

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Rüsselsheim am Main



Quelle: cima (2021) (2)

**Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses
der Stadt Rüsselsheim am Main vom 13. Juni 2023**

Dr. Wolfgang Haensch (Partner und cima-Büroleiter Köln)

Stadt + Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien



Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Rüsselsheim am Main

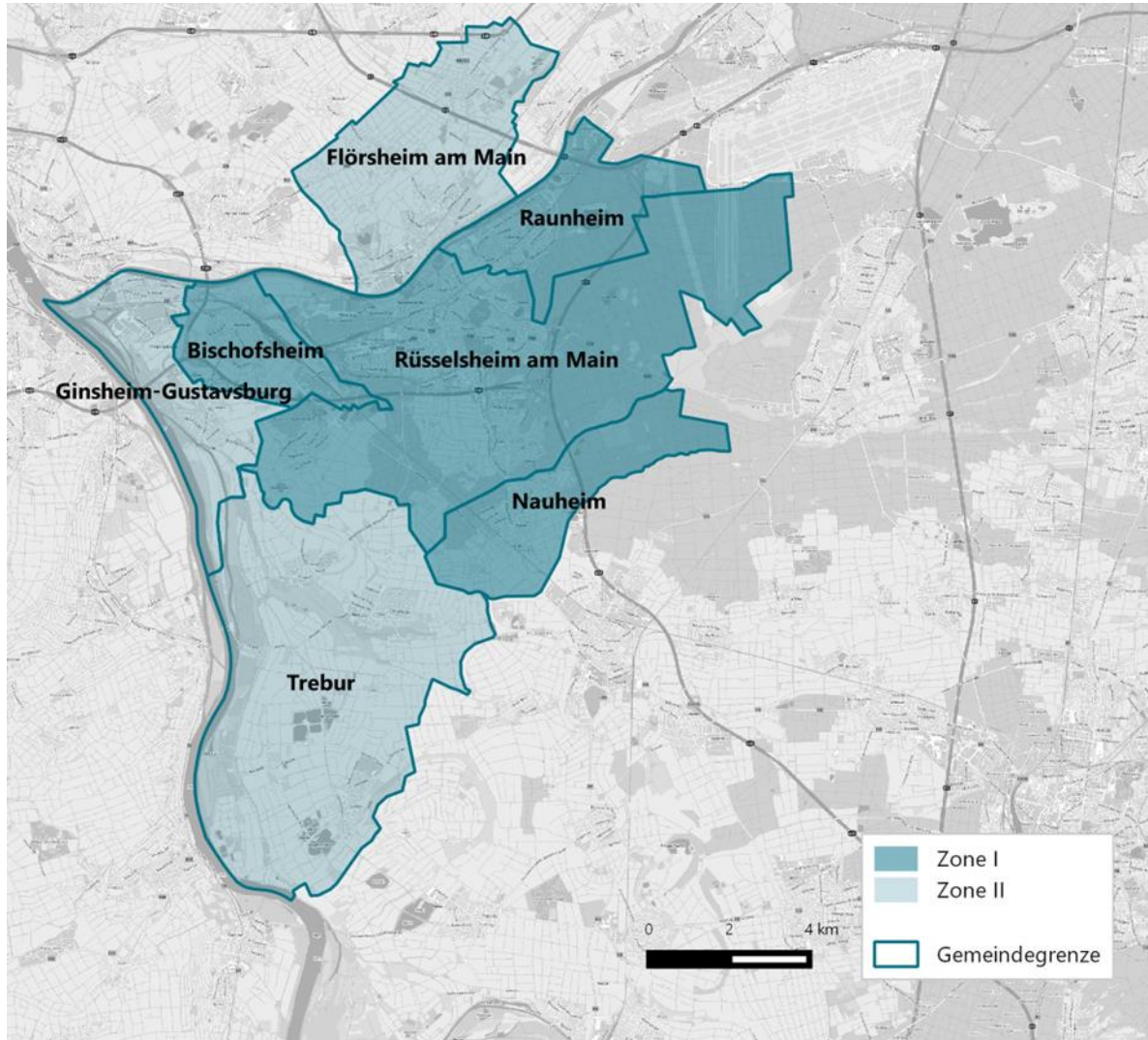
- Aufzeigen realistischer Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Rüsselsheim am Main
- Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt und in den Stadtteilen
- Schaffung einer Planungs- und Entscheidungsgrundlage für die Bauleitplanung

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Rüsselsheim am Main



Quelle: cima (2021)

BESTANDSAUFNAHME



Quelle: cima (2023)

Rüsselsheim am Main

- Teil der viertgrößten Metropolregion in Deutschland (Region FrankfurtRheinMain mit 5,8 Mio. EW)
- Allgemeines Kaufkraftvolumen Rüsselsheim am Main: 1,6 Mrd. €, davon einzelhandelsrelevant 470,3 Mio. € (stationär + online)¹
(➤ Rüsselsheim am Main TOP 2-Standort im IHK-Bezirk Darmstadt)
- Aktuelles Marktgebiet Einzelhandel Rüsselheim am Main:
 - Zone I: rd. 106.900 EW
 - Zone II: rd. 51.800 EW
 - SUMME: rd. 158.800 EWAusgaben Zone I u. II im stationären Einzelhandel: 928,2 Mio. €²
(Umsatz Rüsselsheimer Einzelhandel: 299,6 Mio. €)²

1: Quelle: MB-Research (2022)

2: Quelle: cima (2023)

Einzelhandelsstruktur

Gesamtstädtische Strukturdaten

- Betriebe insgesamt: **214**
- Verkaufsfläche insgesamt: **81.135 m²**
- Umsatz insgesamt (geschätzt): **299,6 Mio. €**
- Kaufkraftniveau (Bund: 100): **95,8**
- Kaufkraftpotenzial: **380,6 Mio. €**
- Einzelhandelszentralität (Umsatz * 100 / Kaufkraftpotenzial): **79**

Datengrundlage: cima-Vollerhebung Sep. – Okt. 2021 u. punktuelle Aktualisierung



Quelle: cima (2021)

Vergleich Mittelzentren Hessen

| | Anzahl Betriebe | Verkaufsfläche | Umsatz | Zentralität |
|-----------------------------|-----------------|------------------------|--------------|-------------|
| Marburg (76.400 EW.) | 514 | 145.000 m ² | 496,0 Mio. € | 121 |
| Gießen (90.100 EW.) | 630 | 259.000 m ² | 833,6 Mio. € | 227 |
| Hanau (97.100 EW.) | 632 | 243.000 m ² | 711,2 Mio. € | 144 |
| Bad Homburg (54.100 EW.) | 410 | 88.000 m ² | 307,8 Mio. € | 88 |

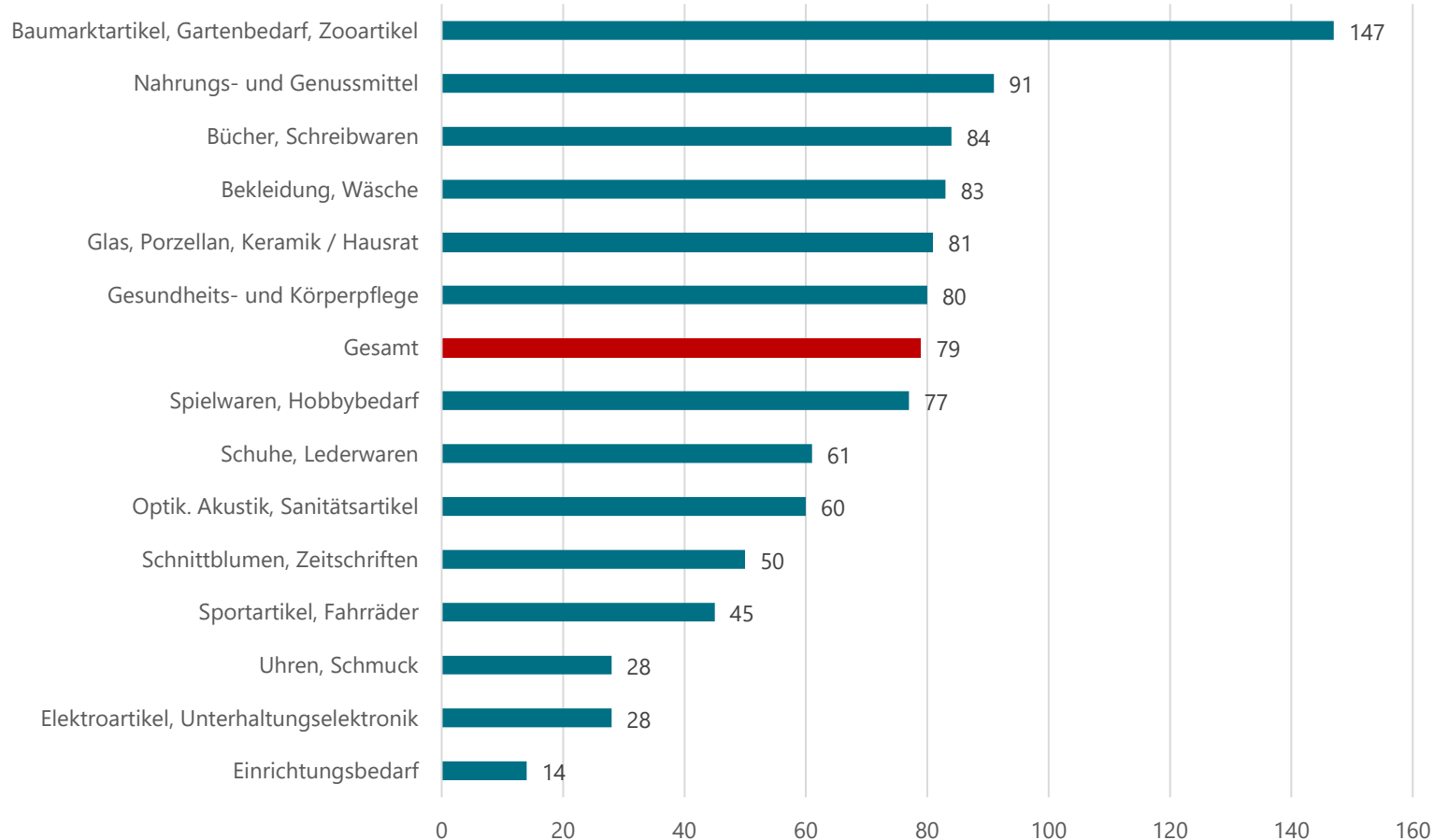
Quelle: cima (2009) / GMA (2011) / cima (2017) / Junker + Kruse (2012)

➔ Bei hessischen Städten vergleichbarer Größe handelt es sich um zumeist solitär gelegene Oberzentren mit höheren Zentralitätswerten.

Einzelhandelsstruktur

Gesamtstädtische Strukturdaten

Warengruppenspezifische Zentralitäten Stadt Rüsselsheim



Zentralität = Umsatz (in Mio. €) * 100 / Kaufkraftpotenzial (in Mio. €)

Quelle: cima (2023)



Quelle: cima (2021)

Innenstadt Rüsselsheim

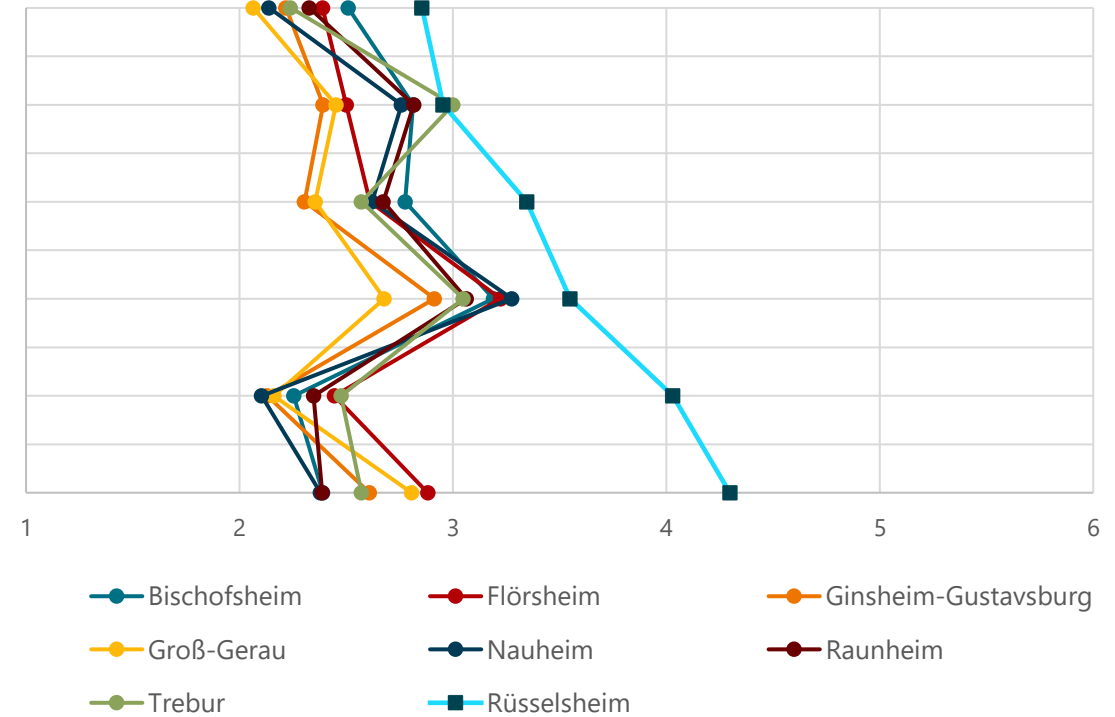
Meinungsbild der Einheimischen und Auswärtigen



Quelle: cima (2021)

Wie beurteilen Sie die Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in der Rüsselsheimer Innenstadt?
(Durchschnittsnoten der Bewertungen von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend; n ≥ 489 (Bürger*innen) bzw. n = 230 (Umlandbürger*innen))

Qualifizierte Beratung / Service
Einkaufsatmosphäre
Gestaltung der Geschäfte
Angebotsvielfalt
Ladenöffnungszeiten
Preis- / Leistungsverhältnis



➤ deutlich positiveres Meinungsbild der Teilnehmenden aus dem Umland zum innerstädtischen Einzelhandel als bei den Bürger*innen aus Rüsselsheim

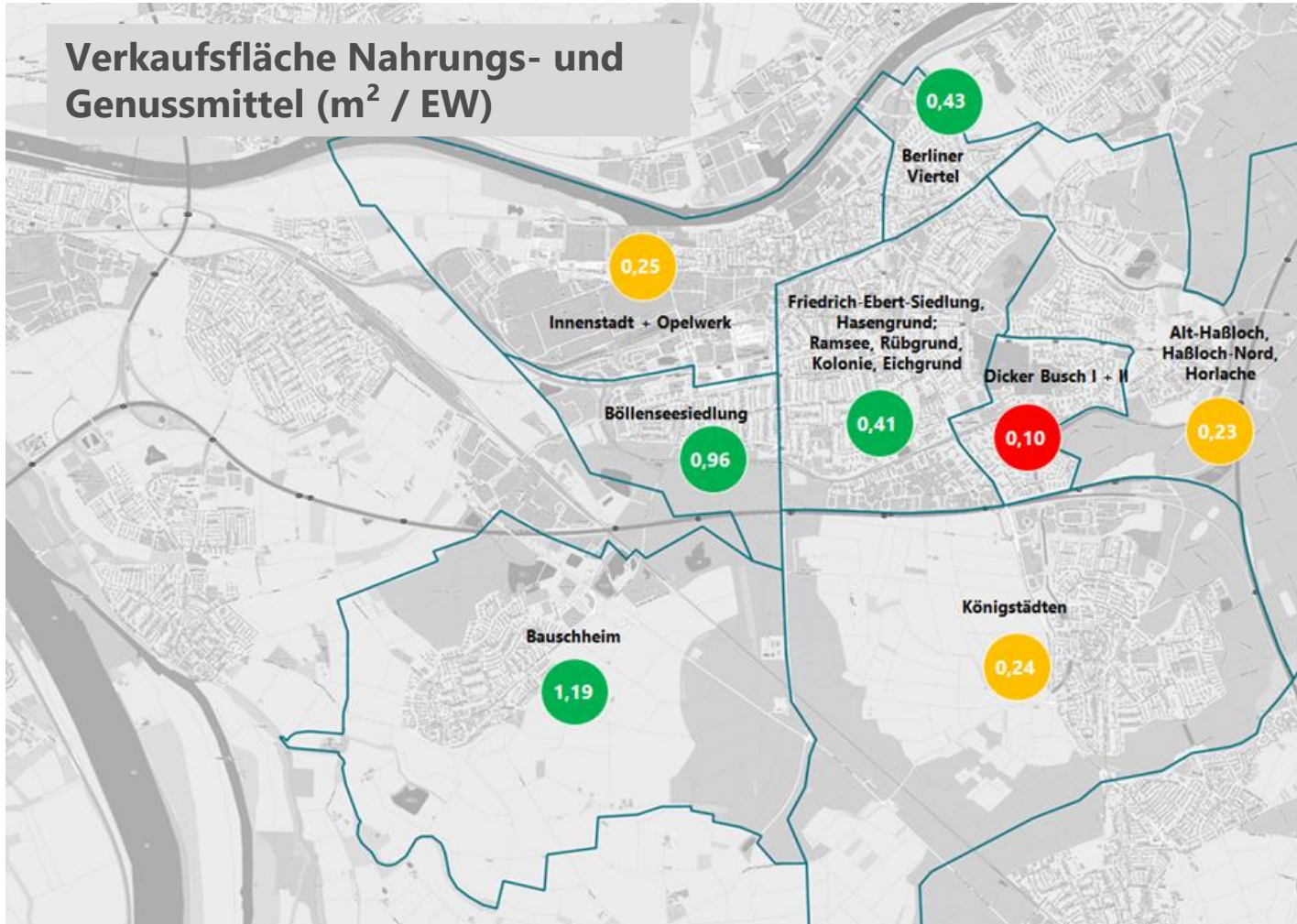
- *Dominanz des kleinteiligen Einzelhandels (Ø 127 m² Verkaufsfläche), lediglich zwei großflächige Betriebe*
- *mehrheitlich inhabergeführte Geschäfte, begrenzte Anzahl nachgefragter Filialisten (u. a. C & A, Ernstings' family, Fielmann, Geers - Gutes Hören)*
- *begrenzttes Angebot an qualitätsorientierten Anbietern, keine exklusiven Angebote*



Quelle: cima (2021)

Innenstadt Rüsselsheim am Main als Handelsstandort

- Der innerstädtische **Einzelhandelsbesatz entspricht** in seinem Branchenmix, seiner Angebotstiefe und –breite **vielfach nicht den Anforderungen an ein Mittelzentrum.**
- Die Innenstadt entfaltet derzeit nur eine **geringe Strahlkraft als urbanes, multifunktionales Ziel** für einheimische und auswärtige Kund*innen.
- Die **alleinige Förderung der Innenstadt als Einkaufsort wird nicht ausreichen**, das Zentrum nachhaltig zu beleben. Der Handel kann und sollte aber ein wichtiger Baustein einer lebendigen Innenstadt Rüsselsheim am Main bleiben.



Quelle: cima (2023)

Wohnungsnah Versorgung im Stadtgebiet

- zwei Anbieter mit gesamtstädtischer Versorgungsfunktion (Globus, Kaufland)
- Stadtteilzentren
 - EKZ Königstädten
 - EKZ Dicker Busch II
 - EKZ Berliner Viertel
 - EKZ Haßloch-Nordsichern maßgeblich die Nahversorgung
- Nahversorgungszentrum Dicker Busch I ohne Versorgungsfunktion
- gesamtstädtische Versorgung:
0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel/ Ew.
(Orientierungswert für eine ausreichende Versorgung: 0,35 – 0,45 m² / EW.)

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Rüsselsheim am Main



Quelle: cima (2021)

KONZEPTION

Einzelhandelsstandort Rüsselsheim 2030

Leitlinie und Handlungsfelder

CIMA.



Einzelhandelsstandort Rüsselsheim am Main:
urbane, multifunktionale Innenstadt und vitale Stadtteilzentren.
*unternehmerisch aktiv, regional ausstrahlend,
in die Stadtentwicklung von Rüsselsheim am Main integriert*

- Handlungsfelder:**
- Stadtentwicklung
 - Stadtplanung
 - Wirtschaftsförderung
 - Citymarketing
 - Stadtteilmanagement



Einzelhandelsstandort Rüsselsheim 2030

Oberziele und Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Rüsselsheim am Main

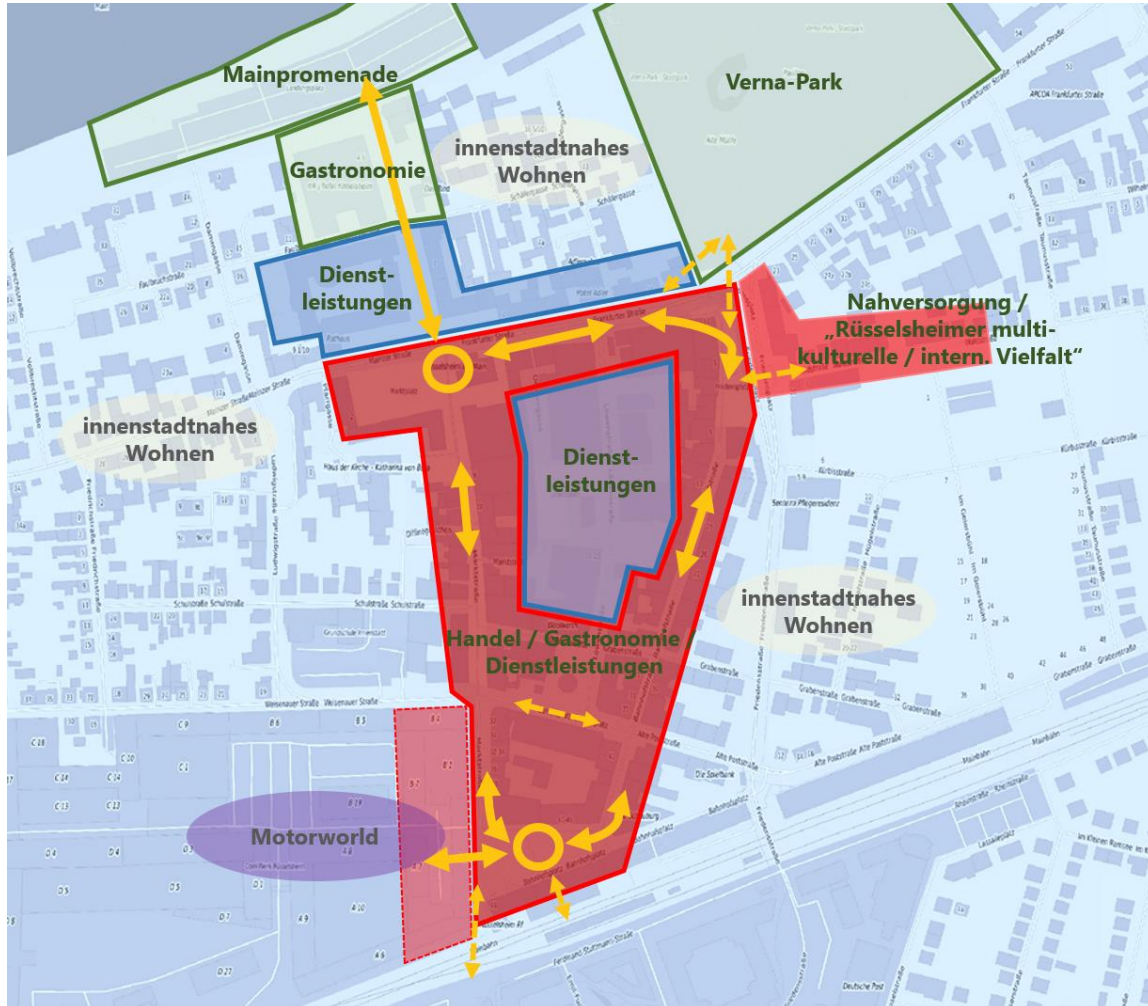
| Oberziel A: Ausbau der Rüsselsheimer Innenstadt als urbanes, multifunktionales Zentrum | Oberziel B: Sicherung der wohnungsnahen Nahversorgung in den Stadtteilen und Förderung der Stadtteilentwicklung | Oberziel C: Planungsrechtliche Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung | Oberziel D: Professionelle Vermarktung der Einkaufsstadt Rüsselsheim |
|--|--|---|--|
| <p>Ziel 01: qualitativer und quantitativer Ausbau des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes</p> <p>Ziel 02: Integration des Impulsprojektes Motorworld in die Innenstadt- / Einzelhandelsentwicklung</p> <p>Ziel 03: Stärkere Vernetzung von Handel, Gastronomie, Freizeit und Kultur</p> <p>Ziel 04: Verbesserung der Rahmenbedingungen des Einzelhandels</p> | <p>Ziel 05: Sicherung bzw. Entwicklung vitaler Stadtteilzentren</p> <p>Ziel 06: Sicherung bzw. Entwicklung ergänzender Nahversorgungsstandorte</p> | <p>Ziel 07: Schutz der Zentren und der übrigen wohnungsnahen Versorgung</p> <p>Ziel 08: Investitionssicherheit für Betreiber und Investoren</p> | <p>Ziel 09: Gemeinsame Vermarktung der Einkaufsstadt durch Stadt und Handel</p> <p>Ziel 10: Sicherstellung der digitalen Wahrnehmbarkeit der Einkaufsstadt Rüsselsheim und der einzelnen Unternehmen</p> <p>Ziel 11: Etablierung individueller Stadtfeste und Events</p> |

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Rüsselsheim am Main



Quelle: cima (2021)

INNENSTADT RÜSSELSHEIM – KONZEPTION



Quelle: cima (2022)

Zielvorstellung:

Innenstadt als abwechslungsreiche Kombination von Einzelhandel / Dienstleistungen, Freizeit und Wohnen

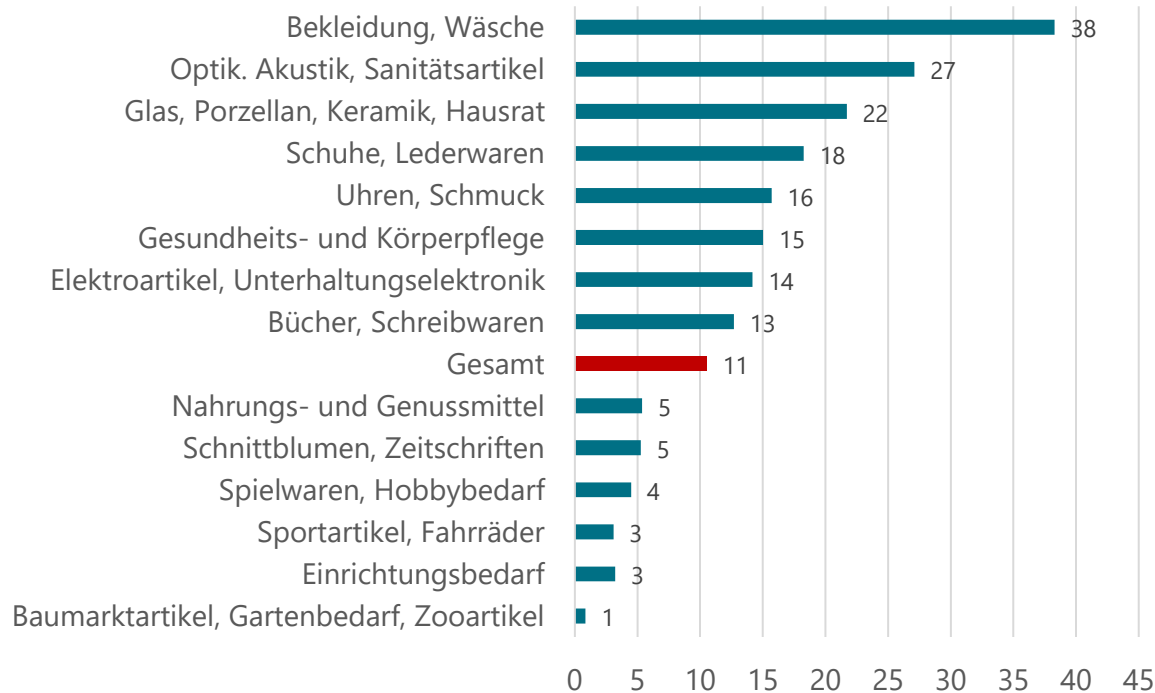
- Förderung des Rundlaufs Marktplatz / Marktstraße / Bahnhofplatz / Bahnhofstraße / Frankfurter Straße
- Förderung der Innenstadt als Freizeit- / Kultur- und Gastronomiestandort, als Arbeitsplatz für Dienstleistungen sowie als Wohnstandort



Handlungsfeld „Städtebau / Immobilien“

- themenübergreifender **Masterplan Innenstadt**
- Fortsetzung der **städtebauliche Erneuerung** – der Marktplatz als Vorbild
- Förderung gezielter **Immobilienentwicklungen**
- Entwicklung der **Motorworld**
- **Geschäftsflächen- / Leerstandsmanagement**

Vergleich Umsatz Innenstadt und Kaufkraft Rüsselsheim am Main
(Umsatz Innenstadt (in Mio. €) *100 / Kaufkraft Stadt Rüsselsheim am Main (in Mio. €))



Handlungsfeld „Förderung des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes“

- Verbesserung des **Branchenmixes**
- Einzelbetriebliche Maßnahmen zur **Verbesserung des Marktauftritts**
- Rüsselsheimer **Wochenmarkt** als besonderer Anziehungspunkt
- **Motorworld** als Potenzialfläche auch für den Handel



Quelle: www.zukunft-innenstadt-ruesselsheim.de

Handlungsfeld „Aufbau eines Citymarketings“

- Förderprogramm „Zukunft Innenstadt“ kann Impulse setzen
- projektbegleitender Workshop vom Sep. 2022 zeigte Möglichkeiten zur **stärkeren Einbindung von lokalen Künstlern und anderen Akteuren** in die Innenstadtentwicklung auf
- verbesserte **organisatorische Voraussetzungen** zur professionellen Vermarktung der Einkaufsstadt Rüsselsheim am Main sind aber unbedingt zu schaffen

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Rüsselsheim am Main



Quelle: cima (2021)

STADTTEILE UND NAHVERSORGUNG – KONZEPTION

Instrumente / Maßnahmen

- Anpassung der Verkaufsfläche der Lebensmittelmärkte in **EKZ Dicker Busch II** (Netto) und **EKZ Haßloch-Nord** (Netto)
- Ansiedlung Drogeriemarkt in **EKZ Königstädten**
- Ausbau des innerstädtischen Nahversorgungsangebotes durch einen Vollsortimenter innerhalb der **Motorworld**
- vollständige Überplanung und Neuordnung **EKZ Dicker Busch I** mit Neuansiedlung Nahversorger
- Verbesserung der **Rahmenbedingungen in den Zentren**: Einsatz von Städtebauförderungsmitteln zur städtebaulichen Aufwertung der Nahversorgungszentren
- Berücksichtigung von nahversorgungsrelevanten Ergänzungsangeboten bei den Planungen für die Bereiche „**Eselswiese**“ und „**Stellantis**“



Einzelhandels- und Zentrenkonzept Rüsselsheim am Main



Quelle: cima (2021)

PLANUNGSRECHTLICHE STEUERUNG

Zentrenkonzept

Hierarchisches System der Zentren

ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

(im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO)

Hauptzentrum Innenstadt Rüsselsheim am Main

NVZ
EKZ König-
städten

NVZ EKZ
Haßloch-
Nord

NVZ EKZ
Berliner
Viertel

NVZ
EKZ Dicker
Busch II

NVZ
EKZ Dicker
Busch I*

Nahversorgungslage Ortsmitte Alt-Bauschheim

Solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage

- Berliner Straße (PENNY)
- Darmstädter Straße (LIDL)
- Hans-Sachs-Straße (INTERFOOD)
- Rugbyring (ALDI)
- Adam-Opel-Straße (REWE / LIDL)
- Bensheimer Straße (EDEKA)
- pot. Nahversorgungsstandorte:**
Eselswiese + Stellantis

Sonderstandorte des groß- / kleinflächigen Einzelhandels ohne innenstadtrelevante Kernsortimente

- Bauschheim Am Steinmarkt
- Alzeyer Straße

keine zentralen Versorgungsbereiche

Empfehlungen

- Standorte innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche (ZV) genießen Priorität bei Erweiterungen / Neuansiedlungen von Vorhaben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten
- Solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage übernehmen ergänzende Versorgungsfunktion
- Für die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten an allen übrigen Potenzialstandorten gilt:
 - keine Lage in einem GE- / GI-Gebiet (fehlende städtebauliche Integration)
 - Nachweis der Verträglichkeit durch eine vorhabenbezogene Verträglichkeitsuntersuchung

*: EKZ Dicker Busch I wird als potenzielles NVZ klassifiziert, eine vollständige Neuordnung des EKZ ist erforderlich, damit die Funktion eines NVZ erfüllt wird.

** : in Verbindung mit zukünftiger Wohnbauentwicklung

NVZ: Nahversorgungszentrum

Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (abschließende Liste)

- **Nahrungs- und Genussmittel** (inkl. Back- / Fleischwaren, Getränke, Reform- / Tabakwaren)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (**Drogeriewaren**, Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel), **pharmazeutische Artikel**
- **Schnittblumen**
- **Zeitungen / Zeitschriften**

Zentren- bzw. innenstadtrelevante Sortimente (abschließende Liste)

- **Bürobedarf, Schreibwaren, Schulbedarf, Bastelzubehör**
- **Bücher**
- **Bekleidung / Wäsche**
- **Schuhe, Lederwaren** (Koffer, Taschen)
- **Babybedarf**, Kinderartikel (ohne Kinderwagen, Autositze)
- **Spielwaren**
- **Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel** (ohne Angel-, Camping-, Jagd- und Reitartikel), **Sportkleingeräte**
- **Elektrokleingeräte**
- **Unterhaltungselektronik, Computer und Kommunikationselektronik**
- **Foto, Optik**, Video und Akustik
- **Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel**
- **Haus- und Heimtextilien, Gardinen** und Zubehör, **Stoffe**
- **Kurzwaren, Handarbeitsartikel**, Wolle
- **Kunst / -gewerbe, Künstlerartikel**, Bilder, **Antiquitäten**, Briefmarken, Münzen
- **Medizinische und orthopädische Artikel, Augenoptik, Hörgeräte, Parfümeriewaren**

- Topfpflanzen
- **Musikalien, Musikinstrumente, Bild- und Tonträger**
- **Uhren, Schmuck, Silberwaren**

Nicht zentren- bzw. innenstadtrelevante Sortimente (nicht abschließende Liste)

- Bad-, Sanitäreinrichtung und -zubehör
- Bauelemente, Baustoffe, Werkzeuge
- Beschläge, Eisenwaren
- Bodenbeläge, Teppiche, Fliesen
- Farben, Lacke und Tapeten
- Möbel, Küchen, Matratzen
- Büromöbel und -maschinen
- Babybedarf (großformatig, wie Kinderwagen, Autositze)
- Elektrogroßgeräte (sog. „weiße Ware“ wie Kühlschränke, Herde, Waschmaschinen), Lampen, Beleuchtungskörper
- Rollläden, Markisen
- Installationsmaterial, Heizung, Öfen
- Fahrzeuge aller Art und Zubehör (auch Fahrräder und Zubehör)
- Brennstoffe, Mineralölzeugnisse
- Angel-, Camping- und Reitartikel, Sportgroßgeräte, Boote und Zubehör
- Waffen und Jagdbedarf
- Pflanzen und -gefäße, Erde, Torf, Gartenhäuser, -geräte
- Zooartikel (inkl. lebende Tiere), Tiernahrung

Fett markiert sind die Vorgaben aus dem LEP, jedoch sind hier nur Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren als nahversorgungsrelevant ausgewiesen



Dr. Wolfgang Haensch

haensch@cima.de

T 02234 92965 17

H 0174 3391593

www.cima.de



Quelle: Stadt Rüsselsheim am Main, Fotograf: Frank Hüter (5) / Stadt Rüsselsheim am Main / Stadt Rüsselsheim am Main, Fotograf: Frank Möllenberg / Hartmann Mode GmbH

Herzlichen Dank für das Interesse an dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept Rüsselsheim am Main!