



Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts Gernsbach

Vorberatung im Gemeinderat am 24. April 2017

Dipl. Geogr. Gerhard Beck

Dipl. Geogr. Markus Wagner

Fortschreibung Einzelhandelskonzept

- Bewertung der Entwicklungsmöglichkeiten des Mittelzentrums Gernsbach
- Überprüfung und Anpassung des Konzepts an rechtliche Anforderungen

Auswirkungsanalyse für mehrere Einzelhandelsprojekte

- Pfleiderer Areal
- Nahversorgungsstandort Schwarzwaldstraße

Ansiedlung in ... mit ...		zentraler Versorgungs- bereich	Nahver- sorgungs- standorte	sonstige Lagen (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche)	
				siedlungsräumlich integrierte Lagen	siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen
nahversorgungs- relevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✓	⊕	✗
	nicht großflächig	✓	✓	⊕	✗
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✗	✗	✗
	nicht großflächig	✓	✓	⊕	✗
nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✗	✗	⊕
	nicht großflächig	✓	⊕	⊕	⊕

✓
 ⊕
 ✗





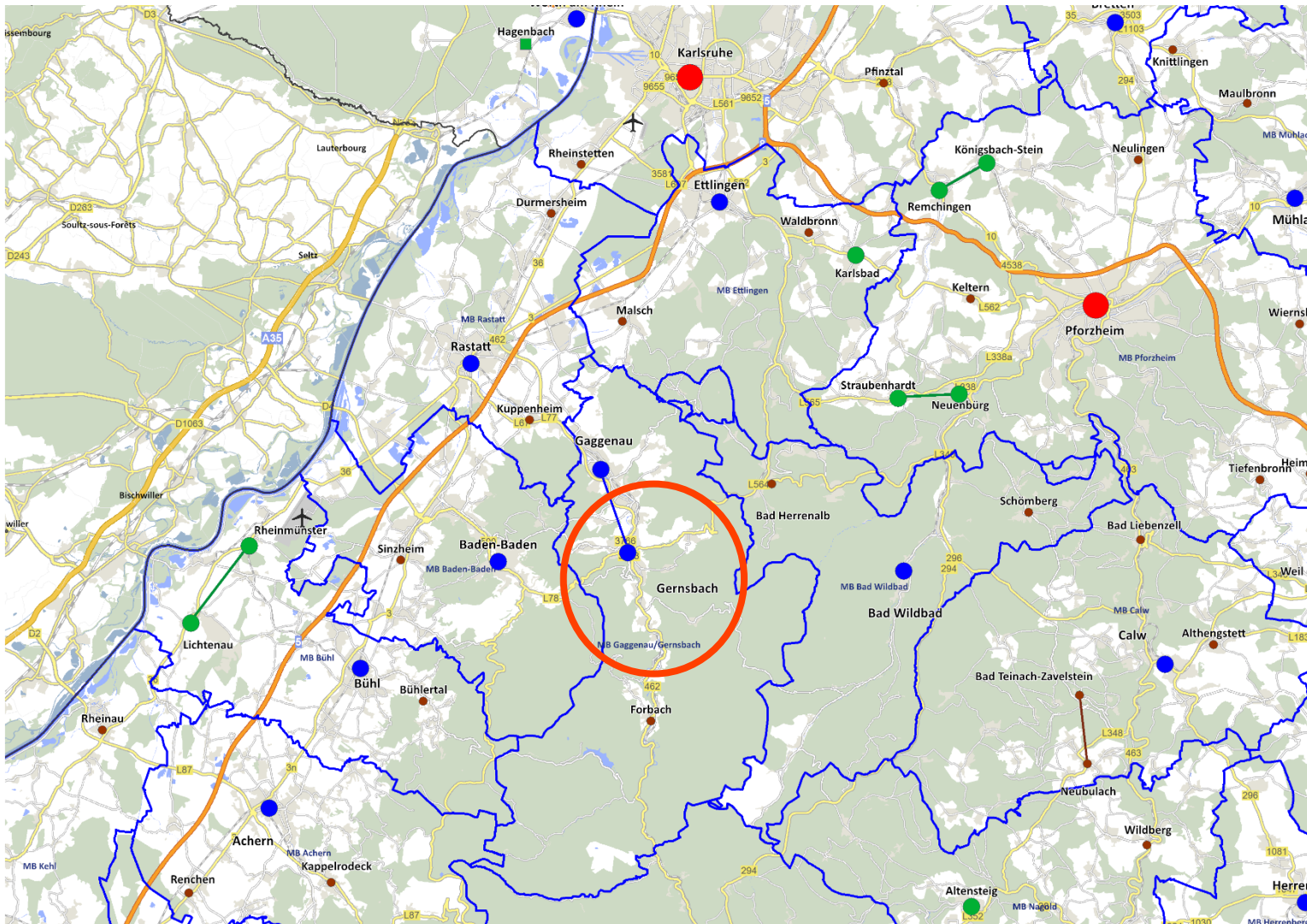
Fortschreibung Einzelhandelskonzept



Regionale Rahmenbedingungen

Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Unterzentrum
- Kleinzentrum
- kooperierende Zentren
- Mittelbereiche



Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2017

→ starke regionale Konkurrenzsituation im Einzelhandel

Einzelhandelsbestand Gernsbach

	Gernsbach		
	Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	28	5.390	26,3
Gesundheit, Körperpflege	5	765	6,0
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	4	545	1,9
Bücher, Schreib- / Spielwaren	3	240	1,1
Bekleidung, Schuhe, Sport	11	2.010	6,2
Elektrowaren	4	300	1,7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	7	480	1,7
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	2	1.520	2,4
Optik / Uhren, Schmuck	4	175	1,0
Sonstiger Einzelhandel	2	60	0,2
Einzelhandel insgesamt	70	11.485	48,5

GMA-Erhebungen 2017 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Einzelhandels- strukturen

Legende

Einzelhandel

Größenklassen

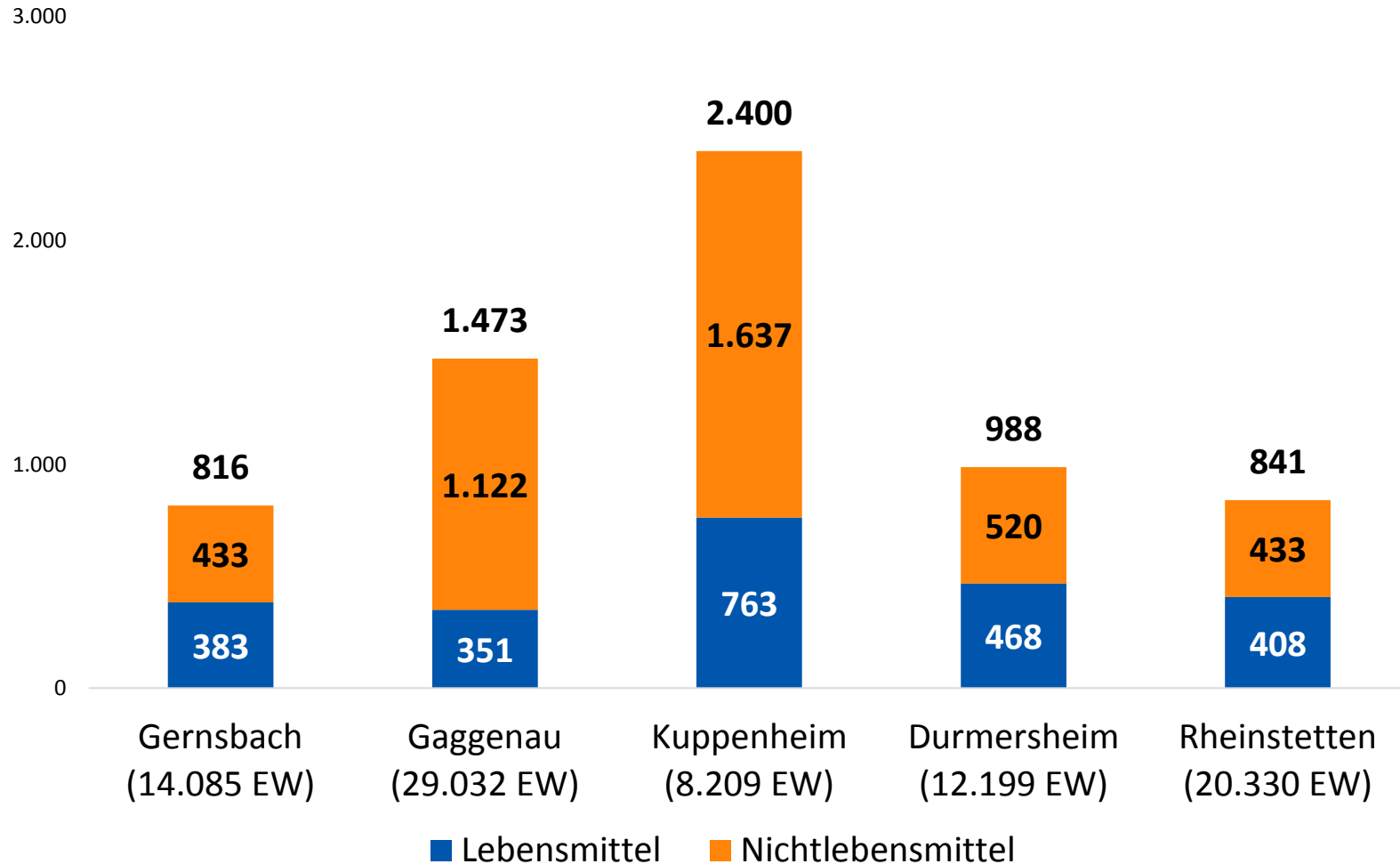
- ◇ über 800 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

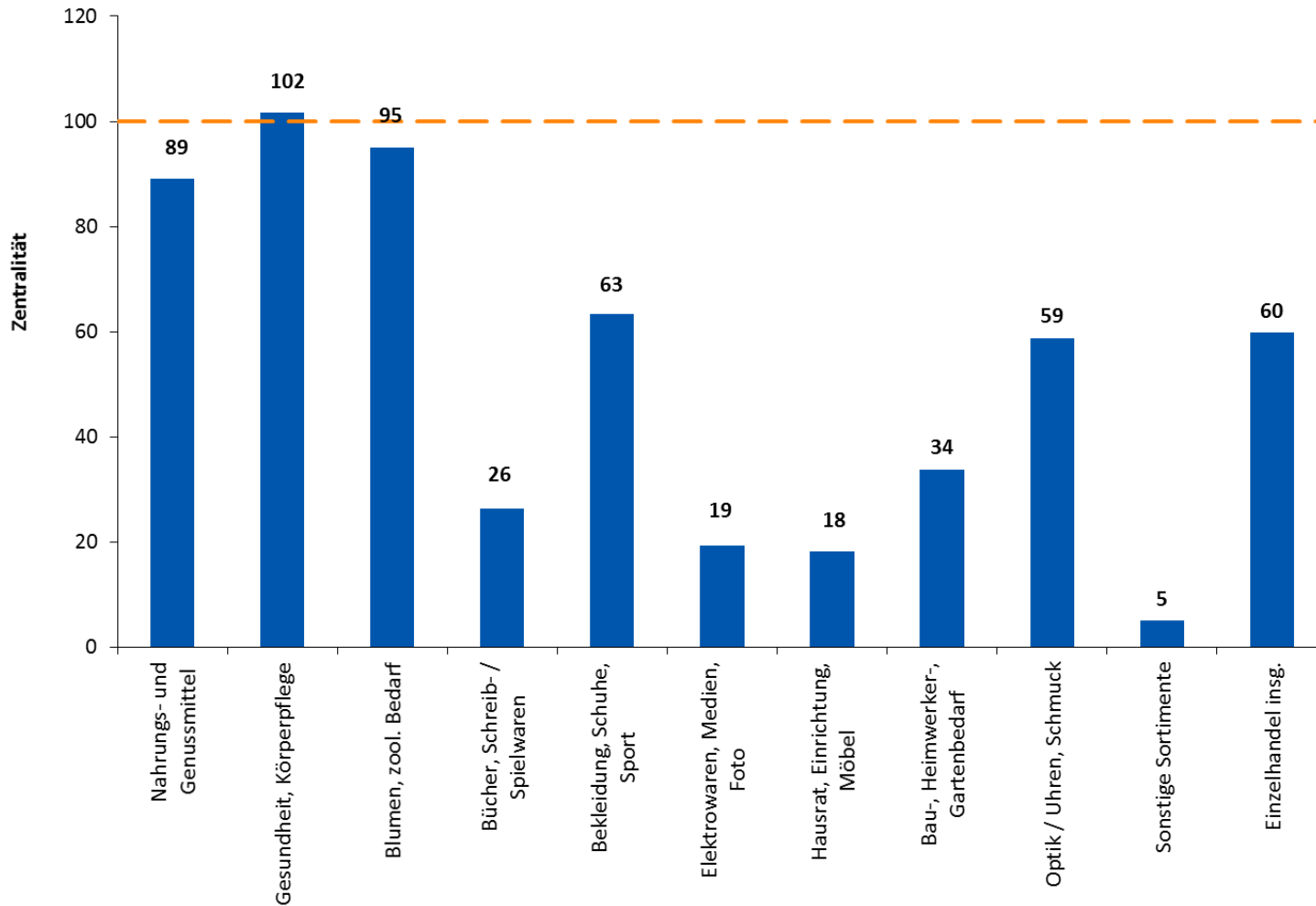
Kartengrundlage: Stadt Gernsbach,
GMA-Bearbeitung 2017

Verkaufsflächenausstattung im regionalen Vergleich



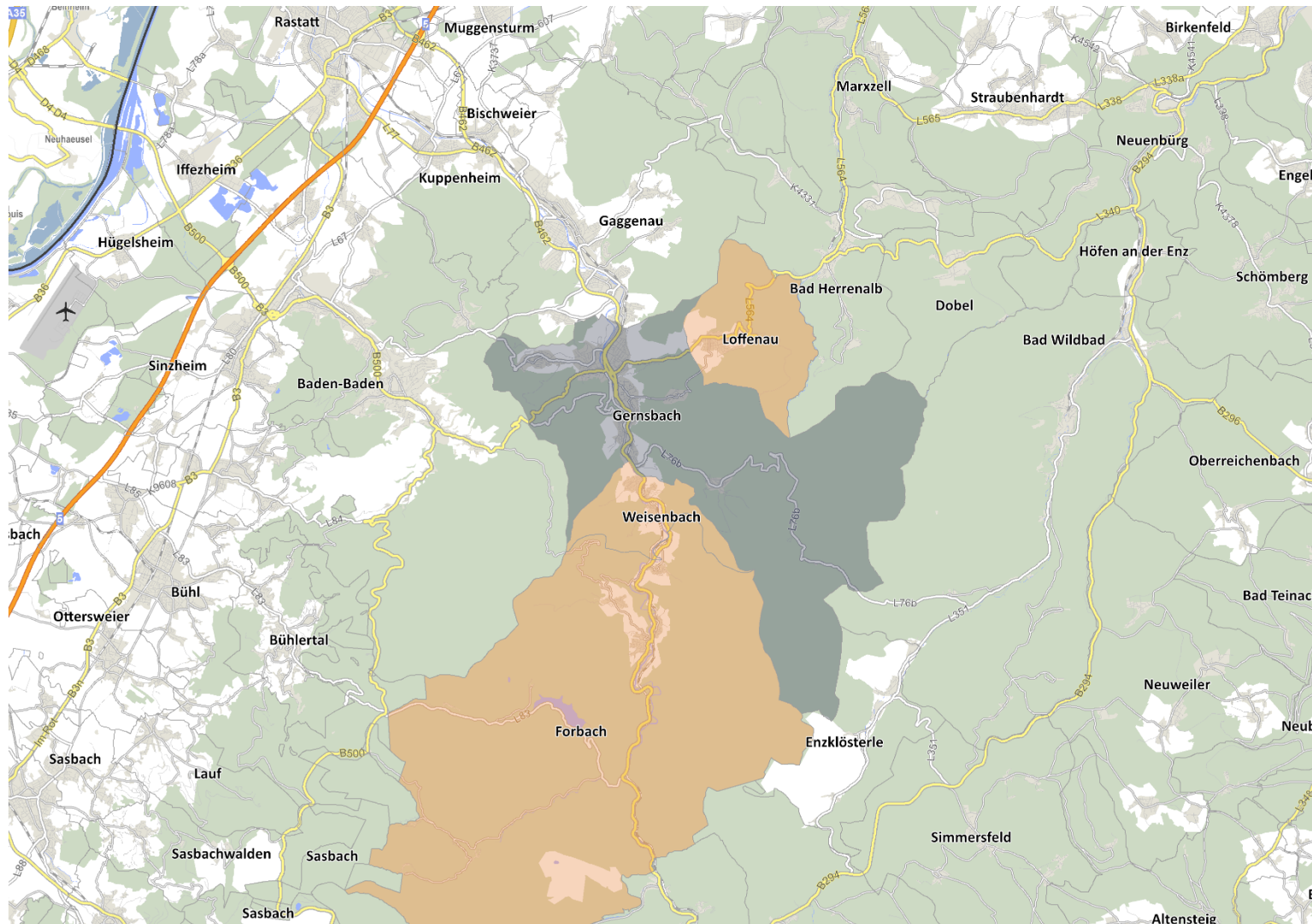
→ deutlich unterdurchschnittliche Ausstattung im regionalen Vergleich

Einzelhandelszentralität



→ sowohl im Lebensmittel- als auch im Nichtlebensmittelbereich Kaufkraftabflüsse vorhanden

Marktgebiet von Gernsbach



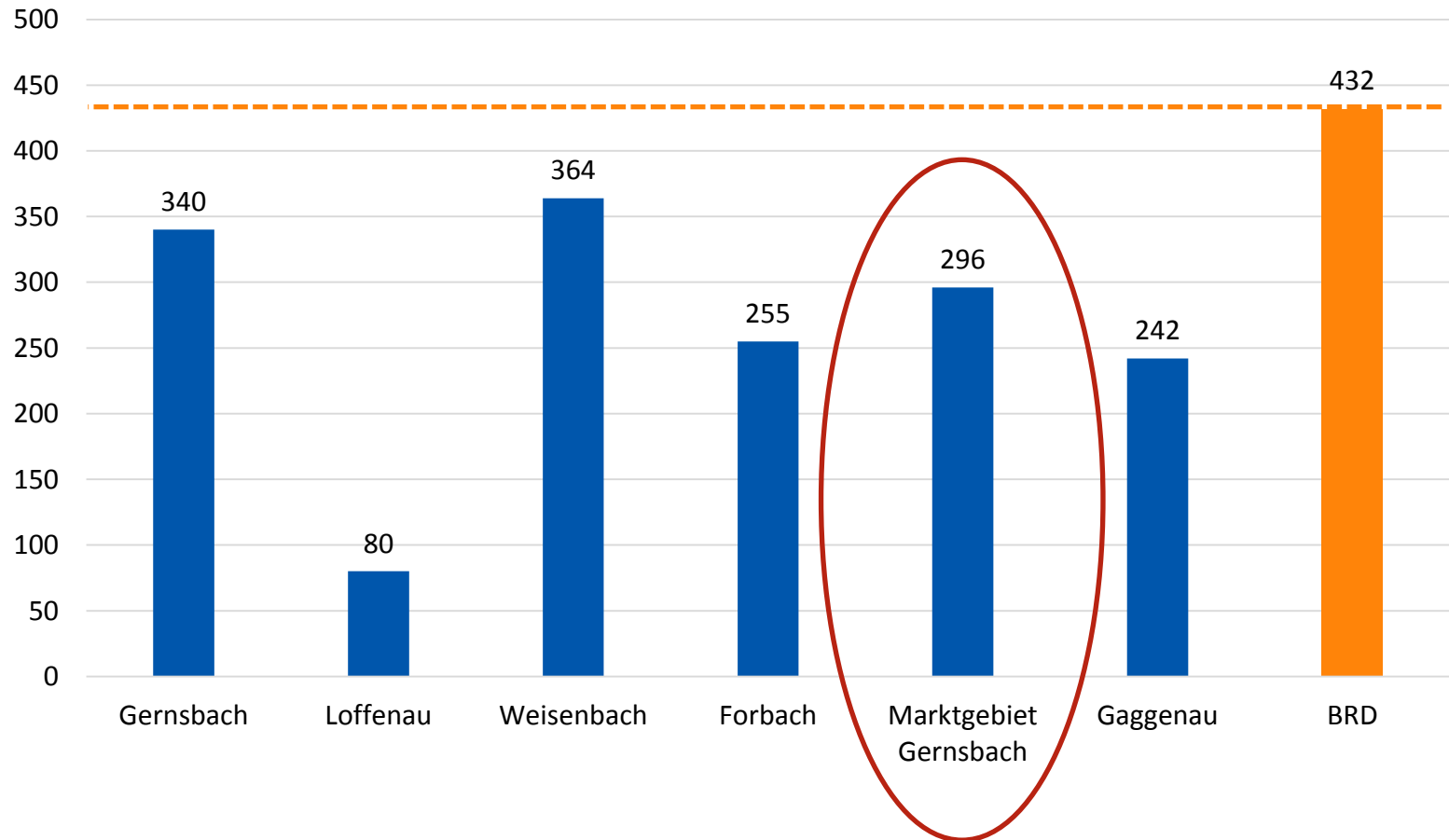
Legende

- Zone I
- Zone II

Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2017

→ Gernsbach erschließt ein Marktgebiet von rd. 24.000 Einwohnern

Quantitative Bewertung (Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 EW)



Qualitative Bewertung

im **Vollsortimentsbereich** deutlicher
Nachholbedarf

- beide Anbieter mit zu geringen Verkaufsflächen und nicht mehr zeitgemäßem Marktauftritt
- angesichts der Versorgungsfunktion von Gernsbach für ca. 24.000 EW fehlt ein großer moderner Lebensmittelmarkt



Entwicklungsperspektiven in der Nahversorgung

Qualitative Bewertung

- im **Discountbereich** ebenfalls Modernisierungsbedarf bei Aldi und Lidl zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit
 - Lidl in dezentraler Gewerbegebietslage und hinsichtlich Verkaufsfläche nicht mehr zeitgemäß
 - Aldi ebenfalls mit Modernisierungsbedarf
- Im **Drogeriebereich** wurde mit Rossmann bereits eine Modernisierung der Angebotsstrukturen erreicht



ROSSMANN

M Müller



Entwicklungsperspektiven bei den sonstigen Sortimenten

- /// bei den sonstigen Sortimenten starke regionale Wettbewerbsverflechtungen
- /// benachbartes Mittelzentrum Gaggenau als Hauptangebots- und Wettbewerbsstandort
- /// Entwicklungsperspektiven im Nichtelebensmittelbereich eng begrenzt
- /// **Fokus auf Standortsicherung und Modernisierung bestehender Anbieter**

Ziele

- Sicherung der Versorgungsfunktion der Stadt Gernsbach
- Schutz und Stärkung der Innenstadt
- Sicherung der wohnortnahen Versorgung

Sortimentskonzept

Einordnung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente unter Berücksichtigung

- der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels
- der städtebaulichen Zielsetzungen
- der landesplanerischen Vorgaben (gemäß Regionalplan Mittlerer Oberrhein)

Standortkonzept

Überprüfung der Zentren- und Standortstruktur

- Abgrenzung und Definition zentraler Versorgungsbereiche
- standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelssteuerung

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente*
<p>zentren- und nahversorgungsrelevant</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- / Genussmittel ▪ Reformwaren ▪ Drogeriewaren ▪ Wasch- und Putzmittel ▪ Kosmetika und Parfümerieartikel ▪ (Schnitt-)Blumen ▪ Zeitungen / Zeitschriften ▪ Papier-, Schreibwaren, Schulbedarf ▪ Briefmarken <p>zentrenrelevant</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pharmazeutika ▪ Sanitätswaren ▪ Bücher ▪ Spielwaren ▪ Bekleidung aller Art ▪ Schuhe und Zubehör ▪ Leder- und Kürschnerwaren ▪ Sportartikel einschl. Sportgeräte ▪ Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle ▪ Computer, Kommunikationselektronik ▪ Elektrokleingeräte ▪ Tonträger ▪ Foto, Video ▪ Gardinen und Zubehör ▪ Glas, Porzellan, Keramik ▪ Haus-, Heimtextilien, Stoffe ▪ Haushaltswaren / Bestecke ▪ Kunstgewerbe / Bilder und –rahmen ▪ Bastel-, Geschenkartikel ▪ Optik und Akustik ▪ Schmuck, Gold- und Silberwaren ▪ Uhren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zooartikel ▪ Elektrogroßgeräte (weiße Ware)** ▪ Unterhaltungselektronik und Zubehör ▪ Beleuchtungskörper, Lampen ▪ Büromaschinen (ohne Computer) ▪ Möbel (inkl. Büromöbel) ▪ Küchen (inkl. Einbaugeräte) ▪ Werkzeuge ▪ Beschläge, Eisenwaren ▪ Bauelemente, Baustoffe ▪ Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten ▪ Farben, Lacke ▪ Fliesen ▪ Holz ▪ Installationsmaterial ▪ Rollläden und Markisen ▪ Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör ▪ Pflanzen und -gefäße ▪ Erde, Torf ▪ Gartenhäuser, -geräte ▪ Zäune ▪ Herde, Öfen ▪ Campingartikel ▪ Fahrräder und Zubehör ▪ Musikalien ▪ Nähmaschinen ▪ Waffen, Jagdbedarf ▪ Boote und Zubehör ▪ motorisierte Fahrzeuge aller Art und Zubehör*** ▪ Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse

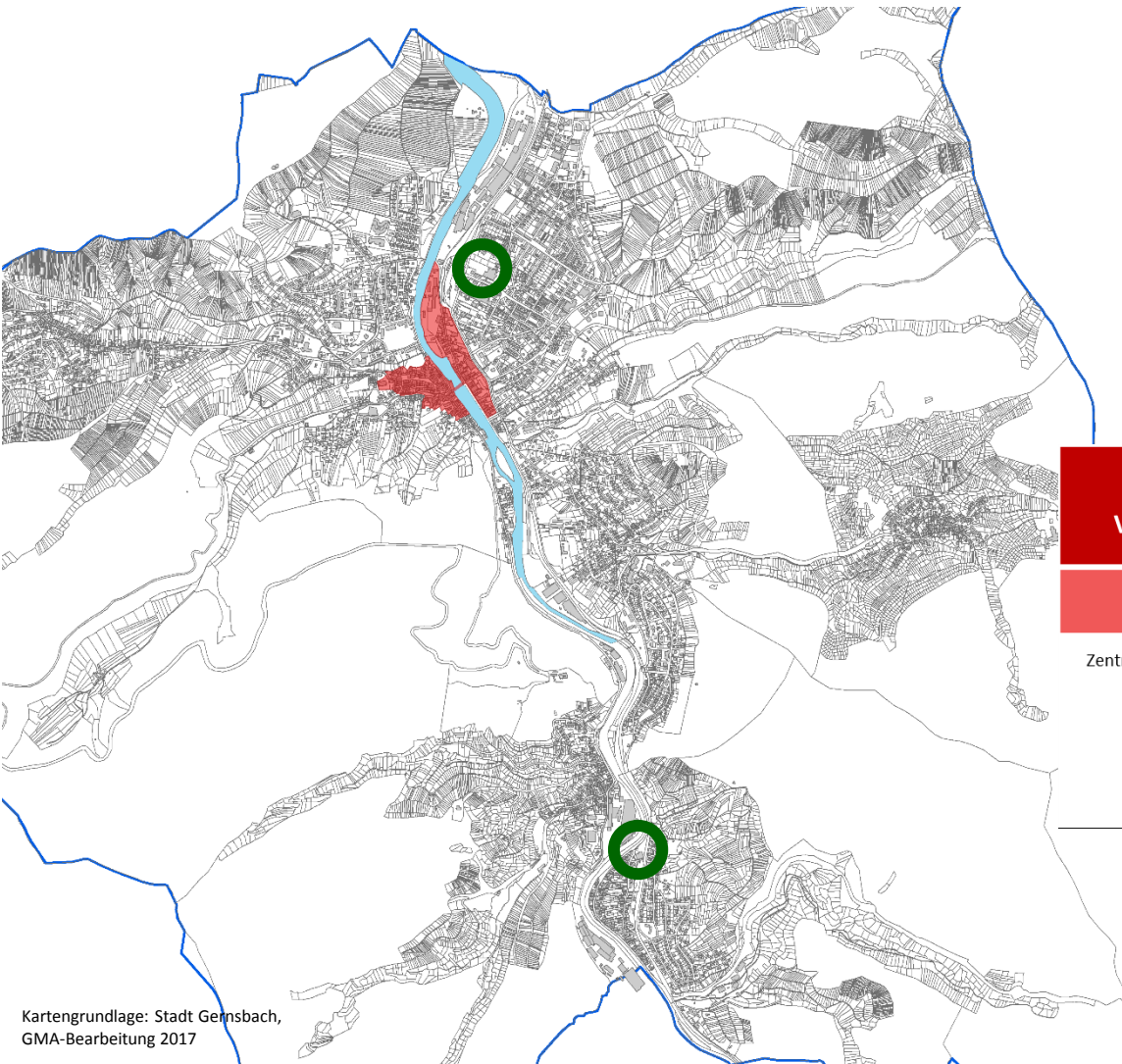
Überprüfung der Sortimentsliste

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

** weiße Ware: z. B. Haus- und Küchengeräte; braune Ware: z. B. Radio-, Fernsehgeräte, DVD-Player

*** kein Einzelhandel im engeren Sinn

Standortkonzept



Legende

- Zentraler Versorgungsbereich
- Nahversorgungsstandorte

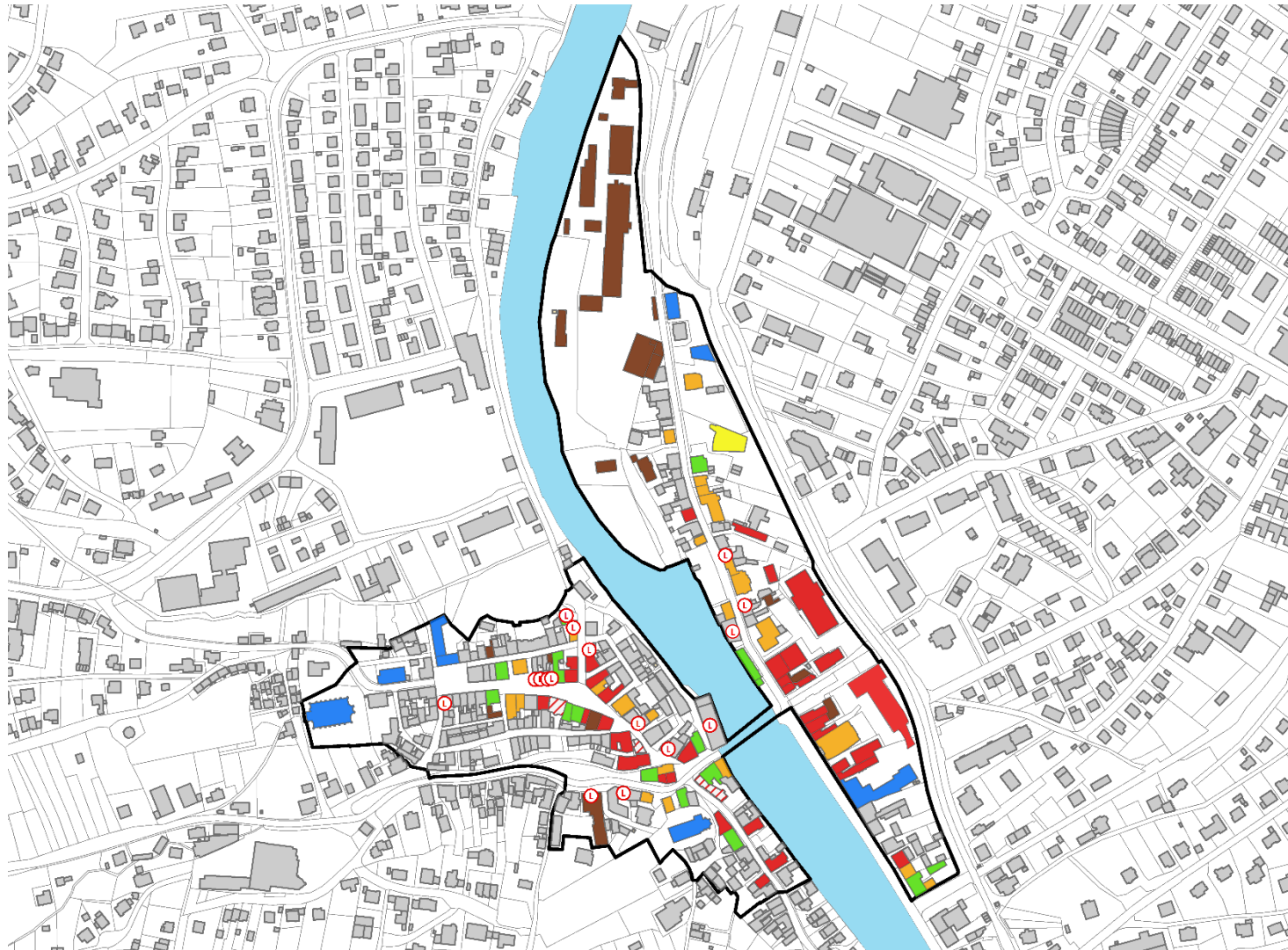
Zentraler Versorgungsbereich	Nahversorgungsstandorte
Innenstadt	Schwarzwaldstraße Netto Hilpertsau

Zentrale Versorgungsbereiche gemäß


- § 1 Abs. 6 BauGB,
- § 2 Abs. 2 BauGB,
- § 9 Abs. 2a BauGB,
- § 34 Abs. 3 BauGB,
- § 11 Abs. 3 BauNVO

solitär oder im Standortverbund
gelegene wohnortnahe
Lebensmittelmärkte mit wichtiger
Nahversorgungsfunktion

Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs





Legende


 zentraler Versorgungsbereich


Nutzungsstruktur


 Einzelhandel

 Dienstleistungen


 Gastronomie, Hotellerie


 Freizeit- und Kultureinrichtungen


 öffentl. Einrichtungen

 Bildungseinrichtungen

 Gewerbe

 überwiegend Wohnen

 Mehrfachnutzung

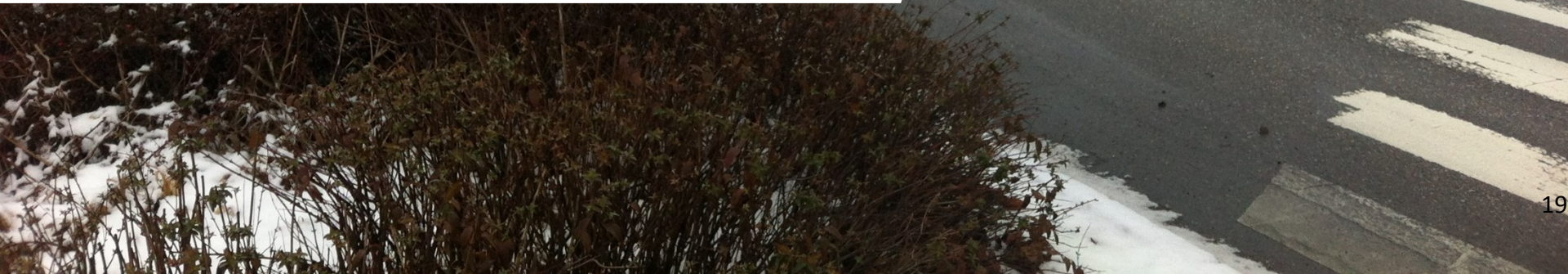
 Leerstände

Stand: Januar 2017

Kartengrundlage: Stadt Gernsbach,
GMA-Bearbeitung 2017



Auswirkungsanalyse



Pfleiderer Areal

- /// Neuansiedlung Lebensmittelvollsortimenter mit 2.100 m² VK
- /// Verlagerung und Erweiterung Lidl mit 1.400 m² VK (+400 m²)

Schwarzwaldstraße

- /// Modernisierung Rewe auf 1.600 m² VK (+450 m² VK)
- /// Modernisierung Aldi auf 1.300 m² VK (+300 m² VK)

Raumordnerische Gesamtbetrachtung erforderlich

**Rechts-
grundlagen**

**Landes-
entwicklungs-
plan BW**

**Regionalplan
Mittlerer Oberrhein**

**Einzelhandels-
erlass BW**

**Bewertungs-
kriterien**

Konzentrationsgebot

Integrationsgebot

Kongruenzgebot

Beeinträchtungsverbot

Rechtliche Vorgaben

- „großflächige Einzelhandelsbetriebe nur in **Unter-, Mittel- oder Oberzentren**“
 - Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion kommen in Betracht, wenn Sicherung der Grundversorgung nicht gewährleistet ist.
-
- Gernsbach als Mittelzentrum ausgewiesen
 - **Das Konzentrationsgebot wird eingehalten**

Rechtliche Vorgaben

/// „der Standort des Vorhabens soll städtebaulich integriert sein“

- Standort „Pfleiderer Areal“
im zentralen Versorgungsbereich bzw.
Innenstadt gemäß Regionalplan
- Standort „Schwarzwaldstraße“ als Standort
mit Nahversorgungsfunktion
- **Das Integrationsgebot wird eingehalten**

Rechtliche Vorgaben

- /// „das Vorhaben muss sich in das zentralörtliche System einfügen“
- /// mindestens 70 % des Umsatzes müssen aus dem Verflechtungsbereich stammen

Vorhaben	Umsatzanteil in %			Erfüllung des Kongruenzgebotes
	aus Gernsbach	aus Mittelbereich	außerhalb des Mittelbereichs	
Vollsortimenter	78 – 79	14 – 15	7	✓
Lidl	76	17	7	✓
Rewe	78 – 79	14 – 15	7	✓
Aldi	76	17	7	✓
Gesamtvorhaben	77 – 78	15 – 16	7	✓

➔ **Das Konzentrationsgebot wird eingehalten**

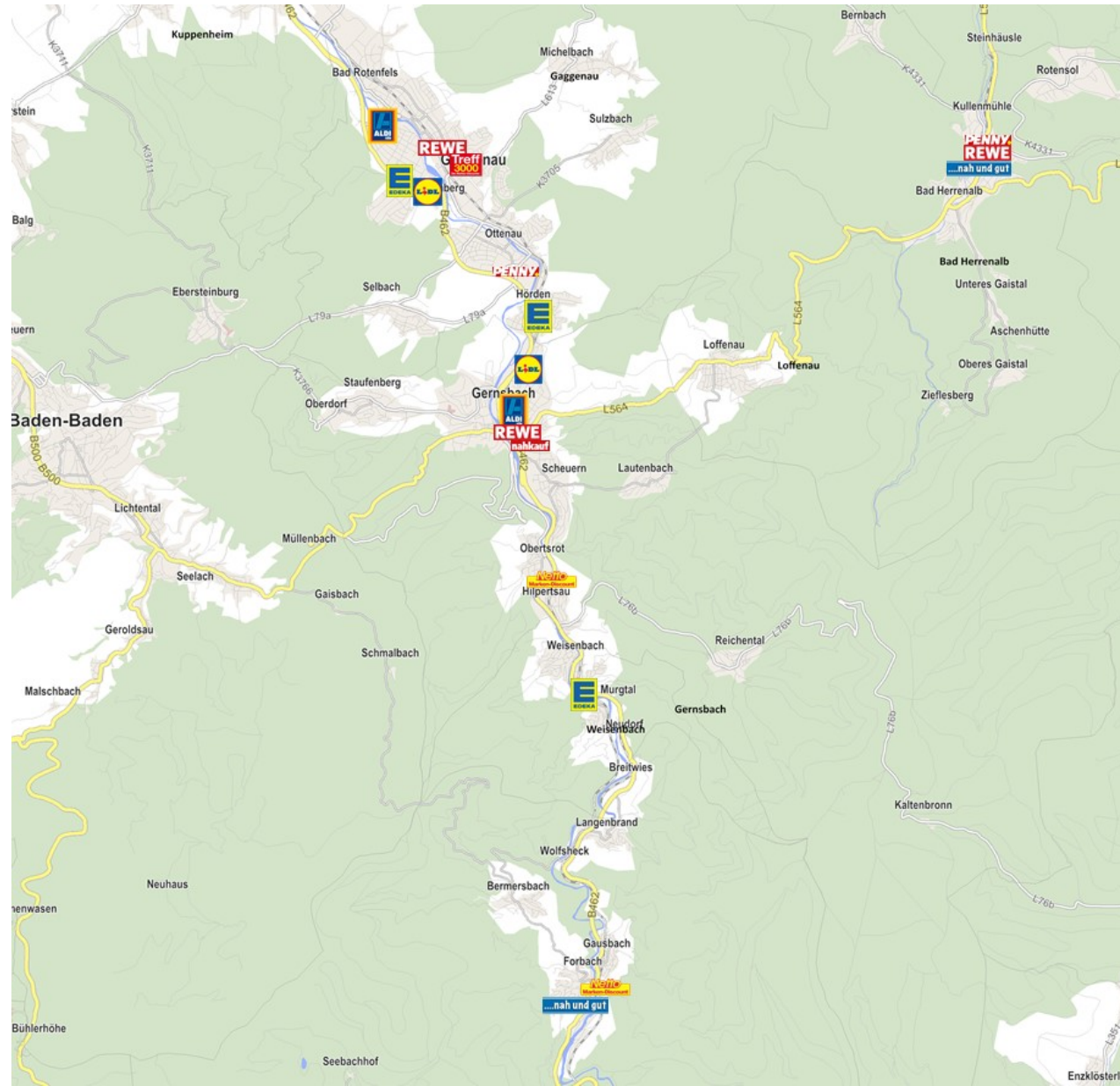
Beeinträchtigungsverbot

Rechtliche Vorgaben

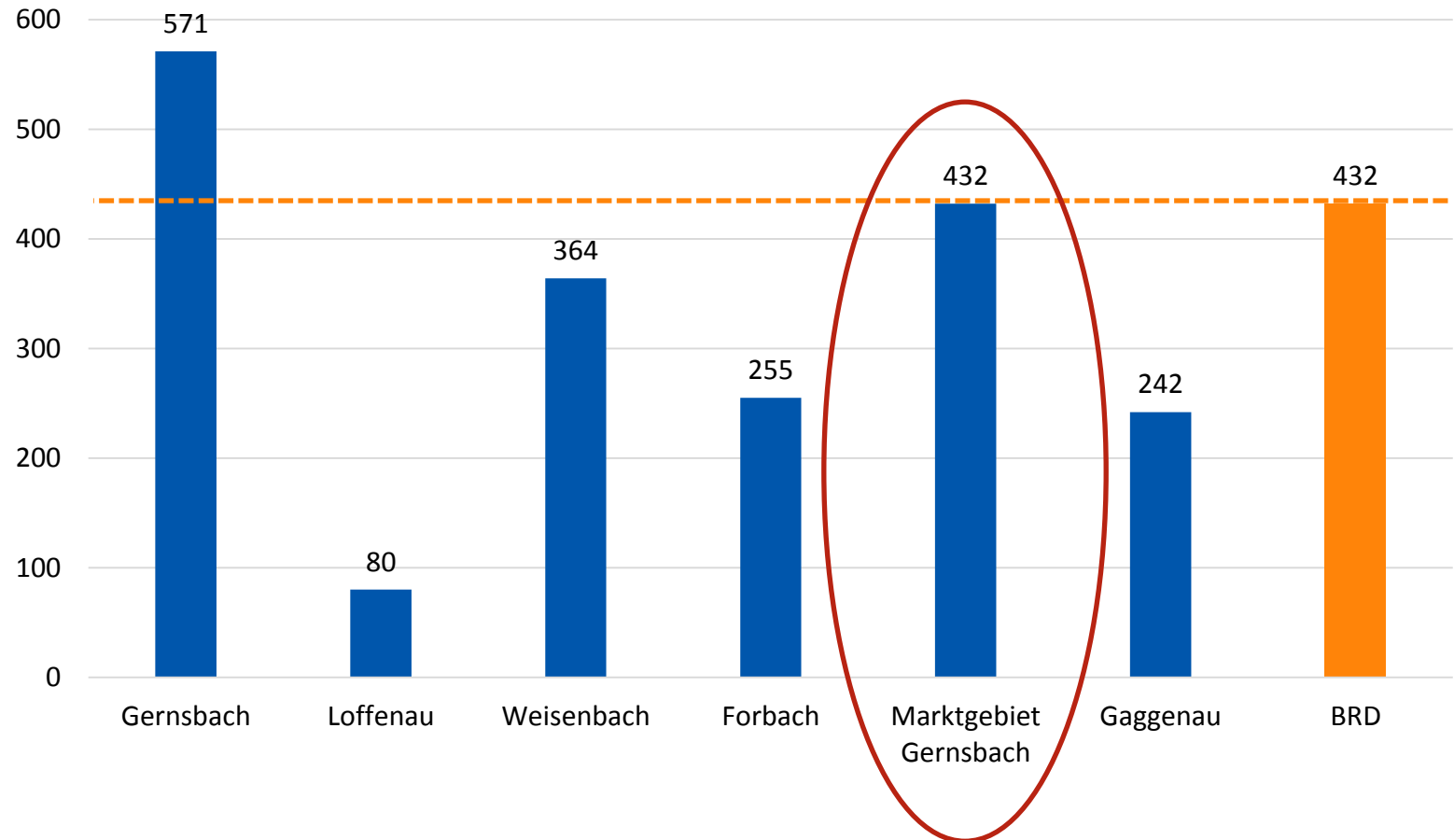
Das Vorhaben darf...

- ▀ das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungskernes (Stadt- und Ortskernes) sowie
- ▀ die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen.

Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Quantitative Bewertung (Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 EW) inkl. Projekte (Pfleiderer Areal und Schwarzwaldstraße)



- /// Umsatzumverteilungseffekte zwischen den einzelnen Projekten auf erhöhtem Niveau
 - Tragfähigkeit aller Anbieter nach Realisierung gegeben
- /// stärkste Umsatzumverteilungseffekte ggü. Nahkauf Schleicher (über 20 % Umsatzverlust)
- /// im Umland Umsatzverluste zwischen 2 – 3 und 7 % (Gaggenau)

- /// Vorhaben tragen zu einer notwendigen Modernisierung und Zukunftssicherung der Nahversorgungsstrukturen bei
 - /// Lebensmittelanbieter rücken wieder stärker ins Zentrum von Gernsbach
 - /// Städtebauliche Auswirkungen auf die Innenstadt und die Nachbargemeinden sind nicht zu erwarten
- **Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten**

Rechts- grundlagen

Landes-
entwicklungs-
plan BW

Regionalplan
Mittlerer Oberrhein

Einzelhandels-
erlass BW

Bewertungs- kriterien

Konzentrationsgebot



Integrationsgebot



Kongruenzgebot



Beeinträchtungsverbot



→ **Das Gesamtvorhaben und die Einzelvorhaben entsprechen den raumordnerischen Vorgaben**



Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit

Gesellschaft für Markt-und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Hohenzollernstraße 14

71638 Ludwigsburg



Telefon: +49 7141 9360-0

Telefax: +49 7141 9360-10

E-Mail: info@gma.biz

Internet: www.gma.biz