



- **STADTENTWICKLUNG**
- **STADTMARKETING**
- **VERKEHR**

## **Stadt Heilsbronn**

# **Einzelhandels- entwicklungskonzept**

- Gunter Schramm, M.A.  
Claus Sperr, Dipl.-Geogr.
- Stadtplaner &  
Geografen
- Äußere Sulzbacher Str. 29  
90491 Nürnberg
- Tel.: 0911 / 65 08 28-0  
Fax: 0911 / 65 08 28-10
- kontakt@planwerk.de  
www.planwerk.de

## IMPRESSUM

### AUFTRAGGEBER

Stadt Heilsbronn  
Kammereckerplatz 1  
91560 Heilsbronn

### KONZEPT UND BEARBEITUNG

#### PLANWERK

Stadtentwicklung, Stadtmarketing, Verkehr  
Äußere Sulzbacher Straße 29  
90491 Nürnberg  
[www.planwerk.de](http://www.planwerk.de)

Claus Sperr, Dipl.-Geogr. und Stadtplaner BayAK SRL  
Bettina Frankerl, M.Sc. Geografie

### KARTENGRUNDLAGE

Landesamt für Vermessung und Geoinformation, München

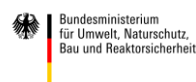
### DATENGRUNDLAGE

Statistisches Bundesamt und Bayerisches Landesamt für Statistik, eigene Erhebungen

### GRAPHIKEN UND BILDER

PLANWERK (sofern nicht anders angegeben)

Dieses Projekt wurde gefördert im Städtebauförderungsprogramm "Städtebaulicher Denkmalschutz" mit Mitteln des Bundes und des Freistaates Bayern



# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Vorbemerkungen</b>	<b>8</b>
1.1	Anlass und Ziele des vorliegenden Konzepts	8
1.2	Vorgehensweise	9
1.3	Bebauungspläne zur Steuerung des Einzelhandels	9
1.4	Definitionen	11
1.4.1	Zentrale Versorgungsbereiche	11
1.4.2	Einzelhandel	12
1.4.3	Kaufkraft	13
<b>2</b>	<b>Daten und Fakten Stadt Heilsbronn</b>	<b>14</b>
2.1	Lage im Raum	14
2.2	Verkehrsanbindung	15
2.3	Strukturdaten	17
2.3.1	Einwohnerstruktur und -entwicklung	17
2.3.2	Arbeitsplätze und Pendler	20
<b>3</b>	<b>Planungsvorgaben</b>	<b>23</b>
3.1	Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP)	23
3.2	Regionalplan	26
3.3	Kommunale Bauleitplanung	28
<b>4</b>	<b>Ergebnisse von Befragungen</b>	<b>30</b>
4.1	Befragung Einzelhandel, Ladendienstleistung	30
4.1.1	Befragte Betriebe	30
4.1.2	Bewertung des Standortes	31
4.1.3	Unternehmerische Zukunftsplanung	36
4.2	Passantenbefragung	37
4.2.1	Struktur der Passanten / Kunden	37
4.2.2	Heilsbronn als Einkaufsstandort	39
4.2.3	Erledigungen in Heilsbronn am Tag der Befragung	39
4.2.4	Positive Aspekte der Heilsbronner Standorte	41
4.2.5	Fehlende Geschäfte, Dienstleistungen und sonstige Einrichtungen	42
4.2.6	Erster Gedanke zur Stadt Heilsbronn	42
4.2.7	Einschätzung von Stärken und Schwächen der Stadt Heilsbronn	43
4.3	Stadtratssitzung zur Einzelhandelsentwicklung	45
4.4	Projektgruppe Einzelhandel	45
<b>5</b>	<b>Bestandssituation im Einzelhandel</b>	<b>46</b>
5.1	Gewerbestandorte	46
5.2	Einzelhandelsstandorte, Verkaufsfläche	48
5.3	Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen und -gruppen (Bestand)	49
5.4	Verteilung der Einzelhandelsangebote	53
5.4.1	Sortimentsgruppe periodischer Bedarf	53
5.4.2	Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe	55
5.4.3	Sortimentsgruppe Technik	56
5.4.4	Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf	57
5.4.5	Sortimentsgruppe Baumarktsortimente	58
5.4.6	Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf	59
5.5	Veränderung der Verkaufsfläche seit 2010	60
<b>6</b>	<b>Standortanalyse Einzelhandel</b>	<b>61</b>
6.1	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	61
6.2	Kaufkraftbindung	62
6.3	Kaufkraftflüsse	63

6.4	Einzelhandelszentralität.....	64
6.5	Einzelhandelsumsatz.....	66
6.6	Bilanzierung Umsatz - Kaufkraft .....	66
6.7	Einzelhandelssituation im Mehrfachzentrum Heilsbronn-Neuendettelsau- Windsbach .....	68
6.8	Bindungspotenzial .....	69
7	Ansiedlungspotenziale im Einzelhandel .....	71
8	Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungsbereiche.....	78
8.1	Zentraler Versorgungsbereich „Altstadt Heilsbronn“ .....	79
8.2	Nahversorgungszentren .....	81
8.3	Gesamtentwicklung des Einzelhandels im Hauptort Heilsbronn .....	84
9	Ziele der Einzelhandelsentwicklung .....	85
9.1	Zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente .....	85
9.2	Zentraler Versorgungsbereich „Altstadt Heilsbronn“ .....	88
9.3	Einzelhandel in Nahversorgungszentren.....	88
9.4	Standorte für Lebensmittelmärkte .....	89
9.5	Einzelhandel an sonstigen Standorten (solitäre Nahversorgungsstandorte)...	89
10	Weitere Hinweise und Empfehlungen .....	90
10.1	Belebung des Stadtzentrums, Stärkung der öffentlich-privaten Kooperation.	90
10.2	Zusammenarbeit der Betriebe, Unterstützung durch die Stadt Heilsbronn ....	91
10.3	Belebung des Stadtzentrums durch weitere Frequenzbringer.....	91
10.4	Aktives Flächen- und Leerstandsmanagement in der Altstadt .....	91
10.5	Verknüpfung von Tourismus und Handel .....	92
10.6	Maßnahmen der Betriebe .....	92
10.7	Nächste Schritte.....	93



## Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1:	Bebauungspläne zur Steuerung des Einzelhandels (aus BUNZEL 2009) .....	10
Abbildung 2:	Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche.....	12
Abbildung 3:	Lage im Raum (Bayern Atlas 2018).....	14
Abbildung 4:	Verkehrsmengen (Verkehrsmengen-Atlas Bayern - Straßenverkehrszählung 2015) .....	15
Abbildung 5:	Liniennetz VGN Landkreis Ansbach (Ausschnitt Ost, Stand 2018) .....	16
Abbildung 6:	Bevölkerungsentwicklung 1990 bis 2016 .....	17
Abbildung 7:	Prognose der Bevölkerungsentwicklung .....	17
Abbildung 8:	Jährliche Bevölkerungsveränderung .....	18
Abbildung 9:	Entwicklung der 6-bis-18-Jährigen im Vergleich .....	19
Abbildung 10:	Prognose der unter 18-Jährigen .....	19
Abbildung 11:	Entwicklung der Altersgruppe 65 Jahre oder älter im Vergleich.....	19
Abbildung 12:	Prognose der Altersgruppe 65 Jahre oder älter .....	19
Abbildung 13:	Entwicklung der sozialversicherungspfl. Beschäftigten am Arbeitsort, 2008 - 2016.....	20
Abbildung 14:	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort nach Wirtschaftsbereichen (absolut) .....	21
Abbildung 15:	Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort (Prozent) .....	21
Abbildung 16:	Vergleich der sozialversicherungspfl. Beschäftigten zu Pendlerzahlen, 2017 .....	22
Abbildung 17:	Einpendler nach Heilsbronn .....	21
Abbildung 18:	Auspendler aus Heilsbronn.....	21
Abbildung 19:	Ausschnitt aus der LEP-Teilfortschreibung (Stand: 1.3.2018) .....	23
Abbildung 20:	Regionalplan Region Westmittelfranken (8) Raumstruktur Karte 1, 2000 .....	26
Abbildung 21:	Regionalplan Region Westmittelfranken (8) Zentrale Orte und Nahbereiche Begründungskarte 3, 2005 .....	27
Abbildung 22:	Flächennutzungsplan der Stadt Heilsbronn, 2005 .....	28
Abbildung 23:	Bewertung des Gewerbestandortes Heilsbronn allgemein .....	31
Abbildung 24:	Bewertung des Gewerbestandortes Heilsbronn allgemein, Betriebe in der Altstadt .....	32
Abbildung 25:	Bewertung des Gewerbestandortes Heilsbronn allgemein, Betriebe außerhalb der Altstadt.....	32
Abbildung 26:	Grund für Beurteilung von Heilsbronn als Gewerbestandort .....	32
Abbildung 27:	Bewertung der Innenstadt als Gewerbestandort.....	33
Abbildung 28:	Bewertung der Innenstadt als Gewerbestandort, Betriebe in der Altstadt.....	33
Abbildung 29:	Bewertung der Innenstadt als Gewerbestandort, Betriebe außerhalb der Altstadt.....	33
Abbildung 30:	Grund für Beurteilung der Innenstadt von Heilsbronn als Gewerbestandort .....	34
Abbildung 31:	Bewertung des eigenen Gewerbestandortes.....	34
Abbildung 32:	Bewertung des eigenen Gewerbestandortes, Betriebe in der Altstadt Heilsbronn.....	35
Abbildung 33:	Bewertung des eigenen Gewerbestandortes, Betriebe außerhalb der Altstadt ..	35
Abbildung 34:	Grund für Beurteilung des eigenen Standortes.....	35
Abbildung 35:	Zukunftsplanung der Heilsbronner Unternehmen .....	36

Abbildung 36:	Personalplanung Heilsbronner Unternehmen .....	36
Abbildung 37:	Alter der befragten Passanten.....	37
Abbildung 38:	Haushaltsgröße der befragten Passanten .....	37
Abbildung 39:	Wohnort der befragten Passanten.....	38
Abbildung 40:	Heilsbronn als Einkaufsstandort.....	39
Abbildung 41:	Erledigungen der Passanten am Tag der Befragung in Heilsbronn, nach Bereichen .....	40
Abbildung 42:	Positive Aspekte der Heilsbronner Standorte .....	41
Abbildung 43:	Fehlende Geschäfte, Dienstleistungen u. Einrichtungen .....	42
Abbildung 44:	Erster Gedanke der Passanten zur Stadt Heilsbronn .....	43
Abbildung 45:	Stärken der Stadt Heilsbronn .....	43
Abbildung 46:	Schwächen der Stadt Heilsbronn.....	44
Abbildung 47:	Betriebsformen.....	46
Abbildung 48:	Standorte nach Betriebsform in der Stadt Heilsbronn.....	47
Abbildung 49:	Verkaufsfläche im Einzelhandel, Stadt Heilsbronn.....	48
Abbildung 50:	Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen, März 2018 .....	49
Abbildung 51:	Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in Heilsbronn im Vergleich 2010 und 2018 (gerundete Werte) .....	49
Abbildung 52:	Verkaufsfläche nach Sortimentsgruppen, März 2018.....	50
Abbildung 53:	Verkaufsflächen nach Einkaufsbereichen.....	51
Abbildung 54:	Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in Heilsbronn.....	52
Abbildung 55:	Anteil an Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in Heilsbronn .....	52
Abbildung 56:	Verkaufsfläche - Sortimentsgruppe periodischer Bedarf.....	54
Abbildung 57:	Verkaufsfläche - Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe.....	55
Abbildung 58:	Verkaufsfläche - Sortimentsgruppe Technik .....	56
Abbildung 59:	Verkaufsfläche - Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf.....	57
Abbildung 60:	Verkaufsfläche - Sortimentsgruppe Baumarkt.....	58
Abbildung 61:	Verkaufsfläche - Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf .....	59
Abbildung 62:	Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in Heilsbronn, Vergleich 2010 - 2018 .....	60
Abbildung 63:	Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in der Altstadt Heilsbronns, 2010 - 2018 .....	60
Abbildung 64:	Kaufkraft nach Sortimentsgruppen .....	61
Abbildung 65:	Sortimentsbezogener Bindungsanteil .....	62
Abbildung 66:	Kaufkraft-Abfluss nach Sortimentsgruppen .....	63
Abbildung 67:	Kaufkraft-Zufluss nach Sortimentsgruppen.....	64
Abbildung 68:	Sortimentsbezogene Zentralität.....	65
Abbildung 69:	Versorgungsqualität in Heilsbronn .....	65
Abbildung 70:	Umsatz nach Sortimentsgruppen .....	66
Abbildung 71:	Kaufkraft- und Umsatzgrößen für die Stadt Heilsbronn insgesamt .....	67
Abbildung 72:	Kaufkraft-Bilanz für die Stadt Heilsbronn.....	67
Abbildung 73:	zusätzliches Bindungspotenzial nach Sortimentsgruppen .....	70
Abbildung 74:	Sortimente des periodischen Bedarfs .....	71
Abbildung 75:	Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Bekleidung, Schuhe.....	71
Abbildung 76:	Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Technik.....	72
Abbildung 77:	Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Haushalts-, persönlicher Bedarf .....	72
Abbildung 78:	Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Baumarktsortimente.....	73
Abbildung 79:	Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Einrichtungsbedarf.....	73

Abbildung 80:	Ansiedlungs-/Erweiterungspotenziale bei aktueller Einwohnerzahl .....	74
Abbildung 81:	Ansiedlungs-/ Erweiterungspotenziale im Vergleich zum Bestand an Verkaufsflächen bei aktueller Einwohnerzahl .....	75
Abbildung 82:	Ansiedlungs-/Erweiterungspotenziale im Vergleich zum Bestand an Verkaufsfläche mit Einwohnerzahl 10.300 .....	76
Abbildung 83:	Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungszentren im Hauptort Heilsbronn .....	79
Abbildung 84:	Zentraler Versorgungsbereich „Altstadt Heilsbronn“ .....	80
Abbildung 85:	Nahversorgungszentrum „Fürther/Industrie-/Fabrikstraße“ .....	82
Abbildung 86:	Nahversorgungszentrum „Ansbacher Straße“ .....	83
Abbildung 87:	Versorgungsbereiche im Hauptort Heilsbronn.....	84

## 1 Vorbemerkungen

### 1.1 Anlass und Ziele des vorliegenden Konzepts

Die Stadt Heilsbronn hat bereits im Jahr 2010 ein Einzelhandelsentwicklungskonzept und anschließend fachliche Stellungnahmen zum örtlichen Einzelhandel durch das Büro PLANWERK erarbeiten lassen. Aufgrund von Veränderungsprozessen im Angebot und dem Kaufverhalten der Bürger hat sich der Stadtrat zu einer Neuauflage des Einzelhandelsentwicklungskonzepts entschlossen. Hierfür wurde wiederum das Büro PLANWERK beauftragt.

Im Vorfeld zu diesem Einzelhandelsentwicklungskonzept (EEK) wurde ein Betriebscheck der innerstädtischen Geschäfte und Betriebe durch das Citymanagement, welches seit einigen Jahren zur Stärkung der Innenstadt im Rahmen des Bund-Länder-Städtebauförderprogramm Städtebaulicher Denkmalschutz aktiv ist, durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Erhebung sind in das vorliegende EEK eingearbeitet.

Ziel der Stadt Heilsbronn ist es den Bürgerinnen und Bürgern ein bedarfsgerechtes und verbrauchernahes Nahversorgungs- und Einzelhandelsangebot zu bieten und die Stadt als Wohn- und Arbeitsstandort zu stärken.

Das vorliegende Konzept gibt Antwort auf die Fragen, wie eine verträgliche Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Heilsbronn in der Praxis aussehen kann. Das Konzept ermittelt die heutige Versorgungssituation und erstellt Vorschläge für die Zukunft, basierend auf Kaufkraftberechnungen und Potenzialanalysen. Mit der im März 2018 in Kraft getretenen Fortschreibung des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP) wurde die Stadt Heilsbronn gemeinsam mit Neuendettelsau und Windsbach zum Mittelzentrum hochgestuft.

Nach deren Billigung durch den Stadtrat der Stadt Heilsbronn sind die Ziele des EEKs im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 Baugesetzbuch (BauGB) in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen. Als informelle Planung und interner Selbstbindungsplan der Stadt soll das Konzept zu mehr Planungssicherheit und Verlässlichkeit für Einzelhandel, Eigentümer, Investoren und Stadtverwaltung beitragen.

Eine unmittelbare Rechtswirkung nach außen entwickelt das Konzept aber nicht. Es werden weder bestehende Baurechte aufgehoben noch neue geschaffen. Dies bedarf der Umsetzung der Entwicklungsziele durch formelle Bauleitplanungen und Baugenehmigungsentscheidungen.

## 1.2 Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung muss gesamtstädtisch angelegt sein und die Verflechtungen der Stadt Heilsbronn in das Umland berücksichtigen.

Im Rahmen der Untersuchung wurden die folgenden Arbeitsschritte durchgeführt:

- Erfassung des Einzelhandelsbestandes im gesamten Stadtgebiet der Stadt Heilsbronn (inkl. Ortsteile).
- Erfassung des Bestandes an Einrichtungen der Bereiche (Laden) Dienstleistung, Gastronomie und Handwerk mit Kundenverkehr im gesamten Stadtgebiet der Stadt Heilsbronn (inkl. Ortsteile).
- Durchführung einer Passanten- bzw. Kundenbefragung (rd. 300 Interviews) an Standorten in der Innenstadt sowie anderen Einzelhandelsstandorten. Dabei wurden u.a. Einkaufsverhalten und Herkunft der Befragten erfasst.
- Analyse der erhobenen Daten und Differenzierung des Angebots nach Verkaufsflächen, Sortimentsbereichen sowie Standorten.
- Abstimmung der Entwicklungsvorschläge mit der Stadt Heilsbronn und den Ergebnissen des Betriebschecks
- Durchführung einer Kaufkraftanalyse für die einzelnen Sortimentsbereiche.
- Entwicklung von sortimentsgenauen Aussagen bezüglich der generellen Ansiedlungsmöglichkeit von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet.
- Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereichs Stadtmitte und von zwei Nahversorgungszentren.
- Festlegung der Sortimentsliste für zentrenrelevante Sortimente („Heilsbronner Liste“).
- Teilräumliche Differenzierung der Aussagen zur Ansiedlung von Einzelhandel nach Standorten.
- Vorstellung und Diskussion des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes mit dem Stadtrat: nicht-öffentliche Stadtratssitzung / Stadtratsklausur
- Vorstellung und Diskussion des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes mit Vertretern des örtlichen Gewerbes / der Projektgruppe Einzelhandel
- Einarbeitung der Besprechungsergebnisse mit Stadtrat und PG Einzelhandel in das EEK
- Empfehlungen / Berichtfassung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes.

## 1.3 Bebauungspläne zur Steuerung des Einzelhandels

Vielerorts hat der Strukturwandel im Einzelhandel bereits zu gravierenden Problemen für die Orts- bzw. Stadtzentren und die Nahversorgung der Bevölkerung geführt.

Mit der zum 1. Januar 2007 in Kraft getretenen Novelle des BauGB wurden deshalb die planungsrechtlichen Instrumente ergänzt, um bei Bedarf zentrale Versorgungsbereiche schützen und die Einzelhandelsentwicklung mit Mitteln der Bauleitplanung steuern zu können.

Voraussetzung dafür ist, dass die vorhandene Einzelhandelsstruktur zuvor differenziert erfasst und bewertet wurde. Daraus abgeleitet müssen konkrete Ziele für die Entwicklung des Einzelhandels benannt worden sein. Dies geschieht mit dem vorliegenden Konzept, indem der 2010 festgelegte zentrale Versorgungsbereich der Stadt Heilsbronn überprüft und neu umgrenzt wurde.

Nach Billigung durch die Stadt Heilsbronn kann das vorliegende Konzept für den neuen Umgriff des zentralen Versorgungsbereiches als städtebauliche Rechtfertigung zur Aufstellung verbindlicher Bauleitpläne und als wichtige Abwägungsgrundlage dienen. Auf dessen Grundlage ist es grundsätzlich möglich

- planerisch gewollte Einzelhandelsstandorte zu sichern und zu entwickeln (Positivplanungen) bzw.
- zentrenrelevanten Einzelhandel an ungewollten Standorten auszuschließen oder zu beschränken (Ausschlussplanungen).

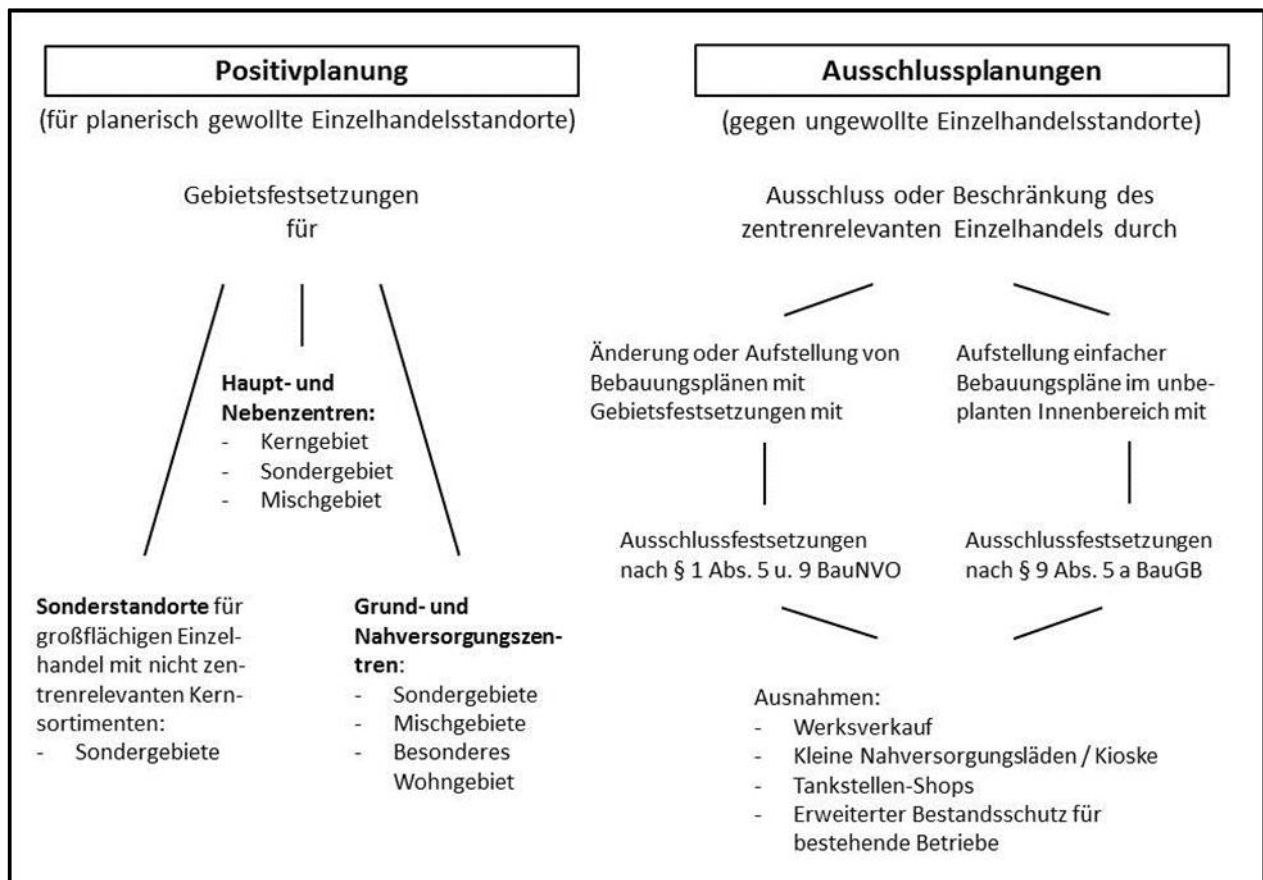


Abbildung 1: Bebauungspläne zur Steuerung des Einzelhandels (aus BUNZEL 2009)

Damit das Einzelhandelsentwicklungskonzept seine Steuerungskraft und städtebauliche Legitimationswirkung entfaltet, muss es bauleitplanerisch konsequent umgesetzt werden.

Dies muss allerdings nicht flächendeckend und in einem Zuge erfolgen. Stattdessen kann sich die Stadt Heilsbronn darauf beschränken, dort bauleitplanerisch aktiv zu werden, wo konkreter Handlungsbedarf besteht. Dies wäre zum Beispiel der Fall, wenn Ansiedlungsabsichten deutlich werden, die dem Konzept widersprechen.

## 1.4 Definitionen

### 1.4.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition zentraler Versorgungsbereiche dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung.

Die Frage, welche Kriterien an die (räumliche) Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs anzulegen sind, ist bisher rechtlich nicht eindeutig geklärt. Einigkeit besteht jedoch darüber, dass sich ein zentraler Versorgungsbereich auszeichnet durch:

- ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels,
- eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb des Siedlungsbereichs und
- eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Unstrittig ist, dass sich die Umgrenzung zentraler Versorgungsbereiche an den tatsächlichen Verhältnissen orientieren, aber auch Planungsziele und/oder städtebauliche Konzeptionen einbeziehen kann.

Unumstritten ist auch, dass der Begriff „zentraler Versorgungsbereich“ Versorgungsbereiche unterschiedlicher Hierarchiestufen umfassen kann, die im Sinne des Baugesetzbuchs schützenswert sind. Für die Stadt Heilsbronn bietet es sich an, zwischen zwei Stufen zu unterscheiden:



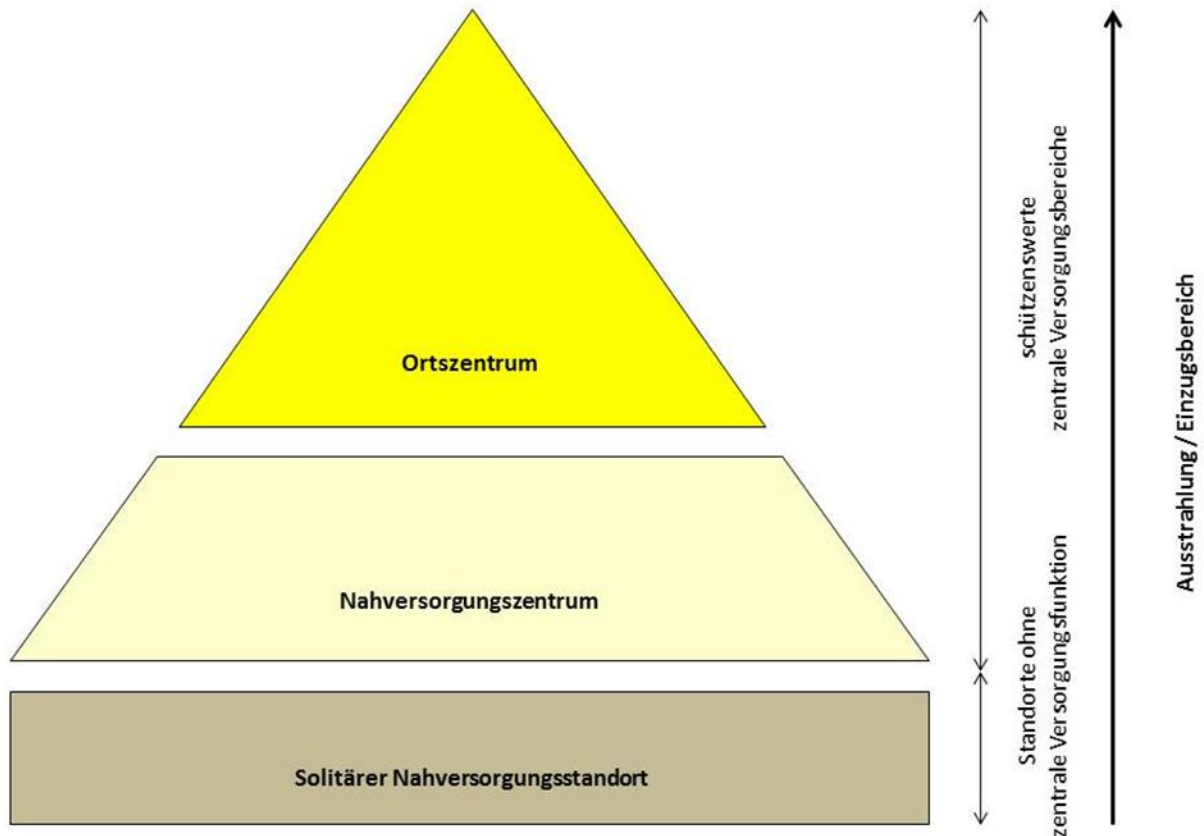


Abbildung 2: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche

### 1.4.2 Einzelhandel

Einzelhandel ist der Absatz von Gütern an Endverbraucher durch spezielle Handelsbetriebe, die die Waren vom Großhandel oder vom Produzenten beziehen und in der Regel ohne Be- und Verarbeitung weitergeben. Weitere wichtige Funktionen des Einzelhandels sind: Warentransport, Lagerhaltung, Sortimentsbildung, Werbung, Verkauf mit persönlicher Beratung, Marktforschung, Vorfinanzierung, Kreditierung.

Zum Einzelhandel gehören neben dem Laden- und dem ambulanten Handel auch Versandhandel und Automatenverkauf. Traditionelle Betriebsformen: Fachgeschäft (branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment), Spezialgeschäft (bestimmter Sortimentsausschnitt in großer Tiefe), Warenhäuser und Kaufhäuser (großflächige Mehrbranchengeschäfte), Discounter (enges, auf raschen Umschlag ausgerichtetes Sortiment zu niedrig kalkulierten Preisen), Fachmarkt (Sortiment aus einem Waren-, Bedarfs- oder Zielgruppenbereich bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau), Selbstbedienungswarenhaus (umfassendes Sortiment, ganz oder überwie-



gend Selbstbedienung, Dauerniedrig- oder Sonderangebotspreispolitik mit hoher Werbeaktivität).

Die Großbetriebe des Einzelhandels genießen die Vorteile des Groß- (Gemeinschafts-) Einkaufs, die mittleren und kleineren sind vielfach in Einkaufsgenossenschaften zusammengeschlossen. Der anhaltende Konzentrationsprozess (v.a. im Lebensmittel- und Genussmittelbereich) führt zu immer größeren Unternehmenseinheiten, abnehmender Beschäftigtenzahl, wachsendem Gewicht von Warenhäusern und Filialbetrieben gegenüber kleineren Fachgeschäften, aber auch zu neuen Formen der Kooperation. Rechtliche Regelungen, die Standort und Entwicklung des Einzelhandels beeinflussen, sind u.a. Raumordnungsgesetz, Landesplanungsgesetz, Ladenschlussgesetz sowie die im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb fixierten Regelungen bezüglich Werbe- und Preiswettbewerb.

### 1.4.3 Kaufkraft

Kaufkraft wird in zwei verschiedenen Arten definiert. Zum einen die allgemeine Kaufkraft und zum anderen die einzelhandelsrelevante Kaufkraft. Für die vorliegende Untersuchung, die sich schwerpunktmäßig mit dem Einzelhandel auseinandersetzt, ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft von Bedeutung.

#### **Allgemeine Kaufkraft**

Die allgemeine Kaufkraft umfasst alle Nettoeinkünfte und wird aus der Lohn- und Einkommensteuerstatistik berechnet. Berechnet pro Kopf ergibt es den Wert in €, der dem Einzelnen zur Verfügung steht, um alle seine Kosten zu decken, u.a. Miete, Versicherung, Reisen, Dienstleistungen. Ein Orientierungswert für die allgemeine Kaufkraft 2017 liegt bei 22.467 € pro Jahr und Einwohner im Bundesdurchschnitt (Quelle: MB-Research). Spitzenwerte werden in Landkreisen wie Starnberg (32.751 €) oder Hochtaunus (31.179 €) erreicht.

Der Landkreis Ansbach erreicht 2017 eine Kaufkraft pro Kopf von 21.438 € pro Jahr und liegt damit bei einem Kaufkraftindex von 95,4 (Deutschland = 100,0).

#### **Einzelhandelsrelevante Kaufkraft**

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der verbleibende Rest, wenn von der allgemeinen Kaufkraft alle nicht einzelhandelsrelevanten Leistungen (wie Miete, Auto, Versicherungen, Urlaub usw.) abgezogen wurden. Diese einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt aktuell (Stand 2017; Quelle: GfK) in der Dimension von 5.740 € pro Jahr und Einwohner für den Bundesdurchschnitt.

Die Stadt Heilsbronn erreicht 2017 eine Kaufkraft-Kennziffer von 96,6, was einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 5.543 € pro Jahr und Einwohner entspricht.

## 2 Daten und Fakten Stadt Heilsbronn

Datenquellen der folgenden Strukturanalyse sind das Bayerische Landesamt für Statistik sowie der Übersichtsplan im Bayern Atlas des bayerischen Staatsministeriums der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat.

### 2.1 Lage im Raum

Die Stadt Heilsbronn liegt mittig im Regierungsbezirk Mittelfranken und östlich im Landkreis Ansbach.

Die Stadtzentren von Ansbach (ca. 16 km Luftlinie) und Schwabach (ca. 17 km) sind vom Stadtzentrum Heilsbronn jeweils in einer Fahrzeit von gut 20 Minuten zu erreichen. Nürnberg liegt nordöstlich, ca. 24 km (Luftlinie), von Heilsbronn entfernt und kann mit dem PKW in rund 40 Minuten erreicht werden (Stadtzentrum).

Lokal bedeutend ist Heilsbronn's Nähe zu Neuendettelsau (Krankenhaus, Diakonie/Missionswerk, Hochschule), mit welchem es gemeinsam mit Windsbach ein Mehrfachmittelzentrum bildet.

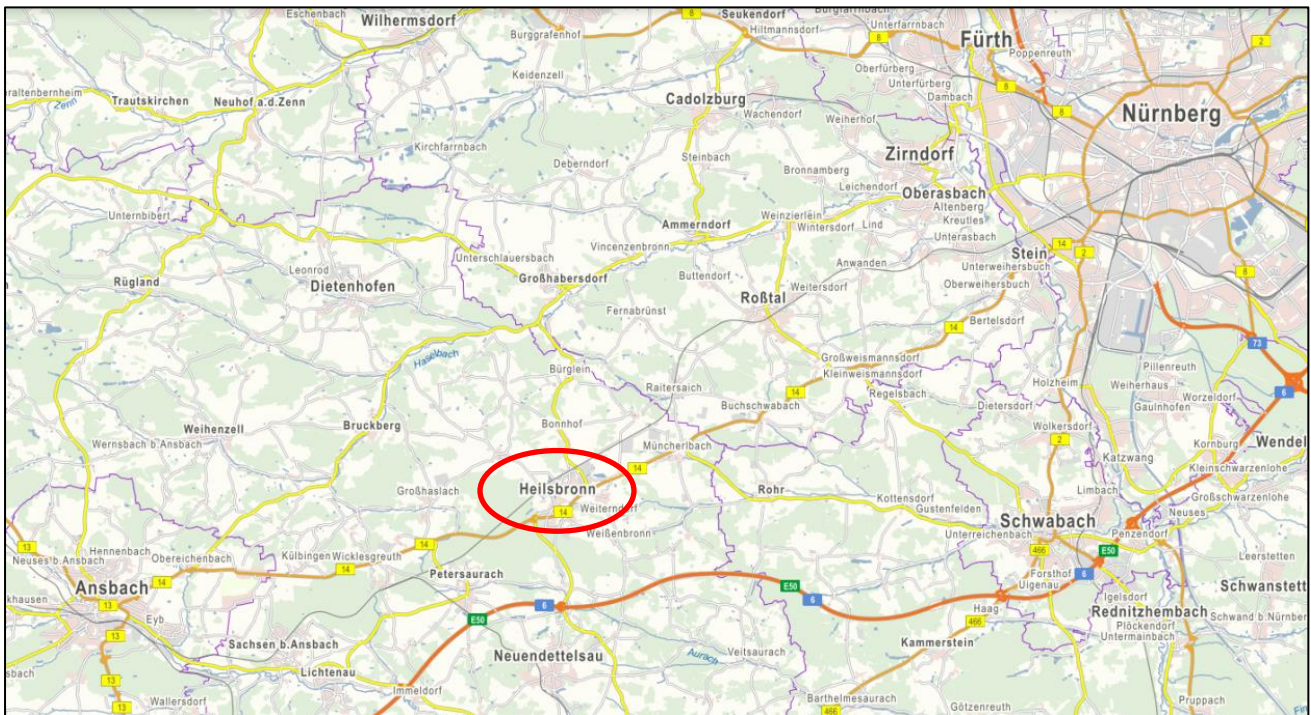


Abbildung 3: Lage im Raum (Bayern Atlas 2018)

## 2.2 Verkehrsanbindung

Der folgende Ausschnitt aus dem Verkehrsmengen-Atlas Bayern verdeutlicht die gute Verkehrsanbindung der Stadt Heilsbronn.

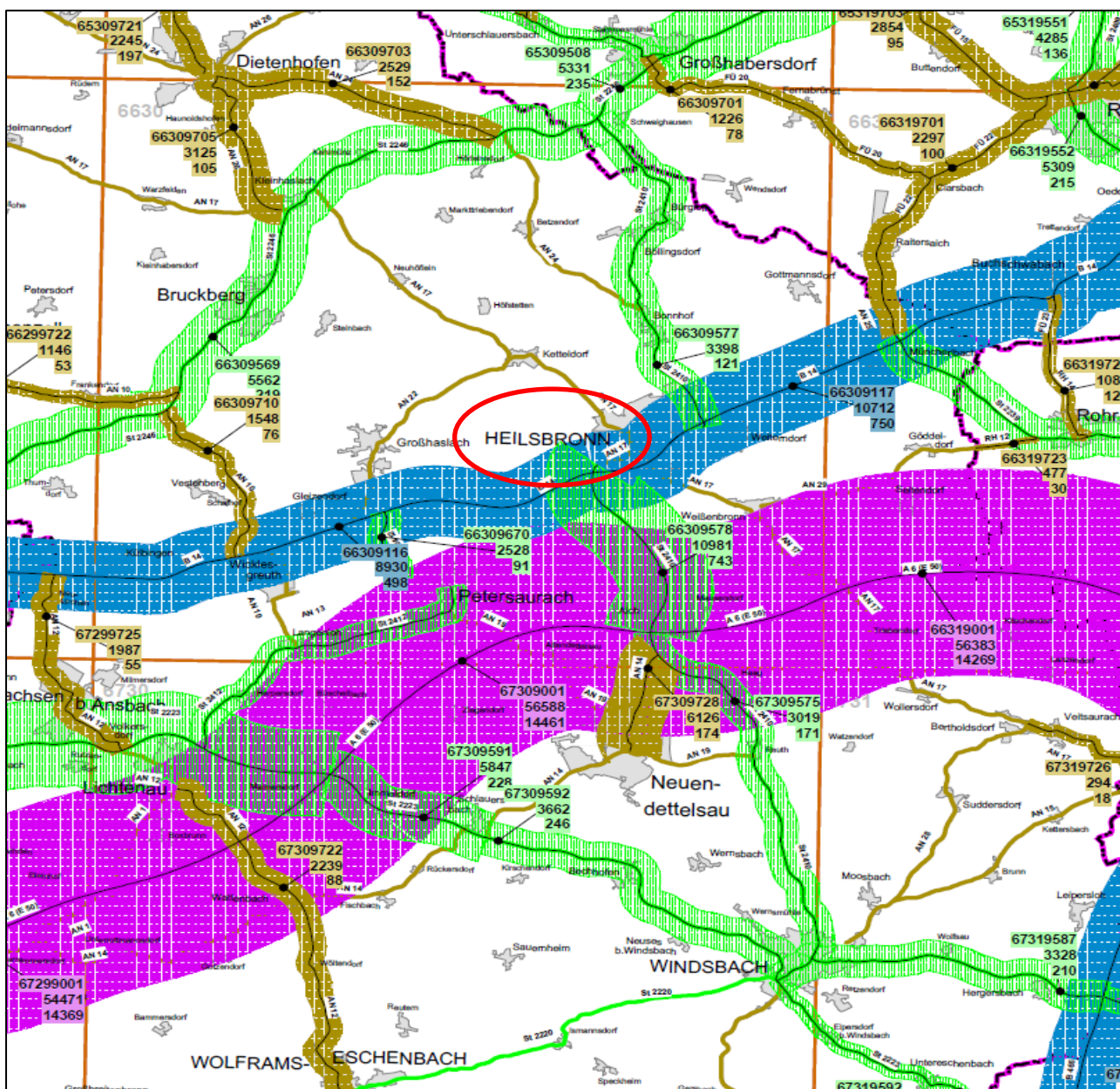


Abbildung 4: Verkehrsmengen (Verkehrsmengen-Atlas Bayern - Straßenverkehrszählung 2015)

Als drittgrößte und eine der östlichsten Kommunen des Landkreises Ansbach verfügt die Stadt Heilsbronn über eine hohe Lagegunst insbesondere zwischen den Zentren Ansbach und Fürth/Nürnberg. Die Stadt ist durch die Bundesstraße B14 sowie die Autobahn A6 (Auffahrt Neuendettelsau) an das überregionale Straßenverkehrsnetz angebunden.

Des Weiteren bietet die Staatsstraße St2410, welche von Süden kommend westlich nach Heilsbronn führt und Richtung Norden an der östlichen Seite Heilsbronn verlässt, eine regionale Vernetzung in die Nachbarkommunen.



Die Stadt Heilsbronn ist an das Busnetz des Verkehrsverbunds Großraum Nürnberg (VGN) und damit sowohl an die Nachbarkommunen als auch an Ansbach und Nürnberg angebunden. Die sechs Regionalbuslinien haben ihre jeweilige Endhaltestelle in Heilsbronn. Die Hauptverbindung besteht nach Neuendettelsau, alle sechs Linien befahren diese Strecke. Die Bustaktung ist werktags vor allem an Schulzeiten angepasst. So fahren zwischen 7.00 und 8.00 Uhr bis zu drei Busse in die Nachbargemeinde Neuendettelsau, im Laufe des Vormittags gibt es lediglich eine weitere Verbindung. Zwischen 13.00 und 18.00 wird die Strecke Heilsbronn – Neuendettelsau ca. stündlich bedient. Ab 19.00 Uhr besteht das Angebot eines Anrufsammeltaxis des Verkehrsverbundes Großraum Nürnberg.

Weiter ist Heilsbronn mit der S-Bahn S4 sowie der Regionalbahn R7 an Nürnberg und Ansbach angebunden. Von Heilsbronn aus wird Ansbach innerhalb von 12-14 Minuten, Nürnberg in 22-28 Minuten erreicht. Sowohl in Ansbach als auch in Nürnberg stehen dann weitere regionale als auch überregionale Verbindungen zur Verfügung.

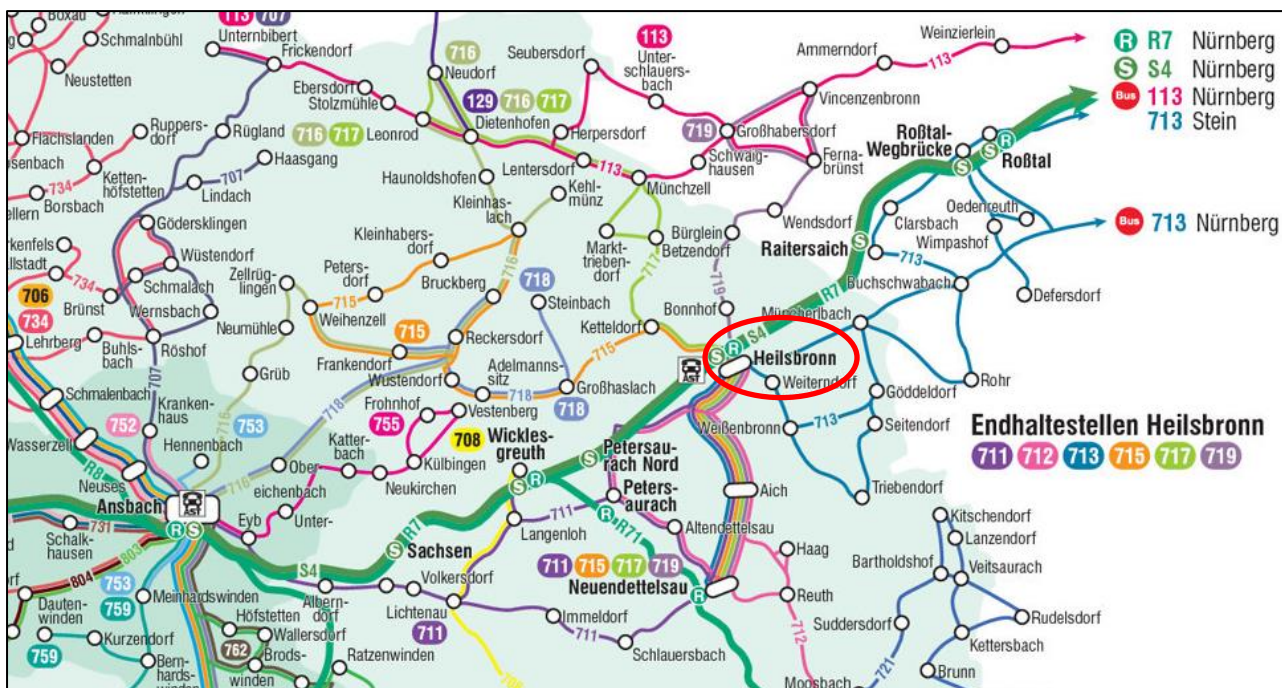


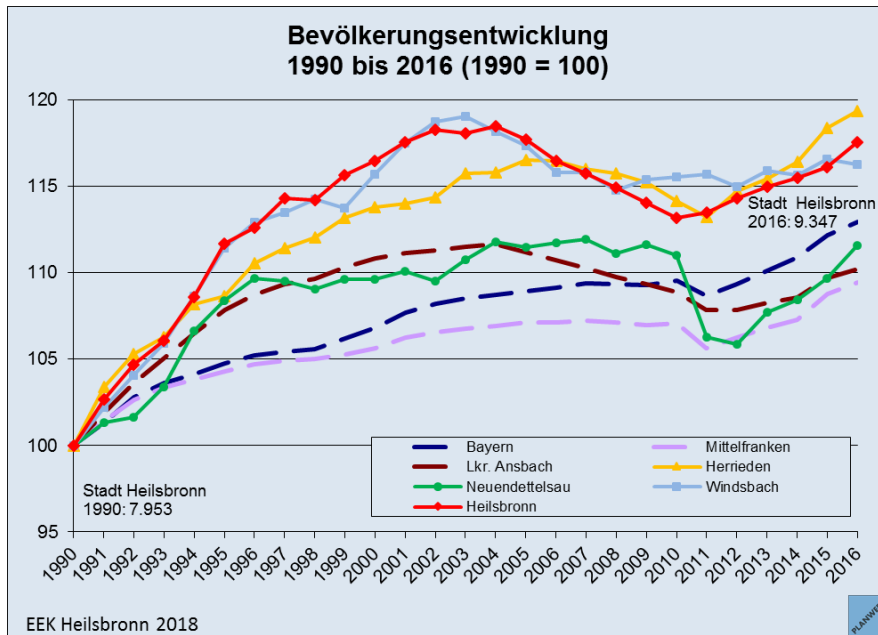
Abbildung 5: Liniennetz VGN Landkreis Ansbach (Ausschnitt Ost, Stand 2018)

## 2.3 Strukturdaten

Die Datenquelle der folgenden Strukturanalyse ist das Bayerische Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung.

### 2.3.1 Einwohnerstruktur und -entwicklung

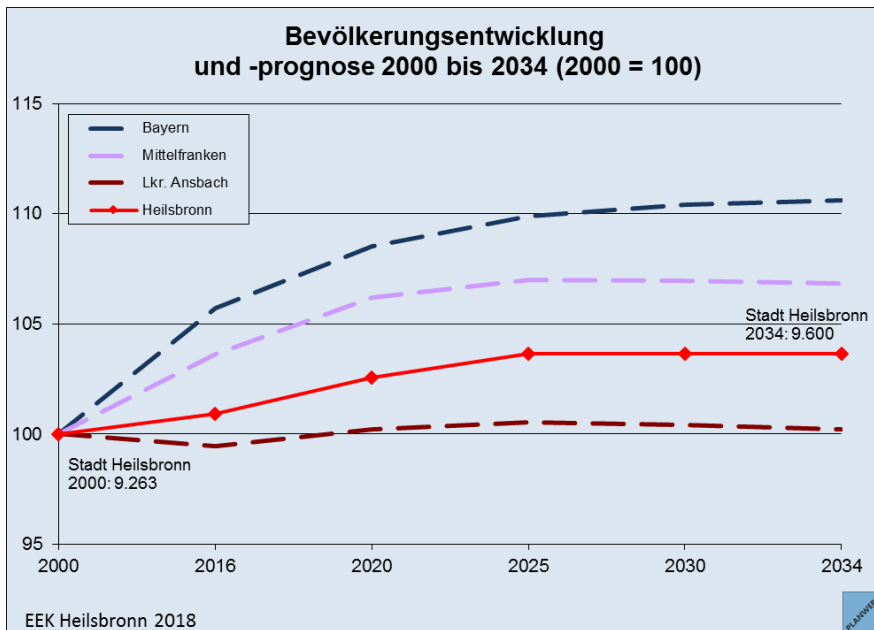
Die Stadt Heilsbronn verzeichnet derzeit rd. 9.510 Einwohner (Stand 31.12.2017).



Im Betrachtungszeitraum von 1990 bis 2017 weist die Stadt Heilsbronn eine ähnliche Entwicklungsdynamik der Einwohnerzahlen wie ihre Nachbarkommunen auf.

Von 1990 bis 2004 steigt die Bevölkerung um 18% von rd. 7.950 auf 9.420 Einwohner. Zwischen 2004 und 2010 ist die Einwohnerzahl jedoch wieder rückläufig, auf rd. 9.000 Einwohner. Seit 2010 erlebt Heilsbronn wieder ein Bevölkerungswachstum; in den vergangenen sieben Jahren um knapp 6%.

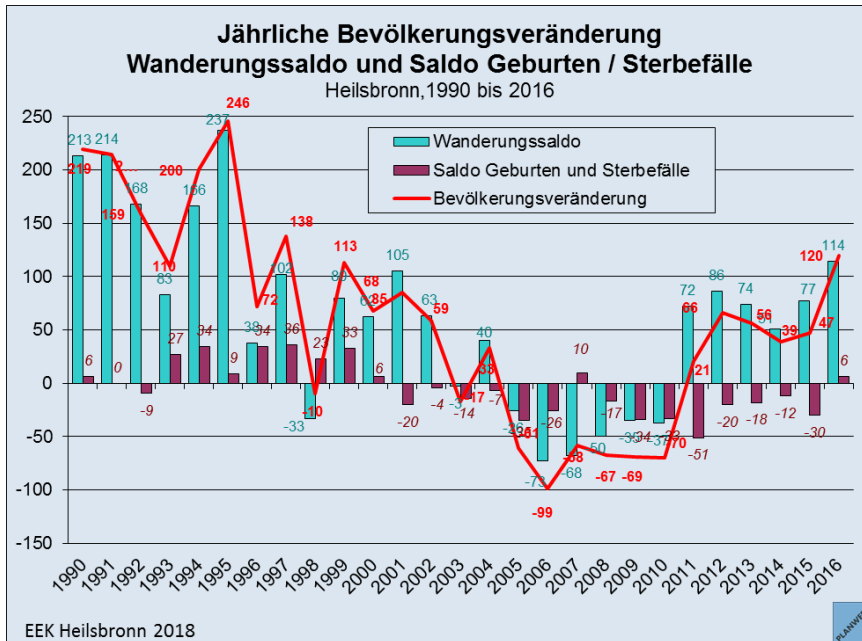
Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung 1990 bis 2016



Basierend auf der Bevölkerungsvorausschätzung des Bayerischen Landesamtes für Statistik wird die Einwohnerzahl der Stadt Heilsbronn bis zum Jahr 2025 auf rd. 9.600 Einwohner und damit um weitere vier Prozent steigen. Im Zeitraum von 2025 bis 2034 wird ein stagnierendes Bevölkerungswachstum angenommen. Die eigene Bevölkerungsprognose der Stadt Heilsbronn basiert auf der Analyse der wahrscheinlichen Bebauung und ist hinsichtlich des Einwohnerwachstums in den kommenden Jahren deutlich euphorischer. Demnach rechnet die Stadt Heilsbronn

mit bis zu 11.700 Einwohnern Mitte/Ende der 2020er Jahre.

Die genaue Betrachtung der Bevölkerungsentwicklung zeigt deutlich, dass der Bevölkerungsrückgang 2004 bis 2011 sowohl durch negative Saldi bei den Wanderungen sowie Geburten und Sterbefällen bewirkt wurde.



Das Wanderungssaldo zeigt, dass die Anzahl der Fortzüge in diesem Zeitraum über der Anzahl der Zuzüge lag. Außerdem starben mehr Menschen in diesen Jahren als geboren wurden. Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich in der Statistik des Landkreises Ansbach.

Seit 2010 verzeichnet die Stadt Heilsbronn aufgrund eines positiven Wanderungssaldos wieder einen Bevölkerungszuwachs. Dennoch zeigen die Zahlen der Zuzüge und Fortzüge, dass seit 2010 die Anzahl beider parallel steigt, die Anzahl der Zuzüge jedoch

Abbildung 8: Jährliche Bevölkerungsveränderung

deutlich über derjenigen der Fortzüge liegt. Heilsbronn verzeichnet in den letzten Jahren somit eine relativ hohe Fluktuation.

Die Altersstruktur in Heilsbronn gleicht derjenigen des Landkreises: Der Anteil der unter-6-Jährigen ist mit 6% leicht über dem Durchschnitt des Landkreises, dafür liegt der Anteil der 18-bis-65-Jährigen leicht darunter.

Ein genauerer Blick auf die Altersstruktur zeigt die Besonderheit der 6-bis-17-Jährigen in Heilsbronn. Der Anteil dieser Altersklasse hat zwischen 1990 und 2000 – weit über dem Durchschnitt des Landkreises – zugenommen. Dieser ist jedoch bis 2016 fast genauso stark wieder abgesunken. Die Prognose bis 2034 zeigt, dass die Anzahl der unter 18-Jährigen bis 2034 weiter zurückgeht.

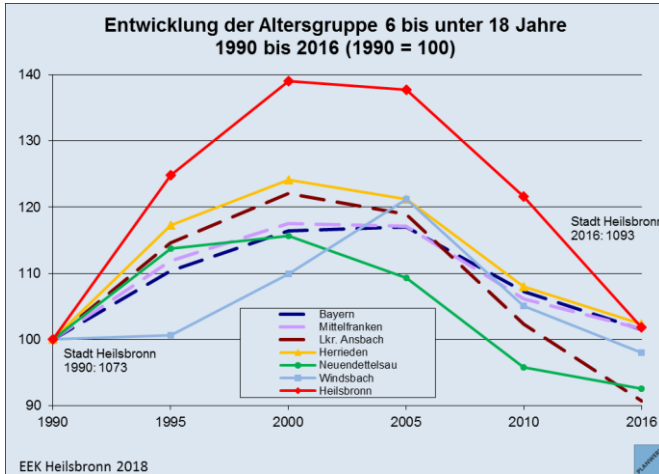


Abbildung 9: Entwicklung der 6-bis-18-Jährigen im Vergleich

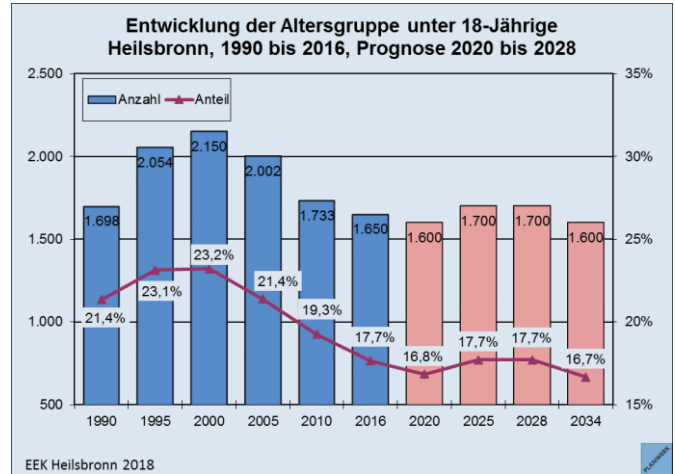


Abbildung 10: Prognose der unter 18-Jährigen

Die Entwicklung der Altersgruppe 65 Jahre oder älter verhält sich entsprechend des durchschnittlichen Trends: die Anzahl und der Anteil der Senioren steigt. Die Kurve ist im Vergleich zum Landkreis oder der benachbarten Gemeinden (außer Windsbach) jedoch etwas stärker ausgeprägt. Der Anteil dieser Altersgruppe wird auch in Zukunft weiter zunehmen. So wird im Jahr 2034 über ein Viertel der Bevölkerung 65 Jahre oder älter sein.

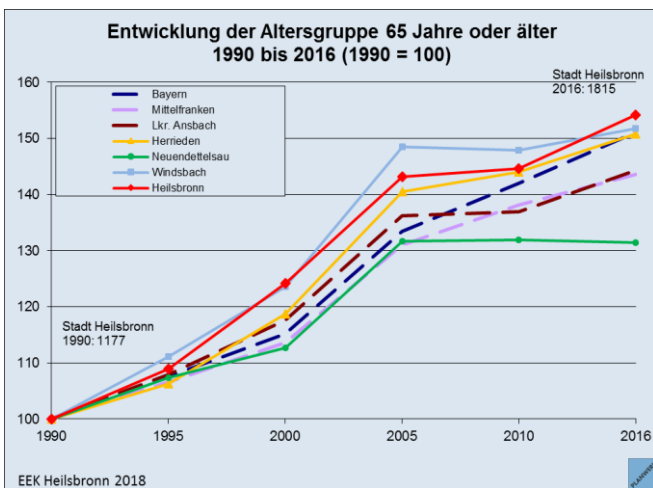


Abbildung 12: Entwicklung der Altersgruppe 65 Jahre oder älter im Vergleich

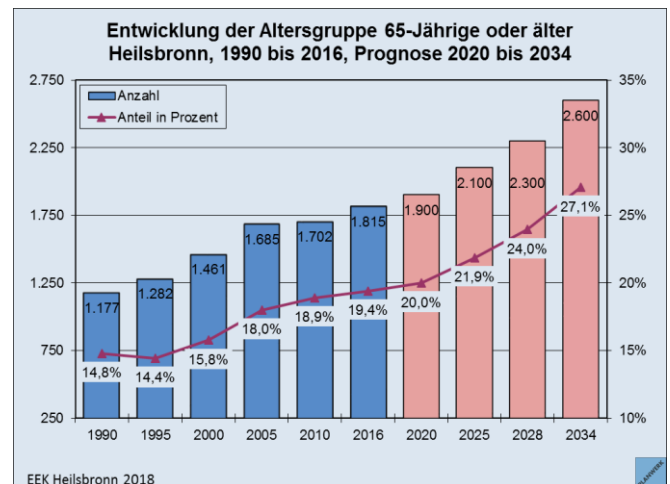


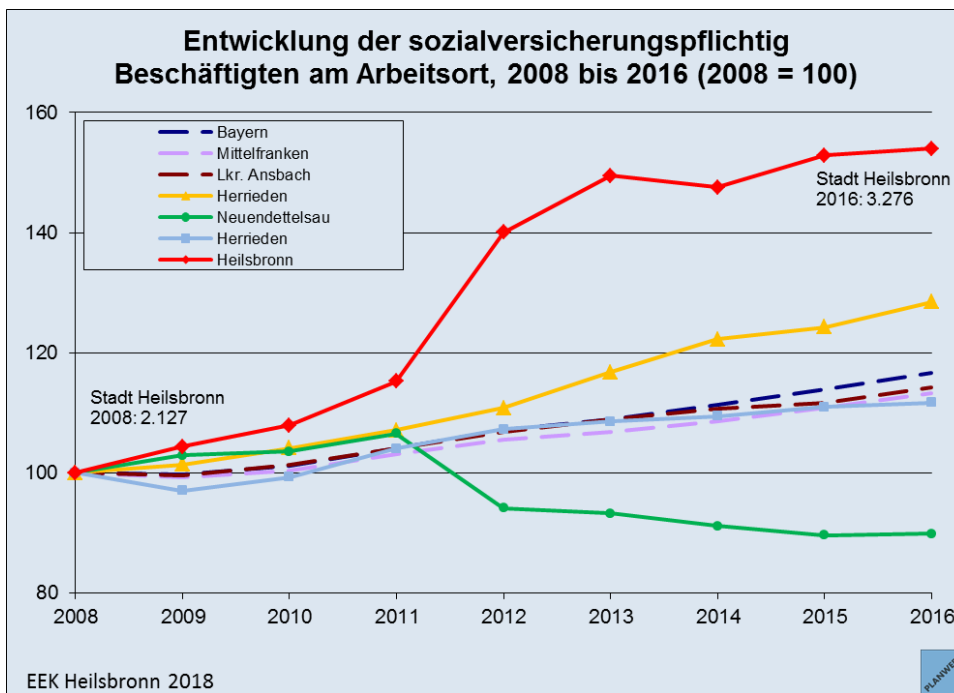
Abbildung 11: Prognose der Altersgruppe 65 Jahre oder älter

Diese Entwicklung - der demografische Wandel - wird sich langfristig auf das Nachfrageverhalten der Bevölkerung bezüglich Einzelhandel und Dienstleistungen auswirken. Ältere Menschen weisen ein anderes Einkaufs- und Mobilitätsverhalten auf als jüngere. Gleichzeitig führt eine steigende Alterung der Bevölke-

rung aber auch zu anderen Bedarfen in Bezug auf weitere Einrichtungen und Angeboten in der Stadt. Somit braucht es zum einen gezielte Planungen von Seiten der Stadt, um für alle Bewohner als Wohn- und Lebensstandort attraktiv zu bleiben. Zum anderen müssen sich auch Einzelhändler und Dienstleister frühzeitig auf die Bedarfe der veränderten Bevölkerung reagieren, bspw. barrierefreie Gestaltung des Zugangs zum Geschäft, Sitzgelegenheiten, etc.

### 2.3.2 Arbeitsplätze und Pendler

Aktuell gibt es in Heilsbronn rd. 3.280 Arbeitsplätze, also sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer am Arbeitsort Heilsbronn (Stand 06.2016).



Insbesondere in den Jahren von 2008 bis 2013 verzeichnet die Kommune ein Wachstum um rd. 50% (+ 1.050 Arbeitsplätze). Seit 2013 ist die Wachstumsdynamik geringer, dennoch steigt die Anzahl der Arbeitsplätze weiter. Im Vergleich weist die Stadt Heilsbronn in den vergangenen Jahren ein deutlich höheres Wachstum an Arbeitsplätzen auf.

60% der Arbeitsplätze in Heilsbronn sind dem Wirtschaftsbereich „Produzierendes Gewerbe“ zuzuordnen. Dieser Sektor hat insbesondere seit 2011 einen enormen Anstieg an Arbeitsplätzen erlebt.

Wenn auch nur gering, haben ebenso die Wirtschaftsbereiche Handel, Verkehr, Gastgewerbe sowie Unternehmensdienstleister und öffentliche und private Dienstleister ein Wachstum verzeichnen können.

Abbildung 13: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort, 2008 - 2016



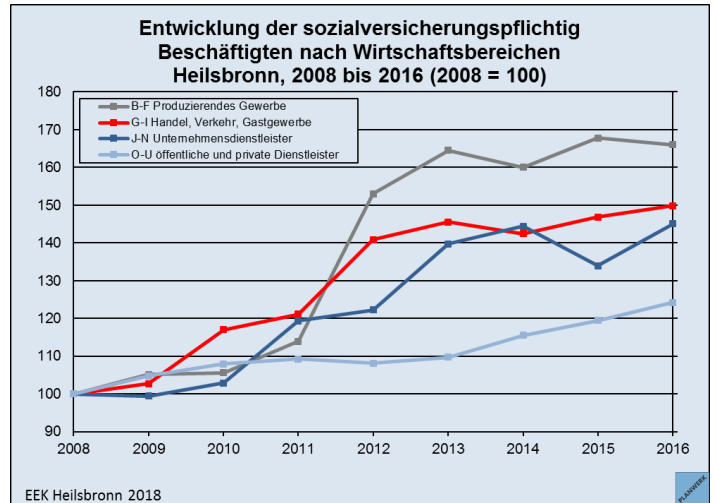
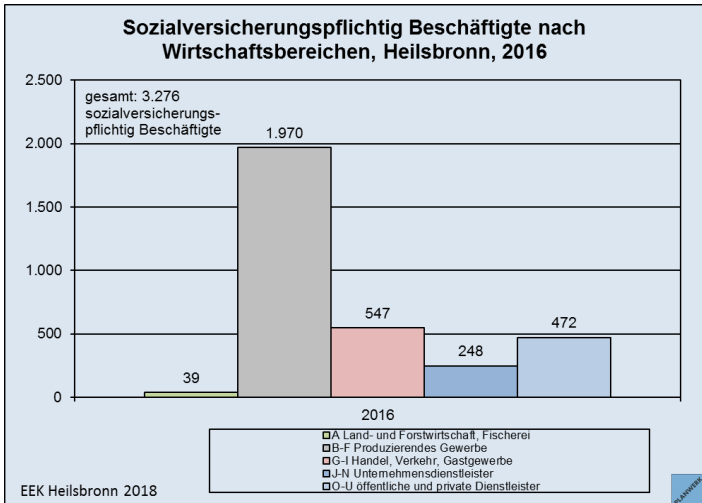


Abbildung 14: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort nach Wirtschaftsbereichen (absolut)

Abbildung 15: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort (Prozent)

Im Jahr 2017 gab es insgesamt rd. 3.000 Berufsauspendler aus der Stadt Heilsbronn. Das entspricht drei Viertel (75%) der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Wohnort Heilsbronn. Allein 866 Auspendler haben die Stadt Nürnberg als Pendlerziel. Weitere Arbeitsorte der Heilsbronner sind die Stadt Ansbach, die Gemeinde Neuendettelsau sowie die Stadt Fürth.

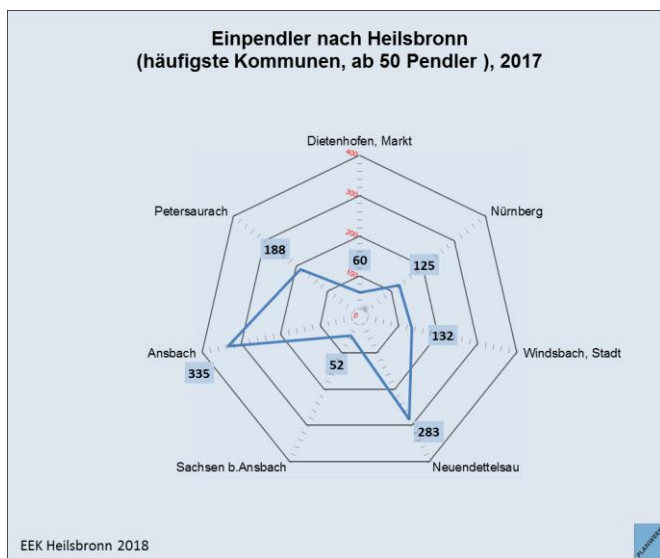


Abbildung 16: Einpendler nach Heilsbronn

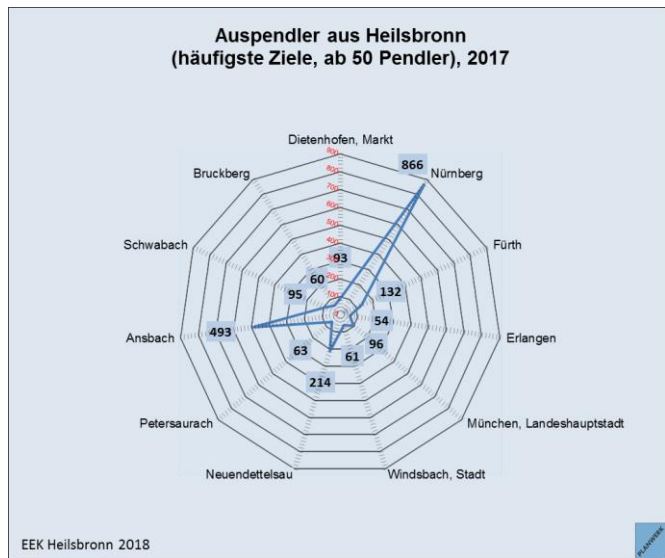


Abbildung 17: Auspendler aus Heilsbronn

Hingegen pendeln rd. 2.000 Berufstätige in die Stadt Heilsbronn. Somit sind rd. 60% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort Heilsbronn in einer Nachbarkommune wohnhaft. Die meisten Einpendler wohnen in der Stadt Ansbach oder den umliegenden Kommunen des Landkreises Ansbach.

	Arbeitsplätze (sozialversicherungspfl. Beschäftigte am Arbeitsort)	EiPendler	Anteil	Beschäftigte am Wohnort (sozialversicherungspfl.)	Auspendler	Anteil
Herrieden	3.900	2.800	72%	3.400	2.300	68%
Neuendettelsau	3.200	2.200	69%	3.200	2.100	66%
Windsbach	1.400	900	64%	2.600	2.000	77%
Heilsbronn	3.300	2.000	61%	4.000	3.000	75%

Abbildung 18: Vergleich der sozialversicherungspfl. Beschäftigten zu Pendlerzahlen, 2017

Somit ist die Stadt Heilsbronn v.a. für Leute, die in den umliegenden Städten ihren Arbeitsplatz haben ein attraktiver Wohnort.

### 3 Planungsvorgaben

#### 3.1 Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP)

Zum 01.03.2018 ist die Teilfortschreibung des Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) in Kraft getreten.

Gemäß dem LEP bildet die Stadt Heilsbronn gemeinsam mit der Gemeinde Neuendettelsau und der Stadt Windsbach ein gemeinsames Mehrfach-Mittelzentrum. Dieses wiederum liegt in einem Teilraum mit besonderem Handlungsbedarf, der Kreisregion Ansbach.

Grundlegend wird einem Mittelzentrum die Funktion zur Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs zugeschrieben (LEP 2018 2 Raumstruktur, Grundsatz 2.1.7). Teilräume mit wirtschaftsstrukturellen oder sozioökonomischen Nachteilen sowie Teilräume, in denen eine nachteilige Entwicklung zu befürchten ist, werden unabhängig von der Festlegung als Verdichtungsraum oder ländlicher Raum als Teilräume mit besonderem Handlungsbedarf festgelegt (LEP 2018 2 Raumstruktur, Ziel 2.2.3). Die Festlegung erfolgt auf Ebene der Landkreise und kreisfreien Städten, wobei kreisfreie Städte unter 100.000 Einwohnern mit dem umgebenden Landkreis zusammengefasst werden. In Teilräumen mit besonderem Handlungsbedarf gilt das Vorrangprinzip bei raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen (LEP 2018 2 Raumstruktur, Ziel 2.2.4).

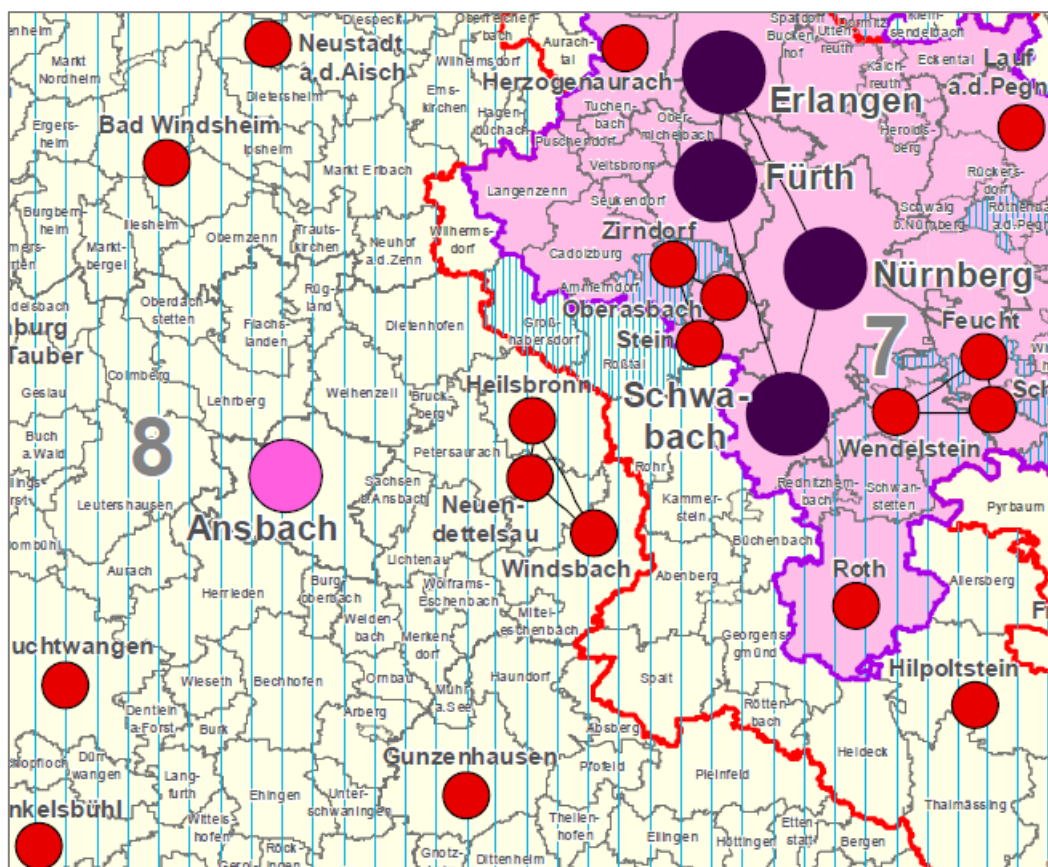


Abbildung 19: Ausschnitt aus der LEP-Teilfortschreibung (Stand: 1.3.2018)

Die nächstgelegenen zentralen Orte zu Heilsbronn bilden das Oberzentrum Ansbach, das Mehrfach-Mittelzentrum Zirndorf-Oberasbach-Stein und die Metropole Nürnberg-Erlangen-Fürth-Schwabach.

Im Hinblick auf die zentralen Orte formuliert die Teilfortschreibung 2018 u.a. folgende Ziele und Grundsätze mit Relevanz für die Stadt Heilsbronn:

- Zentrale Orte sollen überörtliche Versorgungsfunktionen für sich und andere Gemeinden wahrnehmen. In ihnen sollen überörtliche Einrichtungen der Daseinsvorsorge gebündelt werden (LEP 2018, 2 Raumstruktur, Ziel 2.1.3).
- Die Versorgung der Bevölkerung mit zentralörtlichen Einrichtungen ist durch Zentrale Orte folgender Stufen zu gewährleisten: Grundzentrum, Mittelzentrum, Oberzentrum, Regionalzentrum und Metropolen (LEP 2018, 2 Raumstruktur, Ziel 2.1.2).
- Die zentralörtlichen Einrichtungen sind in der Regel in den Siedlungs- und Versorgungskernen der zentralen Orte zu realisieren (LEP 2018, 2 Raumstruktur, Ziel 2.1.3)
- Die als Mittelzentren eingestuftten Gemeinden, die Fachplanungsträger und die Regionalen Planungsverbände sollen drauf hinwirken, dass die Bevölkerung in allen Teilräumen mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt wird (LEP 2018, 2 Raumstruktur, Grundsatz 2.1.7)
- Mit der Festlegung zwei oder mehr Gemeinden zu einem Zentralen Doppel- oder Mehrfachort soll eine bestehende oder künftige interkommunale Zusammenarbeit besonders berücksichtigt werden (LEP 2018, 2 Raumstruktur, Grundsatz 2.1.11). Folgende Grundsätze sind dabei zu beachten:
  - Die Zentralen Doppel- oder Mehrfachorte sollen den zentralörtlichen Versorgungsauftrag gemeinsam wahrnehmen.
  - Zwischen den Teilorten eines Doppel- oder Mehrfachortes soll auf eine leistungsfähige Verbindung mit dem öffentlichen Personennahverkehr hingewirkt werden.
- Für Teilräume mit besonderem Handlungsbedarf gilt das Vorrangprinzip (Z 2.2.4). Diese vorrangige Entwicklung trifft auf folgende Bereiche zu:
  - Planungen und Maßnahmen zur Versorgung mit Einrichtungen der Daseinsvorsorge
  - Ausweisung räumlicher Förderschwerpunkte sowie diesbezüglicher Fördermaßnahmen
  - Verteilung der Finanzmittel
- Zentrale Orte in Teilräumen mit besonderem Handlungsbedarf werden festgelegt, wenn diese die erforderlichen Versorgungsfunktionen nur zum Teil erfüllen, aber für ein ausreichend dichtes Netz an zentralörtlicher Versorgung auf der jeweiligen Stufe erforderlich sind. Die so eingestuftten Ge-

meinden, die Fachplanungsträger und die Regionalen Planungsverbände sollen darauf hinwirken, dass diese Zentralen Orte ihre Versorgungsfunktion umfassend wahrnehmen können (LEP 2018, 2 Raumstruktur, Grundsatz 2.1.12)

Das LEP 2018 erläutert, dass das Zentrale-Orte-System durch die Bündelung der zentralörtlichen Einrichtungen in den zentralen Orten (räumliche Bündelungsfunktion) und deren Konzentration in den Siedlungs- und Versorgungskernen der zentralen Orte, verbunden mit einer guten Erreichbarkeit, unter wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Gesichtspunkten Vorteile bietet für

- die Bürger (kurze Wege bei Nutzung mehrerer Einrichtungen),
- die Anbieter der Einrichtungen (erhöhte Attraktivität der zentral-örtlichen Einrichtung),
- die ÖPNV-Betreiber (Bündelung des Nachfragepotenzials),
- die Umwelt (weniger Verkehr, geringere Freiflächeninanspruchnahme) sowie
- Wirtschaft und Unternehmen (Fühlungsvorteile).

Nach den Bestimmungen des LEP 2018 dürfen Flächen für Betriebe im Sinn des §11 Abs.3 Satz 1 der Baunutzungsverordnung sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) nur in zentralen Orten ausgewiesen werden (LEP 2018, 5 Wirtschaft, Ziel 5.3.1). Damit kommt die Stadt Heilsbronn grundsätzlich für die Ansiedlung in Betracht.

Bei Einzelhandelsgroßprojekten im Sinne von § 11 (3) BauNVO handelt es sich um Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe sowie sonstige großflächige Handelsbetriebe, deren Realisierung nicht nur unwesentliche Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung des Ortes haben kann. Nach der Teilfortschreibung des LEP 2018 sind Einzelhandelsgroßprojekte außerdem Agglomerationen von jeweils für sich betrachtet nicht-großflächigen Einzelhandelsbetrieben in räumlich-funktionalem Zusammenhang, die überörtlich raumbedeutsam sind.

Auswirkungen im Sinne von § 11 (3) BauNVO sind in der Regel anzunehmen, wenn das Vorhaben eine Bruttogeschossfläche von 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet. Als großflächig gelten in der Regel Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m<sup>2</sup>.

Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen (LEP 2018, 5 Wirtschaft, Ziel 5.3.2). Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht we-



sentlich beeinträchtigt werden (LEP 2018, 5 Wirtschaft, Ziel 5.3.3).

Laut Erläuterung des LEP 2018 dient die städtebauliche Integration von Einzelhandelsgroßprojekten einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung. Sie trägt darüber hinaus zum Schutz des Orts- und Landschaftsbildes und zu einer Minimierung der Freiflächeninanspruchnahme bei und ist damit Ausdruck einer nachhaltigen Siedlungsentwicklung. Zugleich werden auch die Innenstädte, Ortskerne und Stadtteilzentren in ihrer Funktionsvielfalt gestärkt und motorisierter Individualverkehr vermieden.

### 3.2 Regionalplan

Die Regionalpläne sollten innerhalb von drei Jahren an das zum 1. September 2013 in Kraft getretene Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) angepasst werden. Dies gilt auch für den Regionalplan für die Region Westmittelfranken (8).

Im bislang gültigen, noch nicht an das LEP 2013 bzw. 2018 angepassten Regionalplan für die Region Westmittelfranken (8) wird die Stadt Heilsbronn noch als Unterzentrum entlang der Entwicklungsachse mit überregionaler Bedeutung zwischen Ansbach und Nürnberg (Raumstruktur, Karte 1, 2000) eingestuft. Bis zur Fortschreibung hat der Regionalplan aber weiterhin Gültigkeit.

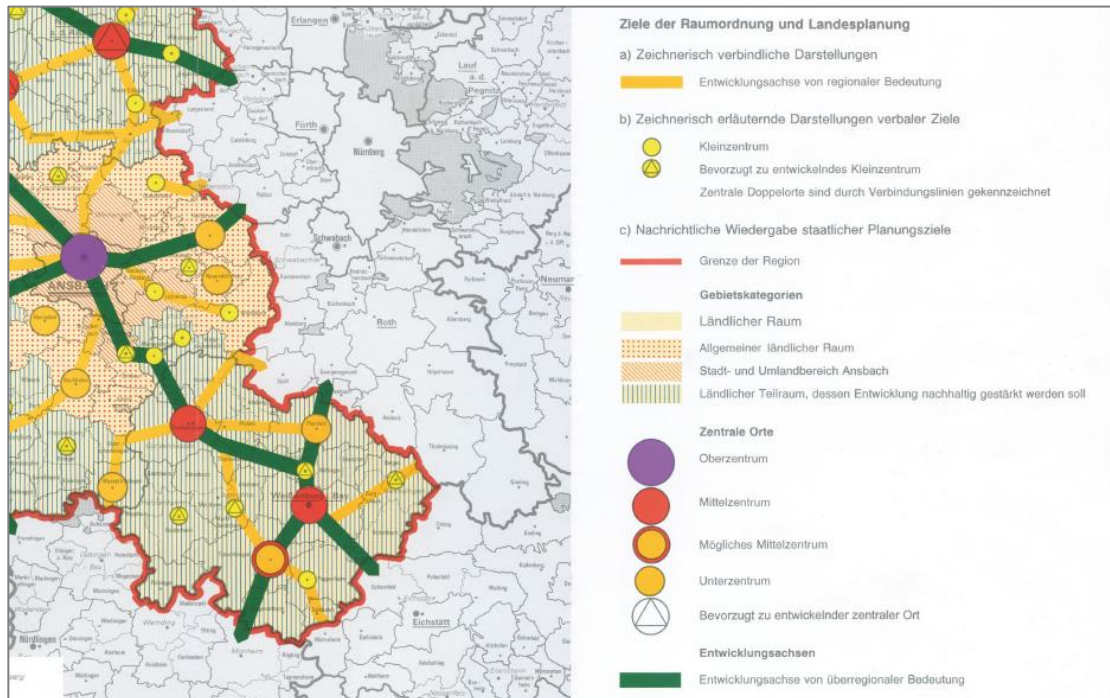


Abbildung 20: Regionalplan Region Westmittelfranken (8) Raumstruktur Karte 1, 2000

Die Unterzentren der Region haben die Aufgabe, die Einrichtungen zur Deckung des Grundbedarfs in wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Hinsicht für die Bevölkerung ihres Verflechtungsbereichs bereitzustellen.

Für das Unterzentrum Heilsbronn gelten nach Regionalplan folgende Ziele:

- Dauerhafte Sicherung der Einzelhandelszentralität (Zentrale Orte AIII, 2008, Ziel 2.2.1),
- Dauerhafte Sicherung der Arbeitsplatzzentralität (s.ebd., Ziel 2.2.2),
- Dauerhafte Sicherung der Versorgungszentralität durch die Ausstattung mit den Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs (s.ebd., Ziel 2.2.3).

Die Unterzentren unterscheiden sich von den Kleinzentren vor allem durch ein größeres und vielfältigeres Angebot an zentralörtlichen Einrichtungen des Grundbedarfs (qualifizierter Grundbedarf) und an Arbeitsplätzen. Heilsbronn weist entsprechende Kriterien auf:

- Einzelhandelszentralität: Einzelhandelsumsatz 1999 von 25 Mio. Euro (GfK-Schätzung),
- Arbeitsplatzzentralität: mind. 2.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und mind. 1.200 sozialversicherungspflichtig beschäftigte Einpendler
- Versorgungszentralität: Heilsbronn verfügt über entsprechend zusätzliche Einrichtungen, wie
  - o Allgemeine Dienste (Post, Bank),
  - o Gesundheit (Arzt, Zahnarzt, Facharzt, Apotheke),
  - o Soziales (ambulanter Pflegedienst, Altenpflegeheim),
  - o Bildung (Grundschule, Hauptschule),
  - o ÖPNV (Bushaltestelle, Bahnhof),
  - o Behörden (Sitz einer Verwaltungsgemeinschaft, Polizeiinspektion).

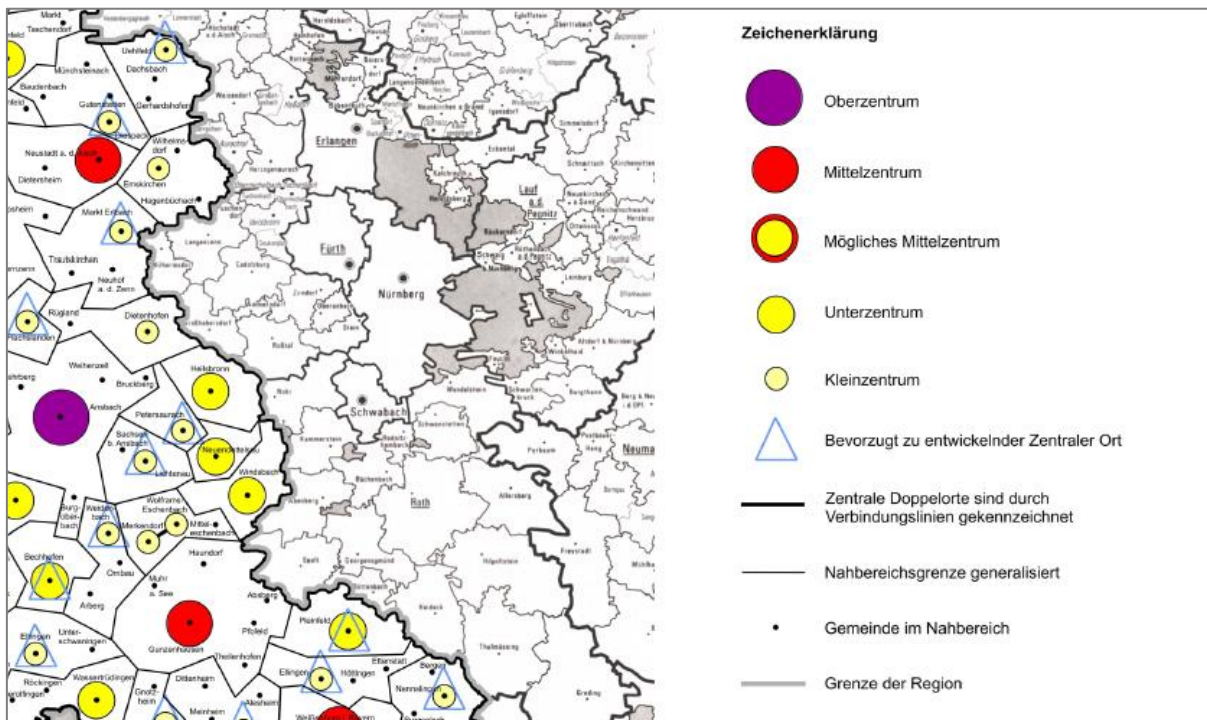


Abbildung 21: Regionalplan Region Westmittelfranken (8) Zentrale Orte und Nahbereiche Begründungskarte 3, 2005



### 3.3 Kommunale Bauleitplanung

Das Baugesetzbuch (BauGB) ermächtigt die Städte und Gemeinden, die bauliche und sonstige Nutzung von Grundstücken in ihrem Stadt-/ Gemeindegebiet durch die Aufstellung des Flächennutzungsplans und verbindlicher Bauleitpläne zu steuern, sobald und soweit dies für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung erforderlich ist.

Auch die Entscheidung, ob und in welchem Umfang Flächen des Stadtgebietes zur Unterbringung von Einzelhandelseinrichtungen zur Verfügung gestellt werden, obliegt grundsätzlich der Stadt Heilsbronn. Die Aufstellung eines verbindlichen Bauleitplans (Bebauungsplan) muss aber in jedem Fall städtebaulich gerechtfertigt sein und sollte nachvollziehbar dem planerischen Willen der Stadt entsprechen.

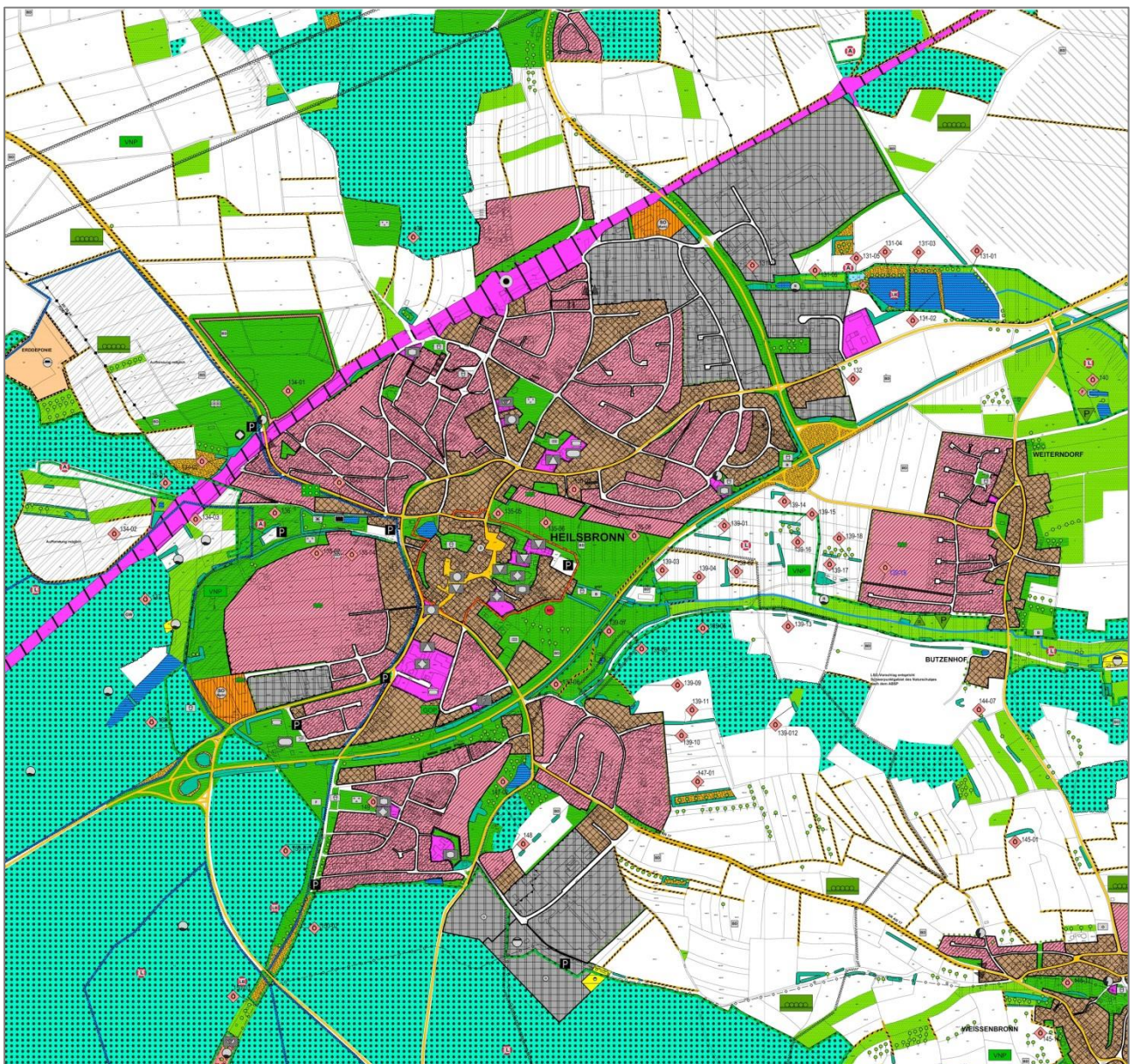


Abbildung 22: Flächennutzungsplan der Stadt Heilsbronn, 2005



Im aktuell gültigen Flächennutzungsplan (FNP) der Stadt Heilsbronn mit der letzten Beschlussfassung vom Jahr 2005 ist die Innenstadt als Mischgebiet (MI) mit der Hauptstraße und dem Marktplatz als örtliche Hauptverkehrsstraße dargestellt. Im Osten des Stadtkerns findet sich Grünfläche mit der Nutzungsregelung ‚Naturdenkmal‘. Der Umgriff um die Innenstadt ist überwiegend als Wohnbaufläche (W) ausgewiesen. Im Nordosten und Südosten des Hauptortes finden sich gewerbliche Flächen (G). An der westlichen Anbacher Straße und an der Industriestraße befindet sich eine Sondergebiet ‚Markt‘ (SO – Markt). Sowohl im innerörtlichen Mischgebiet, als auch im Gewerbe- und Sondergebiet finden sich Einzelhandelsbetriebe.

Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche unterhalb der Großflächigkeitsschwelle sind abhängig von der Art der Nutzung und den Bestimmungen der BauNVO grundsätzlich in allen Baugebieten zulässig oder können ausnahmsweise zugelassen werden.

Der BauNVO liegt dabei die Vorstellung zugrunde, dass sich die Bewohner eines Baugebiets in der Nähe der Wohnung mit Waren des täglichen Bedarfs versorgen können. Dementsprechend werden die Begriffe „der Versorgung des Gebiets dienende Läden“ und „Läden, die zur Deckung des täglichen Bedarfs für die Bewohner des Gebiets dienen“ verwendet.

## 4 Ergebnisse von Befragungen

Im Rahmen der Erhebungen und Analysen zum Einzelhandelsentwicklungskonzept wurden verschiedene Befragungen durchgeführt, deren Resultate im Folgenden dargestellt werden. Die Befragungen umfassen eine Befragung der Einzelhandelsbetriebe einschließlich einzelner Ladendienstleistungsbetriebe, die Bereitschaft dazu zeigten, sowie eine Passantenbefragung an Heilsbronner Einkaufsstandorten.

### 4.1 Befragung Einzelhandel, Ladendienstleistung

Im Zuge der Erfassung des örtlichen Ladenbestandes wurden die Betriebe – soweit sie anzutreffen waren und Bereitschaft bestand – in einem Kurzinterview befragt. Insbesondere wurde mit den Inhabern die „harten Fakten“ gemeinsam aufgenommen (Verkaufsfläche, Sortimente); zudem wurden die Inhaber gebeten, eine Bewertung zur Gesamtstadt Heilsbronn, zur Innenstadt sowie zum eigenen Standort als zukünftiger Gewerbestandort abzugeben; weiter wurde nach der unternehmerischen Zukunftsplanung gefragt.

Mit etlichen Innenstadt-Geschäften und –betrieben konnten im Rahmen des Betriebschecks durch das Citymanagement tiefergehende Gespräche zum Geschäft geführt werden. Die Ergebnisse / Erkenntnisse aus den Gesprächen wurden anonymisiert in das Einzelhandelsentwicklungskonzept mit eingearbeitet.

#### 4.1.1 Befragte Betriebe

Insgesamt wurden in der Stadt Heilsbronn 149 relevante Betriebe einschließlich Einzelhandelsbetriebe, Ladendienstleister, Gastronomiebetriebe, Handwerker mit Kundenverkehr sowie gewerblicher Leerstände erfasst. Davon konnten 48 Betriebe befragt werden, bei denen es sich überwiegend um Einzelhandelsbetriebe handelt.

Differenziert nach relevanten Einkaufsbereichen in der Stadt Heilsbronn ergibt sich folgende Verteilung der befragten Betriebe:

- Altstadt: 19
- Übriges Stadtgebiet inkl. Ortsteile: 29

#### 4.1.2 Bewertung des Standortes

Im Zuge der Befragung wurde eine differenzierte Standortbewertung durch die Betriebe durchgeführt. Die Befragten sollten die Zukunft des Standortes Heilsbronn allgemein, der Innenstadt Heilsbronn und im speziellen den eigenen Unternehmensstandort, d.h. die Lage, die Straße bzw. der Bereich, beurteilen. Die Interviewpartner konnten jeweils zwischen sechs Kategorien von 1= sehr gut bis 5 = sehr schlecht sowie ‚weiß nicht‘ wählen.

##### Heilsbronn als Gewerbestandort allgemein

Eine Bewertung des Gewerbestandortes Heilsbronn haben insgesamt 41 Befragte eine Beurteilung genannt. Die Prozentzahlen beziehen sich auf die Gesamtheit der gegebenen Antworten.



Aus der Grafik geht deutlich hervor, dass die Mehrheit der Betriebe den Gewerbestandort Heilsbronn positiv bewerten: 5% mit ‚sehr gut‘ und 54 % mit ‚eher gut‘.

Ein Fünftel (19%) der befragten Einzelhändler und Ladendienstleister haben eine neutrale Haltung gegenüber der Zukunft Heilsbronn. Rd. 22% der Befragten bewertet die Zukunft des Gewerbestandortes eher negativ.

Im Vergleich zur Befragung zum EEK 2010 beurteilen alle befragten Betriebe

Abbildung 23: Bewertung des Gewerbestandortes Heilsbronn allgemein

heute den Gewerbestandort Heilsbronn positiver (EEK 2010: 36% ‚eher gut‘).

Insgesamt ergibt sich auf einer Skala von 1(sehr gut) bis 5 (sehr schlecht) ein Mittelwert von 2,7.

Differenziert nach Einkaufsbereichen bewerten die befragten Betriebe in der Altstadt Heilsbronns die Zukunft Heilsbronns als Gewerbestandort eher negativer (Mittelwerte 2,9), als die Betriebe an den Standorte außerhalb der Altstadt (Mittelwert 2,5).



Abbildung 24: Bewertung des Gewerbestandortes Heilsbronn allgemein, Betriebe in der Altstadt



Abbildung 25: Bewertung des Gewerbestandortes Heilsbronn allgemein, Betriebe außerhalb der Altstadt

Neben der quantitativen Bewertung mittels Benotung hatten die befragten Einzelhändler und Ladendienstleister auch die Möglichkeit zur qualitativen Bewertung des Standortes Heilsbronn allgemein, der Innenstadt sowie des eigenen Unternehmerstandortes als Gewerbestandorte. In den folgenden Grafiken sind die positiven Nennungen grün und die Negativen rot markiert.

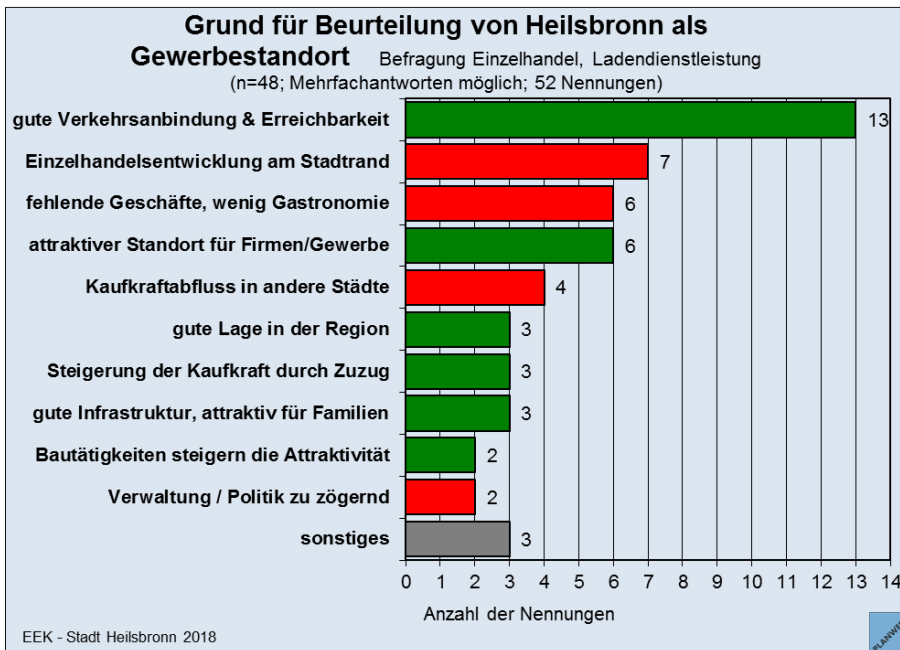


Abbildung 26: Grund für Beurteilung von Heilsbronn als Gewerbestandort  
 bronns.

Die positive Beurteilung Heilsbronn als Gewerbestandort wird überwiegend durch die gute Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit begründet. Zudem wird die Stadt als attraktiver Wirtschaftsstandort für Firmen und Gewerbe sowie als Wohnstandort für Familien gesehen.

Negative Aspekte beziehen sich überwiegend auf die Einzelhandelsentwicklung am Stadtrand sowie das Wegfallen von Geschäften und Gastronomiebetrieben in der Innenstadt Heils-

### Innenstadt Heilsbronn als Gewerbestandort

Negativer fällt die Bewertung der Zukunft der Innenstadt als Gewerbestandort aus. Hierzu gaben drei Befragte keine Beurteilung und fünf Personen konnten/wollten keine Einschätzung treffen.



Insgesamt bewerten 85% der befragten Einzelhändler und Ladendienstleister die Zukunft der Innenstadt als Gewerbestandort mit ‚eher schlecht‘ bis ‚sehr schlecht‘. Lediglich 15% der Befragten sehen den Gewerbestandort Innenstadt neutral bis positiv.

Für den Gewerbestandort Innenstadt Heilsbronn ergibt sich somit ein Mittelwert von 4,1.

Abbildung 27: Bewertung der Innenstadt als Gewerbestandort

Unterschieden nach Einkaufsbereichen reicht der Mittelwert von 3,9 (befragte Betriebe in der Altstadt) bis 4,2 (befragte Betriebe außerhalb der Altstadt).



Abbildung 28: Bewertung der Innenstadt als Gewerbestandort, Betriebe in der Altstadt



Abbildung 29: Bewertung der Innenstadt als Gewerbestandort, Betriebe außerhalb der Altstadt

Diese Bewertung unterscheidet sich deutlich von den Ergebnissen des Einzelhandelsentwicklungskonzepts aus dem Jahr 2010. Damals bewerteten die befragten Betriebe der Altstadt die Situation in der Innenstadt Heilsbronn überwiegend positiv, mit 75 % ‚eher gut‘. Lediglich 10% beurteilten die Altstadt als Gewerbestandort mit ‚eher schlecht‘. Es gab keine Nennungen mit ‚sehr schlecht‘.

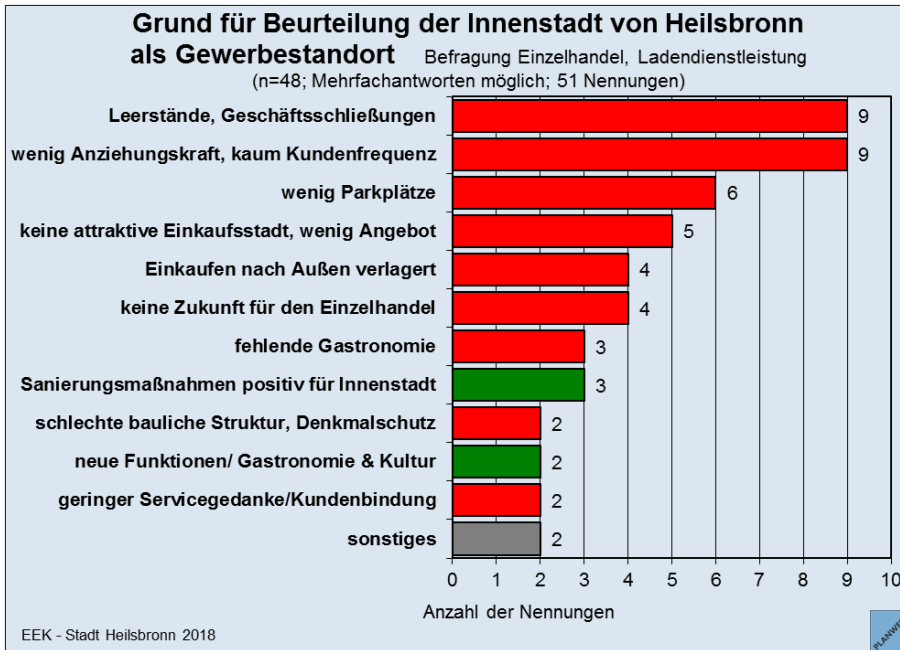


Abbildung 30: Grund für Beurteilung der Innenstadt von Heilsbronn als Gewerbestandort

Die befragten Betriebe nannten verschiedene Gründe zur eher negativen Bewertung des Gewerbestandortes Innenstadt Heilsbronn.

Insbesondere die Geschäftsschließungen in den vergangenen Jahren sowie die leerstehenden Ladengeschäfte in der Altstadt werden als negative Aspekte gesehen sowie die geringe Anziehungskraft und Kundenfrequenz in der Innenstadt.

Die Innenstadt Heilsbronn wird als unattraktiver Einkaufsstandort mit wenigen Angeboten und zu wenigen

Parkplätzen beurteilt. Einige Interviewpartner sehen in der Altstadt Heilsbronns keine Zukunft mehr für den Einzelhandel

Allein einzelne Betriebe mit Geschäftsstandort Innenstadt äußern positive Aspekte, wie die Sanierungsmaßnahmen im Altstadtbereich und die Möglichkeiten für neue Funktionen, Gastronomiebetriebe und Kulturangeboten.

### Eigener Gewerbestandort

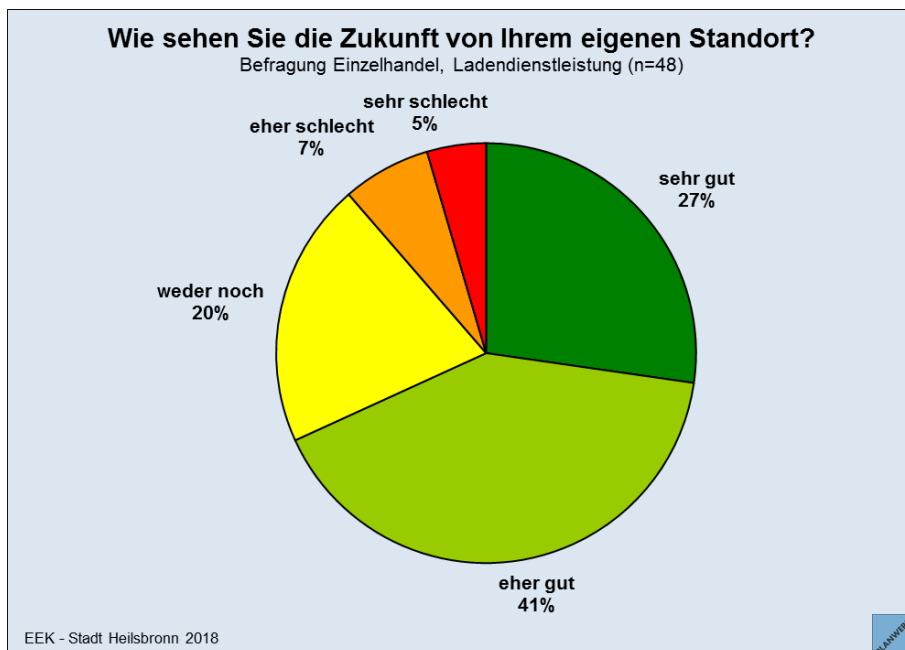


Abbildung 31: Bewertung des eigenen Gewerbestandortes

Ein anderes Bild stellt sich bei der Beurteilung des eigenen Standortes als Gewerbestandort dar, hier haben nur drei Betriebe keine Bewertung abgegeben.

Der eigene Standort wird überwiegend positiv bewertet: 27% mit ‚sehr gut‘ und 41% mit ‚eher gut‘.

Weitere 20% sehen die Zukunft ihres Standortes eher neutral, insgesamt 12% bewerten ihren Standort eher negativ.

Als Mittelwert zur Bewertung des eigenen Standortes ergibt sich eine 2,2.

Differenziert nach Einkaufsstandorten zeigen sich deutliche Unterschiede in der Bewertung der Zukunft des eigenen Standortes. Die befragten Betriebe in der Altstadt sehen die Zukunft ihres eigenen Gewerbestandes ‚eher schlecht‘ bis ‚sehr schlecht‘ (Mittelwert 2,7); die Betriebe außerhalb der Altstadt bewerten ihren Gewerbestandort positiver (Mittelwert 1,8).

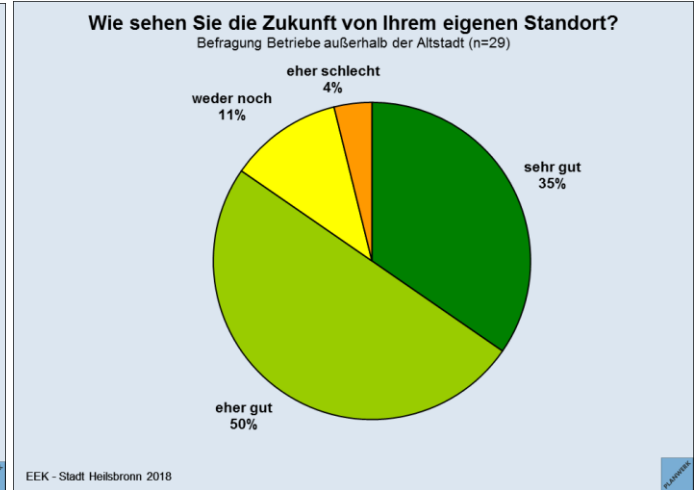
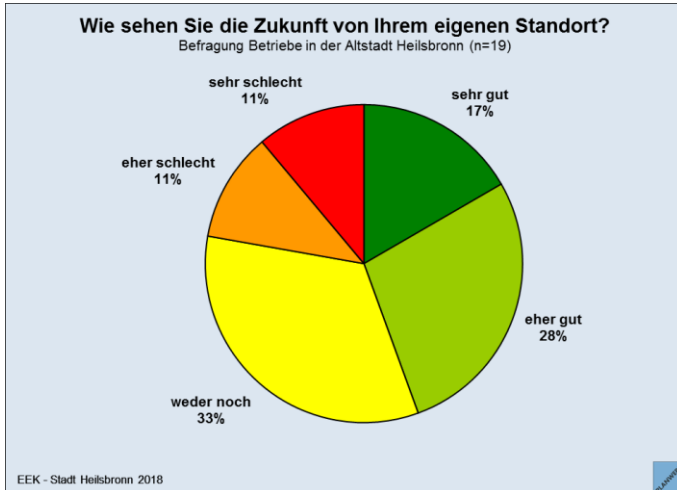
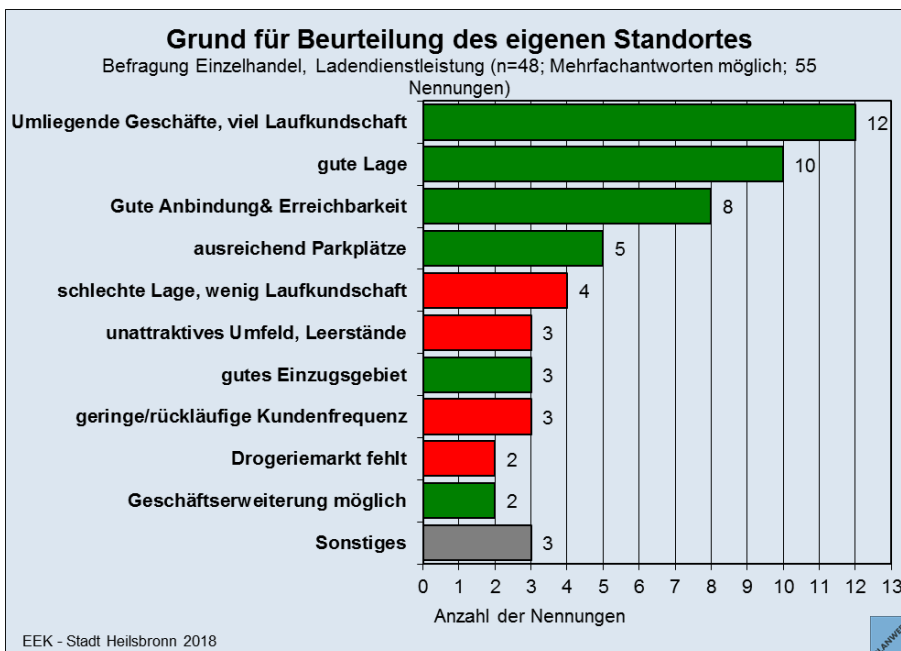


Abbildung 32: Bewertung des eigenen Gewerbestandes, Betriebe in der Altstadt Heilsbronn

Abbildung 33: Bewertung des eigenen Gewerbestandes, Betriebe außerhalb der Altstadt

Vor allem die Unternehmen außerhalb der Altstadt begründen ihre positive Einschätzung zum einen mit den Synergieeffekten mit ihren Nachbargeschäften und –einrichtungen an ihren Standorten sowie die daraus resultierende Laufkundschaft.



Zusätzlich werden die gute Lage, die Anbindung und Erreichbarkeit sowie die ausreichenden Parkplätze in der Nähe des Betriebes als wichtige Standortfaktoren für den Verbleib ihres Geschäftes genannt.

Negative Nennungen, wie die schlechte Lage, wenig Laufkundschaft oder das unattraktive Umfeld und leerstehende Nachbargeschäfte werden überwiegend von befragten Betrieben mit Innenstadt-Lage genannt.

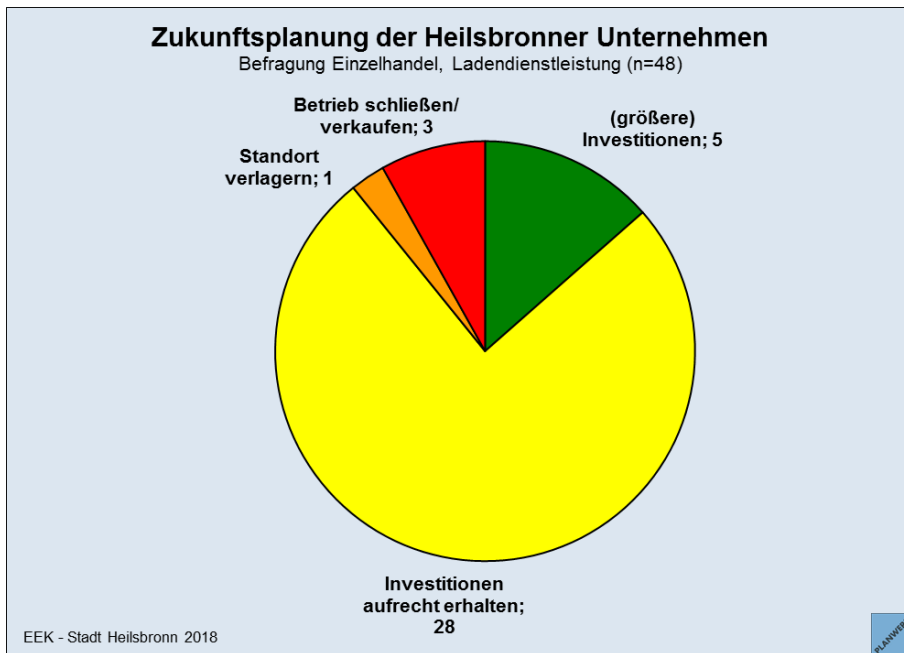
Abbildung 34: Grund für Beurteilung des eigenen Standortes

Im Rahmen des Betriebschecks, durchgeführt im Jahr 2017 vom Citymanagement Heilsbronn, gab jeder Fünfte Gewerbetreibende in der Altstadt an mit seinem Standort zufrieden zu sein. Einige Unternehmer nennen auch die Lage des Geschäfts und die damit verbundene geringe Laufkundschaft als Schwächen ihres Betriebes.



### 4.1.3 Unternehmerische Zukunftsplanung

Im Rahmen der Befragung wurden die Betriebe zu ihren unternehmerischen Planungen für die kommenden fünf Jahre befragt. Elf der Befragten machten dazu keine Antwort.



Insgesamt 28 Unternehmer (rd. 63%) gaben an die derzeitigen Investitionen aufrechterhalten zu wollen.

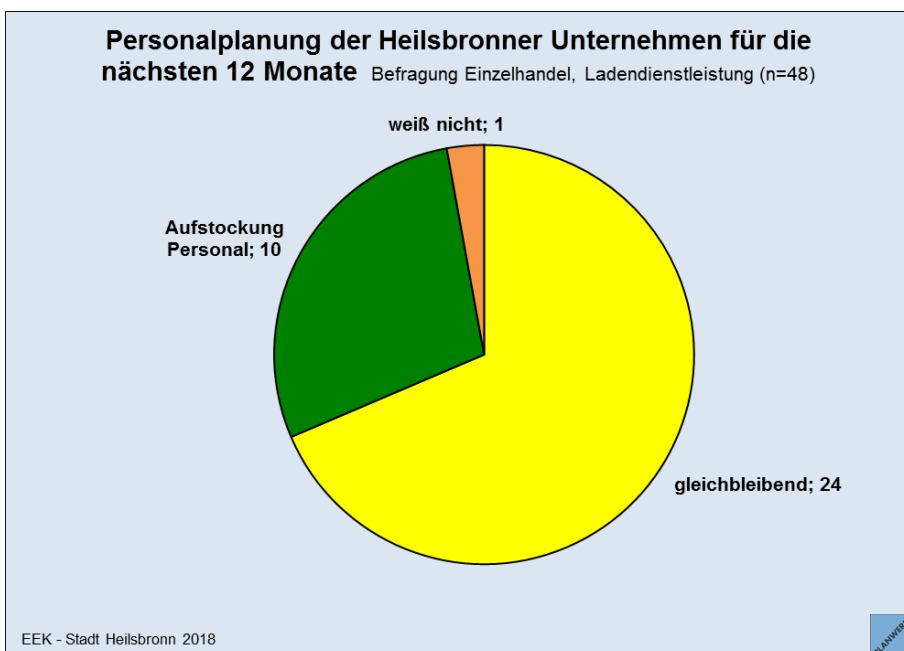
Fünf Betriebe wollen in den kommenden Jahren größere Investitionen vornehmen, durch An- und Ausbau des bestehenden Unternehmens.

Lediglich ein Betrieb plant eine Standortverlagerung aus Heilsbronn aufgrund fehlender Erweiterungsmöglichkeiten. Weitere drei Betriebe werden in den kommenden fünf Jahren das Unternehmen

Abbildung 35: Zukunftsplanung der Heilsbronner Unternehmen

schließen oder verkaufen. Als Grund wird der Mangel an Nachfolgern genannt.

Im Rahmen des Betriebschecks von 2017 wurden die Gewerbetreibenden ebenfalls nach ihren Planungen in den kommenden drei Jahren befragt. Hier gab die Mehrheit an keine Veränderungen vorzunehmen. Vier Betriebe wollen nach der Straßensanierung ihr Unternehmen erweitern, weitere vier werden ihren Betrieb zeitnah an einen Nachfolger übergeben. Lediglich ein Betrieb wird in den kommenden drei Jahren schließen.



Zusätzlich wurden die Betriebe bezüglich ihrer Personalplanung für die kommenden 12 Monate befragt, wozu 13 Interviewpartner keine Antwort gaben.

Von den Befragten, die diese Frage beantworteten, möchte die Mehrheit mit rd. 69% den derzeitigen Personalbestand erhalten (24 Betriebe). Weitere 10 Unternehmen planen ihr Personal in den kommenden Monaten aufzustocken.

Abbildung 36: Personalplanung Heilsbronner Unternehmen



Aus den Gesprächen mit den Interviewpartnern wurde deutlich, dass viele Betriebe ihr Personal eigentlich gern aufstocken möchten doch der Mangel an ausgebildeten Arbeitskräften diese Bedarfe nicht decken kann.

## 4.2 Passantenbefragung

Ein weiterer Baustein der Datenerhebung ist eine Passanten- / Kundenbefragung, die an vier Standorten in der Stadt durchgeführt wurde. Insgesamt haben 305 Interviews, verteilt auf folgende Standorte, stattgefunden:

- Innenstadt Heilsbronn: 81
- Gebiet um REWE, Aldi: 104
- Gebiet um Norma: 87
- Gebiet um Netto: 33

In diesem Befragungsbaustein wurden zum einen Einschätzungen der Passanten bzw. Kunden bezüglich des Standortes Heilsbronn und zum anderen die Verhaltensweisen hinsichtlich ihres Einkaufs abgefragt.

### 4.2.1 Struktur der Passanten / Kunden

Die Struktur der befragten Passanten bzw. Kunden unterscheidet sich von der Struktur der Gesamtbevölkerung Heilsbronn und Umgebung; insbesondere im Vergleich mit den statistischen Daten der Alters- und Haushaltsstruktur finden sich Differenzen.

Personen der Altersgruppe ‚ab 65 Jahren und älter‘ sind in der Passantenbefragung mit rd. 38% deutlich überrepräsentiert (Altersstruktur 2016: 19,4%), hingegen sind Jugendliche ‚unter 18 Jahre‘ mit nur 1% sehr gering repräsentiert (Altersstruktur 2016; 17,7%).

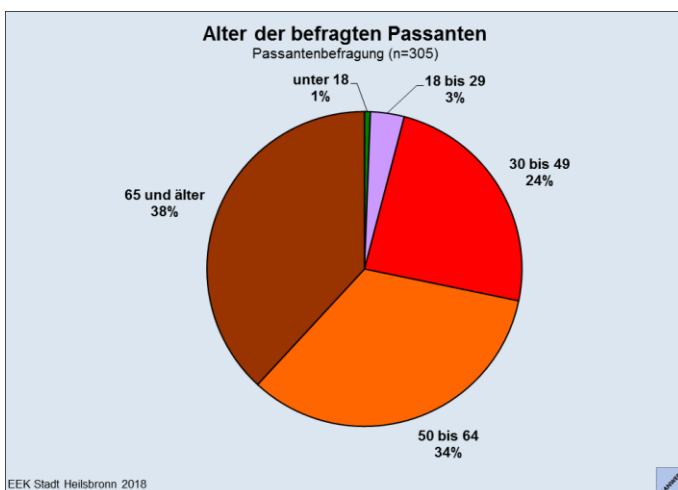


Abbildung 37: Alter der befragten Passanten

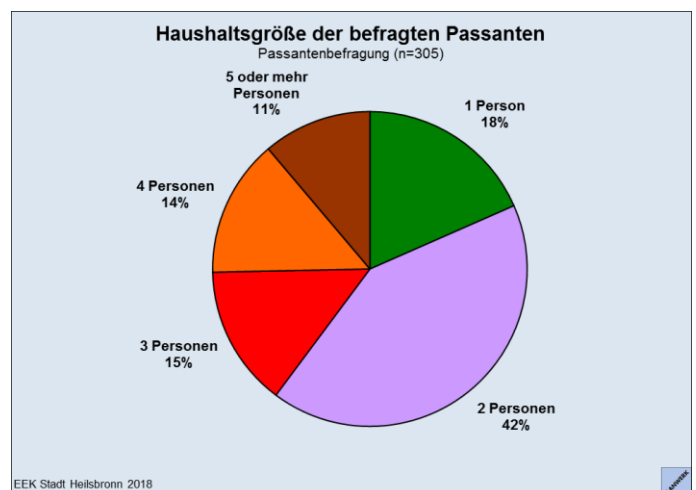
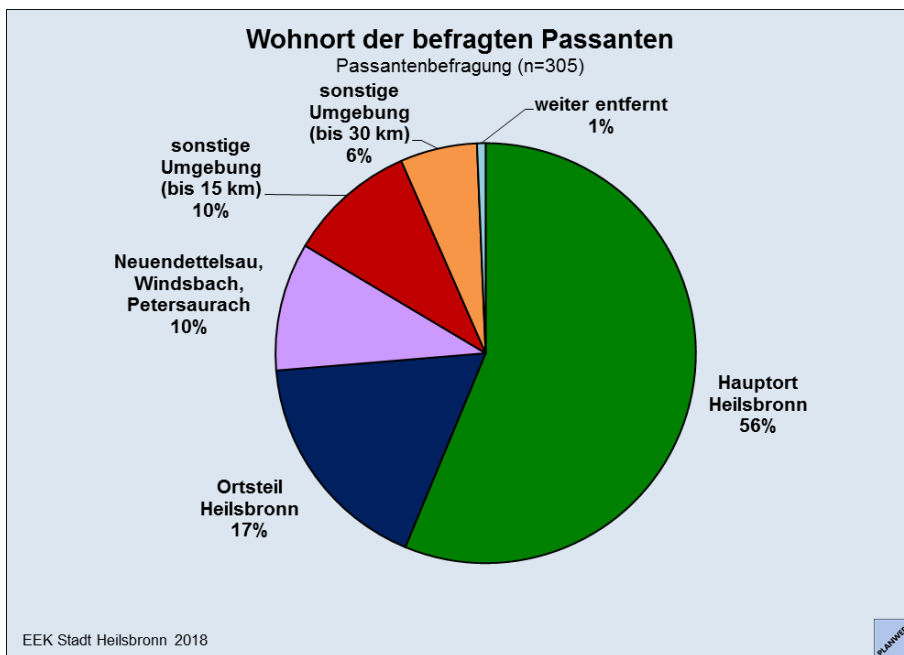


Abbildung 38: Haushaltsgröße der befragten Passanten

Da die Haushaltsgröße das Kaufverhalten beeinflusst, wurden die interviewten Passanten bzw. Kunden diesbezüglich befragt. Rd. 42% der Befragten gaben an in einem 2-Personen-Haushalt und 18% in einem Einpersonenhaushalt zu leben. Dies unterscheidet sich von den statistischen Zensus-Daten aus dem Jahr 2011 des statistischen Bundesamtes, wonach in Heilsbronn 36% Einpersonenhaushalte und 29% 2-Personen-Haushalte leben.

Bei den befragten Passanten bzw. Kunden liegt der Anteil der Frauen mit 62% deutlich über dem Anteil der Männer (38%). Aufgrund der angetroffenen Gesamtheit der Passanten bzw. Kunden entspricht dieser Anteil etwa der Situation der Passanten bzw. Kunden in der Stadt Heilsbronn.

Von befragten Passanten bzw. Kunden wohnt mehr als die Hälfte mit 56% im Hauptort Heilsbronn. Weitere 17% sind in einem der Ortsteile Heilsbronns wohnhaft, wobei hier wiederum die Mehrheit aus den Ortsteilen Bonnhof, Weißenbronn und Weiterndorf stammen. Die übrigen Passanten bzw. Kunden stammen überwiegend aus Gemeinden und Städten aus der näheren Umgebung.



Diese Verteilung zwischen Einheimischen und Auswärtigen entspricht in etwa der Passantenbefragung aus dem Jahr 2010 (51 % aus dem Hauptort Heilsbronn, 14% aus einem Heilsbronner Ortsteil, 35% von außerhalb; Einzelhandelskonzept PLANWERK).

An allen Befragungsstandorten überwiegt der Anteil der Befragten, die aus der Stadt Heilsbronn oder einen der Ortsteile kommen.

Am Standort Rewe/Aldi ist jedoch das Verhältnis der Passanten bzw. Kunden

aus Heilsbronn oder aus einer anderen Gemeinde/Stadt stammend nahezu gleichverteilt: 56% aus Heilsbronn, 44% aus einer anderen Kommune. Der ermittelte Wert Auswärtiger / Einheimischer entspricht in etwa der Zahl aus dem Jahr 2010 (35% Auswärtige; Einzelhandelskonzept PLANWERK).

Die Verteilung findet vor allem bei der Bewertung und Analyse der Kaufkraftbindung und der Kaufkraftpotenziale Eingang.

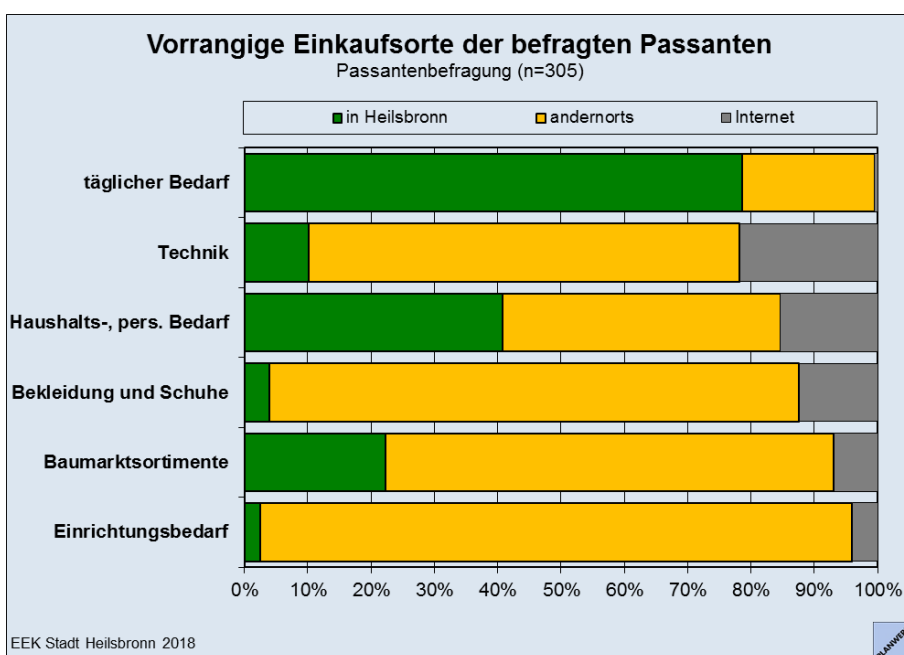
Abbildung 39: Wohnort der befragten Passanten

## 4.2.2 Heilsbronn als Einkaufsstandort

Eine wichtige Erkenntnis aus der Passantenbefragung bildet die Auswertung des räumlichen Einkaufsverhaltens der befragten Personen.

Differenziert nach Sortimentsgruppen wurden die Passanten bzw. Kunden befragt wo sie die Produkte vorrangig einkaufen. Hierbei konnten die Befragten zwischen den Optionen Heilsbronn, andernorts oder Internet wählen.

Produkte des täglichen Bedarfs werden von rd. 79% der befragten Personen vorrangig in der Stadt Heilsbronn gekauft. In anderen Sortimentsgruppen fällt der Anteil deutlich geringer für Heilsbronn aus.



Einkäufe für den Haushalts- und persönliche Bedarf werden von rd. 41% in der Stadt Heilsbronn erledigt sowie im Bereich Baumarktsortimente von rd. 22%.

Waren anderer Sortimentsgruppen, d.h. Technik, Bekleidung und Schuhe sowie Einrichtungsbedarf, werden hingegen überwiegend in anderen Städten und Gemeinden eingekauft. Der Anteil von Einkäufen im Internet ist mit rd. 22% im Bereich Technik höher als in der Stadt Heilsbronn.

Abbildung 40: Heilsbronn als Einkaufsstandort

Damit erreicht nur die Sortimentsgruppe ‚täglicher Bedarf‘ eine Kundenbindung, die für den Standort Heilsbronn als überdurchschnittlich bezeichnet werden kann.

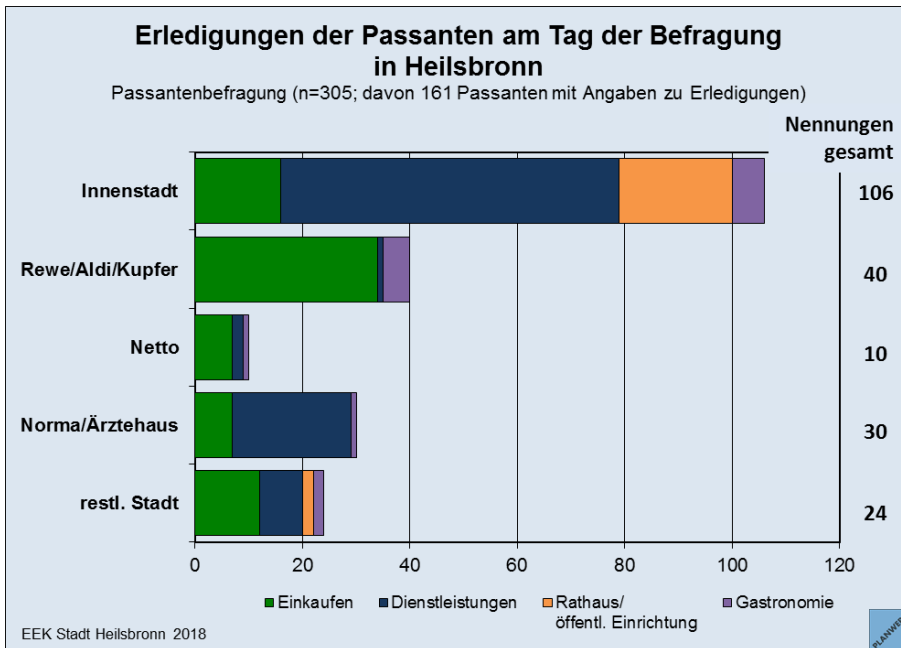
## 4.2.3 Erledigungen in Heilsbronn am Tag der Befragung

Die Passanten bzw. Kunden wurden zudem danach gefragt, ob und wo sie am Tag der Befragung bereits Erledigungen getätigt haben bzw. noch tätigen werden.

Insgesamt gaben 161 befragte Passanten bzw. Kunden an am Tag der Befragung bereits Erledigungen in Heilsbronn getätigt zu haben bzw. noch zu tätigen, das entspricht rd. 50% aller befragten Personen.

Die Mehrheit der antwortenden Passanten bzw. Kunden, rd. 60%, gaben an am Tag der Befragung in der Stadt Heilsbronn einen Dienstleistungsbetrieb aufzusuchen, wie Friseur, Bank oder Arzt. Knapp die Hälfte der Befragten erledigt am Tag der Befragung ihren Einkauf in Heilsbronn (47%). Nur wenige Personen suchen eine öffentliche Einrichtung (14%) und einen Gastronomiebetrieb (9%) auf.

Die Passanten bzw. Kunden sollten zudem eine Angabe zu den Standorten wo sie am Tag der Befragung die Erledigungen tätigen angeben.



In der nebenstehenden Grafik wird die funktionale Bedeutung der unterschiedlichen Bereiche im Hauptort der Stadt Heilsbronn deutlich.

Die Innenstadt wird von den meisten Passanten bzw. Kunden als Standort für Dienstleistungen und öffentliche Einrichtungen genutzt.

Als Einkaufsstandort suchen die befragten Passanten bzw. Kunden überwiegend den Bereich ‚Rewe/Aldi/Kupfer‘ auf.

Abbildung 41: Erledigungen der Passanten am Tag der Befragung in Heilsbronn, nach Bereichen

Bedingt durch das Ärztehaus kann neben der Innenstadt Heilsbronn auch der Bereich ‚Norma/Ärztehaus‘ als wichtiger Dienstleistungsstandort für die Stadt Heilsbronn gewertet werden.

Das gastronomische Angebot in der Stadt Heilsbronn wird von wenigen befragten Passanten bzw. Kunden aufgesucht; wenn ‚ja‘ dann werden die Standorte ‚Innenstadt‘ oder ‚Rewe/Aldi/Kupfer‘ genannt.

Auch eine differenzierte Betrachtung der Antworten nach Befragungsstandorten bestätigt die funktionalen Unterschiede zwischen Innenstadt und umliegende Bereiche. Besondere Synergieeffekte sind zwischen dem Dienstleistungsstandort ‚Innenstadt‘ und Einkaufsstandort ‚Rewe/Aldi/Kupfer‘ zu erkennen. Befragte Passanten bzw. Kunden an den beiden Befragungsorten ‚Netto/Ärztehaus‘ und ‚Norma‘ nutzen eher das örtliche Angebot ohne weitere Erledigungen im restlichen Stadtgebiet zu tätigen.

#### 4.2.4 Positive Aspekte der Heilsbronner Standorte

Die Passanten bzw. Kunden wurden in einer offenen Frage gefragt, was sie jeweils an dem Standort, an dem sie angetroffen wurden, besonders schätzen. Es waren bis zu drei Nennungen möglich; insgesamt wurden 342 Antworten gegeben.

In der Innenstadt Heilsbronn bewerten die Passanten bzw. Kunden vor allem die bauliche Gestaltung und das Stadtbild als positive Aspekte. Insbesondere der Münsterplatz und das Münster sowie das Fachwerk und der Marktplatz werden als Stärken der Altstadt Heilsbronns genannt. Des Weiteren zeichnet die Innenstadt die spezifischen Geschäfte, Dienstleister sowie die öffentlichen Einrichtungen und der Bürgertreff aus.

Die befragten Passanten bzw. Kunden an den Einkaufsstandorten außerhalb der Altstadt schätzen die Konzentration an Betrieben an den Befragungsstandorten sowie die gute Erreichbarkeit/Anbindung der Einkaufsmärkte. Weitere positive Aspekte sind das Angebot und Sortiment, die Parkplätze und die Nähe zum Wohnort.

Im Einzelhandelsentwicklungskonzept von 2010 schätzen die befragten Passanten bzw. Kunden überwiegend die günstige Lage zum Wohnort und die gute Auswahl in den Geschäften. Parkmöglichkeiten wurden eher weniger genannt (9 Nennungen von 289 Nennungen insgesamt).

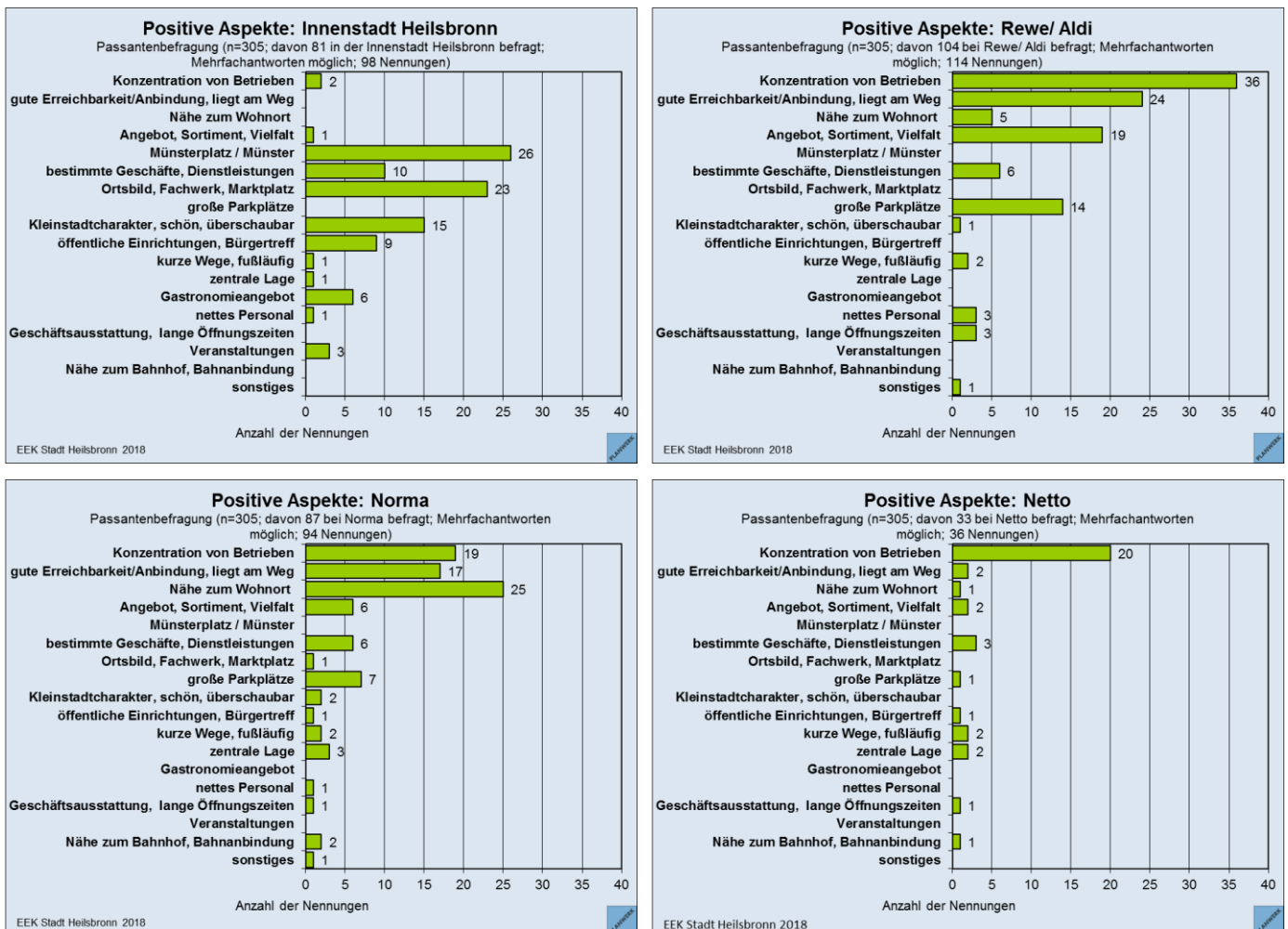
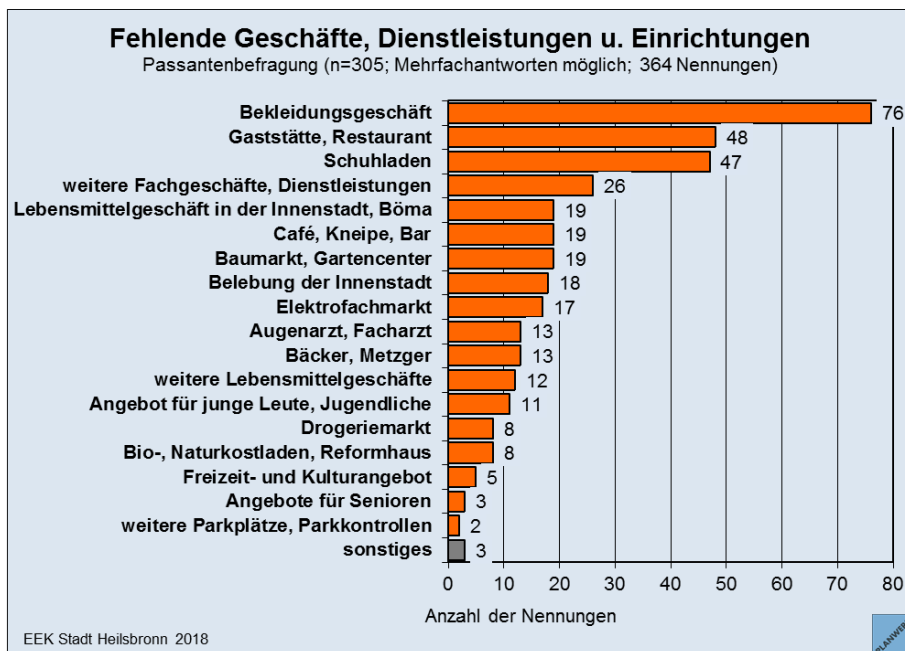


Abbildung 42: Positive Aspekte der Heilsbronner Standorte



#### 4.2.5 Fehlende Geschäfte, Dienstleistungen und sonstige Einrichtungen

Ebenfalls in einer offenen Frage wurden die Passanten bzw. Kunden danach gefragt, welche Geschäfte, Dienstleistungen und sonstige Einrichtungen ihnen in der Stadt Heilsbronn fehlen. Es waren bis zu drei Nennungen möglich; insgesamt wurden 364 Antworten gegeben.



Die Mehrheit der befragten Passanten bzw. Kunden äußert den Bedarf an weiteren Fachgeschäften; an erster Stelle wird der Wunsch nach einem Bekleidungsgeschäft genannt.

Auch in weiteren Branchen fehlen den befragten Passanten bzw. Kunden Geschäfte und Betriebe: Schuhe, Baumarkt, Gartencenter, Elektrofachmarkt.

Des Weiteren werden gastronomische Angebote, wie Gaststätten, Restaurants, Cafés oder Bars vermisst.

Abbildung 43: Fehlende Geschäfte, Dienstleistungen u. Einrichtungen

Einige befragte Passanten bzw. Kunden wünschen sich grundlegend eine Belebung der Innenstadt.

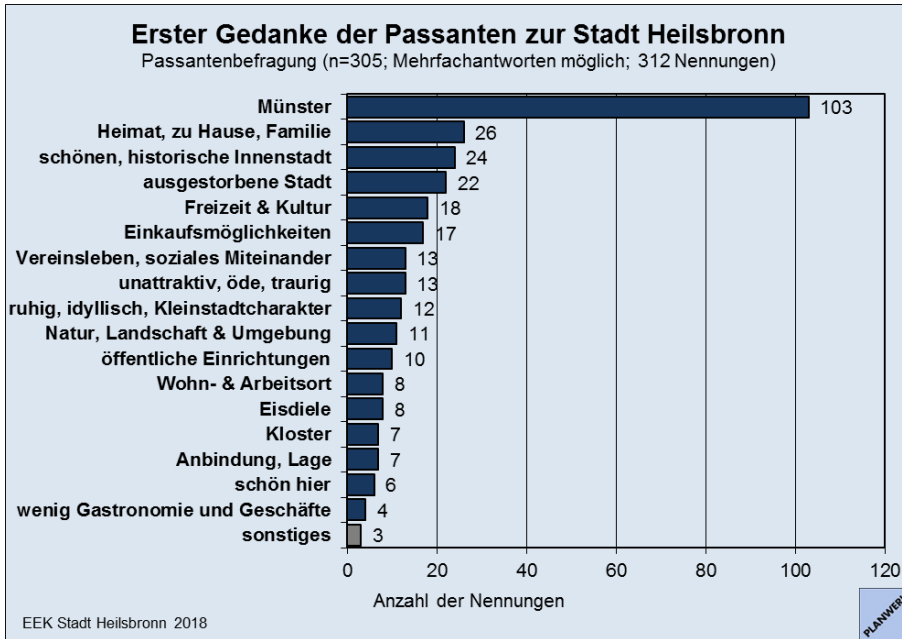
Bereits in der Passantenbefragung für das EEK 2010 war ebenfalls das Fehlen von Fachgeschäften, insbesondere eines Bekleidungsgeschäfts, zumeist genannt.

#### 4.2.6 Erster Gedanke zur Stadt Heilsbronn

In einer weiteren Frage sollten die Passanten bzw. Kunden ihre ersten Gedanken zur Stadt Heilsbronn spontan nennen; es waren Mehrfachantworten möglich.

Aus den rd. 300 Antworten wird deutlich, dass vor allem das Münster das Image der Stadt Heilsbronn prägt. Das historische Gebäude mit dem umliegenden Areal in der Altstadt wird sowohl von den Ortsansässigen, als auch von Auswärtigen am Tag der Befragung mit über 100 Nennungen als das charakteristische Symbol Heilsbronns geäußert.

Ein Widerspruch wird bei den Angaben zur Altstadt deutlich. Vielen Passanten bzw. Kunden bezeichnen diese als „schöne, historische Innenstadt“ oder nennen Eigenschaften wie „ruhig, idyllisch, Kleinstadtcharakter“. Andere wiederum bewerteten die Stadt als „ausgestorben“ oder „unattraktiv, öde, traurig“.

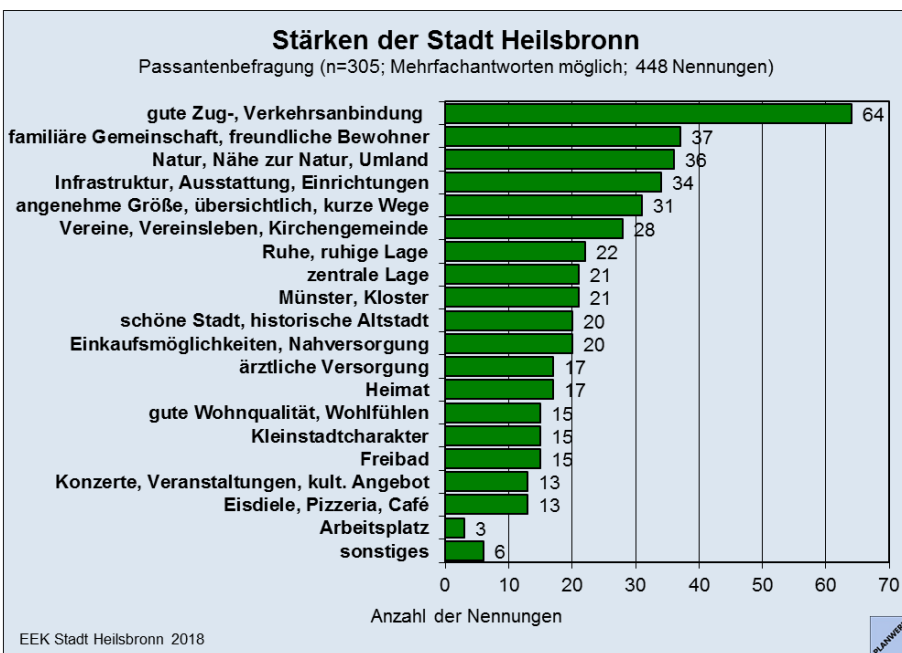


Mit der Differenzierung nach Wohnort der befragten Passanten bzw. Kunden wird deutlich, dass negative Nennungen zur Stadt überwiegend von den Heilsbronner Bürgern selbst genannt wurden. Befragte Personen von außerhalb schreiben der Innenstadt zumeist positive Eigenschaften zu.

Abbildung 44: Erster Gedanke der Passanten zur Stadt Heilsbronn

Das Citymanagement Heilsbronn entwickelt derzeit gemeinsam mit einer Projektgruppe und der Stadtverwaltung Heilsbronn eine Testimonial-Kampagne zur Stärkung des Stadtimages. Zur Themenauswahl wurden die Nennungen der Passanten bzw. Kunden berücksichtigt. Ziel ist es das Image der Stadt innerhalb der lokalen Bevölkerung positiv zu stärken; Heilsbronner Persönlichkeiten werben für ihre Heimatstadt.

#### 4.2.7 Einschätzung von Stärken und Schwächen der Stadt Heilsbronn



Auch die Bewertung der gesamten Stadt Heilsbronn bildete einen Bestandteil der Passantenbefragung; hier waren ebenfalls jeweils bis zu drei Antworten möglich. Insgesamt gibt es 448 Nennungen zu den Stärken der Stadt Heilsbronn und lediglich 295 Nennungen zu den Schwächen.

Insgesamt wird die Stadt Heilsbronn als attraktiver Wohnstandort bewertet.

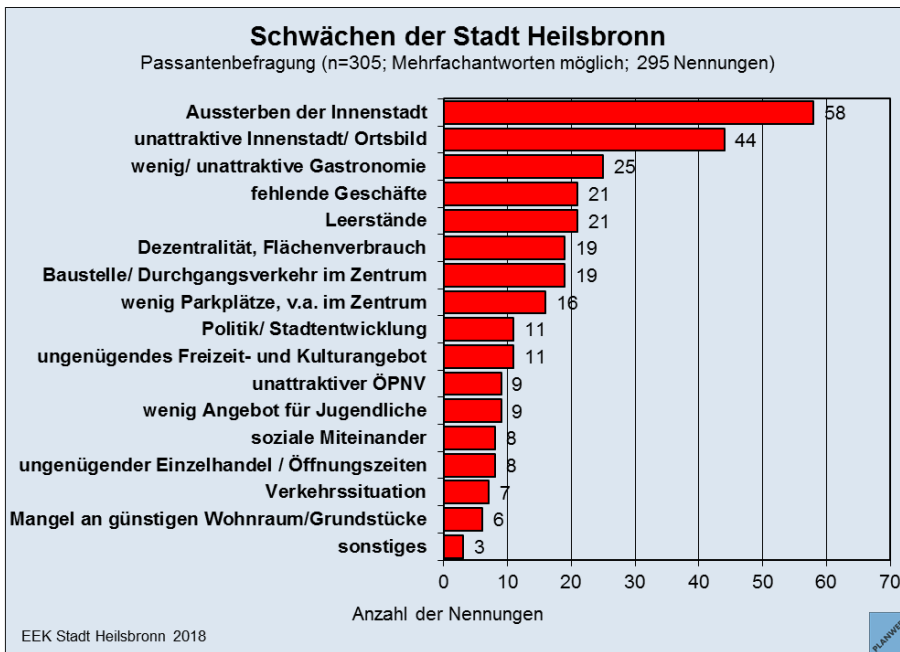
Diesen zeichnen harte Standortfaktoren wie die gute Zug- und Verkehrsanbindung sowie die vorhandene Infrastruktur und Einrichtungen aus. Zusätzlich werden weiche Standortfaktoren, wie das soziale Miteinander, die Nähe zur Natur und die ruhige Lage als Stärken der Stadt genannt.

Abbildung 45: Stärken der Stadt Heilsbronn

Die Stadt Heilsbronn wird von einigen Passanten bzw. Kunden als Stadt mit guter Wohnqualität bzw. zum Wohlfühlen beschrieben.

Mit deutlichem Abstand werden Einkaufsmöglichkeiten, Nahversorgung, das Freizeit- und Kulturangebot sowie die örtliche Gastronomie als Stärken der Stadt Heilsbronn genannt.

Im EEK 2010 werden das Kleinstadt-Flair, das Stadtbild mit dem Münster sowie das soziale Miteinander als besondere Stärken genannt. Die Verkehrsanbindung und Lage der Stadt Heilsbronn spielt vor acht Jahren eine untergeordnete Rolle.



Die Schwächen der Stadt Heilsbronn werden überwiegend der Innenstadt zu geschrieben. Für einige Passanten bzw. Kunden stirbt die Innenstadt aus und wird zunehmend unattraktiv.

Es fehlt an attraktiven Gastronomieangeboten, Geschäften und Parkplätzen, insbesondere in der Innenstadt. Diese negativen Aspekte werden von einigen Befragten als Folge der lokalen Politik und Stadtentwicklung zugegeschrieben.

Abbildung 46: Schwächen der Stadt Heilsbronn

Bereits in der Erhebung für das EEK 2010 nannte jeder Sechste das Aussterben der Innenstadt und das Fehlen von Einzelhandelsbetrieben als größte Schwächen der Stadt Heilsbronn. An zweiter Stelle wurden die fehlenden sozialen Infrastruktureinrichtungen sowie die Verkehrssituation besonders negativ bewertet.

### **4.3 Stadtratssitzung zur Einzelhandelsentwicklung**

Am 24.10.2018 fand eine nichtöffentliche Stadtratssitzung (Klausur) zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Heilsbronn statt (Moderation Herr Sperr, Büro PLANWERK). Die Vorschläge wie auch Möglichkeiten / Szenarien der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Heilsbronn konnten intensiv beraten werden. Die Ergebnisse dieser Sitzung wurden in den vorliegenden Bericht eingearbeitet.

### **4.4 Projektgruppe Einzelhandel**

Am 11.12.2018 stellten die Konzeptersteller Auszüge und Empfehlungen des EEK der aktiven Projektgruppe Einzelhandel vor und diskutierten auch mit dieser Gruppe die verschiedenen Entwicklungsmöglichkeiten. Hintergrund dieser sehr offenen Vorgehensweise ist die Pflege der öffentlich-privaten Kooperation. Das Einzelhandelskonzept soll nach dem Beschluss durch den Stadtrat nicht nur baurechtlich umgesetzt werden (Änderung von Bebauungsplänen), sondern sollte auch von den Einzelhändlern mitgetragen werden.

## 5 Bestandssituation im Einzelhandel

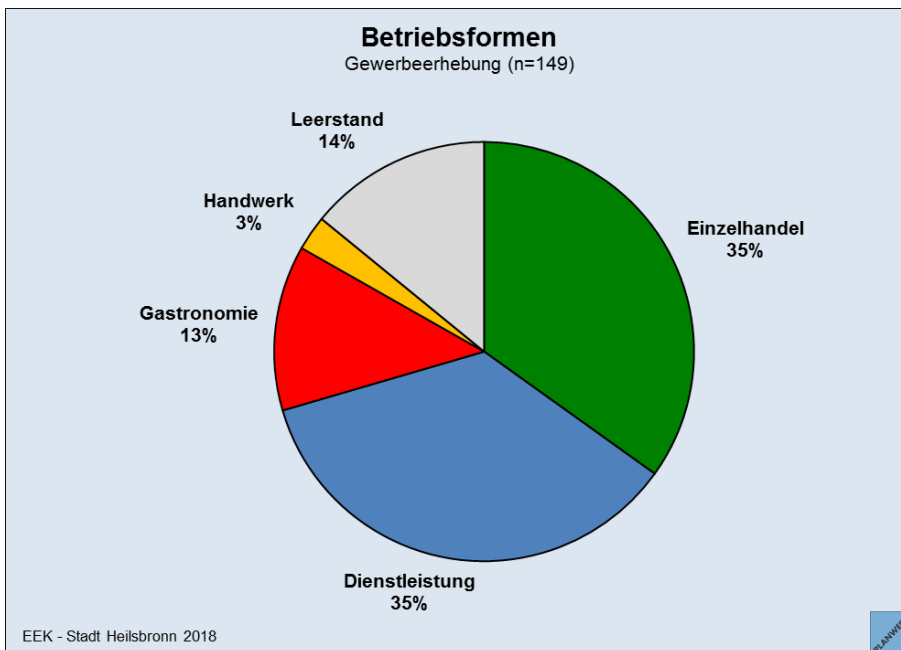
### 5.1 Gewerbestandorte

Das Entwicklungskonzept für die Stadt Heilsbronn basiert neben den im vorhergehenden Kapitel dargestellten Resultaten aus den Befragungen vor allem auf der Erhebung der Unternehmen in der gesamten Stadt.

Insgesamt wurden in der Stadt Heilsbronn 149 relevante Betriebe einschließlich gewerblicher Leerstände erfasst. Die Erhebung wurde Mitte März an zwei Tagen durchgeführt.

Die insgesamt 149 erfassten Einheiten gehören zu folgenden Bereichen:

- 52 Einzelhandel (EEK 2010: 54)
- 53 Dienstleistung (EEK 2010: 62)
- 19 Gastronomie
- 4 Handwerk mit Kundenverkehr
- 21 Leerstand



Ladengeschäfte, die vor allem im Verkauf tätig sind, wie Bäckereien und Metzgereien, aber per Definition eigentlich dem Handwerk zugerechnet werden, wurden dabei unter dem Bereich Einzelhandel subsummiert.

Die Erhebung der Betriebe fand im gesamten Stadtgebiet Heilsbronns statt, einschließlich der Ortsteile.

Auf Grund einer geänderten Erhebungsmethode ist ein Vergleich der Betriebe mit dem EEK 2010 nur in den Bereichen Einzelhandel und Dienstleistung möglich. Gewerbliche Leerstände wurden im Jahr 2010 nicht erfasst.

Abbildung 47: Betriebsformen

Die folgenden Kartendarstellungen zeigen eine Detailübersicht zu den Gewerbestandorten in der Stadt Heilsbronn ergänzt mit Kartenausschnitten der sechs Ortsteile in denen ebenfalls relevante Betriebe zu finden sind.



Die Übersichtskarte zeigt deutlich, dass sich die Mehrheit der erhobenen Betriebe im Hauptort der Stadt Heilsbronn befindet. Insbesondere entlang der Hauptstraße und dem Marktplatz in der Altstadt finden sich eine Vielzahl an Dienstleistern, Einzelhandelsgeschäften und Gastronomiebetrieben.

Weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sind sowohl im nördlichen Bereich der Fürther Straße, als auch im westlichen Teil der Ansbacher Straße angesiedelt. Zudem finden sich einzelne Standorte entlang der Neundettelsauer Straße, der Nürnberger Straße sowie im Gewerbegebiet Ost zu finden.

In sechs Ortsteilen der Stadt Heilsbronn finden sich sowohl Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe.

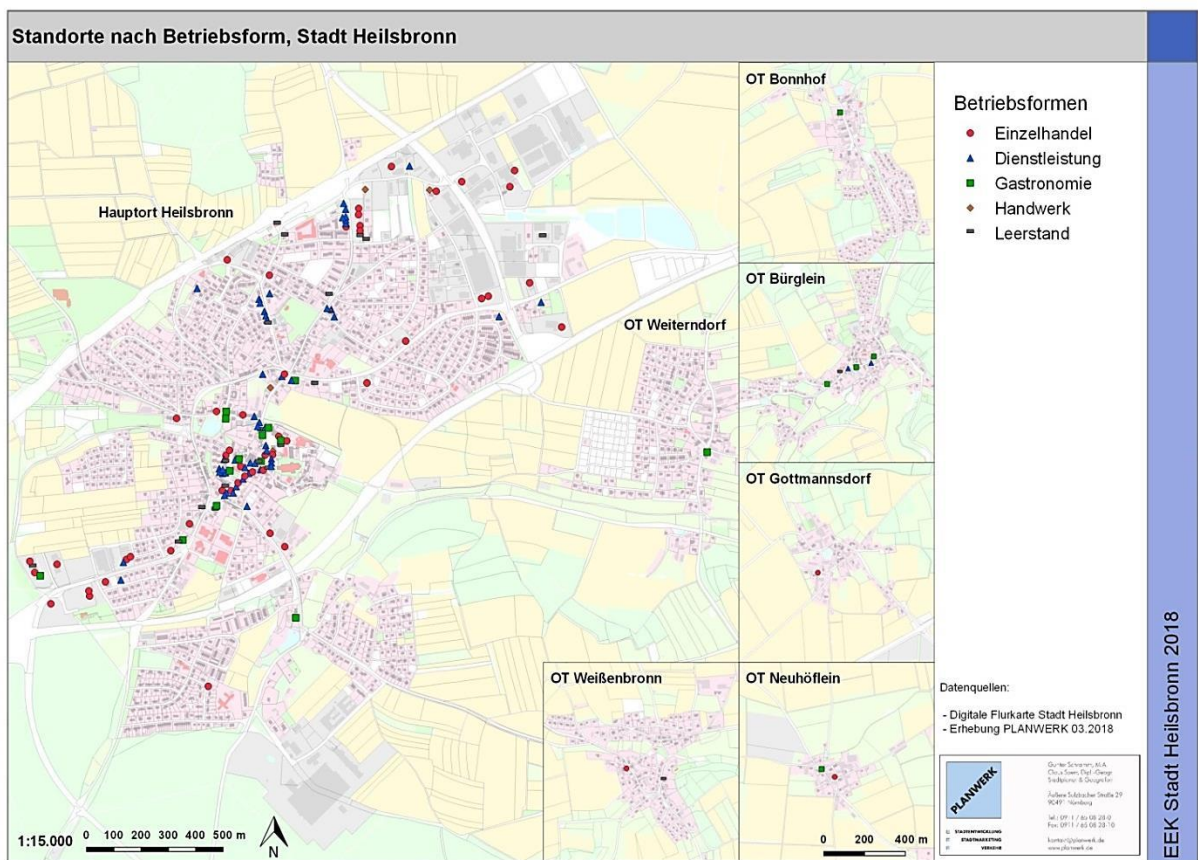


Abbildung 48: Standorte nach Betriebsform in der Stadt Heilsbronn

Im Rahmen der Gewerbeerhebung wurden insgesamt 21 gewerbliche Leerstände erfasst. Davon finden sich sechs leere Ladenflächen in der Altstadt Heilsbronn, genauer an der Hauptstraße, am Marktplatz, am Lindenplatz und in der Pfarrgasse.

Zusätzlich stehen ehemalige Geschäftseinheiten entlang der Fürther Straße und der Ansbacher Straße leer. Auch in zwei Ortsteilen, Bürglein und Weißenbronn, sind gewerbliche Leerstände zu finden.

## 5.2 Einzelhandelsstandorte, Verkaufsfläche

Neben der reinen Verteilung der Standorte wurde im Rahmen der Erhebung die Verkaufsfläche der insgesamt 52 Einzelhandelsbetriebe erhoben. Zusätzlich weisen je ein Dienstleistungsunternehmen und ein Handwerksbetrieb relevante Verkaufsflächen auf, welche ebenfalls in der Analyse berücksichtigt werden. Die folgende Karte zeigt die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Gesamtstadt Heilsbronn. Jeder abgebildete Kreis symbolisiert einen Einzelhandelsbetrieb, wobei die vorhandenen Verkaufsflächen in sechs Kategorien nach Größe gegliedert sind. Verkaufsflächen des Sortimentsbereichs ‚sonstiger Einzelhandel‘ sind in der Karte nicht dargestellt, dazu zählen unter anderem Unternehmen mit Auto- oder Landmaschinenverkauf.

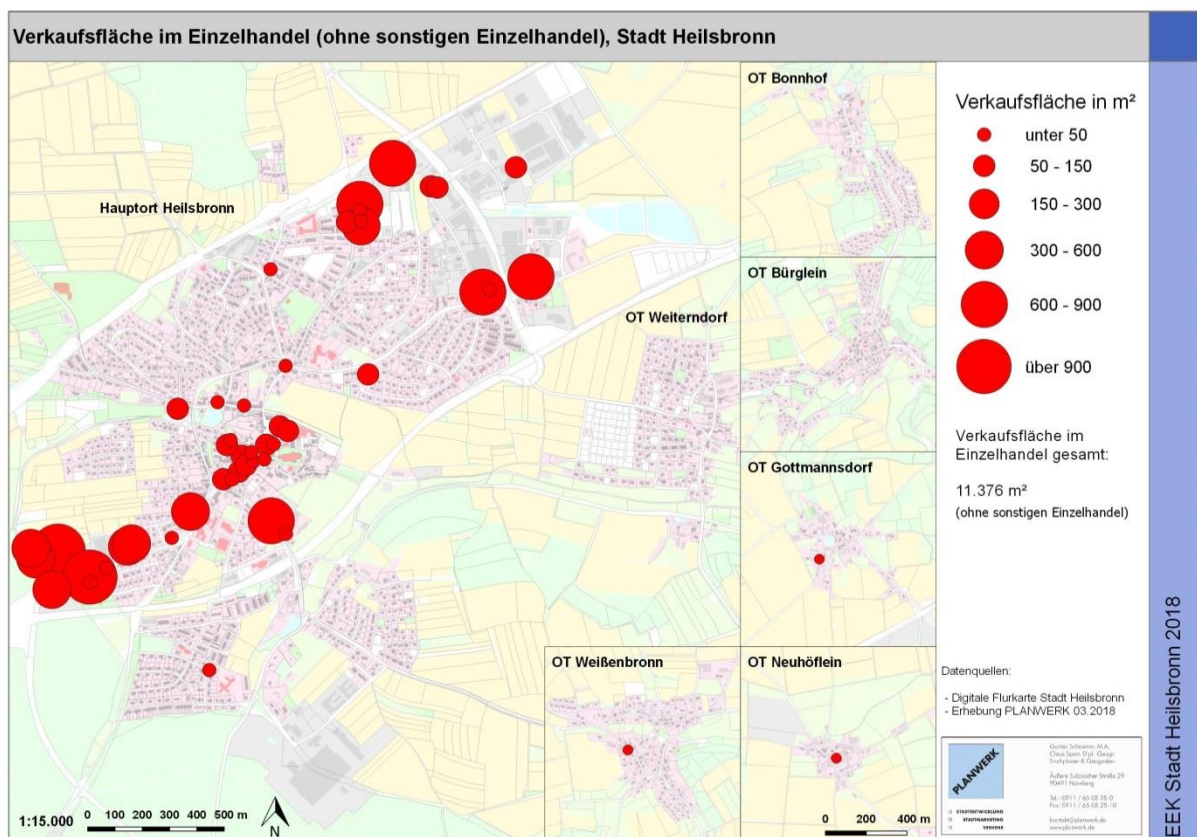


Abbildung 49: Verkaufsfläche im Einzelhandel, Stadt Heilsbronn

Für den Hauptort Heilsbronn ist eine zweigeteilte Größenstruktur der Einzelhandelsbetriebe zu erkennen. Kleinere Ladengeschäfte finden sich überwiegend in der Innenstadt Heilsbronn. Hier befinden sich entlang der Hauptstraße sowie dem Markt- und Lindenplatz gebündelt Betriebe mit Verkaufsflächen zwischen 0 und 150 m<sup>2</sup>. Die Standorte der größeren Einzelhandelsbetriebe mit Verkaufsflächen ab 150m<sup>2</sup> befinden sich überwiegend entlang der Verbindungsstraßen zu den Nachbargemeinden bzw. Ortsteilen sowie in der Nähe des Bahnhofs Heilsbronn.

In den Ortsteilen Heilsbronn finden sich Einzelhandelsbetriebe mit kleineren Verkaufsflächen.

### 5.3 Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen und -gruppen (Bestand)

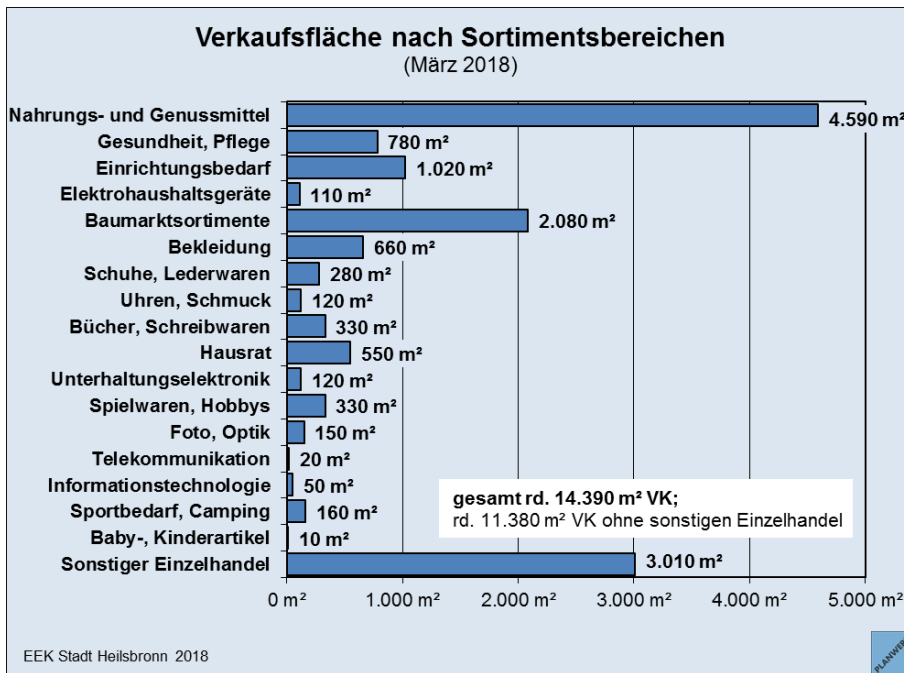


Abbildung 50: Verkaufsfläche nach Sortimentsbereichen, März 2018

Die gesamte Verkaufsfläche des Einzelhandels in der Stadt Heilsbronn beträgt im März 2018 rd. 14.390 m² (EEK 2010: rd. 13.280 m²), davon sind rd. 3.010 m² Verkaufsfläche für sonstige Sortimente (insbes. Autohäuser) (EEK 2010: rd. 1.960 m²), zu denen das Einzelhandelsentwicklungskonzept keine weiteren Aussagen trifft.

Der Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel weist im März 2018 mit rd. 4.590 m² die größte Verkaufsfläche in der Stadt Heilsbronn auf. Durch die Betriebsaufgaben von

Penny und Böma/Edeka sowie die Verlagerung/ Erweiterung von REWE ist die Verkaufsfläche heute um 190m² geringer als 2010. (EEK 2010: rd. 4.870m²).

Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in Heilsbronn 2010 - 2018			
	Verkaufsfläche 2010 (Erhebung 2009)	Verkaufsfläche 2018	Veränderung absolut
Nahrungs- und Genussmittel	4.780 m²	4.590 m²	-190 m²
Gesundheit, Pflege	1.500 m²	780 m²	-720 m²
Einrichtungsbedarf	270 m²	1.020 m²	750 m²
Elektrohaushaltsgeräte	30 m²	110 m²	80 m²
Baumarktsortimente	2.120 m²	2.080 m²	-40 m²
Bekleidung	900 m²	660 m²	-240 m²
Schuhe, Lederwaren	280 m²	280 m²	0 m²
Uhren, Schmuck	120 m²	120 m²	0 m²
Bücher, Schreibwaren	440 m²	330 m²	-110 m²
Hausrat	250 m²	550 m²	300 m²
Unterhaltungselektronik	140 m²	120 m²	-20 m²
Spielwaren, Hobbys	160 m²	330 m²	170 m²
Foto, Optik	60 m²	150 m²	90 m²
Telekommunikation	50 m²	20 m²	-30 m²
Informationstechnologie	190 m²	50 m²	-140 m²
Sportbedarf, Camping	70 m²	160 m²	90 m²
Baby-, Kinderartikel	0 m²	10 m²	10 m²
<b>Summe</b>	<b>11.320 m²</b>	<b>11.380 m²</b>	<b>60 m²</b>

Abbildung 51: Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in Heilsbronn im Vergleich 2010 und 2018 (gerundete Werte)

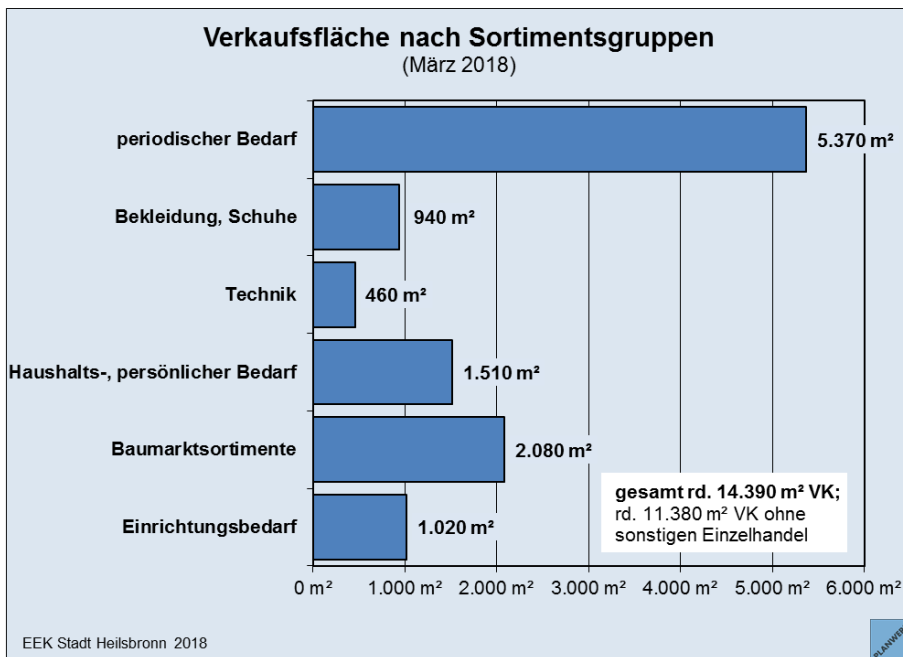
Weitere große Verkaufsflächen finden sich im Bereich Baumarktsortimente mit rd. 2.080 m² (EEK 2010: 2.120 m²), das sind insbesondere der Baustoffhandel und Baumarkt Knörr in der Industriestraße sowie die Gärtnerei Phillips in der Neudettelsauer Straße.

Somit machen beide Sortimentsbereiche, Nahrungs- und Genussmittel sowie Baumarktsortimente, zusammen mehr als die Hälfte des lokalen Einzelhandelsangebots in der Stadt Heilsbronn aus.



Weitere Auffälligkeiten sind im Angebot an Verkaufsflächen im Einzelhandel erkennbar:

- Rd. 1.020 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sind im Sortimentsbereich Einrichtungsbedarf vorhanden, welches überwiegend in der Innenstadt Heilsbronn und Gewerbegebiet Ost angesiedelt ist. Der deutliche Unterschied zur Verkaufsfläche EEK 2010 mit rd. 270 m<sup>2</sup> ist zum einen auf die geänderte Kategorisierung einiger Produkte, wie bspw. Stoffwaren, zurückzuführen. Zum anderen sind mit der Ansiedlung des Dänischen Bettenlagers an der Bauhofstraße zusätzliche Verkaufsflächen im Bereich Einrichtungsbedarf entstanden.
- Der Sortimentsbereich Gesundheit und Pflege umfasst rd. 780 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, welche sich v.a. sowohl aus dem Angebot des einzigen Drogeriemarktes als auch der örtlichen Vollsortimenter und Lebensmitteldiscounter zusammensetzt (EEK 2010: rd. 1.510 m<sup>2</sup>).
- Im Vergleich sehr wenig Verkaufsfläche finden sich in den Sortimentsbereichen Informationstechnologie, Telekommunikation sowie Baby- und Kinderartikel.



Mit der Darstellung der Verkaufsfläche nach Sortimentsgruppen wird die Wichtigkeit der Sortimentsgruppe periodischer Bedarf, also Artikel aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Pflege, deutlich.

An zweiter Stelle folgt wiederum die Sortimentsgruppe Baumarktsortimente.

Abbildung 52: Verkaufsfläche nach Sortimentsgruppen, März 2018

Das Einzelhandelsangebot im Hauptort Heilsbronn findet sich überwiegend in folgenden drei Bereichen:

- Altstadt: Hauptstraße, Turmstraße, Lindenplatz, Marktplatz, am Postberg, Weiherstraße (Verkaufsfläche gesamt: 1.015 m<sup>2</sup>)
- Gewerbegebiet Ost: nördlicher Teil der Fürther Straße, Industriestraße, Gewerbestraße, Gutenbergstraße, Bauhofstraße (Verkaufsfläche gesamt: 4.094 m<sup>2</sup>)
- Ansbacher Straße West: westlicher Bereich (Verkaufsfläche gesamt: 4.794 m<sup>2</sup>)

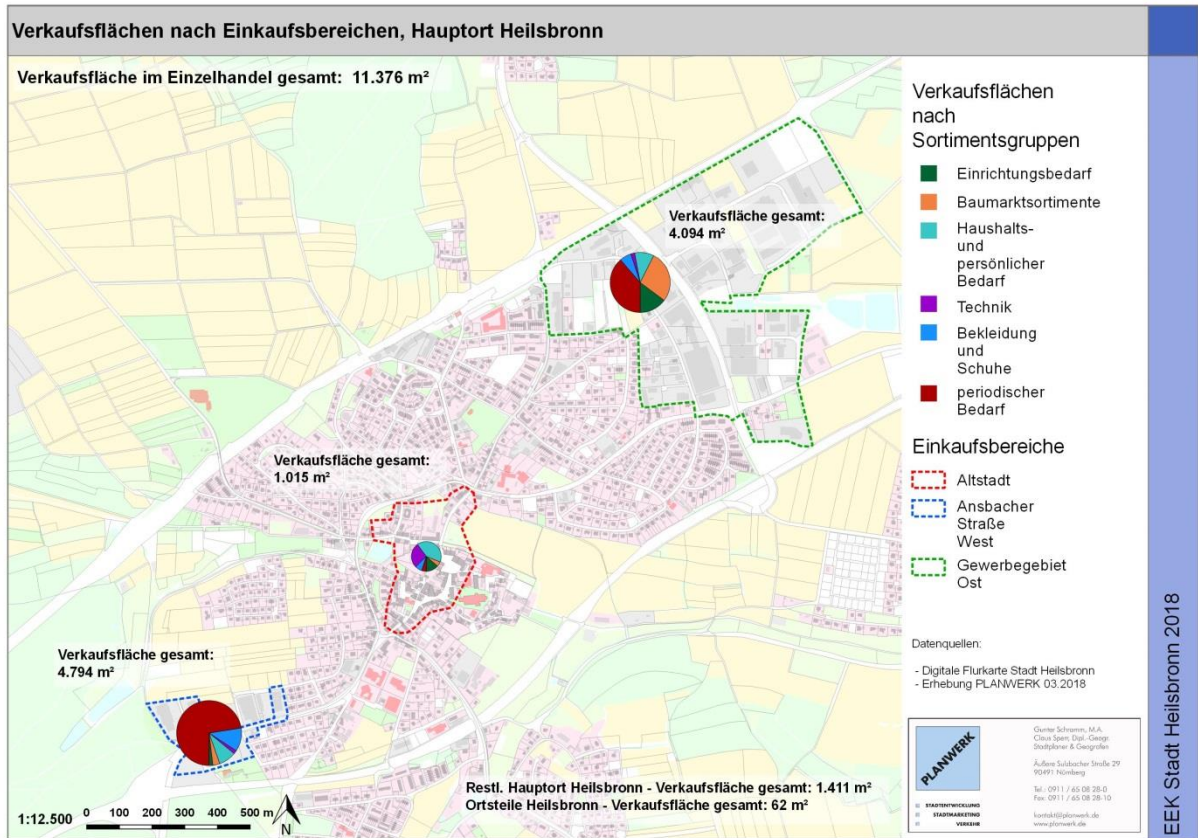


Abbildung 53: Verkaufsflächen nach Einkaufsbereichen

In der Altstadt Heilsbronn gibt es zwar relativ viele Geschäfte und Betriebe (rd. 60, davon knapp 20 Einzelhandelsbetriebe), jedoch finden sich nur rd. 9% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche im Stadtzentrum. Gleichzeitig weist das Gewerbegebiet Ost rd. 36% und die im westlichen Teilbereich der Ansbacher Straße angesiedelten Betriebe rd. 42% der Heilsbronner Verkaufsflächen im Einzelhandel auf.

Insbesondere im Vergleich der Verkaufsflächen des Sortimentsbereichs Nahrungs- und Genussmittel zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen dem Standort Altstadt und den beiden am Stadtrand liegenden Gebieten. Im Gewerbegebiet Ost finden sich derzeit rd. 1.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für den Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel, in der Ansbacher Straße rd. 3.100 m<sup>2</sup>. In der Altstadt Heilsbronn finden sich derzeit lediglich rd. 10 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche als Randsortimente an Nahrungs- und Genussmitteln.

Auch für die Sortimentsbereiche Gesundheit & Pflege, Einrichtungsbedarf, Baumarktsortimente, Bekleidung, Schuhe & Lederwaren sowie Hausrat finden sich in den beiden Bereichen Gewerbegebiet Ost und Ansbacher Straße westlicher Teil größere Verkaufsflächen als in der Innenstadt Heilsbronn.



Hingegen sind Sortimentsbereiche mit kleinen Verkaufsflächen im gesamtstädtischen Vergleich überwiegend in der Innenstadt Heilsbronn zu finden, wie Uhren & Schmuck, Foto & Optik, Informationstechnologie.

Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in Heilsbronn (2018)						
	Altstadt	Gewerbegebiet Ost	Ansbacher Straße (westlicher Teil)	übriger Hauptort	Ortsteile	Heilsbronn Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	11 m <sup>2</sup>	1.409 m <sup>2</sup>	3.055 m <sup>2</sup>	85 m <sup>2</sup>	32 m <sup>2</sup>	4.591 m <sup>2</sup>
Gesundheit, Pflege	39 m <sup>2</sup>	171 m <sup>2</sup>	420 m <sup>2</sup>	145 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	775 m <sup>2</sup>
Einrichtungsbedarf	140 m <sup>2</sup>	607 m <sup>2</sup>	92 m <sup>2</sup>	183 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	1.022 m <sup>2</sup>
Elektrohaushaltsgeräte	14 m <sup>2</sup>	54 m <sup>2</sup>	34 m <sup>2</sup>	9 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	111 m <sup>2</sup>
Baumarktsortimente	53 m <sup>2</sup>	1.137 m <sup>2</sup>	166 m <sup>2</sup>	693 m <sup>2</sup>	30 m <sup>2</sup>	2.079 m <sup>2</sup>
Bekleidung	48 m <sup>2</sup>	120 m <sup>2</sup>	466 m <sup>2</sup>	31 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	664 m <sup>2</sup>
Schuhe, Lederwaren	29 m <sup>2</sup>	140 m <sup>2</sup>	92 m <sup>2</sup>	15 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	277 m <sup>2</sup>
Uhren, Schmuck	72 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	52 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	124 m <sup>2</sup>
Bücher, Schreibwaren	135 m <sup>2</sup>	105 m <sup>2</sup>	61 m <sup>2</sup>	31 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	332 m <sup>2</sup>
Hausrat	76 m <sup>2</sup>	236 m <sup>2</sup>	208 m <sup>2</sup>	31 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	551 m <sup>2</sup>
Unterhaltungselektronik	54 m <sup>2</sup>	30 m <sup>2</sup>	38 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	122 m <sup>2</sup>
Spielwaren, Hobbys	59 m <sup>2</sup>	55 m <sup>2</sup>	54 m <sup>2</sup>	165 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	332 m <sup>2</sup>
Foto, Optik	150 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	4 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	154 m <sup>2</sup>
Telekommunikation	9 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	10 m <sup>2</sup>	3 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	21 m <sup>2</sup>
Informationstechnologie	51 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	51 m <sup>2</sup>
Sportbedarf, Camping	77 m <sup>2</sup>	30 m <sup>2</sup>	34 m <sup>2</sup>	15 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	156 m <sup>2</sup>
Baby-, Kinderartikel	0 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	7 m <sup>2</sup>	6 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>	14 m <sup>2</sup>
Summe	1.015 m <sup>2</sup>	4.094 m <sup>2</sup>	4.794 m <sup>2</sup>	1.411 m <sup>2</sup>	62 m <sup>2</sup>	11.376 m <sup>2</sup>

Abbildung 54: Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in Heilsbronn

Anteil an Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in Heilsbronn (2018)						
	Altstadt	Gewerbegebiet Ost	Ansbacher Straße (westlicher Teil)	übriger Hauptort	Ortsteile	Heilsbronn Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	0,2%	30,7%	66,5%	1,9%	0,7%	100%
Gesundheit, Pflege	5,0%	22,1%	54,2%	18,7%	0,0%	100%
Einrichtungsbedarf	13,7%	59,4%	9,0%	17,9%	0,0%	100%
Elektrohaushaltsgeräte	12,2%	48,9%	30,7%	8,2%	0,0%	100%
Baumarktsortimente	2,5%	54,7%	8,0%	33,3%	1,4%	100%
Bekleidung	7,2%	18,0%	70,2%	4,6%	0,0%	100%
Schuhe, Lederwaren	10,6%	50,6%	33,3%	5,5%	0,0%	100%
Uhren, Schmuck	57,9%	0,0%	42,1%	0,0%	0,0%	100%
Bücher, Schreibwaren	40,6%	31,7%	18,5%	9,2%	0,0%	100%
Hausrat	13,8%	42,9%	37,7%	5,5%	0,0%	100%
Unterhaltungselektronik	44,4%	24,5%	31,1%	0,0%	0,0%	100%
Spielwaren, Hobbys	17,6%	16,4%	16,3%	49,7%	0,0%	100%
Foto, Optik	97,5%	0,0%	2,5%	0,0%	0,0%	100%
Telekommunikation	42,7%	0,0%	45,0%	12,3%	0,0%	100%
Informationstechnologie	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Sportbedarf, Camping	49,2%	19,1%	21,9%	9,8%	0,0%	100%
Baby-, Kinderartikel	0,0%	0,0%	54,8%	45,2%	0,0%	100%
Summe	8,9%	36,0%	42,1%	12,4%	0,5%	100%

Abbildung 55: Anteil an Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in Heilsbronn

## 5.4 Verteilung der Einzelhandelsangebote

Die Karten auf den folgenden Seiten stellen jeweils die Verkaufsflächen bzw. deren Verteilung in der Stadt Heilsbronn in den einzelnen Sortimentsgruppen dar.

### 5.4.1 Sortimentsgruppe periodischer Bedarf

Die Sortimentsgruppe der Güter des periodischen Bedarfs umfasst die Sortimentsbereiche der Nahrungs- und Genussmittel sowie der Gesundheit, Pflege. Allesamt Produkte, die regelmäßig - also periodisch - gekauft werden. In diese Sortimentsgruppe fallen generell die Discounter und Vollsortimentmärkte sowie der kleinere Einzelhandel des täglichen Bedarfs, wie Bäcker, Metzger oder Gemüsegeschäfte usw. sowie Drogerien usw. Die Angebote des periodischen Bedarfs machen eine gute Nahversorgung aus und sollten somit möglichst gut für die Bevölkerung erreichbar sein.

Insgesamt bestehen rd. 5.370 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in der gesamten Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs, was knapp die Hälfte der gesamten Verkaufsfläche in der Stadt Heilsbronn ausmacht. Auf dem Großteil dieser Verkaufsflächen werden Nahrungs- und Genussmittel angeboten, lediglich auf rd. 780 m<sup>2</sup> entfallen Produkte für Gesundheit und Pflege.

Die folgende Karte zeigt, dass Sortimente des periodischen Bedarfs überwiegend auf größeren Verkaufsflächen im westlichen Bereich der Ansbacher Straße sowie an der Fürther Straße und Nürnberger Straße zu erwerben sind. Kleinere Verkaufsflächen unter 50 m<sup>2</sup> von Produkten des periodischen Bedarfs finden sich im Hauptort Heilsbronn verteilt sowie in den beiden Ortsteilen Gottmannsdorf und Weißenbronn.

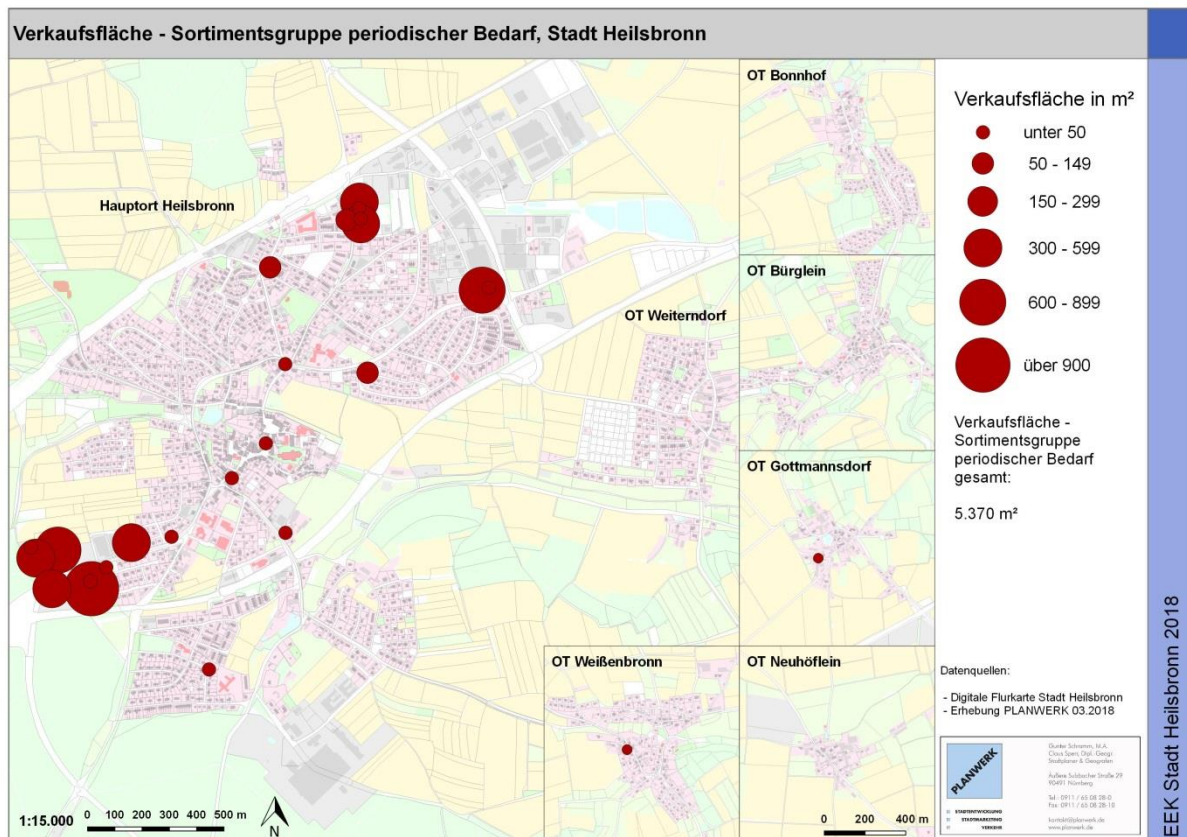


Abbildung 56: Verkaufsfläche - Sortimentsgruppe periodischer Bedarf

Seit der Erhebung aus dem Jahr 2009 für das vorhergehende Einzelhandelsentwicklungskonzept wurden ein Vollsortimenter-Markt und ein Metzgerei-Ladengeschäft in der Innenstadt Heilsbronn, ein Discounter im Gewerbegebiet Ost sowie ein Drogeriemarkt in der Fürther Straße geschlossen; an der Ansbacher Straße hat der Vollsortimenter seinen Standort auf die gegenüberliegende Straßenseite gewechselt und sich vergrößert.

### 5.4.2 Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe

Die generell wichtigste Sortimentsgruppe hinsichtlich der innenstadt- bzw. zentrenrelevanten Produkte ist die Gruppe Bekleidung, Schuhe mit den Sortimentsbereichen Bekleidung sowie Schuhe und Lederwaren.

Mit einer Verkaufsfläche von rd. 940 m<sup>2</sup> entspricht die Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe in der Stadt Heilsbronn einem Verkaufsflächenanteil von rd. 8%.

Aus der Karte geht deutlich hervor, dass sich das Angebot von Bekleidung und Schuhen auf das gesamte Stadtgebiet verteilt. Kleinere Verkaufsflächen finden sich überwiegend in der Innenstadt Heilsbronn, entlang der Hauptstraße und am Marktplatz. Zusätzlich nutzen auch Vollsortimentmärkte und Discounter Verkaufsflächen für Bekleidung.

Einzelhandelsbetriebe mit größeren Verkaufsflächen der Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe finden sich sowohl an der Ansbacher Straße, als auch im Gewerbegebiet Ost. Dabei setzt sich das derzeitige Angebot aus zwei Textil-Discounter, einem Spezial-Schuhgeschäft sowie einem Fabrikverkauf zusammen. Ein Bekleidungsfachgeschäft gibt es derzeit nicht in der Stadt Heilsbronn.

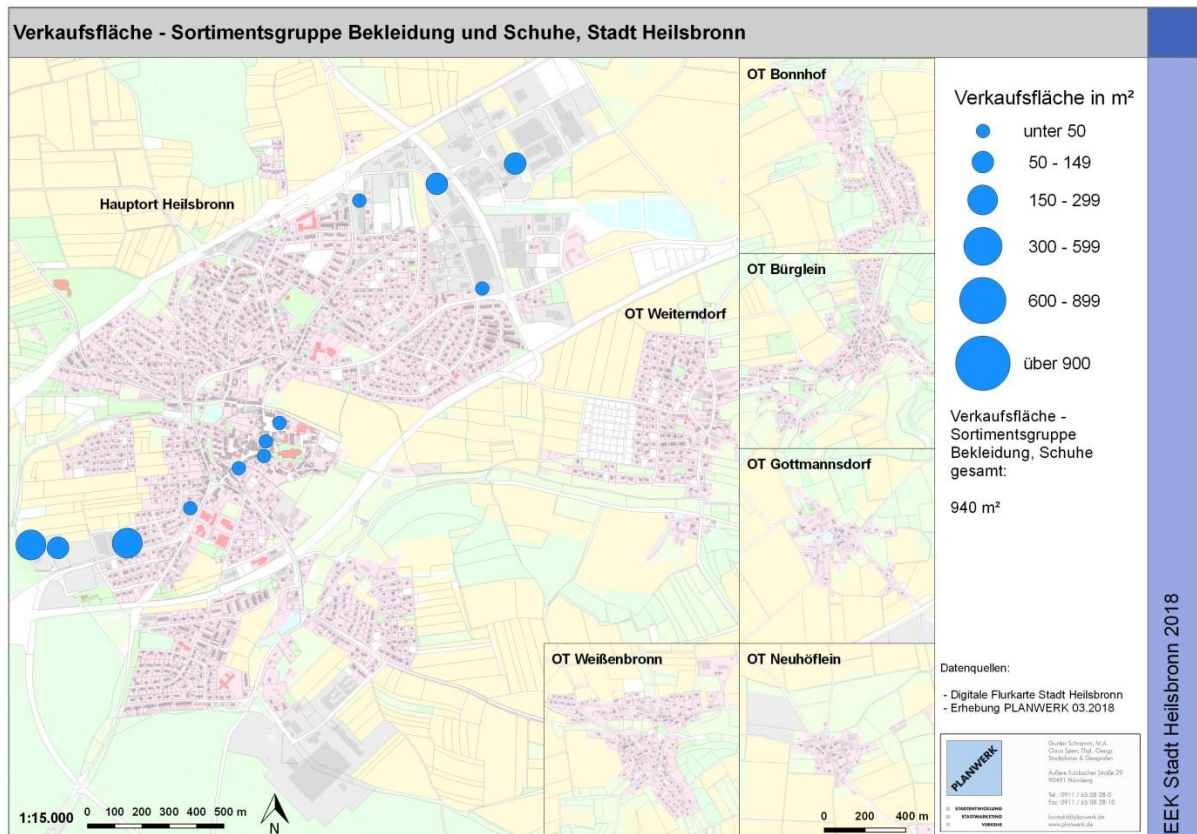


Abbildung 57: Verkaufsfläche - Sortimentsgruppe Bekleidung und Schuhe



### 5.4.3 Sortimentsgruppe Technik

Die Sortimentsgruppe Technik setzt sich aus den Sortimentsbereichen Elektrohaushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, Foto und Optik, Telekommunikation sowie Informationstechnologie zusammen. Insgesamt sind es in Heilsbronn rd. 460 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in der gesamten Sortimentsgruppe.

Einzelhandelsbetriebe mit mittlerer Verkaufsfläche zwischen 50 und 150 m<sup>2</sup> finden sich überwiegend in der Innenstadt Heilsbronn. Als zusätzliches Angebot nutzen einige Vollsortimentmärkte und Discounter kleinere Verkaufsflächen für die Sortimentsgruppe Technik.

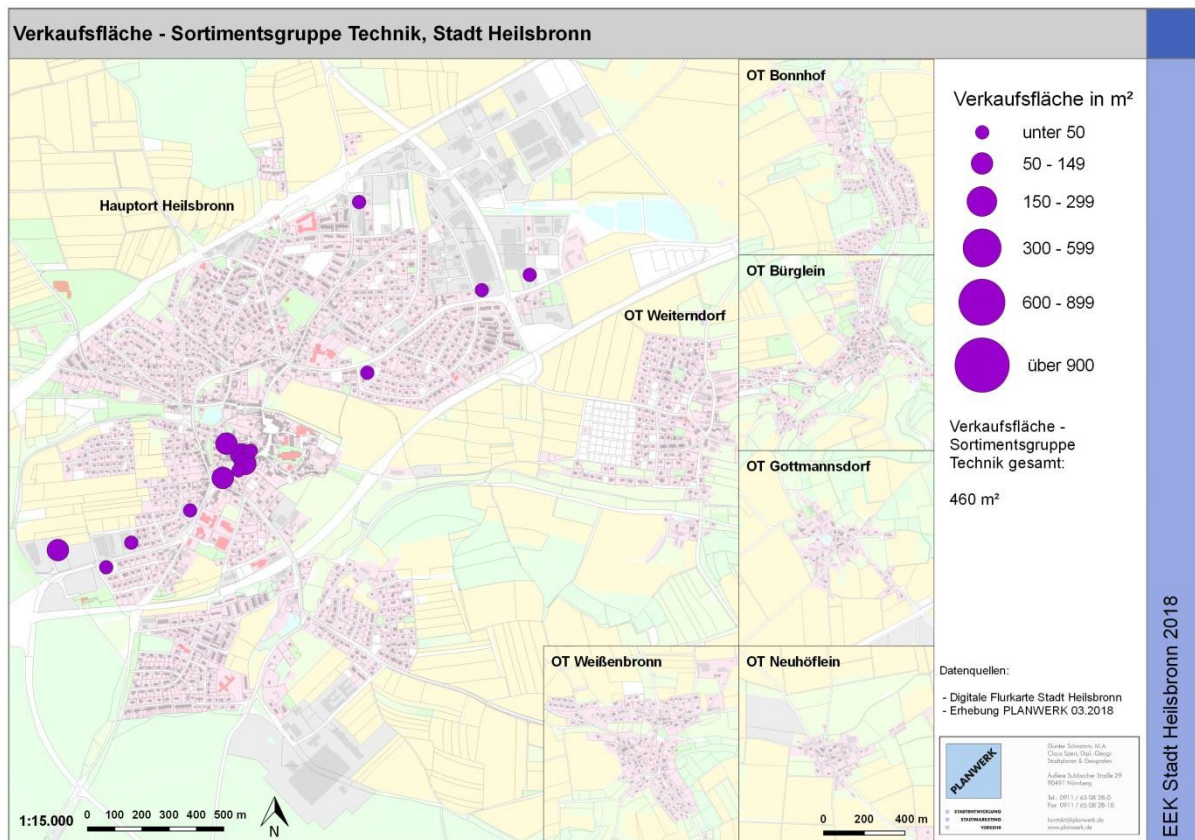


Abbildung 58: Verkaufsfläche - Sortimentsgruppe Technik



### 5.4.4 Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf

Mit den Sortimentsbereichen Uhren und Schmuck, Hausrat, Bücher und Schreibwaren, Spielwaren und Hobbys, Sportbedarf und Camping sowie Baby- und Kinderartikel sind in der Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf alle jene Sortimentsbereiche vertreten, die Produkte zum Haushalt oder zur rein persönlichen Verwendung anbieten. Die Sortimentsgruppe erreicht in der Summe eine Verkaufsfläche von gut 1.510 m<sup>2</sup>.

Zur Gesamtfläche tragen mehrere Geschäfte bei, die Angebote im Haushalts- und persönlichen Bedarf jedoch teilweise zusätzlich neben anderen Sortimentsgruppen haben. In der Innenstadt Heilsbronn finden sich dennoch einzelne Fachgeschäfte mit spezifischen Angeboten aus den Bereichen Uhren und Schmuck, Bücher und Schreibwaren, Spielwaren und Hobbys sowie Sportbedarf und Camping.

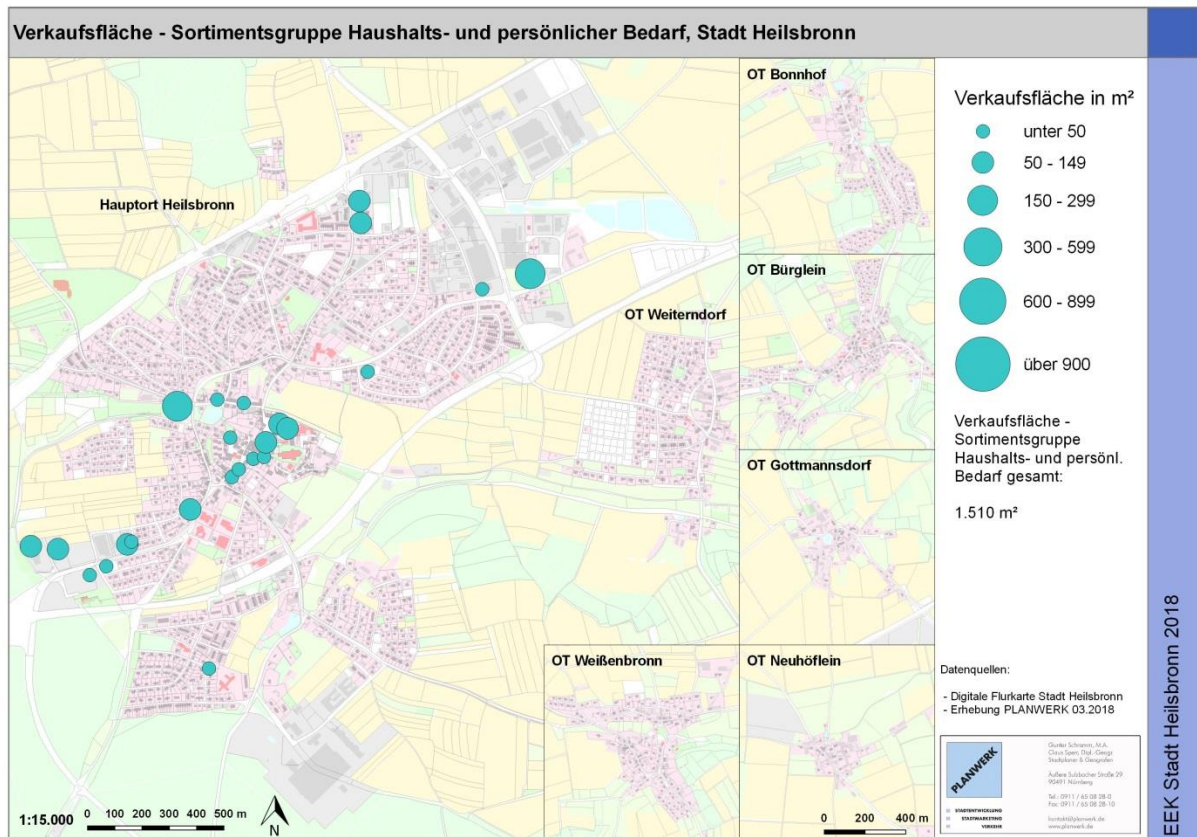


Abbildung 59: Verkaufsfläche - Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf

### 5.4.5 Sortimentsgruppe Baumarktsortimente

Die Sortimentsgruppe Baumarktsortimente umfasst Güter, die heute üblicherweise in Bau- und Gartenmärkten angeboten werden. Dazu gehören neben den reinen Heimwerkerprodukten auch Produkte wie Gartengeräte, Blumen, Pflanzen, Autozubehör, zoologischer Bedarf usw. Wenige Sortimente dieser Sortimentsgruppe sind innenstadt- bzw. zentrenrelevant, etwa Blumen.

Insgesamt erstreckt sich das Angebot dieser Sortimentsgruppe auf rd. 2.080 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Stadtgebiet Heilsbronn.

Größere Verkaufsflächen zwischen 600 und 900 m<sup>2</sup> sind im Gewerbegebiet Ost sowie an der Neuendettelsauer Straße zu finden. Kleinere Verkaufsflächen finden sich im westlichen Teil der Ansbacher Straße und an der Fürther Straße; hier werden ebenfalls von Vollsortimentmärkten und Discountern Verkaufsflächen für Waren der Sortimentsgruppe Baumarktsortimente genutzt. Im Ortsteil Neuhöflein findet sich ein Einzelhandelsbetrieb mit kleinen Verkaufsflächen von Baumarktsortimenten.

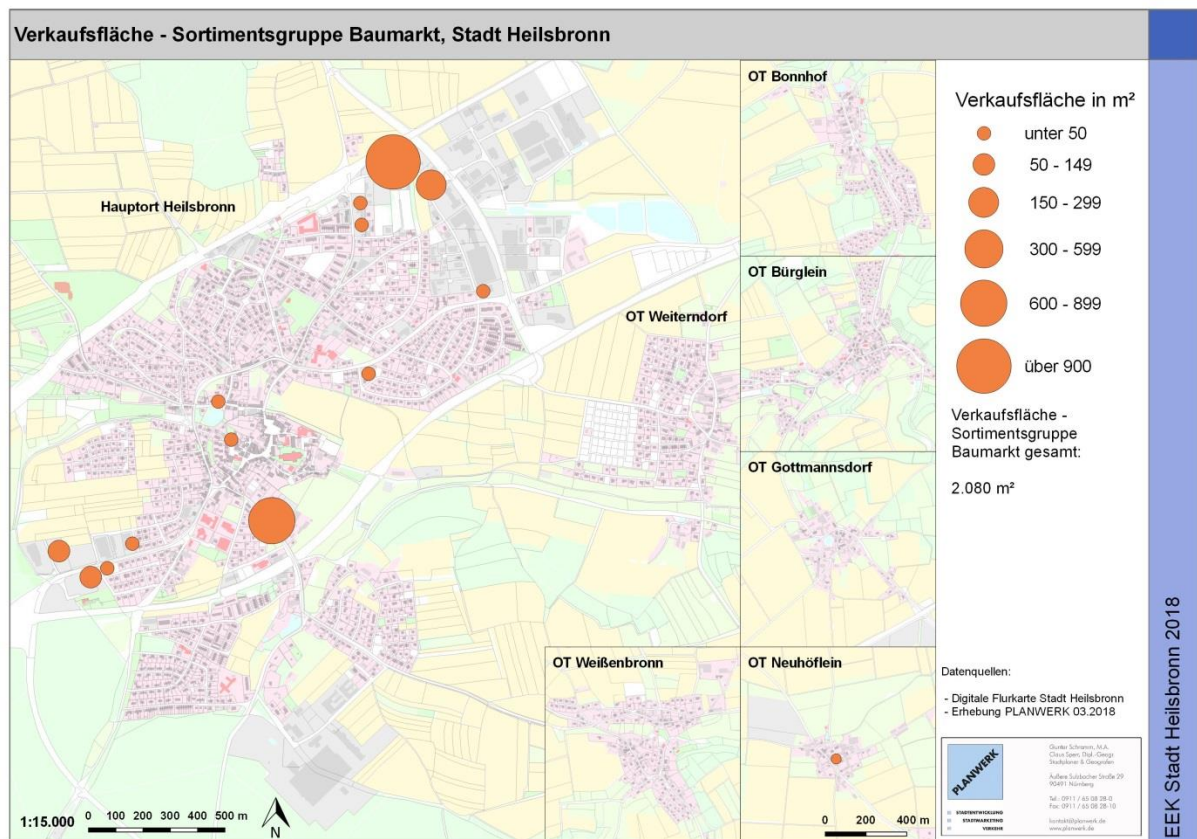


Abbildung 60: Verkaufsfläche - Sortimentsgruppe Baumarkt

### 5.4.6 Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf

Auf die Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf entfallen rd. 1.020 m<sup>2</sup> der Einzelhandelsverkaufsfläche Heilsbronn.

Neben kleineren Verkaufsflächen in den örtlichen Vollsortimentmärkten und Discountern, finden sich drei Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche für Einrichtungsbedarf ab 50 m<sup>2</sup>. Hierzu zählen ein Fachgeschäft im Gewerbegebiet Ost sowie Betriebe in der Innenstadt und an der Ansbacher Straße.

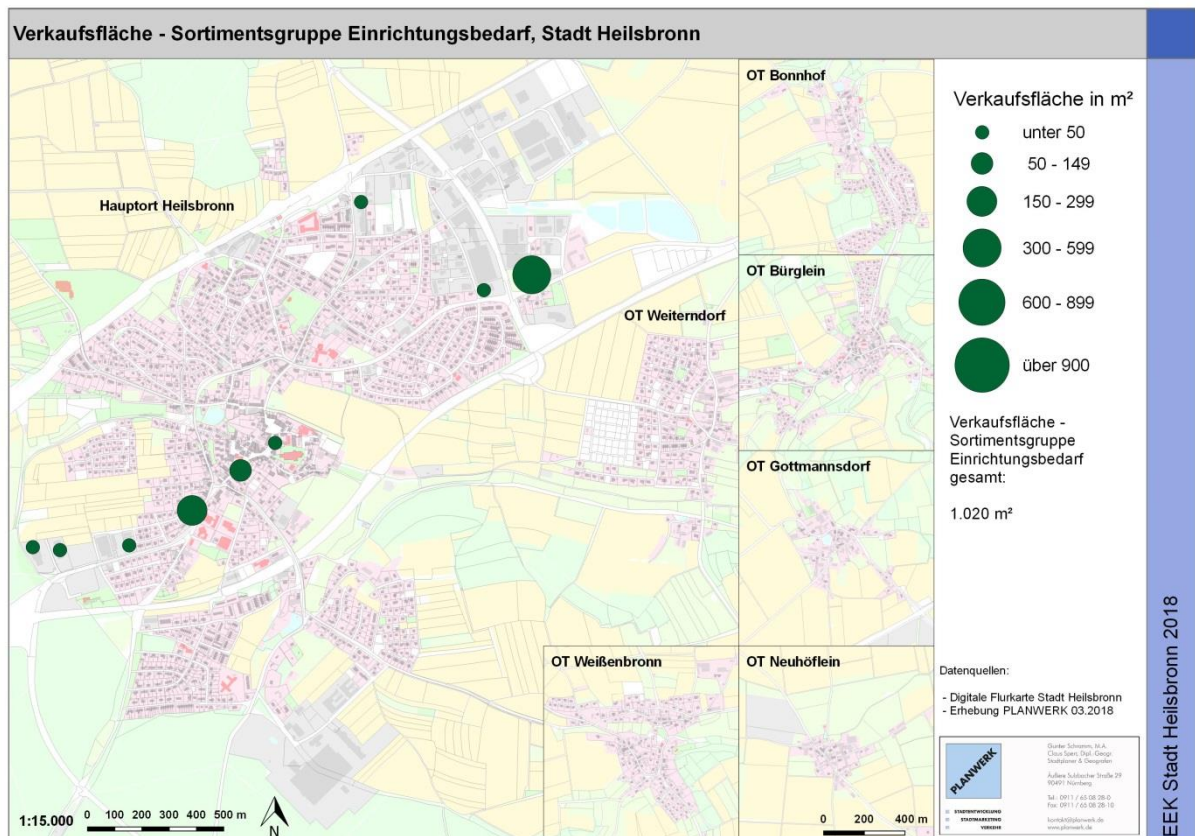


Abbildung 61: Verkaufsfläche - Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf



## 5.5 Veränderung der Verkaufsfläche seit 2010

Zunächst muss daraufhin gewiesen werden, dass die Erhebung der Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen basierend auf den Grundlagen der GfK erfolgt. Da die Definition der Sortimentsbereiche stetig angepasst werden, ergeben sich Unterschiede zwischen der Erhebung von 2009 und heute.

Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in Heilsbronn 2010 - 2018			
	Verkaufsfläche 2010 (Erhebung 2009)	Verkaufsfläche 2018	Veränderung absolut
Nahrungs- und Genussmittel	4.780 m <sup>2</sup>	4.590 m <sup>2</sup>	-190 m <sup>2</sup>
Gesundheit, Pflege	1.500 m <sup>2</sup>	780 m <sup>2</sup>	-720 m <sup>2</sup>
Einrichtungsbedarf	270 m <sup>2</sup>	1.020 m <sup>2</sup>	750 m <sup>2</sup>
Elektrohaushaltsgeräte	30 m <sup>2</sup>	110 m <sup>2</sup>	80 m <sup>2</sup>
Baumarktsortimente	2.120 m <sup>2</sup>	2.080 m <sup>2</sup>	-40 m <sup>2</sup>
Bekleidung	900 m <sup>2</sup>	660 m <sup>2</sup>	-240 m <sup>2</sup>
Schuhe, Lederwaren	280 m <sup>2</sup>	280 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>
Uhren, Schmuck	120 m <sup>2</sup>	120 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>
Bücher, Schreibwaren	440 m <sup>2</sup>	330 m <sup>2</sup>	-110 m <sup>2</sup>
Hausrat	250 m <sup>2</sup>	550 m <sup>2</sup>	300 m <sup>2</sup>
Unterhaltungselektronik	140 m <sup>2</sup>	120 m <sup>2</sup>	-20 m <sup>2</sup>
Spielwaren, Hobbys	190 m <sup>2</sup>	330 m <sup>2</sup>	140 m <sup>2</sup>
Foto, Optik	160 m <sup>2</sup>	150 m <sup>2</sup>	-10 m <sup>2</sup>
Telekommunikation	60 m <sup>2</sup>	20 m <sup>2</sup>	-40 m <sup>2</sup>
Informationstechnologie	50 m <sup>2</sup>	50 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>
Sportbedarf, Camping	70 m <sup>2</sup>	160 m <sup>2</sup>	90 m <sup>2</sup>
Baby-, Kinderartikel	-	10 m <sup>2</sup>	10 m <sup>2</sup>
<b>Summe</b>	<b>11.320 m<sup>2</sup></b>	<b>11.380 m<sup>2</sup></b>	<b>60 m<sup>2</sup></b>

Die Verkaufsfläche in Heilsbronn hat sich in der Summe in den vergangenen neun Jahren praktisch nicht verändert; sie beträgt - ohne sonstige Sortimente - 11.380m<sup>2</sup> (2009: 11.320m<sup>2</sup>):

Eine deutliche Abnahme der Verkaufsflächen sind in den Sortimentsbereichen Gesundheit und Pflege sowie Bekleidung zu erkennen. Gleichzeitig sind Verkaufsflächen im Bereich Einrichtungsbedarf, Hausrat sowie Spielwaren und Hobbys deutlich angestiegen.

Abbildung 62: Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in Heilsbronn, Vergleich 2010 - 2018

Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in der Altstadt Heilsbronn (2010 / 2018)			
	Verkaufsfläche 2010 (Erhebung 2009)	Verkaufsfläche 2018	Veränderung absolut
Nahrungs- und Genussmittel	340 m <sup>2</sup>	11 m <sup>2</sup>	-329 m <sup>2</sup>
Gesundheit, Pflege	150 m <sup>2</sup>	39 m <sup>2</sup>	-111 m <sup>2</sup>
Einrichtungsbedarf	30 m <sup>2</sup>	140 m <sup>2</sup>	110 m <sup>2</sup>
Elektrohaushaltsgeräte	0 m <sup>2</sup>	14 m <sup>2</sup>	14 m <sup>2</sup>
Baumarktsortimente	130 m <sup>2</sup>	53 m <sup>2</sup>	-78 m <sup>2</sup>
Bekleidung	270 m <sup>2</sup>	48 m <sup>2</sup>	-222 m <sup>2</sup>
Schuhe, Lederwaren	200 m <sup>2</sup>	29 m <sup>2</sup>	-171 m <sup>2</sup>
Uhren, Schmuck	50 m <sup>2</sup>	72 m <sup>2</sup>	22 m <sup>2</sup>
Bücher, Schreibwaren	220 m <sup>2</sup>	135 m <sup>2</sup>	-85 m <sup>2</sup>
Hausrat	30 m <sup>2</sup>	76 m <sup>2</sup>	46 m <sup>2</sup>
Unterhaltungselektronik	80 m <sup>2</sup>	54 m <sup>2</sup>	-26 m <sup>2</sup>
Spielwaren, Hobbys	60 m <sup>2</sup>	59 m <sup>2</sup>	-2 m <sup>2</sup>
Foto, Optik	130 m <sup>2</sup>	150 m <sup>2</sup>	20 m <sup>2</sup>
Telekommunikation	30 m <sup>2</sup>	9 m <sup>2</sup>	-21 m <sup>2</sup>
Informationstechnologie	50 m <sup>2</sup>	51 m <sup>2</sup>	1 m <sup>2</sup>
Sportbedarf, Camping	0 m <sup>2</sup>	77 m <sup>2</sup>	77 m <sup>2</sup>
Baby-, Kinderartikel	-	0 m <sup>2</sup>	0 m <sup>2</sup>
<b>Summe</b>	<b>1.770 m<sup>2</sup></b>	<b>1.015 m<sup>2</sup></b>	<b>-755 m<sup>2</sup></b>

In der Altstadt sind die Verkaufsflächen einiger Sortimentsbereiche heute niedriger als noch 2009, insbesondere die Verkaufsflächen in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung sowie Schuhe und Lederwaren.

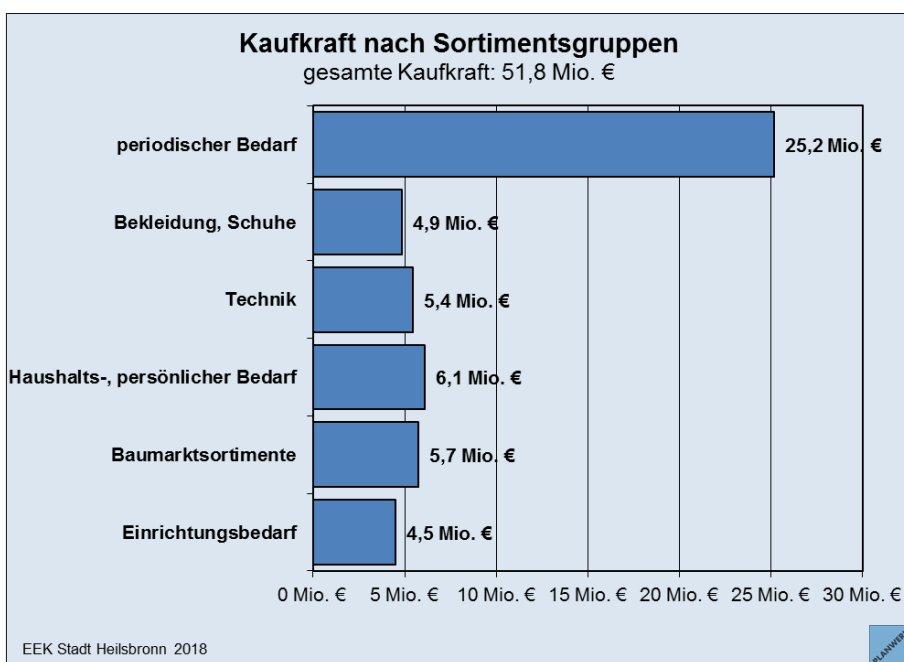
Abbildung 63: Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen in der Altstadt Heilsbronn 2010 - 2018

## 6 Standortanalyse Einzelhandel

### 6.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Dem Angebot im Einzelhandel steht differenziert nach den einzelnen Sortimentsbereichen die vorhandene Kaufkraft der Heilsbronner Bevölkerung gegenüber. Für die Beurteilung dieser Kaufkraft wurden die aktuellen Werte (Jahr 2017) aus der Statistik der GfK herangezogen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Stadt Heilsbronn beläuft sich auf 5.543 € pro Jahr und Einwohner (in EEK 2010, GfK GeoMarketing GmbH 2009: 5.064 €). Damit erreicht die Stadt Heilsbronn einen Pro-Kopf-Kaufkraftwert, der rd. 1,3 % über dem bundesweiten Durchschnitt rangiert. Der bundesweite Durchschnitt der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Jahr und Einwohner liegt bei 5.470 € (Jahr 2017). Gerechnet auf die gesamte Bevölkerung summiert sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Heilsbronner Bevölkerung auf insgesamt 51,8 Mio. € im Jahr 2017 (in EEK 2010, GfK GeoMarketing GmbH 2009: 46,1 Mio. €).



Knapp die Hälfte der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zielt auf die Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs. Davon verteilt sich die Kaufkraft wiederum auf den Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel mit 21,0 Mio. € und auf den Bereich Gesundheit und Pflege mit 4,2 Mio. €.

Über eine Kaufkraft von 6,1 Mio. € verfügt die Heilsbronner Bevölkerung für die Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf. Weitere 5,7 Mio. € weisen die Baumarktsortimente und 5,4

Abbildung 64: Kaufkraft nach Sortimentsgruppen

Mio. € die Sortimentsgruppe Technik auf.

In einer ähnlichen Größenordnung liegt jeweils die Kaufkraft der weiteren Sortimentsgruppen. Bei der Gruppe Bekleidung und Schuhe verfügt die Heilsbronner Bevölkerung über 4,9 Mio. €, wobei hier wiederum 3,9 Mio. € auf den Bereich Bekleidung und 1,0 Mio. € auf den Bereich Schuhe, Lederwaren entfallen.

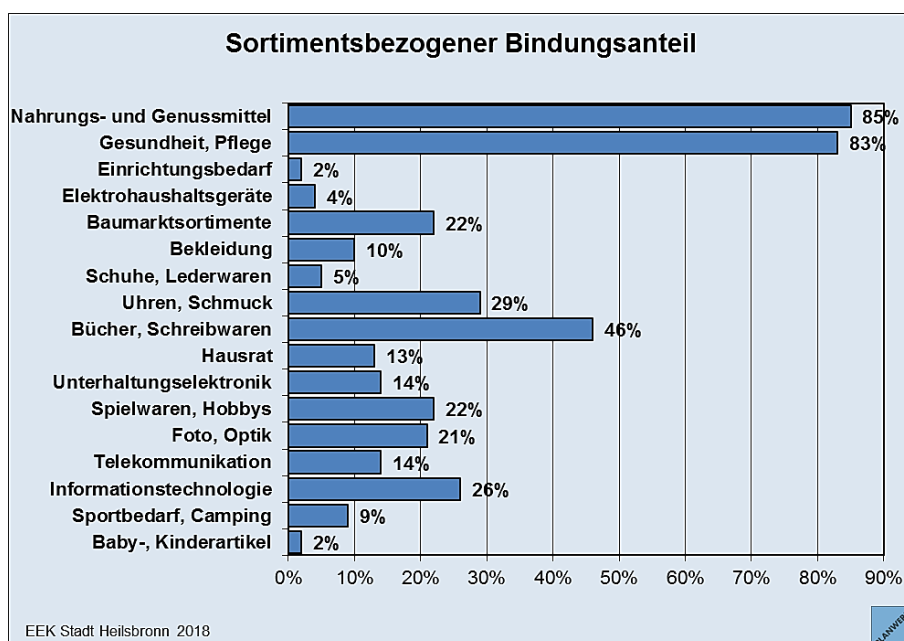
In der Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf findet sich die geringste Kaufkraft mit von 4,5 Mio. €.



## 6.2 Kaufkraftbindung

Wichtig für die Beurteilung der Wirtschaftsstärke des Standortes Heilsbronn ist die Kaufkraftbindung, die durch den in der Stadt Heilsbronn vorhandenen Einzelhandel generiert wird. Insgesamt sind am Standort Heilsbronn 25,9 Mio. € (EEK 2010: 21,9 Mio. €) der vorhandenen Kaufkraft der Heilsbronner Bevölkerung gebunden. Damit insgesamt eine Bindungsquote von 49,0 % erreicht (EEK 2010: rd. 47,5 %).

Von den einzelnen Sortimentsbereichen werden in mehreren Bereichen höhere Bindungsanteile erzielt.



Vor allem im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ergibt sich ein Bindungsanteil von 85%, was rd. 17,8 Mio. € gebundener Kaufkraft von insgesamt 21,0 Mio. € Kaufkraft in der Stadt Heilsbronn entspricht.

Eine ähnlich hohe Kaufkraftbindung wird zudem im Sortimentsbereich Gesundheit und Pflege erzielt. Hier werden 83%, was rd. 3,5 Mio. € gebundener Kaufkraft von insgesamt 4,2 Mio. € Kaufkraft in der Stadt Heilsbronn entspricht.

Abbildung 65: Sortimentsbezogener Bindungsanteil

Der Sortimentsbereich Bücher und Schreibwaren weist mit 46% einen weiteren hohen Bindungsanteil auf. Dies bedeutet, dass rd. 1,0 Mio. € Kaufkraft von insgesamt 2,1 Mio. € Kaufkraft in Heilsbronn gebunden werden.

Des Weiteren zeigen sich folgende Auffälligkeiten der sortimentsbezogenen Bindungsanteile:

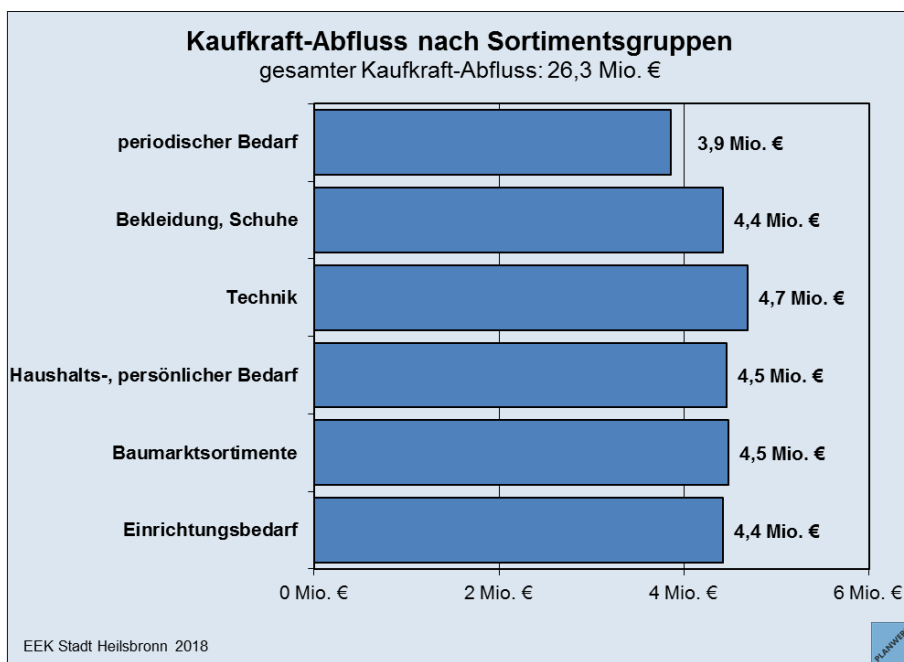
- Im Sortimentsbereich Informationstechnologie werden 26% der vorhandenen Kaufkraft, also 0,2 Mio. € von insgesamt 0,8 Mio. €, in der Stadt Heilsbronn gebunden.
- Im Bereich Uhren und Schmuck werden 29% Kaufkraft in der Stadt Heilsbronn gebunden, das bedeutet eine Bindung von rd. 0,2 Mio. € von insgesamt 0,7 Mio. € Kaufkraft.
- Im Sortimentsbereich Bekleidung werden lediglich 10% der vorhandenen Kaufkraft, also 0,4 Mio. € der insgesamt 3,9 Mio. € Kaufkraft, gebunden.
- Weitere sechs Sortimentsbereiche weisen eine Kaufkraftbindung zwischen 13% und 22% auf.

- Die Sortimentsbereiche Einrichtungsbedarf und Baby-, Kleinkindartikel weisen mit 2% die geringsten Anteile an gebundener Kaufkraft auf.

### 6.3 Kaufkraftflüsse

Aus dem beschriebenen Faktor der Kaufkraftbindung ergibt sich die Größe des Kaufkraft-Abflusses. Die vorhandene Kaufkraft der Heilsbronner Bevölkerung abzüglich der am Standort gebundenen Kaufkraft ergibt somit den resultierenden Kaufkraft-Abfluss. Dieser umfasst am Standort Heilsbronn eine Größenordnung von 26,3 Mio. € (EEK 2010: 24,2 Mio. €) und damit 50,7 % der gesamten in der Stadt Heilsbronn vorhandenen Kaufkraft (EEK 2010: 52,5%).

Die Quoten des Abflusses, die sich aus den genannten Bindungsquoten ergeben, betragen, von den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel (15%), Gesundheit und Pflege (17%), jeweils über 50%. Das bedeutet, dass in den meisten Sortimentsbereichen jeweils vorhandene Kaufkraft an andere Standorte abfließt.



Auf Ebene der Sortimentsgruppen fließen von der Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs (15,3 %) abgesehen, jeweils 73,1% bis 98% der vorhandenen Kaufkraft an anderen Standorten ab.

Die Abbildung stellt die Kaufkraft-Abflüsse in den Sortimentsgruppen in Zahlen dar. Dabei zeigt sich ein Kaufkraft-Abfluss in allen Sortimentsgruppen von 4,7 Mio. € in der Sortimentsgruppe Technik bis 3,9 Mio. € bei periodischer Bedarf.

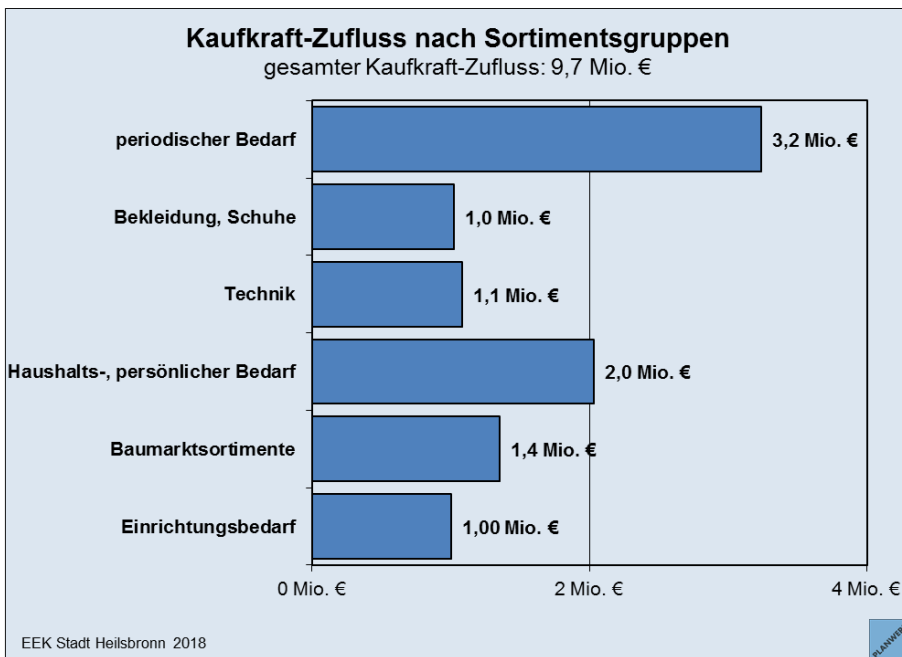
Abbildung 66: Kaufkraft-Abfluss nach Sortimentsgruppen

Obwohl die Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs prozentual den geringsten Kaufkraft-Abfluss verkraften muss, erreicht diese aufgrund des insgesamt hohen Kaufkraftaufkommens einen ähnlich hohen Kaufkraft-Abfluss wie die anderen Sortimentsgruppen. Dieser setzt sich zusammen aus den Kaufkraft-Abflüssen der Sortimentsbereiche Nahrungs- und Genussmittel von rd. 3,1 Mio. € sowie Gesundheit und Pflege von rd. 0,7 Mio. €.

Neben der eigenen Kaufkraftbindung wird vor allen Dingen durch die Zuflüsse an Kaufkraft, die von Einwohnern außerhalb der Stadt Heilsbronn an den Standort Heilsbronn fließen, die Wirtschaftsstärke und Zentralität des Einzelhandelsstandortes Heilsbronn definiert. Insgesamt fließen rd. 9,3 Mio. € Kaufkraft zu (EEK 2010: 13,7 Mio. €).

Den mit großem Abstand höchsten Kaufkraft-Zufluss verzeichnet die Sortimentsgruppe periodischer Bedarf mit 3,2 Mio. €.

An zweiter Stelle weist die Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf mit 2,0 Mio. € Kaufkraft-Zufluss auf.



Unter Berücksichtigung der einzelnen Sortimentsbereiche kann vor allem der Bereich Hausrat mit 0,9 Mio. € den Großteil des Kaufkraft-Zuflusses verzeichnen. Der Sortimentsbereich Spielwaren und Hobbys weist 0,6 Mio. € auf, Uhren und Schmuck 0,3 Mio. €, Sportbedarf und Camping 0,2 Mio. €, Baby- und Kinderartikel 0,03 Mio. €, Bücher und Schreibwaren 0,01 Mio. €.

Abbildung 67: Kaufkraft-Zufluss nach Sortimentsgruppen

Die übrigen Sortimentsgruppen verzeichnen einen Zufluss von 1,4 Mio. € (Baumarktsortimente) bis 1,0 Mio. € (Bekleidung / Einrichtungsbedarf).

## 6.4 Einzelhandelszentralität

Entscheidend für die Bestimmung der Zentralität des Standortes Heilsbronn sind jedoch nicht die dargestellten Werte an Kaufkraft-Zufluss, sondern das Verhältnis von Umsatz am Standort zur vor Ort vorhandenen Kaufkraft.

Insgesamt erreicht der Einzelhandelsstandort Heilsbronn eine Zentralität von 67 % (EEK 2010: 77%). Das bedeutet, dass der örtliche Umsatz im Einzelhandel deutlich unter dem gesamten Kaufkraftpotenzial der Heilsbronner Bevölkerung liegt; also sich der Kaufkraft-Abfluss über dem Kaufkraft-Zufluss befindet. Die Zentralität war im Jahr 2010 mit 10%-Punkten deutlich höher.

Differenziert nach den einzelnen Sortimentsgruppen ergeben sich sehr unterschiedliche Werte der jeweiligen Zentralität. Mit einer Zentralität von 98% weist die Sortimentsgruppe periodischer Bedarf den höchsten Wert in der Stadt Heilsbronn auf. Somit entspricht der Umsatz knapp dem vorhandenen Kaufkraftpotenzial der Heilsbronner Bevölkerung.

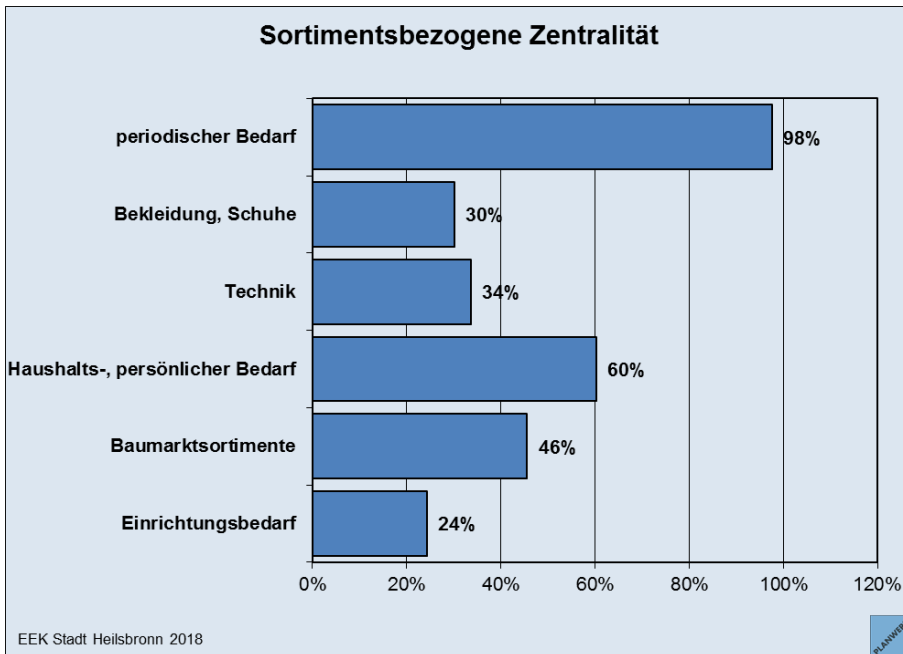


Abbildung 68: Sortimentsbezogene Zentralität

Mit Zentralitätswerten ab 60% und darunter zeigt sich für alle anderen Sortimentsgruppen ein Bedeutungsdefizit. Hier liegt der Umsatz deutlich unter dem vorhandenen Kaufkraftpotenzial in der Stadt Heilsbronn. Allerdings ergeben sich die Werte der Sortimentsgruppen Bekleidung und Schuhe, Technik sowie Haushalts- und persönlicher Bedarf als Durchschnitt verschiedener Sortimentsbereiche, die sich wiederum stark voneinander unterscheiden.

Auf Ebene der 17 Sortimentsbereiche erreichen zwei Bereiche jeweils Zentralität von über 100% und damit jeweils einen Bedeutungsüberschuss. Somit kann den Bereichen Gesundheit und Pflege mit 139% und dem Bereich Hausrat mit 124% eine hohe Zentralität zugesprochen werden.

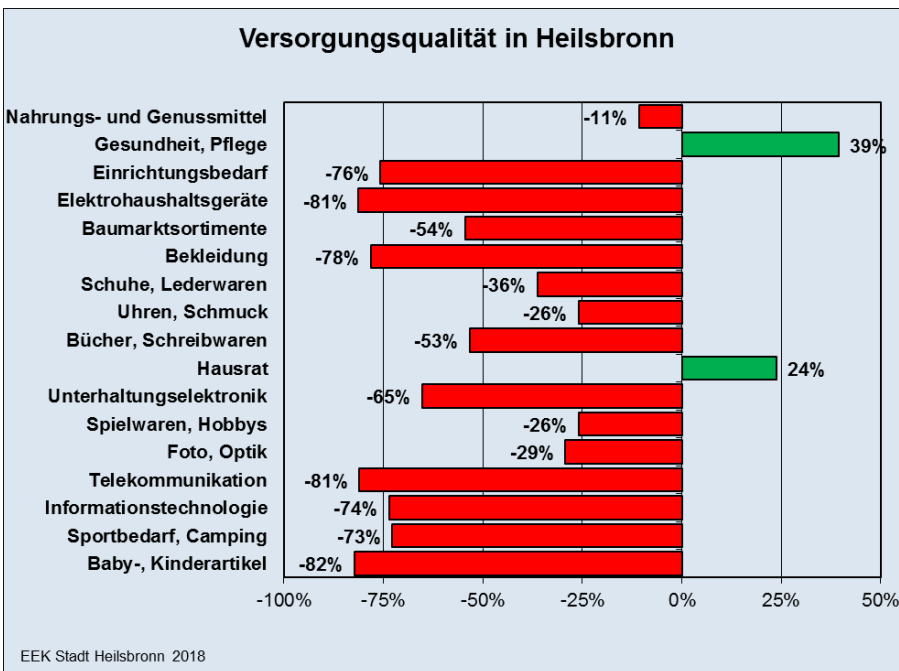


Abbildung 69: Versorgungsqualität in Heilsbronn

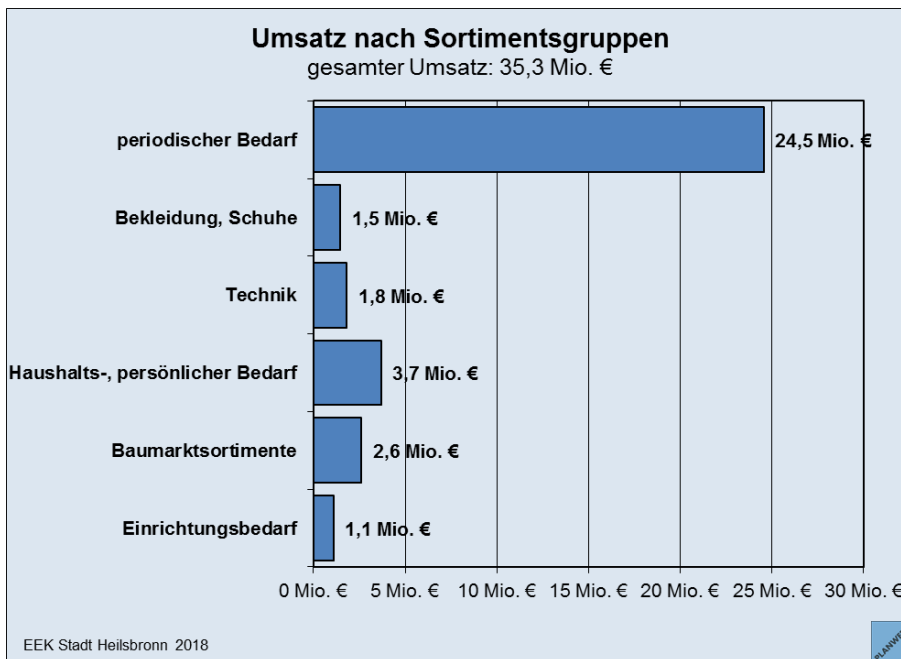
Dagegen ist vor allem in den Sortimentsbereichen Baby- und Kinderartikel, Telekommunikation, Elektrohaushaltsgeräte, Bekleidung, Einrichtungsbedarf, Informationstechnologie sowie Sportbedarf und Camping der Umsatz jeweils deutlich geringer als entsprechende Kaufkraft in der Stadt Heilsbronn vorhanden ist.

Insgesamt zeigt die Einzelhandelszentralität, dass der Standort Heilsbronn nur in wenigen Bereichen eine wesentliche Versorgungsfunktion für die Stadt und das Umland innehat. In der Mehrheit der Sortimentsbereiche dagegen bestehen am Einzelhandelsstandort Heilsbronn Defizite.

## 6.5 Einzelhandelsumsatz

Der Einzelhandelsumsatz am Standort Heilsbronn beläuft sich nach den im Frühjahr 2018 durchgeführten Erhebungen auf hochgerechnet 35,3 Mio. € (EEK 2010: 35,6 Mio. €) ohne den sonstigen Einzelhandel.

Mit 18,7 Mio. € wird gut die Hälfte des gesamten Umsatzes in der Stadt Heilsbronn im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel erwirtschaftet. Zusammen mit dem Bereich Gesundheit, Pflege mit einem Umsatz von 5,8 Mio. € sind es für den periodischen Bedarf insgesamt 70% des gesamten Umsatzes bzw. 24,5 Mio. €.



Mit deutlichem Abstand weist die Sortimentsgruppe Haushalts- und persönlicher Bedarf einen Umsatzwert von 3,7 Mio. € auf, wobei hier im Sortimentsbereich Hausrat sowie Bücher und Schreibwaren mit 1,0 Mio. € die größte Anteile der Sortimentsgruppe erwirtschaftet wird.

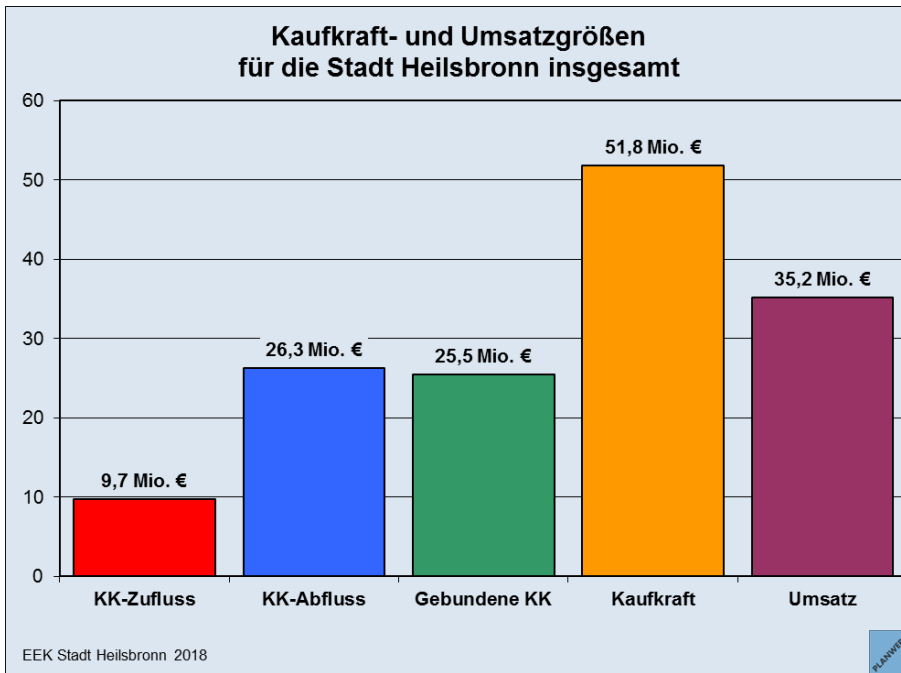
Die restlichen Sortimentsgruppen weisen Umsatzwerte zwischen 2,6 und 1,1 Mio. € auf.

Abbildung 70: Umsatz nach Sortimentsgruppen

## 6.6 Bilanzierung Umsatz - Kaufkraft

Die gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung in der Stadt Heilsbronn beläuft sich auf 51,8 Mio. € (EEK 2010: 46,1 Mio. €). Davon werden knapp 25,5 Mio. € am Standort Heilsbronn gebunden (EEK 2010: 21,9 Mio. €). Dies bedeutet einen Kaufkraft-Abfluss von knapp 26,3 Mio. € (EEK 2010: 24,2 Mio. €).





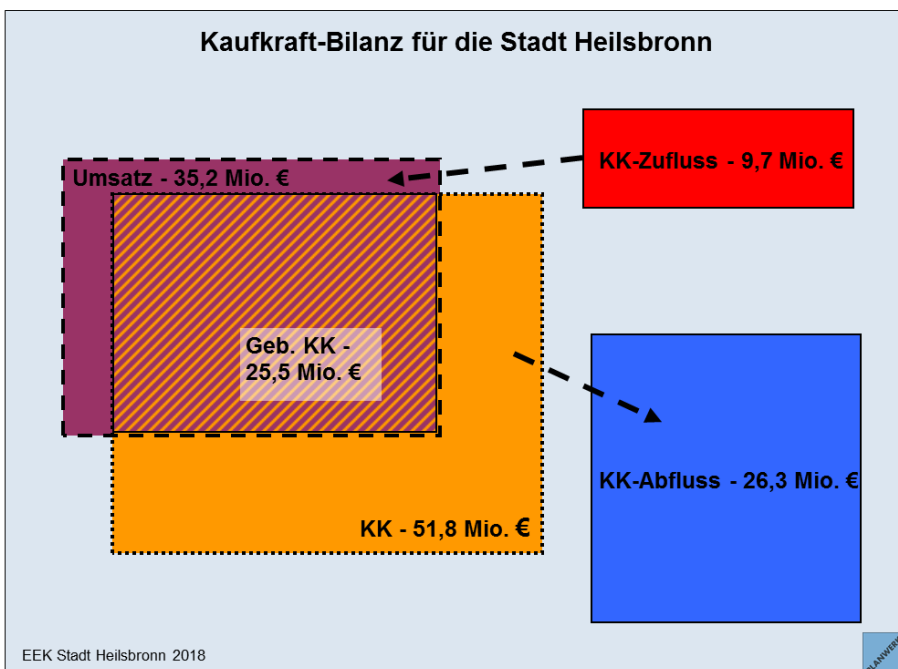
Die gebundene Kaufkraft (25,5 Mio. €) zusammen mit dem Kaufkraft-Zufluss von insgesamt 9,7 Mio. € (EEK 2010: 13,7 Mio. €) ergibt summarisch einen Einzelhandelsumsatz am Standort Heilsbronn von 35,2 Mio. € (EEK 2010: 35,6 Mio. €).

In nebenstehender Abbildung sind zusammenfassend für die gesamte Stadt Heilsbronn die Werte der genannten Größen dargestellt.

Abbildung 71: Kaufkraft- und Umsatzgrößen für die Stadt Heilsbronn insgesamt

Für den Heilsbronner Einzelhandel insgesamt gilt damit folgende Situation:

- Kaufkraft am Ort: 51,8 Mio. €
- davon gebunden: 25,5 Mio. € (49% der Kaufkraft)
- davon Abfluss: 26,3 Mio. € (51% der Kaufkraft)
- Umsatz am Ort: 35,2 Mio. €
- davon Kaufkraft am Ort: 25,5 Mio. € (73 % des Umsatzes)
- davon Zufluss: 9,7 Mio. € (27% des Umsatzes)



Die nebenstehende Abbildung verdeutlicht diese Größen nochmals in Form einer schematischen Flussdiagrammdarstellung.

Abbildung 72: Kaufkraft-Bilanz für die Stadt Heilsbronn

## 6.7 Einzelhandelssituation im Mehrfachzentrum Heilsbronn-Neuendettelsau-Windsbach

Mit dem Inkrafttreten der Teilfortschreibung des Landesentwicklungsprogramms Bayern zum 01.03.2018 sind die drei Kommunen Stadt Heilsbronn, Gemeinde Neuendettelsau und Stadt Windsbach als Mehrfach-Mittelzentrum festgelegt. Mit der Festlegung zu einem Dreifach-Mittelzentrum wird den drei Kommunen ein gemeinsamer zentralörtlicher Versorgungsauftrag zugeschrieben. Dieser bedingt eine bestehende oder künftige interkommunale Zusammenarbeit der Orte (LEP 2018, Grundsatz 2.1.11).

Somit gestaltet sich der Bereich Einzelhandel für die drei Kommunen Heilsbronn, Neuendettelsau und Windsbach als gemeinsamer Auftrag zur zentralörtlichen Versorgung. Zur Bewertung der Bindungs- und weiteren Ansiedlungs-/Erweiterungspotenziale in der Stadt Heilsbronn ist es daher wichtig das Angebot in den beiden Verbundkommunen kurz aufzuzeigen.

Eine detaillierte Erhebung der Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen wurde in den beiden Nachbarkommunen nicht durchgeführt; die Angaben belaufen sich auf die Einschätzung der Gutachter.

### ***Einzelhandelsangebote in der Gemeinde Neuendettelsau***

Die Gemeinde Neuendettelsau liegt rd. 5 km südlich von Heilsbronn und bildet mit rd. 7.850 Einwohnern die zweitgrößte Kommune im Mehrfach-Mittelzentrum (Stand 31.12.2017).

Mit dem E-Center Besenbeck findet sich in der Reuther Straße der größte Einkaufsmarkt in der Gemeinde. Neben Waren für den periodischen Bedarf sind dem Vollsortimenter ein Schreibwarengeschäft, Gartenbedarf und Schuhen angegliedert.

Ein Discounter findet sich am westlichen Ortsrand an der Schlauersbacher Straße; ein weiterer ist im Verbund mit einem Drogeriemarkt an der Riegelgasse angesiedelt. Zusätzlich zur Versorgung der Bevölkerung mit periodischem Bedarf gibt es in der Gemeinde mehrere Bäckereien, zwei Metzgereien und einen Naturkostladen. Weitere Einzelhandelsbetriebe für den aperiodischen Bedarf finden sich entlang der Hauptstraße und in ‚Die Passage Neuendettelsau‘.

Einen wichtigen Akteur in Neuendettelsau stellt die Diakonie Neuendettelsau dar. Neben Betreuungs- und Bildungsangeboten für Kinder, Jugendliche, Menschen mit Behinderungen und Senioren sowie einem Krankenhaus übernimmt die Diakonie eine zentrale Versorgungsfunktion für die Region. Die Einrichtung betreibt in Neuendettelsau zusätzlich eine Bäckerei, eine Metzgerei und eine Gärtnerei.

### ***Einzelhandelsangebote in der Stadt Windsbach***

Die Stadt Windsbach, bekannt als Heimatort des Windsbacher Kanenchors, liegt ca. 10 km südlich von der Stadt Heilsbronn mit einer Bevölkerungszahl von rd. 6.080 (Stand 31.12.2017). Das Einzelhandelsangebot für den periodischen Bedarf ist überwiegend am Stadtrand angesiedelt. Im Gewerbegebiet Fohlenhof an der Reuther Straße gelegen finden sich ein Vollsortimenter mit Bäckerei und ein Discounter, an der Ansbacher Straße ein weiterer Discounter. In der Stadtmitte finden sich lediglich eine Metzgerei, eine Bäckerei, zwei Modegeschäfte und ein Spielwarenladen.

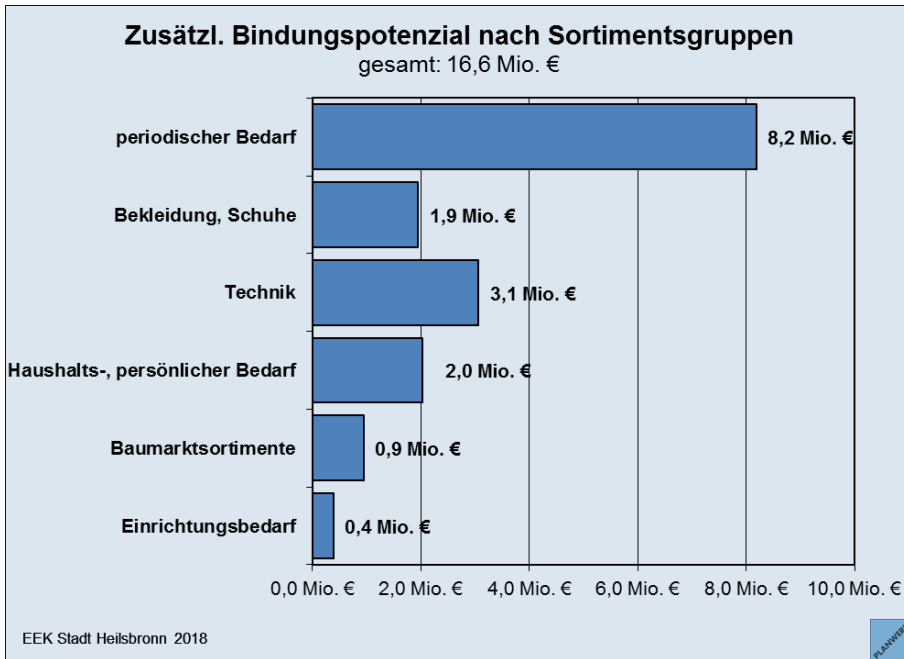
## **6.8 Bindungspotenzial**

Aus den verschiedenen genannten Werten an Kaufkraft, Bindung, Kaufkraft-Abfluss und Kaufkraft-Zufluss sowie dem vorhandenen Einzelhandelspotenzial am Standort Heilsbronn lässt sich das Bindungspotenzial insgesamt sowie für die einzelnen Sortimentsbereiche ermitteln. Entscheidend für den Umfang ist jeweils das Potenzial an Kaufkraft, das zukünftig in Heilsbronn zusätzlich gebunden werden kann. Bei dieser Berechnung werden einige Annahmen zur Entwicklung des Standortes Heilsbronn getroffen:

- Die Stadt Heilsbronn kann ihre grundsätzliche Attraktivität als Wohn- und Gewerbestandort auf dem heutigen Stand halten.
- Die Bindung des Kaufkraft-Abflusses wird in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Pflege mit 90% und in den übrigen Sortimentsbereichen mit Werten zwischen 20% und 60% angesetzt.
- Für die berechneten Kaufkraft-Zuflüsse wird mit einer zusätzlichen Abschöpfung der noch nicht gebundenen Kaufkraft aus dem Verflechtungsbereich, bei Nahrungs- und Genussmitteln aus dem Nahbereich, gerechnet. Hierfür wird auf Grund des nach LEP festgelegten gemeinsamen Verflechtungsbereichs der drei Kommunen Heilsbronn, Neuendettelsau und Windsbach die maximale Kaufkraftabschöpfung nach Anteil der aktuellen Einwohnerzahl gewichtet. Somit verteilt sich der Verflechtungsbereich folglich zu 40% auf die Stadt Heilsbronn und zu 60% auf die anderen beiden Kommunen.
- Für die berechneten Kaufkraft-Zuflüsse wird somit mit einer zusätzlichen Abschöpfung der noch nicht gebundenen Kaufkraft aus dem Verflechtungsbereich bei allen Sortimentsbereichen zwischen 5% und 10% mit Ausnahme von Gesundheit und Pflege (90%) angesetzt. Zur Berechnung der Kaufkraft-Zuflüsse im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel wird der im Regionalplan festgelegte Nahbereich verwendet und von einer zusätzlichen Abschöpfung von 90% angenommen.

Die folgende Abbildung weist die Bindungspotenziale in den Sortimentsgruppen aus.

Insgesamt ermittelt die Analyse einen möglichen Gesamtumsatz für die Stadt Heilsbronn von rd. 51,3 Mio. €, was einem zusätzlichen Potenzial von 16,6 Mio. € entspricht.



Für die Güter des periodischen Bedarfs liegt das Potenzial bei 8,2 Mio. €, welches sich wiederum aus 4,9 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel sowie 3,3 Mio. € für Gesundheit und Pflege zusammensetzt.

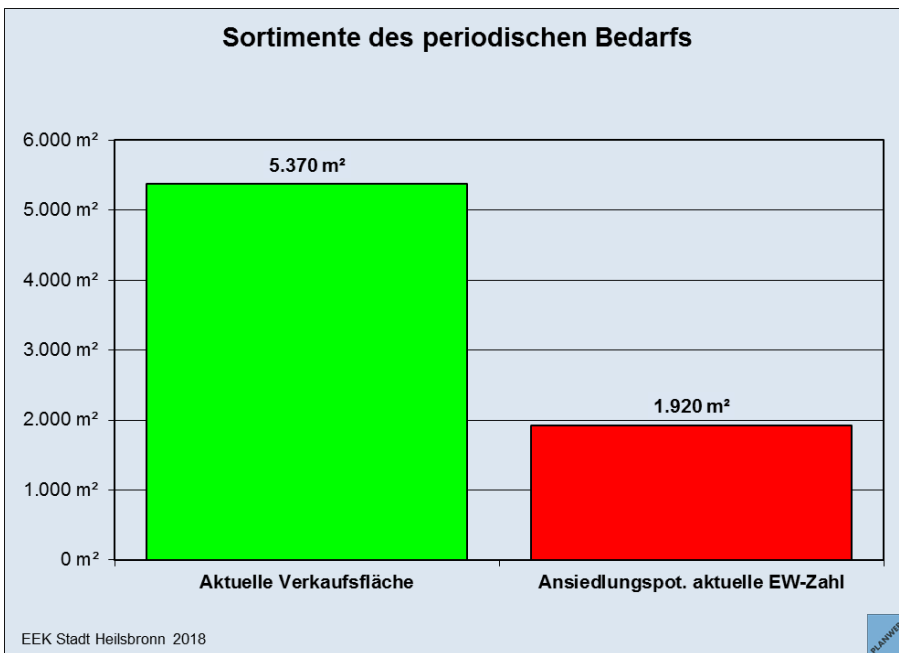
Die anderen Sortimentsgruppen weisen ein Bindungspotenzial von je 3,1 Mio. € (Technik) bis 0,4 Mio. € (Einrichtungsbedarf) auf.

Abbildung 73: zusätzliches Bindungspotenzial nach Sortimentsgruppen

## 7 Ansiedlungspotenziale im Einzelhandel

Rechnet man die ermittelten Bindungspotenziale in €-Werten über durchschnittlich erwirtschaftete Quadratmetererlöse auf die damit verbundene zusätzlich mögliche Verkaufsfläche um, ergeben sich für jeden der Sortimentsbereiche die zusätzlichen Ansiedlungspotenziale, die am Standort Heilsbronn möglich und verträglich sind. Insgesamt wurde für die Stadt Heilsbronn ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 4.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ermittelt.

### Sortimente des periodischen Bedarfs

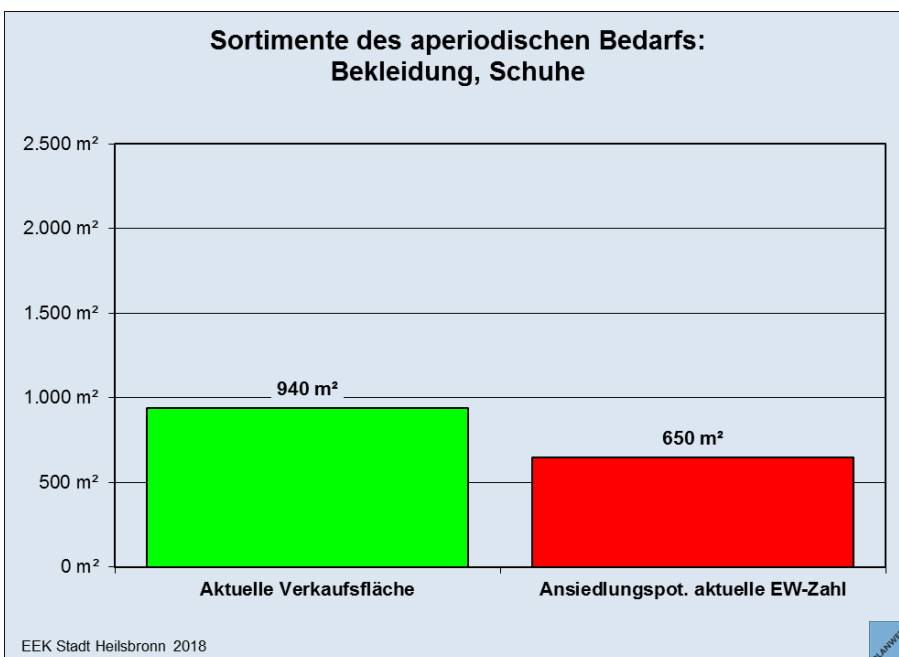


In der Sortimentsgruppe des periodischen Bedarfs verfügt die Stadt Heilsbronn mit einem Vollsortimenter und drei Discountern sowie einem Droge-riemarkt über eine gute Versorgung. Insgesamt besteht rd. 1.920 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche als Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial.

Dieses teilt sich zwischen den beiden Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel (1.350 m<sup>2</sup>) sowie Gesundheit und Pflege (560 m<sup>2</sup>) auf.

Abbildung 74: Sortimente des periodischen Bedarfs

### Aperiodischer Bedarf: Bekleidung, Schuhe



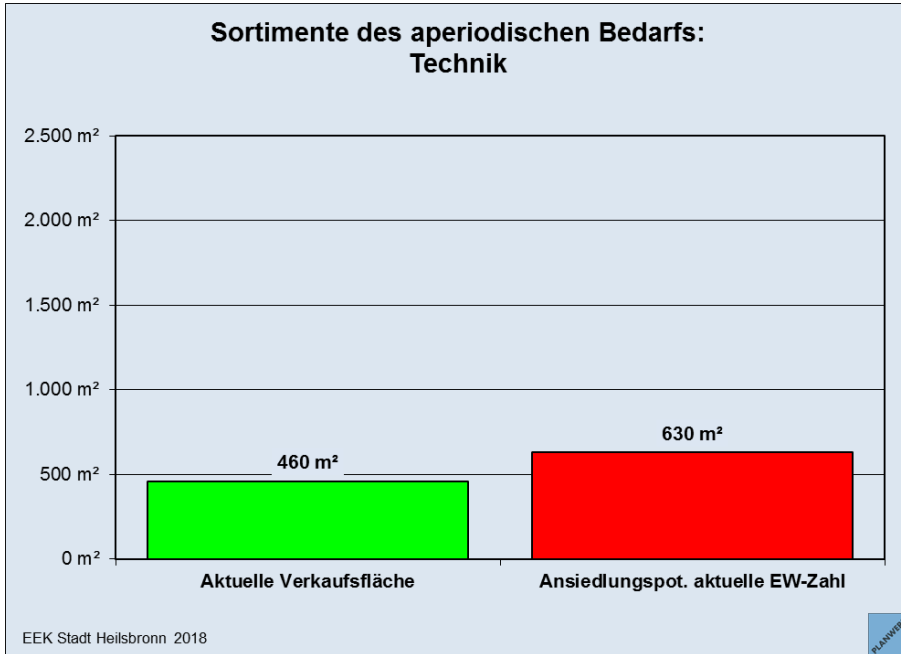
Bei den Sortimenten des aperiodischen Bedarfs ist die Sortimentsgruppe Bekleidung, Schuhe generell die wichtigste zentrenrelevante Sortimentsgruppe. In der Stadt Heilsbronn liegt das Angebot von Bekleidung und Schuhen insgesamt bei einer Verkaufsfläche von 940 m<sup>2</sup>, womit das Potenzial noch nicht voll ausgeschöpft ist.

Abbildung 75: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Bekleidung, Schuhe  
 Heilsbronn\_EEK\_2018\_Bericht.docx



Somit besteht in diesem Bereich ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 650 m<sup>2</sup>, mit einer Fläche von 500 m<sup>2</sup> im Sortimentsbereich Bekleidung und 150 m<sup>2</sup> im Bereich Schuhe, Lederwaren.

### Aperiodischer Bedarf: Technik

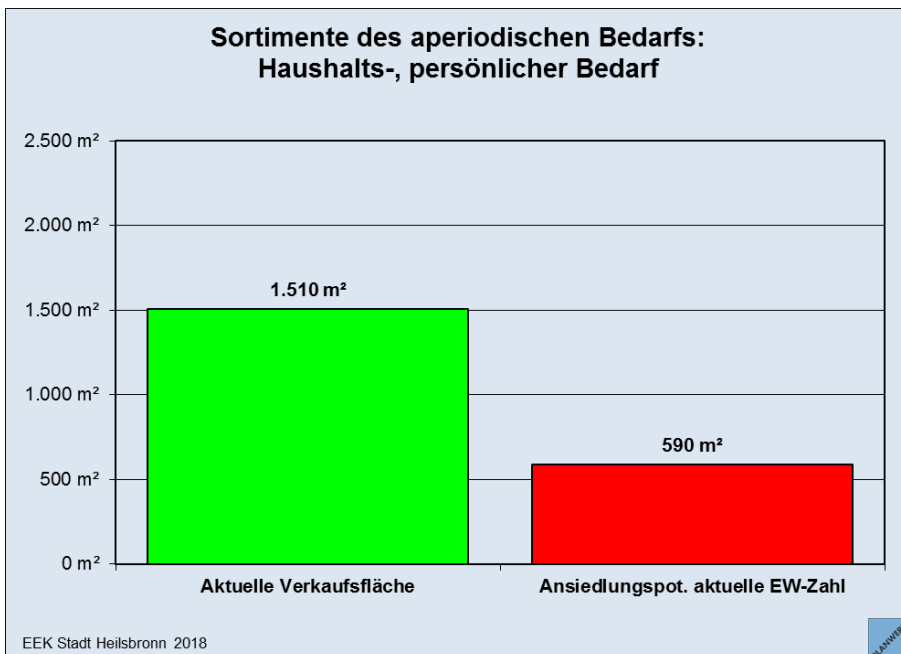


Das Angebot in der Sortimentsgruppe Technik ist mit einer Verkaufsfläche von insgesamt knapp 460 m<sup>2</sup> relativ klein und wird von mehreren kleinen Fachgeschäften bedient.

Aufgrund dieser Versorgungslage ergibt die Berechnung der potenziellen Ansiedlungs- und Erweiterungsflächen eine Größenordnung von weiteren 630 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Abbildung 76: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Technik

### Aperiodischer Bedarf: Haushalts-, persönlicher Bedarf



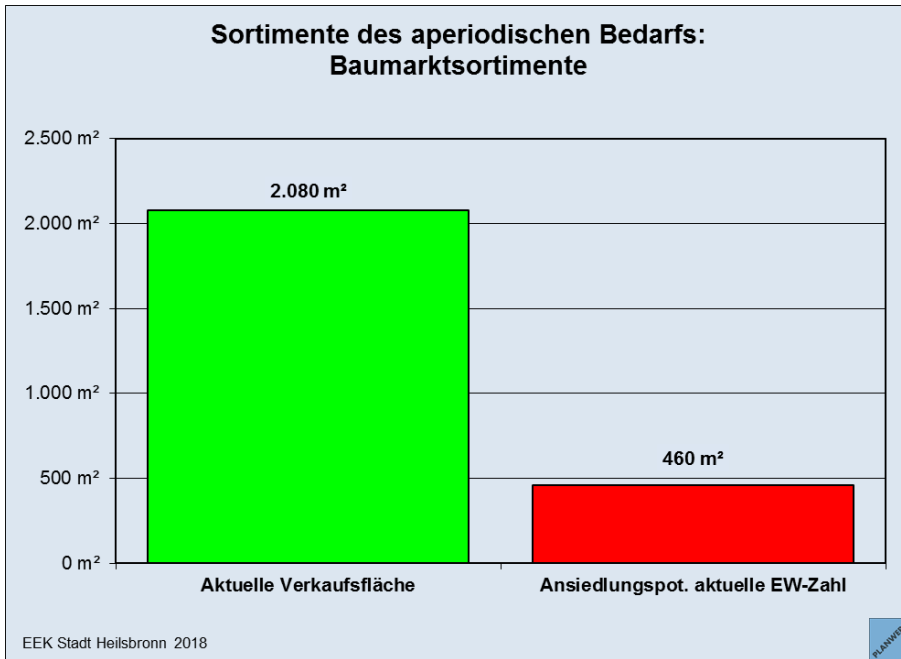
Die Sortimentsgruppe des Haushalts- und persönlichen Bedarfs setzt sich aus den Sortimentsbereichen Uhren und Schmuck, Bücher und Schreibwaren, Hausrat, Spielwaren und Hobbys, Sportbedarf und Camping sowie Baby- und Kinderartikel zusammen.

Im Bereich dieser Sortimente besteht in Heilsbronn derzeit ein Einzelhandelsangebot von rd. 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Abbildung 77: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Haushalts-, persönlicher Bedarf

Basierend auf den Berechnungen könnten die Flächen in der Sortimentsgruppe insgesamt um 590 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ergänzt werden.

### Aperiodischer Bedarf: Baumarktsortimente

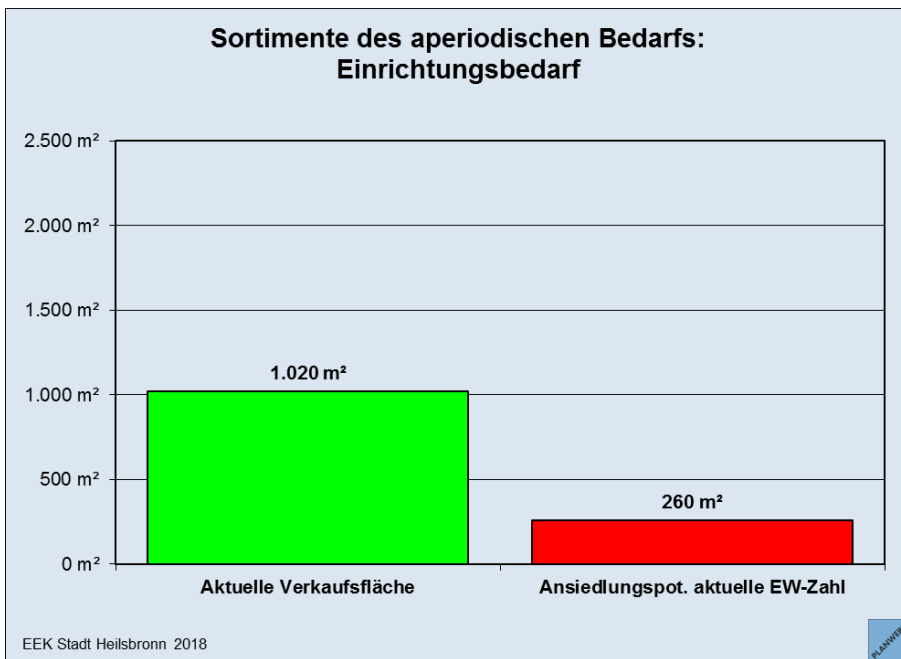


In der Sortimentsgruppe Baumarktsortimente verfügt die Stadt Heilsbronn über einen inhabergeführten Baumarkt und Fachgeschäften für Blumen- und Gartenbedarf.

Somit finden sich derzeit bereits 2.100 m² Verkaufsfläche im Bereich Baumarktsortiment. Die Berechnungen ergeben ein weiteres Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 500 m² Verkaufsfläche.

Abbildung 78: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Baumarktsortimente

### Aperiodischer Bedarf: Einrichtungsbedarf



Derzeit beträgt die Verkaufsfläche der Sortimentsgruppe Einrichtungsbedarf rd. 1.000 m².

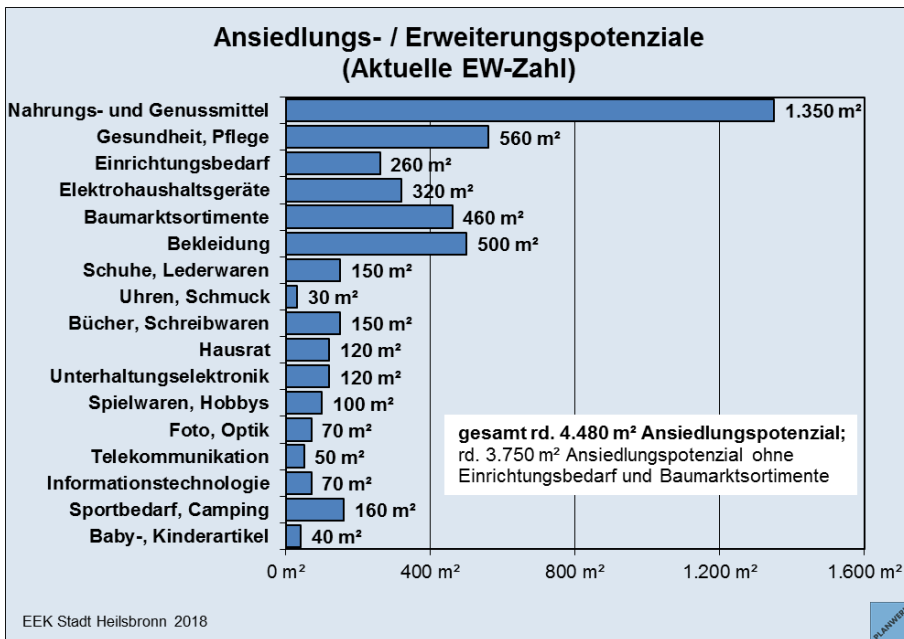
Basierend auf der Analyse ergibt sich folglich ein umfassendes Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 300 m² Verkaufsfläche.

Abbildung 79: Sortimente des aperiodischen Bedarfs - Einrichtungsbedarf

## Übersicht der Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale

Die Analyse ergibt insgesamt ein Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial von rd. 4.480 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Dabei ergeben sich in den beiden in erster Linie nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen Einrichtungsbedarf (260 m<sup>2</sup>) und Baumarktsortimente (460 m<sup>2</sup>) insgesamt rd. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsflächenpotenzial. Eine Ansiedlung dieser Größenordnung ist jedoch nicht zu erwarten.

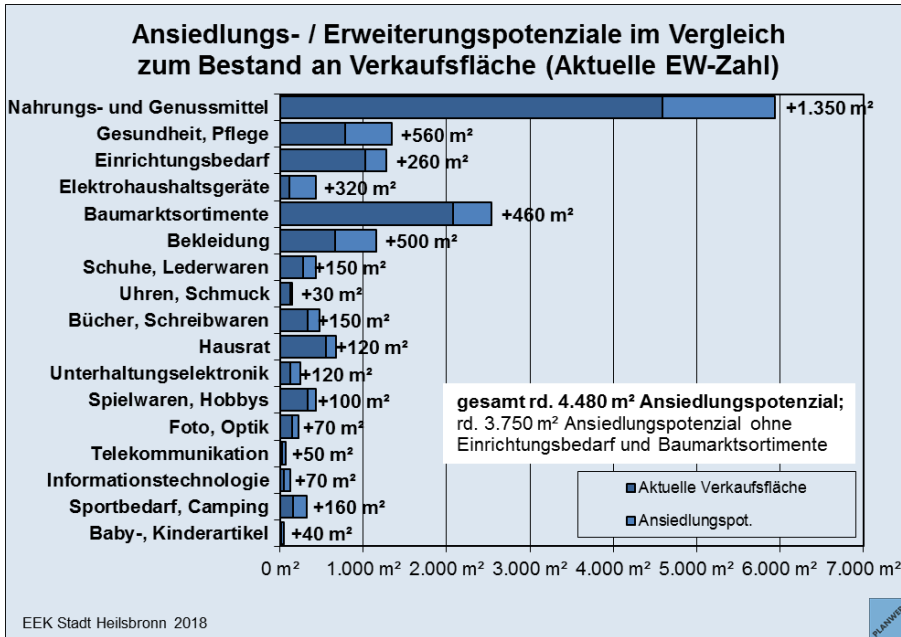


Somit verteilen sich rd. 3.750 m<sup>2</sup> Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale auf zentrenrelevante Sortimentsbereiche. Das größte Ansiedlungspotenzial weist mit 1.350 m<sup>2</sup> der Bereich Nahrungs- und Genussmittel auf. Weitere größere Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale finden sich im Bereich Gesundheit und Pflege (560 m<sup>2</sup>), Bekleidung (500 m<sup>2</sup>) sowie Elektrohaushaltsgeräte (320 m<sup>2</sup>).

Abbildung 80: Ansiedlungs-/Erweiterungspotenziale bei aktueller Einwohnerzahl

In den übrigen Bereichen liegen die entsprechenden Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale zwischen 160 m<sup>2</sup> und 30 m<sup>2</sup>.

Grundsätzlich besteht in den meisten Sortimentsbereichen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial, wenn auch meist nur in relativ geringen Dimensionen. Bei den zentrenrelevanten Sortimenten sind entsprechende zentrale Standorte dafür vorzusehen.



In Relation zum vorhandenen Bestand an Verkaufsfläche in der Stadt Heilsbronn wird aus der Abbildung deutlich, dass insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln weiteres Potenzial zur Ansiedlung bzw. Erweiterung besteht.

Abbildung 81: Ansiedlungs-/ Erweiterungspotenziale im Vergleich zum Bestand an Verkaufsflächen bei aktueller Einwohnerzahl

Außerdem weisen einige Sortimentsbereiche mit derzeit eher geringer Verkaufsfläche ein verhältnismäßig großes Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial auf; dies vor allem in den Sortimentsbereichen Elektrohaushaltsgeräte, Telekommunikation, Informationstechnologie, Unterhaltungselektronik, Sportbedarf und Camping sowie Baby- und Kinderartikel.

Wir gehen davon aus, dass die in der Stadt Heilsbronn bestehenden Einzelhandelsbetriebe erhalten werden können, wenn in der Summe der zukünftigen Erweiterungen und Neuansiedlungen die in m² Verkaufsfläche angegebenen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale nicht überschritten werden.

Wird ein Betrieb innerhalb des Stadtgebiets von einem an einen anderen Standort verlagert, reduziert sich das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für die Stadt nur um die gegenüber dem Bestand „erweiterten“ Verkaufsflächen.

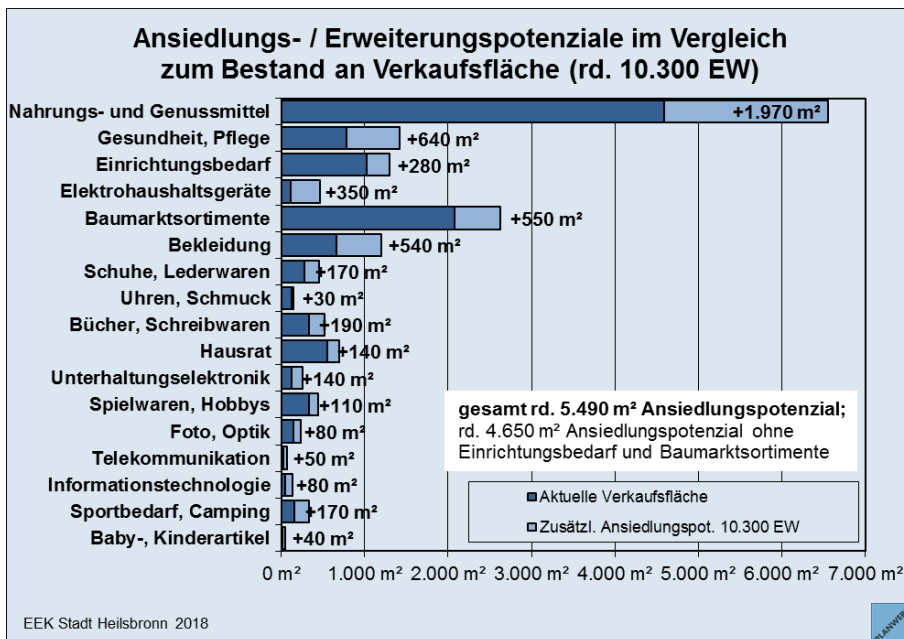
Wenn ein Betrieb aufgegeben wird und eine dem Bestand entsprechende Nachnutzung ausgeschlossen werden kann, erhöht sich das Ansiedlungs- und Erweiterungspotenzial für die Stadt um die „aufgegebenen“ Verkaufsflächen. Theoretisch ist es denkbar, dass nach einer Betriebsaufgabe das zusätzliche Ansiedlungspotenzial über den Grenzwerten für den großflächigen Einzelhandel liegt.

### Höhere Potenziale bei stärkerem Einwohnerwachstum

Die Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes Bayern hat die Einwohnerzahl der Stadt Heilsbronn vorausberechnet. Demnach wird sich die Einwohnerzahl Heilsbronn von 2016 bis 2034 um knapp 300 Einwohner auf 9.600 erhöhen.

Basierend auf den Planungsvorhaben der Stadt Heilsbronn in den kommenden Jahren sowie dem bereits länger anhaltenden Druck auf den Wohnungsmarkt im Verdichtungsraum Nürnberg schätzen die Gutachter den berechneten Wert des Landesamtes für Statistik zu gering ein. Mit der Ausweisung weiterer Baugebiete in der Stadt Heilsbronn gehen die Planer von einer Bevölkerungsentwicklung von 1.000 Einwohnern zusätzlich aus; also einem Anstieg auf 10.300 Einwohnern.

Das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept hat die Bestandsdaten (Einwohner, Verkaufsfläche etc.) als Basis verwendet, weil nur diese gesichert sind. An dieser Stelle kann jedoch der Ausblick gegeben werden, wie sich die höhere Einwohnerzahl Heilsbronn auf weitere potenzielle Einzelhandelsflächen auswirken werden.



Das Potenzial weiterer (über die obige Bedarfsberechnung hinaus) Verkaufsflächen beträgt in der Summe der 17 Sortimentsgruppen 1.010 m², davon für Nahrungs- und Genussmittel 610 m², Baumarktsortimente 90 m², Gesundheit/Pflege 70 m².

Abbildung 82: Ansiedlungs-/Erweiterungspotenziale im Vergleich zum Bestand an Verkaufsfläche mit Einwohnerzahl 10.300



## Landesplanerische Beurteilung

Unabhängig von den ermittelten Flächenpotenzialen bedarf ein Einzelhandelsvorhaben – Neuansiedlung und Erweiterung - im Sinne des § 11 (3) BauNVO (Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche über 800 m<sup>2</sup> = Regelvermutungsgrenze) einer Überprüfung durch die Höhere Landesplanungsbehörde.

Mit dem Inkrafttreten der Teilfortschreibung des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP) zum 01.03.2018 bildet die Stadt Heilsbronn gemeinsam mit der Gemeinde Neuendettelsau und der Stadt Windsbach ein gemeinsames Mehrfach-Mittelzentrum (s. Kapitel 3.1). Als zentraler Mehrfachort ergibt sich ein gemeinsamer einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich von knapp 50.000 Personen. Dieser Bezugsraum ist Berechnungsbasis für die Ermittlung der maximalen Kaufkraftabschöpfung aller drei Kommunen (LEP 2018, Beschreibung zu 5.3.3).

Die Empfehlungen des vorliegenden EEKs, insbesondere zu weiteren Ansiedlungen, reduzieren den LEP-Verflechtungsbereich und ordnen der Stadt Heilsbronn einen entsprechend der Einwohnerzahl großen Verflechtungsbereich zu (s. Kapitel 6.8). Wir empfehlen der Stadt Heilsbronn, sich über die gem. LEP möglichen Abschöpfungen von Kaufkraft, also zusätzliche Ansiedlungen von Einzelhandel, zu verständigen und Regelungen zu treffen, welche Kommune welche Sortimente in welcher Dimension ausbauen kann.

## 8 Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungsbereiche

Auf Grundlage der im Frühjahr 2018 durchgeführten Bestandserhebung und unter Berücksichtigung der Zielsetzung zur weiteren Einzelhandelsentwicklung lassen sich für die Stadt Heilsbronn – über Einzelstandorte der Nahversorgung hinaus - drei Bereiche mit wichtiger Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung ausmachen:

- **Zentraler Versorgungsbereich „Altstadt Heilsbronn“** ist der innerstädtische Bereich Hauptstraße – Marktplatz – Lindenplatz – Teilbereich Alte Poststraße – Am Postberg.
- **Nahversorgungszentrum „Fürther-/Industrie-/Fabrikstraße“** nahe des Bahnhofs
- **Nahversorgungszentrum „Ansbacher Straße“** im westlichen Bereich

Alle drei Bereiche erfüllen die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs im Sinne des § Abs. 6 Nr. 4 BauGB, wobei zwischen zwei unterschiedlichen Hierarchiestufen zu unterscheiden ist (s. Kapitel 1.4.1).

Für die Abgrenzung dieser Bereiche wurde der Bestand hinsichtlich des Angebots an Einzelhandel, Dienstleistungen, Handwerk (mit Kundenverkehr) und Gastronomie analysiert. Weitere Kriterien sind neben diesen Nutzungen auch weitere Nutzungen mit einer gewissen Besucherfrequenz (z.B. Rathaus), die Einbindung in das Siedlungsgefüge, die verkehrsmäßige Erschließung usw. Ziel der Festlegung von Versorgungsbereichen sind der Schutz, die Stärkung und die Weiterentwicklung bestehender gebündelter Angebote.

Die nachfolgenden Vorschläge zur Sicherung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigen nicht nur die tatsächlichen Verhältnisse, sondern auch planerische Festsetzungen und/oder städtebauliche Konzepte.

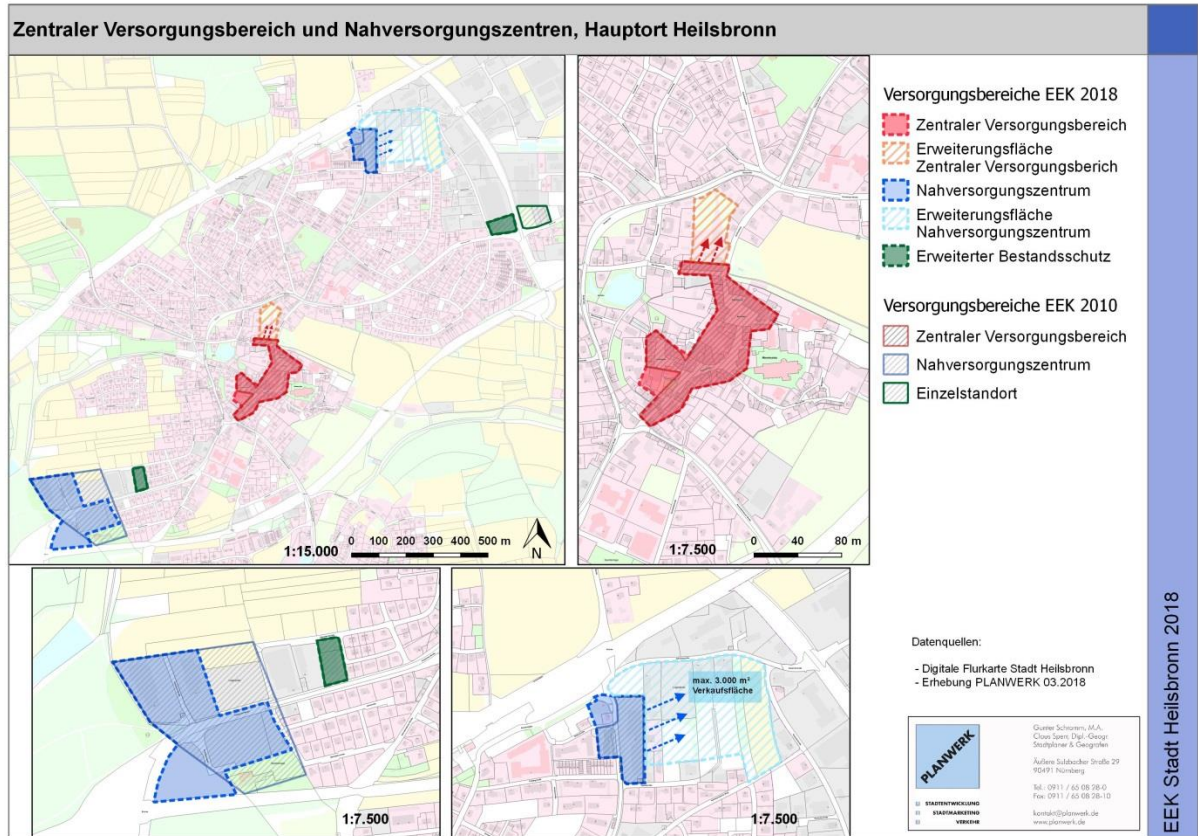


Abbildung 83: Zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungszentren im Hauptort Heilsbronn

## 8.1 Zentraler Versorgungsbereich „Altstadt Heilsbronn“

Unter zentralen Versorgungsbereichen sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Kommune zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (gem. mehreren Urteilen des BVerwG).

In der Regel, so auch in der Stadt Heilsbronn, bildet das Stadtzentrum den zentralen Versorgungsbereich. Die Altstadt Heilsbronn erfüllt auf relativ engem Raum eine wichtige Versorgungsfunktion. Neben Einzelhandelsbetrieben, Dienstleistungsunternehmen, Gastronomieangeboten und öffentlichen Einrichtungen finden sich Wohngebäude und das Heilsbronner Münster mit Kloster. Traditionell nehmen die hier vorhandenen Einrichtungen eine wichtige Versorgungsfunktion für die Stadt Heilsbronn und seine Stadtteile ein, die teilweise über die Stadtgrenzen hinausgeht.

Der Nutzungsmischung entsprechend stellt der aktuell gültige Flächennutzungsplan (FNP) der Kommune die Altstadt im Wesentlichen als gemischte Baufläche dar. Mit Ausnahme der Alten Poststraße ist die gesamte Altstadt gemäß dem Bayerischen Denkmalschutzgesetz als Ensemble geschützt und es finden sich zahlreiche einzelne Baudenkmäler.

Der Strukturwandel im Einzelhandel geht auch an der Altstadt Heilsbronn nicht spurlos vorüber. Mit der Schließung einzelner Geschäfte, wie z.B. dem Lebensmittelgeschäft in der Alten Poststraße oder dem Schuhgeschäft in der Hauptstraße, sind in den vergangenen Jahren und Monaten wichtige Frequenzbringer verloren gegangen. Der zentrale Versorgungsbereich konkurriert zunehmend mit dem Internethandel oder mit Handelseinrichtungen in Gewerbe- oder Sondergebieten.

Ziel für den zentralen Versorgungsbereich ist die Stärkung der Altstadt Heilsbronn als funktionales Zentrum. Zu diesem Zweck wurden perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen im Bereich Alte Poststraße und Am Postberg abgegrenzt. Dieser Bereich sollte im Falle eines Ansiedlungs- bzw. Bebauungsvorhaben zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs vorrangig berücksichtigt werden.

Bereits im ISEK Heilsbronn von 2016 wird diese Fläche als mögliche Erweiterungsfläche der Altstadt beschrieben; zur Generierung einer Nutzungsmischung von Wohnen, Kleingewerbe und Dienstleistungen sollte gem. ISEK zunächst ein städtebaulicher Rahmenplan erstellt werden. Zur Stärkung der Altstadt sollte hierbei auf eine attraktive, fußläufige Anbindung zum Marktplatz berücksichtigt werden – dies gilt umso mehr, wenn dort Einzelhandel angesiedelt wird. Das Areal befindet sich derzeit in Privatbesitz; die Verfügbarkeit der Fläche ist derzeit noch nicht abschätzbar.

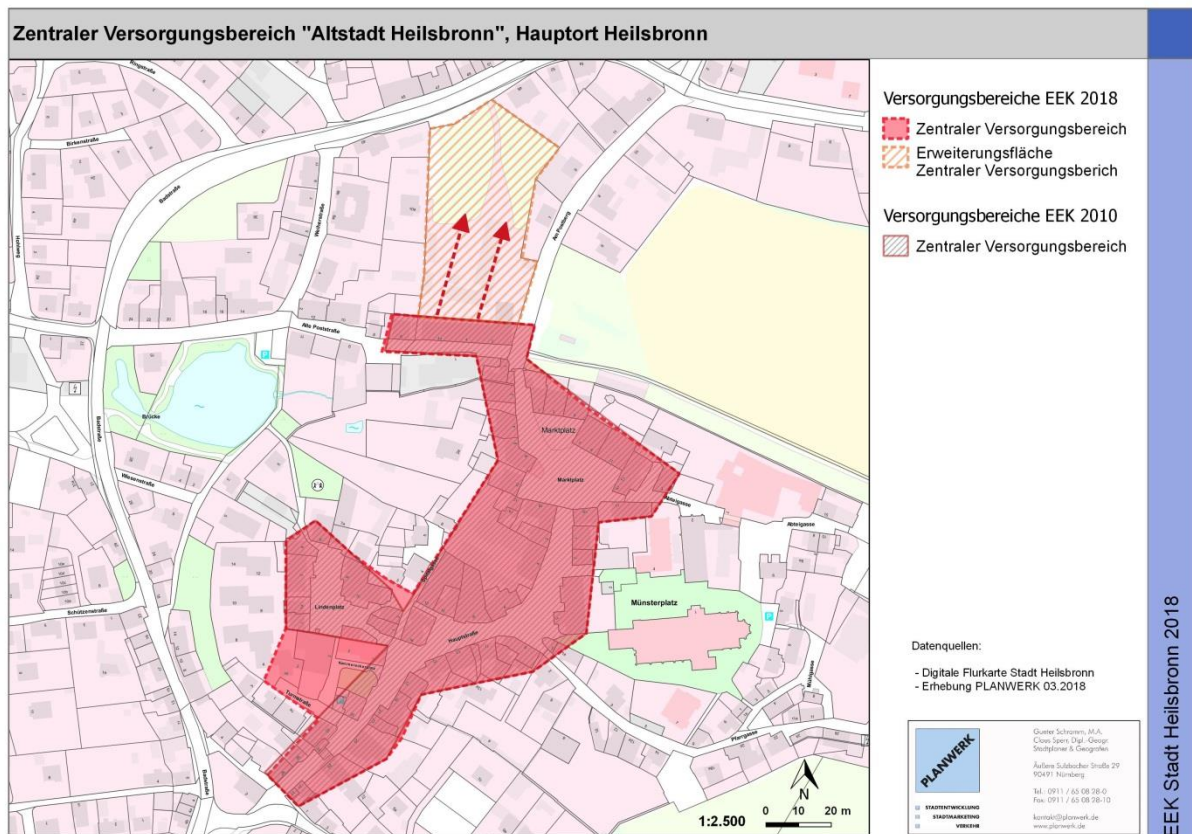


Abbildung 84: Zentraler Versorgungsbereich „Altstadt Heilsbronn“



## 8.2 Nahversorgungszentren

Nahversorgungszentren zeichnen sich durch das Vorhandensein mindestens eines größeren Nahversorgungsbetriebes aus und hat eine Versorgungsfunktion inne, die über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirkt (gemäß Oberverwaltungsgericht Nordrhein-Westfalen, Urteil 15.02.2012).

### Nahversorgungszentrum „Fürther-/Industrie-/Fabrikstraße“

Das Nahversorgungszentrum „Fürther-/Industrie-/Fabrikstraße“ nahe des Bahnhofs Heilsbronn umfasst neben den bestehenden Einzelhandelsbetrieben das Ärztehaus mit Apotheke, eine Bankfiliale und einen Handwerksbetrieb, zudem eine bisher nur geringfügig bebaute Fläche an der Industriestraße.

In unmittelbarer Nähe befinden sich das Seniorenstift Heilsbronn sowie der Bahnhof Heilsbronn. Nördlich der Bahnlinien befindet sich die Siedlung Lerchenbühl, ein Wohngebiet welches gemäß FNP in den kommenden Jahren noch erweitert werden kann.

Das Nahversorgungszentrum „Fürther-/Industrie-/Fabrikstraße“ kommt den Aufgaben der Versorgung mit Gütern des täglichen periodischen Bedarfs sowie der medizinischen Versorgung nach.

Gemäß FNP sind den Flächen des Nahversorgungszentrums drei unterschiedliche Arten der baulichen Nutzung zugeschrieben:

- ein kleiner Teil als Wohnbaufläche: westlich der Fürther Straße
- der weitaus größte Teil als gewerbliche Baufläche: östlich der Fürther Straße und entlang der Industriestraße
- ein kleiner Teil als gemischte Baufläche: nördlich der Fabrikstraße

Ziel für das Nahversorgungszentrum „Fürther-/Industrie-/Fabrikstraße“ ist die Entwicklung des Standortes auch als Einzelhandelsstandort, ggf. in Teilbereichen gemäß §11 Abs. 3 BauNVO als Sondergebiet Einzelhandel. Es wird empfohlen die maximal zulässige Verkaufsfläche auf ca. 4.300 m<sup>2</sup> (das sind rd. 3.000m<sup>2</sup> mehr als heute) und die Sortimentsauswahl auf die Sortimentsbereiche „Nahrungs- und Genussmittel“ sowie „Gesundheit und Pflege“ zu beschränken. Bei weiteren Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben sollte eine Prüfung des Vorhabens vorangestellt werden.

Es wird empfohlen, zunächst einen Rahmenplan für das Nahversorgungszentrum „Fürther-/Industrie-/Fabrikstraße“ zu erstellen, da das gesamte Gebiet heute nicht ausreichend strukturiert und insgesamt sehr groß ist; dieser Rahmenplan bereitet eine Entwicklung im Sinne der Stadt Heilsbronn vor. Die Auf-



stellung eines Bebauungsplanes sollte erst bei konkreten Anfragen durchgeführt werden. Vor Festsetzung eines Sondergebiets ist eine Überprüfung des Vorhabens durch die Höhere Landesplanungsbehörde erforderlich.

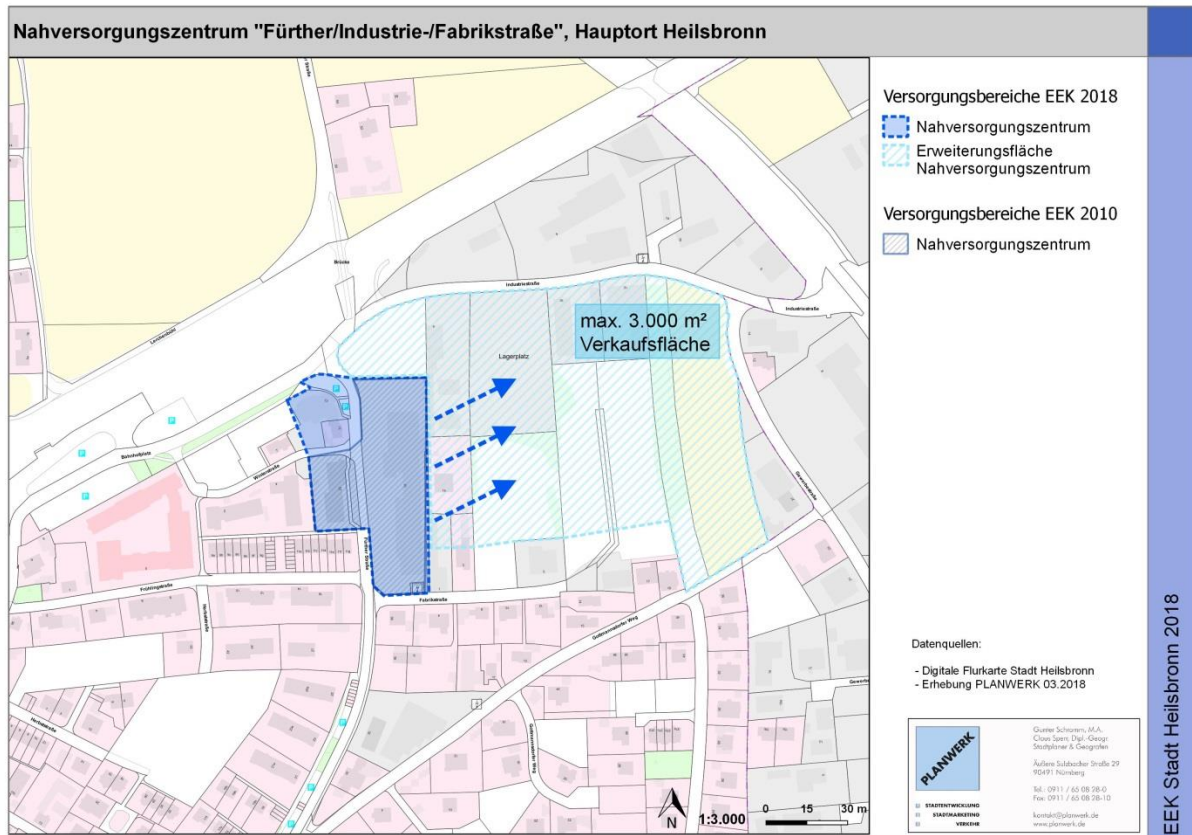


Abbildung 85: Nahversorgungszentrum „Fürther/Industrie-/Fabrikstraße“

### Nahversorgungszentrum „Ansbacher Straße“

Das Nahversorgungszentrum „Ansbacher Straße“ umfasst die Einzelhandelsbetriebe am westlichen Ortseingang.

Das Einzelhandelsangebot im Nahversorgungszentrum „Ansbacher Straße“ umfasst heute v.a. die Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel. Zusätzlich sind ein Textil-Discounter sowie ein Imbiss angesiedelt. Mit dem Neubau und der Verlagerung des Vollsortimenters südlich der Ansbacher Straße steht derzeit ein großer Teilbereich im nördlichen Areal leer.

Gemäß der aktuellen Änderung des Bebauungsplans Nr. B 28 vom 19.08.2015 sind den Flächen des Nahversorgungszentrums „Ansbacher Straße“ unterschiedliche Arten der baulichen Nutzung zugeschrieben:

- Nördlich der Ansbacher Straße als Sonderbaufläche „Markt“
- Südlich der Ansbacher Straße als eingeschränktes Gewerbegebiet und Sonderbaufläche mit Zweckbestimmung „Einkaufen“.

Die noch unbebaute Fläche „Südlich der Ansbacher Straße – ehemalige Sportflächen“ ist zusätzlich als eingeschränktes Gewerbegebiet ausgewiesen. Hier sind laut B-Plan-Änderung vom 19.08.2015 verschiedene Nutzungen möglich: „Anlagen für sportliche Zwecke, Büro- und Verwaltungsgebäude, Betriebe des Beherbergungsgewerbes, Gaststätten und Restaurants, sonstige nicht wesentlich störende Gewerbebetriebe, Wohnungen für Aufsichts- und Bereitschaftspersonen.“

Ziel für das Nahversorgungszentrum „Ansbacher Straße“ ist der Erhalt und Entwicklung des Standortes insbesondere für Einzelhandel. Insbesondere die Reaktivierung der leerstehenden Ladenfläche sollte bei der weiteren Entwicklung des Standortes berücksichtigt werden.

Für Fußgänger und Radfahrer ist eine Verbesserung der Straßenüberquerung über die Ansbacher Straße beim Kreisverkehr wünschenswert, um die beiden Teilbereiche des Nahversorgungszentrums nördlich und südlich der Ansbacher Straße besser zu verbinden.

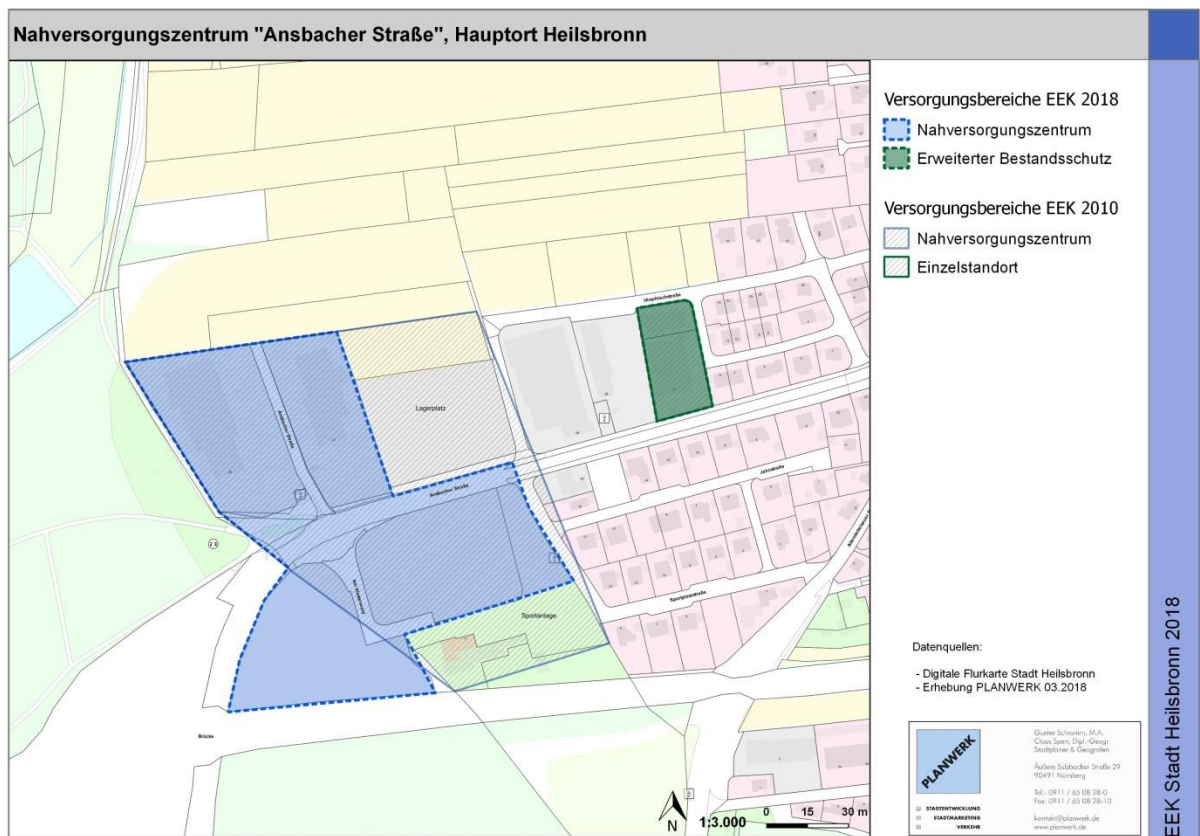


Abbildung 86: Nahversorgungszentrum „Ansbacher Straße“

### 8.3 Gesamtentwicklung des Einzelhandels im Hauptort Heilsbronn

Mit der Abgrenzung und Festlegung der Versorgungsbereiche sollen sich auf langer Sicht neben der Altstadt zwei Einzelhandels-Pole im Hauptort Heilsbronn entwickeln. Bei Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten ist die Entwicklungspriorität dieser drei Einkaufsstandorte zu berücksichtigen. Vorrangig ist der zentrale Versorgungsbereich „Altstadt Heilsbronn“ zu behandeln. Sollten hier keine passenden Flächenpotenziale zu finden sein, ist zu prüfen, ob eine Ansiedlung in einem der beiden Nahversorgungszentren realisiert werden kann; dies sollte dann ermöglicht werden, wenn darunter der zentrale Versorgungsbereich nicht negativ betroffen ist. Aktuell ist der Einzelhandelsbesatz im Nahversorgungszentrum Ansbacher Straße größer; deswegen sollte das Nahversorgungszentrum bei weiteren Ansiedlungen Priorität eingeräumt werden, sobald der heutige Leerstand an der Ansbacher Straße reaktiviert worden ist.

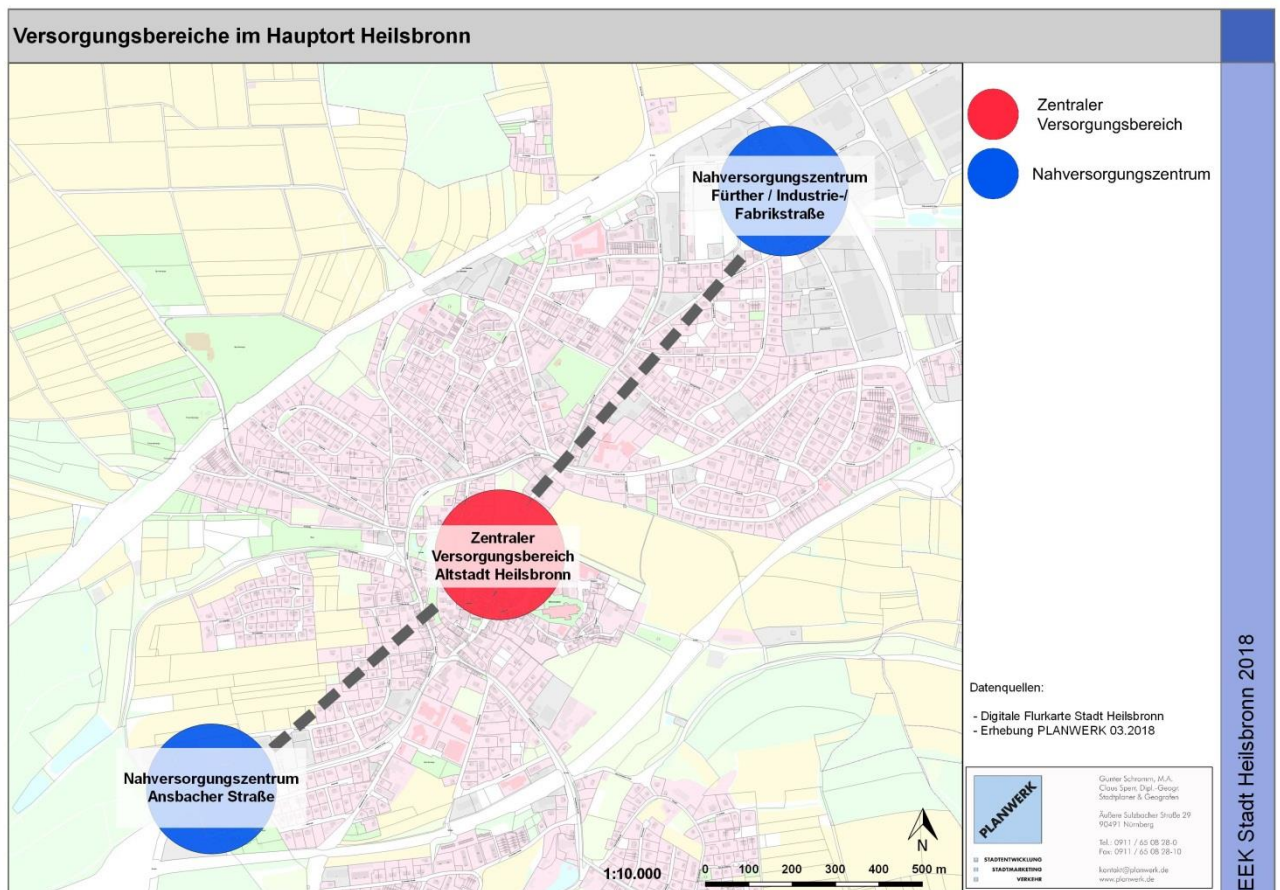


Abbildung 87: Versorgungsbereiche im Hauptort Heilsbronn

## 9 Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Im Ergebnis der vorangegangenen Untersuchungen lassen sich für die Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Heilsbronn folgende Ziele und Empfehlungen formulieren.

### 9.1 Zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente

Gem. gültigem Landesentwicklungsprogramm Bayern in der Fassung vom 01.09.2013 und der Teilfortschreibung vom 01.03.2018 werden Sortimente des Einzelhandels wie folgt in Bedarfsgruppen eingeteilt:

Sortimente des Nahversorgungsbedarfs:

- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke

Sortimente des Innenstadtbedarfs:

- Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte
- Baby- und Kinderartikel
- Bekleidung
- Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse
- Bücher, Zeitungen, Zeitschriften
- Drogerie- und Parfümeriewaren
- Elektronikartikel (Unterhaltungselektronik („braune Ware“), Haushaltselektronik („weiße Ware“), Computer und Zubehör, Foto, Film)
- Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren
- Haus- und Heimtextilien, Bettwaren
- Lederwaren
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Schuhe
- Spielwaren
- Sport- und Campingartikel
- Uhren und Schmuck

Sortimente des sonstigen Bedarfs:

- Autoteile und Autozubehör
- Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
- Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren
- Boote und Zubehör
- Fahrräder und Zubehör
- Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
- Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
- Leuchten und Zubehör
- Möbel, Küchen
- Zooartikel, Tiere

Als zentrenrelevant gelten gem. LEP Bayern die Sortimente des Innenstadtbedarfs. Die Rechtsprechung (z.B. OVG NRW, Urteil vom 03.06.2002 – 7 a D 92/99.NE oder VGH BW, Urteil vom 02.05.2005 – 8 S 1848/04) fordert bei der Festlegung der Liste zentrenrelevanter Sortimente jeweils eine individuelle Betrachtung der örtlichen Situation und Zielsetzung.



Das Einzelhandelsentwicklungskonzept Heilsbronn schlägt auf Basis der Bestandserhebungen und der zukünftigen Zielsetzungen folgende Definition zentrenrelevanter Sortimente vor. Die Abweichung von der LEP-Liste resultiert aus der ortsspezifischen Situation und Zielsetzung.

Ziel 1

Anfragen nach Neuansiedlungen von Einzelhandelseinrichtungen sind auf der Grundlage der nachfolgenden Heilsbronner Liste der zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente auf Zulässigkeit zu prüfen.

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente näher erläutert:

**Heilsbronner Liste zentrenrelevanter Sortimente (a1 - a15)**

- a1) Sortiment Gesundheit, Pflege: Medizinische und orthopädische Artikel, pharmazeutischer Bedarf, Körperpflege und Kosmetik, Hygieneprodukte und Papierwaren, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel  
Ausnahmen: Drogeriefachmärkte und Drogerieartikel als Randsortiment sind auch in den Nahversorgungszentren zulässig
- a2) Sortiment Bekleidung: Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Babytextilien, Wäsche, Strumpfwaren, sonstige Bekleidung
- a3) Sortiment Schuhe, Lederwaren: Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile, Gürtel)
- a4) Sortiment Elektrohaushaltsgeräte: Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Kochgeräte, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen etc.), Elektrokleingeräte (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Staubsauger, Bügeleisen, Näh- und Strickmaschinen etc.), Lampen und Leuchten
- a5) Sortiment Unterhaltungselektronik: Bespielte Bild- und Tonträger, braune Ware (Fernseh-, Rundfunk-, phonotechnische Geräte, Videorecorder, Auto Hi-Fi, Navigationsgeräte, Satellitenanlagen etc.), Videospiele und –konsolen
- a6) Sortiment Telekommunikation: Mobiltelefone, Telefon- und Telefaxgeräte etc.
- a7) Sortiment Informationstechnologie: Personal Computer, Software, Peripheriegeräte etc.
- a8) Sortiment Uhren, Schmuck: Uhren und Schmuck aus Edelmetallen und / oder anderen Materialien
- a9) Sortiment Bücher, Schreibwaren: Bücher, Zeitungen, Zeitschriften etc., Schreibwaren, Schul- und Bürobedarf, Papierwaren etc.
- a10) Sortiment Hausrat: Kochgeschirr, Schneidwaren, Bestecke, Glas, Porzellan, Keramik, Plastikwaren, Wohnaccessoires etc.
- a11) Sortiment Spielwaren, Hobbys: Spiele, Puppen, Plüschtiere, Bauspielzeug, Fahrzeuge, Modellbau, Bastel- und Mal-



- spielwaren, Musikinstrumente, Münz-, Briefmarken- u.a. Sammlungen, Antiquitäten etc.
- a12) Sortiment Foto, Optik: Fotoapparate und Objektive, Digitalkameras, Camcorder, Videokameras, Stative, Filme etc., Brillen, Sonnenbrillen, Kontaktlinsen und Pflegemittel, optische Geräte (Ferngläser, Mikroskope) etc.
- a13) Sortiment Sportbedarf, Camping: Sportbekleidung und -schuhe. **Nicht: Fahrräder und Zubehör, Sportgeräte und -artikel, Campingartikel**
- a14) Sortiment Baby-, Kinderartikel: Kinderwagen, -buggies, Autokindersitze, Tragetaschen, Wickeltaschen, Laufstall, Reisebetten, Baby-, Kleinkindspielwaren
- a15) Sortiment Baumarkt: **nur Blumen**

**Heilsbronner Liste von Sortimenten, die auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt werden können (b1 – b6)**

- b1) Sortiment Nahrungs- und Genussmittel
- b2) Aus dem Sortimentsbereich Gesundheit/Pflege sind Drogeartikel auch in den Nahversorgungszentren zulässig, darüber hinaus lediglich als Randsortiment in Lebensmittelgeschäften zulässig.
- b3) Sortiment Einrichtungsbedarf: Möbel, Haus- und Heimtextilien (Teppiche u.a. Bodenbeläge, Gardinen, Matratzen, Bettwaren, Haus- und Tischwäsche, Badtextilien, Stoffe etc.)
- b4) Sortiment Baumarktsortimente: Garten, Pflanzen, Außenanlagen, Autozubehör, Tiernahrung und Haustierzubehör, Baustoffe, Bauelemente, Farben, Lacke, Tapeten, Innenausbau (Fliesen, Holz, Kunststoff), Bad, Sanitär, Geräte, Maschinen, Werkzeuge und Zubehör. **Nicht: Blumen**
- b5) Sortiment Sportbedarf, Camping: Fahrräder und Zubehör, Sportgeräte und -artikel, Campingartikel. **Nicht: Sportbekleidung und -schuhe**
- b6) Sonstige Sortimente, generell nicht zentrenrelevant: Brennstoffe, Kfz-Handel, Boote und Zubehör, Mineralölzeugnisse etc.

Ziel 2

Ab einer Verkaufsfläche von 200 m<sup>2</sup> sollen Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten nur innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Altstadt Heilsbronn“ zugelassen werden.

Die Ansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten soll auf die „Altstadt Heilsbronn“ konzentriert werden, um diese zu beleben und nachhaltig zu stärken. Um die Versorgungsfunktion der historischen Altstadt nicht zu schwächen, wird daher empfohlen, die Ansiedlung von Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der „Altstadt Heilsbronn“ auszuschließen.

## 9.2 Zentraler Versorgungsbereich „Altstadt Heilsbronn“

**Ziel 3** Zum Erhalt und Stärkung der zentralörtlichen Bedeutung der Stadt Heilsbronn und deren Stadtzentrum wurde die Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich festgesetzt. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Altstadt Heilsbronn“ ist jeglicher Einzelhandel – auch großflächig – grundsätzlich zulässig. Die städtebauliche Verträglichkeit ist bei Neuansiedlungen jeweils zu prüfen.

**Ziel 4** Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollen gezielt und bevorzugt im zentralen Versorgungsbereich „Altstadt Heilsbronn“ angesiedelt werden. Nur wenn dort keine Möglichkeit besteht, können Betriebe an anderer Stelle angesiedelt werden – zuvorderst in den Nahversorgungszentren; der Nachweis der Unschädlichkeit für den zentralen Versorgungsbereich ist jeweils zu erbringen.

Bei Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben könnte mittel- bis langfristig das nordöstlich an die Altstadt angrenzende Areal bis zur Bachstraße mit berücksichtigt werden. Vor einer Entwicklung sollte einvernehmlich mit den Eigentümern der Flächen ein Rahmenplan aufgestellt werden. Die Stadt Heilsbronn ist gefordert, (bei absehbarer Verfügbarkeit der Flächen) noch vorher die Leitschnur der Entwicklung vorzugeben; das ISEK sieht beispielsweise keine Einzelhandelsentwicklung an dieser Stelle vor.

## 9.3 Einzelhandel in Nahversorgungszentren

Bedingt durch den anhaltenden Strukturwandel im Einzelhandel kann die Altstadt Heilsbronn nur teilweise die gemäß LEP zugeschriebene Versorgungsfunktion für die Bevölkerung des Einzugsbereiches übernehmen. Somit entstanden in den vergangenen Jahren zwei Nahversorgungszentren im Westen und Nordosten des Hauptortes sowie Einzelstandorte des Einzelhandels. Diese haben überwiegend eine Nahversorgungsfunktion (Lebensmittel).

**Ziel 5** In den beiden Nahversorgungszentren kann das Angebot zur Versorgung der Bevölkerung auch mit dem Sortiment Drogerieartikel erweitert werden. Es können Drogeriefachmärkte zugelassen werden. Weitere zentrenrelevante Sortimente sollen an dieser Stelle möglichst ausgeschlossen oder in Einzelfällen vertraglich geregelt werden.

So sollten etwa die Verkaufsflächen für Sortimente Spielwaren, Schreibwaren etc. in einem Drogeriefachmarkt ausgeschlossen oder zumindest auf ein „innenstadtverträgliches“ Maß eingeschränkt werden; die Dimension dieser Verkaufsflächen sollen vorab in einem Verträglichkeitsgutachten ermittelt werden.

## 9.4 Standorte für Lebensmittelmärkte

**Ziel 6** Lebensmittelmärkte können auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Altstadt Heilsbronn“ und den Nahversorgungszentren angesiedelt werden. Sie sollen möglichst nah an den Wohngebieten liegen und auch fußläufig gut und sicher erreichbar sein.

Zur Stärkung des Nahversorgungszentrums Fürther / Industrie- / Fabrikstraße sollte die Stadt Heilsbronn in diesem Bereich die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes anstreben.

## 9.5 Einzelhandel an sonstigen Standorten (solitäre Nahversorgungsstandorte)

**Ziel 7** Im Sinne einer wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung sind Einzelhandelsgeschäfte bis zu einer Verkaufsfläche von 200 m<sup>2</sup> in allen Wohn-, Misch- und Dorfgebieten der Stadt Heilsbronn zulässig, sofern dies nicht baurechtlich ausgeschlossen ist.

Allgemeines Ziel jeder Siedlungsentwicklung ist eine möglichst wohnungsnah Versorgung der Bevölkerung, insbesondere mit Waren des täglichen Bedarfs.

Durch die Begrenzung der Verkaufsflächen sollen negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die Nahversorgungszentren sowie die mögliche Belastung der Anwohner durch Liefer- und Kundenverkehr reduziert werden.

**Ziel 8** Für bereits bestehende Betriebe des Einzelhandels besteht Bestandsschutz. Umbauten und Erweiterungen bestehender Einzelhandelsunternehmen sollten zugelassen werden, soweit der Nachweis der Unschädlichkeit für den zentralen Versorgungsbereich erbracht wird. Dabei sollten aber in der Summe die angegebenen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale nicht überschritten werden.

Dieses Ziel betrifft vor allem die im EEK 2010 umgrenzten Sonderstandorte am östlichen Kreisverkehr sowie an der Ansbacher Straße. Diesen Standorten sollte ein erweiterter Bestandsschutz eingeräumt werden. In Streulagen und im Gewerbegebiet sollte die Stadt möglichst keinen weiteren Einzelhandel zulassen und keinen erweiterten Bestandsschutz festlegen; dies ist über Bebauungspläne zu regeln.

Alle oben genannten Ziele müssen zu ihrer Zielerreichung baurechtlich umgesetzt werden. Das vorliegende EEK ist als Begründung für die Steuerung von Einzelhandel in Heilsbronn in den Bebauungsplänen zu verwenden.

## 10 Weitere Hinweise und Empfehlungen

Neben

- der Festsetzung von zentralem Versorgungsbereich Altstadt Heilsbronn und den beiden Nahversorgungszentren „Fürther Straße“ und „Ansbacher Straße“
- der Festsetzung der Liste zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente sowie
- der Empfehlung einer baurechtlichen Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der Versorgungsbereiche

empfehlen die Ersteller des vorliegenden Einzelhandelsentwicklungskonzeptes der Stadt Heilsbronn die Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt mit mehreren Maßnahmen. Gleichzeitig empfiehlt die vorliegende Einzelhandelskonzeption, einen Entwicklungsspielraum für absehbare und zukünftige Ansiedlungen von Einzelhandel vorzusehen; dies allerdings in einem Rahmen, der dem Ziel der Zentrenstärkung Heilsbronn nicht entgegenwirkt.

Hintergrund der Empfehlungen sind der Strukturwandel im Einzelhandel im Allgemeinen – Bedeutungsgewinn für Onlinehandel, Tendenz zu großflächigen Betrieben, Bedeutungsverlust des kleinen inhabergeführten Einzelhandels etc. – und die besondere Situation in der Stadt Heilsbronn – vielfältiges, kleinteiliges Versorgungsangebot, kompakte Einkaufslage in der Altstadt bei gleichzeitig erkennbarer Leerstandsproblematik bei Geschäftsflächen.

### 10.1 Belebung des Stadtzentrums, Stärkung der öffentlich-privaten Kooperation

Die öffentlich-private Kooperation zur Standortentwicklung Altstadt Heilsbronn hat sich bewährt und soll weiter fortgesetzt werden. Das eingesetzte Citymanagement soll weiter – auch zur Entlastung der privaten und öffentlichen Akteure – die Initiierung, Begleitung, Koordination und Umsetzung von Projekten durchführen.

Dabei soll die Belebung des Zentrums wichtiges Ziel sein. Wird die Frequentierung der Altstadt aufrechterhalten, profitieren die Geschäfte davon. Damit einher geht die Werterhaltung der innerstädtischen Immobilien.

## 10.2 Zusammenarbeit der Betriebe, Unterstützung durch die Stadt Heilsbronn

Das Citymanagement unterstützt durch seine Arbeit die Zusammenarbeit der örtlichen Betriebe. In Kooperation mit dem örtlichen „Verein der Heilsbronner Gewerbetreibenden e.V.“ und im Einzelnen mit den innerstädtischen Geschäftsinhabern lassen sich bereits Erfolge verbuchen. Wichtig ist, dass die Betriebe sich weiterhin vernetzen und kooperieren. Dies soll vom Citymanagement und der Stadt Heilsbronn weiter unterstützt werden.

## 10.3 Belebung des Stadtzentrums durch weitere Frequenzbringer

Ein umfassendes Betreuungs- und Bildungsangebot für Jung und Alt, Gewerbestandort für internationale Unternehmen sowie die gute verkehrliche Erreichbarkeit zeichnet die Stadt Heilsbronn als attraktiven Wohn- und Arbeitsstandort aus.

Zur Nahversorgung mit Lebensmitteln nutzen die befragten Passanten bzw. Kunden überwiegend das Angebot in der Stadt Heilsbronn. Dieses wiederum findet sich vor allem in den beiden Nahversorgungszentren „Fürther / Industrie- / Fabrikstraße“ und „Ansbacher Straße“ sowie an dem Einzelstandort an östlichen Kreisverkehr.

Das Angebot in der Altstadt hingegen weist erkennbare Lücken bzgl. typisch zentrenrelevanter Sortimente auf. Es bestehen kleinteilige Fachgeschäfte, Dienstleistungsunternehmen, Gastronomie, medizinische Angebote und öffentliche Einrichtungen. Auch das Warenangebot für den täglichen Bedarf befindet sich überwiegend außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.

Ziel für die Altstadt Heilsbronns muss – neben der Stärkung der vorhandenen Betriebe - sein, frequenzbringende Einzelhandelsangebote anzusiedeln und das Angebot an Dienstleistungen und Gastronomiebetrieben zu erweitern.

## 10.4 Aktives Flächen- und Leerstandsmanagement in der Altstadt

Aktuell und potenziell leerstehende Geschäftsflächen sollen mit Hilfe eines aktiven Flächen- und Leerstandsmanagements wieder aktiviert werden. Dieses Projekt startet das Citymanagement Heilsbronns ab 2019. Es muss Kenntnis über die leer stehenden Flächen sowie über die Zielvorstellungen der Immobileneigentümer haben. Auch ist es Ansprechpartner für Eigentümer und Interessenten.

Es gilt das Erscheinungsbild der leeren Flächen attraktiv zu machen bzw. zu halten. Verklebte, kaputte Schaufenster und Eingangsbereiche wirken wenig einladend und können das Stadtbild negativ beeinflussen.



Bis zur dauerhaften Wiedernutzung ist es auch möglich den Leerständen Zwischennutzungen zuzuführen, bspw. als Ausstellungsflächen für Künstler, Räumlichkeiten für Vereine oder kurzfristige Verkaufsräume für Pop-Up-Stores oder Kunsthandwerker.

## 10.5 Verknüpfung von Tourismus und Handel

Die Stadt Heilsbronn verfügt als Münsterstadt mit ihrem Kloster und denkmalgeschützten Ensemble in der historischen Altstadt über ein bedeutsames touristisches Potenzial. Dabei gilt das Münster nicht nur bei Touristen als Sehenswürdigkeit, sondern wird von der lokalen Bevölkerung als Wahrzeichen der Stadt bewertet.

Neben den historischen Bauwerken prägen zahlreiche Musik- und Kunstveranstaltungen, Märkte und Feste, Ausstellungen und Theater die kulturelle Vielfalt in der Stadt.

Ziel der Innenstadtentwicklung Heilsbronns muss es sein, das touristische Potenzial in der Altstadt zu verfestigen. Dies kann nur in Kooperation mit den ansässigen Betrieben und Unternehmen gelingen. Vor allem die Gastronomie- und Übernachtungsbetriebe müssen sich vernetzen, um den Bedarfen der Touristen gerecht zu werden, bspw. regionale Lebensmittel, saisonale Küche, Öffnungszeiten.

## 10.6 Maßnahmen der Betriebe

Im Jahr 2017 hat das Citymanagement im Rahmen des Städtebauförderprogramms Städtebaulicher Denkmalschutz einen Betriebscheck der Heilsbronner Innenstadtgeschäfte und -betriebe mittels Interviews durchgeführt. Dabei wurden folgende Handlungsempfehlungen für die Gewerbetreibenden abgeleitet, die auch dieses EEK bestätigt:

- Qualitäten besser nach außen tragen
- Mitarbeitermangel aktiv angehen
- Hindernisse des eigenen Betriebes beseitigen
- Geschäfte einladender gestalten
- Das Schaufenster als Visitenkarte des Geschäfts verstehen
- Einsatz gezielter Werbung
- Vor allem jüngere Kunden werden durch einen guten Online-Auftritt erreicht
- Netzwerke und Kooperation bringen Erfolg
- Möglichkeiten der Betriebsnachfolge

## 10.7 Nächste Schritte

### **Stadtratsbeschluss**

Im Oktober 2018 fand eine Stadtratsklausur zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung statt; dort konnten Vorschläge bereits diskutiert werden. Nach einer vollständigen Vorstellung des EEKs soll der Stadtrat dieses billigen. Damit ist das beschlossene Einzelhandelsentwicklungskonzept Grundlage für die Begründung von Bebauungsplänen zur Steuerung des Einzelhandels.

### **Aufstellen / Ändern von Bebauungsplänen**

Das EEK empfiehlt, an den Stellen Bebauungspläne aufzustellen oder zu ändern, die für die Ansiedlung von Einzelhandel attraktiv sind.

**Büro PLANWERK**  
Nürnberg, Dezember 2018