



**Dr. Donato Acocella**  
Stadt- und Regionalentwicklung

# **Einzelhandelskonzept für die Stadt Bünden**

Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29  
Huckarder Straße 12 ▪ 44147 Dortmund ▪ T 0231 5450866 ▪ F 0231 5450868  
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de

**Bearbeiter:**

Dr. rer. pol. D. Acocella  
Dipl.-Ing. I. Breuker  
Dipl.-Geogr. P. Helbig  
Dipl.-Ing. Y. Strittmatter

**Lörrach, 23.04.2008**

# INHALTSVERZEICHNIS:

<b>1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG</b>	<b>1</b>
<b>2. ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG</b>	<b>4</b>
<b>2.1 STADTENTWICKLUNG UND EINZELHANDEL</b>	<b>4</b>
2.1.1 Kennzeichen der Einzelhandelsentwicklung	6
2.1.2 Städtebauliche Wirkungen der Einzelhandelsentwicklung	7
<b>2.2 ENTWICKLUNGEN AUF DER ANBIETERSEITE (HANDELSEDOGENE FAKTOREN)</b>	<b>9</b>
2.2.1 Betriebstypendynamik	9
2.2.2 Standortdynamik	13
<b>2.3 ENTWICKLUNGEN DER RAHMENBEDINGUNGEN (HANDELSEXOGENE FAKTOREN)</b>	<b>14</b>
2.3.1 Wertedynamik	14
2.3.2 Mediendynamik	14
2.3.3 Soziodemografische Entwicklung	16
2.3.4 Zusammenfassung	16
<b>2.4 LEBENDIGE ZENTREN</b>	<b>17</b>
<b>3. METHODIK, DATENGRUNDLAGEN UND RECHTLICHE VORGABEN</b>	<b>19</b>
<b>3.1 EINZELHÄNDLERBEFRAGUNG</b>	<b>20</b>
<b>3.2 PASSANTENBEFRAGUNG</b>	<b>23</b>
3.2.1 Befragungskonzept, -tage und -standorte	23
3.2.2 Gesamtzahl der Befragten nach Tagen	25
3.2.3 Soziodemographische Struktur der Befragten	26
<b>3.3 STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME</b>	<b>27</b>
<b>3.4 RECHTLICHE VORGABEN</b>	<b>30</b>
<b>4. IST-ANALYSE</b>	<b>34</b>
<b>4.1 IST-SITUATION IN DER GESAMTSTADT</b>	<b>34</b>
4.1.1 Einzelhandelsangebot	35
4.1.2 Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren	37
4.1.3 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten	37
4.1.4 Beurteilung des Lebensmittelangebotes vor dem Hintergrund der räumlichen Verteilung der Einwohner: Nahversorgungssituation	40
4.1.5 Umsatzherkunft, Verbleibquote und Einzugsgebiet	43
4.1.6 Situation des Einzelhandels in Büdingen aus Sicht der Händler	47
4.1.6.1 Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht	47
4.1.6.2 Änderungsabsichten in den bestehenden Einzelhandelsbetrieben	49
4.1.7 Auf die Gesamtstadt bezogene Ergebnisse der Passantenbefragung	51
4.1.7.1 Image der Stadt Büdingen	51
4.1.7.2 Verkehrsmittelwahl für die Anreise nach Büdingen	52
<b>4.2 IST-SITUATION IN DER INNENSTADT VON BÜDINGEN</b>	<b>53</b>
4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt	53



4.2.2 Einzelhandelsangebot in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt .....	55
4.2.3 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt von Büdingen vor dem Hintergrund der Nachfrage .....	59
4.2.4 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt von Büdingen durch die Kunden .....	61
4.2.4.1 Direkte Beurteilung durch die Kunden .....	61
4.2.4.2 Einkaufsmotiv .....	66
4.2.4.3 Einkaufshäufigkeit .....	68
4.2.4.4 Konkurrenzorte .....	69
4.2.5 Dienstleistungsangebot in der Innenstadt .....	70
4.2.6 Beurteilung des Dienstleistungs- und Gastronomieangebotes in der Innenstadt von Büdingen durch die Kunden .....	71
4.2.7 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse Innenstadt .....	73
4.2.7.1 Direkte Beurteilung durch die Kunden .....	89
4.2.7.2 Aufenthaltsdauer .....	95
4.2.7.3 Bedeutung des Wochenmarktes .....	96
<b>4.3 STADTEILE UND SONSTIGE ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE (DÜDELSHEIM) .....</b>	<b>97</b>
4.3.1 Düdelsheim .....	97
4.3.2 Sonstige Stadtteile in Büdingen .....	100
<b>4.4 EINZELHANDELSKONZENTRATIONEN .....</b>	<b>103</b>
<b>4.5 ANGEBOT NACH LAGE .....</b>	<b>105</b>
<b><u>5. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG DER EINZELHANDELSKONZEPTION</u> .....</b>	<b><u>109</u></b>
5.1 ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER MITTELZENTRALEN VERSORGENGSFUNKTION .....	109
5.2 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER EINZELHANDELS-/ FUNKTIONSVIELFALT IN DEM ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT .....	110
5.3 STÄRKUNG/ ENTWICKLUNG DER IDENTITÄT DER INNENSTADT .....	110
5.4 ERHALTUNG/ STÄRKUNG DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES DÜDELSHEIM .....	111
5.5 ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER NAHVERSORGENGSSTRUKTUR .....	112
5.6 ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER KURZEN WEGE ("STADT DER KURZEN WEGE") .....	112
5.7 SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT) INSGESAMT ..	113
5.8 SICHERUNG VON GWERBEGBEITEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GWERBE .	113
<b><u>6. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENBEDARFS IN DER STADT</u> .....</b>	<b><u>114</u></b>
6.1 PROGNOSE DER BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG .....	115
6.2 PERSPEKTIVEN FÜR DEN EINZELHANDEL .....	116
6.3 NACHFRAGE: ANNAHMEN ZUR ENTWICKLUNG UND KAUFKRAFTPOTENZIAL .....	116
6.4 ANNAHMEN ZUR ENTWICKLUNG DER ANGEBOTSSEITE .....	118
6.5 PROGNOSE: VERKAUFSFLÄCHENBEDARF IN DER STADT BÜDINGEN .....	120
6.6 RÄUMLICHE VERTEILUNG DES NACHFRAGESEITIGEN FLÄCHENBEDARFS .....	124
<b><u>7. MAßNAHMENKONZEPT ZUR STÄRKUNG DES EINZELHANDELS IN BÜDINGEN</u> .....</b>	<b><u>127</u></b>
7.1 DIE PLANUNGSRECHTLICHEN STEUERUNGSMÖGLICHKEITEN DES EINZELHANDELS .....	127



<b>7.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG .....</b>	<b>132</b>
7.2.1 Zentrenrelevanter Einzelhandel ausschließlich in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim .....	132
7.2.2 Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel in der Innenstadt und außerhalb .....	134
7.2.2.1 Ausnahme: Randsortimente an nicht integrierten Standorten .....	134
7.2.2.2 Ausnahme "Leerstandsdomino" .....	135
<b>7.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN .....</b>	<b>135</b>
7.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Büdingen .....	136
7.3.1.1 Standort "westliche Bahnhofstraße" .....	138
7.3.1.2 Standort "Parkplatz Friedhof" .....	141
7.3.1.3 Standort "Bahnhof- Ecke Vogelsbergstraße" .....	141
7.3.1.4 Nachverdichtungspotenziale .....	143
7.3.1.5 Fazit .....	146
7.3.2 Zentraler Versorgungsbereich Düdelsheim .....	147
7.3.3 Maßnahmenvorschläge zur Nahversorgung .....	148
7.3.4 Gewerbegebiete .....	152
<b>7.4 INSTRUMENTELLES KONZEPT .....</b>	<b>153</b>
7.4.1 Sortimentszuordnung .....	153
7.4.2 Vorgehensweise zur Umsetzung .....	158
7.4.2.1 Öffentliche Auslegung .....	158
7.4.2.2 Festlegen einer Sortimentsliste .....	159
7.4.2.3 Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig ..	159
7.4.2.4 Bauleitplanerische Umsetzung der Zielvorstellungen .....	161
7.4.3 Fazit .....	162
<b>7.5 MAßNAHMENVORSCHLÄGE STÄDTEBAU UND WEITERER AKTEURE .....</b>	<b>162</b>
7.5.1 Städtebaulich-gestalterische Maßnahmenvorschläge .....	163
7.5.2 Maßnahmenvorschläge Händler .....	168
7.5.3 Weitere Maßnahmenvorschläge .....	173
7.5.4 Fazit .....	175
<b>GLOSSAR .....</b>	<b>176</b>
<b>ANHANG .....</b>	<b>181</b>

## TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1: Einzelhandelsangebot Büdingen ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellenshops 2007 und 1993 (HGZ) .....	34
Tab. 2: Einzelhandelsangebot in : Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. € .....	35
Tab. 3: Einzelhandelsangebot in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. € .....	56
Tab. 4: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick ...	117
Tab. 5: Sortimentsliste Büdingen .....	158



Tab. A - 1:	Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Büdingen insgesamt: Anzahl und Verkaufsfläche .....	183
Tab. A - 2:	Einzelhandelssituation: Umsatz, Kaufkraft (je in Mio. €) und Bindungsquoten .....	184
Tab. A - 3:	Betriebe in der Innenstadt von Büdingen nach Größenklassen: Anzahl und Verkaufsflächen .....	185
Tab. A - 4:	Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht - Einzelhandelsangebot/ -auswahl.....	185
Tab. A - 5:	Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht - Parkplätze .....	185
Tab. A - 6:	Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht - Erreichbarkeit.....	186
Tab. A - 7:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in aus Händlersicht - Atmosphäre, Aufenthaltsqualität .....	186
Tab. A - 8:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in aus Händlersicht - Sonstiges .....	186
Tab. A - 9:	Einzelhandelssituation in der Innenstadt: Umsatz in der Innenstadt und Kaufkraft in der Gesamtstadt (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten" .....	187
Tab. A - 10:	Einzelhandelsangebot in Büdingen nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet .....	188
Tab. A - 11:	Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2015 und 2020 in Mio. €.....	189
Tab. A - 12:	Verkaufsflächenbedarf bis 2020 bei Status-quo-Prognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet .....	190
Tab. A - 13:	Verkaufsflächenbedarf bis 2020 bei Entwicklungsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet .....	191
Tab. A - 14:	Verkaufsflächenbedarf bis 2020 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet .....	192

## **ABBILDUNGSVERZEICHNIS:**

Abb. 1:	Umsatzanteile der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel .....	10
Abb. 2:	Anzahl und Verkaufsfläche der Lebensmittelbetriebe in Deutschland .....	11
Abb. 3:	Top Ten im Textileinzelhandel 2005.....	12
Abb. 4:	Einzelhandelsumsatz und Internetumsatz in Deutschland .....	15
Abb. 5:	Befragte nach Befragungstagen und Herkunft .....	26
Abb. 6:	Alters- und geschlechtsspezifische Verteilung der Befragten .....	27
Abb. 7:	Besuchsmotivation nach Standorten in Büdingen .....	28
Abb. 8:	Besuchsmotivation nach Herkunft .....	29
Abb. 9:	Betriebe nach Größenklassen in Büdingen: Anzahl und Verkaufsfläche.....	36
Abb. 10:	Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren nach Betriebsgrößen....	37
Abb. 11:	Bindungsquoten in Büdingen nach Sortimenten .....	38
Abb. 12:	Umsatzherkunft Büdingen.....	43
Abb. 13:	Herkunft der befragten Passanten .....	44
Abb. 14:	Verbleibquote .....	46
Abb. 15:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Büdingen aus Sicht der Händler: Anteil auskunftsbereiter Händler .....	48



Abb. 16: Änderungsabsichten der Einzelhändler in Büdingen: Betriebe und Verkaufsfläche .....	50
Abb. 17: Voraussichtliche Einzelhandelsentwicklung in Büdingen: Betriebsanzahl und Verkaufsflächen .....	51
Abb. 18: Passantenbefragung: Imagebewertung - nach Herkunft.....	52
Abb. 19: Verkehrsmittelwahl nach Büdingen .....	53
Abb. 20: Vergleich Betriebsgrößen zentraler Versorgungsbereich Innenstadt und Gesamtstadt.....	58
Abb. 21: "Unechte Bindungsquoten" zentraler Versorgungsbereich Innenstadt .....	59
Abb. 22: Bewertung des Einzelhandelsangebotes in der eng abgegrenzten Innenstadt (Loudéac-Kreisel) durch die Passanten .....	62
Abb. 23: Bewertung des Einzelhandelsangebotes in dem Innenstadt-Ergänzungsbereiches durch die Passanten .....	63
Abb. 24: Aus Kundensicht fehlende Sortimente in der Innenstadt.....	64
Abb. 25: In der Innenstadt gekaufte Sortimente .....	65
Abb. 26: Motivation für einen Einkauf in der eng abgegrenzten Innenstadt bzw. in dem Innenstadtergänzungsbereich (Altstadt) von Büdingen.....	67
Abb. 27: Häufigkeit des Einkaufs in der Büdinger Innenstadt bzw. Innenstadt-Ergänzungsbereich (Altstadt) - nach Herkunft.....	68
Abb. 28: Hauptkonzernorte des Büdinger Einzelhandels nach Herkunft (Frage: Wo kaufen Sie regelmäßig noch ein?).....	69
Abb. 29: Bewertung des Dienstleistungsangebotes in der Innenstadt durch die Passanten.....	72
Abb. 30: Bewertung des Gastronomieangebotes in der Innenstadt durch die Passanten.....	73
Abb. 31: Stärken und Defizite in der eng abgegrenzten Innenstadt von Büdingen aus Kundensicht.....	89
Abb. 32: Stärken und Defizite in dem Innenstadt-Ergänzungsbereich von Büdingen aus Kundensicht.....	91
Abb. 33: Verkehrsmittelwahl in die Innenstadt von Büdingen .....	93
Abb. 34: Aufenthaltsdauer in der Innenstadt und Altstadt von Büdingen.....	95
Abb. 35: Einkaufsdauer im Vergleich in der eng abgegrenzten Innenstadt und dem Innenstadt-Ergänzungsbereich (Altstadt) .....	96
Abb. 36: Einzelhandelskonzentrationen in Büdingen .....	104
Abb. 37: Angebot nach Lage in Büdingen .....	105
Abb. 38: Einzelhandelsstruktur in Büdingen nach Lage .....	107
Abb. 39: Umsatzentwicklung Büdingen in den vergangenen drei Jahren nach Lagen...	108
Abb. 40: Rechnerischer Verkaufsflächenbedarf in der Stadt Büdingen bis 2020 - Angaben in qm .....	121
Abb. 41: Verkaufsflächenbedarf nach Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz in qm - untere Variante .....	124
Abb. 42: Verkaufsflächenbedarf nach Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz in qm - obere Variante .....	125
Abb. 43: Rechnerische Verteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente in Büdingen .....	154
Abb. 44: Rechnerische Verteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente in Büdingen .....	157



## **KARTENVERZEICHNIS:**

Karte 1: Standorte Passantenbefragung .....	25
Karte 2: (Lebensmittel-)Nahversorgungssituation in der Stadt Büdingen .....	41
Karte 3: Tendenzieller Einzugsbereich der Stadt Büdingen .....	45
Karte 4: Vorschlag zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt...54	
Karte 5: Einzelhandelsangebot in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und angrenzenden Bereichen .....	57
Karte 6: Dienstleistungsangebot in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und angrenzenden Bereichen.....	71
Karte 7: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Büdingen .....	74
Karte 8: Vorschlag zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Düdelsheim ...98	
Karte 9: künftige räumliche (Einzelhandels-)Entwicklung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Büdingen.....	137

## **FOTOVERZEICHNIS:**

Foto 1: großflächiger Supermarkt und Kaufhaus am Verkehrskreisel .....	76
Foto 2: Kaufhaus - Eingangssituation aus Süden .....	76
Foto 3: kleine Fachgeschäfte in der Vorstadt.....	77
Foto 4: Außengastronomie in der Vorstadt .....	77
Foto 5: kleinteilige Einzelhandelsstrukturen in der Altstadt.....	79
Foto 6: Verkaufsflächenzusammenlegung in der Neustadt.....	79
Foto 7: kleiner Lebensmittel-SB-Markt in der Neustadt.....	79
Foto 8: Wochenmarkt auf dem Marktplatz/ auf d. Damm .....	79
Foto 9: Außengastronomie in der Neustadt.....	80
Foto 10: Historisches Rathaus/ Heusonmuseum .....	80
Foto 11: Jerusalemer Tor - Eingangssituation aus Westen .....	81
Foto 12: Steinernes Haus - Eingangssituation aus Süden .....	81
Foto 13: Bahnhofstraße - schmale Fußwegebereiche und Gestaltungsdefizite .....	84
Foto 14: Bahnhofstraße - unattraktiv und sanierungsbedürftig .....	84
Foto 15: Bahnhofstraße - Heterogenität.....	85
Foto 16: Bahnhofstraße - städtebauliche Lücke.....	85
Foto 17: Vorstadt - Wohnen im Erdgeschoss .....	86
Foto 18: Vorstadt - Leerstände .....	86
Foto 19: Neustadt - attraktiver Betrieb neben Leerstand .....	88
Foto 20: unangemessen gestaltete Außengastronomie (andere Stadt) .....	88
Foto 21: Bahnhofstraße - Potenzialfläche .....	139
Foto 22: Bahnhofstraße - Potenzialfläche .....	141
Foto 23: Bahnhof- Ecke Vogelsbergstraße - Potenzialfläche.....	142
Foto 24: Ideenskizze: Nachverdichtung am Verkehrskreisel .....	144
Foto 25: Ideenskizze: Nachverdichtung in der östlichen Bahnhofstraße.....	144
Foto 26: Neuordnung und -gestaltung der Bahnhofstraße .....	166
Foto 27: Nachverdichtung und Eingangssituation hervorheben .....	166
Foto 28: unangemessene Warenpräsentation (andere Stadt).....	170
Foto 29: unangemessene Außenwerbung an Fachwerkhaus (andere Stadt).....	170



## 1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die Stadt Büdingen (rd. 21.750 Einwohner<sup>1</sup>) im Wetteraukreis ist im aktuellen Regionalplan 2000 Südhessen als Mittelzentrum ausgewiesen<sup>2</sup>. Büdingen besteht aus 16 Stadtteilen, wovon der Stadtteil Büdingen mit rd. 7.900 Einwohnern der größte ist, der Stadtteil Dudenrod mit rd. 200 Einwohnern der kleinste. Die meisten Stadtteile haben zwischen 500 und 1.200 Einwohner, lediglich im zweitgrößten Stadtteil Dündelsheim leben noch gut 2.800 Einwohner. Diese disperse Siedlungsstruktur stellt hinsichtlich der Sicherung der räumlichen Nahversorgung eine besondere Herausforderung dar, wobei die Betriebstypenentwicklung einerseits und die zu erwartende Bevölkerungsstruktur andererseits zu berücksichtigen sind.

Die Stadt Büdingen ist in das Programm Stadtumbau West aufgenommen worden und hat somit die Chance, durch die Bundes- und Landesförderung die potenziellen und tatsächlichen stadtentwicklungsplanerischen Folgen der militärischen Entwicklung, d.h. des Abzuges der amerikanischen Soldaten, umfassend zu analysieren und aufzufangen.

Neben anderen Aspekten der Stadtentwicklung wird in diesem Zusammenhang auch das Thema Einzelhandel durch das hier vorliegende Gutachten des Büros Dr. Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung konzeptionell aufbereitet.

Die Stadt Büdingen steht, wie viele andere Städte auch, ökonomisch und strukturell sich ständig verändernden Rahmenbedingungen im Einzelhandel gegenüber. Von den großflächigen Einzelhandelsanbietern, und hier insbesondere den Lebensmitteldiscountern, werden in der Regel verkehrs- und kostengünstige Standorte in peripheren Lagen nachgefragt. Problematisch dabei ist vor allem, dass die Standortanforderungen der Nachfrager häufig den städtebaulichen Vorstellungen zur Entwicklung der zentralen Bereiche nicht oder nur eingeschränkt entsprechen.

Insgesamt ist die Stadtentwicklung in Büdingen aufgefordert, der zentralörtlichen Funktion von Büdingen durch eine entsprechende Ansiedlungspolitik gerecht zu werden, ohne dabei vorhandene städtebauliche und funktionale Strukturen - insbesondere in der historisch geprägten Innenstadt - in ihrer Entwicklungsfähigkeit zu

---

<sup>1</sup> Folgende Einwohnerzahlen nach Angaben der Stadt Büdingen, Stand: 30.07.07.

<sup>2</sup> Vgl. Regionalplan Südhessen 2000: S. 9.



beeinträchtigen bzw. diese gleichzeitig funktionsgerecht und städtebaulich angemessen weiterzuentwickeln.

Die Einzelhandelsfunktion ist untrennbar mit den städtebaulichen Entwicklungsperspektiven verbunden. Insbesondere der betriebliche Strukturwandel im Einzelhandel wirft - wie die Vergangenheit gezeigt hat - zunehmend auch städtebauliche Fragen auf:

- Sind moderne Betriebsformen überhaupt in das städtebauliche Gefüge zu integrieren?
- Welche Bedeutung kann, soll und wird der Einzelhandel für die Innenstadtentwicklung in Zukunft haben?
- (Wie) kann die Einzelhandelsentwicklung die zentralörtliche Funktion von Büdingen auch in Zukunft stützen?

Des Weiteren muss konstatiert werden, dass die Politik/ Verwaltung allein nur wenige Möglichkeiten hat, die Einzelhandelsentwicklung in einer Stadt zu beeinflussen. Sie kann - wenn sie will - Einfluss nehmen auf die standort-, sortiments- und größenbezogene Einzelhandelsentwicklung, dieses aber nur bei Neuansiedlungen bzw. Umnutzungen. Darüber hinaus kann eine Stadt städtebauliche und infrastrukturelle Angebote (z.B. Fußgängerzone, Parkplätze) schaffen. Auch wenn diese rahmensetzenden Möglichkeiten eine wesentliche Grundlage für eine positive Einzelhandelsentwicklung und damit für eine positive städtebaulich-funktionale Entwicklung bilden, werden für das Umsetzen/ Ausfüllen dieser Ziele und Rahmenbedingungen andere Akteure gebraucht:

- Nur wenn es dem bestehenden Einzelhandel in Büdingen gelingt, sich entsprechend zu positionieren, wird dieser weiterhin Bestand haben.
- Städtebaulich-funktionale Konzepte müssen z.T. von den privaten Hauseigentümern umgesetzt werden (z.B. Fassadengestaltung).
- Investoren müssen bereit sein, unter den vorgegebenen städtebaulich-funktionalen Rahmenbedingungen zu investieren. Dies wird nur dann geschehen, wenn diese dauerhaft verlässlich sind.
- Insbesondere in der Innenstadt müssen andere Akteure, z.B. die Gastronomie, in ein Gesamtkonzept eingebunden werden, da gerade dieser Stadtbereich von einer städtebaulichen und funktionalen Vielfalt abhängig ist.



In Anbetracht der Erkenntnis, dass eine den formalen Ansprüchen genügende Einzelhandelskonzeption u.U. keine Aussicht auf eine zielkonforme Umsetzung hat, wurde der Untersuchungsansatz für das vorliegende Gutachten so gewählt, dass mit den Ergebnissen auch die anderen relevanten Akteure angesprochen werden können. Insofern kann dieses Gutachten auch als Weiterführung bzw. Konkretisierung bereits vorliegender Arbeiten (Stadtmarketing, Stadtentwicklung) verstanden und verwendet werden.

Zentrales Anliegen dieses Gesamtgutachtens war es jedoch, die städtebaulichen Begründungen für eine räumliche Steuerung des Einzelhandels zu erarbeiten. Das Gutachten beinhaltet neben den für ein Entwicklungskonzept notwendigen Arbeitsschritten (Ist-Analyse; künftige Entwicklung: Ziele, Prognose, räumliche Entwicklung; Maßnahmenkonzept) auch städtebauliche Maßnahmenvorschläge sowie weitere Maßnahmenvorschläge.

Da das integrierte Stadtentwicklungskonzept prozesshaft aufgebaut ist, lehnte sich die Erarbeitung des Gutachtens an diesen Aufbau an. Zwischenergebnisse wurden mit der Koordinierungsgruppe (KoG) in verschiedenen Sitzungen sowie in Workshops mit Bürgern der Stadt diskutiert. Die Ergebnisse flossen in die weitere Bearbeitung und letztendlich in das vorliegende Konzept ein.



## 2. ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

Einleitend werden - auch zum Verständnis der Konfliktsituationen zwischen Einzelhandel und Städten - vergangene und in der Tendenz absehbare Trends der Einzelhandelsentwicklung unter planerischen und betriebswirtschaftlichen Aspekten näher beleuchtet.

Die Analyse der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung ist bedeutsam, da an ihr die Folgen einer Genehmigung von Einzelhandel am "falschen Standort" ablesbar sind. Übertragen auf die Stadt Büdingen bedeutet dies, dass es einen Teil der Handelsentwicklung gibt, der nicht durch planerische Konzepte steuerbar ist und sein soll, z.B. die Betriebstypenentwicklung (zunehmende Discountorientierung). Der steuerbare Bereich der Einzelhandelsentwicklung, nämlich Größenentwicklung und Standorte, muss stärkere Beachtung finden, um ggf. negative Folgen zu vermeiden. Eine Minimierung der negativen Folgen der Einzelhandelsentwicklung ist möglich, wenn diese nur an den städtebaulich für richtig befundenen Standorten stattfindet.

### 2.1 STADTENTWICKLUNG UND EINZELHANDEL

Die gesellschaftliche Aufgabe des Einzelhandels liegt in der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern. In jeder Stadt betrifft dies zunächst die Deckung der Grundversorgung insbesondere mit Lebensmitteln. Die Bedeutung des Einzelhandels liegt aus Sicht der Landesplanung Hessen "*vor allem in einer flächendeckenden Versorgung der - auch nicht motorisierten - Bevölkerung mit einem differenzierten und bedarfsgerechten Warenangebot in zumutbarer Entfernung*"<sup>3</sup>.

Die Stadt Büdingen wird im Regionalplan Südhessen 2000 zusammen mit 56 anderen Städten und Gemeinden als Mittelzentrum ausgewiesen<sup>4</sup>. Gemäß des Landesentwicklungsplans (LEP) Hessen 2000 handelt es sich hierbei um "*Standorte für gehobene Einrichtungen im wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen und politischen Bereich, sowie für private Dienstleistungen*"<sup>5</sup>. Die Versorgungsaufgabe in einem Mittelzentrum erstreckt sich auf die qualifizierte Versorgung mit Gütern des täglichen Be-

---

<sup>3</sup> Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2000: Landesentwicklungsplan Hessen 2000, S. 19.

<sup>4</sup> Vgl. Regionalplan Südhessen 2000: S. 9.

<sup>5</sup> Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2000: Landesentwicklungsplan Hessen 2000, S. 21.



darfs und darüber hinaus mit Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfs: In diesen Bedarfsbereichen sollen neben der eigenen Bevölkerung auch Einwohner im Mittelbereich<sup>6</sup> versorgt werden.

Neben dieser Versorgungsaufgabe des Einzelhandels erzeugt dieser in integrierten Lagen städtische Bedingungen wie Dichte, Frequenz und Mischung. Dem Einzelhandel werden deshalb "stadtbildende Funktionen" zugesprochen: Städtisches Leben, urbane Attraktivität und Multifunktionalität sind ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Im Zuge des Strukturwandels und hier insbesondere der Suburbanisierung der Einzelhandelsstandorte seit Mitte der siebziger Jahre hat die Handelsfunktion jedoch viel von ihrer stadtbildenden Kraft verloren.

Um diese stadtbildprägende Kraft aufrechtzuerhalten - und darüber hinaus die Nahversorgung sämtlicher Bevölkerungsteile (auch der Mobilitätseingeschränkten) zu sichern -, bedarf es deshalb der gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung.

Für die gezielten Lenkung sind für Büdingen die im Landesentwicklungsplan und dem Regionalplan Südhessen enthaltenen Grundsätze im Rahmen von Bauleitverfahren zu berücksichtigen. Als zentraler Grundsatz gilt angelehnt an den Landesentwicklungsplan "*dass die verbrauchernahen Versorgung - unter der Zielsetzung räumlich ausgeglichener Versorgungsstrukturen, insbesondere einer wohnungsnahen [...] Grundversorgung - in zumutbarer Erreichbarkeit auch für in ihrer Mobilität eingeschränkten Bevölkerungsgruppen möglichst erhalten bleiben muss*<sup>7</sup>".

Die Entwicklung des Einzelhandels wird sowohl durch die Anbieter als auch durch die Nachfrager/ Konsumenten bestimmt. Veränderungen auf Anbieterseite (handelsendogene Faktoren) sind z.B. die Konzeption von Betriebstypen (Tante-Emma-Laden, Supermarkt, Discounter, SB-Warenhaus etc.), die Standortdynamik oder die Sortimentsstrukturierungen der unterschiedlichen Anbieter. Zu den handelsexogenen Faktoren gehören vor allem nachfragebedingte Faktoren wie Einkommen, Mobilität und Einkaufsverhalten sowie rechtliche Rahmenbedingungen, welche die Einzelhandelsentwicklung entscheidend beeinflussen können.

---

<sup>6</sup> "Mittelzentren sollen nach den Grundsätzen und Zielen des Zentralörtliches Systems gemäß des LEP Hessen 2000, S. 24 "*von den im Mittelbereich wohnenden Einwohner bei mehrfacher Hin- und Rückfahrgelegenheiten innerhalb einer Stunde mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sein.*"

<sup>7</sup> Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2005: Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht - Hinweise und Erläuterungen (Neufassung 2005), S. 6.



Betrachtet man die Wechselbeziehungen von handelsendogenen und handelsexogenen Faktoren, kann im Allgemeinen davon ausgegangen werden, dass der Einzelhandel nicht vorrangig auf die Bedürfnisse der Nachfrage reagiert, sondern dass die verschiedenen Entwicklungen im Einzelhandel primär durch handelsendogene Faktoren initiiert werden<sup>8</sup>.

Das Verhältnis von Städten und Einzelhandel hat sich also verändert. Die im Folgenden aufgeführten Veränderungen sind dabei als Beschreibung der *tatsächlichen* Entwicklung und nicht einer *notwendigerweise so stattfindenden* Entwicklung zu verstehen. Neben den ökonomischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen wie zunehmende Mobilität, Konkurrenzdruck etc. sind diese Änderungen in erster Linie autonomem Handeln des Einzelhandels zuzuschreiben.

### 2.1.1 Kennzeichen der Einzelhandelsentwicklung

1. *Standortqualität der Einzelhandelsagglomerationen*: Die Anzahl der Einzelhandelsunternehmen an nicht integrierten Standorten und in Industrie- bzw. Gewerbegebieten steigt. Diese Betriebe tragen zur Auflösung der bestehenden städtischen Handelsstrukturen bei. Zudem ist die hohe Zahl an Einzelhandelsbetrieben an nicht integrierten Standorten eine Ursache für die Zunahme des motorisierten Einkaufsverkehrs.
2. *Uniformität des Warenangebotes*: Die weitere Verbreitung von Filialsystemen mit bundesweit einheitlichem Marktauftritt macht eine Berücksichtigung regionaler bzw. lokaler Wünsche der Konsumenten schwierig oder gar unmöglich.
3. *Zunehmende Eigenzentralität*: Shopping-Center bzw. gemeinsame Großinvestitionen der Wirtschaftsbereiche Handel, Freizeit und Gastronomie treten als autarke Versorgungszentren mit hohem Erlebniswert in Konkurrenz zu den gewachsenen städtischen Wirtschaftsstrukturen.
4. *Betriebstypendynamik*: Vergleichbar mit den Produkten der Konsumgüterindustrie unterliegen die Betriebstypen des Handels einem in immer kürzeren Zeitabschnitten stattfindenden Wandel. Die Lebenszyklen der Betriebstypen verkürzen sich: Immer schneller kommen innovative Betriebstypenkonzepte auf und setzen sich durch.

---

<sup>8</sup> Vgl. Acocella, D.: Einzelhandelskonzepte im Praxistest. Erfahrungen mit dem Märkte- und Zentrenkonzept Freiburg im Breisgau; Dortmund 2004, S. 13f.



Auf Grund der Lösung des Einzelhandels von klassischen Standortfaktoren wie "Einwohnerdichte im Naheinzugsbereich" oder "hohe Passantendichte" und den Folgen durch die Baugenehmigungsbehörde kam es zu einer Entwertung traditioneller Einkaufsstandorte und der auf diese Standorte gerichteten infrastrukturellen Einrichtungen. Durch die Ansiedlungspolitik der Kommunen im Außenbereich der Städte entwickelten sich neue, zum Teil erhebliche Nutzungskonflikte (gewerbliche Nutzung, industrielle Nutzung, Sportstätten, Einzelhandelsnutzung) und ökologische Probleme (Verkehrsaufkommen, Landschaftsverbrauch, Flächenversiegelung). Bei systematischer Betrachtung ist insbesondere auf die nachfolgend dargestellten Faktoren hinzuweisen.

### **2.1.2 Städtebauliche Wirkungen der Einzelhandelsentwicklung**

1. Die Suburbanisierung der Handelsstandorte gefährdet die Rentabilität stadtbezogener Entwicklungskonzepte sowie von Investitionen der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft. Die fehlende wirtschaftliche Perspektive führt zum Rückzug weiterer Einzelhandelsunternehmen aus den Innenstädten und weiteren zentralen (Versorgungs-)Bereichen.
2. Die aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen für erforderlich erachtete Mindestverkaufsfläche steigt in allen Einzelhandelsbranchen an und erschwert in Kombination mit der angestrebten eingeschossigen Bauweise die Integration der Betriebe in die gewachsenen Strukturen der Innenstädte. Die Multifunktionalität des Handels und die kleinteiligen Strukturen in den Kernbereichen drohen abhanden zu kommen.
3. Die städtische Verkehrssituation gerät in ein Spannungsfeld. Das Flächenwachstum im Handel reduziert die Möglichkeiten, die städtischen Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen und damit das Individualverkehrsaufkommen zu reduzieren. Die schwindende Attraktivität der Innenstädte und der sonstigen zentralen (Versorgungs-)Bereiche als Einkaufsorte hemmt die Bereitschaft, in verbesserte innerstädtische ÖPNV-Konzepte zu investieren. Es ist die Ausnahme, dass autokundenorientierte Einzelhandelsgroßbetriebe im Umland der Städte an öffentliche Verkehrsmittel angebunden werden (wollen). Die Größe des Einzugsgebietes des suburbanen Einzelhandels führt zu einem zusätzlichen Anstieg des Individualverkehrs.



4. Die wohnungsnahе Grundversorgung ist nicht mehr garantiert. Als Folge der Suburbanisierung, der Betreiber- und/ oder der Genehmigungspolitik ziehen sich der Handel und andere Infrastruktureinrichtungen (z.B. Poststellen, Bankfilialen) aus den Wohngebieten und dem ländlichen Raum zurück. Die durch den Konzentrationsprozess im Lebensmitteleinzelhandel ausgelöste Erhöhung der durchschnittlichen Betriebsgröße hat zur Folge, dass für Anbieter die Notwendigkeit entsteht, mit diesen größeren Betriebseinheiten auch entsprechend höhere Umsätze zu erwirtschaften. Damit vergrößert sich der notwendige Einzugsbereich jedes Betriebes. Der dadurch ausgelöste Verdrängungswettbewerb reduziert das Angebot zunehmend auf standort- und betriebstypenbezogen optimierte Betriebe: Eine fußläufige bzw. wohnortnahe Nahversorgung durch relativ kleinflächige Lebensmittelbetriebe in Wohnlagen ist wegen der Ausdünnung des Versorgungsnetzes häufig nicht mehr gewährleistet. Die Entwicklung verläuft entgegen dem für die Nahversorgung wichtigen Ziel einer "Stadt der kurzen Wege". Betroffen ist vor allem der mobilitätseingeschränkte Teil der Bevölkerung. Mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen steigt so die Zahl potenziell unterversorgter Haushalte.
5. Der Flächenverbrauch der modernen Betriebstypen für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser Betriebstypen auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet führen zu zusätzlichen Umweltbelastungen.

Die aufgezeigten typischen Probleme insbesondere Zentraler Orte beeinträchtigen den innerstädtischen Einzelhandel immer häufiger. Dabei weisen die Einzelhändler auf die Abhängigkeit des Standortes Innenstadt von seiner Erreichbarkeit hin. Gleichzeitig muss sich der Handel der Konkurrenz optimal geplanter Shopping-Center mit guter Verkehrsanbindung, Flanierambiente, hochwertigen Anbietern und hohem Organisationsgrad (Werbung, Öffnungszeiten etc.) sowie mit Angeboten zur Freizeitgestaltung stellen. Dies erfordert wiederum an innerstädtischen Standorten eine (bauliche) Aufwertung des Ambientes, z.B. durch Fußgängerzonen, und eine vielfältige Funktionsmischung, um einen innerstädtischen "Erlebnisraum" zu schaffen bzw. auszubauen.



## 2.2 ENTWICKLUNGEN AUF DER ANBIETERSEITE (HANDELSENDOGENE FAKTOREN)

Die wesentlichen für die Stadtentwicklung relevanten Einzelhandelsentwicklungen sind die **Betriebstypenentwicklung** (z.B. vom Tante-Emma-Laden zum Discounter) und die sich verändernden **Standortpräferenzen** (z.B. vom wohnortnahen zum Pkw-orientierten Standort).

### 2.2.1 Betriebstypendynamik

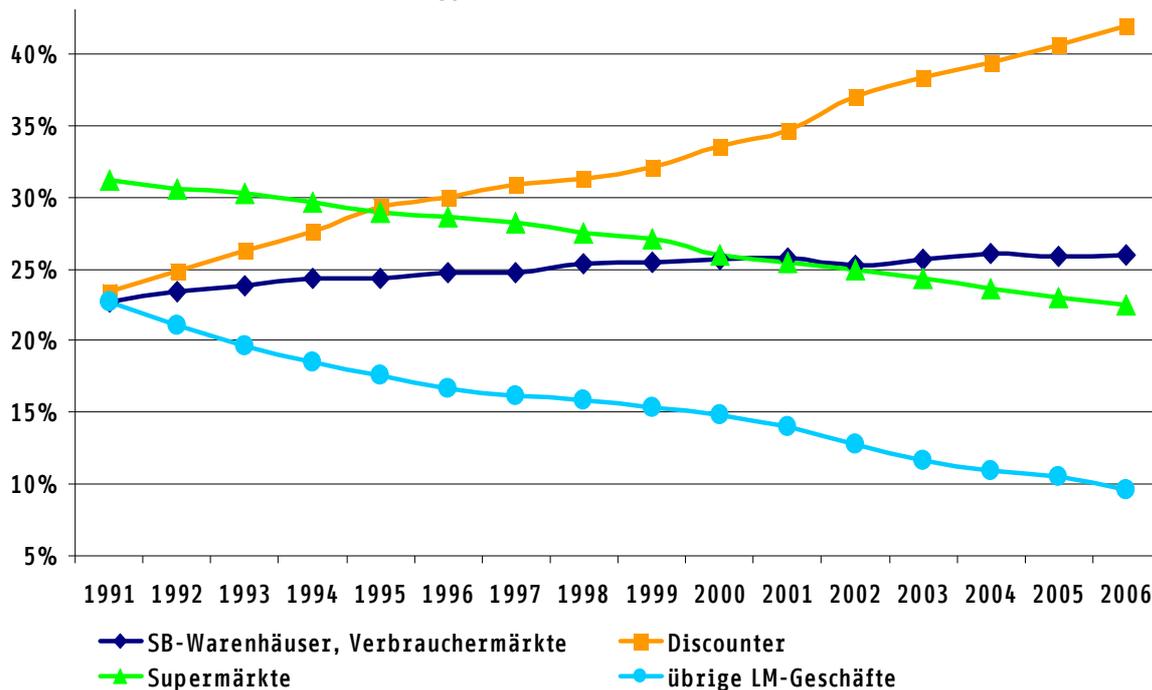
Die weitere Auffächerung der Sortimente sowie die zunehmende Polarisierung der Nachfrage zwischen preis- und serviceorientiertem Einkauf führt zu einer entsprechenden Betriebstypenentwicklung. So fächert sich speziell der Niedrigpreisbereich weiter auf in Markendiscounter (Off-Price-Stores), Factory Outlet Center (FOC), Sonderpostenmärkte und traditionelle (Lebensmittel-)Discounter.

Abb. 1 (folgende Seite) zeigt beispielhaft die Umsatzanteile der verschiedenen Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel im Zeitraum von 1991 bis 2006.

Dabei wird deutlich, dass die Umsatzanteile der Lebensmitteldiscounter von rd. 23% im Jahr 1991 auf rd. 42% im Jahr 2006 angestiegen sind, die entsprechenden Anteile der Fachgeschäfte und übrigen Lebensmittelläden sind im gleichen Betrachtungszeitraum von rd. 23% auf knapp 10% jedoch deutlich gesunken. Nach gegenwärtigem Kenntnisstand ist allerdings trotz des erheblichen Bedeutungsverlustes der übrigen Lebensmittelgeschäfte nicht davon auszugehen, dass dieser Betriebstyp komplett aus dem Lebensmitteleinzelhandel verschwindet. Mit dem zunehmenden Anteil älterer Menschen könnte die wohnortnahe Grundversorgung sogar wieder stärker an Bedeutung gewinnen. Welchen Umsatzanteil die Fachgeschäfte und übrigen Lebensmittelgeschäfte künftig haben werden, ist jedoch nicht vorhersagbar. Die Entwicklungen der vergangenen Jahre haben gezeigt, dass "alte" Typen wie z.B. Nachbarschaftsläden und "Tante-Emma-Läden" teilweise wiederbelebt werden.



Abb. 1: Umsatzanteile der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage EHI: Handel aktuell 2007/ 2008, Köln, S. 208

Der **Anstieg der Verkaufsfläche** erschwert häufig die Integration der neuen Betriebstypen in die gewachsenen Strukturen der Innenstädte (bzw. der sonstigen zentralen Versorgungsbereiche), wodurch die Multifunktionalität des Handels abhanden kommen kann. Abb. 2 (folgende Seite) veranschaulicht die Entwicklung von Verkaufsfläche und Anzahl der Betriebe im Lebensmitteleinzelhandel im Zeitraum von 1991 bis 2007.

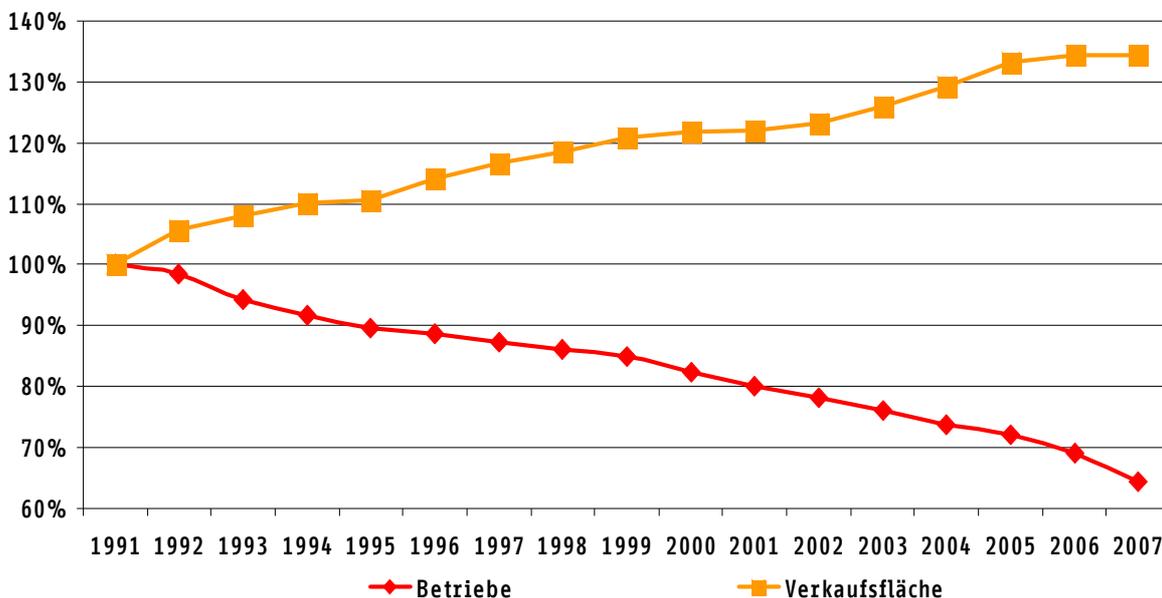
Verstärkt wird diese Entwicklung durch die insbesondere von den großen Konzernen behauptete Mindestverkaufsfläche: Würde deren Argumenten gefolgt, so gäbe es künftig keine Discounter mit wesentlich weniger als 800 qm Verkaufsfläche (derzeitige durchschnittliche Verkaufsfläche der Lebensmitteldiscounter: gut 690 qm<sup>9</sup>) und keine Vollsortimenter mit weniger als 1.000 bis 1.500 qm Verkaufsfläche (derzeitige durchschnittliche Verkaufsfläche der Supermärkte: knapp 800 qm<sup>10</sup>), wobei teilweise noch deutlich höhere Werte genannt werden. Dies würde bedeuten, dass der Einzugsbereich zukünftig deutlich mehr als 2.000 Einwohner umfassen muss, womit die Erreichbarkeit im Sinne einer Nahversorgung häufig nicht mehr gewährleistet wäre.

<sup>9</sup> EHI: Handel aktuell 2007/ 2008, Köln, S. 209f.

<sup>10</sup> Ebd.

Im übrigen ist dann die Nahversorgungsoffensive einzelner Konzerne<sup>11</sup> mit kleinen Flächenzuschnitten nicht erklärbar.

Abb. 2: Anzahl und Verkaufsfläche der Lebensmittelbetriebe in Deutschland



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage eigener Berechnungen sowie EHI: Handel aktuell 2007/ 2008, S. 209f.

Generell kann darüber hinaus eine kontinuierliche **Abnahme des Anteils der Fachgeschäfte** festgestellt werden, die mit dem Eintreten neuer Betriebstypen an Bedeutung verloren haben<sup>12</sup>. Problematisch ist dies vor allem, weil ein Großteil der neuen Betriebstypen häufig außerhalb gewachsener städtischer Strukturen genehmigt wird und somit zur Auflösung der vorhandenen städtischen Funktionen und der Nutzungsvielfalt beigetragen hat. Beispielsweise hat die Anzahl der Bau- und Heimwerkermärkte von 1982 bis 2006 von rd. 930 auf rd. 2.700 nahezu verdreifacht, gleichzeitig ist ihr Umsatz von rd. 2,3 Mrd. € auf rd. 17,1 Mrd. € (mehr als das Siebenfache) angestiegen<sup>13</sup>.

Neben der **Veränderung** der Betriebstypenstruktur verändern sich auch die einzelnen **Betriebstypen selbst**, z.B. im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische

<sup>11</sup> Mit der Initiative "Nahversorger Offensive" zur Sicherung der Nahversorgung unterstützt die Markant-Gruppe ihre Vertriebsaktivitäten im Segment für den selbstständigen Lebensmitteleinzelhandel: vgl. [www.nahversorgeroffensive.de](http://www.nahversorgeroffensive.de).

<sup>12</sup> Vgl. Acocella, D., 2004, a.a.O., S. 19f.

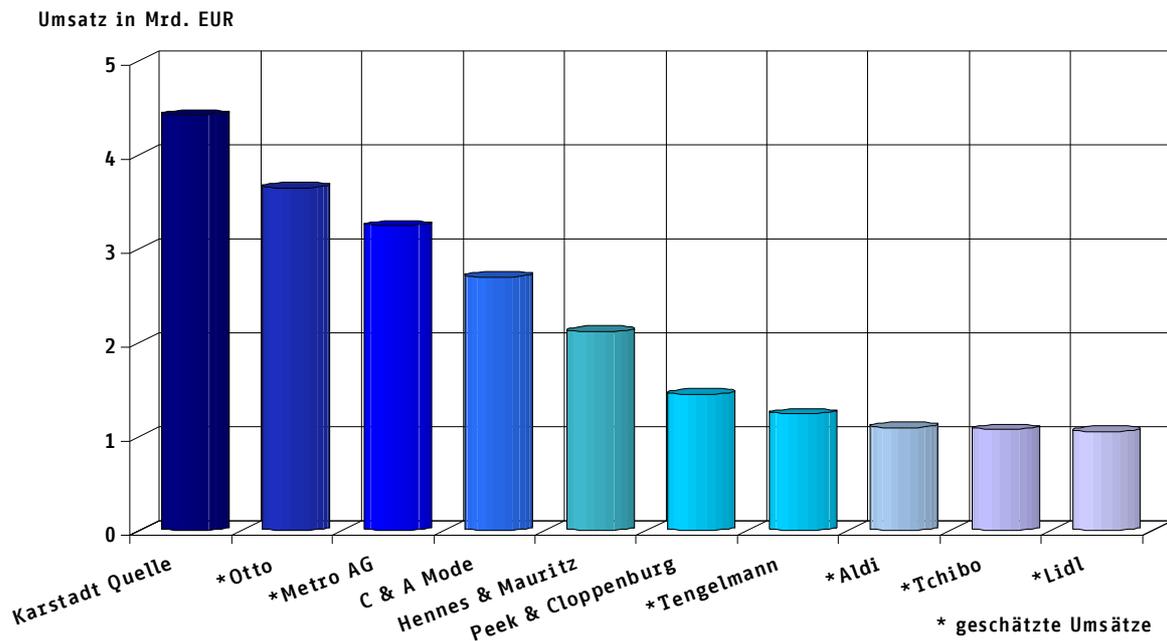
<sup>13</sup> EHI: Handel aktuell 2004, S. 132 sowie EHI: Handel aktuell 2007/ 2008, Köln, S. 249.



Branchenaufteilung bricht dadurch langsam auf, so dass mittlerweile nicht nur Warenhäuser als Mehrbranchenanbieter angesehen werden können<sup>14</sup>. Baumärkte oder Lebensmittelbetriebe führen i.d.R. Randsortimente oder auf sogenannten Aktionsflächen Sortimente, die von der für diese (ursprünglichen) Betriebsarten üblichen Sortimentsstrukturierung erheblich abweichen.

- Deutlich wird dies z.B. bei der Betrachtung der umsatzbezogenen Top Ten im Textileinzelhandel 2005.

Abb. 3: Top Ten im Textileinzelhandel 2005



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage EHI: Handel aktuell 2007/ 2008, Köln, S. 240

Dort befanden sich die Lebensmittelkonzerne Tengelmann, Aldi und Lidl an siebter, achter bzw. zehnter und der Kaffeeröster Tchibo an neunter Stelle (vgl. Abb. 3).

- Im Jahr 2006 wurden z.B. rd. 21% des Spielwarenumsatzes im SB-Handel und rd. 15% in sonstigem branchenfremden Einzelhandel (Tankstellen-, Kaffeeshops, Möbel-, Bau-, Gartenmärkte, etc.) getätigt<sup>15</sup>.
- Bereits 1999 wurden schon rd. 27% des Schuhumsatzes außerhalb des Schuhfachhandels bei branchenfremden Anbietern (z.B. SB-Warenhäuser, Versandhandel) er-

<sup>14</sup> Vgl. hierzu und zum Folgenden Acocella, D., 2004, a.a.O.

<sup>15</sup> W. Nostheide Verlag: BB-JAHRESBERICHT 2006/2007, nach: Bundesverband des Spielwaren-Einzelhandels e.V., www.bvt-ev.de, Stand 01.02.2008.



zielt<sup>16</sup>. Diese Entwicklung wurde in den Folgejahren durch die steigenden Marktanteile der Lebensmitteldiscounter weiter verstärkt<sup>17</sup>.

Neben diesen Entwicklungen entstehen neue groß dimensionierte Betriebstypen wie Factory Outlet Center (FOC) und Urban Entertainment Center (UEC). Wo diese angesiedelt werden, sind häufig (reflexartige) Abwehrmechanismen zu beobachten. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass diese Betriebstypen angesichts der je erforderlichen Einzugsbereiche nur begrenzte Entwicklungspotenziale aufweisen.

### 2.2.2 Standortdynamik

Die Betriebstypendynamik führt - teilweise gemeinsam mit den Trends auf Seiten der Konsumenten - auch zu Neubewertungen von Standorten: Insbesondere werden autokundenorientierte Standorte und preisgünstige Grundstücke vorgezogen. Von 1990 bis 2004 stieg die Verkaufsfläche von rd. 77 Mio. qm auf etwa 117 Mio. qm<sup>18</sup>, wovon bereits 1998 ein Drittel der "Grünen Wiese" zuzurechnen war<sup>19</sup>; dieser Anteil dürfte seither in der Tendenz gestiegen sein.

Die Funktionsmischung großflächiger Einzelhandelsstandorte an der Peripherie führt zu einer Erhöhung ihrer Standortattraktivität, insbesondere im Verhältnis zu Innenstädten, so dass sich für diese ein Entwicklungshemmnis ergeben kann<sup>20</sup>.

Während die Innenstädte in den sechziger Jahren als Vollversorgungszentren fungierten, werden sie heute primär zum Kauf von Bekleidung, Schuhen, Uhren, Schmuck usw. aufgesucht, weniger für den Einkauf von Möbeln und Heimwerkerbedarf.

Auch wenn seit wenigen Jahren eine Renaissance der Innenstädte feststellbar ist, geht diese allerdings eher zu Lasten der Stadtteilzentren als zu Lasten der Peripherie.

---

<sup>16</sup> BBE-Köln, 2001: Anteile des Lebensmittelhandels am Einzelhandelsumsatz verschiedener Warengruppen 1999, nach: Handelsjournal, Nr. 8, August 2001, S. 18.

<sup>17</sup> BBE-Köln, 2005: Schuhhandel 2005, nach: Handelsjournal, Nr. 8, August 2005, S. 24.

<sup>18</sup> EHI: Handel aktuell 2007/ 2008, S. 199.

<sup>19</sup> Bankgesellschaft Berlin (Hrsg.): Einzelhandel in Deutschland: Immobilienmarkt-Research, Marktbericht 6, September 2000, S. 9.

<sup>20</sup> Vgl. Acocella, D., 2004, a.a.O., S. 27ff.



## 2.3 ENTWICKLUNGEN DER RAHMENBEDINGUNGEN (HANDELSEXOGENE FAKTOREN)

Wie bereits erwähnt, gibt es neben den handelsendogenen eine Vielzahl handelsexogener Faktoren, welche die Einzelhandelsentwicklung beeinflussen können. Zu nennen ist hier primär das verfügbare Einkommen, das als die wesentliche Grundlage für den privaten Konsum und damit auch für die wirtschaftliche Entwicklung des Einzelhandels angesehen werden kann.

Weitere handelsexogene Faktoren sind im Folgenden dargestellt.

### 2.3.1 Wertedynamik

Die Wertedynamik auf Seiten der Konsumenten hat bedeutende Auswirkungen auf das Einkaufsverhalten. Aus heutiger Sicht dominierende Trends sind:

- Es ist eine zunehmende Anspruchshaltung der Konsumenten an die Vielfalt des Warenangebotes und das Preis-Leistungs-Verhältnis zu erkennen.
- Die Verteilung der Haushaltsbudgets verändert sich: Der Anteil der Ausgaben im Einzelhandel am Einkommen geht zurück.
- Zugunsten eines multifunktionalen Einkaufserlebnisses ist ein Bedeutungsverlust des Nahversorgungseinkaufs zu verzeichnen.
- Die Mobilität(-sbereitschaft/ -notwendigkeit) nimmt zu.
- Die Anforderungen an die Bequemlichkeit und Effizienz des Einkaufs von Gütern des täglichen Bedarfs steigen.
- Zunehmend erfolgt eine Kopplung von Freizeitaktivitäten, Gastronomiebesuchen und Einkauf<sup>21</sup>.

Insbesondere die hohe Mobilitätsbereitschaft lässt die Ansprüche der Konsumenten an das Einzelhandelsangebot einer Stadt wie Büdingen wachsen.

### 2.3.2 Mediendynamik

Die Verbreitung der "Neuen Medien" (E-Commerce, Online-Dienste) wird nicht in dem Maße erfolgen, wie die zum Teil zu beobachtende Euphorie insbesondere Ende der 1990er Jahre erwarten ließ. Bereits Untersuchungen aus dem Jahr 2000 hatten erste Warnsignale für Internet-Firmen gezeigt<sup>22</sup>. Signifikante Konsequenzen für den

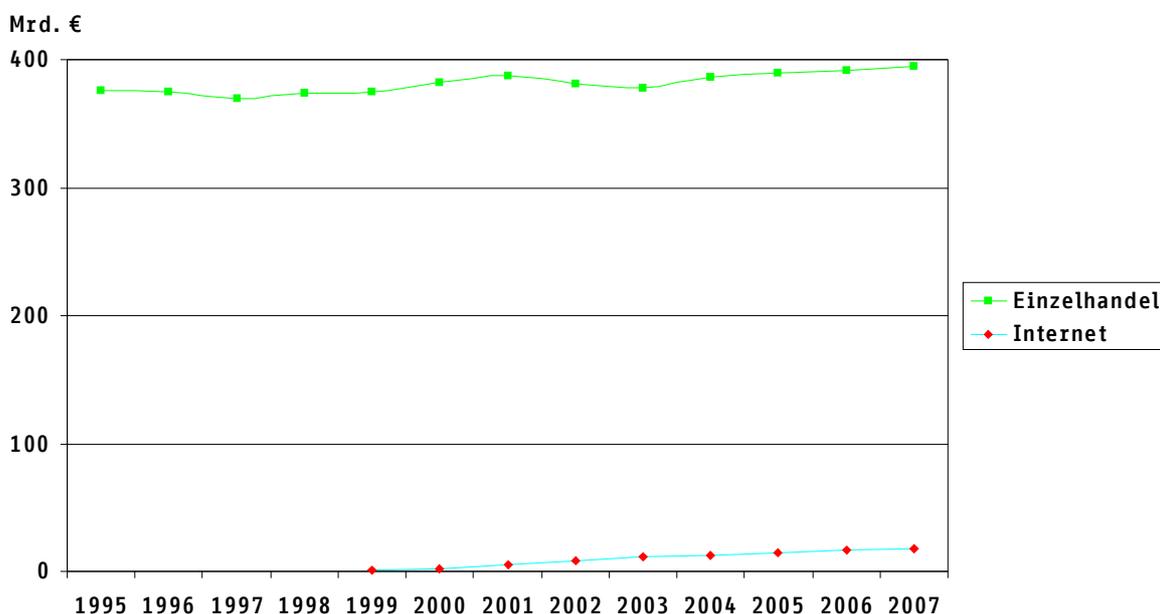
---

<sup>21</sup> Vgl. Acocella, D., 2004, a.a.O., S. 37.

<sup>22</sup> Vgl. z.B. Pricewaterhouse Coopers für Deutschland und Großbritannien, Gartner Group für Asien und Australien, Forrester-Institut für die USA.

Handel durch zunehmenden Wettbewerb des elektronischen Distanzverkaufs sind allenfalls ab dem Jahr 2015 zu erwarten - und selbst dann ist davon auszugehen, dass vorrangig der Versandhandel von diesem zusätzlichen Wettbewerb betroffen sein wird<sup>23</sup>. Laut Prognose des HDE ist der Umsatz des E-Commerce zwar im Zeitraum 1999 bis 2007 um ein Vielfaches von 1,25 Mrd. auf 18,3 Mrd. € gestiegen (wobei in diesen Zahlen auch Dienstleistungen wie z.B. Lieferservice, Reisen, Eintrittskarten und Informationen wie z.B. kostenpflichtige Downloads enthalten sind)<sup>24</sup>, jedoch macht dieser Betrag nur einen sehr geringen Anteil am Gesamteinzelhandelsumsatz (rd. 395 Mrd. €<sup>25</sup>) in Deutschland aus (vgl. Abb. 4).

**Abb. 4: Einzelhandelsumsatz und Internetumsatz in Deutschland**



Anmerkung: Im angegebenen Internet-Umsatz sind auch Dienstleistungen (z.B. Lieferservice), Reisen, Eintrittskarten und Informationen (z.B. kostenpflichtige Downloads) enthalten.

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage EHI: Handel aktuell 2007/ 2008 S. 198 sowie S. 266

Daher wird im vorliegenden Gutachten davon ausgegangen, dass Teleworking und Online-Shopping (E-Commerce) im Betrachtungszeitraum keine gravierenden Änderungen in der Einzelhandelslandschaft verursachen werden.

<sup>23</sup> Ähnlich auch die Unternehmensberatung McKinsey. Vgl. zu Daten auch EHI: Handel aktuell 2006/ 2007, Köln, S. 257.

<sup>24</sup> EHI: Handel aktuell 2007/ 2008, Köln, S. 266.

<sup>25</sup> EHI: Handel aktuell 2007/ 2008, Köln, S. 198.



### 2.3.3 Soziodemografische Entwicklung

Die bisherigen Ausführungen machen deutlich, dass die etablierten Betriebstypen im Betrachtungszeitraum kaum mit deutlichen Umsatzzuwächsen rechnen können. Die Einwohnerzahl in Deutschland wird trotz anhaltender Zuwanderungsbewegungen aus dem Ausland langfristig abnehmen. Hinzu kommt, dass der Anteil der älteren Menschen kontinuierlich zunimmt. Nach Ergebnissen der 11. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung des statistischen Bundesamtes werden über 30% der Bevölkerung im Jahr 2050 65 Jahre und älter und nur noch rd. 15% unter 20 Jahre alt sein<sup>26</sup>. Ende 2005 waren noch 20% der Bevölkerung jünger als 20 Jahre, auf die 65-jährigen und Älteren entfielen lediglich 19%. Diese Entwicklung hat für den Einzelhandel und damit auch für die Innenstädte und sonstigen zentralen Versorgungsgebiete eine wichtige Bedeutung, z.B. in Bezug auf den Bedarf an Kinderbekleidung und Spielwaren, die Erreichbarkeit von Nahversorgungseinrichtungen für ältere Menschen oder auch das Angebot an gesundheitsfördernden Artikeln. Eng mit dem Wandel der Altersstruktur ist die Veränderung der Haushaltstypen verbunden. Die Anzahl der Haushalte steigt - auch im Verhältnis zur Bevölkerungszahl - in Deutschland kontinuierlich an, die Haushaltsgröße nimmt gleichzeitig ab, was sich an der deutlichen Zunahme von Single-Haushalten zeigt. Die Pluralisierung und Individualisierung der Lebens- und auch Wohnformen, welche u.a. zu einem veränderten Kaufverhalten führen, ist ein weiterer Trend, der bei anstehenden Planungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Büdingen berücksichtigt werden muss. Die Veränderungen werden sich jedoch auf immer mehr Betriebstypen des Einzelhandels verteilen, so dass es dabei Gewinner und Verlierer geben wird.

### 2.3.4 Zusammenfassung

- Zunehmende Mobilität und Mobilitätsbereitschaft führen dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung häufiger wohnortfernere Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. Dies führt gleichzeitig zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte in zentralen Lagen bis hin zum Wegfall der Nahversorgung.
- Ebenso führt die Veränderung der Konsumgewohnheiten in Verbindung mit einer Veränderung der Lebensstile zu einer Neubewertung verschiedener Einzelhandelsstandorte. Bei Lebensmitteleinkäufen dominiert das sogenannte One-Stop-Shop-

---

<sup>26</sup> Statistisches Bundesamt 2006: Bevölkerung Deutschlands bis 2050, 11. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, Presseexemplar, Wiesbaden, S. 5.



ping, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Andererseits werden zentrale (Versorgungs-)Bereiche häufig gezielt für den Einkauf ausgesuchter zentrenrelevanter Sortimente wie Bekleidung oder Schuhe aufgesucht.

- Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. Wohn-/ Energiekosten) führen zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen. Darüber hinaus erfolgt zunehmend eine Kopplung von Freizeitaktivitäten, Gastronomiebesuchen und Einkauf. Allerdings kann angenommen werden, dass der Einzelhandel - zumindest in einzelnen Branchen - mit der immer eigenständiger werdenden Funktion "Freizeit" mit ihrem sehr ausdifferenzierten Angebot an Freizeiteinrichtungen<sup>27</sup> und den damit zusammenhängenden Ausstattungsbedürfnissen (Fitness- und Wellness-Welle, Trendsport) zusätzliche Umsatzimpulse erhalten hat. Durch diese gesellschaftlichen Phänomene werden Umsätze im Einzelhandel generiert, die sonst nicht in der Weise zu erwarten gewesen wären<sup>28</sup>.

## 2.4 LEBENDIGE ZENTREN

Als "lebendig" werden Zentren beschrieben, wenn in ihnen buchstäblich "Leben" stattfindet, d.h. dass dort Menschen wohnen, arbeiten und sich versorgen können. In den letzten Jahren haben viele zentrale Bereiche Funktionen verloren.

Zu einer lebendigen und attraktiven Innenstadt gehört ein vielfältiges Einzelhandelsangebot, welches eine umfassende Versorgung gewährleistet. Dem Einzelhandel fällt damit die Leitfunktion einer Innenstadt zu.

Ein vielfältiges Angebot erhöht die Attraktivität einer Innenstadt (und auch sonstiger zentraler (Versorgungs-)Bereiche) und stärkt den Standort gegenüber solchen auf der "grünen Wiese". Dazu gehört auch, dass das Einkaufen für den Kunden zu einem Erlebnis wird. Ansprechend gestaltete Plätze und Einkaufszonen, Gastronomie, Dienstleistungs- und Kulturangebote sowie eine gute Erreichbarkeit, sei es zu Fuß,

---

<sup>27</sup> Bäuerle, G., 1984: Der Freiraum als Wertobjekt, München, 1984 zit. nach Ruppert, K.: Freizeit, in ARL: Handwörterbuch der Raumordnung, Bibliographie der ARL 1946 - 1996, Hannover 1997, S. 323. Vgl. hierzu und zum Folgenden Acocella, D., 2004, a.a.O., S. 37.

<sup>28</sup> Vgl. dazu auch Brauer, W.: Die Betriebsform im stationären Einzelhandel als Marke, München 1997, S. 28f.



mit dem Rad, dem ÖPNV oder MIV, sind einerseits Rahmenbedingungen für den Handel, andererseits profitieren sie selbst ebenfalls von ihm. Bricht die Einzelhandelsfunktion eines Zentrums weg, hat dies vielschichtige Folgen für die gesamte Innenstadt und sonstigen zentralen Versorgungsbereiche sowie u.U. für die gesamte Stadt. Die Nahversorgung wird ausgedünnt, was besonders für weniger mobile Bevölkerungsgruppen negative Folgen hat, und die Anzahl der Leerstände nimmt zu, was zu einer Minderung der Aufenthaltsqualität bzw. Atmosphäre führt; teilweise droht der vollständige Funktionsverlust der Zentren.

Lebendige Zentren sind im Zeichen der Suburbanisierung eine unverzichtbare Voraussetzung für die Entwicklung von Büdingen. Es gilt umfassende Strategien zu finden, um die Zentren verstärkt lebendig und lebenswert zu gestalten. Hierzu gehören neben der Belebung und Stärkung der Einzelhandelsfunktion

- die Schaffung von ansprechenden, sicheren und saubereren öffentlichen Räumen zur Begegnung, z.B. Plätze und Fußgängerzonen,
- ein Verkehrskonzept,
- eine attraktive Bebauung und Fassadengestaltung,
- die Nutzungsmischung der Funktionen, z.B. Stärkung der Wohn- und Arbeitsfunktion in den Zentren
- sowie neue Kooperationsformen (Bürgerbeteiligung, Public Private Partnership, Citymarketing).



### 3. METHODIK, DATENGRUNDLAGEN UND RECHTLICHE VORGABEN

Erster notwendiger Baustein eines Einzelhandelskonzeptes ist die Analyse der **Ist-Situation**. Angesichts der Notwendigkeit, die räumliche Lenkung des Einzelhandels städtebaulich zu begründen, ist hierfür nicht nur der Einzelhandel selbst, sondern auch das ergänzende Angebot an Dienstleistungen sowie insbesondere die städtebauliche Situation in der Innenstadt (und in weiteren zentralen (Versorgungs-)Bereichen) zu erfassen.

Auf der Ist-Situation aufbauend ist sodann zu fragen, wie die **künftige Einzelhandelsentwicklung** in der Stadt Büdingen verlaufen kann. Dafür ist entscheidend, welcher insbesondere von der Nachfrageseite bedingte zusätzliche Verkaufsflächenbedarf in Büdingen zu erwarten ist. Neben dem Ausmaß des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfes sind räumliche Entwicklungsmöglichkeiten in der Stadt zu beachten. Von erheblicher Bedeutung ist dabei, welche Ziele die Stadt Büdingen verfolgt.

Auf der Grundlage dieser Arbeitsschritte wird ein **Maßnahmenkonzept** abgeleitet. Dieses besteht im Wesentlichen aus dem Einzelhandelskonzept, beinhaltet aber auch städtebauliche Maßnahmenvorschläge sowie Maßnahmenvorschläge für weitere Akteure. Das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels umfasst auf der Basis der Ist-Analyse sowie der Verkaufsflächenprognose zum Einen ein **Zielsystems** für die funktionale Entwicklung der Gesamtstadt und der Innenstadt. Zum Anderen werden für die **planerische Umsetzung** des Konzeptes Formulierungen für die bauplanungsrechtliche Festsetzung in B-Plänen sowie ein Verfahrensvorschlag zur Umsetzung abgeleitet.

Für das vorliegende Gutachten erhoben wissenschaftliche Mitarbeiter des Büros Dr. Acocella im August/ September 2007 Daten zur Einzelhandelssituation in Büdingen. Die Daten wurden im Rahmen einer Befragung aller Einzelhändler<sup>29</sup> in der Gesamtstadt sowie einer Bestandsaufnahme ausgewählter, zentrenprägender Dienstleistungen in der Innenstadt und im potenziellen weiteren zentralen Versorgungsbereich der Stadt Büdingen (derzeit: zentraler Versorgungsbereich Düdelsheim) ermittelt. Zudem wurde eine Bestandsaufnahme der städtebaulichen Situation in der Innenstadt und im zentralen Versorgungsbereich von Düdelsheim durchgeführt.

---

<sup>29</sup> Inklusive Lebensmittelhandwerk und Apotheken.



Im Folgenden beziehen sich die Aussagen zur Gesamtstadt ausschließlich auf den Einzelhandel. Für die Innenstadt und den zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim werden hingegen neben den Aussagen zur funktionalen Situation des Einzelhandels auch Aussagen zum Angebot an Dienstleistungen und zur städtebaulichen Situation getroffen.

Zusätzlich wurde eine Passantenbefragung in der Innenstadt von Bidingen Ende August/ Anfang September 2007 durchgeführt. Die Ergebnisse fließen an entsprechender Stelle in die Analyse mit ein.

Ergänzend zu den primär erhobenen Daten wurden sekundärstatistische Informationen für die Analyse und Bewertung der Einzelhandelsituation in Bidingen herangezogen. Auf diese wird jeweils an den entsprechenden Stellen im Gutachten hingewiesen.

### **3.1 EINZELHÄNDLERBEFRAGUNG**

Im August/ September 2007 wurde das Einzelhandelsangebot in Bidingen auf der Basis einer Begehung mit gleichzeitiger Einzelhändlerbefragung von wissenschaftlichen Mitarbeitern des Büros Dr. Acocella erfasst. Berücksichtigt wurde dabei nicht nur der Einzelhandel i.e.S., sondern auch Apotheken und das Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger)<sup>30</sup>.

Die Einzelhändlerbefragung dient zum einen der Erfassung betrieblicher Daten (z.B. Verkaufsflächen, Umsätze) und zum anderen dazu, die Stimmungslage der Händler einzufangen.

Die Befragung erfolgte flächendeckend im gesamten Stadtgebiet: Jede einzelne Straße wurde hierfür begangen bzw. durchfahren<sup>31</sup>. In jedem Betrieb erfolgte die mündliche Kurzbefragung in Form eines Interviews anhand eines Fragebogens (vgl. Anhang), der zuvor mit der Stadt Bidingen abgestimmt worden war. Eine derartige Einzelhändlerbefragung liefert zum einen verlässlichere Daten über die derzeitige Situation, insbesondere über die derzeit erzielten Umsätze (die bei einer reinen

---

<sup>30</sup> Nicht erfasst wurde der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.

<sup>31</sup> Obwohl die Erhebung nach bestem Wissen und Gewissen erfolgte, ist es möglich, dass einzelne Einzelhandelsbetriebe dabei nicht aufgefunden werden konnten. Allerdings kann es sich bei diesen allenfalls um kleinere Betriebe handeln, so dass das Gesamtergebnis hiervon nicht wesentlich beeinflusst würde.



Erhebung rechnerisch ermittelt werden müssen) und führt so erfahrungsgemäß zu einer sehr hohen Akzeptanz der erhobenen Daten. Zum anderen ermöglicht die Befragung der Händler auch Informationen über die derzeitigen Kaufkraftströme nach Büdingen. Weiter können auf diese Weise auch die Einstellungen der Händler zur Einzelhandelssituation in der Stadt erfasst werden.

Und schließlich ist eine frühe Einbindung der örtlichen Einzelhändlerschaft auch als vertrauensbildende Maßnahme zu verstehen, die spätere Diskussionen bei der Umsetzung des Konzeptes erleichtert.

Die Befragung der Einzelhändler bezog sich auf folgende Aspekte:

- Sortimente,
- Verkaufsfläche insgesamt und je Sortiment,
- Eigentumsverhältnisse und ggf. Miethöhe,
- Anzahl der Beschäftigten,
- Umsatz im Jahr 2006,
- Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren,
- Kundenherkunft nach prozentualem Umsatzanteil (Büdingen, sonstiger Wetteraukreis, Mainz-Kinzig-Kreis, Vogelsbergkreis, Sonstige),
- Änderungsabsichten,
- Einschätzung der Einzelhandelssituation in Büdingen (offene Frage).

Die Ergebnisse werden in der vorliegenden Untersuchung ausschließlich aggregiert dargestellt, so dass einzelbetriebliche Daten nicht offengelegt werden.

In Büdingen wurden 175 Einzelhandelsbetriebe (inklusive Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops) erfasst. In den sechs Tankstellenshops wurde allerdings keine Befragung durchgeführt. Insgesamt war eine durchschnittliche Beteiligung an der Befragung in Büdingen festzustellen: Rd. 80% der 169 befragten Büdinger Einzelhändler gaben grundsätzlich Auskunft.

- 13% der Händler in Büdingen machten Angaben zum Umsatz. Dieser Wert ist relativ niedrig: Bei Befragungen in anderen Städten geben meist 20 bis 30% der Händler Auskunft zum erzielten Umsatz. Bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche lie-



gen für rd. 9% Umsatzangaben vor, die unter Verwendung anderer Kennziffern eine realitätsgetreue Umsatzberechnung ermöglichen<sup>32</sup>.

- Angaben zur Verkaufsfläche machten rd. 31% der Einzelhändler, die auf Grund der überdurchschnittlichen Größe dieser Betriebe rd. 67% der Verkaufsfläche auf sich vereinigen.

In den Betrieben, in denen die Händler keine Auskunft erteilten, erhoben Mitarbeiter des Büros Dr. Acocella die Verkaufsfläche.

Damit liegt insgesamt eine gute Datenbasis vor, um die Einzelhandelssituation in Büdingen zu bewerten.

Die Erhebung der Verkaufsflächen in den einzelnen Geschäften erfolgte sortimentsgenau: Die Betriebe wurden nicht entsprechend dem angebotenen Hauptsortiment insgesamt einer Branche zugerechnet (Schwerpunktprinzip), sondern jedes Sortiment wurde einzeln mit der zugehörigen Verkaufsfläche erfasst.

Insbesondere bei großflächigen Geschäften - teilweise aber auch bei kleineren Geschäften - ist es u.E. erforderlich, diese differenzierte Erfassung vorzunehmen: Erst hierdurch ergibt sich ein realistisches Abbild der derzeitigen Situation im Einzelhandel, bei dem Ergänzungssortimente, denen im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle zukommt, die in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, nicht unterschätzt werden. Damit wird auch die Problematik von (zentrenrelevanten) Randsortimenten in Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten berücksichtigt. Darüber hinaus ist u.E. die Ableitung einer Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich.

Anhand der offen gestellten Frage zur Einschätzung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht (es wurden keine Antwortkategorien vorgegeben) ist es möglich, zum einen die Stimmungslage der Einzelhändler und zum anderen die aus deren Sicht wichtigsten Problemfelder zu erfassen. Die Auswertung dieser Frage kann somit Hinweise auf mögliche Handlungsfelder geben.

---

<sup>32</sup> Insbesondere Institut für Handelsforschung (IfH), Köln: Betriebsvergleich des Einzelhandels 2005 und frühere Jahrgänge; EHI: Handel aktuell 2006/ 2007 und frühere Jahrgänge.



## 3.2 PASSANTENBEFRAGUNG

Passantenbefragungen dienen einerseits zur empirischen Absicherung vorhandener Auffassungen - z.B. der Händler - bzw. modellhaft abgebildeter Fakten und andererseits zur Objektivierung von oft interessenengebundenen Diskussionen.

Um weitere wichtige Erkenntnisse zur Stadt Bidingen als Einzelhandelsstandort zu erhalten, wurde in der Innenstadt eine Passantenbefragung durchgeführt. Durch eine Befragung in der Innenstadt werden erfahrungsgemäß auch Kunden, die üblicherweise an anderen Standorten einkaufen, erfasst: Diese kommen i.d.R. im Lauf einer Woche zur Wahrnehmung anderer Tätigkeiten in die Innenstadt, so dass diese durch eine Befragung in der Innenstadt ebenfalls erfasst werden.

Die Passantenbefragung dient u.a. der detaillierten Erfassung der Kaufkraftströme - woher kommen die Besucher und wie viel Geld geben sie aus<sup>33</sup> -, der Untersuchung des Kaufverhaltens, z.B. in Bezug auf Konkurrenzstandorte, des Images sowie kultureller, städtebaulicher und verkehrlicher Aspekte. Zudem gibt eine Befragung der Passanten Auskunft über die Kundenstruktur sowie die Besuchs- und Einkaufsmotivation. Diese Informationen über und von den Passanten sind von großer Bedeutung für den ansässigen Einzelhandel, denn diese sind die (potenziellen) Kunden.

Der vorliegende Bericht enthält an verschiedenen Stellen, insbesondere in Kap. 3.2, die wesentlichen Ergebnisse der Passantenbefragung, teilweise in Abbildungen und Karten dargestellt. Die ausführlichen Befragungsergebnisse finden sich in tabellarischer Form im Anlagenband.

### 3.2.1 Befragungskonzept, -tage und -standorte

Die Passantenbefragung wurde mit dem CIS-Erhebungssystem durchgeführt: Die befragte Person beantwortet die Fragen anonym mit Hilfe eines Lichtstiftes auf einem Computerbildschirm. Ein Vorteil der computergestützten Befragung liegt in der Anonymität: Dadurch werden auch sensible Fragen beantwortet. Die Befragten wurden durch geschultes Personal in die Bedienung des Computers eingewiesen. Die Ant-

---

<sup>33</sup> Bei einer Händlerbefragung kann dieses nur grob geschätzt werden, während durch die Passantenbefragung ein schematisches Einzugsgebiet abgeleitet werden kann.



worten werden automatisch in das integrierte Auswertungsprogramm eingespeist, so dass eine nachträgliche Veränderung der Antworten nicht möglich ist.

Bei Fragen, bei denen die Reihenfolge der aufgeführten Antwortmöglichkeiten eine Beeinflussung des Ergebnisses bedeuten könnte, wurde diese Reihenfolge bei jeder befragten Person durch einen Zufallsgenerator neu bestimmt, so dass systematische Verzerrungen durch eine gleichbleibende Reihenfolge der Antwortmöglichkeiten ausgeschlossen werden können.

Insgesamt bestand der Fragebogen aus 63 Fragen, die durch entsprechende Filter nicht allen Passanten gestellt wurden. Die durchschnittliche Dauer eines Interviews betrug 9,04 Minuten.

Da das Einkaufsverhalten an den einzelnen Wochentagen unterschiedlich ist<sup>34</sup>, wurde die Passantenbefragung an folgenden Tagen durchgeführt:

- Mittwoch, den 29.08.07 : "normaler Wochentag"
- Donnerstag, den 30.08.07: "normaler Wochentag"
- Freitag, den 31.08.07 : "Versorgungseinkaufstag"
- Samstag, den 01.09.07 : "Erlebniseinkaufstag"

Bei der getroffenen Auswahl der Erhebungstage wurde darauf geachtet, dass keine Sondereinflüsse, z.B. Veranstaltungen (auch in Nachbargemeinden) oder Feiertage bzw. Schulferien die Besucherstruktur verzerren. Das Wetter war während des gesamten Befragungszeitraums sehr gut.

Die Befragung wurde an zwei Standorten mit differierender städtebaulicher Struktur und Erscheinung in der Innenstadt von Büdingen durchgeführt:

Standort 1: Marktplatz (historischer Altstadtbereich), bei den entsprechenden Grafiken im Gutachten als Altstadt bzw. Innenstadtergänzungsbereich bezeichnet.

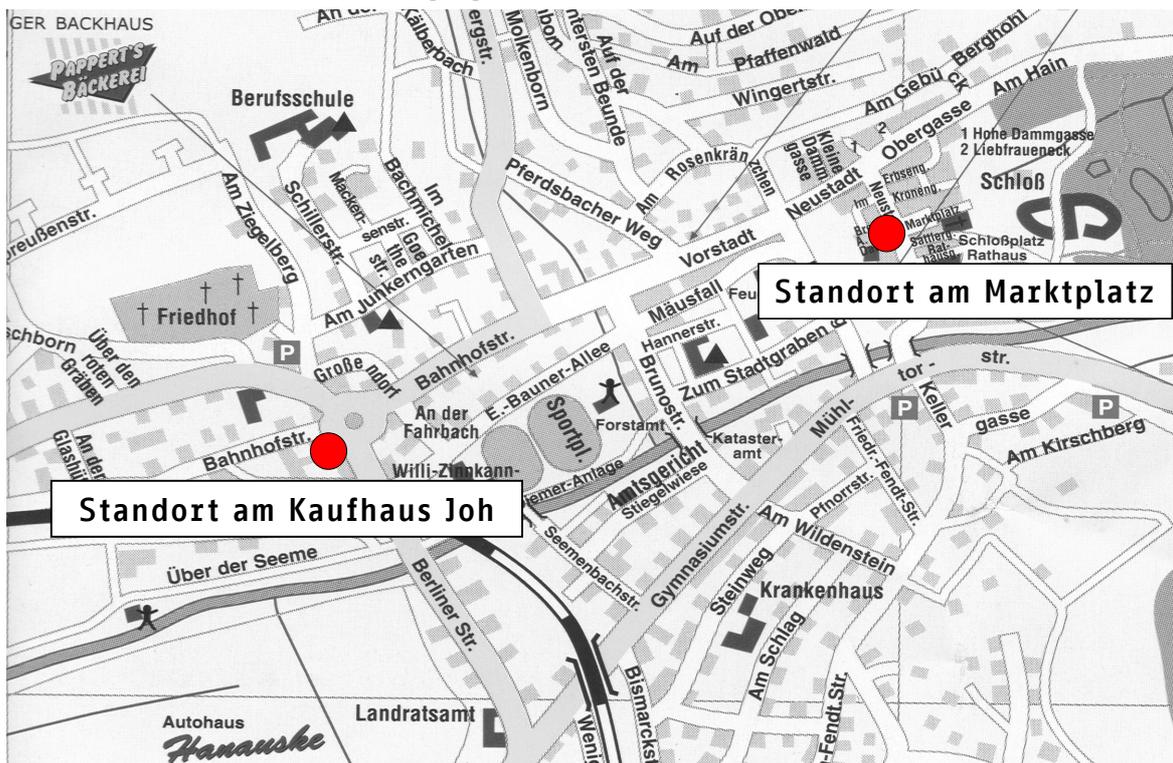
Standort 2: Am Eingang zum Kaufhaus Joh (Berliner Straße 1-3 am Loudéac-Kreisel), bei den entsprechenden Grafiken als Innenstadt<sup>35</sup> bzw. eng abgegrenzte Innenstadt bezeichnet.

---

<sup>34</sup> Entsprechend den Ergebnissen der Passantenbefragung in Büdingen gibt es für den Einkauf in der Innenstadt bzw. Altstadt von Büdingen zwar keinen eindeutigen bevorzugten Einkaufstag: Am häufigsten gaben die Befragten an, unregelmäßig einzukaufen. Dennoch lässt sich eine Tendenz für den Freitag und Samstag als Haupteinkaufstage erkennen (vgl. Anlagenband, Frage 144).

<sup>35</sup> Der Standort Innenstadt ist in diesem Fall nicht als zentraler Versorgungsbereich Innenstadt zu verstehen, sondern stellt nur einen Teilraum des in Kap. 4.2.1 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches dar. Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt umfasst hingegen den gesamten Bereich der eng abgegrenzte Innenstadt bzw. des Haupteinkaufsbereichs und der historischen Altstadt.

Karte 1: Standorte Passantenbefragung



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Büdingen

Wegen der unterschiedlichen Bedingungen an beiden Standorten in Bezug auf Passantenfrequenz und Atmosphäre, ergaben sich z.T. große Abweichungen hinsichtlich der Struktur der Befragten, insbesondere bezogen auf die Herkunft. Der Befragungszeitraum war Mittwoch bis Freitag 9 bis 18 Uhr und am Samstag (auf Grund der kürzeren Geschäftsöffnungszeiten) von 9 bis 16 Uhr.

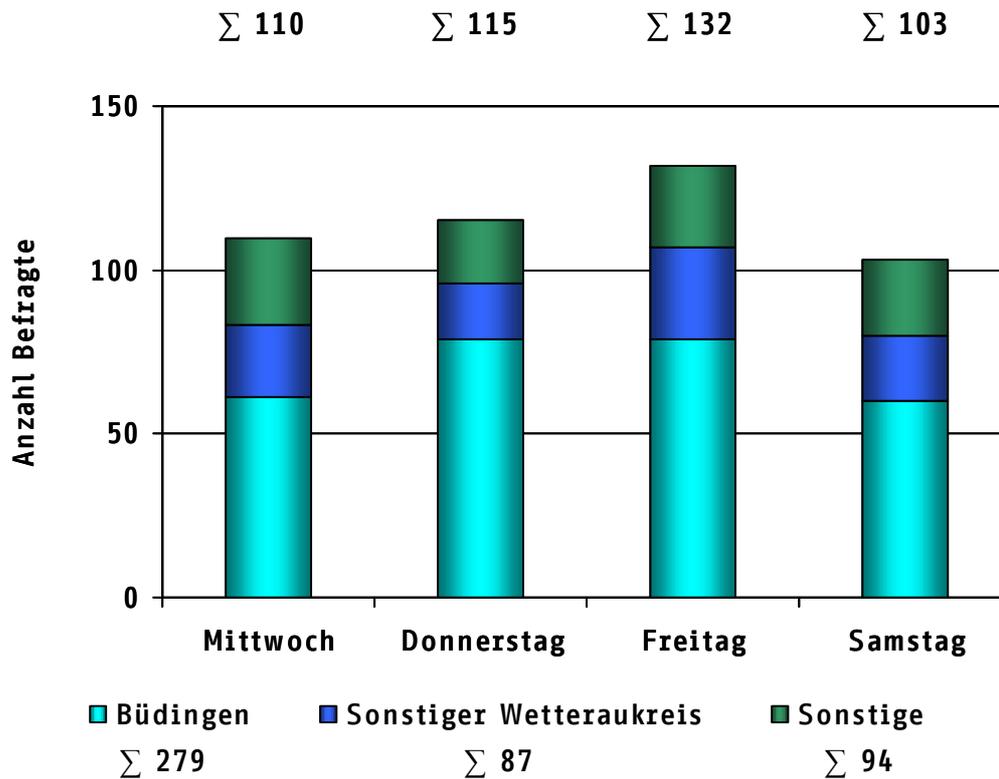
### 3.2.2 Gesamtzahl der Befragten nach Tagen

Insgesamt wurden an den vier Befragungstagen 460 Passanten befragt, davon 259 am Standort in der Innenstadt am Kaufhaus Joh und 201 am Standort in der Altstadt am Marktplatz. Rd. 61% der Befragten sind Büdinger, 39% der Befragten kommen von außerhalb, davon knapp die Hälfte aus dem sonstigen Wetteraukreis (vgl. Abb. 5, folgende Seite). Am Samstag ergab sich durch den verkürzter Befragungszeitraum eine geringere Anzahl an Befragten.

Mit den insgesamt 460 Befragten liegt eine gute Datenbasis vor, um fundierte Ergebnisse zu erreichen, auch für die Auswertung nach Zielgruppen (Alter, Herkunft etc.).



Abb. 5: Befragte nach Befragungstagen und Herkunft



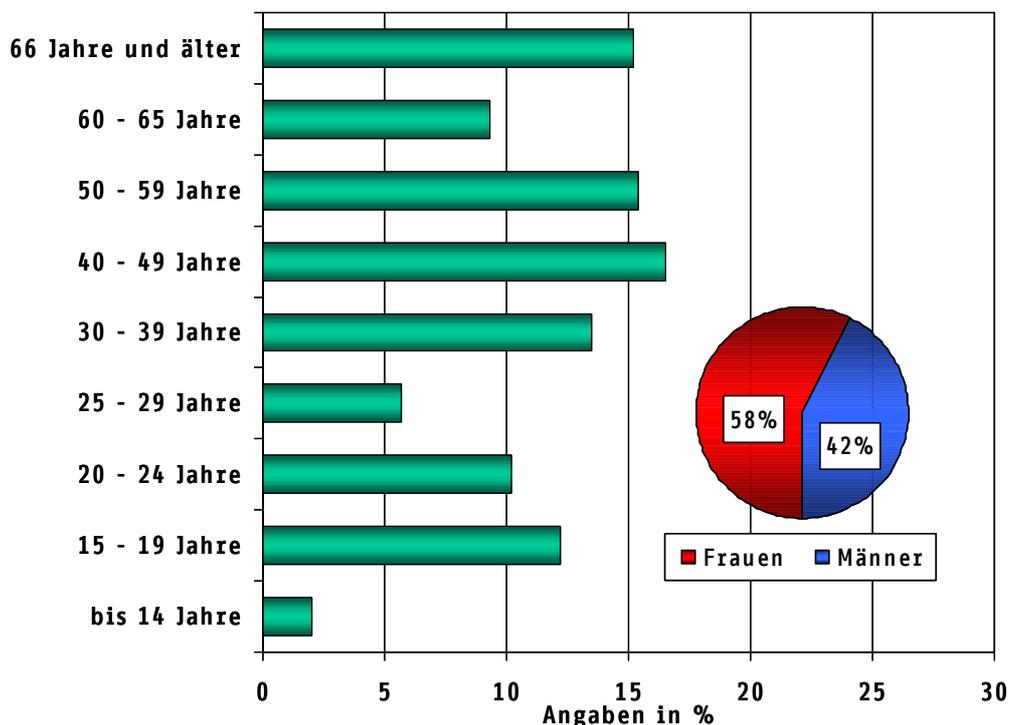
Quelle: eigene Passantenbefragung August/September 2007

### 3.2.3 Soziodemographische Struktur der Befragten

Um ein hinreichend repräsentatives Befragungsergebnis zu gewährleisten, ist neben der Anzahl an Befragten auch deren Verteilung auf die Bevölkerungsgruppen (z.B. alters- und geschlechtsspezifisch) von Bedeutung. Dabei sollte die Struktur der Befragten zum einen die Besucherstruktur der Innenstadt von Büdingen widerspiegeln, zum anderen Angehörige aller Altersgruppen enthalten.

Wie die nachfolgende Abbildung zeigt, beteiligten sich an der Befragung Passanten aus allen Altersgruppen. Am stärksten repräsentiert sind die zwei Altersgruppen zwischen 40 und 59 Jahren sowie die Gruppe ab 66 Jahren.

Abb. 6: Alters- und geschlechtsspezifische Verteilung der Befragten



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 1270/ 1280

Wie bei ähnlichen Passantenbefragungen in anderen Städten überwiegt auch in Büdingen der Anteil der Frauen bei der Befragung. Dies verdeutlicht einmal mehr, dass der Einkauf immer noch überwiegend von Frauen getätigt wird.

### 3.3 STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME

Der Einzelhandel stellt für die Entwicklung der Innenstädte (wie auch weiterer zentraler (Versorgungs-)Bereiche) nach wie vor die Leitfunktion dar. Zahlreiche Untersuchungen ergaben, dass Einkaufen und Bummeln als häufigstes Motiv für den Besuch einer Innenstadt genannt werden<sup>36</sup>. Bei der Passantenbefragung in Büdingen wurde dies ebenfalls bestätigt:

- Rd. 40% der Befragten gaben als Besuchsmotiv das Einkaufen an;
- zweithäufigstes Motiv (rd. 20%) war das eng damit zusammenhängende Motiv "Umsehen/ Bummeln" (vgl. Abb. 7 und Anlagenband, Frage 80).

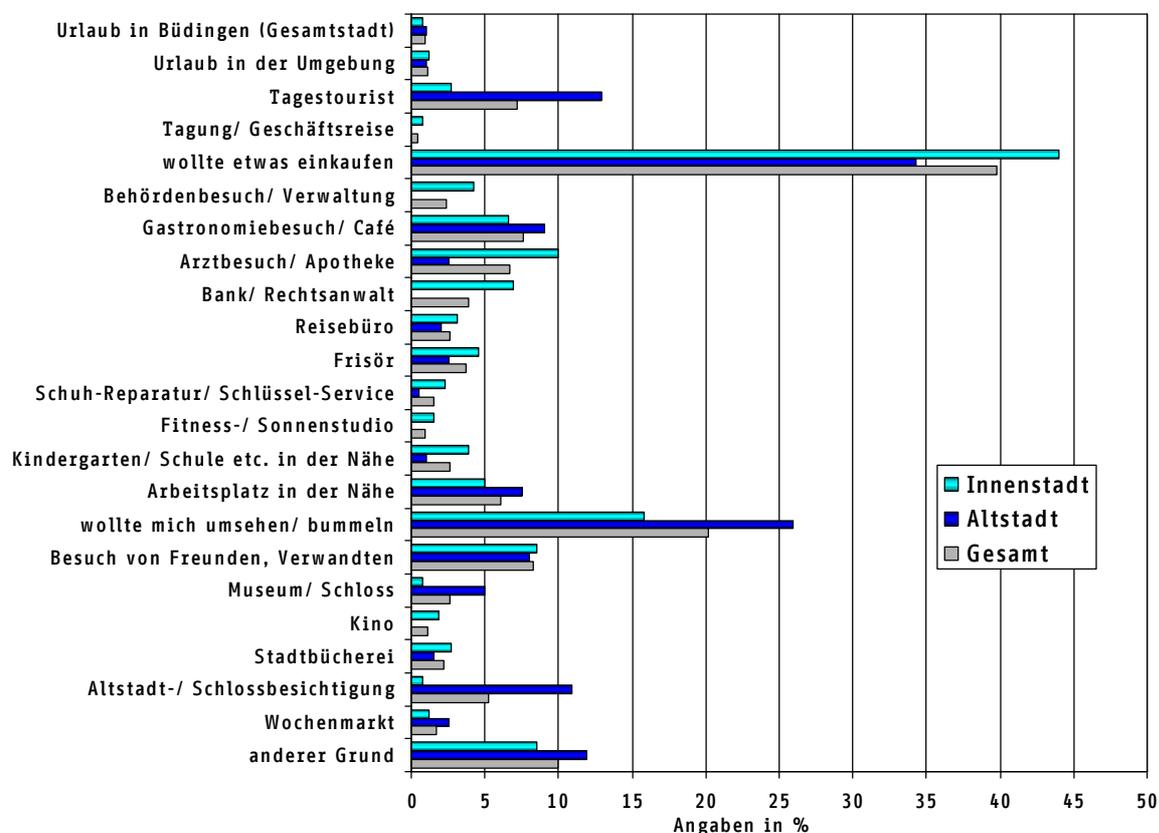
<sup>36</sup> Vgl. neben einer Vielzahl von eigenen Passantenbefragungen in unterschiedlichen Städten auch Gebauer, E.: Attraktiver Standort Innenstadt - Der Beitrag des Handels zur Attraktivität der Stadt, in: Standortfragen des Handels (Schriftenreihe der Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V.), Köln 1995, S. 40.



Beides unterstreicht die Bedeutung des Einzelhandels für eine funktionsfähige Innenstadt.

Die Besuchsmotivation differiert in Abhängigkeit von den aufgesuchten Standorten. So geht von der Altstadt in Relation zum Standort Innenstadt eine höhere touristische Anziehungskraft aus, die sich insbesondere in den Motiven „Tagestourist“, „wollte mich umsehen/bummeln“, „Altstadt/ Schlossbesichtigung“ niederschlägt. Der Erhebungsstandort Innenstadt verzeichnet dagegen eine relativ größere Bedeutung als Einkaufsort („wollte etwas einkaufen“).

Abb. 7: Besuchsmotivation nach Standorten in Büdingen

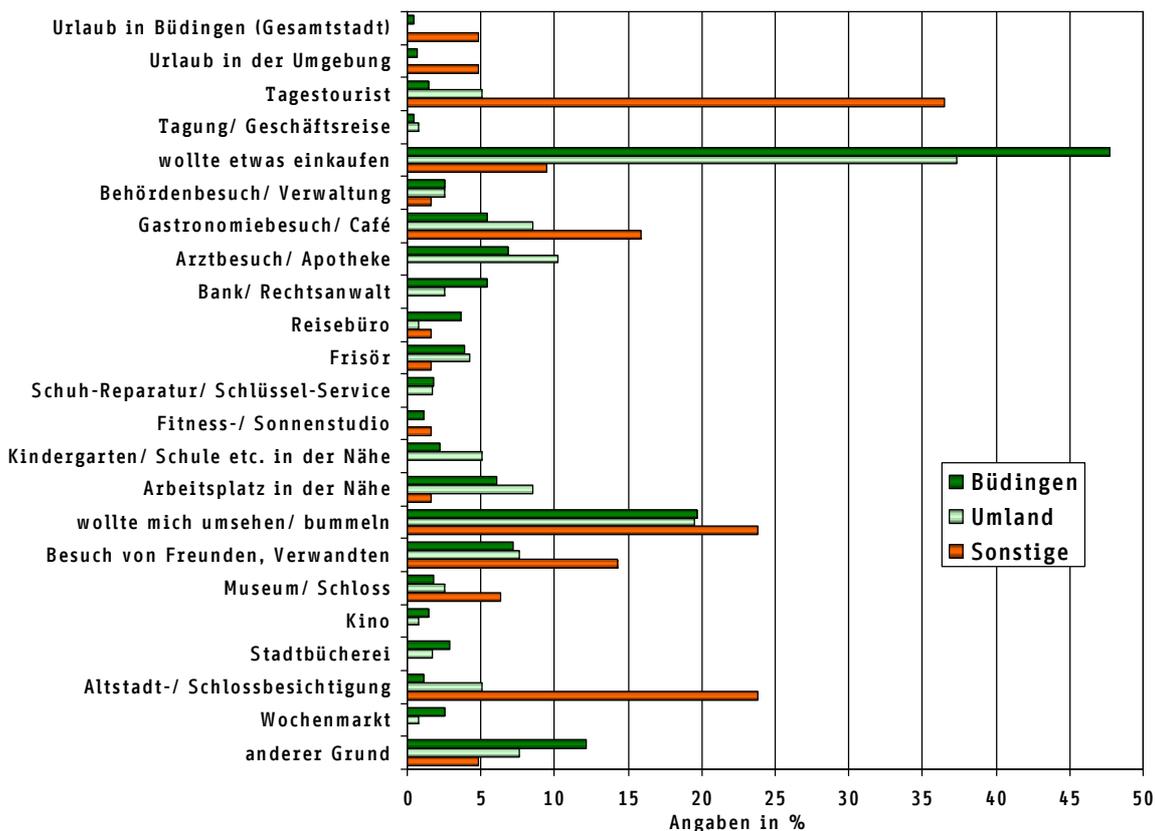


Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 80

Wie zu erwarten war, stehen touristische Motive bei den Besuchern, die von außerhalb Büdingens und seines Umlandes<sup>37</sup> kommen, im Vordergrund (vgl. Abb. 7). Demgegenüber stellt das Einkaufen bei den befragten Personen aus Büdingen und den Umlandgemeinden das mit deutlichem Abstand wichtigste Besuchsmotiv dar.

<sup>37</sup> Das Umland von Büdingen setzt sich aus den Gemeinden im sonstigen Wetteraukreis, Main-Kinzig-Kreis und Vogelsbergkreis zusammen.

Abb. 8: Besuchsmotivation nach Herkunft



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 80

Der grundsätzlichen Aussage zum Besuchsmotiv kann die Zahl derjenigen Passanten gegenübergestellt werden, die tatsächlich etwas eingekauft haben bzw. vorhaben etwas einzukaufen (vgl. Anlagenband, Frage 100).

- Rd. 45% der Befragten hatte zum Zeitpunkt der Befragung bereits etwas eingekauft,
- rd. 31% der Befragten hatten vor, etwas einzukaufen und
- nur knapp 25% der Befragten gaben an, nichts einkaufen zu wollen.

Damit bestätigt auch das tatsächliche Verhalten diese Einschätzung.

Eine attraktive Innenstadt (bzw. ein attraktiver sonstiger zentraler Versorgungsbereich) wird jedoch nicht allein durch das Einzelhandelsangebot, sondern auch durch den Funktionsmix sowie die städtebaulichen und verkehrlichen Bedingungen geprägt und charakterisiert. Entsprechend werden in die Bewertung der Entwicklungsfähigkeit der Innenstadt neben dem Einzelhandel auch andere zentrenprägende Funktionen wie Dienstleistungen, Gastronomie etc. sowie städtebauliche und verkehrliche Rahmenbedingungen mit einbezogen.



Deshalb wurden wichtige Dienstleistungen (einzelhandelsnahe und sonstige Dienstleistungen sowie Gastronomie) und die städtebauliche Situation in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Büdingen sowie in dem zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim im Rahmen einer intensiven Begehung erfasst (vgl. Kap. 4.2.5). Die städtebauliche Situation in der Innenstadt und dem zentralen Versorgungsbereich wird anhand einer Stärken-Schwächen-Analyse im Rahmen einer Fotodokumentation dargestellt (vgl. Kap. 4.2.7). Als Kriterien für die Stärken-Schwächen-Analyse dienen dabei nicht nur Belange des Einzelhandels und Städtebaus. Es sollen insbesondere Merkmale erfasst werden, welche die jeweilige funktionsbezogene Aufenthaltsqualität sowie die Innenstadt als Wohn-, Arbeits-, und Kulturstandort bewerten.

Diese Stärken-Schwächen-Analyse bildet u.a. die wesentliche Basis für

- die Abgrenzung der Innenstadt und des weiteren zentralen Versorgungsbereichs,
- und städtebauliche Maßnahmenvorschläge (vgl. Kap. 7.5.1).

### **3.4 RECHTLICHE VORGABEN**

Die rechtlichen Vorgaben für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes betreffen u.a.

- die erforderliche räumliche Definition des Schutzgutes Innenstadt, abgeleitet auf Basis einer Ist-Analyse und
- die Anforderungen an die Ableitung einer Sortimentsliste.

Schon bisher war es möglich, städtebaulich begründet den Einzelhandel räumlich an bestimmte Standorte zu lenken. Hierbei spielt insbesondere die jeweilige Innenstadt eine besondere Rolle. Durch das EAGBau 2004 und durch die Baurechtsnovelle 2007 sind die sogenannten "zentralen Versorgungsbereiche" zusätzlich in den Fokus der Begründung für eine städtebaulich motivierte räumliche Lenkung gerückt worden. Hiernach können sich Gemeinden im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebot gemäß § 2 Abs. 2 BauGB nun ausdrücklich auf Auswirkungen auf ihre zentrale Versorgungsbereiche berufen. Des Weiteren sind nach § 34 Abs. 3 BauGB bei Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auch außerhalb der näheren Umgebung zu beachten. Diese Vorschrift schlägt sich entsprechend auch in dem hessischen Einzelhandelserlass von 2005 nieder: "*Soweit ein Vorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versor-*



*gungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden erwarten lässt, ist es bauleitplanerisch unzulässig*"<sup>38</sup>.

Das BVerwG hat mit seinem Urteil vom 11.10.2007 den Inhalt zentraler Versorgungsbereiche aus gerichtlicher Sicht definiert<sup>39</sup>: *"Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt"*

Rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, aber schon bisher war die Abgrenzung der **(Einzelhandels-)Innenstadt** und ggf. sonstiger zentraler (Versorgungs-)Bereiche<sup>40</sup>: Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Stadt als zentraler Versorgungsbereich anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen insgesamt erreichbar ist<sup>41</sup>. Und nur auf diese Weise kann auch der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

Eine derartige Abgrenzung muss allerdings kriteriengebunden erfolgen. Entsprechend sind zunächst die Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sowie sonstiger zentraler Versorgungsbereiche zu definieren, um daraus abgeleitet die Abgrenzungen vorzunehmen.

Abgesehen vom Einzelhandel selbst, ist für einen zentralen Versorgungsbereich das Angebot weiterer Nutzungen von erheblicher Bedeutung. Dies betrifft zunächst das Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien) und Apotheken, die im Rahmen der

---

<sup>38</sup> Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2005: Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht (Neufassung 2005), S. 30.

<sup>39</sup> BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.

<sup>40</sup> Vgl. bereits Birk, H.J.: Der Ausschluß von Einzelhandelsbetrieben in Bebauungsplänen, in: Verwaltungsblätter für Baden-Württemberg, Heft 8, 1988, S. 288.

<sup>41</sup> Ebd.



Einzelhändlerbefragung mit erfasst wurden (vgl. Kap. 3.1), einzelhandelsnahe Laden- dienstleistungen (Reinigung, Waschsalon, Friseur, Reisebüro etc.) sowie Banken und Post. Darüber hinaus ist der medizinische Bereich (Ärzte, medizinische Einrichtungen wie Krankengymnastik-, Massagepraxen etc.) bedeutsam, da dieser den Einzelhandel funktional ergänzen kann. Das gastronomische Angebot ist ebenfalls wichtiger Bestandteil einer innenstadtadäquaten Funktionsmischung und trägt mit zur Aufenthaltsqualität der zentralen Versorgungsbereiche bei. Zentrale, meist öffentliche Einrichtungen (z.B. Rathaus), Bürodienstleistungen (Anwälte, Steuerberater, Versicherungsagenturen etc.) und sonstige Angebote (einzelhandelsnahe Handwerker u.ä.) runden den Funktionsmix ab.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt von Büdingen und des zentralen Versorgungsbereiches Düdelnheim erfolgte auf Grundlage der Einzelhandels- und Dienstleistungserhebung. Dabei stellte die Bestandsdichte ein wesentliches Kriterium dar. Weiterhin wurden infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung herangezogen.

Für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes von Bedeutung ist dabei, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss<sup>42</sup>.

Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist jedoch zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen **Sortimentsliste** (beispielsweise aus dem Einzelhandelserlass Hessen) rechtlich nicht ausreichend ist. Dies entspricht der Maßgabe und den Erkenntnissen, nach denen das Büro Dr. Acocella (bis 31.07.03: AGENDA) seit seinem Bestehen (1993) arbeitet<sup>43</sup>:

*"Eine fehlerhafte Ausübung des Planungsermessens kann z.B. dann gegeben sein, wenn nur eine einzelne Nutzungsart aus Anlaß eines konkreten Bauantrags ausgeschlossen wird, ohne dass diese Festsetzung in eine umfassende planerische Konzeption eingebettet ist. Auch eine lediglich auf ein einzelnes Grundstück bezogene individuelle planerische Festsetzung vermag, obschon sie als solche noch nicht zur Rechtswidrigkeit führt, ein Indiz dafür zu bilden,*

---

<sup>42</sup> "Zentrale Versorgungsbereiche [...] können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben" (BVerwG, Urteil vom 11.10.07, Az. 4 C 7/07).

<sup>43</sup> Acocella, D., 2004, a.a.O.



*daß das Abwägungsgebot des § 1 Abs. 6 BauGB verletzt wurde. Voraussetzung für eine ermessensfreie planerische Gestaltung ist überdies, dass sich der Gemeinderat eine ausreichende tatsächliche Basis für seine planerischen Entscheidungen verschafft; das wird bei einem Ausschluß von Einzelhandelsbetrieben im Regelfall die Einholung einer Marktanalyse erforderlich machen."<sup>44</sup>  
"Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ..."<sup>45</sup>.*

Als Grundlage hierfür ist die Einzelhandelsstruktur zu analysieren.

Da nicht jeder Einzelhandel in der Innenstadt bzw. in weiteren zentralen Bereichen angesiedelt werden muss/ soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten oder in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden sollen, ist ein stadtentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der gesamten Stadt, insbesondere in der Büdinger Innenstadt (und in weiteren zentralen Bereichen) zu schaffen.

Entsprechend ist für die Stadt Büdingen abzuleiten, welche Sortimente zentrenrelevant sind. Der Einzelhandelserlass für Hessen aus dem Jahr 2005 unterscheidet im Hinblick auf die Auswirkungen von Planvorhaben auf zentrale Versorgungsbereiche zwischen zentren-/ innenstadtrelevanten und nicht zentren-/ innenstadtrelevanten Sortimenten. Die Anlage 1 des Hessischen Einzelhandelserlasses enthält dabei schematische beispielhafte zentrenrelevante/ innenstadtrelevante Sortimente. Der Einzelhandelserlass weist jedoch auch darauf hin, dass "*bei ihrer Anwendung [...] die spezifischen Gegebenheiten der jeweiligen Gemeinden und ihrer zentralen Orte/Geschäftszentren zu berücksichtigen [sind].*"<sup>46</sup>. Folglich kann der aktuelle hessische Einzelhandelserlass einen Orientierungsrahmen geben, ohne jedoch dabei entsprechend der oben genannten Einschränkung eine rechtliche Grundlage für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung darzustellen.

---

<sup>44</sup> Dichtl/ Schenke: Einzelhandel und Baunutzungsverordnung (Schriften des Betriebs-Beraters Bd. 72), Heidelberg 1988, S. 49.

<sup>45</sup> Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, AZ 3 S 1259/05.

<sup>46</sup> Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2005: Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht (Neufassung 2005), S. 6.



## 4. IST-ANALYSE

In Kap. 4.1 werden die einzelhandelsbezogenen Ergebnisse für die Gesamtstadt dargestellt und bewertet. Im Anschluss daran erfolgt in Kap. 4.2 die Erläuterung der Ist-Situation der Innenstadt und deren städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse. In Kap. 4.3 wird auf die Ist-Situation in den Stadtteilen eingegangen, bevor in Kap. 4.4 die Einzelhandelskonzentrationen in der Stadt Büdingen dargestellt werden. Das Kap. 4.5 zeigt die Einzelhandelssituation in der Gesamtstadt differenziert nach Lagen auf. Auf die Ergebnisse der Passantenbefragung wird in den Kapiteln 4.1.5, 4.2.4, 4.2.6 und 4.2.7 eingegangen.

### 4.1 IST-SITUATION IN DER GESAMTSTADT

Im August/ September 2007 wurden im Rahmen der Einzelhändlerbefragung 175 Einzelhandelsbetriebe (einschließlich Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops) erfasst. Diese erzielen auf einer Verkaufsfläche von rd. 48.475 qm einen Umsatz von rd. 147,5 Mio. € im Jahr.

Ohne Berücksichtigung des Lebensmittelhandwerks und von Tankstellenshops (143 Betriebseinheiten) ergibt sich im Vergleich zu 1993, dem Zeitpunkt der aktuellsten bundeseinheitlich durchgeführten Handels- und Gaststättenzählung (HGZ), ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs um gut zwei Drittel. Die Anzahl der Betriebe ist im selben Zeitraum dagegen um gut ein Drittel angestiegen. Diese ungleichen Zuwächse gehen konform mit dem bundesweiten Trend der Zunahme der durchschnittlichen Verkaufsfläche pro Betriebseinheit. Der im Vergleich zum Verkaufsflächenzuwachs etwas geringere Umsatzzuwachs (rd. 53%) weist auf einen Rückgang der Flächenproduktivität hin. Insgesamt entspricht die Situation in Büdingen den bundesweit erkennbaren Entwicklungen im Einzelhandel.

**Tab. 1: Einzelhandelsangebot Büdingen ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellenshops 2007 und 1993 (HGZ)**

	HGZ 1993	2007	Änderung
Betriebe	107	143	34%
VKF (qm) <sup>1)</sup>	28.300	46.975	66%
Umsatz (Mio. €)	96,4	147,5	53%

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007; IfH; EHI; Hessisches Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen



#### 4.1.1 Einzelhandelsangebot

In der nachstehenden Tabelle ist das gesamte Einzelhandelsangebot inklusive Lebensmittelhandwerk und Tankstellenshops aller in der Stadt Büdingen vorhandenen Sortimente nach Verkaufsfläche und Umsatz dargestellt.

Tab. 2: Einzelhandelsangebot in : Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet,  
Umsätze in Mio. €

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz
Nahrungs-/ Genussmittel	9.625	42,3
Lebensmittelhandwerk	875	8,1
Drogerie/ Parfümerie	1.450	7,0
Apotheke	350	7,5
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	750	2,3
Blumen/ Zoo	2.900	4,5
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>15.950</b>	<b>71,8</b>
Bekleidung und Zubehör	6.950	26,6
Schuhe, Lederwaren	1.475	3,3
Sport/ Freizeit	800	1,9
Spielwaren	1.025	2,0
Bücher	300	1,0
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	1.800	2,0
Haus-/ Heimtextilien	1.000	1,6
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>13.350</b>	<b>38,4</b>
Uhren/ Schmuck	325	1,8
Foto/ Optik und Zubehör	500	2,9
Unterhaltungselektronik/ Medien	875	4,9
Elektro/ Leuchten	1.100	2,4
Teppiche/ Bodenbeläge	175	0,3
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	13.300	16,7
Möbel, Antiquitäten	1.770	2,8
Sonstiges	1.113	5,5
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>19.161</b>	<b>37,4</b>
<b>Summe</b>	<b>48.475</b>	<b>147,5</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007; IfH; EHI; Hessisches Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Auf die Verkaufsfläche bezogen dominiert insgesamt der langfristige Bedarfsbereich, insbesondere auf Grund des Angebotes von drei, in nicht integrierter Standortlage angesiedelten Betrieben mit baumarkt-/ gartencenterspezifische Sor-

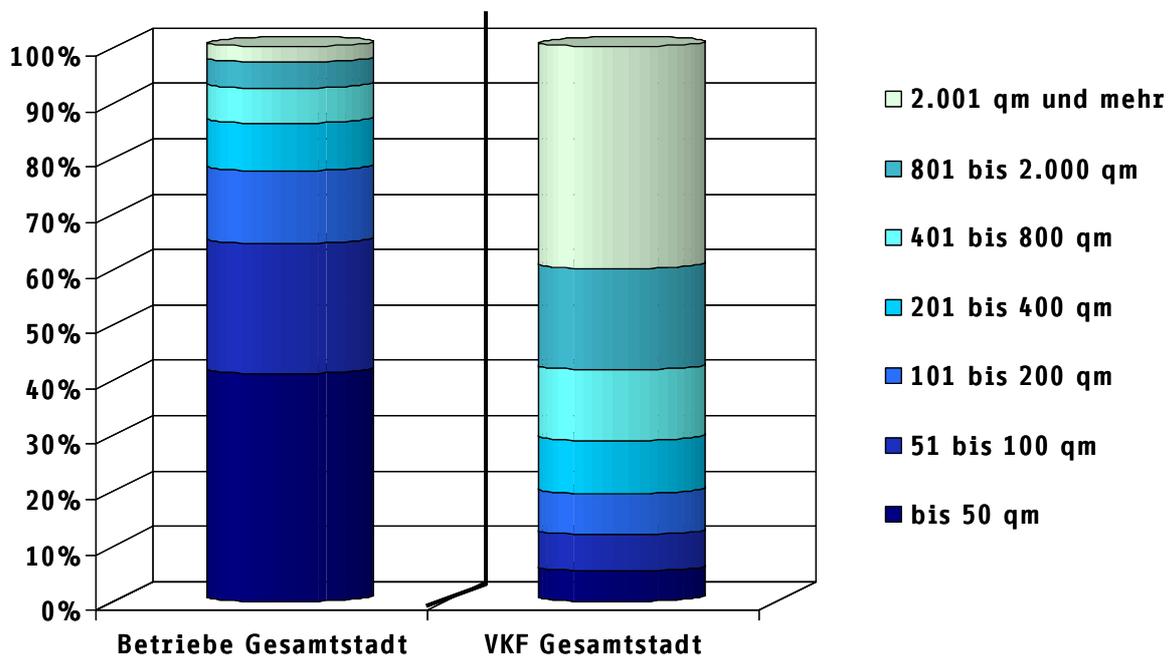


timenten. Bezogen auf die Verkaufsfläche hat der Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel ebenfalls eine sehr große Bedeutung. In diesem Bereich wird zudem auf Grund der hohen durchschnittlichen Flächenproduktivität der mit Abstand höchste Umsatz erzielt.

In der folgenden Abb. 9 wird das Einzelhandelsangebot von Büdingen differenziert nach Größenklassen sowohl nach Anzahl der Betriebe als auch nach der jeweiligen Verkaufsfläche veranschaulicht (vgl. auch Tab. A - 1 im Anhang). Es wird deutlich, dass einer geringen Anzahl großflächiger Betriebe (mehr als 800 qm Verkaufsfläche) eine hohe Zahl an kleinflächigen Betrieben gegenübersteht:

- Fast zwei Drittel der Betriebe (65%) besitzen eine Verkaufsfläche von weniger als 100 qm; allerdings entfallen nur rd. 12% der gesamten Verkaufsfläche auf diese.
- Hingegen weisen nur 7% der Betriebe in Büdingen eine Verkaufsfläche von mehr als 800 qm auf. Auf diese großflächigen Betriebe entfallen allerdings rd. 58% der gesamten Verkaufsfläche in der Stadt.

Abb. 9: Betriebe nach Größenklassen in Büdingen: Anzahl und Verkaufsfläche



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007



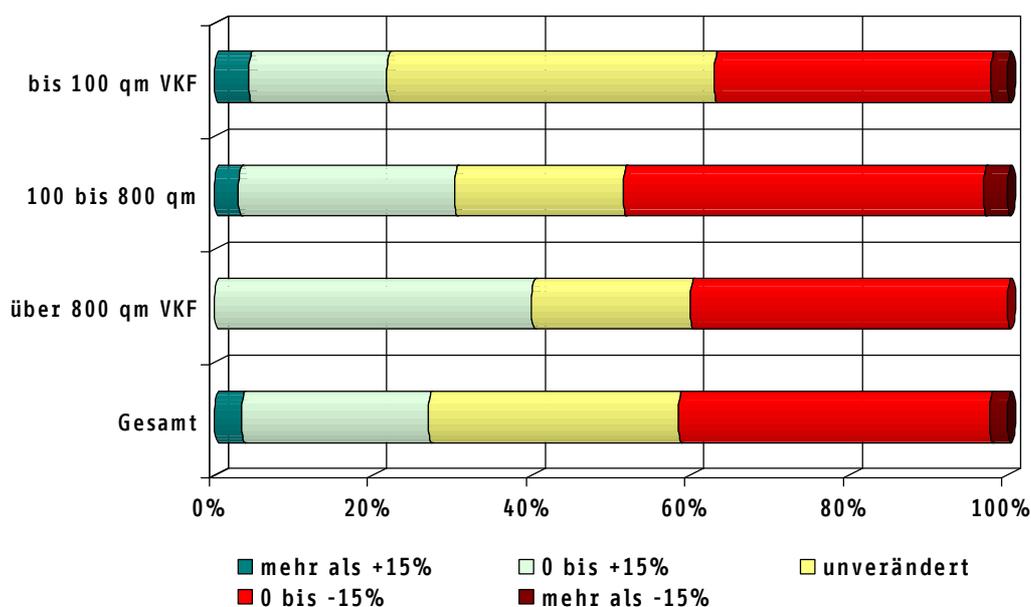
#### 4.1.2 Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren

Abb. 10 (folgende Seite) veranschaulicht die Entwicklung des Umsatzes in den vergangenen drei Jahren differenziert nach Betriebsgrößen. Die Angaben beziehen sich auf insgesamt 89 Büdinger Betrieben (66% der grundsätzlich auskunftsbereiten Betriebe).

Insgesamt hat sich der Umsatz bei rd. 27% der Betriebe erhöht, bei 42% der Betriebe ist der Umsatz hingegen zurückgegangen.

Diese pauschal negative Umsatzentwicklung der letzten drei Jahren ist v.a. auf die Betriebe mit 100 bis zu 800 qm Verkaufsfläche zurückzuführen, bei denen Umsatzrückgänge gegenüber realisierten Zuwächsen überwiegen. Dagegen zeigt sich bei einem relativ hohen Anteil von rd. 40% eine positive Entwicklung.

Abb. 10: Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren nach Betriebsgrößen



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

#### 4.1.3 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten

Im Folgenden wird das Einzelhandelsangebot in Büdingen vor dem Hintergrund der potenziellen branchenbezogenen Nachfrage bewertet. Die Einzelhandelsnachfrage errechnet sich aus der Einwohnerzahl der Stadt Büdingen und der Kaufkraft je Ein-

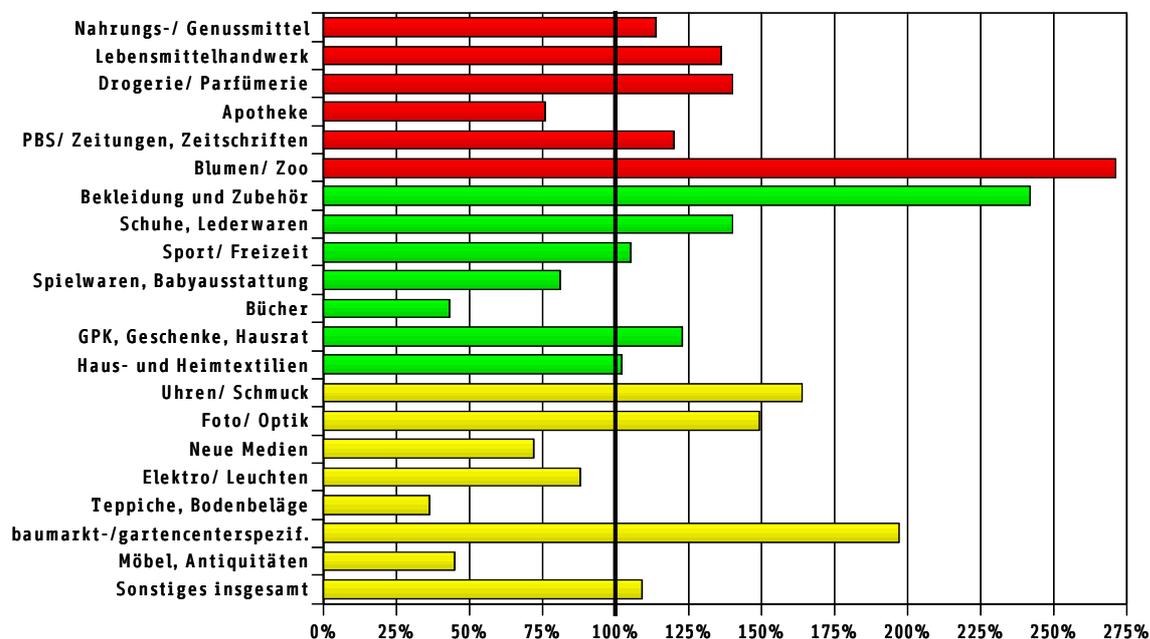


wohner, einem bundesdeutschen Durchschnittswert. Die gebietsspezifische Kaufkraft wird durch die entsprechende Kennziffer<sup>47</sup> berücksichtigt.

Die Relation des erzielten Umsatzes zur in Büdingen verfügbaren Kaufkraft ergibt lokale Bindungsquoten: Eine Quote von mehr als 100% bedeutet, dass per Saldo (Zuflüsse, vermindert durch die Abflüsse aus Büdingen) Kaufkraft nach Büdingen zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass per Saldo Kaufkraft aus Büdingen abfließt.

Quantitativ und über den gesamten Einzelhandel betrachtet weist die Stadt Büdingen eine gute Versorgungssituation auf: Die Gesamtbindungsquote für Büdingen liegt bei rd. 125%, damit sind per Saldo Zuflüsse in einer Größenordnung von etwa einem Viertel der in der Stadt verfügbaren Kaufkraft zu verzeichnen (vgl. auch Tab. A - 2 im Anhang). Kaufkraftzuflüsse werden dabei in allen drei Bedarfsbereichen verzeichnet und ergeben nach Sortimenten differenziert das in der folgenden Abbildung dargestellte Bild.

Abb. 11: Bindungsquoten in Büdingen nach Sortimenten



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007; IfH; EHI; BBE, Köln; Hessisches Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

<sup>47</sup> BBE, Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2007.



Im **kurzfristigen** Bedarfsbereich (rot dargestellt) sollte die Bindungsquote nicht wesentlich über 100% betragen: Hier soll jede Stadt eine möglichst wohnungsnahe Versorgung ihrer eigenen Bevölkerung gewährleisten. In Büdingen liegt die Bindungsquote bei 117%, es wird also auch eine Versorgung für das Umland mit übernommen. Auch in den für die Grundversorgung wesentlichen Sortimenten, Nahrungs-/ Genussmittel (inklusive Lebensmittelhandwerk) und Drogerie/ Parfümerie<sup>48</sup>, geht das vorhandene Angebot über eine Vollversorgung der eigenen Bevölkerung hinaus. Kaufkraftabflüsse sind per Saldo nur im Bereich Apotheke zu verzeichnen.

Die Gesamtbindungsquote im **mittelfristigen** Bedarfsbereich (grün dargestellt) liegt bei rd. 166%. Auf die Einwohner bezogen bedeutet dies, dass rechnerisch neben den knapp 22.000 Einwohnern der Stadt Büdingen weitere rd. 14.000 Einwohner außerhalb der Stadt mit den entsprechenden Sortimenten versorgt werden. Damit nimmt Büdingen seine mittelzentrale Funktion quantitativ betrachtet wahr. Bei Betrachtung der einzelnen Sortimentsgruppen werden allerdings signifikante Unterschiede in der Kaufkraftbindung evident. Die Sortimente Bücher und Spielwaren, Babyausstattung verzeichnen (z.T. deutliche) Kaufkraftabflüsse, während die umsatzstarke Sortimentsgruppe Bekleidung und Zubehör mit rd. 240% sehr hohe Zuflüsse aufweist.

Im **langfristigen** Bedarfsbereich (gelb dargestellt) erreicht der Einzelhandel in Büdingen eine Bindungsquote von rd. 113%, d.h. insgesamt sind per Saldo leichte Zuflüsse zu verzeichnen. Diese resultieren vorrangig aus Zuflüssen bei üblicherweise nicht innenstadtrelevanten baumarkt-/gartencenterspezifischen Sortimenten. Daneben werden auch bei den zentren-/ innenstadtrelevanten Sortimenten Uhren, Schmuck und Foto, Optik<sup>49</sup> hohe Bindungsquoten, hingegen insbesondere bei den üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimenten Teppiche, Bodenbeläge und Möbel, Antiquitäten Kaufkraftabflüsse verzeichnet.

## Fazit

Im Wesentlichen ist die Versorgungssituation in Büdingen rein quantitativ betrachtet positiv zu bewerten. Die Stadt wird in den mittel- und langfristigen Bedarfsbereichen ihrer mittelzentralen Funktion in großen Teilen gerecht und über-

---

<sup>48</sup> Vgl. Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2005: Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht, Anlage 1.

<sup>49</sup> Vgl. ebd.



nimmt eine überörtliche Versorgungsfunktion. Zur Einordnung dieses Ergebnisses ist weiterhin die eher ländlich geprägte Struktur, die längere Anfahrtswege nach Büdingen bedingt, zu berücksichtigen wie auch die Favorisierung weiterer Einkaufsstandorte als Konkurrenzorte. Entsprechend der Passantenbefragung fließt z.B. ein Teil der Kaufkraft in den Sortimenten Bekleidung und Zubehör und Schuhe, Lederwaren in die Oberzentren Frankfurt und Hanau (vgl. Kap. 4.2.4.4).

#### **4.1.4 Beurteilung des Lebensmittelangebotes vor dem Hintergrund der räumlichen Verteilung der Einwohner: Nahversorgungssituation**

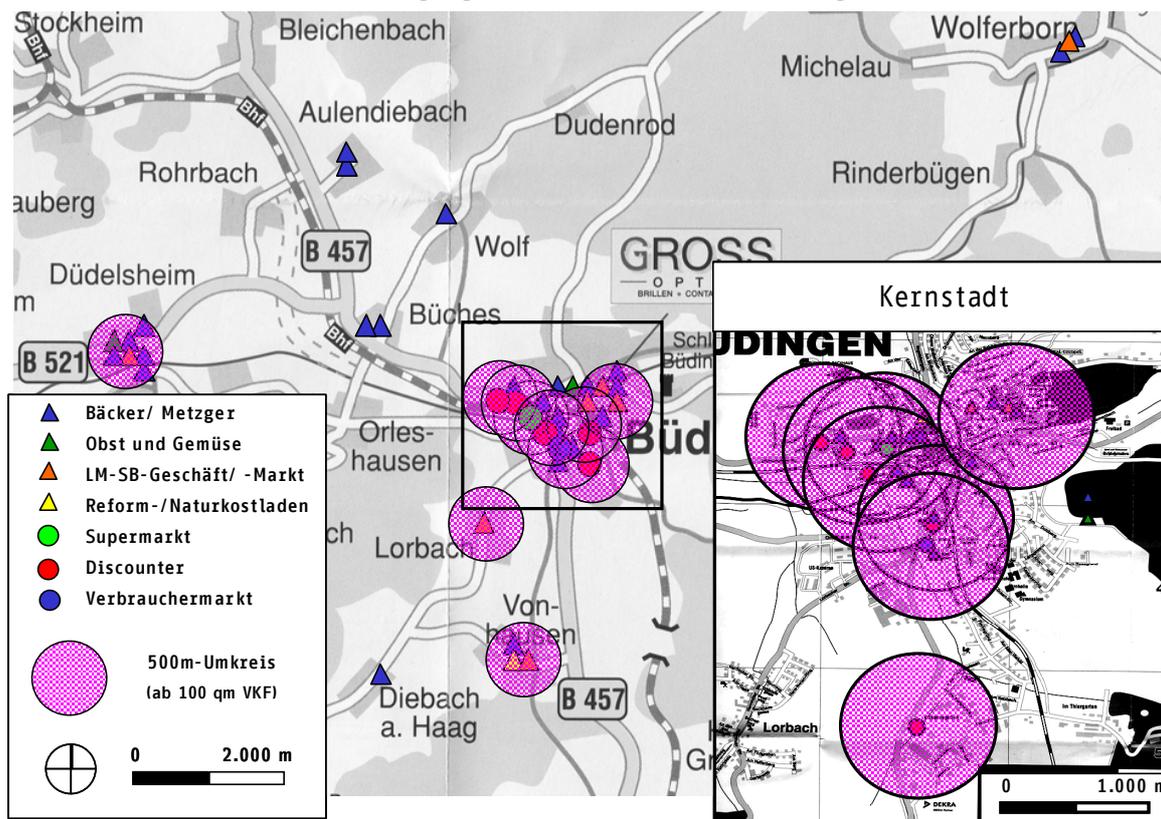
Von hoher Bedeutung für die Bevölkerung ist neben dem quantitativen Aspekt, dargestellt anhand der Bindungsquoten (vgl. Kap. 4.1.3), die räumliche Verteilung der Nahversorgungsangebote, insbesondere des Sortiments Nahrungs-/ Genussmittel, in den 15 Stadtteilen und der Kernstadt von Büdingen. In diesem Kontext ist auf das durch die Landesplanung in Hessen formulierte Versorgungsgebot als zentralen Grundsatz bei der räumlichen Lenkung des Einzelhandels hinzuweisen<sup>50</sup>: *"Die verbrauchernahe Versorgung muss - unter der Zielsetzung räumlich ausgeglichener Versorgungsstrukturen, insbesondere einer wohnungsnahen Grundversorgung - in zumutbarer Erreichbarkeit auch für in ihrer Mobilität eingeschränkte Bevölkerungsgruppen möglichst erhalten bleiben. Dies gilt in besonderer Weise für die ortsteilbezogene Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs."*

Aus diesem Grund sind in Karte 2 die in Büdingen ansässigen Lebensmittelbetriebe dargestellt.

---

<sup>50</sup> Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2000: Landesentwicklungsplan Hessen 2000, S. 18f.

Karte 2: (Lebensmittel-)Nahversorgungssituation in der Stadt Büdingen



Quelle: eigene Erhebung August/ September 2007, Kartengrundlage: Stadt Büdingen

Betriebe mit mehr als 100 qm Verkaufsfläche<sup>51</sup> wurden mit einem 500 Meter-Umkreis versehen: Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass die Bevölkerung, die in einer Entfernung von bis zu 500 m (Luftlinie) zu einem solchen Einzelhandelsbetrieb wohnt, sich durch diesen zu Fuß mit Lebensmitteln versorgen kann. Für die Bewohner von Büdingen, die innerhalb der dargestellten Kreise wohnen, ist mithin eine fußläufige Nahversorgung gewährleistet.

In der **Kernstadt** von Büdingen übernehmen insgesamt fünf Discounter, ein Verbrauchermarkt, ein Supermarkt und ein Lebensmittel-SB-Markt die Nahversorgungsfunktion im o.g. Sinne (vgl. Karte 2, Kartenausschnitt). Bei der kartografischen Darstellung zeigt sich, dass die Betriebe auf Grund ihrer räumlichen Verteilung einen gro-

<sup>51</sup> In der Regel kann erst bei Lebensmittelbetrieben ab einer Verkaufsfläche vom 200 qm davon ausgegangen werden, dass das vorhandene Angebot die entsprechenden nahversorgungsspezifischen Bedarfe vollständig abdeckt. Da jedoch auch kleinere Lebensmittelbetriebe sowie die Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Hofläden eine wichtige Nahversorgungsfunktion für Menschen mit einer eingeschränkten Mobilität besitzen, sind diese ebenfalls mit dargestellt. In den Stadtteilen sind zudem um die Lebensmittel-SB-Geschäfte ab einer Verkaufsfläche von 100 qm 500-Meter-Umkreise gezogen, da diese Betriebe dort für die Mobilitätseingeschränkte Bevölkerung eine (i.d.R. ausreichende) sehr wichtige Nahversorgungsfunktion übernehmen.



ßen Bereich mit Wohnbebauung abdecken und somit eine fußläufige Nahversorgung gewährleisten.

Diese acht (Lebensmittel)Nahversorgungsbetriebe, von denen sich fünf in integrierter Lage befinden, werden ergänzt um eine größere Zahl Betrieben des Lebensmittelhandwerks sowie weiterer Lebensmittelgeschäfte. Schließlich gibt es in der Kernstadt einen einmal pro Woche stattfindenden Wochenmarkt auf dem Marktplatz, der ebenfalls Nahversorgungsfunktion übernimmt.

**Düdelshelm**, nach dem Kernort zweitgrößter Stadtteil in Büdingen (rd. 2.800 Einwohner) besitzt einen Lebensmittel-SB-Markt, welcher im zentralen Bereich angesiedelt ist. Dieser übernimmt Nahversorgungsfunktion für einen Großteil des Siedlungsbereiches. Daneben ergänzen fünf Betriebe des Lebensmittelhandwerks das Angebot vor Ort. Alle für die Nahversorgung bedeutsamen Betriebe befinden sich in integrierter Lage und sind somit von den Einwohnern fußläufig erreichbar.

Im Stadtteil **Vonhausen** wird die Nahversorgung durch einen Hofladen, eine Bäckerei und ein Lebensmittel-SB-Geschäft wahrgenommen. Durch die integrierte Standortlage des Lebensmittel-SB-Geschäftes erfährt der Stadtteil (knapp 1.100 Einwohner) mit seiner kompakten Struktur eine flächendeckende Nahversorgung.

Im Stadtteil **Lorbach** ist ein Lebensmittel-SB-Markt in sonstiger integrierter Lage angesiedelt. Auf Grund der Lage inmitten der Ortschaft und des relativ kompakten Siedlungskörpers (rd. 1.100 Einwohner) ist der gesamte Siedlungsbereich von Lorbach durch den (Lebensmittel-)Nahversorgungsbetrieb mit einem hinreichenden Nahrungs-/ Genussmittelangebot fußläufig versorgt.

In **Eckartshausen** (rd. 1.100 Einwohner) **und Wolferborn** (rd. 950 Einwohner) befindet sich jeweils ein Lebensmittel-SB-Geschäft, die jedoch auf Grund ihrer sehr geringen Verkaufsfläche allenfalls eine knapp ausreichende Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil übernehmen können. In Wolferborn befinden sich zudem noch ein Bäcker und ein Metzger, welche einen Beitrag zur Nahversorgung leisten.

Über keinen (Lebensmittel-)Nahversorgungsbetrieb mit einem hinreichenden Nahrungs-/ Genussmittelangebot und somit keine derartige fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit verfügen die Stadtteile **Aulendiebach, Büches, Diebach am Haag und Wolf**. Ihnen gemeinsam ist jedoch das Vorhandensein von jeweils mindestens einem

Betrieb des Lebensmittelhandwerk in sonstiger integrierter Lage. Die fußläufige Nahversorgung wird in den kleinen Stadtteilen (rd. 550 bis 900 Einwohner) somit nur rudimentär gewährleistet.

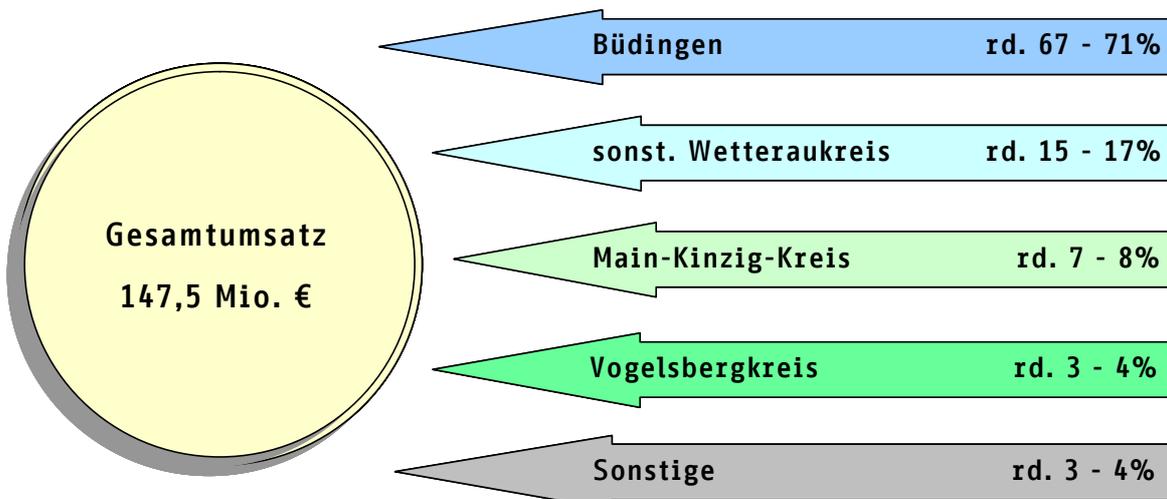
In **Calbach, Dudenrod, Michelau, Orleshausen, Rinderbügen und Rohrbach** bestehen keinerlei stationären Möglichkeiten zur Lebensmittelnahversorgung. Die Bewohner sind somit auf Angebote in der Kernstadt bzw. in anderen Stadtteilen Büdingens angewiesen. Diese Ortschaften weisen zudem sehr geringe Einwohnerzahlen von rd. 200 bis rd. 1050 Einwohner auf.

Zusätzlich zu den genannten stationären Nahversorgungsmöglichkeiten übernehmen insbesondere in den einwohnerarmen Stadtteilen von Büdingen Verkaufswagen, die vor allem Backwaren anbieten, eine wichtige, wenn auch nur ergänzende oder rudimentäre Nahversorgungsfunktion.

#### 4.1.5 Umsatzherkunft, Verbleibquote und Einzugsgebiet

Die Frage nach der **Umsatzherkunft** liefert wichtige Informationen über Kaufkraftströme in Büdingen. Zwar besitzen nur wenige Einzelhändler genaue Kenntnis über die Herkunft der Kunden, jedoch kann durch deren Angaben eine Tendenz ermittelt werden, aus der sich Bandbreiten für die Umsatzherkunft ermitteln lassen (vgl. Abb. 12). Kenntnisse über Kaufkraftströme sind neben der vorangegangenen saldierten Betrachtungsweise wichtig, um stadtentwicklungsplanerische Fehleinschätzungen zu vermeiden.

Abb. 12: Umsatzherkunft Büdingen



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

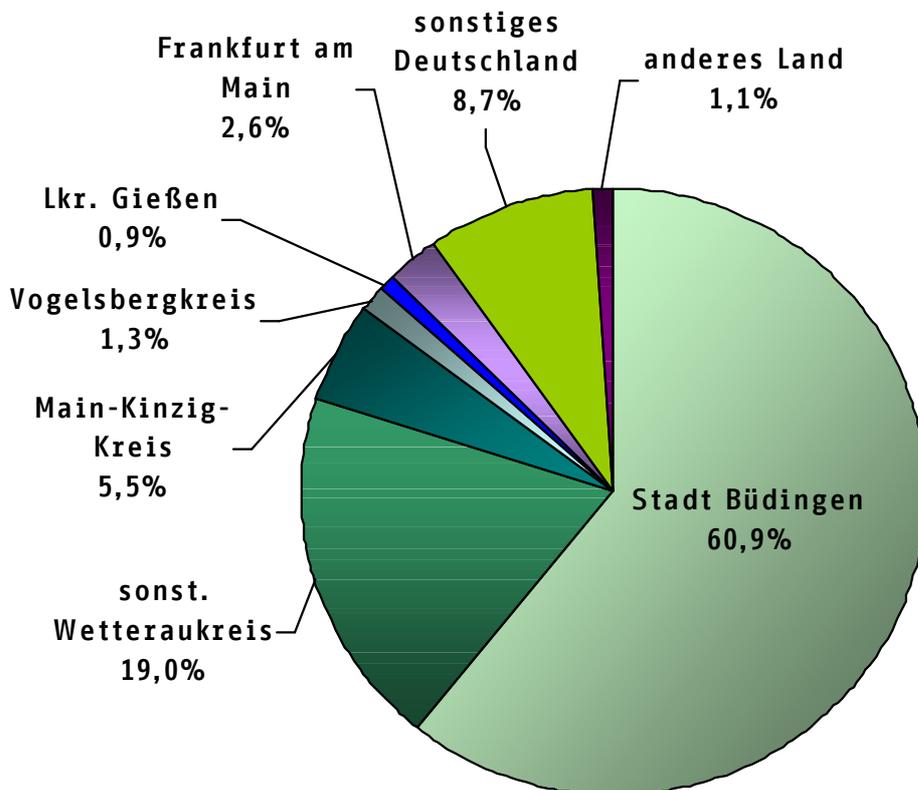


108 Einzelhändler (80% der grundsätzlich auskunftsbereiten Betriebe) machten Angaben zur Herkunft ihres Umsatzes:

- Der überwiegende Anteil (67 - 71%) des Umsatzes wird mit Kunden aus der Stadt Büdingen selbst erzielt.
- Rd. 15 - 17% entfallen auf den sonstigen Wetteraukreis.
- Der Umsatzanteil aus dem Main-Kinzig-Kreis beträgt 7 bis 8%.
- Kunden aus dem Vogelsbergkreis sowie sonstigen Orten mit jeweils 3 bis 4% nehmen eine vergleichsweise untergeordnete Rolle ein.

Die Ergebnisse der Passantenbefragung bestätigen im Wesentlichen die Einschätzungen zur Umsatzherkunft der Einzelhändler(vgl. Abb. 13).

Abb. 13: Herkunft der befragten Passanten



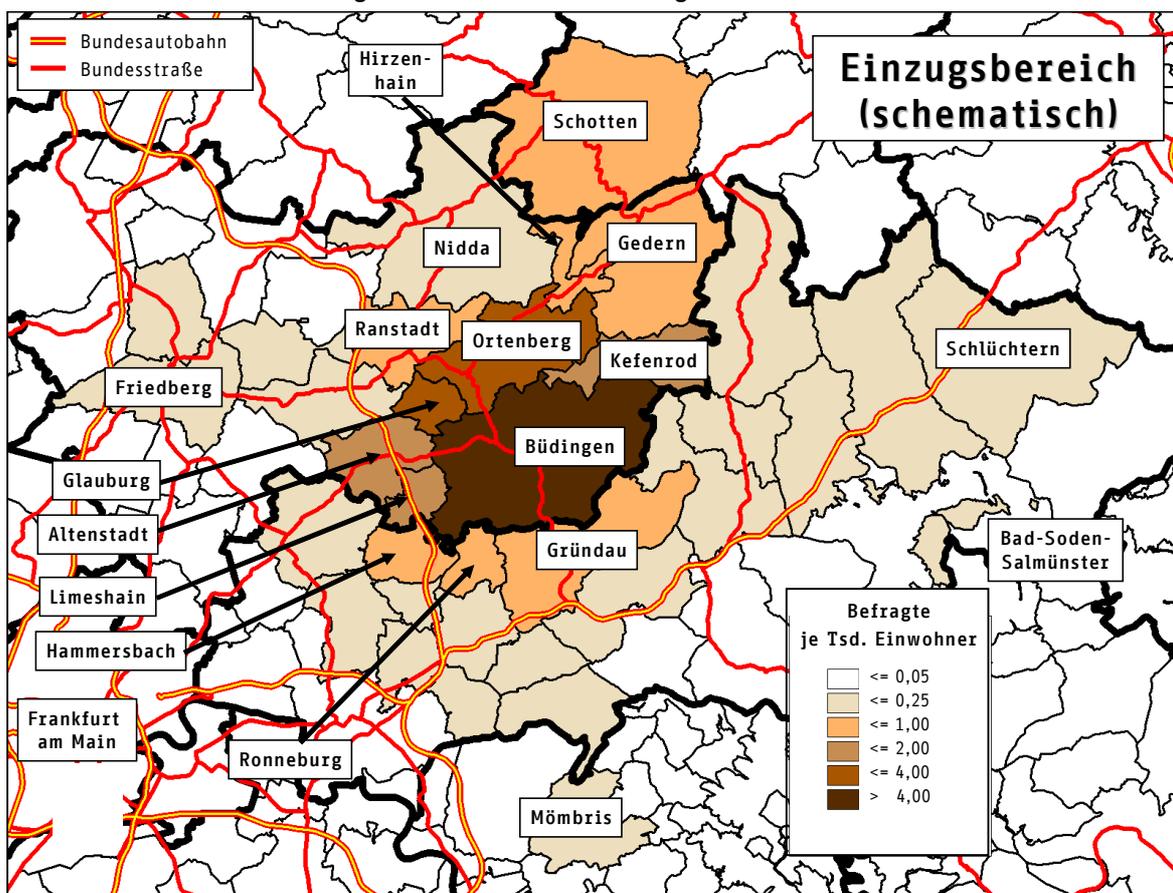
Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007

- Rd. 61% der insgesamt 460 Befragten stammen aus der Stadt Büdingen selbst.
- Rd. 19% der befragten Passanten kommen - analog zu der Einzelhändlerbefragung - aus dem näheren Umland (sonstiger Wetteraukreis).
- Den drittstärksten Anteil machen Kunden aus sonstigen Gebieten in Deutschland (knapp 9%) aus, die keinem der vorgegebenen Kreise oder Städte zugeordnet wer-

den können. Dieses Ergebnis stellt den einzigen Unterschied zu der Händlerbefragung dar, wobei jedoch zu beachten ist, dass die Befragten durchschnittlich deutlich weniger ausgaben als die Befragten aus Büdingen bzw. aus dem Umland. Hierbei handelt es sich überwiegend um Passanten, die aus einer touristischen Motivation heraus nach Büdingen kommen und daher bei vielen Einzelhändlern als Umsatzbringer nicht in Erscheinung treten. Bei differenzierter Betrachtung der Erhebungsstandorte fällt auf, dass ein hoher Anteil von gut 16% der befragten Passanten in der historischen Altstadt aus sonstigen Gebieten in Deutschland kommt, während ihr Anteil am Innenstadtstandort nur 3% beträgt.

Auf Grundlage der Passantenbefragung lässt sich ein tendenzielles Einzugsgebiet der Stadt Büdingen ableiten: Wird die Zahl der befragten Passanten aus einzelnen Gemeinden auf die Einwohnerzahlen der entsprechenden Gemeinden bezogen, so ergibt sich der in Karte 3 illustrierte tendenzielle Einzugsbereich.

Karte 3: Tendenzieller Einzugsbereich der Stadt Büdingen



Quelle: eigene Passantenbefragung Mai August/ September, Frage 11ff.

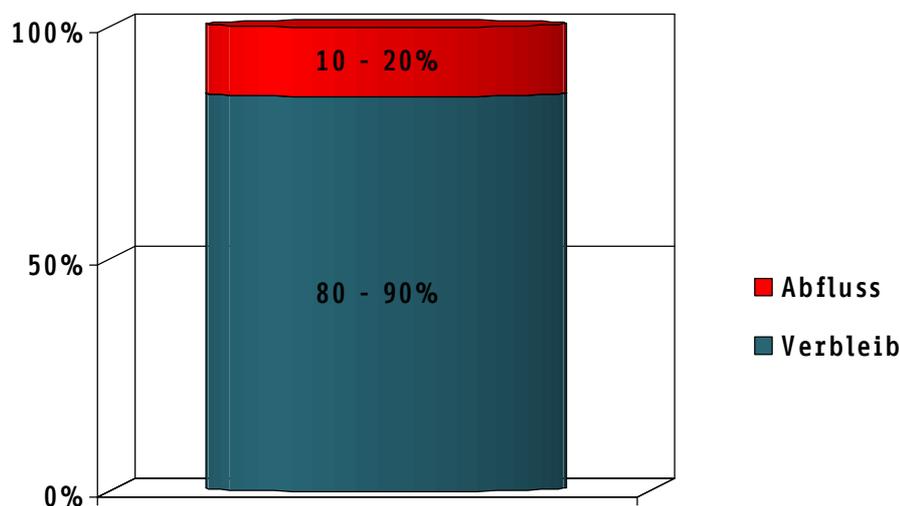


Der Haupteinzugsbereich der Stadt Büdingen liegt im direkten Umkreis der Stadt. Die höchsten Kundenanteile werden insbesondere in Ortenberg und Glauburg sowie ferner auch in Kefenrod und Altenstadt in dem Gebiet der Verwaltungsgemeinschaft Wetteraukreis erreicht. Das weitere Einzugsgebiet umfasst darüber hinaus angrenzende Teilbereiche des Mainz-Kinzig-Kreises und des Vogelsbergkreises (Schotten). Aus dem Einzugsbereichen bis Frieberg, Mömbris (im unterfränkischer Landkreis Aschaffenburg) und Schlüchtern stammen nur noch vereinzelt Kunden.

Aus den Angaben der Einzelhändler zur Umsatzherkunft kann die **Verbleibquote** für die Stadt Büdingen abgeleitet werden. Sie errechnet sich, indem der aus der Stadt Büdingen stammende Umsatz in Relation zur Kaufkraft in Büdingen gesetzt wird. Die Verbleibquote gibt damit den Teil der örtlichen Kaufkraft an, der durch den örtlichen Einzelhandel gebunden werden kann.

In der Stadt Büdingen können 80 bis 90% der vorhandenen Kaufkraft durch den ansässigen Einzelhandel gebunden werden. Die Verbleibquote ist damit sehr hoch und für eine Stadt dieser Größenordnung und in diesem Umfeld nur in Teilbereichen noch steigerungsfähig. Der tatsächliche Kaufkraftzufluss<sup>52</sup> liegt damit bei etwa 50 Mio. €.

Abb. 14: Verbleibquote



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

<sup>52</sup> Kaufkraftzufluss = Umsatz in Büdingen minus in Büdingen verbleibende Kaufkraft

#### **4.1.6 Situation des Einzelhandels in Büdingen aus Sicht der Händler**

Die Befragung der Einzelhändler dient zum einen dazu, wichtige Informationen zu den einzelnen Geschäften zu erhalten, zum anderen bietet sie den Händlern die Möglichkeit, ihre Beurteilung der Einzelhandelssituation in Büdingen in die Analyse einzubringen. Die Aussagen der Händler sind von großer Bedeutung für eine umfassende Darstellung der Einzelhandelssituation in Büdingen, denn sie sind lokale Experten und geben in der Regel ergänzende Hinweise zu vorhandenen Stärken und Schwächen.

##### **4.1.6.1 Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht**

Im Rahmen der Einzelhändlerbefragung wurden die Händler gebeten, sich in einer offen gestellten Frage<sup>53</sup> (ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten) zu positiven und negativen Aspekten bezogen auf die Einzelhandelsituation in Büdingen zu äußern. Insgesamt nutzten 115 der insgesamt 169 Einzelhändler diese Form der Meinungsäußerung (68% aller in die Befragung einbezogenen Einzelhändler), was bezogen auf die 135 grundsätzlich auskunftsbereiten Händler einem Anteil von rd. 85% entspricht.

In der folgenden Abb. 15 werden die Aussagen der Händler nach Themenbereichen zusammengefasst dargestellt. Eine detaillierte Übersicht der Ergebnisse, in der die einzelnen Aspekte eines jeden Themenbereiches dargestellt werden, befindet sich im Anhang (vgl. Tab. A - 4ff.). Für die Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass bei einer derartigen offenen Frage regelmäßig negative Äußerungen überwiegen. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass positive Sachverhalte oftmals als selbstverständlich aufgefasst werden, während negative Aspekte eher auffallen und daher diesen eine größere Bedeutung beigemessen wird. Dementsprechend ist den positiven Nennungen ein größeres Gewicht beizumessen.

Im Vergleich zu anderen Städten ergab die offene Frage vor diesem Hintergrund eine relativ positive Eigensicht der Einzelhändler in Büdingen: Nur rd. 17% der Einzelhändler sehen nur Negatives an der Einzelhandelssituation in Büdingen, ein geringfügig kleinerer Anteil (rd. 16%) sieht hingegen ausschließlich Positives.

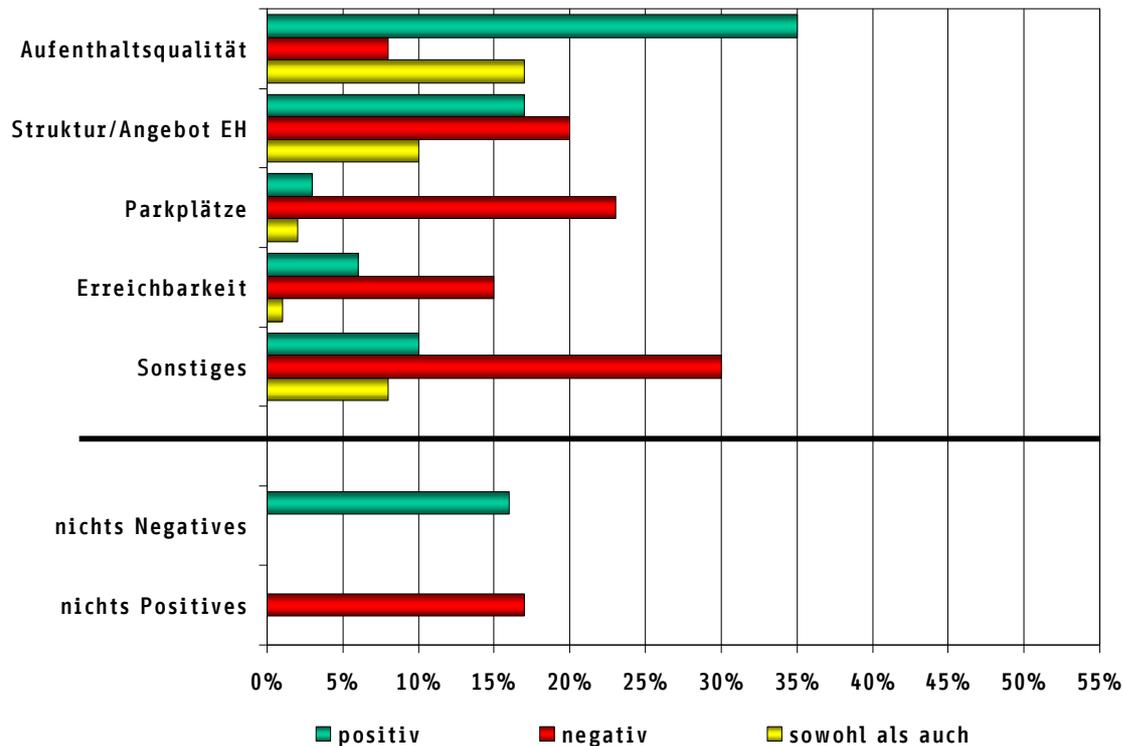
---

<sup>53</sup> "Was finden Sie an der Einzelhandelssituation in Büdingen gut bzw. schlecht?"



Ziel sollte es daher sein, diese vergleichsweise positive Grundstimmung noch weiter zu auszubauen, da zu erwarten ist, dass ein Händler, dem nichts Positives zu dieser Frage einfällt, auch seinen Kunden nichts Positives zu Büdingen vermitteln kann.

Abb. 15: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Büdingen aus Sicht der Händler: Anteil auskunftsbereiter Händler



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

Die themenbezogenen Ergebnisse werden im Einzelnen differenziert aufgeführt (vgl. Tab. A - 4 bis Tab. A - 8 im Anhang):

- In dem am häufigsten thematisierten Bereich "**Aufenthaltsqualität/ Atmosphäre**" überwiegen die positiven Äußerungen (35%) deutlich gegenüber negativen Aussagen (8%). Hierbei wurden vor allem die Atmosphäre und Aufenthaltsqualität im Allgemeinen positiv hervorgehoben. Weiter wurde das Publikum (Leute, Kunden) in Büdingen, das einen Beitrag zur guten Atmosphäre leistet, positiv benannt. Negativ wurde hier überwiegend die unbelebte Altstadt angegeben.
- Der Bereich "**Einzelhandelsangebot/ -struktur**" wird von 20% der Händler und somit von einer geringen Mehrheit negativ bewertet. Die negativen Äußerungen betreffen vorrangig bestehende großflächige Betriebe sowie Planungen auf der „grünen Wiese“ außerhalb der Innenstadt. Die Auswahl und das Angebot im All-



gemeinen wird positiv beurteilt. Dessen ungeachtet stellt für eine Mehrheit der Händler die kleiner werdende Auswahl im Einzelhandelsangebot eine Schwäche in der Einzelhandelsstruktur von Büdingen dar.

- Dagegen gab es in dem Bereich "**Parken**" fast ausschließlich negative Äußerungen. Annähernd jeder vierte Händler kritisierte die Parksituation. Hauptkritikpunkte der Händler waren die zu geringe Anzahl an Parkplätzen sowie die zu restriktive Arbeit des Ordnungsamtes.
- Die "**Erreichbarkeit**" wurde am vierthäufigsten thematisiert. Per Saldo überwiegend die negativen Äußerungen gegenüber den positiven signifikant. Nach Ansicht der Einzelhändler wird die Erreichbarkeit des Einzelhandels insbesondere durch die Verkehrsführung und Baustellen in Büdingen erschwert.
- Im Bereich "**Sonstiges**", zu dem Äußerungen zusammengefasst wurden, die auf Grund der geringen Anzahl an Nennungen keinen eigenständigen Themenbereich ergeben, überwiegen die negativen Äußerungen: Wesentliches und ausschließlich negativ bewertetes Thema war dabei die zurückgehende Kaufkraft.

Mit Ausnahme des Themenbereichs Aufenthaltsqualität/ Atmosphäre haben sich die Händler demnach zu jedem weiteren Themenbereich überwiegend negativ geäußert.

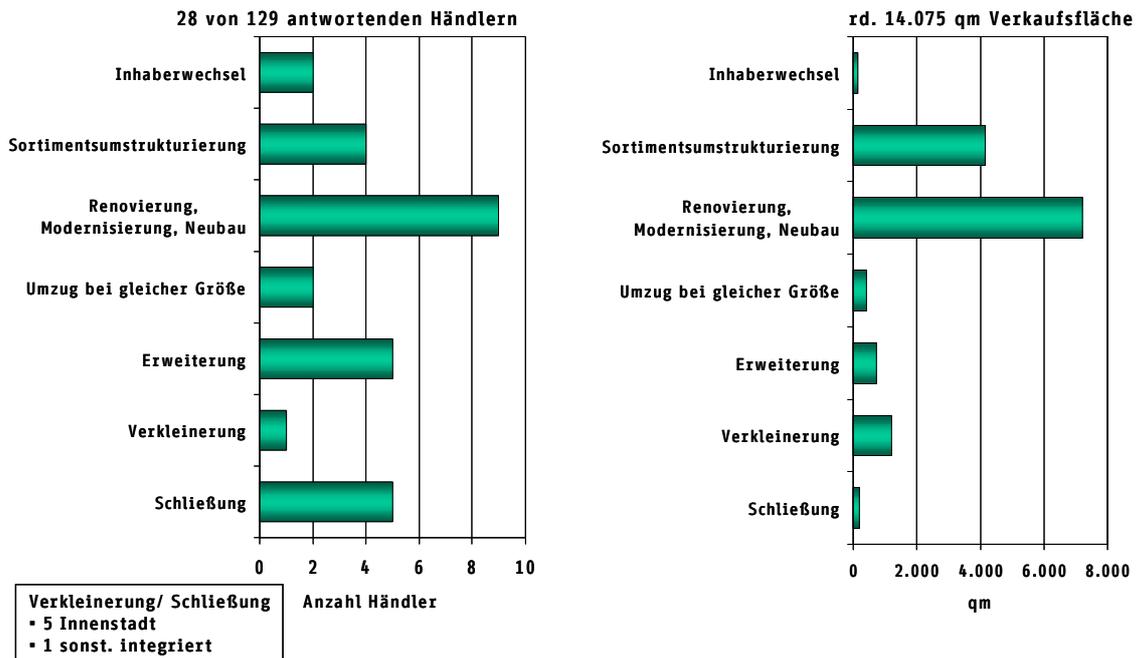
#### **4.1.6.2 Änderungsabsichten in den bestehenden Einzelhandelsbetrieben**

Ob und vor allem welche Änderungsabsichten die Einzelhändler haben, gibt einen weiteren Hinweis zur Situation des Einzelhandels in Büdingen. 129 Einzelhändler (96% der auskunftsbereiten Einzelhändler) haben zu diesem Themenbereich Angaben gemacht.

Nach Auswertung der Antworten der befragten Händler ist festzustellen, dass ein Großteil von Ihnen keine Änderungsabsichten verfolgt. Insgesamt planen nur 28 Einzelhändler (rd. 22% der antwortenden Einzelhändler) Änderungen in ihrem Geschäft, dies entspricht rd. 14.075 qm Verkaufsfläche (29% der Gesamtverkaufsfläche in Büdingen) (vgl. Abb. 16). Dies weist u.a. auf eine geringe Investitionsbereitschaft der Büdinger Händler hin.



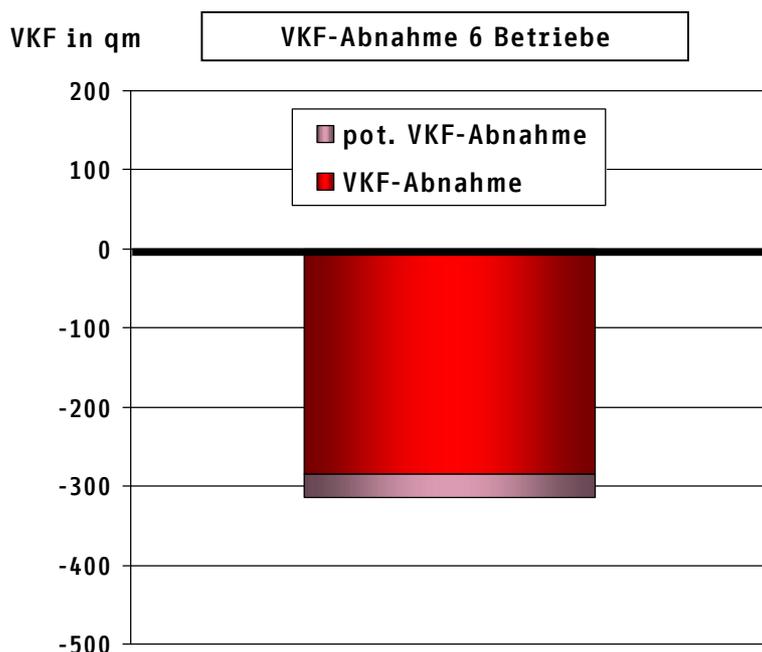
Abb. 16: Änderungsabsichten der Einzelhändler in Büdingen: Betriebe und Verkaufsfläche



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

Vier Händler beabsichtigen die Schließung ihres Betriebes, ein Händler zieht die Schließung des Betriebes zudem in Erwägung. Bei diesen Betrieben handelt es sich ausschließlich um solche mit einer geringen Verkaufsfläche von weniger als 100 qm; vier von Ihnen sind in der Innenstadt angesiedelt. Zuzüglich der konkreten Verkleinerungsabsichten eines innerstädtischen Einzelhandelsbetriebes bedeuten diese Änderungsabsichten einen vorhersehbaren Rückgang der Verkaufsfläche um 315 qm. Dem stehen insgesamt fünf Betriebserweiterungen ohne konkrete Flächenangabe, davon drei eventuelle Erweiterungen, gegenüber (vgl. Abb. 17).

Abb. 17: Voraussichtliche Einzelhandelsentwicklung in Büdingen: Betriebsanzahl und Verkaufsflächen



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

Die Werte der Verkaufsflächenzu- und -abgänge beziehen sich nur auf den zum Zeitpunkt der Erhebung ansässigen Einzelhandel. Eventuelle Verkaufsflächenzuwächse durch Neueröffnungen oder Zuzüge aus anderen Städten nach Büdingen können nicht beziffert werden.

#### 4.1.7 Auf die Gesamtstadt bezogene Ergebnisse der Passantenbefragung

Im Folgenden werden die gesamtstädtischen Ergebnisse der Passanten dargestellt. Die Bewertung des Einzelhandelsangebotes und der Einzelhandelssituation aus Kundensicht bezieht sich ausschließlich auf die Innenstadt von Büdingen und wird aus diesem Grund erst dort dargestellt (vgl. Kap. 4.2.3).

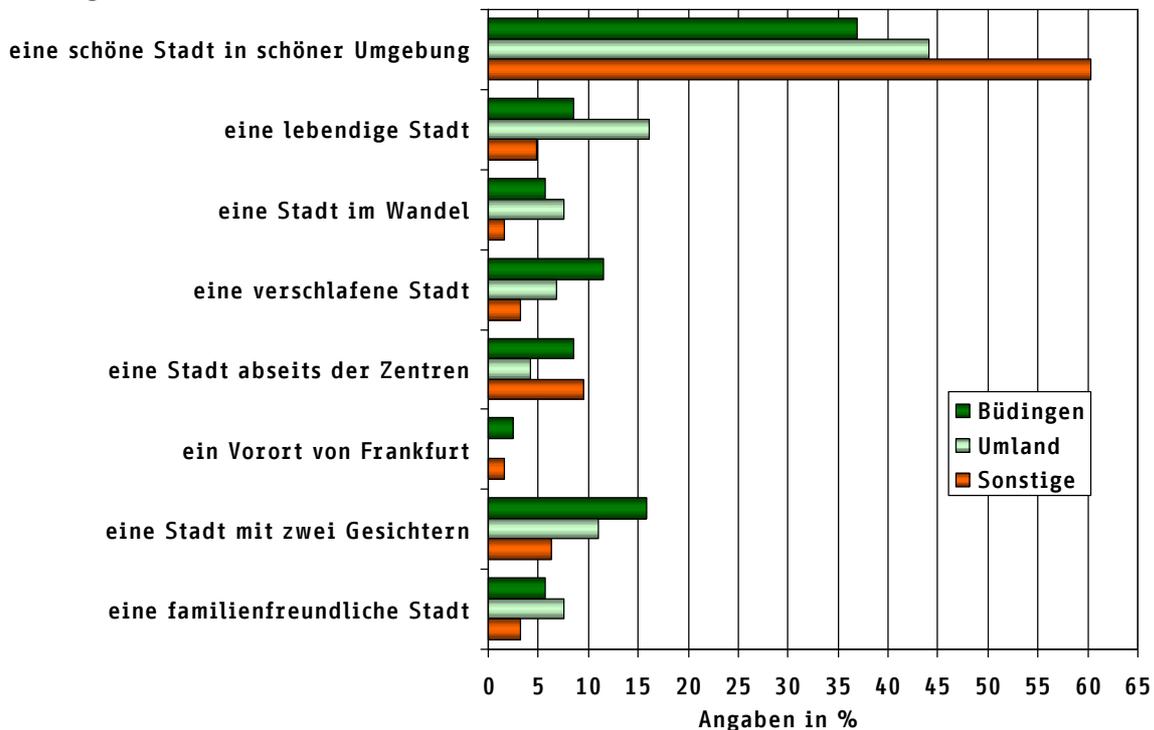
##### 4.1.7.1 Image der Stadt Büdingen

Das Image einer Stadt ist von besonderer Bedeutung für deren zukünftige Entwicklung. Es setzt sich aus subjektiven Wahrnehmungen und z.T. auch Vorurteilen zusammen. Das Image stellt damit eine gefilterte Repräsentation der städtischen Wirklichkeit dar und ist u.a. von großer Bedeutung für das Stadtmarketing oder auch die Standortwahl von Einzelhandelsbetrieben (vgl. Abb. 18).



Abb. 18: Passantenbefragung: Imagebewertung - nach Herkunft

**Büdingen ist ...**



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 1220

Büdingen ist aus Sicht vieler Kunden (42%) eine schöne Stadt in attraktiver Umgebung. Dieses positive Image bescheinigen der Stadt insbesondere Befragte, die von außerhalb nach Büdingen kommen.

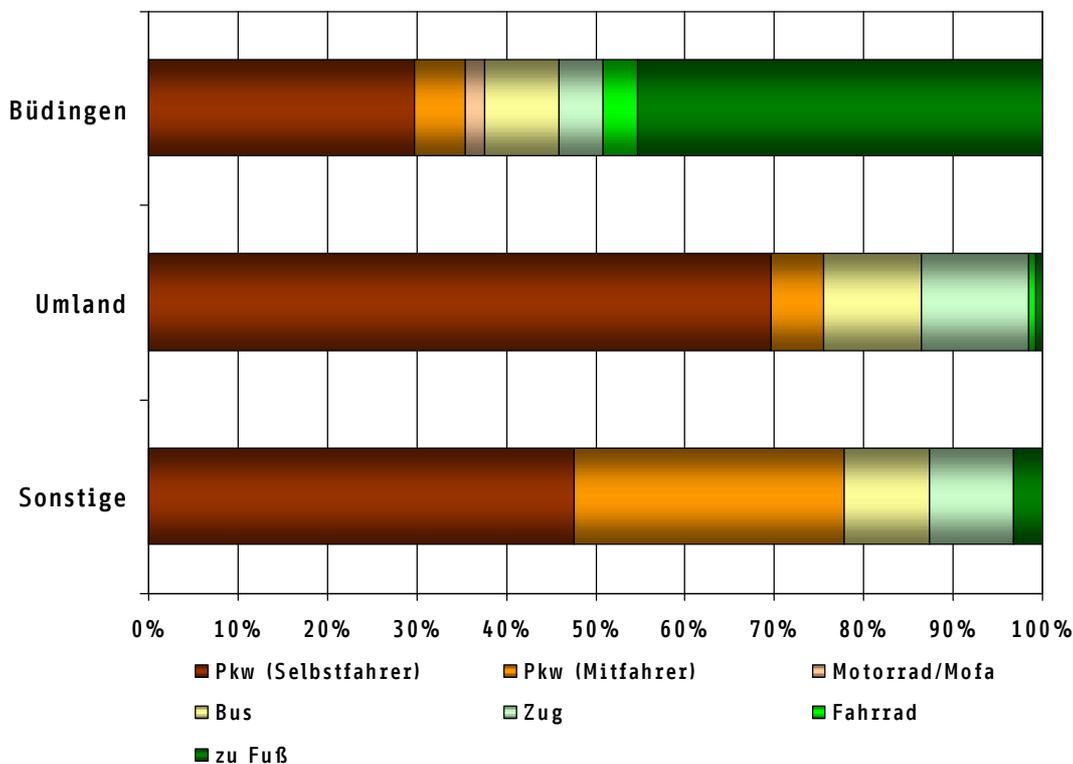
Die Assoziation der Einheimischen und der Auswärtigen mit der Stadt Büdingen weist in der Tendenz nur geringe Unterschiede auf (vgl. Abb. 18), denn auch die Innenwahrnehmung der Büdinger Kunden von ihrer Stadt als attraktiver Ort ist mehrheitlich positiv. Daneben gibt es - wenngleich auch nachgeordnet - (teil-)negative Antworten häufiger bei den Büdingern.

#### 4.1.7.2 Verkehrsmittelwahl für die Anreise nach Büdingen

Bei der Anreise nach Büdingen von Auswärtigen nimmt der Pkw eine herausragende Stellung ein (vgl. Abb. 19). Rund 75% der Kunden/ Besucher aus dem Umland bzw. 78% aus sonstigen Orten/ Regionen sind mit dem PKW als Selbst- oder Mitfahrer nach Büdingen angereist. Dies ist im Wesentlichen auf das ländlich geprägte Umfeld von Büdingen zurückzuführen. Immerhin rd. 23% (Umland) bzw. 19% (Sonstige) haben den ÖPNV wie Bus und Bahn genutzt. Knapp die Hälfte der Büdinger waren zum Zeitpunkt der Erhebung zu Fuß oder mit dem Fahrrad innerhalb der Kernstadt un-

terwegs. Rd. 35% der Büdinger sind mit dem Auto innerhalb der Kernstadt unterwegs (als Selbst- oder Mitfahrer), wobei davon auszugehen ist, dass es sich hierbei hauptsächlich um Kunden aus den weiteren Stadtteilen handelt<sup>54</sup>.

Abb. 19: Verkehrsmittelwahl nach Büdingen



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007: 169 auswärtige Befragte, Frage 75

## 4.2 IST-SITUATION IN DER INNENSTADT VON BÜDINGEN

Nach der bisherigen Betrachtung der Einzelhandelssituation in der Gesamtstadt werden im Folgenden die Ergebnisse der Untersuchung für die Innenstadt von Büdingen erörtert.

### 4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt

Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche stellt eine rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen

<sup>54</sup> In der Kernstadt wohnen rd. 36% der Einwohner der Gesamtstadt, in der Befragung stellen diese jedoch rd. 70% der teilnehmenden Passanten. Daher kann zudem davon ausgegangen werden, dass einige Befragten aus der Kernstadt auch mit dem Auto innerhalb der Kernstadt unterwegs waren.



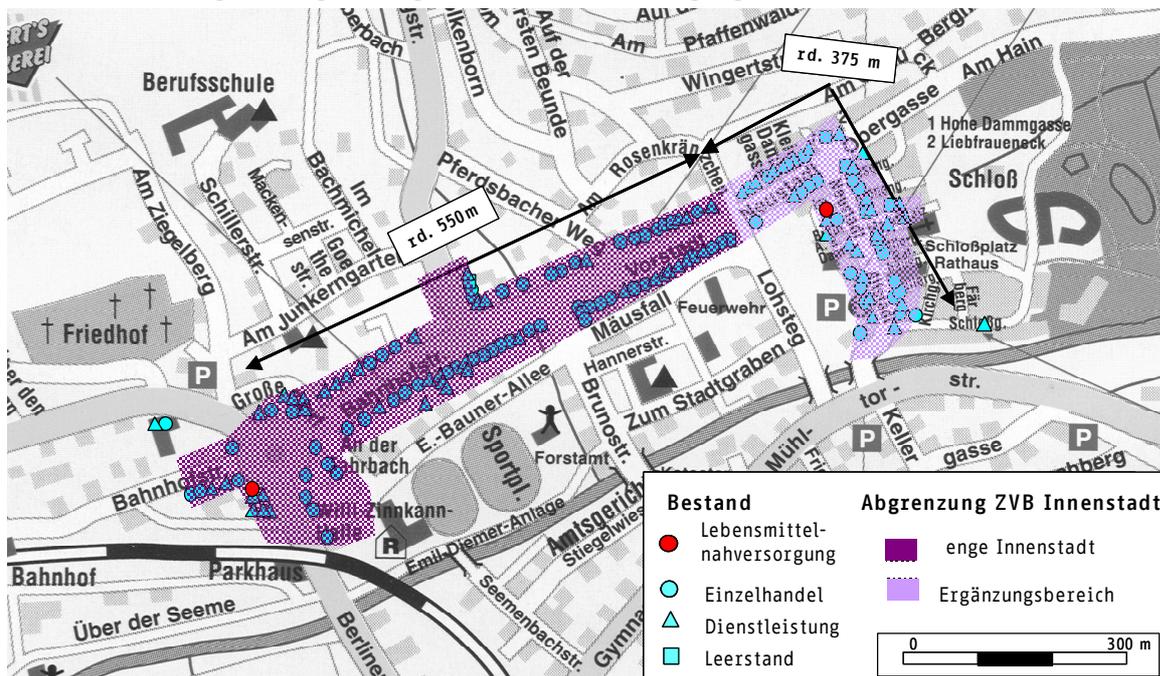
soll, dar: Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Stadt als zentraler Versorgungsbereich anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll.

Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgte in Büdingen anhand folgender Kriterien:

- Dichte des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes,
- städtebauliche Qualitäten (z.B. Architektur, Straßenraumgestaltung),
- verkehrliche Barrieren (Straßen, Bahnlinien),
- bauliche Barrieren (z.B. Wohngebäude, Bürokomplexe),
- sowie städtebauliche Brüche (z.B. Straßenraumgestaltung, Baustruktur).

Für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt der Stadt Büdingen ergibt sich damit die in der Karte 4 dargestellte Abgrenzung. Der weitere zentrale Versorgungsbereich Düdelsheim ist in Kap. 4.3.1 dargestellt.

Karte 4: Vorschlag zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigener Vorschlag auf Basis Erhebung/ Begehung August/ September 2007

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt von Büdingen erstreckt sich zum einen in linearer Ausrichtung vom Loudéac-Kreisel im Westen entlang des Haupteinkaufsbereichs Bahnhofstraße und Vorstadt bis zum Jerusalemer Tor. Lediglich im westlichen Abschnitt weist der vorgeschlagene abgegrenzte Bereich eine Aufweitung bis



zur Eberhard-Bauner-Allee auf. Daran anschließend gehören zum anderen die Bestände entlang der Straßen Neustadt und Altstadt östlich der Vorstadt in Nord-Süd-Ausdehnung zur Innenstadt. Dieser Abschnitt stellt auf Grund des

- derzeit kleinteiligen, durch die historische Gebäudestruktur bedingten Einzelhandels- und Dienstleistungsangebots,
- städtebaulicher Gegebenheiten - u.a. bestehen mit dem Jerusalemer Tor und dem Mühlentor klar erkennbare Eingangssituationen -
- sowie historischer Bedeutung

eine abgrenzbare funktionale Einheit dar und wird daher als Innenstadt-Ergänzungsbereich bezeichnet.

Mit einer Ausdehnung von rd. 550 Metern in Ost-West-Richtung weist der Haupteinkaufsbereich Bahnhofstraße/ Vorstadt bzw. die eng abgegrenzte Innenstadt eine relativ große Ausdehnung auf. Unter der Berücksichtigung des Ergänzungsbereich beträgt die Gesamtlänge des zentrale Versorgungsbereichs Innenstadt inkl. Altstadt sogar rd. 925 Meter. Die Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt ist - für eine Stadt dieser Größe und angesichts der linearen Struktur - grenzwertig. Zu berücksichtigen sind diesbezüglich jedoch die differierenden Strukturen und Funktionen des Haupteinkaufsbereich (u.a. großflächige Magnetbetriebe) und des Ergänzungsbereiches (historisches Ensemble, touristische Attraktivität).

Eine detaillierte Beschreibung und Bewertung der Innenstadt erfolgt in Kap. 4.2.7 im Rahmen der städtebaulich-funktionalen Stärken-Schwächen-Analyse.

#### **4.2.2 Einzelhandelsangebot in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt**

In dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Innenstadt befanden sich zum Befragungszeitpunkt 84 der insgesamt 175 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 15.575 qm (Gesamtstadt: 48.475 qm). Dies entspricht knapp der Hälfte aller ansässigen Einzelhandelsbetriebe in Büdingen. Somit stellt die Innenstadt den deutlich größten Einzelhandelsschwerpunkt in Büdingen dar. Auf dieser Fläche wird ein Gesamtumsatz von rd. 57,7 Mio. € erzielt.

23 der 84 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 1.675 qm sind davon in dem Innenstadt-Ergänzungsbereich lokalisiert. Diese repräsentieren folglich rd. ein Viertel der Betriebseinheiten, jedoch nur 11% der Verkaufsfläche des gesamten zentralen



Versorgungsbereiches – ein quantifizierbares Indiz für die kleinteilige Struktur in diesem historischen Altstadtbereich.

In der Innenstadt sind Angebote aus allen Bedarfsbereichen vorhanden, wobei die Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches flächenmäßig deutlich überwiegen. Nachfolgende Tabelle stellt das Einzelhandelsangebot (inklusive des Ergänzungsbereichs) in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Büdingen nach Sortimenten differenziert dar.

**Tab. 3: Einzelhandelsangebot in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet, Umsätze in Mio. €**

Sortimente	Verkaufsfläche	Umsatz
Nahrungs-/ Genussmittel	1.450	6,1
Lebensmittelhandwerk	250	2,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheke	900	6,9
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	500	1,4
Blumen/ Zoo	350	0,6
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>1.775</b>	<b>17,2</b>
Bekleidung und Zubehör	5.425	22,1
Schuhe, Lederwaren	950	2,2
Sport/ Freizeit	400	1,0
Spielwaren, Bücher	1.100	2,6
GPK, Geschenke; Haushaltswaren/ Bestecke	1.200	1,3
Haus- und Heimtextilien	400	0,6
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>9.500</b>	<b>29,7</b>
Uhren/ Schmuck, Foto/ Optik	775	4,5
Medien, Elektro/ Leuchten	1.125	5,1
baumarkt-/ gartenmarktspezifische Sortimente, Möbel, Antiquitäten, Teppiche, Bodenbeläge	500	0,5
Sonstiges insgesamt	225	0,9
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>2.625</b>	<b>10,9</b>
<b>Insgesamt</b>	<b>15.575</b>	<b>57,7</b>

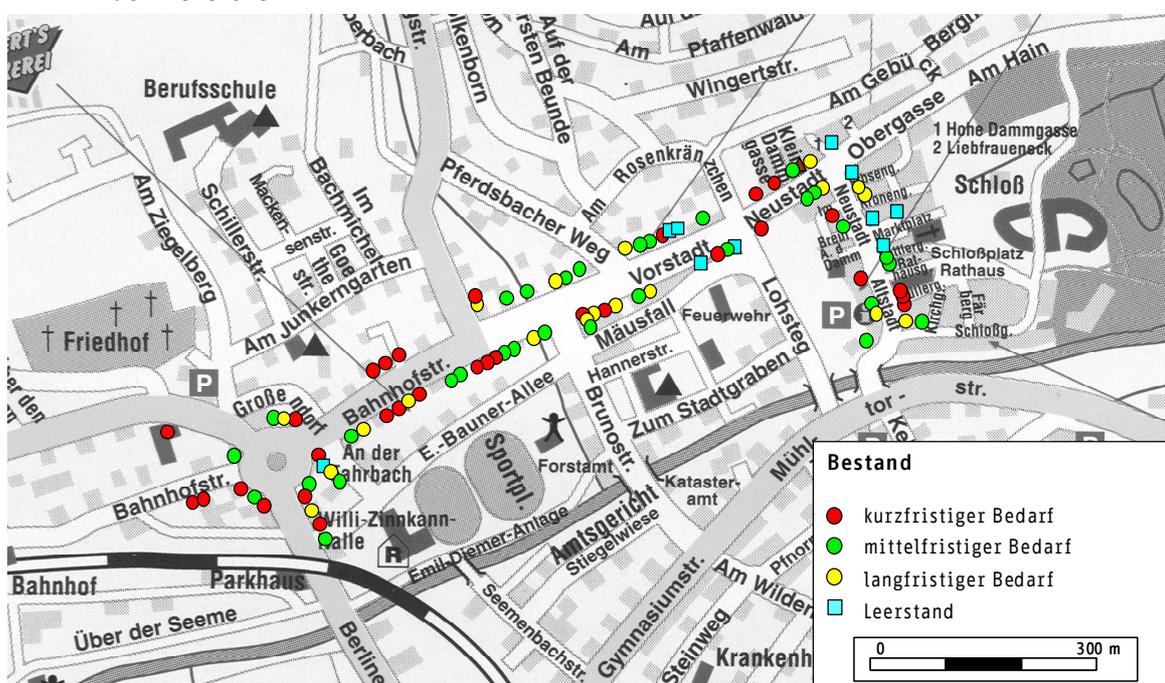
PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik  
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007; IfH; EHI; Hessisches Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe ist in Karte 5 dargestellt. Eine hohe Besatzdichte ist insbesondere in dem Teilbereich des Loudéac-Kreisels und entlang der Bahnhofstraße erkennbar, wobei hinsichtlich Anzahl Betriebe mit einem Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich dominieren. In dem Teilbereich Vorstadt

ist eine abnehmende Dichte des Einzelhandelsbesatz zu konstatieren. Zum einen befindet sich in Erdgeschosslage der Bestände teilweise Wohnnutzung, zum anderen wurde während des Begehungszeitpunktes eine Konzentration an leerstehenden Ladenlokalen identifiziert. Die Besatzdichte im Bereich des Innenstadt-Ergänzungsgebietes entlang der Neustadt ist in Relation zum Teilbereich Kreisel und Bahnhofstraße geringer. In den Seitengassen befindet sich kein Einzelhandelsbesatz. Die Quote leerstehender Ladenlokale ist im Bereich Neustadt (und Vorstadt) am höchsten.

Karte 5: Einzelhandelsangebot in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und angrenzenden Bereichen



Quelle: eigene Erhebung August/ September 2007; Kartengrundlage: Stadt Büdingen

Die Differenzierung der Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen zeigt eine kleinteiligere Struktur in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Büdingen als in der Gesamtstadt - insbesondere wenn auf die entsprechenden Verkaufsflächenanteile abgestellt wird (vgl. Abb. 20 sowie Tab. A - 1 und Tab. A - 3 im Anhang). Der Anteil der Betriebe mit einer Verkaufsfläche von weniger als 100 qm beträgt in der Gesamtstadt 65%, in der Innenstadt liegt er mit 74% etwas höher. Diese Betriebe machen in der Innenstadt einen Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von 22% und in der Gesamtstadt von 12% aus.

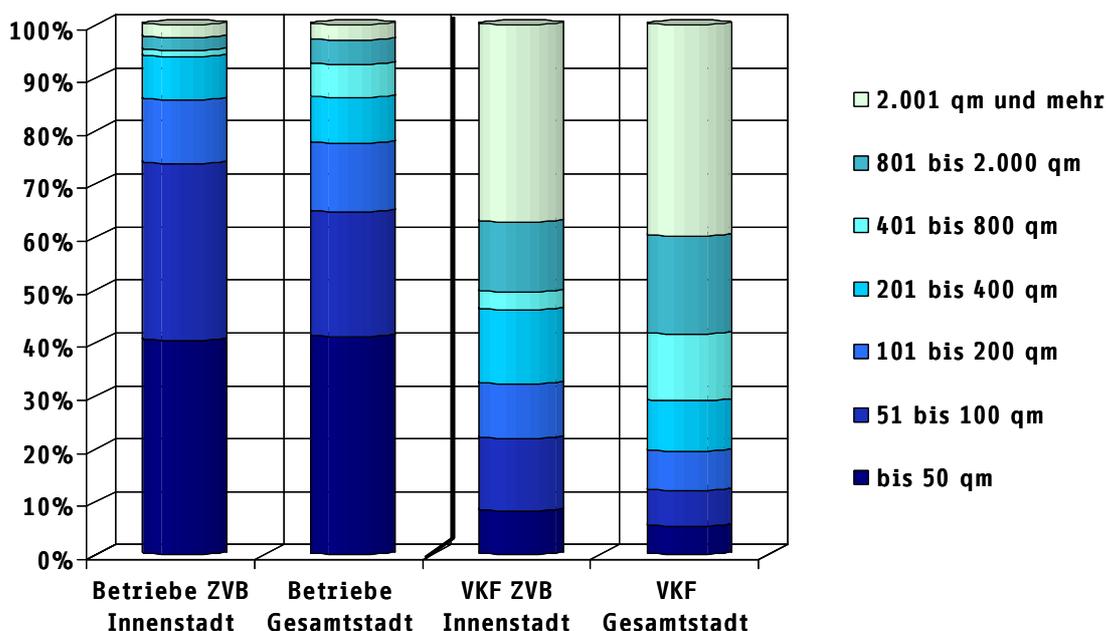
Das in Relation zur Gesamtstadt etwas kleinteilig strukturierte Angebot in der Innenstadt ist vorrangig auf die kleinen Betriebsgrößen des Innenstadt-Ergänzungs-



bereiches zurückzuführen: Rd. neun von zehn Betrieben besitzen eine Verkaufsfläche von weniger als 100 qm; in dem weiteren Bereich der abgegrenzten Innenstadt sind dies hingegen nur zwei von drei Betrieben.

Ein kleinteilig strukturiertes Angebot verleiht der Innenstadt Büdingens und i.d.F. insbesondere dem Innenstadt-Ergänzungsbereich zwar ein gewisses Maß an Identität und Vielfalt, da kleinere Betriebseinheiten häufig inhabergeführt sind und ein individuelles Erscheinungsbild aufweisen. Bei diesen kleinflächigen Betrieben besteht jedoch die Gefahr, dass sie - je nach Branche - oftmals keine betriebswirtschaftlich rentablen Ergebnisse erwirtschaften und dadurch langfristig gefährdet sein können. Erfahrungsgemäß ergeben sich bei solchen Betrieben erhebliche Nachfolgeprobleme. Zudem sind diese Betriebe meist auf großflächige Betriebe angewiesen, die Magnetfunktion ausüben können. Ein großflächiger Betrieb oder sonstiger Betrieb, der Magnetfunktion für die übrigen Betriebe übernehmen könnte, ist in dem Innenstadt-Ergänzungsbereich von Büdingen nicht vorhanden. Das Lebensmittel-SB-Geschäft in der Neustadt mit einer Verkaufsfläche von weniger als 200 qm und der auf dem Marktplatz stattfindende Wochenmarkt können dies nur bedingt ausüben. In dem weiteren abgegrenzten Bereich des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt wird diese Magnetfunktion insbesondere durch das Kaufhaus Joh und ein großflächiges Bekleidungsgeschäft an dem Loudéac-Kreisel ausgeübt.

Abb. 20: Vergleich Betriebsgrößen zentraler Versorgungsbereich Innenstadt und Gesamtstadt



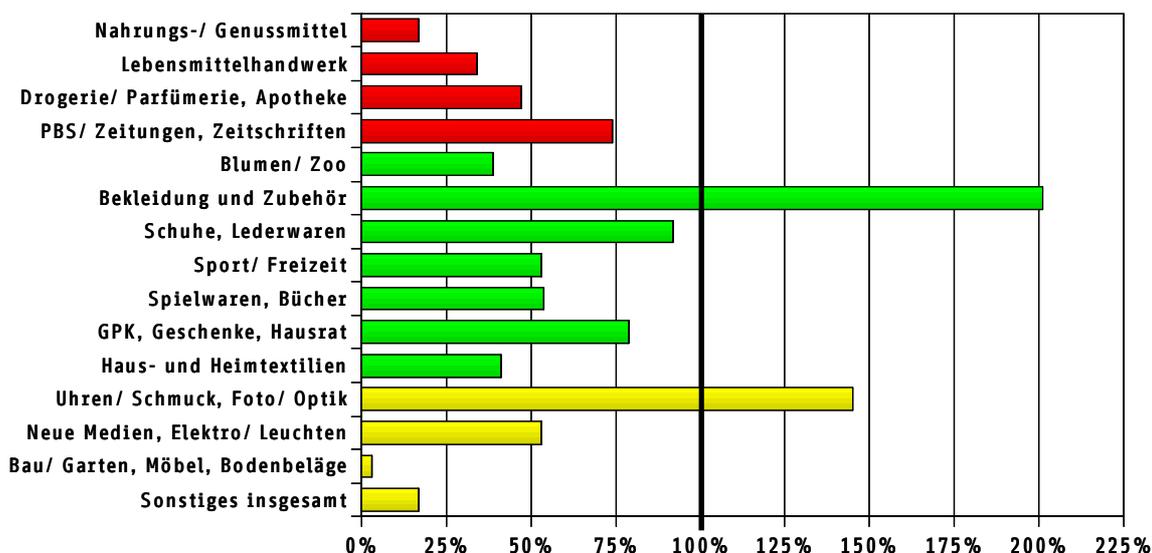
Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

#### 4.2.3 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt von Büdingen vor dem Hintergrund der Nachfrage

In Kap. 4.1.3 wurde bereits festgestellt, dass Büdingen mit einer Gesamtbindungsquote von rd. 125% als Mittelzentrum gesamtstädtisch eine quantitativ gute Einzelhandelsausstattung aufweist und nach Sortimenten betrachtet seine mittelzentrale Versorgungsfunktion für den Verflechtungsraum wahrnimmt. Kaufkraftabflüsse (per Saldo) sind lediglich in einzelnen Sortimentsbereichen zu verzeichnen (vgl. Kap. 4.1.3, insbes. Abb. 11, S. 38).

Die Beurteilung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt von Büdingen erfolgt mittels "unechter Bindungsquoten": Der Umsatz in der Innenstadt wird in Relation zur Kaufkraft der Gesamtstadt gesetzt (vgl. auch Tab. A - 9 im Anhang).

Abb. 21: "Unechte Bindungsquoten" zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007; IfH; EHI; BBE, Köln; Hessisches Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; Stadt Büdingen; eigene Berechnungen

Die "unechte Bindungsquote" des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt von Büdingen liegt bei 49%. Trotz dieses auf den ersten Blick niedrig erscheinenden Wertes sind Rückschlüsse auf die Versorgungssituation erst bei der nachfolgenden Betrachtung der drei Bedarfsbereiche möglich. Hierbei sollte der Innenstadt von Büdingen insbesondere bei den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten im mittelfristigen Bedarfsbereich sowie im langfristigen Bedarfsbereich (z.B. Uhren/ Schmuck, Foto/ Optik) eine Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt zukommen:



- Im **kurzfristigen** Bedarfsbereich (in der Abbildung rot dargestellt) sind diese unechten Bindungsquoten wenig aussagekräftig: Hier kommt der Innenstadt weder gesamtstädtische noch mittelzentrale Versorgungsfunktion zu. Vielmehr steht hier die Versorgung der in dem zentralen Versorgungsbereich und deren Umfeld lebenden Einwohner im Vordergrund. Die Bindungsquote beträgt im kurzfristigen Bedarfsbereich 28%. Vor dem Hintergrund der quantitativ guten Versorgungssituation im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel in der Gesamtstadt (vgl. Kap. 4.1.3, insb. Abb. 11, S. 38) fällt dennoch der geringe Beitrag des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt auf. In diesem für die Nahversorgung bedeutsamen Bereich wird lediglich ein Wert von 17% erreicht. Dies ist auf die räumliche Verteilung der entsprechenden Angebote zurückzuführen (vgl. auch Kap. 4.1.4, insbesondere Karte 2, S. 41 sowie Kap. 4.2.2, insbes. Tab. 3, S. 56). Dennoch besitzt nach den Ergebnissen der Passantenbefragung der Bereich Lebensmittel eine wichtige Funktion innerhalb der Innenstadt, was insbesondere auf den dort ansässigen Supermarkt, die zahlreichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie den Wochenmarkt zurückzuführen sein dürften.
- Im **mittelfristigen** Bedarfsbereich beträgt die Bindungsquote insgesamt 128%, d.h. per Saldo erzielt der Einzelhandel in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt einen deutlichen Kaufkraftzufluss von außerhalb. Dieser hohe Wert, der eine über die Stadt hinausreichende Versorgungsfunktion suggeriert, relativiert sich jedoch bei Betrachtung der einzelnen Sortimente und ist auf den Bereich Bekleidung und Zubehör zurückzuführen (201%). In den anderen üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten liegen die Bindungsquoten dagegen z.T. deutlich unter 100%. Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt von Büdingen nimmt damit nur teilweise mittelzentrale Versorgungsfunktion wahr.
- Im **langfristigen** Bedarfsbereich liegt die unechte Bindungsquote bei 33%. Zwei Drittel der Kaufkraft können somit nicht in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gebunden werden. Im Hinblick auf die Beurteilung der Versorgungsfunktion der Innenstadt in diesem Bedarfsbereich nehmen hierbei die in dem aktuellen Einzelhandelserlass Hessen als zentren-/ innenstadtrelevant deklarierten Sortimente<sup>55</sup> eine wichtige Bedeutung ein: Anders als die Gesamtbindungsquote in diesem Bedarfsbereich vermuten lässt, kann das üblicherweise zentrenrelevante

---

<sup>55</sup> Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2005: Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht, Anlage 1



Angebot im Bereich Uhren/ Schmuck und Foto/ Optik in diesem zentralen Versorgungsbereich rechnerisch die Einwohner in der Gesamtstadt versorgen und trägt zur Versorgung der mittelzentralen Versorgungsbereiche bei: Die Bindungsquote beträgt hier hohe 145%. Die nach dem Einzelhandelserlass Hessen auch zu den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnende Gruppe Medien, Elektro/ Leuchten verzeichnet mit einer Bindungsquote von 53% hingegen Kaufkraftabflüsse. In den weiteren üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimenten des langfristigen Bedarfsbereich liegen die unechten Bindungsquoten (teilweise) deutlich unter 25%.

In Relation zu den gesamtstädtischen Bindungsquoten wird die über Büdingen hinausgehende Bedeutung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in Teilbereichen wie Bekleidung und Zubehör bzw. Uhren/ Schmuck, Foto/ Optik deutlich. Daneben weist der Vergleich aber auch darauf hin, dass viele Angebote - insbesondere im kurzfristigen und langfristigen Bedarfsbereich - außerhalb der Innenstadt angesiedelt sind (vgl. auch Kap. 4.4).

#### **4.2.4 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt von Büdingen durch die Kunden**

Neben der Beurteilung des Einzelhandelsangebot durch die Händler (in Bezug auf die Gesamtstadt) wurden die Kunden ebenfalls gebeten, die Einzelhandelsituation in Büdingen in Bezug auf die Innenstadt zu bewerten, indem sie zu Stärken und Defiziten in Bezug auf einzelne Sachbereiche direkt befragt wurden. Gleichzeitig können durch verschiedene Fragen, wie z.B. zur Besuchsmotivation, der Einkaufsdauer etc., indirekt Bewertungen zur Einzelhandelssituation in der Büdinger Innenstadt abgeleitet werden.

##### **4.2.4.1 Direkte Beurteilung durch die Kunden**

Im Rahmen der Passantenbefragung wurde in einer direkten Frage nach den Stärken und Defiziten der Büdinger Innenstadt gefragt<sup>56</sup>. Aufgrund der unterschiedlichen Struktur des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt werden die Ergebnisse entsprechend der zwei Erhebungsstandorte (vgl. Kap. 3.2.1) differenziert nach der eng

---

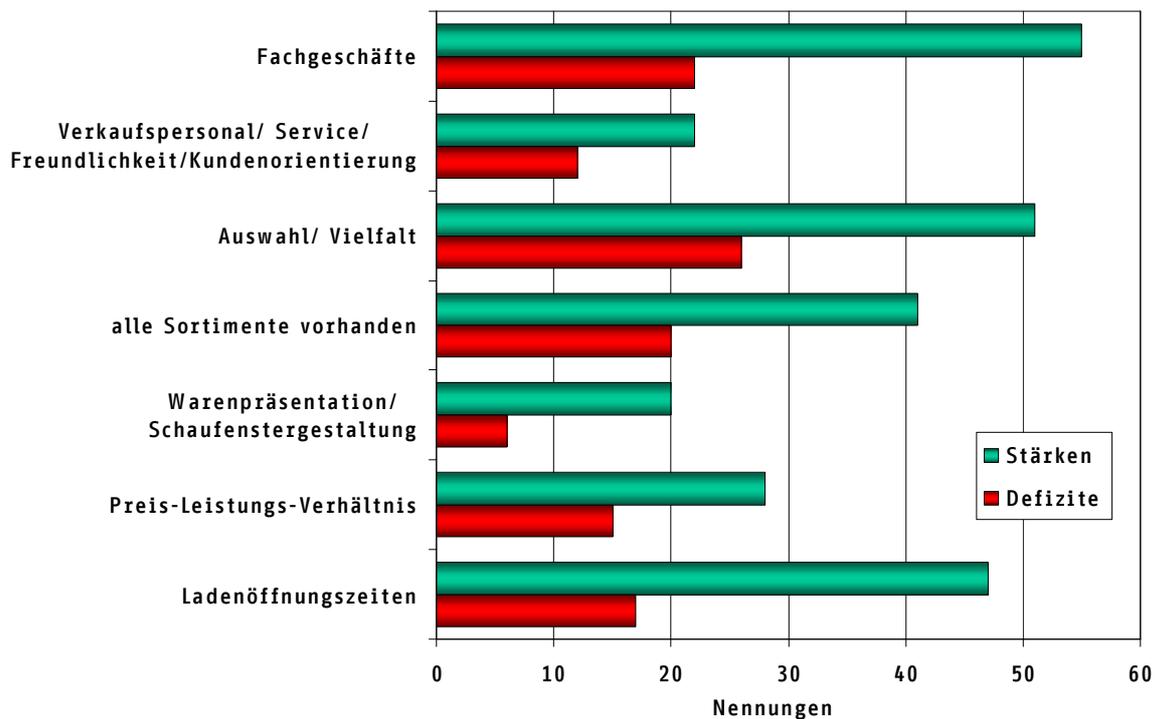
<sup>56</sup> Beim Vergleich mit den Bewertungen der Händler ist zu berücksichtigen, dass es sich bei den Händlern um eine offen gestellte Frage handelte, während den Passanten Antwortmöglichkeiten vorgegeben wurden. Bei dieser Form der Befragung werden die Befragten eher auch auf die Stärken hingeführt.



abgegrenzten Innenstadt (Bahnhofstraße, Vorstadt) sowie des Innenstadt-Ergänzungsbereiches (der historischen Altstadt) dargestellt.

Insgesamt haben gut ein Viertel der befragten Passanten (rd. 26%) angegeben, dass sie das Einzelhandelsangebot in der eng abgegrenzten Innenstadt als Stärke von Büdingen sehen, rd. 10% der Befragten sehen hingegen Defizite in diesem Bereich. Damit überwiegen in diesem Themengebiet eindeutig die Stärken (vgl. Abb. 22).

Abb. 22: Bewertung des Einzelhandelsangebotes in der eng abgegrenzten Innenstadt (Loudéac-Kreisel) durch die Passanten



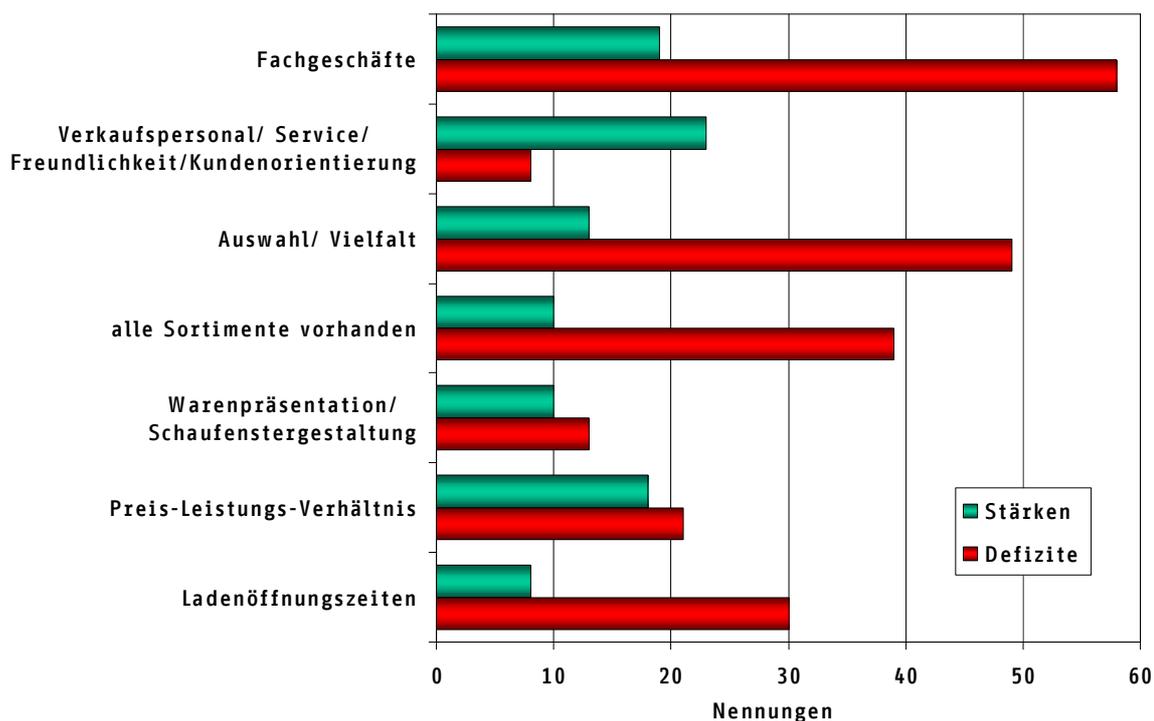
Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 160/ 174; Zielgruppe: 119 Befragte, die Stärken bzw. 46 Befragte, die Defizite in der Innenstadt von Büdingen sehen

Die meisten positiven Nennungen entfallen auf die Fachgeschäfte (55 Nennungen), gefolgt von der Auswahl und Vielfalt des Angebotes in der Innenstadt (51 Nennungen). Letzteres wird wiederum am häufigsten negativ bewertet (26 Nennungen), wobei hier, wie bei allen weiteren Aspekten für die Bewertung des Einzelhandelsangebots, ein deutliches Übergewicht an positiven Angaben besteht. Interessant ist zudem, dass im Gegensatz zu ähnlichen Befragungen in anderen Städten die Ladenöffnungszeiten überwiegend positiv bewertet werden (47 Nennungen) und in Büdingen anteilmäßig die drittgrößten positiven Stimmanteile auf sich vereinen können.

Nach Herkunft der Kunden (Stadt Bidingen oder von auBerhalb) sind in der Tendenz der Antworten keine markanten Unterschiede in dem Bereich der eng abgegrenzten Innenstadt festzumachen (vgl. Anlageband mit Ergebnisse der Passantenbefragung).

Die Auswertung der Passantenbefragung für den Bereich des Innenstadt-Ergänzungsbereiches ergibt ein in Relation zur eng abgegrenzten Innenstadt konträres Stimmungsbild. Hier herrscht ein deutliches Übergewicht an negativen Nennungen in Bezug auf das Einzelhandelsangebot für diesen Teilbereich vor: Rd. 11% der befragten Passanten gaben an, dass sie Stärken im Einzelhandelsangebot in dem historischen Altstadtbereich sehen, rd. 21% der Befragten und damit fast doppelt so viel Kunden sehen Defizite. Die Beurteilung des Einzelhandelsangebots durch die Kunden unterscheidet sich auch hier nur unwesentlich nach der Herkunft der befragten Passanten.

**Abb. 23: Bewertung des Einzelhandelsangebotes in dem Innenstadt-Ergänzungsbereiches durch die Passanten**



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 200/ 214; Zielgruppe: 50 Befragte, die Stärken bzw. 98 Befragte die Defizite in der Innenstadt von Bidingen sehen

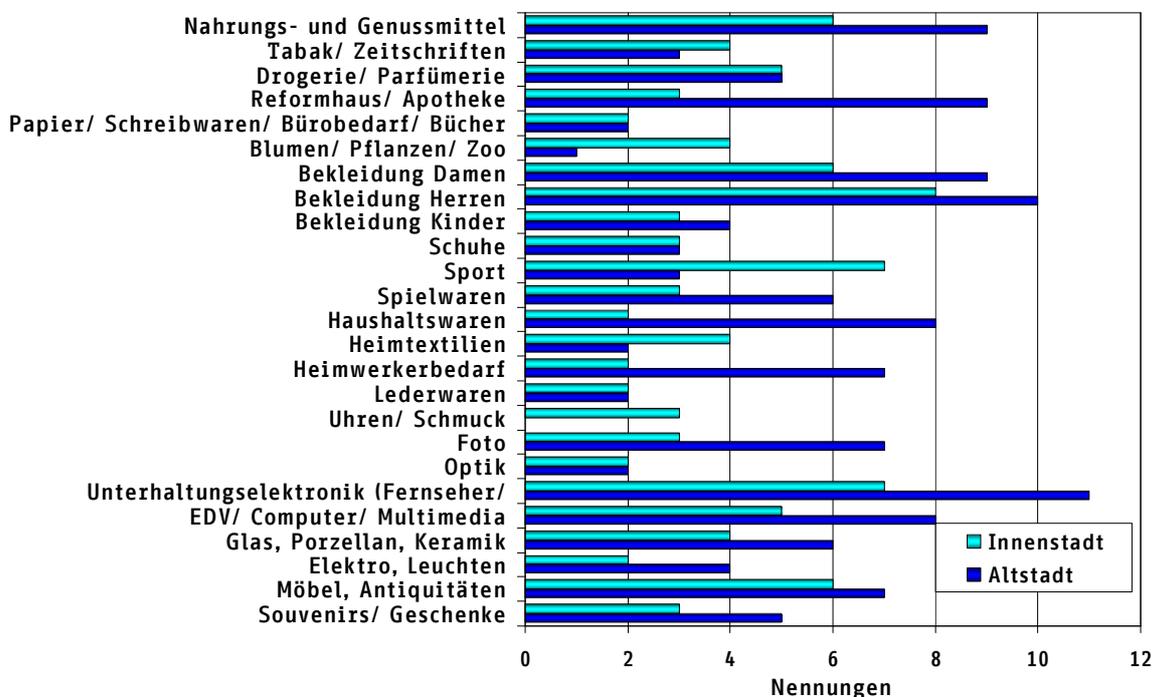
Nach der Anzahl der Nennungen werden die Fachgeschäfte sowie die Auswahl/ Vielfalt im Gegensatz zu dem Teilbereich der eng abgegrenzten Innenstadt am häufigsten als Schwächen benannt (vgl. Abb. 23). Als weitere Kritikpunkte wurden fehlende



Sortimente (39 Nennungen) sowie die Ladenöffnungszeiten (30 Nennungen) angegeben.

Wie in der voranstehenden Abbildung bereits deutlich wird, stellt der Aspekt der fehlenden Sortimente insbesondere in der historischen Altstadt (dem Innenstadt-Ergänzungsbereich) eine der wesentlichen Schwächen des Einzelhandelsangebotes dar: 39 der insgesamt 201 an diesem Standort befragten Passanten (rd. 19%) benannten diesen Einzelhandelsaspekt negativ, in der eng abgegrenzten Innenstadt gaben 20 von 259 befragten Passanten (rd. 8%) an, dass ihnen bestimmte Sortimente fehlen. In der historischen Altstadt wird am häufigsten das Fehlen von den Sortimenten Unterhaltungselektronik (11 Nennungen), Herren- und Damenbekleidung (10 bzw. 9 Nennungen) sowie Nahrungs- und Genussmittel und Reformhaus/ Apotheke (je 9 Nennungen) beklagt (vgl. Abb. 24). In der Innenstadt fehlen den Kunden nach Anzahl der Nennungen am häufigsten Herrenbekleidung (8 Nennungen), Unterhaltungselektronik (7 Nennungen) sowie im Unterschied zum Innenstadt-Ergänzungsbereich das Sportsortiment (7 Nennungen).

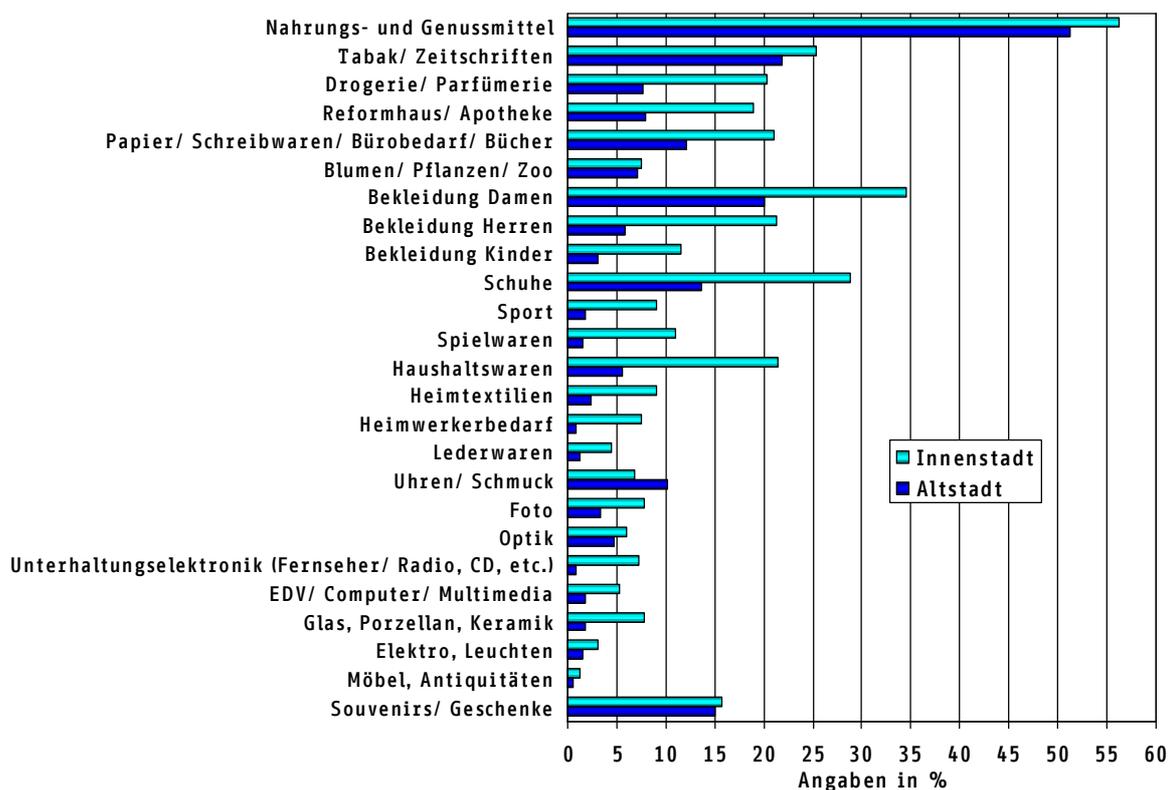
Abb. 24: Aus Kundensicht fehlende Sortimente in der Innenstadt



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 175; Zielgruppe: 20 bzw. 39 Befragte, denen Sortimente im Einzelhandelsangebot in der Innenstadt bzw. in der Altstadt von Büdingen fehlen

In diesem Zusammenhang, aber auch als ein indirektes Merkmal zur Beurteilung der Einzelhandelssituation in Büdingen, ist von Interesse, welche Sortimente die Passanten in der eng abgegrenzten Innenstadt bzw. dem Innenstadtergänzungsbereich von Büdingen üblicherweise einkaufen (vgl. Abb. 25).

Abb. 25: In der Innenstadt gekaufte Sortimente



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 141; Zielgruppe: 400 Befragte, die bereits mehrmals in der Innenstadt von Büdingen etwas gekauft haben bzw. 338 Befragte, die bereits mehrmals in der Altstadt von Büdingen etwas gekauft haben

Deutlich wird die größere Bedeutung der eng abgegrenzten Innenstadt als Einkaufsort im Verhältnis zum Innenstadt-Ergänzungsbereich, was insbesondere auf ihren größeren Einzelhandelsbesatz und die höhere Dichte sowie die unterschiedliche Besuchsmotivation der beiden Teilbereiche zurückzuführen ist (vgl. Kap. 4.2.2 sowie auch Kap. 3.3, insb. Abb. 7) und auch durch die negativere Bewertung des Einzelhandelsangebots in dem historischen Altstadtbereich bestätigt wird (vgl. Abb. 23, S. 63). In allen Sortimenten mit Ausnahme von Uhren/ Schmuck verzeichnen die üblicherweise in der Innenstadt gekauften Sortimente höhere Anteile als in dem Innenstadtergänzungsbereich. Die Anteile der in der Innenstadt gekauften Sortimente



Nahrungs-/ Genussmittel, Tabak/ Zeitschriften und Souvenirs, Geschenke sind jedoch nur geringfügig höher sind als im Ergänzungsbereich.

Ein Schwerpunkt der Einkäufe liegt bei den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmitteln in der eng abgegrenzten Innenstadt wie auch in dem Innenstadt-Ergänzungsbereich vor. Diese werden dabei insbesondere von den befragten Kunden aus Büdingen in der eng abgegrenzten Innenstadt und dem historischen Altstadtbereich gekauft (65% bzw. 61%), aber auch bei den Befragten von außerhalb ist mit 37% bzw. 28% ein relativ hoher Anteil zu verzeichnen. Das Ergebnis zeigt, dass der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt von Büdingen eine Versorgungsfunktion im Bereich Lebensmitteln besitzt, wozu neben den zwei dort angesiedelten Lebensmittelgeschäften mit einem umfassenden Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln (Supermarkt an der Bahnhofstraße und Lebensmittel-SB-Geschäft an der Neustadt) auch die zahlreichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks, die Lebensmittelfachgeschäfte und der Wochenmarkt beitragen.

Das Sortiment Damenbekleidung erreicht insbesondere in der eng abgegrenzten Innenstadt einen hohen Anteil (rd. 35%) und wird nach der Herkunftsgruppe auch von den befragten Passanten aus dem Umland (37%) nachgefragt. Schuhe (29 %) werden in annähernd gleichen Anteilen von den Befragten aus der Stadt Büdingen und von außerhalb in der eng abgegrenzten Innenstadt gekauft. Den viertgrößten Anteil erreichen Tabak/ Zeitschriften (25%). Dieses Sortiment stellt in dem Innenstadt-Ergänzungsbereich hingegen das am zweithäufigsten gekaufte Sortiment dar (22%) und verzeichnet vor allem bei den Befragten aus Büdingen einen hohen Anteil (26%).

Die Innenstadt von Büdingen wird demnach - größtenteils herkunftsunabhängig - sowohl für den Kauf nahversorgungsrelevanter Sortimente als auch für den Erwerb typischer innenstadtprägender Sortimente aufgesucht.

#### **4.2.4.2 Einkaufsmotiv**

Die Nähe zum Wohnort wie auch kurze Wege sind die Hauptmotive der befragten Passanten für einen Einkauf in der eng abgegrenzten Innenstadt wie auch in dem Innenstadtergänzungsbereich von Büdingen (vgl. Abb. 26). Dies macht die Bedeutung der Wohnfunktion der Innenstadt deutlich: Wer in der Nähe wohnt, kauft i.d.R. auch in dieser ein. Dieses gilt insbesondere für den Bereich der eng abgegrenzten Innenstadt: Für 43% der Kunden stellt die Nähe zum Wohnort das Hauptmotiv dar.



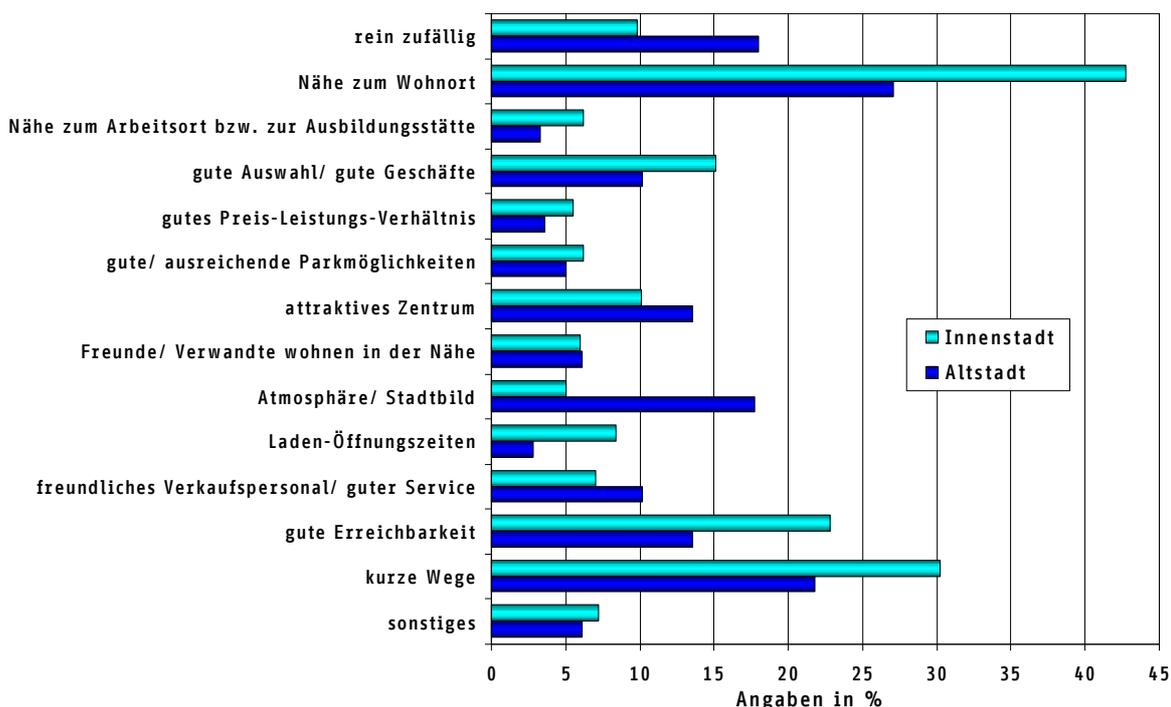
Daneben spielt auch die gute Erreichbarkeit eine wichtige Rolle für den Einkauf in diesem Teilbereich (23%).

In dem historischen Altstadtgebiet sind im Gegensatz zur eng abgegrenzten Innenstadt auch die Atmosphäre/ Stadtbild und das attraktive Zentrum wichtige Faktoren für den Einkauf, insbesondere für die Kunden von außerhalb.

In der Gesamtbetrachtung werden neben der Bedeutung der Wohnfunktion und einer guten Erreichbarkeit auch die Bedeutung des attraktives Stadtbildes und einer ansprechenden Atmosphäre als unverzichtbare Bausteine für die Funktionalität des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt evident.

Die gute Auswahl bzw. die guten Geschäfte in der Innenstadt von Büdingen wurden dagegen nur von rd. 10% der Befragten in dem Innenstadt-Ergänzungsbereich bzw. 15% dem abgegrenzten Bereich als Einkaufsmotiv benannt. Dies unterstreicht die Aussagen zu den Defiziten im Einzelhandelsangebot des historischen Altstadtbereiches.

**Abb. 26: Motivation für einen Einkauf in der eng abgegrenzten Innenstadt bzw. in dem Innenstadtergänzungsbereich (Altstadt) von Büdingen**



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 142/ 182; Zielgruppe: 362 Befragte, die schon einmal in der Altstadt von Büdingen bzw. 417 Befragte, die schon einmal in der eng abgegrenzten Innenstadt eingekauft haben



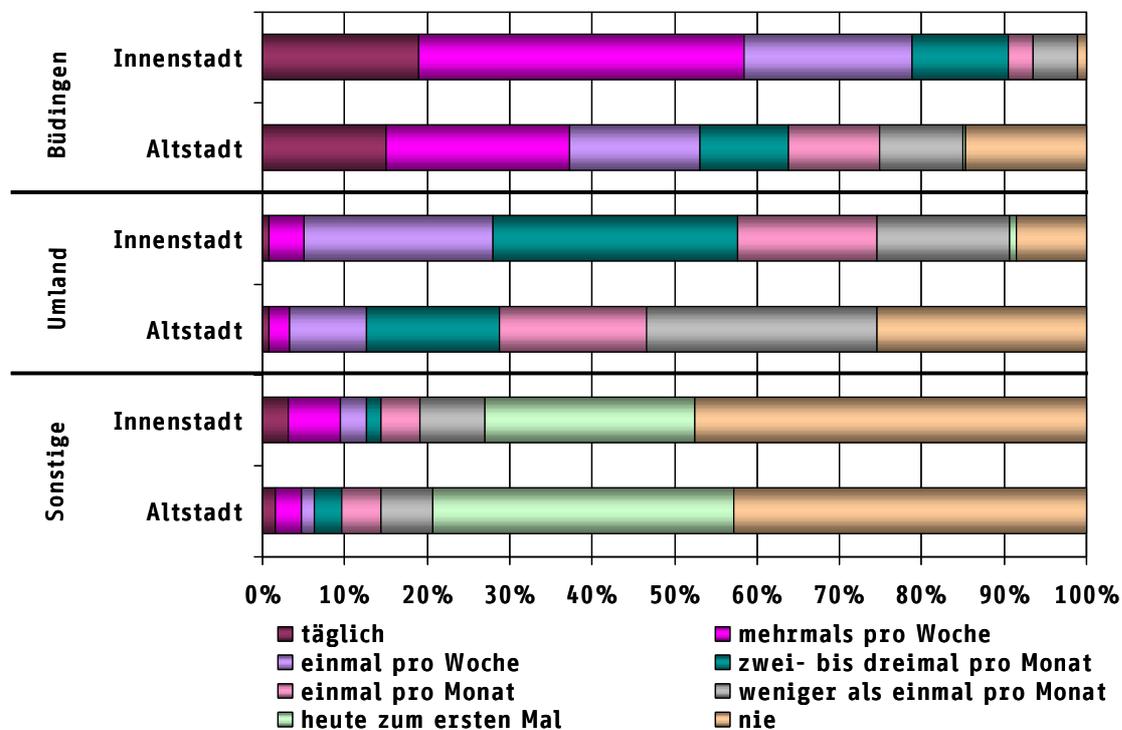
#### 4.2.4.3 Einkaufshäufigkeit

Die Frage nach der Häufigkeit des Einkaufs in einem Zentrum deutet u.a. auf den Stammkundenanteil hin. Kunden, die ein Zentrum mindestens einmal wöchentlich aufsuchen, werden mithin als Stammkunden bezeichnet: Von den Befragten können insgesamt rd. 57% als Stammkunden in der eng abgegrenzten Innenstadt und 36% als Stammkunden in dem Innenstadt-Ergänzungsgebiet bezeichnet werden (vgl. Frage 140, 180 Anlagenband). Im Vergleich zu ähnlichen Befragungen in anderen Städten - üblicherweise liegt der Stammkundenanteil bei mindestens 60% - ist dies ein relativ niedriger Anteil.

Der niedrige Wert ist insbesondere auf den geringen Stammkundenanteil auswärtiger Kunden zurückzuführen, die zum Teil als Touristen nach Büdingen kommen: In dem Innenstadt-Ergänzungsbereich beträgt der Anteil der Stammkundschaft bei den Kunden aus dem näheren Umland 13% und aus den sonstigen Gebieten 6%.

Erwartungsgemäß kaufen die Befragten aus Büdingen am häufigsten in der Innenstadt ein, jedoch mit einer eindeutigen Präferenz für dessen eng abgegrenzten Bereich: Der Stammkundenanteil der Kunden aus Büdingen beträgt hier 78%, in dem historischen Altstadtgebiet hingegen nur 53%.

Abb. 27: Häufigkeit des Einkaufs in der Büdinger Innenstadt bzw. Innenstadt-Ergänzungsbereich (Altstadt) - nach Herkunft



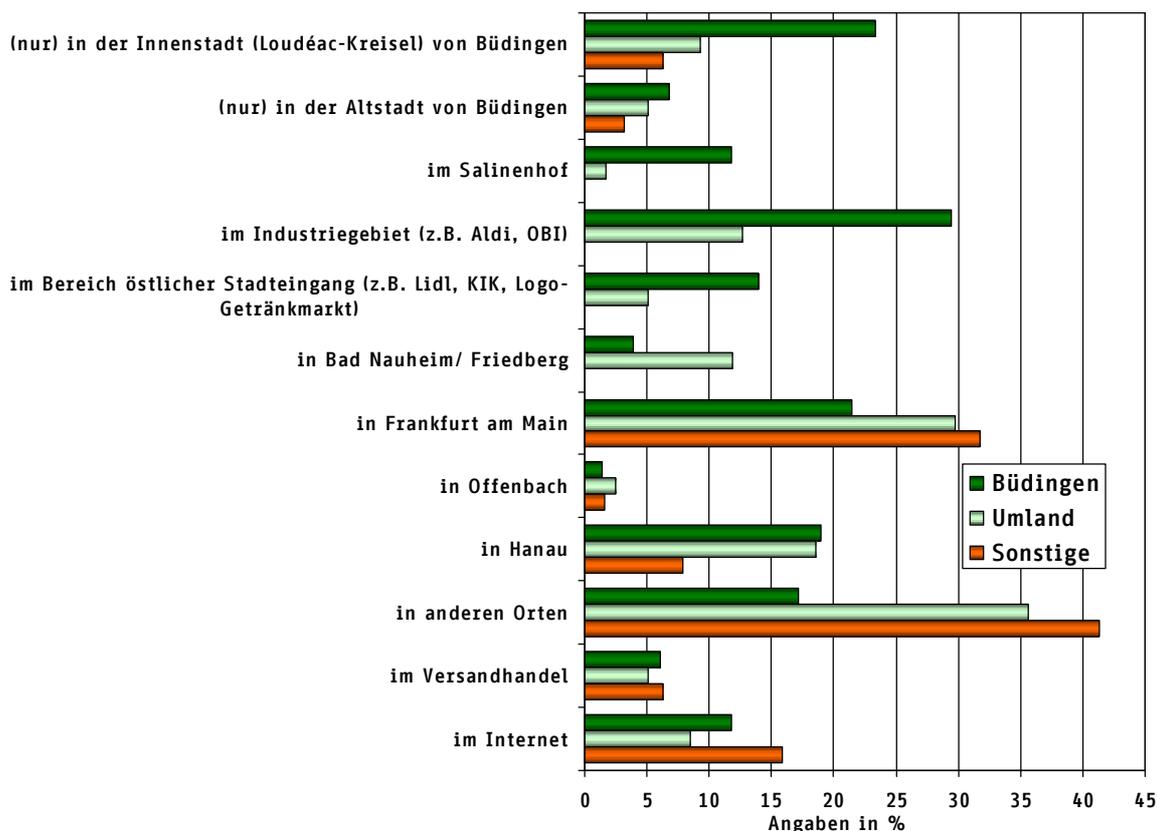
Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 140 und 180; Zielgruppe: alle Befragten

#### 4.2.4.4 Konkurrenzorte

Im Rahmen der Passantenbefragung wurde auch nach den Konkurrenzorten von Büdingen gefragt. Dabei ergab sich, dass das Oberzentrum Frankfurt am Main den Hauptkonkurrenzort außerhalb der Stadt Büdingen darstellt. Die Sortimente, die an diesem Einzelhandelsstandort eingekauft werden, sind - ähnlich wie in Bad Nauheim/ Friedberg, Offenbach, Hanau oder anderen Orten - überwiegend die klassischen Innenstadtsortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches wie Bekleidung und Schuhe (vgl. Frage 1190 bis 1199 im Anlageband).

Daneben kaufen die Befragten vor allem in dem südlich der Kernstadt gelegenen Industriegebiet ein, in dem sich u.a. zwei Lebensmittelversorgungsbetriebe und ein Baumarkt befinden und die befragten Passanten überwiegend die Hauptsortimente der dort ansässigen Betriebe nachfragen. Damit liegt der nach Frankfurt am Main größte Konkurrenzstandort zur Innenstadt im Stadtgebiet von Büdingen selbst.

Abb. 28: Hauptkonkurrenzorte des Büdinger Einzelhandels nach Herkunft (Frage: Wo kaufen Sie regelmäßig noch ein?)



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 1182; Zielgruppe: alle Befragten



Differenziert nach Herkunftsgruppen (vgl. Frage 1182 im Anlagenband) wird deutlich, dass die Befragten,

- aus Büdingen selbst außer in der Innenstadt insbesondere in dem Industriegebiet einkaufen (gut 29%),
- aus dem Umland von Büdingen vor allem in anderen Orten (rd. 36%) und Frankfurt am Main ihre Einkäufe tätigen (rd. 30%) und die Befragten
- aus den sonstigen Orten und Regionen erwartungsgemäß insbesondere in anderen Orten (rd. 41%) sowie auch Frankfurt (rd. 32%) einkaufen.

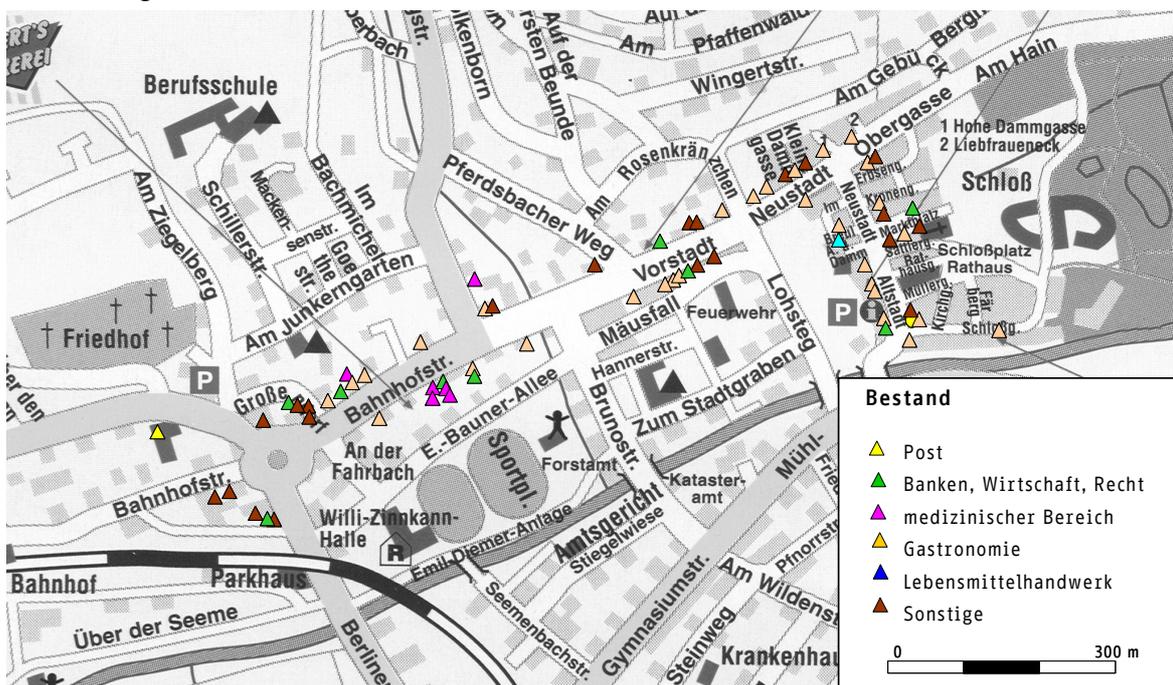
#### **4.2.5 Dienstleistungsangebot in der Innenstadt**

Zu einer lebendigen Innenstadt gehört neben einem vielseitigen Einzelhandelsangebot ein attraktives Dienstleistungsangebot, bestehend aus z.B. einzelhandelsnahen Dienstleistungen, Banken, medizinischen Einrichtungen. Bestimmte Dienstleistungen dienen darüber hinaus dem Einzelhandel als Frequenzbringer: So nannten insgesamt knapp 7% der Befragten einen Arztbesuch als Grund für das Aufsuchen der (vgl. Frage 80 im Anlagenband). Im Umfeld von Ärzten gibt es i.d.R. Apotheken, Optiker, Sanitätshäuser, Akustiker, so dass ein Verbleib von Ärzten in der Innenstadt wesentlich für einen Funktionsmix ist und zur Frequenz in dieser beiträgt.

In der folgenden Karte ist das Dienstleistungsangebot in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Büdingen sowie den angrenzenden Bereichen dargestellt.

Die räumliche Verteilung des Dienstleistungsangebotes ist der Verteilung des Einzelhandelsangebotes entlang der Bahnhofstraße, Vorstadt, Neustadt und Altstadt größtenteils entsprechend. Allerdings ist die Dichte des Besatzes insbesondere im Bereich der Vorstadt und Bahnhofstraße geringer. Hervorzuheben ist die Konzentration der Angebote des Gastronomie-segmentes im Gebiet des Innenstadt-Ergänzungsbereiches. Ein Schwerpunkt an Dienstleistungen im medizinischen Bereich bildet hingegen die Bahnhofstraße.

Karte 6: Dienstleistungsangebot in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und angrenzenden Bereichen



Quelle: eigene Erhebung August/ September 2007

Neben den in Karte 6 verzeichneten Dienstleistungen tragen auch öffentliche Einrichtungen wie das Rathaus oder die Willi-Zinnkann-Halle und weitere Einrichtungen, die sich direkt oder in unmittelbarer Nähe der Einzelhandels-Innenstadt befinden, zu deren Attraktivität und Frequenz bei.

#### 4.2.6 Beurteilung des Dienstleistungs- und Gastronomieangebotes in der Innenstadt von Büdingen durch die Kunden

Im Rahmen der Passantenbefragung hatten die Kunden auch die Möglichkeit, das Dienstleistungsangebot allgemein wie auch das Büdinger Gastronomieangebot im Speziellen zu bewerten.

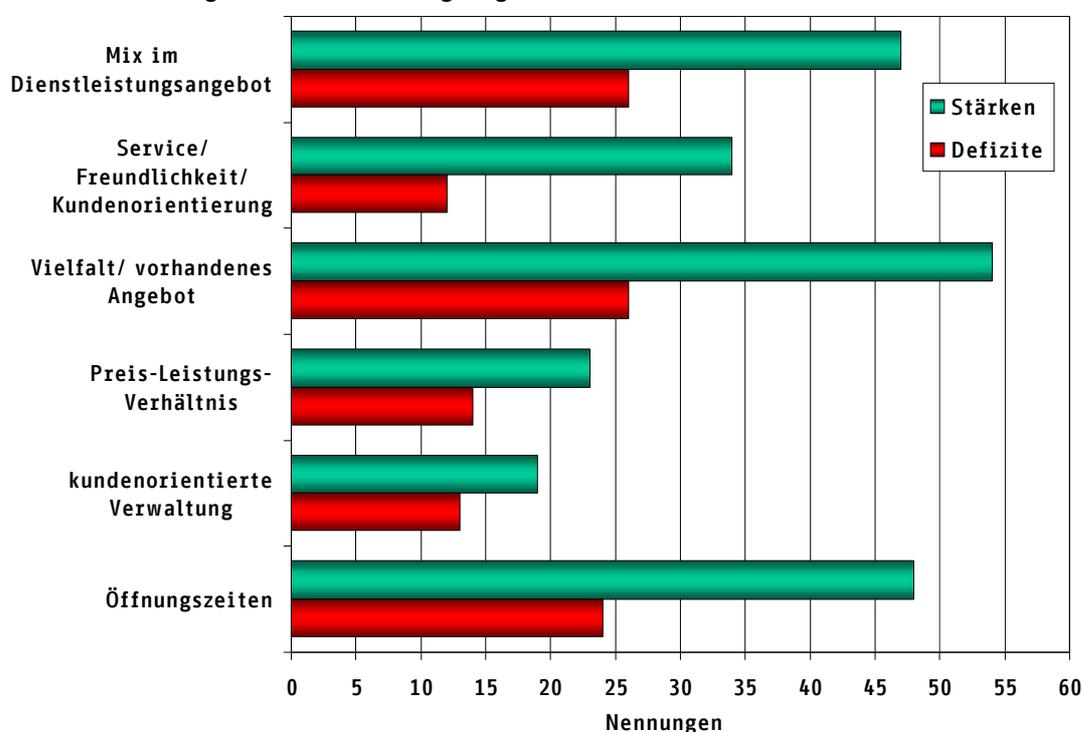
Das Dienstleistungsangebot in der Innenstadt wurde von den befragten Kunden deutlich positiv bewertet: 128 Befragte sehen in diesem Bereich Stärken, 69 Schwächen (vgl. Abb. 29). Im Hinblick auf die Bewertung der zwei Teilbereiche eng abgegrenzte Innenstadt und Innenstadt-Ergänzungsbereich ergeben sich jedoch signifikante Unterschiede in der Beurteilung durch die Kunden. Während 98 Befragten in der eng abgegrenzten Innenstadt Stärken und lediglich 23 Schwächen im Dienstleistungsangebot wahrnehmen, ergibt die Passantenbefragung in dem Bereich der historischen Altstadt ein konträres Bild. Danach sehen lediglich 30 Befragte in die-



sem Gebiet Stärken, hingegen 46 Kunden Defizite (vgl. Frage 155/ 165 und 195/ 205 im Anlagenband).

Bezogen auf die Einzelbereiche wie z.B. Vielfalt/ vorhandenes Angebot überwiegen insgesamt deutlich die Stärken (vgl. Abb. 29), was auf die ausnahmslos positive Bewertung der Einzelaspekte in der eng abgegrenzten Innenstadt zurückzuführen ist. In dem Innenstadt-Ergänzungsbereich werden lediglich die Aspekte Preis-Leistungsverhältnis sowie Service/ Freundlichkeit/ Kundenorientierung in der Mehrzahl als Stärken, die weiteren Einzelbereiche in der Mehrheit hingegen als Schwächen benannt.

Abb. 29: Bewertung des Dienstleistungsangebotes in der Innenstadt durch die Passanten



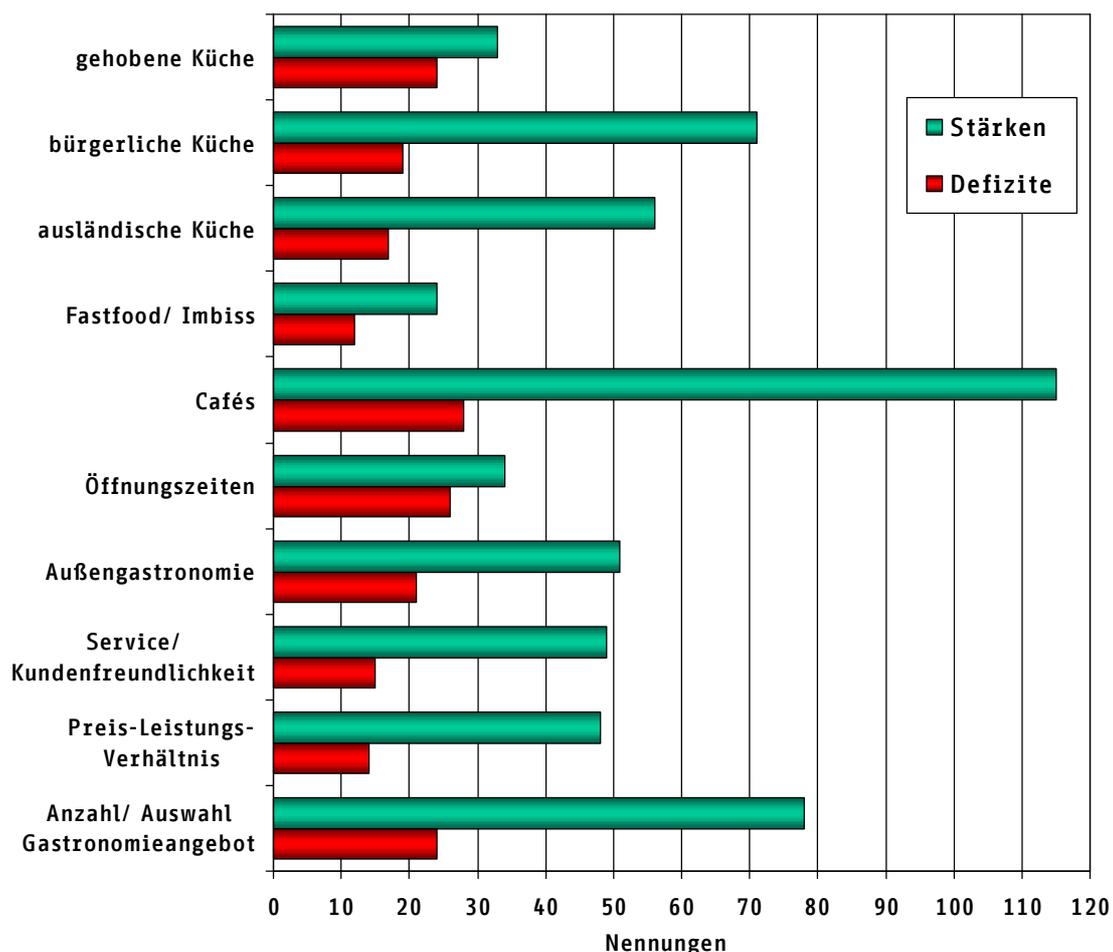
Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 163 und 179 sowie 203 und 219; Zielgruppe: 128 Befragte, die Stärken im Dienstleistungsangebot sehen; 69 Befragte, die Schwächen im Dienstleistungsangebot sehen

Das Gastronomieangebot in der Büdinger Innenstadt wurde durch die Kunden ebenfalls insgesamt sehr positiv bewertet. 211 Befragte haben angegeben, dass sie hier Stärken sehen, nur 87 Befragte sehen Defizite in diesem Bereich (vgl. Abb. 30, S. 73, Frage 155/ 165 und 195/ 205 im Anlagenband). Im Vergleich zu ähnlichen Befragungen in anderen Städten ist dies eine sehr positive Beurteilung.

Auch bezogen auf die Einzelbereiche dominieren allgemein deutlich die positiven Aspekte (vgl. Abb. 29). In dem Innenstadt-Ergänzungsbereich mit einem hohen Besatz

an Gastronomiebetrieben (vgl. Kap. 4.2.5, insb. Karte 6) sind dabei insgesamt mehr Nennungen als in der eng abgegrenzten Innenstadt zu konstatieren. Vor allem das Angebot an Cafés wird in dem historischen Altstadtgebiet besonders positiv bewertet. Lediglich in der eng abgegrenzten Innenstadt überwiegen im Hinblick auf die Angebote der gehobenen Küche nach Anzahl der Nennungen die Defizite gegenüber den Stärken.

Abb. 30: Bewertung des Gastronomieangebotes in der Innenstadt durch die Passanten



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 157 und 171 sowie 197 und 211; Zielgruppe: 211 Befragte, die Stärken im Gastronomieangebot sehen; 87 Befragte, die Schwächen im Gastronomieangebot sehen

#### 4.2.7 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Büdingen

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt erstreckt sich linear im Wesentlichen entlang der Bahnhofstraße ab dem Verkehrskreisel Berliner/ Düdelsheimer Straße (B 457) in Richtung Osten bis in die Vorstadt. Der zentrale Versorgungsbereich Innen-

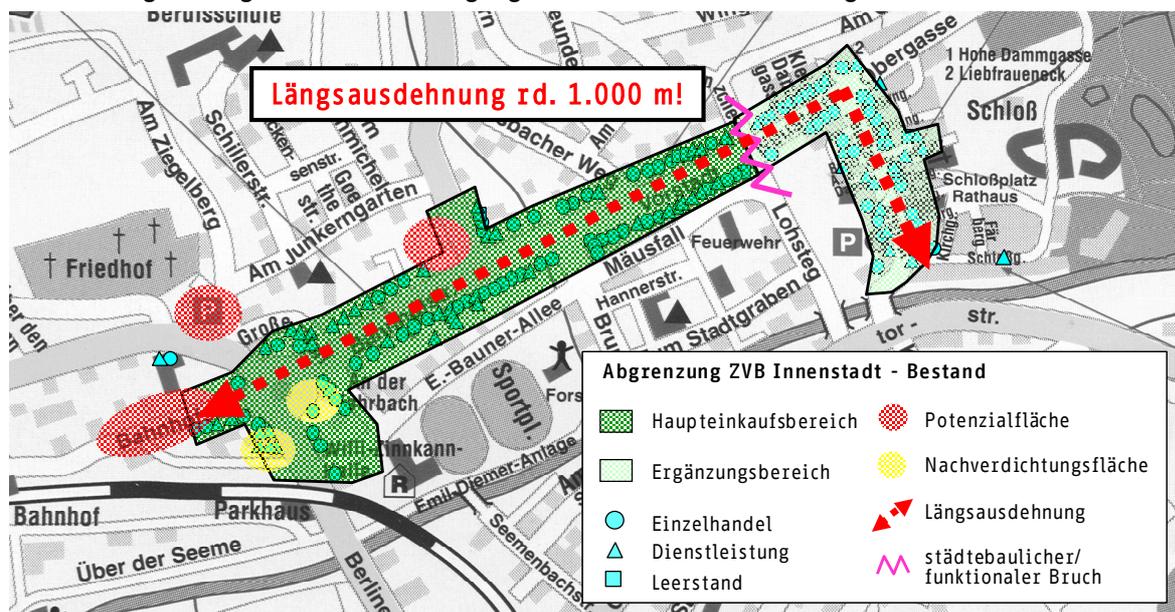


stadt setzt sich ab dem Übergang von der Vorstadt in die Neustadt (Jerusalemertor) über einen Rechtsknick in die Altstadt bis zum Seemenbach (Mühltorbrücke) als Ergänzungsbereich fort. Insgesamt ergibt sich somit eine L-förmige Abgrenzung des zentrale Versorgungsbereich Innenstadt. Die Längsausdehnung entlang der beschriebenen Achse beträgt knapp 1.000 m und ist auf Grund städtebaulicher wie funktionaler Unterschiede in drei Bereiche unterteilbar:

- Bahnhofstraße
- Vorstadt
- Alt-/ Neustadt

Im Folgenden werden die funktional-städtebaulichen Stärken und Schwächen dieser drei Teilbereiche des zentrale Versorgungsbereich Innenstadt dargestellt und fotografisch dokumentiert. Ein Abgrenzungsvorschlag für den zentrale Versorgungsbereich Innenstadt ist in Karte 7 dargestellt.

Karte 7: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Büdingen



Quelle: eigene Erhebung August/ September 2007; Kartengrundlage: Stadt Büdingen



## Stärken

### Bahnhofstraße

- In der Bahnhofstraße werden Waren aus allen Bedarfsbereichen angeboten - es herrscht ein vielfältiges Angebot vor. Die typischen innenstadtrelevanten Sortimente sind in Konkurrenzsituation vorhanden. Diese Vielfalt ergibt sich durch das Angebot und das ausgeglichene Verhältnis von Filialbetrieben zu inhabergeführten Fachgeschäften bzw. von großen zu kleinen Einzelhandelsbetrieben. Neben "gewöhnlichen Warensortimenten" sind in einigen Fachgeschäften auch spezielle Warensortimente vorhanden, die dem Einzelhandelsangebot insgesamt mehr Individualität verleihen.
- Von der Berliner Straße bis in den sich anschließenden Verkehrskreisel liegt ein sehr dichter Einzelhandelsbesatz vor. Hier sind Verkaufsflächen z.T. auch in den Obergeschossen großflächiger Einzelhandelsbetriebe vorhanden. Die insgesamt vier großflächigen Betriebe erfüllen Frequenzbringerfunktion und besitzen eine starke Magnetwirkung. Hierbei handelt es sich um ein Warenhaus, einen Supermarkt, ein Bekleidungs- sowie ein Haushaltswarengeschäft.
- Die hohe Angebotsdichte ruft in diesem Bereich eine entsprechende Passanten-/Kundenfrequenz hervor; es kann von einem belebten Innenstadtbereich gesprochen werden. Die Einzelhandels- und Passantendichte ist in diesem Bereich höher als im restlichen zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.
- Im Teilbereich Bahnhofstraße ist durch einen großflächigen Supermarkt unmittelbar am Verkehrskreisel Berliner/ Düdelsheimer Straße eine umfassende Lebensmittelversorgung gegeben. Dieses Angebot wird durch verschiedene Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäcker und Metzger), Reform- und Drogeriewarengeschäfte sowie spezielle Lebensmittelfachgeschäfte bzw. sonstige Einzelhandelsbetriebe mit rudimentären Nahrungs- und Genussmittelangeboten ergänzt.
- Im Teilbereich Bahnhofstraße waren zum Zeitpunkt der Befragung im Mai 2007 nur zwei Leerstände vorzufinden. Das in der Erdgeschosszone nahezu durchgehende Einzelhandelsangebot wird durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ergänzt. Wichtige zentrenprägende Dienstleistungsbetriebe sind u.a. Geldinstitute, medizinische Einrichtungen, Frisöre und Reinigungen.



Foto 1: großflächiger Supermarkt und Kaufhaus am Verkehrskreisel



Quelle: eigenes Foto September 2007

Foto 2: Kaufhaus - Eingangssituation aus Süden



Quelle: eigenes Foto September 2007

- Der beschriebenen Einzelhandels- und Passantendichte wird auch städtebaulich entsprochen: Um den Verkehrskreisel gruppieren sich in geschlossener Bauweise mehrere bis zu fünfgeschossige moderne Gebäude, die auch eine klar erkennbare Eingangssituation aus Süden darstellen. Die neu errichteten Gebäudekomplexe (u.a. Casa Atrium) zeugen von vorhandenem Investitionswillen während der letzten Jahre.
- Der Kreisverkehr hebt sich auch in Bezug auf die Gestaltung des öffentlichen Raums von der restlichen (nach Osten verlaufenden) Bahnhofstraße ab. Durch diverse Gestaltungselemente wie u.a. Skulpturen und Grünpflanzung übernimmt dieser eine Orientierungs- und Verteilerfunktion, wenngleich dieser nicht begehbar ist. Die Fußwegbereiche um den Verkehrskreisel sind breit angelegt und durch Aufpflasterung ihrer Funktion entsprechend gestaltet.
- Die Bahnhofstraße weist eine sehr gute Erreichbarkeit sowohl per Pkw als auch per ÖPNV (Bus und ferner Bahn) auf. Pkw-Stellplätze sind sowohl dezentral im Straßenraum als auch zentral auf diversen Sammelparkplätzen (ebenerdig oder im Parkhaus) in fußläufiger, z.T. unmittelbarer Nähe zu den Betrieben ausreichend vorhanden<sup>57</sup>.
- Der zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gehörende Teilbereich Bahnhofstraße weist relativ viele Flächen- und Nachverdichtungspotenziale auf. Hierunter sind sowohl Brachflächen und untergenutzte Flächen (u.a. das in der Bahnhofstraße westlich des Verkehrskreisels unmittelbar an den zentralen Versor-

<sup>57</sup> Es wurde hierfür keine verkehrliche Untersuchung durchgeführt. Diese Aussage bezieht sich auf den Vor-Ort-Eindruck der zur Verfügung stehenden Parkplätze.

gungsbereich Innenstadt anschließende Postgelände ) als auch horizontale wie vertikale Nachverdichtungsmöglichkeiten im Bestand (u.a. eingeschossiger Flachdachbau direkt am Kreisel) zu verstehen. Zwar sind solche "städtebaulichen Lücken" zunächst als Schwächen zu deklarieren (s.u.), jedoch zeigen sie gleichzeitig Möglichkeiten für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt auf (vgl. Kap. 7.3.1).

### **Vorstadt**

- Die Vorstadt weist gegenüber der Bahnhofstraße eine geringere funktionale Dichte mit einem vergleichsweise hohen Grad an Wohnnutzungen in der Erdgeschosszone auf. Dennoch wird die Vorstadt ganz wesentlich durch Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe geprägt.
- Kleinteilige Einzelhandelsstrukturen bestimmen das Bild. Es sind im Wesentlichen augenscheinlich inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe mit z.T. speziellem Bedarf vorhanden, was einen eher individuellen Angebotscharakter entstehen lässt.
- Es ist ein ausgeglichenes Angebot an kurz- bis langfristigen Warensortimenten vorhanden. Die Lebensmittelversorgung wird durch ein kleines Lebensmittel-SB-Geschäft und insbesondere durch die fußläufige Nähe zum Supermarkt in der Bahnhofstraße bzw. zum Lebensmittel-SB-Markt in der Neustadt (s.u.) gewährleistet.
- Das Einzelhandelsangebot wird durch gastronomische Betriebe aller Art (von Cafés bis Restaurants) auf attraktive Art und Weise ergänzt. Trotz relativ beengter Platzverhältnisse im Straßenraum werden ansprechend gestaltete Außensitzbereiche angeboten.

**Foto 3: kleine Fachgeschäfte in der Vorstadt**



Quelle: eigenes Foto September 2007

**Foto 4: Außengastronomie in der Vorstadt**



Quelle: eigenes Foto September 2007



- Städtebaulich ist ein durchweg historischer, vorwiegend durch Fachwerkhäuser geprägter Stadtbereich auszumachen. Die geschlossene, zwei- bis dreigeschossige und fortlaufend traufständige Bauweise vermittelt ein städtebaulich homogenes Erscheinungsbild. Die in Einklang zum historisch geprägten Umfeld (Fachwerkhäuser und Stadtmauer) stehende Gestaltung des öffentlichen Raums (u.a. Pflasterung, Straßenlaternen) verstärkt diesen Eindruck.
- Die fortlaufend historische Bebauung und die Blickbeziehung zur weiter östlich verlaufenden mittelalterlichen Stadtmauer mit dem markanten Jerusalemer Tor vermitteln einen hohen Identifikationswert in diesem Bereich.
- In der als Tempo 30-Zone ausgewiesenen Vorstadt ist hauptsächlich Ziel- und Quellverkehr - aber kein störender Durchgangsverkehr - vorhanden.

### **Neustadt/ Altstadt**

Der Teilbereich Neu-/ Altstadt wird neben Einzelhandel stark durch Wohn- und Dienstleistungsnutzung sowie vor allem durch öffentliche, kulturelle und gastronomische Einrichtungen geprägt. Hierin ist der Hauptgrund für die vorgenommene Einstufung als Ergänzungsbereich zu sehen. Der Ergänzungsbereich stellt aber ebenso Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt dar wie die bereits beschriebenen Teilbereiche:

- Im gesamten Teilbereich Neu-/ Altstadt sind keine großflächigen Einzelhandelsbetriebe vorzufinden. Lediglich zwei Betriebe (ein Bekleidungsgeschäft sowie ein Lebensmittel-SB-Markt) weisen Verkaufsflächen von über 100 qm auf. In diesen historisch bedingt kleinteiligen Strukturen sind überwiegend inhabergeführte Fachgeschäfte mit in der Regel individuellen und z.T. hochwertigen Angeboten ansässig (u.a. Juwelier/ Goldschmied, Optik, Antiquitäten), was sich z.T. auch auf eine ansprechende Schaufenstergestaltung und Warenpräsentation auswirkt.
- In Einzelfällen ist zu erkennen wie trotz kleinteiliger Strukturen durch realisierte Verkaufsflächenzusammenlegungen dem Sortiment entsprechend sinnvolle Betriebsgrößen geschaffen werden konnten.

**Foto 5: kleinteilige Einzelhandelsstrukturen in der Altstadt**



Quelle: eigenes Foto September 2007

**Foto 6: Verkaufsflächenzusammenlegung in der Neustadt**



Quelle: eigenes Foto September 2007

- Es besteht insgesamt ein ausgeglichenes Angebotsverhältnis zwischen den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereichen. Die Lebensmittelnahverversorgung wird im Wesentlichen durch einen kleinen Lebensmittel-SB-Markt, diverse Lebensmittelhandwerksbetriebe und Lebensmittelfachgeschäfte sichergestellt.
- Ergänzende Lebensmittelnahverorgungsfunktion übernimmt der freitags stattfindende Wochenmarkt auf dem zusammenhängenden Platzbereich Marktplatz/ Auf d. Damm. Über seine ergänzende Nahversorgungsfunktion hinaus besitzt der Wochenmarkt auch eine wichtige sozial-kommunikative Wirkung und leistet damit einen Beitrag zur Belebung des öffentlichen Raums.

**Foto 7: kleiner Lebensmittel-SB-Markt in der Neustadt**



Quelle: eigenes Foto September 2007

**Foto 8: Wochenmarkt auf dem Marktplatz/ auf d. Damm**



Quelle: eigenes Foto August 2007

- Das vorhandene Einzelhandelsangebot wird durch eine Vielzahl an Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben (von Cafés bis Restaurants) attraktiv ergänzt. Trotz der



überwiegend engen Straßenräume werden ansprechend gestaltete Außensitzbereiche angeboten. Insbesondere auf dem Marktplatz als zentraler Platzraum wie aber auch in weiteren kleineren Platz- und Straßenräumen zeigen sich einladende Außengastronomien.

- Wichtige zentrenprägende Funktion übernehmen auch die öffentlichen bzw. kulturellen Einrichtungen wie u.a. das historische Rathaus mit dem darin befindlichen Heusonmuseum, das 50er-Jahre-, das Metzger-, das Modellbau- sowie das Sandrosen-Museum und ein Kino. Funktional gesehen unterscheidet sich die Neu-/ Altstadt wesentlich von den bisher aufgezeigten Teilbereichen, indem Passantenfrequenz "nicht nur" bzw. "nicht hauptsächlich" durch Einzelhandel erzeugt wird.
- Städtebaulich gesehen zeigt sich ein in sich geschlossener Stadtbereich. Dieser Eindruck entsteht vor allem durch die rundherum verlaufende, mittelalterliche Festungsmauer mit ihren Eingangstoren. Die Neu-/Altstadt grenzt sich somit nicht nur unter funktionalen, sondern auch unter städtebaulichen Aspekten vom Haupteinkaufsbereich Bahnhofstraße bis Vorstadt deutlich ab.

Foto 9: Außengastronomie in der Neustadt



Quelle: eigenes Foto September 2007

Foto 10: Historisches Rathaus/ Heusonmuseum



Quelle: eigenes Foto September 2007

- Städtebaulich-architektonisch markante Gebäude kennzeichnen klar die Zugangsbereiche in die Alt-/ Neustadt. Von Westen stellt das 1503 als Doppelturmanlage vollendete Jerusalemer Tor (auch Untertor genannt) als einziges noch erhaltenes Tor der Büdinger Stadtbefestigung den markantesten Eingang in die Neustadt dar. Aus Süden ergibt sich durch den Gang über die Mühltorbrücke (ehemaliges Mühlentor) und durch die Blickbeziehung zum Steinernen Haus eine ebenfalls imposante wie eindeutige Eingangssituation. Es zeigt sich ein durchweg historisch, vorwiegend durch mittelalterliche Bebauung geprägter Stadtbereich. Die über-

wiegend geschlossene, meist drei- bis maximal fünfgeschossige (Fachwerk-)Bauweise vermittelt ein städtebaulich homogenes und sehr attraktives Erscheinungsbild. Die überwiegend mittelalterliche Bausubstanz zeigt sich in einem meist guten sanierten Zustand. Entsprechend der Entstehungszeit sind eher enge und z.T. geschwungene Straßenzüge vorhanden, die eine individuelle Wegeführung und Flair aufweisen.

- Durch die mittelalterlich geprägte Bebauung kann von einem städtebaulichen Ensemble gesprochen werden, welches in seinem gesamten Erscheinungsbild als ein architektonisches Highlight zu umschreiben ist. Aus diesem Ensemble stechen besonders repräsentative, zentrenprägende Gebäude hervor und setzen zusätzliche Akzente: Das bereits beschriebene Jerusalemer Tor (1503) (vgl. Foto 11) stellt das Wahrzeichen der Stadt Büdingen dar, das Historische Rathaus (1458) und der Schwan als ein spätgotischer Bau (1490) sowie das Steinernes Haus (1510) (vgl. Foto 12) nahe dem südlichen Eingangsbereich heben sich durch aufwendige Architekturformen und Fassadengestaltung (u.a. Staffelgiebel) sowie Gebäudehöhen von ihrem bebauten Umfeld ab. Es bestehen zudem Blickbeziehungen zu weiteren markanten Gebäuden außerhalb des abgegrenzten Ergänzungsbereichs, so u.a. zur unmittelbar östlich des Markplatzes gelegenen spätgotischen Marienkirche (1476 - 1491) sowie zum Schloss Büdingen (12./ 13. Jhdt.). Diese markanten Gebäude stellen wichtige Merk- und Orientierungspunkte dar, insbesondere für ortsunkundige Passanten (z.B. Touristen).

**Foto 11: Jerusalemer Tor - Eingangssituation aus Westen**



Quelle: eigenes Foto September 2007

**Foto 12: Steinernes Haus - Eingangssituation aus Süden**



Quelle: eigenes Foto September 2007



- Die Gestaltung des öffentlichen Raums passt sich durch Merkmale wie durchgehende eine Bodenpflasterung oder auch klassisch gestaltete Straßenlaternen der historisch bedeutsamen Bebauung an. Durch die gut erhaltene mittelalterliche Bausubstanz und einer angepassten Gestaltung des öffentlichen Raums weisen die engen Straßen- und Platzräume ein besonderes Innenstadtfair auf.
- Der von einer historisch imposanten Kulisse geschlossene Platzbereich Markt- platz/ auf d. Damm lädt durch seine Gestaltungselemente (u.a. öffentliche Sitz- bänke und historischer Brunnen) und attraktiven Außengastronomien zum Ver- weilen ein. Angesichts seiner attraktiven städtebaulichen Situation und der an- grenzenden Geschäfte und gastronomischen Betriebe ist der Marktplatz der wich- tigste Treff- und Kommunikationspunkt innerhalb der Neu-/ Altstadt. Durch seine relativ offene Gestaltung bleibt dieser für Markttage sowie sonstige Veranstal- tungen (z.B. Gallus-Markt) flexibel nutzbar.
- Zwar wird durch die engen Straßen und Gassen das ebenerdige Parken im Stra- ßenraum erschwert, doch bestehen auch im Altstadtbereich ausreichend zentrale Sammelparkplätze<sup>58</sup>, wie z.B. auf dem Marktplatz oder im rückwärtigen Bereich der Altstadt in Verlängerung der Mühltorbrücke.
- Das attraktive und in sich homogene Stadtbild besitzt einen stark identitätsstif- tenden Charakter und wirkt auch auf Auswärtige (Besucher und Touristen) anzie- hend. Die Voraussetzungen für eine touristische Vermarktung werden genutzt, in- dem z.B. Ausschilderungen in Verbindung mit Stadtrundgängen angeboten werden und zahlreiche Veranstaltungen stattfinden. Touristische Infrastrukturen beste- hen u.a. mit einer Touristen-Information, öffentlichen Toiletten am Marktplatz und einer großen Auswahl an Museen (s.o.), Hotels und Restaurants. Weitere (aus- baufähige) Potenziale sind erkennbar. Die Neu-/ Altstadt bietet eine Vielzahl an städtebaulichen Qualitäten, die insbesondere angesichts der zunehmenden Filiali- sierung im Einzelhandel für ein individuelles Erscheinungsbild entscheidend sind.

---

<sup>58</sup> Es wurde hierfür keine verkehrliche Untersuchung durchgeführt. Diese Aussage bezieht sich auf den Vor-Ort-Eindruck der zur Verfügung stehenden Parkplätze.



## Schwächen

### Bahnhofstraße

- Der dichte funktionale Besatz erstreckt sich nahezu ausschließlich linear entlang des Teilstücks Berliner Straße aber vor allem der Bahnhofstraße. In den Seitenstraßen/ -gassen bricht der Einzelhandels-/ Dienstleistungsbesatz schnell ab, was zu einer insgesamt (zu) langen Ausdehnung führt und eine stärkere (funktionale) Quervernetzung (für eine "Stadt der kurzen Wege") verhindert.
- Die lineare Ausrichtung des Einzelhandels-/ Dienstleistungsangebotes entlang der Bahnhofstraße bzw. die fehlende Quervernetzung lässt sich hinsichtlich der Leerstandsituation im Gebäude des Casa Atrium feststellen, wobei neben der rückversetzten Lage auch der Zuschnitt der Ladenflächen im Erdgeschoss hierzu beiträgt.
- In dieser linearen Ausdehnung entlang der Bahnhofstraße ergeben sich keinerlei Platzräume. Platzsituationen mit zentrenprägenden Angeboten wie u.a. auch großzügige (Außen-)Gastronomien und regem Fußgängerverkehr fehlen. Platzähnliche Situationen ergeben sich allenfalls versteckt in rückwärtigen Hofsituationen (z.B. Innenhof Casa Atrium).
- Die durch Ziel- und Quellverkehr (ruhender MIV im Straßenraum) auch infolge von starkem Durchgangsverkehr belastete Bahnhofstraße ruft eine klare Trennwirkung hervor, was die Verkehrssicherheit und somit auch die Querungsmöglichkeiten für Passanten einschränkt. Insbesondere in der östlichen Bahnhofstraße führen zudem (zu) schmale und sanierungsbedürftige Fußwegebereiche zu einer nur sehr eingeschränkten Aufenthaltsqualität. Durch die z.T. beengten Fußwegeräume ist die Platzierung von Gestaltungselementen im öffentlichen Raum (z.B. öffentliche Sitzbänke und Begrünung) nicht möglich - es bestehen deutliche Gestaltungs- und Aufenthaltsdefizite. Abschnittsweise ansprechende Gestaltungen sind auf die Initiative Privater (z.B. Geldinstitute oder Gastronomie) zurückzuführen, was jedoch bei gesamtinnerstädtischer Betrachtung zu einer uneinheitlichen Gestaltung des gesamten Raums führt.
- Trotz der zahlreichen Fußgängerüberwege im Bereich des Verkehrskreisels Bahnhofstraße/ Berliner Straße (Ampelanlage, Zebrastreifen), die eine hohe Verkehrssicherheit für die Fußgänger bieten, stellt dieser - auch auf Grund seiner funktionsbedingten Weitläufigkeit (Bundesstraße B 457) - einen Bruch in den Fußwegebeziehungen zwischen den östlich bzw. westlich der Berliner Straße gele-



genen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote im zentralen Versorgungsbereich dar.

- Sanierungsbedürftigkeit besteht auf Grund von Straßenschäden darüber hinaus auch im befahrbaren Straßenraum.

**Foto 13: Bahnhofstraße - schmale Fußwegebereiche und Gestaltungsdefizite**



Quelle: eigenes Foto September 2007

**Foto 14: Bahnhofstraße - unattraktiv und sanierungsbedürftig**



Quelle: eigenes Foto September 2007

- Auch im privaten Raum sind gestalterische Defizite unverkennbar. Neben sanierungsbedürftigen Fassaden und ungeordneten Hinterhofsituationen zeigen sich diese vor allem durch z.T. unangemessene Schaufenstergestaltungen und Warenpräsentationen. In Teilbereichen der Bahnhofstraße werden durch die willkürliche Anordnung von Warenständern, Regalen und Werbeschildern die ohnehin schmalen Fußwegebereiche in ihrer Begehrbarkeit zusätzlich beeinträchtigt. Die vorgenommenen Schaufenstergestaltungen und Warenpräsentationen wirken stellenweise unattraktiv und austauschbar - es entsteht in diesen Bereichen kein individueller Charakter.
- Städtebaulich heterogene Strukturen verstärken diese Defizite und vermitteln nur wenig Identität. Diese Heterogenität ist zurückzuführen auf die unterschiedlichsten Entstehungszeiten der einzelnen Gebäude von wenigen historischen über hauptsächlich nachkriegszeitlichen bis modernen. Entsprechend sind variierende Gebäudehöhen (ein- bis fünfgeschossig), unterschiedlichste Dachformen (u.a. Flach-, Satteldach) und -ausrichtungen (giebel- und traufständig) wie auch Fassadengestaltungen vorhanden. Es ist eine abwechselnd geschlossene bis offene und dem entsprechend nicht durchgehend zentrentypisch hohe städtebauliche Dichte feststellbar, was den Charakter einer Einkaufsstraße insbesondere in der östli-

chen Bahnhofstraße zusätzlich vermindert. Die Bebauungen aus unterschiedlichen Zeitepochen wirken nicht aufeinander abgestimmt bzw. integriert.

- Städtebauliche Lücken und Provisorien, Brachflächen und sonstige undefinierte (rückwärtige) Bereiche stellen in der Konsequenz auch funktionale Lücken dar, wirken unattraktiv und weisen auf städtebaulichen Entwicklungsbedarf hin. In der östlichen Bahnhofstraße gibt es insbesondere viele Hinterhofsituationen, die durch Leerstände und Unternutzungen auffallen.

**Foto 15: Bahnhofstraße - Heterogenität**



Quelle: eigenes Foto September 2007

**Foto 16: Bahnhofstraße - städtebauliche Lücke**



Quelle: eigenes Foto September 2007

- Eine typische Innenstadt prägende Bummelstimmung kommt trotz eines relativ vielfältigen Einzelhandelsangebotes in der Bahnhofstraße auf Grund dieser (gestalterischen) Defizite vor allem im öffentlichen wie z.T. auch im privaten Raum, nur stellenweise auf.

### **Vorstadt**

- In der Vorstadt ist im Vergleich zur Bahnhofstraße eine deutlich abnehmende Einzelhandelsdichte spürbar. In den Seitenstraßen/ -gassen sind keine Einzelhandelsbetriebe vorhanden. Der Anteil an Wohnnutzungen im Erdgeschossbereich ist bereits hoch. Es ergibt sich somit nicht das Gefühl sich in einer innerstädtischen Einkaufsstraße zu befinden, was sich auch anhand einer vergleichsweise schwachen Passantenfrequenz dokumentieren lässt.



- In der Vorstadt sind zum Zeitpunkt der Einzelhändlerbefragung insgesamt vier Leerstände vorzufinden. Diese werden nicht zwischengenutzt oder zumindest unauffällig "kaschiert" und weisen bei relativ kleinen Verkaufsflächen Sanierungs- bzw. Modernisierungsbedarf auf.

Foto 17: Vorstadt - Wohnen im Erdgeschoss



Quelle: eigenes Foto September 2007

Foto 18: Vorstadt - Leerstände



Quelle: eigenes Foto September 2007

- Es herrschen entsprechend der ausschließlich historischen Bebauung kleinteilige Betriebsstrukturen vor, was die einzelhandelsbezogenen Entwicklungen auf bestimmte Sortimente beschränkt bzw. kostenintensive Umbauarbeiten voraussetzt, um für flächenintensivere Sortimente wirtschaftlich rentable Flächen zu schaffen.
- In der Vorstadt liegt eine historisch bedeutsame und geschlossene Bebauung entlang eines beengten Straßenraums vor, wodurch sich nur wenige Entwicklungsspielräume ergeben. Dies schränkt letztlich auch die städtebaulichen Möglichkeiten stark ein. Es liegen keine Flächenpotenziale vor, um eine von Beginn an auf Einzelhandelsnutzung abzielende Neubebauung zu planen.

### Neustadt/ Altstadt

- In der Neu-/ Altstadt liegt im Vergleich zur Bahnhofstraße eine deutlich geringere Einzelhandelsdichte vor. Wohnen, Dienstleistungen und öffentlich-kulturelle sowie vor allem gastronomische Einrichtungen prägen ganz wesentlich das Nutzungsbild. Auffällig sind dabei die vergleichsweise vielen Leerstände ehemaliger Einzelhandelsbetriebe.



- Es herrschen hauptsächlich kleinteilige Strukturen vor, was kleine und kleinste Verkaufsflächen bedingt. Diese Kleinteiligkeit ist nur für bestimmte Sortimentsbereiche (z.B. Uhren und Schmuck, Optiker, Geschenkartikel) bzw. sehr spezialisierte Betriebe geeignet, um wirtschaftlichen Gewinn zu erzielen. Andernfalls sind aufwendige Umbaumaßnahmen im historischen Bestand notwendig, um größere zusammenhängende Flächen über die Erdgeschosszone meist mehrerer Gebäude zu schaffen (vgl. Vorstadt). Bei den vorhandenen Leerständen handelt es sich um ebenfalls sehr kleine Ladeneinheiten.
- Die funktionalen Qualitäten beschränken sich im Wesentlichen auf den linear ausgerichteten Straßenzug Neu-/ Altstadt. Die klassischen Potenziale verwinkelter Altstadtgassen wie Flair, Atmosphäre und hoher Vernetzungsgrad werden in den an diesen Straßenzug angrenzenden Bereichen nicht genutzt.
- Die (Außen-)Gastronomie stellt in der Neu-/ Altstadt einen wesentlichen Faktor für einen belebten Stadtbereich dar. Neben sehr positiven Beispielen konnten auch Außensitzbereiche mit gestalterischen Mängeln vorgefunden werden: Einfaches Plastikmobilier und z.T. provisorisch angebrachte Gestaltungselemente wie u.a. Holzzäune und ausgelegter Kunstrasen, wirken häufig nur wenig einladend und passen sich dem architektonisch-historisch bedeutsamen Umfeld nicht an.
- Die engen, z.T. geschwungenen Straßen und Gassen schränken die Erreichbarkeit der Ladengeschäfte deutlich ein. Größere Betriebe bzw. Betriebe mit flächenintensiven Warensortimenten sind hierdurch benachteiligt, da insbesondere die Anlieferung wie aber auch die Auslieferung bzw. Abholung durch den Kunden Schwierigkeiten bereitet. Durch den mittelalterlichen Grundriss ist eine im Einzelhandel üblicherweise rückwärtige Belieferung in der Regel nicht möglich.
- Aus den selben Gründen liegt in der Neu-/ Altstadt kein ÖPNV-Angebot vor, was den Standort ebenfalls stark benachteiligt.
- Infolge der historischen und sehr dichten, geschlossenen Bebauung sind keine für eine räumliche Einzelhandelsentwicklung nutzbaren Flächenpotenziale vorhanden. Die räumliche Entwicklung des Einzelhandels erfordert den Umgang mit dem Bestand, was eine weitere Einschränkung darstellt.



**Foto 19: Neustadt - attraktiver Betrieb neben Leerstand**



Quelle: eigenes Foto September 2007

**Foto 20: unangemessen gestaltete Außengastronomie (andere Stadt)**



Quelle: eigenes Foto Mai 2007

## **Fazit**

Die vorliegende Längsausdehnung entlang der Achse von der Bahnhofstraße über die Vorstadt bis in die Neu-/ Altstadt ist in ihrer jetzigen Konfiguration von rd. 1.000 Metern zu lang, um einen konstanten funktionalen Zusammenhang im Sinne einer kompakten Innenstadt zu gewährleisten. Diese Achse wird sich zukünftig so nicht behaupten können.

Es zeigen sich zwischen den dargestellten Teilbereichen deutliche funktionale wie städtebauliche Unterschiede: Die Bahnhofstraße stellt den (modernen) Haupteinkaufsbereich dar, während sich in der historisch geprägten Vorstadt die Dichte im Einzelhandelsbesatz schon deutlich verringert. In der Neu-/ Altstadt sind auf Grund des historisch bedeutsamen städtebaulichen Umfelds touristische Potenziale und somit neben Einzelhandel auch weitere Nutzungsschwerpunkte erkennbar: Gastronomie und öffentlich-kulturelle Einrichtungen.

In Kap. 7.3.1 werden Empfehlungen zur weiteren räumlichen Entwicklung des Einzelhandels vor dem Hintergrund des prognostizierten Bedarfs (vgl. Kap. 6.6) und der Prämisse die bestehenden Strukturen nicht weiter zu schädigen, gegeben.

### **4.2.8 Beurteilung der Einzelhandelssituation in der Innenstadt durch die Kunden**

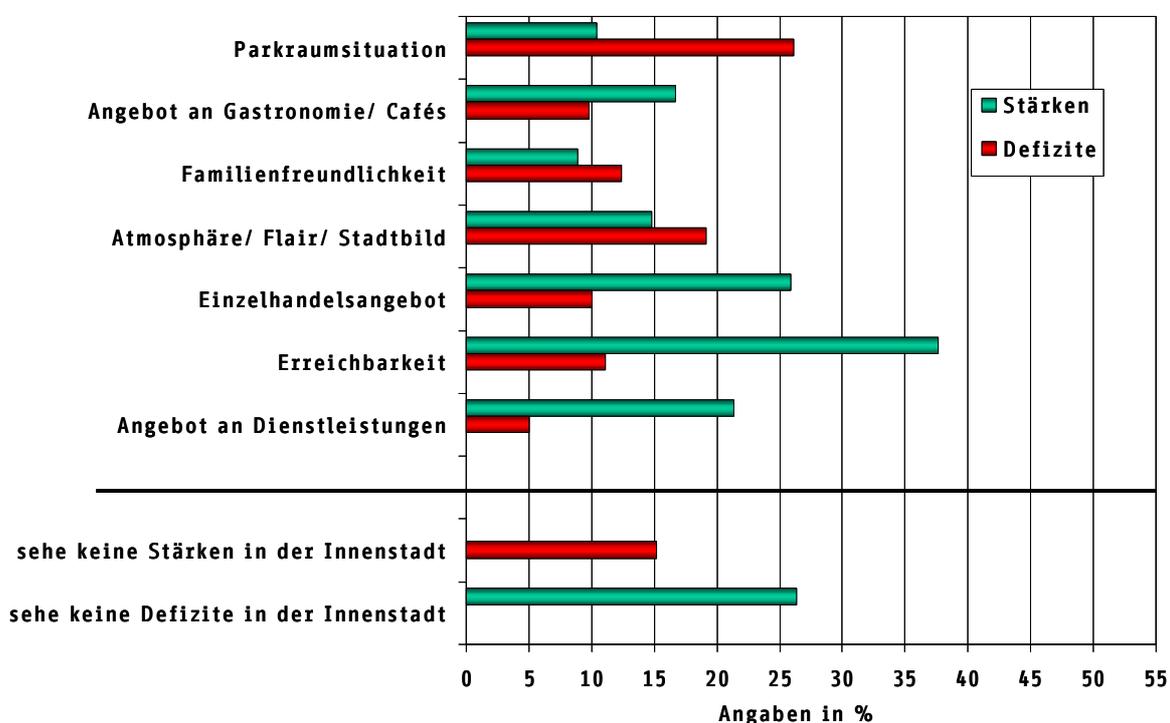
Wie bereits beschrieben, hatten die Passanten die Möglichkeit, sich zu Stärken und Defiziten der Innenstadt von Büdingen zu äußern. Neben dieser direkten Bewertung lassen sich ähnlich wie bei der Bewertung des Einzelhandelsangebotes- wiederum

auch indirekte Bewertungen ableiten, z.B. geben die Aufenthaltsdauer und die Einkaufsdauer u.a. Aufschluss über die Attraktivität einer Innenstadt.

#### 4.2.7.1 Direkte Beurteilung durch die Kunden

In Abb. 31 wird zunächst das Ergebnis der Frage nach den Stärken und Defiziten in der eng abgegrenzten Innenstadt illustriert<sup>59</sup>, die insgesamt 460 Passanten gestellt wurde. Daran anschließend erfolgt die Darstellung der Stärken und Schwächen in dem Innenstadt-Ergänzungsbereich.

Abb. 31: Stärken und Defizite in der eng abgegrenzten Innenstadt von Büdingen aus Kundensicht



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 155 und 165; Zielgruppe: alle Befragte

Die Bewertung der Situation in diesem Teilraum ist insgesamt positiv: Nur rd. 15% der Kunden sehen zum Zeitpunkt der Befragung keine Stärken in der eng abgegrenzten Innenstadt von Büdingen, indessen geben rd. 26 % der Befragten an, dass es keine Defizite gibt. Die Bewertung dieses Teilraums differiert jedoch z.T. deutlich nach den jeweiligen zur Auswahl stehenden Einzelthemen.

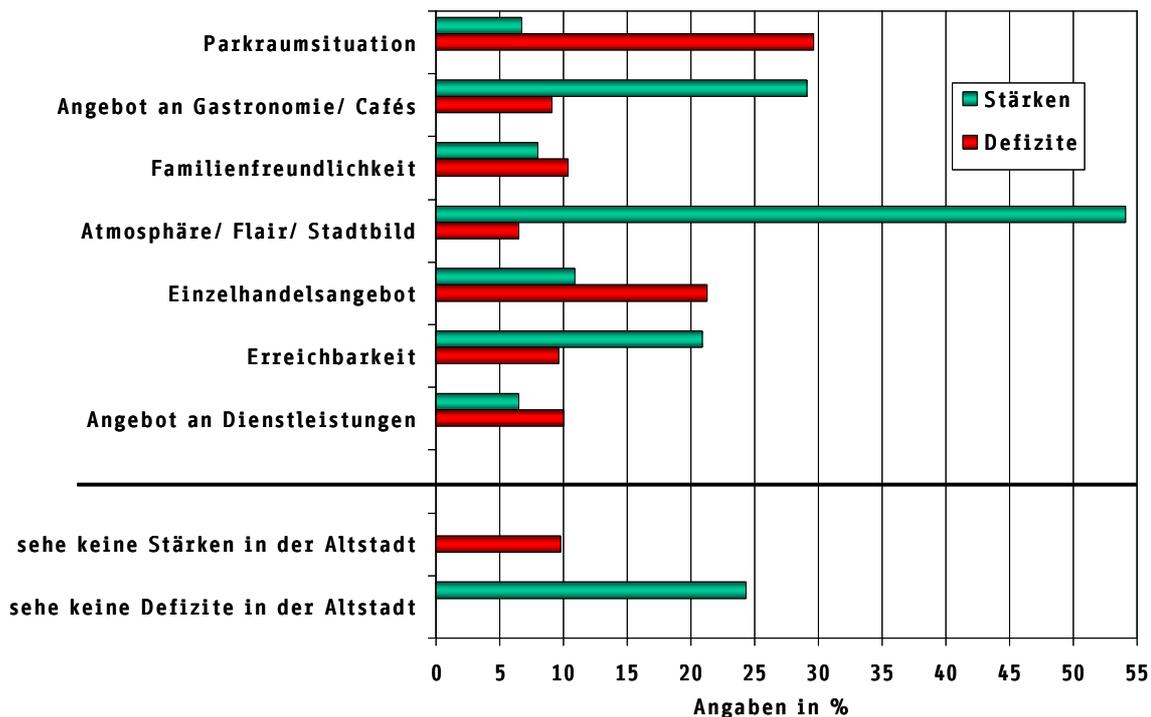
<sup>59</sup> Auf die Themenbereiche Einzelhandels- sowie Dienstleistungs- und Gastronomieangebot wurde bereits in Kap. 4.2.4 und 4.2.6 eingegangen.



- Am häufigsten benannt wurde der Themenbereich Erreichbarkeit: 173 Passanten sehen hier Stärken und nur 51 Passanten Defizite. Auf die Erreichbarkeit bezogen wurde besonders die Straßenführung, die Rad- und Fußwegeverbindungen sowie die Anbindung an den überörtlichen Verkehr gelobt (vgl. Frage 162/ 178 im Anlagenband).
- Ebenso überwiegen beim Gastronomie- und Dienstleistungsangebot sowie auch dem Einzelhandelsangebot - wie in Kap. 4.2.6 und Kap. 4.2.4.1 bereits skizziert - die Stärken gegenüber den Defiziten deutlich.
- Das eng mit der Erreichbarkeit zusammenhängende und am zweithäufigsten thematisierte Thema Parkplatzsituation, wird überwiegend negativ bewertet. 120 Passanten sehen im Parkplatzangebot Defizite, 48 Passanten sehen darin Stärken. Hauptkritikpunkte sind die mangelnde Anzahl an Parkplätzen und die Höchstparkdauer (vgl. Frage 156/ 170 im Anlagenband).
- Den Themenbereichen Atmosphäre/ Flair/ Stadtbild sowie der Familienfreundlichkeit werden nach Auffassung einer Mehrheit der Passanten, die sich hierzu geäußert haben, ebenfalls mehr Schwächen als Stärken zugewiesen. Hauptkritikpunkte betreffen insbesondere das Stadtbild, die Sauberkeit und ferner auch die Plätze und Aufenthaltsmöglichkeiten (vgl. Frage 159/ 173 im Anlagenband).

Die Frage nach den Stärken und Schwächen des historischen Altstadtgebietes, des Innenstadt-Ergänzungsbereiches, ergibt ein im Vergleich zum Bereich der eng abgegrenzten Innenstadt gegensätzliches Stimmungsbild. Abb. 32 gibt einen Überblick über die Bewertung zu den einzelnen Themenbereichen.

Abb. 32: Stärken und Defizite in dem Innenstadt-Ergänzungsbereich von Büdingen aus Kundensicht



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 195 und 205; Zielgruppe: alle Befragte

Der Innenstadt-Ergänzungsbereich wird im Vergleich zur eng abgegrenzten Innenstadt positiver beurteilt: Lediglich 10% der befragten Kunden sehen keine Stärken, 24% hingegen keine Defizite. Auf die einzelnen Themenbereiche bezogen überwiegt jedoch die Anzahl der überwiegend negativ bewerteten Aspekte:

- Der Themenbereich Atmosphäre/ Flair/ Stadtbild wird mit deutlichem Abstand am häufigsten benannt (621 Nennungen). Dabei bewerten 249 Passanten und damit mehr als die Hälfte der befragten Kunden diesen Aspekt als Stärke und lediglich 30 Personen als Schwäche des historischen Altstadtbereiches (vgl. Frage 199/ 213 im Anlagenband). Hierbei werden insbesondere das Stadtbild allgemein und die Fassaden/ Gebäude/ Architektur positiv hervorgehoben.
- Das Thema Erreichbarkeit wird ähnlich der Bewertung der eng abgegrenzten Innenstadt überwiegend positiv beurteilt: 96 befragte Passanten nehmen hier Stärken, 51 Befragte Defizite wahr (vgl. Frage 202/ 218 im Anlagenband). Die Rad- und Fußwegeverbindungen und die Straßenführung sind dabei Einzelaspekte, die besonders positiv hervorgehoben werden. Die Anbindung des Innenstadt-Ergän-



zungsbereiches an den öffentlichen Nahverkehr wird hingegen, wenn von den Befragten benannt, mehrheitlich negativ bewertet.

- Die Bewertung des Gastronomieangebotes wird - wie in Kap. 4.2.6 beschrieben - deutlich positiv bewertet. Bei der Beurteilung des Angebotes an Dienstleistungen - ebenfalls in Kap. 4.2.6 näher erläutert - sowie des Einzelhandelsangebotes (vgl. Kap. 4.2.4.1) dominieren nach Ansicht der befragten Personen hingegen die Defizite gegenüber den Stärken.
- Vergleichbar mit der Bewertung der eng abgegrenzten Innenstadt wird die Parkraumsituation in dem Altstadtgebiet nach Anzahl der Nennungen hingegen mehrheitlich negativ beurteilt (vgl. Frage 196/ 210 im Anlagenband). Insbesondere die Anzahl an Parkplätzen und die Höchstparkdauer erscheint vielen befragten Passanten unzureichend.
- Das Thema Familienfreundlichkeit, zu dem keine differenzierten Antwortkategorien gebildet wurden, wird von einer Mehrheit der Passanten wie in der eng abgegrenzten Innenstadt ebenfalls negativ bewertet.

Die Befragung der Passanten macht unterschiedliche Rahmenbedingungen für die Händler in der eng abgegrenzten Innenstadt und dem Innenstadt-Ergänzungsbereich deutlich. Als problematisch ist die negative Bewertung der (eigentlichen) Einzelhandelssituation im Bereich des Innenstadt-Ergänzungsbereichs auf Grund der Leitfunktion des Einzelhandels zu bezeichnen (vgl. hierzu auch Kap. 2.4). Mit der guten Erreichbarkeit, dem Gastronomieangebot sowie dem Flair/ Stadtbild der historischen Altstadt werden hingegen drei wesentliche Rahmenbedingungen genannt, die eine Innenstadt ausmachen und von denen auch der Handel profitiert, positiv bewertet.

Die eng abgegrenzte Innenstadt zeichnet sich nach Ansicht der Befragten dagegen durch ein vielfältiges Dienstleistungs- und Einzelhandelsangebot aus, weist jedoch Schwächen im Hinblick auf Atmosphäre und Stadtbild, d.h. wichtiger Rahmenbedingungen, auf.

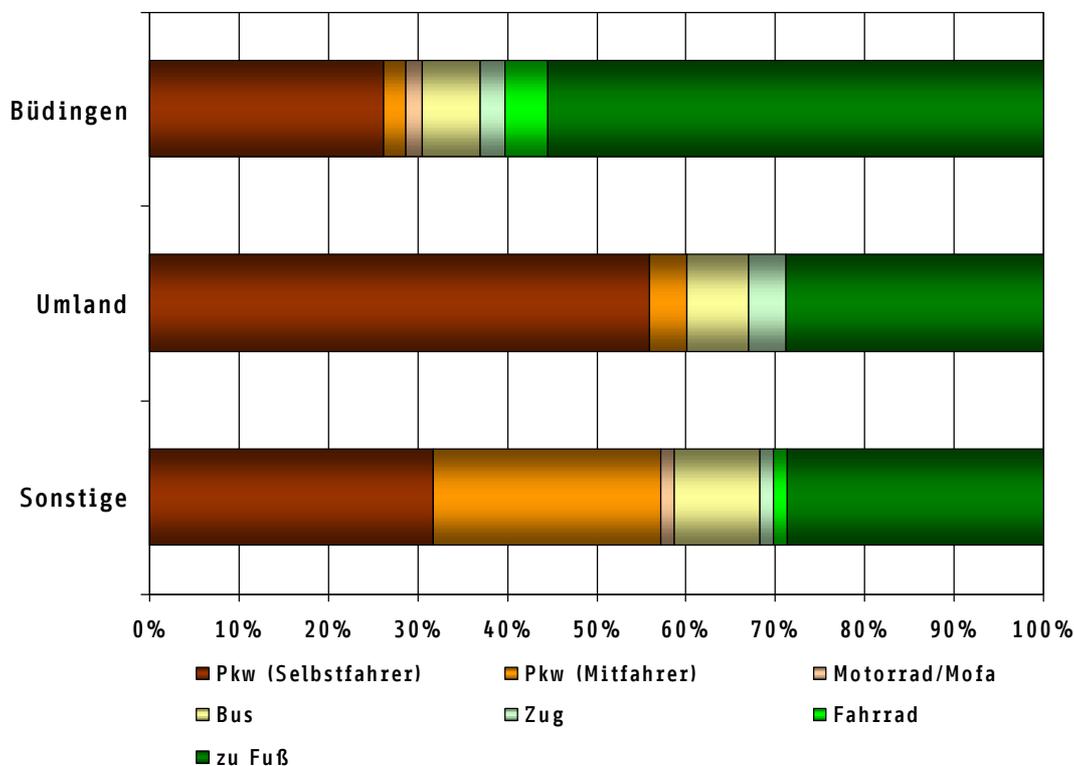
Im Vergleich zur Händlerbefragung, die sich inhaltlich jedoch auf die Innenstadt im Allgemeinen beschränkt, sind die Einzelhändler kritischer als die befragten Passanten an den zwei Erhebungsstandorten (vgl. Kap. 4.1.6.1). Die kritischere Beurteilung der Situation aus Händlersicht ist jedoch auch auf die unterschiedliche Befra-

gungsmethodik zwischen Einzelhändlerbefragung (offene Frage) und Passantenbefragung (geschlossene Frage) zurückzuführen, da bei offenen Fragen i.d.R. negative Aussagen dominieren. Im Vergleich zu anderen Städten ist sowohl die Eigensicht der Einzelhändler als auch die Beurteilung durch die befragten Passanten insgesamt jedoch als eine positive zu sehen, zurückzuführen in erster Linie auf die Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität in der historischen Altstadt sowie das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot im Haupteinkaufsbereich.

Das Themenfeld Parken und hier insbesondere die zu geringe Stellplatzanzahl für Kunden wird sowohl von Händler- als auch von Kundenseite in der gesamten Innenstadt als größtes Problemfeld benannt. Dieser Aspekt stellt auch bei vergleichbaren Untersuchungen in anderen Gemeinden oftmals einen Hauptkritikpunkt dar, wenngleich das reale Stellplatzangebot der Innenstadt bzw. in der unmittelbaren Nähe i.d.R. ausreichend ist.

Bezogen auf das von Händlern und Passanten angesprochene Problemfeld Parkplatzangebot ist weiter von Bedeutung, wie die Besucher der Innenstadt diese erreichen (vgl. Abb. 33) und wo die Nutzer des MIV ihre Fahrzeuge abstellen.

**Abb. 33: Verkehrsmittelwahl in die Innenstadt von Büdingen**



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 76



Der überwiegende Anteil der befragten Passanten (rd. 45% der Befragten) ist zu Fuß in die Innenstadt (eng abgegrenzte Innenstadt und Innenstadt-Ergänzungsbe- reich) gekommen. Nach Herkunft beträgt der Anteil der Fußgänger bei den Befragten aus Büdingen sogar 56%. Die Gründe hierfür können vornehmlich in der kompakten Kernstadt-Struktur von Büdingen mit kurzen (Einkaufs-)Wegen und der Bedeutung der Wohnfunktion gesehen werden, die sich auch in der Frage nach den Hauptmoti- ven eines Innenstadtbesuches widerspiegelt (vgl. Kap. 4.2.4.2). Allerdings ist in die- sem Zusammenhang auch auf die zwei Erhebungsstandorte in der Innenstadt und Alt- stadt hinzuweisen, die beispielsweise weniger PKW-orientiert sind als die nicht integrierten Standorte. Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang, dass rd. 20% der befragten Passanten über keinen Pkw im Haushalt verfügen (vgl. Frage 1250 im Anlagenband); rd. 17% der Befragten gaben an, dass sie einen PKW nie für einen Einkauf in der eng abgegrenzte Innenstadt nutzen; für einen Einkauf in der Altstadt gaben sogar rd. ein Viertel der Befragten an, keinen PKW zu benutzen (vgl. Frage 1250 im Anlagenband). Die Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung einer fußläufi- gen Nahversorgung, die im Rahmen der demographischen Entwicklung weiter zuneh- men wird.

Öffentliche Verkehrsmittel (Zug und Bus) nehmen nur eine mittlere Bedeutung im Hinblick auf das Mobilitätsverhalten der Kunden ein (10%). Hierbei wird der Bus für den Besuch der eng abgegrenzten Innenstadt (10%) eher favorisiert als für den Be- such der Altstadt (7%) - ein Ergebnis, das gegebenenfalls auch auf die beschriebene Unzufriedenheit der Kunden mit der schlechten Erreichbarkeit der Altstadt durch den ÖPNV zurückzuführen ist.

Ein Anteil von 42% der Befragten ist mit dem PKW als Selbst- oder Mitfahrer in die Innenstadt gekommen, nach Herkunft betrachtet auch 29% der in Büdingen lebenden Kunden. Die meisten Befragten, die den Pkw zum Einkaufen nutzen, fahren mehrmals pro Woche damit zum Einkaufen (vgl. Frage 1260/ 1261 im Anlagenband).

Die Befragten, die regelmäßig ihren PKW für einen Einkauf in dem Haupteinkaufsbe- reich benutzen, parken dabei überwiegend entlang verschiedener Straßen, insbe- sondere der Bahnhofstraße (vgl. Frage 1263/ 1264 im Anlagenband). Vergleichsweise wenige Kunden nutzen die angegebenen Parkhäuser. Hierbei wird das Parkhaus am Bahnübergang (Kaufhaus Joh) noch am häufigsten genutzt.

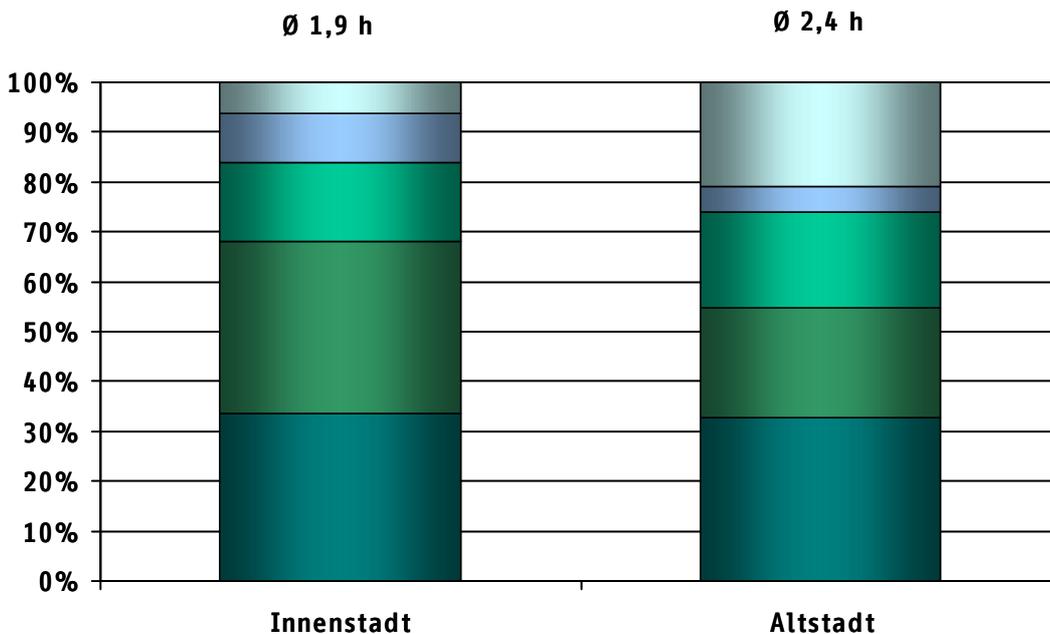


Von den Kunden, die mit dem Auto in die historische Altstadt kommen, parkt der größte Anteil der Kunden auf dem Parkplatz Altstadt und an zweiter Stelle an nicht näher bezeichneten Orten innerhalb der Altstadt.

#### 4.2.7.2 Aufenthaltsdauer

Die Aufenthaltsdauer in dem historischen Altstadtgebiet, dem Innenstadt-Ergänzungsbereich, liegt entsprechend der Abb. 34 mit durchschnittlich 2,4 Stunden deutlich über derjenigen der eng abgegrenzte Innenstadt (1,9 Stunden). Im Vergleich zu Untersuchungen in anderen Städten dieser Größenordnung - wie Ravensburg, Vaihingen, Kehl oder Fellbach mit einer Aufenthaltsdauer zwischen 1,5 und 2,3 Stunden - ist der in der Altstadt erzielte Wert als überdurchschnittlich zu bewerten, während für den Haupteinkaufsbereich ein durchschnittlicher Wert zu verzeichnen ist.

Abb. 34: Aufenthaltsdauer in der Innenstadt und Altstadt von Bidingen



■ bis 1 Stunde ■ 1 - 2 Stunden ■ 2 - 3 Stunden ■ 1/2 Tag ■ länger als 1/2 Tag

Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 88/ 92; Zielgruppe: alle Befragte;

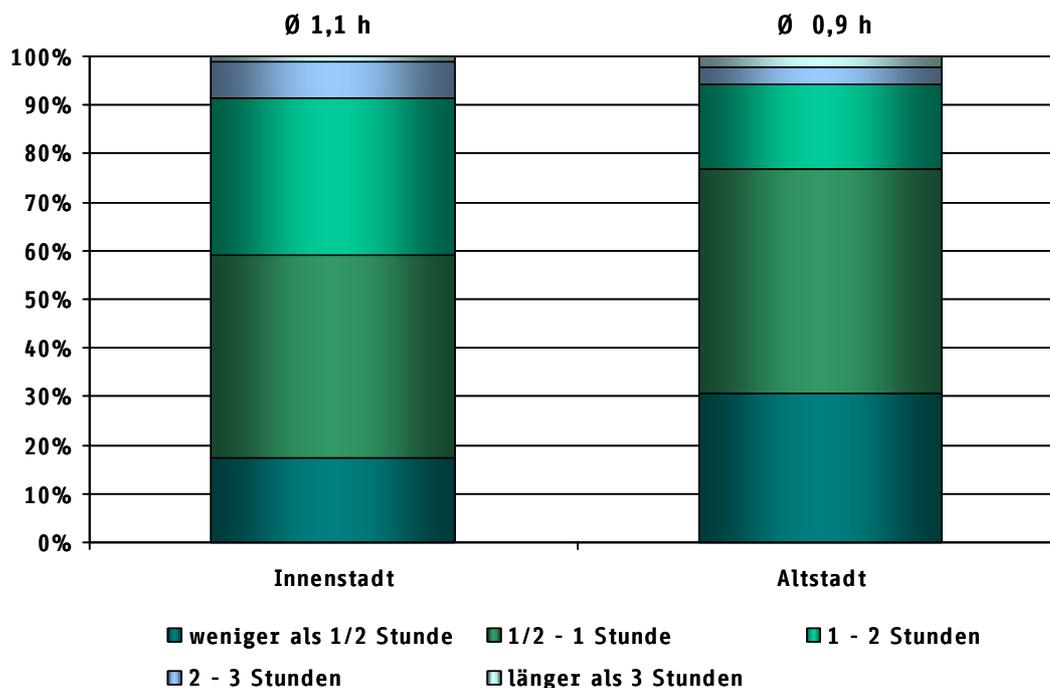
Trotz der weitaus höheren Aufenthaltsdauer in dem Innenstadt-Ergänzungsbereich liegt die durchschnittlich benötigte Einkaufsdauer mit 0,9 h unter derjenigen der eng abgegrenzten Innenstadt, in der die Kunden 1,1 Stunden für den Einkauf benötigen (vgl. Abb. 35). Dieses ungewöhnlich hohe Gefälle zwischen Aufenthalts- und Einkaufsdauer in dem Gebiet der historischen Altstadt deutet darauf hin, dass statt



bzw. neben dem Einkauf andere Angebote, z.B. Gastronomie wahrgenommen werden. Auch die hohe Aufenthaltsqualität, das mittelalterliche (Fachwerk-) Stadtbild und die ansprechende Atmosphäre sind als Gründe hierfür naheliegend. Entsprechend der in Kap. 3.3 erläuterten und in Abb. 7 illustrierten Besuchsmotivation ist die historische Altstadt neben ihrer Bedeutung als Einkaufsort aus Sicht der befragten Passanten auch ein Erlebnisraum, während der eng abgegrenzten Innenstadt mit einem relativ geringen Gefälle zwischen der durchschnittlichen Aufenthalts- und Einkaufsdauer eine erheblich größere Einkaufsfunktion zukommt.

In Relation zu Städten ähnlicher Größenordnung und Lage im Raum ist die üblicherweise benötigte Einkaufsdauer in der Büdinger Innenstadt als durchschnittlich zu bezeichnen (z.B. Fellbach 0,9 Stunden, Vaihingen 1,0 Stunden).

**Abb. 35: Einkaufsdauer im Vergleich in der eng abgegrenzten Innenstadt und dem Innenstadt-Ergänzungsbereich (Altstadt)**



Quelle: eigene Passantenbefragung August/ September 2007, Frage 144/ 184; Zielgruppe: 400 Befragte, die bereits mehrmals in der eng abgegrenzten Innenstadt bzw. 338 Befragte, die bereits mehrmals im Innenstadt-Ergänzungsbereich von Büdungen eingekauft haben

#### 4.2.7.3 Bedeutung des Wochenmarktes

Der am Freitag stattfindende Wochenmarkt auf dem Marktplatz stellt in Büdungen eine Ergänzung des Nahversorgungsangebotes in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt dar. Bei der Betrachtung der Besuchsmotivation an dem Markttag wird



jedoch deutlich, dass die Bedeutung des Marktes aus Sicht der Befragten relativ gering ist: Lediglich rd. 6% der Befragten gaben an, wegen des Marktes in die Innenstadt gekommen zu sein (vgl. Frage 80 im Anlagenband). Im Vergleich zu anderen Städten ähnlicher Größenordnung ist dies ein sehr niedriger Wert. Neben seiner Versorgungsfunktion übernimmt der Wochenmarkt zudem eine Funktion als Treffpunkt und bietet die Möglichkeit zur Kommunikation. Dieser Wert ist auch auf das im Vergleich zu Wochenmärkten in Städten vergleichbarer Größe gering zu bewertende Angebot zurückzuführen.

### **4.3 STADTTEILE UND SONSTIGE ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE (DÜDELSHEIM)**

Dieses Kapitel widmet sich der Darstellung der Einzelhandelssituation in den 16 Stadtteilen von Büdingen. Des Weiteren ist analog zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt ein Vorschlag für die städtebaulich-funktionale Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Stadtteil Düdelsheim dargestellt. In den anderen Stadtteilen sind keine weiteren zentralen Versorgungsbereiche vorhanden.

#### **4.3.1 Düdelsheim**

Der Stadtteil Düdelsheim liegt westlich der Kernstadt an der B 521 und ist nach der Kernstadt mit rd. 2.800 Einwohnern der zweitgrößte Stadtteil in Büdingen. Der Siedlungsbereich wird deutlich durch den Durchgangsverkehr der B 521 (Hauptstraße) beeinträchtigt.

In Düdelsheim befinden sich insgesamt 15 Einzelhandelsbetriebe, die zusammen Angebote aus allen Bedarfsbereichen aufweisen. Das Einzelhandelsangebot des Stadtteils besteht im Wesentlichen aus mehreren Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs (u.a. ein Lebensmittel-SB-Markt, ein Obst- und Gemüsegeschäft, fünf Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie eine Apotheke). Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich tragen vereinzelt Angebote zur Versorgung der Bevölkerung bei, wobei zwei dieser Betriebe - ein Küchengeschäft sowie eine Gärtnerei mit Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit - in nicht integrierter Standortlage lokalisiert sind.

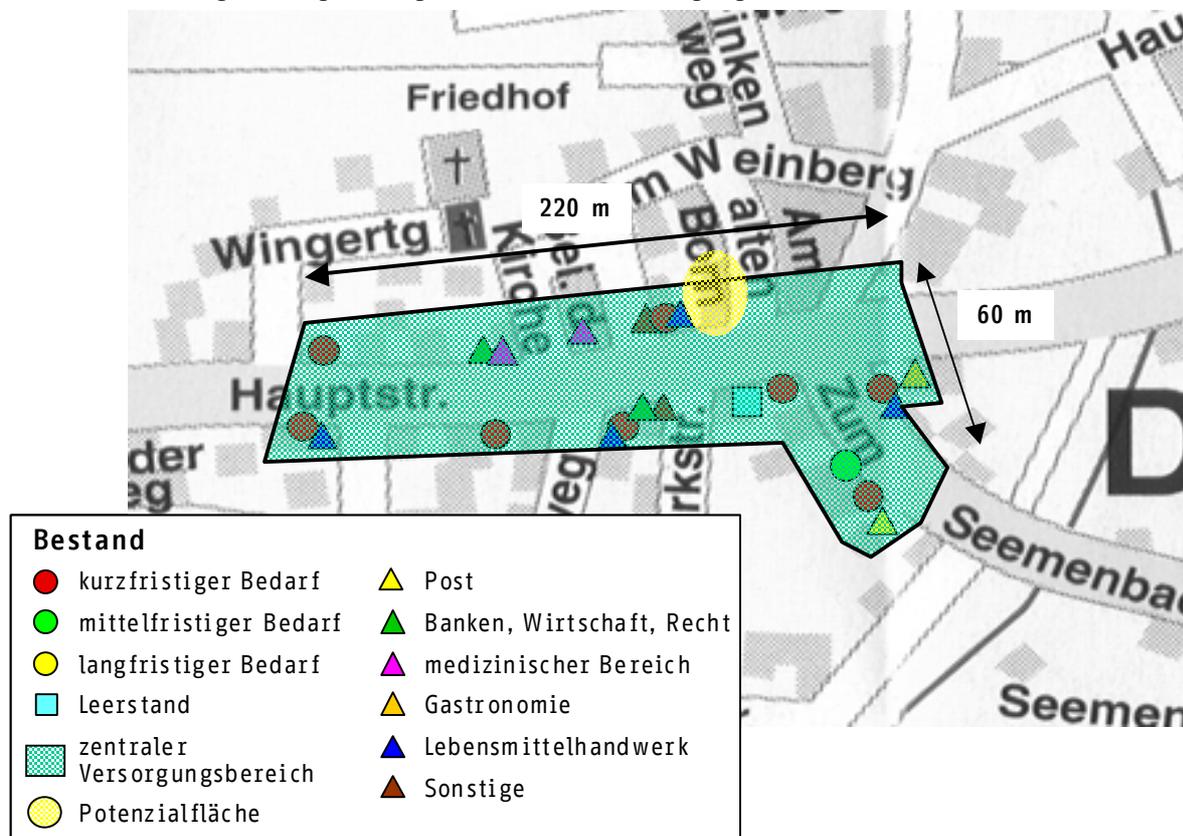
Die Betriebe in Düdelsheim erzielen auf einer Verkaufsfläche von insgesamt 1.925 qm einen Umsatz von 8,3 Mio. €. Angesichts einer stadtteilbezogenen Kaufkraft von 15,4 Mio. € entspricht dies einer Bindungsquote von 54%.



Im kurzfristigen Bedarfsbereich kann auf Grund des Angebots im Bereich der Lebensmittelnaversorgung 71% der Kaufkraft in Düdelsheim gebunden werden, wovon der größte Anteil auf die Betriebe in integrierter Lage zurückzuführen ist. Der Lebensmittel-SB-Markt an der Hauptstraße befindet sich ebenso wie die vier Bäckereien und der Metzger in integrierter Lage, die so eine fußläufige Nahversorgung für einen Großteil der in Düdelsheim wohnenden Bevölkerung gewährleisten.

Durch die vorliegende funktionale Dichte sowie die städtebauliche Situation wird die in der Karte 8 dargestellte Abgrenzung vorgeschlagen.

Karte 8: Vorschlag zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Düdelsheim



Quelle: eigene Abgrenzung auf Basis Befragung/ Begehung September 2007; Kartengrundlage: Stadt Büdingen

Der zentrale Versorgungsbereich Düdelsheim erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Hauptstraße ab Ecke Wintergarten im Westen bis zum Kreuzungsbereich Hauptstraße Ecke Zum Seemenbach. Am östlichen Ende umfasst der abgegrenzte Bereich eine Aufweitung entlang der Straße zum Seemenbach und bezieht hier noch einige weitere Gebäude mit Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen in die Abgrenzung.



zung mit ein. Die Längsausdehnung bemisst sich auf rd. 220 m, wodurch die vorliegenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe noch in fußläufiger Nähe zueinander liegen.

Insgesamt sind neun Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 775 qm im zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim ansässig. Die Einzelhandels- und Dienstleistungsdichte ist insgesamt eher gering. Die Erdgeschosszonen sind vorwiegend durch Wohnnutzung geprägt, was den räumlich-funktionalen Zusammenhang im zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim verringert. Das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim umfasst fast ausschließlich den kurzfristigen Bedarfsbereich: Ein ausländischer Lebensmittel-SB-Markt, drei Bäcker, ein Metzger und ein ausländisches Obst- und Gemüsegeschäft stellen ein hinreichendes (Lebensmittel-)Nahversorgungsangebot dar. Ergänzend hierzu sind ein begehbare Kiosk und ein Schreibwarenladen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie ein Sportgeschäft vorzufinden. Es liegt eine kleinteilige Einzelhandelsstruktur mit augenscheinlich inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben vor. Insgesamt liegt ein Leerstand vor.

Das Einzelhandelsangebot wird durch verschiedene zentrenprägende Dienstleistungsbetriebe wie u.a. eine Postagentur, ein Friseur, ein Geldinstitut, eine Fahrschule, diverse medizinische Einrichtungen sowie Rechtsanwälte ergänzt. Das gastronomische Angebot beschränkt sich auf einen Imbiss sowie ein in einer Bäckerei integriertes Stehcafé.

Städtebaulich liegt nicht der Charakter eines typischen Stadtteilzentrums vor. Dieser Eindruck ergibt sich vor allem aus der Tatsache, dass der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich sich ausschließlich entlang der stark befahrenen Hauptstraße erstreckt und so kein zentraler Platzraum mit Aufenthaltsqualität vorzufinden ist. Die Fußwegebereiche entlang der Hauptstraße sind (zu) schmal gehalten und machen einen sanierungsbedürftigen Eindruck. Durch die geringe Breite der Fußwege ergeben sich kaum Gestaltungsmöglichkeiten - die wenigen vorhandenen Gestaltungselemente wirken zudem veraltet und z.T. provisorisch angebracht. Die Durchgängigkeit ist auf Grund dessen sowie der Trennwirkung der Hauptstraße eingeschränkt.

Die zwei- bis dreigeschossige, z.T. geschlossene meist aber offene Bauweise innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs hebt sich von der umgebenden Wohnbebauung kaum ab. Es kann auf Grund stellenweise historischer Bausubstanz



(Fachwerk) ein identitätsstiftender Charakter festgestellt werden. Allerdings wirken diese Gebäude oft sanierungs-, z.T. auch abrisswürdig. Nachkriegszeitliche und wenige moderne Gebäude komplettieren den Bestand.

Die Erreichbarkeit wird durch zentral gelegene ÖPNV-Haltestellen begünstigt. Durch die Haltestellen ist zumindest nach Schulschluss eine temporär hohe Passantedichte im zentralen Versorgungsbereich vorhanden (Schülerverkehr). Nördlich der Abgrenzung befindet sich ein markantes Kirchengebäude zu welchem über einen kleinen gestalteten Platzbereich eine Blickbeziehung besteht.

Perspektivisch ist eine Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs durch Ausweitung des nahversorgungsrelevanten Angebotes wünschenswert. Hierfür wäre es sinnvoll einen stärkeren Frequenzbringer (Lebensmittelbetrieb) als bisher innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs anzusiedeln. Ein solcher wäre - wenn technisch möglich - durch die Erweiterung des bestehenden Lebensmittel-SB-Marktes oder auch die Neuansiedlung eines - unter Beachtung standortgerechter Dimensionierung - größeren Lebensmittelbetriebs denkbar. Eine Potenzialfläche hierfür stellt sich u.U. in Verbindung mit dem Abriss des benachbarten Gebäudes im Kreuzungsbereich Hauptstraße Ecke Am alten Born dar. Gleichermaßen sind Aufwertungsmaßnahmen im öffentlichen Raum wünschenswert.

#### **4.3.2 Sonstige Stadtteile in Büdingen**

In Kap. 4.1.4 wurde bereits ausführlich auf die Lebensmittelversorgung in den sonstigen Stadtteilen Aulendiebach, Büches, Calbach, Diebach am Haag, Dudenrod, Eckartshausen, Lorbach, Michelau, Orleshausen, Rinderbügen, Rohrbach, Vonhausen, Wolf und Wolferborn, die überwiegend dörfliche Strukturen aufweisen, eingegangen. Auf Grund ihrer geringen Größe (zwischen rd. 200 und rd. 1.100 Einwohnern) befindet sich über das partiell vorhandene Lebensmittelangebot hinaus (u.a. LM-SB-Geschäfte, Betriebe des Lebensmittelhandwerks) nur geringfügig weiterer Einzelhandel in den Stadtteilen.

Der Stadtteil **Aulendiebach** befindet sich in nordwestlicher Lage zur Kernstadt und ist über die Bundesstraße (B 457) rd. fünf Autokilometer von dieser entfernt. In dem dörflich geprägten Stadtteil sind zwei Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker) in sonstiger integrierter Lage angesiedelt.



Der Stadtteil **Büches** (rd. 600 Einwohner) befindet sich - verkehrlich günstig an der Bundesstraße (B 457) gelegen - zwischen Düdelsheim und der Kernstadt. Die zentralen Versorgungsbereiche der beiden größten Stadtteile sind in jeweils rd. drei Kilometer von Büches aus erreichbar. In Büches selbst sind in sonstiger integrierter Lage ein Bäcker und ein Metzger sowie eine Tankstelle angesiedelt, die eine Lebensmittel-Nahversorgung für die Einwohner teilweise gewährleisten.

**Calbach**, das sich in einer Entfernung von rd. fünf Autokilometern westlich der Kernstadt befindet, weist mit rd. 530 Einwohnern eine sehr geringe Einwohnerzahl auf. In diesem Stadtteil befindet sich ein großflächiges Gartencenter in sonstiger integrierter Lage, das sortimentsbezogen Kaufkraft von außerhalb binden kann.

Der Stadtteil **Diebach am Haag**, der mit rd. 550 Einwohnern ebenfalls eine sehr geringe Einwohnerzahl aufweist, liegt südöstlich der Kernstadt Bidingen. Der Stadtteil besitzt einen dörflichen Charakter und verzeichnet neben einem Betrieb des Lebensmittelhandwerks (Bäcker) ein Blumengeschäft in sonstiger integrierter Lage.

**Dudenrod** befindet sich nördlich der Kernstadt und weist mit rd. 200 Einwohnern die geringste Einwohnerzahl aller Stadtteile in Bidingen auf. Nahversorgungsangebote des Einzelhandels oder des Lebensmittelhandwerks sind in der reinen Wohngemeinde nicht vorhanden.

In dem rd. acht Kilometer von der Kernstadt entfernten Stadtteil **Eckartshausen** (knapp 1.100 Einwohner) im Südwesten des Stadtgebietes ist ein kleines LM-SB-Geschäft in sonstiger integrierter Lage lokalisiert, das eine knapp ausreichende Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil übernehmen kann. Weitere Einzelhandelsbetriebe sind nicht vorhanden.

Der Stadtteil **Lorbach** (rd. 1.100 Einwohner) liegt südlich der Kernstadt und ist an diese wie auch an den Einzelhandelsschwerpunkt An der Saline durch die Landstraße L3193 angebunden. Das Einzelhandelsangebot beschränkt sich auf ein LM-SB-Markt, der für den Stadtteil jedoch wichtige Nahversorgungsfunktion übernimmt.

Der Stadtteil **Michelau** in unmittelbarer Nachbarschaft zu Wolferborn ist mit rd. 350 Einwohnern der nach Dudenrod kleinste Stadtteil in Bidingen. Michelau liegt nordöstlich der Kernstadt und ist an diese über die Landesstraße angeschlossen.



Neben einem kleinen Getränkeshop sind keine weiteren einzelhandelsrelevanten Betriebe vorhanden.

In **Orleshausen**, das eine Einwohnerzahl von rd. 750 Einwohnern aufweist und knapp vier Autokilometer von dem Kernort entfernt liegt, sind Nahversorgungsangebote des Einzelhandels oder des Lebensmittelhandwerks nicht vorhanden, lediglich in sonstiger integrierter Lage gibt es ein Fachgeschäft für Telekommunikation und Computer.

Der Stadtteil **Rinderbügen**, in dem rd. 750 Einwohner leben, liegt östlich der Kernstadt und ist mit dieser durch die Landesstraße L 3010 verbunden. Neben einem Fachgeschäft für Tiernahrung und Tiermöbel befindet sich weiterhin ein kleines Geschäft, das Geschenkartikel führt, in sonstiger integrierter Standortlage in Rinderbügen.

**Rohrbach** (rd. 850 Einwohner) gliedert sich in einen alten Ortskern und ein Neubaugebiet. Der Stadtteil weist wie Dudenrod keine Nahversorgungsangebote oder sonstige Einzelhandelsbetriebe auf, so dass die Versorgung innerhalb von Büdingen in dem rd. 2 Kilometer entfernten Stadtteil Düdelsheim oder in der knapp 5 Kilometer entfernten Kernstadt erfolgen muss.

Der Stadtteil **Vonhausen** (rd. 1.100 Einwohner) liegt südlich der Kernstadt an der Bundesstraße B 457, über die eine Anbindung an die Kernstadt besteht. Hier wird die Lebensmittel-Nahversorgung durch ein Lebensmittel-SB-Geschäft, einen Bäcker und einen Hofladen in Anbetracht der Einwohnerzahl gewährleistet. Des Weiteren gibt es in dem Stadtteil ein Blumengeschäft, das wie die vorher genannten Betriebe in sonstiger integrierter Lage angesiedelt ist.

In **Wolf** (rd. 850 Einwohner), nördlich der Kernstadt gelegen, befinden sich neben einem Bäcker mit einem Nahversorgungsangebot noch ein Fachgeschäft für Motorradbekleidung sowie ein 2nd-Hand-Bekleidungsgeschäft in sonstiger integrierter Lage.

Die größte Einzelhandelsdichte unter den genannten Stadtteilen befindet sich in dem Stadtteil **Wolferborn**, der sich nordöstlich der Kernstadt befindet und von dieser rd. acht Kilometer entfernt ist. In dem rd. 950 Einwohner zählenden Stadtteil

sind unter den insgesamt elf Einzelhandelsbetriebe neben fünf Lebensmittelnahversorgungsbetriebe auch Betriebe mit Angeboten im mittelfristigen Bedarfsbereich (insbesondere Sport, Freizeit, GPK, Geschenke, Hausrat sowie Haus- und Heimtextilien) lokalisiert. Infolgedessen bindet Wolferborn im kurz- wie mittelfristigen Bedarfsbereich jeweils rd. zwei Drittel der stadtteilbezogenen Kaufkraft. Mit Ausnahme eines Hofladens befinden sich alle weiteren Betriebe in sonstiger integrierter Standortlage. Die Besatzdichte und der fehlende städtebauliche Zusammenhang reichen jedoch nicht aus, den Bereich als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen.

#### **4.4 EINZELHANDELSKONZENTRATIONEN**

Im Folgenden wird die räumliche Verteilung der Verkaufsflächen auf bedeutende Einzelhandelsstandorte im Büdinger Stadtgebiet erörtert. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Verkaufsfläche allein nur *ein* Aspekt des Einzelhandelsangebotes ist: Unberücksichtigt bleiben dabei z.B. Kundenfrequenz und erzielte Umsätze.

In der Abb. 36 wird ersichtlich, dass neben den in Kap. 4.2 sowie Kap. 4.3.1 vertiefend behandelten Einzelhandelsschwerpunkten Innenstadt, Innenstadt-Ergänzungsbereich sowie zentraler Versorgungsbereich Düdelsheim noch zwei weitere Einzelhandelskonzentrationen an der Düdelsheimer Straße und der Straße An der Saline bestehen. Gemessen an der Verkaufsfläche ist der Einzelhandelsstandort An der Saline (rd. 5.700 qm) nach der eng abgegrenzten Innenstadt (rd. 13.900 qm) die zweitgrößte Konzentration von Einzelhandelsbetrieben. Dieser Einzelhandelsschwerpunkt, der sich in nicht integrierter als auch sonstiger integrierter Standortlage befindet, weist mit rd. 2.650 qm zudem den größten Flächenanteil an Nahrungs-/ Genussmitteln auf. Zurückzuführen ist dies insbesondere auf je einen großflächigen Verbrauchermarkt und Lebensmitteldiscounter.

Die Verkaufsflächen des sonstigen kurzfristigen Bedarfs sowie der mittel- und langfristigen Bedarfsbereiche sind im Vergleich zu den übrigen dargestellten Einzelhandelsstandorten im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt am größten. Die Angebote im mittelfristigen Bedarfsbereich dominieren an diesem Standort erwartungsgemäß und repräsentieren rd. 60% der Gesamtverkaufsfläche. Zurückzuführen ist dies zu einem großen Teil auf das Angebot im Sortiment Bekleidung (4.2.2, Tab. 3), das u.a. durch je ein großflächiges Kauf- bzw. Warenhaus angeboten wird.

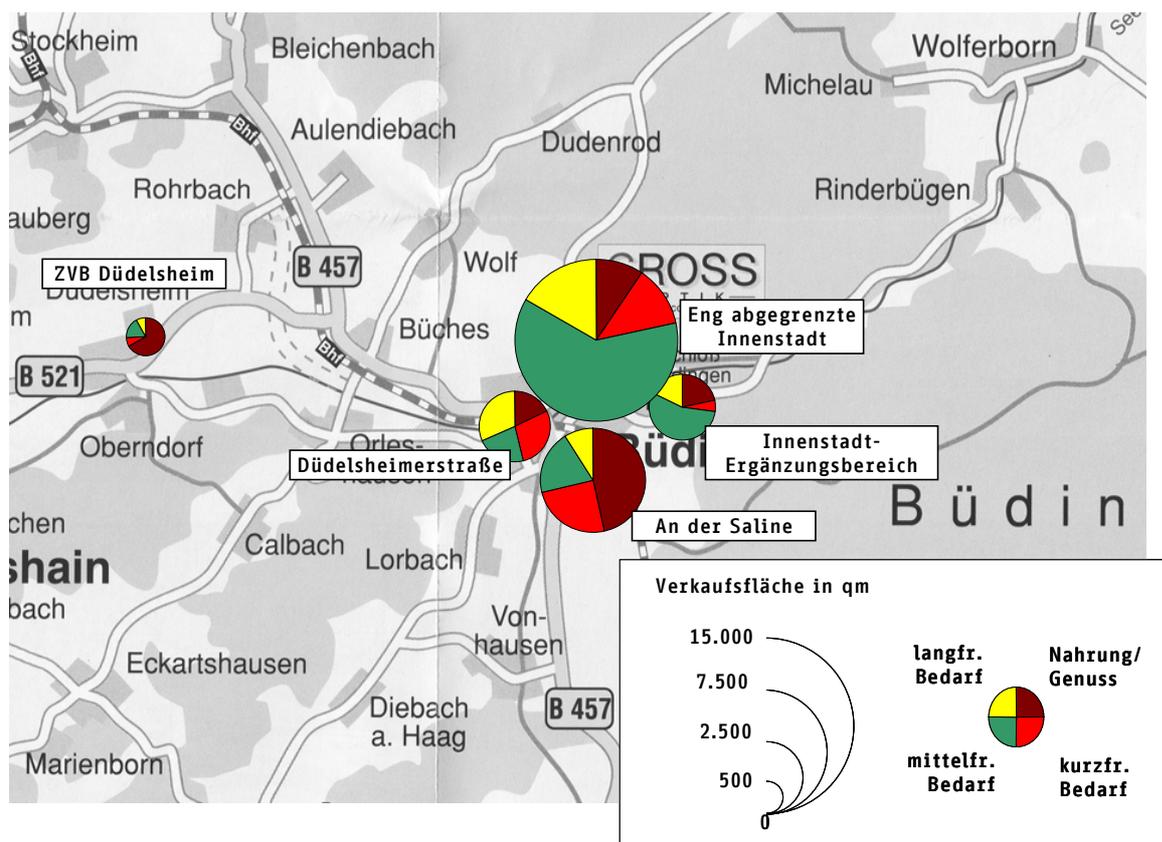


Die drittgrößte Einzelhandelskonzentration befindet sich an dem nicht integrierten Standort Düdelsheimer Straße (2.650 qm Verkaufsfläche) in nicht integrierter Lage, an dem auch ein großflächiges Gartencenter angesiedelt ist. Ein relativ großes flächenbezogenes Angebot nehmen daher langfristige Güter ein.

Das Einzelhandelsangebot der nächst größeren Einzelhandelskonzentration, des Innenstadt-Ergänzungsbereiches (1.675 qm), ist ähnlich wie die Innenstadt überwiegend durch ein Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich (insbesondere Bekleidung) geprägt. Standortbezogene Angebote im langfristigen Bedarfsbereich besitzen hier nur eine untergeordnete Bedeutung.

Der zentrale Versorgungsbereich in Düdelsheim - mit 775 qm die kleinste Einzelhandelskonzentration in Büdingen - besitzt seinen Angebotsschwerpunkt im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel, die vorrangig durch drei Betriebe des Lebensmittelhandwerks und einen Lebensmittel-SB-Markt bereitgestellt werden.

Abb. 36: Einzelhandelskonzentrationen in Büdingen

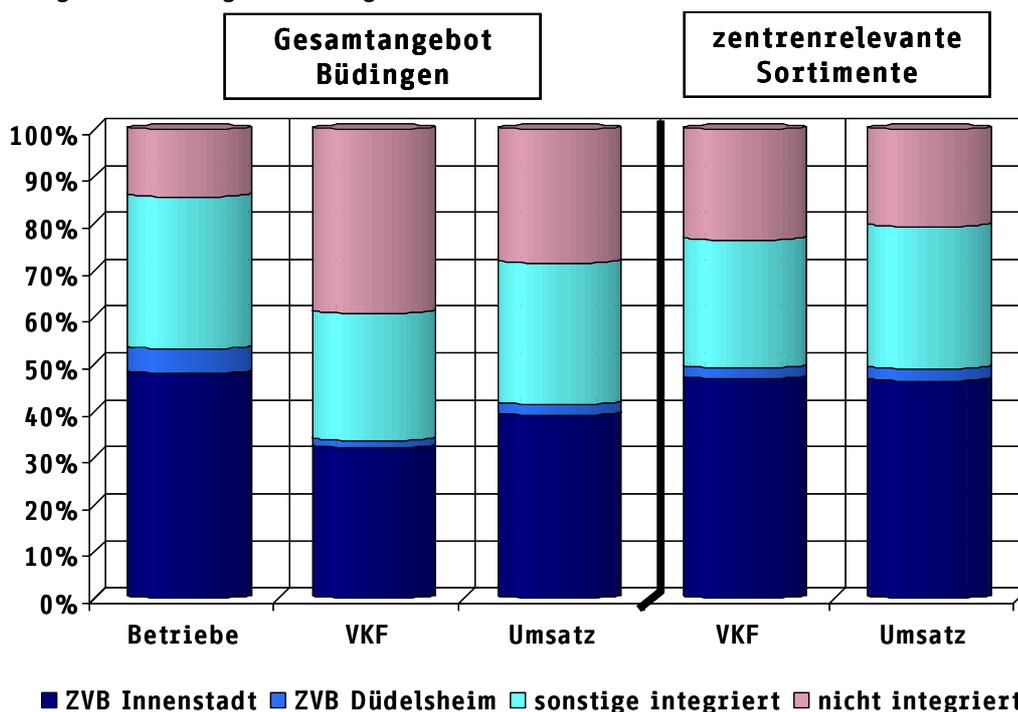


Quelle: eigene Erhebung und Berechnung August/ September 2007; Kartengrundlage: Stadt Büdingen

## 4.5 ANGEBOT NACH LAGE

Die bisher dargestellten Ergebnisse zum Büdinger Einzelhandelsangebot werden im Folgenden nach Lage differenziert dargestellt (vgl. Abb. 37 sowie Tab. A - 10 im Anhang). Unterschieden werden in diesem Kontext neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim sonstige integrierte bzw. nicht integrierte Standorte<sup>60</sup>.

Abb. 37: Angebot nach Lage in Büdingen



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007; IfH; EHI; Hessisches Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Insgesamt sind rd. 86% aller Betriebe an integrierten Standorten angesiedelt, die jedoch auf Grund ihrer insgesamt unterdurchschnittlichen Größen nur rd. 61% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf sich vereinen können.

- Der illustrierten räumlichen Verteilung des Angebots entsprechend kann konstatiert werden, dass knapp die Hälfte aller Betriebe in Büdingen in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt lokalisiert ist. Diese erreichen einen Verkaufsflächenanteil von etwas weniger als ein Drittel der Gesamtfläche. Wie bereits in

<sup>60</sup> Bei sonstigen integrierten Lagen handelt es sich um funktional und städtebaulich integrierte Betriebe, in denen die Bestandsdichte für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches nicht ausreicht. Bei nicht integrierten Standorten fehlt ein städtebaulich-funktionaler Bezug zur Wohnbebauung.



Kap. 4.2.2 vertiefend behandelt, ist dieser Umstand auf ein relativ kleinteilig strukturiertes Angebot, insbesondere im Bereich des Innenstadt-Ergänzungsreiches zurückzuführen. Der Umsatzanteil liegt bei knapp 40%, was die üblicherweise überdurchschnittliche Flächenleistung von Innenstädten widerspiegelt.

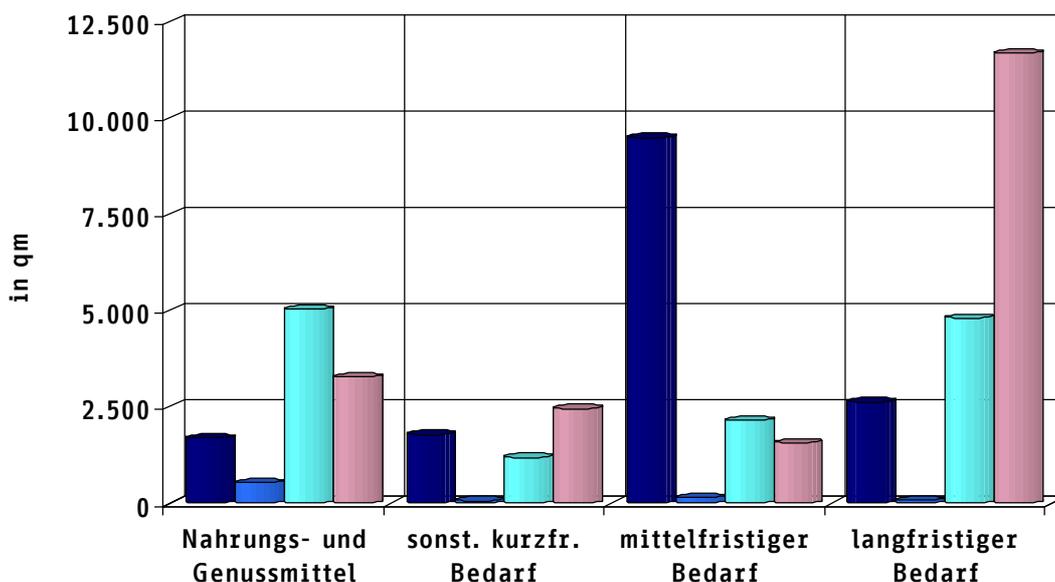
- Der zentrale Versorgungsbereich Düdelsheim nimmt in der gesamtstädtischen Betrachtung nach Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz nur einen geringen Stellenwert ein. In der Tendenz zeigt sich eine ähnliche Ausprägung wie beim zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: Gesamtstädtisch liegt der Verkaufsflächenanteil unter dem Anteil, den die ansässigen Betriebe zahlenmäßig wahrnehmen. Der Anteil des Umsatzes liegt jedoch leicht über dem Verkaufsflächenanteil in Bezug auf die gesamtstädtische Situation.
- Während nicht integrierte Standorte nach Anzahl der Betriebe nur einen Anteil von rd. 14% erreichen, verbuchen sie nach der Verkaufsfläche einen Anteil von rd. 39% (d.h. überdurchschnittliche Betriebsgrößen). Der in diesen Lagen erzielte Umsatz beträgt rd. 28% (d.h. unterdurchschnittliche Flächenleistungen).

Diese Angebotsverteilung ist noch nicht unbedingt ein Hinweis auf eine nicht funktionsadäquate Verteilung: Nicht jeglicher Einzelhandel muss/ soll in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bzw. in weiteren zentralen Bereichen angesiedelt sein. Entsprechend wurde eine Auswertung der **üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente** vorgenommen (vgl. Abb. 37, rechter Bereich).

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt erreicht einen Verkaufsflächenanteil von rd. 47% und einen Umsatzanteil von rd. 56%. Die nicht integrierten Standorte weisen einen Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von jeweils rd. einem Viertel und somit gesamtstädtisch hohe Werte auf. Dieses Ergebnis zeigt, dass ein erheblicher Teil des Angebotes zentrenrelevanter Sortimente nicht funktionsadäquat in Büdingen angesiedelt ist.

Wird die Verteilung des Angebots differenzierter betrachtet, ergibt sich die in der folgenden Abbildung dargestellte Einzelhandelsstruktur in Büdingen (vgl. auch Tab. A - 10 im Anhang).

Abb. 38: Einzelhandelsstruktur in Büdingen nach Lage



■ ZVB Innenstadt ■ ZVB Düdelsheim ■ sonstige integriert ■ nicht integriert

Quelle: eigen Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

Die Betrachtung der Einzelhandelsstruktur nach Lage (vgl. Abb. 38) verdeutlicht zunächst, dass die Verteilung der Verkaufsflächen nach Bedarfsbereichen in den verschiedenen Lagen sehr unterschiedlich ist. Daneben offenbart die Grafik eine in Teilbereichen nicht funktionsadäquate Angebotsverteilung nach Lage:

- Über die Hälfte der Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel wird in sonstigen integrierten Lagen von Büdingen angeboten (rd. 53%). In Bezug auf die Verkaufsfläche befindet sich daneben ein großer Teil des Angebotes (31%) nicht funktionsadäquat an nicht integrierten Standorten. Im sonstigen kurzfristigen Bedarfsbereich erreichen die nicht integrierten Standorte mit knapp 45% sogar den höchsten Flächenanteil. Nach dem Ziel einer möglichst flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung sollten das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel wie auch die sonstigen Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches jedoch an integrierten Standorten (zentraler Versorgungsbereich Innenstadt, zentraler Versorgungsbereich Düdelsheim sowie sonstige integrierte Standorte) angesiedelt sein.
- Die innenstadttypischen Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches werden in Büdingen überwiegend funktionsadäquat in der Innenstadt angeboten (rd. 71%). Knapp 12% dieser Sortimente befinden sich - entgegen der Landes- und regionalplanerischen Grundsätzen und Zielen - an nicht integrierten Standorten.
- Im langfristigen Bedarfsbereich werden rd. 61% der entsprechenden Angebote an nicht integrierten Standorten angeboten. Das Angebot dieses Bedarfsbereiches

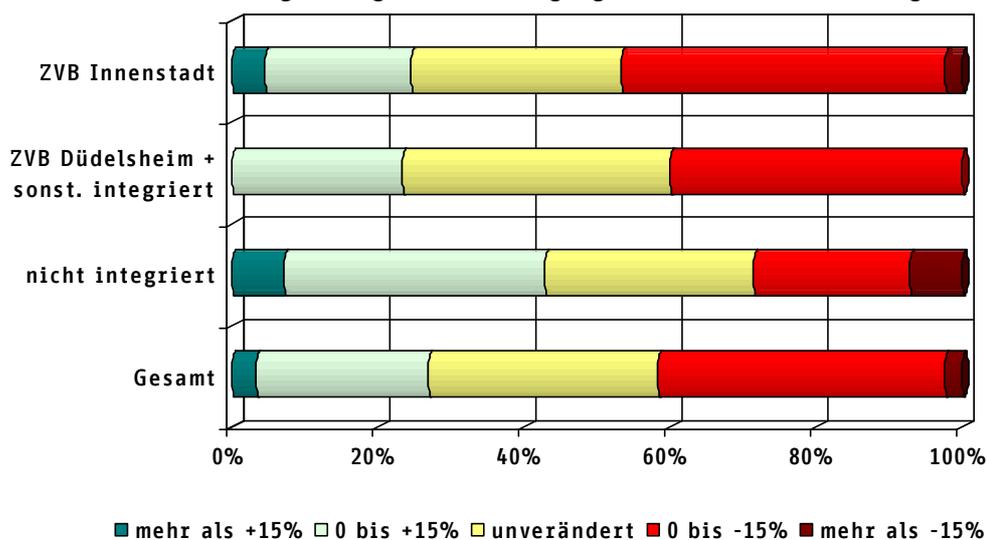


setzt sich in dieser Lage fast ausschließlich aus üblicherweise nicht zentrenrelevante Sortimente zusammen. Hingegen sind die in dem Einzelhandelserlass Hessen als zentren-/innenstadtrelevanten aufgeführten Sortimente Uhren/ Schmuck, Foto/ Optik, Medien<sup>61</sup> überwiegend in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Büdingen lokalisiert. Die Verteilung des Angebotes ist in diesem Bedarfsbereich daher als überwiegend funktionsadäquat zu bezeichnen.

In Kap. 4.1.2 wurde die Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren für die gesamte Gemeinde differenziert nach Größenklassen erörtert. Nachfolgende Abb. 39 stellt die Umsatzentwicklung hingegen differenziert nach Lagen dar. Die insgesamt eher negative Umsatzentwicklung ist hauptsächlich auf die Einzelhandelsentwicklung in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zurückzuführen. 46% der dort angesiedelten Einzelhändler gaben eine negative, lediglich knapp ein Viertel der Händler eine positive Umsatzentwicklung an. Daneben weisen auch die Betriebe im zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim sowie diejenigen in den sonstigen integrierten Lagen eine tendenziell eher regressive Umsatzentwicklung auf.

Die Umsatzentwicklung der Betriebe an nicht integrierten Standorten mit tendenziell größeren Betrieben als in der Innenstadt ist demgegenüber deutlich positiver: Einem Anteil von 29% mit einer negativen Umsatzentwicklung steht einem Anteil von 43% der Betriebe gegenüber mit einer positiven Umsatzentwicklung.

Abb. 39: Umsatzentwicklung Büdingen in den vergangenen drei Jahren nach Lagen



Quelle: eigen Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

<sup>61</sup> Vgl. Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2005: Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht, Anlage 1.

## **5. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG DER EINZELHANDELS-KONZEPTION**

Das vorhandene Baurecht ermöglicht auf der Basis der Baunutzungsverordnung, die Einzelhandelsentwicklung in Büdingen auf Grund städtebaulicher Zielsetzungen räumlich zu steuern<sup>62</sup>. Auch wenn der § 34 (3) BauGB die Problematik ungewollter Entwicklungen in Innenbereichen reduziert, können die Kommunen dabei nur reaktiv handeln. Für eine aktive Steuerung sind B-Pläne und die entsprechenden Festsetzungen unerlässlich.

Für die künftige Entwicklung - sowohl quantitativ als auch räumlich - ist es erforderlich, Ziele für die funktionale Entwicklung der Kommunen insgesamt und der Innenstadt zu Grunde zu legen. Dabei hat die Erfahrung mit der Erarbeitung zahlreicher Einzelhandelskonzepte für verschiedene Städte und Gemeinden gezeigt, dass die Oberziele für die verschiedenen Kommunen weitgehend identisch sind.

Entsprechend wird in diesem Kapitel der Vorschlag für einen Zielkatalog dargestellt, welcher der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Büdingen zu Grunde zu legen ist. Diese Zielvorschläge beziehen sich räumlich zum einen auf die Gesamtstadt Büdingen mit ihrer mittelzentralen Funktion und zum anderen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Diese Oberziele wurden dem planungsrechtlichen Konzept (vgl. Kap. 7.2 ff.) zugrunde gelegt.

Als vorrangiges Ziel für Büdingen wird von gutachterlicher Seite die Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels-/ Funktionsvielfalt in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gesehen. Nachfolgend wird der Vorschlag für ein Zielkatalog im Einzelnen dargestellt.

### **5.1 ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER MITTELZENTRALEN VERSORGENGSFUNKTION**

Ein wichtiges Ziel ist die Erhaltung und Stärkung der durch die Landesplanung Hessen zugewiesenen zentralörtlichen Funktion der Gesamtstadt. Büdingen nimmt - über das gesamte Einzelhandelsangebot hinweg betrachtet - seine Funktion als Mittelzentrum im Bereich der Einzelhandels derzeit gut wahr. Per Saldo sind deutliche Kaufkraftzuflüsse zu konstatieren. Die Bindungsquoten im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich weisen darauf hin, dass die Stadt Büdingen ihrer mittelzentralen

---

<sup>62</sup> Vgl. dazu zusammenfassend Acocella, D., 2004, a.a.O., S. 56ff.



Funktion in weiten Teilen gerecht wird und überörtliche Versorgungsfunktion übernimmt. Bis auf die Sortimentsbereiche Spielwaren, Babyausstattung, Bücher, Medien, Elektro/ Leuchten, Teppiche, Bodenbeläge und Möbel/ Antiquitäten werden derzeit durchweg Bindungsquoten von (teilweise deutlich) mehr als 100% erreicht, die einem Mittelzentrum und seiner überörtlichen Versorgungsfunktion als angemessen erscheinen (vgl. Kap. 4.1.3).

Auf Grund der ländlich geprägten Siedlungsstruktur, die z.T. längere Anfahrtswege nach Büdingen bedingt, und der relativen räumlichen Nähe zu den Oberzentren Hanau und Frankfurt, welche nach der Passantenbefragung als weitere Einkaufsstandorte favorisiert werden, liegt der Schwerpunkt bei der Erhaltung der mittelzentralen Versorgungsfunktion. In zweiter Linie ist eine Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Büdingen in Teilbereichen anzustreben.

## **5.2 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER EINZELHANDELS-/ FUNKTIONSVIELFALT IN DEM ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT**

Neben der Zentralität - also der vorrangig quantitativen Komponente - soll auch die Vielfalt an Funktionen in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erhalten und gestärkt werden: Eine Mischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen sollte angestrebt werden.

Daneben sollte der Einzelhandel in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Büdingen von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein, welche die eigene Identität dieses Bereiches formen.

Dieses Ziel "Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels-/ Funktionsvielfalt in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt" erfordert ein konzeptionelles Vorgehen anstatt einzelfallbezogener Entscheidungen.

## **5.3 STÄRKUNG/ ENTWICKLUNG DER IDENTITÄT DER INNENSTADT**

Die Identität einer Innenstadt wird durch verschiedene Faktoren (Einzelhandels- und Dienstleistungsmix, Architektur etc.) geprägt, die es zu erhalten und zu stärken gilt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden kommunalen Wettbewerb ist die Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren Profils von wesentlicher Bedeutung. Das äußere Erscheinungsbild (Städtebau und Architektur) einer Innenstadt gewinnt angesichts der zunehmenden Filialisierung im Handel und der damit verbundenen zunehmenden Uniformität der Waren- bzw. Geschäftspräsentation an Gewicht.



Mit den städtebaulichen und architektonischen Qualitäten der mittelalterlichen (Fachwerk-)Innenstadt in dem Ergänzungsbereich, die eine touristische Anziehungskraft ausübt und deren Aufenthaltsqualität bzw. Atmosphäre/ Stadtbild aus Sicht der Kunden und Händler überwiegend positiv beurteilt wird (vgl. Kap. 3.3 insb. Abb. 7, S. 28 sowie Kap. 4.1.6.1, insb. Abb. 15, S. 48, besitzt Büdingen Alleinstellungsmerkmale, von denen auch der Einzelhandelsstandort der eng abgegrenzten Innenstadt profitieren kann. Ziel sollte daher die Erhaltung der Identität des Innenstadt-Ergänzungsbereiches sein. Bei einer Anpassung der Betriebstypen und -größen an moderne Erfordernisse, z.B. durch die Zusammenlegung von Ladengeschäften, sollten sich die Betriebe von ihrem Charakter und der Gestaltung her in die historische Altstadt einfügen. Deren Identität sollte unbedingt erhalten werden, da diese wesentlich zum Gesamterlebnis in der Innenstadt beiträgt.

Das Ziel der Identitätsstärkung bezieht sich vorrangig auf den Teilraum der eng abgegrenzten Innenstadt, welcher im Gegensatz zur Altstadt nur geringe städtebauliche und architektonische Qualitäten aufweist (vgl. Kap. 4.2.7), sich dagegen aber als Haupteinkaufsstandort profiliert.

#### **5.4 ERHALTUNG/ STÄRKUNG DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES DÜDELSHEIM**

Neben der Innenstadt gibt es in Büdingen lediglich den zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim. Die hier lokalisierten Einzelhandelsbetriebe dienen vorrangig der Grundversorgung (Lebensmittel-)Nahversorgung) der im Stadtteil lebenden Einwohner. Vor dem Hintergrund der Stadtgröße und der Einwohnerstruktur in den Stadtteilen erscheint eine größere Zahl an Zentren in Büdingen nicht realistisch.

Dabei ist selbst der zentrale Versorgungsbereich Düdelsheim als labil anzusehen, insbesondere weil sich dort kein Lebensmittelbetrieb befindet, der eine deutliche Magnetfunktion übernehmen könnte (vgl. Kap. 4.3.1). Die bestehenden Nahversorgungseinrichtungen sind auf Grund ihrer geringen Größe als relativ labil einzustufen und reagieren sehr empfindlich auf entsprechende Wettbewerber außerhalb der Nahversorgungszentren. Deshalb sollte - neben der Stärkung der Innenstadt - eine Stärkung dieses zentralen Versorgungsbereichs bei dennoch standortgerechter Dimensionierung angestrebt, dieser aber zumindest erhalten werden.



## **5.5 ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER NAHVERSORGUNGSSTRUKTUR**

Die Gesamtstadt Büdingen ist derzeit rein quantitativ betrachtet gut mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten<sup>63</sup> versorgt (vgl. Kap. 4.1.3). In der räumlichen Verteilung des Angebotes zeigen sich jedoch Defizite, die hauptsächlich die einwohner-schwachen Stadtteile betreffen (vgl. Kap. 4.1.4). In Bezug auf die Nahversorgung sind kurze Wege (s.u.) jedoch gerade für Menschen mit eingeschränkter Mobilität (z.B. Senioren) von großer Bedeutung.

Das Hauptaugenmerk ist daher auf die Erhaltung der Nahversorgungsstrukturen in Büdingen, insbesondere auf die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe (Supermarkt, Lebensmitteldiscounter etc.) und die im Hinblick auf eine wohnungsnah Grundversorgung richtige Standortwahl bei evtl. Verlagerungen bzw. Neuansiedlungen, zu legen. Hierbei nimmt auch der Erhalt bzw. die Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Düdelsheim einen wichtigen Stellenwert ein. Für die weiteren Stadtteile sind - insbesondere vor dem Hintergrund der Einwohnerzahlen - u.U. alternative Versorgungsmöglichkeiten zu erwägen und einzurichten (vgl. Kap. 7.3.3).

## **5.6 ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER KURZEN WEGE ("STADT DER KURZEN WEGE")**

Auf Grund des kompakten Siedlungskörpers der Kernstadt und der räumlichen Lage des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in diesem bestehen für viele Büdinger kurze Wege in die Innenstadt. Nach der Passantenbefragung sucht über die Hälfte der Büdinger diese zu Fuß auf (vgl. Kap. 4.2.7.1, insb. Abb. 33, S. 93). Dies unterstreicht die guten Voraussetzungen in Büdingen. Daher sollte ein vollständiges Versorgungsangebot in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt auch in Zukunft gesichert sein, um für einen Großteil der Büdinger kurze Wege weiterhin zu gewährleisten.

Kurze Wege innerhalb einer Innenstadt bzw. innerhalb eines sonstigen zentralen Bereichs tragen zu Dichte und Frequenz bei. Diese Faktoren sind wiederum wesentliche Voraussetzung für ein lebendiges Zentrum.

Die vorliegende Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in seiner jetzigen Konfiguration ist jedoch als grenzwertig zu bewerten, um einen kon-

---

<sup>63</sup> Als nahversorgungsrelevant werden entsprechend den in Anlage 1 im Einzelhandelserlass für Hessen 2005 aufgeführten Sortimente der Grundversorgung/ des kurzfristigen Bedarfs Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk) und Drogerie/ Parfümerie bezeichnet.



stanten funktionalen Zusammenhang im Sinne einer kompakten Innenstadt zu gewährleisten (vgl. Kap. 4.2.7). Die differierenden funktionalen wie städtebaulichen Strukturen führen daher zu einer Funktionsteilung zwischen der eng abgegrenzten Innenstadt (Haupteinkaufsbereich) und dem historisch geprägten Ergänzungsbereich mit seiner touristischen Attraktivität. Ziel für die eng abgegrenzte Innenstadt ist sonach die Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelsfunktion und ihre Profilierung als moderner Haupteinkaufsbereich. In dem Innenstadt-Ergänzungsbereich ist der Fokus auf die Erhaltung und Stärkung der Erlebnis-/ Freizeitfunktion sowie Nahversorgungsfunktion zu legen, wobei hochwertige Fachgeschäfte und die gastronomischen Angebote als auch die Erweiterung des Wochenmarktes eine wesentliche Rolle spielen.

## **5.7 SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT) INSGESAMT**

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z.T. von der Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden.

Wenn also mit einem Einzelhandelskonzept ein Schutz der Innenstadt bzw. der zentralen Versorgungsbereiche insgesamt assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor "unfairem Wettbewerb" geschützt werden sollen. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu sein.

Eng damit verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen (z.B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ebenfalls ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

## **5.8 SICHERUNG VON GWERBEGEBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GEWERBE**

Ein weiteres Ziel ist es, die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und Produzierendem Gewerbe zur Verfügung zu stellen. Diese können häufig nicht mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden mithalten.



## 6. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENBEDARFS IN DER STADT

Das auf dem vorliegende Gutachten basierende Einzelhandelskonzept soll die Basis für eine mittel- bis langfristige Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in Büdingen darstellen: Die zukünftige Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsreiches Innenstadt und Düdelsheim sowie der Nahversorgungsstrukturen hängt auch davon ab, ob, wie und wo weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Es ist deshalb notwendig, neben der Beschreibung der Ist-Situation mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Zur Quantifizierung des zukünftigen Flächenbedarfs wurde deshalb eine Verkaufsflächenprognose durchgeführt. Räumliche Entwicklungsperspektiven werden in Kap. 7.3 beschrieben.

Die künftigen quantitativen Entwicklungsmöglichkeiten sind zum einen von der wirtschaftlichen Entwicklung und der Bevölkerungsentwicklung abhängig. Zum anderen ist für die quantitative Entwicklung entscheidend, ob und inwieweit die Position der Stadt Büdingen im Hinblick auf ihr Einzelhandelsangebot gestärkt werden kann. Diese Positionierung der Stadt Büdingen wiederum ist - zumindest teilweise - auch von der künftigen räumlichen Entwicklung abhängig.

Das abgeleitete quantitative Entwicklungspotenzial ist einer räumlichen Steuerung zugänglich: Es ist eher die Ausnahme, dass in einer stagnierenden Situation Verbesserungen in der Handelsstruktur erreicht werden können, da der Bestand kaum zu lenken ist<sup>64</sup>.

Das quantitative Entwicklungspotenzial im Einzelhandel wurde auf der Grundlage von Einwohnerprognosen und Prognosen zur wirtschaftlichen Entwicklung abgeleitet.

- Zur Verdeutlichung von Prognoseunsicherheiten wurden eine obere und eine untere Variante berechnet (Gabelbetrachtung). Als Prognoseergebnis ergibt sich ein Entwicklungskorridor, der Prognoseunsicherheiten reduziert (vgl. Kap. 6.1). Damit haben die zu treffenden Entscheidungen zugleich eine sicherere Grundlage.

---

<sup>64</sup> Ausnahmen hiervon sind allenfalls durch eine freiwillige bzw. seitens der Verwaltung aktive Umsiedlung bestehender Einzelhandelsbetriebe möglich, wobei für den bisherigen Standort das Baurecht entsprechend geändert werden müsste.



- Zur Verdeutlichung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine eher mittelfristige Perspektive bis zum Jahr 2015 sowie eine längerfristige Prognose bis zum Jahr 2020.
- Zur Verdeutlichung der Handlungsabhängigkeit des quantitativen Potenzials wurden unterschiedliche Prognoseszenarien berechnet.

Die zukünftig zu erwartende zusätzliche Verkaufsfläche wurde aus diesen ökonomischen Berechnungen abgeleitet. Die städtebaulich und funktional sinnvolle räumliche Verteilung dieser zusätzlichen Verkaufsflächen hängt einerseits vom Einzelhandelskonzept und andererseits von den verfügbaren Flächen ab.

Für die vorliegende Untersuchung reicht eine allgemeine Prognose der Kaufkraft jedoch nicht aus. Vielmehr sind branchenspezifische Potenziale zu prognostizieren, wobei die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen sind. Diese basieren u.a. auf den absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 2), der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern<sup>65</sup>.

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel i.e.S.<sup>66</sup>.

## 6.1 PROGNOSE DER BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG

Vom Hessischen Statistischen Landesamt liegt eine Bevölkerungsprognose für den Wetteraukreis aus dem Jahr 2006 vor; spezifische Daten für die Stadt Büdingen stellt das Statistische Landesamt nicht zur Verfügung:

- Gemäß der Prognose ergibt sich im Wetteraukreis ein Bevölkerungszuwachs von 298.928 Einwohnern im Jahr 2006 auf 308.754 Einwohner im Jahr 2020. Dies entspricht einem Wachstum von 3,3%.
- Wird diese Wachstumsrate auch bei der Einwohnerentwicklung in Büdingen unterstellt, ergibt sich 2015 ein Bevölkerungstand von rd. 21.900 Einwohnern bzw. 2020 von rd. 22.150.

---

<sup>65</sup> Vgl. z.B. EHI: Handel aktuell 2007/ 2008, Köln, S. 58.

<sup>66</sup> D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.



Die auf dieser Grundlage errechneten Werte wurden für die Betrachtung in der oberen Variante übernommen. Für die untere Variante wurde für beide Betrachtungszeiträume die Einwohnerzahl aus dem Jahr 2006 fortgeschrieben

Um die Prognoseunsicherheiten zu verdeutlichen wurden die prognostizierten Werte auf 25 Einwohner gerundet.

Für das Jahr 2015 ist damit in Büdingen von einer Einwohnerzahl zwischen 21.450 und 21.900 auszugehen. 2020 ist mit 21.450 bis 22.150 Einwohnern zu rechnen.

## **6.2 PERSPEKTIVEN FÜR DEN EINZELHANDEL**

Insgesamt werden sich nach heutiger Kenntnis die ökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel bis zum Jahr 2009 allenfalls geringfügig verbessern, auch wenn die Mehrwertsteuererhöhung zum Jahresbeginn 2007 für den Einzelhandel nicht den befürchteten Rückschlag bedeutete. Dennoch konnte der Einzelhandel im Jahr 2007 vom Aufschwung kaum profitieren, vielmehr ist der Umsatz wohl einmal mehr zurückgegangen (vgl. zur Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes auch Abb. 4, S. 15). Selbst bei fortdauernder Konjunkturbelebung - allerdings wurden die Prognosen für 2008 laufend nach unten korrigiert - und einer Steigerung der Konsumausgaben stehen dem Einzelhandel allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevor: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauchs kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben weiter zurückgehen.

Trotz dieser insgesamt wenig positiven Vorzeichen darf nicht übersehen werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unterschiedlich betroffen waren: Zum Teil waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen.

## **6.3 NACHFRAGE: ANNAHMEN ZUR ENTWICKLUNG UND KAUFKRAFTPOTENZIAL**

Für die Kaufkraftentwicklung wird in den Jahren bis 2009 ein jährlicher Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Ausgaben<sup>67</sup> je Einwohner um 0 bis 0,5% und für den übrigen Zeitraum bis 2020 um 0,5 bis 1% angenommen. In Anbetracht der weitgehen-

---

<sup>67</sup> Enthalten sind nur Ausgaben im Einzelhandel i.e.S., d.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.



den Stagnation im deutschen Einzelhandel seit 1993 (vgl. Abb. 4, S. 15) ist dies als Hoffnung anzusehen, dass dem Einzelhandel der "Ausbruch" aus dieser Entwicklung gelingen kann und er an der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung wieder etwas (wenn auch weiterhin unterdurchschnittlich) partizipieren kann.

Da eine weitere Abnahme des Anteils der Ausgaben im Einzelhandel an den Einkommen prognostiziert wird, sind die getroffenen Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gleichbedeutend mit der Unterstellung eines über diesen Werten liegenden gesamtwirtschaftlichen Wachstums.

Die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in Büdingen sind in Tab. 4 als Übersicht dargestellt.

Das Kaufkraftpotenzial in Büdingen liegt 2015 um rd. 3,1 bis 9,5% über dem von 2007; 2020 liegt es um rd. 6 bis 16% darüber.

Für die Ableitung des Kaufkraftpotenzials nach Sortimenten wurden vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt. Dieses ist tabellarisch im Anhang dargestellt (vgl. Tab. A - 11).

**Tab. 4: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick**

	<b>untere Variante</b>	<b>obere Variante</b>
<b>Einwohner 2015</b>	21.450	21.900
<b>Einwohner 2020</b>	21.450	22.150
<b>Kaufkraftzuwachs 2007 - 2009</b>	0,0%	0,5%
<b>Kaufkraftzuwachs 2010 - 2020</b>	0,5%	1,0%
<b>Kaufkraftzuwachs 2007 - 2020 insgesamt</b>	5,6%	12,7%
<b>Kaufkraft/ Einw. (Büdingen) 2007</b>	4.753 €	
<b>Kaufkraft / Einw. (Büdingen) 2015</b>	4.898 €	5.096 €
<b>Kaufkraft / Einw. (Büdingen) 2020</b>	5.022 €	5.356 €
<b>Kaufkraftpotenzial 2007</b>	101,9	
<b>Kaufkraftpotenzial 2015</b>	105,1	111,6
<b>Kaufkraftpotenzial 2020</b>	108	119

Quelle: Hess.Statist. Landesamt; BBE Köln; eigene Berechnungen



## 6.4 ANNAHMEN ZUR ENTWICKLUNG DER ANGEBOTSSSEITE

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf den Verkaufsflächenbedarf haben<sup>68</sup>. Der zusätzliche Bedarf ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung des aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenpotenzials wurden drei Prognosevarianten berechnet, die auch die Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in der Stadt Büdingen aufzeigen sollen<sup>69</sup>:

- Die **Status-quo-Prognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Fortschreibung der bestehenden Rahmenbedingungen, d.h. die derzeit erreichten Bindungsquoten (vgl. Abb. 11, S. 38) wurden als Konstante angenommen: Die Umsatzentwicklung folgt der Nachfrageentwicklung. Dies bedeutet, dass zusätzliche Einwohner Kaufgewohnheiten wie die derzeitigen Einwohner entwickeln.

Diese Prognosevariante dient vorrangig der Identifikation desjenigen Teils des Verkaufsflächenbedarfs, der auf Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zurückzuführen ist.

Allerdings ist diese Variante keinesfalls so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung sozusagen "automatisch", ohne eigene Anstrengungen in Büdingen erreicht würde: Nichtstun ist gleichbedeutend mit einem relativen Zurückfallen, da andere etwas tun werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen.

- Die **Entwicklungsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Verbindung mit einer Steigerung der Bindungsquoten in den

---

<sup>68</sup> Dies bedeutet, dass das ermittelte Flächenpotenzial aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig (z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereichs, wie dies bei der Ansiedlung eines Magnetbetriebes erreicht werden könnte) zusätzlicher Flächenbedarf entstehen kann, sei hier lediglich angemerkt.

<sup>69</sup> Bei der oberen Prognosevariante wurde angenommen, dass die Flächenleistungen bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen werden. Nach dem Rückgang der Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren ist zu erwarten, dass bei positiver wirtschaftlicher Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden. Bei der unteren Variante ist hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen zu erwarten.

Sortimentsbereichen, wo sie derzeit unter 100% (sowohl im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich) liegen. Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebotes auf "freie Nachfragepotenziale" angenommen werden. Für die Bereiche, in denen derzeit bereits eine höhere Kaufkraftbindung erreicht wird, wird davon ausgegangen, dass die bestehenden Bindungsquoten bis zum Jahr 2020 gehalten werden können.

- Im nahversorgungsrelevanten kurzfristigen Bedarfsbereich ist die Begründung für eine Bindungsquote von 100% darin zu sehen, dass zunächst jede Stadt in der Lage sein sollte, diesen Bedarf der eigenen Einwohner selbst zu decken. In Büdingen wird derzeit in allen prognoserelevanten Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs eine Bindungsquote von über 100% erreicht, so dass die entsprechenden Bindungsquoten fortgeschrieben werden.
- Im mittel- und langfristigen Bereich ist die Begründung für eine Zielbindungsquote von 100% in der mittelzentralen Funktion und den derzeit bereits erreichten Bindungsquoten zu sehen.

Ein entsprechende Steigerung der Kaufkraftbindung in den Sortimentsbereichen Bücher, Teppiche/ Bodenbeläge und Möbel/ Antiquitäten ist als anspruchsvoll anzusehen: Hier wird derzeit jeweils nur weniger als die Hälfte der unterstellten Zielbindungsquote erreicht (vgl. Abb. 11, S. 38).

- Die **Wettbewerbsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren bei ebenfalls ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsentwicklung unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (politische Ereignisse, Anstrengungen der Nachbarstädten o.ä.). Dabei wird von einem Rückgang der Kaufkraftbindung von 10% gegenüber der Entwicklungsprognose ausgegangen.

Dabei kann es nicht ausschließliches Ziel sein, quantitativ Selbstversorgung bzw. eine bestimmte Quote zu erreichen. Vielmehr wird die Leitfrage nach Ermittlung des künftigen Flächenbedarfs lauten, wo vor dem Hintergrund einer langfristigen Steigerung der Attraktivität des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt von Büdingen sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung in der gesamten Stadt insbesondere zentrenrelevanter Einzelhandel in Zukunft sinnvoll angesiedelt werden sollte (vgl. Kap. 7.2f.).



Einschränkend ist zu bemerken, dass die Bindungsquoten nur gehalten bzw. gesteigert werden können, wenn eine hohe Identifikation mit der Innenstadt und ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie ein insgesamt guter Funktionsmix (auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie) erreicht wird (vgl. auch Kap. 3.3). Dies verdeutlicht die Abhängigkeit des Flächenbedarfs vom Handeln in der Stadt.

## 6.5 PROGNOSE: VERKAUFSFLÄCHENBEDARF IN DER STADT BÜDINGEN

Aus den branchendifferenzierten Kaufkraftprognosen und der sich daraus ergebenden Umsatzentwicklung wurden, unter Berücksichtigung der Entwicklung der Flächenproduktivität, **Verkaufsflächenpotenziale** für die Stadt Bidingen prognostiziert.

Der **Verkaufsflächenbedarf** ergibt sich als Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe<sup>70</sup>. Infolge

- des bei der Wettbewerbsprognose in vielen Sortimentsbereichen angenommenen Rückgangs der Kaufkraftbindung,
  - der zu erwartenden Verschiebungen in der Nachfragestruktur sowie
  - der in der oberen Variante angenommenen Steigerung der Flächenleistungen
- können sich in einzelnen Sortimenten rechnerisch auch negative Werte ergeben. Hier wurde unterstellt, dass diese nicht zu tatsächlichen Flächenabgängen, sondern zu einer geringeren Steigerung bzw. einem Rückgang der Flächenleistung führen werden.

Der auf diese Weise abgeleitete Flächenbedarf ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den Prognosezeitraum verteilten Realisierung der zusätzlichen Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Er ist auf **nachfrageseitige** Änderungen zurückzuführen.

Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist - und dies ist in allen Sortimentsbereichen der Fall - kann dieser Bedarf auch durch Geschäftserweiterungen gedeckt werden. Die ermittelten Werte für die Stadt Bidingen waren deshalb nicht auf ihre ökonomische Tragfähigkeit hin zu überprüfen.

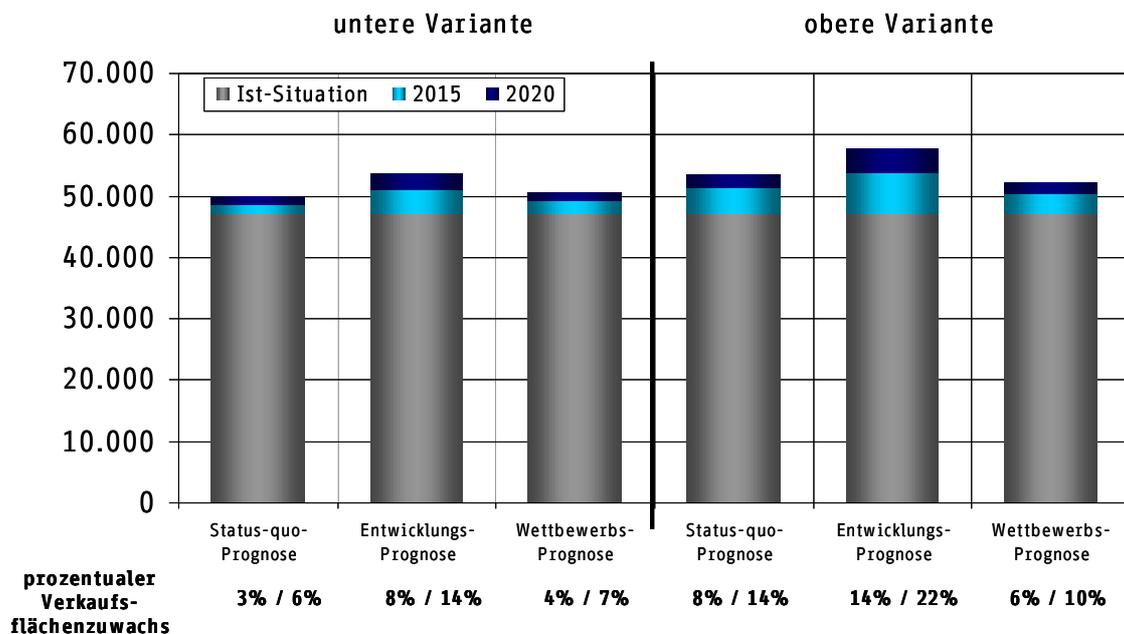
---

<sup>70</sup> In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung im August/ September 2007, auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter für eine Einzelhandelsnutzung zur Verfügung stehen, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Bedarf.

Allerdings waren die einzelnen Werte auf ihre Plausibilität zu untersuchen.

Die folgende Abbildung zeigt den rechnerisch ermittelten Flächenbedarf für die Stadt Büdingen in den drei Prognosevarianten für die beiden Prognosezeiträume.

Abb. 40: Rechnerischer Verkaufsflächenbedarf in der Stadt Büdingen bis 2020 - Angaben in qm



Quelle: eigene Berechnungen

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich bis zum Jahr 2015 für Büdingen ein Verkaufsflächenbedarf von rd. 3.750 qm bis 6.500 qm. Bis zum Jahr 2020 erhöht sich dieser Verkaufsflächenbedarf auf rd. 6.600 bis 10.600 qm (**Entwicklungsprognose**; vgl. Tab. A - 13 im Anhang). Dies entspräche im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von gut 47.225 qm einer Steigerung bis 2020 um rd. 14 bis 22%.

Wird dies mit dem Flächenbedarf der **Status-quo-Prognose** verglichen (rd. 1.425 bis 4.000 qm bis 2015 bzw. rd. 2.725 bis 6.400 qm bis 2020; vgl. Tab. A - 12 im Anhang), so zeigt sich, dass in der oberen Variante zwei Fünftel des Verkaufsflächenbedarfs auf die unterstellte verbesserte Kaufkraftbindung zurückzuführen sind, während die restlichen drei Fünftel auf die Entwicklung des Kaufkraftpotenzials zurückgehen. In der unteren Variante sind knapp drei Fünftel des Flächenbedarfs auf die verbesserte Kaufkraftbindung zurückzuführen.

Sollte der Einzelhandelsumsatz aus nicht prognostizierbaren Gründen um 10% einbrechen (**Wettbewerbsprognose**), so reduziert sich der Verkaufsflächenbedarf ge-



genüber der Entwicklungsprognose: Bis 2015 ist mit einem Verkaufsflächenbedarf von rd. 2.025 bis 3.050 qm zu rechnen, bis 2020 mit rd. 3.325<sup>71</sup> bis 4.825 qm (vgl. Tab. A - 14 Bezug aktualisieren im Anhang). Gegenüber der aktuellen Gesamtverkaufsfläche stellt dies eine Steigerung um rd. 7 bis 10% dar.

In einem guten Jahrzehnt ergibt sich also in Büdingen ein rechnerischer Verkaufsflächenbedarf zwischen rd. 2.725 qm in der unteren Variante der Status-quo-Prognose und rd. 10.600 qm in der oberen Variante der Entwicklungsprognose. Diese Spannweite zeigt, welche Bedeutung die - zumindest zum Teil - im Einflussbereich der Stadt (einschließlich der städtischen Einzelhändler) liegenden Entwicklungen auf den zu erwartenden Flächenbedarf haben.

Diese rechnerisch ermittelten Werte sind auf ihre Plausibilität zu prüfen:

- Bereits bei der Status-quo-Prognose erfordert die bloße Fortschreibung der aktuellen Bindungsquote in einzelnen Sortimentsbereichen erhebliche Anstrengungen, um die derzeit erzielten Zuflüsse dauerhaft zu erreichen. Die Fortschreibung einer Bindungsquote von 200% setzt voraus, dass für einen zusätzlichen Einwohner in Büdingen die gesamte Kaufkraft eines auswärtigen Kunden zusätzlich gebunden werden muss.

Derzeit werden in den Sortimentsbereichen Blumen/ Zoo, Bekleidung und bau markt-/ gartencenterspezifische Sortimente Bindungsquoten von knapp bzw. mehr als 200% erreicht. Entsprechend sind die in diesem Bereich insbesondere bei der Status-quo-Prognose und bei der Entwicklungsprognose rechnerisch ermittelten Flächenbedarfe nicht unbedingt realistisch. Bleibt der in diesen Sortimentsbereichen ermittelte Flächenbedarf unberücksichtigt, so reduziert sich der Bedarf bei der Entwicklungsprognose bis 2020 auf rd. 5.250 bis 7.425 qm und bei der Status-quo-Prognose auf rd. 1.375 bis 3.225 qm.

- Die bei der Entwicklungsprognose (aber auch bei der Wettbewerbsprognose) angenommene Steigerung der Kaufkraftbindung ist vor dem Hintergrund der derzeit erreichten Kaufkraftbindung zu betrachten (vgl. Abb. 11, S. 38). Insbesondere in den o.g. Sortimentsbereichen Bücher, Teppiche/ Bodenbeläge und Möbel/ Antiquitäten sind erhebliche Anstrengungen erforderlich, um eine solche verbesserte Kaufkraftbindung zu erreichen.

---

<sup>71</sup> Dass der Flächenbedarf denjenigen bei einer Entwicklung entsprechend der Status-quo-Prognose übersteigt, ist darauf zurückzuführen, dass auch in diesem Szenario davon ausgegangen wird, dass die Anstrengungen zur Steigerung der Kaufkraftbindung ergriffen werden.



Wird neben der oben dargestellten Relativierung der für diese Sortimentsbereiche prognostizierte Flächenbedarf auf die jeweiligen Ergebnisse der Status-quo-Prognose beschränkt, so reduziert sich der Flächenbedarf bei der Entwicklungsprognose weiter auf rd. 2.150 bis 4.075 qm bis zum Jahr 2020 sowie auf rd. 775 bis 1.550 qm bei der Wettbewerbsprognose.

Durch diese beiden Relativierungen würde der zu erwartende Zuwachs je nach gewählter Variante um rd. 62% (Entwicklungsprognose obere Variante) bis rd. 77% (Wettbewerbsprognose untere Variante) reduziert.

Eine Ausweitung der Flächen über den prognostizierten Verkaufsflächenbedarf hinaus ist nur dann ohne Verdrängung bestehenden Einzelhandels möglich, wenn diese die Attraktivität des Einzelhandels in der Stadt Büdingen derart erhöht, dass über die hier angenommenen künftigen Bindungsquoten hinaus weitere Kaufkraft in die Stadt Büdingen gezogen werden kann.

Zu Beginn dieses Kapitels wurde angemerkt, dass Flächenabgänge den Brutto-Bedarf an Verkaufsflächen erhöhen. Aus den Antworten der Einzelhändler auf die Frage nach beabsichtigten Veränderungen (vgl. Kap. 4.1.6.2) ergeben sich Flächenabgänge von rd. 325 qm. (Demgegenüber wurden vorgesehene Flächenerweiterungen nicht mit einer Flächenangabe spezifiziert.)

Das Ergebnis der Prognose liefert lediglich einen **Orientierungswert** für die künftige Einzelhandelsentwicklung: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar. Außerdem erfordert die unterstellte Erhöhung der Bindungsquote bei der Entwicklungs-, aber auch der Wettbewerbsprognose eine Änderung von Kaufkraftströmen und stellt einen längerfristigen Prozess dar.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass der prognostizierte Bedarf im Laufe von einem guten Jahrzehnt entsteht und nicht in vollem Umfang zum jetzigen Zeitpunkt realisiert werden kann. Ansonsten entsteht die Gefahr, dass die damit verbundene zusätzliche Konkurrenz - entgegen den für die Prognose getroffenen Annahmen - auch zu einer Verdrängung bestehenden Einzelhandels führen könnte.

Allerdings bedeutet die Realisierung eines konkreten Projektes regelmäßig (ab einer bestimmten Größe) auch eine **angebotsseitige** Änderung: Durch die zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann davon ausgegangen werden, dass auch die Kauf-



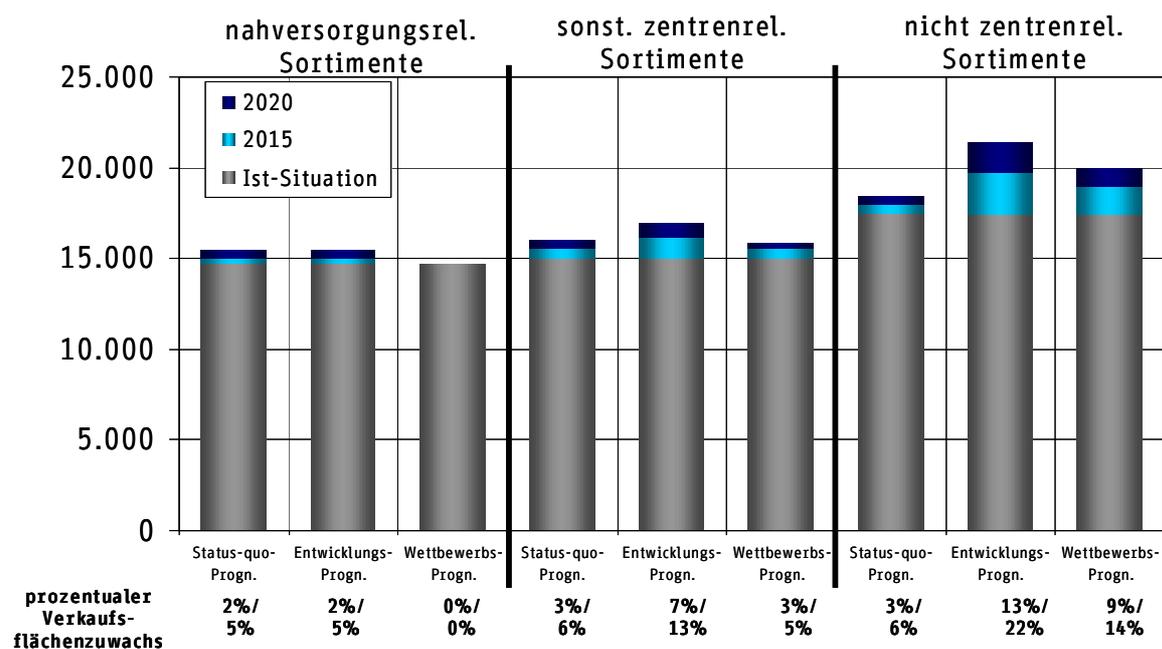
kraftzuflüsse nach Büdingen steigen. Entsprechend kann bei Realisierung eines neuen Projektes nicht einfach die neu realisierte Verkaufsfläche vom prognostizierten Flächenbedarf abgezogen werden.

## 6.6 RÄUMLICHE VERTEILUNG DES NACHFRAGESEITIGEN FLÄCHENBEDARFS

Die Prognosewerte insgesamt sind allerdings nur bedingt von Interesse. Wesentlich bedeutsamer ist die Frage, an welchen Lagen räumlich mit dem Entstehen dieses Flächenbedarfs zu rechnen ist (vgl. Kap. 7.2f.). Bei der räumlichen Verteilung des insgesamt ermittelten Flächenbedarfs ist die Zielsetzung einer Funktionsstärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und Düdelsheim sowie der Verbesserung der Nahversorgung zu berücksichtigen (vgl. Kap. 5). Entsprechend dieser Zielsetzung sollte an nicht integrierten Standorten künftig kein zentrenrelevanter Einzelhandel (vgl. Kap. 7.4.1) mehr zugelassen werden (vgl. Kap. 7.2).

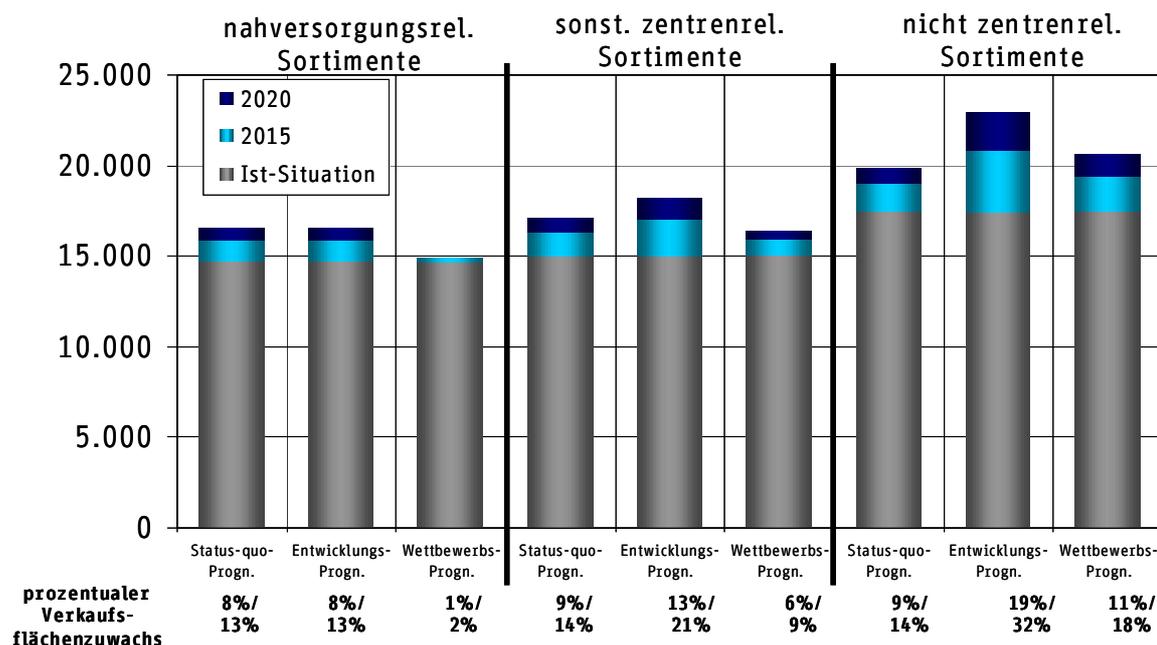
Um zu zeigen, an welchen Standorten der prognostizierte Flächenbedarf entsteht, ist in den Abbildungen auf der folgenden Seite dargestellt, wie sich der rechnerische Verkaufsflächenbedarf überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (mittelfristiger und Teile des langfristigen Bedarfes) sowie auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente verteilt (vgl. auch Tab. A - 12ff. im Anhang).

Abb. 41: Verkaufsflächenbedarf nach Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz in qm - untere Variante



Quelle: eigene Berechnungen

Abb. 42: Verkaufsflächenbedarf nach Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz in qm - obere Variante



Quelle: eigene Berechnungen

- Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** entsteht bis 2020 ein Verkaufsflächenbedarf von rd. 725 bis 1.875 qm (vgl. Abb. 41 und Abb. 42): Dieser Bedarf sollte möglichst wohnortnah realisiert werden, so dass eine Verbesserung der Nahversorgungssituation (vgl. Kap. 4.1.4) erfolgen kann<sup>72</sup>. Davon entfallen rd. 450 bis 1.200 qm auf den Bereich Nahrungs-/ Genussmittel: Damit ist ein Ansiedlungspotenzial auch für die Verbesserung der Nahversorgungssituation zu erkennen. Der Flächenbedarf entspricht in etwa der Ansiedlung eines neuen Marktes bis 2020.
- Im Bereich der **sonstigen zentrenrelevanten Sortimente** ergibt sich ein Verkaufsflächenbedarf von rd. 1.950 bis 3.200 qm bis zum Jahr 2020. Dieser sollte ausschließlich in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und in sonstigen zentralen Bereichen untergebracht werden (vgl. Kap.7.2.1). Wird dieser Flächenbedarf mit der derzeitigen Verkaufsfläche in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt verglichen (um 13.500 qm ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken; vgl. Kap. 4.2.2), so würde die ausschließliche Realisierung des gesamten entsprechenden Flächenbedarfes in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt einen

<sup>72</sup> Zu vermeiden ist dabei weiterhin eine hohe räumliche Konzentration dieses Angebotes.



Zuwachs der innerstädtischen Verkaufsfläche um bis zu knapp ein Viertel bedeuten.

- Im Bereich der **nicht zentrenrelevanten Sortimente** entsteht mit rd. 3.925 bis 5.525 qm der größte Teil des zu erwartenden Verkaufsflächenbedarfes. Bei diesem Teil des Flächenbedarfes ist die räumliche Komponente von nachgeordneter Bedeutung.

Insgesamt lässt sich damit festhalten, dass der Verkaufsflächenbedarf je nach Prognoseart und nach Entwicklung des wirtschaftlichen Rahmens unterschiedlich ausfällt. Der Verkaufsflächenbedarf im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich entsteht v.a. in den Bereichen Nahrungs-/ Genussmittel sowie Bekleidung. Im langfristigen Bedarfsbereich sind v.a. die Bereiche baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente und Möbel/ Antiquitäten betroffen, der Bedarf bleibt jedoch unter der Größe derzeit i.d.R. realisierter Betriebe. Bei verstärkten Bemühungen umliegender Kommunen (Wettbewerbsprognose) entsteht ein insgesamt sehr geringer Verkaufsflächenbedarf

Bei der Realisierung des Verkaufsflächenbedarfs sollte berücksichtigt werden, dass

- die Prognosewerte lediglich Orientierungswerte darstellen,
- Umsatzumverteilungen bei der Realisierung von deutlich mehr Verkaufsfläche möglich sind,
- Ansiedlungen zentrenrelevanter Angebote an städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen sollten und
- eine kurzfristige Realisierung des gesamten bis 2020 ermittelten Verkaufsflächenbedarfs vermieden werden sollte.



## 7. MAßNAHMENKONZEPT ZUR STÄRKUNG DES EINZELHANDELS IN BÜDINGEN

### 7.1 DIE PLANUNGSRECHTLICHEN STEUERUNGSMÖGLICHKEITEN DES EINZELHANDELS<sup>73</sup>

Im Rahmen von (kommunalen) Einzelhandelskonzepten wird immer wieder die Frage gestellt, ob eine planerische räumliche Lenkung des Einzelhandels überhaupt rechtlich tragfähig möglich ist<sup>74</sup>. Im Grundsatz ist diese Frage geklärt, denn das unregelte Marktgeschehen verursacht - für jeden in der Realität an verschiedenen Standorten in Deutschland erkennbar - negative Wirkungen auf raumordnerische und städtebauliche Zielsetzungen, die der Markt selbst nicht korrigiert bzw. korrigieren kann. Marktwirtschaftliche Einwände werden zwar immer wieder artikuliert, sind jedoch durch verschiedene Urteile verworfen worden<sup>75</sup>. Die Tatsache, dass Einzelhandelsansiedlungen unangemessen sein können, ergibt sich auf Grund des immer noch aktuellen städtebaulichen Leitbildes der "Europäischen Stadt" und vor allem aus dem Recht - und der Pflicht - jeder Stadt/ Gemeinde, die städtebauliche Ordnung und Entwicklung zu sichern<sup>76</sup>.

Die Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene sind insbesondere durch das BauGB und die BauNVO - also bundeseinheitlich - geregelt.

Durch die Aufstellung eines Flächennutzungsplanes werden erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen auf der kommunalen Ebene getroffen<sup>77</sup>, die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind.

Für die Flächen der Gebietskategorien W und G sind nur solche Bebauungspläne aus dem FNP zu entwickeln, in denen Einzelhandelsbetriebe zulässig sind, die keines SO bedürfen. Die konkrete planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Bau-

---

<sup>73</sup> Dieses Kapitel ist in großen Teilen textidentisch mit Acocella, D., 2004, a.a.O., Kap. 2.3.2 (S. 61ff.), insbes. Kap. 2.3.2.2 (S. 65ff.). Allerdings wurde u.a. die zwischenzeitlich erfolgte Neuregelung des § 34 BauGB berücksichtigt.

<sup>74</sup> Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004 Az. 4 BN 33/04.

<sup>75</sup> Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE.

<sup>76</sup> Vgl. z.B. OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 21.06.2001 Az. 1 C 11806/00.OVG; BayVGH: Urteil vom 25.04.2002 Az. 2 CS 02.121. Die Pflicht für die Kommunen könnte sich letztlich aus dem § 1 (3) BauGB ergeben.

<sup>77</sup> Vgl. Baugesetzbuch (BauGB) (2001), § 5 Abs. 2 Satz 1.



gebieten ergibt sich jedoch erst durch die Festsetzungen in Bebauungsplänen nach §§ 2 bis 9 BauNVO.

Die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanes (§ 12 BauGB) kann in Einzelfällen eine steuernde Wirkung insbesondere im Hinblick auf die Ausgestaltung eines geplanten Einzelhandelsvorhabens entfalten. Eine grundsätzliche, räumliche Steuerung des Einzelhandels ist jedoch auf dieser Basis nicht möglich, da der vorhabenbezogene Bebauungsplan eher reaktiv auf die potenzielle räumliche und inhaltliche Einzelhandelsentwicklung eingesetzt wird.

Mit Veränderungssperren nach § 14 BauGB und/ oder Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB kann lediglich zeitlich begrenzt verhindert werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instrumente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städtebaulichen Zielen abzuschließen<sup>78</sup>. Mit Hilfe dieser Instrumente wird eine gegebene Situation im Ist-Zustand vorläufig gesichert, was letztlich jedoch eine Verhinderungswirkung - zumindest in Bezug auf ungewollte Entwicklungen im Plangebiet - entfaltet.

Im § 34 Absätze 1, 2 und 3 BauGB werden die Bedingungen für die Zulässigkeit von Nutzungen "innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile", für die kein Bebauungsplan nach § 30 Abs. 1 BauGB vorliegt, aufgeführt.

Die Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben in § 34-Gebieten richtet sich eben nicht nach den jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt, sondern danach, ob sich das Einzelhandelsvorhaben "nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt, die Erschließung gesichert ist" und bezieht bei der Beurteilung der negativen Wirkungen lediglich die "zentralen Versorgungsbereiche" ein, deren Schädigung vermieden werden soll. Im Übrigen ist die Zulässigkeit eines Einzelhandelsvorhabens gegeben, wenn das Plangebiet einem der Baugebiete nach §§ 2 bis 9 BauNVO entspricht und das Vorhaben innerhalb dieser Gebiete zulässig wäre.

---

<sup>78</sup> Vgl. OVG NRW, 1998, a.a.O., ebd.



Daher ist der § 34 BauGB kaum geeignet, eine im Sinne der jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen wirksame, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten.

Nur mit Hilfe der Bauleitplanung (§§ 2 bis 9 BauNVO) kann eine reaktive in eine aktive Planung übergeleitet werden, woraus sich eine systematische, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ergeben kann.

Im BauGB 2007 ist als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsinstrument § 9 Abs. 2a BauGB eingeführt worden. Danach ist es möglich, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile in einem Bebauungsplan ohne Ausweisung von Baugebieten i.S. der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB beschränkende Festsetzungen namentlich zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Es werden hierdurch planerische Gestaltungsmöglichkeiten geschaffen, die über die Zulässigkeitsregel des § 34 Abs. 3 BauGB (s.o.) hinaus gehen. Der Bebauungsplan kann dabei für die nach § 34 BauGB zu beurteilenden Gebiete insgesamt oder für Teile davon aufgestellt werden. Der Zweck muss auf die "Erhaltung oder Sicherung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden" gerichtet sein<sup>79</sup>.

In der öffentlichen Diskussion zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels stehen vor allem Einzelhandelsbetriebe nach § 11 Abs. 3 BauNVO (großflächige Einzelhandelsbetriebe) im Vordergrund; sehr viel Aufmerksamkeit und gerichtliche Auseinandersetzungen erzeugen insbesondere Fachmarktzentren und Factory Outlet Center. Dass diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe reaktiv, also auf Grund eines konkreten Vorhabens nach Standort, Größe und Sortimenten gesteuert werden können, ist unstrittig<sup>80</sup>. Eine Stadt kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab<sup>81</sup> die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet

---

<sup>79</sup> Vgl. Söfker, W.: Steuerungsinstrumente der Innenentwicklung für den Handel durch das EAG Bau und das BauGB 2007, Kurzfassung des Vortrags im 547/6. Kurs des Instituts für Städtebau Berlin "Städtebau und Handel", Berlin 2007

<sup>80</sup> Kopf, H.: Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin, 2002.

<sup>81</sup> BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.



durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im FNP nach § 5 BauGB vornehmen.

Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 Abs. 3 zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegen stehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Baugebieten<sup>82</sup> entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind<sup>83</sup>. Dies kann dazu führen, dass sich im Verlauf der Zeit Einzelhandelsagglomerationen mit nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben in Gewerbe- und Industriegebieten nach §§ 8 bzw. 9 BauNVO entwickeln. Solche Einzelhandelsstandorte waren zunächst auf Grund ihres Umfangs für die Entwicklung der Zentren unproblematisch und/ oder haben auf Grund der verfügbaren Gewerbegebietsflächen auch nicht zur Flächenverknappung geführt. Ähnliche Entwicklungen in Mischgebieten nach § 6 BauNVO können ebenfalls städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen haben.

Zur Vermeidung dieser unerwünschten Entwicklungen hat der Ordnungsgeber die Möglichkeit einer Feingliederung durch § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO geschaffen:

"Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2,4 bis 9 und 13 [BauNVO] allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt"<sup>84</sup>.

"Wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen, kann im Bebauungsplan bei Anwendung der Abs. 5 bis 8 festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können"<sup>85</sup>.

In GE- (§ 8 BauNVO), GI- (§ 9 BauNVO) und auch in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) kann der Einzelhandel insgesamt bzw. eine bestimmte Art von Einzelhandel, z.B. zentrenrele-

---

<sup>82</sup> Die Baunutzungsverordnung definiert in den §§ 2 bis 9 abschließend Baugebietstypen. Eine planende Gemeinde kann darüber hinaus keine neuen Baugebietstypen "erfinden". Vgl. dazu BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31.98.

<sup>83</sup> Birk (1988), a.a.O., S. 284.

<sup>84</sup> BauNVO § 1 Abs. 5 i.d.F. vom 23.01.1990.

<sup>85</sup> BauNVO § 1 Abs. 9 i.d.F. vom 23.01.1990.

vante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden<sup>86</sup>; eine darüber hinaus gehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich<sup>87</sup>. Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche<sup>88</sup> oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und Produzierendes Gewerbe<sup>89</sup>.

In verschiedenen obergerichtlichen Urteilen wird vorgegeben, dass die Einstufung von Sortimenten bzgl. ihrer Zentrenrelevanz auf der Basis einer jeweiligen örtlichen Konkretisierung erfolgen muss<sup>90</sup>. Die ungeprüfte Übernahme der Sortimentsliste aus dem Einzelhandelserlass des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung ist nicht zulässig (vgl. auch Kap. 3.4).

Anhand der vorstehenden planungsrechtlichen Regelungsmöglichkeiten wird deutlich, dass die räumliche Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene insbesondere davon abhängig ist, inwieweit die Stadt ihren weiten Gestaltungsspielraum in der Frage nutzt, ob und in welchem Rahmen sie planerisch tätig wird<sup>91</sup>. Als Planungsgrundsatz kommt dabei dem § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB insbesondere Bedeutung für eine Bauleitplanung zu, durch welche vorhandene oder zu entwickelnde Versorgungsbereiche dadurch geschützt werden sollen, dass außerhalb solcher zentraler Versorgungsbereiche Vorhaben, die diese beeinträchtigen könnten, nicht oder nur eingeschränkt verwirklicht werden können.

Nach § 9 Abs. 2a BauGB ist ein städtebauliches Entwicklungskonzept i.S. des § 1 Abs. 6 Nr. 11, welches Aussagen über die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Stadt oder eines Stadtteils enthält, insbesondere zu be-

---

<sup>86</sup> Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 27.07.1998, Az 4 BN 31/98 BVerwG, Beschluss vom 10.11.2004, Az 4 BN 33/04 Rn 6.

<sup>87</sup> Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

<sup>88</sup> Vgl. z.B. Müller, M. Rechtliche Voraussetzungen für die Ansiedlung großflächiger Handelsbetriebe, in: Bundesarbeitsgemeinschaft für Mittel- und Großbetriebe: Standortfragen des Handels, Köln, 1992, S. 123.

<sup>89</sup> Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Lose Blattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.

<sup>90</sup> Vgl. z.B. VGH Baden-Württemberg, Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05; VG Düsseldorf: Urteil vom 15.04.2005, AZ 25 K 3211/04 mit Verweisen auf frühere Urteile des OVG NRW.

<sup>91</sup> Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.



rücksichtigen, da ein solches Konzept eine die Aufstellung des Bebauungsplans unterstützende Funktion hat; es sind nachvollziehbare Aussagen über die zentralen Versorgungsbereiche und ihre Schutzbedürftigkeit enthalten<sup>92</sup>.

## 7.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG

In dem Mittelzentrum Büdingen besteht bis 2020 ein Verkaufsflächenbedarf zwischen rd. 2.725 qm (untere Variante Status-quo-Prognose) und 10.600 qm (obere Variante Entwicklungsprognose). Dabei entsteht bei den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten ein zusätzlicher Bedarf von bis zu 5.000 qm Verkaufsfläche.

Die räumliche Verortung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungen ist hierbei insbesondere unter Berücksichtigung des in Kap. 5.2 formulierten Zieles einer Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt von zentraler Bedeutung, wofür grundsätzliche Strategien verfolgt werden sollten.

Im Folgenden werden unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Ist-Analyse sowie der Prognose zur langfristigen Sicherung der Versorgungsstrukturen die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Büdingen vorgeschlagen.

### 7.2.1 Zentrenrelevanter Einzelhandel ausschließlich in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim

Zentrenrelevante Sortimente (vgl. hierzu Kap. 7.4.1) sollen zukünftig als Hauptsortimente von Einzelhandelsbetrieben ausschließlich in dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Büdingen (vgl. Karte 4, S. 54) und in dem zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim (vgl. Kap. Karte 8, S. 98) angesiedelt werden.

Dieses Ziel geht auch inhaltlich konform mit den Grundsätzen der Landesplanung, die zum Thema Ausschluss innenstadtrelevanter Sortimente im Landesentwicklungsplan Hessen 2000 (LEP) festgelegt sind: *"Bei der geplanten Errichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsvorhaben außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche (Innenstadtbereiche, Ortskerne, Stadtteilzentren) sollen innenstadtrelevante Sortimente ausgeschlossen werden."*<sup>93</sup>

---

<sup>92</sup> Vgl. Söfker, W., 2007, a.a.O.

<sup>93</sup> Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2000: Landesentwicklungsplan Hessen 2000, S. 19



Das bedeutet nach dem Einzelhandelserlass für Hessen aus dem Jahr 2005, dass an peripheren Standorten innenstadt-/ zentrenrelevante Sortimente nur ausnahmsweise - z.B. bei einem insgesamt kleinflächigen Randsortiment - zulässig sind (vgl. Kap. 7.2.2.1).

Nach dem Regionalplan Südhessen kommt Büdingen als ausgewiesenes Mittelzentrum grundsätzlich als Standort für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Betracht<sup>94</sup>.

**Großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten**, d.h. Betriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm<sup>95</sup>, sollen zukünftig nur in der abgegrenzten Innenstadt von Büdingen ermöglicht werden.

**Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche unterhalb der Großflächigkeit** können ausnahmsweise außerhalb der Innenstadt und des zentralen Versorgungsgebietes zugelassen werden, sofern es sich um

- integrierte Standorte handelt und
- der Betrieb der Nahversorgung der Bevölkerung in unterversorgten Bereichen der Stadt bzw. des Wohnquartiers dient.

Dies ist jedoch im Einzelfall zu prüfen. Der Maßstäblichkeit geplanter Ansiedlungen ist hierbei vor dem Hintergrund einer in der Kernstadt räumlich guten Nahversorgungssituation und der geringen Einwohnerzahlen der Stadtteile ohne bzw. mit rudimentären Nahversorgungsmöglichkeiten Rechnung zu tragen.

Auch wenn in MI-Gebieten i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich sein sollte, ist zu prüfen, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist, in bestimmten MI-Gebieten zumindest den zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen.

In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass sich neben erkennbaren Flächenpotenzialen durch Eigentümerwechsel, Umstrukturierungsprozesse etc. aktuell noch nicht erkennbare Potenziale ergeben können.

---

<sup>94</sup> Vgl. Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2004: Regionalplan Südhessen 2000, S. 10

<sup>95</sup> Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 qm überschreitet. Ist dies der Fall, ist das Vorhaben nur in Kern- und Sondergebieten zulässig; vgl. BVerwG, 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.05.



## **7.2.2 Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel in der Innenstadt und außerhalb**

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel kann grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, zugelassen werden. Dabei muss jedoch nicht jedes Gewerbegebiet Einzelhandelsbetriebe umfassen, weil damit möglicherweise die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden.

Neuansiedlungen sollten möglichst an bestehenden Einzelhandelsstandorten erfolgen. Des Weiteren ist bei Neuansiedlungen zu prüfen, ob diese in der Nähe der Bündinger Innenstadt angesiedelt werden können, um möglichst positive Synergieeffekte für diese zu erzielen - soweit solche bei nicht zentrenrelevantem Einzelhandel überhaupt auftreten.

### **7.2.2.1 Ausnahme: Randsortimente an nicht integrierten Standorten**

Problematisch bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb der Innenstadt (z.B. an nicht integrierten Standorten) ist das - inzwischen übliche - Angebot von zentrenrelevanten Randsortimenten in solchen Betrieben (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften). Dadurch sind schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen eines Einzelhandelskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich dieser Angebotstyp bereits in vielen Branchen etabliert hat. Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z.B. nicht Lebensmittel im Baumarkt), zulässig sein.

Bisher hat sich eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf rd. 10% der gesamten Verkaufsfläche als praktikabel erwiesen. Darüber hinaus ist allerdings eine absolute Obergrenze festzulegen; begründbar sind dabei 800 qm (als Grenze zur Großflächigkeit<sup>96</sup>). Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte dabei sichergestellt werden, dass diese

---

<sup>96</sup> Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 qm überschreitet. Ist dies der Fall, ist das Vorhaben nur in Kern- und Sondergebieten zulässig; vgl. BVerwG, 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.05. Damit ist auch die maximal zulässige Verkaufsfläche von 700 qm als Grenze zur Großflächigkeit, die in dem im Vorfeld dieses Urteils erstellten Einzelhandelserlass für Hessen 2005 genannt ist, hinfällig.



nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass zusätzlich angegeben sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird.

Diese gesamte Randsortimentsproblematik kann bei einer Ansiedlung in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vermieden werden.

#### **7.2.2.2 Ausnahme "Leerstandsdomino"**

Auch wenn die Konkurrenz am Standort gefördert werden soll, kann es städtebaulich sinnvoll sein, Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - abzuwehren, wenn ersichtlich ist, dass dadurch keine zusätzliche Zentralitätssteigerung entsteht, sondern lediglich die Position traditioneller Einzelhandelslagen, insbesondere in der Innenstadt, aber auch an bestehenden nicht integrierten Standorten (z.B. Gewerbegebieten) geschwächt wird.

Bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sollte beachtet werden, dass hier nur eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines "Leerstandsdominos": Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen in gewerblich genutzten Gebieten, was wiederum regelmäßig einen Umnutzungsdruck in höherwertige, d.h. fast immer zentrenrelevante Nachfolgenutzungen verursacht.

### **7.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN**

Um ein Einzelhandelskonzept verfolgen zu können, ist darzustellen, an welchen Stellen eine räumliche Entwicklung möglich ist, um den abgeleiteten Verkaufsflächenbedarf umsetzen zu können. Für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung von Büdingen bedeutet dies unter Berücksichtigung der in Kap. 7.2 dargestellten Grundsätze konkret

- eine Konzentration der räumlichen Einzelhandelsentwicklung auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und die Nutzung darin liegender Flächen- und Nachverdichtungspotenziale (vgl. Kap. 7.2.1),
- den Erhalt der Gewerbegebiete - allerdings in Bezug auf die Neuansiedlung von Einzelhandel allenfalls als Standorte für nicht zentrenrelevante Sortimente (vgl. Kap. 7.2.2).



Im Folgenden werden diese gutachterlichen Vorschläge zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung näher erläutert und beschrieben.

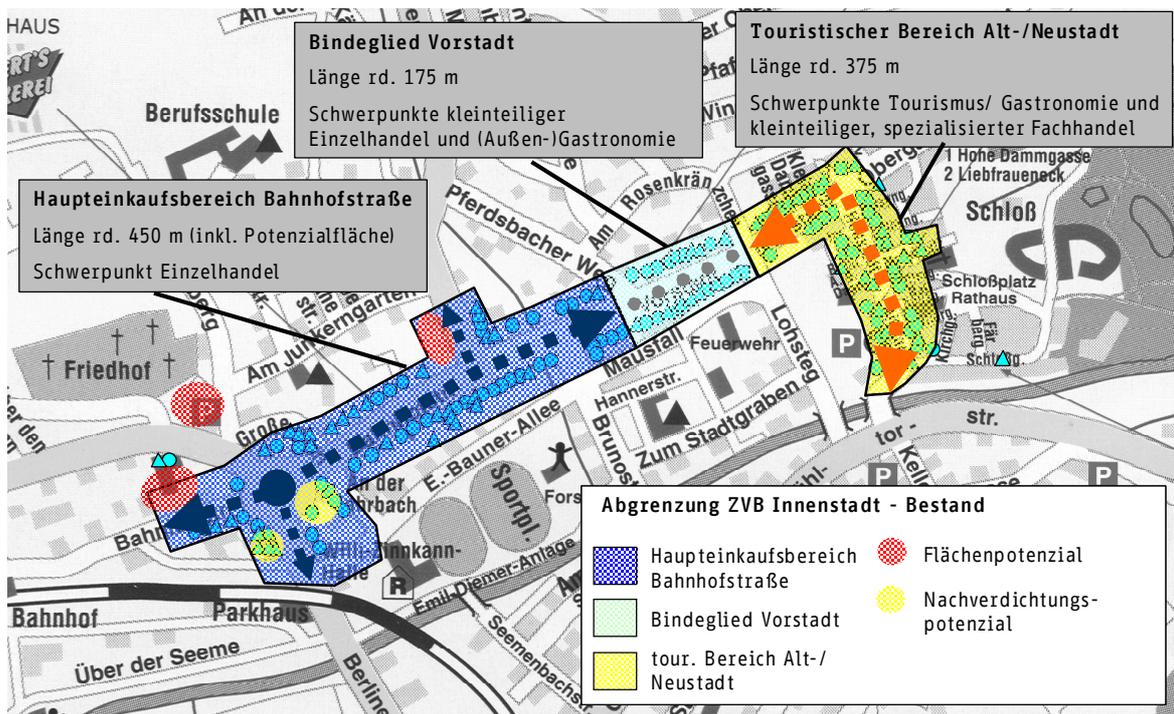
### **7.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Büdingen**

Zur Attraktivität einer Innenstadt trägt neben städtebaulichen Qualitäten besonders eine lebendige Atmosphäre bei, die durch eine hohe Nutzungsdichte und -vielfalt sowie eine hohe Besucher- und Kundenfrequenz entsteht. Darüber hinaus sind die Entfernungen, die innerhalb einer Innenstadt zurückzulegen sind, von Bedeutung: Erfahrungsgemäß nimmt die Bereitschaft größere Wege zu Fuß zurückzulegen mit der Größe einer Stadt zu. In kleineren Städten ist diese Bereitschaft hingegen eher gering.

Die Bahnhofstraße als Haupteinkaufsbereich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt weist auf einer Gesamtlänge von rd. 375 m bei nahezu durchgängigem Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz eine funktionsadäquate Dimensionierung auf. Die in diesem Gutachten als engere Innenstadt definierte Ausdehnung von der Bahnhofstraße bis in die Vorstadt umfasst bereits rd. 550 m, welche, gemessen an der nachlassenden Einzelhandelsdichte bei zunehmenden Leerständen in der Vorstadt, als eine grenzwertige Längsausdehnung umschrieben werden muss. Fasst man den gesamten als zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Büdingen umschriebenen Bereich zusammen (inklusive Ergänzungsbereich Neu-/ Altstadt), so ergibt sich eine Gesamtlängsausdehnung von rd. 925 m. Eine Ausdehnung, die in ihrer jetzigen Konfiguration zu lang ist, um einen durchgehend funktionalen Zusammenhang zu gewährleisten (vgl. Kap. 4.2.7) und die keine Entwicklungschancen im Sinne eines durchgehend kompakten Einkaufsbereichs besitzt.

Die verschiedenen in Kap. 4.2.7 dargestellten städtebaulichen wie funktionalen Ausprägungen und Nutzungsschwerpunkte innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sollten als Anhaltspunkte dienen, um eine künftige räumliche (Einzelhandels-)Entwicklung bewusst zu lenken. Eine weitere Entzerrung des räumlich-funktionalen Zusammenhangs sollte verhindert werden, indem die Nutzungsschwerpunkte und Stärken in den einzelnen miteinander verbundenen Teilbereichen Bahnhofstraße, Vorstadt und Neu-/ Altstadt genutzt und ausgebaut werden.

**Karte 9: künftige räumliche (Einzelhandels-)Entwicklung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Büdingen**



Quelle: eigene Darstellung

Um einen starken und kompakten Haupteinkaufsbereich innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt zu erhalten und weiter zu stärken, sollten sich die einzelhandelsrelevanten Aufwertungsmaßnahmen (vgl. Kap. 7.5.1) sowie vor allem die Entwicklung von einzelhandelsrelevanten Flächen- und Nachverdichtungspotenzialen auf den Haupteinkaufsbereich Bahnhofstraße konzentrieren. Im Teilbereich Neu-/Altstadt liegen die Nutzungs- und Entwicklungsschwerpunkte im Bereich des Tourismus, der Gastronomie und des spezialisierten Facheinzelhandels. Diese Spezialisierung sollte in Anbetracht der Entfernung zur Bahnhofstraße aber vor allem der kleinteiligen, historisch geprägten Strukturen und touristischen Potenziale beibehalten und gestärkt werden. Die Vorstadt sollte als ein Bindeglied zwischen Bahnhofstraße als Einzelhandelsschwerpunkt und der auf Tourismus ausgelegten Alt-/Neustadt fungieren. Ansätze hierzu sind in der Vorstadt durch eine Konzentration an gastronomischen Außensitzbereichen und kleinen Fachgeschäften vorhanden.

Insgesamt sollte stringent nach dem Leitbild "Innen- vor Außenentwicklung" vorgegangen werden, da dies ansonsten den Bestrebungen nach Dichte und Kompaktheit entgegen stehen und den Investitionsdruck auf die bestehenden Flächenpotenziale bzw. Leerstände innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt verringern



würde. Neben dem Nutzen vorhandener Flächenpotenziale innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt ist auch das Beheben städtebaulich-funktionaler Brüche und Barrieren voranzutreiben, um einen kompakten zentralen Versorgungsbereich Innenstadt auszugestalten.

Insgesamt ergibt sich im Bereich der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente ein Verkaufsflächenbedarf bis 2020 von rd. 1.950 bis 3.200<sup>97</sup> qm (vgl. Kap. 6.6). Bei einer derzeitigen Gesamtverkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von rd. 13.500 qm (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) würde die ausschließliche Realisierung des gesamten Flächenbedarfs einen Zuwachs der innerstädtischen Verkaufsfläche um bis zu knapp ein Viertel bedeuten (vgl. Kap. 6.6). Es ist konkret zu beschreiben, an welchen Stellen entsprechende Einzelhandelsansiedlungen möglich erscheinen.

Durch vorhandene Flächen- und Nachverdichtungspotenziale innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt bzw. an dessen unmittelbaren Rand (Postgelände) sind räumliche Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel gegeben, welche wichtige Voraussetzungen zum Erhalt und zur Stärkung eines kompakten zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt darstellen. Die Besonderheiten der städtebaulichen und funktionalen Struktur des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Büdingen machen es erforderlich, räumliche Entwicklungsoptionen zu durchdenken.

Im Folgenden werden verschiedene Standorte hinsichtlich ihrer Entwicklungsfähigkeit und ggf. ihrer Eignung als zukünftige Einzelhandelsstandorte kurz bewertet. Die Ausführungen sind als Ideen und Denkanstöße zu verstehen, die einer konkreten Untersuchung im Einzelfall bedürfen.

#### **7.3.1.1 Standort "westliche Bahnhofstraße"**

Der in der Bahnhofstraße westlich des Verkehrskreisels bislang vorwiegend als privater Sammelparkplatz der Post (unter-)genutzte Bereich (zwischen Bahnhofstraße und Düdelsheimer Straße) stellt eine städtebauliche Lücke dar. Der unbebaute Zu-

---

<sup>97</sup> Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind hier nicht inbegriffen. Bis 2020 wird sich im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel ein Verkaufsflächenbedarf von rd. 450 bis 1.200 qm ergeben, was in etwa der Ansiedlung eines neuen Supermarktes bzw. Lebensmittel-Discounters entspricht. Diese Ansiedlung wäre auch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wünschenswert.

stand der Fläche an einem solch zentral gelegenen Standort wird den Ansprüchen an eine attraktive Innenstadt nicht gerecht - eine dementsprechende Neubebauung ist aus städtebaulicher Sicht wünschenswert. Die Potenzialfläche befindet sich außerhalb der auf Grundlage der Ist-Situation vorgenommenen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt - eine Erweiterung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt durch die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben an diesem Standort ist u.E. dennoch vertretbar, da:

- es sich bei einer neuen Zielabgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt um eine Erweiterung von schätzungsweise nur rd. 75 m handelt (vgl. Foto 21, S. 139),
- das Grundstück unmittelbar an die bestehenden Gebäudestrukturen und Einzelhandelsnutzungen des Haupteinkaufsbereichs Bahnhofstraße angrenzt und eine städtebauliche wie funktionale Angliederung möglich ist,
- es sich um die einzige Fläche im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt handelt, auf welcher die Ansiedlung großflächigen Einzelhandels bedenkenlos möglich erscheint.

Auf dem Areal bieten sich bei einer geschätzten Flächenverfügbarkeit von rd. 4.000 qm entsprechende Möglichkeiten, um den an eine Innenstadt gestellten funktionalen wie städtebaulichen Anforderungen gerecht zu werden.

**Foto 21: Bahnhofstraße - Potenzialfläche**



Quelle: eigenes Foto September 2007

Funktional gesehen ergeben sich an diesem Standort vielfältige Entwicklungsoptionen. Einzelhandelsnutzungen könnten eventuell in Mischung mit Dienstleistungs- und



Gastronomiebetrieben vorgesehen werden. Auf Grund der Flächenverfügbarkeit lassen sich hier neben der Option einer kleinteiligen Entwicklung auch großflächige Betriebe realisieren, die eine wichtige Frequenzbringerfunktion für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt übernehmen könnten. Entsprechend den umliegenden Einzelhandelsbetrieben ist hier ein mehrgeschossiges Einzelhandelsangebot vorstellbar. Dem festgestellten künftigen Flächenbedarf für zentrenrelevante Sortimente oder/ und Nahrungs-/ Genussmittel (vgl. Kap. 6.6) könnte somit auf vielfältige Art und Weise entsprochen werden. Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben sollte auf deren Magnetwirkung geachtet werden, um eine entsprechende Passantenfrequenz erzeugen zu können. Neben der Betriebsgröße spielt dabei auch die Qualität und Präsentation der angebotenen Ware eine wichtige Rolle.

Bei tatsächlicher Realisierung sollten sich der Gebäudekomplex sowie die darin befindlichen Einzelhandelsnutzungen eindeutig Richtung Bahnhofstraße und nicht Richtung Düdelsheimer Straße (jetziges Postgebäude) orientieren. Hierdurch soll eine weitere räumliche Entzerrung bzw. Ausweitung bis in die Düdelsheimer Straße vermieden werden - die räumlich-funktionale Kompaktheit bewahrt bleiben.

Wichtig ist neben Art und Dimensionierung der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe auch die Beachtung der städtebaulich-architektonischen Ausrichtung und Anpassung an das bestehende Umfeld: Der neue Gebäudekomplex sollte durch große Eingänge und Schaufensterfronten transparent gestaltet sein. So soll funktional wie auch gestalterisch nach außen der Anreiz hervorgerufen werden, das Gebäude bzw. die darin liegenden Betriebe betreten zu wollen. Die Eingänge und somit die Gebäudedekanten sollten möglichst nahe am Fußwegebereich liegen - dem Gebäudekomplex sollten keine flächenintensiven ebenerdigen Stellplätze vorgelagert werden, was u.U. die Integration einer Hoch-/ Tiefgarage erforderlich macht. Durch den Neubau sollte ein homogenes, geschlossenes Stadtbild entstehen, das der städtebaulichen Dichte einer Innenstadt entspricht und sich an die mehrgeschossigen Gebäudekomplexe im Umfeld (u.a. Warenhaus, Casa Atrium) anpasst. Durch die Realisierung eines dem entsprechenden Vorhabens ist von einer Aufwertung im gesamten Umfeld der Bahnhofstraße westlich des Verkehrskreisels auszugehen.

### 7.3.1.2 Standort "Parkplatz Friedhof"

Der Standort "Parkplatz Friedhof" befindet sich im Kreuzungsbereich Düdelsheimer Straße Ecke Am Ziegelberg/ Am Kreischborn und liegt somit außerhalb der vorgenommenen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt.

Foto 22: Bahnhofstraße - Potenzialfläche



Quelle: eigenes Foto September 2007

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist eine Bebauung des als Pkw-Stellplatzfläche (unter-)genutzten Bereichs wünschenswert. Funktional jedoch sollte hierbei u.E. der Schwerpunkt auf Wohnnutzung gesetzt werden, da die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in der Düdelsheimer Straße zu einer zusätzlichen Ausweitung des Haupteinkaufsbereichs führen würde und an dieser Stelle der städtebauliche wie funktionale Zusammenhang (anders als in der in Kap. 7.3.1.1 beschriebenen Situation in der Bahnhofstraße) zum Haupteinkaufsbereich nicht unmittelbar vorliegt. Der Standort sollte somit auf Grund seiner Lage außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und unter Beachtung der Grundsätze zur räumlichen Entwicklung des Einzelhandels (vgl. Kap. 7.2 und 7.3.1) nicht zur Entwicklungsfläche für Einzelhandel deklariert werden.

### 7.3.1.3 Standort "Bahnhof- Ecke Vogelsbergstraße"

Der Standort "Bahnhof- Ecke Vogelsbergstraße" nimmt in der Längsausdehnung des Haupteinkaufsbereichs bzw. des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt eine räumlich zentrale Lage ein, was ihm eine wichtige Bedeutung zukommen lässt. Die am Kreuzungspunkt Bahnhof- Ecke Vogelsbergstraße befindliche Potenzialfläche



dient bis dato als öffentlich genutzte Pkw-Stellplatzfläche<sup>98</sup>. Städtebaulich wie in der Folge auch funktional ist hierdurch ein Bruch festzustellen. Die Notwendigkeit einer Bebauung dieses Grundstücks ergibt sich somit aus städtebaulichen wie auch funktionalen Gründen.

**Foto 23: Bahnhof- Ecke Vogelsbergstraße - Potenzialfläche**



Quelle: eigenes Foto September 2007

In der mittleren bzw. östlichen Bahnhofstraße ist gegenüber dem westlichen Teilbereich mit z.T. großflächigen Frequenzbringern eine deutlich geringere Einzelhandelsdichte/ -vielfalt feststellbar. Um diesen Bereich stärken zu können, sollte am Standort "Bahnhof- Ecke Vogelsbergstraße" die Ansiedlung von einem oder mehreren Einzelhandelsbetrieben vorgesehen werden. Bei einer zur Verfügung stehenden Grundfläche von schätzungsweise 1.000 bis 1.200<sup>99</sup> qm ergeben sich verschiedene Entwicklungsoptionen - auch ein großflächiger Betrieb wäre in Abhängigkeit von Faktoren wie u.a. benötigte Lagerfläche und Andienung u.U. realisierbar. Um möglichst viele Entwicklungsoptionen zu schaffen, sollte nicht nur die unbebaute Fläche bebaut, sondern das sich entlang der Bahnhofstraße nach Westen hin anschließende Gebäude (zweigeschossig und freistehend, vgl. Foto 23) abgerissen und diese Fläche ebenfalls neu bebaut werden. Die funktionale Anbindung der Betriebe in der Bahnhofstraße östlich der Einmündung in die Vogelsbergstraße würde hierdurch gestärkt

---

<sup>98</sup> Nach der Passantenbefragung parken rd. 7 % (bzw. 3,5 % der befragten Passanten), die mit ihrem Pkw in der Innenstadt/ Altstadt sind, ihr Automobil auf dem Sammelparkplatz Bahnhof- Ecke Vogelsbergstraße (vgl. Frage 1.263 und 1.264 im Anlagenband)

<sup>99</sup> Es handelt sich hierbei um einen groben Schätzwert, der die Fläche des weiter westlich in der Bahnhofstraße zur Disposition stehenden Gebäudes mit einbezieht.



und dem Grundsatz der Entwicklung eines kompakten, zusammenhängenden zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt entsprochen werden.

Der neue Gebäudekomplex sollte sich im Wesentlichen zur Bahnhofstraße hin orientieren, seine Eingangsbereiche großzügig und wie die Gebäudekanten durch entsprechende Schaufensterfronten transparent gestaltet sein. Das Gebäude sollte möglichst nahe an den Fußwegbereich herangezogen werden - dem Gebäudekomplex sollten keine flächenintensiven ebenerdigen Stellplätze vorgelagert werden. Dem Bedarf an Pkw-Stellplätzen sollte ggf. durch den Bau einer integrierten Hoch-/ Tiefgarage entsprochen werden. Durch den Neubau soll ein homogenes, geschlossenes Stadtbild entstehen, das der städtebaulichen Dichte einer Innenstadt entspricht und sich in das bestehende städtebauliche Umfeld integriert.

#### **7.3.1.4 Nachverdichtungspotenziale**

Neben diesen größeren Flächenpotenzialen (vgl. Kap. 7.3.1.1 bis 7.3.1.3) sind im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Büdingen vergleichsweise viele kleinere Flächen- sowie auch Nachverdichtungspotenziale auszumachen, was u.a. auch als eine Folge der festgestellten heterogenen Baustrukturen (vgl. Kap. 4.2.7) zu verstehen ist. Diese Potenziale sind ausschließlich im Haupteinkaufsbereich entlang der Bahnhofstraße und Berliner Straße festzustellen. Die historisch geprägte Vorstadt und Alt-/ Neustadt weisen hingegen eine geschlossene Bebauung ohne städtebauliche Lücken auf (vgl. Kap. 4.2.7).

#### **Nachverdichtung am Verkehrskreisel**

An der südlichen Seite des Verkehrskreisels zeigt sich ein durch Einzelhandel genutztes eingeschossiges Gebäude mit Flachdach (vgl. Foto 24), das durch seine niedrige Höhe in einem z.T. durch fünfgeschossige Bebauung geprägten Umfeld heraussticht. Eine Aufstockung des Gebäudes ist aus städtebaulich-gestalterischen wie auch funktionalen Gründen wünschenswert. Eine entsprechende Nachverdichtung würde nicht nur eine höhere städtebauliche Geschlossenheit vermitteln, sondern auch neue Verkaufsflächen in den Obergeschossen generieren. Denkbar ist an dieser Stelle auch der Abriss des beschriebenen Gebäudes zu Gunsten eines den Anforderungen entsprechenden modernen Neubaus. Diese Alternative gilt es näher zu untersuchen und stellt nicht Gegenstand des vorliegenden Gutachtens dar.



**Foto 24: Ideenskizze: Nachverdichtung am Verkehrskreisel**



Quelle: eigenes Foto September 2007

Das sich in der Berliner Straße nördlich der Bahngleise anschließende fünfgeschossige Gebäude mit dem Warenhaus stellt einen städtebaulich wie gestalterisch klar zu erkennenden Stadteingang aus südlicher Richtung dar. Dem Gebäude ist in südlicher Richtung ein eingeschossiger Flachdachbau vorgelagert, welcher die Möglichkeit einer vertikalen Nachverdichtung ermöglicht. Eine Aufstockung des Gebäudes würde neue Verkaufsflächen in den Obergeschossen schaffen und die Eingangssituation in den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt städtebaulich noch einmal hervorheben.

**Foto 25: Ideenskizze: Nachverdichtung in der östlichen Bahnhofstraße**



Quelle: eigenes Foto September 2007 Nachverdichtung Warenhaus Berliner Straße

Neben den dargestellten Nachverdichtungspotenzialen fallen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Büdingen zahlreiche kleinere städtebauliche Lücken, un-/untergenutzte (rückwärtige) Bereiche sowie städtebauliche Provisorien (vgl. jeweils Foto 16, S. 85) auf. Auch diese augenscheinlich kleinen Nachverdichtungsmöglichkei-



ten gilt es zu überprüfen und ggf. zu nutzen, um bestehende Verkaufsflächen sinnvoll zu vergrößern bzw. neue zu schaffen (vgl. Foto 25).

Unabhängig von standortbezogenen Überlegungen sollte die Stadt Bidingen gemeinsam mit weiteren Akteuren wie Einzelhändlern/ Dienstleistern, Gastronomen und Immobilienbesitzern Maßnahmen ergreifen, welche die räumliche Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt unterstützen. Projekte in anderen Städten haben immer wieder gezeigt, dass es Möglichkeiten gibt, durch kreative Konzepte den Entwicklungen im Einzelhandel gerecht zu werden:

- Durch Zusammenlegung von Geschäftsflächen, z.T. auch über mehrere Gebäude, können auch in historischen Strukturen größere zusammenhängende Verkaufsflächen geschaffen werden. Erfahrungsgemäß weisen durch Zusammenlegung entstandene Geschäfte oftmals einen individuellen Charakter auf, ohne das Stadtbild zu beeinträchtigen. Im gesamten Bereich des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sollten deshalb Möglichkeiten der Zusammenlegung von Flächen im Erdgeschossbereich überprüft werden, was insbesondere auf die historisch geprägten Bereiche Vorstadt und Alt-/ Neustadt (vgl. Kap. 4.2.7) zutrifft, da sich hier zum einen keine sonstigen Flächenpotenziale zeigen und zum anderen ausschließlich kleinteilige Strukturen vorliegen, die solcher Maßnahmen oft bedürfen, um überhaupt eine wirtschaftliche Rentabilität aufzuweisen.
- Bestehende Leerstände sollten bei der künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung berücksichtigt werden. Möglicherweise ergibt sich durch die Zusammenführung mit benachbarten Geschäften die Möglichkeit der Realisierung moderner, wirtschaftlich stabilerer Geschäftseinheiten, was insbesondere im Bereich der Vorstadt in Betracht zu ziehen ist. Hier liegen in unmittelbarer Nachbarschaft zueinander mehrere Leerstände vor, wo durch das Schaffen geeigneter Räumlichkeiten u.U. Einzelhandels- oder auch Gastronomiebetriebe angesiedelt werden könnten.

Oftmals ergeben sich - wie viele Beispiele auch in anderen Städten gezeigt haben - durch gegenwärtig noch nicht absehbare Entwicklungen Chancen für die Umgestaltung bzw. Umnutzung bestimmter Bereiche im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Bidingen.



#### 7.3.1.5 Fazit

Durch die Realisierung von Einzelhandelsvorhaben am aufgezeigten **Standort "Bahnhof- Ecke Vogelsbergstraße"** kann dem Ziel, den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Büdingen nicht noch weiter bandartig auszudehnen, sondern vielmehr innerhalb der vorgenommenen Abgrenzung des Haupteinkaufsbereichs räumlich-funktional kompakt zu halten, entsprochen werden. Die Bebauung ausschließlich an diesem Standort wird den bis 2020 prognostizierten Flächenbedarf jedoch nicht decken können - zumal ein eingeschränkter Spielraum in Bezug auf die Realisierbarkeit großflächiger Einzelhandelsvorhaben besteht. Die aufgezeigten **Nachverdichtungspotenziale** schaffen zwar mehr Verkaufsfläche, allerdings vielmehr im Sinne kleinteiliger Erweiterung bestehender Betriebe als der Schaffung neuer Verkaufsflächen für zusätzliche (schon gar nicht großflächige) Betriebe.

Um den Flächenbedarf decken zu können, wird es notwendig sein auch an anderen Standorten Verkaufsflächen zu schaffen und Einzelhandelsbetriebe anzusiedeln. Insbesondere wenn es um die Ansiedlung großflächiger Betriebe geht, rückt der **Standort "westliche Bahnhofstraße"** auf Grund der dortigen Flächenverfügbarkeit in den Fokus. Zwar wird hierdurch die vorgenommene Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt um rd. 75 m ausgeweitet, doch zeigt sich kein Alternativstandort mit einer annähernd großen Flächenverfügbarkeit. Mit den Planungen für eine einzelhandelsbezogene Entwicklung dieses an den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angrenzenden Standortes besteht zudem eine Möglichkeit zur Realisierung von Ansiedlungswünschen für großflächige Einzelhandelsvorhaben, wie sie derzeit von Investoren, etc. deutlich außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt geplant werden.

Die weiter westlich in der Bahnhofstraße im Bereich des Bahnhofs gelegenen Potenzialflächen sollten im Hinblick auf eine noch weitere Vermeidung der Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs nicht mit Einzelhandel belegt werden. Stattdessen bieten sich hierfür Nutzungen an, die mit den nahegelegenen Einzelhandelsbetrieben Synergieeffekte erwarten lassen (z.B. Hotel, betreutes Wohnen).

Zusammenfassend gesehen liegt aus genannten Gründen die erste Priorität auf der Entwicklung des Standortes **"Bahnhof- Ecke Vogelsbergstraße"**. Um aber den Haupteinkaufsbereich auch für (erwünschte) Einzelhandelsvorhaben größerer Di-



mensionierung offen zu halten, ist eine Entwicklung des Standortes "**westliche Bahnhofstraße**" ebenfalls zu empfehlen.

Vor einer zeitgleichen Realisierung beider Entwicklungsoptionen ist allerdings vor dem Hintergrund des bis 2020 prognostizierten Flächenbedarfs (vgl. Kap. 6.6) zu warnen. Einer Überdimensionierung, z.B. durch Realisierung des gesamten bis 2020 prognostizierten Flächenbedarfs innerhalb einer kürzeren Zeitspanne, sollte vorgebeugt werden. Sobald sich die Stadt für die Entwicklung eines Standortes ausspricht, sollte der andere Standort eher als Entwicklungsoption für die kommenden Jahre gesehen werden. Dies bedeutet zugleich, dass dort städtebauliche Aufwertungen dennoch zeitnah in Angriff genommen werden sollten.

### **7.3.2 Zentraler Versorgungsbereich Düdelsheim**

In Bezug auf den zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim (vgl. Kap. 4.3.1) kann festgehalten werden, dass dessen Bestandssicherung oberstes Ziel sein sollte. Damit dies möglich ist, sollte den Nahversorgungseinrichtungen besonderes Augenmerk geschenkt werden. Die integrierten Einrichtungen sind in der Regel labil und reagieren sehr empfindlich auf entsprechende Wettbewerber außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Eine solche Ansiedlung sollte grundsätzlich ausgeschlossen werden.

In Bezug auf die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung im zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim sollten die Möglichkeiten zur Ansiedlung eines stärkeren Frequenzbringers innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs überprüft werden. Hierfür sollte überprüft werden, ob sich der vorhandene Lebensmittel-SB-Markt eventuell erweitern lässt oder eine Neuansiedlung eines - unter Beachtung standortgerechter Dimensionierung - größeren Lebensmittelbetriebs (vgl. Kap. 4.3.1) realisieren lässt. Eine Potenzialfläche hierfür stellt sich in Verbindung mit dem Abriss des benachbarten Gebäudes u.U. im Kreuzungsbereich Hauptstraße Ecke Am alten Born dar (vgl. Karte 8, S. 98). Gleichermaßen sind verschiedenste Aufwertungsmaßnahmen im öffentlichen Raum wünschenswert.



Entsprechend der Grundsätze für die räumliche Einzelhandelsentwicklung kann zentrenrelevanter Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit auch im zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim angesiedelt werden (vgl. Kap. 7.2.1).

### **7.3.3 Maßnahmenvorschläge zur Nahversorgung**

Das Thema Nahversorgung wird gerade auch in Bezug auf die demographische Entwicklung immer wichtiger. Die Nahversorgung im planerischen Sinne - insbesondere mit Lebensmitteln, aber auch mit nahversorgungsrelevanten Dienstleistungen wie Post, Bank, medizinischen Einrichtungen - wird zunehmend zum Problem. Dies betrifft i.d.R. insbesondere die oftmals einwohnerarmen Stadtteile, wie sie in Büdingen zu finden sind.

Angesichts einer Bindungsquote von 117% im kurzfristigen Bedarfsbereich allgemein sowie von 116 bzw. 136% im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und Lebensmittelhandwerk besteht derzeit - zumindest rein quantitativ - eine gute Versorgungssituation in Büdingen (vgl. Kap. 4.1.3). In der räumlichen Betrachtung zeigen sich hingegen Defizite, die vornehmlich in der dispersen Siedlungsstruktur begründet liegen (vgl. Kap. 4.1.4).

Wie in Kap. 6.5 beschrieben ist jedoch zu berücksichtigen, dass sich im Rahmen der Verkaufsflächenprognose im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel selbst über den gesamten Prognosezeitraum bis 2020 (obere Variante Status-quo- bzw. Entwicklungsprognose) nur ein beschränkter Flächenbedarf von max. 1.200 qm ergeben hat (vgl. auch Tab. A - 13 im Anhang). Damit entsteht innerhalb der nächsten zwölf Jahre allenfalls ein Bedarf für einen Betrieb in der Größenklasse eines Discounters bzw. eines Supermarktes mit einer derzeit in etwa seitens der Betreiber geforderten (Mindest-)Größe.

Auf Grund dieses relativ geringen Entwicklungsspielraumes und der bereits bestehenden Zuflüsse im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel sollte das vorrangige Ziel darin bestehen, das Lebensmittelangebot in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und in den Stadtteilen von Büdingen zu erhalten. Ein perspektivischer Handlungsbedarf durch eine Ausweitung des nahversorgungsrelevanten Angebotes ergibt sich für den zentralen Versorgungsbereich Düdelsheim.

Grundsätzlich sollte einer Neuansiedlung oder Erweiterung in Büdingen nur dann zugestimmt werden, wenn



- die Ansiedlung/ Erweiterung zum Erhalt und/ oder zur Verbesserung der Nahversorgungssituation in den unterversorgten Bereichen der Stadt Büdinger oder
- der Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt bzw. des sonstigen zentralen Versorgungsbereiches dient.

Grundsätzlich nicht zugelassen werden sollten Ansiedlungen von Lebensmittelbetrieben in unmittelbarer Nachbarschaft eines bereits bestehenden Lebensmittelbetriebes, da durch derartige Doppelstandorte i.d.R. erheblich mehr Kaufkraft an einem Standort gebunden wird als in seinem unmittelbaren Umkreis (Nahversorgungsumkreis) vorhanden ist und zudem kein Beitrag zur Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation geleistet wird.

Die Neuansiedlung weiterer großflächiger Lebensmittelbetriebe an Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, wie sie jetzt schon teilweise in Büdinger nicht funktionsadäquat (z.B. an den nicht integrierten Standorten An der Saline und der Düdelsheimer Straße) bestehen, sollte vermieden werden. Lebensmittelbetriebe unterhalb der Großflächigkeit können jedoch ausnahmsweise bei bestehenden (somit vorhandenen) oder zukünftigen Nahversorgungslücken und entsprechender Einwohnerzahl an integrierten Standorten zugelassen werden.

Das Ziel einer Erhaltung des Lebensmittelangebotes in Büdinger betrifft u.a. auch den Vollsortimenter am Loudéac-Kreisel (Bahnhofstraße), der - wie die Passantenbefragung deutlich macht<sup>100</sup> - für die eng abgegrenzte Innenstadt Nahversorgungsfunktion und zudem eine wichtige Frequenzfunktion übernimmt. Gegebenfalls kann eine Neuansiedlung in der Innenstadt bzw. auf der unmittelbar angrenzenden Potenzialfläche in Betracht gezogen werden.

Dabei ist darauf hinzuweisen, dass ausweislich der Internetauftritte<sup>101</sup> auch größere Lebensmittelunternehmen kleiner dimensionierte Lebensmittelnaheversorger realisieren

---

<sup>100</sup> Knapp 65% der Büdinger gaben an, Nahrungs-/Genussmittel in der Innenstadt (Loudéac-Kreisel) zu kaufen (vgl. Frage 141, Anlageband).

<sup>101</sup> Vgl. z.B. [www.edeka.de](http://www.edeka.de): "Unter dem Label 'nah & gut' firmieren Nachbarschaftsmärkte mit einem vollen Lebensmittel-Sortiment, ergänzt durch Frischwaren und regionale Produkte. Der 'EDEKA aktiv markt' bietet als Supermarkt ein Lebensmittel-Vollsortiment auf einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 1.000 qm.", [www.rewe-group.com](http://www.rewe-group.com): "Unter dem Namen 'nahkauf' führt der selbstständige Rewe-Einzelhandel kleinflächige Nachbarschaftsgeschäfte. Als Nahversorger bieten sie auf Verkaufsflächen zwischen 150 und 500 Quadratmetern ein gestrafftes Lebensmittelangebot für den täglichen Bedarf. Besonders in den Bereichen Frische und regionale Auswahl wird dem Verbraucher ein umfangreiches Sortiment geboten."



ren/ betreiben, solche also auch vor diesem Hintergrund nicht vollkommen unrealistisch erscheinen.

Die Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches ist entsprechend Kap. 5.4 erklärtes Ziel in dem Stadtteil Düdelsheim. Wie in Kap. 4.3.1 festgestellt wurde fehlt ein Lebensmittelbetrieb, der Frequenzfunktion für den zentralen Versorgungsbereich übernehmen kann. Perspektivisch wäre es daher vorstellbar, den bestehenden Lebensmittel-SB-Markt zu erweitern oder unter Beachtung standortgerechter Dimensionierung einen größeren Lebensmittelbetrieb anzusiedeln. Ein mögliches Flächenpotenzial würde sich in Verbindung mit dem Abriss des benachbarten Gebäudes im Kreuzungsbereich Hauptstraße Ecke Am alter Born ergeben.

Grundsätzlich muss die Maßstäblichkeit (d.h. die Größe des Planvorhabens in Relation zur Einwohnerzahl in den angrenzenden Wohngebieten) bei jeder Neuansiedlung/ Erweiterung beachtet werden. Dies gilt insbesondere für die - mit Ausnahme Düdelsheim - einwohnerarmen Stadtteile Büdingens.

So weisen die als unterversorgt identifizierten Stadtteilen Aulendiebach, Büches, Diebach am Haag, Wolf, Calbach, Dudenrod, Michelau, Orleshausen, Rinderbügen und Rohrbach eine zu geringe Einwohnerzahl (200 bis 1.065 Einwohner) für die Ansiedlung eines Supermarktes oder Discounters mit einer von den Betreibern solcher Märkte üblicherweise geforderten Mindestverkaufsfläche auf. Ziel sollte in diesen Stadtteilen daher der langfristige Erhalt bzw. die Stärkung der teilweise bestehenden Betriebe des Lebensmittelhandwerks sein, das neben einen Beitrag zur Nahversorgung auch einen sozialen Treffpunkt für die Bewohner der Stadtteile darstellen kann. In den Stadtteilen, die über einen Lebensmittel-SB-Laden oder -Markt verfügen ist das Hauptaugenmerk auf deren Erhalt bzw. auf den standort- bzw. stadtteilgerecht dimensionierten Ausbau der Lebensmittelnahversorgung zu legen.

In diesen Stadtteilen ist die Erhaltung und Stärkung alternativer Nahversorgungsmöglichkeiten als weitere Maßnahme zur Verbesserung der Nahversorgungssituation zu sehen:

- Die bestehenden Betriebe des Lebensmittelhandwerks können u.U. mit erweitertem Lebensmittelangebot eine umfassendere Nahversorgungsfunktion übernehmen.



- In einem landwirtschaftlich geprägten Umfeld kann ein Bauernmarkt mit regionalen Produkten oder die Direktvermarktung (z.B. über Hofläden) einen Beitrag zur Lebensmittelversorgung leisten.
- Verkaufswagen bieten den Vorteil eines zumindest zeitweisen wohnungsnahen Angebots.
- Schließlich können Fahrgemeinschaften organisiert werden, die eine Versorgung auch außerhalb der fußläufig nahversorgten Bereich ermöglichen.

Allerdings handelt es sich bei den zuletzt genannten Möglichkeiten um weitgehend auf private Initiative angewiesene Lösungen.

Der am Freitag stattfindende Büdinger Wochenmarkt ergänzt das Lebensmittelangebot in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und ist auch ein Frequenzbringer für angrenzende Geschäfte. Obgleich er aus Sicht der befragten Passanten eine (noch) relativ geringe Bedeutung einnimmt, muss dessen Stärkung ebenfalls Ziel der Nahversorgungsentwicklung in Büdingen sein. Beispiele aus anderen Städten zeigen, dass attraktive Wochenmärkte zudem als Imageträger fungieren können und erheblich zum Einkaufserlebnis beitragen. Daher sollte der Wochenmarkt als Kommunikationsort und Nahversorger gestärkt und ausgebaut werden.

Durch zusätzliche bzw. neue Beschicker sowie geänderte Marktzeiten bzw. weiterer Markttag könnte die Attraktivität des Marktes selbst und damit auch die Anziehungskraft der Innenstadt weiter erhöht werden. Erfahrungen aus anderen Städten haben gezeigt, dass sich attraktive Märkte i.d.R. durch eine klare Sortimentsbeschränkung auszeichnen<sup>102</sup>.

Aus gutachterlicher Sicht sollte der Standort am Marktplatz in jedem Fall beibehalten werden, da die Attraktivität eines Wochenmarktes auch wesentlich von der Qualität/ dem Ambiente des Standortes abhängig ist.

Abgesehen von diesen konkreten Möglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgung ist darauf hinzuweisen, dass durch Befolgen der Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung ein Beitrag zur Sicherung einer flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung geleistet wird: Hierdurch kann vermieden werden, dass neuer Le-

---

<sup>102</sup> Auf dem Wochenmarkt in Lörrach dürfen z.B. nur Obst- und Gemüseprodukte aus der Region und darüber hinaus Feinkostwaren wie Fisch, Fleisch, Backwaren, Käse, Oliven sowie Blumen/ Pflanzen angeboten werden. Der Wochenmarkt in Lörrach ist ein bedeutender Imagefaktor für die Stadt und Anziehungspunkt für Bewohner der Region und Touristen.



bensmitteleinzelhandel an Standorten entsteht, wo er keinen entsprechenden Beitrag zur Nahversorgung leistet bzw. bestehende Strukturen gefährdet.

#### **7.3.4 Gewerbegebiete**

Neben den bestehenden als Einzelhandelsstandorte profilierten Gewerbegebieten bzw. dem neu entstehenden Gewerbegebiet Else sollten kurzfristig für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel keine weiteren Standorte ermöglicht werden.

Der prognostizierte Verkaufsflächenbedarf in Büdingen hinsichtlich nicht zentrenrelevanter Sortimente liegt selbst bei den Baumarkt-/ Gartencenterspezifischen Sortimenten (max. 1.800 qm) sowie Möbel, Antiquitäten (max. 2.875 qm) mit vergleichsweise großen Anteilen an dem insgesamt prognostizierten Flächenbedarf in Büdingen unter der Größe der derzeit realisierten Betriebe.

Bei der Neuansiedlung von Betrieben an bestehenden nicht integrierten Einzelhandelsstandorten sollte eine Begrenzung der branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente erfolgen (vgl. Kap. 7.2.2.1) und auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche (z.B. mehrgeschossige Bebauung) geachtet werden.

Die bestehenden zentrenrelevanten Einzelhandelsbetriebe sollten auf ihren Bestand festgeschrieben werden.

An denjenigen Standorten, an denen bisher keine Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind sollte Baurecht dahingehend geschaffen werden, dass auch zukünftig kein Einzelhandel dort zulässig ist.

Auch hinsichtlich der neuen Flächenpotenzialen in dem entstehenden Gewerbegebiet Else östlich des Stadtteils Düdelsheim (18.000 qm) ist im Kontext einer möglichen Ansiedlung von Betrieben die Begrenzung der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente zu beachten, um Auswirkungen für die zentralen Versorgungsbereiche Düdelsheim und Innenstadt zu verhindern. Für das Gewerbegebiet Else bedeutet dies, dass hier künftig allenfalls Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten zulässig ist.

Sofern sich mittel- bis langfristig dennoch eine Notwendigkeit für einen zusätzlichen Standort ergibt, sollte darauf geachtet werden, dass dieser sich in der räumlichen Nähe insbesondere zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt befindet, um Kopplungsmöglichkeiten zu schaffen.

## 7.4 INSTRUMENTELLES KONZEPT

Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig eine **Sortimentsliste** zu erstellen, welche nach zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet<sup>103</sup>.

### 7.4.1 Sortimentszuordnung

Es wurde bereits dargelegt, dass zentrenrelevante Sortimente nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt und Düdelsheim angesiedelt werden soll, um die Versorgungsfunktion zu stärken.

Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine ortsspezifische Sortimentsliste zu erstellen, welche nach zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet (vgl. Kap. 7.2.1 und Kap. 7.2.2). Diese werden von der Stadt Büdingen selbst beschlossen. Bei Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente stellen die in der Anlage des Hessischen Einzelhandelserlasses<sup>104</sup> aufgeführten zentren-/ innenstadtrelevanten Sortimente einen Orientierungsrahmen dar. Das Hessische Ministerium für Verkehr und Landesentwicklung weist jedoch selbst auf die ortsabhängige Situation hinsichtlich der Zentrenrelevanz von Sortimenten hin<sup>105</sup>. Im Folgenden wird eine spezifische Sortimentsliste für die Stadt Büdingen vorgeschlagen.

Auf Grund zahlreicher Erfahrungen hat sich für die Zuordnung der Sortimente der folgende Kriterienkatalog herausgebildet:

**Zentrenrelevant** sind Sortimente, die

- täglich oder wöchentlich nachgefragt werden - kurzfristiger Bedarf;
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;

---

<sup>103</sup> Vgl. Birk (1988), a.a.O., S. 288.

<sup>104</sup> Vgl. Hessisches Landesministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2005: Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht (Neufassung 2005), Anlage 1.

<sup>105</sup> "Die Zentrenrelevanz kann in Einzelfällen in Abhängigkeit von dem vorhandenen Angebotsbestand in den jeweiligen Zentren und in Abhängigkeit von der städtebaulichen Situation differieren (z.B. Elektrogroßgeräte/ "weiße Ware", Teppiche, Campingartikel, Fahrräder, großteilige Sportgeräte, die i.d.R. zentrenrelevant sind)."



- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und in den sonstigen zentralen Bereichen am stärksten vertreten sind.

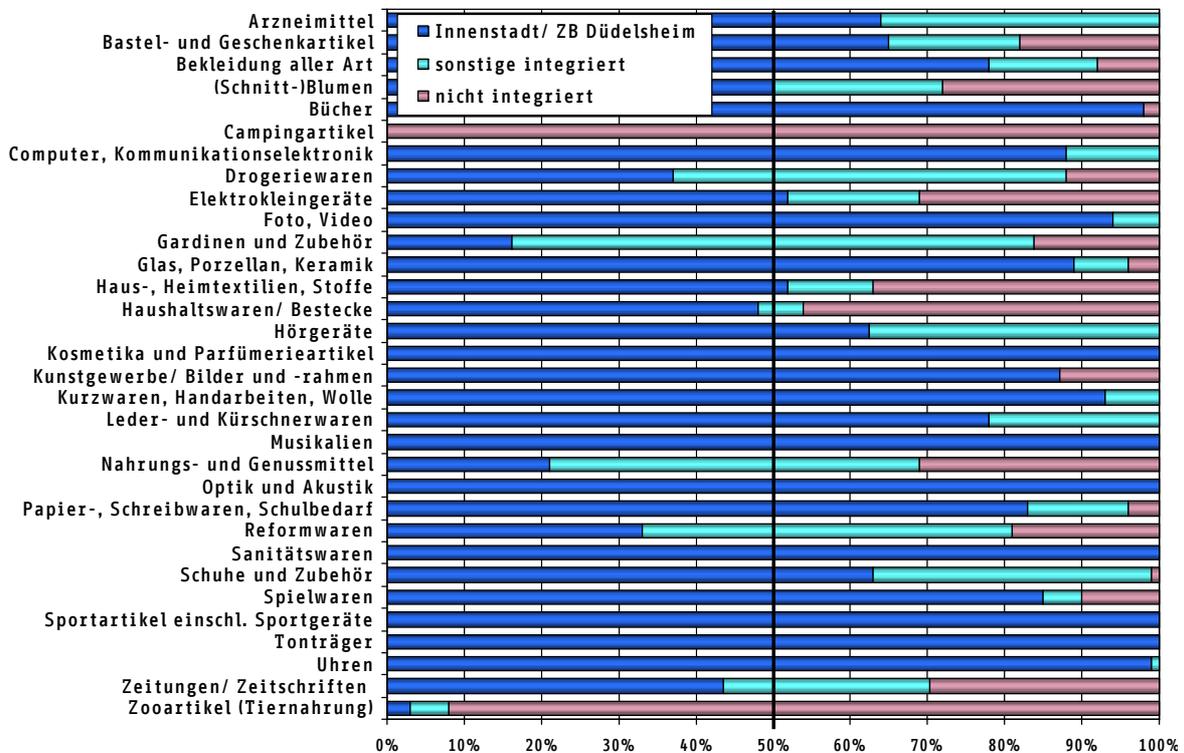
**Nicht zentrenrelevant** dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentrale Standorte nicht prägen;
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transports überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird die momentane räumliche Verteilung des Angebots in der Stadt herangezogen.

Die beiden nachfolgenden Abbildungen zeigen die Verteilung der üblicherweise zentren- bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente nach Lagen in Büdingen.

**Abb. 43: Rechnerische Verteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente in Büdingen**



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September; eigene Berechnung

Die tatsächliche räumliche Verteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente entspricht weitgehend der üblichen Zuordnung (vgl. Abb. 43). Abweichende Zuordnungsvorschläge durch die Gutachter erklären sich wie folgt:

- Der Sortimentsbereich **Nahrungs-/ Genussmittel** sollte - trotz der rechnerisch unklaren Zuordnung - in jedem Fall als zentrenrelevant eingestuft werden. Zur Erhaltung der Nahversorgung im eigentlichen Sinne ist das Angebot von Lebensmitteln unabdingbar. Darüber hinaus sind Lebensmittelanbieter auf Grund ihrer hohen Kundenfrequenz insbesondere für die Erhaltung bzw. Stärkung der Versorgungsfunktion in den zentralen Versorgungsbereichen von herausragender Bedeutung. Insofern ist die Standortwahl hierfür auch unter Berücksichtigung der Veränderung der Altersstruktur (Erhöhung des Anteils alter Menschen) und der Haushaltsstruktur (Erhöhung des Anteils von Ein-Personen-Haushalten) weiter auf diese Bereiche zu beschränken. Im Übrigen wandeln sich die Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe auf Grund der wechselnd angebotenen, meist zentrenrelevanten Aktionsware zunehmend zu Kaufhäusern; dies ist insbesondere bei einigen Lebensmitteldiscountern festzustellen. Insofern ist auch vor diesem Hintergrund grundsätzlich eine Zentrenrelevanz für das Sortiment Nahrungs-/Genussmittel, das überwiegend in Lebensmittelbetrieben angeboten wird, gegeben. Aus diesen Gründen sollten Lebensmittel als zentrenrelevantes Sortiment ausgewiesen werden. Die Zuordnung des Sortiments Nahrungs-/Genussmittel als zentrenrelevant entspricht auch der beispielhaften Sortimentsliste des Einzelhandelserlasses für Hessen<sup>106</sup>.
- Entgegen der rechnerischen Verteilung sollte das Sortiment **Campingartikel** als zentrenrelevant eingestuft werden. Tatsächlich handelt sich hierbei in Büdingen lediglich um ein Randsortiment eines Baumarktes an einem nicht integrierten Standort. Das Sortiment stellt in der Regel jedoch ein Teilsortiment von Sportfachgeschäften dar, die überwiegend "klassische" Innenstadtsortimente führen, in der Innenstadt - wenn auch derzeit in relativ geringem Umfang - i.d.R. am stärksten vertreten sind und eine wichtige Bedeutung für den innerstädtischen Einzelhandel darstellen.

---

<sup>106</sup> Vgl. Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung 2005: Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht - Hinweise und Erläuterungen (Neufassung 2005), Anlage 1



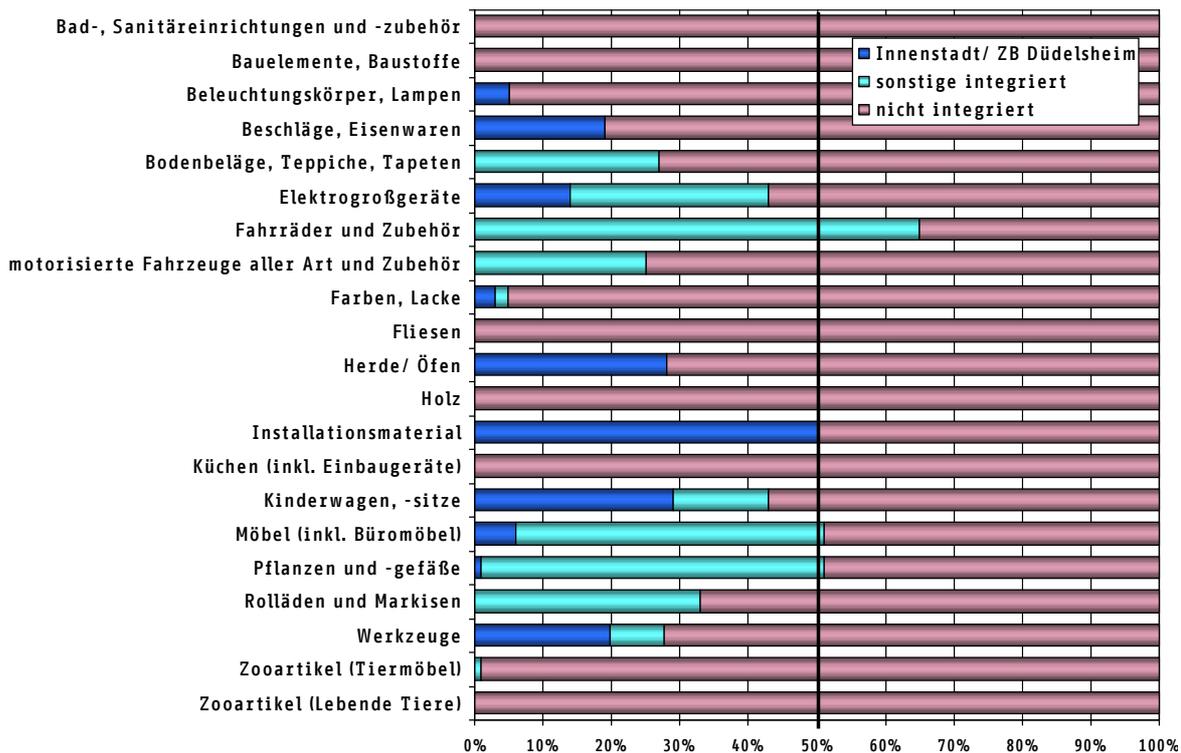
- Das Sortiment **Zooartikel (Tiernahrung)** sollte - obwohl es zu den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten zählt - entsprechend seiner ermittelten räumlichen Verteilung als nicht zentrenrelevant eingestuft werden. In Büdingen wird dieses zudem hauptsächlich in Verbindung mit den Sortimenten Zooartikel (Tiermöbel) und Zooartikel (Lebende Tiere) angeboten, die in der Regel einen relativ hohen Flächenbedarf und eine vergleichsweise niedrige Flächenproduktivität aufweisen und zu den üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimenten gezählt werden.

Tiernahrung wird i.d.R. als Randsortiment von Lebensmittelbetrieben angeboten. Da das Sortiment Nahrungs-/Genussmittel als zentrenrelevant eingestuft wird (s.o.), ist Tiernahrung auch in den zentralen Versorgungsbereichen erhältlich.

Die räumliche Verteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente geht konform mit der üblichen Zuordnung. Lediglich die Sortimente Fahrräder und Zubehör, Möbel (inkl. Büromöbel) sowie Pflanzen und -gefäße sind - nach Lagen betrachtet - nicht eindeutig zuzuordnen (vgl. Abb. 44):

- Auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. ihrer Transportfähigkeit, ihres hohen Flächenbedarfs und einer geringen Flächenproduktivität sind **Möbel (inkl. Büromöbel)** für zentrale Lagen weniger geeignet und werden daher den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.
- Bei **Pflanzen und -gefäßen** handelt es um ein typisches Gartencentersortiment mit geringer Flächenleistung und damit um ein nicht zentrenrelevante Sortiment.
- Das Sortiment **Fahrräder und Zubehör** ist in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt und Düdelsheim nicht vorhanden, sondern wird lediglich in Betrieben geführt, die in sonstiger integrierter Standortlage lokalisiert sind. Aus diesem Grund wird das Sortiment - seiner üblichen Zuteilung entsprechend - als nicht zentrenrelevant eingestuft.

Abb. 44: Rechnerische Verteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente in Bidingen



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007; eigene Berechnung

Nachfolgend ist die "Büdinger Sortimentsliste " in der Tab. 5 dargestellt. Sie wurde auf Basis der räumlichen Verteilung des Angebotes in der Stadt Bidingen und der o.g. allgemeinen Merkmale erstellt und ist somit stadtspezifisch.

Die Sortimentsliste stellt einen Vorschlag dar und unterliegt dem Abwägungsvorbehalt der politischen Gremien der Stadt Bidingen (vgl. Kap. 7.4.2.2).



Tab. 5: Sortimentsliste Büdingen

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Arzneimittel Bastel- und Geschenkartikel Bekleidung aller Art (Schnitt-)Blumen Briefmarken Bücher Campingartikel Computer, Kommunikationselektronik Drogeriewaren Elektrokleingeräte Foto, Video Gardinen und Zubehör Glas, Porzellan, Keramik Haushaltswaren/ Bestecke Haus-, Heimtextilien, Stoffe Kosmetika und Parfümerieartikel Kunstgewerbe/ Bilder und -rahmen Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle Leder- und Kürschnerwaren Musikalien Nähmaschinen Nahrungs- und Genussmittel Optik und Akustik Papier-, Schreibwaren, Schulbedarf Reformwaren Sanitätswaren Schuhe und Zubehör Spielwaren Sportartikel einschl. Sportgeräte Tonträger Uhren/ Schmuck, Gold- und Silberwaren Unterhaltungselektronik und Zubehör Waffen, Jagdbedarf Zeitungen/ Zeitschriften	Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör Bauelemente, Baustoffe Beleuchtungskörper, Lampen Beschläge, Eisenwaren Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten Büromaschinen (ohne Computer) Elektrogroßgeräte Erde, Torf Fahrräder und Zubehör motorisierte Fahrzeuge aller Art und Zubehör Farben, Lacke Fliesen Gartenhäuser, -geräte Herde/ Öfen Holz Installationsmaterial Kinderwagen, -sitze Küchen (inkl. Einbaugeräte) Möbel (inkl. Büromöbel) Pflanzen und -gefäße Rollläden und Markisen Werkzeuge Zooartikel (Tiermöbel) Zooartikel (Lebendtiere) Zooartikel (Tiernahrung)

Quelle: eigener Vorschlag auf Grundlage eigene Einzelhandelserhebung/ Einzelhändlerbefragung  
 August/ September 2007

## 7.4.2 Vorgehensweise zur Umsetzung

Als Grundlagen für das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels dienen die in den vorangegangenen Kapiteln dargestellten Arbeitsschritte. Für die Politik/ Verwaltung ergibt sich damit folgendes Vorgehen.

### 7.4.2.1 Öffentliche Auslegung

Es wird eine öffentliche Auslegung des vorliegenden Einzelhandelsgutachtens in Anlehnung an öffentliche Auslegungen bei sonstigen Planverfahren empfohlen, damit das Konzept seine planungsrechtliche Wirkung voll entfalten kann; dies betrifft z.B.



die Anwendung des § 9 (2a) BauGB, bei der ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen ist. Das Konzept kann dann von den politischen Gremien der Stadt beschlossen werden, wobei die Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung in die Abwägung eingehen.

Unabhängig von dieser Frage ergibt sich für die Umsetzung die im Weiteren dargestellte Vorgehensweise.

#### **7.4.2.2 Festlegen einer Sortimentsliste**

In Kap. 7.4.1 wurde eine Liste dargestellt, die eine Unterscheidung der Sortimente in zentren- bzw. nicht zentrenrelevant vornimmt. Diese gutachterlich vorgeschlagene Differenzierung berücksichtigt einerseits die Gegebenheiten in Büdingen und andererseits die aus Gutachtersicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und des zentralen Versorgungsbereiches Duedelsheim.

Die politischen Gremien der Stadt sollte eine solche Liste beschließen, damit für jeden Betroffenen (z.B. zukünftige Investoren, vorhandene Betriebe) die Verbindlichkeit und damit die Bedeutung als investitionssicherndes Instrument deutlich wird.

Diese Sortimentsliste muss zukünftig Teil der relevanten B-Pläne sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel enthalten sind.

#### **7.4.2.3 Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig**

In Verbindung mit der Sortimentsliste ist deutlich zu machen, in welchen Gebieten der Stadt welche Einzelhandelsbetriebe auch künftig noch zulässig sein werden. Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt und Duedelsheim wurde im vorliegenden Gutachten ein Vorschlag gemacht; diese entsprechen dem zentralen Versorgungsbereich gemäß BauGB. Darüber hinaus bietet sich an, Festsetzungstypen für die jeweiligen Bereiche zu entwickeln (vgl. für gewerblich geprägte Standorte Vorschläge unten). Auch die Abgrenzungen und die Typen sollten von den Gemeinderäten beschlossen werden.

Auf diese Weise können An- und Umsiedlungsanträge sehr schnell bewertet werden. Anträge für grundsätzlich zulässige Betriebe können entsprechend schnell weiterbearbeitet werden. Insofern dient dieses Vorgehen auch zur Verfahrensbeschleunigung bzw. zur Erhöhung der Effizienz im Verwaltungshandeln.



Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels beziehen sich im Wesentlichen auf die Innenstadt, den zentralen Versorgungsbereich und auf Gewerbegebiete bzw. auf entsprechend zu definierende unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB. Eine konkrete bauplanungsrechtliche Definition der zukünftigen einzelhandelsbezogenen Nutzungen ist nur durch eine Einzelbeurteilung des jeweiligen Standortes möglich. Im Grundsatz lassen sich jedoch folgende *Festsetzungstypen für gewerblich geprägte Standorte* (§ 34 BauGB bzw. § 8 oder 9 BauNVO) unterscheiden, wobei die Festsetzung von Sonderbauflächen grundsätzlich eine Einzelfallbetrachtung erforderlich macht:

1. **Festsetzungstyp Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO nicht zulässig.**
2. **Festsetzungstyp Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO nicht zulässig.** *Ausnahmsweise ist der Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugzubehör (Lkw, Pkw, Motorräder) sowie Mineralölen, Brennstoffen zulässig. (Typische Vertreter der ausnahmsweise zulässigen Handelsbetriebe stellen neben Autohäusern der Reifenhandel sowie Betriebe mit Autoteilen und -zubehör dar.)*
3. **Festsetzungstyp Gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO ist nicht zentrenrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel zulässig.** *Ausnahmsweise sind branchentypische zentrenrelevante Randsortimente<sup>107</sup> bis 10% der Fläche zulässig.*
4. **Festsetzungstyp Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich:** *Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerks der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren auf einer untergeordneter Fläche bis zu xxx qm zulässig (Handwerkerprivileg)<sup>108</sup>. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger, Konditor).*
5. **Festsetzungstyp Festsetzungen entsprechend dem § 1 (10) BauNVO - "Fremdkörperfestsetzung":** *Dies könnte beispielsweise in einem Gewerbegebiet angewendet werden, in dem künftig Einzelhandel ausgeschlossen werden soll. Ein bereits vor-*

---

<sup>107</sup> Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind ohne Belang.

<sup>108</sup> Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die qm-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



*handener Einzelhandelsbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) kann dann über die Fremdkörperfestsetzung in seiner Existenz gesichert werden.*

Insbesondere bei der Überplanung von Baugebieten sind sonstige rechtliche Aspekte (Fristen, Genehmigungsansprüche, Baurechte etc.) zu beachten. Bevor entsprechende Planungsabsichten formuliert werden können, sind diese und andere relevante Aspekte im Rahmen einer Baurechtsanalyse zu prüfen.

Üblicherweise werden lediglich gewerblich geprägte Baugebiete im Hinblick auf eine städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels überprüft und ggf. überplant. Außer Acht gelassen werden die zahlreichen Mischgebiete, die u.U. im Hinblick auf eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ebenso überprüft werden sollten. In Mischgebieten kann darüber nachgedacht werden, ob zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen werden sollte. Auch dies ist mit dem vorhandenen Planungsinstrumentarium möglich.

In Büdingen erscheint beispielsweise dann ein Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Mischgebieten sinnvoll, wenn die Gefahr besteht, dass mögliche Ansiedlungen von Betrieben über die Nahversorgung eines Gebietes hinausgehen oder die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt bzw. Düdelsheim beeinträchtigen.

Für Allgemeine Wohngebiete gilt dies ebenfalls.

#### **7.4.2.4 Bauleitplanerische Umsetzung der Zielvorstellungen**

Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen entgegenstehen, sind die - im Sinne der Zielsetzungen gefährdeten Bereiche zu identifizieren und entsprechend zu bearbeiten. Diese gefährdeten Gebiete können entweder überplante (§ 30/ 31 BauGB) oder unbeplante Innenbereiche (§ 34 BauGB) sein.

Bei bestehenden B-Plänen reicht u.U. eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO bzw. ein vereinfachtes B-Planverfahren aus. Bei § 34-Gebieten ist die Aufstellung eines B-Plans zu überprüfen. Zunächst reicht der Aufstellungsbeschluss mit einer entsprechenden Zielformulierung aus, um ggf. entsprechend schnell reagieren zu können.

Für den Fall eines akuten Handlungsbedarfs stehen die im Baurecht vorgesehenen Sicherungsinstrumente "Zurückstellung von Baugesuchen" (§ 15 BauGB) bzw. "Veränderungssperren" (§ 14 BauGB) zur Verfügung. Insbesondere bei Veränderungssperren



muss deutlich gemacht werden, dass alle Veränderungen, die den planerischen Zielen nicht zuwiderlaufen, auch weiterhin zulässig sind. Es sind nur die Veränderungen unzulässig, die dem Zweck der Veränderungssperre widersprechen.

### **7.4.3 Fazit**

In dem vorliegenden Gutachten wurde die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt und der zentrale Versorgungsbereich Düdelsheim abgegrenzt und basierend auf der Erhebung sowie allgemeinen Kriterien eine stadtspezifische Sortimentsliste abgeleitet. Damit ist für die Stadt Bidingen sofort erkennbar, an welchen Standorten zukünftig welche Art von Einzelhandel zulässig bzw. unzulässig sein wird. Jede Standortbewertung - zumindest in Bezug auf zentrenrelevante Sortimente - stellt nichts anderes dar als eine Anwendung der beschriebenen Grundsätze.

Um Vertrauen und Sicherheit darüber zu schaffen, dass die Stadt Bidingen sich bei zukünftigen Planungen an das Konzept hält, sollte das Konzept in den politischen Gremien der Stadt beschlossen werden.

Die Wirkung eines solchen Rahmens kann u.U. erst nach Jahren wahrgenommen werden. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass sich die Stadt Bidingen definitiv an dieses Konzept hält, wenn die politischen Gremien es beschließen.

## **7.5 MAßNAHMENVORSCHLÄGE STÄDTEBAU UND WEITERER AKTEURE**

Die in den voranstehenden Kapiteln aufgezeigten Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung dienen als Rahmen für eine zukünftige positive Entwicklung von Bidingen insgesamt, im Besonderen des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt. Für eine positive Innenstadtentwicklung reichen diese Maßnahmen jedoch nicht aus. Um den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu stärken, bedarf es neben den aufgezeigten Maßnahmen und weiteren Aktivitäten der Stadtverwaltung vor allem der Zusammenarbeit mit Einzelhändlern, Gastronomen und Immobilieneigentümern.

In den folgenden Abschnitten werden Handlungsansätze und Ideen entwickelt, die unter Berücksichtigung der spezifischen Situation von Bidingen zu einer Attraktivitätssteigerung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt beitragen können. Dabei wird vor dem Hintergrund unterschiedlicher Entwicklungsschwerpunkte - wo erforderlich - auf die einzelnen Teilbereiche des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt gesondert eingegangen. Die dargestellten Handlungsansätze und Ideen dienen dabei lediglich als Leitfaden, weitere Konkretisierungen und Umsetzungsvor-



schläge sollten gemeinsam von der Stadt Bidingen mit den jeweils beteiligten Akteuren ausgearbeitet und an die spezifische Situation vor Ort angepasst werden.

### **7.5.1 Städtebaulich-gestalterische Maßnahmenvorschläge**

Im Mittelpunkt der städtebaulichen Entwicklung sollte die weitere Konkretisierung der vorgeschlagenen räumlichen Entwicklungsoptionen stehen. Eine unangemessene Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt ist dabei nicht vorzunehmen (vgl. Kap. 7.3.1). Hiermit verbundene Neu-/ Umbaumaßnahmen sollten modernen, qualitativ hochwertigen städtebaulichen Ansprüchen genügen und sich in das bestehende städtebauliche Umfeld integrieren, um somit den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt in seiner besonderen Position zu stärken und weiter hervorzuheben.

Die im Folgenden dargestellten Ideen und Überlegungen zur Verbesserung der städtebaulich-gestalterischen Situation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt ergeben sich im Wesentlichen aus der Stärken-Schwächen-Analyse und stehen mit den Empfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Kap. 7.3.1 im Zusammenhang. Dabei stehen die Aufwertung vorhandener Qualitäten und die Verbesserung städtebaulich-funktionaler Zusammenhänge im Bestand im Fokus der Betrachtungen.

#### **Neuordnung und städtebaulich-gestalterische Aufwertung der Bahnhofstraße**

Die Bahnhofstraße stellt einen breit angelegten Straßenraum dar, welcher in seiner jetzigen Konfiguration primär dem fließenden und ruhenden Verkehr dient. Der starke Durchgangs- sowie Ziel- und Quellverkehr ruft eine deutliche Trenn-/ Barriere Wirkung hervor, was das Überqueren für die Passanten erschwert. Die Fußwegbereiche sind relativ schmal gehalten und bieten nur wenig Aufenthaltsqualität (vgl. Kap. 4.2.7).

Um im Haupteinkaufsbereich Bahnhofstraße das charakteristische Erscheinungsbild einer typischen innerstädtischen Einkaufsstraße stärker als bisher hervorzurufen, sind aufwendige Umgestaltungsmaßnahmen in der gesamten Ausdehnung des Straßenraums (in der Breite wie in der Länge) vom Verkehrskreisel bis zum Übergang in die Vorstadt vorzunehmen (vgl. Foto 26, S. 166). Hierfür sollte der dem fließenden wie ruhenden Verkehr zustehende Straßenraum zu Gunsten breiterer Fußwegberei-



che auf ein vertretbares Mindestmaß reduziert werden. Der MIV darf infolgedessen aber keinesfalls in seinem Fluss behindert werden. Ggf. sollte untersucht werden, wie sich der Wegfall eines ebenerdigen Parkstreifens auf einer der beiden Straßenseiten auf die gesamtinnerstädtische Parkplatzsituation auswirkt<sup>109</sup>. Die Bahnhofstraße sollte auch weiterhin als Tempo-30 Zone ausgewiesen bleiben.

Breitere Fußwegebereiche schaffen Raum für eine durchgehend ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raums. Der Einsatz bislang sparsam eingesetzter Gestaltungselemente wie u.a. öffentliche Sitzbänke, Baumpflanzungen und Skulpturen oder auch eine durchgehende Pflasterung könnte die Aufenthaltsqualität erhöhen. Durch die Umgestaltungsmaßnahmen wird der Straßenraum flexibler nutzbar - es bietet sich u.U. auch Platz für bislang nur vereinzelt vorhandene Außengastronomien.

Wenngleich z.T. mit Signalanlagen ausgestattete Überwege die fußläufige Querung der Bahnhofstraße erleichtern, ist diese infolge des hohen Verkehrsaufkommens und der jetzigen Straßenbreite dennoch eingeschränkt. Grundsätzlich sollte geprüft werden, ob durch zusätzliche Fußgängerüberwege und auch intensivere Gestaltungsmöglichkeiten (z.B. Aufpflasterung) bereits bestehender Querungen und Kreuzungsbereiche die Durchgängigkeit für Passanten erleichtert werden kann. Eine Erleichterung wird sich zweifelsohne bereits durch eine Minimierung des befahrbaren Straßenraums ergeben.

Im Zuge der Umgestaltungsmaßnahmen sollte auch auf die gestalterische Anbindung an die ggf. durch Einzelhandelnutzungen zu entwickelnde Bahnhofstraße westlich des Loudéac-Kreisels (vgl. Kap. 7.3.1.1) geachtet werden. Dieser wird auch zukünftig primär eine Verteilerfunktion für den aus allen Richtungen kommenden MIV haben und auch weiterhin nicht überquerbar i.S. eines begehbaren Platzbereiches sein. Durch die mögliche räumliche Entwicklung bis in die westliche Bahnhofstraße wird diesem künftig allerdings eine noch stärkere Mittelpunkts- und Orientierungsfunktion zukommen. Um die Funktion eines Bindeglieds (anstatt eines Bruchs) zu erfüllen, ist eine ansprechende wie gleichermaßen transparente Gestaltung des Kreisels wünschenswert. Auf klare Blickbeziehungen in die angrenzenden Straßenzüge des Haupteinkaufsbereichs sollte geachtet werden.

---

<sup>109</sup> Hierbei gilt zu bedenken, dass gemäß der Passantenbefragung fast jeder vierte Befragte (rd. 23%) angab, entlang der Bahnhofstraße zu parken, wenn der Haupteinkaufsbereich der Innenstadt aufgesucht wird. Damit stellt das Parken entlang der Bahnhofstraße gegenwärtig die relativ größte Be-

Von der gestalterischen Aufwertung der Bahnhofstraße kann eine Initialzündung ausgehen, die sich auf den Investitionswillen der Ladenbetreiber, Immobilieneigentümer und Investoren auswirken und positive Folgeeffekte hervorrufen kann. Um aus der Bahnhofstraße einen belebten Haupteinkaufsbereich mit Bummelstimmung zu schaffen, bedarf es neben der Sanierung und Neugestaltung des öffentlichen wie privaten Raumes (vgl. auch Kap. 7.5.2 und 7.5.3) in der Bahnhofstraße selbst, der Fortführung dieser Gestaltungsintensität auch in den angrenzenden Straßenzügen. Die Querbeziehungen zu den umliegenden Quartieren soll trotz der stringent linearen Ausrichtung der Bahnhofstraße hierdurch gestärkt werden, was sich letztlich auch auf die Wohnqualität positiv auswirkt.

### **Entwicklung und Sicherung städtebaulich-architektonischer Qualitäten**

Gemäß den Empfehlungen zur räumlichen Entwicklung (vgl. Kap. 7.3.1) sind vorhandene städtebauliche Entwicklungspotenziale im zentralen Versorgungsbereich zu nutzen. Im Haupteinkaufsbereich der Bahnhofstraße treten viele städtebauliche Lücken und un-/ untergenutzte Hinterhofbereiche auf, die den Ansprüchen an eine Geschäftsstraße so nicht gerecht werden. Diese Nachverdichtungspotenziale sollten durch entsprechende Neu-/ Umbaumaßnahmen zur Entwicklung einer standortgerechten städtebaulichen Dichte unter Anpassung an die gegebenen architektonischen Strukturen genutzt werden, um ein insgesamt städtebaulich homogenes Erscheinungsbild zu erzeugen. Eine beidseitig durchgängige Bebauung mit klaren städtebaulichen Kanten würde den Eindruck der Bahnhofstraße als innerstädtische Haupteinkaufsstraße wesentlich verstärken. Dabei sollte stets auf eine qualitativ hochwertige Bebauung geachtet werden.

Durch die Nachverdichtung des Gebäudes in der Berliner Straße direkt nördlich der Bahngleise (Warenhaus, vgl. Kap. 7.3.1.4) würde dem aus Norden kommenden Besucher die bestehende Eingangssituation funktional wie vor allem städtebaulich noch stärker verdeutlicht, was das Hineintreten in den Haupteinkaufsbereich von Büdingen unmissverständlich signalisiert (vgl. Foto 27). Südlich dieses Gebäudes (südlich der Bahngleise) befindet sich ein öffentliches Parkhaus auf mehreren Etagen. Um die Auslastung des schwach frequentierten Parkhauses zu erhöhen, sollte geprüft

---

deutung für den ruhenden Verkehr bei einem Besuch des Hauptgeschäftsbereichs dar (vgl. Frage 1263).



werden, ob sich die Anbindung des Parkhauses an den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt durch eine Querverbindung (i.S. einer überdachten Brücke) direkt in das aufzustockende Gebäude nördlich der Bahngleise optimieren lässt. Die Beurteilung der Realisierbarkeit ist nicht Gegenstand dieses Gutachtens. Unabhängig hiervon sollten Maßnahmen für eine Optimierung der fußläufigen Anbindung an die Berliner Straße in Angriff genommen werden. Gerade in Anbetracht eventuell im Zuge der Umbaumaßnahmen wegfallender Stellplätze könnte dem Parkhaus zukünftig mehr Bedeutung zukommen.

**Foto 26: Neuordnung und -gestaltung der Bahnhofstraße**



Quelle: eigenes Foto September 2007

**Foto 27: Nachverdichtung und Eingangssituation hervorheben**



Quelle: eigenes Foto September 2007

Neben den auf Einzelhandel bezogenen Flächen- und Nachverdichtungspotenzialen (vgl. Kap. 7.3.1, Karte 9, S. 137) bestehen im und um den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt auch städtebauliche Entwicklungsbedarfe, die auf Grund ihrer Lage, Größe oder Nutzung nicht für die Ansiedlung von Einzelhandel vorgesehen werden sollten, aber dennoch eine für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt bedeutende Funktion beinhalten. Oft besteht hier ein großes Potenzial zur Errichtung innenstadtnaher Büro- und Wohnräume (vgl. Kap. 7.3.1.2).

Qualitätsstandards gilt es auch im Bestand zu verfolgen, worunter z.B. die Gestaltung der Fassaden oder sonstige Modernisierungsmaßnahmen an Gebäuden zu verstehen sind (vgl. Kap. 7.5.2 und 7.5.3), was neben der Bahnhofstraße auch insbesondere auf die Vorstadt zutrifft. Im gesamten zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, insbesondere aber in der Vorstadt und in der Alt-/ Neustadt sollten Möglichkeiten der Zusammenlegung von Verkaufsflächen überprüft werden (vgl. auch Kap.



7.3.1 und 7.5.2), um in diesen (historisch bedingt) kleinteiligen Strukturen sinnvolle Verkaufsflächen für Einzelhandel oder auch gastronomische bzw. kulturelle Einrichtungen zu schaffen.

### **Schaufensterfronten sanieren - Warenpräsentation optimieren**

Ein städtebauliches bzw. architektonisches Defizit im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt stellen die z.T. unattraktiven Erdgeschosszonen einiger Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe dar. Die Schaufensterfronten passen sich dem Gebäudebestand und/ oder dem Geschäftsumfeld nicht immer an. Eine Umgestaltung bzw. Anpassung der Erdgeschosszonen ist in diesen Fällen erforderlich, was insbesondere für den Haupteinkaufsbereich Bahnhofstraße zutrifft.

Im Hinblick auf die Profilierung der Alt-/ Neustadt als ein dauerhaft hochwertiger Standort mit speziellen Angeboten und attraktivem Flair ist eine qualitativ hochwertige, möglichst individuelle Gestaltung absolut notwendig, weshalb hier nochmals andere Maßstäbe als in der Bahnhofstraße angesetzt werden sollten.

Dies bezieht sich in gleichem Maße auf die Präsentation der angebotenen Waren (vgl. auch Kap. 7.5.2). Aufgrund umfangreicher Investitionen in die Aufrechterhaltung und die Gestaltung des öffentlichen Raumes in der Alt-/ Neustadt während der letzten Jahre sind hier vor allem die Einzelhändler, Gastronomen und sonstigen Dienstleister aufgefordert, das Erscheinungsbild mit zu pflegen. Beispielsweise sollte hier auf Werbeschilder und ausladende Warenkörbe bzw. Warenstände auf den Fußwegen verzichtet werden - die überwiegend sehr engen Straßenräume sollten für Passanten frei gehalten werden (vgl. auch Kap. 7.5.2).

Im Haupteinkaufsbereich Bahnhofstraße müssen erhebliche öffentliche Investitionen getätigt werden, um eine Attraktivierung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt voranzutreiben. An den städtebaulichen Maßnahmenvorschlägen zeigt sich besonders in der Alt-/ Neustadt, dass hier nicht nur die Stadt, sondern auch weitere Akteure wie Immobilieneigentümer, Einzelhändler und Gastronomen gefordert sind. Im Weiteren werden deren Beiträge zur Verbesserung der städtebaulichen Situation aufgegriffen.



### 7.5.2 Maßnahmenvorschläge Händler

Das Erleben des städtischen Umfelds in all seinen Facetten durch die Kunden ist bedeutend für die Entscheidung für einen Einkauf in der Innenstadt und macht den Unterschied zu den Standorten auf der "grünen Wiese" aus. Eine attraktive lebendige Innenstadt lebt von ihrem ansprechenden Einzelhandelsangebot, denn das Einkaufen ist - wie verschiedene Untersuchungen belegen - nach wie vor das Hauptmotiv für den Besuch einer Innenstadt (vgl. Abb. 7, S. 28). Diese Funktion des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt gilt es in Zukunft weiter zu stärken und auszubauen. Die Stadt kann "nur" die Rahmenbedingungen für eine positive Entwicklung der Einzelhandelssituation in Büdingen schaffen. Für die Ausgestaltung dieser Rahmenbedingungen sind andere Akteure maßgeblich, besonders die ansässigen Händler selbst. Durch ihr Handeln und ihre eigene Darstellung nach außen können sie wichtige Impulse für eine positive Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt setzen.

Maßnahmenvorschläge für die Händler:

- Sicherung und Stärkung der Eigensicht - Binnenmarketing
- Eigeninitiative
- bessere Vermarktung vorhandener Angebote
- gemeinsame Werbung der innerstädtischen Geschäfte
- gestalterische und funktionale Modernisierung
- attraktive Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung
- stärkere Serviceorientierung
- Anpassung der (Kern-)Öffnungszeiten
- Zielgruppenorientierung (touristische Ausrichtung Alt-/ Neustadt)
- eindeutige Marktpositionierung
- vertikale und horizontale Kooperationen
- Identifikation mit dem Standort
- Wochenmarkt als Nahversorgungsquelle und touristische Attraktion stärken

Im Folgenden werden beispielhaft einige Maßnahmenvorschläge näher erläutert, die von den Händlern zukünftig berücksichtigt werden sollten. Dabei stehen nicht einzelne Maßnahmen im Vordergrund, sondern es kommt auf das Zusammenspiel unterschiedlicher Maßnahmen an.



Die Eigensicht der Einzelhändler in Büdingen ist relativ positiv geprägt: Nur rd. 17% der Einzelhändler sehen ausschließlich Negatives an der Einzelhandelssituation in Büdingen, ein geringfügig kleinerer Anteil (rd. 16%) sieht nur Positives (vgl. Abb. 15, S. 48). Ziel sollte es daher sein, diese vergleichsweise positive Grundstimmung noch weiter auszubauen, da zu erwarten ist, dass ein Händler, dem nichts Positives zu dieser Frage einfällt, auch seinen Kunden nichts Positives zu Büdingen vermitteln kann. Das bedeutet aber nicht, dass keine konstruktive Kritik geübt werden darf.

Bei der Begehung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt wurden z.T. Defizite in der **Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung** festgestellt (vgl. Kap. 4.2.7). Verkaufsstände und aufdringliche Außenwerbung wirken z.T. unangebracht. Der erste Eindruck, den der Kunde hat, ist meist entscheidend für einen Einkauf in dem jeweiligen Geschäft. Eine attraktive Gesamtpräsentation des eigenen Ladens und dessen Umfelds sind damit unverzichtbar, nicht nur für den jeweiligen Händler selbst, sondern für die Situation im gesamten zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.

- Die Qualität eines Einzelhandelsbetriebs zeichnet sich nicht nur durch die Art und Qualität der angebotenen Waren aus, sondern auch durch deren Präsentation. Auf Grund der zunehmenden Entwicklung hin zum Erlebniseinkauf kommt der Warenpräsentation eine steigende Bedeutung zu, sie sollte modernen Ansprüchen genügen.
- Die Warenpräsentation sollte in den Geschäften regelmäßig erneuert werden. Dabei ist die Beibehaltung der Präsentationsart - zumindest über einen gewissen Zeitraum - für die Wiedererkennung der Geschäfte von Bedeutung.
- Jeder einzelne Betrieb sollte seine eigene, spezifische und zielgruppenorientierte Präsentation entwickeln, um sich dadurch von seinen Nachbarn und Mitbewerbern zu unterscheiden und gleichzeitig dem Kunden die bestehende Angebotsvielfalt stärker zu vermitteln. Dies gilt sowohl für die Gestaltung der Schaufenster als auch für den Eingangsbereich und die gesamte den Kunden zugängliche bzw. von den Kunden einsehbare Fläche. Diese Aspekte sind insbesondere für die weitere einzelhandelsbezogene Entwicklung der Vorstadt sowie der Alt-/ Neustadt von Bedeutung, die sich auf Grund ihrer in Bezug auf Einzelhandel eingeschränkten Möglichkeiten (u.a. Kleinteiligkeit) und touristischen, freizeitorientierten



Schwerpunktsetzung durch ein spezielles, möglichst individuelles und qualitativ hochwertiges Angebot profilieren sollten. Diese Spezialisierung im Angebot bietet auch die Chance mit der vorliegenden kleinteiligen Struktur umzugehen. Gerade kleine Ladengeschäfte in historisch bedeutsamen Gebäudebeständen bieten oft ein individuelles, qualitativ hochwertiges Ambiente. Dies schließt die genannten Empfehlungen zur Zusammenlegung von Verkaufsflächen nicht aus.

- Die Attraktivität einer Einkaufsstraße ist von der Warenpräsentation aller Betriebe abhängig und sollte deshalb auch Gegenstand der Diskussion und Zusammenarbeit der Einzelhändler untereinander sein. Mit einem Gestaltungswettbewerb können Händler beispielsweise motiviert werden, ihre Präsentation zu erneuern und an moderne Ansprüche anzupassen. Gleichzeitig sind diese gemeinsamen Aktionen eine Möglichkeit, die Kommunikation und Kooperation der Händler untereinander zu fördern. In Büdingen sollten dabei auch die Dienstleister und in der Vorstadt sowie Alt-/ Neustadt insbesondere die Gastronomen einbezogen werden.

**Foto 28: unangemessene Warenpräsentation (andere Stadt)**



Quelle: eigenes Foto Mai 2007

**Foto 29: unangemessene Außenwerbung an Fachwerkhaus (andere Stadt)**



Quelle: eigenes Foto Mai 2007

- Daneben können aber auch einfache und weniger kostenintensive Maßnahmen der Händler zu einer angenehmen Einkaufsatmosphäre beitragen. Dazu sollten u.a.
  - Verkaufsständer, Klappschilder und bildhafte Werbeelemente vor den Betrieben aus dem Straßenraum entfernt werden, da sie das Straßenbild insbesondere in engen Straßen und Gassen wie in der Alt-/ Neustadt erheblich beeinträchtigen (vgl. Foto 28),



- Außenwerbeanlagen (vgl. Foto 29) und Schaufenster insbesondere einem historisch bedeutsamen Umfeld wie in der Alt-/ Neustadt angepasst werden, damit eine insgesamt attraktive Warenpräsentation erreicht wird.

**Gestalterische und funktionale Modernisierungen** sind wesentliche Grundlagen für einen dauerhaften Fortbestand von Einzelhandelsbetrieben. Insbesondere in historisch gewachsenen Stadtbereichen wie in der Vorstadt und Alt-/ Neustadt besteht das Problem, dass die Gebäudegrundrisse häufig lediglich kleine und kleinste Verkaufsflächen zulassen. Eine Anpassung der Verkaufsflächen kann durch Flächenzusammenlegung erzielt werden. Beispiele für die Vereinbarkeit von modernem Handel und historischem Baubestand sind z.B. in Ellwangen, Winnenden, Calw oder Reutlingen wie z.T. auch in Büdingen selbst (vgl. Foto 6, S. 79 zu beobachten).

Hier sind die Händler allerdings auf die Mitwirkung von Immobilieneigentümern angewiesen, welche die entsprechenden Rahmenbedingungen schaffen müssen. Darunter ist ebenfalls eine attraktive Fassadengestaltung und eine regelmäßige Sanierung bzw. Instandsetzung der Gebäude zu verstehen. Im Falle Büdینگens ist dies insbesondere in der Vorstadt notwendig, da sich gerade an Gebäuden mit leerstehenden Geschäftseinheiten im Laufe der Zeit negative Auswirkungen auf den Gebäudezustand ergeben können. Zudem haben Leerstände negative Ausstrahlungseffekte auf die unmittelbare Umgebung und können auch die Investitionsbereitschaft der Immobilieneigentümer im Umfeld hemmen.

Zu einer Verbesserung der Gesamtsituation gehört auch eine bessere **Vermarktung vorhandener Angebote**. Vorstellbar sind hier z.B.

- die gemeinsame Präsentation des Einzelhandels- sowie Dienstleistungsangebotes in einer Broschüre oder auch gemeinsame Werbeaktionen in der regionalen Presse und im Internet,
- besondere gemeinsame Aktionen des Einzelhandels (z.B. Themenwochen oder in Verbindung mit touristischen Veranstaltungen)
- oder die Einführung spezieller Bonuscardsysteme.

Entsprechende Maßnahmen sollten aktiv nach innen und außen vermarktet werden, wobei dem Gewerbeverein eine entsprechende Aufgabe zukommen kann, um sich gemeinsam stärker gegenüber der Konkurrenz anderer Einzelhandelsstandorte absetzen zu können. Eine bessere Vermarktung vorhandener Angebote - nicht nur im Bereich des Einzelhandels - sollte angestrebt werden. In Büdینگen ist insbesondere



darauf zu achten, dass hierbei alle Einzelhändler (bzw. auch Dienstleister und Gastromomen) einbezogen werden und nicht Einzelne, z.B. auf Grund der Unterscheidung in die Teilbereiche Bahnhofstraße (z.T. großflächiger, filialisierter Einzelhandel), Vorstadt und Alt-/ Neustadt (kleine, augenscheinlich inhabergeführte Fachgeschäfte) u.U. unberücksichtigt bleiben.

Mit einem attraktiven **Serviceangebot** können sich vor allem kleine Fachgeschäfte (wie in der Vorstadt und Alt-/ Neustadt) gegenüber den großflächigen Anbietern (an nicht integrierten Standorten) profilieren. Zudem ermöglichen Fachgeschäfte eine entsprechende Kundennähe und individuelle Kundenbetreuung.

- Einen wichtigen Beitrag zu einer positiven Geschäftsentwicklung stellt das Angebot bestimmter Dienstleistungen dar, eventuell auch in Verbindung mit verschiedenen Aktionen.
- Zu einem guten Kundenservice gehört auch die Systematisierung der **Ladenöffnungszeiten**, die - soweit betriebswirtschaftlich machbar - eine angenehme Einkaufsatmosphäre ermöglicht und die Verbleibdauer erhöhen kann. Dabei sollte es vorrangig um das Erreichen von Kernöffnungszeiten gehen, in denen der Kunde sicher davon ausgehen kann, im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt alle Geschäfte (und möglichst auch viele Dienstleister und evtl. auch öffentliche Einrichtungen) geöffnet vorzufinden. In der Alt-/ Neustadt könnte ein besonderer Service darin liegen, die Öffnungszeiten im Einzelhandel - zumindest in der touristischen Hauptsaison - mit den Öffnungszeiten touristisch bedeutsamer Einrichtungen (u.a. Tourist-Center, Museen und touristische Führungen) abzustimmen.
- Über die Kernöffnungszeiten sollten die Kunden in regelmäßigen Abständen informiert werden. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass dies positiv formuliert wird. Den Kunden sollte vermittelt werden, dass die Läden zuverlässig bis zu einem abgestimmten Zeitpunkt geöffnet sind - und nicht, wann die Geschäfte geschlossen sind.
- Insbesondere kleine, inhabergeführte Fachgeschäfte haben Probleme, bestimmte Kernöffnungszeiten einzuhalten, da oftmals der Inhaber das Geschäft alleine führt. Für diese müssen individuelle Lösungen gefunden werden. Zwei Fachgeschäfte könnten sich beispielsweise ein Ladenlokal teilen. Diese Überlegungen sind insbesondere in der Vorstadt und Alt-/ Neustadt relevant, da hier viele kleine, nicht filialisierte Einzelhandelsbetriebe ansässig sind.



Um den dynamischen Entwicklungen im Einzelhandelssektor standhalten zu können, ist die ständige **Qualifizierung des Service- und Verkaufspersonals**, d.h. von Mitarbeitern - aber auch Betriebsinhabern - notwendig. Dies ist Voraussetzung für eine positive Geschäftsentwicklung, die sich den sich wandelnden Kundenansprüchen und den Entwicklungen auf der Angebotsseite stellen muss.

Allgemein ist es wichtig, dass die Händler Eigeninitiative beweisen, indem sie den Kunden immer wieder neu mit kreativen Ideen überraschen und somit ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal gegenüber anonymen Einkaufsstandorten außerhalb der Innenstadt schaffen. Die Schnellebigkeit des Einzelhandels erfordert von den Händlern ständig neue Geschäftskonzepte und das Erschließen neuer Geschäftsfelder. Potenziale können hier in einer verstärkten **Zielgruppenorientierung** liegen, worin ein wesentlicher Handlungsansatz zur Profilierung der Alt-/ Neustadt zu sehen ist.

Durch den bestehenden **Wochenmarkt** auf dem Platzbereich Marktplatz/ auf d. Damm bestehen gute Voraussetzungen den Standort Alt-/ Neustadt weiter zu stärken. Hierfür muss der Wochenmarkt quantitativ wie qualitativ gestärkt werden. Durch eine breitere Angebotspalette an qualitativ hochwertigen Marktbeschickern und Marktständen (z.B. überdacht und einheitlich aus Holz gestaltet) lässt sich neben einem umfangreicheren Nahversorgungsangebot auch eine typische Marktatmosphäre im Sinne einer touristischen Attraktion entwickeln, was der Schwerpunktsetzung (vgl. Kap. 7.3.1) in diesem Teilbereich entspricht und diesen weiter profiliert.

### **7.5.3 Weitere Maßnahmenvorschläge**

Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass nicht nur die Händler selbst, sondern auch die **Immobileneigentümer** gefordert sind, wenn es um Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung geht. So ist deren Einverständnis bzw. Engagement erforderlich, wenn es um eine Zusammenlegung von (zu) kleinen Verkaufsflächen geht, was insbesondere in den historisch bedingt kleinteiligen Strukturen der Vorstadt sowie Alt-/ Neustadt der Fall ist. Darüber hinaus fällt es auch in den Aufgabenbereich der Eigentümer, Fassaden und Gebäude zu sanieren. Hier ist auf die indirekte Wirkungsweise eines Einzelhandelskonzeptes hinzuweisen: Wenn den Einzelhändlern im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt keine ungerechtfertigten Wettbewerbsnachteile mehr entstehen (indem innenstadtrelevanter Einzelhandel zu wesentlich günstigeren Konditionen an Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs



Innenstadt angesiedelt werden kann), steigt auch die Zahlungsfähigkeit für Mieten. Entsprechend rentieren sich derartige Investitionen für Immobilieneigentümer bei Verfolgen eines Einzelhandelskonzeptes eher.

Ebenfalls bereits angesprochen wurde die Mitwirkung von **Gastronomen** bei der Attraktivitätssteigerung - im Falle von Büdingen insbesondere in der schwerpunktmäßig auf Freizeit und Tourismus und somit auch auf Gastronomie setzenden Vorstadt sowie Alt-/ Neustadt. Hier sind in den engen Straßen, Gassen und auf keinen Platzbereichen diverse gastronomische Angebote mit überwiegend Außensitzbereichen konzentriert. Das Erscheinungsbild dieser Gastronomien ist als überwiegend gut zu umschreiben. Dennoch sind auch hier z.T. Defizite in der Gestaltung erkennbar. Neben den oben aufgeführten kostengünstigen Maßnahmen der Händler können in diesem Bereich u.a.

- billig wirkende Plastikbestuhlungen oder sonstige Gestaltungselemente (z.B. ausgelegter Kunstrasen) durch höherwertige Materialien wie z.B. verchromten Stahl oder Holz ersetzt werden,
- jegliche Gestaltungsmaßnahmen - gerade bei einer Konzentration an gastronomischen Betrieben in einer (Kneipen-)Straße oder auf einem Platzbereich – aufeinander abgestimmt werden, sodass kein provisorischer, ungeordneter Eindruck durch eine Vielzahl an verschiedenen Gestaltungselementen entsteht.

Des Weiteren wurden bereits **Dienstleister und öffentliche Einrichtungen** genannt, die sich im Bereich möglichst einheitlicher Öffnungszeiten engagieren sollten. Dabei kommen den öffentlichen, v.a. kulturellen bzw. touristischen Einrichtungen in der Alt-/ Neustadt besondere Aufgaben zu, da sich diese in Bezug auf Öffnungszeiten mit dem Einzelhandel abstimmen sollten.

Die **Stadt**, aber auch **private Akteure** können Kunst- und Lichtobjekte für eine Strukturierung und Belebung des öffentlichen Raums einsetzen. Kunstobjekte können auch eine gelungene Zwischennutzung für Leerstände darstellen, wie sie im Bereich der Vorstadt wie auch Alt-/ Neustadt vermehrt vorzufinden sind. Zwar werden hierdurch funktionale Lücken nur "kaschiert", dennoch ergibt sich eine abwechslungsreiche bzw. informative Schaufenstergestaltung, die das touristisch bedeutsame Erscheinungsbild nicht trüben. Denkbar sind auch andere Zwischennutzungen wie z.B. eine Fortführung der Schaufenstergestaltung aus dem Nachbarladen.



Als Anreiz für Händler und Gastronomen könnte die Stadt Gestaltungswettbewerbe ausschreiben oder jährlich einzelne, besonders vorbildliche Betriebe auszeichnen. Die Ergebnisse sollten als zusätzlicher Anreiz publiziert werden. Insgesamt ist es wichtig, Händlern und Gastronomen das Gefühl **gemeinschaftlichen Handelns** zu vermitteln und von Seiten der Stadt eine entsprechende kommunikative Atmosphäre dafür zu schaffen.

Entsprechende Maßnahmen sollten aktiv nach innen und außen vermarktet werden. Die innerstädtischen Geschäfte und gastronomischen Betriebe könnten sich dazu zu einer **Werbegemeinschaft** zusammenschließen, um sich gemeinsam stärker gegenüber der Konkurrenz anderer Einzelhandelsstandorte (in Büdingen und außerhalb) absetzen zu können.

Entsprechende Initiativen bzw. einen gesetzlichen Rahmen hat das Land Hessen mit **"Ab in die Mitte!"**<sup>110</sup> und der Verabschiedung des **"Gesetzes zur Stärkung innerstädtischer Geschäftsquartiere (INGE)"**<sup>111</sup> - vergleichbar den Business Improvement Districts (BID) in den USA und Kanada - geschaffen.

#### 7.5.4 Fazit

Im Haupteinkaufsbereich Bahnhofstraße müssen künftig erhebliche öffentliche Investitionen getätigt werden, um eine Attraktivierung in diesem Bereich zu erreichen. An den dargestellten Maßnahmenvorschlägen zeigt sich aber auch, dass insbesondere in der Alt-/ Neustadt nicht nur die Stadt an sich, sondern auch weitere Akteure wie u.a. Immobilieneigentümer, Einzelhändler und Gastronomen gefordert sind hierfür entsprechende Beiträge zu leisten.

Auch wenn eine große Zahl an Akteuren im öffentlichen wie privaten Sektor im Zusammenwirken einen attraktiven Einzelhandelsstandort entstehen lässt, darf dennoch nicht übersehen werden, dass das Kernelement für die Attraktivierung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt nach wie vor das Einzelhandelskonzept ist. Ohne ein solches Konzept, an das sich zunächst vor allem die Politik halten muss, sind die hier aufgeführten (ergänzenden) Maßnahmen kaum für eine nachhaltige Attraktivierung ausreichend, was dazu führt, dass öffentliche und private Investitionen ad absurdum geführt werden.

---

<sup>110</sup> Vgl. Internetseite der Initiative: [www.abindiemitte-hessen.de](http://www.abindiemitte-hessen.de).

<sup>111</sup> Beschlossen am 20.12.2005 durch den Hessischen Landtag, in Kraft seit dem 01.01.2006.



## GLOSSAR

Die **Bindungsquote** bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%). (s.a. Kaufkraftverbleib)

Als "unechte Bindungsquote" wird im vorliegenden Gutachten die Relation des Umsatzes in einem Gebiet (z.B. in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt) zur Kaufkraft in einem anderen Gebiet (z.B. in der Gesamtstadt) bezeichnet.

**Einzelhandel** im Sinne dieser Untersuchung ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne Apotheken, den Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Metzgereien (Lebensmittelhandwerk).

Neben dem Einzelhandel in diesem Sinne wurden allerdings auch das Lebensmittelhandwerk, die Apotheken und Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen, in diese Untersuchung einbezogen: Diese Angebotsformen wandeln sich zunehmend zu Handelsbetrieben.

**Fachdiscounter** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haushalt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den niedrigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

**Fachgeschäfte** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) anbieten.

**Fachmärkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport-, Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in ge-



wachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortiments-spezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Als **Innenstadt** ist das Gebiet einer Stadt zu verstehen, in dem sich die gesamtstädtisch und überörtlich bedeutsamen Funktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung für eine begrenzte Zulässigkeit von Einzelhandel der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt im Sinne des BauGB entscheidend ist, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentlichem Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Stadt.

Eine **integrierte Lage** im Sinne dieser Untersuchung liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für Innenstadt, Stadtteilzentren/ sonstige zentrale Bereiche und sonstige integrierte Lagen dar.

Als **nicht integrierte Lagen** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/ Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich der Innenstadt zuzurechnen bzw. als Stadtteilzentrum/ sonstigen zentralen Bereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb der Innenstadt sowie außerhalb der übrigen zentralen Bereiche der Stadt.



Ein **Kaufhaus** ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens aus einer Branche in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfsrichtungen.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt.

**Kaufkraftkennziffern** stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Die BBE Köln prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.

Der **Kaufkraftverbleib** bezeichnet den Teil der Kaufkraft in einer Region, der in dieser ausgegeben wird. Der **Kaufkraftabfluss** kennzeichnet den Teil der Kaufkraft in einer Region, der außerhalb dieser Region ausgegeben wird. Der **Kaufkraftzufluss** entspricht der Summe aller Kaufkraftanteile, die aus Fremddregionen einem Marktgebiet zufließen.

Die **Verbleibquote** ergibt sich dadurch, dass der Verbleib in Relation zur Kaufkraft in dem Gebiet gesetzt wird, in dem sie verbleibt.

Der Umsatz in einem Gebiet (U) ergibt sich aus der Kaufkraft in diesem Gebiet (KK), vermindert um Abflüsse in andere Regionen (A), vermehrt um Zuflüsse von außerhalb (Z):  $U = KK - A + Z$ .

Die am Ort verbleibende Kaufkraft (V) ist die Differenz zwischen vorhandener Kaufkraft und Kaufkraftabflüssen in andere Gebiete:  $V = KK - A$ .

Entsprechend ergibt sich der Umsatz auch als Summe aus am Ort verbleibender Kaufkraft und Kaufkraftzuflüssen von außerhalb:  $U = V + Z$ .



Die **einzelhandelsrelevante Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, d.h. die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt.

Als **sonstiger zentraler Bereich** werden Gebiete bezeichnet, in denen eine Konzentration von zentrenbedeutsamen Funktionen in einer städtebaulich verdichteten Situation festzustellen ist. Da wiederum dem Einzelhandel juristisch besondere Bedeutung zukommt, sind Einzelhandelsangebote besonders wichtig. Aber auch Angebote im Dienstleistungsbereich können für die Frage der Existenz eines zentralen Bereiches bedeutsam sein. Daneben können auch bei dieser Abgrenzung die bei der Innenstadt genannten infrastrukturellen und funktionalen Zäsuren (vgl. oben) sowie städtebauliche Merkmale herangezogen werden. Das so bezeichnete funktionale Zentrum muss nicht mit dem städtebaulichen Zentrum übereinstimmen.

Das Stadtteilzentrum bzw. der zentrale Bereich kann aus sich heraus oder im Verbund mit anderen Betrieben über das nähere Umfeld und zum Teil über den eigenen Stadtteil hinaus eine Anziehungskraft zum Einkauf erzeugen.

Dabei muss nicht jeder Stadtteil ein Zentrum haben; umgekehrt können einzelne Stadtteile mehrere zentrale Bereiche haben.

**Supermärkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm Lebensmittel einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 qm, nach internationalen Panelinstituten von 800 qm und nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts von 1.500 qm.

**Verbleibquote** (s. Kaufkraftverbleib).

**Verbrauchermärkte** sind großflächige Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und tiefes Sortiment an Lebensmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbieten. Häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 1.000



qm, nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts bei 1.500 qm, nach internationalen Erhebungsverfahren von Panelinstituten bei 800 qm. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.



# ANHANG

## Fragebogen

### Einzelhändlerbefragung in Büdingen von August bis September 2007

Alle Angaben werden streng vertraulich behandelt!! Die Bestimmungen des Datenschutzes werden eingehalten!!

.....  
ü Erheber

.....  
Nr.

<b>Stadtteil:</b>	<b>LM NV-Betrieb:</b>	<b>EH Konzentration:</b>	
<b>Innenstadt:</b>	<b>ZB:</b>	<b>sonst. integr.:</b>	<b>nicht integr.:</b>

<b>Straße:</b>	<b>Haus-Nr.:</b>	<b>Name:</b>
----------------	------------------	--------------

<b>Eigentum:</b>	<b>Miete:</b>	<b>Miethöhe (pro qm/ kalt):</b>
------------------	---------------	---------------------------------

<b>Anzahl Beschäftigte:</b>	<b>Anzahl Vollzeitbeschäftigte:</b>
-----------------------------	-------------------------------------

Bitte Teilzeitbeschäftigte in Vollzeitbeschäftigte umrechnen!

	Sortimente	VKF in qm
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
....		
<b>Summe</b>	<b>Verkaufsfläche (VK)</b>	

Angaben des befragten Händlers:

eigene Erhebung:

Kundenherkunft nach prozentualem Umsatzanteil (Summe = 100)				
Büdingen	sonst. Wetteraukreis	Main-Kinzig-Kreis	Vogelsbergkreis	sonstige



<b>Brutto-Umsatz 2006 (Euro):</b>					
<b>Entwicklung letzte 3 Jahre</b>		mehr als + 15%		0 bis + 15%	
unverändert		0 bis -15%		mehr als - 15%	

Änderungsabsichten	Jahr	Sortiment	Fläche

**Was finden Sie gut an der Einzelhandelssituation in Büdingen?**

**Was finden Sie schlecht an der Einzelhandelssituation in Büdingen?**



**Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Bidingen insgesamt: Anzahl und Verkaufsfläche**

VKF in qm	Anzahl	Anteil	VKF in qm <sup>1)</sup>	Anteil
bis 50 qm	72	41,1	2.625	5,4
51 bis 100 qm	41	23,4	3.200	6,6
101 bis 200 qm	23	13,1	3.575	7,4
201 bis 400 qm	15	8,6	4.650	9,6
401 bis 800 qm	11	6,3	6.150	12,7
801 und 2.000 qm	9	5,1	11.375	23,5
Über 2.000 qm	4	2,3	16.900	34,9
<b>Gesamt</b>	<b>175</b>	<b>100</b>	<b>48.475</b>	<b>100</b>

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007



Tab. A - 2: Einzelhandelssituation: Umsatz, Kaufkraft (je in Mio. €) und Bindungsquoten

Sortimente	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	42,3	37,0	114%
Lebensmittelhandwerk	8,1	6,0	136%
Drogerie/ Parfümerie	7,0	5,0	140%
Apotheke	7,5	9,9	76%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	2,3	1,9	120%
Blumen/ Zoo	4,5	1,6	271%
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	<b>71,8</b>	<b>61,5</b>	<b>117%</b>
Bekleidung und Zubehör	26,6	11,0	242%
Schuhe, Lederwaren	3,3	2,3	140%
Sport/ Freizeit	1,9	1,8	105%
Spielwaren	2,0	2,4	81%
Bücher	1,0	2,3	43%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	2,0	1,7	123%
Haus-/ Heimtextilien	1,6	1,6	102%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>38,4</b>	<b>23,1</b>	<b>166%</b>
Uhren/ Schmuck	1,8	1,1	164%
Foto/ Optik und Zubehör	2,9	1,9	149%
Unterhaltungselektronik/ Medien	4,9	6,8	72%
Elektro/ Leuchten	2,4	2,8	88%
Teppiche/ Bodenbeläge	0,3	0,8	36%
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	16,7	8,5	197%
Möbel, Antiquitäten	2,8	6,3	45%
Sonstiges	5,5	5,0	109%
<b>Langfristiger Bedarf</b>	<b>37,4</b>	<b>33,2</b>	<b>113%</b>
<b>Summe</b>	<b>147,5</b>	<b>117,8</b>	<b>125%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September; IfH; EHI; BBE Köln; Statistisches Landesamt Hessen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



**Tab. A - 3: Betriebe in der Innenstadt von Büdingen nach Größenklassen: Anzahl und Verkaufsflächen**

VKF in qm	Anzahl	Anteil	VKF in qm <sup>1)</sup>	Anteil
bis 50 qm	34	40%	1.275	8%
51 bis 100 qm	28	33%	2.150	14%
101 bis 200 qm	10	12%	1.600	10%
201 qm bis 800 qm	8	10%	2.725	17%
Über 800 qm	4	5%	7.850	50%
<b>Gesamt</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>	<b>15.575</b>	<b>100%</b>

<sup>1)</sup>: Werte auf 25 qm gerundet

aus Datenschutzgründen können die Betriebe mit 201 qm und mehr Verkaufsfläche nicht differenziert ausgewiesen werden

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

**Tab. A - 4: Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht - Einzelhandelsangebot/ -auswahl**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Auswahl	13	15	28
Fachgeschäfte	9	5	14
Allgemein	8	0	8
Großflächige Betriebe auf der Grünen Wiese	0	6	6
Sortimente	1	4	5
Altstadt	0	3	3
Sonstiges	0	3	3
Summe	31	36	67

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

**Tab. A - 5: Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht - Parkplätze**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Anzahl	2	16	18
Ordnungsamt	0	10	10
Kosten	2	4	6
Parkhaus	1	4	5
Sonstiges	0	2	2
Summe	5	36	41

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007



**Tab. A - 6: Beurteilung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht - Erreichbarkeit**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Baustellen	1	13	14
Verkehrsführung	1	8	9
Kurze Wege	6	0	6
Sonstiges	1	3	4
<b>Summe</b>	<b>9</b>	<b>24</b>	<b>33</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

**Tab. A - 7: Beurteilung der Einzelhandelssituation in aus Händlersicht - Atmosphäre, Aufenthaltsqualität**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Allgemein	39	5	44
Leute, Kunden	15	5	20
Altstadt	7	11	18
Innenstadt	1	5	6
Landschaft, Umgebung	2	3	5
<b>Summe</b>	<b>64</b>	<b>29</b>	<b>93</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007

**Tab. A - 8: Beurteilung der Einzelhandelssituation in aus Händlersicht - Sonstiges**

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Events	7	8	15
Planungen auf der Grünen Wiese	1	13	14
Kommunikation Stadt-Handel, Handel-Handel	3	10	13
Tourismus	7	5	12
Gewerbeverein	7	5	12
Öffnungszeiten	4	7	11
Kaufkraft	0	11	11
Leerstände	0	9	9
Planungen Is	3	5	8
Miete	2	4	6
Kommunikation Händler	0	5	5
Dienstleistungen fehlen	0	2	2
Gastronomie	1	0	1
<b>Summe</b>	<b>35</b>	<b>84</b>	<b>119</b>

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007



Tab. A - 9: Einzelhandelssituation in der Innenstadt: Umsatz in der Innenstadt und Kaufkraft in der Gesamtstadt (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten"

Sortimente	Umsatz	Kaufkraft	Unechte Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	6,1	37,0	17%
Lebensmittelhandwerk	2,0	6,0	34%
Drogerie/ Parfümerie; Apotheke	6,9	14,9	47%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	1,4	1,9	74%
Blumen/ Zoo	0,6	1,6	39%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>17,2</b>	<b>61,5</b>	<b>28%</b>
Bekleidung und Zubehör	22,1	11,0	201%
Schuhe, Lederwaren	2,2	2,3	92%
Sport/ Freizeit	1,0	1,8	53%
Spielwaren; Bücher	2,6	4,7	54%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	1,3	1,7	79%
Haus-/ Heimtextilien	0,6	1,6	41%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>29,7</b>	<b>23,1</b>	<b>128%</b>
Uhren/ Schmuck; Foto/ Optik und Zubehör	4,5	3,1	145%
Unterhaltungselektronik/ Medien; Elektro/ Leuchten	5,1	9,6	53%
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente; Teppiche/ Bodenbeläge; Möbel, Antiquitäten	0,5	15,5	3%
Sonstiges	0,9	5,0	17%
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>10,9</b>	<b>33,2</b>	<b>33%</b>
<b>Summe</b>	<b>57,7</b>	<b>117,8</b>	<b>49%</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

\*\*\* aus Datenschutzgründen nicht ausweisbar

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007; IfH; EHI; BBE, Köln; Statistisches Landesamt Hessen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 10: Einzelhandelsangebot in Büdingen nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet

Sortimente	Innenstadt	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	1.450	4.925	3.250	9.625
Lebensmittelhandwerk	***	600	***	875
Drogerie/ Parfümerie	675	625	150	1.450
Apotheke	***	***	***	350
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	500	***	***	750
Blumen/ Zoo	350	325	2.225	2.900
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3.450</b>	<b>6.775</b>	<b>5.725</b>	<b>15.950</b>
Bekleidung und Zubehör	5.425	975	550	6.950
Schuhe, Lederwaren	950	***	***	1.475
Sport/ Freizeit	400	***	***	800
Spielwaren	800	***	***	1.025
Bücher	***	***	***	300
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	1.200	200	400	1.800
Haus-/ Heimtextilien	***	275	***	1.000
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>9.500</b>	<b>2.300</b>	<b>1.550</b>	<b>13.350</b>
Uhren/ Schmuck	***	***	***	325
Foto/ Optik und Zubehör	450	***	***	500
Medien	***	***	***	875
Elektro/ Leuchten	***	***	650	1.100
Teppiche/ Bodenbeläge	***	***	***	175
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	***	***	9.250	13.300
Möbel, Antiquitäten	***	***	***	1.775
Sonstiges	225	375	500	1.125
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>2.625</b>	<b>4.850</b>	<b>11.675</b>	<b>19.150</b>
<b>Summe</b>	<b>15.575</b>	<b>13.925</b>	<b>18.975</b>	<b>48.475</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

\*\*\* aus Datenschutzgründen nicht ausweisbar

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung August/ September 2007



Tab. A - 11: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2015 und 2020 in Mio. €

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		37,8	40,2	38,8	42,7
Drogerie/ Parfümerie		5,2	5,5	5,3	5,9
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		2,0	2,1	2,1	2,3
Blumen/ Zoo		1,7	1,8	1,7	1,9
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>46,7</b>	<b>49,6</b>	<b>47,9</b>	<b>52,7</b>
Bekleidung und Zubehör		11,4	12,2	11,7	12,9
Schuhe, Lederwaren		2,4	2,5	2,4	2,7
Sport/ Freizeit		1,9	2,0	2,0	2,2
Spielwaren		2,5	2,7	2,6	2,9
Bücher		2,4	2,6	2,5	2,7
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		1,7	1,8	1,7	1,9
Haus-/ Heimtextilien		1,6	1,7	1,6	1,8
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>24,0</b>	<b>25,5</b>	<b>24,6</b>	<b>27,1</b>
Uhren/ Schmuck		1,2	1,2	1,2	1,3
Foto/ Optik und Zubehör		2,0	2,1	2,1	2,3
Medien		7,0	7,4	7,2	7,9
Elektro/ Leuchten		2,8	3,0	2,9	3,2
Teppiche/ Bodenbeläge		0,8	0,8	0,8	0,9
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		8,7	9,3	8,9	9,8
Möbel, Antiquitäten		6,7	7,1	6,9	7,6
Sonstiges		5,2	5,5	5,3	5,9
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>34,4</b>	<b>36,6</b>	<b>35,3</b>	<b>38,9</b>
<b>Summe</b>		<b>105,1</b>	<b>111,6</b>	<b>107,7</b>	<b>118,6</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: Hess. Statistisches Landesamt; BBE Köln; eigene Berechnungen



Tab. A - 12: Verkaufsflächenbedarf bis 2020 bei Status-quo-Prognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		200	700	450	1.200
Drogerie/ Parfümerie		50	150	100	225
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		25	75	50	100
Blumen/ Zoo		50	225	125	350
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>325</b>	<b>1.150</b>	<b>725</b>	<b>1.875</b>
Bekleidung und Zubehör		275	675	475	1.025
Schuhe, Lederwaren		25	100	75	175
Sport/ Freizeit		50	75	75	125
Spielwaren		50	100	75	150
Bücher		0	25	25	50
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		25	100	75	200
Haus-/ Heimtextilien		25	75	50	125
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>450</b>	<b>1.150</b>	<b>850</b>	<b>1.850</b>
Uhren/ Schmuck		25	25	25	50
Foto/ Optik und Zubehör		25	50	25	75
Medien		25	75	50	100
Elektro/ Leuchten		25	100	50	150
Teppiche/ Bodenbeläge		0	0	0	25
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		400	1.125	750	1.800
Möbel, Antiquitäten		125	225	175	325
Sonstiges		25	100	75	150
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>650</b>	<b>1.700</b>	<b>1.150</b>	<b>2.675</b>
<b>Summe</b>		<b>1.425</b>	<b>4.000</b>	<b>2.725</b>	<b>6.400</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 13: Verkaufsflächenbedarf bis 2020 bei Entwicklungsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		200	700	450	1.200
Drogerie/ Parfümerie		50	150	100	225
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		25	75	50	100
Blumen/ Zoo		50	225	125	350
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>325</b>	<b>1.150</b>	<b>725</b>	<b>1.875</b>
Bekleidung und Zubehör		275	675	475	1.025
Schuhe, Lederwaren		25	100	75	175
Sport/ Freizeit		50	75	75	125
Spielwaren		200	275	325	425
Bücher		250	300	425	500
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		25	100	75	200
Haus-/ Heimtextilien		25	75	50	125
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>850</b>	<b>1.600</b>	<b>1.500</b>	<b>2.575</b>
Uhren/ Schmuck		25	25	25	50
Foto/ Optik und Zubehör		25	50	25	75
Medien		225	300	400	500
Elektro/ Leuchten		125	200	225	325
Teppiche/ Bodenbeläge		200	225	325	375
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		400	1.125	750	1.800
Möbel, Antiquitäten		1.550	1.725	2.550	2.875
Sonstiges		25	100	75	150
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>2.575</b>	<b>3.750</b>	<b>4.375</b>	<b>6.150</b>
<b>Summe</b>		<b>3.750</b>	<b>6.500</b>	<b>6.600</b>	<b>10.600</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 14: Verkaufsflächenbedarf bis 2020 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	75	---	125
Drogerie/ Parfümerie		---	50	---	50
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		---	25	---	25
Blumen/ Zoo		---	25	---	25
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		<b>0</b>	<b>175</b>	<b>0</b>	<b>225</b>
Bekleidung und Zubehör		---	200	---	225
Schuhe, Lederwaren		---	0	---	25
Sport/ Freizeit		0	25	---	25
Spielwaren		125	175	200	300
Bücher		225	250	350	400
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	0	---	0
Haus-/ Heimtextilien		---	0	---	0
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		<b>350</b>	<b>650</b>	<b>550</b>	<b>975</b>
Uhren/ Schmuck		0	0	---	0
Foto/ Optik und Zubehör		0	25	---	25
Medien		150	225	275	375
Elektro/ Leuchten		50	100	100	175
Teppiche/ Bodenbeläge		175	175	275	325
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		---	225	---	300
Möbel, Antiquitäten		1.300	1.450	2.125	2.400
Sonstiges		---	25	---	25
<b>langfristiger Bedarf</b>		<b>1.675</b>	<b>2.225</b>	<b>2.775</b>	<b>3.625</b>
<b>Summe</b>		<b>2.025</b>	<b>3.050</b>	<b>3.325</b>	<b>4.825</b>

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen