtbereichs bildet.
- In Richtung Osten wird die Innenstadt im Wesentlichen durch den Verlauf der Allee begrenzt. Jedoch ist die Geschäftszeile östlich der Allee in großen Teilen noch durch Dienstleistungen, gastronomische Einrichtungen und Einzelhandel geprägt, so dass das A-Zentrum ebenfalls diese Lage beinhaltet.
- In Richtung Süden schließt der Innenstadtbereich mit dem Standort Wollhaus, dem Technischen Rathaus, der Sparkasse sowie weiteren Büronutzungen ab.
- Potenzialflächen sind innerhalb der Innenstadt zum einen durch eine Neubebauung bestehender Flächen, aber auch punktuell durch vorhandene Brachflächen vorhanden. Insofern bestehen innerhalb des A-Zentrums noch Möglichkeiten für eine endogene Weiterentwicklung des Zentrums. Entsprechend orientiert sich die Abgrenzung am Bestand. Eine weitergehende Ausdehnung des Zentrums ist städtebaulich nicht zu empfehlen.

Entwicklungsziele

- Sicherung und Stärkung des Handelsplatzes Innenstadt durch eine weitere Attraktivierung des Handels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebesatzes
- weiterer Ausbau der Innenstadt zu einem multifunktionalen und städtebaulich attraktiven Hauptzentrum für Heilbronn

Handlungsempfehlungen

- Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen im Masterplan Innenstadt Heilbronn 2019
-

4.4.2 B-Zentrum Südstadt



Einwohner / Lage / Wettbewerb

| Einwohner | 2002 | 2021 | Tendenz |
|------------------------|--------|--------|---------|
| Stadtteil Kernstadt | 53.373 | 62.460 | ▲ |
| Stadtviertel im Umfeld | 24.033 | 27.075 | ▲ |

Lage und Umfeld

- Lage des B-Zentrums in der Kernstadt von Heilbronn zwischen Innenstadt im Norden und Stadtteil Sontheim im Süden
- erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Wilhelmstraße und Urbanstraße als Hauptachsen
- Umfeld: Das Umfeld des Zentrums ist in Richtung Osten insbesondere durch Wohnbebauung geprägt, in Richtung Westen folgen ebenfalls zunächst Wohnbebauung und schließlich gewerblich geprägte Bereiche.
- Ausdehnung ZVB: Nord-Süd-Richtung 750 m, Ost-West-Richtung 200 m

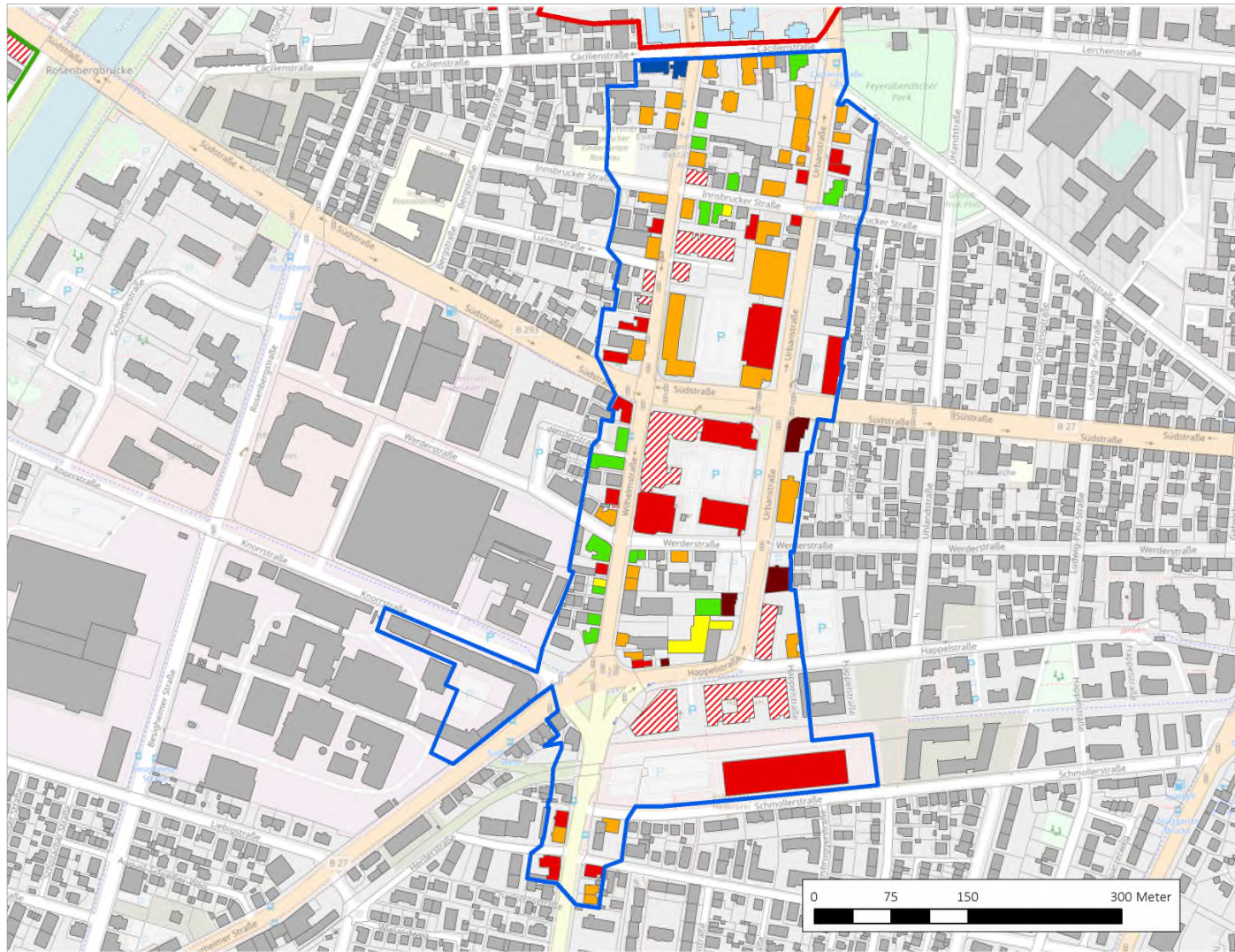
Wettbewerbssituation

- Richtung Norden: A-Zentrum Innenstadt, direkt nördlich angrenzend
- Richtung Osten: keine Zentren vorhanden
- Richtung Südosten: C-Zentrum Stuttgarter Straße, 1 km
- Richtung Südwesten: C-Zentrum Sontheim-Nord, 1,5 km
- Richtung Westen: C-Zentrum Bahnhofsvorstadt-Süd, 1 km

Zentrenprägende Ausstattung

| Einzelhandelsdaten | Betriebe Anzahl | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € |
|----------------------------|-----------------|----------------------------------|------------------|
| kurzfristiger Bedarf | 10 | 5.065 | 28,3 |
| mittelfristiger Bedarf | 3 | 1.035 | 3,4 |
| langfristiger Bedarf | 7 | 3.180 | 8,4 |
| Einzelhandel gesamt | 20 | 9.280 | 40,2 |

Karte 10: B-Zentrum Südstadt



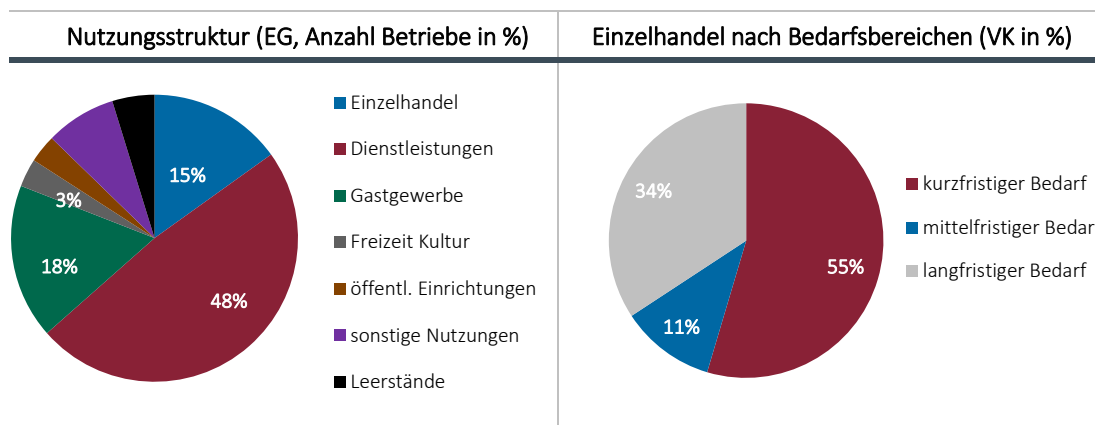
Legende

B-Zentrum Südstadt

Nutzungsstruktur

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie/Hotellerie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Gewerbe, Handwerk
- Mehrfachnutzungen
- Leerstand

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022



Einzelhandelsangebot

| | |
|---------------------------------------|---|
| 1.500 m ² VK und mehr | Edeka Ueltzhöfer, B.O.C. |
| 800 bis unter 1.500 m ² VK | Lidl |
| 400 bis unter 800 m ² VK | MFO Matratzen, Penny, Rossmann, NKD |
| 200 bis unter 400 m ² VK | ATU, Reno, Speedytex, Bühler Wasserbetten |

Ergänzende Nutzungen

- Innerhalb des B-Zentrums Südstadt sind neben dem Einzelhandel zahlreiche unterschiedliche Komplementärnutzungen vorhanden. Diese befinden sich im Schwerpunkt entlang der Wilhelmstraße zwischen der Cäcilienstraße und dem Rathenauplatz. Dort sind u. a. Büro- und Geschäftsgebäude, Arztpraxen, zahlreiche unterschiedliche Dienstleistungsbetriebe sowie gastronomische Nutzungen und Kleingewerbebetriebe prägend.
- Des Weiteren befindet sich im Bereich des ehemaligen Südbahnhofs Heilbronn ein städtebaulich gemischt genutztes Quartier. Dort wurde ein Geschäftshaus, ein Kinderhaus, eine Pflege- und Senioreneinrichtung, betreutes Wohnen und Inklusionswohnen errichtet. In diesem Bereich ist auch ein größerer Edeka-Markt angesiedelt.
- Insgesamt lässt sich für den Besitz an ergänzenden Nutzungen festhalten, dass diese neben dem Einzelhandel eine wichtige Versorgungsrolle innerhalb des Zentrums übernehmen.

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- Organisationsstruktur: gewachsenes Zentrum direkt südlich der Heilbronner Innenstadt entlang der zwei Hauptverkehrsachsen Wilhelmstraße in Richtung Süden und Urbanstraße in Richtung Norden. Insbesondere entlang der Wilhelmstraße kleinteiliger Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz. Der „Zwischenbereich“ zwischen Wilhelm- und Urbanstraße ist durch größere Geschäftsbebauung geprägt, während östlich der Urbanstraße bereits gewerbliche Nutzungen (Autohäuser, Werkstätten, Dienstleister etc.) prägend sind. Den Endpunkt markiert die städtebauliche Quartiersentwicklung Südbahnhof Heilbronn, welches bereits nahezu vollständig bebaut ist. Dort ist als weiterer Magnetbetrieb ein Edeka-Lebensmittelvollsortimenter vorzufinden. Des Weiteren wurden im Standortumfeld in Richtung Norden entlang der Happelstraße mehrere Geschäftshäuser bzw. spezialisierte Einrichtungen errichtet. Im östlichen Bereich des Südbahnhofs Heilbronn wurden Wohngebäude realisiert. Dieser Bereich ist nicht mehr dem Zentrum zuzuordnen.
- Als wesentliche Magnetstandorte des Zentrums fungieren u. a. der Lidl-Lebensmitteldiscounter zwischen Südstraße und Urbanstraße sowie direkt südlich angrenzend der Geschäftskomplex bestehend aus B.O.C., Penny, Rossmann und weiteren Fachmärkten sowie einem gastronomischen Besatz. Dieser bildet den Schwerpunkt des B-Zentrums aus. Für den südlichen Bereich übernimmt der Edeka-Markt eine wichtige Magnetfunktion insbesondere im Bereich der Nahversorgung.
- Das Zentrum ist überwiegend durch den Verkehr entlang der beiden Hauptverkehrsachsen Wilhelmstraße und Urbanstraße geprägt. Entlang dieser beiden Achsen ist straßenbegleitendes Parken möglich. Eine hohe Aufenthaltsqualität besteht allerdings entlang dieser beiden Achsen nicht. Durch seinen multifunktionalen Charakter aus Einzelhandel und sonstigen Komplementärnutzungen ist jedoch eine hohe Versorgungsbedeutung für den südlichen Bereich der Kernstadt von Heilbronn gegeben.
- Die Gestaltung ist entsprechend der Lage des Quartiers funktional-urban ausgerichtet. Es dominieren zweckmäßige mehrgeschossige Wohn- und Geschäftshäuser. Eine Ausnahme bilden hierbei die beiden Baublöcke zwischen Werder- und Südstraße und zwischen Südstraße und dem Grundstück der Fa. Lidl entlang der Urbanstraße. Hier wurden größere, im Zusammenhang geplante Bauten realisiert. Auch im Bereich des Heilbronner Südbahnhofs wurden moderne mehrgeschossige Baukörper realisiert.
- Leerstände sind wenige entlang der Wilhelmstraße in den dort vorzufindenden kleinteiligen, gewerblich geprägten Gebäuden zu finden. Diese sind allerdings im Stadtbild nicht auffällig, so dass innerhalb des Zentrums keine ausgeprägte Leerstandsproblematik besteht.
- Gesamteindruck: Aufgrund der besonderen verkehrsexponierten Lage gut frequentierter Zentrenbereich, welcher als Versorgungszentrum für den südlichen Kernstadtbereich von Heilbronn fungiert. Durch mehrere Magnetbetriebe im Süden (Edeka) und im zentralen Bereich des Zentrums (Lidl, Penny, Rossmann, B.O.C. etc.) ist eine hohe Versorgungsbedeutung für den Stadtteil gegeben. Ergänzend zum Handelsbesatz komplettieren die zahlreichen Dienstleistungsbetriebe insbesondere entlang der Wilhelmstraße durch die Möglichkeiten zur Ausbildung von Kopplungseffekten die wichtige ergänzende Rolle dieser Nutzungen für ein Stadtteilzentrum.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- Hapterschließung: Die Hapterschließung wird im Wesentlichen durch die Wilhelmstraße in Richtung Süden (zweispurig, Einbahnstraße) und in Richtung Norden durch die Urbanstraße (mehrspurig, Einbahnstraße) sichergestellt. Aus Richtung Norden besteht eine direkte Anbindung an die Heilbronner Innenstadt, aus Richtung Süden ist der Standort zum einen über Sontheimer- und Charlottenstraße in Richtung des Stadtteils Sontheim angebunden. Über die Schmollerstraße besteht eine Anbindung an die Stuttgarter Straße, welche in Richtung A 81 im Bereich Untergruppenbach führt.
- An den ÖPNV ist der Standort über mehrere Buslinien an der Wilhelmstraße, Urbanstraße und Charlottenstraße angebunden.
- Eine fußläufige Erreichbarkeit des Zentrums aus den umliegenden Quartieren ist gegeben. Straßenbegleitend sind Gehwege vorhanden.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die Abgrenzung wird durch die Konzentration an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben vorgegeben.
- Im Norden wird das Zentrum durch das direkt daran angrenzende A-Zentrum Innenstadt im Bereich der Cäcilienstraße begrenzt. Dort befindet sich auch eine funktionale Grenze zwischen Innenstadtbereich und südlichem Kernstadtbereich.
- In Richtung Osten wird der zentrale Versorgungsbereich entlang des Verlaufs der Urbanstraße begrenzt, wobei bei der Abgrenzung die östlich an die Urbanstraße angrenzenden Gebäude aufgrund des dort vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes ebenfalls berücksichtigt wurden.
- Im Süden verläuft die Abgrenzung entlang der Schmollerstraße. Hier bildet der dortige Edeka-Markt Ueltzhöfer den südlichen Endpunkt des Zentrums, welches sich im Bereich der Charlottenstraße aufgrund des dort vorhandenen Besatzes (Apotheke etc.) weiter fortsetzt.
- In Richtung Westen verläuft die Abgrenzung entlang der Wilhelmstraße. Aufgrund des westlich der Wilhelmstraße vorhandenen Geschäfts- und Komplementärbesatzes werden die westlich der Wilhelmstraße gelegenen Grundstücke ebenfalls noch diesem Bereich zugeordnet.
- Potenzialflächen werden aktuell im Bereich des Südbahnhofs bereits erschlossen und umgesetzt. Innerhalb des Zentrums bestehen grundsätzlich an einigen Stellen endogene Potenziale zur Neubebauung von Teilgrundstücken (z.B. ehemaliges Knorr-Verwaltungsgebäude im südlichen Bereich des Zentrums).

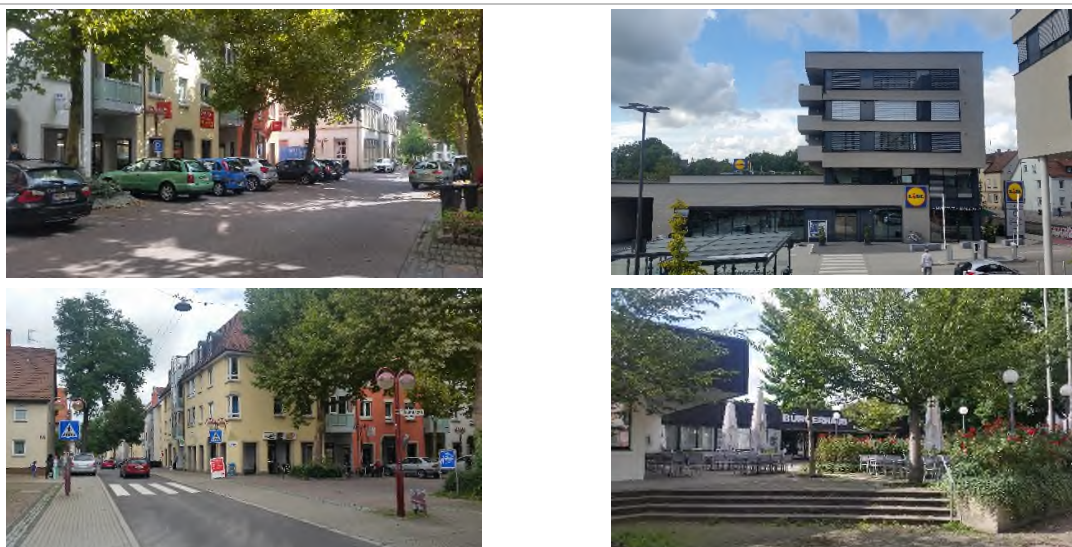
Entwicklungsziele

- Sicherung der Versorgungsfunktion des B-Zentrums Südstadt
- ggf. Modernisierung bestehender Lebensmittelmärkte sowie punktueller Ausbau der Einzelhandelsstrukturen unter Nutzung der endogenen Potenziale innerhalb des Zentrums,
- Insbesondere entlang der Wilhelmstraße gelegenen kleinteiligen Geschäftsnutzungen Sicherung der dort vorhandenen Anbieter.

Handlungsempfehlungen

- Nach Fertigstellung des Südbahnhof-Quartiers ist davon auszugehen, dass die weitere städtebauliche Entwicklung in Richtung des nördlich des Rathenauplatzes erfolgt und auch dort der Druck für eine städtebauliche Neugestaltung zunehmen wird. Dort bestehen grundsätzlich noch Möglichkeiten für eine Neu- und Umgestaltung des Zentrumsbereichs.

4.4.3 B-Zentrum Böckingen



Einwohner / Lage / Wettbewerb

| Einwohner | 2002 | 2021 | Tendenz |
|---------------------|--------|--------|---------|
| Stadtteil Böckingen | 21.757 | 23.124 | ▲ |

Lage und Umfeld

- Lage im Stadtteil Böckingen zwischen dem Verlauf der Großgartacher Straße im nördlichen und Seestraße im südlichen Bereich.
- Straßenbegleitendes Zentrum, im Wesentlichen entlang der Klingenberger und Teilbereichen der Ludwigsburger Straße. Im Norden umfasst das B-Zentrum Potenzialflächen im Bereich des dort vorzufindenden Bahnareals. Im Süden sind Potenzialflächen im Bereich des ehemaligen Milchhofs vorhanden.
- Hauptlage ist im Wesentlichen der Bereich im Umfeld der Schuchmannstraße sowie entlang der Klingenberger Straße. Ein weiterer Anker wurde durch die Realisierung der Neuen Mitte Böckingen am nördlichen Rand des B-Zentrums geschaffen. Dort sind u. a. der Lebensmitteldiscounter Lidl, eine Bäckerei sowie das Bürgeramt Böckingen und weitere Komplementärnutzungen (Spar-kasse) zu finden.
- Umfeld hauptsächlich durch Wohnbebauung geprägt.
- Ausdehnung ZVB in Nord-Süd-Richtung rd. 1.000 m, in West-Ost-Richtung 100 m.

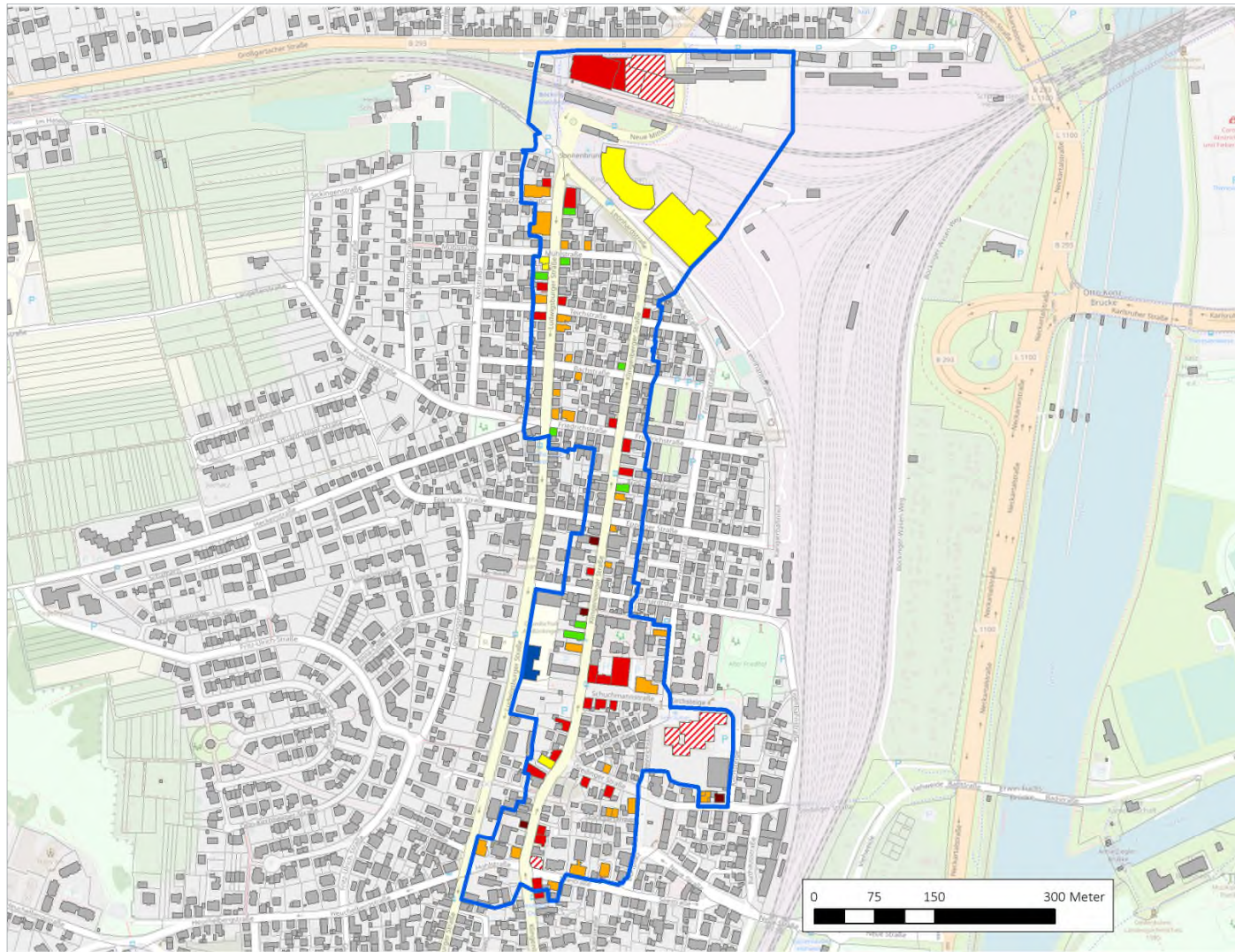
Wettbewerbssituation

- Richtung Norden: Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Böckingen-Nord, 2 km
- Richtung Osten: C-Zentrum Bahnhofsvorstadt-Süd östlich des Neckars, 1 km
- Richtung Süden: C-Zentrum Sontheim-Nord, 1,2 km
- Richtung Westen: kein Zentrum vorhanden
- Richtung Nordwesten: zunächst Nahversorgungslagen Böckingen-West (1,9 km) und Frankenbach (3,2 km), dann in einer Entfernung von bereits 7 km C-Zentrum Kirchhausen

Zentrenprägende Ausstattung

| Einzelhandelsdaten | Betriebe Anzahl | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € |
|----------------------------|-----------------|----------------------------------|------------------|
| kurzfristiger Bedarf | 13 | 2.605 | 15,8 |
| mittelfristiger Bedarf | 2 | 180 | 1,3 |
| langfristiger Bedarf | 11 | 630 | 2,7 |
| Einzelhandel gesamt | 26 | 3.415 | 19,7 |

Karte 11: B-Zentrum Böckingen



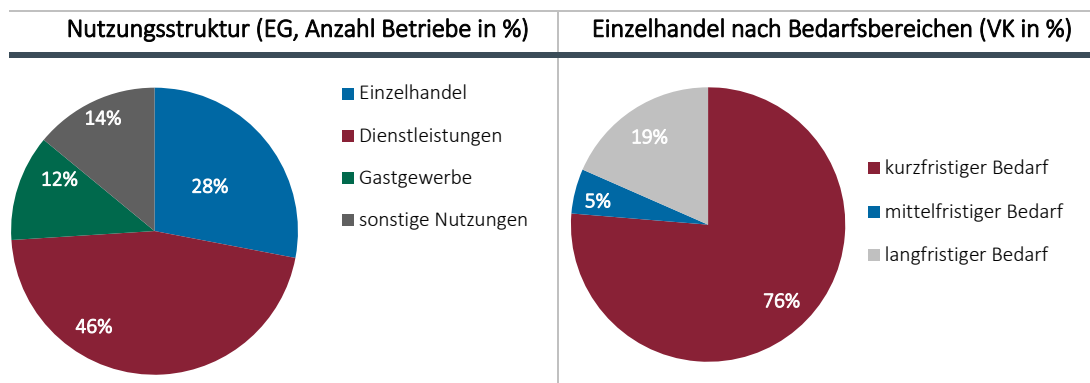
Legende

 B-Zentrum Böckingen

Nutzungsstruktur

-  Einzelhandel
-  Dienstleistung
-  Gastronomie/Hotellerie
-  Freizeit / Kultur
-  Öffentliche Einrichtungen
-  Bildungseinrichtungen
-  Gewerbe, Handwerk
-  Mehrfachnutzungen
-  Leerstand

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022



| Einzelhandelsangebot | |
|---------------------------------------|---|
| 1.500 m ² VK und mehr | --- |
| 800 bis unter 1.500 m ² VK | Lidl |
| 400 bis unter 800 m ² VK | Penny, türkischer Supermarkt |
| 50 – 150 m ² VK | DeNeLe, Bleyer Polster & Raum, Kreuzer Papierbedarf, Onur Textil, Fahrradladen Nagel, Blattgold Der Buchladen, Geers Hörgeräte, Optik Paul und zahlreiche kleinere Einzelhandelsbetriebe unter 50 m ² VK |

Ergänzende Nutzungen

- Insbesondere entlang der Hauptachsen Klingenberger Straße und Ludwigsburger Straße ist eine Vielzahl an Dienstleistungsnutzungen stadtbildprägend. Punktuell sind in Teilbereichen ebenfalls Schwerpunkte an Leerständen vorhanden, so z. B. im Kreuzungsbereich der Ludwigsburger Straße mit der Friedrichstraße und im Bereich der Klingenberger Straße mit der Friedrichstraße.
- Insgesamt stellen die Dienstleistungen und sonstigen Komplementärnutzungen neben dem Einzelhandel eine wichtige Versorgungsfunktion für den Stadtteil Böckingen dar. Entsprechend hochfrequentiert ist die als Einbahnstraße ausgewiesene Klingenberger Straße und Ludwigsburger Straße, entlang derer straßenbegleitendes Parken möglich ist.

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- Organisationsstruktur: Langgestrecktes Zentrum im Bereich der gewachsenen Ortslage von Böckingen, von dieser abgesetzt bildet die Neue Mitte Böckingen an der Großgartacher Straße den nördlichen Abschluss des Zentrums.
- Für den südlichen Bereich des B-Zentrums Böckingen übernimmt der Standortbereich in der Schuchmannstraße mit dem Magnetbetrieb Penny eine wichtige Versorgungsfunktion. Städtebaulich ist die Situation dabei im Wesentlichen durch straßenbegleitende kleinteilige Bebauung geprägt. Größere Flächen sind entlang der Hauptlage nicht vorhanden.
- Leerstände sind im gesamten Bereich des B-Zentrums vorhanden. Dabei ist teilweise eine räumliche Ballung der Leerstände zu beobachten. Insgesamt jedoch trotz der verhältnismäßig hohen Zahl an Leerständen noch keine ausgeprägten Trading-Down-Tendenzen, welche das gesamte Zentrum umfassen würden.
- Zentrumsbereich ist durch vergleichsweise hohe Pkw-Frequenz entlang der Klingenberger Straße, welche als Einbahnstraße ausgebildet ist, geprägt. In den Nebenlagen gehen die Geschäftsnutzungen relativ schnell in Wohnbebauung über. Im Wesentlichen beschränkt sich die Funktion des Zentrums im Bereich Einzelhandel auf die zwei Achsen Klingenberger Straße in Richtung Norden und Ludwigsburger Straße in Richtung Süden.
- Gestaltung: Attraktive Gestaltung im Bereich der S-Bahn-Haltestelle Sonnenbrunnen sowie im Bereich der Schuchmannstraße in Richtung Osten bis zum Bürgerhaus Böckingen. Entlang der Verkehrsachsen Klingenberger und Ludwigsburger Straße durch die Verkehrsbelastung wenig attraktive städtebauliche Qualität, so dass das Zentrum im Wesentlichen von Zielkunden angefahren wird.
- Gesamteindruck: Insgesamt wichtiges, zentral gelegenes Geschäftszentrum für den Stadtteil Böckingen, welches sich im Wesentlichen neben dem Einzelhandel ebenfalls durch den ausgeprägten Dienstleistungsbesatz kennzeichnet. Insgesamt aus städtebaulicher Sicht eher mäßige Aufenthaltsqualität.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- Hapterschließungsfunktion übernimmt aus Richtung Norden die Großgartacher Straße / B 293 und die südlich davon abzweigende Ludwigsburger Straße. Aus Richtung Süden wird der Standort über die Neckartalstraße und die davon abgehende Brackenheimmer Straße und Neue Straße angebunden. Aus Richtung Westen übernimmt die B 293 in Richtung Leingarten eine Erschließungsfunktion, aus Richtung Osten ist ebenfalls die B 293 erschließungsführend.
- ÖPNV Haltestellen sind mehrere innerhalb des Zentrums vorhanden. Eine S-Bahn-Haltestelle befindet sich im Bereich Böckingen-Sonnenbrunnen am nördlichen Rand des Zentrums. Des Weiteren bestehen Busverbindungen im Bereich der Hauptverkehrsachsen.
- Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer: Für den Stadtteil Böckingen übernimmt der Standort in hohem Maße ebenfalls eine fußläufige Versorgungsfunktion. Auch für Radfahrer ist der Standortbereich gut zu erreichen.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- In Richtung Norden bildet die Großgartacher Straße den Endpunkt des Zentrums aus. Hier wurde kürzlich mit der Neuen Mitte Böckingen ein Magnet für das Zentrum realisiert.
- In Richtung Süden verläuft die Abgrenzung insbesondere entlang des prägenden Handels- und Dienstleistungsbesatzes. Hier war der Übergang zur Wohnbebauung jeweils Kriterium für eine Zuordnung zum Zentrum. Des Weiteren wurden bei der Tiefe des Zentrums ebenfalls mögliche Zusammenlegungen von Grundstücken berücksichtigt.
- Im Süden markiert die Seestraße den Rand des Zentrums, südlich der Seestraße werden die Flächen der Bezirksfeuerwehr und des Bauhofs (ehem. Milchhof) in die Abgrenzung aufgenommen. Sonst ist auch hier der Übergang von Geschäftstätigkeiten zu Wohnbebauung als Begründung für eine Abgrenzung des Zentrums Böckingen heranzuziehen.

Entwicklungsziele

- Stabilisierung des B-Zentrums Böckingen mit seinen kleinteiligen Strukturen und Standort-sicherung des Magnetbetriebes Penny an der Schuchmannstraße.

Handlungsempfehlungen

- Insgesamt stellt sich die Situation im B-Zentrum Böckingen bedingt durch die kleinteiligen Gebäudestrukturen und die daraus resultierenden Schwierigkeiten zur Ausbildung von größeren zusammenhängenden Geschäftsflächen negativ dar. Dennoch übernimmt das Zentrum in Böckingen auch aufgrund des breiten Besatzes an Komplementärnutzungen eine wichtige Versorgungsfunktion auf Stadtteilebene.
 - Insofern sollte wesentliches Ziel sein, das Zentrum zu erhalten und die bestehenden Betriebe zu sichern. Dies kann durch einen eher restriktiven Umgang mit Einzelhandelsneuansiedlungen im nördlich gelegenen Gewerbegebiet Böckingen-Nord erfolgen. Dort sollte dementsprechend von weiteren zusätzlichen Flächen im Bereich zentrenrelevanter Sortimente abgesehen werden, um auch langfristig einen attraktiven Mix an Nutzungen im B-Zentrum Böckingen zu erhalten.
-

4.4.4 C-Zentrum Bahnhofsvorstadt-Süd (Kaufland)



Einwohner / Lage / Wettbewerb

| Einwohner | 2002 | 2021 | Tendenz |
|----------------------------|--------|--------|---------|
| Stadtteil Bahnhofsvorstadt | 3.800 | 4.036 | ► |
| Stadtviertel im Umfeld | 11.200 | 13.324 | ▲ |

Lage und Umfeld

- In der Heilbronner Bahnhofsvorstadt gelegenes Nahversorgungszentrum mit dem einzigen größeren Einzelhandelsbetrieb Kaufland als Magnet.
- Das Umfeld des Standortes ist in Richtung Norden und östlich des Neckars im Wesentlichen durch Wohnnutzung geprägt. Südlich bzw. südwestlich dominieren gewerbliche Nutzungen.
- Im weiteren Standortumfeld sind das Frankenstadion Heilbronn und die Theresienwiese als wesentliche übergeordnete Strukturen zu nennen. Daneben befindet sich rd. 700 weiter nördlich der Heilbronner Hauptbahnhof als weitere wesentliche zentrale Einrichtung innerhalb des Umfeldes.
- Als Besonderheit ist die ausschließliche Begrenzung des Zentrums auf den Standort von Kaufland und die daran angrenzenden Bereiche zu nennen.
- Ausdehnung ZVB: rd. 200 m in Nord-Süd- und 150 m in West-Ost-Richtung.

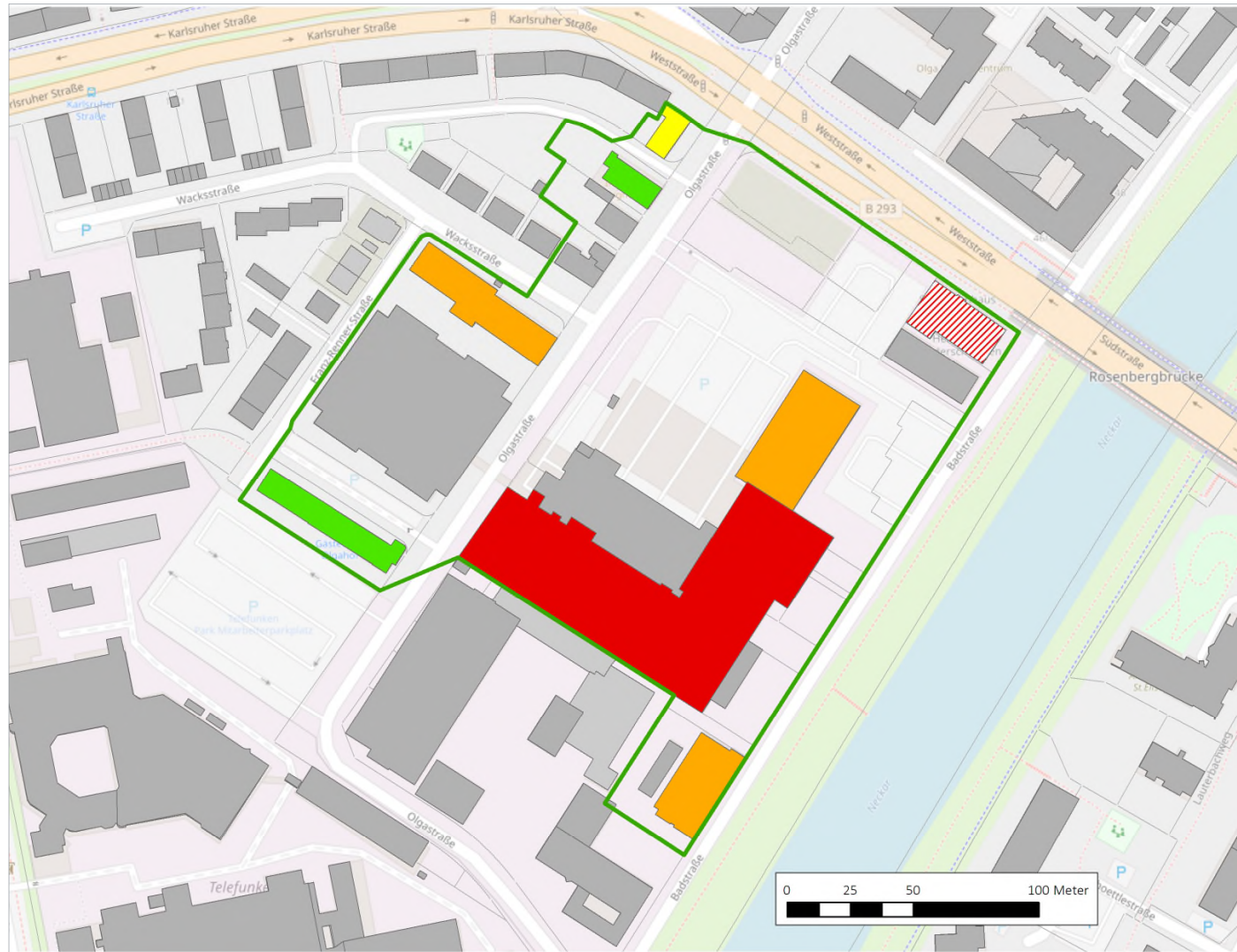
Wettbewerbssituation

- In Richtung Norden: C-Zentrum Neckarbogen / Bahnhofsvorstadt-Nord, 1 km
- In Richtung Osten: A-Zentrum City und B-Zentrum Südstadt, 800 m
- In Richtung Süden: C-Zentrum Sontheim-Nord, 1,3 km
- In Richtung Westen: B-Zentrum Böckingen, 1,4 km


Zentrenprägende Ausstattung

| Einzelhandelsdaten | Betriebe Anzahl | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € |
|----------------------------|---------------------|----------------------------------|------------------|
| kurzfristiger Bedarf | 4 | 4.555 | 27,8 |
| mittelfristiger Bedarf | Angebot in Kaufland | 130 | 0,5 |
| langfristiger Bedarf | Angebot in Kaufland | 515 | 1,5 |
| Einzelhandel gesamt | 4 | 5.200 | 29,8 |

Karte 12: C-Zentrum Bahnhofsvorstadt-Süd



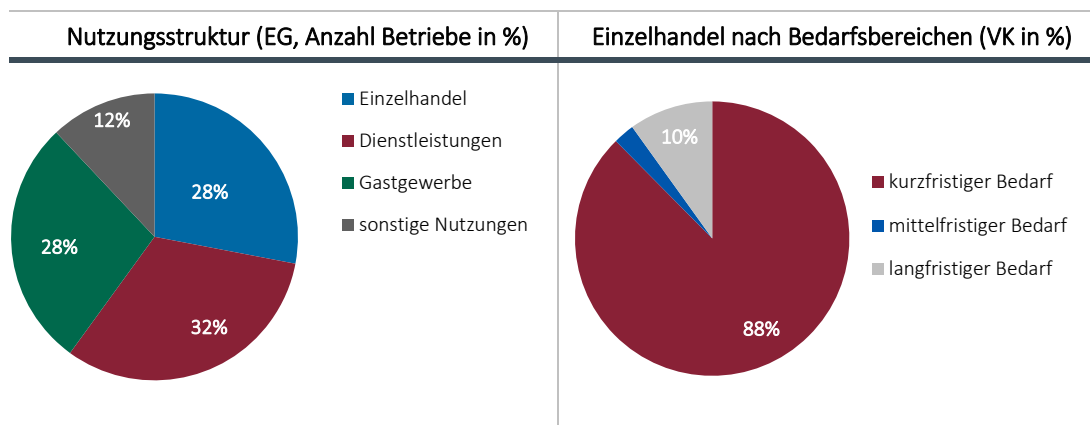
Legende

 C-Zentrum Bahnhofsvorstadt-Süd

Nutzungsstruktur

-  Einzelhandel
-  Dienstleistung
-  Gastronomie/Hotellerie
-  Freizeit / Kultur
-  Öffentliche Einrichtungen
-  Bildungseinrichtungen
-  Gewerbe, Handwerk
-  Mehrfachnutzungen

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022



Einzelhandelsangebot

| | |
|----------------------------------|--|
| 1.500 m ² VK und mehr | Kaufland |
| unter 100 m ² VK | Apotheke am Rosenberg, Bäcker Forch, Lotto Tutto |

Ergänzende Nutzungen

- Neben den Komplementärnutzungen im Kaufland-Markt ist zudem auf die Büros der Fa. Kaufland, weitere Dienstleistungsbetriebe, Restaurants, eine Flüchtlingsunterkunft, ein Vereinsgebäude mit Gastronomie sowie auf ein Hotel hinzuweisen. Es besteht somit neben dem Handelsbesatz ebenfalls ein ergänzender Besatz an Komplementärnutzungen.

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- Organisationsstruktur: Konzentration des Zentrums auf das Objekt der Fa. Kaufland inkl. der daran angrenzenden Parkieranlagen und den Standort arrondierender Gebäude. Kaufland ist dabei im südlichen größeren Gebäudekomplex angesiedelt, dem ein mehrgeschossiges Parkhaus vorgelagert ist. In den Obergeschossen befinden sich die Büronutzungen der Fa. Kaufland.
- Ergänzend ist rund um das Kaufland-Objekt mehrgeschossige Wohn- und Geschäftsbebauung prägend.
- Eine hohe städtebauliche Qualität weist der Standort nicht auf, es handelt sich vielmehr um ein sukzessiv gewachsenes Büro- und Geschäftsgebäude, welches immer wieder an die Anforderungen der Fa. Kaufland angepasst wurde. Als Besonderheit ist auf das westlich der Olgastraße gelegene Parkhaus, welches über eine Brücke an den Kaufland-Standort angebunden ist, zu verweisen.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- Haupterschließungsfunktion des Standortes übernimmt die Olgastraße, welche eine Anbindung an die B 293 vornimmt. Über diese ist eine Anbindung in Richtung des Stadtteils Böckingen und die sonstige Kernstadt von Heilbronn vorhanden. Darüber hinaus wird der Stadtteil Bahnhofsvorstadt über die Weststraße und Bahnhofstraße angebunden.
- Insgesamt sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit durch direkte Lage am Standort vorbeiführenden B 293 / Karlsruher Straße.
- Eine direkte ÖPNV-Anbindung am Standort ist nicht vorhanden. Die nächstgelegene ÖPNV-Haltestelle befindet sich in der Karlsruher Straße, rd. 200 m westlich des Standortes.
- In fußläufiger Hinsicht übernimmt der Standort nahezu ausschließlich eine Versorgungsfunktion für den Stadtteil Bahnhofsvorstadt.
- Aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit insbesondere aus Richtung des südlichen Kernstadtbereiches und des Stadtteils Böckingen übernimmt der Standort jedoch darüber hinaus ebenfalls eine Versorgungsfunktion.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die Abgrenzung konzentriert sich im Wesentlichen auf das Objekt der Fa. Kaufland und die direkt daran angrenzenden Gebäude, welche überwiegend durch Dienstleistungsbesatz geprägt sind. Zusammen wird somit ein Zentrum ausgebildet, welches eine wichtige Versorgungsfunktion übernimmt.
- Die Abgrenzung orientiert sich dabei an den umliegenden, am Standort vorbeiführenden Verkehrsachsen.
- In Richtung Norden verläuft die B 293, in Richtung Osten die Badstraße, in Richtung Süden wird der Standort durch einen Gewerbebetrieb und in Richtung Westen durch angrenzende gewerbliche Betriebe geprägt.

Entwicklungsziele

- keine konkreten Entwicklungsziele vorhanden.

Handlungsempfehlungen

- kein akuter Handlungsbedarf vorhanden.
-

4.4.5 C-Zentrum Neckarbogen / Bahnhofsvorstadt-Nord



Einwohner / Lage / Wettbewerb

| Einwohner | 2002 | 2021 | Tendenz |
|-----------------------------------|-------|-----------|---------|
| Stadtteil Neckarbogen (Endausbau) | -- | rd. 3.500 | ▲ |
| Bahnhofsvorstadt | 3.656 | 4.036 | ▲ |

Lage und Umfeld

- Lage des Nahversorgungszentrums im geplanten Stadtquartier Neckarbogen, welches das größte Stadtentwicklungsprojekt der Stadt Heilbronn darstellt. Es liegt auf dem Gelände der Bundesgartenschau (BUGA) 2019 und soll nach der BUGA vollständig aufgesiedelt werden. So soll ein Wohnquartier mit bis zu 3.500 Einwohnern im Endausbau und weiteren ca. 1.500 Arbeitsplätzen realisiert werden.
- Ergänzt wird das Zentrum durch die Bereiche südlich des Bahnhofs entlang der Bahnhofsstraße und Weststraße. Eine Verbindung in Richtung Neckarbogen wird durch eine Brücke realisiert. Östlich des Bahnhofs ist im Übergang zum Stadtteil Bahnhofsvorstadt ein ergänzender gemischter Nutzungsbesatz vorhanden.
- Das Stadtquartier Neckarbogen liegt in zentraler Lage von Heilbronn auf dem Gelände des ehemaligen Güterbahnhofs und den daran angrenzenden ehemals gewerblich und durch Hafenanlagen genutzten Gebieten. Der Kernbereich des geplanten Stadtquartiers umfasst rd. 24 ha. Dabei ist eine gewisse „Insellage“ des Stadtquartiers zwischen dem Neckarkanal westlich und dem natürlichen Verlauf des Neckars östlich des Stadtquartiers festzuhalten. In Richtung Süden wird das Areal durch die Bahnanlagen des Heilbronner Hauptbahnhofs und in Richtung Norden den Verlauf der B 39 begrenzt.
- Die Planungen sehen im Wesentlichen eine Bebauung mit Wohnnutzungen in mehreren Baufeldern vor. Dabei soll rund um den zentralen „Stadtsee“ ein Schwerpunkt in der Gastronomie entstehen. Für den Einzelhandel ist ein Nahversorgungszentrum am südwestlichen Rand der Paula-Fuchs-Allee sowie entlang der Paula-Fuchs-Allee in den Erdgeschosszonen ein Mix aus Einzelhandel und Dienstleistungen vorgesehen.

- Als mögliche Ankernutzung ist innerhalb des Nahversorgungszentrums die Realisierung eines Lebensmittelmarktes mit einer für die Gebietsversorgung adäquaten Verkaufsfläche von ca. 1.800 m² zzgl. ergänzender Nutzungen (z. B. Bäckerei, Metzgerei, Drogeriemarkt, Dienstleister, Gastronomie etc.) geplant. Zur Dokumentierung der Planungsabsichten soll im Bereich Neckarbogen ein Nahversorgungszentrum (C-Zentrum Neckarbogen) ausgewiesen werden, welches neben dem Stadtquartier auch einen Bereich im Bahnhofsumfeld umfasst.

Wettbewerbssituation

- In Richtung Osten: Innenstadt Heilbronn, 1 km
- In Richtung Süden: C-Zentrum Bahnhofsvorstadt-Süd, 1 km
- In Richtung Südwesten: B-Zentrum Böckingen, 1,4 km
- In Richtung Nordwesten: Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Böckingen-Nord, 900 m
- In Richtung Nordosten: Ergänzungsstandort Industriegebiet Neckar, 750 m

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- Geplant ist innerhalb des Stadtquartiers Neckarbogen überwiegend Wohnbebauung, während sich die Handels- und Dienstleistungsnutzungen entlang der Paula-Fuchs-Allee als Haupterschließungsstraße erstrecken werden. In diesem Standortbereich ist im westlichen Bereich ein Nahversorgungszentrum vorgesehen. Derzeit befindet sich eine internationale Schule im Bau, die künftig alle Schulabschlüsse bis zum Abitur anbieten wird.
- Insgesamt soll innerhalb des Stadtquartiers Neckarbogen ein qualitativvolles und gemischt genutztes, architektonisch anspruchsvolles neues Stadtquartier realisiert werden.
- Östlich des Bahnhofs, welcher über eine Brücke in Richtung Neckarbogen angebunden ist, ist mehrgeschossige Wohnbebauung mit Mischnutzungen in den Erdgeschosslagen prägend.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- Eine Haupterschließungsfunktion wird perspektivisch die Paula-Fuchs-Allee in West-Ost-Richtung übernehmen welche dann eine Anbindung an die Kranenstraße / B 39 in Richtung Europa-Platz und über die Hafestraße eine Anbindung an die B 293 im Bereich der Bahnhofsvorstadt vornimmt. Östlich des Bahnhofs übernehmen die West- und Bahnhofstraße diese Funktion.
- Innerhalb des Stadtquartiers ist die verkehrliche Erreichbarkeit mit dem Pkw nur als untergeordnet zu sehen. Es soll ein verkehrsreduziertes Quartier realisiert werden.
- Eine ÖPNV Haltestelle ist im Bereich der Paula-Fuchs-Allee geplant. Dort soll eine Busverbindung eingerichtet werden.
- Die Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer ist insbesondere aus dem Stadtquartier Neckarbogen als sehr gut einzuordnen. Des Weiteren ist über eine Brücke über die Bahngleise eine Anbindung an den Bahnhof und die Stadtbahnhaltestelle und weiter an die Bahnhofsvorstadt im Bau.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Eine genaue räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Bereich des Stadtquartiers Neckarbogen ist aufgrund des aktuellen Planungsstandes derzeit nicht möglich. Zur Dokumentierung des Planungswillens wird im südwestlichen Bereich des geplanten Stadtquartiers Neckarbogen ein Nahversorgungszentrum ausgewiesen. Die räumliche Abgrenzung ist bei einer weiteren Konkretisierung der Planungen des Stadtquartiers nochmals im Detail festzuhalten und zu begründen. Dies kann dann erfolgen, wenn der Bereich im Umfeld realisiert wird und Nutzungen in den Erdgeschosszonen vorhanden sind. Daneben wird östlich des Bahnhofs das Zentrum weitergeführt.

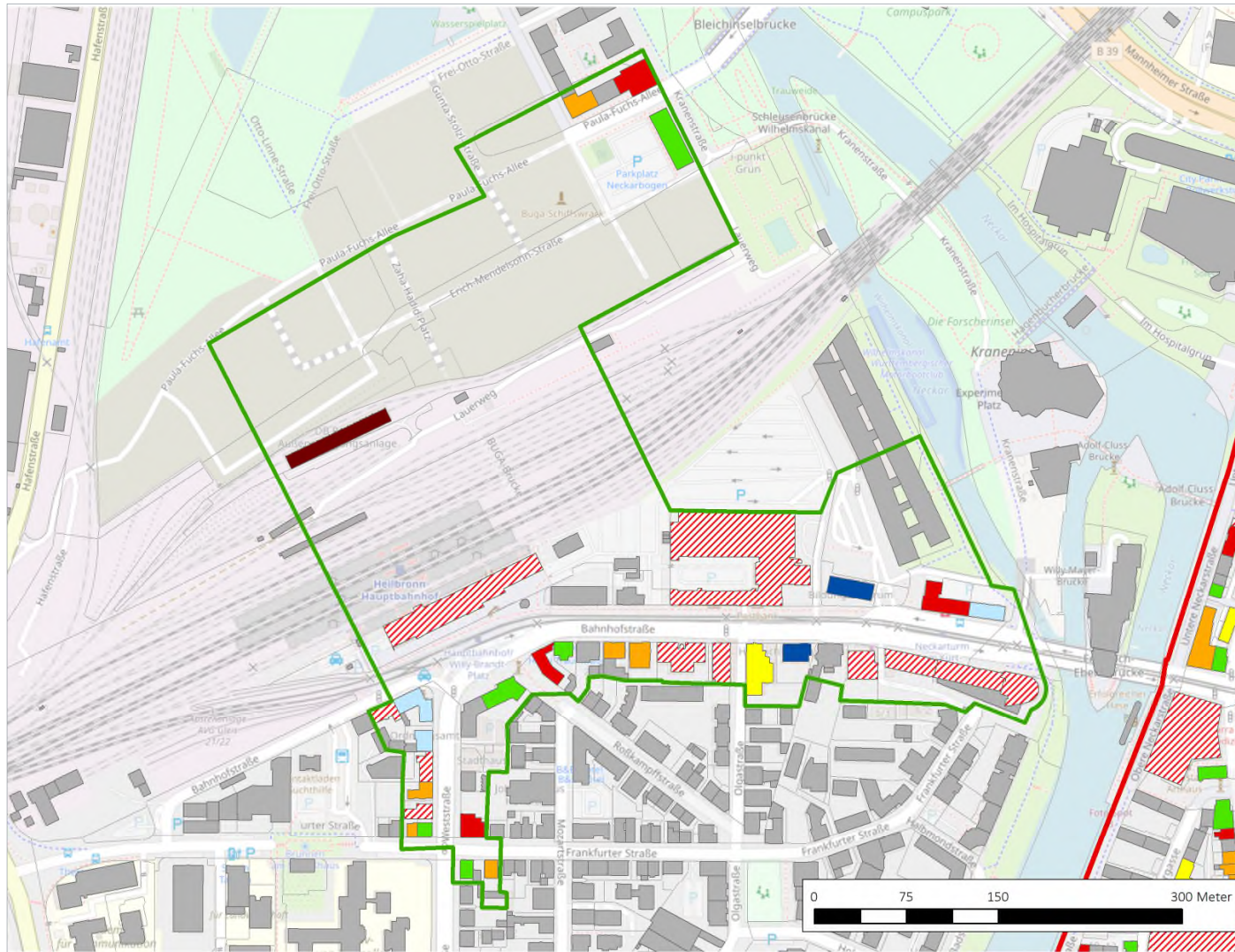
Entwicklungsziele

- Realisierung eines Nahversorgungszentrums zur Sicherung der Versorgung des neuen Stadtquartiers Neckarbogen mit rd. 3.500 Einwohnern und weiteren Arbeitsplätzen und Schaffung einer Verbindung zwischen Bahnhofsvorstadt und neuem Stadtquartier Neckarbogen.


Handlungsempfehlungen

- Bei Konkretisierung der Planungen für das Stadtquartier parzellenscharfe Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs.

Karte 13: C-Zentrum Neckarbogen / Bahnhofsvorstadt-Nord



Legende

 C-Zentrum Neckarbogen / Bahnhofsvorstadt-Nord

Nutzungsstruktur

-  Einzelhandel
-  Dienstleistung
-  Gastronomie/Hotellerie
-  Freizeit / Kultur
-  Öffentliche Einrichtungen
-  Bildungseinrichtungen
-  Gewerbe, Handwerk
-  Mehrfachnutzungen

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022

4.4.6 C-Zentrum Stuttgarter Straße (Kaufland)



| Einwohner / Lage / Wettbewerb | | | |
|-------------------------------|--------|--------|---------|
| Einwohner | 2002 | 2021 | Tendenz |
| Stadtteile im Umfeld | 15.205 | 18.344 | ▲ |

Lage und Umfeld

- Lage im südlichen Bereich der Kernstadt von Heilbronn zwischen Herbert-Hoover-Siedlung im Osten und Stadtviertel John-F.-Kennedy-Siedlung im Westen
- Entlang der Stuttgarter Straße zwischen Herbert-Hoover-Straße und Happenbacher Straße gelegenes C-Zentrum
- Umfeld in Richtung Süden durch Autohäuser, in Richtung Osten durch Ludwig-Pfau-Schule und Luise-Bronner-Realschule geprägt, daran angrenzend Wohnbebauung der Herbert-Hoover-Siedlung, in Richtung Norden Autohäuser und gemischte Bebauung, in Richtung Westen Schulzentrum und Wohnen sowie in Richtung Südwesten Landeseinrichtung für Lehrerausbildung, Polizei und Finanzamt sowie daran angrenzend OBI-Baumarkt. Im weiteren Standortumfeld Businesspark Schwabenhof.
- Ausdehnung ZVB in Nord-Süd-Richtung rd. 300 m, in West-Ost-Richtung rd. 100 m.

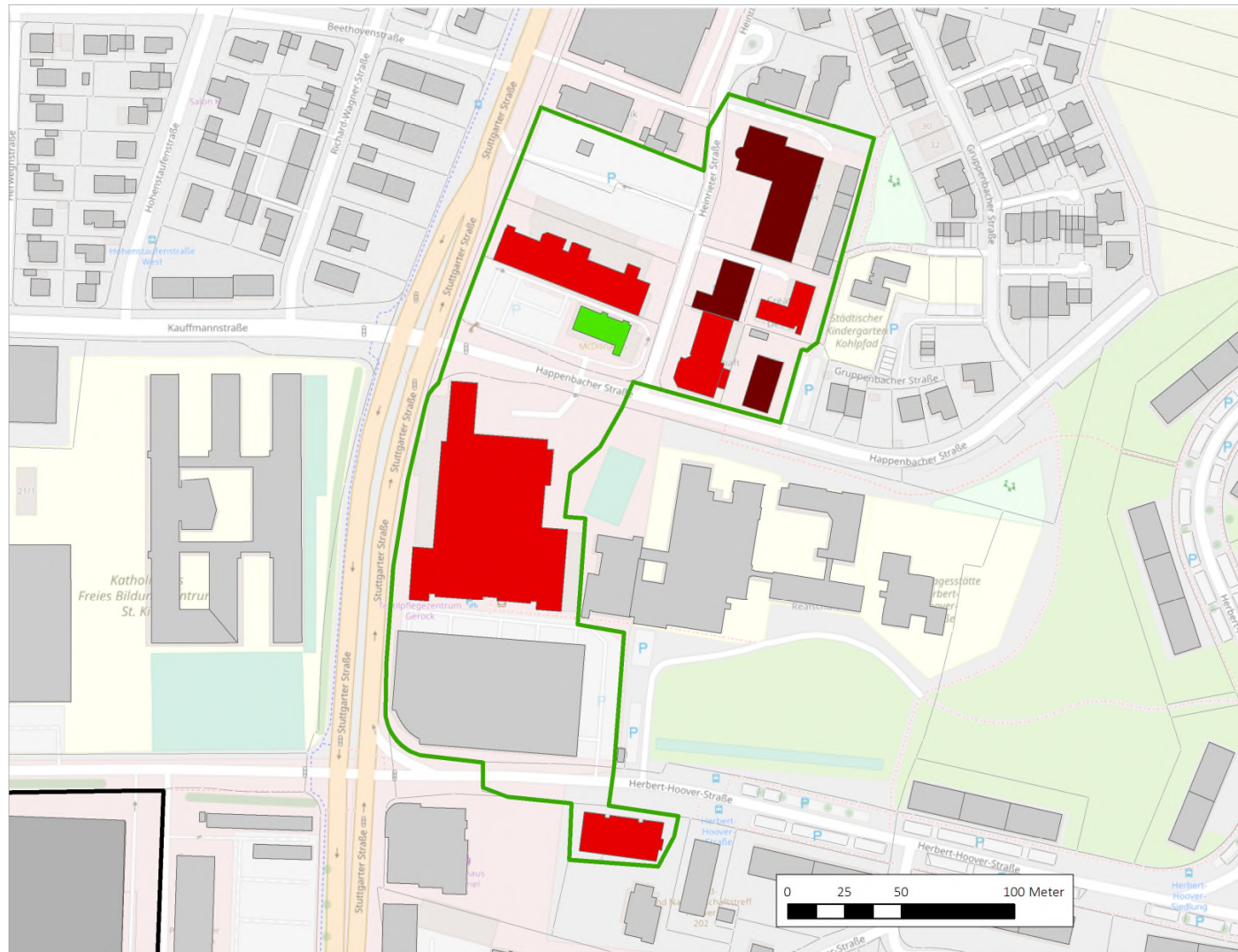
Wettbewerbssituation

- In Richtung Westen: C-Zentrum Sontheim-Nord, 1,5 km
- In Richtung Nordwesten: B-Zentrum Südstadt und A-Zentrum Innenstadt, 900 m
- In Richtung Osten: keine Wettbewerber
- In Richtung Süden: keine Wettbewerber

Zentrenprägende Ausstattung

| Einzelhandelsdaten | Betriebe Anzahl | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € |
|----------------------------|---------------------|----------------------------------|------------------|
| kurzfristiger Bedarf | 6 | 5.015 | 31,5 |
| mittelfristiger Bedarf | Angebot in Kaufland | 95 | 0,5 |
| langfristiger Bedarf | 1 | 525 | 0,9 |
| Einzelhandel gesamt | 7 | 5.635 | 32,9 |

Karte 14: C-Zentrum Stuttgarter Straße



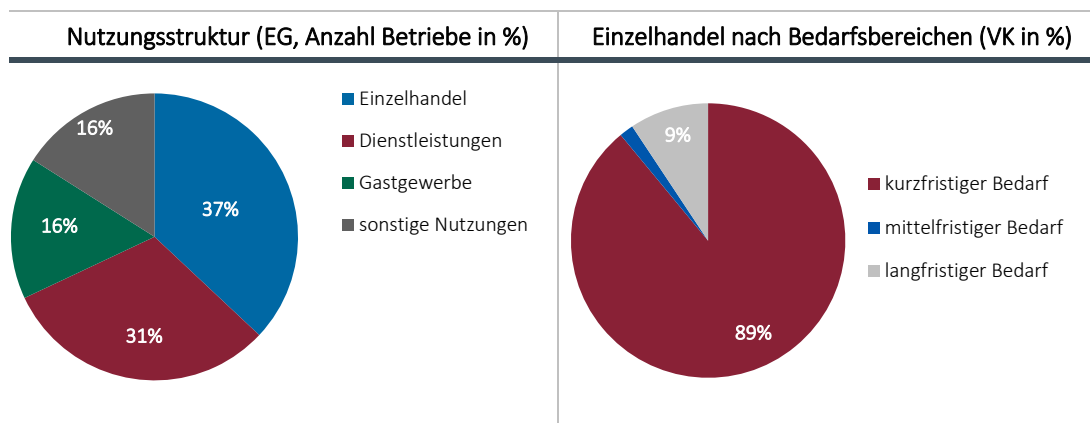
Legende

 C-Zentrum Stuttgarter Straße

Nutzungsstruktur

-  Einzelhandel
-  Dienstleistung
-  Gastronomie/Hotellerie
-  Freizeit / Kultur
-  Öffentliche Einrichtungen
-  Bildungseinrichtungen
-  Gewerbe, Handwerk
-  Mehrfachnutzungen

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022



Einzelhandelsangebot

| | |
|---------------------------------------|--|
| 1.500 m ² VK und mehr | Kaufland |
| 800 bis unter 1.500 m ² VK | Lidl |
| 400 bis unter 800 m ² VK | --- |
| unter 400 m ² VK | Creativ Lichtdesign, Russische Spezialitäten, Toto Lotto, Mitterer, Nothwang |

Ergänzende Nutzungen

- Das C-Zentrum Stuttgarter Straße ist im Wesentlichen durch die beiden großflächigen Lebensmittelmärkte Kaufland und Lidl und die im Vorkassenbereich befindlichen Komplementärnutzungen geprägt. Daneben befindet sich ein Mc Donald’s-Schnellrestaurant direkt nördlich der Hapfenbacher Straße sowie mehrere Imbisse, gastronomische Betriebe und sonstige Dienstleistungsbetriebe. Insgesamt stellen die Komplementärnutzungen jedoch nur eine Ergänzung des durch die beiden großflächigen Lebensmittelmärkte dominierten C-Zentrums dar.

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- Organisationsstruktur: Im südlichen Bereich besteht das Zentrum aus dem großen Supermarkt Kaufland und dem südlich daran angrenzenden zweigeschossigen Parkhaus, nördlich der Hapfenbacher Straße folgt zunächst ein Mc Donald’s-Schnellrestaurant und schließlich der Lidl-Lebensmitteldiscounter. Eine Ergänzung erfährt das C-Zentrum durch den Bereich östlich der Heinrieter Straße und in einem Gebäude südlich der Herbert-Hoover-Straße, wo weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ansässig sind.
- Bei dem Standort mit den beiden Magnetbetrieben Kaufland und Lidl handelt es sich nicht um eine gewachsene Zentrenlage, sondern um ein Zentrum mit zwei großflächigen Lebensmittelmärkten, welche aufgrund der geringen Wettbewerbssituation im Umfeld eine sehr hohe Versorgungsbedeutung für den südlichen Kernstadtbereich von Heilbronn übernehmen. Bedingt durch die im Standortumfeld gelegenen sonstigen zentralen Einrichtungen und Dienstleistungsbetriebe übernimmt der Standort eine Versorgungsbedeutung für den südlichen Heilbronner Kernstadtbereich. Insofern dominiert am Standort funktionale Handelsarchitektur ohne wesentliche städtebaulich attraktive Gestaltungsmerkmale.
- Leerstände sind innerhalb des Zentrenbereichs nicht vorhanden. Insgesamt ist der Standort unter Versorgungsgesichtspunkten stark frequentiert und wird von Kunden aus dem gesamten südlichen Heilbronner Stadtgebiet gut angenommen.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- Eine Haupteerschließungsfunktion übernimmt die westlich des C-Zentrums verlaufende Stuttgarter Straße sowohl in Richtung Süden als auch Norden. Eine Querverbindung in Richtung Westen ist über die Kaufmannstraße und die John-F.-Kennedy-Straße vorhanden. Diese beiden Achsen übernehmen zudem eine Anbindung in Richtung Westen.
- Eine ÖPNV-Anbindung ist über die Haltestelle Heilbronn, Hohenstaufenstraße Ost, sowie im Bereich der Herbert-Hoover-Siedlung vorhanden.
- In fußläufiger Hinsicht übernimmt der Standort im Wesentlichen eine Versorgungsfunktion für die Herbert-Hoover-Siedlung sowie die südlich und westlich der Stuttgarter Straße angrenzenden Stadtquartiere. Zudem ist für die Bildungseinrichtungen im Umfeld und den Businesspark Schwabenhof eine wichtige Versorgungsfunktion zu konstatieren.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- In Richtung Norden wird das Zentrum durch den nördlichen Rand des Grundstücks der Fa. Lidl begrenzt.
- In Richtung Osten wurde dem C-Zentrum ebenfalls ein gemischt genutztes Quartier zwischen der Heinrieter Straße im Westen und der östlich daran angrenzenden Wohnbebauung zugeordnet.
- In Richtung Süden verläuft die Grundstücksgrenze entlang des Kaufland-Grundstücks, östlich davon ist ein Schulzentrum vorzufinden, welchen den Zentrenbereich in diese Richtung begrenzt. Die südliche Abgrenzung verläuft im Wesentlichen am Rand des Grundstücks von Kaufland, eine Ergänzung erfährt der Zentrenbereich durch das gemischt genutzte Wohn- und Geschäftshaus südlich der Herbert-Hoover-Straße.
- Die westliche Grenze wird durch die als städtebauliche Barriere wirkende Stuttgarter Straße gebildet.

Entwicklungsziele

- Sicherung der Versorgungsfunktion für den südlichen Stadtbereich von Heilbronn.

Handlungsempfehlungen

- Ggf. bei Bedarf Modernisierung und Anpassung der beiden Magnetbetriebe Kaufland und Lidl an aktuell gängige Marktanforderungen.
-

4.4.7 C-Zentrum Sontheim-Nord



Einwohner / Lage / Wettbewerb

| Einwohner | 2002 | 2021 | Tendenz |
|--------------------|--------|--------|---------|
| Stadtteil Sontheim | 11.430 | 11.817 | ▲ |

Lage und Umfeld

- Lage im nördlichen Bereich des Stadtteils Sontheim
- Das Zentrum gliedert sich in einen südlichen Bereich, in dem im Wesentlichen der Edeka-Markt Ueltzhöfer inkl. ergänzender Nutzungen untergebracht sind, und einen Standortbereich entlang der Kolpingstraße / B 27 mit Lidl, dm, Fressnapf und einem geplanten Ärztehaus mit Apotheke.
- Als Besonderheit bleibt festzuhalten, dass zwischen den beiden Standortbereichen ein kleines Wohnquartier mit Einfamilienhausbebauung besteht. Funktional ist das Zentrum jedoch als zusammenhängendes Zentrum zu bewerten, welches von Kunden auch für Kopplungseinkäufe frequentiert wird.
- Umfeldnutzungen: In Richtung Süden schließen sich Gewerbebetriebe an, in Richtung Westen und Norden Wohnquartiere, in Richtung Osten gewerbliche Nutzungen.
- Ausdehnung ZVB in Süd-West- / Nord-Ost-Richtung rd. 450m, in Süd-Ost- / Nord-West-Richtung rd. 250 m.

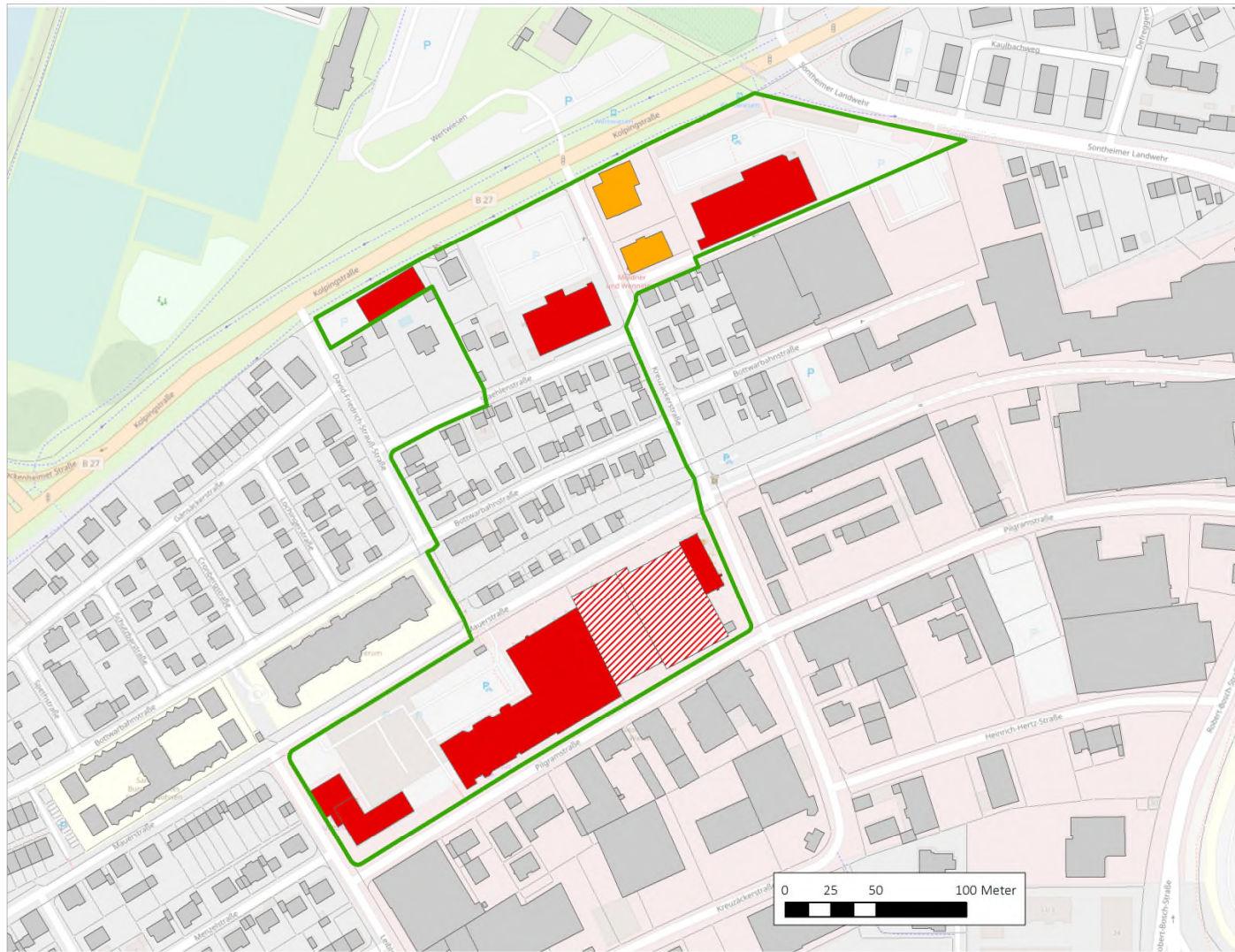
Wettbewerbssituation

- In Richtung Südwesten: C-Zentrum Sontheim-West, 1 km
- In Richtung Osten: C-Zentrum Stuttgarter Straße, 1 km
- In Richtung Norden: B-Zentrum Südstadt (1,7 km) und A-Zentrum Innenstadt (2,1 km)
- In Richtung Nordwesten: B-Zentrum Böckingen, 1,5 km

Zentrenprägende Ausstattung

| Einzelhandelsdaten | Betriebe Anzahl | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € |
|----------------------------|-----------------|----------------------------------|------------------|
| kurzfristiger Bedarf | 9 | 5.910 | 30,0 |
| mittelfristiger Bedarf | | Angebot in Edeka | 1,1 |
| langfristiger Bedarf | | Angebot in Edeka | 1,3 |
| Einzelhandel gesamt | 9 | 5.910 | 32,4 |

Karte 15: C-Zentrum Sontheim-Nord



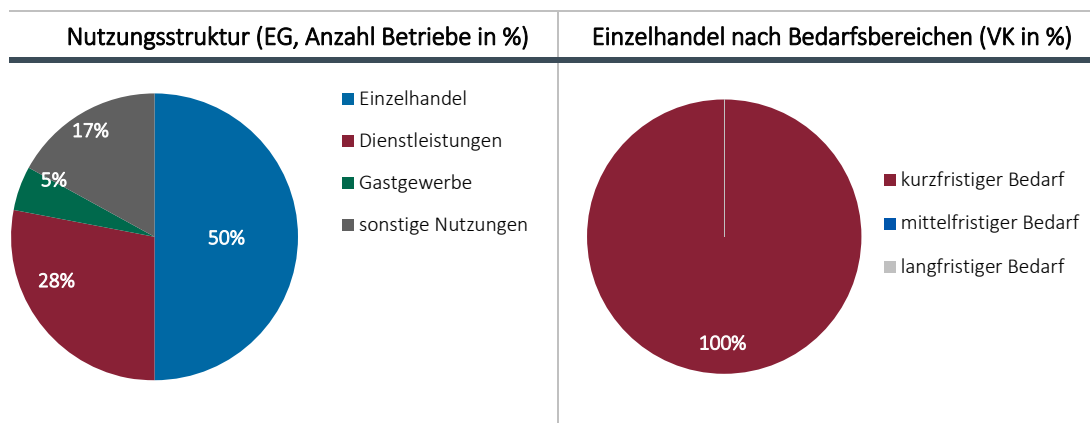
Legende

 C-Zentrum Sontheim-Nord

Nutzungsstruktur

-  Einzelhandel
-  Dienstleistung
-  Gastronomie/Hotellerie
-  Freizeit / Kultur
-  Öffentliche Einrichtungen
-  Bildungseinrichtungen
-  Gewerbe, Handwerk
-  Mehrfachnutzungen

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022



Einzelhandelsangebot

| | |
|---------------------------------------|--|
| 1.500 m ² VK und mehr | Edeka Ueltzhöfer |
| 800 bis unter 1.500 m ² VK | Lidl |
| 400 bis unter 800 m ² VK | dm, Bioruebe, Edeka Getränkemarkt, Fressnapf |
| unter 400 m ² VK | 2 x Bäckerei Mitterer, Lotto-Totto-Laden |

Ergänzende Nutzungen

- Im südlichen Bereich (Edeka-Standort) sind in einem kleinen Mallbereich mehrere Komplementärnutzungen vorzufinden. Ansonsten wird der Zentrenbereich stark durch Handel dominiert.
- Im nördlichen Teilbereich sind aktuell bis auf einen Geldautomaten der Volksbank und einen temporär vorhandenen Obst- und Gemüsestand keine Komplementärnutzungen vorhanden.

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- Organisationsstruktur: Südlicher Bereich mit dem Edeka und Edeka Getränkemarkt sowie bio-rübe Biomarkt als Magnetbetriebe. In Richtung Norden zunächst kleineres Wohnquartier zwischen den beiden durch Einzelhandel dominierten Standortlagen, jedoch funktional zusammenhängender Standortbereich. Den nördlichen Teil des Zentrums markieren die Magnetbetriebe Lidl und dm, der westliche Endpunkt ist im Bereich des Fressnapf-Marktes vorzufinden.
- In städtebaulicher Hinsicht dominieren funktional gestaltete Handelsgebäude ohne größere architektonische Ansprüche. Insgesamt handelt es sich bei dem Standort jedoch nicht um eine gewachsene Zentrumsanlage, sondern vielmehr um eine Ansammlung mehrerer Einzelhandelsbetriebe mit Versorgungsbedeutung für den Stadtteil Sontheim.
- Leerstände sind innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs nicht vorhanden.
- Insgesamt überwiegt eine funktionale Ausgestaltung als Handelsstandort. Eine „Flanierfunktion“ oder die Aufenthaltsqualität eines gewachsenen Zentrums ist innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs nicht vorzufinden.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- Der Standort ist aus Richtung Süden bzw. Südwesten und Nordosten über die B 27 / Kolpingstraße schnell aus dem gesamten Stadtgebiet zu erreichen. Aus Richtung Osten übernimmt die Straße Sontheimer Landwehr eine Versorgungsfunktion, aus Richtung Süden ist der Standort aus dem Stadtteil über die Kreuzäcker- und Max-Planck-Straße anfahrbar. Insgesamt gute Erreichbarkeit des Standortes aus allen Richtungen.
- Eine ÖPNV-Anbindung an den Standort ist im nordöstlichen Bereich des Zentrums über die Haltestelle Sontheim-Wertwiesen vorhanden. Dort halten mehrere Stadt- und Regionalbuslinien.
- In fußläufiger Hinsicht übernimmt der Standort insbesondere eine fußläufige Versorgungsfunktion für die südwestlich an den Standort angrenzenden Wohnquartiere des Stadtteils Sontheim.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- In Richtung Norden wird der Standort durch den Verlauf der Kolpingstraße und den nördlich daran angrenzenden Wertwiesepark begrenzt.
- In Richtung Osten verläuft die Abgrenzung entlang der Straße Sontheimer Landwehr und wird durch die südlich daran angrenzenden gewerblich genutzten Bereiche begrenzt.
- In Richtung Süden verläuft die Abgrenzung direkt südlich des Edeka-Standortes. Südlich daran angrenzend sind zwar noch punktuell Dienstleistungsnutzungen prägend, eine funktionale Anbindung an den Zentrenbereich besteht allerdings nicht.
- Richtung Westen wird die Abgrenzung durch das direkt nördlich der Mauerstraße bestehende Pflegezentrum des Arbeiter-Samariter-Bundes sowie im weiteren Verlauf durch Wohnnutzungen begrenzt. Den nordwestlichen Abschluss des Zentrenbereichs markiert der dort vorzufindende Fressnapf-Heimtierfachmarkt.
- Als Besonderheit ist der durch Wohnen genutzte Bereich zwischen dem nördlichen und südlichen Zentrenbereich zu nennen. In diesem Teil des Zentrums sind zwar ausschließlich Wohnnutzungen vorhanden, jedoch besteht funktional eine Verbindung zwischen dem nördlich und südlich gelegenen Zentrenbereich. So beträgt die Distanz zwischen den beiden Bereichen nur rd. 90 m, so dass auch in fußläufiger Hinsicht das Zentrum als zusammenhängendes Zentrum wahrgenommen wird.

Entwicklungsziele

- Sicherung und bei Bedarf Modernisierung der Angebotsstrukturen zur Sicherung der Versorgungsfunktion für den Stadtteil Sontheim.

Handlungsempfehlungen

- kein unmittelbarer Handlungsbedarf vorhanden.
-

4.4.8 C-Zentrum Sontheim-West



Einwohner / Lage / Wettbewerb

| Einwohner | 2002 | 2021 | Tendenz |
|--------------------|--------|--------|---------|
| Stadtteil Sontheim | 11.430 | 11.817 | ▲ |

Lage und Umfeld

- Lage im westlichen Bereich des Stadtteils Sontheim im gewachsenen Ortskern. Das Zentrum konzentriert sich im östlichen Bereich auf die Staufenberg-, Haupt- bzw. Horkheimer Straße und umfasst hierbei neben dem alten Ortskern von Sontheim den strukturprägenden Lebensmittelmarkt- und Ärztehausstandort im Bereich des Staufenberg-Zentrums.
- Das Umfeld des Standortes ist in alle Richtungen im Wesentlichen durch Wohnnutzungen geprägt. Direkt nördlich des zentralen Versorgungsbereichs ist auf den Verlauf des Neckars hinzuweisen.
- Der zentrale Versorgungsbereich zeichnet sich hierbei durch seine kompakte Struktur und seine vergleichsweise hohe Dichte an Einzelhandels- und insbesondere Komplementärnutzungen aus, welche zusammen eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den westlichen Bereich des Stadtteils Sontheim übernehmen.
- Ausdehnung ZVB: in West-Ost-Richtung rd. 550 m, in Nord-Süd-Richtung rd. 300 m.

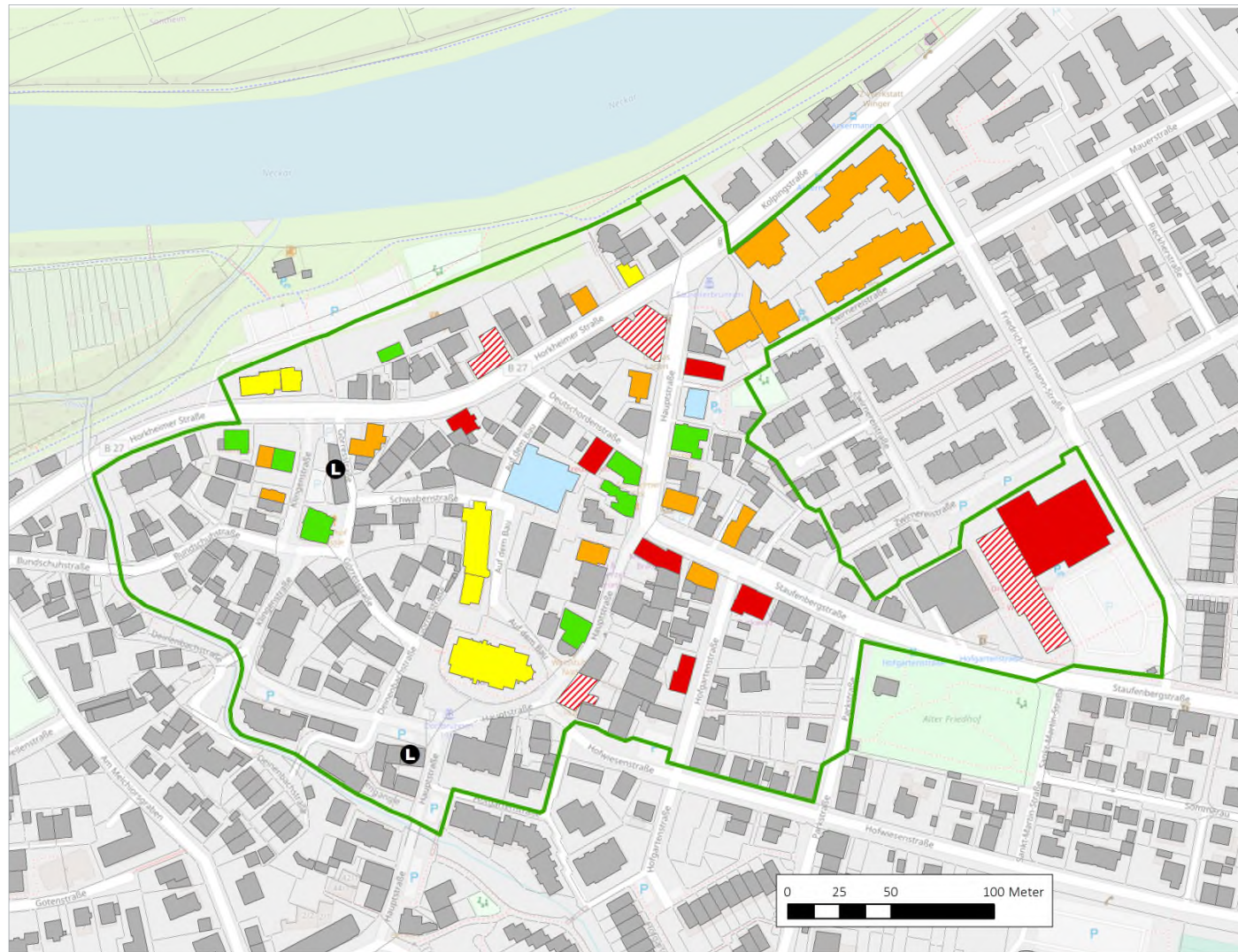
Wettbewerbssituation

- In Richtung Nordosten: C-Zentrum Sontheim-Nord, 1,2 km
- In Richtung Westen: Nahversorgungslage Horkheim, 1,5 km
- In Richtung Osten: Nahversorgungslage Sontheim-Ost, 1,2 km
- In Richtung Norden: keine direkte Verbindung über den Neckar vorhanden. Dort ist auf das B-Zentrum Böckingen hinzuweisen, 1,7 km.

Zentrenprägende Ausstattung

| Einzelhandelsdaten | Betriebe Anzahl | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € |
|----------------------------|-----------------|----------------------------------|------------------|
| kurzfristiger Bedarf | 5 | 1.220 | 10,5 |
| mittelfristiger Bedarf | 3 | 215 | 1,3 |
| langfristiger Bedarf | 3 | 150 | 1,1 |
| Einzelhandel gesamt | 11 | 1.585 | 12,9 |

Karte 16: C-Zentrum Sontheim-West



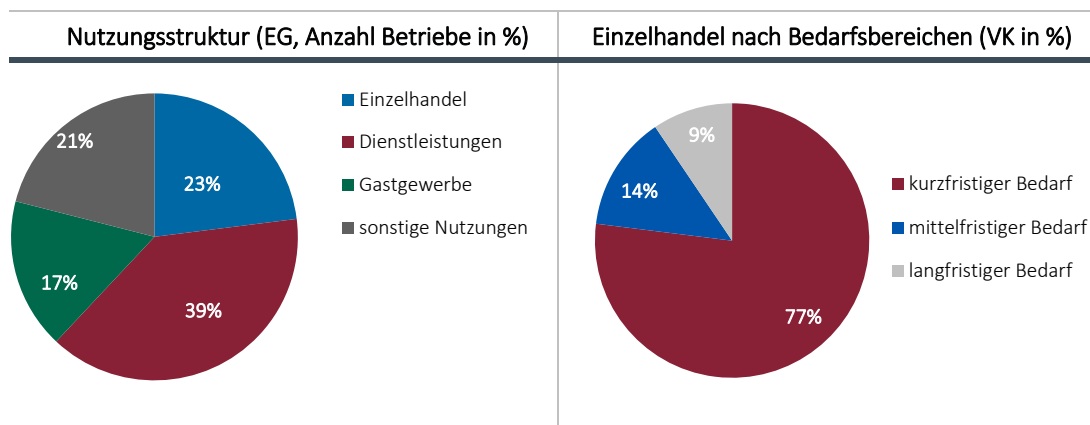
Legende

C-Zentrum Sontheim-West

Nutzungsstruktur

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie/Hotellerie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Gewerbe, Handwerk
- Mehrfachnutzungen
- L Leerstand

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022



Einzelhandelsangebot

| | |
|---------------------------------------|---|
| 1.500 m ² VK und mehr | --- |
| 800 bis unter 1.500 m ² VK | Aldi |
| 400 bis unter 800 m ² VK | --- |
| unter 100 m ² VK | Gerda's Laden, Apotheke im Staufenberg-Zentrum, Reginas Moden, Schuhhaus Rückwied, Stilecht, Handyland, Metzgerei Braun, Kreuz-Apotheke, Geers Hörgeräte, Stefansbäck |

Ergänzende Nutzungen

- Im Staufenberg-Zentrum Ärztehaus, im alten Ortskern zahlreiche unterschiedliche Dienstleistungs- und sonstige Komplementärnutzungen sowie öffentliche Einrichtungen (Alte Kelter, katholisches Gemeindehaus, Kirche, Feuerwehrgerätehaus, Musikschule, Bestattungsinstitut, Frisör, Kreditinstitut, Kleintierpraxis etc.).
- Insgesamt haben die Komplementärnutzungen innerhalb des Zentrums eine wichtige Versorgungsbedeutung. In den Randbereichen des Zentrums gehen die gemischten Nutzungen in Wohnbebauung über.

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- Zweiteilung der städtebaulichen Strukturen in das Staufenberg-Zentrum, welches den östlichen Endpunkt des Zentrums darstellt, und den alten Ortskern von Sontheim, in dem überwiegend kompakte städtebauliche Strukturen mit i. d. R. zwei Vollgeschossen und ein bis zwei Dachgeschossen vorliegen. Dabei sind insbesondere entlang der Achsen Hauptstraße und Staufenbergstraße sowie in den davon abgehenden Gassen Komplementärnutzungen vorzufinden. Insgesamt stellt das Zentrum mit dem Magnetbetrieb Aldi und dem dort vorhandenen Ärztezentrum einen kompakten zentralen Versorgungsbereich dar, in welchem eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den westlichen Bereich von Sontheim erfüllt wird. Dabei nehmen die Komplementärnutzungen eine besondere Rolle ein.
- Leerstände sind punktuell im zentralen Versorgungsbereich vorhanden, jedoch nicht stadtbildprägend.
- Die Gestaltung des Bereiches weist im Wesentlichen keine besonderen Highlights auf. Jedoch sind insbesondere der Bereich Staufenberg-Zentrum sowie die frisch sanierte Alte Kelter sowie die daran angrenzenden Bereiche unter städtebaulichen Gesichtspunkten positiv zu bewerten. Ansonsten überwiegen funktional gestaltete Wohn- und Geschäftshäuser mit in den Erdgeschossen vorhandenen Ladenflächen.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- Die Haupteerschließungsfunktion des Zentrums wird über die Staufenbergstraße aus Richtung Osten sowie die durch den Ortskern verlaufende B 27 / Kolpingstraße sichergestellt.
- Die ÖPNV-Anbindung wird über eine Bushaltestelle in der Staufenbergstraße sichergestellt.
- Zudem übernimmt der Standort eine wichtige fußläufige Versorgungsfunktion für den westlichen Bereich des Stadtteils Sontheim.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Richtung Osten beinhaltet der zentrale Versorgungsbereich das Staufenberg-Zentrum mit dem Magnetbetrieb Aldi.
- In Richtung Süden verläuft die Abgrenzung entlang der Staufenbergstraße, der Parkstraße und der Hofwiesenstraße und umfasst zudem die Bereiche rund um die Kirche entlang der Deinenbachstraße bis in den Bereich des dort verlaufenden Deinenbachs.
- Im westlichen Bereich wird der Standort begrenzt durch den Verlauf des Deinenbachs bis auf Höhe der B 27 / Kolpingstraße
- In Richtung Norden durch die nördlich der Kolpingstraße gelegenen Wohn- und Geschäftshäuser. Dabei bildet der direkt nördlich verlaufende Neckar eine Barriere aus.
- In Richtung Osten beinhaltet die Abgrenzung zudem das Sommerhaus des Deutschordens sowie die Pro Seniore-Residenz Sontheim.

Entwicklungsziele

- Sicherstellung der arbeitsteiligen Versorgungsstrukturen mit Staufenberg-Zentrum im Osten und dem Angebot im Ortskern in Richtung Westen.

Handlungsempfehlungen

- kein akuter Handlungsbedarf vorhanden. Ggf. Möglichkeit einer Erweiterung der Fa. Aldi als wesentlicher Magnetbetrieb des Ortskerns.
-

4.4.9 C-Zentrum Neckargartach



Einwohner / Lage / Wettbewerb

| Einwohner | 2002 | 2021 | Tendenz |
|-------------------------|-------|--------|---------|
| Stadtteil Neckargartach | 9.516 | 10.049 | ▲ |

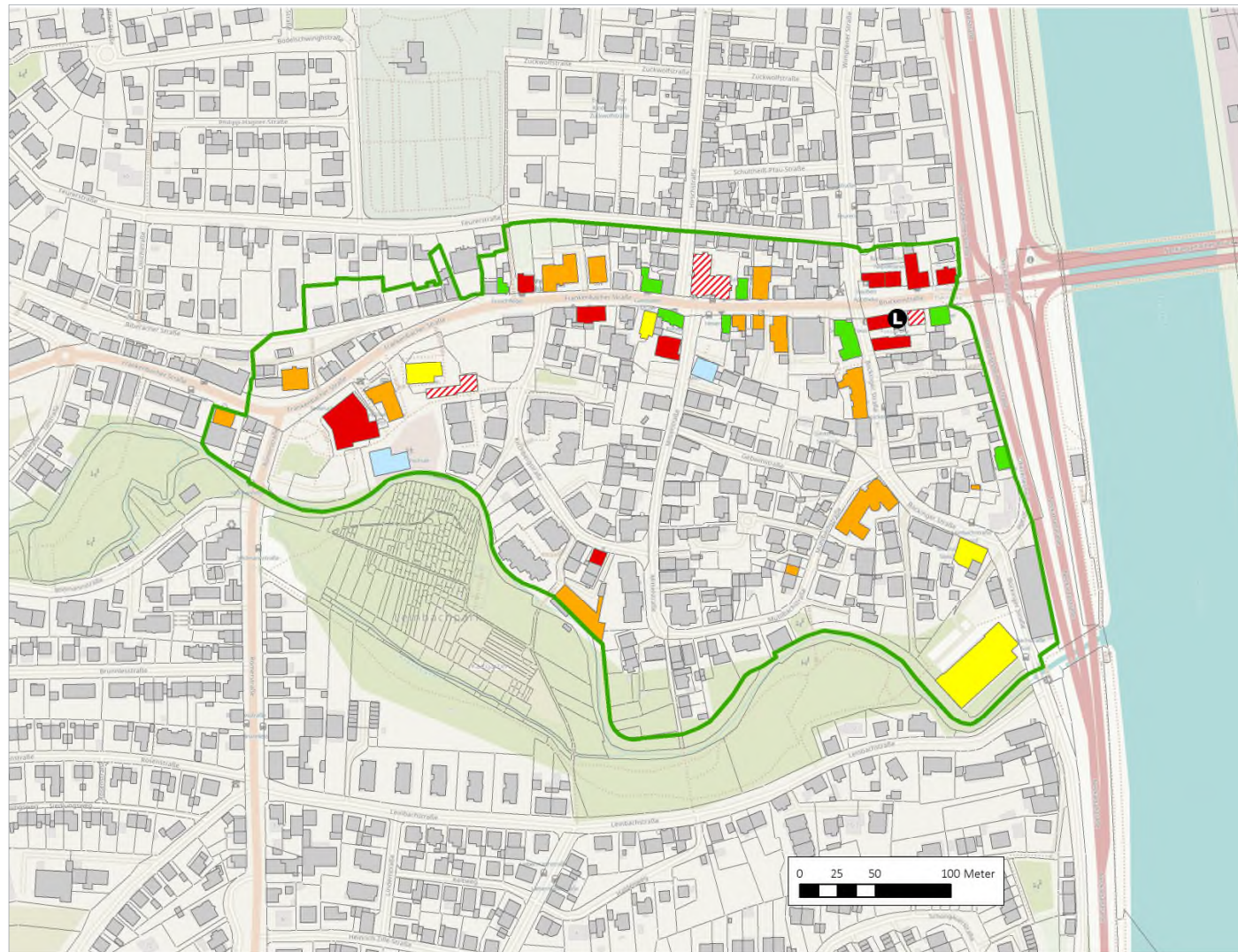
Lage und Umfeld

- Lage im nordwestlichen Bereich der Stadt Heilbronn im gewachsenen Ortskern von Neckargartach entlang der Frankenbacher Straße und Römerstraße, wobei die Leinbach-Passage mit dem dortigen Penny-Markt den Magnetstandort des Zentrums darstellt.
- Das Standortumfeld ist in Richtung Norden, Westen und Süden insbesondere durch Wohnnutzungen geprägt. Östlich verläuft der Neckar, welcher über die Karl-Wüst-Brücke eine Anbindung an das Industriegebiet Neckar / Osthafen bzw. Rötel auf Neckarsulmer Gemarkung übernimmt. In Richtung Norden folgt ebenfalls ein gewerblich geprägter Bereich entlang der Neckartalstraße bis auf Höhe der Autobahnanschlussstelle Heilbronn-Untereisesheim.
- Ausdehnung ZVB in West-Ost-Richtung umfasst rd. 500 m, in Nord-Süd-Richtung rd. 300 m.

Wettbewerbssituation

- In Richtung Norden: keine größeren relevanten Wettbewerbsstandorte vorhanden.
- In Richtung Osten ebenfalls kein abgegrenzter Zentrenbereich vorhanden. Hier dominiert das Kaufland-Einkaufszentrum auf Neckarsulmer Gemarkung die Angebotssituation. (1,7 km)
- In Richtung Süden sind zunächst die beiden Ergänzungsstandorte Gewerbegebiet Böckingen-Nord, 2 km (westlich des Neckars) und Industriegebiet Neckar, 2 km (östlich des Neckars) zu finden.
- In Richtung Westen sind ausschließlich Nahversorgungslagen im Stadtteil Frankenbach sowie punktuell Lebensmittelmärkte vorhanden.


Karte 17: C-Zentrum Neckargartach



Legende

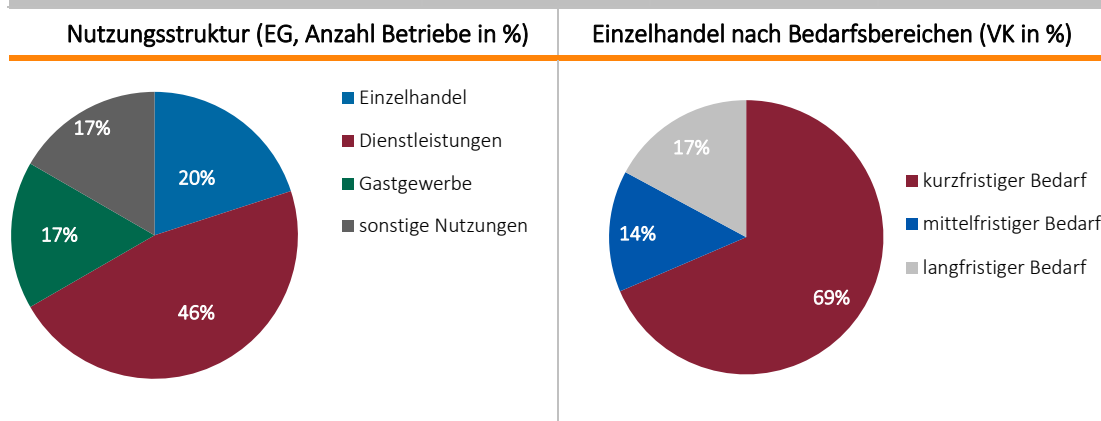
 C-Zentrum Neckargartach

Nutzungsstruktur

-  Einzelhandel
-  Dienstleistung
-  Gastronomie/Hotellerie
-  Freizeit / Kultur
-  Öffentliche Einrichtungen
-  Bildungseinrichtungen
-  Gewerbe, Handwerk
-  Mehrfachnutzungen
-  Leerstand

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022

| Zentrenprägende Ausstattung | | | |
|-----------------------------|-----------------|----------------------------------|------------------|
| Einzelhandelsdaten | Betriebe Anzahl | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € |
| kurzfristiger Bedarf | 7 | 480 | 2,8 |
| mittelfristiger Bedarf | 1 | 100 | 0,4 |
| langfristiger Bedarf | 3 | 120 | 0,4 |
| Einzelhandel gesamt | 11 | 700 | 3,6 |



| Einzelhandelsangebot | |
|---------------------------------------|---|
| 1.500 m ² VK und mehr | --- |
| 800 bis unter 1.500 m ² VK | --- |
| 400 bis unter 800 m ² VK | Penny |
| unter 100 m ² VK | Schuhhaus Ziegler, Toto Lotto-Laden, Ocker Metallhandel, Bäckerei Förch, Metzgerei Kress, Kaffeeshop Borbone, Trauben Apotheke, Blumen Lädle Stegmaier, Plachetka Uhren & Schmuck, Edler Bodenbelag |

- Ergänzende Nutzungen**
- Ergänzende Nutzungen: Innerhalb des C-Zentrums sind eine Vielzahl unterschiedlichster Dienstleistungsnutzungen (u. a. Fahrschule, Frisör, Tattoostudio, Kreditinstitute, Bürgeramt, Diakoniestation, Neckarhalle Neckargartach) vorhanden. Diese Nutzungen konzentrieren sich im Wesentlichen entlang der beiden Verkehrsachsen Frankenbacher Straße und Römerstraße.

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

- Städtebau**
- Organisationsstruktur: Der Zentrumsbereich ist im Wesentlichen im Bereich des gewachsenen Ortskerns von Neckargartach zwischen Frankenbacher Straße im Norden und dem Verlauf der Lein zu finden. In Richtung Westen stellt die Einmündung der Frankenbacher Straße in die Römerstraße eine Grenze dar. In Richtung Norden wird das Zentrum durch den Verlauf des Neckars und die Neckartalstraße begrenzt.
 - Als Magnet des Zentrums fungiert die Leinbach-Passage mit dem Penny-Lebensmitteldiscounter sowie weiterem kleinteiligen Fachhandelsbesatz. Der Penny-Lebensmitteldiscounter weist derzeit nur eine geringe Fläche auf. Jedoch bestünde grundsätzlich die Möglichkeit, bei einer Umstrukturierung des Standortes den kompletten Standort neu aufzustellen, so dass perspektivisch grundsätzlich Möglichkeiten für eine Aufwertung des zentralen Magnetstandortes bestehen.
 - Leerstände sind punktuell entlang der Frankenbacher Straße vorhanden, welche stark verkehrlich stark belastet ist. Eine strukturprägende Wirkung dieser Leerstände ist jedoch nicht festzuhalten, da die sonstigen Immobilien in diesem Bereich überwiegend durch Komplementärnutzungen und punktuell vorhandene Einzelhandelsnutzungen geprägt sind.

- In städtebaulicher Hinsicht ist die Hauptlage des Zentrums im Wesentlichen durch den Verkehr entlang der Frankenbacher und Römerstraße geprägt. In Richtung Süden, im Bereich des historischen Ortskerns, sind Wohnlagen prägend, während der Zentrenbereich in Richtung Süden durch den Leinbachpark und ausgedehnte Grünanlagen attraktive Naherholungsmöglichkeiten bietet. Aufgrund der städtebaulich kompakten Strukturen werden diese durch Wohnnutzungen geprägten Strukturen innerhalb des alten Ortskerns dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet.
- Insgesamt bleibt für das C-Zentrum Neckargartach festzuhalten, dass dieses zum einen durch straßenbegleitende Einzelhandels- und Komplementärnutzungen und zum anderen durch den zentralen Standortbereich der Leinbach-Passage geprägt ist. Dieser Standortbereich übernimmt damit eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Neckargartach.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- Eine Haupteerschließungsfunktion in östlicher Richtung übernimmt die Karl-Wüst-Straße, in südlicher Richtung die Römerstraße und in westlicher Richtung die Frankenbacher Straße. Zudem besteht eine Anbindung in Richtung Norden und Süden über die Obereisesheimer Straße an die Neckartalstraße, so dass insgesamt der Standort Neckargartach schnell zu erreichen ist.
- ÖPNV Haltestellen sind innerhalb des Zentrums insgesamt zwei vorhanden. Zum einen befindet sich im Bereich Neckargartach, Römerstraße, und im Bereich der Wimpfener Straße eine weitere Haltestelle, so dass insgesamt eine sehr gute Anbindung an den ÖPNV besteht.
- Der Standort übernimmt zudem eine wichtige fußläufige Versorgungsfunktion

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Als Abgrenzungskriterium wurden u. a. der vorhandene Einzelhandels- und Komplementärnutzungsbesatz, aber zudem die vorhandenen städtebaulichen Strukturen im Bereich des alten Ortskerns von Neckargartach berücksichtigt.
- In Richtung Süden wird der zentrale Versorgungsbereich durch den Verlauf des Leinbachs und den südlich daran angrenzenden Leinbachpark begrenzt.
- In Richtung Osten verläuft die Abgrenzung entlang der Obereisesheimer Straße, welche zusammen mit der Neckartalstraße und dem Neckar eine Barriere ausbildet.
- In Richtung Norden verläuft die Grenze entlang der Feuerstraße sowie der Biberacher und Frankenbacher Straße
- In Richtung Westen wird die Lage durch die Abzweigung der Frankenbacher Straße in die Römerstraße begrenzt

Entwicklungsziele

- Sicherung, Stabilisierung und ggf. Weiterentwicklung des Magnetbetriebes Penny in der Leinbach-Passage durch perspektivische Modernisierung zur Stabilisierung der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums.

Handlungsempfehlungen

- Prüfung der baulichen und städtebaulichen Möglichkeiten zur Modernisierung der Leinbach-Passage.
-

4.4.10 C-Zentrum Kirchhausen



Einwohner / Lage / Wettbewerb

| Einwohner | 2002 | 2021 | Tendenz |
|-----------------------|-------|-------|---------|
| Stadtteil Kirchhausen | 3.800 | 3.967 | ▶ |

Lage und Umfeld

- Deutlich von der Kernstadt abgesetzter Stadtteil im nordwestlichen Gemarkungsbereich mit rd. 3.900 Einwohnern und überwiegend dörflichen Strukturen.
- In zentraler Lage innerhalb des Stadtteils Kirchhausen gelegen, mit prägenden Gebäuden wie dem Deutschordenschloss Heilbronn-Kirchhausen, mehreren Kirchen und kleinteiligem Geschäftsbesatz.
- Umfeldnutzungen: Überwiegend Wohnbebauung nördlich des Fürfelder Grundes und südlich der Schlossstraße.
- Ausdehnung ZVB: in Nord-Süd- bzw. Ost-West-Richtung jeweils 250 m.

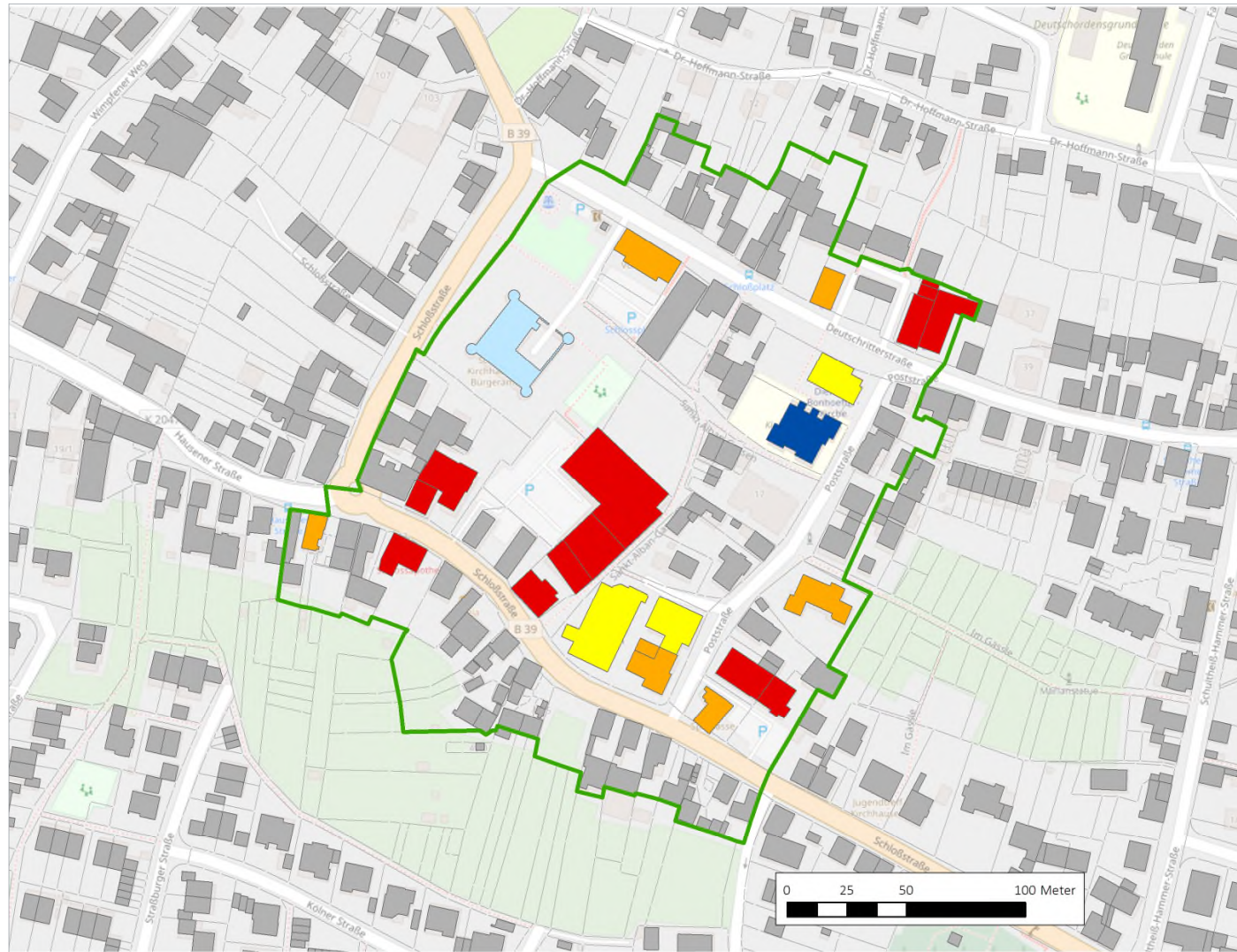
Wettbewerbssituation

- In Richtung Westen: angrenzende Kommunen Massenbach, Massenbachhausen (je 4 km), Kirchartd (9 km)
- In Richtung Norden: Unterzentrum Bad Rappenau (6 km)
- In Richtung Nordosten: Nahversorgungslage Biberach und dortiger Netto-Lebensmitteldiscounter (2,5 – 3 km)
- In Richtung Osten: C-Zentrum Neckargartach (6 km)
- In Richtung Süden: direkte Anbindung an Unterzentrum Leingarten (4 km)

Zentrenprägende Ausstattung

| Einzelhandelsdaten | Betriebe Anzahl | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € |
|----------------------------|-----------------|----------------------------------|------------------|
| kurzfristiger Bedarf | 7 | 1.790 | 6,0 |
| mittelfristiger Bedarf | --- | --- | --- |
| langfristiger Bedarf | --- | --- | --- |
| Einzelhandel gesamt | 7 | 1.790 | 6,0 |

Karte 18: C-Zentrum Kirchhausen



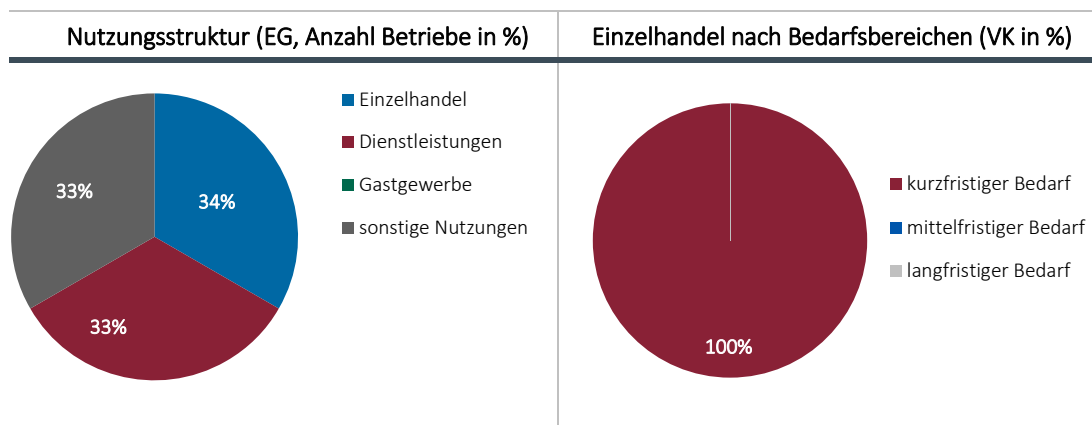
Legende

C-Zentrum Kirchhausen

Nutzungsstruktur

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie/Hotellerie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Gewerbe, Handwerk
- Mehrfachnutzungen
- Leerstand

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022



Einzelhandelsangebot

| | |
|---------------------------------------|--|
| 1.500 m ² VK und mehr | --- |
| 800 bis unter 1.500 m ² VK | Netto |
| 200 bis unter 800 m ² VK | Aquarin Getränkewelt, Getränke Mohr |
| unter 100 m ² VK | Toto Lotto, Bäckerei Betz, Der frische Beck, Schloß Apotheke |

Ergänzende Nutzungen

- Neben dem Einzelhandel ist innerhalb des Nahversorgungszentrums Kirchhausen auf Komplementärnutzungen wie das Bürgeramt, Kreditinstitute, Kindergarten, Gemeindezentrum, Fahr-schule, Frisör sowie weitere Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe hinzuweisen.

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebau

- Das Nahversorgungszentrum Kirchhausen ist als kompaktes, dörflich geprägtes Zentrum zu bewerten, welches sich zwischen der Schloßstraße im Süden und Westen der Poststraße in östliche Richtung und der Deutschritterstraße erstreckt. In diesem relativ kompakten Ortskern ist eine Vielzahl an unterschiedlichen Nutzungen auch im Einzelhandel vorhanden.
- Eine Magnetfunktion übernehmen hierbei insbesondere der Lebensmitteldiscounter sowie die beiden größeren Getränkemarkte innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Die Angebots-situation wird im Wesentlichen ergänzt durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks, eine Apotheke und einen Schreibwarenladen.
- Leerstände sind im Bereich der Schloßstraße sowie in der Deutschritterstraße vorhanden. Diese sind nicht stadtbildprägend.
- Insgesamt überwiegen in städtebaulicher Hinsicht dörfliche Strukturen mit einer hohen Aufent-haltsqualität im Bereich des Deutschordenschlosses und den daran angrenzenden Bereichen. Auch die Gestaltung des Magnetbetriebes Netto mit der Lage in einem Innenhof ist unter städ-tebaulichen Gesichtspunkten positiv hervorzuheben.

Verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit

- Hapterschließungsfunktion übernimmt die B 39 / Schloßstraße, welche durch den Ortskern von Kirchhausen führt und eine Anbindung in Richtung der Anschlussstelle Bad Rappenau sowie in Richtung Frankenbach und die Kernstadt von Heilbronn herstellt. Darüber hinaus übernimmt die L 1105 eine Anbindung Richtung Leingarten. Zudem besteht eine direkte Verbindung in Richtung Massenbach / Massenbachhausen. Insgesamt ist somit eine gute verkehrliche Erreichbarkeit mit dem Pkw festzuhalten.
- Mit dem ÖPNV ist der Standort über zwei Bushaltestellen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angeschlossen. Eine Haltestelle ist im Bereich des Schloßplatzes und in der Hausener Straße vorhanden.
- In fußläufiger Hinsicht wird eine Versorgungsfunktion für den gesamten Stadtteil übernommen. Durch die relativ kompakten Strukturen des Stadtteils ist der zentrale Einkaufsbereich aus allen Richtungen gut zu erreichen.

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Die Abgrenzung ist im Wesentlichen auf Basis der vorhandenen städtebaulichen Strukturen sowie des Einzelhandels- und Komplementärnutzungsbesatzes zu begründen.
- So erstreckt sich der zentrale Versorgungsbereich im Wesentlichen zwischen der Schloßstraße im Süden und Westen, der Deutschritterstraße im Norden und der Poststraße in Richtung Osten. Dabei wurde im Bereich der Deutschritter-, Post- und Schloßstraße (südliche Achse) jeweils straßenbegleitend aufgrund des dort vorhandenen Besatzes eine Abgrenzung vorgenommen. Im Bereich der Schloßstraße (westlicher Abgrenzungsteil) verläuft die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches direkt an der Grundstücksgrenze in Richtung Osten.

Entwicklungsziele

- Sicherung und ggf. Stärkung des zentralen Anbieters Netto als wesentlicher Lebensmittelmarkt für den Ortskern.

Handlungsempfehlungen

- keine Handlungsempfehlungen
-

4.4.11 Ergänzungsstandort Industriegebiet Neckar



Lage / Wettbewerb

Lage und Umfeld

- Lage im nördlichen Kernstadtbereich von Heilbronn, nordwestlich der Heilbronner Innenstadt.
- Standortbereich wird im Wesentlichen begrenzt durch den Verlauf des Neckars in südlicher und westlicher Richtung, die Koepff- bzw. Salzstraße in nördlicher Richtung und den Verlauf der Bahngleise in östlicher Richtung. Eine Ausnahme bildet der am südlichen Rand gelegene Hochschulcampus am Europaplatz, welcher nicht in der Abgrenzung beinhaltet ist.
- Das Standortumfeld wird in Richtung Südosten im Wesentlichen durch den Hochschulcampus und den daran angrenzenden Innenstadtbereich von Heilbronn geprägt. Südwestlich des Neckars ist zudem perspektivisch auf das neue Stadtquartier Neckarbogen hinzuweisen. Westlich des Neckars befindet sich zunächst der Zukunftspark Wohlgelegen und schließlich westlich des Kanalhafens der Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Böckingen-Nord. In Richtung Norden grenzt überwiegend gewerblich-industrielle Bebauung.

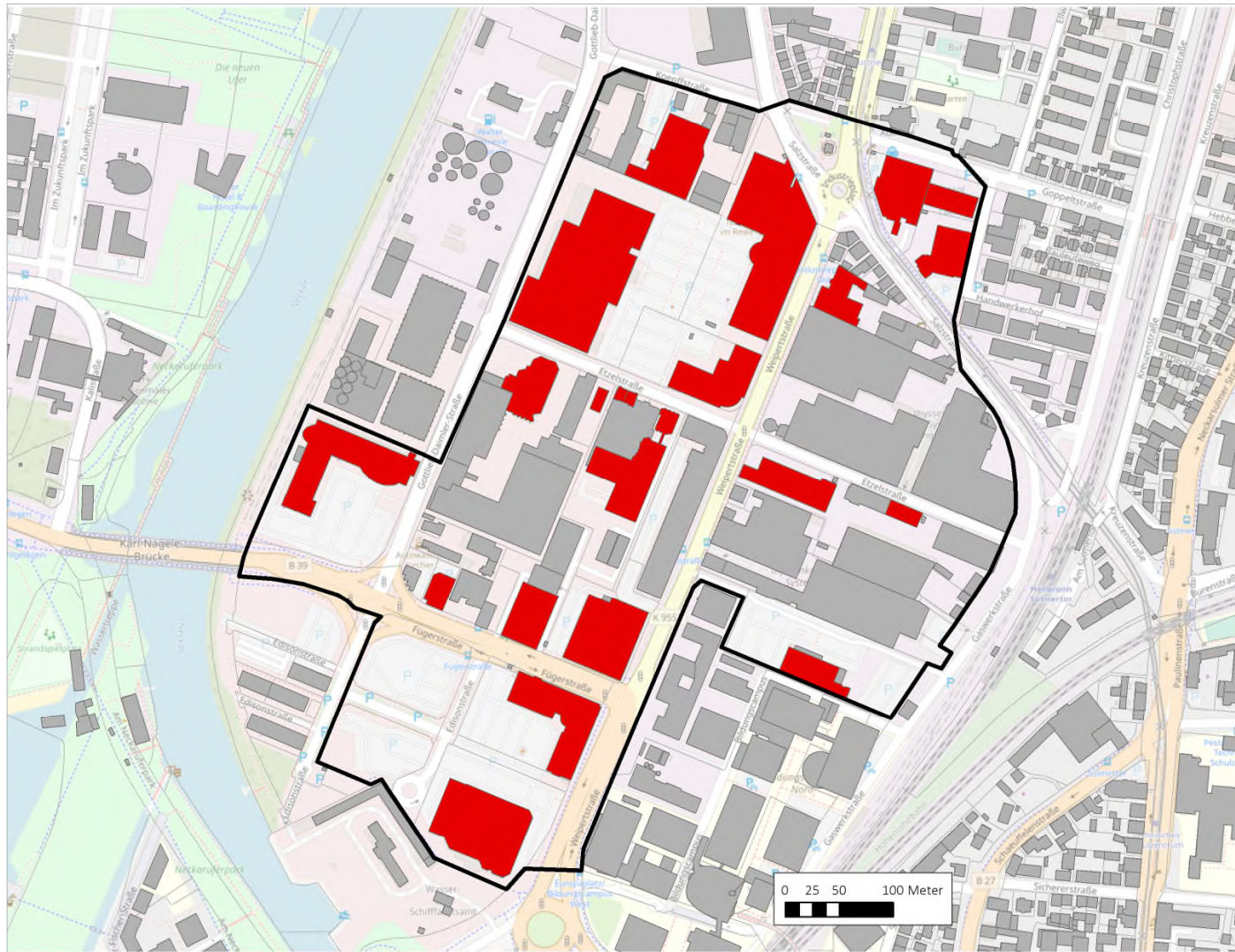
Wettbewerbssituation

- In Richtung Südosten: A-Zentrum City Heilbronn, 900 m
- In Richtung Westen: Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Böckingen-Nord, 1,1 km
- In Richtung Norden auf Neckarsulmer Gemarkung: Kaufland-Einkaufszentrum im Gewerbegebiet Rötel, 2,3 km
- In Richtung Osten: ausschließlich Nahversorgungsstandorte.


Einzelhandelsbestand

| Einzelhandelsdaten | Betriebe Anzahl | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € |
|----------------------------|-----------------|----------------------------------|------------------|
| kurzfristiger Bedarf | 14 | 8.560 | 40,3 |
| mittelfristiger Bedarf | 6 | 12.200 | 43,5 |
| langfristiger Bedarf | 14 | 38.410 | 125,8 |
| Einzelhandel gesamt | 34 | 59.170 | 209,7 |

Karte 19: Ergänzungsstandort Industriegebiet Neckar



Legende

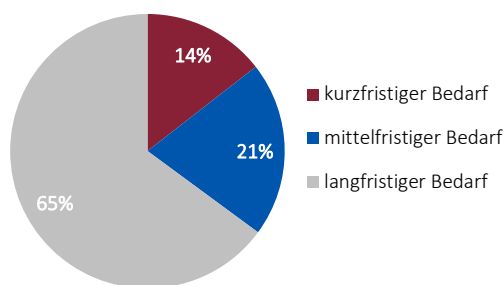
 Ergänzungsstandort Industriegebiet Neckar

Nutzungsstruktur

 Einzelhandel

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022

Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)



Einzelhandelsangebot

| | |
|---------------------------------------|---|
| 1.500 m ² VK und mehr | OBI, Küchen Arena, Modepark Röther, Media-Markt, Hofmeister Küchenfachmarkt, Kölle Zoo, Adler, Rewe, Bike Arena Bender, Staples Büro-Mega-Markt, Löffelhardt Eurobaustoff, Gebrauchtwarenregal, Rofu Kinderland, cube-Bikes |
| 800 bis unter 1.500 m ² VK | Aldi, Reisser, Denn’s Biomarkt |
| 500 bis unter 800 m ² VK | Baby One, Betten Friz, Adventure Company, dm Drogeriemarkt, Takko, Fressnapf, Sila, Shoe 4 you |

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Der Ergänzungsstandort umfasst im Wesentlichen den südlichen, durch mehrere Fachmarktnutzungen dominierten Bereich rund um die Edisonstraße und entlang der B 39 / Fügerstraße. Dort sind mit Media Markt, Modepark Röther, Kölle Zoo und Baby One größere Fachmärkte vorhanden.
- Des Weiteren wird der Standort im nördlichen Bereich ergänzt durch das Weipertzentrum mit OBI, Rofu, Rewe, Staples, Cube Bikes sowie weiteren kleinflächigen Fachmarktnutzungen. Südlich der Etzelstraße ist auf den Küchenfachmarkt KüchenArena und Reisser Badmöbel hinzuweisen. Eine weitere Ergänzung erfährt der Standortbereich durch den am nordöstlichen Rand gelegenen Standort mit einem Hofmeister Küchenfachmarkt und Sila Supermarkt.
- Der Ergänzungsstandort wird dabei klar abgegrenzt durch wesentliche Verkehrsachsen im Verlauf des Neckars sowie die südöstlich daran angrenzende Hochschule und dem Verlauf der Bahngleise in Richtung Osten.

Entwicklungsziele

- Als Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevante Sortimente kommt dem Standortbereich eine wichtige Versorgungsfunktion im Bereich der großflächigen nicht-zentrenrelevanten Sortimente zu. Diese Versorgungsfunktion soll am Standort weiter ausgebaut werden, die Realisierung von zentrenrelevanten Sortimenten bleibt mit Ausnahme geringfügiger Randsortimentsanteile am Standort ausgeschlossen.

Handlungsempfehlungen

- Ggf. bei Bedarf Prüfung der Bebauungspläne in diesem Gebiet hinsichtlich ihrer einzelhandels-spezifischen Festsetzungen.

4.4.12 Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Böckingen-Nord



Lage / Wettbewerb

Lage und Umfeld

- Zwischen den Stadtteilen Neckargartach im Norden und Böckingen im Süden gelegener Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevante Sortimente, welcher im Wesentlichen durch die beiden großflächigen Nutzungen XXXL Bierstorfer und Kaufland im Bereich südlich der Saarlandstraße (B 39), das Modehaus Kohfink und den Polstermöbelanbieter Fischer sowie weitere größere Fachmärkte geprägt ist. Darüber hinaus erfährt der Standort eine Ergänzung durch den östlich der Neckartalstraße gelegenen Anbieter Pflanzen Kölle sowie den zwischen Neckartalstraße und B 39 gelegenen Standort von Möbel Rieger.
- Das Umfeld des Standortes ist in Richtung Norden zunächst durch das Freibad Gesundbrunnen und anschließend den Stadtteil Neckargartach geprägt. In Richtung Westen ist zunächst auf Freiflächen und schließlich das Krankenhaus am Gesundbrunnen nördlich der B 39 und südlich durch Wohnnutzungen geprägt. In Richtung Süden ist weiterer gewerblicher Besatz und schließlich der nördliche Bereich des Stadtteils Böckingen prägend.
- Innerhalb des Ergänzungsstandortes sind Teilbereiche zwar in hohem Maße durch Einzelhandel geprägt, jedoch ist der Ergänzungsstandort in Teilen auch mit gewerblich-industriellen Betrieben ohne Handelsbezug besetzt, insgesamt jedoch aufgrund mehrerer größerer nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe überregional bedeutsamer Handelsstandort für nicht-zentrenrelevante Sortimente.

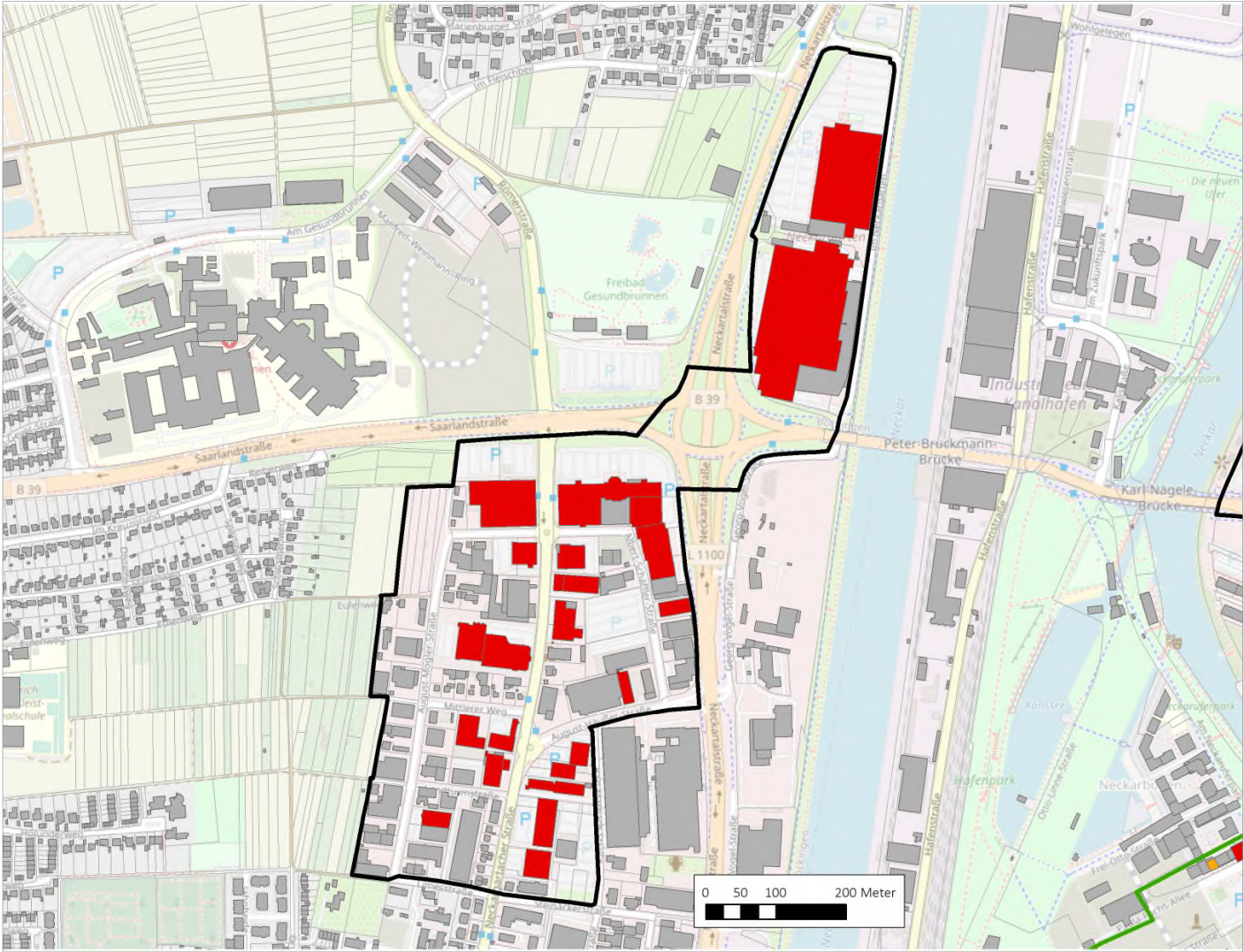
Wettbewerbssituation

- In Richtung Norden: C-Zentrum Neckargartach, 1,8 km
- In Richtung Osten: Ergänzungsstandort Industriegebiet Neckar, 1 km
- In Richtung Südosten: C-Zentrum Neckarbogen / Bahnhofsvorstadt-Nord (1 km) und C-Zentrum Bahnhofsvorstadt-Süd (2 km)
- In Richtung Süden: B-Zentrum Böckingen, 1,9 km
- In Richtung Westen: Nahversorgungslagen Böckingen-West (1,3 km) und Frankenbach (1,9 km).

Einzelhandelsbestand

| Einzelhandelsdaten | Betriebe Anzahl | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € |
|----------------------------|-----------------|----------------------------------|------------------|
| kurzfristiger Bedarf | 13 | 7.910 | 36,8 |
| mittelfristiger Bedarf | 3 | 3.865 | 12,9 |
| langfristiger Bedarf | 15 | 113.290 | 201,7 |
| Einzelhandel gesamt | 31 | 125.065 | 251,3 |

Karte 20: Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Böckingen-Nord



Legende

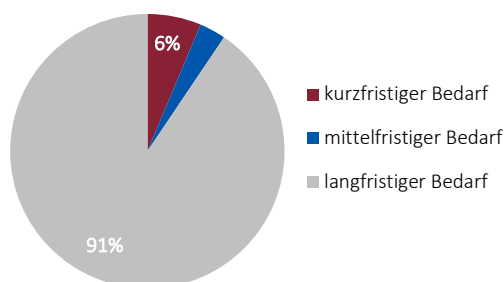
 Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Böckingen-Nord

Nutzungsstruktur

 Einzelhandel

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022

Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)



Einzelhandelsangebot

| | |
|---------------------------------------|---|
| 1.500 m ² VK und mehr | XXXL Bierstorfer, Mömax, Möbel Rieger, Pflanzen-Kölle, Poco Domäne, Kaufland, Polster Fischer, Mode Kohfink, Vesta Küchenstudio |
| 800 bis unter 1.500 m ² VK | Jeanspalast+ Knüllermarkt, Heilbronner Bauelemente, Jysk, Plana Küchenland, Schmidt Friseurbedarf |
| 500 bis unter 800 m ² VK | Penny, Getränkemarkt Trinkparadies, Frito Getränkemarkt |

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Zunächst bleibt festzuhalten, dass der Ergänzungsstandort zweigeteilt ist. Während im nördlichen Bereich, welcher zwischen Neckartalstraße und dem Neckarkanal liegt, Pflanzen Kölle und Möbel Rieger angesiedelt sind und dementsprechend mit ausschließlich zwei großflächigen Handelsnutzungen (inkl. ergänzender Nutzungen) geprägt ist, ist innerhalb des südlichen Teils des Ergänzungsstandortes gemischte Nutzung prägend.
- Dabei verläuft die Abgrenzung hier entlang der Saarlandstraße in Richtung Norden und der Grenze der Bebauung in Richtung Westen.
- Im Süden bilden die Limes- und Steinäckerstraße einen Abschluss.
- Die östliche Abgrenzung verläuft entlang der Karl-Marbach-Straße / August-Häußer-Straße und Neckartalstraße.
- Für die Abgrenzung des Ergänzungsstandortes war insbesondere der darin vorzufindende Handelsbesatz ausschlaggebend.

Entwicklungsziele

- Der Standort ist heute im Wesentlichen durch mehrere großflächige nicht-zentrenrelevante Handelsbetriebe geprägt. Jedoch ist punktuell auch ein Handelsbesatz im zentrenrelevanten Bereich vorhanden (insbesondere Kaufland, Modehaus Kohfink). Perspektivisch ist darauf zu achten, dass ein weiterer Ausbau zentrenrelevanter Sortimente (mit Ausnahme zentrenrelevanter Randsortimente) nicht erfolgt. Jedoch sind Angebotsergänzungen im nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich, insbesondere unter dem Gesichtspunkt des in diesem Bereich vorzufindenden Angebotsschwerpunktes im Bereich Möbel / Einrichtung / Einrichtungszubehör grundsätzlich denkbar.

Handlungsempfehlungen

- keine Handlungsempfehlungen

4.4.13 Ergänzungsstandort Businesspark Schwabenhof



Lage / Wettbewerb

Lage und Umfeld

- Lage im südlichen äußeren Kernstadtbereich von Heilbronn, südlich der Heilbronner Innenstadt und östlich des Stadtteils Sontheim.
- Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevante Sortimente, welcher hauptsächlich durch die großflächige Nutzung von OBI im Bereich westlich der Stuttgarter Straße geprägt ist. Zusätzlich wird der Standort durch den von der Lise-Meitner-Straße umrundeten Heilbronner Weinmarkt und der Bäckerei Mitterer ergänzt, welche sich im Eingangsbereich des OBI-Marktes befindet.
- Im Norden grenzt der Standort an die John-F.-Kennedy-Siedlung, in Richtung Westen an das Polizeirevier und das Finanzamt Heilbronn. Südlich des Standorts befinden sich Bürogebäude und Autohäuser, in Richtung Osten befinden sich zunächst Schrebergärten und anschließend der Campus Sontheim der Hochschule Heilbronn.
- Der Ergänzungsstandort Businesspark Schwabenhof besteht zum größten Teil aus dem OBI-Markt Heilbronn-Schwabenhof.
- Aufgrund der zwei größeren nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe ist der Ergänzungsstandort Businesspark Schwabenhof ein überregional bedeutsamer Handelsstandort für nicht-zentrenrelevante Sortimente.

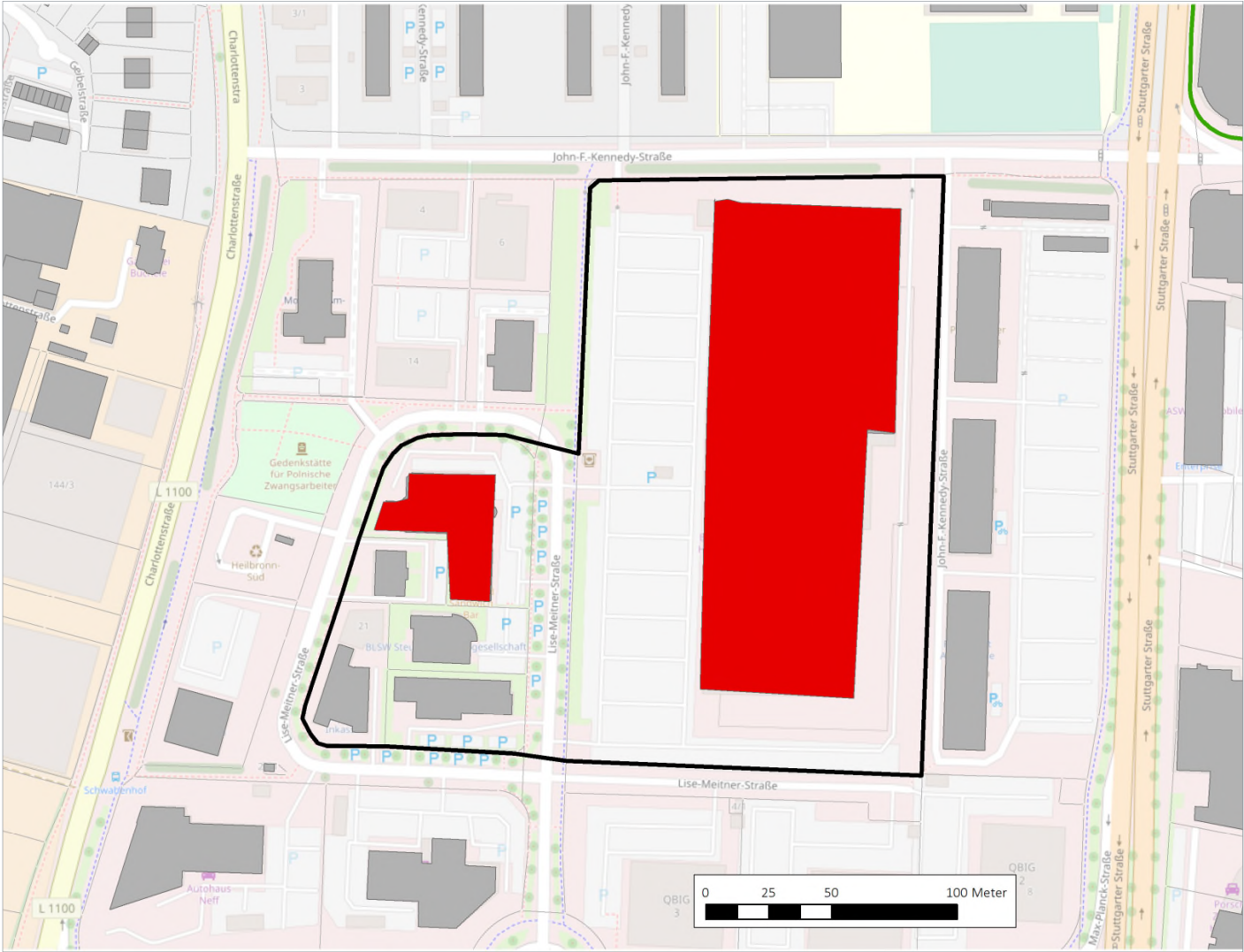
Wettbewerbssituation

- In Richtung Nordosten: C-Zentrum Stuttgarter Straße, direkt nordöstlich angrenzend
- In Richtung Norden: B-Zentrum Südstadt, 1 km
- In Richtung Westen: C-Zentrum Sontheim-Nord, 1,3 km
- In Richtung Süden: keine Zentren vorhanden

Einzelhandelsbestand

| Einzelhandelsdaten | Betriebe Anzahl | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. € |
|----------------------------|-----------------|----------------------------------|------------------|
| kurzfristiger Bedarf | 2 | 930 | 2,8 |
| mittelfristiger Bedarf | -- | -- | -- |
| langfristiger Bedarf | 1 | 10.500 | 21,0 |
| Einzelhandel gesamt | 3 | 11.430 | 23,8 |

Karte 21: Ergänzungsstandort Businesspark Schwabenhof



Legende

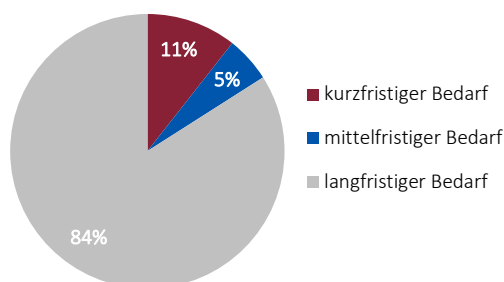
 Ergänzungsstandort Schwabenhof

Nutzungsstruktur

 Einzelhandel

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Heilbronn;
Hintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2022

Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)



Einzelhandelsangebot

| | |
|---------------------------------------|-----------------------|
| 1.500 m ² VK und mehr | OBI |
| 800 bis unter 1.500 m ² VK | Heilbronner Weinmarkt |
| unter 800 m ² VK | Mitterer Bäckerei |

Städtebaulich-funktionale Situation und Qualitäten

Städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- Der Standort wird im Norden und im Westen von der John-F.-Kennedy-Straße abgegrenzt, welche direkt angrenzend an das OBI Grundstück verläuft.
- Im Osten und im Süden bildet die Lise-Meitner-Straße einen Abschluss des Standorts.
- Der nordwestliche Teil des Standorts wird durch einen Fußgängerweg abgegrenzt, welcher parallel zum Parkplatz des OBI-Marktes verläuft.
- Für die Abgrenzung des Ergänzungsstandortes war insbesondere der darin vorzufindende Handelsbesatz, bestehend aus OBI-Markt mit der Bäckerei Mitterer im östlichen Teil des Standortes und dem Heilbronner Weinmarkt im westlichen Teil, ausschlaggebend.

Entwicklungsziele

- Dem Ergänzungsstandort Businesspark Schwabenhof kommt als Ergänzungsstandort eine Versorgungsfunktion für großflächige nicht-zentrenrelevante Sortimente zu.
- Diese Versorgungsfunktion nicht-zentrenrelevanter Sortimente soll am Standort erhalten werden, wobei der Ausbau von zentrenrelevanten Sortimenten innerhalb des Ergänzungsstandorts Businesspark Schwabenhof weiterhin ausgeschlossen bleibt.

Handlungsempfehlungen

- Überprüfung der bauleitplanerischen Festlegungen im Ergänzungsstandort und ggf. Anpassung der Bebauungspläne gemäß den Empfehlungen des Märkte- und Zentrenkonzeptes.

5. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.⁵⁷ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- Ausschluss zentrenrelevanter / nahversorgungsrelevanter Sortimente
- zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO
- Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren soll. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Übersicht 7: Steuerungsempfehlungen

| Ansiedlung in ... mit... | | Hauptzentrum (A-Zentrum) | Stadtteil- zentren (B-Zentren) | Nahversorgungs- zentren (C-Zentren) | Ergänzungs- standorte | sonstige Lagen (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche) | |
|--|-------------------|-----------------------------|--------------------------------------|---|--------------------------|--|---|
| | | | | | | siedlungsräumlich integrierte Lagen/ Nahversorgungs- lagen/-standorte | siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen |
| nahversorgungs- relevantem Kernsortiment | großflächig* | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ⓘ | ✗ |
| | nicht großflächig | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ⓘ | ✗ |
| zentrenrelevantem Kernsortiment | großflächig* | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| | nicht großflächig | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ⓘ | ✗ |
| nicht zentrenrelevantem Kernsortiment | großflächig* | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✗ | ⓘ |
| | nicht großflächig | ✓ | ✓ | ⓘ | ✓ | ⓘ | ⓘ |

✓ Ansiedlung möglich und städtebaulich zu empfehlen
 ⓘ Einzelfallprüfung erforderlich
 ✗ Ansiedlung nicht möglich bzw. städtebaulich nicht zu empfehlen
 * großflächiger Einzelhandel ab 800 m² VK

GMA-Empfehlungen 2021

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Heilbronn branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.

⁵⁷ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

5.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

Zentraler Versorgungsbereich (A-Zentrum) Innenstadt:

Innerhalb des A-Zentrums Innenstadt sind grundsätzlich alle Sortimente sowohl klein- als auch großflächig möglich. Im Rahmen der Konzepterstellung wurde hierbei in einigen Branchensegmenten noch Nachholbedarf für eine Ausdifferenzierung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Heilbronn abgeleitet. Mögliche Potenzialstandorte innerhalb der Heilbronner Innenstadt sind hierfür vorhanden. Eine wesentliche Bedeutung wird hierbei der geplanten Neubebauung des Wollhaus-Zentrums am Südrand der Heilbronner Innenstadt zukommen. So können am dortigen Standort insbesondere großformatige Handelsformate der innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung / Schuhe, aber auch anderer mittelfristiger Sortimente untergebracht werden. Darüber hinaus kann jedoch auch eine Weiterentwicklung der Heilbronner Innenstadt innerhalb des Einzelhandelsbestandes oder durch eine Verknüpfung des Einzelhandels mit sonstigen Nutzungen und weiteren Maßnahmen (Stichwort: Masterplan Innenstadt 2019) die Zentrenfunktion des A-Zentrums Innenstadt stärken. Mit der Ausweisung als A-Zentrum und einer Konzentration zentrenrelevanter Sortimente in Größenordnungen mit gesamtstädtischer und regionaler Bedeutung wird der hervorgehobenen Versorgungsbedeutung der Innenstadt von Heilbronn Rechnung getragen.

Zentrale Versorgungsbereiche (Stadtteilzentren, B-Zentren):

Die Stadtteilzentren, B-Zentren übernehmen insbesondere eine Versorgungsaufgabe auf Stadtteilebene, teilweise auch eine überörtliche Versorgungsfunktion. Auch hier ist grundsätzlich die Realisierung sowohl nahversorgungs- als auch nicht zentrenrelevanter Sortimente (groß- / kleinflächig) möglich. Allerdings ist hier verstärkt auf eine standortangepasste Dimensionierung der geplanten Flächen zu achten. Da die B-Zentren im Unterschied zum A-Zentrum ausschließlich eine auf Teilbereiche des Heilbronner Stadtgebietes bezogene Versorgungsfunktion übernehmen, ist der Einflussbereich möglicher Neuansiedlung im Detail zu untersuchen. Hierbei kommt insbesondere auch einer Prüfung der Auswirkungen auf das A-Zentrum Innenstadt eine hervorgehobene Rolle zu.

Zentrale Versorgungsbereiche (Nahversorgungszentren / C-Zentren):

Innerhalb der Nahversorgungszentren soll perspektivisch insbesondere nahversorgungsrelevanter Einzelhandel (groß- / kleinflächig) sowie nicht großflächiger zentrenrelevanter Handel als Ergänzung realisiert werden. Die Ansiedlung großflächiger zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente wird hier ausgeschlossen. Diese Standorte übernehmen insbesondere eine Versorgungsfunktion im Bereich der Nahversorgung auf Stadtteilebene. Entsprechend ist auch hier bei einer Prüfung der Zulässigkeit auf eine der Versorgungsbedeutung des zentralen Versorgungsbereiches entsprechende Dimensionierung der Verkaufsflächen zu achten.

5.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche




Ergänzungsstandorte des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels:

Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren bestehenden Strukturen nicht zu beeinträchtigen sowie in deren Entwicklung nicht zu behindern, sollte an den Ergänzungsstandorten Industriegebiet Neckar, Gewerbegebiet Böckingen-Nord und Ergänzungsstandort Businesspark Schwabenhof die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) zukünftig planungsrechtlich ausgeschlossen werden. An diesem Standort sollte zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (insb. großflächige Betriebe) konzentriert werden, um so eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen. Bestehende Betriebe genießen Bestandschutz. Zur Sicherung des Standortes und der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist den bestehenden Betrieben eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Diese Erweiterungen sind auf ein geringfügiges Maß zu begrenzen. Mögliche Erweiterungsvorhaben sind im Einzelfall im Hinblick auf deren städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit zu untersuchen.

Sonstige siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)

Diese Lagen sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Märkte- und Zentrenkonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen werden. Darüber hinaus ist im Heilbronner Stadtgebiet auch bedarfsgerechte Flächen für Gewerbe und Industriebetriebe bereitzustellen weshalb ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in manchen Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung geboten ist. Als Ausnahme ist nochmals auf die Realisierung eines Nahversorgungsstandortes im Industriepark Böllinger Höfe hinzuweisen (derzeit in Planung).

Ausnahme: Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen und weiter be- oder verarbeitende Produkte (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sog. Annexhandels ist gegeben, wenn dieser

-  in unmittelbarem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetrieb steht,
-  die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse deutlich untergeordnet ist, und
-  das Warenangebot aus eigener Herstellung oder aus Produkten, die Handwerklich weiter be- oder verarbeitet wurden, besteht.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung innerhalb von Heilbronn zu erwarten. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann

dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.⁵⁸

Nahversorgungslagen / Nahversorgungsstandorte und sonstige siedlungsräumlich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete)

Bei den siedlungsräumlich integrierten Lagen, Nahversorgungslagen und Nahversorgungsstandorten handelt es sich um Bereiche, die nicht als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen sind. Insbesondere **Nahversorgungslagen** weisen häufig bereits deutliche Zentrumsansätze auf und übernehmen Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere, wenngleich die Gesamtausstattung nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs ausreicht und hier häufig die Möglichkeiten für eine Integration großflächiger Einzelhandelsbetriebe fehlen. Zu den **siedlungsräumlich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen wie Streulagen des Einzelhandels und insbesondere die **Nahversorgungsstandorte**. Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können hier zulässig sein, sofern keine Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Die Ansiedlung von kleinflächigem nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel soll möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Drogeriemarkt, Textilfachmarkt oder einer Agglomeration aus mehreren Fachmärkten. Hier muss im Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.⁵⁹ Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind auszuschließen. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auf die Ergänzungsstandorte zu lenken.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Hier gelten die Regelungen des Regionalplans Heilbronn-Franken 2020. Demnach sind zentrenrelevante Randsortimente bis zu einer Verkaufsfläche von max. 800 m² zulässig. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen.

⁵⁸ Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

⁵⁹ In diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² VKF zulassen, so dass auch hier eine planungsrechtliche Steuerung erschwert ist.

6. Empfehlungen zur Umsetzung des Märkte- und Zentrenkonzeptes

Das vorliegende fortgeschriebene Märkte- und Zentrenkonzept wurde in Abstimmung mit der Stadt Heilbronn, einem projektbegleitenden Arbeitskreis und einer Einbindung der Politik erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

/// Beschluss des Märkte- und Zentrenkonzeptes durch den Gemeinderat der Stadt Heilbronn als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Märkte- und Zentrenkonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:

- **Städtebauliche Ziele der Stadt Heilbronn für die Einzelhandelsentwicklung**
- **Festlegung der Zentren- und Standortstruktur**
- **Heilbronner Sortimentsliste**
- **Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche**
- **Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung**

/// Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung

Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Märkte- und Zentrenkonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Märkte- und Zentrenkonzept verwendet werden, wenn es durch den Gemeinderat beschlossen worden ist.⁶⁰

⁶⁰ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

VII. Zusammenfassung

- /// Im Marktgebiet ist ein **Kaufkraftpotenzial** von rd. 6.524 Mio. € vorhanden. Davon entfallen rd. 2.504 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und rd. 4.070 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich. In Heilbronn selbst ist ein Kaufkraftvolumen von rd. 838 Mio. € vorzufinden. Für das Jahr 2030 ist mit einem Zuwachs der Kaufkraft im Einzelhandel im Marktgebiet zu rechnen, wenngleich der stationäre Einzelhandel perspektivisch durch die anzunehmende Entwicklung des Onlinehandels einen geringeren Anteil der Kaufkraft binden wird. Insgesamt ist eine stabile Nachfragesituation zu erwarten.
- /// In Heilbronn war im Oktober 2021 ein **Einzelhandelsbestand** von insgesamt 670 Betrieben des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks auf einer Verkaufsfläche von ca. 332.035 m² VKF ansässig. Die Bruttoumsatzleistung dieser Einzelhandelsbetriebe beträgt aktuell rd. 1.094,7 Mio. €. Auf den Lebensmitteleinzelhandel entfällt dabei rd. 33 - 34 % der Betriebe, 17 % der Verkaufsfläche und 27 % des Gesamtumsatzes. Im Nichtlebensmitteleinzelhandel nehmen insbesondere die typischen Innenstadtsortimente (Bekleidung / Schuhe / Sport) sowie die Sortimente Möbel und Baumarktartikel eine große Rolle ein.
- /// Die **Einzelhandelsstrukturen** sind im Wesentlichen durch die Innenstadt, als dominierenden überregional bedeutenden Einzelhandelsstandort, mehrere Stadtteil- und Nahversorgungszentren, welche jeweils stadtteilbezogenen Versorgungsaufgaben übernehmen sowie durch die Gewerbegebietsstandorte „Industriegebiet Neckar“ und „Gewerbegebiet Böckingen-Nord“ (Möbelmeile) und Businesspark Schwabenhof geprägt. Daneben ist auf eine Vielzahl an Lebensmittelmärkten und sonstigen kleineren Einzelhandelsbetrieben im gesamten Stadtgebiet hinzuweisen. Positiv hervorzuheben ist – insb. im Vergleich mit anderen ähnlich großen Städten – der hohe Anteil des Verkaufsflächenbesatzes in integrierter Standortlage.
- /// Bei einer quantitativen Bewertung des Einzelhandelsbesatzes in Heilbronn bleibt festzuhalten, dass die **Verkaufsflächenausstattung** sowohl im Vergleich zu Durchschnittswerten der GMA-Kennzifferstudie als auch im regionalen Vergleich bereits leicht überdurchschnittlich ausgeprägt ist. Im Vergleich mit anderen ähnlich großen Städten liegt Heilbronn auf einem vergleichbaren Niveau.
- /// Die **Einzelhandelszentralität** von Heilbronn von insgesamt 131 deutet per Saldo auf hohe Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin. Dies verdeutlicht die hervorgehobene Stellung des Handelsplatzes Heilbronn für die Region Heilbronn-Franken, wenngleich in einigen Sortimentsbereichen noch Potenziale für eine Ergänzung des Angebots besteht (Lebensmittel, Elektrowaren, Bau-, Heimwerker- Gartenbedarf, sonstige Sortimente). Zur Steigerung und Sicherung der Marktposition des Heilbronner Einzelhandels sind weiterhin noch Angebotsergänzungen möglich. Hierbei wurde neben einer quantitativen auch eine qualitative Analyse des Einzelhandelsbestandes durchgeführt. Insgesamt stellt sich die Situation des Einzelhandels in Heilbronn als stabil dar. Bei einer möglichen Neubebauung des Wollhaus-Standortes sowie der zahlreichen derzeit in der Diskussion stehender Entwicklungsstandorte insb. in der Heilbronner Innenstadt ist **für die Zukunft davon auszugehen, dass Heilbronn seine Rolle innerhalb der regionalen Einzelhandelsstrukturen halten und weiter ausbauen wird.**

- Die **branchenbezogenen Entwicklungspotenziale** wurden aus den Ergebnissen der Analyse der Angebots- und Nachfragesituation abgeleitet. Dabei wurden auch übergeordnete Faktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung berücksichtigt. Im Lebensmittelbereich sollte ein Fokus auf einer Modernisierung bestehender Lebensmittelmärkte und auf der Schließung vorhandener räumlicher Angebotslücken liegen. Im Drogeriebereich gilt es ggf. die Versorgung mit Drogeriewaren in der Fläche zu verbessern. Im Bereich Blumen / Pflanzen / zoologischer Bedarf sind keine nennenswerten Zusatzpotenziale zu erkennen. Im Bereich Zeitschriften / Schreib- und Spielwaren sind angesichts der Online-Konkurrenz nur noch geringe Potenziale erkennbar. Bei Bekleidung / Schuhe / Sport sind punktuell Möglichkeiten für qualitative Angebotsergänzungen vorhanden (z. B. hochwertiges Textilkaufhaus, weitere attraktive Filialisten, Fokus „Junge Zielgruppe“, bei Schuhen im hochwertigen Bereich). Diese sollten in der Innenstadt konzentriert werden. Im Bereich Möbel ist durch die Ansiedlung von Möbel Rieger und Mömax eine weitere Ausdifferenzierung des Angebots realisiert worden. Hier bestehen weiterhin Möglichkeiten für Nischenanbieter und besondere Konzepte sowie durch die Modernisierung bestehender Anbieter. Im Baumarktbereich sind ebenfalls noch Potenziale für einen weiteren Baumarkt vorhanden. Hingegen sind die Entwicklungsspielräume im Bereich Optik / Uhren / Schmuck begrenzt. Im sonstigen Sortimentsbereich können sich Möglichkeiten für Angebotsergänzungen z.B. im Berufsbekleidungsbereich, Reitsportartikel oder bei anderen Nischenanbietern ergeben. Insgesamt ist in Heilbronn zwar bereits ein vergleichsweise ausdifferenziertes Angebot vorhanden, aufgrund der hervorgehobenen Versorgungsfunktion des Oberzentrums können sich auch weiterhin Möglichkeiten für Angebotsergänzungen ergeben.
- Zudem wurden die sortimentsbezogenen Entwicklungspotenziale ebenfalls **standort-räumlich für die Innenstadt, die Nahversorgung und die Gewerbegebietslagen eingeordnet und Empfehlungen** abgeleitet. In der **Innenstadt** ist auf die Ergebnisse und Maßnahmenempfehlungen des Masterplans Innenstadt von 2019 hinzuweisen. In der **Nahversorgung** sind grundsätzlich gute arbeitsteilige Strukturen vorhanden, welche punktuell ausgebaut werden sollten. Hier wurden die Möglichkeiten für eine Versorgung der derzeit nicht versorgten Stadtbereiche diskutiert. Bei den **Gewerbegebietslagen** wurden Empfehlungen für eine Weiterentwicklung der Standortlagen Industriegebiet Neckar / Osthafen, Gewerbegebiet Böckingen-Nord, Gewerbegebiet Böckingen-West, Industriepark Böllinger Höfe, Businesspark Schwabenhof und für das Areal VfL Neckargartach entwickelt.
- Vor einer Überprüfung und Aktualisierung des Märkte- und Zentrenkonzeptes wurde geprüft, ob das Konzept in den vergangenen knapp 20 Jahren die damit verbundenen städtebaulichen Zielsetzungen erfüllt hat und ob die darin verankerten Instrumente wirksam waren. Dabei war festzuhalten, dass im Rahmen des **Märkte- und Zentrenkonzeptes 2004 die richtigen Schwerpunktsetzungen und städtebaulichen Zielsetzungen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels innerhalb der Stadt Heilbronn verfolgt wurden**. Durch die **konsequente Anwendung der Regelungen** des Märkte- und Zentrenkonzeptes in den vergangenen Jahren wurde eine **Investitionssicherheit** in zentralen Standortlagen geschaffen und so eine **geordnete Weiterentwicklung** der Stadt Heilbronn als Einzelhandelsstandort erreicht. Insofern war der **Beschluss des Märkte- und Zentrenkonzeptes im Jahr 2004 richtungsweisend für die darauffolgende Entwicklung** des Oberzentrums Heilbronn im Einzelhandel.

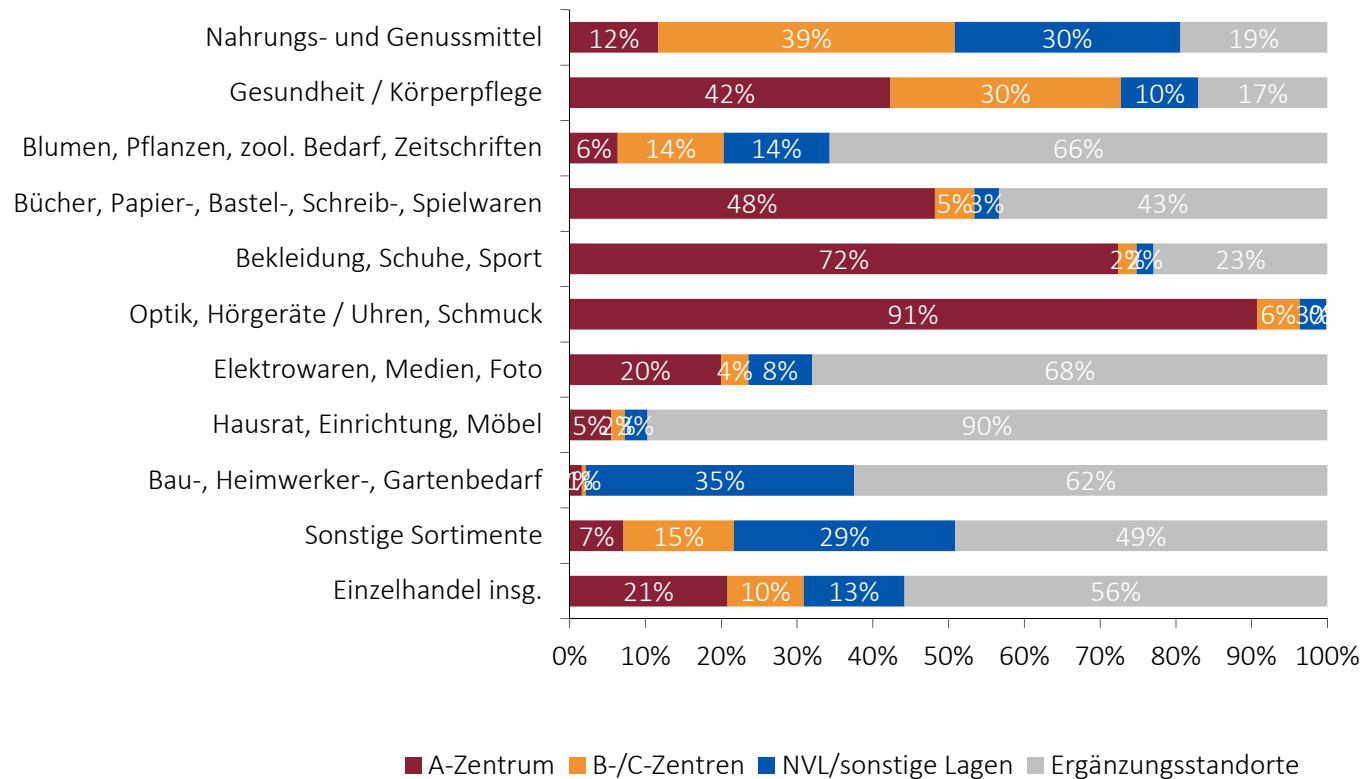
- /// Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Heilbronn bis 2030 wurde das **Märkte- und Zentrenkonzept fortgeschrieben**. Das Märkte- und Zentrenkonzept ist künftig als aktualisierte Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen. Aufbauend auf den städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Heilbronn wurde die Zentren- und Standortstruktur der Stadt Heilbronn festgelegt, eine Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen und eine „Heilbronner Sortimentsliste“ erarbeitet.
- /// Als **städtebauliche Zielsetzungen** wurden die Sicherung der oberzentralen Versorgungsfunktion von Heilbronn, der Schutz und die Stärkung der Innenstadt als dominierende Einkaufslage, die Sicherung und Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs sowie die Sicherung und Weiterentwicklung von geeigneten Standorten für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten definiert.
- /// Im Rahmen der Erstellung der „**Heilbronner Sortimentsliste**“ wurde eine branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben erarbeitet. Dabei wurde definiert, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können. Als Ergebnis lässt sich dabei festhalten, dass sich im Vergleich zur Sortimentsliste aus dem Jahr 2002 nur geringe Änderungen ergeben haben.
- /// Im Rahmen der **Überprüfung des Standortkonzepts** wurde zum einen eine Hierarchisierung der Zentren innerhalb der Stadt Heilbronn vorgenommen und zum anderen zentrale Versorgungsbereiche / Ergänzungsstandorte parzellenscharf abgegrenzt und diese im Rahmen von Zentrenprofilen ausführlich begründet.
- /// Als **A-Zentrum** (Hauptzentrum) wird dabei die **Innenstadt von Heilbronn** ausgewiesen und zwischen Neckar in Richtung Westen, Mannheimer bzw. Weinsberger Straße in Richtung Norden, der Allee in Richtung Osten sowie der Straße Am Wollhaus / Rollwagstraße / Cäcilienstraße in Richtung Süden abgegrenzt. In diesem Bereich sollen zukünftig großflächige zentrenrelevante Betriebe mit einer gesamtstädtischen bzw. regionalen Bedeutung gelenkt werden.
- /// Als **B-Zentren** (Stadtteilzentren) werden insgesamt zwei zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen. Diese sind im Stadtteil Böckingen sowie in der Südstadt direkt angrenzend an das Heilbronner A-Zentrum zu finden. Als zentrale Versorgungsbereiche mit teilstädtischer und z. T. überörtlicher Bedeutung übernehmen diese Stadtteilzentren eine wichtige Versorgungsbedeutung auf Stadtteilebene.
- /// Des Weiteren werden **Nahversorgungszentren** (C-Zentren) als zentrale Versorgungsbereiche zur Versorgung der Stadtteile – überwiegend im kurzfristigen Bedarfsbereich – ausgewiesen. Im Einzelnen sind diese im Bereich Bahnhofsvorstadt-Süd, Neckarbogen / Bahnhofsvorstadt-Nord, Stuttgarter Straße, Sontheim-Nord, Sontheim-West, im Stadtteil Neckargartach und im Stadtteil Kirchhausen zu finden.

- /// Die **Nahversorgungslagen** in der Nordstadt, Heilbronn-Biberach,-Böckingen-West,-Horkheim,-Frankenbach, Jörg-Ratgeb-Platz, Neckargartach / Sachsenäcker, Nordstadt und Oststraße bilden jeweils Standorte, welche der wohnortnahen, fußläufigen Nahversorgung dienen und gleichzeitig im Verbund mit anderen Einzelhandelsbetrieben oder Dienstleistern stehen. Da sich an den Standorten – wenn überhaupt – jedoch nur kleine Nahversorger bzw. nur Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie ein ergänzendes Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot findet, bieten diese die Möglichkeiten für quartiersbezogene Ergänzungseinkäufe des überwiegend täglichen Bedarfs.
- /// Die **Nahversorgungsstandorte** bestehen aus solitär bzw. im Verbund in integrierter Standortlage gelegenen Lebensmittelmärkten und übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion in der Fläche. Ebenfalls dieser Kategorie zuzuordnen sind die Potenzialstandorte für die Sicherung der Nahversorgung.
- /// In Heilbronn werden drei **Ergänzungsstandorte** ausgewiesen. So ist hierbei auf den Ergänzungsstandort Industriegebiet Neckar hinzuweisen, welcher bereits heute sowohl durch zentren- als auch nicht zentrenrelevanten Handel insbesondere durch Großflächen geprägt ist. Ein weiterer Ergänzungsstandort wird im Bereich Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Böckingen-Nord ausgewiesen. Dort befinden sich überwiegend großflächige Betriebsformen des Möbele Einzelhandels, Gartenfachhandels sowie punktuell auch nahversorgungs- und zentrenrelevanter Handel (Kaufland, Modehaus Kohfink). Ein dritter Ergänzungsstandort ist im südlichen Kernstadtbereich im Businesspark Schwabenhof zu finden. Dort ist insbesondere auf OBI hinzuweisen. Aufgrund des bereits heute ausdifferenzierten Einzelhandelsangebotes ist in diesem Zusammenhang ein weiterer Ausbau zentrenrelevanter Sortimente (mit Ausnahme von geringen Randsortimentsanteilen an zentrenrelevanten Sortimenten) nicht vorgesehen.
- /// Schließlich wurden im Rahmen des Sortiments- und Standortkonzepts **Empfehlungen für eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auf Ebene der Bauleitplanung** erarbeitet.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Heilbronn zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (etwa 5 – 7 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

Anlage

Anlage 1: Verteilung der Verkaufsflächen nach Branchen und Standortlagen



Anlage 2: Begründung des Sortimentskonzeptes

| Sortiment | Zuordnung 2002 | Bewertungskriterien | | | | | | | | Zuordnung 2021 |
|--|----------------|--|----------------------------|---------------------------------|---------------|--|----------------|--|--|----------------|
| | | derzeitiger Verkaufsfächenschwerpunkt im Stadtgebiet | | Warenbeschaffenheit / Transport | Flächenbedarf | Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt | Magnetfunktion | Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten | Städtebauliche / stadtentwicklungspolitische Zielsetzung | |
| | | A- / B- / C-Zentren | sonst. Lage im Stadtgebiet | | | | | | | |
| Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke) | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| pharmazeutische Artikel | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Reformwaren | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Schnittblumen | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Zeitungen, Zeitschriften | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie Schnuller, Flaschen, Zubehör) | n.v. | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Bastelartikel | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Bekleidung, Wäsche | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Bücher | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Elektro-Haushaltsgeräte (Kleinteile wie Mixer, Bügeleisen, außer Elektrogroßgeräte) | ● | | ● | ●/● | ●/● | ●/● | ●/● | ●/● | ● | ● |
| <p>● = zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Eigenschaft ● = zentrenrelevante Eigenschaft ● = nicht-zentrenrelevant Eigenschaft n. v. = Sortiment derzeit in Heilbronn nicht vorhanden GMA-Zusammenstellung 2021 auf Basis der o. g. Kriterien bzw. der spezifischen Standortbedingungen in Heilbronn</p> | | | | | | | | | | |

| Sortiment | Zuordnung 2002 | Bewertungskriterien | | | | | | | | Zuordnung 2021 |
|--|----------------|--|----------------------------|---------------------------------|---------------|--|----------------|--|--|----------------|
| | | derzeitiger Verkaufsfächenschwerpunkt im Stadtgebiet | | Warenbeschaffenheit / Transport | Flächenbedarf | Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt | Magnetfunktion | Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten | Städtebauliche / stadtentwicklungspolitische Zielsetzung | |
| | | A- / B- / C-Zentren | sonst. Lage im Stadtgebiet | | | | | | | |
| Geräte der Telekommunikation | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Geschenkartikel, Keramik, Korbwaren | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Heimtextilien, Haus- / Bett- / Tischwäsche, Zierkissen, Badtextilien | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel | ● | ● | | ● / ● | ● / ● | ● / ● | ● / ● | ● / ● | ● | ● |
| medizinisch-orthopädische Artikel, Sanitätswaren | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Münzen, Briefmarken | n.v. | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Optik / Akustik | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Schuhe, Lederwaren | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Spielwaren | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Sportartikel, Sportkleingeräte | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe) | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Uhren, Schmuck | ● | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Unterhaltungs-, Kommunikationselektronik, Computer, Foto | ● / ● | | ● | ● / ● | ● / ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Ton- und Bildträger | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Angelbedarf / Jagdbedarf | n.v. | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Antennen / Satellitenanlagen | n.v. | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |

| Sortiment | Zuordnung 2002 | Bewertungskriterien | | | | | | | | Zuordnung 2021 |
|---|----------------|--|----------------------------|---------------------------------|---------------|--|----------------|--|--|----------------|
| | | derzeitiger Verkaufsfächenschwerpunkt im Stadtgebiet | | Warenbeschaffenheit / Transport | Flächenbedarf | Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt | Magnetfunktion | Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten | Städtebauliche / stadtentwicklungspolitische Zielsetzung | |
| | | A- / B- / C-Zentren | sonst. Lage im Stadtgebiet | | | | | | | |
| Arbeitsbekleidung | n.v. | n.v. | n.v. | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Baby- und Kinderartikel (sperrige Ware wie Kinderwägen, Autositze) | n.v. | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Eisenwaren und Werkzeuge | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Büromaschinen, Büroorganisationsmittel, Bürogeräte | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Elektrogroßgeräte, Herde, Öfen | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Elektroinstallationsbedarf | ● | | ● | ●/● | ●/● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Fahrräder, Fahrradzubehör (ohne Bekleidung) | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Kfz und Fahrzeuge aller Art, Motorräder / Mopeds | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Kfz-Zubehör, Motorradzubehör | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper | ● | | ● | ●/● | ●/● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Matratzen / Bettwaren (z. B. Steppbettdecken) | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Möbel (inkl. Küchenmöbel / Büromöbel) | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |

| Sortiment | Zuordnung 2002 | Bewertungskriterien | | | | | | | | Zuordnung 2021 |
|--|----------------|--|----------------------------|---------------------------------|---------------|--|----------------|--|--|----------------|
| | | derzeitiger Verkaufsfächenschwerpunkt im Stadtgebiet | | Warenbeschaffenheit / Transport | Flächenbedarf | Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt | Magnetfunktion | Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten | Städtebauliche / stadtentwicklungspolitische Zielsetzung | |
| | | A- / B- / C-Zentren | sonst. Lage im Stadtgebiet | | | | | | | |
| Musikinstrumente, Musikalien | ● | | ● | ● / ● | ● / ● | ● / ● | ● | ● | ● | ● |
| Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Reitsportartikel | n.v. | n.v. | n.v. | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Sanitärartikel, Fliesen | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Sportgroßgeräte | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten | ● | | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| Tiere, Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf | ● | | ● | ● / ● | ● / ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| <p>● = zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Eigenschaft ● = zentrenrelevante Eigenschaft ● = nicht-zentrenrelevant Eigenschaft n. v. = Sortiment derzeit in Heilbronn nicht vorhanden GMA-Zusammenstellung 2021 auf Basis der o. g. Kriterien bzw. der spezifischen Standortbedingungen in Heilbronn</p> | | | | | | | | | | |

Anlage 3: Überprüfung der Zentrenklassifikation

| Zentrenbezeichnung | Überprüfung der Zentrenklassifikation | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------|--|
| | Märkte- und Zentrenkonzept 2002 | Fortschreibung 2021 | Begründung für Änderung |
| City / Innenstadt | A | A | --- |
| City-Erweiterung | B | --- | keine ausreichende Dichte des Handelsbesatzes, fehlende Kompaktheit des Zentrums |
| City Süd / Südstadt | B | B | --- |
| Bahnhofsvorstadt-Nord (Bahnhofstraße) | B | C | aktuell keine Rolle als Handelsstandort, Standortbereich ausschließlich durch Komplementärnutzungen und zentrale Funktion des Bahnhofs geprägt. Planung eines Nahversorgungszentrums im Bereich Neckarbogen, gemeinsam mit Stadtquartier Neckarbogen erfüllt das Bahnhofsumfeld die Voraussetzungen für die Ausweisung als Nahversorgungszentrum |
| Böckingen | B | B | --- |
| Nordstadt | C | NV-Standort | kein Zentrenansatz vorhanden. Situation wird ausschließlich durch Lidl geprägt. Standort erfüllt nicht die Voraussetzungen für die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich, wird im Konzept jedoch als Nahversorgungsstandort berücksichtigt. |
| Stuttgarter Straße | C | C | Kaufland und Lidl inkl. sonstiger Nutzungen am Standort stellen einen wichtigen Handelsstandort für den südöstlichen Teil der Kernstadt dar. Die Versorgungsfunktion geht dabei weit über den Stadtteil hinaus. Jedoch ist das Angebot im Wesentlichen auf die Nahversorgung beschränkt. |
| Bahnhofsvorstadt-Süd (Olgastraße) | C | C | Kaufland und die im Vorkassenbereich befindlichen Konzessionäre stellen für die Bahnhofsvorstadt und den südlichen Kernstadtbereich eine wichtige Versorgungsfunktion sicher. Diese geht dabei über den Stadtteil hinaus. Jedoch ist das Angebot im Wesentlichen auf die Nahversorgung beschränkt. |
| Sontheim Nord | C | C | Der Standortbereich Edeka, Lidl, dm, Fressnapf sowie weitere Anbieter und ein ergänzendes Angebot an Komplementärnutzungen übernehmen eine Versorgungsbedeutung auf Stadtteilebene und darüber hinaus. Jedoch ist das Angebot im Wesentlichen auf die Nahversorgung beschränkt. |
| Sontheim Ost | C | NV-Lage | nur ein kleinflächiger Magnetbetrieb vorhanden, punktuell weiterer Einzelhandelsbesatz ansässig. Standort übernimmt eine Versorgung auf Quartiersebene. Über diesen Bereich hinaus ist keine Versorgungsfunktion feststellbar. Standort erfüllt nicht die Voraussetzungen für die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich, wird im Konzept jedoch als Nahversorgungslage berücksichtigt. |
| Sontheim West | C | C | --- |

| Zentrenbezeichnung | Überprüfung der Zentrenklassifikation | | |
|---------------------------|---------------------------------------|---------------------|---|
| | Märkte- und Zentrenkonzept 2002 | Fortschreibung 2021 | Begründung für Änderung |
| Horkheim | C | NV-Lage | nur ein kleinflächiger Magnetbetrieb mit ungewisser Zukunftsfähigkeit vorhanden, rudimentärer weiterer Einzelhandelsbesatz ansässig. Standort übernimmt eine Versorgung auf Quartiersebene. Über diesen Bereich hinaus ist keine Versorgungsfunktion feststellbar. Standort erfüllt nicht die Voraussetzungen für die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich, wird im Konzept jedoch als Nahversorgungslage berücksichtigt. |
| Böckingen-West | C | NV-Lage | zwei kleinflächige Lebensmittelmärkte mit ungewisser Zukunftsfähigkeit vorhanden, rudimentärer weiterer Einzelhandelsbesatz ansässig. Standort übernimmt eine Versorgung auf Quartiersebene. Über diesen Bereich hinaus ist keine Versorgungsfunktion feststellbar. Standort erfüllt nicht die Voraussetzungen für die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich, wird im Konzept jedoch als Nahversorgungslage berücksichtigt. |
| Frankenbach | C | NV-Lage | ausschließlich wenige kleine Handels- und Dienstleistungsbetriebe vorhanden. Ein Magnetbetrieb fehlt bzw. ist zu weit entfernt vom Ortskern gelegen (Lidl). Standort erfüllt nicht die Voraussetzungen für die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich, wird im Konzept jedoch als Nahversorgungslage berücksichtigt. |
| Neckargartach | C | C | --- |
| Biberach | C | NV-Lage | ausschließlich wenige kleine Handels- und Dienstleistungsbetriebe vorhanden. Ein Magnetbetrieb fehlt bzw. ist zu weit entfernt vom Ortskern gelegen (Netto). Standort erfüllt nicht die Voraussetzungen für die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich, wird im Konzept jedoch als Nahversorgungslage berücksichtigt. |
| Kirchhausen | C | C | --- |
| Stadtquartier Neckarbogen | | C | Ausweisung eines neuen Nahversorgungszentrums (Neckarbogen / Bahnhofsvorstadt-Nord) zur Sicherung der Nahversorgung für den ab 2019 entstehenden Stadtteil Neckarbogen gemeinsam mit dem Bahnhofsumfeld. |

GMA-Zusammenstellung 2021

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

| | | |
|-----------|--|-----|
| Karte 1: | Lage der Stadt Heilbronn und zentralörtliche Strukturen im Untersuchungsraum | 31 |
| Karte 2: | Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Heilbronn | 36 |
| Karte 3: | Verteilung des Einzelhandels in Heilbronn nach Größenklassen und Sortimenten | 48 |
| Karte 4: | Einzelhandels- und Komplementärnutzungen in der Heilbronner Innenstadt | 69 |
| Karte 5: | Nahversorgungssituation in Heilbronn (fußläufige Netzabdeckung) | 73 |
| Karte 6: | Modernisierungsbedarf bestehender Lebensmittelmärkte in Heilbronn | 75 |
| Karte 7: | Übersicht Zentren- und Standortstruktur in Heilbronn 2002 | 102 |
| Karte 8: | Übersicht Zentren- und Standortstruktur in Heilbronn 2021 | 105 |
| Karte 9: | A-Zentrum Innenstadt Heilbronn | 109 |
| Karte 10: | B-Zentrum Südstadt | 113 |
| Karte 11: | B-Zentrum Böckingen | 118 |
| Karte 12: | C-Zentrum Bahnhofsvorstadt-Süd | 122 |
| Karte 13: | C-Zentrum Neckarbogen / Bahnhofsvorstadt-Nord | 127 |
| Karte 14: | C-Zentrum Stuttgarter Straße | 129 |
| Karte 15: | C-Zentrum Sontheim-Nord | 133 |
| Karte 16: | C-Zentrum Sontheim-West | 137 |
| Karte 17: | C-Zentrum Neckargartach | 141 |
| Karte 18: | C-Zentrum Kirchhausen | 145 |
| Karte 19: | Ergänzungsstandort Industriegebiet Neckar | 149 |
| Karte 20: | Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Böckingen-Nord | 152 |
| Karte 21: | Ergänzungsstandort Businesspark Schwabenhof (ohne Stuttgarter Straße) | 155 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|-------------|--|-----|
| Tabelle 1: | Branchensystematik | 24 |
| Tabelle 2: | Projektbegleitender Arbeitskreis (2017 – 2019) | 25 |
| Tabelle 3: | Einwohnerentwicklung nach Stadtteilen 2002 – 2020 | 32 |
| Tabelle 4: | Zonierung des Marktgebietes | 37 |
| Tabelle 5: | Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet von Heilbronn | 39 |
| Tabelle 6: | Einwohnerentwicklung bis 2030 im Marktgebiet von Heilbronn | 41 |
| Tabelle 7: | Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Heilbronn) | 44 |
| Tabelle 8: | Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebstypen | 46 |
| Tabelle 9: | Entwicklung der Verkaufsfläche nach Stadtteilen (2002 – 2021) | 56 |
| Tabelle 10: | Einzelhandelsbestand in der Heilbronner Innenstadt | 71 |
| Tabelle 11: | Zentrenhierarchie gemäß Märkte- und Zentrenkonzept 2002 | 103 |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|---------------|--|-----|
| Abbildung 1: | Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel (netto) zwischen 2011 und 2020 | 16 |
| Abbildung 2: | Anforderungen an Grund- und Nahversorgungsstandorte | 17 |
| Abbildung 3: | Konsumententrends des „hybriden Kunden“ | 18 |
| Abbildung 4: | Onlinemarktanteile und Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2030 | 19 |
| Abbildung 5: | Frequenzverluste im Einzelhandel in Deutschland für das Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr 2019 | 20 |
| Abbildung 6: | Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels | 20 |
| Abbildung 7: | Projektablauf | 23 |
| Abbildung 8: | Einwohnerentwicklung in Heilbronn 2002 – 2021 | 30 |
| Abbildung 9: | Übernachtungszahlen in Heilbronn im Vergleich 2002 – 2020 | 33 |
| Abbildung 10: | Schlüsselprojekte der Stadtentwicklung in Heilbronn 2002 – 2021 | 34 |
| Abbildung 11: | Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2030 | 40 |
| Abbildung 12: | Verkaufsflächenanteile nach Branchen | 44 |
| Abbildung 13: | Größenstruktur der Betriebe in Heilbronn | 45 |
| Abbildung 14: | Verkaufsflächenbestand nach Lagen | 50 |
| Abbildung 15: | Verteilung der Verkaufsflächen nach Bedarfsbereichen in den Stadtteilen | 50 |
| Abbildung 16: | Einzelhandelsbestand in Heilbronn im Zeitvergleich (2002 / 2017 / 2021) | 52 |
| Abbildung 17: | Entwicklung der Verkaufsfläche seit 2002 nach Branchen | 53 |
| Abbildung 18: | Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung (VK pro 1.000 Einwohner) | 58 |
| Abbildung 19: | Vergleich der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner mit Städten ähnlicher Größenordnung | 59 |
| Abbildung 20: | Einzelhandelszentralität der Stadt Heilbronn | 60 |
| Abbildung 21: | Faktoren der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung | 62 |
| Abbildung 22: | Strategie- und Handlungsfelder der Stadtkonzeption Heilbronn 2030 | 63 |
| Abbildung 23: | Entwicklung der Innenstadt nach Branchen | 72 |
| Abbildung 24: | Ziele des Märkte- und Zentrenkonzeptes | 86 |
| Abbildung 25: | Methodik zur Überprüfung des Sortimentskonzeptes | 89 |
| Abbildung 26: | Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche | 97 |
| Abbildung 27: | Methodik zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche | 98 |
| Abbildung 28: | Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche | 99 |
| Abbildung 29: | Zentren- und Standortkonzept Heilbronn | 104 |

Übersichtsverzeichnis

| | | |
|--------------|---|-----|
| Übersicht 1: | Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in den Baugebieten gemäß BauNVO | 27 |
| Übersicht 2: | Branchenbezogene Entwicklungspotenziale | 64 |
| Übersicht 3: | Differenzierung der Sortimente nach Zentrenrelevanz | 88 |
| Übersicht 4: | Bisherige Sortimentsliste Märkte- und Zentrenkonzept Heilbronn 2002 | 90 |
| Übersicht 5: | Heilbronner Sortimentsliste 2021 | 92 |
| Übersicht 6: | Ausstattungsmerkmale der Zentrentypen | 100 |
| Übersicht 7: | Steuerungsempfehlungen | 157 |