



# EINZELHANDELSKONZEPT FÜR HEIDELBERG

INKLUSIVE CORONA-UPDATE

# Untersuchungsaufbau



**1**  
Angebots- u.  
Nachfrage-  
analyse

**2**  
Potenziale  
Perspektiven  
Strategien

**3**  
Entwurf  
Einzelhandels-  
konzept

**4**  
Beschluss  
Einzelhandels-  
konzept

## Kernergebnisse - Angebots- und Nachfrageanalyse

# Angebots- und Nachfrageanalyse

## Kernergebnisse



**147.450**  
Einwohner (EW)



**940,5 Mio. Euro**  
Kaufkraft  
*NuG: 360,0 Mio. Euro*



**98,9**  
einzelhandelsrelevante  
Kaufkraftkennziffer



**1.031**  
Betriebe  
*NuG: 338*



**303.050 m<sup>2</sup>**  
Verkaufsfläche  
*NuG: 65.800 m<sup>2</sup>*



**1.000,3 Mio. Euro**  
Umsatz  
*NuG: 344,1 Mio. Euro*



**60**  
großflächige  
Betriebe  
*NuG: 23*



**2,06 m<sup>2</sup> / EW**  
Ausstattung  
*NuG: 0,45 m<sup>2</sup> / EW*



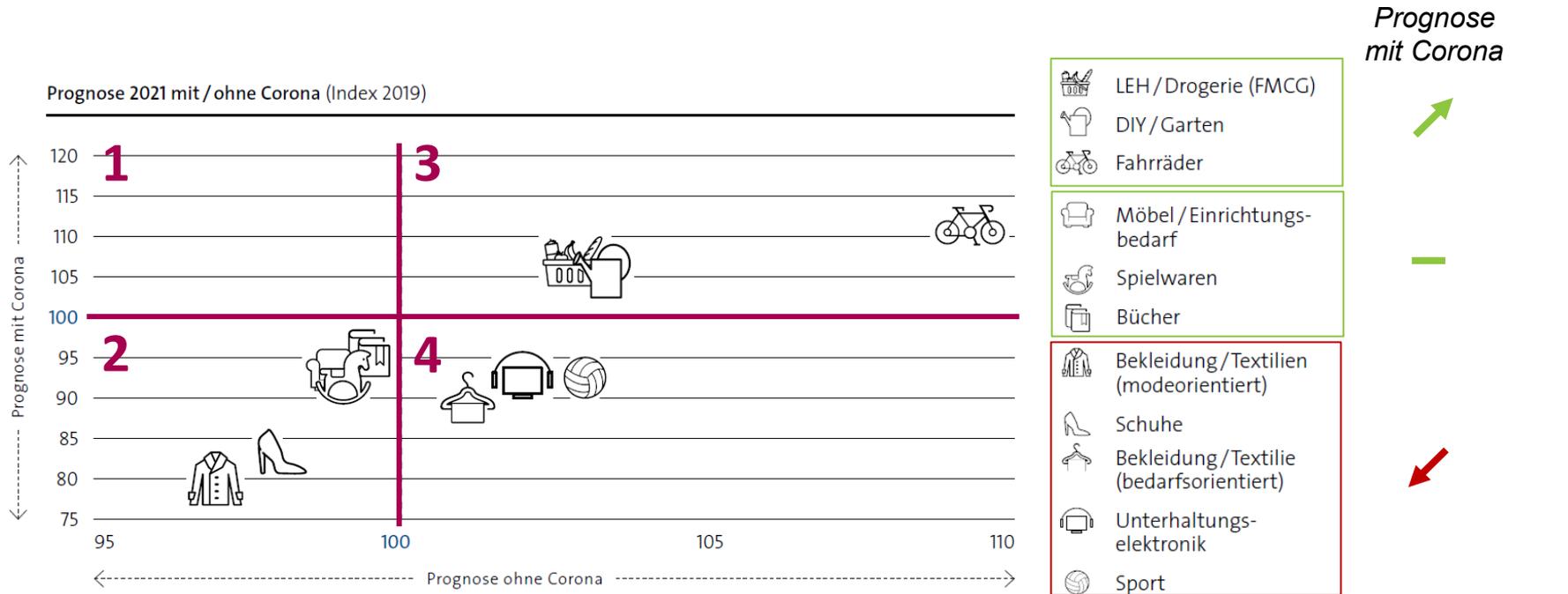
**1,06**  
Zentralität  
*NuG: 0,96*

NuG = Nahrungs- und Genussmittel

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse Dortmund, Einzelhandelsbestandserhebung Oktober bis Dezember 2019; Wohnbevölkerungsdaten (Personen mit Hauptwohnsitz, Stand: 31. Dezember 2018) Amt für Stadtentwicklung und Statistik Heidelberg; IfH Retail Consultants Köln 2019

## Corona-Update (März 2021)

# Auswirkungen durch die Corona-Pandemie



- (1) vor Corona negative Prognose und durch Corona besser entwickelt
- (2) vor Corona negative Prognose und durch Corona gleich oder stärker negativ betroffen
- (3) vor Corona positive Prognose und durch Corona positiv bleiben
- (4) vor Corona positive Prognose und durch Corona negativ betroffen

 positiv  
 negativ  
 gleich

# Auswirkungen durch die Corona-Pandemie

Stadtteil	Anzahl Leerstände		Leerstandsquote		
	2019	2021	2019	2021	
Altstadt	25	42	7 %	11 %	↗
Bahnstadt	2	10	6 %	23 %	↗
Bergheim	13	19	13 %	18 %	↗
Boxberg	3	1	30 %	14 %	↘
Emmertsgrund	0	0	0	0	—
Handschuhsheim	6	8	7 %	9 %	↗
Kirchheim	6	6	10 %	10 %	—
Neuenheim	3	9	4 %	10 %	↗
Pfaffengrund	3	2	8 %	5 %	↘
Rohrbach	8	9	7 %	9 %	↗
Schlierbach	0	0	0	0	—
Südstadt	0	1	0	9 %	↗
Weststadt	8	10	8 %	10 %	↗
Wieblingen	0	1	0	2 %	↗
Ziegelhausen	7	9	18 %	23 %	↗
<b>Gesamt</b>	<b>84</b>	<b>127</b>	<b>8 %</b>	<b>11 %</b>	<b>↗</b>

- ↗ Zunahme
- ↘ Abnahme
- Konstant

# Auswirkungen durch die Corona-Pandemie

## Sichtbarkeit des Online-Handels in Heidelberg

Kategorie	2019	2021	
Hohe Auffindbarkeit im Internet	89 %	89 %	—
Auftritt in mind. 1 sozialen Netzwerk	70 %	71 %	↗
Eigene oder zentrale Website	80 %	82 %	↗
Eigene Website mit Onlineshop	6 %	12 %	↗

↗ Zunahme  
 ↘ Abnahme  
 — Konstant

Quelle: Erhebung und Berechnungen Junker+Kruse






Google My Business



Das Örtliche



# Standortkonzept

# Drei wichtige Ziele für das Konzept zum Wohle für eine ganzheitliche Stadtentwicklung

# 1.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt und Vitalität des innerstädtischen Heidelberger Hauptgeschäftszentrums.



# 2.

Stärkung der Stadtteilzentren als Treff-/ Einkaufs- und Lebensmittelpunkte.



# 3.

Flächendeckende fußläufige Erreichbarkeit von Läden mit Waren für den täglichen Bedarf (Vollversorgung).



# Drei wichtige Ziele für das Konzept zum Wohle für eine ganzheitliche Stadtentwicklung

# 1.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt und Vitalität des innerstädtischen Heidelberger Hauptgeschäftszentrums.



# 2.

Stärkung der Stadtteilzentren als Treff-/ Einkaufs- und Lebensmittelpunkte.

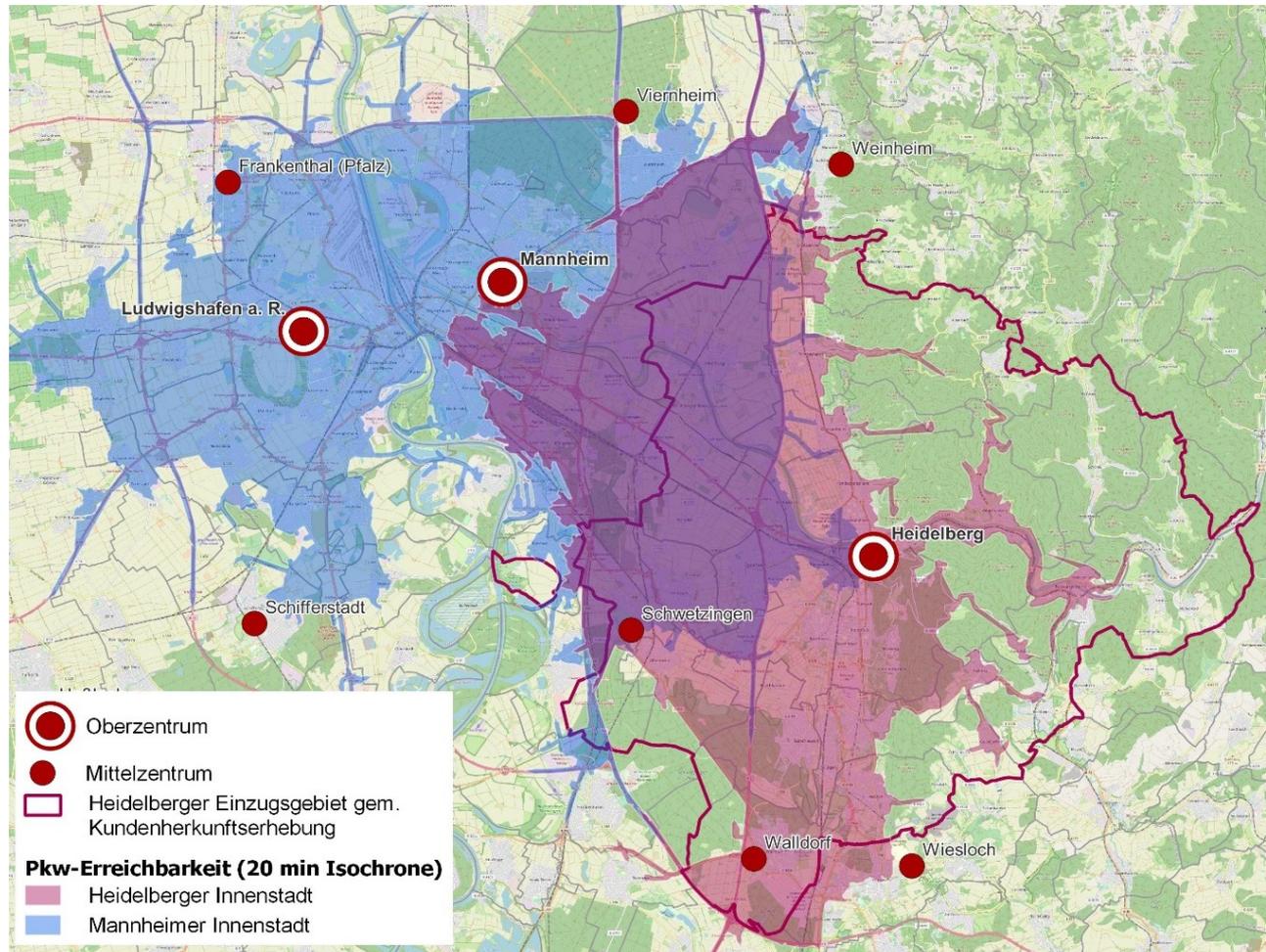


# 3.

Flächendeckende fußläufige Erreichbarkeit von Läden mit Waren für den täglichen Bedarf (Vollversorgung).



# Regionale Bedeutung der Stadt Heidelberg als Einkaufsstandort

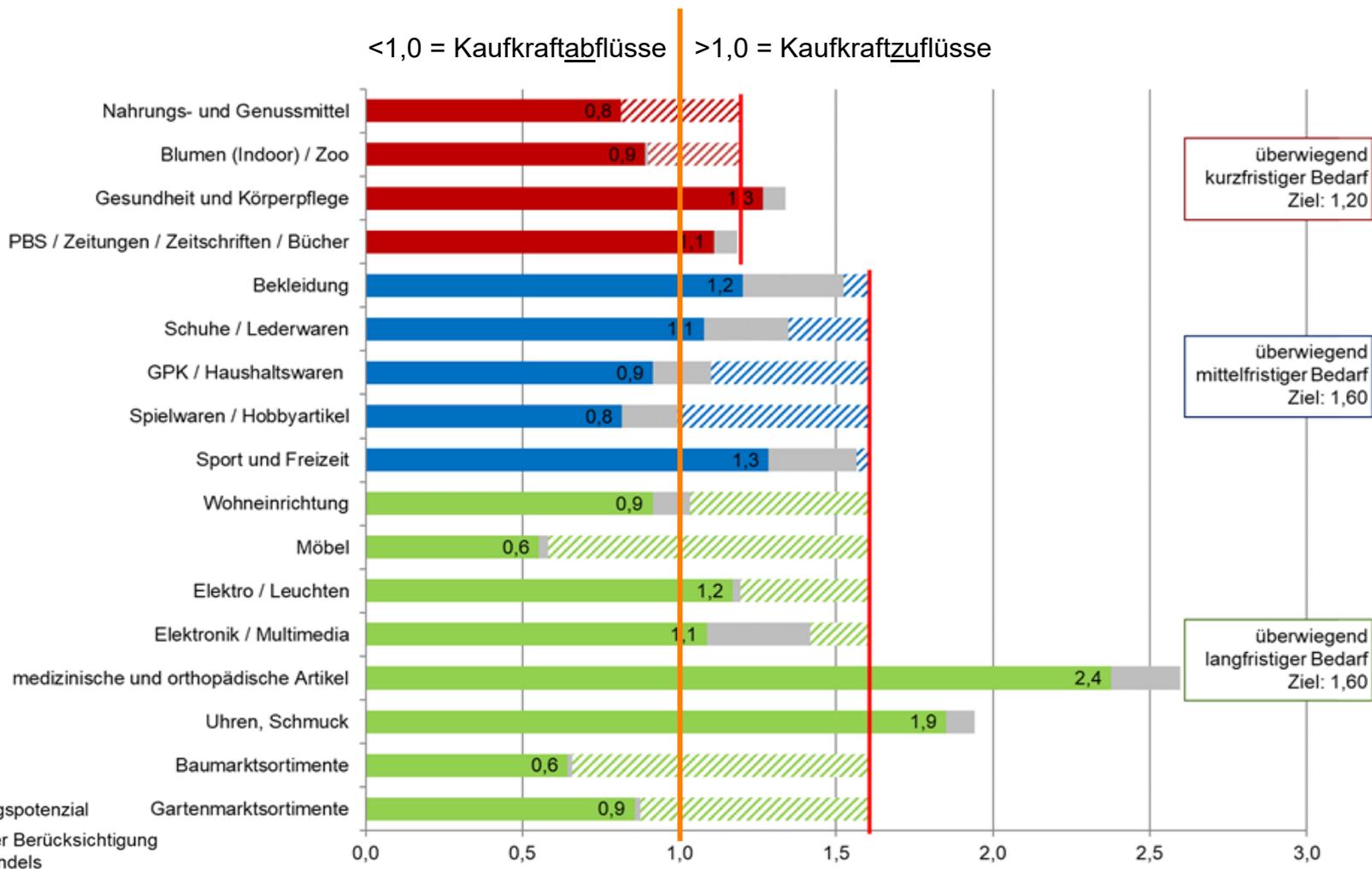


- Unmittelbare Konkurrenzsituation zwischen den Oberzentren Mannheim / Ludwigshafen und Heidelberg sowie den Mittelzentren

Quelle: Darstellung Junker + Kruse unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im Februar 2020, n= 4.502, © OpenStreetMap-Mitwirkende CC-BY-SA  
 Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

# Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels

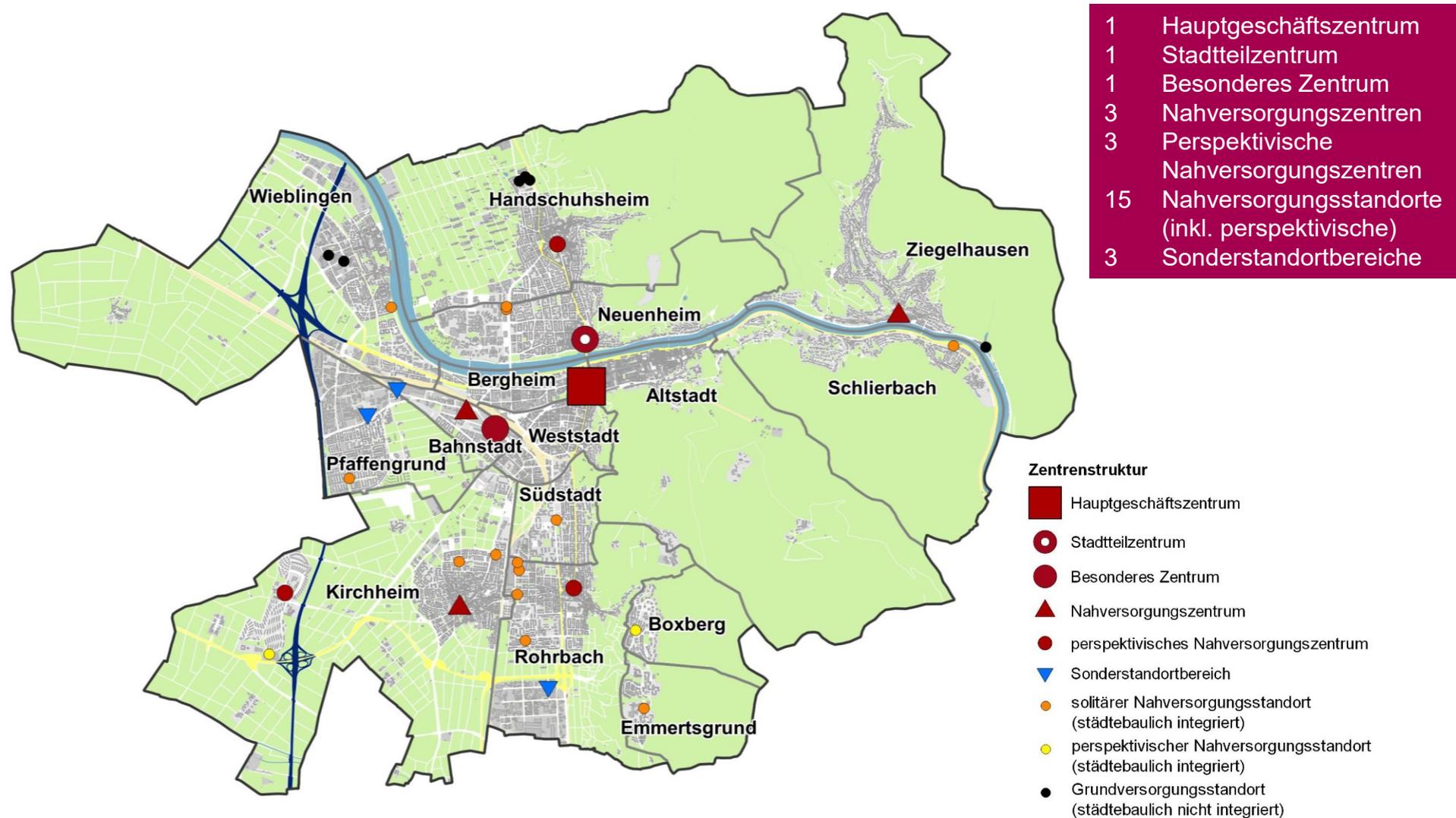
## Ziel-Zentralitäten 2035



Quelle: Junker + Kruse, Stadt Heidelberg - Einzelhandelskonzept 202X - Entwurf, Arbeitsstand: 09. September 2020

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

# Räumliche Standortstruktur und Hierarchie



# Zentrale Versorgungsbereiche

**Die Festlegung und Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches erfordert...**

...eine nachvollziehbare **städtebauliche Begründung** unter **Berücksichtigung der individuellen örtlichen Verhältnisse!**

...eine hinsichtlich Größe und Angebotsspektrum **ausreichende Angebotsausstattung** (bzw. eine realistische entsprechende Entwicklungsperspektive), um die angedachte Versorgungsbedeutung für den jeweiligen Siedlungs- und Verflechtungsbereich erfüllen zu können!

# Zentrale Versorgungsbereiche

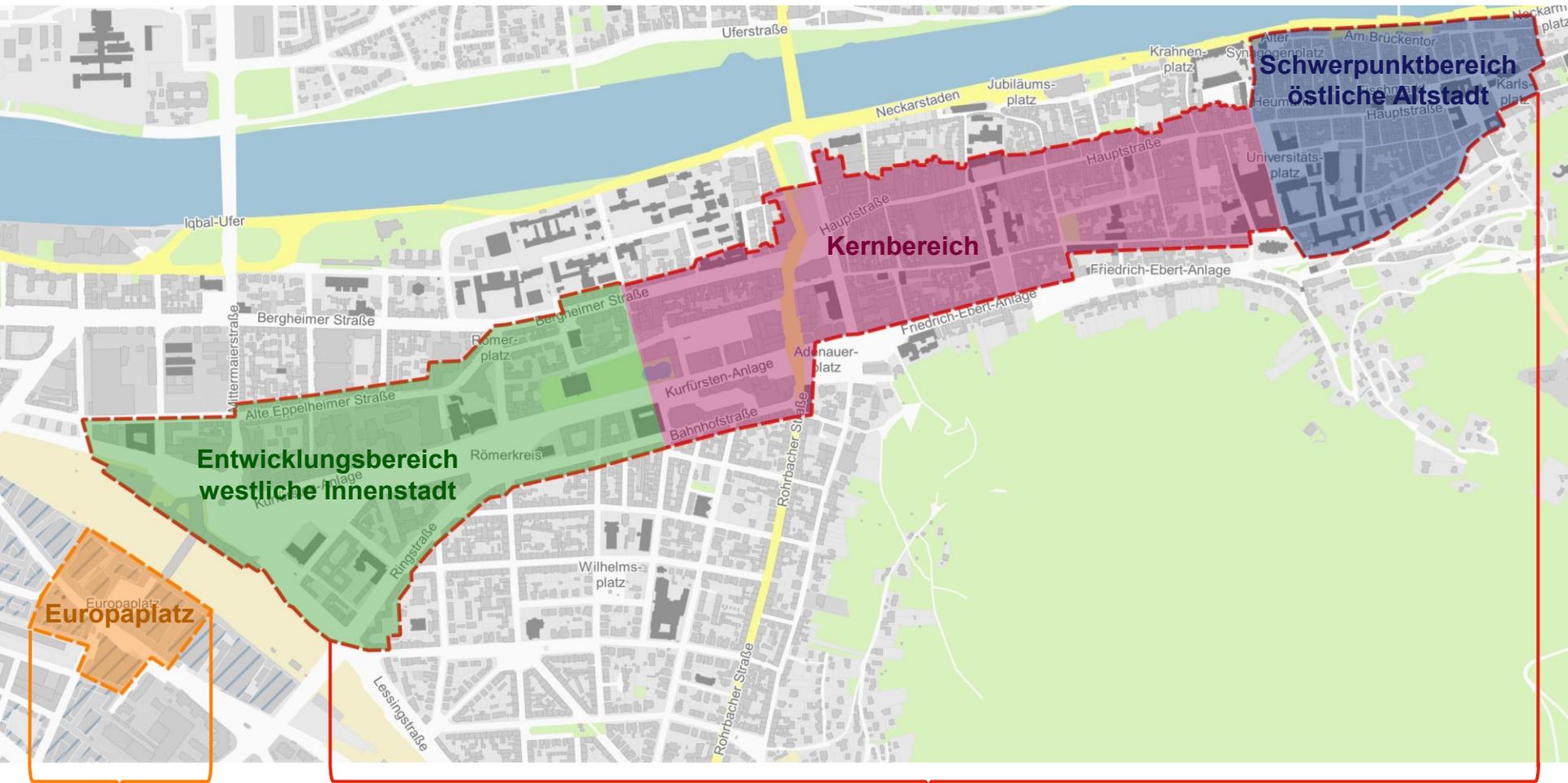
## Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte und -besatz
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen (öffentliche und private Dienstleistungen, Gastronomieanbieter)

## Städtebauliche Kriterien

- Bebauungsstruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrssituation
- Barrieren (Straßen, Bahnlinien)
- Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung, etc.)
- Ladengestaltung und -präsentation

# Abgrenzung der Innenstadt



**Besonderes Zentrum**

**Hauptgeschäftszentrum**

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Einzelhandelskonzept für Heidelberg

Sitzung des Stadtentwicklungs- und Bauausschusses am 15.02.2022

# Kernbereich

## |Einkaufen und Erleben|

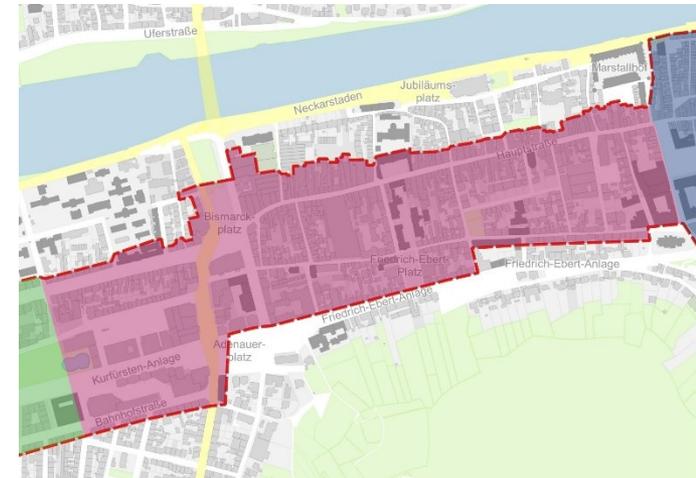
*als Teil des zentralen Versorgungsbereichs Hauptgeschäftszentrum*

### Entwicklungsziele

- Erhalt der funktionalen Dichte sowie der Vielfalt und Kleinteiligkeit des Einzelhandels
- Verknüpfung von Altstadt, Bergheim und Weststadt durch Umstrukturierung
- Integration vorhandener großflächiger Einzelhandelsstandorte

### Was ist möglich?

- Alle Größen (Kriterium: regionale Verträglichkeit)
- Alle Sortimente



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)



Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Stadt Heidelberg

# Schwerpunktbereich östliche Altstadt

|Tourismus, Kultur, Gastronomie, kleinteiliger Einzelhandel|

*als Teil des zentralen Versorgungsbereichs Hauptgeschäftszentrum*

## Entwicklungsziele

- Erhalt der funktionalen Dichte, der Vielfalt und Kleinteiligkeit des Einzelhandels in Nachbarschaft zu bedeutenden Orten des Denkmalschutzes, des Tourismus, der Wissenschaft, der Kultur und des öffentlichen Lebens (Rathaus, Verwaltung)



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

## Was ist möglich?

- Alle Größen (Kriterium: regionale Verträglichkeit)
- Alle Sortimente



Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Stadt Heidelberg

# Entwicklungsbereich westliche Innenstadt

| Zentrale Einrichtungen, Gewerbe, Wohnen u. besonderer Handel  
als Teil des zentralen Versorgungsbereichs Hauptgeschäftszentrum

## Entwicklungsziele

- Ergänzende Nutzungen zum Kernbereich (zentrenverträglich)
- Steuerung über Prüfliste und Bauleitplanung
- Etablierung besonderer Betriebskonzepte und Experimente  
z. B. *Showrooms, Pop up-, Outlet- und Concept Stores, monostrukturierte Ladeneinheiten (Beschränkung des Angebotes auf ein Sortiment bzw. eine Marke / einen Hersteller), urbane Manufakturen und Designfirmen*
- Belebte Erdgeschosszonen

## Was ist möglich?

- Bis 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Betrieb und bis 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Betriebe mit besonderen Betriebskonzepten
- Alle Sortimente
- Keine Einkaufszentren / Malls



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)



Quelle: [www.mic-arc.de/de/projekte/2007](http://www.mic-arc.de/de/projekte/2007)

# Besonderes Zentrum Europaplatz

## |Kongresse, Arbeiten und Gewerbe|

### Entwicklungsziele

- Lebendiger, zentraler Ort mit besonderem Profil für Kongresse und Arbeiten
- Attraktive und multifunktionale Angebotsmischung mit ergänzenden Dienstleistungen und Gastronomieangeboten

### Was ist möglich?

- Bis 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Betrieb
- Alle Sortimente



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)



Quelle: [www.europaplatz-heidelberg.de/projekt-lage/](http://www.europaplatz-heidelberg.de/projekt-lage/)

# Drei wichtige Ziele für das Konzept zum Wohle für eine ganzheitliche Stadtentwicklung

# 1.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt und Vitalität des innerstädtischen Heidelberger Hauptgeschäftszentrums.



# 2.

Stärkung der Stadtteilzentren als Treff-/ Einkaufs- und Lebensmittelpunkte.



# 3.

Flächendeckende fußläufige Erreichbarkeit von Läden mit Waren für den täglichen Bedarf (Vollversorgung).



# Stadtteil- und Nahversorgungszentren

## Stadtteilzentrum

- Versorgungsfunktion für den Stadtteil und teilweise auch darüber hinaus.
- Waren zur Deckung des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs, mit umfassendem, zentrenrelevantem Branchenmix sowie ein differenziertes Nahversorgungsangebot mit unterschiedlichen Betriebstypen.
- Zur Ausstattung gehören unterschiedliche klein- und großflächige Vertriebsformen wie z.B. Lebensmittelmärkte, Fachmärkte und Facheinzelhandel.



## Nahversorgungszentrum

- Versorgungsfunktion für umliegende Wohnsiedlungsbereiche bzw. Stadtteile und deren Teilbereiche.
- Überwiegend Waren zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs, mit einem Schwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortiment.
- Der Betriebstypenmix ist eingeschränkt.



Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Stadt Heidelberg

# Stadtteilzentrum Neuenheim



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

# Nahversorgungszentrum Bahnstadt



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

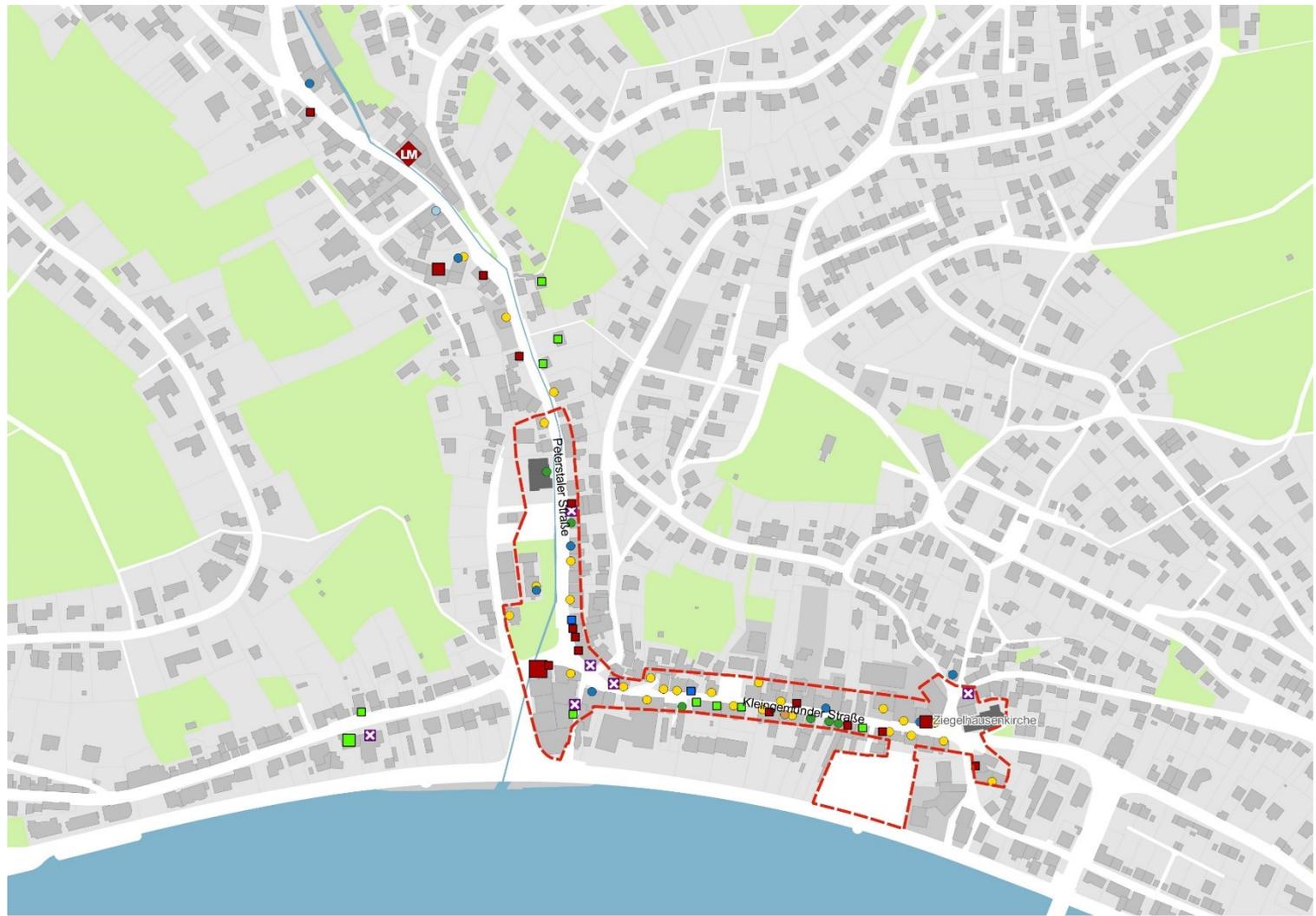
# Nahversorgungszentrum Kirchheim



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

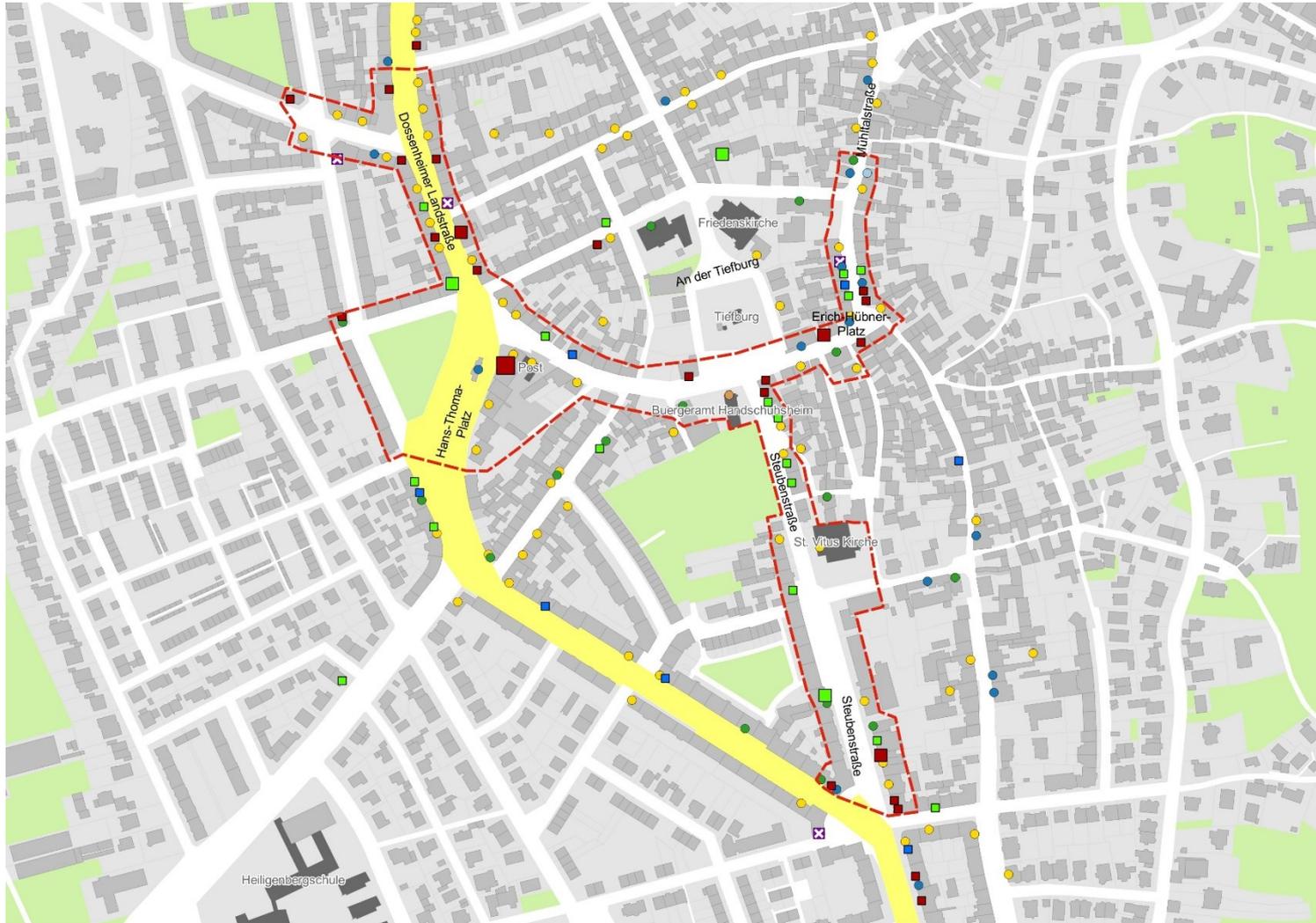
# Nahversorgungszentrum Ziegelhausen



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

# Perspektivisches Nahversorgungszentrum Handschuhsheim



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

# Perspektivisches Nahversorgungszentrum Rohrbach-Mitte



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

# Perspektivisches Nahversorgungszentrum Patrick-Henry-Village



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

# Drei wichtige Ziele für das Konzept zum Wohle für eine ganzheitliche Stadtentwicklung

# 1.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt und Vitalität des innerstädtischen Heidelberger Hauptgeschäftszentrums.



# 2.

Stärkung der Stadtteilzentren als Treff-/ Einkaufs- und Lebensmittelpunkte.



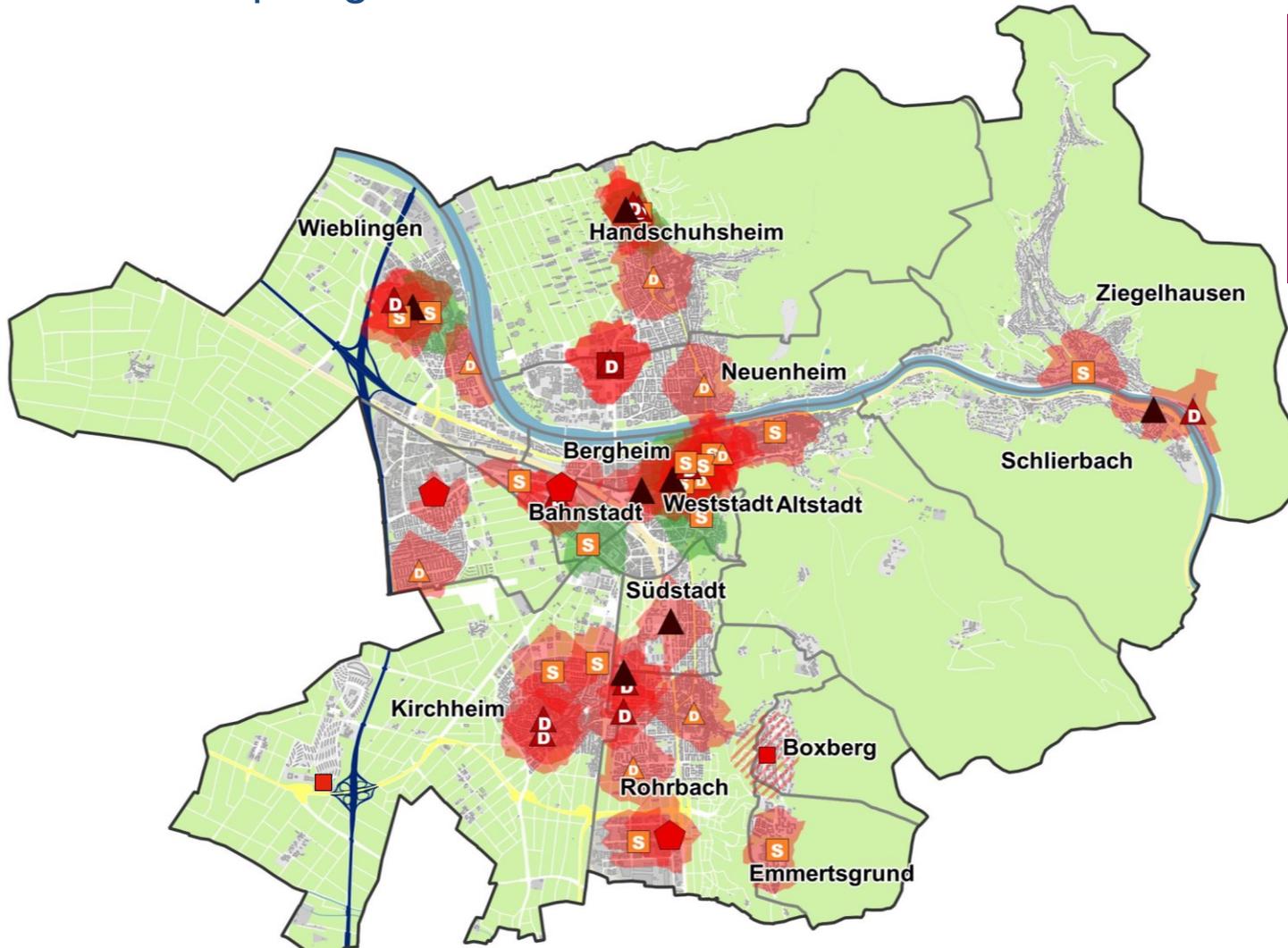
# 3.

Flächendeckende fußläufige Erreichbarkeit von Läden mit Waren für den täglichen Bedarf (Vollversorgung).



# Nahversorgung

## Strukturprägende Lebensmittelanbieter



**Ziel:**  
 Sicherung und Stärkung  
 einer möglichst  
 flächendeckenden  
 wohnungsnahen  
 Grundversorgung

### Strukturprägende Lebensmittelanbieter

-  SB-Warenhaus (ab 5.000 m<sup>2</sup>)
-  Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m<sup>2</sup>)
-  Supermarkt (> 800 - 1.499 m<sup>2</sup>)
-  Supermarkt (400 - 800 m<sup>2</sup>)
-  Lebensmitteldiscounter (> 800 m<sup>2</sup>)
-  Lebensmitteldiscounter (bis 800 m<sup>2</sup>)
-  perspektivisch ausgebauter Nahversorgungsstandort

### Fußläufige Erreichbarkeit Isodistanz (600 m)

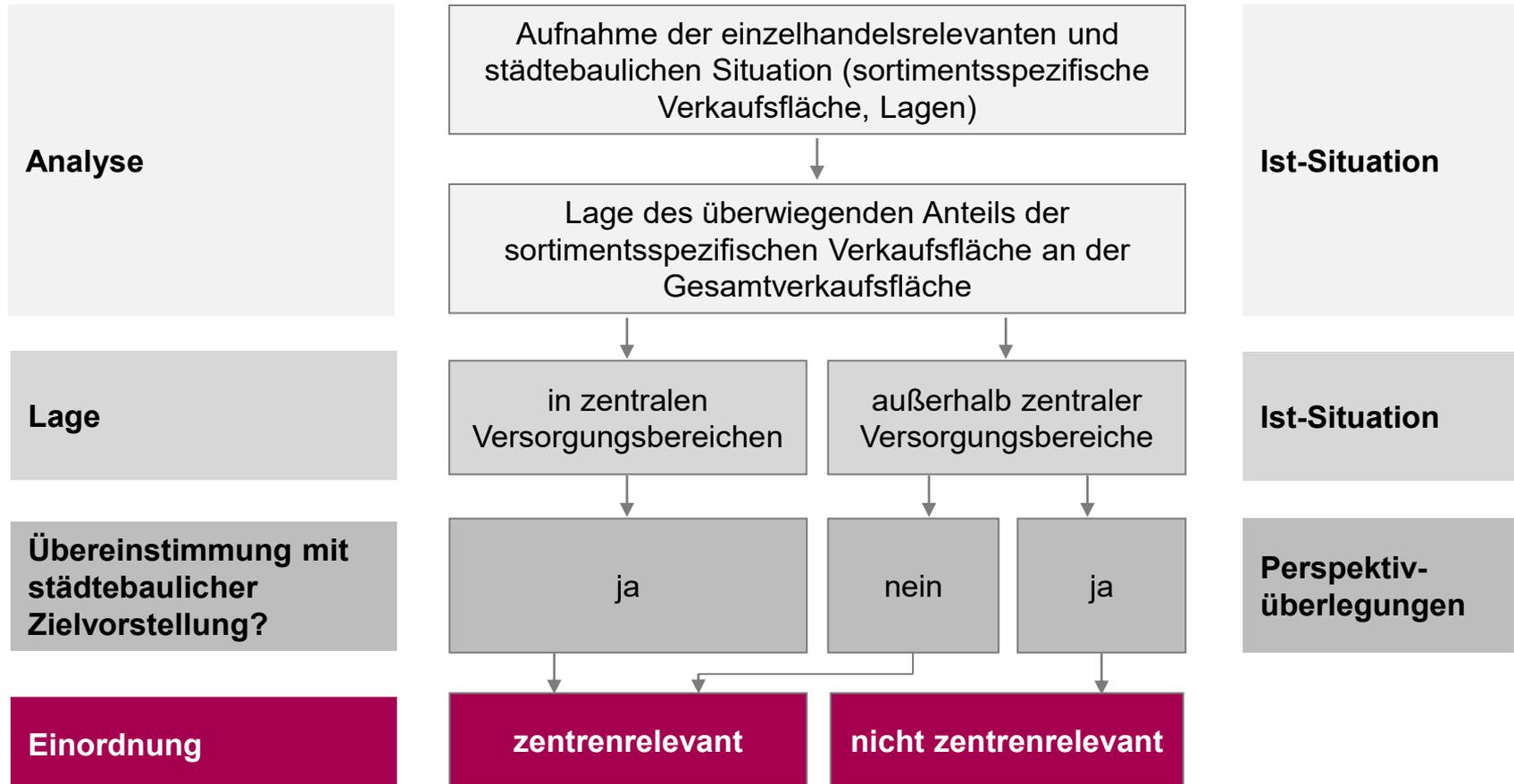
-  Lebensmittelmarkt
-  Bio-Lebensmittelmarkt
-  perspektivisch ausgebauter Nahversorgungsstandort

Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis des Geographisch Technischen Informationssystems der Stadt Heidelberg (09/2019)

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

# Sortimentsliste

# Vorgehen bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste



# Heidelberger Sortimentsliste

## Zentrenrelevante Sortimente

### Zentrenrelevante Sortimente (abschließende Liste)

#### davon nahversorgungsrelevante Sortimente

Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)	Fleisch- und Metzgereiwaren
Backwaren / Konditoreiwaren	Getränke
Drogeriewaren / Körperpflegeartikel (inkl. Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)	Nahrungs- und Genussmittel
	Zeitungen / Zeitschriften
Angler-, Jagdartikel und Waffen	
Babyausstattung (Kinderwagen, Kindersicherheit)	Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen
Bekleidung	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Bettwaren	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Blumen	Medizinische und orthopädische Artikel <sup>2</sup>
Bücher	Musikinstrumente und Zubehör
Elektrokleingeräte	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Elektronik und Multimedia <sup>1</sup>	Teppiche (Einzelware)
Fahrräder und technisches Zubehör	Schuhe
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	Spielwaren
Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle	Sportartikel / -kleingeräte (inkl. Sportgroßgeräte)
Heimtextilien (inkl. Haus- und Tischwäsche, Bettwäsche) / Gardinen / Dekostoffe	Sportbekleidung / Sportschuhe
Hobbyartikel (inkl. Künstlerartikel / Bastelzubehör)	Topf- und Zimmerpflanzen und Blumentöpfe
Kosmetikartikel / Parfümeriewaren	Uhren / Schmuck
	Wohndekorationsartikel

<sup>1</sup> Dazu gehören u. a.: Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör

<sup>2</sup> Dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel

# Heidelberger Sortimentsliste

## Nicht-zentrenrelevante Sortimente

**Alle anderen Sortimente gelten als nicht-zentrenrelevant (keine abschließende Liste):**

Bauelemente, Baustoffe	Matratzen
Baumarktspezifisches Sortiment <sup>3</sup>	Möbel
Büromaschinen	Pflanzen / Samen
Campingartikel	Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor)
Elektrogroßgeräte	Reitsportartikel (inkl. funktioneller Reitbekleidung und Reitschuhe)
Erotikartikel	Zoologische Artikel (inkl. Heim- und Kleintierfutter), lebende Tiere
Gartenartikel und -geräte	
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Mofas)	

<sup>3</sup> Dazu gehören u. a.: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge, Teppiche (Rollware)

# Umsetzungsempfehlungen

# Umsetzungsempfehlungen

**Grundsätze** als Leitlinien für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte im Rahmen der Einzelhandels- bzw. Zentrenentwicklung:

1.

Einzelhandelsbetriebe mit  
**nahversorgungsrelevantem**  
Kernsortiment

2.

Einzelhandelsbetriebe mit  
**zentrenrelevantem**  
Kernsortiment

3.

Einzelhandelsbetriebe mit  
**nicht-zentrenrelevantem**  
Kernsortiment

# Bürgerbeteiligung

# Bürgerbeteiligung

## Zwei Beteiligungsformate

### Öffentliche digitale Veranstaltung

am 24. November 2021

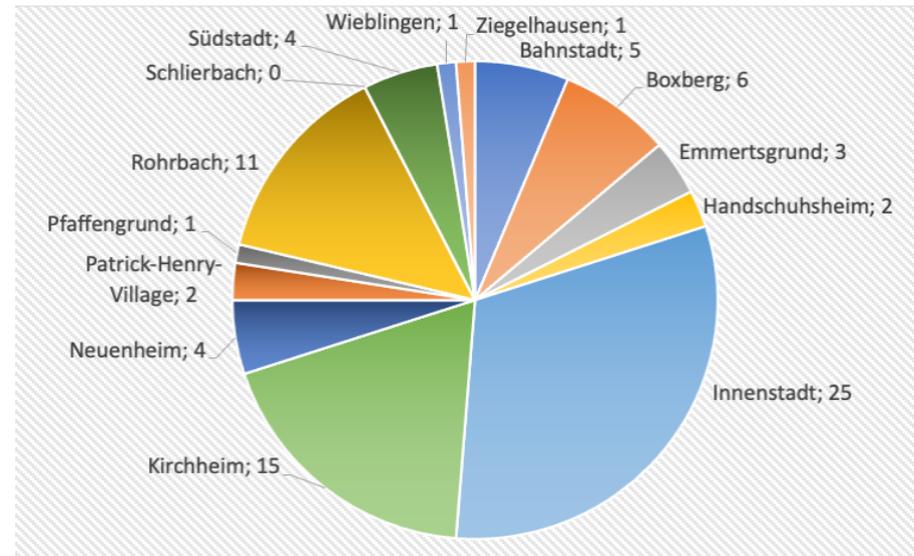
Anlass, Ziele und Aktionsräume des Konzepts

### Online-Beteiligungsplattform

25. November bis 16. Dezember 2021

Einholen von Anregungen und Ideen zu allen Stadtteilen

Öffentliche Veranstaltung: circa 75 Teilnehmende  
 Online-Plattform: 1.215 Besuche / 79 Beiträge



Quelle: Human IT Service GmbH/Polit@ktiv, Januar 2022

# Bürgerbeteiligung

## Zentrale Ergebnisse

- Schaffen von Einkaufsevents (Verbindung von Kultur und Einkauf)
- Abstellmöglichkeiten für (Lasten-)Fahrräder
- Kreative (Zwischen-)Nutzung von Leerstand (z. B. Pop up-Stores zum Ausprobieren innovativer Konzepte)
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität auf öffentlichen Plätzen
- Konzepte für verschiedene Zielgruppen
- Stärkere Bewerbung / höhere Sichtbarkeit von bestehenden Geschäften und Angeboten
- Einheitliche, familienfreundliche Öffnungszeiten
- Einrichtung von Lieferdiensten
- Weitere Anregungen zur Miteinbeziehung des Klima- und Umweltschutzes (z. B. umweltfreundliche Verpackung von Waren / Verzicht auf Verpackung, Umsetzung eines Mehrweg-Take-Away Konzepts, regenerative Energieversorgung des Einzelhandels)



Mittwoch, 24. November 2021, 19.00 Uhr

### Zukunft des Einzelhandels in Heidelberg

Einzelhandelskonzept  
Machen Sie mit – bringen  
Sie sich ein!

[www.heidelberg.de/einzelhandel](http://www.heidelberg.de/einzelhandel)