

# EINZELHANDELSKONZEPT für die Stadt Viernheim





# EINZELHANDELSKONZEPT

## für die Stadt Viernheim

Im Auftrag der Stadt Viernheim

Johanna Doepner  
Svenja Krämer  
Stefan Kruse

Junker und Kruse  
Stadtforschung ■ Planung  
Markt 5 44137 Dortmund  
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50  
[www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de) [info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de)

Juli 2009

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

**Inhalt**

<b>1</b>	<b>Ausgangslage, Anlass und Zielsetzung der Untersuchung .....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung.....</b>	<b>13</b>
<b>3</b>	<b>Methodik der Untersuchung.....</b>	<b>16</b>
3.1	Angebotsanalyse .....	16
3.2	Nachfrageanalyse .....	20
3.3	Städtebauliche Analyse .....	22
3.4	Kommunikationsstruktur .....	22
<b>4</b>	<b>Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Viernheim.....</b>	<b>24</b>
4.1	Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung .....	24
4.2	Bevölkerungsverteilung und Siedlungsstruktur .....	26
<b>5</b>	<b>Einzelhandelsrelevantes Standortprofil .....</b>	<b>29</b>
5.1	Gesamtstädtische Struktur .....	29
5.2	<b>Räumliche Angebotsschwerpunkte in der Einzelhandelsstruktur der Stadt Viernheim .....</b>	<b>32</b>
5.2.1	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Viernheim .....	32
5.2.2	Struktur und räumliche Verteilung der wohnungsnahen Grundversorgung .....	38
5.2.3	Großflächiger Einzelhandel .....	42
5.2.4	Leerstandssituation in der Stadt Viernheim .....	44
<b>5.3</b>	<b>Städtebauliche Rahmenbedingungen der räumlichen Teilbereiche .....</b>	<b>46</b>
5.3.1	Stadtzentrum Viernheim .....	47
5.3.2	Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee .....	53
5.3.3	Rhein-Neckar-Zentrum .....	55
5.3.4	Gewerbegebiet 3 (West).....	56
5.3.5	Gewerbegebiet 4 (Ost).....	57
5.3.6	Nahversorgungsstandorte.....	58
5.3.7	Übersicht: vier räumliche Angebotsschwerpunkte innerhalb der Viernheimer Einzelhandelsstruktur.....	61
<b>5.4</b>	<b>Fazit Angebotsanalyse.....</b>	<b>62</b>

<b>6</b>	<b>Analyse der Nachfragesituation.....</b>	<b>63</b>
6.1	Einzugsgebiet .....	63
6.2	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft .....	67
6.3	Umsätze und Zentralitäten des Viernheimer Einzelhandels.....	69
6.4	Fazit zur Analyse der Nachfrageseite .....	71
<b>7</b>	<b>Prognose der Verkaufsflächenspielräume .....</b>	<b>72</b>
<b>8</b>	<b>Entwicklungsperspektiven und –leitlinien .....</b>	<b>75</b>
8.1	Szenarien der Einzelhandels- und Stadtentwicklung.....	75
8.1.1	Szenario 1: „Freies Spiel der Kräfte“ .....	75
8.1.2	Szenario 2: „Bewahrung“ .....	77
8.1.3	Szenario 3: „Steuerung mit Ausnahmen“ .....	78
8.1.4	Szenario 4: „Neues Zentrum“ .....	80
8.1.5	Fazit Szenarien .....	82
<b>9</b>	<b>Einzelhandelskonzept für die Stadt Viernheim.....</b>	<b>83</b>
9.1	Warum ist ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Viernheim sinnvoll? .....	83
9.2	Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung .....	84
9.3	Strategien und Maßnahmen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Viernheim .....	87
9.4	Räumliches Leitbild zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Viernheim.....	88
<b>10</b>	<b>Viernheimer Sortimentsliste .....</b>	<b>92</b>
10.1	Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste.....	92
10.2	Herleitung der Viernheimer Sortimentsliste.....	95
<b>11</b>	<b>Entwicklungs- und Tabubereiche .....</b>	<b>101</b>
11.1	Entwicklungsbereiche und zentrale Versorgungsbereiche.....	101
11.1.1	Entwicklungsbereich: zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum.....	101
11.1.2	Entwicklungsbereich: zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee .....	106
11.1.3	Entwicklungsbereiche: Nahversorgungsstandorte .....	108
11.1.4	Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsbetriebe mit nicht- zentrenrelevanten Kernsortimenten Rhein-Neckar-Zentrum.....	110

11.1.5	Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten Gewerbegebiete 3 und 4 .....	112
11.2	Tabubereiche.....	114
12	<b>Grundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Viernheim “Die Viernheimer Systematik” .....</b>	<b>115</b>
12.1	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.....	117
12.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten .....	121
12.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten .....	125
13	Analyse der Potenzialflächen.....	127
	<b>Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe .....</b>	<b>133</b>





## 1 Ausgangslage, Anlass und Zielsetzung der Untersuchung

Seit mehr als drei Jahrzehnten dauert der Strukturwandel im Einzelhandel an und hat, angesichts der angekündigten Expansionsbestrebungen einiger Konzerne, anscheinend noch immer nicht seinen Höhepunkt erreicht. Auch wenn dieses Phänomen auf fast alle Branchen und Betriebsformen zutrifft, kommt dem Lebensmittelsektor, und hier insbesondere den Lebensmitteldiscountern, eine besondere Bedeutung zu. Lebensmitteldiscounter verfolgen gleich mehrere Strategien in ihren Betriebskonzepten: in der Regel autokundenorientierte Standorte mit einer ausreichenden Anzahl an Stellplätzen, preisaggressiv im Hauptsortiment Lebensmittel bzw. Food sowie gezielte (wöchentlich wechselnde) Sortimentsergänzungen mit Non-Food-Artikeln, die dann nicht selten Marktanteile von bis zu 50 % für den Angebotszeitraum erreichen und somit in eine starke Konkurrenz zu anderen örtlichen Anbietern in den betroffenen Hauptbranchen treten. Neben den immer größer werdenden Betriebsformen und der damit einhergehenden Ausdifferenzierung des Warenangebotes (auch in Richtung Nicht-Lebensmittel) führt zudem die in vielen Regionen dramatisch angestiegene Anzahl der Einzelhandelsbetriebe bei einem nahezu gleichbleibenden (und teilweise sogar rückläufigen) Nachfragepotenzial zu einem verschärften Konkurrenzettbewerb, der in vielen Fällen bereits „kannibalöse Ausmaße“ annimmt.

Der Druck auf die (auf Expansion ausgerichteten) Konzerne und Betriebe wächst zunehmend, was sich insbesondere in neuen Betriebskonzepten und –strategien ausdrückt, allerdings auch mit erheblichen potenziellen Folgewirkungen für Städte und Gemeinden einhergeht. Diese Neuorientierung ist für die raumbezogene Planung auch mit neuen Standortanforderungen und –mustern verbunden: integrierte, in der Regel den Nachfrageschwerpunkten zugeordnete Standorte werden zunehmend in Frage gestellt, während dezentrale Standorte (in Gewerbegebieten, an Hauptverkehrsachsen) verstärkt nachgefragt werden. Eine mögliche Folge dieser Entwicklung kann darin bestehen, dass ehemals funktionierende Nahversorgungsnetze zunehmend grobmaschiger werden. Zudem erhalten die Standorte in der Regel eine rein autokundenorientierte Ausrichtung, wodurch insbesondere nicht-pkw-mobile Menschen in ihrer Grund- bzw. Nahversorgungsqualität und somit auch in ihrer Lebensqualität eingeschränkt werden.

Ähnliche Probleme sind bei Fachmärkten festzustellen, wenngleich sie auch nicht so aggressiv auftreten. Auch bei diesem Betriebstyp spielen neue Standortmuster und größer werdende Betriebseinheiten ebenso wie sich ändernde Betriebskonzepte eine Rolle, die im Wesentlichen durch die immer größer werdenden Anteile in den Rand- oder Nebensortimenten zum Ausdruck kommen. Die Konsequenzen dieser Entwicklung konzentrieren sich allerdings auf gewachsene Versorgungsbereiche, die in Folge potenzieller Kunden- und somit Umsatzverluste deutlich an Prosperität verlieren können, wodurch letztlich der gesamte Standortbereich (Zentrum) gefährdet sein kann. Parallel zu dieser Entwicklung ist ein immer größer werdender Leerstand von kleinen und großen Ladenlokalen zu beobachten. Traf dieses Phänomen bis Mitte der 90er Jahre in der Regel auf Rand- oder Streulagen zu, so gehören „zugeklebte Schaufenster“ mittlerweile auch zum Erscheinungsbild der zentralen Geschäftslagen, wie es mittlerweile auch massiv im Viernheimer Stadtzentrum der Fall ist.

Diesen betrieblichen bzw. konzernimmanenten Entwicklungen stehen raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen und gesetzliche Grundlagen auf Bundes- bzw. Landesebene gegenüber, die nicht immer mit den Vorstellungen der Ansiedlungsinteressenten in Einklang zu bringen sind. So steht auch die Stadt Viernheim vor der Aufgabe, im Spannungsfeld zwischen betreibermotivierten Standortwünschen auf der einen und volkswirtschaftlichen bzw. städtebaulichen und stadtentwicklungspolitisch motivierten Zielvorstellungen auf der anderen Seite, einen auf die spezifische Situation in der Stadt ausgerichteten, konstruktiven Umgang mit den beschriebenen Strukturentwicklungen zu finden. Auch der Stadt Viernheim liegen einige Ansiedlungs- bzw. -Veränderungs-/ Erweiterungsanfragen für verschiedene Einzelhandelseinrichtungen vor bzw. wurden in der jüngsten Vergangenheit an sie herangetragen. Insbesondere wird bereits seit einigen Jahren die Verkaufsflächenerweiterung des Rhein-Neckar-Zentrums, das derzeit eins der größten Einkaufszentren Deutschlands ist, diskutiert.

Die Stadt Viernheim hat sich in der jüngsten Vergangenheit immer häufiger mit dem Themenkomplex Einzelhandels- und Stadtentwicklung auseinandergesetzt. So zum Beispiel im Jahr 2005 im Rahmen eines Standortmarketingkonzeptes, das sich im wesentlichen mit der Viernheimer Innenstadt beschäftigt hat. Jüngstes Beispiel dieser Auseinandersetzung ist das im Jahr 2007 im Rahmen zweier Workshops erarbeitete „Vorläufige Einzelhandelsleitbild der Stadt Viernheim“, in dem wesentliche Leitlinien und Grundsätze zur zukünftigen Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandels, aber auch der Zentren und Sonderstandorte wie dem Rhein-Neckar-Zentrum (RNZ) formuliert wurden.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept sollen auch die Voraussetzungen dafür geschaffen werden, die Viernheimer Innenstadt dauerhaft auf eine stabile Basis zu stellen. Dies ist auch das Ziel des hessischen Förderprogramms „Aktive Kernbereiche“, das ausgewählte Städte in Hessen bei der Erarbeitung von integrierten Handlungskonzepten unterstützt. In Viernheim steht dabei die Innenstadt im Mittelpunkt der verschiedenen Maßnahmen und Projekte, die derzeit erarbeitet werden.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines städtebaulichen Konzeptes i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 ist in jüngsten Urteilen des OVG Münster nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionelle Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist.“<sup>1</sup> Aber auch für die Steuerung in – bisher – unbeplanten Innenbereichen ist ein solches Einzelhandels- und Zentrenkonzept eine bedeutsame Grundlage. Denn nach der (neuen) Vorschrift des § 9 (2a) BauGB können für „ im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) [...] zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden,

---

<sup>1</sup> OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind. [...] Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält.“ [...]

Auch das jüngste Urteil des BVerwG Leipzig (Az. 4 C 21.07) vom 26.03.2009 stärkt die Bedeutung von (vom Rat beschlossenen) Einzelhandelskonzepten als Grundlage für die Erstellung bzw. Änderung von Bebauungsplänen und hat entschieden, dass ein in einem Bebauungsplan festgesetzter Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben durch das Ziel einer Stärkung und Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen (ausgewiesen in einem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept) städtebaulich gerechtfertigt sein kann.

Aufgrund der aktuell anstehenden Entscheidungen bzgl. verschiedener Standorte in der Stadt Viernheim, aber auch aufgrund der veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen hat sich die Stadt Viernheim dazu entschlossen, im Juni 2008 das Planungsbüro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung, Dortmund mit der Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Viernheim zu beauftragen. Diese Untersuchung soll, unter Berücksichtigung sowohl der rechtlichen, demographischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen, Strategien zur Einzelhandels- und letztlich auch zur Stadtentwicklung aufzeigen.

Ziel ist es, insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen sowie der daraus abgeleiteten Rechtsprechung (insbesondere des OVG NRW), eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Bewertungsgrundlage für aktuell anstehende Bebauungsplanverfahren und/oder Ansiedlungsanfragen zu liefern als auch mögliche Entwicklungsperspektiven und erforderliche (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten aufzuzeigen, so dass sowohl Stadtverwaltung als auch Politik der Stadt Viernheim in die Lage versetzt werden, stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidungen zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die städtische Versorgungsstruktur einschätzen zu können. Gleichzeitig bildet ein solches Konzept auch eine wichtige (Argumentations- und Rechts-) Grundlage für die Stadt Viernheim, wenn es um die Abwehr geplanter Vorhaben in Nachbarkommunen geht, die sich ggf. negativ auf die Verwirklichung ihrer eigenen städtebaulichen Zielvorstellungen auswirken können.

Wie die Erfahrung gerade in jüngster Vergangenheit aber auch zeigt, ist es mittlerweile nicht mehr nur damit getan, ein gutes Konzept zu erarbeiten; immer mehr muss auch die spätere Umsetzung bedacht werden; und dies auch schon während der Bearbeitung. Aus diesem Grund ist das vorliegende Einzelhandelskonzept auf der Basis eines breit angelegten Kommunikations- und Beteiligungsprozesses erarbeitet worden. Neben der Berichterstattung (z. B. Pressearbeit) und Rückkopplung der entsprechenden Zwischenergebnisse in einem regelmäßig stattfindenden Arbeitskreis, bestehend aus Vertretern der Verwaltung, Politik, der örtlichen Werbegemeinschaft Citygemeinschaft Viernheim sowie der Industrie- und Handelskammer, wurde zudem die örtliche Politik am 29. Juni 2009 im Rahmen der Fraktionssitzungen über die Ergebnisse informiert.

**Im Oktober 2009 wurden die Ergebnisse im Fachausschuss präsentiert und diskutiert und**

anschließend in einer öffentlichen Informationsveranstaltung vorgestellt.

Im Anschluss wurde der Entwurf des Einzelhandelskonzeptes im Rahmen eines Beteiligungsprozesses im Zeitraum von ... bis ... mit den Trägern öffentlicher Belange abgestimmt.

## 2 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung

---

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen zeigten sich in den letzten Jahrzehnten derart dynamische Veränderungen wie im Einzelhandelssektor. Sowohl das Erscheinungsbild als auch die Funktionsbedingungen im Einzelhandelsbereich und die räumliche Struktur stellen sich in diesem Wirtschaftssektor heute nachhaltig anders dar als noch vor wenigen Jahrzehnten. Verantwortlich für diese Entwicklungen sind Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite, die in einem gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen. Nachstehend werden diese Entwicklungen und aktuellen Trends zusammenfassend dargestellt:

Auf der **Angebotsseite** zeigen sich folgende Tendenzen:

- Eine fortschreitende Unternehmenskonzentration (neueste Entwicklung: Übernahme des Lebensmitteldiscounters Plus durch Edeka).
- Damit eng verbunden ein anhaltendes Verkaufsflächenwachstum bei sinkenden Flächenproduktivitäten (Umsatz pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und Rentabilitäten.
- Eine sinkende Zahl von Einzelhandelsbetrieben, nicht zuletzt bedingt durch Nachfolgeprobleme.
- Ein Wandel der Betriebsformen und Konzepte bei zunehmender Großflächigkeit und Discountorientierung bei gleichzeitig steigendem Druck in Folge der Konzernstrategien auf inhabergeführte Geschäfte.
- Ein Wandel der Standortpräferenzen seitens der Konzerne/ Betreiber.
- Eine zunehmende Konkurrenz zwischen den einzelnen Betrieben und Branchen.
- Eine Zunahme neuer Vertriebs- und Absatzschienen.

Aus Sicht der **Nachfrageseite** sind folgende Entwicklungen zu beobachten:

- Insgesamt eine tendenziell in den nächsten Jahren sinkende Bevölkerungsanzahl mit erheblichen regionalen Unterschieden, überlagert durch eine steigende Mobilitätsbereitschaft.
- Eine Veränderung der Alterspyramide mit einem wachsenden Anteil älterer Menschen.
- Ein akzentuiertes Preisbewusstsein (Stichwort: Schnäppcheneinkauf; „Geiz-ist-geil-Mentalität“), von dem insbesondere discountorientierte Anbieter profitieren.
- Eine aktuell wieder zu beobachtende „wachsende Kauflust“ nach Jahren der Kaufzurückhaltung.

Die aufgeführten Umstrukturierungen und Tendenzen in der Einzelhandelslandschaft haben - im Falle einer „ungezügelter bzw. ungesteuerter Entwicklung“ - aus Sicht der Kommunen zum Teil schwerwiegende Konsequenzen für die Versorgung, die städtebau-

lich-funktionale Struktur sowie die wirtschaftliche und ökologische Situation.

- Eine bedeutsame **innerkommunale Standortkonkurrenz** führt nach wie vor zu fehlender Chancengleichheit von (vielen) innerstädtischen Zentren im Vergleich zu nicht-integrierten Standorten, die sich häufig in Form einer nach wie vor geringen Angebotsbreite des kernstädtischen Einzelhandels und einem geringen Niveau im innerstädtischen Angebot durch uniforme, kurzlebige Geschäftstypen manifestieren, verbunden mit einer Ausweitung zentrenrelevanter Sortimente an städtebaulich nicht-integrierten Standorten. Die Situation wird durch die anhaltende Nachfrage nach Standorten außerhalb des Innenstadtkontextes (Beispiel Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiete 3 und 4) weiter verschärft. Dabei sind es speziell die Vorhaben mit zentren- aber insbesondere auch nahversorgungsrelevanten Warengruppen, die für die Funktionsfähigkeit des Viernheimer Stadtzentrums Beeinträchtigungen mit sich bringen (können) bzw. bereits in den letzten 40 Jahren seit Eröffnung des Rhein-Neckar-Zentrums zu deutlichen Funktionsverlusten in der Innenstadt geführt haben. Durch diese Tendenz ist insbesondere im Viernheimer Stadtzentrum sowohl die Gefahr einer Schwächung der Grundversorgungsfunktion als auch der mittelzentralen Leitbranchen bereits heute deutlich zu erkennen, die in weiten Teilen durch geringe Passantenfrequenzen, massive Leerstände und Mindernutzungen sichtbar wird.
- **Zunehmende Flächenansprüche** der Einzelhandelseinrichtungen, die vermeintlich nicht in vorhandene Siedlungsstrukturen passen. Durch die größtenteils kleinteiligen Bebauungsstrukturen ist das Stadtzentrum Viernheim in weiten Teilen ebenfalls von diesem Problem betroffen. In den gewachsenen Siedlungsstrukturen können die Flächenansprüche heutiger Betreiber nur bedingt bzw. nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllt werden.
- **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** im Wohnumfeld und die damit verbundene Gefahr der abnehmenden wohnungsnahen Versorgung (Magnet Lebensmittelanbieter „zieht es nach draußen“). Auch die Möglichkeit, dass sich das Nahversorgungsnetz, also speziell das Netz der Lebensmittelanbieter, insgesamt räumlich weiter ausdünnen könnte, kann letztlich für Viernheim nicht ausgeschlossen werden. Durch weitere Nahversorgungsangebote an städtebaulich nicht geeigneten, nicht-integrierten Standorten bzw. durch eine Überschreitung der absatzwirtschaftlichen Spielräume können sich auch Gefährdungen für bestehende, gewachsene Versorgungsbereiche ergeben, mit der Folge eines insgesamt grobmaschigeren Versorgungsnetzes. Ein weiterer Aspekt, der zu einer räumlichen Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes zukünftig verstärkt beitragen kann, sind die Ansprüche der Betreiber an die Größe der Verkaufsflächen. Heute marktübliche Verkaufsflächen von 800 m<sup>2</sup> bis 1.000 m<sup>2</sup>, häufig bis 1.200 oder sogar 1.500 m<sup>2</sup>, liegen zum Teil deutlich über der Flächengröße bestehender Märkte in Viernheim so dass hier – wie auch bereits zu beobachten ist – entsprechende Anfragen bzw. Überlegungen zur Erweiterung bzw. Umsiedlung einzelner Betriebe zu erwarten sind (z.B. Knupfer an der Beethovenstraße oder die beiden Lebensmittel-discounter im Stadtzentrum).  
Aktuell sind allerdings (wieder) Tendenzen zu kleineren Verkaufsflächen von Lebensmittelanbietern zu erkennen. Insbesondere Lebensmittelvollsortimenter wie Rewe oder

Edeka haben in der jüngsten Vergangenheit die Zentren „wiederentdeckt“ und realisieren dort Märkte mit Verkaufsflächen zwischen 500 und 1.000 m<sup>2</sup>. In diesen „neuen“ bzw. wiederentdeckten City-Märkten wird das klassische Supermarktangebot mit Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse und einem qualitativ hochwertigen Angebot in den Bereichen Obst, Gemüse und Convenience-Produkten angeboten.

Durch diese Rückbesinnung auf kleinere Flächen in zentralen Bereichen (bisher nur in Mittel- und Großstädten) reagieren die Anbieter insbesondere auf zwei Trends: Zum einen auf Wanderungsbewegungen „Zurück in die Stadt“ mit einem steigenden Anteil der Wohnbevölkerung und der Wiederentdeckung gewachsener Zentren als Wohn- und Versorgungsstandort; zum Anderen auf eine zunehmend restriktive Genehmigungspraxis für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche.

Noch ist dieser Trend insbesondere in den Haupt- und Nebenzentren der verdichteten Mittel- und Großstädte zu beobachten, in denen innerhalb eines Umkreises von rund 500-600 m etwa 5.000 Menschen und mehr wohnen und die mit öffentlichen Verkehrsmitteln sehr gut zu erreichen sind. Stimmen diese Rahmenbedingungen, wird die Anzahl der Parkplätze auf ein notwendiges Minimum reduziert und die Märkte erfüllen tatsächlich eine Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung. Inwieweit sich dieser Trend zukünftig auch in kleineren Städten wie Viernheim durchsetzen wird, bleibt abzuwarten. Angesichts einer weiterhin restriktiven Genehmigungspraxis sowie einem starken Anstieg des Anteils älterer Menschen erscheint diese Entwicklung allerdings als konsequente Antwort auf sich verändernde Rahmenbedingungen.

### 3 Methodik der Untersuchung

---

Das vorliegende Einzelhandelskonzept stützt sich auf die Ergebnisse aus sowohl primär- wie sekundärstatistischen Erhebungen. Für die primärstatistischen Erhebungen wurde eine **Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen** im engeren Sinne<sup>2</sup>, der Leerstände im Viernheimer Stadtgebiet sowie **der Dienstleistungsbetriebe im zentralen Bereich der Innenstadt** durchgeführt. Zudem wurde eine **Kundenherkunftserhebung** an verschiedenen Standorten im Viernheimer Stadtgebiet vorgenommen.

Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Daten, Gutachten) zurückgegriffen, die in erster Linie dem intertemporären und interregionalen Vergleich der für die Stadt Viernheim gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch die verschiedenen Kennziffern aus dem Bereich der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG<sup>3</sup>.

Zudem wurde eine auf einzelhandelsspezifische Aspekte ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte** vorgenommen, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse ergänzt die quantitativen Bausteine, so dass sich in der Gesamtschau ein detailliertes Bild zur Einzelhandelsituation in der Stadt Viernheim ergibt.

#### 3.1 Angebotsanalyse

---

Im Juli 2008 wurde eine Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Stadtgebiet und eine Erhebung aller Dienstleistungsbetriebe im Stadtzentrum der Stadt Viernheim vorgenommen. Bei der Erhebung des Einzelhandels in der Stadt Viernheim wurde eine Begehung des gesamten Stadtgebietes mit gleichzeitiger Erfassung und Kartierung des Einzelhandels im engeren Sinne flächendeckend durchgeführt. Bei der Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und Verkaufsflächen kartiert und eine räumliche Zuordnung der Geschäfte (nach Lagen: Stadtzentrum, Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee, Rhein-Neckar-Zentrum, Gewerbegebiete 3 und 4, integrierter Lage, sonstige nicht-integrierter Lage) vorgenommen. Die Verkaufsflächenzahlen des Rhein-Neckar-Zentrums (nach aggregierten Branchen) wurden dem Gutachter

---

<sup>2</sup> Zum funktionellen Einzelhandel (auch Einzelhandel im engeren Sinne) werden neben dem eigentlichen Einzelhandel auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckerei, Metzgerei, Konditorei) sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen gezählt. Kfz- und Brennstoff, Tankstellen und Apotheken werden nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zugerechnet. Allerdings wurden aufgrund ihrer Einzelhandelsrelevanz Tankstellenshops und der freiverkäufliche Anteil der Apotheken bei der Erhebung berücksichtigt und mit erhoben.

<sup>3</sup> Tätigkeitsschwerpunkt der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG ist die Handelsberatung. Tätigkeitsfelder sind die Unterstützung und Durchführung von Organisation, Erfahrungsaustausch, Marktanalysen, Marketing, Existenzgründung und Strategie im Einzelhandelsbereich (vgl. [www.bbe.de](http://www.bbe.de))



durch das ECE- Centermanagement zur Verfügung gestellt.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden zunächst die Gesamtverkaufsflächen und die jeweiligen Hauptwarengruppen (=dominierende Warengruppe in der betrieblichen Angebotsstruktur) der einzelnen Betriebe aufgenommen. Zur **Verkaufsfläche** eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient; einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schaufenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden<sup>4</sup>. Um einen möglichst hohen Genauigkeitsgrad zu erreichen, wurden zur Flächenerfassung lasergestützte Flächenerfassungsgeräte eingesetzt.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist jedoch eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Rand- und Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Hauptsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher alle geführten Sortimente differenziert erfasst (auf der Basis eines etwa 90 Sortimente umfassenden Erfassungsschlüssels) und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt, soweit möglich bzw. vom Geschäftsinhaber/ Filialleiter zugelassen.

Bedeutende Veränderungen in der Angebotsstruktur des Viernheimer Einzelhandels, die sich im Laufe der Bearbeitungszeit des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes ergeben haben, sind, soweit dem Gutachter bekannt, in die Erhebungsdaten mit eingeflossen, um ein möglichst aktuelles Bild der Angebotssituation darzustellen.

In der Auswertung und Analyse wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 (Haupt-)Warengruppen zugeordnet.

---

<sup>4</sup> Dabei können aufgrund unterschiedlicher Definitionen des Begriffs „Verkaufsfläche“ durchaus Differenzen zwischen den nach dieser Methodik ermittelten Verkaufsflächenzahlen und den genehmigten Verkaufsflächen im Rahmen der Baugenehmigung und anderen älteren Datenquellen entstehen (z.B. durch Nicht-Berücksichtigung von Vorkassenzonen und/oder gewichteten Außenflächen). Die Zugehörigkeit solcher Flächen zur Verkaufsfläche wurde jedoch durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgericht bestätigt (vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005) und ist somit als Grundlage heranzuziehen.

**Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Viernheim**

Hauptbranchen	Sortimente (Erhebungsgrundlage)
<b>Überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe:</b>	
1. Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren) Bäckerei-/Konditoreiwaren Metzgerei-/Fleischereiwaren Getränke
2. Blumen/ Zoo	Blumen, Zoo
3. Gesundheit und Körperpflege	Drogerie, Körperpflegeartikel Parfümeriewaren Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel Reform- und Biowaren Apothekenwaren
4. Papier, Bücher, Schreibwaren, Zeitungen, Zeitschriften	Bücher Papier, Schreibwaren, Bürobedarf Zeitungen/Zeitschriften
<b>Überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe:</b>	
5. Bekleidung/ Wäsche	Herren-, Damen- und Kinderbekleidung Sonstige Bekleidung und Textilien Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
6. Schuhe/ Lederwaren	Schuhe Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile)
7. Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren	Schneidwaren, Bestecke, Haushaltswaren Glas, Porzellan, Keramik Geschenkartikel
8. Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	Spielwaren Musikinstrumente Hobby- und Bastelbedarf Kinderwagen
9. Sport und Freizeit	Sportbekleidung Sportschuhe Sportartikel Sportgeräte Campingartikel Fahrräder und Zubehör
<b>Überwiegend langfristige Bedarfsstufe</b>	
10. Wohnungseinrichtungsbedarf/ Teppiche	Wohn- und Einrichtungsbedarf Haus- und Heimtextilien, Gardinen Sicht- und Sonnenschutz Teppiche (Einzelware) Kunst, Bilder, Rahmen Bettwaren, Matratzen Haus-, Bett- und Tischwäsche

11. Möbel	Badmöbel Küchenmöbel Büromöbel Gartenmöbel Möbel allgemein
12. Elektrogeräte/ Leuchten	Öfen, Herde, Kühlschränke (weiße Ware) Elektrobedarf, Elektrohaushaltsgeräte , Leuchten
13. Unterhaltungselektronik, Informationstechnik, Telekommunikation	Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte, Tonträger Videokameras und -geräte, Foto Mobiltelefone, Telefone- und Faxgeräte und Zubehör Personal Computer, Peripheriegeräte, Zubehör, Software
14. Medizinische und orthopädische Artikel	Augenoptik, Hörgeräte, Sanitätsbedarf
15. Uhren, Schmuck	Uhren/Schmuck
16. Bau- und Gartenmarktsortimente	Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Bauelemente, Schrauben, Kleisen, Installationsbedarf, Teppiche (Auslegware), Werkzeuge, Elektrogeräte und Zubehör Pflanzen, Sämereien, Gartenbedarf Kfz-Zubehör
17. Sonstiges	Aktionswaren, Erotikartikel

Quelle: eigene Darstellung

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte Vollerhebung des Viernheimer Einzelhandels stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Standortbereiche dar. Nicht nur durch die räumliche Lage der Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Stadtgebietes, sondern auch durch die im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können auch die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. So stellt die Einordnung nach Lagekategorien beispielsweise eine wichtige Grundlage zur Erarbeitung der Viernheimer Sortimentsliste (vgl. dazu Kapitel 10) dar.

Hier wurde bei der Erhebung der Verkaufsflächen zwischen verschiedenen Lagekriterien unterschieden. Das **Stadtzentrum** stellt dabei den zentralen Bereich der Stadt Viernheim dar und zeichnet sich insbesondere durch seine Multifunktionalität (Mischung aus den Funktionen Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur, Freizeit, Verwaltung etc.) aus.

Das Nahversorgungszentrum **Theodor-Heuss-Allee** zählt ebenfalls zu den zentralen Bereichen und übernimmt durch eine gewisse Konzentration und Dichte von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben eine Nahversorgungsfunktion für den nördlichen Siedlungsbereich Viernheims.

Davon unterscheidet sich die **integrierte Lage** (vgl. dazu Karte 1), zu der alle Einzelhandelsbetriebe gehören, die sich in städtebaulich und siedlungsräumlich integrierten Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte bzw. Konzentration von Einzelhandelsbetrie-

ben nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Die Betriebe in integrierten Lagen befinden sich somit nicht mehr im Stadtzentrum, aber innerhalb des Siedlungsgefüges und besitzen die Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen.

### Karte 1: Definition der Lage: integrierte Lage und nicht-integrierte Lage



Quelle: eigene Darstellung

Die **nicht-integrierte Lage** (vgl. Karte 1) dagegen umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfall- bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten wie es in Viernheim z. B. im Rhein-Neckar-Zentrum und den Gewerbegebieten der Fall ist.

Zudem wurde in Viernheim aufgrund der besonderen Situation (Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiete 3 und 4 als quantitativ bedeutende Einzelhandelsstandorte) innerhalb der nicht-integrierten Lage differenziert, so dass ein quantitativer Vergleich zwischen verschiedenen Standortbereichen möglich ist.

## 3.2 Nachfrageanalyse

Die zweite wichtige Säule der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfrageseite dar. Sie muss ein ebenso umfassendes Bild über die spezifischen Einkaufsgewohnheiten und –präferenzen der Bevölkerung der Stadt Viernheim liefern wie Rückschlüsse auf den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels ermöglichen.

### Kundenherkunftserhebung

Ein wesentlicher Bestandteil der Analyse der Nachfrageseite ist die Kundenherkunftserhebung, welche in Kooperation mit ausgewählten Einzelhändlern in Viernheim durchgeführt

wurde. Hierzu wurden im Zeitraum von einer Woche (20. bis 25. Oktober 2008) Listen in ausgewählten Geschäften im Stadtzentrum und an verschiedenen weiteren Standorten ausgelegt, in denen die für den Zahlvorgang zuständigen Personen jeweils den Wohnort der bezahlenden Kunden eintragen sollten. Hierdurch ergibt sich ein realistisches Bild über das derzeitige Einzugsgebiet der Stadt Viernheim.

In der Verknüpfung der beiden Nachfragebausteine ergibt sich ein umfassendes und für die weiteren Bearbeitungsschritte notwendiges und wichtiges Grundlagenmaterial.

### **Sekundärstatistische Daten**

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und –analysen zählt zu den Schritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird u.a. auf Werte der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Stadt oder Gemeinde) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor. Für das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde auf die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern zurückgegriffen, die einen Teilbereich der Kaufkraftkennziffern darstellen.

Ergänzend zu den beschriebenen primärstatistischen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u.a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u.a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

### 3.3 Städtebauliche Analyse

---

Ergänzt werden die in erster Linie einzelhandelsrelevanten Betrachtungen der Angebots- und Nachfrageseite durch eine auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtete städtebauliche Analyse. Dabei werden im Einzelnen die einzelhandelsrelevanten Funktionsbereiche des gesamten Stadtraums, also das innerstädtische Hauptgeschäftszentrum sowie die für die Zentrenstruktur relevanten Einzelhandelsvorhaben bezüglich ihrer räumlichen Lage, der Funktionen der Teilbereiche und der funktionalen Vernetzung untersucht. Folgende Kriterien sind Bestandteil der städtebaulichen Analyse:

- Lage im Stadtgebiet
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Struktur und Ausdehnung der Einzelhandelslagen
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr
- Bebauungsstruktur
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Gestaltung des öffentlichen Raumes/Eingangssituation
- Einkaufsatmosphäre
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen

Zudem werden die in den Zentren vorhandenen Einzelhandelsdichten bestimmt. Die Einzelhandelsdichte beschreibt den Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Viernheim. Sie liefert die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen insbesondere für die Versorgungszentren der Stadt. Gleichzeitig ist die städtebauliche Analyse der Zentren ein unbedingt notwendiger Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 2(2) und 34(3) BauGB und des § 11(3) BauNVO und § 9 (2a) BauGB. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

### 3.4 Kommunikationsstruktur

---

Ein begleitender fachbezogener Dialog verbessert die Qualität der Untersuchung und stößt einen Diskussionsprozess – auch nach Ablauf der begleitenden Untersuchung – an. Nur wenn dieser Dialog bereits während der Strukturuntersuchung beginnt und die Ak-

teure Einfluss auf die Fragestellungen nehmen können, ist die Basis für eine konstruktive Fortsetzung – nach Abschluss der Untersuchung – gegeben.

Wenn aus einer Beteiligung eine Mitwirkung geworden ist, kann auch mit einer breiten Akzeptanz der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden. Aus diesem Grund wurde die Erarbeitung durch einen Arbeitskreis (Sitzungen am 18. November 2008, 19. Januar 2009 und 02. April 2009) begleitet, der die Ergebnisse diskutierte. Hier wurden neben der Verwaltung und der örtlichen Politik auch der örtliche Gewerbeverein Citygemeinschaft Viernheim und die Industrie- und Handelskammer Darmstadt beteiligt.

Im Anschluss wurden die Ergebnisse den Fraktionen am 29. Juni 2009 präsentiert. Im Oktober 2009 wurden die Ergebnisse im Fachausschuss präsentiert und anschließend die wesentlichen Ergebnisse im Rahmen einer öffentlichen Informationsveranstaltung vorgestellt und diskutiert.

Durch diesen breit angelegten Kommunikationsprozess wurde insbesondere der lokale Sachverstand in den Prozess eingebracht und dies führte somit nicht zuletzt zu einer größeren Transparenz der Ergebnisse und ihrer Transformation in die entsprechenden Stellen, Institutionen, Gremien und Akteure. Nachfolgend sind die Personen/ Institutionen aufgeführt, die an den verschiedenen Arbeitskreissitzungen teilgenommen haben und denen für ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle noch einmal ausdrücklich gedankt wird.

**Tabelle 2: Teilnehmer des Arbeitskreises**

Name, Vorname	Institution
Baaß, Matthias	Bürgermeister
Bichlmaier, Renate	Stadtverwaltung
Brouër, Sandra	Stadtverwaltung
Ergler, Volker	CDU
Frangen, Maren	Industrie- und Handelskammer Darmstadt Rhein Main Neckar
Gutperle, Jürgen	CDU
Haas, Jörg-Michael	Stadtverwaltung
Kempf, Wolfgang	CDU
Klingenstein, Thomas	SPD
Krämer, Svenja	Junker und Kruse, Dortmund
Kruse, Stefan	Junker und Kruse, Dortmund
Ringhof, Martin	1. Stadtrat
Schunder, Werner	Citygemeinschaft Viernheim

## **4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Viernheim**

---

Um zu einer grundsätzlichen Einordnung der Stadt Viernheim hinsichtlich der einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation zu gelangen, wird im Folgenden eine Übersicht über die allgemeinen Rahmenbedingungen dargestellt, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch Prosperität des Einzelhandelsstandortes Viernheim auswirken können.

### **4.1 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung**

---

Die Stadt Viernheim befindet sich im Wirtschafts- und Ballungsraum Rhein-Neckar.

Im Norden grenzt Viernheim an die Stadt Lampertheim, im Osten an Hemsbach und Weinheim, im Süden an die Gemeinde Heddesheim sowie im Westen an die Stadt Mannheim. Insbesondere zu den Städten Weinheim und Mannheim bestehen starke Verflechtungsbeziehungen.

Die Stadt ist mit rund 33.000 Einwohnern<sup>5</sup> die zweitgrößte Stadt des Kreises Bergstraße, zu dem, neben Viernheim, weitere 21 Städte und Gemeinden gehören.

Der Landkreis Bergstraße entstand am 01. November 1938 im Rahmen der hessischen Gebietsreform. In jeder der drei Provinzen Starkenburg, Rheinhessen und Oberhessen wurde jeweils ein Kreis aufgelöst. In Starkenburg wurde der Kreis Bensheim aufgelöst und zum größten Teil dem Kreis Heppenheim zugeschlagen. Lampertheim, Biblis, Bürstadt und Hofheim gehörten ab sofort zum Landkreis Worms in der Provinz Rheinhessen, die in den Landkreis Bergstraße umbenannt wurde. Nach 1945 fanden nur noch geringfügige Veränderungen im Kreis Bergstraße statt. Die rechtsrheinischen Gebiete des Landkreises Worms wurden in den Landkreis Bergstraße eingegliedert. Im Rahmen der Gebietsreform in Hessen an dem Jahr 1972 wurde die Gemeinde Laudenua dem Odenwaldkreis zugeschlagen.

Die Stadt Heppenheim fungiert als Kreisstadt des Kreises Bergstraße. Insgesamt leben im Kreis Bergstraße rund 264.000 Einwohner in 22 Städten und Gemeinden.

Die Stadt Viernheim verfügt über eine sehr gute Verkehrsanbindung und verfügt über einen direkten Anschluss an die A 659 (Mannheim-Weinheim), die A 5, die A 6 und die A 67.

Im Bereich des öffentlichen Personennahverkehrs ist die Stadt durch eine Schmalspur-Eisenbahn und eine Buslinie an die umliegenden Städte angebunden. Insbesondere die Oberrheinische Eisenbahn (OEG) nimmt als Verbindung in Richtung Mannheim und

---

<sup>5</sup> Quelle: Stadt Viernheim, 2008

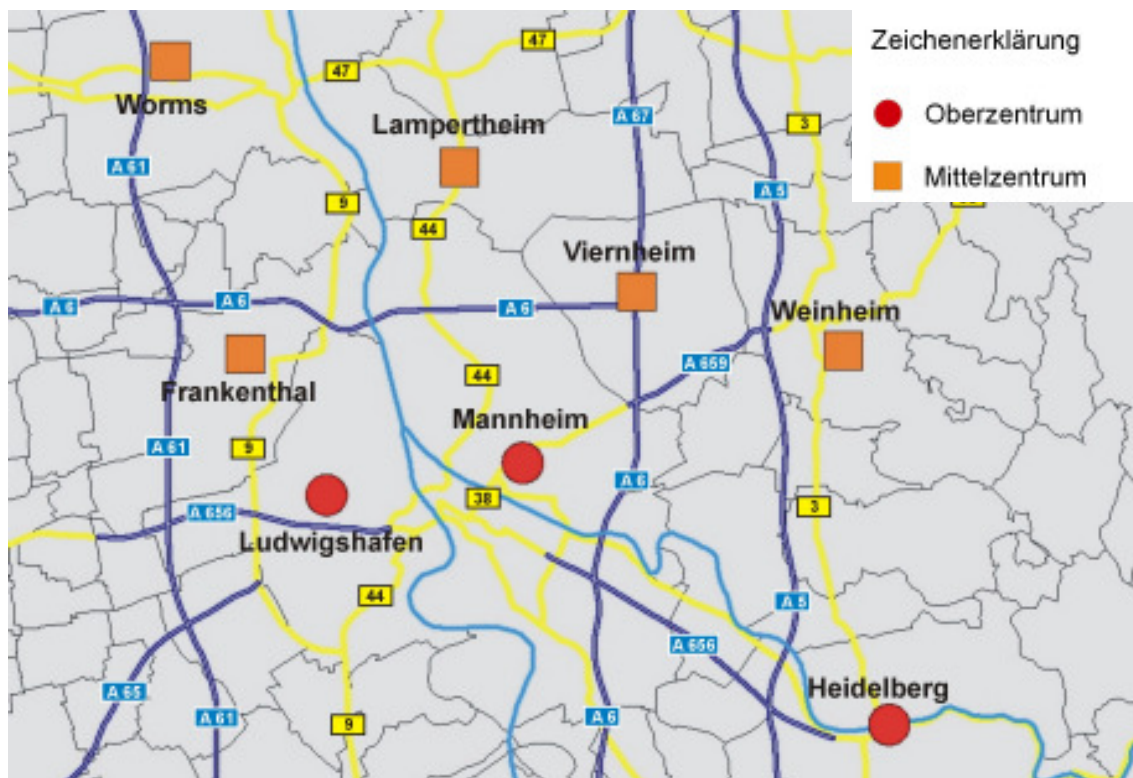


Weinheim einen wichtigen Stellenwert ein. Die Regionalbuslinie führt von Viernheim nach Weinheim und Lampertheim. Sie wird innerhalb der Stadt Viernheim durch zwei Stadtbuslinien ergänzt.

Die Stadt Viernheim übernimmt, gemäß der landesplanerischen Einordnung, die Funktion eines Mittelzentrums.

In unmittelbarer Nähe sind sowohl Oberzentren (Mannheim und Ludwigshafen) sowie verschiedenen Mittelzentren vorhanden.

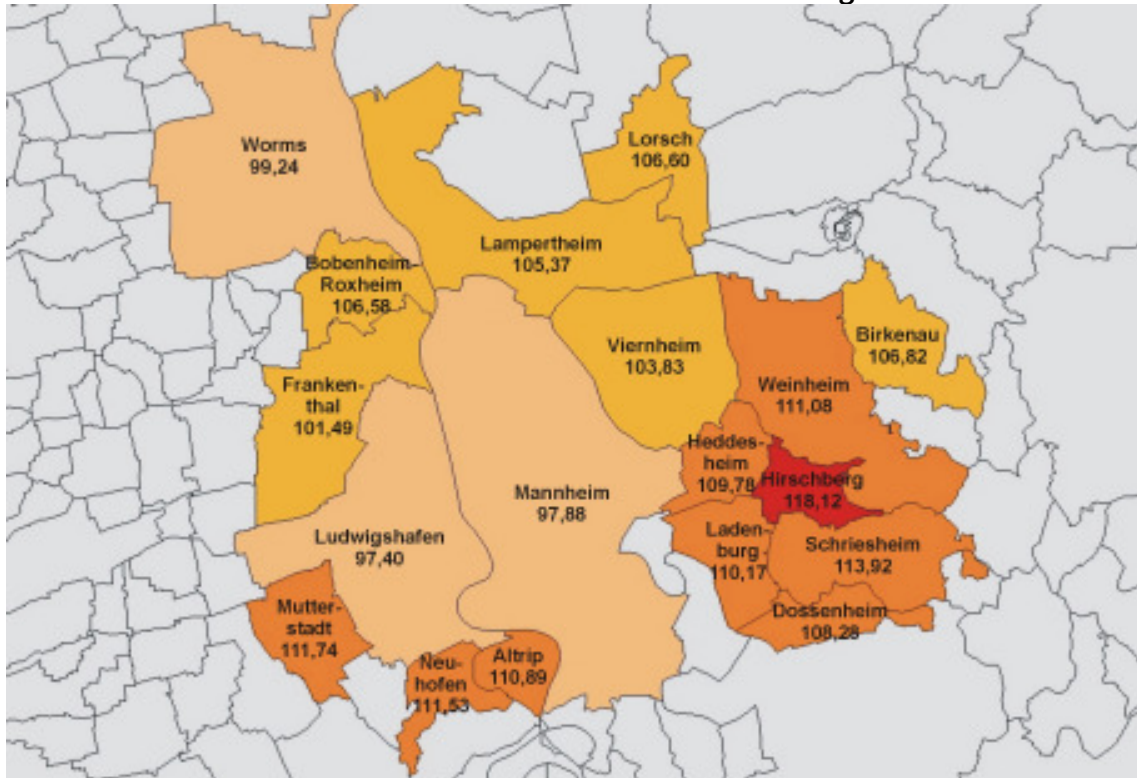
## Karte 2: Lage im Raum



Quelle: eigene Darstellung

Die nachfolgende Karte gibt einen Überblick darüber, wie sich die Stadt Viernheim aus einzelhandelsrelevanter Sicht im Vergleich zu ihren Nachbargemeinden darstellt. In Abhängigkeit von der landesplanerischen Funktion, Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer ergeben sich unterschiedliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale für die einzelnen Kommunen. Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 103,8 bewegt sich Viernheim im Durchschnitt der Nachbarkommunen. Auffallend ist hier allerdings, dass die großen Städte wie Mannheim und Ludwigshafen aufgrund der stark industriell geprägten Wirtschaftsstruktur deutlich geringere und sogar unterdurchschnittliche (im Vergleich zum Bundesdurchschnitt = 100) aufweisen, während die umliegenden Städte und Gemeinden zum Teil sehr hohe Kaufkraftkennziffern von bis zu 118 (Hirschberg) aufweisen.

**Karte 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2008**



Quelle: BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG, 2008, eigene Darstellung

## 4.2 Bevölkerungsverteilung und Siedlungsstruktur

Zur Zeit leben ca. 33.000 Einwohner<sup>6</sup> in der Stadt Viernheim, die sich auf einer Fläche von rund 48 km<sup>2</sup> erstreckt.

Offizielle Stadtteile sind in Viernheim nicht vorhanden. Die Viernheimer sprechen allerdings von bestimmten Siedlungsbereichen, die sich an Baugebieten und verschiedenen Stufen der Stadterweiterungen orientieren. Genaue Grenzen sind dementsprechend nicht vorhanden.

<sup>6</sup> Quelle: Stadt Viernheim, Stand: November 2008, nur Hauptwohnsitze

## Karte 4: Siedlungsstruktur der Stadt Viernheim



Quelle: eigene Darstellung

Die Stadt Viernheim weist aufgrund der engen räumlichen Entwicklungsspielräume (südlich und westlich des Stadtgebiets verlaufende Autobahnen) eine sehr kompakte Siedlungsstruktur auf und setzt sich aus einem zentral gelegenen, historisch gewachsenem (und in Teilen dörflich geprägtem) Ortskern mit Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten und ihn umgebenden gewachsenen Wohngebieten zusammen. Die sehr unterschiedlichen Stufen der Stadterweiterung sind an verschiedenen Baugebieten bzw. „Stadtteilen“ ablesbar. Die Bevölkerungszahl Viernheims wuchs insbesondere nach dem 2. Weltkrieg von rund 13.000 (1940) auf heute rund 33.000 Einwohner. Diese Entwicklung war Folge verschiedener Industrieansiedlungen in Viernheim. Das neueste Wohnbaugebiet befindet sich im östlichen Siedlungsbereich Am Bannholzgraben, östlich der Janusz-Korczak-Allee.

Die Stadt Viernheim ist deutlich durch die vorhandenen Industriebetriebe geprägt. Dementsprechend nehmen Gewerbe- und Industriegebiete einen vergleichsweise großen Teil des Siedlungsgebietes Viernheims in Anspruch. Im nord-östlichen Siedlungsbereich befindet sich das Gewerbegebiet-Nord, welches durch „klassische“ produzierende Gewerbebetriebe und vergleichsweise wenige Einzelhandelsnutzungen gekennzeichnet ist.

Im Süden des Stadtgebietes befindet sich in unmittelbarer Nähe des Viernheimer Kreuzes das Rhein-Neckar-Zentrum und stellt den quantitativen Einzelhandelsschwerpunkt in der Stadt Viernheim dar. Direkt östlich daran anschließend liegen die Gewerbegebiete 3 und 4, die ebenfalls deutlich durch Einzelhandelsnutzungen geprägt werden und von der Nähe zum Rhein-Neckar-Zentrum profitieren.

## 5 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

---

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen übergeordneten standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstrukturen in Viernheim unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten dargestellt. Auf Grundlage der im Juli 2008 durchgeführten flächendeckenden Einzelhandelserhebung sowie der städtebaulichen und einzelhandelsbezogenen Beurteilung der Versorgungsstandorte und –bereiche werden die Angebots- und Nachfrageseite des Viernheimer Einzelhandels analysiert. Dabei wird die Analyse jeweils differenziert für die Gesamtstadt sowie für den zentralen Bereich Stadtzentrum, das Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee, das Rhein-Neckar-Zentrum, die Gewerbegebiete 3 und 4, städtebaulich integrierte Lagen sowie sonstige städtebaulich nicht-integrierte Lagen vorgenommen.

### 5.1 Gesamtstädtische Struktur

---

Die wesentlichen Einzelhandelskennwerte zum Zeitpunkt der Untersuchung (Juli 2008<sup>7</sup>) für die Stadt Viernheim stellen sich folgendermaßen dar.

- Es existieren etwa **290 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne mit einer **Gesamtverkaufsfläche von ca. 125.000 m<sup>2</sup>**.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb beträgt etwa 430 m<sup>2</sup>** und deutet somit bereits in einer ersten Einschätzung auf eine – gesamtstädtisch gesehen – deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächengröße pro Betrieb hin. Hier spielen insbesondere die Betriebe in den Gewerbegebieten 3 und 4 und im Rhein-Neckar-Zentrum mit sehr großen bzw. großflächigen Verkaufsflächen eine Rolle.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **3,8 m<sup>2</sup>** pro Einwohner und liegt damit – unabhängig von branchenspezifischen Betrachtungen – sehr deutlich über dem Durchschnittswert in vergleichbaren Kommunen<sup>8</sup> von etwa 2,0 m<sup>2</sup> pro Einwohner. In diesem Zusammenhang spielen insbesondere die großen bzw. großflächigen Einzelhandelsbetriebe im Rhein-Neckar-Zentrum sowie den Gewerbegebieten 3 und 4 eine bedeutende Rolle.

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Viernheimer Einzelhandels, untergliedert in verschiedene Hauptwarengruppen, wie folgt dar:

---

<sup>7</sup> Inkl. Teilaktualisierungen. Veränderungen in der Angebotsstruktur (z.B. Neuansiedlungen an der Walter-Oehmichen-Straße wie Rossmann und Tedi) des Viernheimer Einzelhandels sind, soweit dem Gutachter bekannt, mit in die Datenbank eingeflossen.

<sup>8</sup> Quelle: Datenbank Junker und Kruse, Grundgesamtheit= 33 Kommunen

**Tabelle 3: Angebotssituation des Viernheimer Einzelhandels<sup>9</sup>**

Hauptwarengruppe	VKF in m <sup>2</sup> *	Anteil an der GVKF in %	Einwohnerbezogene Verkaufsflächen-ausstattung in m <sup>2</sup>
Nahrungs- und Genussmittel	18.640	14,9	0,56
Blumen/Zoo	1.000	0,8	0,03
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	5.510	4,4	0,17
PBS <sup>10</sup> / Zeitungen/ Zeitschriften	3.720	3,0	0,11
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>28.870</b>	<b>23,0</b>	<b>0,87</b>
Bekleidung/ Wäsche	24.810	19,8	0,75
Schuhe/ Lederwaren	7.120	5,7	0,22
GPK <sup>11</sup> / Haushaltswaren/ Geschenkartikel	6.260	5,0	0,19
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	6.010	4,8	0,18
Sport und Freizeit	13.720	11,0	0,42
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>57.910</b>	<b>46,3</b>	<b>1,75</b>
Wohneinrichtungsbedarf	3.310	2,6	0,10
Möbel	14.660	11,7	0,44
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	4.270	3,4	0,13
Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video /IT / Kommunikation	3.760	3,0	0,11
Medizinische und orthopädische Artikel	450	0,4	0,01
Uhren/ Schmuck	500	0,4	0,02
Baumarktsortimente	7.720	6,2	0,23
Gartenmarktsortimente	3.270	2,6	0,10
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>37.930</b>	<b>30,3</b>	<b>1,15</b>
Sonstiges	550	0,4	0,02
<b>Gesamt</b>	<b>125.280</b>	<b>100,0</b>	<b>3,79</b>

Quelle: Einzelhandelserhebung Viernheim, Juli 2008

\* Abweichungen zwischen der Summe der aufgeführten sortimentspezifischen Verkaufsflächen und der in den Summenzeilen dargestellten Gesamtverkaufsflächen ergeben sich aus Rundungsfehlern.

<sup>9</sup> VKF= Verkaufsfläche, GVKF= Gesamtverkaufsfläche

<sup>10</sup> PBS= Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren

<sup>11</sup> GPK= Glas/ Porzellan/ Keramik

Unter rein **quantitativen Gesichtspunkten** zeigt der Viernheimer Einzelhandel insgesamt folgendes Bild:

- Mit rund 58.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einem Anteil von etwa 46 % an der Gesamtverkaufsfläche nehmen die **Hauptwarengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe** eindeutig den quantitativ wichtigsten Stellenwert ein. Mit rund 24.800 m<sup>2</sup> VKF (ca. 20 %) spielt die Warengruppe Bekleidung/ Wäsche eine große Rolle im mittelfristigen Bedarfsbereich, was insbesondere auf das umfangreiche Verkaufsflächenangebot im Rhein-Neckar-Zentrum zurückzuführen ist, da insbesondere die Bereiche Bekleidung/ Wäsche, aber auch Schuhe/ Lederwaren (ca. 7.100 m<sup>2</sup> VKF, ca. 6 %) zu den Leitbranchen eines Einkaufszentrums zählen. Des Weiteren ist mit etwa 13.700 m<sup>2</sup> VKF (ca. 11 %) ein vergleichsweise hoher Verkaufsflächenanteil in der Warengruppe Sportartikel/ Fahrräder/ Camping vorhanden, der zum einen ebenfalls auf die Angebotsstruktur im Rhein-Neckar-Zentrum, zum anderen aber auch auf großflächige Sportfachmärkte (Fahrräder, Mc Trek, Reitsport) in den Gewerbegebieten zurückzuführen ist.
- Mit etwa 38.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einem Anteil von rund 30 % an der gesamten Verkaufsfläche entfällt ein weiterer quantitativer Angebotsschwerpunkt auf die **Hauptwarengruppen der langfristigen Bedarfsstufe**. Die höchsten Anteile entfallen in diesem Bereich auf die Warengruppen Möbel (ca. 14.700 m<sup>2</sup> VKF; ca. 12 %) und Baumarktsortimente (ca. 7.700 m<sup>2</sup> VKF, ca. 6 %), die sich insbesondere in den Gewerbegebieten 3 und 4 befinden.
- Die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**, d. h. die Güter des täglichen Bedarfes, die einen hohen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben ausmachen, verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von rund 28.900 m<sup>2</sup>, was einem Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von rund 23 % entspricht. Der größte Teil davon ist mit etwa 18.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einem Anteil von rund 15 % in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel vorhanden. Hier ist gleichzeitig mit rund 80 Betrieben der Großteil der Einzelhandelsbetriebe zu finden, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) eine wichtige Rolle spielen. Die Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel liegt – gesamtstädtisch betrachtet – bei 0,56 m<sup>2</sup> und damit deutlich über dem Durchschnitt vergleichbarer Kommunen und deutet somit auf eine sehr gute Versorgungssituation und gleichzeitig auf eine deutlich angespannte Wettbewerbssituation hin.  
Bei einer qualitativen Betrachtung des Angebotes im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, d. h. insbesondere bei einer Analyse der Betriebstypenmischung, ist eine Discountlastigkeit festzustellen, was mittlerweile in vielen Städten der Fall ist.

## 5.2 Räumliche Angebotsschwerpunkte in der Einzelhandelsstruktur der Stadt Viernheim

Die konkrete räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe auf das Viernheimer Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von großer Bedeutung. In einem ersten Schritt wird dabei die Verteilung des Einzelhandelsangebotes auf die Lage der Betriebe in Bezug auf ihre städtebauliche und siedlungsräumliche Integration (zentraler Bereich Stadtzentrum, Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee, Rhein-Neckar-Zentrum, Gewerbegebiete 3 und 4, integrierte Lage, sonstige nicht-integrierte Streulage) betrachtet.

Im Anschluss wird diese Analyse detaillierter für einzelne funktional zusammenhängende Standortbereiche, insbesondere das Stadtzentrum, vorgenommen.

### 5.2.1 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Viernheim

Die nachfolgende Tabelle 4 verdeutlicht die räumliche **Verteilung der Verkaufsflächen** der einzelnen Hauptwarengruppen in der Stadt Viernheim **nach Lagen**, differenziert nach Stadtzentrum, Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee, Rhein-Neckar-Zentrum, Gewerbegebiete 3 und 4, integrierte Lage, sonstige nicht-integrierte Streulage.

Zum Zeitpunkt der Erhebung stellt sich der Anteil der Verkaufsfläche in Viernheim auf die einzelnen Lagen in Bezug zur Gesamtverkaufsfläche in Viernheim wie folgt dar:

- Mit einem Anteil von rund 44 % (Gesamtverkaufsfläche Rhein-Neckar-Zentrum ca. 55.000 m<sup>2</sup>) entfällt der größte Teil der Verkaufsfläche in Viernheim erwartungsgemäß auf das **Rhein-Neckar-Zentrum**<sup>12</sup>. Hier fallen insbesondere die Hauptwarengruppen Bekleidung/ Wäsche (ca. 20.500 m<sup>2</sup> VKF; ca. 82 %), Sport/ Fahrräder/ Camping (ca. 10.100 m<sup>2</sup> VKF; ca. 74 %), Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente (ca. 5.500 m<sup>2</sup> VKF; ca. 92 %), Nahrungs- und Genussmittel (ca. 4.400 m<sup>2</sup> VKF, ca. 24 %) und Schuhe/ Lederwaren (ca. 4.000 m<sup>2</sup> VKF; ca. 57 %) ins Gewicht. Kritisch zu sehen ist im Rhein-Neckar-Zentrum der hohe Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten wie Nahrungs- und Genussmittel, Schuhe/ Lederwaren oder Bekleidung/ Wäsche, die einen unmittelbaren Konkurrenzstandort zum kleinteilig strukturierten Stadtzentrum darstellen. Aufgrund anderer Rahmenbedingungen in Bezug auf Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit, Parkplatzangebot etc. besitzt das Rhein-Neckar-Zentrum deutliche Standortvorteile gegenüber den Einzelhandelsangeboten im gewachsenen Zentrum. Durch die insgesamt sehr große Gesamtverkaufsfläche und den hohen Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten hat sich das Rhein-Neckar-Zentrum in den letzten etwa 40 Jahren (Eröffnung 1972) zum bedeutendsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Viernheimer Angebotsstruktur entwickelt, der aufgrund der attraktiven Angebotsstruktur und der sehr guten verkehrlichen Erreich-

<sup>12</sup> Quelle: Verkaufsflächenangaben des ECE Centermanagements Rhein-Neckar-Zentrum Viernheim, November 2008 und Januar 2009



barkeit auch eine deutliche regionale Ausstrahlungskraft im gesamten Ballungsgebiet des Rhein-Neckar-Raums besitzt.

- Das **Gewerbegebiet 3 (West)** verfügt mit rund 36.000 m<sup>2</sup> (ca. 29 %) über die zweitgrößte Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Viernheim. Auch hier nehmen die zentrenprägenden Warengruppen wie Nahrungs- und Genussmittel (ca. 4.100 m<sup>2</sup> VKF, ca. 22 %), Bekleidung/ Wäsche (ca. 2.200 m<sup>2</sup> VKF, ca. 8 %), Schuhe/ Lederwaren (ca. 2.900 m<sup>2</sup> VKF, ca. 41 %), Sportartikel/ Fahrräder/ Camping (ca. 2.600 m<sup>2</sup> VKF, ca. 19 %) und Unterhaltungselektronik (ca. 2.500 m<sup>2</sup> VKF, ca. 67 %) eine prägende Rolle ein. Die hohen Anteile an zentrenrelevanten Sortimenten an diesem nicht-integrierten Standort sind ebenfalls aufgrund der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu den gewachsenen Zentren und der geringen Nahversorgungsfunktion in den städtebaulich nicht-integrierten Lagen sehr kritisch zu bewerten.

Neben zentrenrelevanten Sortimenten sind im Gewerbegebiet 3 (West) allerdings noch weitere nicht-zentrenrelevante Warengruppen wie Möbel (ca. 7.600 m<sup>2</sup> VKF, ca. 52 %) und Baumarktsortimente (ca. 5.900 m<sup>2</sup> VKF, ca. 76 %) vorhanden, die in dieser nicht-integrierten Lage aus städtebaulicher Sicht ihren richtigen Standort haben. Die Gewerbegebiete 3 und 4 profitieren insbesondere von der unmittelbaren Nähe zum Rhein-Neckar-Zentrum und dessen regionaler Ausstrahlungskraft.
- Im **Gewerbegebiet 4 (Ost)** ist mit etwa 10.000 und einem Anteil von etwa 8 % die drittgrößte Gesamtverkaufsfläche in Viernheim vorhanden. Die größten Anteile entfallen auf die Warengruppen Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte (ca. 3.200 m<sup>2</sup> VKF, ca. 75 %) und Nahrungs- und Genussmittel (ca. 2.800 m<sup>2</sup> VKF, ca. 15 %). Insgesamt weist das Gewerbegebiet 4 (Ost) eine deutlich geringere Verkaufsfläche auf als das Gewerbegebiet 3 (West). Allerdings ist auch hier der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente, insbesondere aber der Anteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente (Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl) aufgrund der sehr geringen Nahversorgungsfunktion sehr kritisch zu sehen.
- Auf die sonstigen städtebaulich **nicht-integrierten Streulagen** entfällt mit rund 9.400 m<sup>2</sup> ein Anteil von etwa 8 % an der Gesamtverkaufsfläche Viernheims. Der größte Verkaufsflächenanteil ist hier mit etwa 3.400 m<sup>2</sup> in der Warengruppe Möbel vorhanden, was auf den Anbieter Poco an der Alte Mannheimer Straße zurückzuführen ist.
- In den städtebaulich **integrierten Lagen** ist eine Gesamtverkaufsfläche von etwa 7.900 m<sup>2</sup> vorhanden, was einem Anteil von rund 6 % an der Gesamtverkaufsfläche entspricht. Die größten Anteile entfallen hier mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 3.400 m<sup>2</sup> und einem Anteil von rund 18 % zum einen auf die verschiedenen großen oder großflächigen Lebensmittelanbieter (Rewe und Penny am Bannholzgraben etc.) und zum Anderen auf die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege mit einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 1.100 m<sup>2</sup> und einem Anteil von etwa 21 %.
- Mit einem Anteil von lediglich etwa 5 % (ca. 6.600 m<sup>2</sup> VKF) entfällt ein vergleichsweise geringer Verkaufsflächenanteil auf das **Stadtzentrum Viernheim**. Hier sind die größten Anteile in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel (ca. 1.900 m<sup>2</sup> VKF; ca. 11 %), Gesundheit und Körperpflege (ca. 1.100 m<sup>2</sup> VKF, ca. 20 %)

und Bekleidung/ Wäsche (ca. 1.100 m<sup>2</sup> VKF; ca. 4 %) vorhanden.

Insgesamt besitzt das Stadtzentrum als Einzelhandelsstandort nur eine sehr geringe Bedeutung innerhalb der Viernheimer Einzelhandelsstruktur. Durch die Dominanz der Einzelhandelsstandorte in nicht-integrierten Lagen (Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiete 3 und 4), die seit rund 40 Jahren eine sehr starke innerkommunale Konkurrenzsituation haben entstehen lassen, sind die Entwicklungsspielräume des Stadtzentrums deutlich eingeschränkt worden. Das ehemalige Hauptversorgungszentrum, als gewachsenes Zentrum der Stadt Viernheim, hat seit Anfang der 1970er Jahre mit der Entstehung des Rhein-Neckar-Zentrums und der zunehmenden Einzelhandelsdurchmischung der Gewerbegebiete massiv an Bedeutung verloren und übernimmt mit einer Verkaufsfläche von rund 6.600 m<sup>2</sup> nur noch eine Versorgungsfunktion als Stadtteil- oder Grundversorgungszentrum. Dies wird insbesondere am hohen Anteil im Bereich Nahrungs- und Genussmittel deutlich, der in erster Linie der Nahversorgung der innerstädtischen Wohnbevölkerung dient. Der geringe Anteil der zentrenprägenden Warengruppen wie Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren oder Unterhaltungselektronik lässt bereits in einer ersten Einschätzung auf eine geringe Ausstrahlungskraft des Einzelhandels im Stadtzentrum schließen.

- Das **Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee**, im nördlichen Siedlungsbereich Viernheims gelegen, nimmt mit einem Anteil von ca. 0,4 % an der Gesamtverkaufsfläche (ca. 500 m<sup>2</sup>) quantitativ innerhalb der Viernheimer Einzelhandelsstruktur nur einen geringen Stellenwert ein. Der größte Verkaufsflächenanteil entfällt hier mit rund 400 m<sup>2</sup> auf den Lebensmittelanbieter.

Auch wenn das Nahversorgungszentrum – rein quantitativ betrachtet – nur einen sehr geringen Stellenwert einnimmt, besitzt es für den nördlichen Siedlungsbereich eine große Nahversorgungsfunktion, zumal neben dem Lebensmittelanbieter noch weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsanbieter vorhanden sind, die unter anderem die Qualität dieses städtebaulich-funktionalen Zentrums ausmachen.

Tabelle 4: Verkaufsflächen in m<sup>2</sup> nach Lagen

Hauptbranche	Stadtzentrum		NVZ <sup>13</sup> Th.-Heuss- Allee		Rhein-Neckar- Zentrum		Gewerbegebiet 3 (West)		Gewerbege- biet 4 (Ost)		Integrierte Lage		Sonstige nicht- integrierte Lage		Gesamt	
	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m	In %	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m	In % <sup>2</sup>	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m <sup>2</sup>	In %
Nahrungs- und Genussmittel	1.970	10,6	400	2,1	4.390	23,6	4.080	21,9	2.810	15,1	3.370	18,1	1.620	8,7	18.640	100,0
Blumen/ Zoo	60	6,0	20	2,0	0	0	60	6,0	710	71,0	110	11,0	50	5,0	1.000	100,0
Gesundheit und Körperpflege	1.080	19,6	40	0,7	2.630	47,7	340	6,2	170	3,1	1.140	20,7	120	2,2	5.510	100,0
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	170	4,6	20	0,5	2.740	73,7	70	1,9	20	0,5	660	17,7	30	0,8	3.720	100,0
<b>Überwiegend kurzfristiger Be- darf</b>	<b>3.280</b>	<b>11,4</b>	<b>460</b>	<b>1,6</b>	<b>9.760</b>	<b>33,8</b>	<b>4.550</b>	<b>15,8</b>	<b>3.710</b>	<b>12,8</b>	<b>5.280</b>	<b>18,3</b>	<b>1.820</b>	<b>6,3</b>	<b>28.870</b>	<b>100,0</b>
Bekleidung/ Wä- sche	1.070	4,3	20	0,1	20.450	82,4	2.190	8,8	280	1,1	580	2,2	220	0,9	24.810	100,0
Schuhe/ Leder- waren	90	0,0	0	0	4.030	56,6	2.900	40,7	50	0,7	40	0,0	20	0,0	7.120	100,0
GPK/ Haushalts-	280	4,5	10	0,2	3.290	52,6	1.440	23,0	300	4,8	510	8,1	460	7,3	6.260	100,0

<sup>13</sup> NVZ= Nahversorgungszentrum

Hauptbranche	Stadtzentrum		NVZ <sup>13</sup> Th.-Heuss- Allee		Rhein-Neckar- Zentrum		Gewerbegebiet 3 (West)		Gewerbege- biet 4 (Ost)		Integrierte Lage		Sonstige nicht- integrierte Lage		Gesamt	
	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m	In %	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m	In % <sup>2</sup>	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m <sup>2</sup>	In %
waren/ Ge- schenkartikel																
Spielwaren/ Hob- by/ Basteln/ Mu- sikinstrumente	340	5,7	0	0	5.550	92,3	50	0,8	0	0	40	0,7	30	0,5	6.010	100,0
Sport und Freizeit	450	3,3	0	0	10.080	73,5	2.600	19,0	480	3,5	90	0,7	20	0,1	13.720	100,0
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2.240</b>	<b>3,9</b>	<b>30</b>	<b>0,1</b>	<b>43.390</b>	<b>74,9</b>	<b>9.180</b>	<b>15,8</b>	<b>1.110</b>	<b>1,9</b>	<b>1.250</b>	<b>2,2</b>	<b>750</b>	<b>1,3</b>	<b>57.910</b>	<b>100,0</b>
Wohneinrich- tungsbedarf	150	4,5	0	0	650	19,6	930	28,1	710	21,5	40	1,2	830	25,1	3.310	100,0
Möbel	0	0	0	0	0	0	7.560	51,6	3.240	22,1	470	3,2	3.390	23,1	14.660	100,0
Elektro/ Leuch- ten/ Haushaltsge- räte	100	2,3	0	0	240	5,6	3.210	75,2	390	9,1	70	1,6	260	6,1	4.270	100,0
UEL/Musik/ Video/ IT/ Kom- munikation	280	7,4	0	0	640	17,0	2.500	66,5	110	2,9	170	4,5	50	1,3	3.760	100,0

Hauptbranche	Stadtzentrum		NVZ <sup>13</sup> Th.-Heuss- Allee		Rhein-Neckar- Zentrum		Gewerbegebiet 3 (West)		Gewerbege- biet 4 (Ost)		Integrierte Lage		Sonstige nicht- integrierte Lage		Gesamt	
	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m	In %	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m	In % <sup>2</sup>	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m <sup>2</sup>	In %	VKF in m <sup>2</sup>	In %
Medizinische und orthopädische Ar- tikel	240	53,3	0	0	0	0	60	13,3	0	0	30	6,7	130	28,9	450	100,0
Uhren/ Schmuck	150	30,0	0	0	290	58,0	50	10,0	10	2,0	0	0	0	0	500	100,0
Baumarktsorti- mente	20	0,3	0	0	20	0,3	5.890	76,3	260	3,4	240	3,1	1.280	16,6	7.720	100,0
Gartenmarktsor- timente	30	0,9	10	0,3	0	0	2.020	61,8	0	0	330	10,1	900	27,5	3.270	100,0
<b>Überwiegend langfristiger Be- darf</b>	<b>960</b>	<b>2,5</b>	<b>10</b>	<b>0,0</b>	<b>1.850</b>	<b>4,9</b>	<b>22.220</b>	<b>58,6</b>	<b>4.720</b>	<b>12,4</b>	<b>1.340</b>	<b>3,5</b>	<b>6.850</b>	<b>18,1</b>	<b>37.930</b>	<b>100,0</b>
Sonstiges	80	14,5	0	0	0	0	20	3,6	440	80,0	20	3,6	0	0	550	100,0
<b>Gesamt *</b>	<b>6.550</b>	<b>5,2</b>	<b>490</b>	<b>0,4</b>	<b>55.000</b>	<b>43,9</b>	<b>35.960</b>	<b>28,7</b>	<b>9.980</b>	<b>8,0</b>	<b>7.880</b>	<b>6,3</b>	<b>9.420</b>	<b>7,5</b>	<b>125.280</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Einzelhandelserhebung Viernheim, Juli 2008

\* Abweichungen zwischen der Summe der aufgeführten sortimentspezifischen Verkaufsflächen und der in den Summenzeilen dargestellten Gesamtverkaufsflächen ergeben sich aus Rundungsfehlern.

### 5.2.2 Struktur und räumliche Verteilung der wohnungsnahen Grundversorgung

Ein besonderer Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, kommt der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung und dabei vorrangig der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln zu. **Unter Nahversorgung beziehungsweise der wohnungsnahen Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.**

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs gehören die Hauptwarengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Schreibwaren/ Papier/ Zeitungen/ Zeitschriften sowie (Schnitt-)Blumen.

Ergänzt werden diese Hauptbranchen bzw. Sortimente häufig durch eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können für die wohnungsnah Grundversorgung als relevant bezeichnet werden:

**Tabelle 5: Angebotsbausteine wohnungsnah Grundversorgung**

<b>Mindestausstattung</b>	Nahrungs- und Genussmittel
	Brot und Backwaren
	Fleisch und Wurstwaren
	Getränke
	Drogerie- und Körperpflegeartikel
	Post, Bank
<b>Zusatzausstattung</b>	Ärzte, Friseur
	Apothekerwaren
	Spirituosen, Tabakwaren
	Zeitungen/Zeitschriften
	Bücher/Schreibwaren
	(Schnitt-)Blumen
Café, Gaststätte	
Reinigung, Reisebüro	

Quelle: eigene Darstellung

In der Praxis wird als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere die Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung ist darüber hinaus auch die Analyse der räumlichen (Erreichbarkeit) und strukturellen (Betriebsformenmix) Aspekte unerlässlich.

Eine rein quantitative Einordnung geschieht über die Betrachtung der Ausstattung mit Verkaufsfläche im Bereich Nahrungs- und Genussmittel pro Einwohner (vgl. dazu Tabelle 6). Insgesamt ergibt sich für die Stadt Viernheim aufgrund der ermittelten Verkaufsfläche für die Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel ein Wert von 0,56 m<sup>2</sup> pro Einwohner. Dieser Wert liegt damit deutlich über dem bundesweiten Referenzwertes von etwa 0,35 m<sup>2</sup> pro Einwohner und weist somit in einer ersten Einschätzung – gesamtstädtisch betrachtet - auf eine sehr gute Versorgung, gleichzeitig aber auch auf eine deutlich verschärfte Wettbewerbssituation in diesem Bereich hin.

**Tabelle 6: Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel in den Siedlungsbereichen**

Siedlungsbereich	Einwohner <sup>14</sup>	VKF in m <sup>2</sup>	VKF in m <sup>2</sup> pro Einwohner
Bannholzgraben	2.134	1.980	0,93
Gewerbegebiet Nord	1.183	1.100	0,93
Heidelberger Straße Ost	614	2.830	4,60
Heinrich-Lanz-Ring	4.356	910	0,21
Innenstadt	6.048	2.170	0,36
Siedlung	1.735	90	0,05
Nordweststadt	5.248	510	0,10
Oststadt	3.494	160	0,05
Rhein-Neckar-Zentrum	48	8.460	176,25
Schmittsberg	2.856	290	0,10
Weststadt	4.927	150	0,03
<b>gesamt</b>	<b>33.014</b>	<b>18.640</b>	<b>0,56</b>

Quelle: Einzelhandelserhebung Viernheim, Juli 2008

Bei einer detaillierten Betrachtung der Versorgungssituation der verschiedenen Siedlungsbereiche wird deutlich, dass im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel erhebliche Unterschiede festzustellen sind. Diese sind jedoch im Einzelnen in einen gesamtstädtischen, räumlichen Zusammenhang zu stellen, so dass sich einige Werte relativieren. Denn je nach Lage und Größe können Einzelhandelsbetriebe innerhalb einer Erhebungseinheit durchaus auch eine Versorgungsfunktion für benachbarte Siedlungsbereiche, die selbst ein quantitatives oder qualitatives Defizit aufweisen, übernehmen.

Grundsätzlich bleibt zur Verkaufsflächenausstattung in den verschiedenen Siedlungsbereichen folgendes festzuhalten:

- Erwartungsgemäß nehmen die Bereiche **Gewerbegebiete** (Heidelberger Straße Ost) und auch das **Rhein-Neckar-Zentrum** mit einer Verkaufsflächenausstattung von rund

<sup>14</sup> Quelle: Stadt Viernheim, Stand: November 2008, nur Hauptwohnsitze

4,6 bzw. 176 m<sup>2</sup> pro Einwohner eine herausragende Position ein, da sich in diesen Bereichen zahlreiche große bzw. großflächige Lebensmittelanbieter befinden, die allerdings aufgrund der geringen Einwohnerzahl in den Siedlungsbereichen nur eine sehr geringe Nahversorgungsfunktion übernehmen.

- Im Bereich **Bannholzgraben** ist ebenfalls eine vergleichsweise hohe Verkaufsflächenausstattung von rund 0,9 m<sup>2</sup> pro Einwohner vorhanden, die auf die beiden Anbieter Rewe und Penny zurückzuführen ist, die für die Neubaugebiete westlich und östlich des Janusz-Korczak-Allee als Nahversorger dienen.
- In den Bereichen, die der **Innenstadt** zugeordnet werden, ist mit rund 0,4 m<sup>2</sup> VKF pro Einwohner eine gute Verkaufsflächenausstattung vorhanden.
- Im westlichen Siedlungsbereich Viernheims (**Schmittsberg und Heinrich-Lanz-Ring**) ist derzeit eine Verkaufsflächenausstattung von 0,0 bzw. 0,2 m<sup>2</sup> vorhanden, die trotz einer größeren Einwohnerzahl als deutlich unterdurchschnittlich zu bewerten ist. Durch die Wiedereröffnung inkl. Verkaufsflächenenerweiterung des Lebensmittelmarktes Knupfer an der Beethovenstraße wird sich die Versorgungssituation im derzeit unterversorgten westlichen Siedlungsbereich allerdings deutlich verbessern.
- In den **übrigen Siedlungsbereichen** ist die Versorgungssituation mit einer einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung zwischen 0,03 und 0,09 m<sup>2</sup> als deutlich unterdurchschnittlich zu bezeichnen, allerdings muss hier auch die vergleichsweise geringe Mantelbevölkerung berücksichtigt werden<sup>15</sup>.
- Auffallend ist allerdings, dass auch die **Nordweststadt** trotz einer Einwohnerzahl von rund 5.500 und einem kleinen Lebensmittelanbieter im Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee eine sehr schwache Versorgungssituation aufweist, die auf die sehr geringe Verkaufsfläche des dort vorhandenen Lebensmittelanbieters zurückzuführen ist.

Ergänzend zur rein quantitativen Betrachtung wurde eine räumliche Bewertung der Einzelhandelsstandorte vorgenommen. Dabei wird die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 600 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistancen<sup>16</sup>. Dieser Radius ist allgemein anerkannt als anzusetzende Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Nahversorgungsangeboten. Im Rahmen dieser Untersuchung wird ein Radius von rund 600 m als Bewertungsmaßstab angesetzt.

<sup>15</sup> Ein Lebensmittelvollsortimenter von rund 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einer maximalen Kaufkraftabschöpfung von etwa 50 % im Marktgebiet benötigt in der Regel etwa eine Mantelbevölkerung von mindestens 5.000 Einwohnern.

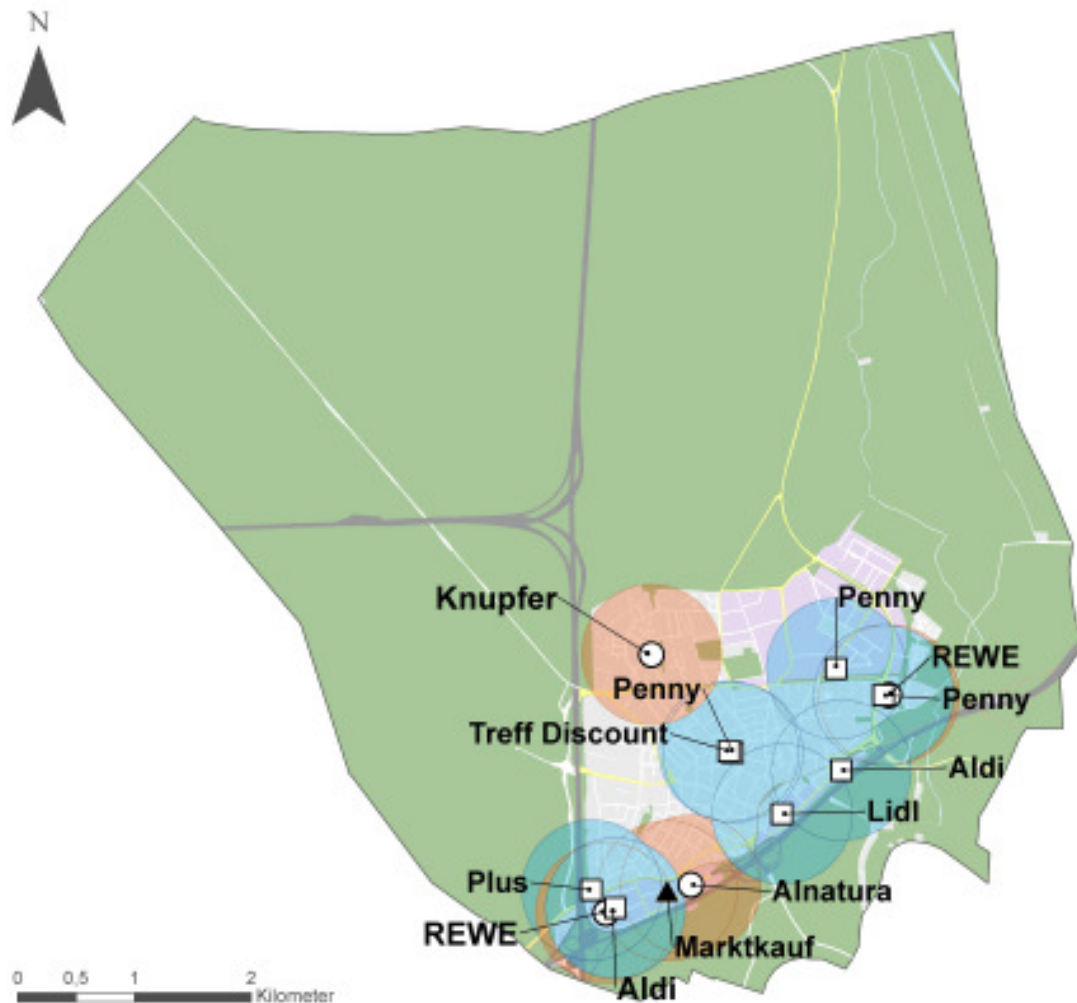
<sup>16</sup> Auch der Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen nennt die zumutbare Grenze von 10 Gehminuten. Legt man eine Laufgeschwindigkeit von 5,4 km/h bzw. 1,5 m/s zu Grunde, wird in 10 Minuten eine Distanz von 900 m zurückgelegt. Vgl. Gem. Rd.Erl. d. Ministeriums für Stadtentwicklung, Kultur und Sport, d. Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr, d. Ministeriums für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft u.d. Ministeriums für Bauen und Wohnen: Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW) vom 22.09.2008



In der folgenden Karte 5 werden die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (ab einer Verkaufsfläche von 300 m<sup>2</sup>) im Viernheimer Stadtgebiet mit einem Luftlinienradius von 600 m dargestellt.

- Es wird deutlich, dass fast das gesamte Siedlungsgebiets der Stadt Viernheim durch die Versorgungsradien abgedeckt wird, wobei sich einige Radien sogar mehrfach überschneiden, was insbesondere im südlichen (Rhein-Neckar-Zentrum/ Gewerbegebiete 3 und 4) und östlichen Siedlungsbereich (Bannholzgraben) durch die räumliche Nähe einzelner Anbieter der Fall ist. Somit wird deutlich, dass Viernheim über ein sehr dichtes Netz von Lebensmittelanbietern verfügt. Räumlich unterversorgte Bereiche sind lediglich im westlichen Siedlungsbereich (Schmittsberg und Heinrich-Lanz-Ring) vorhanden. Durch die Wiedereröffnung inkl. Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmittelanbieters Knupfer (Herbst 2009) wird sich die derzeit sehr schwache Nahversorgungssituation in diesem Bereich allerdings deutlich verbessern, so dass auch diese räumliche Versorgungslücke geschlossen wird.

**Karte 5: Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte in Viernheim**



Quelle: Einzelhandelserhebung Viernheim, Juli 2008, eigene Darstellung; rot= Lebensmittelvollsortimenter; blau= Lebensmitteldiscounter, 600 m Radius

Für die Qualität der Grundversorgung ist auch das strukturelle Angebot, insbesondere der Betriebsformenmix, maßgeblich. Festzuhalten bleibt, dass in Viernheim insgesamt eine gute Bandbreite der Betriebsformen im Bereich der Versorgung mit Lebensmitteln vorhanden ist, allerdings eine Discountlastigkeit festzustellen ist. Insbesondere in der Innenstadt ist die Qualität des Lebensmittelangebotes aufgrund des fehlenden Lebensmittelvollsortimenters deutlich eingeschränkt.

Neben den vorhandenen Lebensmitteldiscountern und Lebensmittelvollsortimentern runden kleinere Fachgeschäfte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) das Nahversorgungsangebot ab.

Die Betriebsgrößen stellen sich zum Teil allerdings als gering und nur noch eingeschränkt marktgängig dar. Hiervon betroffen sind insbesondere der Lebensmittelanbieter Knupfer im Nahversorgungszentrum an der Theodor-Heuss-Allee, aber auch die beiden Lebensmitteldiscounter im Stadtzentrum, die sowohl in Bezug auf ihre Gesamtverkaufsfläche als auch auf ihre verkehrliche Erreichbarkeit, Parkplatzsituation und Außendarstellung nicht den Anforderungen an zeitgemäße und attraktive Lebensmittelanbieter erfüllen.

### **5.2.3 Großflächiger Einzelhandel**

Wie die Ausführungen zur quantitativen Verkaufsflächenausstattung bereits gezeigt haben, kommt den großflächigen Einzelhandelsbetrieben eine, je nach Betriebsform oder Branche, prägende Rolle in der Viernheimer Einzelhandelsstruktur zu. Rund 51.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und somit ein Anteil von ca. 40 %, entfallen in Viernheim auf großflächige Einzelhandelsbetriebe<sup>17</sup>. Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Zu ihnen zählen u.a. Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Planungsrechtlich werden Einzelhandelsbetriebe ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> (bzw. 1.200 m<sup>2</sup> BGF – Bruttogeschossfläche) als großflächig i. S. v. § 11 (3) BauNVO eingestuft<sup>18</sup>.

Dem allgemeinen Strukturwandel im Einzelhandel folgend wird auch in Viernheim die Einzelhandelsstruktur zunehmend durch großflächige Betriebsformen geprägt. Derzeit werden insbesondere aus der Lebensmittelbranche Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsanfragen an die Kommunen gerichtet.

In der Stadt Viernheim spielen bei den großflächigen Einzelhandelsbetrieben insbesondere die Standorte Rhein-Neckar-Zentrum sowie die Gewerbegebiete 3 und 4 eine große Rolle und prägen die gesamte Einzelhandelsstruktur der Stadt. Hier liegen auch deutlich die räumlichen Schwerpunkte der großflächigen Einzelhandelsbetriebe (vgl. dazu Karte 6).

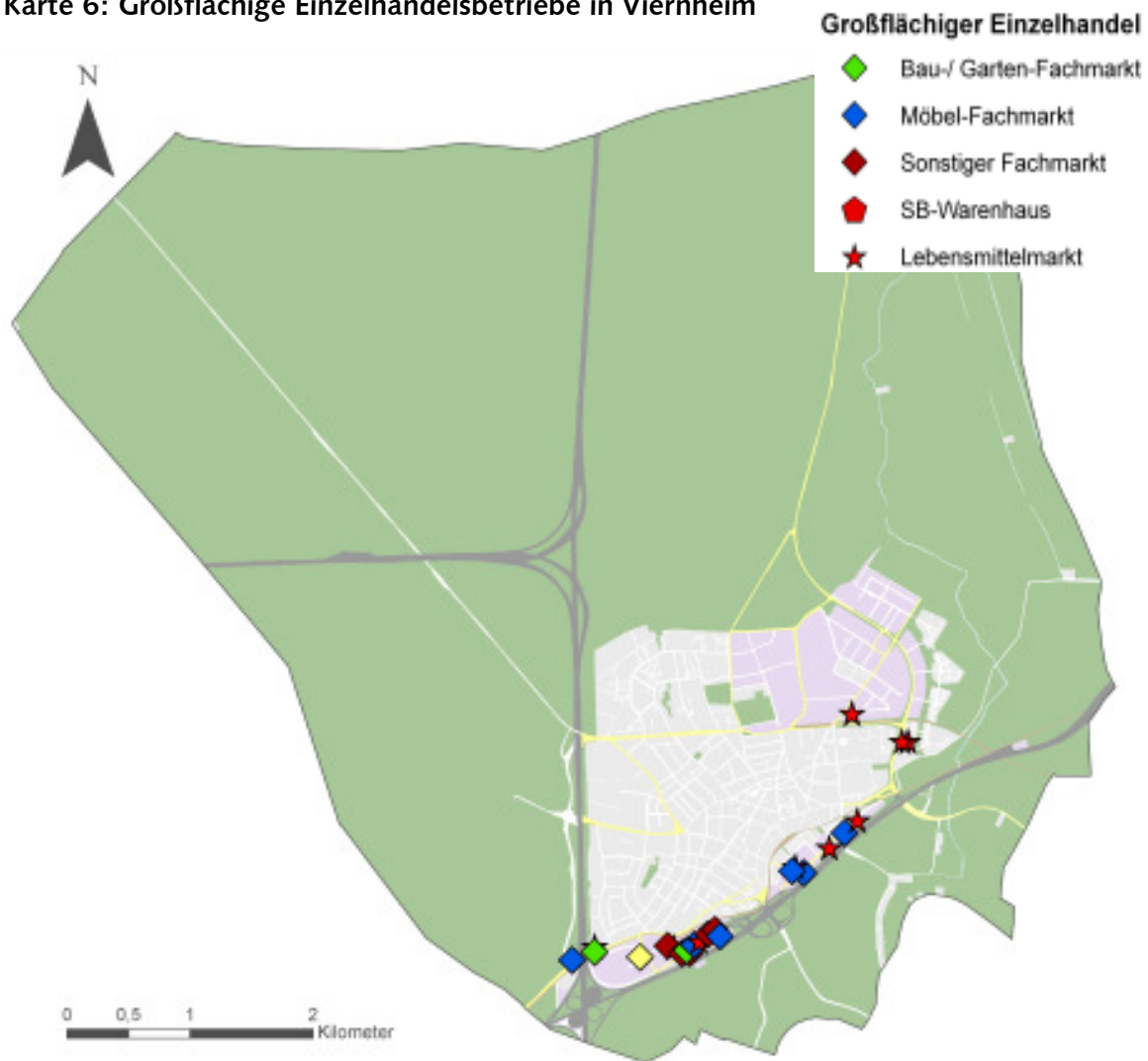
<sup>17</sup> Hier werden alle Einzelhandelsbetriebe ab einer Gesamtverkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> berücksichtigt.

<sup>18</sup> Vgl. hierzu auch das Urteil des BVerwG vom 24.11.2005 zum Thema „Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben“

Weitere großflächige Einzelhandelsbetriebe befinden sich in Streulage innerhalb des Viernheimer Stadtgebietes. Als Beispiele sind der Möbelanbieter Poco an der Alte Mannheimer Straße oder die beiden Lebensmittelanbieter Rewe und Penny am Bannholzgraben zu nennen.

Grundsätzlich sind großflächige Betriebe wichtig für eine attraktive und umfassende Branchen- und Betriebs (-formen) Mischung. Zu groß dimensionierte und/ oder peripher – sowohl innerhalb des Stadtgebietes als auch im Hinblick auf die Nachbarkommunen – angesiedelte Betriebe können jedoch zu negativen Auswirkungen auf die Zentrenfunktion des Stadtzentrums bzw. dessen Entwicklungsperspektiven führen.

**Karte 6: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Viernheim**



Quelle: eigene Darstellung

## 5.2.4 Leerstandssituation in der Stadt Viernheim

Ladenleerstände sind Ausdruck ökonomischer Veränderungen und werden im Wesentlichen durch sich verändernde Geschäftsbedingungen auf der Angebots- und/ oder Nachfrageseite bedingt, die entweder den Betrieb selber oder den Standort des Betriebes betreffen. Ladenleerstände, verursacht durch zum Teil einzelbetriebliche Entscheidungen, aber auch durch Veränderungen am Mikrostandort, haben in den letzten Jahren deutlich zugenommen und in einigen Städten bereits ein alarmierendes Ausmaß angenommen.

Auch der Viernheimer Einzelhandel bleibt von dieser Entwicklung nicht unberührt. Umnutzung von Ladenlokalen zu anderen Nutzungen (Wohnen oder Dienstleister), Standortabwertungen, zunehmende Leerstände in einigen Lagen, die durch diese Entwicklung ihre Bedeutung als Einzelhandelsstandort bzw. –lage verlieren, sind nur einige Phänomene dieser Entwicklungen, die auch in Viernheim sehr deutlich zu beobachten sind. Diese Bedeutungsverluste einzelner Lagen sind insbesondere im Stadtzentrum Viernheim zu erkennen, wo ehemalige Einzelhandelslagen zunehmend zu Dienstleistungs- und/ oder Wohnstandorten umgenutzt werden oder, im schlimmsten Fall, über längere Zeiträume leer stehen. Zum Einen spiegeln sich hier allgemeine Trends in der Einzelhandelsentwicklung wieder, die auch in zahlreichen anderen Kommunen ablesbar sind, zum Anderen sind diese Entwicklungen im Viernheimer Stadtzentrum aber auch auf die seit rund 40 Jahren zu beobachtende starke Fokussierung auf Einzelhandelsstandorte außerhalb des gewachsenen Stadtzentrums zurückzuführen, die dieses konsequent geschwächt haben.

Zum Zeitpunkt der Erhebung<sup>19</sup> sind in der Stadt Viernheim mindestens ca. 3.000 m<sup>2</sup> leerstehende Verkaufsfläche<sup>20</sup> in insgesamt etwa 30 Ladenlokalen zu verzeichnen (vgl. dazu Tabelle 7).

**Tabelle 7: Leerstände im Viernheimer Stadtgebiet**

Lage	Anzahl der Leerstände	VKF in m <sup>2</sup> (gerundet)	Struktur
Stadtzentrum	14	1.800	Insgesamt sehr kleinteilig, aber auch einige größer Verkaufsflächen bis zu ca. 450 m <sup>2</sup> .
integrierte Lage	14	1.060	Insgesamt sehr kleinteilig. 3 Ladenlokale zwischen ca. 150 und 230 m <sup>2</sup> .
nicht-integrierte Lage	1	60	
<b>Gesamt</b>	<b>29 (9 %)</b>	<b>2.920 (2 %)</b>	

Quelle: Einzelhandelserhebung Viernheim, Juli 2008; spätere Teilaktualisierungen

<sup>19</sup> Juli 2008; inkl. spätere Teilaktualisierungen

<sup>20</sup> Es konnten lediglich die Flächen erhoben werden, die einsehbar waren bzw. bei denen Angaben zu Flächengrößen vorhanden waren.

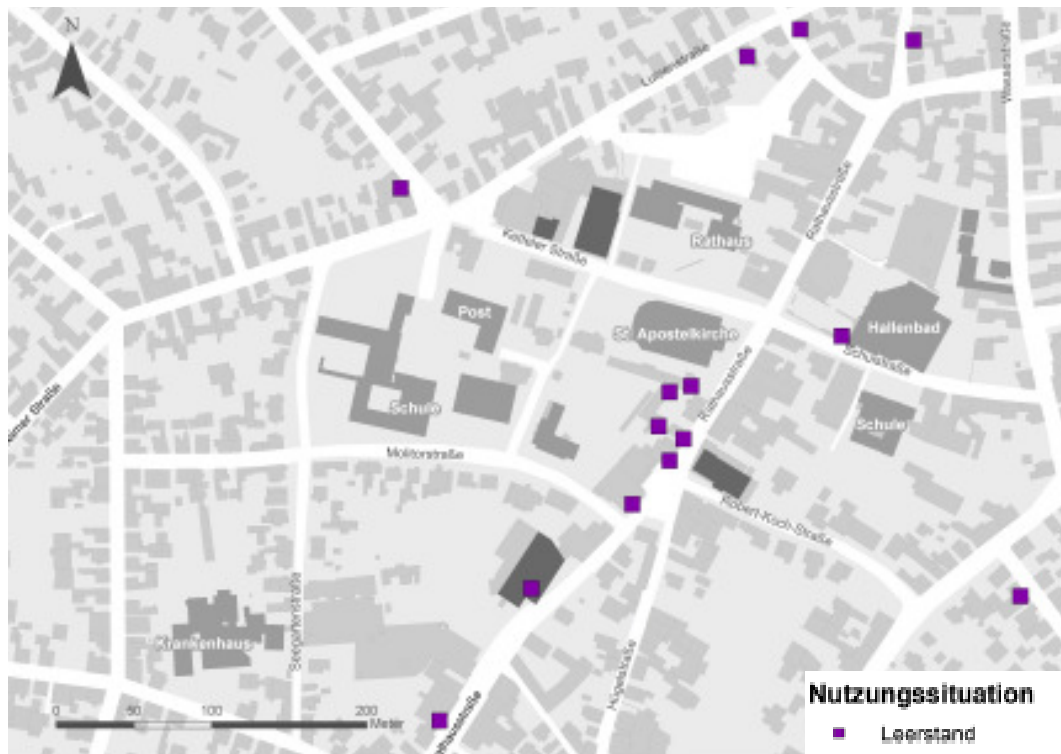
Dies bedeutet, dass rund 9 % aller in der Stadt Viernheim vorhandenen Ladenlokale von Leerstand betroffen sind. Damit ist der Anteil von leerstehenden Ladenlokalen als nicht unerheblich zu bezeichnen.

Mit rund 2.900 m<sup>2</sup> und einem Anteil von etwa 2 % ist der Anteil an der Gesamtverkaufsfläche (ca. 128.200 m<sup>2</sup> VKF inkl. Leerstände) allerdings gesamtstädtisch betrachtet als gering zu bewerten.

Bei einer detaillierten räumlichen Betrachtung allerdings wird deutlich, dass das Stadtzentrum massiv von Leerständen betroffen ist. Von insgesamt 92 vorhandenen Betrieben innerhalb des Stadtzentrums werden 14 aktuell nicht genutzt, was einer Leerstandsquote im Stadtzentrum von etwa 15 % entspricht und somit ein deutliches strukturelles Problem im Viernheimer Zentrum darstellt. Wie bereits in den vorangegangenen Kapiteln dargestellt, hat das Stadtzentrum in den letzten Jahrzehnten massiv an Bedeutung verloren, was sich zum einen an der geringen Gesamtverkaufsfläche (ca. 6.600 m<sup>2</sup>) ablesen lässt, zum anderen aber auch an der Anzahl der Leerstände, die teilweise bereits seit längerer Zeit nicht genutzt werden.

Im Stadtzentrum ist eine räumliche Konzentration von Leerständen im Bereich der Nebengebäude zu erkennen (vgl. dazu Karte 7).

### Karte 7: Räumliche Verteilung der Leerstände im Stadtzentrum Viernheim



Quelle: Einzelhandelserhebung Viernheim, Juli 2008, spätere Teilaktualisierungen, eigene Darstellung

Besonders betroffen ist hier der südliche Bereich der Rathausstraße (südlich des Kreuzungsbereiches Ketteler Straße/ Schulstraße/ Rathausstraße), eine der ehemals wichtigsten Einzelhandelslagen. Heute prägen dort eine Vielzahl von Leerständen das Stadtbild und unterbrechen den ohnehin sehr dünnen Einzelhandelsbesatz. In der Hauptlage im nördlichen Bereich der Rathausstraße dagegen, sind aktuell keine Leerstände vorhanden, was auf eine insgesamt stabile Einzelhandels- und Vermietungssituation hinweist.

### 5.3 Städtebauliche Rahmenbedingungen der räumlichen Teilbereiche

Die Stadt Viernheim verfügt über einen kompakten Siedlungsbereich, der insbesondere von Westen und Süden durch die Autobahnen A 6 und A 659 in seiner Ausdehnung deutlich begrenzt ist. Diese kompakte Struktur führt in Kombination mit der besonderen Angebotsstruktur (u. a. dem Rhein-Neckar-Zentrum) zu einer kaum ausgeprägten innerstädtischen Zentrenhierarchie.

Im Folgenden werden die für die Stadt Viernheim prägenden Einzelhandelsagglomerationen einer städtebaulichen Begutachtung unterzogen. Dabei handelt es sich im Einzelnen um die Einzelhandelschwerpunkte Innenstadt und das Nahversorgungszentrum an der Theodor-Heuss-Allee.

### 5.3.1 Stadtzentrum Viernheim

---

#### *Lage, Ausdehnung und Struktur der Innenstadt*

Die Innenstadt von Viernheim liegt in zentraler Lage innerhalb des Siedlungsgebietes. Eine genaue Abgrenzung der Innenstadt fällt in Ermangelung markanter funktionaler und städtebaulicher Kriterien jedoch schwer. Der Kernbereich der Innenstadt im Straßenkreuz Rathausstraße, Schulstraße und Kettelerstraße, der sich durch seine Multifunktionalität und Nutzungsdichte auszeichnet, lässt sich jedoch weitgehend gut ablesen. Neben dem Einzelhandel konzentrieren sich in diesem Bereich insbesondere öffentliche Einrichtungen und private Dienstleistungsunternehmen. Auch die Bebauungsstruktur mit vielen großmaßstäblichen Einbauten grenzt diesen Bereich von der im übrigen Siedlungsgebiet eher aufgelockerten, dörflich geprägten Bebauung ab.

Gleichzeitig ist jedoch der städtebauliche Mittelpunkt im Bereich Rathaus und St. Apostelkirche nur schwach ausgebildet. Insgesamt betrachtet besitzt der öffentliche Raum in der Innenstadt von Viernheim nur eine geringe Aufenthaltsqualität und begrenzte Anziehungskraft. Der Erhaltungs- und Pflegezustand bleibt deutlich hinter den Anforderungen an eine Innenstadt zurück, die immer zugleich als wichtiges Aushängeschild für die Gesamtstadt fungiert. Die fehlende Akzentuierung der Innenstadteingänge und die wenig markanten Wechsel in der städtebaulichen Struktur und Gestalt der Innenstadt zu den umliegenden Siedlungsbereichen erschweren die Orientierung, Wahrnehmung und Ablesbarkeit des Zentrums. Auffällig ist nicht zuletzt der Investitionsstau einer Vielzahl privater Immobilien.

In der Innenstadt von Viernheim sind rund 80 Einzelhandelbetriebe verortet, die zusammen einen Anteil von rund 24 % des Einzelhandels von Viernheim ausmachen. Insgesamt befinden sich in der Innenstadt damit nur rund 6.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, was nur einem Anteil von 5 % an der Gesamtverkaufsfläche entspricht. Diese Zahl verdeutlicht eindrucksvoll die starke Konkurrenzsituation zu den im Süden des Siedlungsgebietes liegenden drei Sonderstandorten Gewerbegebiet 3 und 4 und dem Rhein-Neckar-Zentrum. Gegen die autokundenorientierten Versorgungsstandorte am Siedlungsrand ist der innerstädtische Einzelhandel machtlos und kann mit den dort vorgehaltenen Flächengrößen und der verkehrlichen Erreichbarkeit nicht konkurrieren. Für ein vitales und attraktives Stadtzentrum ist ein florierender Einzelhandel jedoch immer noch unerlässlich. Immer noch ist er wichtigster Besuchsgrund für Innenstädte und trägt wesentlich zur Multifunktionalität bei.

Die Gewerbegebiete 3 und 4 haben zum Vergleich eine Verkaufsfläche von rund 46.000 m<sup>2</sup>, das Rhein-Neckar-Zentrum sogar rund 55.000 m<sup>2</sup> VKF. Die quantitative Bedeutung des innenstädtischen Einzelhandels fällt mit den oben genannten rund 6.500 m<sup>2</sup> VKF deutlich hinter den Sonderstandorten zurück und ist kaum konkurrenzfähig. In Verbindung mit den hohen Zentralitätswerten zeigt sich darüber hinaus auch zukünftig ein geringer Entwicklungsspielraum für den Einzelhandel in der Innenstadt.

### *Stadtzentrum*

Innerhalb einer Innenstadt lässt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen erkennen, das Stadtzentrum. Dieser Bereich umfasst demnach nur einen Teil der Innenstadt, die im Gegensatz zum Hauptgeschäftszentrum nicht überwiegend durch Einzelhandelsnutzungen gekennzeichnet ist, sondern sich durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt auszeichnet. Neben dem Einzelhandel definieren eine Innenstadt Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Arbeiten sowie Freizeit, Kultur und Erholung. Sie stellt insgesamt betrachtet den Mittelpunkt städtischen Lebens dar und ist gesamtstädtisch der wichtigste Kristallisations- und Identifikationspunkt der Gesellschaft.

Ein wichtiges Merkmal für die Abgrenzung des Stadtzentrums und die Differenzierung in Haupt-, Neben- und Ergänzungs- bzw. Streulagen ist die einzelhandelsgeprägte Nutzungsstruktur. Mit Hilfe einer Analyse der Einzelhandelsdichte in den Geschäftsstraßen kann diese Struktur anschaulich sichtbar gemacht werden. Die Einzelhandelsdichte beschreibt dabei das Verhältnis von Einzelhandelsnutzungen zu anderen Nutzungen wie Dienstleistungen, Wohnen oder auch Leerständen in den Erdgeschossen der straßenbegleitenden Bebauung.

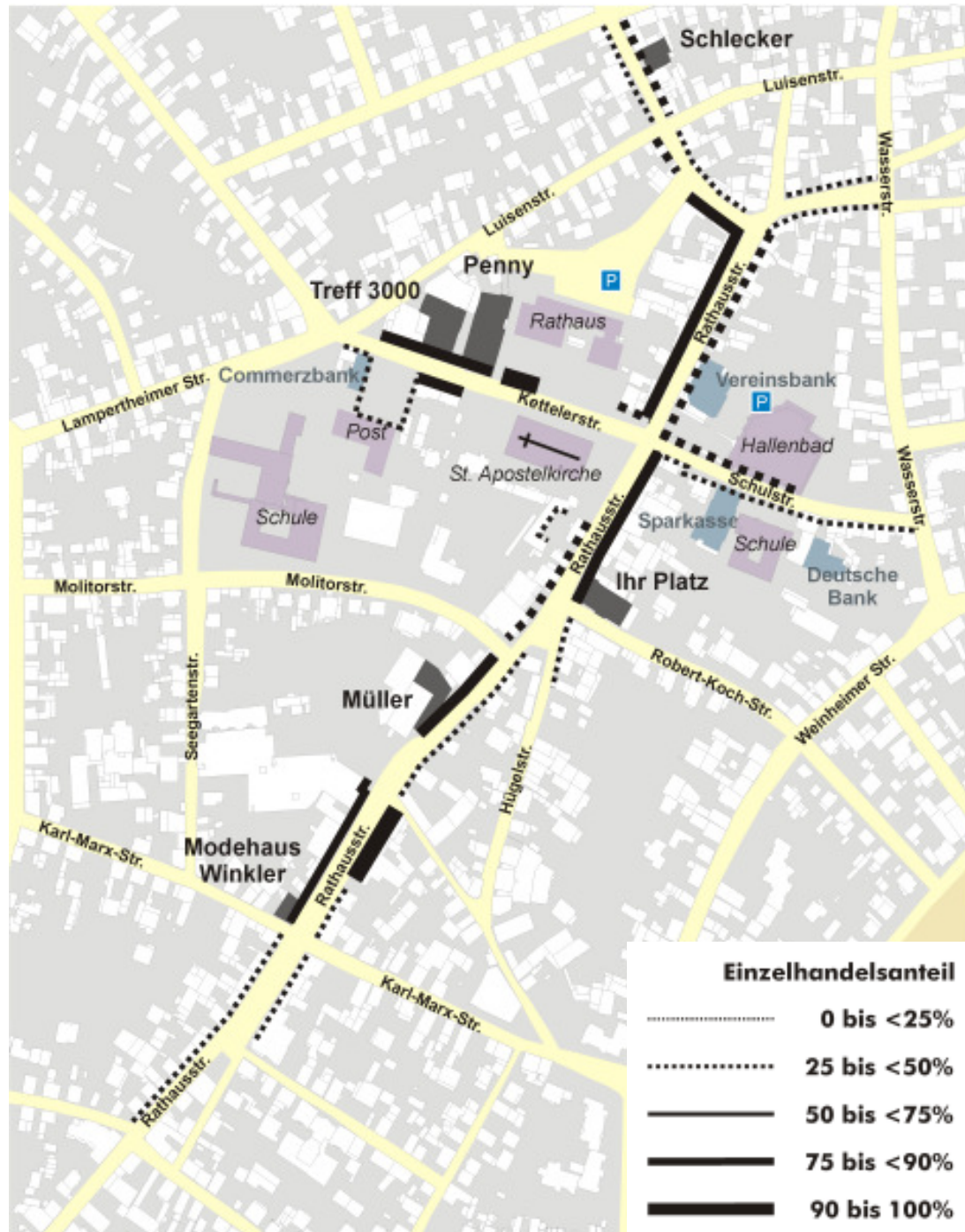
Karte 8 stellt die Einzelhandelsdichte sowie wichtige Magnetbetriebe in der Innenstadt von Viernheim dar. Erkennbar ist ein insgesamt dünner und verstreut liegender Einzelhandelsbesatz, der einen langgestreckten und zu den Rändern hin auslaufenden Stadtzentrum ausbildet. Die Hauptachse wird durch die Rathausstraße gebildet, die nur im Kreuzungsbereich mit der Schulstraße und der Kettelerstraße eine leichte Tiefenwirkung entfaltet.

Der für innerstädtische Geschäftslagen typische Zusammenhang der Einzelhandelsanbieter ist gering, die Betriebsgrößen sind vorwiegend kleinteilig (durchschnittliche Verkaufsflächengröße pro Betrieb ca. 90 m<sup>2</sup>), größere Einheiten sind kaum zu finden. Großflächige, strukturprägende Angebote sind nicht vorhanden. Auffallend sind darüber hinaus die vielen Leerstände in der Innenstadt, die auch im Kernbereich zu finden sind. Insgesamt stehen rund 1.800 m<sup>2</sup> VKF in der Innenstadt von Viernheim leer.

Wichtige Frequenzerzeuger sind insbesondere die beiden Lebensmitteldiscounter Treff 3000 (ca. 700 m<sup>2</sup> VKF) und Penny (ca. 460 m<sup>2</sup> VKF). Daneben findet sich eine Vielzahl kleinteiliger Lebensmittelangebote (insbesondere im Frischesortiment), die einen guten Ausstattungsgrad im nahversorgungsrelevanten Sortiment sichern. Im südlichen Teil der Rathausstraße fungieren die beiden Drogeriemärkte Müller (ca. 700 m<sup>2</sup> VKF) und Ihr Platz (ca. 460 m<sup>2</sup> VKF) als wichtige Frequenzbringer.



Karte 8: Einzelhandelsdichte im Stadtzentrum von Viernheim



Quelle: eigene Darstellung auf Datengrundlage der Stadt Viernheim

Üblicherweise bilden die in unterschiedlicher räumlicher Kontinuität angeordneten, differierenden Angebote des Einzelhandels in einem Stadtzentrum Verdichtungsgebiete mit eigener, aus der jeweiligen Ausprägung ihrer Strukturmerkmale resultierender, einzelhandelsbezogener Ausstrahlungskraft (Hauptlage, Nebenlage, Streulage). Für diese Struktur- bildung sind aus Sicht des Einzelhandels nicht nur die Dichte des Geschäftsbesatzes von Bedeutung, sondern auch die Kontinuität der Laufwegen (doppelte Laufwegen, einseitige

Laufwege, versetzte Laufwege), die Qualität bzw. Quantität des Warenangebotes sowie die Qualität der Außendarstellung der Geschäfte von Bedeutung. Aus städtebaulicher Sicht bestimmen die Bebauungsstruktur, der Erhaltungszustand der Gebäude sowie die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum den Charakter des Geschäftsbereichs in entscheidendem Maß.

Aufgrund des dünnen und lückenhaften Einzelhandelsbesatzes, des immer wieder unterbrochenen und höchstens einseitig verlaufenden Geschäftsbesatzes, der stark heterogenen Bebauung mit deutlichen Maßstabsbrüchen und einer insgesamt unklaren städtebaulichen Struktur bleibt die Differenzierung des Einzelhandels in unterschiedliche Lagequalitäten in Viernheim aus. Damit verbunden bleibt auch die klare Ablesbarkeit des Stadtzentrums erschwert. Erschwerend hinzu kommt, dass wichtige Betriebe teilweise am Rand des Stadtzentrums situieren und Synergieeffekte zu dem übrigen Einzelhandel damit gering bleiben. Insgesamt betrachtet wirkt damit auch die leichte Angebotskonzentration im Kernbereich Rathausstraße, Kettelerstraße, Schulstraße nur schwach und kann dem Stadtzentrum insgesamt nicht zu einer stabilen inneren Struktur verhelfen.

#### *Nutzungsstruktur und Profil einzelner Geschäftslagen*

Wichtigste Einkaufsstraße in der Innenstadt von Viernheim ist die Rathausstraße. Mit rund 4.300 m<sup>2</sup> VKF liegen in ihr etwa 65 % des innerstädtischen Einzelhandels verortet. Gleichzeitig stehen jedoch weitere 1.600 m<sup>2</sup> VKF leer. Mit rund 900 m<sup>2</sup> VKF liegt ein leichter Angebotsschwerpunkt in der Warengruppe Bekleidung/ Wäsche.

#### **Foto 1 und Foto 2: Rathausstraße**



Quelle: eigene Aufnahmen, November 2008

Der langgestreckte Straßenverlauf der Rathausstraße ist im Kernbereich zwischen Robert-Koch-Straße und Luisenstraße als Fußgängerzone ausgebaut. Der Einzelhandelsbesatz bleibt jedoch ohne klar ablesbaren Verdichtungsbereich, wichtige Einzelhandelsanbieter liegen teilweise abseits des städtebaulichen Kernbereichs. Der öffentliche Raum ist überwiegend einfach gestaltet, vereinzelt finden sich einige positive Akzente wie beispielsweise die Gestaltung des Apothekenhofes. Doch trotz einer ansprechenden, hochwertigen Gestaltung stehen die Ladeneinheiten im Apothekenhof leer, was nicht zuletzt an seiner rückwärtigen Lage und einer mangelnden funktionalen Anbindung liegt.

**Foto 3 und Foto 4: Rathausstraße (südlicher Bereich)**

Quelle: eigene Aufnahmen, November 2008

Im südlichen Bereich der Rathausstraße beträgt die Einzelhandelsdichte abschnittsweise bis zu 75 %, bleibt jedoch nur auf kurzen Stücken und immer nur einseitig mit annähernd konstantem Besatz. Sowohl Leerstände als auch für wichtige Einzelhandelslagen untypische Nutzungen (z. B. Wohnhäuser, Krankenhaus) führen zu vielen Unterbrechungen im Einzelhandelsbesatz. Angebotsstruktur und Außendarstellung des Einzelhandels sind einfach, die Gestaltung des öffentlichen Raums zumeist von minderer Qualität. Auch die teilweise mindergenutzten Platzflächen führen zu einer insgesamt geringen Aufenthaltsqualität.

Neben den Frequenz erzeugenden Drogeriemärkten Müller (ca. 700 m<sup>2</sup> VKF) und Ihr Platz (ca. 460 m<sup>2</sup> VKF) sind in diesem Abschnitt insbesondere der Fahrradladen Viernheim (ca. 370 m<sup>2</sup> VKF) und der Modeanbieter Winkler (ca. 160 m<sup>2</sup> VKF) wichtige Einzelhandelsbetriebe.

**Foto 5 und Foto 6: Rathausstraße (nördlicher Bereich)**

Quelle: eigene Aufnahmen, November 2008

Auch im nördliche Bereich der Rathausstraße erreicht die Einzelhandelsdichte teilweise Werte bis zu 75 %. Die Angebotsstruktur ist auch hier weitgehend einfach, vereinzelt finden sich einige höherwertige Anbieter. Korrespondierend dazu ist auch die Außendarstellung überwiegend einfach und vermittelt nur geringfügig Aufforderungscharakter. Wich-

tige Anbieter sind die kleinen Bekleidungsanbieter sowie der Haushaltswarenanbieter Tisch & Tafel (ca. 130 m<sup>2</sup> VKF). Die angrenzende Lorscher Straße ist überwiegend durch Dienstleister geprägt und spielt für den Einzelhandel nur eine deutlich untergeordnete Rolle.

#### Foto 7 und Foto 8: Kettelerstraße



Quelle: eigene Aufnahmen, November 2008

Die Kettelerstraße ist ein kurzer Seitenarm der Fußgängerzone und vorwiegend durch Rathaus und St. Apostelkirche geprägt. Der Vorplatz des Rathauses ist freundlich gestaltet und entfaltet nicht zuletzt aufgrund der ansprechenden gastronomischen Nutzung eine erhöhte Aufenthaltsqualität.

Wichtige Einzelhandelsanbieter und zugleich Frequenzerzeuger sind die Lebensmitteldiscounter Treff 3000 und Penny. Durch ihr Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln sowie weiteren Waren des täglichen Bedarfs sichern sie gleichzeitig die Nahversorgung der gesamten Innenstadt.

Während der Einzelhandelsbesatz vorwiegend auf der nördlichen Straßenseite situiert, wirken die einzelhandelsaffinen Dienstleister (Post und Bank) auf der südlichen Straßenseite ebenfalls als wichtige Frequenzbringer und führen zu einer erhöhten Nutzungsdichte.

#### Foto 9 und Foto 10: Schulstraße



Quelle: eigene Aufnahmen, November 2008

Auch die Schulstraße ist Teil der Fußgängerzone und zweigt in östlicher Richtung von der Rathausstraße ab. In der Schulstraße finden sich jedoch kaum Einzelhandelsflächen, sondern vermehrt Leerstände und Mindernutzungen. Die Schulstraße ist überwiegend durch öffentliche und private Dienstleistungen geprägt und ist daher kaum als Einzelhandelslage definierbar. Banken, Hallenbad und Schule wirken jedoch als wichtige Frequenzerzeuger für die gesamte Innenstadt und sind durch ihre Anziehungskraft auch für den Einzelhandel von Bedeutung. Aufgrund einer stark heterogenen Bebauungsstruktur sowie städtebaulicher Missstände ist der Raumeindruck insgesamt gemindert und die Aufenthaltsqualität gering.

### *Zusammenfassung*

In der Zusammenschau zeigen sich deutliche Mängel in Struktur und Aufbau des Viernheimer Stadtzentrums:

- Die Innenstadt als solche sowie ihre unterschiedlichen Funktionsbereiche sind nicht ablesbar.
- Wahrnehmung und Orientierung sind mangels funktionaler und städtebaulicher Ausprägungen erschwert. Eine klar innerstädtische Struktur fehlt.
- Die typische Dichte innerstädtischer Nutzungen ist nicht ablesbar.
- Eine Steigerung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtzentrum von den Randlagen zur Hauptlage ist nicht erkennbar.
- Klare Einzelhandelsprofile unterschiedlicher Teilbereiche sind nicht ausgeprägt.
- Die Gestaltung des öffentlichen Raumes und die Aufenthaltsqualität sind überwiegend gering.

### **5.3.2 Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee**

Das Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee liegt im nördlichen Siedlungsgebiet von Viernheim und übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für den Viernheimer Norden. Durch die große Parkplatzfläche und einen Radweg ist es verkehrlich gut zu erreichen.

#### **Foto 11 und Foto 12: Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss Allee**



Quelle: eigene Aufnahmen, November 2008

Insgesamt sind im Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee rund 500 m<sup>2</sup> VKF verortet, die einen deutlichen Angebotsschwerpunkt in der kurzfristigen Bedarfsstufe aufweisen (vgl. dazu auch Karte 9). Ein ergänzender Besatz mit einzelhandelsaffinen Dienstleistern wie Ärzten, Banken und einem Friseur schafft darüber hinaus ein erweitertes Grundversorgungsangebot im Nahbereich. Dadurch wird nicht nur ein Versorgungsschwerpunkt, sondern auch ein soziales Zentrum geschaffen, das auch kommunikative Funktionen erfüllt und als „Treffpunkt“ des Quartiers eine wichtige Aufgabe übernimmt.

Ankerbetrieb und wichtiger Frequenzerzeuger ist der Lebensmittelsupermarkt Nahkauf Knupfer mit einer Verkaufsfläche von rund 400 m<sup>2</sup>. Die Verkaufsflächengröße liegt damit deutlich unter den heute üblichen Markteintrittsgrößen konkurrenzfähiger Lebensmittelsupermärkte. Erweiterungsoptionen am heutigen Standort sind aufgrund der vorhandenen Bebauungsstrukturen allerdings als schwierig zu bewerten.

### Karte 9: Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee



Quelle: eigene Darstellung auf Datengrundlage der Stadt Viernheim

Die schwierige Zukunftsperspektive des Lebensmittelsupermarktes gefährdet zugleich die langfristige Sicherung des Nahversorgungszentrums insgesamt.

### 5.3.3 Rhein-Neckar-Zentrum

---

Das Rhein-Neckar-Zentrum stellt eindeutig den quantitativen Angebotsschwerpunkt innerhalb der Viernheimer Einzelhandelsstruktur dar. Durch die verkehrsgünstige Lage am Viernheimer Kreuz weist es eine regionale Ausstrahlungskraft auf. Der Standort ist dementsprechend deutlich autokundenorientiert; ist aber auch durch die Schmalspurbahn der OEG an das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs angebunden.

Aus städtebaulicher Sicht befindet sich das Rhein-Neckar-Zentrum in nicht-integrierter Lage. Auch im Regionalplan Hessen ist es nicht als Siedlungsbereich definiert. Da kein gültiger Bebauungsplan vorhanden ist, wird das Vorhaben nach § 34 BauGB (unbeplanter Innenbereich) bewertet.

Auf rund 55.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche werden sowohl nahversorgungs- und zentrenrelevante als auch nicht-zentrenrelevante Sortimente aller Bedarfsstufen abgedeckt. Der Angebotsschwerpunkt liegt deutlich im Bereich der innenstadttypischen Warengruppen wie Bekleidung und Schuhe. Mit einem Lebensmittelvollsortimenter (Rewe) und einem Lebensmitteldiscounter (Aldi Süd), die eine Gesamtverkaufsfläche von über 4.000 m<sup>2</sup> aufweisen, sind ebenfalls nicht unerhebliche Verkaufsflächen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel vorhanden. Die Nahversorgungsfunktion ist aufgrund der mangelnden Wohnbevölkerung im Naheinzugsbereich als sehr gering zu bewerten.

Neben rund 100 Einzelhandelsbetrieben befinden sich im Rhein-Neckar-Zentrum weitere Dienstleistungsanbieter, u.a. auch Ärzte etc. Zudem ist in unmittelbarer Nähe zum Rhein-Neckar-Zentrum ein Multiplex-Kino vorhanden.

Das Rhein-Neckar-Zentrum ist bereits im Jahr 1972 eröffnet und in der Zwischenzeit mehrfach erweitert und modernisiert worden, so dass es mittlerweile zu den größten Einkaufszentren deutschlandweit zählt und über eine dementsprechende Ausstrahlungskraft verfügt.

Das Rhein-Neckar-Zentrum stellt somit eine deutliche Konkurrenzsituation zum Stadtzentrum dar, das – im Vergleich zum Rhein-Neckar-Zentrum – deutliche Standortnachteile in Bezug auf verkehrliche Erreichbarkeit, Parkplatzangebot, Flächenpotenziale etc. aufweist.

Die Folgen dieser seit über 40 Jahren stattfindenden Fokussierung auf die Entwicklung des Rhein-Neckar-Zentrums und weiterer Standorte wie die Gewerbegebiete 3 und 4 ist an der heutigen Situation des Stadtzentrums Viernheims deutlich ablesbar. Ein insgesamt geringer Einzelhandelsbesatz, wenige Magnetbetriebe, eine hohe Anzahl an Leerständen und insgesamt ein Zentrum, das durch die erhebliche Konkurrenzsituation einen massiven Bedeutungsverlust vom ehemaligen Hauptzentrum zu einem Nahversorgungs-/ Stadtteilzentrum erfahren musste, sind die konsequenten Folgen der massiven Entwicklung von innerkommunalen Konkurrenzstandorten in der Stadt Viernheim.

**Foto 13 und Foto 14: Rhein-Neckar-Zentrum**

Quelle: eigene Aufnahmen, November 2008

**5.3.4 Gewerbegebiet 3 (West)**

Das Gewerbegebiet 3 (West) grenzt direkt östlich an das Rhein-Neckar-Zentrum an und bildet einen weiteren quantitativen Angebotschwerpunkt innerhalb der Viernheimer Einzelhandelsstruktur.

**Foto 15 und Foto 16: Gewerbegebiet 3 (West)**

Quelle: eigene Aufnahmen, November 2008

Sowohl das Gewerbegebiet 3 als auch das Gewerbegebiet 4 profitieren von der regionalen Ausstrahlungskraft des Rhein-Neckar-Zentrums und sind dementsprechend ebenfalls ausschließlich autokundenorientierte Standorte mit einer regionalen Ausstrahlungskraft.

Das Gewerbegebiet 3 stellt sich aktuell als Agglomeration verschiedener großer oder großflächiger Fachmärkte dar. „Klassische“ Gewerbebetriebe finden sich nicht mehr in diesem Gewerbegebiet.

Insgesamt sind an diesem Standort rund 36.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorhanden, die alle Bedarfsstufen abdecken und sowohl nahversorgungs- und zentrenrelevante als auch nicht-zentrenrelevante Sortimente umfassen.

Neben dem Rhein-Neckar-Zentrum bildet das Gewerbegebiet 3 durch den hohen Anteil an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten einen weiteren innerkommunalen Konkurrenzstandort für das Stadtzentrum. Insbesondere der hohe Anteil an zentrenrele-



vanten Sortimenten ist dementsprechend kritisch zu sehen.

### Karte 10: Gewerbegebiet 3 (West)



Quelle: eigene Darstellung auf Datengrundlage der Stadt Viernheim

### 5.3.5 Gewerbegebiet 4 (Ost)

Das Gewerbegebiet 4 (Ost) grenzt östlich an das Gewerbegebiet West an und stellt den dritten quantitativ bedeutenden Angebotsstandort in Viernheim dar. Allerdings besitzt das Gewerbegebiet 4 noch eher den Charakter eines Gewerbegebietes als das Gewerbegebiet 3, auch wenn es ebenfalls stark mit Einzelhandelsbetrieben durchmischt ist.

### Foto 17 und Foto 18: Gewerbegebiet 4 (Ost)



Quelle: eigene Aufnahmen, November 2008

Insgesamt sind im Gewerbegebiet 4 rund 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorhanden. Neben Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten vorhanden, die ebenfalls einen Konkurrenzstandort für den Hauptgeschäftsbereich darstellen.

**Karte 11: Gewerbegebiet 4 (Ost)**



Quelle: eigene Darstellung auf Datengrundlage der Stadt Viernheim

### 5.3.6 Nahversorgungsstandorte

Neben den oben beschriebenen Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben wie dem Stadtzentrum, dem Rhein-Neckar-Zentrum und den Gewerbegebieten 3 und 4 sind weitere solitär gelegene Einzelhandelsstandorte vorhanden, bei denen insbesondere die Nahversorgungsstandorte eine bedeutende Funktion für die wohnungsnah Grundversorgung der Viernheimer Bevölkerung einnehmen.

### Nahversorgungsstandort Walter-Oehmichen-Straße (Penny)

#### Foto 19 und Foto 20: Nahversorgungsstandort Walter-Oehmichen-Straße (Penny)



Quelle: eigene Aufnahmen, November 2008

Im südlichen Bereich der Walter-Oehmichen-Straße, im Osten Viernheims gelegen, befindet sich in städtebaulich integrierter Lage der Lebensmitteldiscounter Penny mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 850 m<sup>2</sup>.

Insgesamt übernimmt dieser autokundenorientierte Standort auch eine Nahversorgungsfunktion für das Neubaugebiet Am Bannholzgraben sowie für den Siedlungsbereich westlich der Janusz-Korczak-Allee.

Neben dem Lebensmittelanbieter sind weitere Einzelhandelsbetriebe wie der Textildiscounter Kik, der Drogeriewarenanbieter Rossmann und der Fachdiscounter Tedi vorhanden. Diese Betriebe mit insbesondere zentrenrelevanten Sortimenten (Bekleidung, Haushaltswaren) sind an diesem Standort kritisch zu bewerten, da sie deutlich über die reine Nahversorgungsfunktion der umliegenden Wohnbevölkerung hinausgehen. Insgesamt sind in diesem Standortbereich rund 2.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorhanden.

### Nahversorgungsstandort Walter-Oehmichen-Straße (Rewe)

#### Foto 21 und Foto 22: Nahversorgungsstandort Walter-Oehmichen-Straße (Rewe)



Quelle: eigene Aufnahmen, November 2008

Ebenfalls an der Walter-Oehmichen-Straße, etwas weiter nördlich gelegen, befindet sich der Lebensmittelvollsortimenter Rewe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 1.300 m<sup>2</sup>.

Neben dem Lebensmittelanbieter sind in diesem Bereich noch weitere kleinteilige Betriebe wie ein Bäcker, ein Lotto-Toto-Geschäft und eine Sparkasse vorhanden. Insgesamt übernimmt der Standortbereich eine Nahversorgungsfunktion für die Siedlungsbereiche östlich und westlich des Standortes. Zusammen mit dem Lebensmitteldiscounter Penny, der sich in unmittelbarer Nähe befindet, ist im östlichen Siedlungsbereich Viernheims eine idealtypische Versorgungsstruktur mit Lebensmittelvollsortimenter und –discounter vorhanden.

### Nahversorgungsstandort Wiesenstraße (Penny)

#### Foto 23 und Foto 24: Nahversorgungsstandort Wiesenstraße (Penny)



Quelle: eigene Aufnahmen, November 2008

An der Wiesenstraße, im Gewerbegebiet Nord gelegen, befindet sich der Lebensmitteldiscounter Penny (ca. 850 m<sup>2</sup> VKF) in städtebaulich nicht-integrierter Lage. Der Standort ist ausschließlich autokundenorientiert und übernimmt aufgrund der Lage im Gewerbegebiet ohne direkt anschließende Wohnbevölkerung nur eine marginale Nahversorgungsfunktion.

### Nahversorgungsstandort Mannheimer Straße (Plus)

#### Foto 25: Nahversorgungsstandort Mannheimer Straße (Plus)

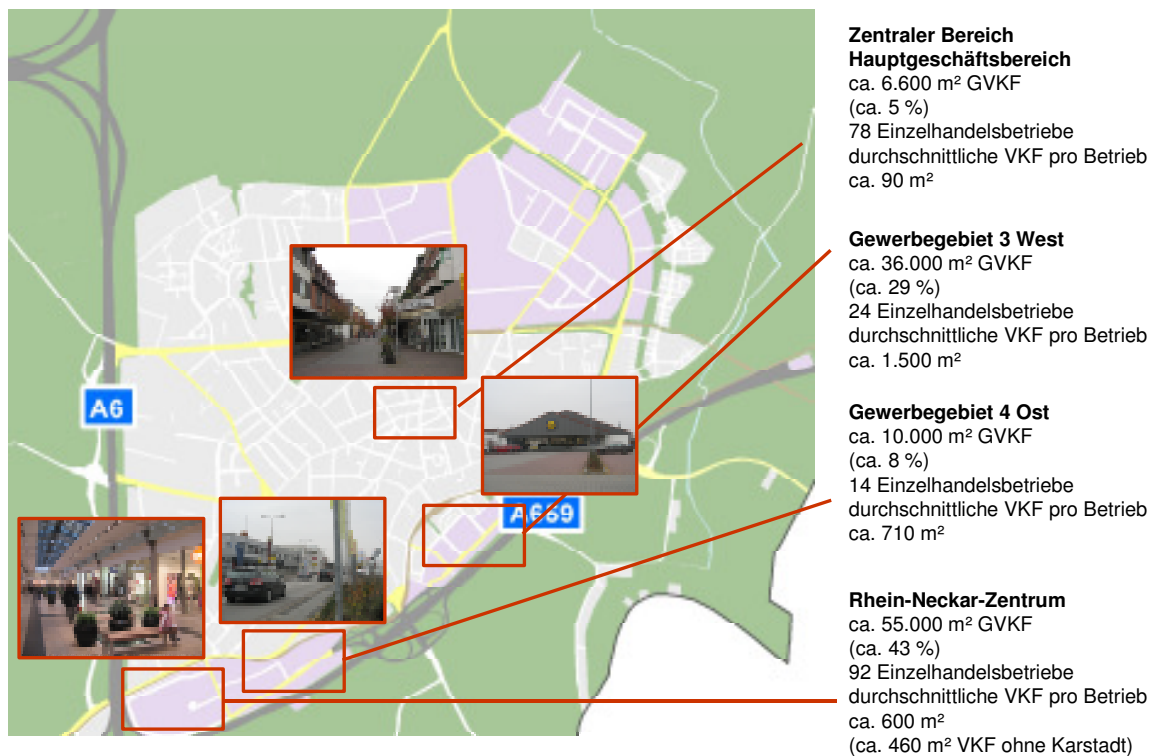


Quelle: eigene Aufnahme, November 2008

Der Lebensmitteldiscounter Plus befindet sich mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 880 m<sup>2</sup> an der Mannheimer Straße in unmittelbarer Nachbarschaft zum Rhein-Neckar-

Zentrum. Der Standort ist insgesamt autokundenorientiert; übernimmt aber gleichzeitig auch eine Nahversorgungsfunktion für sich nördlich der Mannheimer Straße anschließende Wohngebiet.

### 5.3.7 Übersicht: vier räumliche Angebotschwerpunkte innerhalb der Viernheimer Einzelhandelsstruktur



## 5.4 Fazit Angebotsanalyse

---

- Die **Gesamtverkaufsfläche** in Viernheim beträgt zum Zeitpunkt der Erhebung (Juli 2008) rund **125.000 m<sup>2</sup>**. Die quantitativ bedeutendsten **räumlichen Schwerpunkte** des Einzelhandelsangebotes stellen das Rhein-Neckar-Zentrum (ca. 55.000 m<sup>2</sup> VKF) und die Gewerbegebiete 3 und 4 (ca. 46.000 m<sup>2</sup> VKF) dar, die sich im südlichen Siedlungsbereich Viernheims in städtebaulich nicht-integrierten Lagen befinden. Im Stadtzentrum in Viernheim dagegen sind lediglich etwa 6.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorhanden, was einem Anteil von etwa 5 % an der Gesamtverkaufsfläche entspricht. Durch die großflächigen Einzelhandelsansiedlungen in städtebaulich nicht-integrierten Lagen seit Eröffnung des Rhein-Neckar-Zentrums Anfang der 1970er Jahre hat das Stadtzentrum als gewachsenes Zentrum einen deutlichen Funktionsverlust als Einzelhandelsstandort erlebt.
- Aus **städtebaulicher und einzelhandelsrelevanter Sicht** weist das gewachsene Zentrum (Hauptgeschäftsbereich) deutliche Schwächen sowohl im öffentlichen als auch im privaten Raum auf. Eine insgesamt geringe Einzelhandelsdichte, wenige Magnetbetriebe sowie eine Vielzahl von Mindernutzungen und Leerstände schwächen die Attraktivität des Stadtzentrums, so dass es nicht (mehr) die Funktion eines Hauptversorgungszentrums für die gesamte Stadt Viernheim übernimmt, sondern lediglich die Funktion als Stadtteil- oder Grundversorgungszentrum.
- Auf den **großflächigen Einzelhandel** entfallen ca. 40 % der Gesamtverkaufsfläche. Die räumlichen Schwerpunkte des großflächigen Einzelhandels befinden sich aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit und Flächenverfügbarkeit in den Bereichen des Rhein-Neckar-Zentrums und der Gewerbegebiete 3 und 4.
- **Quantitative Verkaufsflächenschwerpunkte** liegen in den Hauptbranchen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung/ Wäsche, Sportartikel/ Fahrräder/ Camping, Möbel und Baumarktsortimente. Auch hier befindet sich der Großteil der jeweiligen Verkaufsflächen im Rhein-Neckar-Zentrum und den Gewerbegebieten 3 und 4.
- Die **quantitative Verkaufsflächenausstattung** in Viernheim liegt bei 3,8 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner. Damit liegt der Wert deutlich über dem Bezugswert vergleichbarer Kommunen und weist gesamtstädtisch gesehen auf eine sehr gute Angebotssituation, gleichzeitig aber auch auf eine sehr angespannte Wettbewerbssituation hin.
- Die Ausstattung mit **Lebensmittelverkaufsfläche** liegt gesamtstädtisch bei 0,56 m<sup>2</sup> pro Einwohner, so dass sich auch in diesem Bereich die Verkaufsflächenausstattung deutlich über dem Durchschnitt vergleichbarer Kommunen befindet. Somit ist in Viernheim – gesamtstädtisch gesehen – einerseits eine sehr gute Verkaufsflächenausstattung festzustellen und andererseits bereits eine sehr angespannte Wettbewerbssituation vorhanden. In Bezug auf die räumliche Verteilung der Lebensmittelanbieter im Viernheimer Stadtgebiet ist aktuell lediglich der westliche Siedlungsbereich unterversorgt, was sich allerdings durch die Wiedereröffnung inkl. Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmittelanbieters Knupfer an der Beethovenstraße (im Herbst 2009) deutlich verbessern wird.

## 6 Analyse der Nachfragesituation

Das nachstehende Kapitel stellt die wesentlichen nachfrageorientierten Rahmenbedingungen des Viernheimer Einzelhandels dar. In diesem Zusammenhang wird insbesondere das Einkaufsverhalten der Viernheimer Bevölkerung detailliert analysiert. Wesentliche Grundlage für diese Analyse ist die in der Zeit vom 20. bis 25. Oktober 2008 vorgenommene Kundenherkunftserhebung in ausgewählten Einzelhandelsbetrieben im Stadtzentrum und den Gewerbegebieten<sup>21</sup>.

### 6.1 Einzugsgebiet

Vor dem Hintergrund der steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern finden räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten statt. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsinanspruchnahme und Freizeitgestaltung wahrgenommen. Daneben führen auch Einzelhandelsagglomerationen, deren kollektives Einzugsgebiet über das des einzelnen, jeweils dort angesiedelten Betriebes bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Vergrößerung des Einzugsgebietes einer Stadt als Einzelhandelsstandort. Auf der anderen Seite ist allerdings auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich das Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Auf der Grundlage der Kundenherkunftserhebung sowie der Berücksichtigung von Raumwiderständen und der Einordnung/ Bewertung von Konkurrenzstandorten /-zentren lässt sich das Einzugsgebiet der Stadt Viernheim folgendermaßen abgrenzen (vgl. dazu Karte 12).

#### Kerneinzugsgebiet (ohne Rhein-Neckar-Zentrum)

Das Stadtgebiet Viernheim wird mit einem Kundenpotenzial von rund 33.000 Einwohnern als Kerneinzugsgebiet definiert, da sich der überwiegende Anteil der Kunden des Untersuchungsgebietes (rund 75 % der Kunden aus dem Untersuchungsgebiet) aus diesem Bereich rekrutiert. Die durchgeführte Kundenherkunftserhebung stellt allerdings nur eine Momentaufnahme dar und wurde lediglich im Stadtzentrum und in einigen Betrieben in den Gewerbegebieten durchgeführt. Bei einer Berücksichtigung der Kunden im Rhein-Neckar-Zentrum wäre der

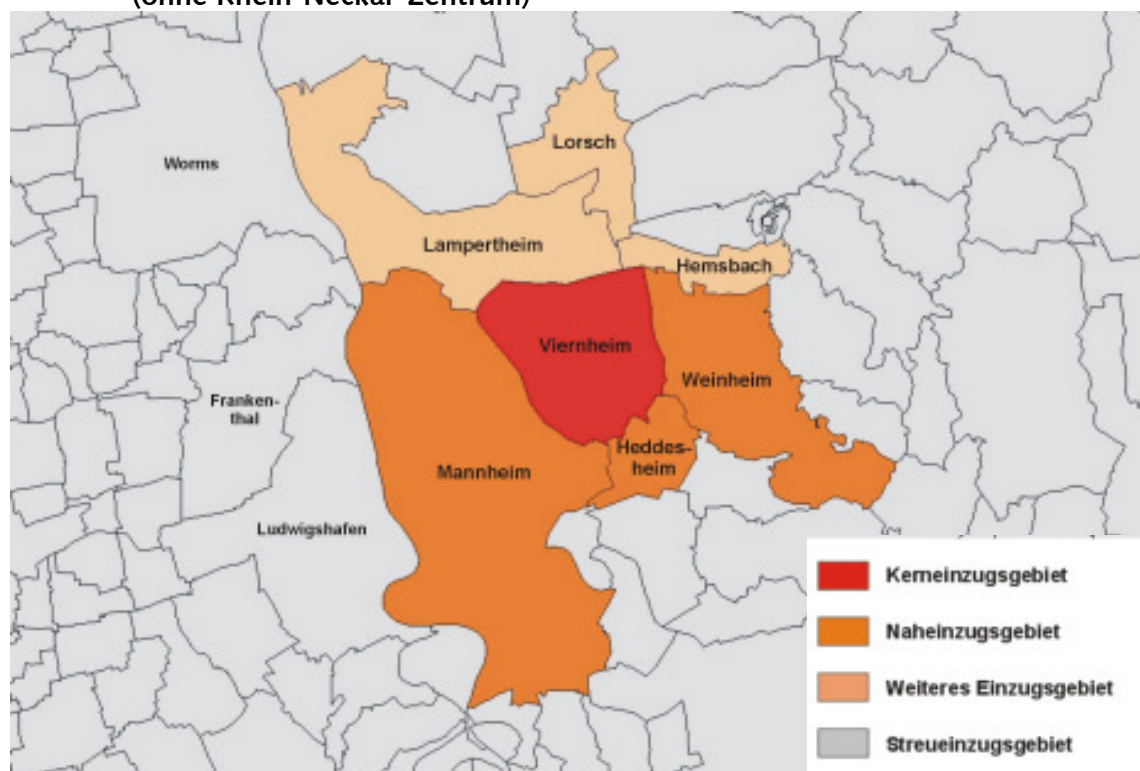
<sup>21</sup> Eine eigene Erhebung der Kundenherkunft im Rhein-Neckar-Zentrum war leider nicht möglich, da die ECE regelmäßig eigene Erhebungen durchführt. Diese wurden dem Gutachter allerdings nur in aggregierter Form zur Verfügung gestellt, so dass sie bei der Auswertung der Erhebung nicht berücksichtigt werden konnten.

Anteil der auswärtigen Kunden sehr wahrscheinlich deutlich höher, da das Rhein-Neckar-Zentrum über ein Einzugsgebiet von über einer Million Menschen in einer Fahrtzeit von 45 Minuten verfügt. Nach Angaben des ECE-Centermanagements stammen rund 97 % der Kunden des Rhein-Neckar-Zentrums aus dem Umland und nicht aus der Stadt Viernheim<sup>22</sup>.

### Näheres Einzugsgebiet (ohne Rhein-Neckar-Zentrum)

Dem näheren Einzugsgebiet werden Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zu Viernheim liegen. Dazu zählen mit einem Kundenpotenzial von rund 360.000 Einwohnern insgesamt die Nachbarkommunen Mannheim, Heddesheim und Weinheim. Rund 10 % der Viernheimer Kunden stammen aus dem näheren Einzugsgebiet.

### Karte 12: Verflechtungsbereiche des Viernheimer Einzelhandels (ohne Rhein-Neckar-Zentrum)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Kundenherkunftserhebung in Viernheim, Oktober 2008

### Weiteres Einzugsgebiet (ohne Rhein-Neckar-Zentrum)

Das weitere Einzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die keiner der oben genannten Städte zugeordnet werden können. Lediglich etwa 3% der Viernheimer Kunden werden aus diesem Bereich rekrutiert. Das weitere Einzugsgebiet umfasst die Kommunen Lampertheim, Lorsch und Hemsbach mit einem Kundenpotenzial von rund 57.000 Einwohnern.

<sup>22</sup> Quelle: ECE Centermanagement Viernheim, November 2008



### Streueinzugsgebiet

Als sogenannte „Streuumsätze“ des Viernheimer Einzelhandels werden daneben „Zufallskäufe“ von Personen außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bezeichnet. Dieser Kundenkreis stellt (zum Zeitpunkt der Erhebung) etwa 12% des Viernheimer Kundenpotenzials.

Insgesamt ergibt sich somit für den Einzelhandel in Viernheim ein Kundenpotenzial von rund 453.000 Einwohnern<sup>23</sup>, wobei zu berücksichtigen ist, dass sich die Anteile an dem damit verbundenen Kaufkraftpotenzial, die durch den Viernheimer Einzelhandel abgeschöpft werden, mit zunehmender Entfernung von Viernheim verringern und die Nachbarkommunen teilweise auf eigenem Stadtgebiet attraktive Einzelhandelsstandorte besitzen bzw. sich derzeit in Planung oder bereits in Bau befinden (z.B. Weiterstadt, Ludwigshafen), die einen Großteil der eigenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft binden.

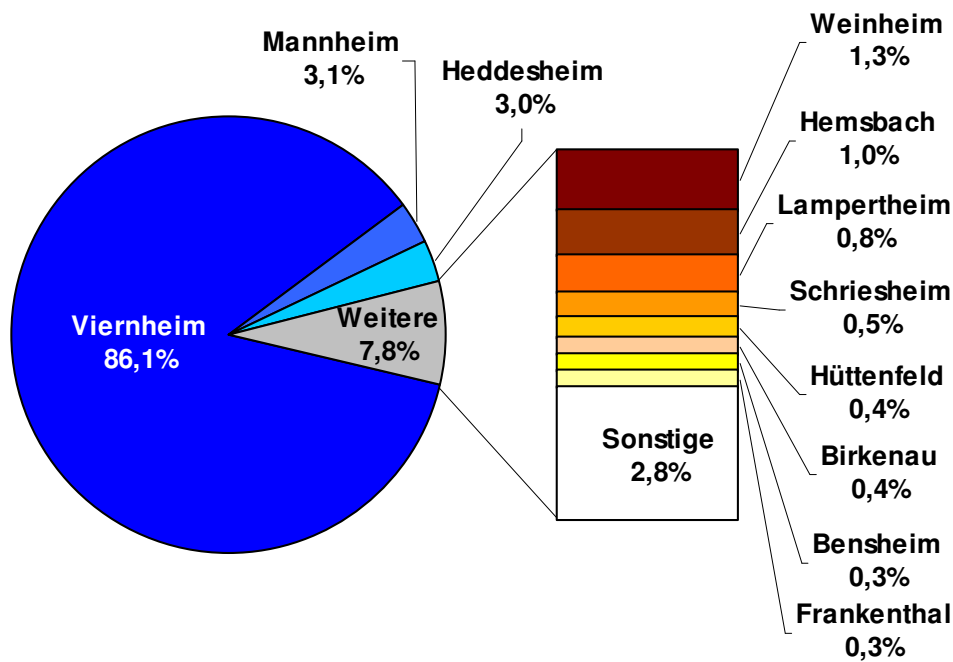
Auch hier muss erneut berücksichtigt werden, dass das Einzugsgebiet des Viernheimer Einzelhandels inkl. Rhein-Neckar-Zentrum deutlich größer ausfiele. Das ECE Centermanagement geht von einem Einzugsgebiet von rund einer Million Menschen innerhalb einer Fahrtzeit von 45 Minuten und einem Anteil auswärtiger Kunden von 97 % aus.

Eine differenziertere Betrachtung der Einzugsbereiche der verschiedenen Einzelhandelsstandorte in Viernheim zeigt ein unterschiedliches Bild:

- Im Viernheimer **Stadtzentrum** stammen rund 86 % der Kunden aus Viernheim (vgl. dazu Abbildung 1).
- Größere Anteile auswärtiger Kunden sind aus den Nachbarkommunen Mannheim (etwa 3 %) und Heddesheim (etwa 3 %) zu verzeichnen.
- Die übrigen Anteile sind sehr gering und verteilen sich auf verschiedene Kommunen in der Region.

<sup>23</sup> Hier wurde das Kundenpotenzial aus dem Streueinzugsgebiet nicht berücksichtigt, da dieses quantitativ nur schwer zu beziffern ist.

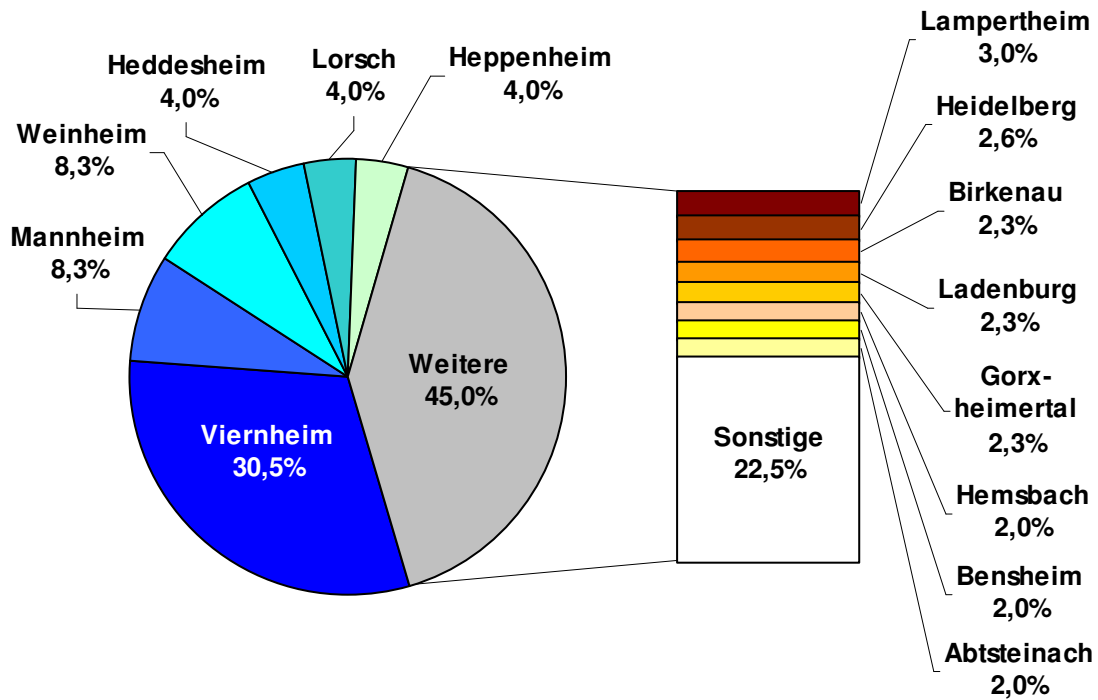
Abbildung 1: Einzugsbereich des Vierner Stadtzentrums



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Kundenherkunftserhebung in Viernheim, Oktober 2008, n=1.148

- An den **Standorten der Gewerbegebiete 3 und 4** (vgl. dazu Abbildung 2) dagegen ist ein deutlich größeres Einzugsgebiet festzustellen und der Anteil der Kunden aus Viernheim liegt bei rund 31 %, während dementsprechend fast 70 % der Kunden aus den umliegenden Kommunen stammen. Die Grundgesamtheit der befragten Kunden ist hier allerdings mit etwa 300 Fällen als gering zu bewerten. Leider war ein Großteil der in den Gewerbegebieten vorhandenen Filialisten nicht dazu bereit die Erhebung zu unterstützen, so dass nur etwa 300 Kunden befragt werden konnten. Allerdings erscheint das Ergebnis trotz der geringen Fallzahl aufgrund der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit und des großen Kundenpotenzials im Ballungsraum Rhein-Neckar realistisch zu sein.
- Die größten Kundenanteile stammen aus dem Oberzentrum Mannheim (ca. 8 %), Weinheim (ca. 8 %) sowie Heddesheim, Lorsch und Heppenheim (je ca. 4 %).

Abbildung 2: Einzugsbereich der Gewerbegebiete 3 und 4



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Kundenherkunftserhebung in Viernheim, Oktober 2008, n=302

## 6.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Anhand der bevölkerungs- und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in Viernheim vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial insgesamt und nach Branchen differenziert darstellen (vgl. dazu Tabelle 8). Die einzelhandelsrelevanten Werte der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG wurden dabei mit den erhobenen Bestandsdaten kompatibel gemacht, da sich in der Zusammenfassung einzelner Warenbereiche zum Teil geringfügige Unterschiede ergeben bzw. auch über den Einzelhandel im engeren Sinne hinausgehende Hauptwarengruppen (insbesondere der rezeptpflichtige Teil der Apotheken) herausgenommen wurden.

**Tabelle 8: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Viernheim**

Hauptwarengruppe	Mio. Euro pro Jahr	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	68,1	39,0
Blumen/ Zoo	1,9	1,1
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	9,7	5,5
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	6,8	3,9
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>86,5</b>	<b>49,5</b>
Bekleidung/ Wäsche	16,3	9,3
Schuhe/ Lederwaren	3,8	2,2
GPK/ Geschenkartikel/ Haushaltswaren	2,5	1,4
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	4,6	2,6
Sport und Freizeit	2,8	1,6
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>30,1</b>	<b>17,2</b>
Wohneinrichtungsbedarf	4,1	2,3
Möbel	10,8	6,2
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	4,5	2,6
Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video/ IT/ / Foto	12,7	7,3
Medizinische und orthopädische Artikel	4,3	2,5
Uhren/ Schmuck	1,9	1,1
Baumarktsortimente	15,7	9,0
Gartenmarktsortimente	3,0	1,7
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>56,8</b>	<b>32,5</b>
Sonstiges	1,4	0,8
<b>gesamt</b>	<b>174,8</b>	<b>100,0</b>

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG, 2008, eigene Berechnungen

- Insgesamt beträgt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für das Jahr 2008 für die Stadt Viernheim etwa 175 Mio. Euro.
- Die Verbrauchsausgaben pro Hauptwarengruppe sind dabei sehr unterschiedlich, wobei der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund 68 Mio. Euro und 39 % am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial den größten Anteil ausmacht. Mit deutlichem Abstand folgen die Hauptwarengruppe Baumarktsortimente mit etwa 9 % und Bekleidung/ Wäsche mit ca. 9 %. Weitere monetär bedeutsame Hauptwarengruppen sind Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Unterhaltungselektronik.

### 6.3 Umsätze und Zentralitäten des Viernheimer Einzelhandels

Durch die Verknüpfung der angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen lassen sich Aussagen zur Ausstrahlungskraft des Viernheimer Einzelhandels ableiten. Denn bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden nicht nur die Verkaufsflächen pro Hauptbranche und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, vielmehr wird die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dies erfolgt über durchschnittliche Flächenproduktivitäten (Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche) der Vertriebsformen, spezifische Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Viernheim. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Hauptwarengruppen daraus die in nachfolgender Tabelle dargestellten branchenspezifischen Umsätze in Viernheim. Dabei wurden z. T. Agglomerationen vorgenommen, um eine Kompatibilität mit den Angaben der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG zu erreichen. **Insgesamt setzt der Viernheimer Einzelhandel rund 402 Mio. Euro im Jahr um.**

Die Ausstrahlungskraft des Viernheimer Einzelhandels in die Nachbarkommunen wird durch die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer abgebildet. Diese wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und vorhandenem Nachfragevolumen (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) dargestellt. Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen oberhalb des Basiswertes auf eine Leistungsstärke bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Strukturschwächen des Einzelhandels hinweisen können.

Bei einer Gegenüberstellung des ermittelten Viernheimer Umsatzes und dem auf der Grundlage der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG Kennziffern ermittelten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial (ca. 175 Mio. Euro), ergibt sich ein **Zentralitätswert von 2,3** über alle Hauptwarengruppen, d.h. der Einzelhandel in Viernheim weist deutliche Stärken in seiner Angebotsstruktur auf und besitzt – über alle Warengruppen betrachtet – eine starke Ausstrahlungskraft über das Stadtgebiet hinaus.

Der **gesamstädtische Zentralitätswert** von 2,3 ist für ein Mittelzentrum als ungewöhnlich hoch zu bewerten, zumal weitere Oberzentren (Mannheim, Heidelberg) sowie weitere attraktive Mittelzentren in unmittelbare Nähe zu Viernheim vorhanden sind. Die insgesamt sehr hohen Zentralitätswerte entsprechen allerdings auch der in den meisten Warengruppen sehr guten und überdurchschnittlichen Ausstattungssituation, die insbesondere auf die Angebote im Rhein-Neckar-Zentrum und den Gewerbegebieten 3 und 4 zurückzuführen ist.

Innerhalb der Hauptwarengruppen zeigen die Zentralitätswerte folgendes Bild:

**Tabelle 9: Branchenspezifische Umsätze und Zentralitäten des Viernheimer Einzelhandels**

Hauptwarengruppen	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraftpotenzial in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	85,3	68,1	1,3
Blumen/ Zoo	1,5	1,9	0,8
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	21,1	9,7	2,2
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	19,0	6,8	2,8
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>126,9</b>	<b>86,5</b>	<b>1,5</b>
Bekleidung/ Wäsche	99,5	16,3	6,1
Schuhe/ Lederwaren	25,5	3,8	6,6
GPK/ Haushaltswaren/ Geschenkartikel	8,7	2,5	3,5
Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	20,3	4,6	4,4
Sport und Freizeit	40,3	2,8	14,4
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>194,3</b>	<b>30,1</b>	<b>6,5</b>
Wohneinrichtungsbedarf	4,5	4,1	1,1
Möbel	19,1	10,8	1,8
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	11,2	4,5	2,5
UEL/ Musik/ Video/ IT/ /Foto	26,5	12,7	2,1
Medizinische und orthopädische Artikel	2,5	4,3	0,6
Uhren/ Schmuck	3,3	1,9	1,8
Baumarktsortimente	9,8	15,7	0,6
Gartenmarktsortimente	3,2	3,0	1,0
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>80,0</b>	<b>56,8</b>	<b>1,4</b>
Sonstiges	1,2	1,4	0,9
<b>gesamt</b>	<b>402,4</b>	<b>174,8</b>	<b>2,3</b>

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG, Einzelhandelserhebung Viernheim, Juli 2008, eigene Berechnungen

- In den **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe** sind ungewöhnlich hohe Zentralitätswerte festzustellen. Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel verfügt über eine Zentralität von 1,3 und die Bereiche Gesundheit und Körperpflege sowie PBS/ Bücher/ Zeitungen/ Zeitschriften weisen Werte von über 2 auf, die auf die sehr gute Ausstattungssituation in diesen Warengruppen hinweisen.
- In den **Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs**, von denen die meisten auch als zentrenprägend bezeichnet werden können, sind insgesamt sehr hohe und absolut untypische Werte für ein Mittelzentrum vorhanden, die ebenfalls auf die sehr gute Ausstattungssituation an den Standorten Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiete 3 und 4 zurückzuführen ist. Insbesondere die Warengruppen Bekleidung/ Wäsche

(Zentralität 6,1) und Schuhe/ Lederwaren (Zentralität 6,6) stellen in der Regel die Leitbranchen eines Einkaufszentrums dar und tragen wesentlich zur Attraktivität und dementsprechend zur regionalen Ausstrahlungskraft bei. In Viernheim kommt aber auch der Warengruppe Sportartikel/ Fahrräder/ Camping mit einer ungewöhnlich hohen Zentralität von über 14 eine herausragende Bedeutung zu, wobei hier sowohl Angebote im Rhein-Neckar-Zentrum als auch verschiedene Fachmärkte in den Gewerbegebieten eine bedeutende Rolle spielen.

- Im **langfristigen Bedarfsbereich** sind insgesamt für ein Mittelzentrum zwar auch leicht erhöhte Zentralitätswerte festzustellen, allerdings sind sie in den meisten Warengruppen nicht so untypisch hoch wie in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs. Ausstrahlungskräfte über das Viernheimer Stadtgebiet hinaus sind im langfristigen Bedarfsbereich in den Warengruppen Wohneinrichtung (1,1), Möbel (1,8), Elektro/ Leuchten (2,5), Unterhaltungselektronik (2,1) sowie Uhren/ Schmuck (1,8) festzustellen, die in erster Linie auf die großflächigen Anbieter (Bauhaus, Media Markt, verschiedene Möbelanbieter) in den Gewerbegebieten zurückzuführen sind.

#### 6.4 Fazit zur Analyse der Nachfrageseite

---

- Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** der Stadt Viernheim beträgt **103,8** (2008) und liegt damit rund 4 % über dem Bundesdurchschnitt (100).
- Die Einwohner der Stadt Viernheim verfügen über ein **einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 175 Mio. Euro**, welches dem Einzelhandel in Viernheim pro Jahr potenziell zur Verfügung steht. Die Verbrauchsausgaben pro Hauptbranche sind dabei sehr unterschiedlich, wobei der höchste Einzelanteil mit rund 40 % auf den Bereich Nahrungs- und Genussmittel entfällt.
- Die **Umsätze** des Einzelhandels in Viernheim liegen bei **rund 402 Mio. Euro**, woraus ein **Zentralitätswert über alle Hauptbranchen von 2,3** resultiert. Insgesamt hat der Viernheimer Einzelhandel eine sehr starke Ausstrahlungskraft über das Stadtgebiet hinaus, was auf die sehr gute und in vielen Bereichen deutlich überdurchschnittliche und für ein Mittelzentrum untypische Verkaufsflächenausstattung zurückzuführen ist. Insbesondere die Standorte Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiete 3 und 4 mit zusammen über 100.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche weisen aufgrund ihrer attraktiven Angebotsstruktur und der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit eine sehr starke Ausstrahlungskraft in der gesamten Region des Ballungsraums Rhein-Neckar auf, die insbesondere die Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe betrifft. Insgesamt sind die Zentralitätswerte für ein Mittelzentrum im Ballungsraum in direkter Nachbarschaft zu weiteren Ober- und Mittelzentren als außergewöhnlich hoch zu bewerten.

## 7 Prognose der Verkaufsflächenspielräume

Die Ermittlung der Verkaufsflächenpotenziale dient grundsätzlich der Orientierung des bis zum Jahr 2018 voraussichtlich zu erwartenden Verkaufsflächenbedarfs in Viernheim. An dieser Stelle muss betont werden, dass diese Berechnung lediglich den groben Rahmen des zukünftigen Flächenbedarfs darstellen, so dass Abweichungen nach oben oder unten durchaus sowohl städtebaulich als auch absatzwirtschaftlich verträglich sein können, wenn die räumliche Umsetzung der Potenziale an einem geeigneten Standort stattfindet. Es wird davon ausgegangen, dass in den nächsten Jahren Kaufkraft- und Umsatzveränderungen eintreten werden, die sowohl angebotsseitig als auch nachfrageseitig Auswirkungen auf die erforderliche Verkaufsfläche haben werden.

Auf die Prognose der Verkaufsflächenspielräume wirken eine Reihe von Faktoren, für die entweder Prognosen herangezogen oder Annahmen getroffen werden. Insbesondere werden dabei folgende Kriterien berücksichtigt:

- Aktuelle Angebots- und Nachfragesituation
- Bevölkerungsentwicklung
- Haushaltseinkommen
- Umsatzentwicklung und einzelhandelsrelevante Umsatzkennziffern
- Kaufkraftentwicklung und einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern
- (Ziel-) Zentralitäten, branchenspezifisch und gesamtstädtisch
- Flächenproduktivitäten

Zum allgemeinen Verständnis ist bei der Ermittlung des Verkaufsflächenbedarfs folgendes zu berücksichtigen: Einzelhandelsumsatz und Kaufkraftpotenzial bedingen sich weitestgehend und entwickeln sich damit parallel, woraus folgt, dass bei der Prognose des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfs auf eine Verbindung von Status-quo-Werten und Zielgrößen – angebots- wie nachfrageseitig – zurückgegriffen wird.

Die einzelnen Eingangswerte der Verkaufsflächenprognose ergeben in Viernheim folgendes Bild:

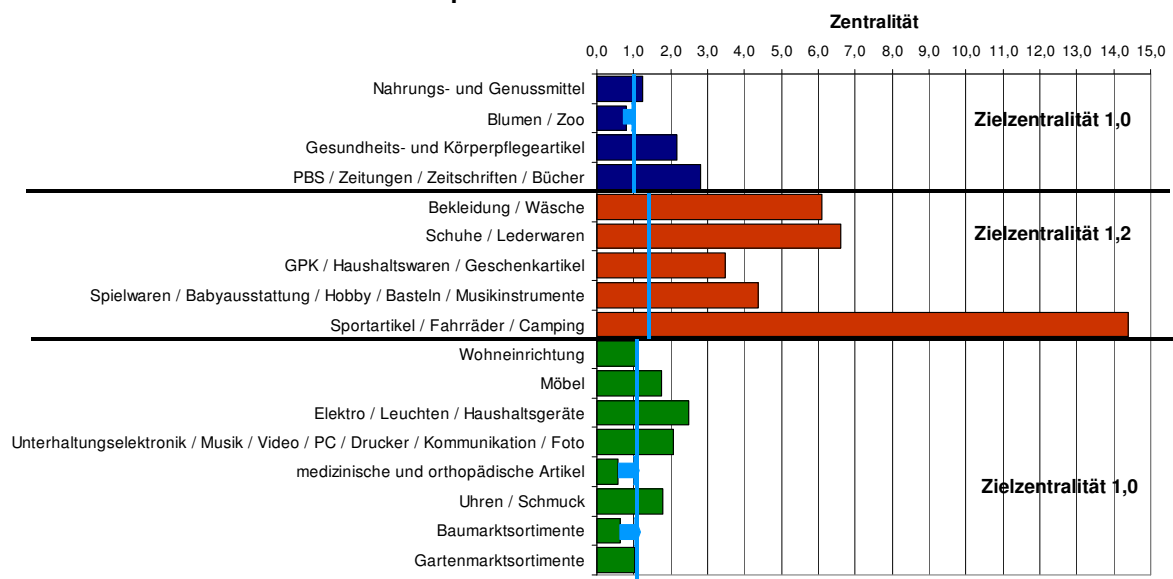
- Bei der **Bevölkerungsentwicklung** in der Stadt Viernheim wird für den Prognosezeitraum ein Bevölkerungsrückgang von etwa – 2,5 % bis zum Jahr 2020 prognostiziert<sup>24</sup>. Der somit aufgrund der negativen Bevölkerungsentwicklung leicht negative Trend der einzelhandelsrelevanten **Kaufkraft** für Viernheim fließt mit in die Prognoserechnung ein.

<sup>24</sup> Quelle: Universität Mannheim: Bevölkerungsentwicklung und Abschätzung des Wohnbauflächenbedarfs bis 2020 in der Region Rhein-Neckar, April 2008



- Es wird zudem davon ausgegangen, dass der **Umsatz** im Viernheimer Einzelhandel auf Grund der leicht rückgängigen Bevölkerungszahl ebenfalls rückläufig ist.
- Die zugrunde gelegten **Flächenproduktivitäten** werden in Form von Spannweiten in der Berechnung berücksichtigt, um ein Qualitätsspektrum potenzieller Anbieter und einen gewissen Entwicklungsspielraum abzubilden.
- In der Modellrechnung wird im Hinblick auf eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung im Bereich der Grundversorgung und auch im Hinblick der Funktion der Stadt Viernheim als Mittelzentrum **eine idealtypische Zielzentralität** von 1,0 im kurzfristigen, 1,2 im mittelfristigen und 1,0 im langfristigen Bedarfsbereich angenommen (vgl. dazu Abbildung 3).

**Abbildung 3: Zentralitäten und Zielzentralitäten als Grundlage für die Berechnung der Verkaufsflächenpotenziale**



Quelle: eigene Darstellung

An dieser Stelle soll noch einmal ausdrücklich betont werden, dass die durch den prognostizierten Verkaufsflächenbedarf rechnerisch ermittelten Potenziale lediglich einen „Orientierungscharakter“ besitzen. Erst durch die **Abwägung der ermittelten Verkaufsflächenpotenziale mit der jeweiligen Veranschlagung der potenziellen Verkaufsfläche eines konkreten Planvorhabens** nach

- Art (Betriebsform und –konzept)
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkonzept) sowie
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang der ermittelten Verkaufsflächenpotenziale)

kann die absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit und städtebauliche Verträglichkeit eines Vorhabens abgeschätzt und bewertet werden. An dieser Stelle bleibt somit festzuhalten, dass bei einer kurzfristigen und einmaligen Realisierung des prognostizierten Verkaufsflächen-

bedarfs nicht auszuschließen ist, dass es durch die zusätzliche Konkurrenz zu spürbaren Umsatzumverteilungen und schließlich zur Verdrängung bestehender Einzelhandelseinrichtungen kommen kann.

Die Folgen einer Einzelhandelsentwicklung sind wiederum abhängig von Art, Lage und Umfang der zusätzlichen Konkurrenz. Zudem sind einer über die ermittelten Potenziale hinausgehenden Ausweitung der Verkaufsflächen Grenzen gesetzt, da zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann. Bei darüber hinaus führenden realisierten Einzelhandelsvorhaben sind Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit Umsatzverluste bzw. eine Marktverdrängung bestehender Betriebe als Konsequenzen zu erwarten.

Besonders betroffen ist in diesem Zusammenhang der Bereich Lebensmittel, da dieser Sortimentsbereich insbesondere am Wohnstandort nachgefragt wird, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. Als Folge kann es zu Funktionsverlusten innerhalb des zentralen Bereiches Hauptgeschäftsbereich bzw. der Nahversorgungsstandorte kommen. Im Umkehrschluss können überdimensionierte Vorhaben an innerstädtischen Standorten aber auch zu einer Schwächung städtebaulich-integrierter Standorte beitragen. Diese Erläuterungen verdeutlichen die Mehrdimensionalität der Prognose der Verkaufsflächenpotenziale und stellen heraus, dass die Einordnung der Berechnungswerte in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext unabdingbar ist.

Für die Stadt Viernheim ergeben sich - rein rechnerisch – aufgrund der bereits dargelegten sehr guten und in vielen Bereichen überdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung keine zusätzlichen Flächenpotenziale. Marginale Erweiterungsspielräume sind lediglich in den Warengruppen, in denen die jeweils für die Bedarfsstufe optimale Zielzentralität noch nicht erreicht ist, vorhanden. Dies trifft lediglich auf die Warengruppen Blumen/ Zoo, medizinische und orthopädische Artikel sowie Baumarktsortimente zu.

An dieser Stelle soll allerdings noch einmal ausdrücklich betont werden, dass es, auch wenn rein rechnerisch nur in wenigen Warengruppen marginale Entwicklungsspielräume vorhanden sind, nicht gleichzusetzen ist mit einem Stillstand in der Viernheimer Einzelhandelsstruktur. Bei jedem Vorhaben muss neben dem geplanten Sortiment und der Verkaufsflächengröße insbesondere der mögliche Vorhabenstandort im Rahmen einer Beurteilung berücksichtigt werden. Sollte es sich dabei um einen aus städtebaulicher und versorgungsstruktureller Sicht positiven Standort (z. B. Stadtzentrum, Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee etc.) handeln, sind weitere Einzelhandelsbetriebe möglich und sogar positiv für den Gesamtstandort und tragen dort zur Attraktivität des gesamten Standortbereiches bei, auch wenn – rein rechnerisch betrachtet – keine Verkaufsflächenpotenziale vorhanden sind.

## 8 Entwicklungsperspektiven und –leitlinien

---

Vor allem für den Einzelhandel, der seit Jahren einem anhaltenden Wandel hinsichtlich der Standortentwicklung sowie der Betriebs- und Vertriebstypen unterliegt, ist eine neutrale Abschätzung mittelfristiger Entwicklungsperspektiven von Bedeutung. Zum Prognosezeitraum lassen sich im Allgemeinen auf unterschiedlichen Trendfortschreibungen basierende Annahmen zur Standortentwicklung treffen. In die Betrachtungen zu einem Einzelhandelskonzept für die Stadt Viernheim sind dabei die in fast allen Warengruppen nur marginal oder gar nicht vorhandenen Entwicklungspotenziale zu berücksichtigen (vgl. dazu Kapitel 7). Dies bedeutet, dass den Erweiterungs- bzw. Ansiedlungsmöglichkeiten von Einzelhandelsbetrieben Grenzen setzen bzw. die nur unter klaren Ziel- und Rahmenvorgaben (sowohl quantitativ als auch räumlich) ermöglicht werden sollten.

### 8.1 Szenarien der Einzelhandels- und Stadtentwicklung

---

Welche Entwicklung die Stadt Viernheim in Bezug auf die zukünftige Stadt- und Einzelhandelsentwicklung nehmen wird, hängt – neben den politisch motivierten Stadtentwicklungsvorstellungen – von dem „Schärfegrad“ der Anwendung des städtebaulichen und baurechtlichen Instrumentariums ab. Die folgenden Szenarien zeigen die Bandbreite der möglichen Entwicklungsoptionen mit Blick auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung auf. An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass die Szenarien bewusst überzeichnete Denkmodelle darstellen, die auf Grund hypothetischer Annahmen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung mögliche Entwicklungsperspektiven aufzeigen.

#### 8.1.1 Szenario 1: „Freies Spiel der Kräfte“

---

Trotz der aktuell bereits in vielen Bereichen sehr guten und überdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung und der in fast allen Warengruppen deutlich begrenzten absatzwirtschaftlichen Spielräume, ist die Entwicklung der Einzelhandelsansiedlungen in diesem Szenario durch eine geringe Steuerungsaktivität gekennzeichnet. Es findet weiterhin eine deutliche Abkehr von der Ausrichtung auf das Stadtzentrum statt, wobei insbesondere dem Ansiedlungsdruck auf nicht-integrierte Lagen (z. B. Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiete 3 und 4) weiter bzw. verstärkt stattgegeben wird. Ansiedlungsvorhaben, Verlagerungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben finden ohne eine ordnende Steuerung statt. Für Einzelhandel und Städtebau bedeutet dies, dass zahlreiche neue Einzelhandelsstandorte geöffnet werden können, was die Wahrscheinlichkeit von negativen Auswirkungen auf bereits bestehende, insbesondere gewachsene Zentren- und Versorgungsstrukturen (z. B. zentraler Bereich Stadtzentrum) durch Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender Einzelhandelsstandorte (weiter) erhöht. Zudem wäre die bestehende wohnortnahe Grundversorgung zum Teil stark gefährdet, da der Verdrängungswettbewerb deutlich zunehmen würde. Folgen dieser Entwicklung wären unter anderem Betriebsaufgaben und die Frage, wie zukünftig die Folgenutzung an verlassenen Standorten

aussehen könnte.

Für die Stadt Viernheim könnte dies bedeuten, dass die autokundenorientierten Standorte, insbesondere das Rhein-Neckar-Zentrum und die Gewerbegebiete 3 und 4, durch den weiteren Ausbau von Einzelhandelsnutzungen, an Bedeutung gewinnen. Bestehende, gewachsene Versorgungsstrukturen wie der zentrale Bereich des Zentrums in Viernheim oder die wohnungsnahe Grundversorgung wären akut gefährdet und würden deutlich an Attraktivität verlieren. Die Akteure aus Politik und Verwaltung würden sich somit von bestehenden Planungskonzeptionen abwenden. Bestehende und aktuell verfolgte Planungen (z. B. Förderprogramm aktive Kernbereiche) zur Stadtentwicklung würden konterkariert. Politik und Stadtplanung machten sich so zum „Investorenspielball“ und könnten lediglich auf Impulse von Außen reagieren, anstatt zu agieren. Auf der rechtlichen Seite bleibt festzuhalten, dass die Stadt ihre Planungshoheit zu großen Teilen aufgäbe. Es ist zudem nicht auszuschließen, dass es auch zu regionalen Klagen aufgrund negativer städtebaulicher Auswirkungen auf die Nachbarkommunen kommen könnte.

**Karte 13: Szenario 1: „Freies Spiel der Kräfte“ in der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung**



Quelle: eigene Darstellung

## Bewertung

Dadurch, dass Politik und Verwaltung ihre aktive Steuerung (im Sinne einer positiven Stadtentwicklung) aufgeben, würden sie zum „Investorenspielball“. Grundsätzlich wäre nur eine geringe bzw. einseitige Akzeptanz dieses Szenarios zu erwarten. Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit gingen verloren. Gewachsene städtebauliche Strukturen könnten in ihrer aktuellen Struktur nicht beibehalten werden. Die Folge wäre eine Verunsicherung aller Akteure, da die Politik der Stadt Viernheim kein verlässlicher Partner mehr für „alte“ und „neue“ Investoren wäre.

### 8.1.2 Szenario 2: „Bewahrung“

---

Die Einzelhandelsentwicklung ist durch eine sehr restriktive Steuerungspraxis charakterisiert, die den Fokus auf die „Bewahrung“ der vorhandenen Strukturen setzt und somit keine weiteren Einzelhandelsansiedlungen zulässt. Die Konzentration auf den zentralen Bereich Stadtzentrum wird in einer deutlich verschärften Form weitergeführt, was dazu führt, dass nahezu keine weiteren Einzelhandelsansiedlungen (insbesondere außerhalb des Stadtzentrums) ermöglicht werden. Nicht-integrierte Lagen werden auf den Status-Quo festgeschrieben. Ansiedlungsvorhaben, Verlagerungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben finden somit nur durch eine stark begrenzende Steuerung statt. Für Einzelhandel und Städtebau hätte dies zur Folge, dass der Druck auf die gewachsenen Zentren (Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee) stark zunimmt, um den Bestand an zeitgemäße Angebotsformen anzupassen. Aufgrund der städtebaulichen Rahmenbedingungen stellen sich Investitionen in diesen Bereichen als schwierig dar. Die Folgen wären unter anderem weitere Betriebsaufgaben und eine Abnahme der Einkaufsattraktivität. Andere Standorte und Nachbarkommunen würden dagegen an noch mehr Attraktivität gewinnen, was wiederum zu stärkeren Kaufkraftverlusten führte. Diese „Käseglockenpolitik“ stellt somit einen starken Eingriff ins Marktgeschehen dar und verhindert notwendige Impulse für eine zeitgemäße und nachfragegerechte Entwicklung des Einzelhandelsangebotes.

Für die Stadt Viernheim könnte dies zu einem weiteren Attraktivitätsverlust des zentralen Bereiches Stadtzentrum führen. Die Bevölkerung würde sich noch deutlich stärker als bisher in Richtung vorhandene nicht-integrierte Standorte (Rhein-Neckar-Zentrum etc.) oder in Richtung Nachbarkommunen orientieren, was in jedem Fall zu weiteren Kaufkraftverlusten führen würde. Die Akteure aus Politik und Verwaltung behielten ihre aktive Rolle und schafften Planungssicherheit, die allerdings durch einen Stillstand gekennzeichnet wäre.

Auf der rechtlichen Seite würden die umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten vollständig ausgeschöpft. Anfragen und Veränderungsanliegen könnten ggf. nur noch gerichtlich geklärt werden.

Karte 14: Szenario 2: „Bewahrung“



Quelle: eigene Darstellung

### Bewertung

Szenario 2 ist zwar in sich konsequent, führt allerdings insgesamt nicht zu positiven Effekten, da Innovationen und Investitionen massiv erschwert werden.

### 8.1.3 Szenario 3: „Steuerung mit Ausnahmen“

Diesem Szenario liegt die Annahme zugrunde, dass die Einzelhandelsentwicklung zwar grundsätzlich gezielt von Politik und Verwaltung gesteuert wird, in Einzelfällen allerdings Ausnahmen formuliert werden, die den zuvor abgestimmten Zielen und Grundsätzen der Einzelhandelsentwicklung widersprechen.

Somit wären, wenn dies im Einzelfall so beschlossen wird, in Viernheim im gesamten Stadtgebiet Einzelhandelsansiedlungen möglich, was auch zu einer Einzelhandelsentwicklung in städtebaulich nicht-integrierten Lagen führen kann. Eine Investitionssicherheit wäre aufgrund der unsicheren und vor allem untransparenten Planungs- und Entscheidungspraxis weder für bereits ansässige Betriebe noch für ansiedlungsinteressierte Einzelhandelsbetriebe gegeben.

Aus ökonomischer Sicht ist aufgrund der in einigen Branchen geringen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume in Viernheim von einem verstärkten Verdrängungswettbewerb auszugehen. Ein vermindertes Investitions- und Ansiedlungsinteresse innerhalb des bestehenden städtebaulich-integrierten Zentrums führte zu sinkenden Steuereinnahmen. Es käme zu absehbaren Kaufkraftverlusten in der Stadt durch fehlende wirtschaftliche Impulse.

Aus politischer und planerischer Sicht kommt es zu einem Widerspruch durch Inkonsistenz in den Entscheidungen. Ein freies Spiel des Marktes in Teilbereichen bzw. Einzelfällen steht einer ansonsten konsequenten Steuerung gegenüber, wodurch keine verlässliche politische Steuerung gegeben ist. Diese (für ausgewählte Investoren) freundliche Steuerungspraxis ermöglicht den Ausbau einzelner Einzelhandelsstandorte, bei dem die Gefahr besteht, die Zentrenentwicklung zu unterwandern und dadurch einen Attraktivitätsverlust des zentralen Bereiches Stadtzentrum und der Nahversorgungsstrukturen und somit eine Ausdünnung der Grundversorgung zu bewirken. Investorenwünsche an anderen Standorten, die aber nicht über die gleichen „Protégés“ verfügen, wären an dieser Stelle argumentativ nicht zu widerlegen, was ein Messen mit zweierlei Maß bedeuten würde. Aus rechtlicher Sicht entstehen dadurch eine Vielzahl von Problemen wie beispielsweise die Einschränkung der rechtlichen Eingriffsmöglichkeiten. Zudem besteht die Gefahr kommunaler oder auch regionaler Klagen. Die kommunale Planungshoheit wird nicht ausgeschöpft und Anfragen an anderen Orten sind nur schwer zu verhindern.

**Karte 15: Szenario 3: „Steuerung mit Ausnahmen“**



Quelle: eigene Darstellung

## **Bewertung**

Das Szenario ist insgesamt inkonsequent und gefährdet die Einzelhandels-, Zentren- und Stadtstrukturen. Zudem kann es zu einer Verunsicherung oder sogar Verprellung von Betreibern und Investoren kommen.

### **8.1.4 Szenario 4: „Neues Zentrum“**

---

Dieses Szenario geht davon aus, dass der Einzelhandel in Abhängigkeit von den ökonomischen Rahmenbedingungen auf den Standort des Rhein-Neckar-Zentrums konzentriert und dieser Bereich noch stärker als bisher als „neues“ Einzelhandelszentrum entwickelt wird, da dieser Standort bereits jetzt eine starke Einzelhandelsprägung und ein vollständiges innerstädtisches Angebot aufweist. Im Stadtzentrum dagegen ist die Ansiedlung von größeren Verkaufsflächen aufgrund der sehr kleinteiligen Bebauungsstruktur als sehr schwierig anzusehen.

Für Einzelhandel und Städtebau hätte dies zur Folge, dass sich das Ansiedlungsinteresse und die Investitionen zukünftig auf das Rhein-Neckar-Zentrum konzentriert. Aufgrund der städtebaulichen Rahmenbedingungen im Stadtzentrum und der Standortvorteile im „neuen Zentrum“ Rhein-Neckar-Zentrum kann es im Stadtzentrum zu weiteren Betriebsverlagerungen und –aufgaben kommen, so dass die Attraktivität des gewachsenen Stadtzentrums noch stärker als bisher abnehmen würde.

Aus ökonomischer Sicht ist in Anbetracht des sehr geringen absatzwirtschaftlichen Spielraums von einem verstärkten Verdrängungswettbewerb zu Lasten des Stadtzentrums auszugehen.

Aus politischer und planerischer Sicht stellt dieses Szenario eine weitere Abkehr von der Ausrichtung auf das Stadtzentrum dar. Es fände eine Abkehr von der (Innen-) Stadtentwicklung statt, so dass die bisherige Planungssicherheit einen neuen Rahmen bekäme. Ein Attraktivitätsverlust des Stadtzentrums wäre eine absehbare Folge; gleichzeitig kann es zur Ausdünnung der wohnungsnahen Grundversorgung kommen.

Auf der rechtlichen Seite wäre ein Verlust des Vertrauensschutzes alter Investoren zu beklagen. Planungs- und Rechtssicherheit würde „neu definiert“, da sich die Entwicklungen auf das „neue Zentrum“ konzentrieren würden.



Karte 16: Szenario 4: „Neues Zentrum“



Quelle: eigene Darstellung

## Bewertung

Dieses Szenario ist zwar in sich konsequent; insgesamt entstünden dadurch allerdings negative Effekte. Neben dem drohenden Funktionsverlust des Stadtzentrums wären bisherige Einzelhandels- und Stadtstrukturen gefährdet.

### 8.1.5 Fazit Szenarien

---

Die beschriebenen Szenarien stellen - bewusst in Form überzogener Modelle – extreme Gegenpole der Einzelhandels- und letztendlich auch der Stadtentwicklung dar, die allerdings so oder in ähnlicher Form an anderen Stellen diskutiert werden bzw. in der Realität auch existieren (insbesondere die „Steuerung mit Ausnahmen“ ist gängige Praxis in vielen Kommunen). Die alleinige Realisierung eines dieser Szenarien ist unwahrscheinlich und nicht zu empfehlen. Sie verdeutlichen allerdings die verschiedenen Problemlagen und dementsprechenden Konsequenzen sowohl für die Einzelhandels- als auch die Stadtentwicklung Viernheims.

Das im nachfolgenden Kapitel konkretisierte Leitbild soll eine Orientierung für die zukünftige Planungs- und Steuerungspraxis der Stadt Viernheim darstellen. Als vorrangige Aufgaben hat es sowohl die Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum als auch die Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung zum Ziel und entspricht somit auch den landesplanerischen Vorgaben des Landes Hessen (Landesentwicklungsplan Hessen 2000, Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht- Hinweise und Erläuterungen, 2005) in Hessen.

## 9 Einzelhandelskonzept für die Stadt Viernheim

---

### 9.1 Warum ist ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Viernheim sinnvoll?

---

Vor dem Hintergrund der ermittelten Rahmenbedingungen aus der Analyse der Angebots- und Nachfrageseite und der daraus resultierenden absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume ist eine zentrenverträgliche Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung auch weiterhin zu verfolgen.

Zentren- bzw. auch nahversorgungsrelevante Sortimente an städtebaulich nicht integrierten Standorten können durch Überschneidungen mit Angeboten im zentralen Versorgungsbereich und an integrierten bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (z.B. niedrigere Miet- und Grundstückspreise, geringere Betriebs- und Personalkosten, mehr Stellplätze, bessere verkehrliche Erreichbarkeit oder größere Flexibilität bei Erweiterungen) kurz- bis mittelfristig zu einem massiven Bedeutungsverlust der gewachsenen Zentrenstruktur (Stadtzentrum, Nahversorgungszentrum) sowie der Nahversorgungsstandorte führen. Vor dem Hintergrund dieser Überlegenheit städtebaulich nicht integrierter Standorte bzw. anderer Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (z. B. Rhein-Neckar-Zentrum, Gewerbegebiete 3 und 4) in Bezug auf Flächenpotenziale und Stellplätze sind eindeutige politische und planerische Aussagen seitens der Stadt Viernheim unerlässlich. Nur ein klares Konzept mit verbindlichen Aussagen zur zukünftigen räumlichen, quantitativen und qualitativen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung kann verhindern, dass die bestehende Zentren- bzw. Standortstruktur mit Konzentration auf das gewachsene Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum an Bedeutung verliert.

Dabei ergeben sich zudem klare Vorteile für alle beteiligten Akteure:

- Es wird eine zukünftig abgestimmte Weiterentwicklung der Einzelhandelsstrukturen im Konsens aller Akteure auf Ebene der Stadt Viernheim möglich.
- Klar formulierte Leitlinien und Grundsätze schaffen Planungs-, Rechts- und Investitionssicherheit für alle Beteiligten.
- Es wird ein Beitrag für eine aktive Wirtschafts- und Einzelhandelsentwicklung in der Stadt geleistet.
- Es wird eine stringente Ansprache potenzieller Investoren ermöglicht.
- Bisher getätigte Investitionen und vorhandene noch funktionstüchtige Einzelhandelsimmobilien bleiben weiterhin in Wert gesetzt.
- Vor allem durch eine quantitative Steuerung wird eine ruinöse Wettbewerbssituation verhindert.

Auf die Entwicklung des Viernheimer Einzelhandels hat neben den Einzelhändlern und den Haus- und Grundstückseigentümern nicht zuletzt auch die Stadt Viernheim als Träger der kommunalen Planungshoheit Einfluss.

So sind es Politik und Stadtverwaltung, die letztlich günstige Bedingungen im Rahmen ihres Ordnungs- und Baurechtes schaffen können, die es dann von interessierten Investoren und Betreibern auszufüllen gilt. Die aufgezeigten absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale sind somit nicht willkürlich im Stadtgebiet zu verorten, sondern speziell nach Art des Vorhabens und der Warensortimente, der Lage im Stadtgebiet und hinsichtlich der Größendimensionen des Vorhabens zu beurteilen.

**Das vorliegende Einzelhandelskonzept kann sich in diesem Zusammenhang als grundlegender Orientierungs- und Steuerungsrahmen für die weitere Einzelhandelsentwicklung in und für die Stadt Viernheim erweisen und durch einen entsprechenden politischen Beschluss der Stadtverordnetenversammlung als sonstiges städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.v. §1 (6) Nr.11 BauGB eine bedeutsame Abwägungsgrundlage für zukünftige Bauleitplanverfahren dienen.**

## **9.2 Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung**

---

Die übergeordneten zukünftigen Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Viernheim leiten sich aus der einzelhandelsspezifischen Situation der Gesamtstadt, den daraus resultierenden Bewertungen sowie allgemeinen Rahmenbedingungen (wie z. B. Bevölkerungsentwicklung und –verteilung, siedlungsräumliche und verkehrliche Situation, Beziehungsgeflecht zu den Nachbarkommunen, heutiger Einzelhandelsbestand und Versorgungssituation) ab. Auf dieser Grundlage werden Ziele und Maßnahmen für die einzelnen Bereiche der Stadt definiert, die eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung gewährleisten sollen. An dieser Stelle muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

### **Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in Viernheim**

Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes bestimmt sich in erster Linie durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche) und seine qualitative Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und –konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen). Nur durch ein Miteinander dieser beiden Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Viernheim attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten. Ziel muss es daher sein, eine Vielfalt (im oben genannten Sinne) für die Stadt Viernheim zu erlangen bzw. zu sichern. Dies hat zwangsläufig zur Folge, dass die Entwicklung in den einzelnen Bereichen gemäß der ihnen zuerkann-

ten Versorgungsfunktion gelenkt wird. So kommt dem Stadtzentrum eine zentrale Bedeutung nicht nur für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren innerstädtischen Funktionen wie Kultur, Bildung, Verwaltung, Gastronomie und Erholungseinrichtungen etc. und dem Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee eine Nahversorgungsfunktion für den nördlichen Siedlungsbereich zu, während es Aufgabe der Ergänzungsstandorte ist, die Angebotssituation in den zentralen Versorgungsbereichen funktional zu ergänzen. Zu einem attraktiven Einzelhandelsangebot zählt somit auch der großflächige nicht-zentrenrelevante Einzelhandel, der zukünftig an den Standorten Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiete 3 und 4 konzentriert und ausgebaut werden sollte.

### **Sicherung der landesplanerischen Funktion der Stadt Viernheim als Mittelzentrum**

Aus landesplanerischer Sicht sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Mittelzentrum kommt es der Stadt Viernheim dabei – neben der Versorgung der eigenen Bevölkerung – auch zu, verschiedene Versorgungsfunktionen für das Umland mit zu übernehmen. Aktuell nimmt der Viernheimer Einzelhandel diese Versorgungsfunktion bereits deutlich wahr, was in erster Linie auf die ausstrahlungskräftigen Standorte Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiete 3 und 4 zurückzuführen ist. Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung müssen daher – im gesamtstädtischen und regionalen Kontext – auf die Funktion als Mittelzentrum Rücksicht nehmen, um so eine Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes Viernheim zu gewährleisten.

### **Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee**

Die zentralen Versorgungsbereiche Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee stellen wichtige Einzelhandelsstandorte innerhalb der Stadt Viernheim dar, die sich, im Vergleich zu anderen ebenfalls quantitativ allerdings bedeutsameren Einzelhandelsstandorten wie dem Rhein-Neckar-Zentrum und den Gewerbegebieten 3 und 4, insbesondere durch ihre Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleister, Kultur- und Freizeitsowie Verwaltungs- und Erholungseinrichtungen etc.) auszeichnen.

Gleichwohl sind aktuell insbesondere im zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum sowohl deutliche quantitative als auch qualitative Schwächen vorhanden, die es zukünftig zu verbessern gilt. Auch wenn das ehemalige Hauptversorgungszentrum der Stadt Viernheim seine Funktion durch die erhebliche Konkurrenzsituation des Rhein-Neckar-Zentrums und der Gewerbegebiete eingebüsst hat, soll es zukünftig in seinem heutigen Bestand gesichert und nach Möglichkeit gestärkt werden. Dies entspricht auch den aktuellen Bemühungen aller Akteure, die sich im Rahmen des Förderprogramms „Aktive Kernbereiche“ die Stärkung und (Wieder-) Belebung der Viernheimer Innenstadt zum Ziel gesetzt haben. Zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere bei der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) wieder verstärkt auf das Stadtzentrum gesetzt werden.

Sowohl das Stadtzentrum als auch das Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee ge-

nießen den Status als schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche im Sinne u. a. der §§ 2 (2), 9 (2a) sowie 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. Während der zentrale Versorgungsbereich Stadtzentrum als lebendiges Stadtteil- bzw. Grundversorgungszentrum mit zentralen und stadtweiten Verwaltungs-, Bildungs-, Kultur-, Freizeit- und teilweise auch Einzelhandelsnutzungen entwickelt werden sollte, steht beim Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee die Sicherung und ggf. der Ausbau als Nahversorgungsstandort für den gesamten nördlichen Siedlungsbereich im Fokus.

### **Sicherung und ggf. Ausbau eines Nahversorgungsangebotes im gesamten Stadtgebiet**

Ein über alle Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Nahversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzeptes. Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtstadtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten (Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet bedingen) gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und –größen) abgestufte und ausgewogene Nahversorgungsstruktur im Viernheimer Stadtgebiet zu schaffen bzw. zu erhalten. In diesem Zusammenhang gibt es – angesichts der absehbaren Schließung der räumlichen Versorgungslücke im westlichen Siedlungsbereich durch die Wiedereröffnung des Anbieters Knupfer – keinen akuten Handlungsbedarf. Primäres Ziel sollte es somit sein, die vorhandenen Standorte und somit die gesamtstädtische Versorgungsstruktur zu sichern.

### **Sicherung und Stärkung der funktional gegliederten Versorgungsstruktur**

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation ist eine ausgewogene Versorgungsstruktur. Dabei liegt die Stärke eines Geschäftszentrums als gewachsener Versorgungsbereich insbesondere in der räumlichen Dichte und Vielfalt des – seiner Versorgungsstruktur entsprechenden – Einzelhandels- und Nutzungsangebotes bzw. seiner Funktionsvielfalt. Eine Öffnung neuer oder Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen, in denen insbesondere zentrenrelevante (über die Entwicklungspotenziale hinausgehende) Sortimente angeboten werden, führt in der Regel zu einer (weiteren) Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur und hat einen ruinösen Wettbewerb zur Folge.

### **Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe**

Großflächige Einzelhandelsstandorte bzw. –standortgemeinschaften wie im Rhein-Neckar-Zentrum oder den Gewerbegebieten 3 und 4, die sich außerhalb der gewachsenen Zentren befinden, sind zukünftig – im Sinne einer Arbeitsteilung – ausschließlich als funktionale

Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer Standorte) bzw. Umnutzungs- und Erweiterungsvorhaben bestehender Betriebe zunächst eine Vereinbarkeitsüberprüfung mit den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes oder aber auch – bei entsprechender Größenordnung - eine landesplanerische und städtebauliche Verträglichkeitsanalyse – auf der Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Empfehlungen – durchzuführen ist. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann.

### **Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzusiedelnden Einzelhandel**

Bei der Diskussion um neue Einzelhandelsentwicklungen in einer Kommune wird der bestehende Einzelhandel nach wie vor zu oft nur unzureichend in die entsprechenden Überlegungen und Entwicklungsvorstellungen mit einbezogen. Dabei ist es der vorhandene Bestand, der die Attraktivität und Ausstrahlungskraft eines Einkaufsstandortes nicht unwesentlich mitbestimmt. Dies ist jedoch nicht mit einer „Schutzglocke“ für den bestehenden Einzelhandel gleichzusetzen. Es bedeutet vielmehr, dass im Sinne der Bestandspflege auf der einen wie auf der anderen Seite bei zukünftigen Planungen die bestehenden Strukturen verstärkt in die Überlegungen und Diskussionen mit einzubeziehen sind.

### **Sicherung einer „nachhaltigen“ Stadtentwicklung, d.h. langfristig angelegten Entwicklung des Einzelhandels**

Eine nachhaltige Stadtentwicklung kann nur durch klare räumlich-funktionale Zuordnungen vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung erfolgen. Dafür ist eine verbesserte Funktionsteilung der Einzelhandelsbereiche notwendig, die keine direkte Konkurrenz, sondern eine Ergänzung der Angebote anstrebt.

## **9.3 Strategien und Maßnahmen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Viernheim**

---

Wesentlicher Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Viernheim ist das Entwicklungsleitbild. Das Leitbild basiert zum Einen auf der in der Analyse dargestellten Versorgungsstruktur, zum Anderen auf den allgemeinen, auf die Situation in Viernheim übertragenen, übergeordneten Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung.

Das Leitbild wird im Folgenden ausführlich dargestellt.

**Zentrale Bausteine** der Maßnahmen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes sind da-

bei:

- **Entwicklungsbereiche** (u.a. Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, Definition der Nahversorgungsstandorte und Ergänzungsbereiche),
- **Tabubereiche**, in denen zukünftig keine weitere Einzelhandelsentwicklung stattfinden soll
- sowie die Bereitstellung eines baurechtlichen Instrumentariums, u.a. die **Viernheimer Sortimentsliste**, die zur Feinsteuerung einzelner Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes dient.

#### 9.4 Räumliches Leitbild zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Viernheim

---

Grundgedanke des Leitbildes ist eine funktionale und einzelhandelsrelevante Gliederung der Versorgungsstrukturen in Viernheim, bei denen insbesondere folgende Zielsetzungen im Vordergrund stehen:

Zum Erhalt und Ausbau einer **gegliederten Zentrenstruktur** ist eine gezielte Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, unter Berücksichtigung der einschlägigen rechtlichen Rahmenbedingungen (BauGB, BauNVO, LEP Hessen) sowie die Ausschöpfung des baurechtlichen Instrumentariums, notwendig. Die verschiedenen Einzelhandelsstandorte im Viernheimer Stadtgebiet werden gemäß ihrer Versorgungsfunktion gesichert bzw. ausgebaut, wobei eine **Arbeitsteilung** der Standorte untereinander zu gewährleisten ist.

Zur Gewährleistung der Nahversorgung sollten die Nahversorgungsangebote mit Hilfe von klaren Standortdefinitionen bzw. - Funktionszuweisungen vorrangig auf die **zentralen Versorgungsbereiche Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee** konzentriert werden.

Strukturelle Verbesserungen wie beispielsweise die Abrundung des Betriebsformenmixes oder die Anpassung von Verkaufsflächengrößen einzelner Betriebe entsprechend der allgemeinen Entwicklungen stellen zentrale Punkte dar.

Im Hinblick auf die **Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum** in Viernheim sind Ergänzungen der Einzelhandelsstruktur anzustreben, um das Stadtzentrum zu sichern und zu stärken und (noch) weitere Funktionsverluste zu vermeiden. Zudem kann eine Abrundung des Branchen- und Betriebsformenmixes zu einer Verbesserung der Attraktivität des Stadtzentrums und zur Stärkung seiner (stadtweiten) Versorgungsfunktion insgesamt beitragen, um ihm so seine ehemalige Bedeutung als Hauptzentrum der Stadt (zumindest in Teilen) wieder zuzugestehen. Neben der Einzelhandelsfunktion spielen in Viernheim insbesondere weitere zentrale Einrichtungen bzw. Nutzungsarten wie kulturelle und gastronomische Einrichtungen sowie Verwaltungs- und Bildungsnutzungen eine wichtige Rolle und prägen deutlich den Zentrencharakter und die Versorgungsfunktion des gewachsenen Stadtzentrums der Stadt Viernheim.



Zudem sorgen die ergänzenden **Nahversorgungsstandorte** für eine flächendeckende (wohnungsnahe) Grundversorgung innerhalb der Stadt Viernheim.

Eine flächendeckende (wohnungsnahe) Grundversorgung innerhalb des Stadtgebiets kann in Viernheim nicht allein durch die beiden zentralen Versorgungsbereiche sichergestellt werden. Somit können Nahversorgungsstandorte (außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, jedoch an städtebaulich integrierten Standorten vorhandene Lebensmittelanbieter) diese vorhandenen räumlichen Lücken schließen. Durch die absehbare Wiedereröffnung des Lebensmittelanbieters Knupfer an der Beethovenstraße im Herbst 2009 wird auch die räumliche Versorgungslücke im Westen der Stadt Viernheim geschlossen werden, so dass aktuell kein Handlungsbedarf zur Neuansiedlung eines Lebensmittelanbieters besteht. Die Bestandssicherung der vorhandenen (städtebaulich und versorgungsstrukturell positiven) Standorte sollte als Ziel verfolgt werden.

Dadurch kann erst unter Berücksichtigung dieser solitären (jedoch städtebaulich integrierten) Standorte eine möglichst flächendeckende und umfassende wohnungsnahe Grundversorgungsstruktur in Viernheim gewährleistet werden. „Schutzstatus“ erfahren solche Standorte (nicht die jeweiligen Betriebe) sowohl durch § 11 (3) BauNVO als auch durch den Belange-Katalog des § 1 (6) Nr. 8a BauGB und durch § 34 (3a) BauGB. Somit sollten sie – als räumliche Ausprägung eines übergeordneten Ziels (verbrauchernahe Versorgung) im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes – definiert und entsprechend (graphisch und textlich) aufgeführt werden.

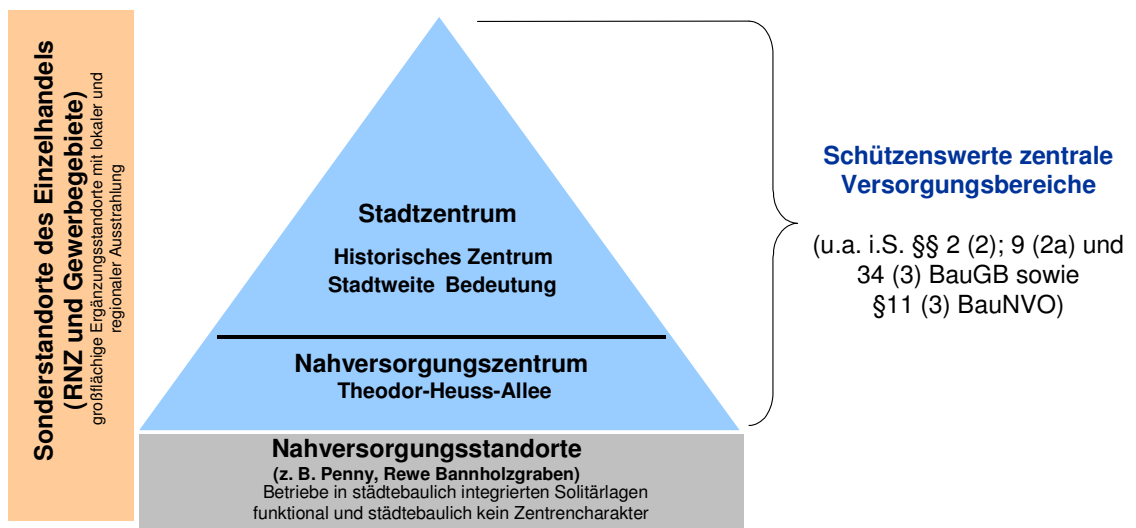
Diese positiv definierten Nahversorgungsstandorte, die für eine verbrauchernahe Grundversorgung von großer Bedeutung sind und auch zukünftig - im Falle einer ggf. notwendigen Verkaufsflächenerweiterung – positiv bewertet werden sollten, sind in Viernheim an folgenden Standorten vorhanden:

- Walter-Oehmichen-Straße (Rewe, Penny)
- Mannheimer Straße (Plus)
- Beethovenstraße (perspektivisch Knupfer)

Um die Entwicklung und Ansiedlung **großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** zu steuern, ist eine Konzentration dieser Betriebsformen an den Ergänzungsstandorten Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiete 3 und 4 im Sinne einer geordneten Stadtstruktur als Ziel zu verfolgen.

Durch die Umsetzung der Ziele unter **Ausschöpfung des baurechtlichen Instrumentariums** im Rahmen der Stadtentwicklungsplanung wird eine hohe Planungs- und Rechtssicherheit für alle Akteure erlangt. In möglichen Streitfällen bietet sich somit eine gute Rechtsposition.

Abbildung 4: Standorthierarchie in der Stadt Viernheim

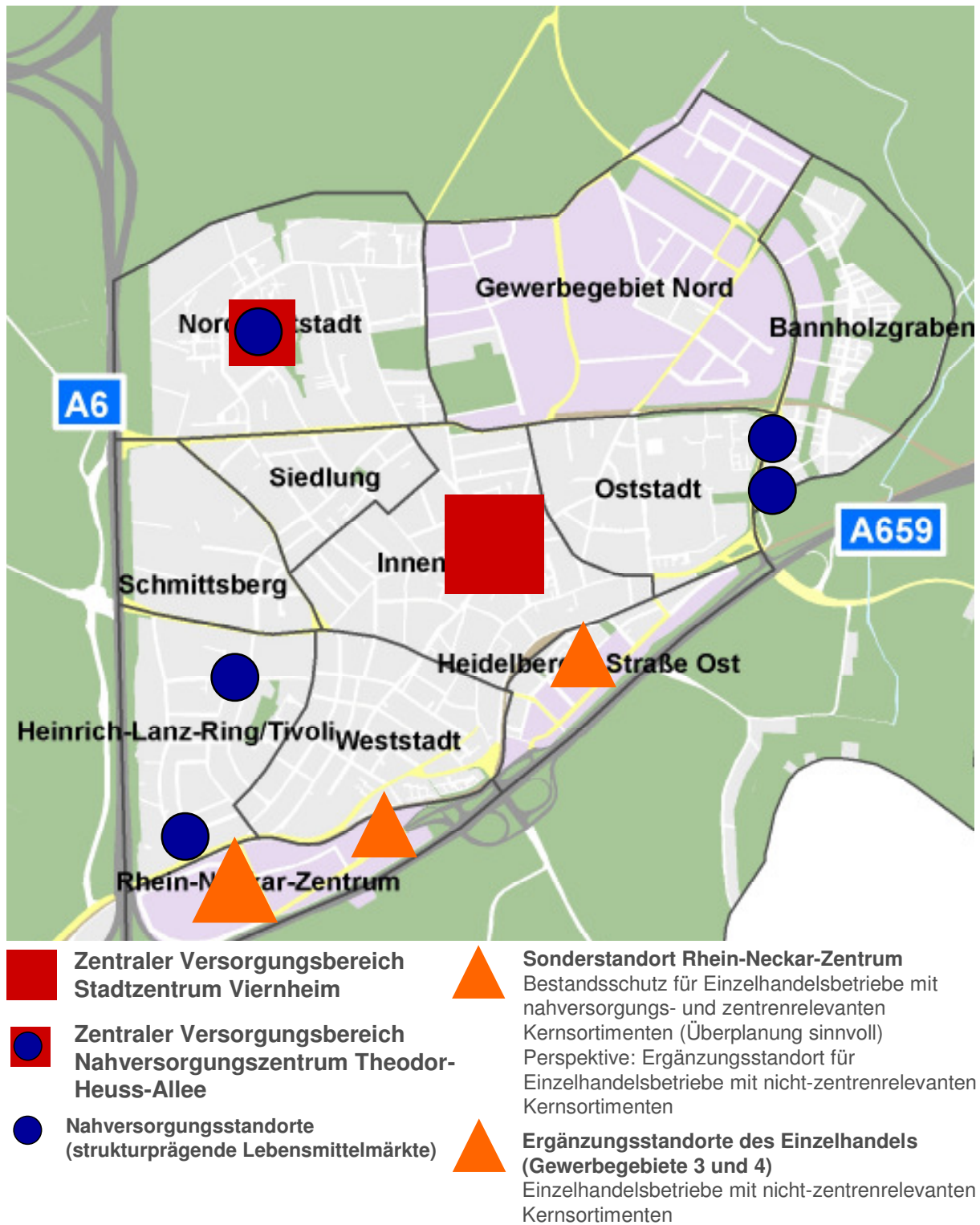


Quelle: eigene Darstellung

Das Leitbild ist insbesondere durch die Stärkung der innerstädtischen Funktionen auf der einen Seite sowie die Sicherung bzw. den Ausbau der Nahversorgung bzw. bestehender Strukturen im gesamten Stadtgebiet unter Berücksichtigung stadtentwicklungspolitischer und betriebswirtschaftlicher Aspekte auf der anderen Seite charakterisiert.

Es ist darauf hinzuweisen, dass **ausschließlich** die im weiteren Verlauf als **zentrale Versorgungsbereiche** bezeichneten Standorte **Stadtzentrum** und **Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee** - nicht aber sonstige Einzelhandelsstandorte – im Hinblick auf die rechtlichen Rahmenbedingungen **als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne u. a. der §§ 2 (2), 9 (2a) sowie 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO** fungieren und somit **schützenswert** sind.

Karte 17: Räumliches Leitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Viernheim



Quelle: eigene Darstellung

## 10 Viernheimer Sortimentsliste

---

### 10.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

---

#### Ausgangssituation

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortiments-spezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB sowie § 11 (3)) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten) und bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortiments-spezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO relevant. Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden<sup>25</sup>. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine gemeindespezifische Sortimentsliste abzustellen, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen aber auch zu den Entwicklungsperspektiven einer Kommune besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente oder auch der Verweis auf andere Listen (z.B. Kölner Liste) im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft<sup>26</sup>.

---

<sup>25</sup> Vgl. dazu Urteil des Oberverwaltungsgerichts NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

<sup>26</sup> Bestätigt durch zahlreiche Urteile des OVG Münster 2004 und 2005.

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und - zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen - auch nicht-zentrenrelevanter Sortimente empfohlen wird<sup>27</sup>.

### Begriffsdefinition

Im Hinblick auf die in der Praxis übliche Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Gruppen. Vorab wird zur Erläuterung der Begriffe zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente eine Zuordnung der unterschiedlichen Merkmale nach folgendem Kriterienkatalog vorgenommen:

Kriterium	Merkmale	
	Zentrenrelevanter Sortimente	Nicht-zentrenrelevanter Sortimente
<b>Städtebauliche und Einzelhandelsstruktur</b>	notwendig für einen attraktiven Branchenmix hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	nicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht integriert
<b>Besucherfrequenz</b>	erzeugen und benötigen hohe Besucherfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besucherfrequenz
<b>Integrationsfähigkeit</b>	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z.B. Möbel) autokundenorientiert
<b>Einzelhandelszentralität</b>	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i.d.R. hohe kommunale und z.T. auch regionale Ausstrahlungskraft
<b>Kopplungsaffinität</b>	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i.d.R. gezielt angefahren, geringe bis keine Koppelungen mit anderen Aktivitäten
<b>Transportfähigkeit</b>	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d.h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i.d.R. Kfz notwendig

<sup>27</sup> vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485

**Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- und Grundversorgungszentren zentrenprägende Funktion ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Sie sind somit nicht stets, sondern gegebenenfalls als zentrenrelevant einzustufen. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

### Landesplanerische Vorgaben des Landes Hessen

Bei der Aufstellung von Sortimentslisten sind die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen beispielsweise durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse zu beachten. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass es „eine Legaldefinition dafür, welche Warensortimente „zentrenrelevant“ sind“ nicht gibt, auch nimmt die Handlungsanleitung des Landes Hessen über Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Planungsrecht (2005) nicht für sich in Anspruch die Zentrenrelevanz bestimmter Warengruppen abschließend festzulegen. Somit bedarf es „einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation, wenn zum Schutz etwa des Innenstadtbereichs bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden sollen“.<sup>28</sup> „Die Zentrenrelevanz kann in Einzelfällen in Abhängigkeit von dem vorhandenen Angebotsbestand in den jeweiligen Zentren und in Abhängigkeit von der städtebaulichen Situation differieren.“<sup>29</sup>

In Hessen liefert die Handlungsanleitung Großflächige Einzelhandelseinrichtungen (2005) eine Grundlage für die Erstellung und die Inhalte von Sortimentslisten, in dem sie folgende Sortimente als zentrenrelevant definiert<sup>30</sup>:

- Sortimente der Grundversorgung/ des kurzfristigen Bedarfs (Lebensmittel, Drogeriewaren, Haushaltswaren)
- Bücher/ Zeitschriften/ Papier/ Schreibwaren/ Schulbedarf
- Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenk- und kunstgewerbliche Artikel
- Kunst, Antiquitäten
- Baby-, Kinderartikel
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Wäsche, Stoffe, Kurzwaren
- Unterhaltungselektronik, Elektrohaushaltswaren
- Fotogeräte, optische Erzeugnisse und Zubehör
- Gesundheitsartikel, Kosmetik, Apotheken-, Sanitätswaren
- Einrichtungszubehör, Haus- und Heimtextilien, Kunstgewerbe, Bastelartikel, Leuchtkörper, Raumausstattung

<sup>28</sup> Kuschnerus 2007, Rd.Nr. 528 sowie Urteil des OVG NRW vom 03.06.2002 (AZ 7 a D 92/00.NE)

<sup>29</sup> vgl. Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Planungsrecht – Hinweise und Erläuterungen (Neufassung 2005)

<sup>30</sup> vgl. Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Planungsrecht – Hinweise und Erläuterungen (Neufassung 2005), Anlage 1

- Musikalienhandel, Bild- und Tonträger
- Uhren, Schmuck, Silberwaren
- Spielwaren, Sportartikel, Jagdbedarf
- Blumen, Zooartikel, Tiernahrung

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i.d.R. stärker differenziert sind.

Im Rahmen der Aufstellung der Viernheimer Sortimentsliste wurden neben den landesplanerischen Vorgaben insbesondere bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die (sehr ungewöhnliche) lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Viernheim näher betrachtet. Insgesamt ist aber dennoch festzuhalten, dass die landesplanerischen Vorgaben bei der Definition der zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Viernheim beachtet worden sind. In einzelnen Fällen weicht die Viernheimer Sortimentsliste von der vorgegebenen Liste der zentrenrelevanten Sortimente ab. Dies wird allerdings an gegebener Stelle plausibel begründet.

## **10.2 Herleitung der Viernheimer Sortimentsliste**

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus<sup>31</sup> stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Aufstellung eines gemeindlichen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Der Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegen regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot diese Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeindespezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes/ Einzelhandelskon-

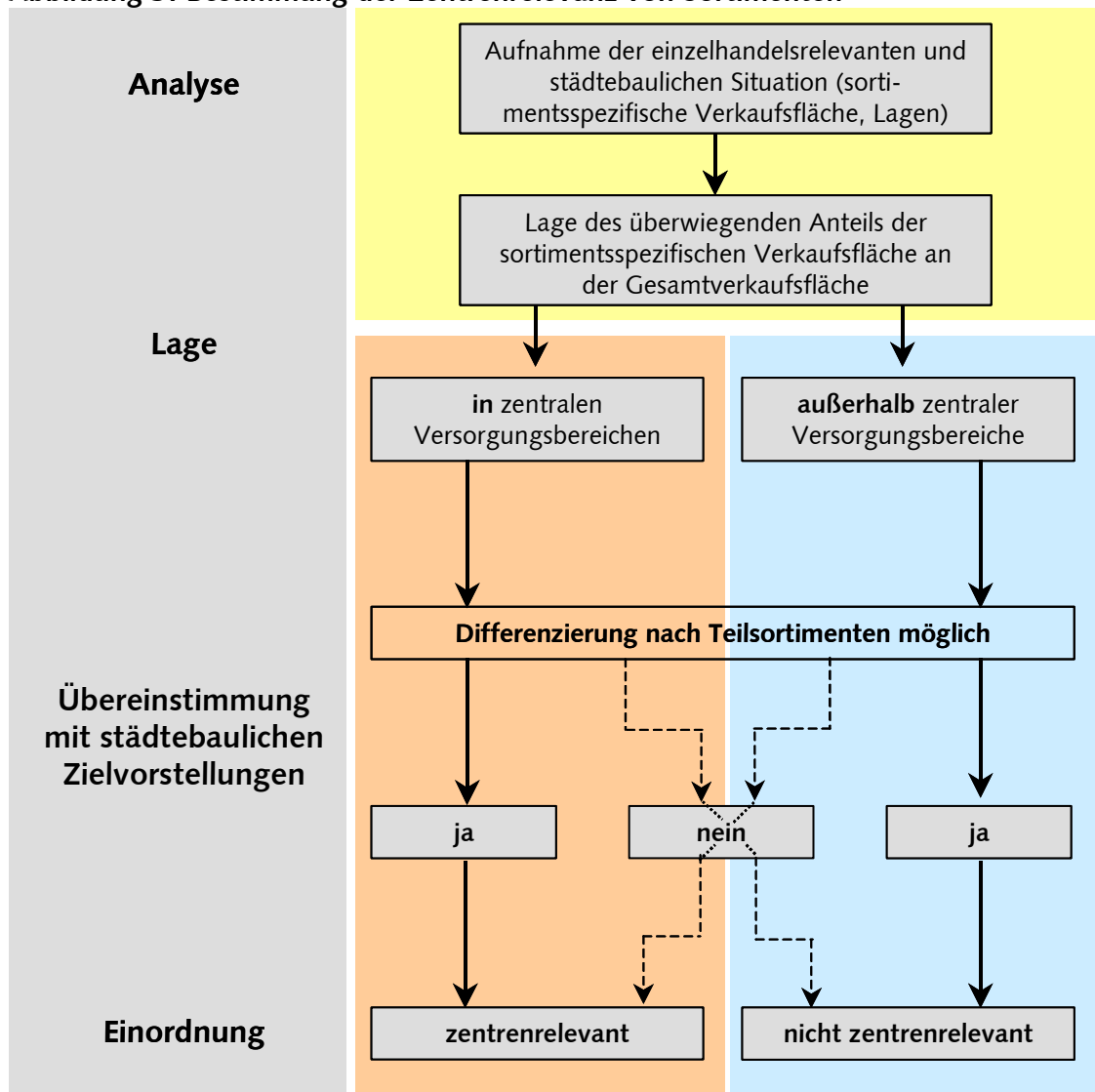
<sup>31</sup> Vgl. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 530

zept notwendig).

Eine gemeindespezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

Das Vorgehen bei der Bestimmung der Zentrenrelevanz der Sortimente im Viernheimer Stadtgebiet ist in dem folgenden Schaubild dargestellt:

**Abbildung 5: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten**



Quelle: eigene Darstellung



Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Viernheim sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in Viernheim aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Viernheim ergibt sich die im Folgenden dargestellte Viernheimer Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 10: Viernheimer Sortimentsliste

<b>Viernheimer Sortimentsliste</b>	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
<i>Nahversorgungsrelevante Sortimente (ggf. zentrenrelevant)</i>	
Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Wasch- und Putzmittel Getränke Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren und Getränke) Pharmazeutika, Reformwaren Schnittblumen Zeitungen / Zeitschriften	
<b>Antiquitäten</b> <b>Bekleidung</b> Bettwäsche Bild- und Tonträger Bücher Büromaschinen <b>Computer und Zubehör</b> <b>Elektrokleingeräte</b> <b>Fahrräder und Zubehör</b> <b>Foto</b> <b>Gardinen und Zubehör</b> Geschenkartikel Glas/Porzellan/Keramik <b>Handarbeitsbedarf/Kurzwaren/Meterware</b> Stoffe / Wolle Haushaltswaren (Küchenartikel und – geräte - ohne Elektrokleingeräte; Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer, -körbe, Besen, Kunststoffbehälter, - schüsseln) Heimtextilien, Dekostoffe Haus- und Tischwäsche	<b>Hörgeräte</b> Kinderwagen <b>Kunstgewerbe / Bilder/ Bilderrahmen</b> <b>Lampen, Leuchten, leuchtmittel</b> Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme <b>Musikinstrumente und Zubehör</b> <b>Optik, Augenoptik</b> <b>Papier, Bürobedarf, Schreibwaren</b> <b>Sanitätsbedarf</b> Schuhe Spielwaren, Bastelartikel Sportartikel / -geräte (ohne Sportgroßgerä- te) Sportbekleidung Sportschuhe <b>Telekommunikation und Zubehör</b> <b>Uhren/Schmuck</b> Unterhaltungselektronik und Zubehör <b>Wäsche/Miederwaren/Bademoden</b> <b>Waffen, Angler- und Jagdbedarf</b>
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	
<b>Bauelemente, Baustoffe</b> Boote und Zubehör Bodenbeläge, Teppiche Büromöbel <b>Camping und Zubehör</b> <b>Eisenwaren / Beschläge</b> Elektrogroßgeräte Elektroinstallationsmaterial Erotikartikel <b>Farben/Lacke</b> Fliesen <b>Gartenbedarf/-geräte (auch Terrakotta,            Gartenhäuser)</b> Gartenmöbel Heizungen <b>Installationsmaterial</b>	<b>Kamine/Kachelöfen</b> KFZ- und Motorradzubehör Küchenmöbel <b>Maschinen/Werkzeuge (auch Gartenma-            schinen wie Rasenmäher, Wasserpum-            pen)</b> Matratzen/ Bettwaren (ohne Bettwäsche) Möbel <b>Pflanzen/Samen</b> <b>Reitsportartikel</b> Rollläden/Markisen <b>Sanitäreinrichtungen und Zubehör</b> Sportgroßgeräte Tapeten <b>Zoologischer Bedarf</b>

Quelle: eigene Darstellung u.a. auf Grundlage verschiedener Einzelhandelserhebungen

Die Zentrenrelevanz eines Sortimentes ergibt sich dabei aus zwei Kriterien:

- Zum Einen aus der **konkreten aktuellen Verteilung** der Einzelhandelsangebote in der Stadt Viernheim (Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen) sowie
- zum Anderen aus der definierten (da städtebaulich erforderlichen) **Zielperspektive**, die ein Sortiment zu einem zentrenrelevanten macht, sofern dieses – obgleich aktuell nicht oder nur marginal in den Zentren vertreten – für die (zukünftige) Attraktivität und Lebensfähigkeit des Viernheimer Zentrums von Bedeutung ist. Grundvoraussetzung hierfür ist allerdings, dass eine Realisierung (d. h. Ansiedlung eines entsprechenden Anbieters) realistisch ist.

Für die Stadt Viernheim zeigt sich eine ungewöhnliche Situation. Aktuell ist nur ein sehr geringer Anteil der Gesamtverkaufsfläche in den Viernheimer Zentren vorhanden. Die Verkaufsflächenschwerpunkte befinden sich im Rhein-Neckar-Zentrum und den Gewerbegebieten 3 und 4. Somit kommt der Zielperspektive bei der Erstellung der Viernheimer Sortimentsliste eine besondere Bedeutung zu (vgl. dazu Kapitel 5.2.1).

So liegen beispielsweise nur sehr geringe Anteile der Verkaufsflächen in den Sortimenten, Gesundheit und Körperpflege (ca. 20 %). PBS/ Bücher (ca. 5 %), Bekleidung/ Wäsche (ca. 4 %), Schuhe/ Lederwaren (ca. 1 %), GPK/ Haushaltswaren/ Geschenkartikel (ca. 5 %), Spielwaren /ca. 6 %) oder Unterhaltungselektronik (ca. 7 %) innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche.

Perspektivisch sollte dieser Anteil innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum allerdings erhöht werden, da gerade diese innenstadttypischen Sortimente bzw. Warengruppen die Attraktivität und auch Zentralität eines Zentrums maßgeblich determinieren und für einen attraktiven Branchen- und Betriebsformenmix mit einer möglichst großen Sortimentsvielfalt von Bedeutung sind.

Ebenfalls vergleichsweise gering ist der innerstädtische Anteil im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. In diesem Bereich befinden sich lediglich etwa rund 11 % innerhalb des Stadtzentrums. Perspektivisch sollte auch dieser Anteil erhöht werden, da gerade diese Warengruppe wesentlich zur Attraktivität und Lebensfähigkeit und auch zur Profilierung des Standortes beiträgt. Insbesondere in kleineren Städten bzw. Zentren wie Viernheim, in denen das Stadtzentrum in erster Linie (neben der Versorgung mit Waren des mittelfristigen Bedarfs wie Bekleidung, Schuhe etc.) auch eine Nah- bzw. Grundversorgungsfunktion für die Einwohner der Stadt übernimmt, sind Betriebe aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit und Körperpflege von besonders großer Bedeutung, da sie als Frequenzbringer für das gesamte Zentrum dienen und einen wesentlichen Beitrag zur Lebendigkeit des Zentrums leisten.

Entgegen der empfohlenen Sortimentsliste der zentrenrelevanten Sortimente der Handlungsanleitung des Landes Hessen definiert die Stadt Viernheim das Teilsortiment Matratzen/ Bettwaren (ohne Bettwäsche) der Warengruppe Einrichtungszubehör, als nicht-zentrenrelevant, da dies der städtebaulichen Zielvorstellung der Stadt Viernheim entspricht. Dieses Sortiment wird heute bereits zu großen Teilen als Randsortimente im Bau-

markt oder Möbelhaus in überwiegend nicht-integrierten Lagen angeboten und spielt unter Berücksichtigung der benötigten Flächengrößen und Flächenproduktivitäten dieser Angebotsformen auf der einen Seite sowie üblichen Flächenstrukturen (kleinteilige Bebauungsstruktur) und Mietpreisen im zentralen Versorgungsbereich nur eine untergeordnete Rolle bei perspektivischen Überlegungen zum notwendigen Angebotsspektrum zentrenrelevanter Sortimente im Stadtzentrum.

## 11 Entwicklungs- und Tabubereiche

---

Im Folgenden werden jene Bereiche, deren Entwicklung bzw. Sicherung/ Ausbau im Sinne der stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen als Einzelhandelsstandorte zu befürworten sind, aufgezeigt, um anschließend auf die Tabubereiche einzugehen, die grundsätzlich nicht für eine einzelhandelsrelevante Entwicklung genutzt werden sollen.

### 11.1 Entwicklungsbereiche und zentrale Versorgungsbereiche

---

Bei den Entwicklungsbereichen handelt es sich um folgende Versorgungsbereiche bzw. Standorte:

#### 11.1.1 Entwicklungsbereich: zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum

---

Der im Stadtzentrum angesiedelte Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten dient in der Regel der gesamtstädtischen und in der Regel stadtübergreifenden Versorgung.

Das Stadtzentrum nimmt als Knotenpunkt wirtschaftlicher und sozialer Beziehungen eine zentrale Rolle ein. Insbesondere der dort ansässige Einzelhandel stellt einen wichtigen Baustein dar, da er vor allem für eine ausreichende Besucherfrequenz sorgt. Eine dauerhafte und hohe Frequenz wiederum sorgt erst für die gewünschte Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität eines Zentrums.

In Viernheim allerdings ist die besondere Situation vorhanden, dass das Stadtzentrum, wie bereits aufgezeigt, aktuell nicht (mehr) die Funktion als Hauptversorgungszentrum in der Stadt Viernheim erfüllen kann. Diese wird vom Rhein-Neckar-Zentrum mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 55.000 m<sup>2</sup> übernommen. Durch dieses übermäßige Konkurrenzangebot von zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der gewachsenen Zentrenstrukturen (Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiete 3 und 4) hat das Stadtzentrum in den zurückliegenden Jahrzehnten massiv an Bedeutung verloren.

Zukünftig soll diese Versorgungsfunktion allerdings (wieder) gestärkt werden. Auch wenn eine Entwicklung des Viernheimer Stadtzentrums als starker Einzelhandelsstandort aufgrund der vorhandenen Konkurrenzsituation (Rhein-Neckar-Zentrum) als unwahrscheinlich einzuschätzen ist, sollte der vorhandene Bestand innerhalb des Stadtzentrums gesichert und, falls möglich, ausgebaut werden. Eine Verbesserung der Versorgungsqualität und Optimierung des Branchenmixes sollte angestrebt werden.

In diesem Zusammenhang sollte insbesondere die Funktion als Grundversorgungs-/ Stadtteilzentrum (für den Innenstadtbereich und angrenzende Stadtteile) im Vordergrund stehen. Dies entspricht auch heute schon der Versorgungsfunktion des Stadtzentrums. Eine Profilierung des Stadtzentrums, auch um sich vom attraktiven Einzelhandelsangebot im

Rhein-Neckar-Zentrum abzugrenzen und ein eigenes Profil zu entwickeln, kann darin bestehen, das Stadtzentrum (wieder) zum lebendigen Mittelpunkt der Stadt zu machen, der sich insbesondere auf die Grundversorgung der (Innenstadt-)Bevölkerung konzentriert. Erste Ansätze sind bereits durch die Lebensmittelanbieter und verschiedene ergänzende Fachgeschäfte (Obst und Gemüse, Bioladen) vorhanden und auch der Samstags stattfindende Wochenmarkt kann zur Profilierung beitragen.

Zudem tragen die verschiedenen weiteren Nutzungen bzw. Funktionen wesentlich zur Attraktivität des Viernheimer Stadtzentrums bei. Neben Verwaltungseinrichtungen sind verschiedene Dienstleistungsanbieter, aber auch Bildungs-, Freizeit-, Kultur- und Sporteinrichtungen vorhanden, die – deutlich stärker als der Einzelhandelsbesatz – als Frequenzbringer dienen und zentrale Funktionen für die gesamte Stadt Viernheim übernehmen.

Das Profil des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum wird im Wesentlichen von der räumlichen Verteilung der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe bestimmt. Allerdings werden hier auch zukünftige räumliche Entwicklungsmöglichkeiten des zentralen Versorgungsbereiches mit berücksichtigt, die somit auch die Möglichkeit bieten, größere Einzelhandelsbetriebe innerhalb der kleinteiligen Bebauungsstruktur Viernheims zu realisieren.

Mit dem Ziel der Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktionen sind zukünftige zentrenrelevante Entwicklungen, d. h. nicht ausschließlich einzelhandelsrelevante, auf den zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum zu konzentrieren (vgl. dazu Karte 18).

Entscheidend für die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum**, der damit als schützenswerter Bereich im Sinne von u. a. der §§ 2 (2), 9 (2a), 34(3) BauGB und § 11 (3) BauNVO definiert werden, ist vor allem das Bilden einer funktionalen Einheit, die neben dem Einkaufen auch weitere (für Viernheim von besonderer Bedeutung) zentrenprägende Nutzungen wie Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur, Bildung, Verwaltung, Sport etc. umfasst.

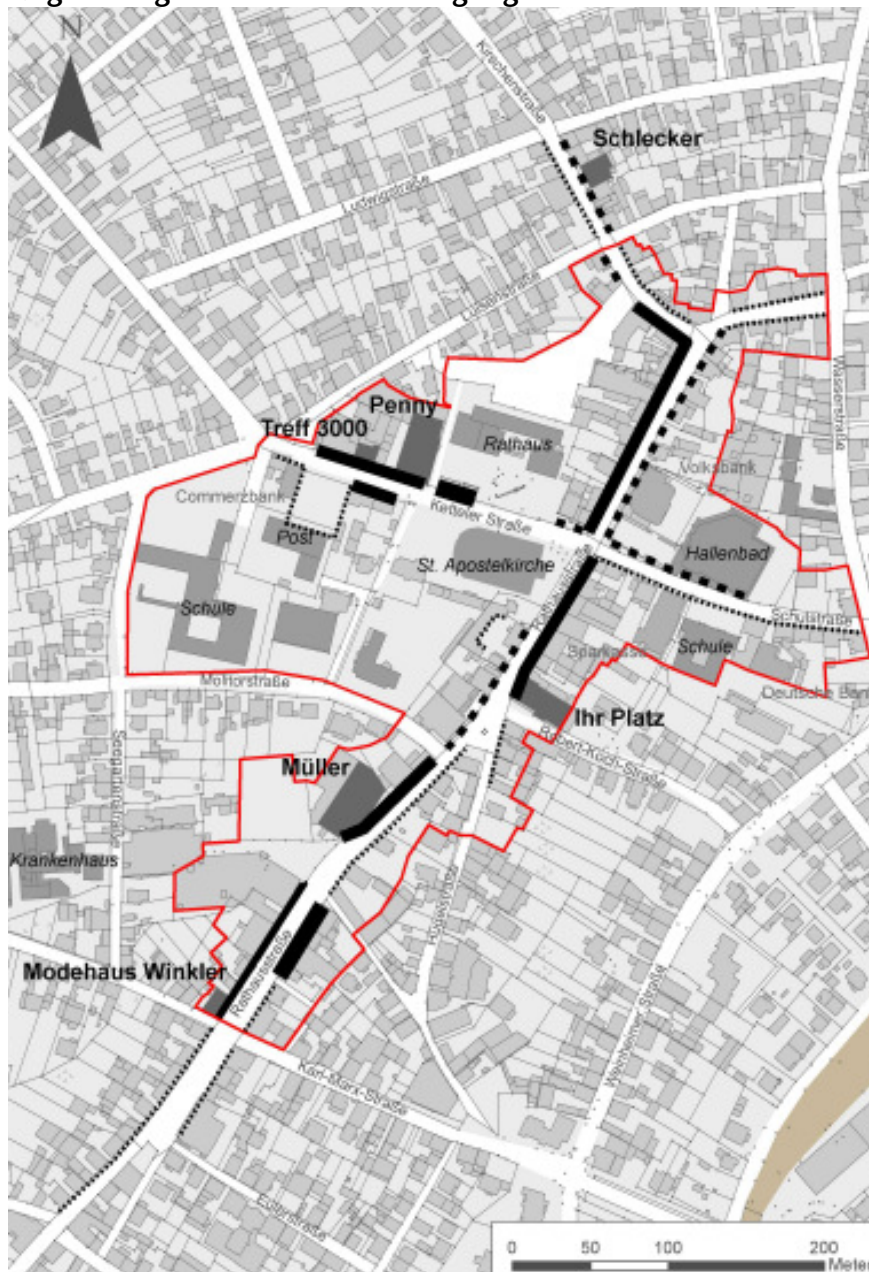
### **Zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum**

Den südlichen Punkt des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum Viernheim bildet der Kreuzungsbereich Rathausstraße/ Karl-Marx-Straße, wo das Modehaus Winkler den Endpunkt bildet. Südlich davon sind zwar noch einige verstreut liegende Einzelhandel- und Dienstleistungsanbieter vorhanden, die allerdings keine wirkliche Dichte mehr bilden. Aufgrund der anzustrebenden Konzentration des weitläufigen Stadtzentrums, das bereits heute in vielen Teilbereichen nur eine geringe Nutzungsdichte aufweist, sollte der zentrale Versorgungsbereich nicht zu groß abgegrenzt werden.

Den nördlichen Endpunkt des zentralen Versorgungsbereiches bildet der Kreuzungsbereich Kirchenstraße/ Luisenstraße bzw. Lorsche Straße/ Wasserstraße. Auch hier sollte der zentrale Versorgungsbereich die Konzentration der vorhandenen Nutzungen anstreben. Insbesondere dieser nördliche Bereich weist derzeit nur geringe Dichten und wenige attraktive Angebote auf. Im Westen sind die Ketteler Straße mit dem Rathaus, der Schule,

der St. Apostelkirche, der Post und den beiden Lebensmitteldiscountern Bestandteile des zentralen Versorgungsbereiches. Die Bereiche westlich der Post/ Commerzbank sind durch Wohnnutzungen geprägt. Im Osten bildet der Kreuzungsbereich Schulstraße/ Wasserstraße den Endpunkt des zentralen Versorgungsbereiches. Auch wenn die Schulstraße als Einzelhandelsstandort nur einen geringen Stellenwert einnimmt, sind dort weitere bedeutende und zentrale Funktionen wie das Hallenbad, die darunter gelegene Tiefgarage und eine Schule vorhanden.

**Karte 18: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Stadtzentrum Viernheim**



Quelle: eigene Darstellung

## Städtebauliche Empfehlungen

Neben der Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels durch die Abgrenzung des Stadt-

zentrums als zentralen Versorgungsbereich, der Benennung von Tabu- und Entwicklungsbereichen sowie durch eine Etablierung weiterer Einzelhandelsanbieter entsprechend der ermittelten branchenspezifischen Verkaufsflächenpotenziale sind städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen ein wichtiger Aspekt zur Steigerung der Attraktivität des Stadtzentrums und damit des Einzelhandels. Aus gutachterlicher Sicht sind in diesem Zusammenhang folgende Maßnahmen zu empfehlen.

### **Stärkung der innerstädtischen Einzelhandelsfunktion!**

Für Viernheim von besonderer Bedeutung ist die Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels. Die starke Konkurrenzsituation zu den Angebotsstandorten im Süden des Stadtgebietes erschwert diese Zielvorstellung allerdings deutlich. Aufgrund der übermäßig vorhandenen Verkaufsflächen und den damit verbundenen geringen Entwicklungsspielräumen ist weniger auf größere Neuansiedlungen als insbesondere auf die Verbesserung der inneren Struktur abzielen. Dies bedeutet insbesondere, die Konzentration der Einzelhandelsbetriebe im Kernbereich, also im Straßenkreuz Rathausstraße, Kettelerstraße und Schulstraße zu forcieren. Einzelhandelsbetriebe sollten sich künftig in diesem Kernbereich neu ansiedeln bzw. möglicherweise hierhin verlagern und konzentrieren, um durch die Erhöhung der Einzelhandelsdichte und der Verkürzung der Wege die Attraktivität des Einzelhandels zu stärken. Der zentrale Versorgungsbereich Stadtzentrum sollte nicht weiter überdehnt, sondern eher stärker nach innen konzentriert werden.

Zur Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels ist auch die Sicherung und der Ausbau der Nahversorgung (Standort Kettelerstraße) von großer Bedeutung. Das Angebot an nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist derzeit ein wichtiges Standbein des Einzelhandels in der Viernheimer Innenstadt. Um die Versorgung der Bevölkerung langfristig zu sichern und den innerstädtischen Einzelhandel zu stärken, sollten Erweiterungsoptionen und –wünsche aktiv unterstützt werden.

### **Hohe architektonische und städtebauliche Ansprüche realisieren!**

Qualität in Städtebau und Architektur ist langfristig der einzig erfolgversprechende Weg, die Innenstadt und das Stadtzentrum zu stärken. Voraussetzung hierfür ist eine systematische Entwicklung innerstädtischer Flächen und Immobilien, die mit hohen Qualitätsansprüchen verknüpft sein muss. In Zukunft sollte daher verstärkt auf Qualität gesetzt werden, insbesondere wenn es darum geht, die Einzelhandels- und Dienstleistungsbereiche der Fußgängerzone im Stadtzentrum attraktiver zu gestalten. Das Thema Stadtraumreparatur nimmt in Viernheim dabei eine besondere Bedeutung ein. Die Schließung von Baulücken und die Sanierung und der Umbau von Bestandsgebäuden ist wichtige Zukunftsaufgabe, um der Innenstadt langfristig zu einem attraktiveren Gesicht zu verhelfen und gleichzeitig die innere Struktur und Funktionalität zu erhöhen.

Von besonderer Bedeutung ist dabei die Gestaltung der Rathausstraße. Durch die Verbesserung der Gebäudesubstanz und der Pflege des Stadtbildes insgesamt sowie der Konzentration innerstädtischer Nutzungen und insbesondere des Einzelhandels sollte sie künftig zur „besten Adresse der Stadt“ ausgebaut werden.

### **Gestaltung und Aufwertung des öffentlichen Raum!**

Die Gestaltung des öffentlichen Raumes nimmt eine immer größere Bedeutung im Zu-



sammenhang mit der Attraktivität von Innenstädten ein. Gleichen sich viele Innenstädte häufig nicht zuletzt aufgrund eines hohen Filialisierungsgrades mit einer immer gleichen Abfolge an Geschäften und Werbeanlagen, so ist der öffentliche Raum und die gewachsene Stadtstruktur häufig einziges Unterscheidungsmerkmal, das innerstädtische Geschäftslagen von einander abgrenzt und damit im gegenseitigen Städtevergleich zu positionieren hilft. Für jede Stadt ist es in diesem Zusammenhang von besondere Bedeutung, die eigenen Stärken zu erkennen und für Einwohner wie Besucher erleb- und erfahrbar herauszuarbeiten. Für Viernheim kommt darüber hinaus die Steigerung der Attraktivität der Innenstadt insgesamt sowie des Themas Erlebniseinkauf zum Tragen.

Erforderlich dafür ist neben einem guten Erhaltungs- und Pflegezustand der privaten Immobilien und ihrer Fassaden, Schaufenster, Werbeanlagen und Sondernutzungen auch ein hoher gestalterischer und ästhetischer Anspruch an den öffentlichen Raum. Vor allem im Kernbereich, aber auch in den übrigen Einzelhandelslagen stellen sich damit beispielsweise Fragen nach dem passenden Mobiliar. In diesem Zusammenhang empfiehlt sich die Entwicklung eines einheitlichen Gestaltungskanons mit Hilfe eines Gestaltungskonzeptes für den öffentlichen Raum, welcher unterschiedliche Funktionsbereiche identifiziert und abgrenzt und darauf aufbauend eine der räumlichen Kategorie entsprechende Möblierung und Gestaltung vornimmt. Auch die Integration von Grünelementen ist dabei ein wichtiger Bestandteil. Insbesondere bei dichter Bebauungsstruktur verleihen sie dem öffentlichen Raum gegenüber der steinernen Eintönigkeit der Gebäude ein frisches und freundliches Erscheinungsbild.

### **Aufbau eines Immobilien- und Flächenmanagements!**

Bei der Bewältigung der Probleme mit Leerständen und ungenutzten Flächen ist eine aktive Rolle der Stadtverwaltung erforderlich. Der Aufbau eines professionellen Immobilienmanagements ist mittelfristig anzuraten. Wichtig für ein einsatzfähiges Immobilienmanagement sind u.a. Kenntnisse über relevante Flächen und Immobilien, über Grundstücks- und Eigentumsverhältnisse, vorhandene Bebauungen, Verfügbarkeiten, Mietverträge, Baurecht u.ä. Ziel ist es, einen möglichst umfassenden Überblick über den lokalen Immobilienmarkt und die Situation im Stadtzentrum zu erhalten. Die Ausbildung eines „Frühwarnsystems“ zur frühzeitigen Erkennung potenzieller Leerstände setzt sowohl auf lokale Sachkenntnis als auch auf neutrales Fachwissen. Die Betreuung durch eine Person, die auch als Vertrauensperson zwischen Mietern und Vermietern auftritt, wäre ideal. Die Beseitigung der Leerstände und das Aufzeigen von Handlungsoptionen zur Vermeidung von Leerständen sollten oberste Priorität besitzen. Falls sich leerstehende Ladenlokale und Gebäude jedoch nicht wieder mit Einzelhandel befüllen lassen, sind Nachnutzungen bzw. Umnutzungen zu entwickeln. Dabei eignen sich Zwischennutzungen oder gestalterische Maßnahmen, um Interimsleerstände zu kaschieren.

### **Fördern von City-Marketing oder Standortgemeinschaften!**

Ein wichtiger „Schlüssel zum Erfolg“ von Einkaufszentren liegt in einer koordinierten Außenbendarstellung: gemeinsames Auftreten und Werben, Einrichten eines gemeinsamen Fonds für Maßnahmen und Veranstaltungen, ständige und kritische Überprüfung der Einzelhändler hinsichtlich Warensortiment und Außenwirkung, sowie Etablierung von (kostenlosen) Service-Angeboten sind wichtige Bausteine. Daher ist der Aufbau eines City-

Marketing Vereins zu einem unverzichtbaren Instrument in den Innenstädten geworden. Vorhandene Initiativen können weitergeführt und gemeinsame Aktionen koordiniert werden. Werbung für den Standort kann gezielt entwickelt werden. Diese Aufgaben können auch von sogenannten Immobilien- und Standortgemeinschaften übernommen werden, die durch gezielte Ansprache von Immobilienbesitzern und Gewerbetreibenden räumlich eingegrenzte Bereiche zu stärken versuchen. Die Stadt sollte in diesem Zusammenhang die Rolle eines Katalysators übernehmen und ihr Fachwissen einfließen lassen.

### **Betriebsprofile optimieren!**

Dem Einzelhandel insbesondere dem inhabergeführten Facheinzelhandel empfiehlt sich ein verstärkter Ausbau zusätzlicher Serviceangebote z. B. in Form von Bringdiensten. Die Erstellung eines optimalen Betriebskonzept im Hinblick auf Wettbewerbsanalyse, Zielgruppenausrichtung, Ladengestaltung, Service, Werbung und Kooperation bietet sich an. Es empfiehlt sich, die Synergien durch leistungsfähige Einkaufskooperationen oder prosperierende Franchise-Systeme zu verbessern. Wirtschaftsverbände und öffentliche Hand können unterstützend spezifische Beratungsleistungen anbieten und gegebenenfalls Fördermittel bereitstellen.

### **Leitbilder für die Innenstadt definieren und publizieren!**

Rahmenpläne oder auch das vorliegende Gutachten können die rahmengebenden Vorstellungen der Stadt dokumentieren und einen Orientierungskorridor definieren. Bei der Formulierung dieses Korridors ist darauf zu achten, dass die städtischen Vorgaben zwar klar und deutlich geäußert werden, diese aber kein starres Korsett ergeben, das Entwicklungen verhindert - Flexibilität für zukünftige Entwicklungen muss immer gegeben sein. Speziell für die Entwicklung der Innenstadt ist eine kurze und anschauliche Darstellung der Stärken, der wichtigsten Ziele und Projekte in Form einer Broschüre, Zeitung o. Ä. sehr nützlich. Fortschreibungen, Ergänzungen und Aktualisierungen sollten dabei ermöglicht werden, denkbar sind auch unterschiedliche thematische Schwerpunkte. Ein Leitbild wirbt, informiert und schafft dabei Transparenz für Interessierte und Akteure. Einen solchen Prozess gilt es künftig in Zusammenhang mit Planungen wie dem Förderprogramm „Aktive Kernbereiche“ anzustoßen und langfristig fortzuführen, so wie es derzeit im Rahmen des Förderprogramms „Aktive Kernbereiche“ bereits umgesetzt wird.

## **11.1.2 Entwicklungsbereich: zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee**

Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee verfügt zwar – rein quantitativ betrachtet – nur über eine geringe Gesamtverkaufsfläche, fungiert aber als Nahversorgungsstandort für den gesamten nördlichen Siedlungsbereich Viernheims. Darüber hinaus bilden der dort vorhandene Lebensmittelanbieter sowie weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsanbieter ein städtebaulich-funktionales Zentrum, das neben der Versorgungsfunktion auch als Kommunikations- und Treffpunkt innerhalb der Nordweststadt eine wichtige Aufgabe übernimmt. Der Versorgungsbereich

des Nahversorgungszentrums umfasst den gesamten Bereich der Nordweststadt mit einer Einwohnerzahl von rund 5.500.

Zukünftig sollte im Nahversorgungszentrum die Sicherung des dort vorhandenen Angebots, aber auch, falls möglich und notwendig, der wettbewerbsmäßige Ausbau bzw. - eine Anpassung der Betriebsgrößen und dadurch auch eine qualitative Aufwertung der vorhandenen Betriebe verfolgt werden. Insbesondere der Lebensmittelanbieter, der als Frequenzbringer und Magnetbetrieb eine wichtige Funktion für das gesamte Zentrum übernimmt, entspricht, in Bezug auf seine Verkaufsflächengröße, nicht den Anforderungen an zeitgemäße und attraktive Lebensmittelanbieter. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten zur Nahversorgung der Bevölkerung in der Nordweststadt innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Nahversorgungszentrum möglich sein.

Zukünftig können weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe zur Attraktivierung des Nahversorgungszentrums beitragen. Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten können bis zur Grenze der Großflächigkeit (800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) zulässig sein, sofern sie der Nah-/ Gebietsversorgung dienen. Eine Einzelfallprüfung wird hier empfohlen.

#### Karte 19: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee



Quelle: eigene Darstellung

Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee (vgl. dazu Karte 19) umfasst die Theodor-Heuss-Allee zwischen Kurt-Schumacher-Straße im Norden und Ernst-Reuter-Allee im Süden. Dabei sind beide Straßenseiten Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches, da sich auf der westlichen Straßenseite mit

Volksbank und Sparkasse zwei bedeutende Dienstleistungsbetriebe und auf der östlichen Straßenseite verschiedene Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe umfassen, die zur Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches beitragen. Das Ärztehaus im Norden und der Frisör im Süden bilden dabei jeweils die Endpunkte des schützenswerten Bereiches. Im weiteren Verlauf der Theodor-Heuss-Allee sind lediglich Wohnsiedlungsbereiche vorhanden.

### **11.1.3 Entwicklungsbereiche: Nahversorgungsstandorte**

Da eine flächendeckende wohnungsnah Grundversorgung innerhalb der Stadt Viernheim nicht ausschließlich durch die zentralen Versorgungsbereiche Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee sichergestellt werden kann, decken die an städtebaulich integrierten Standorten vorhandenen Nahversorgungsstandorte räumliche Versorgungslücken ab.

An dieser Stelle soll ausdrücklich betont werden, dass es bei diesen Standorten nicht um den Schutz einzelner Betreiber geht, sondern um den Schutz bzw. Erhalt der Nahversorgungsfunktion am jeweiligen Standort.

Diese Standorte fallen nicht unter das „Schutzregime“ der zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO), sollten aber dennoch im Rahmen der Bauleitplanung gesichert werden. Sie genießen allerdings eine Schutzfunktion i.S.d. § 11 (3) BauNVO, da sie ein wesentliches Element der verbrauchernahen Versorgung in der Stadt Viernheim darstellen. Eine weitere Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollte an diesen Standorten zukünftig zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche vermieden werden. Eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung in Form von Anpassungsmaßnahmen des Bestandes an aktuelle Erfordernisse sollte positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nah- bzw. Gebietsversorgungsfunktion hinausgeht.

Auch wenn – rein rechnerisch und gesamtstädtisch betrachtet – eine sehr gute Ausstattungssituation in Viernheim im Bereich Nahrungs- und Genussmittel vorhanden ist, kann die Versorgungsstruktur in aktuell schwach ausgestatteten Bereichen in Viernheim (z.B. im westlichen Siedlungsbereich) durchaus verbessert werden, wie es ja auch in absehbarer Zeit (Herbst 2009) durch die Wiedereröffnung inkl. Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmittelanbieters Knupfer realisiert wird.

Folgende Standorte erfüllen im Rahmen des hierarchischen Standortmodells der Stadt Viernheim als Nahversorgungsstandorte eine wichtige Funktion zur wohnungsnahen

Grundversorgung der Bevölkerung:

- **Nahversorgungsstandort Walter-Oehmichen-Straße/ Am Bannholzgraben (Penny, Rewe)**

Am Nahversorgungsstandort Walter-Oehmichen-Straße sind im Neubaugebiet Am Bannholzgraben aktuell der Lebensmittelvollsortimenter Rewe und der Lebensmittel-discounter Penny in räumlicher Nähe zueinander vorhanden. Die Standorte übernehmen im Wesentlichen eine Versorgungsfunktion für die Bevölkerung Am Bannholzgraben und westlich der Kanusz-Korczak-Allee.

Eine möglicherweise notwendige Erweiterung der vorhandenen Verkaufsflächen (bei gleichzeitiger Erhaltung der Funktion Nahversorgung) sollte positiv begleitet werden. Weitere Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dagegen, wie sie in jüngster Vergangenheit an diesem Standort entwickelt worden sind, sollten zukünftig jedoch zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche Stadtzentrum und Nahversorgungs-zentrum Theodor-Heuss-Allee ausgeschlossen werden, um den Entwicklungsschwerpunkt des Standortbereiches auch weiterhin auf den Bereich Nahversorgung zu setzen.

- **Nahversorgungsstandort Mannheimer Straße (Plus)**

An der Mannheimer Straße, gegenüber des Rhein-Neckar-Zentrums befindet sich der Lebensmitteldiscounter Plus mit einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 880 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Der Lebensmitteldiscounter ist zwar in erster Linie autokundenorientiert, übernimmt aber gleichzeitig auch eine Nahversorgungsfunktion für das sich nördlich anschließende Wohngebiet.

Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden, um den Entwicklungsschwerpunkt des Standortes auch weiterhin auf den Bereich Nahversorgung zu legen.

- **Nahversorgungsstandort Beethovenstraße (Knupfer, perspektivisch)**

An der Mannheimer Straße, gegenüber des Rhein-Neckar-Zentrums befindet sich der Lebensmitteldiscounter Plus mit einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 880 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Der Lebensmitteldiscounter ist zwar in erster Linie autokundenorientiert, übernimmt aber gleichzeitig auch eine Nahversorgungsfunktion für das sich nördlich anschließende Wohngebiet.

Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden, um den Entwicklungsschwerpunkt des Standortes auch weiterhin auf den Bereich Nahversorgung zu legen.

### **11.1.4 Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten Rhein-Neckar-Zentrum**

Das Rhein-Neckar-Zentrum stellt aktuell den quantitativ und auch qualitativ bedeutendsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Viernheimer Angebotsstruktur dar. In Bezug auf seine Versorgungsbedeutung und –funktion als Einzelhandelsstandort fungiert es als „Hauptzentrum“ der Stadt Viernheim. Das gewachsene Stadtzentrum hat durch die erhebliche innerkommunale Konkurrenz an nicht-integrierten Standorten in Viernheim einen massiven Bedeutungsverlust erlitten.

Durch das umfassende Angebot, das alle Bedarfsstufen, insbesondere aber den mittelfristigen Bedarfsbereich (Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren etc.) umfasst und durch die sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit besitzt das Rhein-Neckar-Zentrum eine deutliche regionale Ausstrahlungskraft. Trotz der nicht unerheblichen Verkaufsfläche im Bereich Nahrungs- und Genussmittel übernimmt das Rhein-Neckar-Zentrum allerdings aufgrund der geringen Wohnbevölkerung im Nahbereich nur eine geringe Nahversorgungsfunktion.

Aufgrund der städtebaulich nicht-integrierten Lage mit geringer Nahversorgungsfunktion, der deutlichen Autokundenorientierung und der fehlenden Multifunktionalität (es sind zwar neben Einzelhandelsbetrieben auch Dienstleister und ein Kino vorhanden; weitere Funktionen wie Bildung, Kultur, Verwaltung etc. fehlen allerdings) erfüllt das Rhein-Neckar-Zentrum nicht die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches und ist als Sonderstandort zu behandeln.

Im Rahmen des Regionalplans Südhessen ist der Bereich des Rhein-Neckar-Zentrums als Bereich für Industrie und Gewerbe dargestellt.

Zukünftig soll das Rhein-Neckar-Zentrum in seinem Bestand gesichert werden, da es für die Stadt Viernheim eine bedeutende Versorgungsfunktion als „Hauptversorgungszentrum“ übernimmt, auch wenn es nicht die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches erfüllt.

Um dem gewachsenen Stadtzentrum (zentraler Versorgungsbereich) allerdings zukünftig wieder einen sicheren Entwicklungsrahmen und eine Zukunftsperspektive aufzuzeigen und um ihm (zumindest teilweise) seine verloren gegangene Versorgungsbedeutung wieder zuzugestehen, sollten am Rhein-Neckar-Zentrum keine Verkaufsflächenerweiterungen von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten stattfinden. Diese sollten auf den zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum konzentriert werden. Die Analyse des vorhandenen Verkaufsflächenbestandes, die Berechnung der Verkaufsflächenpotenziale und der Zentralitätswerte haben bereits verdeutlicht, dass Viernheim in (fast) allen Bereichen eine ungewöhnlich hohe Verkaufsflächenausstattung mit deutlich regionaler Ausstrahlungskraft aufweist, die in vielen Warengruppen über die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Viernheim hinausgeht. Ein Bedarf an zusätzlicher Verkaufsfläche ist nur sehr marginal in wenigen Warengruppen vorhanden.

Zudem sind in diesem Zusammenhang auch die landesplanerischen Vorgaben (LEP Hessen) zu beachten, da großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsorti-

menten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche auszuschließen sind. Zudem wären bei einer erneuten Verkaufsflächenerweiterung des Rhein-Neckar-Zentrums regional-planerische Aspekte zu beachten, da negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Versorgungsstruktur der Nachbarkommunen Viernheims sehr wahrscheinlich sind.

Um dem Rhein-Neckar-Zentrum aber auch eine Entwicklungsperspektive aufzuzeigen, sind einerseits Umstrukturierungen innerhalb des genehmigten Verkaufsflächenbestandes möglich, andererseits wäre auch eine Verkaufsflächenerweiterung denkbar, wenn es sich dabei um eine Verlagerung innerhalb des Standortbereiches z.B. von einem Einzelhandelsbetrieb im Gewerbegebiet 3 oder 4 zum Rhein-Neckar-Zentrum handelte. Dies allerdings auch nur unter der Maßgabe, dass der Altstandort des verlagernden Betriebes nicht mehr durch Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Kernsortimenten genutzt würde.

Allerdings muss auch in diesen möglichen Fällen eine landesplanerische und regionale Abstimmung erfolgen.

Als eine weitere Entwicklungsperspektive kann für das Rhein-Neckar-Zentrum durch die Ansiedlung von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten aufgezeigt werden.

Der Standortbereiche soll somit zukünftig als **funktionaler Ergänzungsstandort** der zentralen Versorgungsbereiche **ausschließlich für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** fungieren.

Um diese Ziele zu erreichen und die Funktion des Rhein-Neckar-Zentrums als funktionaler Ergänzungsstandort des Stadtzentrums zu sichern, wird die Aufstellung eines Bebauungsplanes dringend empfohlen.

Nur so kann die Stadt Viernheim die ihr zur Verfügung stehenden Steuerungsinstrumentarien zur Steuerung des Einzelhandels voll ausschöpfen. Der Bebauungsplan sollte zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee sowohl eine maximal zulässige Gesamtverkaufsfläche als auch maximale sortimentsspezifische Verkaufsflächengrößen beinhalten. Eine unbegrenzte Entwicklung des Rhein-Neckar-Zentrums dagegen ginge weiterhin zu Lasten des Viernheimer Stadtzentrums und der Region.

Auf diesem Weg kann der Entwicklungsfokus (wieder) auf den zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum gesetzt werden und die Stadt Viernheim kann sowohl Planungs- als auch Investitionssicherheit (auch im Zusammenhang mit dem Förderprogramm „Aktive Kernbereiche“) schaffen, um das Stadtzentrum, als ehemaliges Hauptzentrum, wieder zu beleben und zu attraktivieren.

### 11.1.5 Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten Gewerbegebiete 3 und 4

---

Aktuell ist bei der Verteilung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten bereits eine räumliche Konzentration im Bereich der Gewerbegebiete 3 und 4 zu erkennen. An diesen Standorten sind sowohl große bzw. großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten vorhanden.

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (unabhängig von der Größenordnung) sollten hier zukünftig zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee nicht mehr möglich sein (weder Neuansiedlungen noch Verkaufsflächenerweiterungen vorhandener Betriebe). Vorhandene Betriebe genießen dabei Bestandsschutz.

Zukünftig sollte auch weiterhin eine Konzentration von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in den beiden Bereiche Gewerbegebiete 3 und 4 angestrebt werden, um eine weitere Zersiedelung des Stadtgebietes zu verhindern und gleichzeitig Synergieeffekte zu generieren, die auch Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten aus betriebswirtschaftlichen Gründen benötigen.

Die Standortbereiche sollen zukünftig als **funktionale Ergänzungsstandorte** der zentralen Versorgungsbereiche **ausschließlich für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** fungieren.

Bei einer möglichen Neuansiedlung oder Erweiterung der bereits vorhandenen Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten wie beispielsweise der verschiedenen Möbelanbieter besteht insbesondere die Chance, diesen Bereich als Standort für die Warengruppen Möbel und Einrichtungszubehör zu profilieren, um ihn so weiterhin zu einem Anziehungspunkt in der Region zu machen. Dadurch werden diesen Standortbereichen auch weiterhin Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt, auch wenn Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten zukünftig nicht mehr ermöglicht werden sollen.

Um die Entwicklung der Ergänzungsstandorte Gewerbegebiete 3 und 4 als Standorte für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten zu forcieren, sollten diese Standortbereiche bauplanungsrechtlich gesichert werden, d. h. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie weitere zentrenrelevante Nutzungen sollten im Rahmen der Bauleitplanung ausgeschlossen werden.



Karte 20: Ergänzungsstandorte Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiet 3 (West)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Viernheim, Juli 2008

Karte 21: Ergänzungsstandort Gewerbegebiet 4 (Ost)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Viernheim, Juli 2008

## 11.2 Tabubereiche

---

Tabubereiche sind notwendig, um eine geordnete Stadtentwicklung mit klaren räumlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten. Grundsätzlich umfassen die **Tabubereiche für den Einzelhandel alle Gebiete, die nicht im Zusammenhang durch Wohnen geprägt oder als zentraler Versorgungsbereich definiert sind.**

Insbesondere für den großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel ergeben sich Restriktionen auf Basis zu geringer Siedlungsdichte bzw. Mantelbevölkerung im Stadtgebiet. **Gewerbe- bzw. Industriegebiete bzw. entsprechende Alternativstandorte ohne Einzelhandelsvorprägung sind für jeglichen großflächigen Einzelhandel auszuschließen.**

Die Ansiedlung von Einzelhandel (mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevantem Einzelhandel; unabhängig von der Größenordnung) im Bereich der Einfallstraßen ist zum Schutz der bestehenden zentralen Versorgungsbereiche sowie der Versorgungsstruktur und im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung auszuschließen. Dabei handelt es sich um folgende Straßen:

- **Mannheimer Straße**
- **Robert-Bosch-Straße/ L 3111**
- **Janusz-Korczak-Allee**
- **Heidelberger Straße/ L 631**
- **Gewerbe- und Industriegebiete**

Grundsätzlich ausgenommen davon sind definierte Entwicklungsbereiche wie Nahversorgungsstandorte und definierte Ergänzungsstandorte.

## **12 Grundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Viernheim**

### **“Die Viernheimer Systematik“**

---

Bevölkerungsrückgang und geringe absatzwirtschaftliche Spielräume implizieren, dass weniger ein quantitativer Ausbau, als vielmehr die räumlich-strukturelle Verbesserung der Angebotssituation die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Viernheim sicherstellen können und auch sollen. Für die Stadt Viernheim bedeutet dies, dass zusätzliche Verkaufsflächen, durch neue Anbieter oder Erweiterungen bestehender Betriebe, bewusst mit Blick auf die künftige Entwicklung der Stadt, insbesondere innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum, also an einem städtebaulich sinnvollen Standort, errichtet werden sollten. Dies setzt eine eingehende Prüfung sowohl des Angebotsschwerpunktes als auch der Verkaufsflächendimensionierung zusätzlicher Anbieter im Hinblick auf mögliche kommunale wie auch ggf. regionale städtebauliche Auswirkungen voraus. Aus städtebaulicher Sicht ist eine Neuansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben dann sinnvoll, wenn sie zur Stärkung der Zentren (Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum), der räumlichen Konzentration des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels an den Ergänzungsstandorten oder zur Sicherung der Nahversorgung in den Wohnsiedlungsbereichen beiträgt.

Im Hinblick auf eine langfristige Sicherung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Viernheim sollten für die zukünftige räumliche Einzelhandelsentwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden. Vor dem Hintergrund der o.g. Ziele und unter Berücksichtigung der Bewertung der Ausgangssituation einerseits sowie der zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren andererseits sollen für Viernheim die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gelten und durch entsprechende politische Beschlüsse Verbindlichkeit für künftige stadtentwicklungspolitische Entscheidungen erhalten. So können sowohl intern (Selbstbindung; zukünftige Bauleitplanverfahren) als auch extern (für vorhandene Gewerbetreibende und potenzielle zukünftige Investoren) wichtige Signale gesetzt werden. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen Beteiligten Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu gewährleisten.

Dabei ergibt sich aber nicht nur für den großflächigen Einzelhandel, sondern auch für Einzelhandelsbetriebe, die mit ihrer Verkaufsflächengröße unterhalb der Großflächigkeit angesiedelt sind, ein Steuerungserfordernis, dem die formulierten Grundsätze Rechnung tragen.

Die Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Viernheim werden im Folgenden dargestellt. Es werden insgesamt sechs Fallkonstellationen zur Steuerung des Einzelhandels unterschieden, die unter Berücksichtigung der allgemeinen Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes sowie der gesetzlichen Rahmenbedingungen dargestellt werden:

**Tabelle 11: „Die Viernheimer Systematik“**

	Kernsortiment		Größenordnung	Beispiel
<b>Grundsatz 1</b>	nahversorgungsrelevant	1	kleinflächig, < 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche	Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, z.B. Obst und Gemüse, Spezialgeschäfte, z.B. Süßwaren; Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckerei, Metzgerei)
		2	großflächig ab 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter
<b>Grundsatz 2</b>	zentrenrelevant	3	kleinflächig, < 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche	Textilfachgeschäft oder -discounter, Schuhfachgeschäft oder -fachmarkt, Musikfachgeschäft
		4	großflächig ab 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche	Textilkaufhaus, Schuhfachmarkt, Elektronikfachmarkt, Sportfachmarkt
<b>Grundsatz 3</b>	nicht zentrenrelevant	5	kleinflächig, < 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche	Zoofachmarkt, Matratzenfachmarkt
		6	großflächig ab 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche	Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter

Es ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die Ziele und Grundsätze im Rahmen der Viernheimer Systematik im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben (LEP Hessen und Handlungsanleitung Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Planungsrecht-Hinweise und Erläuterungen, 2005 ) des Landes Hessen stehen.

## 12.1 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten



### Ziel:

Sicherung und Stärkung einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung im gesamten Stadtgebiet

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben des Landes Hessen.



### Landesgesetzgebung:

Der Landesentwicklungsplan Hessen weist Standorte für Vorhaben i.S. des § 11 Absatz 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten Standorten zu, die im Regionalplan als Siedlungsbereich ausgewiesen sind (LEP 4.1.1, 2005).

Dabei ist zu berücksichtigen, dass nahversorgungsrelevante Sortimente (Lebensmittel, Getränke und Gesundheits- und Drogerieartikel) gemäß der Handlungsanleitung Großflächige Einzelhandelseinrichtungen als Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente einzustufen sind. Darüber hinaus kommt dem Lebensmitteleinzelhandel eine besondere Bedeutung im Hinblick auf die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung zu (Handlungsanleitung, Anlage 1).



### Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

- Standorte für **großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen in den zentralen Versorgungsbereichen Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee liegen.
- Standorte für **nicht großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee.
- Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden. (Mögliche Ausnahme: Tankstellenshop, Kiosk)

**Ausnahme 1**

Bei atypischer Fallgestaltung können im begründeten Einzelfall großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig sein (Nachweis im Einzelfall, bauplanungsrechtliche Steuerung)<sup>32</sup>.

**Ausnahme 2**

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe können in Mischgebieten und Wohngebieten (außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche) der Nahversorgung dienen. Negative städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sind auszuschließen (Einzelfallprüfung).

**Ausnahme 3**

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind
- keine negativen städtebaulichen Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen zu vermuten sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Absatz 3 BauNVO nicht überschritten wird.

**Erläuterung:**

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung der Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche sowie dem Ausbau bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig in den zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee der Stadt Viernheim liegen. Eine Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten soll nicht in Gewerbe- und Industriegebieten erfolgen (Ausnahme: Tankstellenshops, Kioske).

<sup>32</sup> Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sollte nur dann zulässig sein, wenn das Vorhaben der reinen Nah- bzw. Gebietsversorgung, d.h. ausschließlich der Versorgung der im fußläufigen Einzugsbereich wohnenden Bevölkerung dient. Orientierungsmaßstab sollte in diesen Fällen die im Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit vorhandene Kaufkraft für nahversorgungsrelevante Sortimente sein („35 %-Regel“). Die „35 %-Regel“ basiert auf durchschnittlichen Marktanteilen von strukturprägenden Lebensmittelanbietern, deren Marktanteil in der Regel 35 % der im Einzugsbereich vorhandenen sortimentspezifischen Kaufkraft nicht überschreitet. Die „35 %-Regel“ basiert nicht auf einer gesetzlichen Grundlage o.ä., sondern ist als Instrument für die Anwendung in der Praxis zu verstehen, um die Nahversorgungsfunktion eines Lebensmittelanbieters zu überprüfen. Als Einzugsbereich für die Nahversorgung ist ein Radius von etwa 700 m um den Vorhabenstandort anzusetzen. In begründeten Fällen (z.B. in ländlichen oder dünn besiedelten Gebieten) kann dieser auch größer angesetzt werden.

Die definierten Ausnahmen 1 und 2 vom Grundsatz 1 sind im Einzelfall zu prüfen:

An solitären Standorten außerhalb der räumlich definierten zentralen Versorgungsbereiche können großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten dann sinnvoll und zulässig sein, wenn sie einer **atypischen Fallgestaltung** entsprechen. Diese liegt vor, wenn der Einzelhandelsbetrieb aufgrund betrieblicher Besonderheiten oder der besonderen städtebaulichen Situation nicht zu der Art Betriebe gehört, die von der Regelvermutung gemäß § 11 Absatz 3 BauNVO erfasst werden.

In diesem Zusammenhang muss allerdings noch einmal darauf hingewiesen werden, dass aktuell kein akuter Handlungsbedarf zur Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelanbieters besteht, da die letzte räumliche Versorgungslücke im Westen Viernheims durch die Wiedereröffnung des Lebensmittelanbieters Knupfer an der Beethovenstraße im Herbst 2009 geschlossen werden wird.

**Betriebliche Besonderheiten**, die von der typischen Fallgestaltung abweichen können, sind gegeben

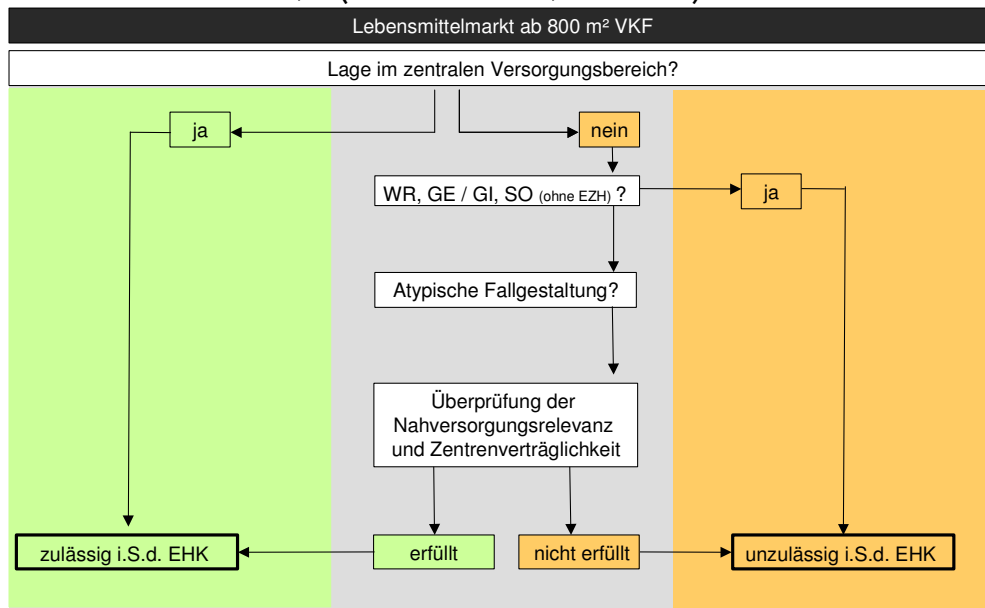
- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d.h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche wesentlich unter 2/3 der Geschossfläche liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment,
- bei Artikeln, die üblicherweise mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z.B. Kfz-Handel mit Werkstatt),
- bei Artikeln, die in einer gewissen Beziehung zu gewerblichen Nutzungen stehen.

Abweichungen der **konkreten städtebaulichen Situation** von der typischen Fallgestaltung gemäß § 11 Absatz 3 BauNVO bestehen beispielsweise darin,

- dass der Einzugsbereich des Betriebes im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereiches des Betriebes zentrale Versorgungsbereiche an anderen Standorten (i.S.d. Einzelhandelskonzeptes) nicht vorgesehen sind oder
- der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll, jedoch nur wenn er der Zentren- bzw. Versorgungsstruktur i.S.d. Einzelhandelskonzeptes entspricht.

Im Sinne der Ausnahme 3 ist in Gewerbe- und Industriegebieten die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“.

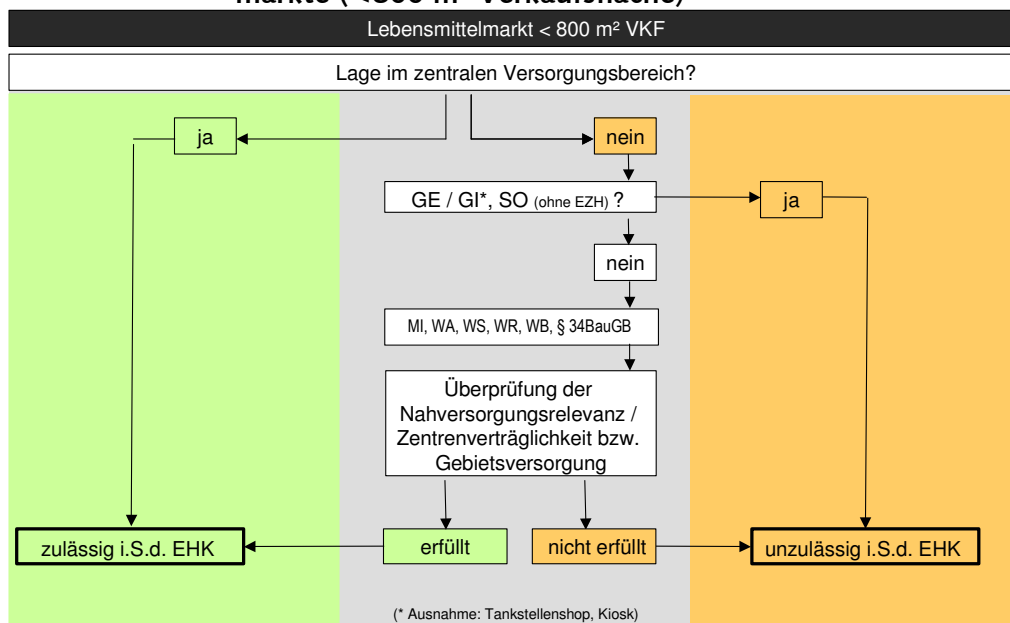
**Abbildung 6: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben großflächiger Lebensmittelmärkte (ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)**



Quelle: eigene Darstellung  
 VKF= Verkaufsfläche, EZH= Einzelhandel, EHK= Einzelhandelskonzept

In **Mischgebieten und Wohngebieten** (außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche) können Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten bis zur Großflächigkeit in Ausnahmefällen zugelassen werden, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Im Einzelfall sollte dabei nachgewiesen werden, dass davon keine negativen Auswirkungen auf die Zentrenstruktur bzw. zentrale Versorgungsbereiche ausgehen.

**Abbildung 7: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben kleinflächiger Lebensmittelmärkte (<800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)**



Quelle: eigene Darstellung  
 VKF= Verkaufsfläche, EZH= Einzelhandel, EHK= Einzelhandelskonzept



## 12.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten



### Ziel:

Sicherung und Stärkung der Standortstruktur unter besonderer Berücksichtigung der schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.



### Landesgesetzgebung:

Der Landesentwicklungsplan Hessen weist Standorte für Vorhaben i.S. des § 11 Absatz 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten Standorten zu, die im Regionalplan als Siedlungsbereich dargestellt sind. Zudem sind Standorte für Vorhaben i.S.d. § 11 (3) BauNVO nur in Mittel- und Oberzentren zulässig. Bei der geplanten Errichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsvorhaben außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche (Innenstadtbereiche, Ortskerne, Stadtteilzentren) sollen innenstadtrelevante Sortimente ausgeschlossen werden (LEP 4.1.1, 2000).



### Grundsatz 2: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

- Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen im zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum liegen.
- Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden.

### Ausnahme 1

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind
- keine negativen städtebaulichen Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereich zu vermuten sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

**Ausnahme 2**

Kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten können auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum liegen, wenn sie ausschließlich der Nah- bzw. Gebietsversorgung der Wohnbevölkerung dienen (Einzelfallprüfung notwendig).

**Ausnahme 3**

Ausnahmsweise können Fabrikverkaufsläden in GE- Gebieten zugelassen werden, wenn ...

- innerhalb des Viernheimer Stadtgebietes ein produktionsbezogener oder auch vertriebsbedeutsamer Standort des Herstellers besteht;
- die räumliche Zuordnung zum Fabrikstandort / Vertriebsstandort gegeben ist;
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird;
- die vorgehaltenen / beabsichtigten Sortimente ausschließlich aus Teilen des Markenartikel-Sortiments von Herstellern unterhalb der üblichen Preise für diese Waren im Facheinzelhandel verkauft werden und die mindestens eine der folgenden Besonderheiten aufweisen:
  - Waren zweiter Wahl
  - Auslaufmodelle
  - Modelle vergangener Saisons
  - Restposten
  - Waren für Markttestzwecke
  - Überhangproduktion

**Erläuterung:**

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb der Stadt Viernheim attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig – unabhängig von der Größenordnung - nur noch innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum zulässig sein, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen ruinösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.

**Ausnahme: Kleinflächige Betriebe zur Nah- bzw. Gebietsversorgung**

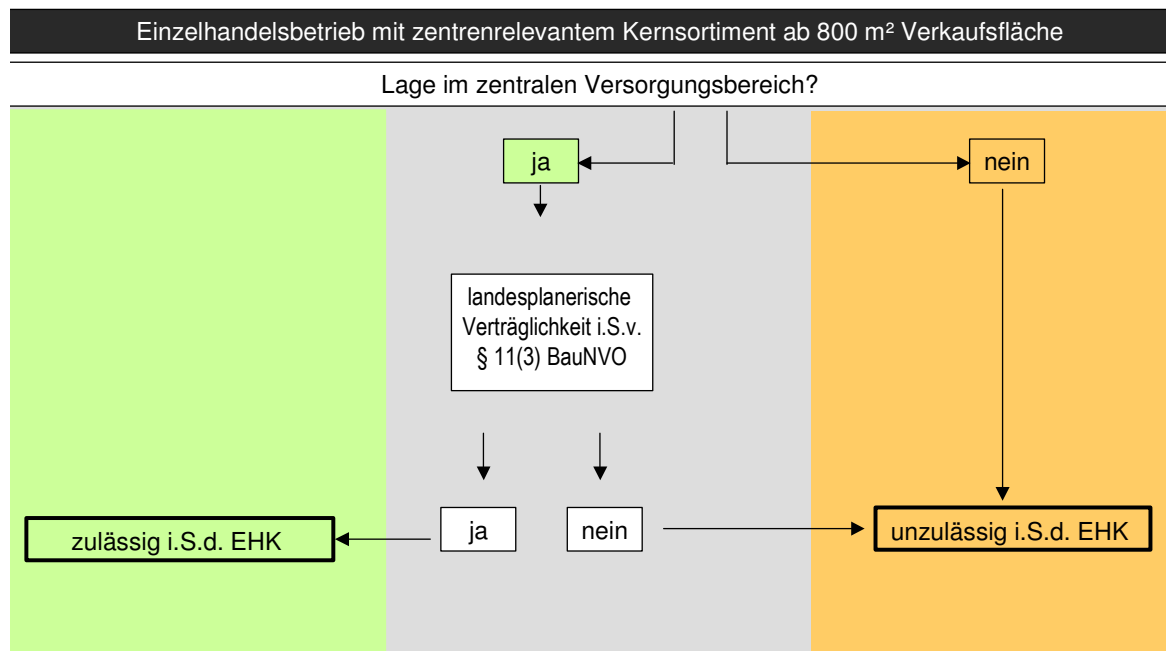
Außerhalb der positiv definierten Ansiedlungs- und Entwicklungsräume des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum können kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausnahmsweise zugelassen werden, sofern von ihnen **keine Negativauswirkungen auf die Versorgungsstruktur und den zentralen Versorgungsbereich** zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen und somit lediglich der Nah- bzw. Gebietsversorgung dienen. In diesen Fällen ist eine Einzelfallprüfung notwendig.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten (vgl. Grundsatz 3) führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums Auswirkungen möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbeln z.B. Glas / Porzellan / Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Eine Begrenzung auf max. 10 % der gesamten Verkaufsfläche (max. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) ist insbesondere mit Blick auf die sehr kleinteilige Angebotsituation im Viernheimer Stadtzentrum zu empfehlen. Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte dabei sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass weiterhin angegeben sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

In Gewerbe- und Industriegebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Ausnahmen bilden hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“ bzw. der sogenannte „**Fabrikverkauf**“, der in Verbindung mit Produktions- bzw. Vertriebsstandorten eine Rolle spielen kann.

Diese Ausnahme zur Ansiedlung kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten soll ausschließlich der wohnungsnahen Grundversorgung innerhalb der Wohnsiedlungsbereiche dienen und trifft dementsprechend nicht auf das Rhein-Neckar-Zentrum und die Gewerbegebiete 3 und 4 zu, wo zukünftig lediglich Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten zulässig sein sollen.

**Abbildung 8: Prüfschema für ein Ansiedlungsvorhaben eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes mit zentrenrelevantem Kernsortiment**



EHK= Einzelhandelskonzept  
 Quelle: eigene Darstellung

## 12.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten



### Ziel:

Räumliche Konzentration auch des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auf dafür festgesetzte Ergänzungsstandorte und Sicherung einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee sowie den Sonder-/ Ergänzungsstandorten zur Sicherung und zum Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der Bevölkerung.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.



### Landesgesetzgebung:

Standorte für Vorhaben i.S.d. § 11 (3) BauNVO sind nur in Mittel- und Oberzentren zulässig.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe haben sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen.

Bei der geplanten Errichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsvorhaben außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche (Innenstadtbereich, Ortskerne, Stadtteilzentren) sollen innenstadtrelevante Sortimente ausgeschlossen werden.

Innenstadtrelevante Sortimente sind an peripheren Standorten nur als kleinflächiges Randsortiment zulässig (LEP 4.1.1, 2000).



### Grundsatz 3: Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

- Standorte für **großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können in den zentralen Versorgungsbereichen liegen.
- Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sollen Standorte für **großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten an den **Sonder/ Ergänzungsstandorten** liegen (Gewerbegebiete 3 und 4 und Rhein-Neckar-Zentrum).
- Standorte für **nicht großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten **vorrangig** in den zentralen Versorgungsbereichen und an den Sonder-/ Ergänzungsstandorten liegen. (Nach einer Einzelfallprüfung auch an anderen Standorten möglich.)

**Ausnahme 1**

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind
- keine negativen Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen zu vermuten sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Absatz 3 BauNVO nicht überschritten wird.

**Ausnahme 2**

Kfz- und Motorradhandel kann in Gewerbegebieten ausnahmsweise zulässig sein (Einzelfallprüfung, gebietsbezogene Regelung nach Bebauungsplan).

**Erläuterung:**

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) können zwar grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, zugelassen werden. Zum Erreichen und zur späteren Einhaltung des Zielsystems zur Einzelhandelsentwicklung für die Stadt Viernheim sollten jedoch auch Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente (groß- und kleinflächig) räumlich gelenkt werden. Dafür bieten sich neben den städtebaulich-funktionalen Zentren (Stadtzentrum und Nahversorgungszentrum) insbesondere bestehende Agglomerationen (Sonderstandorte) nicht zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote an.

Da die Stadt Viernheim bereits heute über mehrere sehr starke Sonderstandorte im Stadtgebiet verfügt, besteht absehbar nicht die Notwendigkeit, neue Sonderstandorte zu entwickeln bzw. planungsrechtlich vorzubereiten / auszuweisen. Somit sollten Neuansiedlungen oder Erweiterungsvorhaben auf die bereits vorhandenen Standorte Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiete 3 und 4 konzentriert werden. Besondere Relevanz erhält dieser Grundsatz für bestehende Gewerbegebiete (ohne deutliche Einzelhandelsvorprägung wie das Gewerbegebiet Nord), weil damit möglicherweise die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden, was dem Zielsystem zuwider liefe. Angebote zentrenrelevanter Sortimente sollen darüber hinaus generell nicht in Gewerbegebieten verortet werden, wobei der Problematik von Randsortimenten eine besondere Bedeutung zukommt.

## 13 Analyse der Potenzialflächen

Neben der Ermittlung absatzwirtschaftlicher Spielräume und der Diskussion zukünftig möglicher Entwicklungsszenarien bildet die Potenzialflächenanalyse einen wichtigen Baustein im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Viernheim. Hierbei wird untersucht, ob und wenn ja, welche Bereiche im Stadtgebiet zukünftig für die Weiterentwicklung von Einzelhandelsnutzungen bzw. neuen Einzelhandelseinrichtungen geeignet erscheinen und wo im Umkehrschluss keine Einzelhandelsansiedlungen zu befürworten sind. In Abstimmung mit der Stadtverwaltung Viernheim wurden zwei Potenzialflächen ausgewählt, die für eine Einzelhandelsnutzung geeignet erscheinen bzw. auf denen zur Zeit und auch zukünftig ein deutlicher Ansiedlungs- oder Erweiterungsdruck lastet oder möglicherweise zu erwarten ist.

Bei den Potenzialflächen handelt es sich nicht nur um Einzelgrundstücke, sondern es werden auch mehrere Flächen gleicher Standortwertigkeit zu einer räumlichen Einheit zusammengefasst und hinsichtlich einer einzelhandelsrelevanten Ansiedlung bewertet.

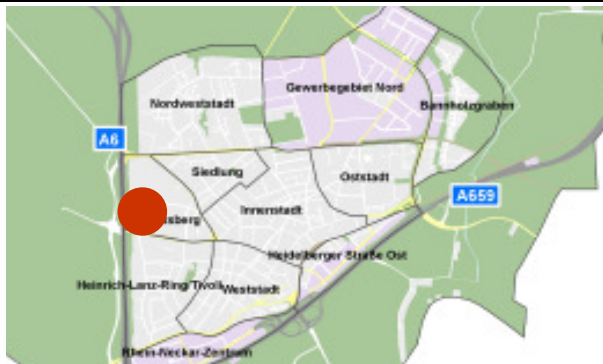
Die Analyse der Potenzialflächen wird durch die Bearbeitung der folgenden Kriterien bzw. die Beantwortung der damit verbundenen Fragen vorgenommen:

- **Lage/Umgebung:**  
Wo liegt der Standort im Stadtgebiet und was sind die umgebenden Nutzungen und Gebäude?
- **Derzeitige Nutzung/Zustand:**  
Wie wird die Fläche momentan genutzt (z. B. als Brache, Parkplatz, Gewerbe)? Wie stellt sich der derzeitige Zustand dar (vorhandene Gebäude, Altlasten, Topografie, Zugschnitt etc.) und ergeben sich daraus Umsetzungsschwierigkeiten?
- **Lage zum zentralen Versorgungsbereich:**  
Besitzt der Standort aktuell Anschluss an den bestehenden zentralen Versorgungsbereich bzw. ist eine zukünftige Anbindung realistisch? Ist die Fläche darüber hinaus geeignet, bestehende Einrichtungen zu ergänzen?
- **Lage zu Wohnstandorten:**  
Ist der Standort in Wohnbereiche eingebunden und kann er vor diesem Hintergrund als Nahversorgungsstandort fungieren?
- **Verkehrliche Rahmenbedingungen:**  
Wie sind die verkehrlichen Rahmenbedingungen zu bewerten (Anbindung motorisierter Individualverkehr, öffentlicher Personennahverkehr, ruhender Verkehr)?
- **Planungsrecht:**  
Welche Rahmenbedingungen ergeben sich für die Flächenverfügbarkeit aus den bestehenden Planwerken zum Standort (Bebauungsplan, Flächennutzungsplan etc.)?
- **Städtebauliche Verträglichkeit:**  
Kann sich die Fläche in vorhandene städtebauliche Strukturen bzw. in die Umgebung einpassen oder stellt sie einen Fremdkörper dar?

- **Einzelhandelsspezifische Einordnung:**  
Inwiefern beeinflusst eine geplante Einzelhandelsnutzung unter Berücksichtigung der errechneten Potenziale die bestehenden Einzelhandelsstrukturen? Sind Synergien zu erwarten oder eher negative Auswirkungen?



**Potenzialfläche 1: Schmittsberg**



**Mikrostandort**  
(Größe, aktuelle Nutzung, rechtliche Situation)

ca. 10.000 m<sup>2</sup> Grundstücksfläche; aktuell Freifläche  
verschiedene private Eigentümer und Stadt Viernheim

**Makrostandort**  
(Lage, Umfeld, Erschließung)

Siedlungsrandlage, Erschließung über Saarlandstraße

**Einzelhandelspotenziale**  
(Einzelhandelseitige Integration, Nähe zum Zentrum und Wohnstandorten)

Keine Nähe zu weiteren Einzelhandelsstandorten; unmittelbare Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen; vergleichsweise dichte Bebauungsstruktur

**Fazit**

Einzelhandelsnutzung grundsätzlich denkbar; auch für einen größeren Einzelhandelsbetrieb mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten; zentrenrelevante Sortimente sind dagegen nicht zu empfehlen!



Chance: Verbesserung der wohnungsnahen Grundversorgung (Standort Knupfer Beethovenstraße allerdings als 1. Priorität; der derzeit umgebaut/erweitert wird) durch städtebaulich integriertere Lage

**Potenzialfläche 2: Rübelmann**



**Mikrostandort**  
(Größe, aktuelle Nutzung, rechtliche Situation)

Ca. 23.000 m<sup>2</sup> Grundstücksfläche; Brachflächen, Abrissgebäude; im Eigentum der Fa. Rübelmann, Problem: Altlasten  
aktuell: Erstellung eines Vermarktungsgutachtens der Fa. Rübelmann

**Makrostandort**  
(Lage, Umfeld, Erschließung)

Lage am Rand Gewerbegebietes Nord, gewerbliches Umfeld

**Einzelhandelspotenziale**  
(Einzelhandelseitige Integration, Nähe zum Zentrum und Wohnstandorten)

Keine Nähe zu Einzelhandelsbetrieben; südlich der Friedrich-Ebert-StraÙe Wohnsiedlungsbereiche

**Fazit**



Einzelhandelsnutzung für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten grundsätzlich denkbar; aber: Ziel der städtebaulichen Konzentration an den Sonder- / Ergänzungsstandorten zu empfehlen  
Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden

**Verzeichnisse****Abbildungen**

Abbildung 2: Einzugsbereich des Viernheimer Stadtzentrums .....	66
Abbildung 3: Einzugsbereich der Gewerbegebiete 3 und 4.....	67
Abbildung 4: Zentralitäten und Zielzentralitäten als Grundlage für die Berechnung der Verkaufsflächenpotenziale .....	73
Abbildung 5: Standorthierarchie in der Stadt Viernheim.....	90
Abbildung 6: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten .....	96
Abbildung 7: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben großflächiger Lebensmittelmärkte (ab 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche).....	120
Abbildung 8: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben kleinflächiger Lebensmittelmärkte (<800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche) .....	120
Abbildung 9:Prüfschema für ein Ansiedlungsvorhaben eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes mit zentrenrelevantem Kernsortiment.....	124

**Karten**

Karte 1: Definition der Lage: integrierte Lage und nicht-integrierte Lage .....	20
Karte 2: Lage im Raum .....	25
Karte 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2008.....	26
Karte 4: Siedlungsstruktur der Stadt Viernheim.....	27
Karte 5: Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte in Viernheim .....	41
Karte 6: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Viernheim .....	43
Karte 7: Räumliche Verteilung der Leerstände im Stadtzentrum Viernheim .....	46
Karte 8: Einzelhandelsdichte im Stadtzentrum von Viernheim.....	49
Karte 9: Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee .....	54
Karte 10: Gewerbegebiet 3 (West).....	57
Karte 10: Gewerbegebiet 4 (Ost) .....	58
Karte 10: Verflechtungsbereiche des Viernheimer Einzelhandels (ohne Rhein- Neckar-Zentrum).....	64

Karte 11: Szenario 1: „Freies Spiel der Kräfte“ in der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung .....	76
Karte 12: Szenario 2: „Bewahrung“ .....	78
Karte 13: Szenario 3: „Steuerung mit Ausnahmen“ .....	79
Karte 14: Szenario 4: „Neues Zentrum“ .....	81
Karte 15: Räumliches Leitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Viernheim.....	91
Karte 16: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Stadtzentrum Viernheim .....	103
Karte 17: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Theodor-Heuss-Allee.....	107
Karte 18: Ergänzungsstandorte Rhein-Neckar-Zentrum und Gewerbegebiet 3 (West)...	113
Karte 19: Ergänzungsstandort Gewerbegebiet 4 (Ost) .....	113

## **Tabellen**

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Viernheim.....	18
Tabelle 2: Teilnehmer des Arbeitskreises.....	23
Tabelle 3: Angebotssituation des Viernheimer Einzelhandels .....	30
Tabelle 4: Verkaufsflächen in m <sup>2</sup> nach Lagen.....	35
Tabelle 5: Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung .....	38
Tabelle 6: Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel in den Siedlungsbereichen .....	39
Tabelle 7: Leerstände im Viernheimer Stadtgebiet .....	44
Tabelle 8: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Viernheim.....	68
Tabelle 9: Branchenspezifische Umsätze und Zentralitäten des Viernheimer Einzelhandels .....	70
<b>Tabelle 11: Viernheimer Sortimentsliste.....</b>	<b>98</b>
Tabelle 12: „Die Viernheimer Systematik“ .....	116

## Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
<b>Einzelhandel im engeren Sinne</b>	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
<b>Einzelhandelsbetrieb</b>	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u.a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf- Einzelhandelsrelevanten- Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z.B. von der Gesellschaft für Konsummarkt- und Absatzforschung (GfK) oder der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG in Nürnberg ermittelt und jährlich aktualisiert.
<b>Einzelhandelsrelevante Zentralität</b>	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde/ Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.

Begriff	Erläuterung
<b>Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
<b>Fachmarkt</b>	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v.a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
<b>GPK</b>	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
<b>Großflächiger Einzelhandel</b>	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 qm) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zuwiderlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
<b>Kaufkraftabfluss</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
<b>Kaufkraftbindung</b>	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde/ Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
<b>Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential</b>	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

Begriff	Erläuterung
<b>Kernsortiment/ Randsortiment</b>	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i.d.R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
<b>Lebensmitteldiscounter</b>	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z.B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000-3.000 Artikel) im Vergleich zu z.B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z.B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 qm.
<b>Nahversorgungsrelevantes Sortiment</b>	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
<b>Nahversorgungsstandort</b>	Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/ oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i.d.R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
<b>Nahversorgungszentrum</b>	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z.B. durch Platz- oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelgeschäft, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.

Begriff	Erläuterung
<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	<p>Nicht-zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i.d.R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z.B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht-integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i.d.R. nicht gegeben. Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i.d.R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z.B. GPK/ Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.</p>
<b>SB-Warenhaus</b>	<p>Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 qm bzw. 5.000 qm, umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (&gt; 50 % Verkaufsflächenanteil)/ Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Marktkauf, Kaufland).</p>
<b>Sonderstandort</b>	<p>Sonder-/ Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i.d.R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.</p>



Begriff	Erläuterung
<b>Sortimentsliste (ortstypische)</b>	<p>Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.</p> <p>Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium). Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeinde-spezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z.B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.</p>
<b>Stadtteilzentrum</b>	<p>Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i.d.R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter (z.T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z.T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z.B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.</p>
<b>Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)</b>	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m<sup>2</sup> – max. 1.500 m<sup>2</sup>. Deutlicher Angebotsschwerpunkt (&gt; 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevanten Randsortimenten.</p>

Begriff	Erläuterung
<b>Umsatzkennziffer</b>	Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.
<b>Verbrauchermarkt</b>	Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 qm, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauer-niedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.
<b>Verkaufsfläche</b>	Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.
<b>Verkaufsflächenausstattung je Einwohner</b>	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde/ Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

Begriff	Erläuterung
<b>Zentraler Versorgungsbereich</b>	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:            Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung/ -präsentation.</p>
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	<p>Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht-integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Standorten angesiedelt werden,</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d.h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z.B. kann der Lebensmittel-einzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzel-fallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten)</p>
<p><b>Zentraler Versorgungsbe- reich</b></p>	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 2(2), 9 (2a), 34 (3) BauGB; § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt. Innerhalb einer Kommune kann es</p> <p>mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Handel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung -präsentation.</p>