



Nahversorgungsstandort
Berliner Straße

HEIDELBERG-NEUENHEIM

Auswirkungen auf die Nahversorgung

Auftraggeber: Mathematikon Heidelberg GmbH
(Gesellschaft nach Schweizer Recht)
& Co. KG

Projektleitung: Dr. Stefan Holl

Projektbearbeitung: Dipl.-Geogr. Julia Wunder

Ludwigsburg, März 2012



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München
Hohenzollernstraße 14, 71638 Ludwigsburg
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl
eMail: info@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

Im August 2011 erteilte die Mathematikon Heidelberg GmbH (Gesellschaft nach Schweizer Recht) & Co. KG, Heidelberg, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Erarbeitung einer Studie für den Nahversorgungsstandort Berliner Straße in Heidelberg (Stadtteil Neuenheim). Anlass zur Erstellung einer Markt- und Verträglichkeitsuntersuchung ist die geplante Entwicklung einer derzeit als Stellplatzanlage der Universität Heidelberg genutzten Fläche entlang der Berliner Straße zwischen Mönchhofstraße und der Straße "Im Neuenheimer Feld".

Ausgangspunkt für die Bearbeitung waren die vom Vorhabenträger bereitgestellten Unterlagen zu den geplanten Einzelhandelsnutzungen am Projektstandort. Ergänzend wurden im September 2011 eine Standortbegehung sowie eine projektspezifische Datenaktualisierung zum Zentrenkonzept der Stadt Heidelberg 2006 durchgeführt. Darüber hinaus standen der GMA Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg, der Stadt Heidelberg, der Auftraggeberin sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung. Die Daten der Untersuchung wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen ausgewertet.

Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für den Vorhabenträger sowie für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Heidelberg.

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutz der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und der Auftraggeberin unter Angabe der Quelle zulässig.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, im Oktober 2011
SH / WRJ / wym

INHALTSVERZEICHNIS	Seite
I. Grundlagen	1
1. Aufgabenstellung	1
2. Projektbeschreibung	2
3. Einordnung der Planungen in das Entwicklungskonzept „Berliner Straße“	3
II. Standortanalyse bzw. -bewertung	5
1. Makrostandort Heidelberg	5
2. Mikrostandort Berliner Straße	8
III. Nachfragepotenzial im Untersuchungsraum	13
1. Zielgruppen und deren spezielle Versorgungserfordernisse	13
2. Einzugsgebiet	14
3. Kaufkraftpotenzial	16
3.1 Kaufkraftpotenzial der Wohnbevölkerung in den Stadtteilen Neuenheim und Handschuhsheim	16
3.2 Kaufkraftpotenzial der weiteren Nutzergruppen am Projektstandort	17
IV. Angebotssituation im Untersuchungsraum	18
1. Stadtteil Neuenheim	18
2. Stadtteil Handschuhsheim	20
3. Einkaufsinnenstadt	21
4. Bewertung der Angebotssituation	22

V.	Analyse der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Nahversorgungsstandortes „Berliner Straße“	24
1.	Vorbemerkungen	24
2.	Rechtliche Grundlagen	24
2.1	§ 11 Abs. 3 BauNVO	25
2.2	LEP Baden-Württemberg, Einzelhandelserlass und Teilfortschreibung des Regionalplans Unterer Neckar	25
3.	Umsatzerwartung; Marktanteilkonzept	29
4.	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Planvorhabens	32
4.1	Kaufkraftbewegungen	33
4.1.1	Stadtteil Neuenheim	33
4.1.2	Stadtteil Handschuhsheim	35
4.1.3	Weiteres Stadtgebiet von Heidelberg	36
4.2	Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen	36
5.	Raumordnerische Betrachtung	41
VI.	Zusammenfassung	43

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

In der Universitätsstadt Heidelberg wird seit Jahren die Entwicklung der Achse „Berliner Straße“ zwischen Ernst-Walz-Brücke und Technologiepark diskutiert. Im Teilbereich zwischen Mönchhofstraße und der Straße „Im Neuenheimer Feld“ ist vom Vorhabenträger, der Mathematikon GmbH (Gesellschaft nach Schweizer Recht) & Co. KG, Heidelberg, ein mehrfach gegliederter Baukörper geplant. Für das Erdgeschoss sind im nördlichen Bauteil Flächen für Einzelhandel, einzelhandelsnahe Dienstleistungen sowie Gastronomie vorgesehen. Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es die städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit der am Standort vorgesehenen Einzelhandelsnutzungen zu prüfen. Dabei wird der Frage nachgegangen, wie sich das Vorhaben auf die Nahversorgungssituation auswirkt.

Im Rahmen der Erstellung der vorliegenden Untersuchung werden folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

- Standortbeschreibung und -bewertung sowie Einordnung des Mikrostandortes Berliner Straße in das Standortgefüge der Universitätsstadt Heidelberg
- Darstellung des geplanten Projektes im Rahmen des städtebaulichen Entwicklungskonzeptes „Berliner Straße“
- Ermittlung des Nachfragepotenzials für Einzelhandelsnutzungen differenziert nach Nutzergruppen
- Darstellung und Bewertung der Angebotssituation im Untersuchungsraum (Aktualisierung der vorliegenden GMA-Bestandsdaten aus dem Jahr 2006)
- Ermittlung der Auswirkungen des Projektes auf die Innenstadtentwicklung bzw. auf die Nahversorgungsstrukturen in Heidelberg und im Umland.

2. Projektbeschreibung

Auf dem derzeit als Parkplatz genutzten Grundstück zwischen der Mönchhofstraße und der Straße „Im Neuenheimer Feld“ ist die Entwicklung eines mehrfach gegliederten Baukörpers (sog. „Mathematikon“) vorgesehen.

Gemäß den vorliegenden Planunterlagen soll der kleinere **Bauteil A** an der Mönchhofstraße eine Bruttogeschossfläche von insgesamt rd. 20.000 m² (inkl. Untergeschossen) haben. Der Bauteil A ist als Seminar- und Institutsgebäude für die Fakultäten der Mathematik und Informatik vorgesehen.

Bauteil B, welcher lediglich im Erdgeschoss eine durchgehende Nutzfläche besitzt, ist in zwei Baukörper gegliedert und soll insgesamt eine Bruttogeschossfläche von rd. 48.000 m² (inkl. Untergeschossen) haben. Im Untergeschoss ist die Einrichtung einer Tiefgarage mit ca. 400 Stellplätzen vorgesehen. Das Erdgeschoss sowie teilweise das 1. Obergeschoss sollen der Unterbringung von Einzelhandelsnutzungen sowie von Flächen für konsumnahe Dienstleistungen bzw. gastronomische Einheiten dienen. Die Einzelhandelsnutzungen sollen nach Angaben der Auftraggeberin auf die potenziellen Nutzergruppen abgestimmt sein und werden voraussichtlich einen Schwerpunkt im Nahversorgungsbereich haben. In den Obergeschossen des Bauteils B ist die Belegung z. B. durch Büroflächen vorgesehen.

Nach aktuellem Planungsstand sind am Projektstandort folgende größere **Einzelhandelsnutzungen** vorgesehen:

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------|
| ▪ Lebensmittel | ca. 3.100 m ² VK |
| ○ Betriebstyp Discounter | ca. 1.300 m ² VK |
| ○ Betriebstyp Vollsortimenter | ca. 1.800 m ² VK |
| ▪ Drogeriewaren | ca. 800 m ² VK |

Die Einzelhandelsstruktur wird sich bei dem vorliegenden Konzept aus drei Großflächen sowie mehreren kleineren Flächen zwischen 50 und 300 m² (Bäckerei, Metzgerei, Apotheke und Bücher, Schreibwaren / Bürobedarf) zusammensetzen. Durch das Nutzungskonzept kann eine qualitativ ansprechende und quantitativ adäquate Grundversorgung im Stadtteil, entsprechend den Bedürfnissen, sichergestellt werden.

Als Ergänzungen zum Einzelhandel sind für diesen Standort geeignete zusätzliche **Dienstleistungsangebote** wie z. B. Copy-Shop, Frisör, Reisebüro vorgesehen. Dafür werden eigenständige Kleinflächen zu berücksichtigen, während z. B. die Postannahmestelle beispielsweise in den Lebensmittelanbieter integriert werden kann. Darüber hinaus ist die Einrichtung eines 24 h zugänglichen Bankautomaten am Planstandort denkbar. Für die genannten Dienstleistungsnutzungen sind Kleinflächen / Shops von jeweils max. 100 m² anzusetzen.

Daneben sind **gastronomische Angebote** wie z. B. im Bereich Café / Systemgastronomie angedacht. Diese Angebote sind insbesondere für eine Belebung und eine Erhöhung der Verweildauer gegen Abend zielführend. Hierbei handelt es sich um mittelgroße Flächen mit einer Gesamtgröße von rd. 300 - 500 m².

3. Einordnung der Planungen in das Entwicklungskonzept „Berliner Straße“

Bereits im Jahr 2008 wurden im Rahmen des von der Stadt Heidelberg beschlossenen **Entwicklungskonzeptes „Berliner Straße“** erste Planungsempfehlungen zur baulichen Entwicklung der Universität entlang der Berliner Straße getroffen.¹ Historisch betrachtet gibt es folgende gutachterliche Einschätzungen zu einer Entwicklung in der Berliner Straße:

- Im Jahr 1997 wurde in einer Einzelhandelsstrukturuntersuchung durch das Büro AGENDA/Concepta die Versorgungssituation in allen Stadtteilen untersucht. Dabei hat man für den Stadtteil Neuenheim eine im Vergleich zu anderen Stadtteilen deutliche Unterversorgung im Lebensmittelbereich festgestellt.
- Im Jahr 2000 wurde die Ansiedlung eines SB-Warenhauses im Norden von Heidelberg untersucht, mit dem Ergebnis, dass ein SB-Warenhaus mit einer Gesamtfläche von ca. 4000 m² an der Berliner Straße vertretbar ist, wenn es an einem städtebaulich integrierten Standort angesiedelt wird.
- Im Jahr 2006 wurde im „Zentrenkonzept für die Universitätsstadt Heidelberg unter besonderer Berücksichtigung möglicher großflächiger Ansiedlungen sowie der Nahversorgung“ diese Einschätzung bestätigt.

¹ Quelle: Stadt Heidelberg, Dezernat für Bauen und Verkehr, Stadtplanungsamt; 13. März 2008, S. 44ff.

Die im Rahmen des Entwicklungskonzeptes erarbeiteten Aussagen wurden seitens der Auftraggeberin beispielhaft aufgegriffen:

- Anordnung zentraler Einrichtungen der Universität und von Infrastruktureinrichtungen, wie Läden und Dienstleistungsangeboten an zentralen Bereichen entlang der Berliner Straße, um sowohl den Universitätsangestellten und Studenten als auch den Bewohnern von Neuenheim und Handschuhsheim ein entsprechendes Angebot zu Verfügung zu stellen
- Ansiedlung eines größeren Einkaufsmagneten mit Vollsortiment
- Stadträumliche und stadtgestalterische Gründen für hohe Anforderungen an einen Standort für großflächigen Einzelhandel
- Schaffung einer in ein Bauwerk integrierten Einrichtung, deren Erdgeschossgestaltung zur Belebung des Straßenraums beiträgt
- Vorhaltung ergänzender Sortimente wie wissenschaftsnahe Angebote, spezielle Angebote für studentische Wohn- und Lebensbedarfe, Gastronomie und weitergehende verbrauchernahe Dienstleistungen.

II. Standortanalyse bzw. -bewertung

1. Makrostandort Heidelberg

Heidelberg ist gemäß Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg 2002 als Oberzentrum ausgewiesen. Zum Mittelbereich gehören Dossenheim, Schriesheim, Wilhelmsfeld, Heddesbach, Heiligkreuzsteinach, Schönau, Neckargemünd, Wiesenbach, Bammental, Gaiberg, Leimen, Nußloch, Sandhausen und Eppelheim.

Die nächstgelegenen Oberzentren sind die rund 20 km nordwestlich gelegenen Städte Mannheim und Ludwigshafen am Rhein (Rheinland-Pfalz), welche zusammen mit Heidelberg als gemeinsames, Landesgrenzen überschreitendes Oberzentrum ausgewiesen sind, sowie Karlsruhe im Süden und Darmstadt im Norden.

Außerdem verfügt Heidelberg über eine gute verkehrliche Anbindung an das überregionale Straßennetz. Mit Anschlussstellen an die Autobahn A 5 (Karlsruhe / Frankfurt) und im weiteren Verlauf an die Autobahn A 656 (Heidelberg – Mannheim / Ludwigshafen) sowie an die A 6 (Ludwigshafen / Mannheim – Heilbronn) und an die A 67 (Ludwigshafen / Mannheim – Frankfurt) ist eine gute überregionale Verkehrsanbindung gewährleistet. Die Bundesstraßen B 3 und B 37 ergänzen das regionale Verkehrsnetz in Nord-Süd- bzw. Ost-West-Richtung.

Die Stadt Heidelberg zählt derzeit gemäß eigener Fortschreibung 139.937 Einwohner¹ (inkl. Nebenwohnsitze), wobei davon 133.763 Einwohner bzw. ca. 96 % einen Hauptwohnsitz in Heidelberg besitzen.

Die Wirtschaftsstruktur von Heidelberg wird stark durch den tertiären Sektor geprägt. Bezug nehmend auf die Beschäftigten nach Wirtschaftszweigen liegt der Anteil bei den „Sonstigen Dienstleistungen“ bei rund 67 %. In den Bereichen „Produzierendes Gewerbe“ und „Handel, Verkehr, Gastgewerbe“ bewegen sich die Anteilswerte zwischen 16 und 17 %. Die regionale wirtschaftliche Ausstrahlungskraft der Stadt wird insbesondere durch einen signifikant hohen Einpendlerüberschuss gekennzeichnet. Von den insgesamt ca. 75.500 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Heidelberg sind allein ca. 55.100 Einpendler.

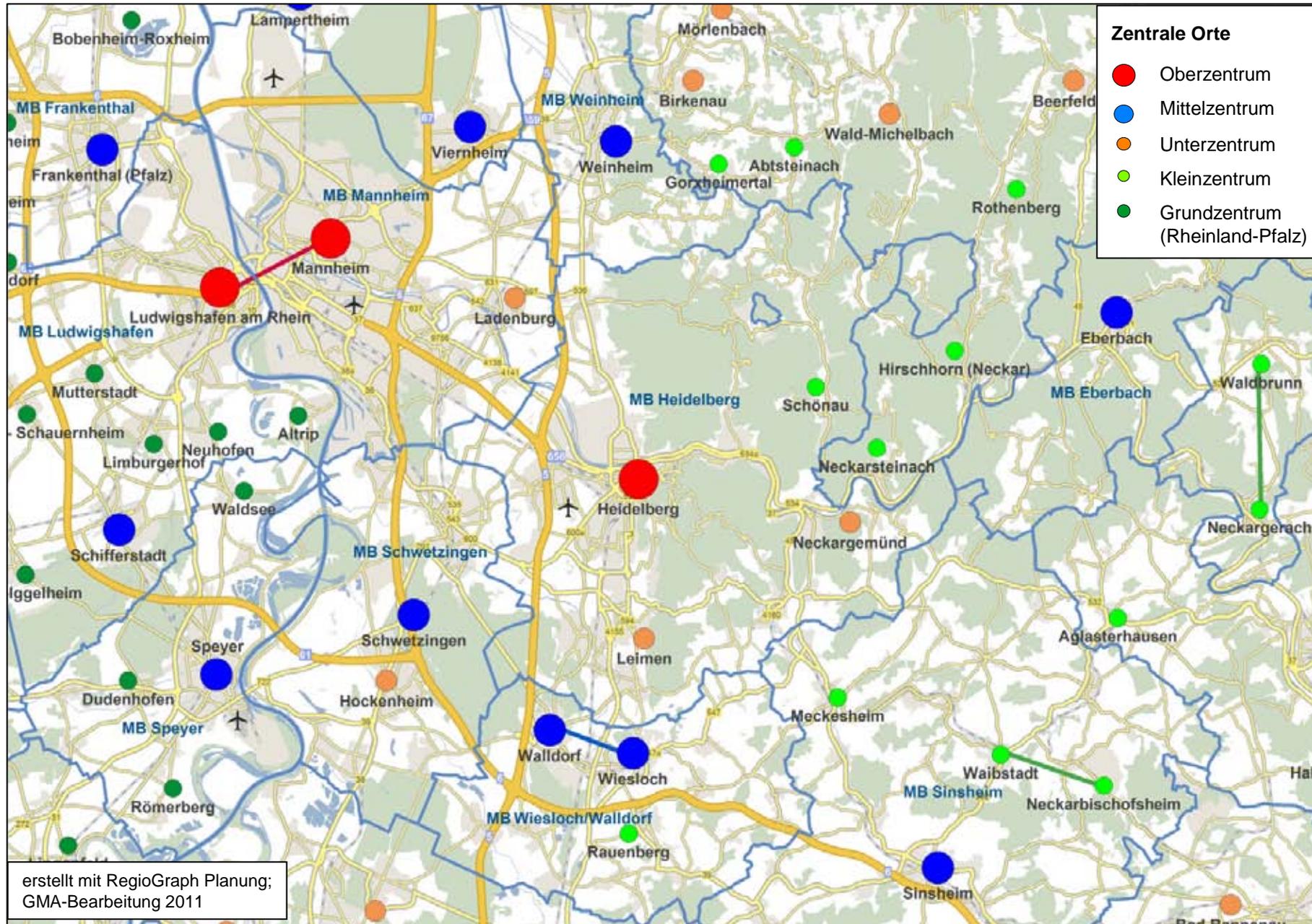
¹ inkl. Nebenwohnsitze; Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik; Stand: 31.12.2010

Das Oberzentrum Heidelberg verfügt über eine differenzierte Versorgungsstruktur, dabei sind folgende Standortkategorien festzuhalten:

- **A-Zentrum (Einkaufsinnenstadt):** Als übergeordnetes Versorgungszentrum ist die Einkaufsinnenstadt zu bezeichnen. Mit einer gesamtstädtischen und überörtlichen Versorgungsfunktion bildet diese den Schwerpunkt der oberzentralen Versorgungsstruktur.
- **B-Zentren (übergeordnete Stadtteilzentren):** Zentren des Typ B finden sich in den Stadtteilen Bergheim und Weststadt. Beide Bereiche sind der Heidelberger Innenstadt nach zugeordnet, bilden jedoch unter funktionalen und städtebaulichen Gesichtspunkten (anderes Erscheinungsbild) sowie im Hinblick auf die Besatzdichte und die Versorgungsfunktion keine Einheit mehr mit dieser.
- **C-Zentren (Nahversorgungsstandorte):** Die C-Zentren (Handschuhsheim, Neuenheim, Ziegelhausen, Rohrbach und Kirchheim) sichern die wohnortnahe Versorgung und sind vor diesem Hintergrund im Einzelhandelskonzept der Stadt Heidelberg besonders zu berücksichtigen. Diese Standortbereiche übernehmen eine erweiterte Nahversorgungsfunktion, teilweise auch für benachbarte Stadtteile. Ihnen kommt allerdings keine gesamtstädtische Versorgungsfunktion mehr zu.
- **C-Zentren mit besonderem Entwicklungsbedarf:** Bei diesen Nahversorgungszentren (Pfaffengrund, Wieblingen, Boxberg und Emmertsgrund) handelt es sich um Gebiete mit einem niedrigen Bevölkerungsanteil, so dass klassische Formen des Lebensmitteleinzelhandels hier kaum angesiedelt werden können. Allerdings können sich über alternative Konzepte aus dem Nahversorgungsbereich ggf. Ansatzpunkte zur Verbesserung der Versorgungssituation ergeben.
- **Dezentrale Einzelhandelsagglomerationen:** Die beiden wesentlichen dezentralen Einzelhandelsstandorte „Rohrbach-Süd“ und „Eppelheimer Straße“ verfügen flächenbezogen über eine der Innenstadt gleiche Bedeutung (ca. 71.000 m² VK bzw. ca. 30 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche).

Neben der dargestellten Versorgungsstruktur innerhalb der Gesamtstadt Heidelberg ist an dieser Stelle auf das Stadtentwicklungsprojekt „**Bahnstadt**“ hinzuweisen. Im Bereich des ehemaligen Rangier- und Güterbahnhofs wird ein neues Stadtquartier entwickelt. Neben einem Campus sollen Flächen für Wohnen, gewerbliche Nutzungen und Freiflächen zur Verfügung gestellt werden. Nach Angaben der Wirtschaftsförderung der Stadt Heidelberg sind in diesem Bereich Verkaufsflächen in einem Umfang von ca. 6.000 – 7.000 m² für Einzelhandelsnutzungen vorgesehen. Dabei ist insbesondere auf den geplanten großflächigen Lebensmittelmarkt der Fa. Scheck-In auf rd. 4.000 m² Verkaufsfläche hinzuweisen.

Karte 1: Lage der Stadt Heidelberg und zentralörtliche Struktur der Region



2. Mikrostandort Berliner Straße

Der Planstandort liegt im Stadtteil Neuenheim an der Grenze zum Stadtteil Handschuhsheim und erstreckt sich westlich der Berliner Straße zwischen Mönchhofstraße und der Straße „Im Neuenheimer Feld“.

Die beiden Stadtteile **Neuenheim und Handschuhsheim** verfügt über eine Bevölkerung von rd. 31.350 Personen, wobei rund 29.700 Einwohner bzw. ca. 95 % dort ihren Hauptwohnsitz haben¹. Insgesamt stellen die Stadtteile einen Bevölkerungsanteil von ca. 22 % an der Gesamtstadt dar. Der Stadtteil Neuenheim selbst ist in drei Teilbereiche (Ost, Mitte, West) gegliedert, wobei der Bereich Neuenheim-Mitte den größten Bevölkerungsanteil von rd. 9.000 Personen umfasst. Innerhalb des Stadtteils Handschuhsheim, welcher in vier Teilbereiche gegliedert ist, verfügen Handschuhsheim-West und -Ost über die stärksten Anteile an der Wohnbevölkerung. Der Bereich Klausenpfad-Süd ist ganz überwiegend durch studentisches Wohnen geprägt. Bezug nehmend auf die Lage innerhalb der **Gesamtstadt** Heidelberg ist der Stadtteil Neuenheim zusammen mit dem Stadtteil Handschuhsheim durch den Neckar räumlich von der restlichen Kernstadt Heidelberg getrennt und nur über zwei Brücken mit ihr verbunden.

Der Standort wird aktuell als kostenpflichtiger Parkplatz durch die Studierenden sowie die Beschäftigten der Universität bzw. des -klinikums Heidelberg genutzt. Südlich des Standortes grenzt ebenfalls eine Stellplatzanlage an. Nördlich schließen sich Studentenwohnheime an. Perspektivisch ist hier die Realisierung eines Campus-Hotels vorgesehen. Weiter westlich des Planstandortes befinden sich Universitätsgebäude (Institut für Umweltphysik, zoologisches Institut, geologisches Institut). Östlich der Berliner Straße schließen sich Wohnbebauung sowie einzelne gewerbliche Nutzungen (Gastronomie, studentische Unternehmensberatung, Heidelberg Cement) an.

Unter **verkehrlichen Gesichtspunkten** ist der Planstandort (insbesondere, die im Bauteil B vorgesehenen Einzelhandelsnutzungen) über die Berliner Straße sowie die Straße „Im Neuenheimer Feld“ angebunden. Die Berliner Straße, die als Haupteinfahrtsachse im nördlichen Stadtteil Neuenheim fungiert, ist aufgrund der vorhandenen Straßenbahntrasse entsprechend der Richtungsfahrbahnen räumlich getrennt. Aus Richtung Sü-

¹ Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik Heidelberg; Stand: 31.12.2010

den (restliche Kernstadt) kommend, ist eine Anbindung über die vorhandene Linksabbiegerspur zum Planstandort gegeben. Bezug nehmend auf den ÖPNV ist auf die beiden Haltestellen der Straßenbahn (Linien 21 und 24) „Technologiepark“ und „Bunsen-Gymnasium“ hinzuweisen. Neben der Straßenbahn wird der Planstandort innerhalb des Universitätscampus durch die Buslinien 31, 32 und 37 bedient. Neben der verkehrlichen Erreichbarkeit für Pkw-Kunden sowie dem Anschluss an den ÖPNV ist zudem auf die Anbindung durch die vorhandenen Radwege entlang der Berliner Straße hinzuweisen.

Abbildung 1: Aufnahmen des Planstandortes "Berliner Straße"



Blick von Süden



Blick von Berliner Straße



Blick von der Straße „Im Neuenheimer Feld“



Quelle: GMA September 2011

Eine **fußläufige Erreichbarkeit** von den Wohngebieten östlich der Berliner Straße, die eine gewisse räumliche Barriere darstellt, ist über Fußgängerampeln sowie die Zuwegung zur Berliner Straße vorhanden. Für die Studentenwohnheime auf dem Campus, insbesondere unmittelbar nördlich des Planstandortes ist ebenfalls eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben.

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage des Standortes sowie der geplanten Dimensionierung entlang der Berliner Straße kann von einer optimalen **Sichtbarkeit** der Gebäude ausgegangen werden.

Aus **regionalplanerischer Sicht** handelt es sich bei dem Planstandort um einen zentralörtlichen Standortbereich. Gemäß des Teilregionalplans Unterer Neckar, Plankapitel 2.2.5, sind zentralörtliche Standortbereiche als zusammenhängende, städtebaulich gewachsene Siedlungsbereiche definiert, in denen regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten zulässig sind. Unter Zugrundelegung des **Heidelberger „Modells Räumliche Ordnung“** und des **Siedlungsstrukturkonzeptes** stellt die Berliner Straße eine wichtige Entwicklungsachse dar. Im sektoralen Plan „Zentren“ ist die Berliner Straße als Entwicklungskorridor 3. Ordnung mit der Ansiedlung von kerngebietstypischen Nutzungen ausgewiesen. Zudem wird hier die Ausbildung eines Zentrums zur Quartiersversorgung im Bereich zwischen Mönchhofstraße und Blumentalstraße vorgeschlagen. Im **Stadtteilrahmenplan Neuenheim 2002** wird die Berliner Straße ebenfalls als Handlungsschwerpunkt benannt. Dabei steht das Ziel im Vordergrund, die Berliner Straße zu einem städtischen Boulevard aufzuwerten. Im **Entwicklungskonzept „Berliner Straße 2008“** ist Bezug nehmend auf den Einzelhandel für den Bereich „Platz Mitte“ die Errichtung eines Quartierszentrums mit Einzelhandelseinrichtungen zur Nahversorgung mit ca. 3.000 m² Verkaufsfläche vorgesehen.

Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung des Planobjektes. Dabei sind folgende positive Standortfaktoren anzuführen:

- + hohe Verkehrsgunst (gute innerörtliche Verkehrsanbindung)
- + hoher Bekanntheitsgrad des Standortes durch die Universität
- + Standort im zentralen Bereich des Gesamtprojektes „Entwicklung Berliner Straße“
- + fußläufig erreichbares Einwohnerpotenzial (Verkehrsvermeidung)
- + hohes Studenten- und Beschäftigtenpotenzial im Umfeld des Planstandortes
- + zusätzliche Streuumsätze durch Gäste der Universität und Pendler
- + Anbindung an das ÖPNV-Netz durch Straßenbahn- und Bushaltestellen im unmittelbaren Standortumfeld
- + Anbindung an das vorhandene Radwegenetz

- + sehr gute Sichtbarkeit (= Werbewirksamkeit)
- + städtebaulich integrierter Standort.

Aus den vorhandenen Bevölkerungspotenzialen (Wohnbevölkerung, Studentisches Wohnen, Studenten, Beschäftigte), die im Umfeld vorhanden sind sowie der unterdurchschnittlichen Versorgungssituation im Stadtteil ergeben sich **Chancen** für eine wirtschaftliche Tragfähigkeit des Planvorhabens. **Risiken** sind nach aktuellem Kenntnisstand nicht zu erkennen.

Aus **städtebaulich funktionalen Gesichtspunkten** fügt sich der Planstandort mit seinen angestrebten Einzelhandelsnutzungen gut in den Stadtteil Neuenheim ein. Der Standort ist mit den verschiedenen Verkehrsmitteln gut bis sehr gut zu erreichen. Aufgrund seiner Lage und der damit einhergehenden fußläufigen Erreichbarkeit vom Campus bzw. vom restlichen Stadtteil (gewisse Barrierewirkung der Berliner Straße) aus kann das Vorhaben die vorgesehene Nahversorgung übernehmen. Zudem trägt der wohnortnahe Standort zur Verkehrsvermeidung bei, da die Wohnbevölkerung derzeit Standorte außerhalb des Stadtteils für die Versorgung aufsucht.

Aus **wirtschaftlicher Sicht** ist der Standort für Einzelhandelsnutzungen vor dem Hintergrund der Entwicklungsperspektive des Gesamtprojektes „Berliner Straße“ und der hohen Verkehrsgunst als geeignet einzustufen. Die Werbewirksamkeit kann aufgrund der Lage an der Pendlerstrecke bzw. der Verbindungsstraße zur Kernstadt Heidelberg als optimal gewertet werden.

Karte 2: Planstandort „Berliner Straße“ im Versorgungsgefüge der Stadtteile Neuenheim und Handschuhshheim; strukturprägende Anbieter



III. Nachfragepotenzial im Untersuchungsraum

1. Zielgruppen und deren spezielle Versorgungserfordernisse

Aufgrund der Lage des Standortes in Universitätsnähe und der damit einhergehenden speziellen Konstellation sowie der geplanten Nutzungsstruktur des Vorhabens sind neben der Wohnbevölkerung in den Stadtteilen v. a. die Studierenden auf dem Campus und die vor Ort-Beschäftigten der Universität bzw. des -klinikums als Hauptnutzergruppen festzuhalten. Die Nutzer- bzw. Zielgruppen weisen hohe Versorgungserfordernisse im Einzelhandel sowie im Dienstleistungssektor auf. Dabei sind folgende schwerpunktmäßige Versorgungserfordernisse je Nutzer- bzw. Zielgruppe zu nennen. Hierbei ist eine klare Fokussierung auf das Convenience-Segment zu erwarten.

Nutzer- / Zielgruppe	Versorgungserfordernisse	
	Einzelhandel	Dienstleistungen
Wohnbevölkerung Stadtteil Neuenheim	Lebensmittel, Drogeriewaren, Apotheke, Zeitschriften	Gastronomie, Bank(-automat), Postannahmestelle
Studentisches Wohnen	Lebensmittel, Drogeriewaren, Apotheke, Zeitschriften	Gastronomie, Bank(-automat), Reisebüro
Studierende auf dem Campus	Lebensmittel, Drogeriewaren, Bücher, Zeitschriften	Gastronomie, Copy-Shop, Bank(-automat), Postannahme- stelle, Reisebüro
Beschäftigte auf dem Campus (Universität bzw. -klinikum)	Lebensmittel, Drogeriewaren	Gastronomie, Bank(-automat), Postannahmestelle
Quelle: GMA-Zusammenstellung 2011		

Aus den Versorgungserfordernissen hervorgehend wird im Folgenden eine Abgrenzung der projektrelevanten Bevölkerungspotenziale vorgenommen.

2. Einzugsgebiet

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes stellt eine der wesentlichen Grundlagen zur Ermittlung der Bevölkerungszahl und damit der zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Als Kerneinzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort regelmäßig aufsuchen. Bei der Abgrenzung des Kerneinzugsgebietes wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- die spezielle Lage und Verkehrsanbindung des Planstandortes im Untersuchungsraum
- geografische / topografische Bedingungen sowie die Siedlungsstruktur im Untersuchungsraum
- die projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- Zeit und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)¹.

Vor diesem Hintergrund sowie den für den Standort spezifischen Nutzergruppen kann für Einzelhandelsnutzungen am Planstandort folgendes Einzugsgebiet definiert werden:

- Das „räumlich“ abgrenzbare Kerneinzugsgebiet wird sich auf die Wohnbevölkerung² der Stadtteile Neuenheim und Handschuhsheim mit ca. 29.700 Einwohnern beschränken. Gegliedert nach Zonen sind folgende Bevölkerungspotenziale vorhanden:
 - Zone Ia: Neuenheim: ca. 12.700 Einwohner
 - Zone Ib: Handschuhsheim: ca. 17.000 Einwohner
- Das zusätzlich abgrenzbare Bevölkerungspotenzial, welches überwiegend keine räumliche Zuordnung innerhalb der Gesamtstadt erfährt, berücksichtigt die o. g. **Nutzergruppen**. Folgende Potenziale sind dabei im Einzelnen zu nennen:

¹ Die GMA hat in Deutschland bereits mehrere hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

² Ausschließlich Berücksichtigung der Hauptwohnsitze, da der überwiegende Teil der Personen mit einem Nebenwohnsitz in diesen Stadtteilen Studenten sind.

- | | |
|---|----------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Beschäftigte der Universität bzw. des Universitätsklinikums | ca. 9.000 Personen ¹ |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>davon Beschäftigte mit Wohnort außerhalb der Stadtteile Neuenheim und Handschuhsheim</i> | ca. 3.500 Personen ² |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Studierende auf dem Campus (inkl. Studentenwohnheime im Bereich Klausenpfad) | ca. 14.000 Personen ³ |

In der Summe steht den Einzelhandelsnutzungen am Planstandort „Berliner Straße“ ein **Bevölkerungspotenzial von 47.200 Personen** zur Verfügung. Davon entfallen ca. 63 % auf Einwohner mit Hauptwohnsitz in den Stadtteilen Neuenheim und Handschuhsheim.

An dieser Stelle ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die potenziellen Nutzergruppen unterschiedliche **Einkaufsgewohnheiten** besitzen, so dass bei den Berechnungen zur Einkaufswahrscheinlichkeit bzw. Marktdurchdringung die einzelnen Nutzergruppen eine Gewichtung erfahren müssen. Diese Gewichtung wird in einem späteren Kapitel innerhalb der Marktanteilsprognose vorgenommen.

Neben dem einerseits am Standort vorhandenen Bevölkerungspotenzial sind zudem weitere potenzielle Kundengruppen in die Betrachtung als **Streuumsätze**, deren Kaufkraftpotenzial nur schwer räumlich zuordenbar ist, einzubeziehen:

- Beschäftigte in den Obergeschossen des Bauteils B
- Gäste im geplanten Campus-Hotel bzw. Patienten des Universitätsklinikums
- Pendler und Streukunden von außerhalb bzw. aus der restlichen Stadt Heidelberg.

¹ Quelle: Entwicklungskonzept „Berliner Straße“ 2008, Seite 55.

² Wert in Abstimmung mit der Stadt Heidelberg

³ Studierende auf dem Campus, die nicht in den Studentenwohnheimen am Campus wohnen: Fächergruppen Humanmedizin / Allgemein – 4.940 Personen, Mathematik / Naturwissenschaften – 6.430 Personen, Sport – 420 Personen; Studierende der PH Heidelberg – ca. 4.200 Personen.

3. Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Als Grundlage zur Ermittlung der projektrelevanten Kaufkraftvolumina dienen aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Kaufkraftwerte. Die einzelhandelsrelevante Nachfrage (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) liegt laut GMA-Berechnungen im Jahr 2011 bei ca. 5.349 € pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland. Unter Zugrundelegung der geplanten Branchen / Sortimente sind folgende Verbrauchsausgaben p. a. differenziert zu nennen:

- | | |
|------------------------------------|-------------|
| ▪ Nahrungs- und Genussmittelsektor | ca. 1.810 € |
| ▪ Drogeriewaren | ca. 370 € |

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten sind zur Berechnung der Kaufkraft die lokalen Kaufkraftkoeffizienten zu berücksichtigen. Die Stadt Heidelberg verfügt über einen durchschnittlichen Kaufkraftkoeffizienten von 99,7 (GfK Nürnberg).

3.1 Kaufkraftpotenzial der Wohnbevölkerung in den Stadtteilen Neuenheim und Handschuhsheim

Unter Zugrundelegung der Bevölkerungspotenziale sowie des regionalisierten Kaufkraftkoeffizienten steht der Wohnbevölkerung in den Stadtteilen des Kerneinzugsgebietes ein Kaufkraftpotenzial im

- | | |
|----------------------------------|-----------------|
| ▪ Nahrungs- und Genussmittel von | ca. 53,6 Mio. € |
| ▪ Drogeriewarenssegment von | ca. 11,0 Mio. € |

zur Verfügung. Differenziert nach Stadtteilen ergeben sich für

- | | |
|------------------|-----------------|
| ▪ Neuenheim | ca. 27,6 Mio. € |
| ▪ Handschuhsheim | ca. 37,0 Mio. € |

3.2 Kaufkraftpotenzial der weiteren Nutzergruppen am Projektstandort

Differenziert nach Nutzergruppen ergeben sich die in der folgenden Tabelle dargestellten sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale:

Tabelle 1: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen im Einzugsgebiet

Nutzergruppe / Branche	Nahrungs- und Genussmittel	Drogeriewaren
auf Beschäftigte der Universität sowie des Universitätsklinikums Heidelberg	6,3 Mio. €	1,3 Mio. €
auf Studierende auf dem Campus	25,3 Mio. €	5,2 Mio. €
Quelle: GMA-Berechnungen 2011		

Für Studenten liegen zu den Pro-Kopf-Ausgaben keine belastbaren Zahlen vor. Auf Basis von Erfahrungswerten wird jedoch davon ausgegangen, dass diese Zielgruppe tendenziell kleinere Haushaltsstrukturen und ein fehlendes Sparpotenzial beim Einkauf aufweist. Dennoch ist für den Konsum kein atypisches Verhalten zu konstatieren.

IV. Angebotssituation im Untersuchungsraum

Die nachfolgenden Daten basieren auf einer projektbezogenen Aktualisierung der Einzelhandelsbestandsdaten im Untersuchungsgebiet im September 2011. Dabei wurden die Betriebe nach Umsatzschwerpunkt den einzelnen Warengruppen zugeordnet. Bezugnehmend auf die Projektrelevanz erfolgt eine Darstellung der Angebotssituation beschränkt auf die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren und zusammengefasst nach Bedarfsbereichen.

1. Stadtteil Neuenheim

Zum Zeitpunkt der Erhebung waren im Stadtteil Neuenheim **insgesamt** 68 Betriebe des Ladeneinzelhandels und -handwerks mit einer Gesamtverkaufsfläche von 4.470 m² und einer Umsatzleistung von 310,2 Mio. € ansässig. Auf die **projektrelevanten Sortimente** entfielen davon Betriebe auf einer Verkaufsfläche von ca. 1.765 m² und mit einer Umsatzleistung von 13,0 Mio. €.

Tabelle 2: Einzelhandelsbestand im Stadtteil Neuenheim nach Bedarfsbereichen

Hauptwarengruppe / Bedarfsbereich	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	1.505	11,4
Drogeriewaren	260	1,6
restl. kurzfristiger Bedarf	150	5,5
kurzfristiger Bedarf	1.915	18,5
mittelfristiger Bedarf	1.345	6,0
langfristiger Bedarf	1.210	5,9
Einzelhandel gesamt	4.470	30,2
* Rundungsdifferenzen möglich Quelle: GMA-Erhebung; September 2011		

Der **kurzfristige Bedarfsbereich** (nahversorgungsrelevante Sortimente) stellt bezogen auf die Verkaufsfläche sowie die Umsatzleistung den Schwerpunkt in der Handelsstruktur des Stadtteils Neuenheim dar. Dabei ist auf die größeren Lebensmittelanbieter Rewe City und Lidl hinzuweisen, die eine nur bedingt marktgerechte Verkaufsfläche von max. 500 m² und ein etwas in die Jahre gekommenes Erscheinungsbild aufweisen. Hinzukommen eine

Vielzahl an kleinflächigen Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels und -handwerks, die sich über das gesamte Stadtteilgebiet (inkl. Campus) verteilen. Daneben ist die Filiale des Drogeriefachmarktes der Fa. Schlecker in der Ladenburger Straße zu nennen, die ähnlich wie die Lebensmittelmärkte über eine im Vergleich zu leistungsfähigen Anbietern geringe Verkaufsfläche verfügt. Schlecker-Märkte decken aufgrund ihrer Sortimentsausrichtung nur den Grundbedarf an Drogeriewaren ab und bieten damit kein umfassendes Drogeriemarktsortiment an. Das Angebot im kurzfristigen Bedarf ist insgesamt als ausbaufähig einzustufen.

Der **mittel- und langfristige Bedarfsbereich**, der rund 60 % der Verkaufsfläche im Stadtteil einnimmt, ist v. a. durch Anbieter im Fachgeschäftssegment geprägt, die überwiegend ein qualitativ wertiges Sortiment anbieten. Fachmarktbetreiber im Niedrigpreis-Segment sind dagegen nicht im Stadtteil vorhanden.

Differenziert nach **Standortlagen** ist auf das im Zentrenkonzept der Stadt Heidelberg definierte Nahversorgungszentrum mit stadtteilbezogenem Versorgungsbereich (C-Zentrum) im Bereich „Brückenstraße“ hinzuweisen, welches rund 60 % der ermittelten Verkaufsfläche auf sich vereint. Die weiteren Betriebe befinden sich vollständig in städtebaulich integrierten Standortlagen.

Das **C-Zentrum** verfügt über 41 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 2.600 m² und einer Umsatzleistung von rund 17,2 Mio. €. Folgende Bestandsdaten sind festzuhalten:

▪ Nahrungs- und Genussmittel	575 m ² VK (22 %)
▪ Drogeriewaren	120 m ² VK (4 %)
▪ restlicher kurzfristiger Bedarf	75 m ² VK (3 %)
▪ mittelfristiger Bedarf	1.085 m ² VK (42 %)
▪ langfristiger Bedarf	745 m ² VK (29 %)

Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt auf dem Segment „Bekleidung, Schuhe, Sport“. Insgesamt stellt der ansässige Lebensmitteldiscounter der Fa. Lidl den einzigen Fachmarkt innerhalb des C-Zentrums dar. Rund 80 % der Verkaufsfläche werden durch Fachgeschäfte zwischen 15 und 150 m² VK belegt.

2. Stadtteil Handschuhsheim

Im nördlich angrenzenden Stadtteil Handschuhsheim ist insgesamt von einer deutlich höheren Gesamtverkaufsfläche auszugehen. Bei einer Standortbesichtigung konnten insgesamt 94 Betriebe mit 11.830 m² VK und 74,5 Mio. € Umsatz ermittelt werden.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand im Stadtteil Handschuhsheim nach Bedarfsbereichen

Hauptwarengruppe / Bedarfsbereich	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	6.755	39,7
Drogeriewaren	1.130	13,6
restl. kurzfristiger Bedarf	430	10,2
kurzfristiger Bedarf	8.315	63,4
mittelfristiger Bedarf	2.325	6,9
langfristiger Bedarf	1.190	4,2
Einzelhandel gesamt	11.830	74,5
* Rundungsdifferenzen möglich		
Quelle: GMA-Erhebung; September 2011		

Das Angebot im kurzfristigen Bedarf wird durch insbesondere die Anbieter im Norden des Stadtteils im Bereich „**Fritz-Frey-Straße / Im Weiher**“ mit insgesamt 5.800 m² VK geprägt. In diesem Standortbereich sind neben den großflächigen Discountern der Fa. Aldi und Fa. Lidl insbesondere die Fa. Rewe im Segment Vollsortimenter und die Fa. Füllhorn im Segment der Bio-Supermärkte zu nennen. Im Drogeriewarenbereich ist zudem die Fa. dm anzuführen. Alle Anbieter verfügen über einen wettbewerbsfähigen Marktauftritt. Die Fa. Rewe hat in den letzten Jahren durch einen Neubau und eine deutliche Ausweitung der Verkaufsfläche einen sehr leistungsfähigen Markt mit einer hohen Ausstrahlungskraft geschaffen.

Im Stadtteil Handschuhsheim ist im Lebensmittelbereich des Weiteren der Penny-Markt in der Dossenheimer Landstraße und der Nahkauf-Markt (früher HL) unweit des Planstandortes jeweils auf einer relativ geringen Verkaufsfläche von 200 – 300 m² anzuführen. Im Drogeriewarensegment ist neben dem genannten dm-Markt noch eine Filiale der Fa. Rossmann im C-Zentrum ansässig. Im Laufe der letzten Jahre sind die Filiale der Fa. Schlecker in der Hans-Thoma-Straße sowie der Fa. Ihre Kette in der Zeppelinstraße weg-

gefallen. In den weiteren Branchen ist nachrichtlich insbesondere auf das Outlet der Fa. Niebel Mode + Sport zu verweisen, die auf einer Verkaufsfläche von rund 2.000 m² das Segment Bekleidung auf einem qualitativ wertigen Niveau anbietet.

Im definierten **C-Zentrum** im Bereich Hans-Thoma-Platz und angrenzende Straßenzüge ist in den projektrelevanten Sortimenten neben kleinflächigen Betrieben des Lebensmittelhandwerks die Filiale der Fa. Rossmann zu nennen.

3. Einkaufsinnenstadt

Im Standortgefüge der Stadt Heidelberg stellen Teile der Altstadt die wesentliche Einkaufslage dar. Dabei ist der statistische Bezirk Altstadt nicht mit der zentralen Einkaufslage gleichzustellen. Die funktionale Einkaufsinnenstadt (**A-Zentrum**) umfasst Teile des statistischen Bezirkes Altstadt sowie des angrenzenden Bezirkes Bergheim u. a. mit Bismarckstraße und Bismarckplatz. Innerhalb der Altstadt konzentriert sich der Hauptgeschäftsbesatz auf den westlichen Teil der Hauptstraße.

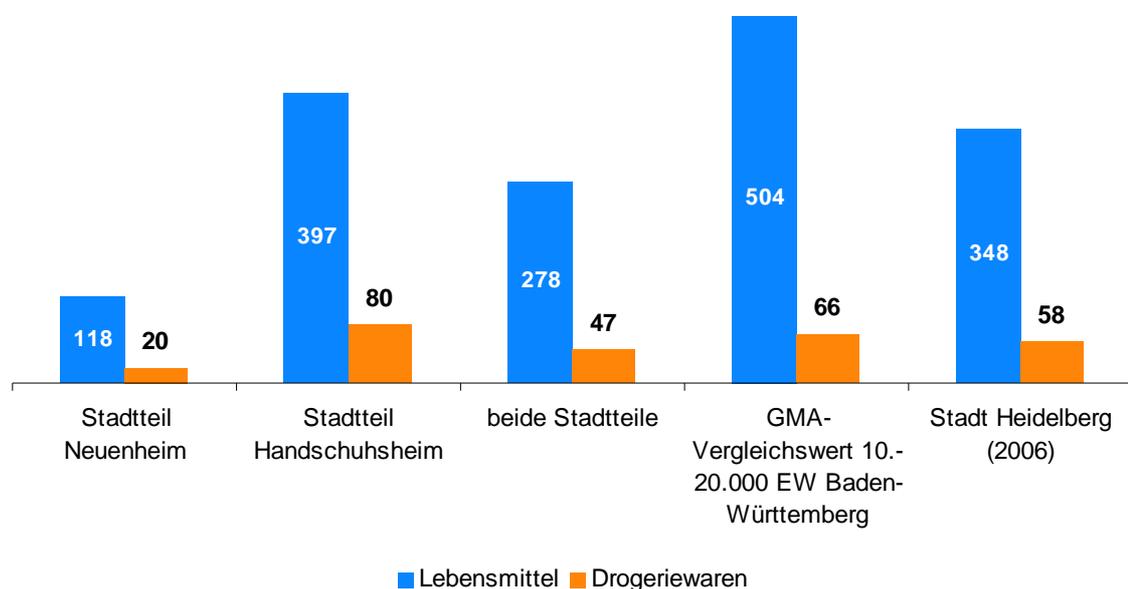
Gemäß Zentrenkonzept der Stadt Heidelberg (2006) sind insgesamt 71.290 m² VK in der Innenstadt verortet, davon entfallen auf

▪ Nahrungs- und Genussmittelsektor	2.600 m ² VK (4 %)
▪ restl. kurzfristigen Bedarf	1.650 m ² VK (2 %)
▪ mittelfristigen Bedarf	53.640 m ² VK (75 %)
▪ langfristigen Bedarf	13.400 m ² VK (19 %).

4. Bewertung der Angebotssituation

In der Gegenüberstellung der Versorgungskennziffern für die Nahversorgung (Nahrungs- und Genussmittelsektor, Drogeriewaren) der Stadtteile Neuenheim und Handschuhsheim sowie der Stadt Heidelberg bzw. Kommunen ähnlicher Größenordnung ergeben sich folgende Werte:

Abbildung 2: Versorgungskennziffern im Vergleich



Quelle: GMA-Erhebung September 2011; GMA-Kennziffernstudie (2009)

Für den Stadtteil Neuenheim ist im Vergleich eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung festzustellen. Die Vergleichswerte anderer Kommunen in Baden-Württemberg wie auch der Durchschnittswert der Stadt Heidelberg bewegen sich auf einem deutlich höheren Niveau. Dieses Defizit ist auf das Fehlen von Anbietern im Lebensmittel- bzw. Drogeriewarensegment mit wettbewerbsfähigen Verkaufsflächen zurückzuführen. Würde man an dieser Stelle die Beschäftigten bzw. Studierenden auf dem Campus im Sinne einer Wohnbevölkerung berücksichtigen, dann würde sich die Versorgungsausstattung deutlich schlechter darstellen.

Betrachtet man die **Zentralität bzw. Kaufkraftbindung** (Verhältnis Umsatz zu Kaufkraft der Wohnbevölkerung) insbesondere der nahversorgungsrelevanten Sortimente werden die unterdurchschnittlichen Versorgungskennziffern weiter unterstrichen. Für den Le-

bensmittelbereich liegt die Bindungsquote durch den vorhandenen Einzelhandel in Neuenheim bei ca. 50 %, für das Drogeriewarenssegment bei ca. 30 % und damit ebenfalls auf einem jeweils ausbaufähigen Niveau.

Die Entwicklung eines Nahversorgungsstandortes trägt aufgrund der dargestellten unterdurchschnittlichen Versorgungssituation sowie der Nähe des Standortes zu den angrenzenden Wohngebieten bzw. zum Campus der Universität Heidelberg insgesamt zu einer spürbaren Verbesserung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Neuenheim führen, zudem würde der Standort zu einer Verkehrsvermeidung aufgrund der derzeit aus dem Stadtteil abfließenden Kaufkraft bei.

Neben den absoluten Verkaufsflächenausstattungs- und Zentralitäts-/ Kaufkraftbindungswerten ist an dieser Stelle zusätzlich die **städtebauliche Komponente** zur Einordnung möglicher Entwicklungspotenziale, die sich aus der teilweise unterdurchschnittlichen Ausstattung ergeben, kurz zu betrachten. Aus planerischer Sicht wäre eine Realisierung möglicher Verkaufsflächenpotenzial entweder an bestehenden Standorten im Sinne von Modernisierungen oder innerhalb von Nahversorgungsbereichen wünschenswert. Städtebaulich sind diesen Zielsetzungen jedoch aufgrund der fehlenden Flächenverfügbarkeit in einer kompakten Siedlungsstruktur wie in Neuenheim und insb. im C-Zentrum „Brückenstraße“ deutliche Grenzen gesetzt. Der Planstandort stellt unter diesen Gesichtspunkten einer Weiterentwicklung und Stärkung der Nahversorgung in integrierter Lage einen geeigneten Standort dar.

V. Analyse der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Nahversorgungsstandortes „Berliner Straße“

Im folgenden Kapitel wird die Vereinbarkeit des Vorhabens mit dem Zentrenkonzept der Stadt Heidelberg sowie den Belangen der Landes- und Regionalplanung geprüft. Folglich ist zu untersuchen, wie sich das Projekt auf die Innenstadtentwicklung und auf die Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen in Heidelberg und im Umland auswirkt.

1. Vorbemerkungen

Den folgenden Berechnungen liegen die am Standort vorgesehenen Verkaufsflächen der einzelnen Nutzungen zugrunde. Aufgrund der Kleinteiligkeit der ergänzenden Einzelhandelsnutzungen wird bei den Berechnungen auf die großen Nutzungseinheiten abgestellt. Folgende Komponenten werden dabei hinsichtlich ihrer Auswirkungen bewertet:

- Lebensmittelvollsortimenter ca. 1.800 m² VK
- Lebensmitteldiscounter ca. 1.300 m² VK
- Drogeriefachmarkt ca. 800 m² VK

An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass der definierte Verkaufsflächenrahmen, welcher den Betrachtung zugrunde liegt, nicht weiter veränderbar ist.

2. Rechtliche Grundlagen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar. Zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind ergänzend die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen sowie die, das Verwaltungshandeln präzisierende Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten („Einzelhandelserlass“) vom 21. Februar 2001 heranzuziehen.

2.1 § 11 Abs. 3 BauNVO

Der für diesen Zusammenhang zentrale **§ 11 Abs. 3 BauNVO** führt in der Fassung von 1990 für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Neben den Instrumentarien der BauNVO ist eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch durch eine landesplanerische Überprüfung von Einzelhandelsgroßprojekten vorgesehen.

2.2 LEP Baden-Württemberg, Einzelhandelserlass und Teilfortschreibung des Regionalplans Unterer Neckar

Der **Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg** weist Heidelberg als Oberzentrum aus und legt in Bezug auf großflächige Einzelhandelsvorhaben als wesentliche Zielsetzungen fest:

„Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen i.d.R. nur in Ober-, Mittel- und Unterezentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich deren zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe, noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“ (Plansätze 3.3.7, 3.3.7.1 und 3.3.7.2 des LEP).

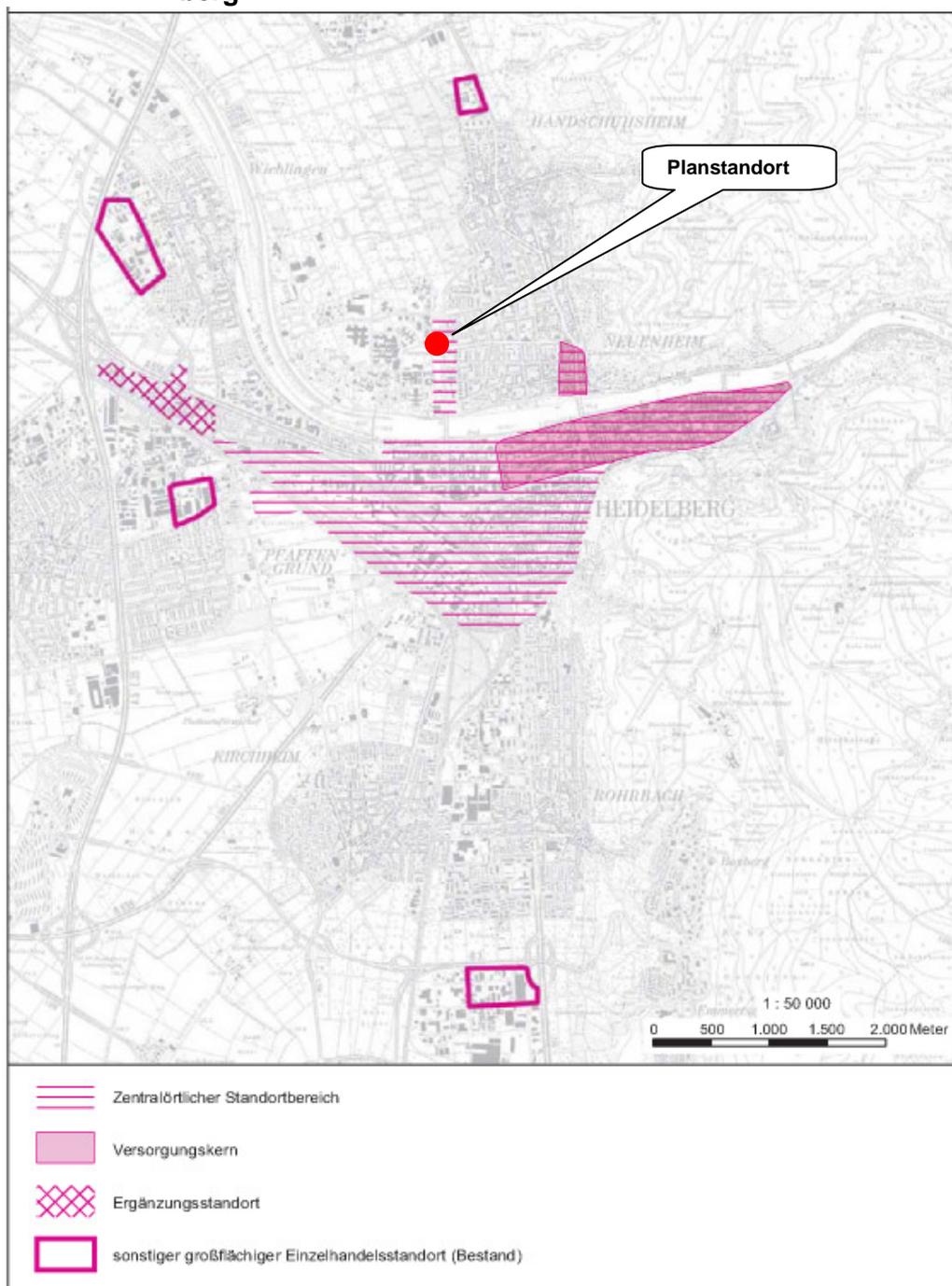
Im **Teilfortschreibung des Regionalplans Unterer Neckar** führt Plankapitel 2.2.5 zum großflächigen Einzelhandel folgendes aus:

- (1) „Die Ausweisung, Genehmigung, Errichtung oder Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten ist grundsätzlich nur in Ober-, Mittel- und Unterezentren zulässig.
- (2) Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte ist so zu bemessen, dass der Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet.
- (3) Die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde und anderer zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- (4) Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.

In der Teilfortschreibung des Regionalplans Unterer Neckar Plankapitel 2.2.5 Einzelhandel ist der Standortbereich entlang der „Berliner Straße“ als „Zentralörtlicher Standortbereich“ eingestuft.

Bei dem zentralörtlichen Standortbereich handelt es sich um den zusammenhängenden, städtebaulich gewachsenen Siedlungsbereich, in dem neben Einzelhandel auch weitere zentralörtliche Funktionen konzentriert sind. Regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur in diesen abgegrenzten Bereichen möglich.

Abbildung 3: Teilfortschreibung Regionalplan Unterer Neckar, Oberzentrum Heidelberg



Grundlage: Rasterdaten der Topographischen Karte 1:25 000 Baden-Württemberg, (verkleinert auf 1:50 000),
 © Landesvermessungsamt Baden-Württemberg (www.lv-bw.de) v. 25.9.03, Az.: 2651.2-D2460/

Weiterhin sind die folgenden Prüfkriterien gemäß **Einzelhandelserlass Baden-Württemberg** zu beachten:

- **Integrationsgebot** (der Standort des Vorhabens soll städtebaulich integriert sein).
 Der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg führt aus, dass ein Einzelhandelsgroßprojekt im zentralörtlichen Versorgungskern (Stadt- und Ortskern) errichtet oder erweitert oder diesem in unmittelbarer Nähe zugeordnet werden soll, so dass in der Regel keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Versorgungskerns der Standortgemeinde gegeben ist.
 „Solche Standorte haben deshalb Vorrang vor städtebaulichen Randlagen.“ (vgl. Nr. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).
- **Kongruenzgebot** (das Vorhaben muss sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen)
 Grundsätzlich sind „Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte)“ in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen. „Sie dürfen i.d.R. nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“ (vgl. Nr. 3.2 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

Nach dem Einzelhandelserlass von Baden-Württemberg liegt

„eine Verletzung des Kongruenzgebots vor, wenn der betriebswirtschaftlich angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist i.d.R. gegeben, wenn mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden soll.“ (vgl. 3.2.1.4 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

- **Beeinträchtungsverbot** (das Vorhaben darf das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns sowie die verbraucher-nahe Versorgung im Einzugsbereich des Vorhabens nicht beeinträchtigen)
 Gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg liegt eine wesentliche Beeinträchtigung des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie der verbrauchernahen Versorgung im Einzugsbereich i. d. R. dann vor, wenn dort auf Grund des Vorhabens und des zu erwartenden Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen:

„Anhaltswert für eine derartige Annahme ist ein Umsatzverlust bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 10 % und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment“ (vgl. 3.2.2.3 Einzelhandelserlass Baden-Württemberg).

3. Umsatzerwartung; Marktanteilkonzept

Das Marktanteilkonzept stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung der Vorhaben (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen den Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt. Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als **wesentliche Kriterien** bei der Ermittlung der Marktanteile werden

- die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet sowie im Umfeld (u. a. Kaufkraftabschöpfung durch bestehende Betriebe),
- ausgewählte Zeit-Distanz-Werte¹,
- die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzungen,
- die Lage und das Standortumfeld

berücksichtigt. Hinzukommt die Betriebstypenentwicklung. Im Jahr 2009 verfügten Discounter über einen Marktanteil am Lebensmitteleinzelhandel von 41,5 % und Supermärkte (bis 2.500 m² VK) von 27,5 %.²

¹ Einflussfaktoren sind hier u. a. die Verkehrserschließung und das damit zusammenhängende Verbraucherverhalten. Dabei handelt es sich um empirische Erfahrungswerte.

² Quelle: EHI Retail Institute, Köln.

Tabelle 4: Marktanteil und Umsatzerwartung des Lebensmittelvollsortimenters (1.800 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Zone Ia (Neuenheim)	22,9	10	2,3
Zone Ib (Handschuhsheim)	30,7	5	1,5
Studierende / Beschäftigte*	31,6	7 – 8	2,4
Zwischensumme			6,2
Streuumsätze (15 %)			1,1
Umsatzerwartung Food			7,3
Nonfood-Randsortimente (15 %)			1,3
Summe Lebensmittelvollsortimenter			8,6
* aggregierter, je nach Nutzergruppe gewichteter Wert Quelle: GMA-Berechnung 2011			

Unter Berücksichtigung der Umsatzanteile durch Studenten und Beschäftigte sowie den zu erwartenden Streuumsätzen durch z. B. Pendler und Gäste der Universität (ca. 15 %) ergibt sich für den **Lebensmittelvollsortimenter** eine Umsatzleistung (Food) von ca. 7,3 Mio. €. Werden zudem die Umsätze im Nonfood-Bereich (15 %) addiert, errechnet sich eine Gesamtumsatzleistung von ca. 8,6 Mio. €. Bei einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.800 m² ergibt sich eine Flächenleistung von ca. 4.800 €/ m² VK, die auf einem überdurchschnittlichen Niveau im Vergleich zu den branchenüblichen Werten für den Betriebstyp „Supermarkt“ (4.350 €/ m² VK)¹ liegt. Dies ist jedoch aufgrund des derzeit qualitativ und quantitativ ausbaufähigen Bestandes sowie der zur Verfügung stehenden potenziellen Kaufkraft der Studenten bzw. Beschäftigten als realisierbar einzustufen.

Bei der Ermittlung der Umsatzanteile, die durch Studenten und Beschäftigte generiert werden, ist zur Erläuterung anzumerken, dass nicht die vollständige Kaufkraft am Projektstandort wirksam werden kann, da im Sinne des Residenzprinzips ein Teil der Kaufkraft durch Einkäufe am Wohnort gebunden wird.

¹ Quelle: EHI Retail Institute, Köln, 2009.

Tabelle 5: Marktanteil und Umsatzerwartung des Lebensmitteldiscounters (1.300 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Zone Ia (Neuenheim)	22,9	7 - 8	1,7
Zone Ib (Handschuhsheim)	30,7	2 - 3	0,8
Studierende / Beschäftigte*	31,6	5	1,6
Zwischensumme			4,1
Streuumsätze (15 %)			0,7
Umsatzerwartung Food			4,8
Nonfood-Randsortimente (20 %)			1,2
Summe Lebensmitteldiscounter			6,0
* aggregierter, je nach Nutzergruppe gewichteter Wert Quelle: GMA-Berechnung 2011			

Für den **Lebensmitteldiscounter** liegt der Food-Umsatz bei ca. 4,8 Mio. €. In der Summe mit den Nonfood-Umsatzanteilen von 20 %, errechnet sich eine Gesamtumsatzleistung von ca. 6,0 Mio. € für den Lebensmitteldiscounter. Bei einer Verkaufsfläche von 1.300 m² liegt die Flächenleistung bei ca. 4.600 €/ m² VK. Im Vergleich ist hier ein durchschnittliches Niveau festzuhalten.¹

Tabelle 6: Marktanteil und Umsatzerwartung des Drogeriefachmarktes (800 m² VK)

Zonen	Kaufkraft Drogeriewaren in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Zone Ia (Neuenheim)	4,7	20	0,9
Zone Ib (Handschuhsheim)	6,3	10	0,6
Studierende / Beschäftigte*	6,5	12 – 13	0,8
Zwischensumme			2,3
Streuumsätze (10 %)			0,3
Umsatzerwartung Kernsortiment			2,6
Randsortimente (30 %)**			1,1
Summe Drogeriefachmarkt			3,7
* aggregierter, je nach Nutzergruppe gewichteter Wert; ** wie z.B. Babybekleidung, Tierfutter, Fotoartikel, Schreibwaren; Quelle: GMA-Berechnung 2011			

¹ Quelle: EHI Retail Institute, Köln, 2009: Spannbreite der Discountanbieter: Netto (3.600 €/ m² VK) bis Aldi Süd (7.900 €/ m² VK).

Für den **Drogeriefachmarkt** ergibt sich unter Zugrundelegung der Marktanteile sowie der Einbeziehung von Streuumsätzen eine Umsatzleistung im Kernsortiment von ca. 2,6 Mio. €. Unter Berücksichtigung der Randsortimente, die betreiberabhängig bis zu 30 % der Umsatzleistung ausmachen können, ergibt sich eine Gesamtumsatzerwartung für den Drogeriefachmarkt von ca. 3,7 Mio. €. Bei Zugrundelegung einer Verkaufsfläche von 800 m² ergibt sich damit eine Flächenleistung von rd. 4.600 €/ m² VK. Nach Angaben des Auftraggebers ist die Fa. Müller als Betreiberfirma vorgesehen. Damit kann die ermittelte Flächenleistung als leicht überdurchschnittlich angesehen werden.

4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Planvorhabens

Mit der Ansiedlung von Einzelhandelsobjekten werden i. d. R. auch Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgebedingungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf die bestehende Nahversorgung.

In der Modellrechnung zur Ermittlung der Umsatzumverteilungswirkungen wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- aktuelle Ausstattung im Untersuchungsraum und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Ansiedlungsvorhaben
- Wettbewerbssituation im Umfeld inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte,
- Versorgungsbedeutung und die Standortlagen im Umfeld
- aktuellen Kaufkraftströme im Umfeld

In die Berechnung fließen damit die derzeitige Einzelhandelsausstattung konkurrierender Standorte innerhalb des Einzugs- sowie des Stadtgebietes als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein.

Die zu erwartende Umsatzleistung der beiden Lebensmittelmärkte sowie des Drogeriefachmarktes wird

- durch eine Steigerung der Kaufkraftbindung im Stadtteil Neuenheim sowie
- durch Zuflüsse aus dem Stadtteil Handschuhsheim und von außerhalb der beiden Stadtteile

erzielt. Die derzeitigen Kaufkraftbindungsquoten des projektrelevanten Einzelhandels im Stadtteil Neuenheim liegen auf einem unterdurchschnittlichen und somit stark ausbaufähigen Niveau. Durch die Ansiedlung leistungsfähiger und moderner Anbieter ist eine Schließung von **Angebotslücken** und eine spürbare Verbesserung der Nahversorgung insbesondere für die Wohnbevölkerung in Neuenheim, aber auch teilweise für die südlichen Bereiche des Stadtteils Handschuhsheim zu erwarten.

4.1 Kaufkraftbewegungen

Insgesamt können für das Planvorhaben folgende Kaufkraftbewegungen bzw. Umverteilungswirkungen prognostiziert werden.

4.1.1 Stadtteil Neuenheim

Aufgrund der vergleichsweise geringen Verkaufsflächenausstattung des Stadtteils Neuenheim sowie der unterdurchschnittlichen Bindungskraft durch die hier ansässigen Anbieter ist davon auszugehen, dass sich der Umsatz, welcher durch die Wohnbevölkerung an den Planstandort fließt als „Rückholung“ bzw. Umlenkung der Kaufkraft von Standorten außerhalb des Stadtteils generiert.

Die aktuelle Kaufkraftbindung im **Nahrungs- und Genussmittelsektor** liegt im Stadtteil Neuenheim bei rund 50 %. Eine Steigerung auf 65 % bzw. um ca. 3,4 Mio. € kann aufgrund der Versorgungssituation als realistisch eingestuft werden. Die geplanten Lebensmittelmärkte werden aufgrund der gemeinsamen Realisierung als eine Einheit betrachtet.

Unter Berücksichtigung des für die Anbieter in Neuenheim wettbewerbsneutralen Umsatzes¹ durch

¹ Vgl. Marktanteilkonzepte in den Tabellen 4 und 5

- „Rückholung“ der Kaufkraft der Neuenheimer Wohnbevölkerung (3,4 Mio. €),
- Zuflüsse aus dem Stadtteil Handschuhsheim (2,3 Mio. €),
- Zuflüsse durch die Studierenden bzw. Beschäftigten (4,0 Mio. €) sowie
- die Streuumsätze (1,8 Mio. €)

ist für beide Lebensmittelmärkte -ausgehend von einer Gesamterwartung im Nahrungs- und Genussmittelsektor von 12,1 Mio. €- ein umverteilungsrelevanter Umsatz von ca. 0,6 Mio. € ermittelbar. Bei einer Umsatzleistung der Anbieter in Neuenheim von ca. 11,4 Mio. € liegt die rechnerische Umverteilungsquote bei **rund 5 %**.

Im **Drogeriewarensegment** (ohne Apotheken) sind eine Filiale der Fa. Schlecker (außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Brückenstraße“) sowie zwei Fachparfümerien im Stadtteil vorhanden, die aber eine geringe Wettbewerbsüberschneidung mit dem Planobjekt aufweisen. Die Kaufkraftbindungsquote liegt bei rund 30 %. Eine Erhöhung auf einen Wert von 45 - 50 % durch die Ansiedlung eines leistungsfähigen Anbieters ist als realisierbar einzustufen, da der Schlecker-Markt aufgrund seiner Sortimentsausrichtung nur einen Grundbedarf an Drogeriewaren abdeckt und kein umfassendes Drogeriewaren-sortiment anbietet.

Legt man diesen Umsatz durch „Rückholung“ (0,8 Mio. €) zugrunde, dann ergibt sich nach Abzug der Zuflüsse aus Handschuhsheim (0,6 Mio. €) und durch Studenten bzw. Beschäftigte (0,8 Mio. €) sowie der Streuumsätze (0,3 Mio. €) ein umverteilungsrelevanter Umsatz von 0,1 Mio. €. In der Gegenüberstellung mit der Umsatzleistung der relevanten Anbieter im Stadtteil von 1,6 Mio. € ergibt sich eine rechnerische Umverteilungsquote **von 6 - 7 %**.

Neben einer nicht auszuschließenden gewissen tatsächlichen Betroffenheit der Anbieter in Neuenheim (inkl. der Teilsortimente der vorhandenen Lebensmittelanbieter) ist an dieser Stelle auch darauf hinzuweisen, dass sich rein rechnerisch bei geringen umverteilungsrelevanten Umsätzen hohe Umverteilungsquoten ergeben können, die durch die statistischen Effekte aufgrund des geringen Einzelhandelsbestandes begründet sind.

4.1.2 Stadtteil Handschuhsheim

Zur rechnerischen Ermittlung der Auswirkungen gegenüber den Anbietern in Handschuhsheim werden folgende Annahmen getroffen.

Ausgehend davon, dass die derzeitige Einkaufsorientierung der **Neuenheimer Wohnbevölkerung** bereits teilweise auf die Anbieter in Handschuhsheim ausgerichtet ist, handelt es sich bei dem Umsatz durch eine „Rückholung“ der Kaufkraft um Umlenkungen der Kunden von den Standorten in Handschuhsheim. Für den Nahrungs- und Genussmittelsektor wird angenommen, dass ca. 50 % dieses Umsatzanteils damit für die Anbieter in Handschuhsheim umverteilungsrelevant sind. Für das Drogeriewarensegment wird ein etwas höherer Anteilswert von 70 % angenommen, da sich das Angebot sich nicht wie im Nahrungs- und Genussmittelsektor auf eine Vielzahl an Standorten und Betriebstypen im Stadtgebiet verteilt.

Daneben sind auch gewisse Anteile des durch **Studenten / Beschäftigte** am Planstandort generierten Umsatzes für die Anbieter in Handschuhsheim umverteilungsrelevant. Da jedoch keine detaillierte Auflistung der Wohnstandorte der Studenten bzw. Beschäftigten vorliegt, sind an dieser Stelle ebenfalls basierend auf gutachterlichen Erfahrungswerten prozentuale Anteile anzunehmen. Durchschnittlich ca. 20 % des Umsatzes der beiden Nutzergruppen fließt derzeit an Standorte in Handschuhsheim.

Zusammen mit den Umsatzanteilen der Handschuhsheimer Wohnbevölkerung, die an den Planstandort fließen, ergibt sich im Nahrungs- und Genussmittelsektor ein umverteilungsrelevanter Umsatz von 4,8 Mio. €¹. Gegenüber den bestehenden Anbietern mit einer Umsatzleistung von 39,7 Mio. € kann eine Umverteilungsquote von **rund 12 %** ermittelt werden. Für den Drogeriefachmarkt liegt die Umverteilungsquote bei **ca. 9 - 10 %** (1,3 Mio. €² von 13,6 Mio. €).

¹ 50 % der Rückholung der Kaufkraft (1,7 Mio. € = 50 % von 3,4 Mio. €), sowie 2,3 Mio. € Zufluss aus Handschuhsheim sowie 20 % des Umsatzes durch Studenten / Beschäftigte (0,8 Mio. €)

² 70 % der Rückholung der Kaufkraft (0,5 Mio. € = 70 % von 0,7 Mio. €) sowie 0,6 Mio. € Zufluss aus Handschuhsheim sowie 20 % des Umsatzes durch Studenten / Beschäftigte (0,2 Mio. €)

4.1.3 Weiteres Stadtgebiet von Heidelberg

Bei den Auswirkungen im weiteren Stadtgebiet kann davon ausgegangen werden, dass sich die Umverteilungseffekte, die sich aus

- dem restlichen Umsatzanteil der Steigerung der Kaufkraftbindung in Neuenheim,
- den restlichen Umsatzanteilen durch die Studierenden bzw. Beschäftigten und
- den Streuumsätzen ¹

ergeben, auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen und somit auf einem deutlich niedrigeren Niveau als die Werte für Handschuhsheim liegen werden.

4.2 Städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen

Die prognostizierten Kaufkraftbewegungen können in den projektrelevanten Sortimenten unter Zugrundelegung **städtebaulicher Maßstäbe** wie folgt bewertet werden:

Stadtteil Neuenheim

Der Planstandort ist als **städtebaulich integriert** einzustufen und liegt gemäß dem Teilregionalplan Unterer Neckar innerhalb des definierten **zentralörtlichen Standortbereiches** (Prioritätsstandort für zentrenrelevante Sortimente).

Den geplanten Märkten kommt eine **hohe Nahversorgungsfunktion** für die Bewohner des Stadtteils Neuenheim (inkl. Studentisches Wohnen) zu, da hier eine deutliche Unterversorgung in den projektrelevanten Sortimenten festzuhalten ist. Auch für die Wohnbevölkerung im südlichen Bereich von Handschuhsheim werden die Märkte eine Versorgungsfunktion übernehmen.

Durch die Realisierung des Vorhabens ist insgesamt von einer **deutlichen Erhöhung der Kaufkraftbindung** und einer nachhaltigen Sicherung bzw. Verbesserung der Versorgungssituation der Bevölkerung in Neuenheim auszugehen.

Für die Anbieter in **Neuenheim**, die über eine Nahversorgungsfunktion für die Mantelbevölkerung verfügen und damit eine nur sehr begrenzte Magnetfunktion ausüben, sind die Nutzungskomponenten mit einer Umverteilungsquote von 5 % als **städtebaulich verträglich** einzustufen. Eine detaillierte Betrachtung der Umverteilungseffekte auf die in unmittel-

¹ Umlenkungen von Standorten innerhalb der Stadt Heidelberg; sind als „worst case“ einzustufen, da ein Teil der Studenten und insb. der Beschäftigten von außerhalb der Stadt Heidelberg einpendelt.

telbarer Entfernung zum Planstandort „Mathematikon“ ansässigen **Nahversorgungsstandorte** an der Furtwänglerstraße (Nahkauf) sowie an der Ladenburger Straße (Rewe City) kommt zu folgenden Ergebnissen:

- Die beiden Lebensmittelmarktstandorte, die sich außerhalb der definierten Zentrenhierarchie (hier: C-Zentren) der Stadt Heidelberg befinden, übernehmen heute jeweils eine **Nahversorgungsfunktion** für die im Umfeld wohnhafte Mantelbevölkerung. Der durch die Märkte getätigten Umsatzleistung von rd. 3,0 Mio. € (Food) steht eine Kaufkraft in Neuenheim von 22,6 Mio. € gegenüber. Folglich werden nur rund 15 % der Kaufkraft durch beide Märkte gebunden. Die Versorgungseinkäufe der Wohnbevölkerung (zumeist autoorientiert) werden bereits heute an Standorten außerhalb des Stadtteiles getätigt. Die Versorgungssituation im Stadtteil ist insgesamt als stark ausbaufähig einzustufen.
- Die wettbewerbsbezogene Prognose der Auswirkungen nach der Ansiedlung ergibt, dass gewisse Umverteilungseffekte gegenüber diesen relevanten Betrieben zu erwarten sind. Diese werden jedoch in jedem Fall **deutlich unterhalb des relevanten Schwellenwertes von 10 %-Umsatzverlust** liegen. Bei der Einordnung der Umverteilungseffekte ist des Weiteren auf die statistischen Effekten, die aufgrund eines geringen Einzelhandelsbestandes abweichend zu den tatsächlichen Auswirkungen zu erhöhten Quoten führen, hinzuweisen. Für die städtebauliche Bewertung spielt auch die Lage der Betriebe eine wichtige Rolle. Beide Betriebe stellen zwar Wettbewerber der Planung dar, liegen aber nicht in einem Zentralen Versorgungsbereich; eine Schützwürdigkeit vor dem Hintergrund der **städtebaulichen Relevanz** im Sinne des Bauplanungsrechts (Gefährdung der Funktionsfähigkeit Zentraler Versorgungsbereiche) kann deshalb nicht beansprucht werden.
- Das mögliche Ausscheiden eines Marktes -unabhängig vom Planvorhaben- würde zwar zum Verlust eines Nahversorgungsstandortes führen, dennoch wäre -nach Realisierung der Planungen an der Berliner Straße- die Nahversorgung des gesamten Stadtteils auch weiterhin gesichert.
- Zudem ist auch entscheidend, dass sich im Stadtteil Neuenheim die Nahversorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung durch die Errichtung zweier moderner Lebensmittelmärkte deutlich **verbessert und zukunftssicher** gestaltet wird. Durch das Vorhaben werden Fahrbewegungen im Raum reduziert (CO₂-Reduzierung; Stadt der kurzen Wege)
- Im Rahmen einer **notwendigen Positionierung** beider Märkte vor dem Hintergrund der geplanten Veränderungen im Wettbewerbsumfeld sind neben einer wettbe-

werbsgerechte Verkaufsflächendimensionierung auch Sortimentspflege und verstärkte Kundenbindung von entscheidender Bedeutung.

Für den **Drogeriewarenbereich** liegt die Umverteilungsquote innerhalb des Stadtteiles bei 6 - 7 %. Eine gewisse städtebauliche Relevanz ist zu erwarten, da der relevante Anbieter Schlecker sowie die Lebensmittelmärkte (gewisse Wettbewerbsüberschneidung in Teilsortimenten) in städtebaulich integrierten Lagen ansässig sind. Der Schlecker-Markt nimmt derzeit eine Nahversorgungsfunktion für die Mantelbevölkerung ein; eine Marktabdeckung des gesamten Stadtteiles wird jedoch nicht erreicht. Eine potenzielle Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage des Schleckers muss jedoch nicht zwingend mit der Errichtung des Drogeriemarktes im Bereich Berliner Straße in Zusammenhang stehen, sondern kann auch in den unternehmensinternen Veränderungsprozessen¹ bei der Fa. Schlecker begründet liegen.

Die Verkaufsflächenausstattung im Stadtteil Neuenheim liegt mit einem Wert von 118 m² VK / 1.000 EW im Food-Bereich unter dem Bundesdurchschnitt sowie unterhalb der Ausstattungskennziffer in der Stadt Heidelberg. Unter Berücksichtigung der Planungen an der Berliner Straße ergeben sich folgende Veränderungen:

Tabelle 7: Verkaufsflächenausstattung im Stadtteil Neuenheim (Ist-Bestand sowie nach der Realisierung des Nahversorgungsstandortes)

Sortimente	Verkaufsfläche je 1.000 EW			
	Ist-Situation	Nach Realisierung	GMA-Vergleichswert 10-20.000 EW in Baden-Württemberg	Stadt Heidelberg (2006)
Food	118	363	504	348
Drogeriewaren*	20	83	66	58
* ohne Apotheken; inkl. Randsortimente Quelle: GMA-Berechnungen (ca.-Werte; gerundet); GMA-Grundlagenuntersuchung				

¹ Laut Lebensmittelzeitung (05/2009) stehen bis zu 4.000 der 10.000 Schleckerfilialen zur Disposition (im Fokus auf unrentablen Filialen). Schlecker will sich stattdessen auf den Aufbau des XXL-Vertriebskonzeptes konzentrieren. Außerdem sollen nach aktueller Berichterstattung der Lebensmittelzeitung (06.08.2010) alle Schlecker-Filialen auf das „Schlecker kompakt“-Konzept umgestellt werden. In Frage kommen für diese Umstellung jedoch nur Filialen an 250 m² VK oder kleinere Filialen mit Erweiterungsmöglichkeiten. Parallel zu diesen konzeptionellen Veränderungen treibt das Unternehmen den Abbau unrentabler Altstandorte voran.

Durch die Realisierung der Einzelhandelsnutzungen kann, bezogen auf den Stadtteil insgesamt, von einer guten Versorgung in den projektrelevanten Sortimenten ausgegangen werden. Die Werte bewegen sich auf dem Niveau der Durchschnittswerte für die Stadt Heidelberg. Einzig im Drogeriewarensegment ist ein überdurchschnittlicher Wert festzuhalten, der jedoch keine Überversorgung darstellt.

Stadtteil Handschuhsheim

- Die rechnerischen Umverteilungseffekte gegenüber den Anbietern in Handschuhsheim werden sich leicht über bzw. um die 10 %-Marke, ab der von einer negativen städtebaulichen Beeinträchtigung ausgegangen werden kann, bewegen. An dieser Stelle ist jedoch eine kleinräumige Betrachtung der Umverteilungseffekte von entscheidender Bedeutung.
- In der kleinräumigen Betrachtung wird ein relativ großer Anteil der Umverteilungseffekte gegenüber der Standortlage „**Fritz-Frey-Straße / Im Weiher**“ im nördlich gelegenen Stadtteil Handschuhsheim wirksam, da es sich hierbei um den nächstgelegenen im Vergleich attraktiven Einkaufsstandort handelt. Die Standortlage ist als Versorgungsstandort in einer **Gewerbegebietslage** im Zentrenkonzept ausgewiesen. Die zu erwartenden Umverteilungseffekte besitzen nur bedingt eine städtebauliche Relevanz und liegen im wettbewerbsüblichen Rahmen.
- Die weiteren Anbieter im Stadtteil Handschuhsheim (Nahkauf, Penny im Nahrungs- und Genussmittelsektor und Rossmann im Drogeriewarensegment) werden in gewissem Umfang vom Vorhaben betroffen sein (vgl. Aussagen im Stadtteil Neuenheim zum Nahkauf). Dennoch wird die „Hauptlast“ der Umverteilungseffekte gegenüber den Anbietern in der „Fritz-Frey-Straße / im Weiher“ wirksam, da bei diesen Anbietern von der stärkeren Marktdurchdringung in den beiden Stadtteilen auszugehen ist. Die kleineren Nahversorger, die bis auf die Filiale der Fa. Rossmann außerhalb der abgegrenzten Nahversorgungsbereiche liegen, werden auch weiterhin diese Funktion, insb. für die Kunden im fußläufigen Einzugsgebiet übernehmen. Hier ist keine Bestandsgefährdung zu erwarten, die kausal mit den Planungen an der Berliner Straße zusammenhängt.

Weiteres Stadtgebiet von Heidelberg / Einkaufsinnenstadt

- Im weiteren Stadtgebiet von Heidelberg, das insgesamt über eine Vielzahl von Anbietern im Vollsortiments- und Discountersegment sowie im Drogeriewarenbereich verfügt, ist von wettbewerbsüblichen Umverteilungswirkungen auszugehen. Es

werden keine schädlichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen erwartet.

- Bezug nehmend auf die Auswirkungen gegenüber der Einkaufsinnenstadt von Heidelberg (**A-Zentrum**), die im kurzfristigen Bedarf über eine nachrangige Versorgungsbedeutung verfügt¹, werden keine nennenswerten städtebaulichen Umverteilungseffekte auftreten. Bei den weiteren am Standort „Berliner Straße“ vorgesehenen zentrenrelevanten Sortimenten werden keine Umverteilungswirkungen gegenüber den Anbietern in der Innenstadt auftreten, da es sich hierbei um Kleinflächen handelt, die keine Magnetwirkung entfalten.

Umlandkommunen

Die Gemeinde Dossenheim, welche nördlich an Heidelberg angrenzt, verfügt über einen Standort der Fa. Kaufland und weitere Lebensmittelmärkte sowie zwei Drogeriefachmärkte der Fa. dm und der Fa. Schlecker. Gravierende Umverteilungseffekte gegenüber den Umlandkommunen sind nicht zu erwarten, da diese selbst eine adäquate Versorgungssituation aufweisen.

Bezug nehmend auf die **Randsortimente** der Lebensmittelmärkte sowie des Drogeriefachmarktes ergeben sich folgende Einschätzungen:

- In Bezug auf die **Nonfood-Waren der geplanten Lebensmittelmärkte** wurde ein Gesamtumsatz von ca. 2,5 Mio. € ermittelt. Dieser verteilt sich auf zahlreiche Branchen, insbesondere das Angebot des Lebensmitteldiscounters in Bezug auf Aktionswaren, so dass die neben einer gewissen zusätzlichen Kaufkraftbindung im Nonfood-Bereich eventuell auftretenden Umsatzumverteilungswirkungen in der Einzelbetrachtung sehr gering ausfallen und mit den methodischen Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachzuweisen sind. Städtebauliche Auswirkungen der Nonfood-Waren können auch aufgrund der Versorgungs- und Angebotssituation im Stadtteil Neuenheim bzw. in den übrigen Stadtteilen von Heidelberg ausgeschlossen werden.

¹ 5 % der Verkaufsfläche der Innenstadt durch Betriebe des kurzfristigen Bedarfs

- Die **Randsortimente des geplanten Drogeriefachmarktes** werden aufgrund Ihrer Struktur und Größenordnung keine gravierenden Umverteilungseffekte auslösen. Vielmehr ist z. B. durch Schreibwaren vor dem Hintergrund der Universität eine Stärkung der Angebotssituation zu erwarten.

Entscheidend ist, dass der Stadtteil Neuenheim die **Nahversorgungsfunktion** für die eigene Bevölkerung durch die Errichtung zweier moderner Lebensmittelmärkte sowie eines leistungsfähigen Drogeriefachmarktes deutlich verbessert und zukunftssicherer gestaltet.

An dieser Stelle ist auf das ebenfalls in Planung befindliche Projekt „**Bahnstadt**“ südlich des Neckars zurückzukommen. Im Rahmen der Entwicklung eines Stadtquartiers ist die Ansiedlung eines im Vergleich zum Projekt an der Berliner Straße deutlich größeren Lebensmittelmarktes der Fa. Scheck-In (ca. 4.000 m² VK) vorgesehen. Des Weiteren sind ähnlich dimensionierte Fachmärkte (Discounter 1.200 – 1.400 m² VK; Drogeriefachmarkt 600 – 700 m² VK) geplant¹. Aufgrund des geplanten Lebensmittelmarktes, der ein Alleinstellungsmerkmal für den Bereich „Bahnstadt“ darstellen wird, ist auch durch die Lage südlich des Neckars (natürliche Zäsur) nicht von Auswirkungen des Projektes an der Berliner Straße auf die Planungen im Bereich „Bahnstadt“ auszugehen. Vielmehr ist aufgrund der zeitlichen Differenz bei der Realisierung der Projekte umgekehrt auf mögliche Auswirkungen durch eine höhere Ausstrahlungskraft bzw. zu erwartende Marktdurchdringung auf das Projekt an der Berliner Straße hinzuweisen.

5. Raumordnerische Betrachtung

Einzelhandelsgroßprojekte unterliegen regionalplanerischen Zielen und Vorgaben. In der Stadt Heidelberg sind der Teilregionalplan Unterer Neckar, Plankapitel 2.2.5 sowie der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg zugrunde zu legen (vgl. V, 2). Für die geplanten Nutzungskomponenten am Standort „Berliner Straße“ in Heidelberg lassen sich hierzu folgende Aspekte ausführen:

¹ Angaben der Stadtverwaltung Heidelberg.

Integrationsgebot

Gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sollen Einzelhandelsgroßprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Gemäß dem Ziel des Teilregionalplans sind raumbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten nur in zentralörtlichen Standortbereichen zulässig. Der Planstandort ist dieser Standortkategorie im Regionalplan zugeordnet. Insofern ist das Integrationsgebot (unabhängig von der Nutzung) **erfüllt**.

Kongruenzgebot

Einzelhandelsgroßprojekte sollen sich gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg hinsichtlich ihrer Dimensionierung am regionalplanerisch festgesetzten Versorgungsbe- reich orientieren. Der Versorgungsbereich des Oberzentrums Heidelberg umfasst neben der Stadt Heidelberg auch die umliegenden Kommunen im Mittelbereich mit ca. 131.000 Einwohnern. Die Dimensionierung der Lebensmittelmärkte sowie des Drogeriefachmark- tes wird keine über den zentralörtlichen Verflechtungsbereich hinausgehende Wirkung entfalten. Die Vorgaben des Kongruenzgebotes sind damit **erfüllt**.

Beeinträchtungsverbot

Gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg sollen großflächige Einzelhandelsbe- triebe das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit der zentralörtlichen Versor- gungskerne nicht beeinträchtigen. Dies gilt sowohl für die Standortgemeinde selbst als auch für die Umlandgemeinden. Im Fall von Heidelberg liegen die Umverteilungseffekte rein rechnerisch in Teilen leicht oberhalb des in der Rechtsprechung angewendeten Schwellenwertes von 10 % Umverteilung, dennoch ist unter städtebaulichen Gesichts- punkten keine wesentliche Beeinträchtigung der „schützenswerten“ Lagen in den Stadttei- len des Kerneinzugsgebietes sowie im weiteren Stadtgebiet bzw. des Versorgungskerns zu erwarten. Die Vorgaben des Beeinträchtungsverbotes sind damit **erfüllt**.

VI. Zusammenfassung

Im Heidelberger Stadtteil Neuenheim soll in unmittelbarer Nähe zur Universität Heidelberg auf einer derzeit als Stellplatzanlage genutzten Fläche an der Berliner Straße, zwischen Mönchhofstraße und der Straße „Im Neuenheimer Feld“, ein mehrfach gegliederter Baukörper entstehen. Im nördlichen Bauteil B sind im Erdgeschoss Flächen für Einzelhandel, einzelhandelsnahe Dienstleistungen sowie Gastronomie vorgesehen.

Aufgrund der Ausrichtung des Vorhabens auf die speziellen Versorgungserfordernisse im Rahmen einer Nahversorgung sind im Bauteil B als Ankermieter und Frequenzbringer zwei Lebensmittelmärkte (Vollsortimenter mit 1.800 m² VK, Discounter mit 1.300 m² VK) sowie ein Drogeriefachmarkt mit 800 m² VK vorgesehen. Darüber hinaus werden mehrere kleinere Flächen zwischen 50 und 300 m² VK mit Angeboten aus den Segmenten Bäckerei, Metzgerei, Apotheke, Bücher und Schreibwaren / Bürobedarf hinzugefügt. Zudem sind am Standort ergänzende einzelhandels- bzw. zielgruppenaffine Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen zur Erweiterung und Attraktivierung des Branchenmix sowie zur angestrebten Nahversorgung geplant.

An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass der definierte Verkaufsflächenrahmen, welcher den Betrachtung zugrunde liegt, nicht weiter veränderbar ist.

Die vorliegende Untersuchung hat die **Prüfung der Wirkungen des Vorhabens auf bestehende Nahversorgungsstrukturen** und die Vereinbarkeit mit den Belangen der Landes- und Regionalplanung zum Gegenstand. Folgende Aspekte sind zusammenfassend anzuführen:

- Der Planstandort Berliner Straße ist Teil des in der Teilfortschreibung des Regionalplans Unterer Neckar ausgewiesenen zentralörtlichen Standortbereiches. Der insgesamt als **städtebaulich integriert** zu wertende Standort weist eine sehr gute innerörtliche Verkehrsanbindung auf. Zudem verfügt der Standort über eine fußläufige Erreichbarkeit sowie eine Anbindung an den ÖPNV.
- Aufgrund der geplanten Ausrichtung des Vorhabens auf eine **Nahversorgung** sind neben der Wohnbevölkerung der Stadtteile Neuenheim und Handschuhsheim v. a. die Studierenden auf dem Campus und die vor Ort-Beschäftigten als Hauptnutzergruppen festzuhalten. Diese Nutzer- bzw. Kundenzielgruppen weisen hohe Ver-

sorgungserfordernisse im Einzelhandel sowie im Dienstleistungs- und Gastronomiebereich auf. Auf Basis dieser Abgrenzung lässt sich insgesamt ein **Bevölkerungspotenzial** von rd. 47.200 Personen festhalten, das jedoch ein unterschiedliches Einkaufsverhalten (Häufigkeit, Einkaufsbons) aufweist.

- Bezogen auf die Angebotssituation sind für den Stadtteil Neuenheim insgesamt Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 4.470 m² sowie einer Umsatzleistung von ca. 30,2 Mio. € festzuhalten. Im Abgleich mit der im Stadtteil vorhandenen Wohnbevölkerung von rd. 12.700 Personen ist eine **unterdurchschnittliche Verkaufsfächenausstattung** zu konstatieren. Insbesondere im nahversorgungsrelevanten Bereich (Lebensmittel, Drogeriewaren) bewegen sich sowohl die Bindungsquoten als auch die Verkaufsfächenausstattungspreise deutlich unterhalb der Werte für die Gesamtstadt sowie für Kommunen ähnlicher Größenordnung in Baden-Württemberg.
- Aufgrund der vergleichsweise geringen Verkaufsfächenausstattung des Stadtteils Neuenheim sowie der unterdurchschnittlichen Bindungskraft durch die hier ansässigen Anbieter ist davon auszugehen, dass sich der überwiegende Umsatz in Form einer „**Rückholung**“ der **Kaufkraft** bzw. einer Umlenkung der Kaufkraft von Standorten außerhalb des Stadtteils Neuenheim generieren lässt. Unter der zusätzlichen Berücksichtigung der Zuflüsse aus dem Stadtteil Handschuhsheim und den Studierenden bzw. Beschäftigten sowie der Streuumsätze aufgrund der verkehrsgünstigen Lage ist für beide Lebensmittelmärkte (gemeinsame Betrachtung) von einer **Umverteilungsquote von rd. 5 %** auszugehen. Für den geplanten Drogeriefachmarkt liegen die rechnerischen **Umverteilungseffekte bei 6 - 7 %**. Aufgrund der Lage sowie der Ausrichtung der relevanten Wettbewerber auf die Nahversorgung sind gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen **keine schädlichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen** zu erwarten.
- Aufgrund der derzeitigen Einkaufsorientierung in Richtung der Anbieter in Handschuhsheim sind hier vergleichsweise etwas höhere Umverteilungseffekte zu erwarten. Diese liegen jedoch noch in einem wettbewerbsüblichen Rahmen, insbesondere vor dem Hintergrund der städtebaulich nicht integrierten Lage der Hauptwettbewerber (Rewe, Aldi, Lidl) im Gewerbegebiet am nördlichen Rand von Handschuhsheim, gegenüber denen der überwiegenden Anteil der Umverteilungseffekte wirksam werden wird.

- Auch gegenüber den im weiteren Stadtgebiet ansässigen zahlreichen Vollsortimentern, Discountern und Drogeriefachmärkten sowie gegenüber der Heidelberger Einkaufsinnenstadt sind keine negativen städtebaulichen Beeinträchtigungen zu erwarten.
- Aus der Errichtung der Lebensmittelmärkte mit einer wettbewerbsgerechten Verkaufsflächendimensionierung sowie eines leistungsfähigen Drogeriefachmarktes würde für die im Stadtteil ansässige Bevölkerung eine **deutliche Verbesserung der Versorgungssituation** resultieren. Die rechnerischen Umverteilungseffekte gehen somit zugunsten eines städtebaulich integrierten und im Regionalplan als zentralörtlicher Standortbereich (Prioritätsstandort für raumbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten) ausgewiesenen Standortes.
- Die aus dem **Einzelhandelserlass Baden-Württemberg** hervorgehenden Prüfkriterien des Integrationsgebotes, Kongruenzgebotes sowie Beeinträchtigungsverbotes werden durch die am Planstandort Berliner Straße vorgesehenen Nutzungskomponenten **zur Gänze erfüllt**.

Im Rahmen des bauleitplanerischen Abwägungsvorgangs sind neben den positiven Effekten des Projektes auch die negativen Aspekte zu berücksichtigen. Zusammenfassend sind in Bezug auf die vorliegende Untersuchung als positive Gesichtspunkte u. a. die städtebauliche Integration des Standortes, die Sicherung und Stärkung der Nahversorgung in Neuenheim sowie kein weiterer Flächenverbrauch anzuführen. In einem gewissen Umfang sind dagegen die Umverteilungseffekte gegenüber den Anbietern in Neuenheim und Handschuhsheim als negative Aspekte zu nennen, durch die jedoch unter städtebaulichen Gesichtspunkten keine negativen Konsequenzen erwartet werden.

Karten- und Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	Seite
--	--------------

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Heidelberg und zentralörtliche Struktur der Region	7
Karte 2:	Planstandort „Berliner Straße“ im Versorgungsgefüge der Stadtteile Neuenheim und Handschuhsheim	12

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen im Einzugsgebiet	17
Tabelle 2:	Einzelhandelsbestand im Stadtteil Neuenheim nach Bedarfsbereichen	18
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand im Stadtteil Handschuhsheim nach Bedarfsbereichen	20
Tabelle 4:	Marktanteil und Umsatzerwartung des Lebensmittelvollsortimenters (1.800 m ² VK)	30
Tabelle 5:	Marktanteil und Umsatzerwartung des Lebensmitteldiscounters (1.300 m ² VK)	31
Tabelle 6:	Marktanteil und Umsatzerwartung des Drogeriefachmarktes (800 m ² VK)	31
Tabelle 7:	Verkaufsflächenausstattung im Stadtteil Neuenheim (Ist-Bestand sowie nach der Realisierung des Nahversorgungsstandortes)	38

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Aufnahmen des Planstandortes "Berliner Straße"	9
Abbildung 2:	Versorgungskennziffern im Vergleich	22
Abbildung 3:	Teilfortschreibung Regionalplan Unterer Neckar, Oberzentrum Heidelberg	27