

Nahversorgungsanalyse **Kirchheim**

November 2015

Neubau eines REWE-Marktes in Kirchheim
(Im Franzosengewann/Hardtstraße)

Nahversorgungsanalyse Kirchheim

Neubau eines REWE-Marktes in Kirchheim (Im Franzosengewann/Hardtstraße)

Ausgangssituation

Geplant ist der Neubau eines REWE-Lebensmittelmarktes (Vollsortimenter) am bestehenden Standort Im Franzosengewann 3. Der neue Markt wird mit ca. 1.670 m² und ca. 95 m² für einen Backshop mit Café doppelt so groß wie der bisherige REWE-Markt (ca. 950 m² VK). Es ist ein Kundenparkplatz mit 87 Parkplätzen vorgesehen.

Der Stadtteil Kirchheim und der Lebensmitteleinzelhandel

Mit rd. 16.300 Einwohnern (Wohnbevölkerung)¹ gehört Kirchheim neben Handschuhsheim zu den bevölkerungsreichsten Stadtteilen Heidelbergs und liegt im Südwesten der Stadt. Im Osten grenzt er an den Stadtteil Rohrbach, von dem er durch eine Bahntrasse räumlich getrennt ist.

Die im Stadtteilzentrum ansässigen großflächigen Lebensmittelbetriebe (Aldi und Lidl) bieten ein discounterorientiertes nahversorgungsrelevantes Angebot in integrierter Lage. Darüber hinaus besitzen sie wichtige Magnetfunktionen für individuelle (Fach-) Geschäfte und Betriebe des Einzelhandels entlang der Schwetzingen Straße. Dieses Angebot wird ergänzt durch drei Metzgereien, drei Bäckereien des Lebensmittelhandwerks sowie durch ein kleineres Lebensmittelfachgeschäft, drei Apotheken und einer Drogerie. Dieser breite Branchenbesatz trägt zur besonderen Qualität im Stadtteil bei. Drei Hofläden in der Kirchheimer Flur, der Wochenmarkt sowie der Bauernmarkt ergänzen das Angebot mit regionalen Produkten.

Im Nordwesten des Stadtteils übernimmt der ansässige Supermarkt (nah und gut) in der Breslauer Straße eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die Bevölkerung. Besonders die fußläufige Erreichbarkeit ist für mobil eingeschränkte Personen gewährleistet. Er genießt durch seine integrierte Lage im Stadtviertel Kirchheim-Nord einen hohen Stellenwert für die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs.

Am Standort Franzosengewann befindet sich ein großflächiger Supermarkt (Rewe). Der Standort befindet sich in Randlage zur nord-östlichen Wohnbebauung und übernimmt Nahversorgungsfunktion für die dort lebende Bevölkerung. Die fußläufige Erreichbarkeit ist jedoch nur für einen eingeschränkten Teil der Bevölkerung gegeben.

Einwohner und Kaufkraftpotenziale für Nahrungs- und Genussmittel (NuG) in Kirchheim

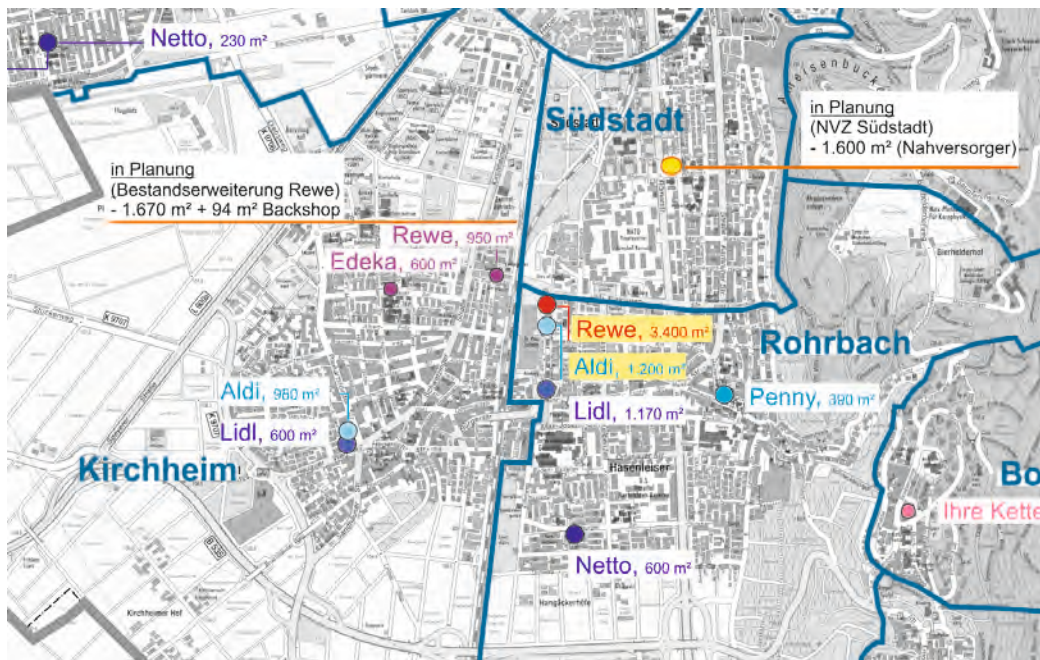
Die Berechnung der im Stadtteil Kirchheim vorhandenen Kaufkraft wird für das nahversorgungsrelevante Sortiment vorgenommen. Dabei werden aktuelle Daten der Heidelberger Statistik, hier werden die Einwohnerzahlen der Wohnberechtigten Personen in Heidelberg, und die aktuell vorliegenden Kaufkraftwerte der GfK GeoMarketing (GfK) zugrunde gelegt.

Für Heidelberg ermittelte die GfK für 2014 einen Einzelhandels-Kaufkraftindex von 100,0. Für den Stadtteil Heidelberg-Kirchheim ist das örtliche Kaufkraftniveau von 95,2 unterdurchschnittlich.

Die einzelhandelsrelevanten Ausgabebeträge für Heidelberg-Kirchheim insgesamt betragen nach GfK-Berechnungen für 2014 ca. 5.417 Euro pro Jahr und Kopf der Wohnbevölkerung. Auf Nahrungs- und Genussmittel (NuG) entfallen davon rund 35 %, das heißt etwa 1.895 Euro je Einwohner pro Jahr.

¹ 16.500 Einwohner (Wohnberechtigte Personen)

Übersicht der Lebensmittelbetriebe in Kirchheim (> 300 m²)



Karte: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Stadt Heidelberg Oktober 2015

Tabelle 1: Einwohner und Kaufkraftpotenziale für Nahrungs- und Genussmittel (NuG) in Kirchheim

Einzugsgebiet nach Zonen	Einwohner	Kaufkraft in Mio. Euro p.a.
Kirchheim-Mitte	ca. 6.700	ca. 12,7
Kirchheim-Nord	ca. 2.580	ca. 4,9
Kirchheim-West	ca. 5.450	ca. 10,3
Am Kirchheimer Weg	ca. 1.250	ca. 2,4
Kirchheimer Flur und PHV	ca. 330	ca. 0,6
Kirchheim	ca. 16.300	ca. 30,9

Quelle: Heidelberger Datenatlas, Stand 31.12.2014 (Wohnbevölkerung); GfK Geo Marketing, GfK Einzelhandelskaufkraft Deutschland 2015 (ca.-Werte gerundet)

Unter Berücksichtigung der jeweiligen Einwohnerzahlen und der Pro-Kopf-Ausgaben für Nahrungs- und Genussmittel resultiert für Kirchheim ein **Kaufkraftpotenzial** für Nahrungs- und Genussmittel in Höhe von ca. **30,9 Mio. Euro** pro Jahr.

Im November 2015 wurden in Kirchheim insgesamt 7 Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Sortiment mit einer Verkaufsfläche von zusammen rd. 3.200 m² Verkaufsfläche erfasst. 9 Bäckereien und 4 Metzgereien gibt es im Lebensmittelhandwerk, vorwiegend im zentralen Bereich von Kirchheim. Auf rund 4.000 m² Verkaufsfläche wird in Kirchheim ein **Umsatz** von rund **23,1 Mio. Euro** erzielt.

Tabelle 2: Lebensmitteleinzelhandels und Lebensmittelhandwerks in Kirchheim

Betrieb	Anschrift	Verkaufs- fläche*	Umsatz in Mio. Euro p.a.
Lidl (Discounter)	Heuauerweg 2	ca. 390 m ²	ca. 2,1
Aldi (Discounter)	Pleikartsförster Straße 13	ca. 1.000 m ²	ca. 5,5
Rewe	Franzosengewann 3	ca. 950 m ²	ca. 4,8
Edeka nah und gut	Breslauer Straße 26	ca. 600 m ²	ca. 2,4
3 LM-Fachgeschäft	Schwetzingen Straße etc.	ca. 300 m ²	ca. 1,2
9 Bäckereien	Kirchheim Mitte, West, Nord	ca. 450 m ²	ca. 4,9
4 Metzgerei	Schwetzingen Straße/Hardtstraße	ca. 200 m ²	ca. 2,2
Gesamt		ca. 3.890 m²	ca. 23,1

* Quelle: Einzelhandelsdatenbank 2015 der Stadt Heidelberg, Amt für Stadtentwicklung und Statistik, (VKF-Angaben, GMA-Daten 2005 und eigene Fortschreibung), ca.-Werte gerundet

Kaufkraftbindungsquote für Nahrungs- und Genussmittel

Die erzielbare Kaufkraftbindung hängt neben dem lokalen Angebot entscheidend von Attraktivität und Erreichbarkeit der Konkurrenzstandorte ab. Weiterhin spielen die Einkaufsgewohnheiten der Bevölkerung eine große Rolle.

Die quantitative Beurteilung des Lebensmittelangebotes erfolgt anhand von Bindungsquoten. Die Kaufkraftbindung wird ermittelt, indem die Umsatzleistung und das Kaufkraftpotenzial gegenüber gestellt wird.

ca. **23,1 Mio. Euro**

(Umsatz aus
Kirchheim)

ca. **30,9 Mio. Euro**

(Kaufkraft NUG der Wohn-
bevölkerung Kirchheims)

= **ca. 75 %**

[Kaufkraftbindungs-
quote (NUG)]

Für Kirchheim beträgt die **Kaufkraftbindungsquote** für Nahrungs- und Genussmittel gegenwärtig **ca. 75 %**. Mit der geplanten REWE-Markt-Erweiterung wird sich der Umsatz auf rund 26,9 Mio. Euro p.a. erhöhen und die Kaufkraftbindungsquote auf 87 % ansteigen.

Fazit

Da sich der bestehende REWE-Lebensmittelmarkt bereits über Jahre an diesem integrierten Standort etabliert hat und das Kaufverhalten der Kirchheimer gefestigt wurde, wird eine Erweiterung des REWE-Marktes keine wesentlichen Veränderungen im Stadtteil auslösen. Die Attraktivität und Leistungsfähigkeit des neuen größeren Vollsortimenters wird sich durch eine höhere Sortimentsbreite und –tiefe und einen größeren Kundenparkplatz erhöhen und sich positiv auf die Kaufkraftbindungsquote (NUG) in Kirchheim auswirken, die von 75 % auf 87 % ansteigt. Gleichzeitig führt die Erweiterung des Marktes zu einer Reduzierung des Kaufkraftabflusses vor allem nach Rohrbach, der aber keine Gefährdung für die dortigen Standorte bedeutet. Mit dieser Entwicklungsmöglichkeit für den REWE-Markt ist ein wichtiges Ziel aus dem Nahversorgungskonzept für Heidelberg 2012, der Erhalt des Nahversorgungsstandortes im Franzosengewann Kirchheim, erfüllt.

Aus unserer fachlichen Sicht ist daher eine Auswirkungsanalyse (Gutachten) bezogen auf den Einzelhandel Kirchheims nicht erforderlich.