

2.3.4 Leitvorstellung zur Versorgung durch den Einzelhandel

Der Einzelhandel hat erhebliche Bedeutung für die Stadt- und Ortsentwicklung. Er gewährleistet die Qualität der Versorgung der Bevölkerung. Der Einzelhandel bringt Leben und Farbe in die Orts- und Stadtzentren.

Die Orts-, die Stadtteil- und die Stadtzentren haben in jüngster Vergangenheit erhebliche Verluste in ihrer Attraktivität erlitten. In den eng bebauten Stadtinnenbereichen mit ihrer Vielfalt an Geschäften, Banken, Versicherungen, Rechtsanwälten usw. hat ein Auflockerungsprozess stattgefunden. Der Einzelhandel hat neue Standortlagen außerhalb der verdichteten gewachsenen Geschäftslagen entdeckt und sich zunutze gemacht. Der Trend der Einzelhandelsunternehmen in die Peripherie droht dominant zu werden. Das ist auch in den Umlandgemeinden und den Stadtteilen spürbar.

Wir haben in unseren Städten und Gemeinden eine wesentlich stärkere Nachfrage nach Einzelhandelsstandorten für die Peripherie als für die Zentren oder die gewachsenen Ortsmitten, die aber für unser Gemeinwesen so überaus wichtig sind. Wenn wir eine Anpassungsplanung an diesen Trend der Einzelhandelsunternehmen betreiben, dann kommen wir zu Städten und Gemeinden ohne Identifikationspunkt, ohne eine räumliche und emotionale Mitte. Die Versorgungsleistung der Innenbereiche wird immer schlechter. Die in der Randlage wohnende Bevölkerung, mobil und meistens finanziell stark, kann sich schnell und preiswert mit dem Auto versorgen. Die Bewohner der Innenstädte oder der gewachsenen Ortslagen der Umlandgemeinden verlieren die Möglichkeit, um die Ecke einkaufen zu können.

Die Wege zum Einkauf wachsen für alle Bevölkerungskreise stetig.

Der Handel braucht eine verlässliche Stadt- und Ortsentwicklung, wenn er sich in den Ortskernen engagieren soll. Dies ist eine notwendige Voraussetzung, damit der Handel seine langfristige Rentabilität an einem Standort mit einiger Sicherheit kalkulieren kann. Die Investitionen des Handels sind ihrem Wesen nach Investitionen in einen Standort und damit in unser Orts- und Stadtbild. Deshalb ist über das Leitbild als akzeptiertem Handlungsrahmen anzuzeigen, auf welche Ziele und welches räumliche Ordnungskonzept die Flächennutzungsplanung hinwirkt.

Die polyzentrische Struktur unseres Verbandsgebietes ist ein hervorragender Ansatz Verkehr zu mindern und Versorgungsqualität zu bieten. Die vorhandenen gewachsenen zentralen Geschäftslagen von Heidelberg, Mannheim und Schwetzingen sollen daher in ihrer Attraktivität und Urbanität gesichert werden, damit der hochspezialisierte Einzelhandel aus diesen Lagen nicht abwandert.

Die gegebene Verteilung dieser Zentren in unserem Verbandsgebiet bietet für alle Bevölkerungsgruppen und nicht nur für die motorisierten, relativ kurze Wege, um sich mit Artikeln des mittel- und langfristigen Bedarfs versorgen zu können. Damit wird gleichzeitig ein interessanter Erlebnisraum erhalten. Dieser ist nicht, wie die Malls, Passagen und Foren

in den peripheren Einzelhandelsgroßprojekten, allein auf Umsatzförderung ausgelegt. Die spezifische Urbanität und die städtische Atmosphäre von Mannheim, Heidelberg und Schwetzingen fördern zufällige unterschiedliche soziale Kontakte, die Verständnis für das Anderssein mit sich bringen. Verständnis und Einlassen auf Neues ist auch eine Voraussetzung, die für nachhaltige Entwicklung gebraucht wird. Diese Kultur gilt es für die Nachhaltigkeit zu pflegen. Zudem sind kurze Einkaufswege mit dem Ziel verbunden, Schadstoffbelastung und die Substitution von Arbeitskräften über die Flächenbereitstellung in Grenzen zu halten.

Neben diesem primären Versorgungsnetz mit den Innenstädten von Mannheim, Heidelberg und Schwetzingen sowie den gewachsenen Geschäftslagen in den Stadtteilen und Gemeinden ist in der Peripherie ein sekundäres Versorgungsnetz mit Einzelhandelsgroßprojekten an Autobahnen und autobahnähnlichen Schnellstraßen entstanden. Diese Standorte an den Ausfallstraßen der Städte sind sehr gut für die Bewohner der Umlandgemeinden erreichbar, da für sie kurze Anbindungen an das engmaschige Schnellstraßensystem bestehen. Diese Vorteilhaftigkeit für die Bevölkerung soll nicht reduziert werden. Damit aber immobile Bevölkerungsgruppen, d.h. die nicht ständig ein Auto zur Verfügung haben, ebenfalls das sekundäre Netz wenigstens zum Teil nutzen können, sollen ggf. neu entwickelte, attraktive und großflächige Einkaufsmöglichkeiten in Zukunft stets auch mit den öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sein.

Mit dem Leitbild „Versorgung“ werden folgende Ziele verfolgt:

- Die Nahversorgung bleibt in den Orten und Stadtteilen integriert (Investitionssicherheit für integrierte Standorte).
- Die Innenstädte von Mannheim, Heidelberg und Schwetzingen bleiben wichtigste Einkaufsbereiche im Verbandsgebiet.
- Die Versorgung mit preisgünstigen Serienprodukten durch Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser und Fachmärkte über Standorte in den Zentren und an Hauptverkehrsstraßen mit guter Straßenbahn- bzw. Busverbindung ist Bestandteil des Konzepts.
- Die Flächenbereitstellung für den Einzelhandel durch den Flächennutzungsplan 2015/20 ist so zu dimensionieren, dass die Nahversorgung in jeder einzelnen Stadt oder Gemeinde gesichert bleibt.

Wenn bei Einzelhandelsvorhaben zu befürchten ist, dass die dargelegten Ziele beeinträchtigt werden könnten, dann ist zum Schutz der Innenstädte und der Versorgungszentren in den Stadtteilen und Gemeinden ein aktiver Dialog zwischen den Verbandsmitgliedern und dem Nachbarschaftsverband in Gang zu bringen.

Anhand folgender Prüffragen für Großprojekte, die auf Erlebniseinkauf und das mittel- und langfristige Bedarfssegment ausgerichtet sind, ist der Abstimmungsprozess zu strukturieren:

- Was hat die Stadtregion „Nachbarschaftsverband“ davon?
- Was hat die Bevölkerung beim Projektstandort davon?

- Was haben bestimmte Zielgruppen davon?
- Was hat der Standort davon?
- Wie sieht das mit dem Projekt entstehende Angebot tatsächlich aus? (Lage; Größe; Qualität; Zielgruppe)
- Wie steht es mit der Vernetzung mit dem städtebaulichen Umfeld? Verträglichkeit, Wechselwirkungen, Vision, Standort-Image, Beanspruchung der Infrastruktur)
- Ist eine stichhaltige Standort- und Marktanalyse vorhanden? (Sind die lokalen und großstadtreionalen Aspekte korrekt und stimmig dargestellt?)
- Welche wirtschaftlichen Chancen bietet das Projekt und auf welchen Nutzungszeitraum ist es ausgelegt? (Erfolgsaussichten; mögliche Nachfolgenutzungen)
- Besteht eine Nutzungsflexibilität?

Bei Vorhaben des Einzelhandels, die der lokalen Nahversorgung der Bevölkerung dienen sollen, sind folgende Aspekte aufzuarbeiten:¹

- Ist eine Erweiterung des Betriebs am derzeitigen Standort möglich?
- Dabei sind alle Nachbargrundstücke, auch wenn sie bebaut sind, abzufragen, ob sie als Expansionspotenzial zur Verfügung stehen könnten.
- Gibt es ein ausreichend großes Standortangebot, weil sich die Schließung oder Verlegung eines Betriebes innerhalb der gewachsenen Geschäftslage abzeichnet?
- Kann die bestehende integrierte Geschäftslage durch die Neuansiedlung eines langfristig wettbewerbsfähigen Betriebs gesichert werden?
- Lässt sich die Nahversorgung durch die Neuansiedlung eines langfristig wettbewerbsfähigen Betriebs an einem neuen, integrierten Standort sichern?

Wenn alle diese Fragen zu verneinen sind, dann sind die Alternativstandorte mit den folgenden Fragen zu bewerten:²

- Grenzt der Alternativstandort zumindest einseitig an ein Wohngebiet, so dass dieser als „teilintegriert“ eingestuft werden könnte?
- Ist der neue Standort grundsätzlich der Gemarkung der planenden Kommune zugewandt?
- Sollten weitere zentrenrelevante Ansiedlungen an diesem neuen Standort ausgeschlossen werden?

Es wird empfohlen, bei ggf. erforderlichen Markt- und Standortgutachten den Nachbarschaftsverband bei der Formulierung der Aufgabenstellung und der Auswahl des Gutachters zu beteiligen, um ein gleichartiges methodisches Vorgehen für das Verbandsgebiet zu erreichen sowie um eine Transparenz und Neutralität herzustellen. Die Vertrauensbasis für die erforderliche Kooperation unter den Verbandsmitgliedern erhält so eine stetige Stärkung.

¹ Vgl. Acocella, D.; Fürst, U. C.; Schnacke, A. (2004) S.51

² Vgl. Acocella, D.; Fürst, U. C.; Schnacke, A. (2004) S.51

Zur Umsetzung des Leitbildes durch den Verband besteht folgendes Vorgehen:

- Eine Liste der Zentrenrelevanz von Sortimenten wurde bereits 1999 vor dem Einzelhandelserlass des Landes erarbeitet und durch den Verband bei der Aufstellung von Bebauungsplänen seiner Mitglieder angewandt. Aufgrund des Einzelhandelserlasses von 2001 war keine Veränderung der Verbandsliste erforderlich.
- Das Leitbild zeigt auf, in welchen Gebieten kein Einzelhandel anzusiedeln ist und wo Einzelhandelsstandorte, die der Nahversorgung dienen, gebildet werden können.
- Überprüfung der Festsetzungen in Alt - Bebauungsplänen im Hinblick auf die Entwicklungsmöglichkeiten von bestehenden bzw. neuen Einzelhandelsbetrieben. Insbesondere Umstellung von Alt - Bebauungsplänen für Industrie- und Gewerbegebiete auf die aktuelle Baunutzungsverordnung.
- Ergänzung der textlichen Festsetzungen der Bebauungspläne mit der Sortimentsliste
- Vereinbarungen mit den Verbandsmitgliedern zur Sicherung ihres lokalen Standortkonzepts zum Einzelhandel und zur Herstellung von Transparenz und Vertrauen durch eine gegenseitige Informationspflicht.