

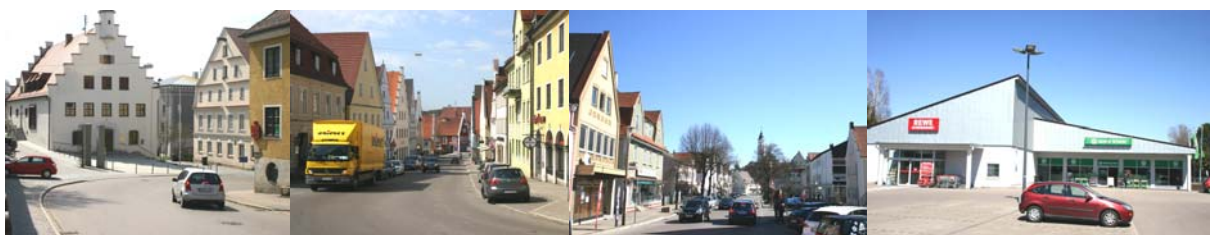


Büro für  
Standort-, Markt- und  
Regionalanalyse

Dr. Manfred Heider  
Bismarckstraße 5  
86159 Augsburg  
Telefon 0821/52 78 53  
Telefax 0821/52 29 87  
[www.drmheider.de](http://www.drmheider.de)  
[info@drmheider.de](mailto:info@drmheider.de)

## MARKT BABENHAUSEN

### Einzelhandels- und Ortsmittenkonzept für den Markt Babenhausen – Aktualisierung 2013 –



Augsburg, 10. Dezember 2013



**Markt Babenhausen**  
**Einzelhandels- und Ortsmittenkonzept**

**Auftraggeber: Markt Babenhausen**

**Projektleitung: Dr. Manfred Heider**

**Projektbearbeitung: Dipl.-Geogr. Herbert Brunner**

Die vorliegende Untersuchung unterliegt dem deutschen Urheberrecht. Verwendung, Weitergabe, Vervielfältigung, Veröffentlichung, die Bereitstellung im Internet u.ä. von einzelnen Inhalten oder des gesamten Werkes sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet.

Die enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden.

Bei Nichtbeachtung dieser Regelungen ist der Verursacher für daraus entstehende oder auftretende Urheberrechtsverletzungen und deren Ansprüche ebenso wie für die Abwehr und die daraus entstehenden Kosten von Urheberrechtsansprüchen verantwortlich.

## Inhaltsverzeichnis:

<b>1</b>	<b>AUFGABENSTELLUNG</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>EINZELHANDESENTWICKLUNG UND KOMMUNALE BEDEUTUNG</b>	<b>5</b>
2.1	Entwicklungen und Tendenzen des Einzelhandels	5
2.2	Anforderungen auf kommunaler Ebene	9
<b>3</b>	<b>WESENTLICHE STRUKTURDATEN DES MARKTES BABENHAUSEN</b>	<b>12</b>
3.1	Lage im Raum, landesplanerische Funktion	12
3.2	Bevölkerung – Entwicklung, Struktur und Prognose	13
3.3	Wirtschaftsstandort Babenhausen	16
3.3.1	Wirtschaftsraum Unterallgäu	16
3.3.2	Wirtschaftsstruktur	16
3.3.3	Sonstige Wirtschaftsindikatoren – Wohnungsbau, Schulden und Tourismus	20
<b>4</b>	<b>DER EINZELHANDELSSTANDORT BABENHAUSEN</b>	<b>24</b>
4.1	Marktgebiet und Kaufkraft	24
4.1.1	Raumsituation und Marktgebiet	24
4.1.2	Die Kaufkraft im Marktgebiet	26
4.1.3	Kaufkraftorientierung im Marktgebiet und Kaufkraftbindung des Einzelhandels in Babenhausen	28
4.2	Interkommunaler Vergleich des Einzelhandels in Babenhausen	32
4.3	Branchen-, Größen- und Standortstruktur des Babenhausener Einzelhandels	34
4.3.1	Branchenstruktur des Einzelhandels	34
4.3.2	Größenstruktur des Einzelhandels	35
4.3.3	Standortstruktur	37
4.4	Einzelhandels- und Geschäftsstandort Ortsmitte	42
4.4.1	Einzelhandels- und Standortstruktur in der Ortsmitte	42
4.4.2	Qualität der gewerblich genutzten Immobilien in der Ortsmitte	51
4.4.3	Ladenqualität in der Ortsmitte	52
4.5	Lebensmitteleinzelhandel und Nahversorgung	55
4.6	Verkaufsflächenbedarf und Ausbaumöglichkeiten	59

<b>5</b>	<b>GEGENÜBERSTELLUNG DER STÄRKEN UND SCHWÄCHEN</b>	<b>62</b>
5.1	Allgemeine Standortrahmenbedingungen	62
5.2	Einzelhandel und Ortsmitte	63
5.3	Kommunikation und Marketing	64
<b>6</b>	<b>EINZELHANDESENTWICKLUNGSKONZEPT BABENHAUSEN</b>	<b>65</b>
6.1	Sortimentskonzept	68
6.2	Zentrenkonzept	72
6.3	<b>Stärkungskonzept Ortsmitte</b>	<b>76</b>
6.3.1	Leitlinien zur Stärkung der Ortsmitte von Babenhausen	76
6.3.2	Handlungsfelder	77
6.3.3	Handlungsfeld Immobilien	79
6.3.4	Handlungsfeld Betriebe	86
6.3.5	Handlungsfeld Konzentration und Nutzungsverdichtung im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte	89
6.3.6	Ortsbild und Gestaltung des öffentlichen Raumes	90
6.3.7	Handlungsfeld Image und Marketing	92
6.3.8	Übersichtskarte zum Maßnahmenkonzept Ortsmitte	94
<b>7</b>	<b>ORGANISATION UND UMSETZUNG 'AKTIVE STADT- UND ORTSTEIL- ZENTREN BABENHAUSEN'</b>	<b>96</b>
<b>8</b>	<b>FAZIT UND ZUSAMMENFASSENDER EMPFEHLUNGEN</b>	<b>98</b>
<b>9</b>	<b>ANHANG</b>	<b>102</b>
9.1	Sortimentsgliederung ladenrelevanter Einzelhandel	102
9.2	Begriffsdefinitionen	103

# 1 Aufgabenstellung

Der Markt Babenhausen strebt durch ein breites Vorgehensspektrum die Attraktivität als Einkaufsziel und die Sicherung der Funktionsfähigkeit der Ortsmitte an. Einzelhandel und Ortsmitte sind wichtige Bestandteile der Gemeindeentwicklung und stehen in engem Zusammenhang. Die bereits langjährig in Babenhausen erfolgreich durchgeführten Stadtsanierungsmaßnahmen in der Ortsmitte, wie jüngst z.B. im Bereich des Rößle, stellen einen wichtigen Baustein zur Funktionsstärkung des Ortskerns dar.

Um eine langfristige Sicherung und Stärkung der Ortsmitte zu erreichen, soll die Stadtsanierung Babenhausen im Rahmen des Städtebauförderungsprogrammes 'Aktive Stadt- und Ortsteilzentren' weitergeführt werden.

Mit vorliegender Aktualisierung des aus dem Jahr 1999 vorliegenden Einzelhandels- und Ortsmittenkonzeptes sollen die sich stellenden Fragen im Einzelhandel im Rahmen einer gesamtörtlich ausgelegten, konzeptionellen Bearbeitung aktuell beantwortet werden.

Die Bearbeitung der Einzelhandelsthematik stellt den entsprechenden Fachbeitrag des integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzeptes Babenhausen (ISEK) dar und erfolgte in enger Verzahnung mit der Aktualisierung der städtebaulichen Untersuchungen. Das Einzelhandelskonzept zeigt die städtebaulichen Erfordernisse der Funktionsfähigkeit und Stärkung der Ortsmitte auf und definiert einen nach Nutzungen und Standorten differenzierten Rahmen der Einzelhandelsentwicklung. Die Flächen- und Standortentwicklung des Einzelhandels in Gesamtort und Ortsmitte wurden vor dem Hintergrund der bestehenden Entwicklungspotenziale und Wünsche an das Einzelhandelsangebot der Marktgemeinde sowie den Belangen einer auf die Ortsmitte und die Nahversorgung ausgelegten städtebaulichen Entwicklung betrachtet.

Die Bearbeitung umfasste zudem eine vertiefende Erfassung der Situation in der Ortsmitte als Kernraum für das Städtebauförderungsprogramm Aktive Stadt- und Ortsteilzentren vor. Hierzu erfolgten kleinräumige und einzelbetriebliche Erfassungen und Analysen in der Ortsmitte sowie die Einbeziehung der Akteure im Hinblick auf den im Städtebauförderungsprogramm 'Aktive Stadt- und Ortsteilzentren' sich eröffnenden Stärkungsprozess für die Ortsmitte u.a. im Rahmen eines Workshops am 06.08.2013.

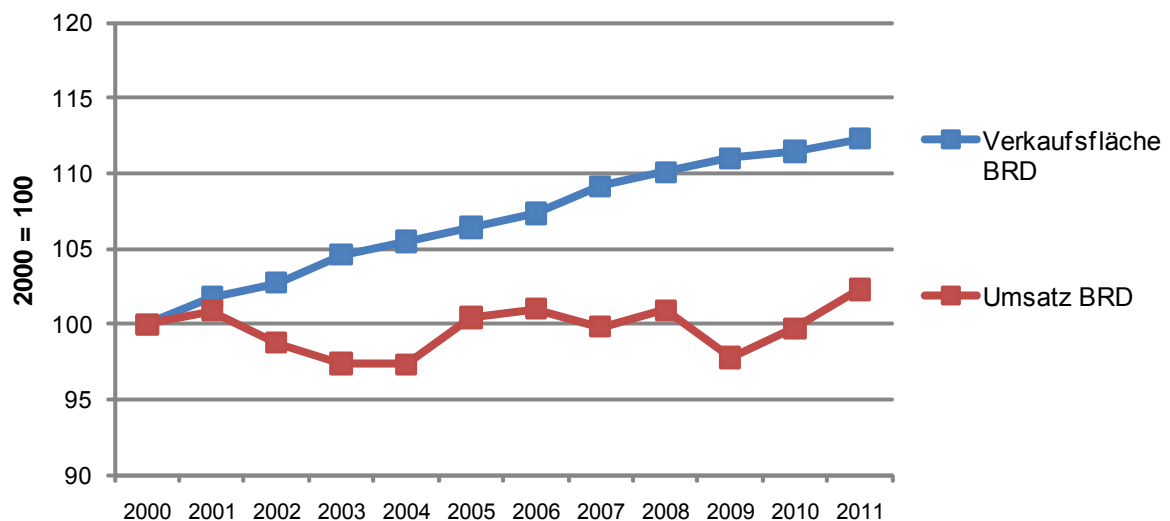
Die Bearbeitung der Einzelhandelsthematik durch den Markt Babenhausen entspricht mit diesem Vorgehen dem Ziel der Bayerischen Staatsregierung zur Stärkung der Innenstädte und Ortsmitten.

## 2 Einzelhandelsentwicklung und kommunale Bedeutung

### 2.1 Entwicklungen und Tendenzen des Einzelhandels

Die Einzelhandelsausgaben und damit die Umsätze im bundesdeutschen Einzelhandel stagnieren nahezu seit den neunziger Jahren. Mit gut 410 Mrd. € Einzelhandelsumsatz im Jahr 2010<sup>1</sup> entsprach der Wert etwa wieder den erzielten Umsätzen des Jahres 2000, wobei dies preisbereinigt (d. h. nach Abzug der Inflationsrate<sup>2</sup>) einem Minus von nahezu 15 % entspricht. Der – in Folge der Wirtschaftskrise – rückläufige Einzelhandelsumsatz des Jahres 2009 wird durch das deutliche Wirtschaftswachstum in den beiden nachfolgenden Jahren zwar wieder ausgeglichen bzw. sogar leicht gesteigert, dennoch kann in der Summe der stagnative Verlauf der letzten Jahre bisher nicht in nennenswertem Umfang „umgedreht“ werden. Inwieweit die positiven Beschäftigungseffekte und Lohn- und Gehaltssteigerungen ab 2013 zu einer erneuten Steigerung der einzelhandelsbezogenen Ausgaben führen werden, hängt wesentlich vom gesamtwirtschaftlichen Umfeld ab.

**Einzelhandelsentwicklung Deutschland nach Verkaufsflächen und Umsätzen 2000 bis 2011**



Quellen: HDE, Statistisches Bundesamt 2013  
eigene Berechnungen  
Dr. Heider 2013

Während die Umsätze im Einzelhandel auf längere Sicht nominal stagnieren, real sogar deutlich rückläufig sind, steht dem ein anhaltendes Verkaufsflächenwachstum gegen-

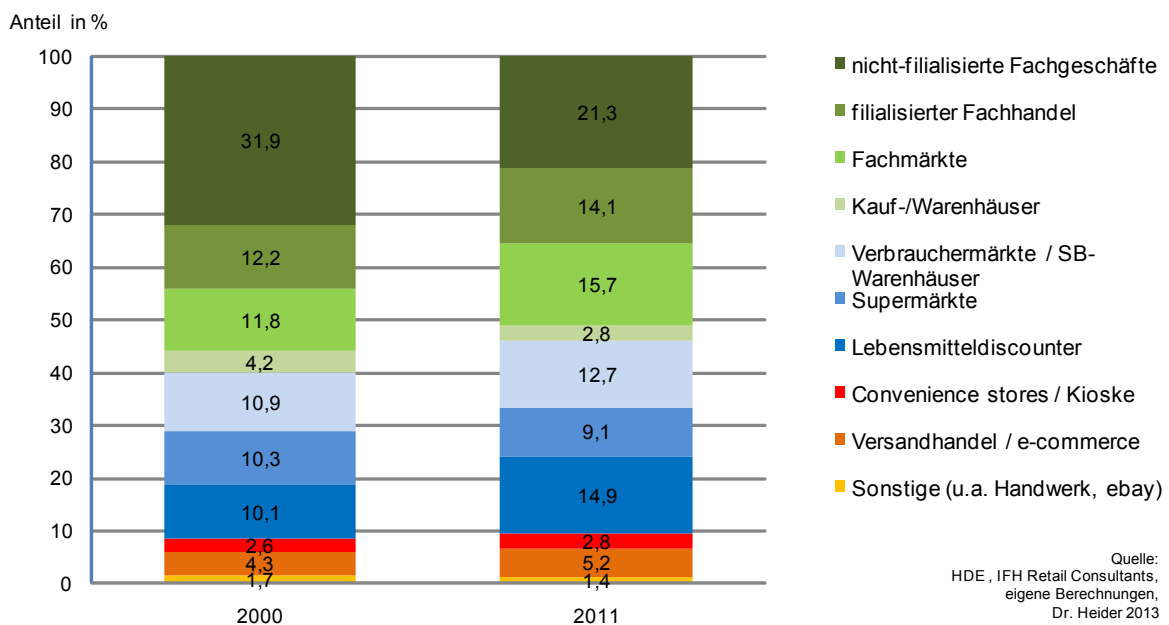
<sup>1</sup> Einzelhandel im engeren Sinn, lt. Angaben des Statistischen Bundesamtes Wiesbaden und Berechnungen des Hauptverbandes des Deutschen Einzelhandels 2013.

<sup>2</sup> Lt. Veränderung des Verbraucherpreisindex für Deutschland, Statistisches Bundesamt 2010.

über. Die Gesamtverkaufsfläche in Deutschland steigt seit Jahren stetig, ein Ende dieser Entwicklung ist derzeit nicht absehbar. Mit gut 122 Mio. m<sup>2</sup> hat die Verkaufsfläche in Deutschland 2011 erneut eine neue Höchstmarke erreicht. Diese Expansion der Verkaufsflächen führt im Ergebnis zu sinkenden m<sup>2</sup>-Umsätzen, d.h. die Flächenrenditen der einzelnen Betriebe nehmen stetig ab.

Die Expansion der Verkaufsflächen wird in hohem Maße von den Großbetriebsformen des Einzelhandels getragen. Deren Wachstum sowie der damit einhergehende Anpassungsdruck auf die traditionelle Einzelhandelsbetriebsformen, d. h. Fachgeschäfte und innenstadtorientierte Kauf-/Warenhäuser, führen zu den seit geraumer Zeit laufenden Umstrukturierungen des Einzelhandels. Der Marktanteil der kleinen und mittleren, nicht-filialisierten Fachgeschäfte geht in Folge davon verstärkt zurück, der der Fachmärkte steigt hingegen zusehends.

**Entwicklung der Marktanteile  
der Betriebsformen des Einzelhandels**



Der Lebensmitteleinzelhandel als nach wie vor ausgesprochen aktiver Part der Flächenexpansion im Einzelhandel, befindet sich in einem anhaltenden Konzentrationsprozess – aktuell vereinen die Top 10 der Branche ca. 80 Prozent der Umsätze in Deutschland auf sich. Die Zahl der Verkaufsstellen ist weiter rückläufig. Kleinere, oftmals inhabergeführte Geschäfte des traditionellen Lebensmitteleinzelhandels werden zunehmend geschlossen. Ähnliches gilt – aus Sicht der Betreiber / Filialunternehmen – für zu kleine bzw. mit Standortnachteilen behaftete Filialen. Innerhalb des Lebensmitteleinzelhandels steigt insbesondere die Zahl der Verbrauchermärkte und der Lebensmitteldiscounter. Letztere profitieren von der anhaltenden Kaufzurückhaltung und anhaltend hohen Preissensibilität der Verbraucher. Die Discounter binden bundesweit derzeit ca. 43 Prozent der Umsätze

des Lebensmitteleinzelhandels, allerdings kann das deutlich reduzierte Wachstum seit 2004 und der 2009 erfolgte leichte Umsatzrückgang als ein Indiz gesehen werden, dass die Marktanteile nur mehr eingeschränkt steigerungsfähig sein dürften. Verbrauchermärkte bzw. größere Supermärkte mit einem sehr umfassenden und qualitativ wertigen Angebot können ihren Marktanteil hingegen wieder leicht steigern.

Beim Einkaufsverhalten der Kunden zeigt sich eine hohe Flexibilität bei der Einkaufsstättenwahl. Dies gilt im Hinblick auf die bevorzugten Betriebsformen<sup>3</sup> wie auch auf die Inanspruchnahme von Standorten, wobei die gewünschten Kriterien wie gute Erreichbarkeit und gesuchtes Angebot Vorteile der räumlichen Nähe zum Wohnen und traditioneller Orientierungen bisher besuchter Einkaufsziele zunehmend aufheben. Dies bedeutet nicht, dass bisherige und traditionsbezogene Einkaufsorientierungen nicht mehr bestehen – Vorzüge der Innenstädte/Ortsmitten werden von der Mehrzahl der Verbraucher durchaus wahrgenommen – der Erfolg oder Nicht-Erfolg von Innenstädten bzw. Ortsmitten wird aber immer mehr davon bestimmt, ob es gelingt, sich durch Qualität und Attraktivität sowohl des Einzelhandelsbesatzes als auch der städtebaulichen Rahmenbedingungen im Wettstreit der Einkaufsziele um die Kunden hervorzuheben.

Auf der Seite der Einzelhandelsanbieter sind und bleiben diejenigen erfolgreich, welche die Kundenansprüche am besten erfüllen<sup>4</sup> – dies sind Firmen wie Aldi, dm oder H&M genauso wie inhabergeführte lokal ausgerichtete Fachgeschäfte, welche ihr Marketing und ihre Produktpolitik an moderne Verbraucheransprüche angepasst, die erforderlichen Weichenstellungen – betriebswirtschaftlich bis hin zur Nachfolgefrage – gelöst haben.

Konzepte und Überlegungen zur Sicherung und Attraktivierung von Einkaufsstandorten müssen die folgenden derzeit und in näherer Zukunft wichtigsten raum- und betriebswirksamen Faktoren der Einzelhandelsentwicklung einbeziehen:

- ▶ Anhaltend hohe Präferenz der Betreiber für dezentrale, städtebaulich nicht integrierte Standorte des Einzelhandels, wobei in den vergangenen Jahren – nicht zuletzt unter dem Einsatz steuernder bauleitplanerischer Instrumente – eine Renaissance innerstädtischer/-örtlicher bzw. zentrennahen Lagen zu erkennen ist.
- ▶ Ein weiterhin expansives Vordringen der oftmals discountorientierten Fachmärkte, wobei dies nicht auf den Lebensmittelbereich beschränkt ist. V. a. auch bei Drogeriewaren, Bekleidung und Schuhen weist das Fachmarktsegment einen hohen und potenziell weiter steigenden Anteil auf.
- ▶ Der Marktanteil der inhabergeführten Fachgeschäfte geht kontinuierlich zurück und wird perspektivisch auch auf längere Sicht weiter sinken, Ladenleerstände und negative Beschäftigungseffekte sind zu erwarten.

---

<sup>3</sup> Insbesondere Discountmärkte und Markenanbieter werden derzeit gerne nachgefragt, wohingegen traditionelle Einzelhandelsbetriebe und Warenhäuser an Kundengunst verlieren.

<sup>4</sup> Dies gilt sowohl für einzelne Betreiber als auch für Betriebstypen.



- ▶ Eine immer stärker werdende Bedeutung des Immobiliensektors als Triebfeder der Flächenexpansion im Einzelhandel in Folge zusätzlicher Flächen (Nachfolgenutzungen, Konversion) und fehlender Nutzungsalternativen.
- ▶ Unternehmenskonzentrationen und wachsende Größe der Einzelhandelsunternehmen wie auch die zunehmende Bedeutung von Einkaufskooperationen für Fachgeschäfte schreiten voran und verstärken die Uniformität des Angebotes.
- ▶ Verkaufsflächenzuwächse und ansteigende durchschnittliche Verkaufsflächen der Betriebe – sowohl in Folge des Betriebstypenwechsels als auch in Folge betriebswirtschaftlicher Zwänge – tragen zu sinkenden Umsatzrenditen bei.
- ▶ Tendenziell eher stagnierende, reale Kaufkraftentwicklungen lassen keine großen Kaufkraftzuwächse erwarten.
- ▶ Im Einzelhandel liegt eine weitestgehende Marktsättigung vor; neue Vorhaben im Einzelhandel sind i. d. R. auf Umsatzumverteilungen angewiesen und lösen entsprechende Umverteilungen gegenüber bestehenden Betrieben aus.
- ▶ Eine wachsende Heterogenität der Konsumenten, wodurch differenzierte Zielgruppenorientierungen immer wichtiger werden. Steigende Anforderungen an Angebotsvielfalt, Atmosphäre und Bequemlichkeit sind ebenso festzustellen, wie eine steigende Nachfrage sowohl nach preisgünstigen als auch nach exklusiven Produkten.
- ▶ Kundenbindung und Serviceorientierung als Chance der inhabergeführten Fachgeschäfte werden von zu vielen Fachgeschäften noch nicht ausreichend genutzt. Hier ist noch erhebliches Entwicklungs- und Profilierungspotenzial zu erkennen.
- ▶ Die verstärkten Wechselbeziehungen des Einzelhandels zu Freizeit-, Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen müssen zur Profilierung des innerstädtischen/-örtlichen Einzelhandelsstandorts stärker genutzt werden. Dies erhöht das von den Kunden gewünschte Einkaufserlebnis und führt im Ergebnis zu einer Erhöhung der Aufenthaltszeiten von Kunden und Gästen.
- ▶ Bei zunehmend identischen Warenangeboten werden sich die Standorte durchsetzen, welche gut erreichbar sind und zudem eine hohe Qualität und Attraktivität sowohl im Einzelhandel als auch beim Erlebniswert aufweisen.
- ▶ In einzelnen Branchen (v.a. Bücher, Elektrogeräte, aber teils auch bei Schuhen und Bekleidung) weist der E-Commerce eine nennenswerte Marktbedeutung auf. Schätzungen gehen davon aus, dass derzeit rund 5-10%<sup>5</sup> des gesamten bundesdeutschen Einzelhandelsumsatzes auf das virtuelle Einkaufen entfallen. Ein weiteres Ansteigen der Marktbedeutung ist anzunehmen. Für stationäre Einzelhändler sollte dieser Trend nicht (nur) als Gefahr, sondern v.a. auch als Chance für die Etablierung eines zweiten Vertriebsweges – neben dem eigentlichen Ladengeschäft – verstanden werden. So können die aktuellen Kundenbedürfnisse aufgegriffen und der eigene Betrieb gesichert werden.

---

<sup>5</sup> Gemäß den offiziellen Angaben des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels entfielen 2012 9,2% des Einzelhandelsumsatzes auf den Versandhandel, inkl. Internethandel.

- ▶ Das Interesse an ökologischen/grünen, regional produzierten Produkten steigt; dies gilt insbesondere für den Lebensmittelbereich. Die Bereitschaft der Konsumenten nach einem transparenten Produktionsweg und deren Bereitschaft regional und ökologisch produzierte Produkte zu kaufen steigt stetig, nicht zuletzt auch aufgrund der in den vergangenen Jahren immer wieder auftretenden Lebensmittelskandale.

## 2.2 Anforderungen auf kommunaler Ebene

Aus den aufgezeigten Strukturveränderungen des Einzelhandels ergeben sich insbesondere aus der dezentral gerichteten Standortorientierung vieler Einzelhandelsbetriebe Probleme im Hinblick auf Regionalentwicklung und Stärkung der Innenstadt bzw. Ortsmitte.

Neue randgemeindliche (dezentrale) Standorte sind sinnvoll, wenn sie das Angebot in der Innenstadt bzw. Ortsmitte und ggf. sonstiger vorhandener zentraler Versorgungsbereiche ergänzen. Dies gilt z.B. für Einzelhandelsbetriebe, die etwa auf Grund ihrer Flächenansprüche oder ihrer baulichen Ausprägungen in zentralen Lagen nicht realisiert werden können (z.B. Möbelhäuser, Baumärkte). Entscheidend für die jeweilige Beurteilung von Vorhaben unter dem Aspekt der Verträglichkeit mit den bestehenden Strukturen von Einzelhandel und zentralen Versorgungsbereichen sind die Lage, Größe und Branchenstruktur.

Ohne den Strukturwandel im Einzelhandel beeinflussen zu wollen oder den Wettbewerb zu verhindern, ist eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auf kommunaler Ebene wichtig, damit diese einer nachhaltigen und dem Allgemeinwohl verpflichteten Entwicklung der Innenstadt bzw. Ortsmitte entspricht. Ein derartiges Vorgehen ist sowohl planerisch, rechtlich als auch politisch erforderlich und angemessen.

Das Planungsrecht bietet mit BauGB (Baugesetzbuch) und BauNVO (Baunutzungsverordnung) ein umfangreiches und effektives Instrumentarium zu dieser geforderten Einzelhandelssteuerung (z.B. Aufstellung von Bebauungsplänen, Anpassung alter Bebauungspläne, Ausweisung von Sondergebieten, sortimentspezifische Festsetzungen in Bebauungsplänen).

Für die Marktgemeinde Babenhausen sind aus städtebaulicher Sicht bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung insbesondere folgende Aspekte zu beachten:

- ▶ Der Einzelhandel der Ortsmitte weist eine besondere Bedeutung auf. Neben der Versorgungsfunktion bestehen zusätzliche Aufgaben: So ist der Einzelhandel in der Ortsmitte Garant der traditionellen Funktionsmischung mit erheblicher Bedeutung für die Lebensfähigkeit dieses Raumes. Ohne Einzelhandel geht dort die für große Teile der Häuser wesentliche Nutzungsart verloren. Mit dem Rückgang der Einkommen aus dem Einzelhandel schwinden Möglichkeiten und Bereitschaft zu Erhalt und Sanierung des Gebäudebestandes.
- ▶ Sicherung der Ortsmitte und Nahversorgung: Neuansiedlungen können je nach Lage und Größe Auslöser einer tiefgreifenden Umstrukturierung des lokalen Einzelhandels sein. Bei Neuansiedlungen ist zu beachten, dass die bisher in der Ortsmitte wahrgenommenen Aufgaben der Einzelhandelsfunktion, Einkaufsattraktivität sowie der traditionellen Funktionsmischung als Basis innerörtlicher Gebäudenutzungen auch künftig gesichert bleiben (Vermeiden einer Angebotsausdünnung, Anbieten eines breiten Sortimentsmixes, Konzentration zentrenrelevanter Angebote). Ergänzend gilt darauf zu achten, die Bevölkerung möglichst wohnortnah mit Gütern des täglichen Bedarfs (v.a. Lebensmittel) zu versorgen.
- ▶ Um im Vergleich mit Wettbewerbsstandorten die Marktposition halten zu können, sind eigene Angebotsergänzungen, Profilbildung und eine Sicherung bzw. Steigerung der Attraktivität als Einkaufsort unerlässlich. Zielgruppen sind die eigene Bevölkerung und teils auch die des Umlandes, damit der Kaufkraftzufluss trotz des insgesamt hohen Wettbewerbs mindestens erhalten bleibt, möglichst aber gesteigert wird.
- ▶ Zwischen Einzelhandel sowie Freizeitverhalten bestehen beträchtliche Wechselwirkungen. Die Verweildauer als Basis möglicher zusätzlicher Einzelhandelsausgaben kann durch attraktive Freizeit- und Gastronomieangebote erhöht werden.
- ▶ In der Ortsmitte soll auf ein möglichst breites Branchenspektrum geachtet werden, dadurch wird die Attraktivität des Einzelhandels bestimmt. Fallen einzelne Betriebe in der Ortsmitte weg, bedeutet dies rückläufige Kunden- und Besucherzahlen mit Auswirkung auf die verbleibenden Betriebe. Kommen hingegen Betriebe hinzu, welche den Angebotsmix ergänzen, erfolgt eine Stärkung des gesamten Standortbereiches. Die Attraktivität und der Erfolg professionell gemanagter Einkaufscenter basiert genau auf diesem Grundprinzip.
- ▶ Für die Attraktivität der Ortsmitte bestehen zwischen den Sortimenten deutliche Unterschiede. Je nach räumlicher Integrierbarkeit, dem Kundenaufkommen, der Transportierbarkeit der Güter sowie der Ergänzungsfähigkeit für einen innerstädtischen/-örtlichen Branchenmix eignen sich Branchen und Sortimente mehr oder weniger gut für eine Innenstadt bzw. Ortsmitte. Es bestehen Sortimente, welche dort eine besondere Eignung aufweisen, die sog. „innenstadt- bzw. zentrenrelevanten Sortimente“. Durch die Ansiedlung und Konzentration von innenstadt-/zentrenrelevanten Sortimenten in der Innenstadt bzw. Ortsmitte können dort Stärkungseffekte erzielt

werden. Ansiedlungen außerhalb der Innenstadt/Ortsmitte bzw. ggf. sonstiger zu fördernder Standorte beschränken bzw. verhindern hingegen die Ausbaumöglichkeiten der Innenstadt/Ortsmitte bzw. sonstiger zu fördernder Standorte. Das Instrument der Sortimentsfestsetzung ermöglicht auf Grundlage der BauNVO (§ 1 Abs. 5 und 9, § 11) eine differenzierte Regelung der Zulässigkeit von Sortimenten. Die für die Festsetzung von Sortimentsbeschränkungen erforderlichen „besonderen städtebaulichen Gründe“ sind insbesondere die Sicherung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der Innenstadt/Ortsmitte sowie der Erhalt der innerstädtischen Nahversorgungsstruktur. Mit § 9 Abs. 2a BauGB bestehen zudem Festsetzungsmöglichkeiten zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben, um den mit § 34 Abs. 3 BauGB verfolgten Zweck zu erreichen, Vorhaben zu unterbinden, welche schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche erwarten lassen.

## 3 Wesentliche Strukturdaten des Marktes Babenhausen

### 3.1 Lage im Raum, landesplanerische Funktion

Der durch das ortsansässige Fuggerschloss überregional bekannte Markt Babenhausen im Landkreis Unterallgäu befindet sich im Westen Bayerns im Regierungsbezirk Schwaben. Die Grenze zum benachbarten Baden-Württemberg liegt nur wenige Kilometer in westlicher Richtung. Aufgrund der Nähe und den bestehenden Verflechtungen zu Gemeinden des benachbarten Baden-Württemberg ist das bayerische Babenhausen Teil der Ländergrenzen überschreitenden Planungsregion Donau-Iller. Im Regionalplan der Region Donau-Iller ist Babenhausen als Unterzentrum im ländlichen Raum, dessen Entwicklung in besonderem Maße gestärkt werden soll, ausgewiesen. *"Unterzentren sollen die Bevölkerung größerer Nahbereiche mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Bedarfs versorgen. Sofern erforderlich sollen sie auch für die Bevölkerung der Nahbereiche benachbarter Kleinzentren einzelne Funktionen wahrnehmen."*<sup>6</sup> Aus landesplanerischer Sicht hat Babenhausen demnach nicht nur eine lokale, sondern in Teilen auch eine überörtliche Versorgungsfunktion zu erfüllen. Dies gilt speziell für Güter des kurzfristigen Bedarfs, teils auch für Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs. Mit der Aktualisierung des Landesentwicklungsprogrammes 2013 wurde Babenhausen den Grundzentren zugeordnet.

Die nächstgelegenen Oberzentren und größeren Städte des Umlandes sind Ulm/Neu-Ulm im Nordwesten (gut 40 km Entfernung) sowie Memmingen im Süden (gut 20 km Entfernung). Darüber hinaus ist auf die nächstgelegenen Mittelstädte Krumbach im Nordosten (Mittelzentrum in ca. 15 km Entfernung), Illertissen im Nordwesten (Mittelzentrum in ca. 15-20 km Entfernung) und Mindelheim im Südosten (Mittelzentrum in ca. 25-30 km Entfernung) zu verweisen. Das ländlich geprägte Babenhausen ist somit von relativ starken Zentren im Umland umgeben.

Babenhausen befindet sich direkt an der B 300 (Augsburg – Memmingen). Über diese bzw. auch über die umliegenden Staatsstraßen ist Babenhausen an die gut 10 km westlich gelegene BAB 7 (Füssen – Würzburg) bzw. über die B 300 und die kreuzende B 16 an die ca. 45 km nördlich gelegene BAB 8 (München – Stuttgart) angebunden. Im Individualverkehr ist Babenhausen demnach insbesondere aus dem Umland insgesamt recht gut zu erreichen. Den Anschluss an den ÖPNV gewährleistet der Verkehrsverbund Mittelschwaben GmbH (VVM), an das Bahnnetz der Deutschen Bahn ist Babenhausen hingegen nicht direkt angebunden.<sup>7</sup> Der VVM verbindet Babenhausen mithilfe mehrerer

<sup>6</sup> Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP), 2006, A II 2.1.5 (Z).

<sup>7</sup> Die nächstgelegenen Bahnhöfe sind Breitenbrunn im Osten (Mindelheim – Günzburg) bzw. Kellmünz im Westen (Kempten – Neu-Ulm).

Linien (u.a. 600, 620, 621, 623) mit der Region und sichert so eine weitgehend angemessene, regionale Erschließung.

Siedlungsstrukturell setzt sich Babenhausen aus dem Kernort Babenhausen sowie den zwei angeschlossenen Ortsteilen Klosterbeuren und Unterschönegg zusammen, welche beide recht klein und räumlich vom Kernort separiert sind.

Verwaltungstechnisch ist Babenhausen Sitz der Verwaltungsgemeinschaft Babenhausen, der neben dem Markt selbst auch die benachbarten Gemeinden Egg a.d.Günz, Ketershausen, Kirchhaslach, Oberschönegg und Winterrieden angehören.

Die in den nachfolgenden Kapiteln angeführten Kennzahlen dienen einer Basiseinschätzung des Wohn-, Wirtschafts- und Arbeitsplatzstandortes Babenhausen. Die Darstellung erfolgt dabei jeweils im Vergleich zum Landkreis Unterallgäu, dem Bundesland Bayern sowie einer bayernweiten Auswahl von zwölf Kommunen der gleichen Einwohnergrößenklasse Babenhausens<sup>8</sup>.

### **3.2 Bevölkerung – Entwicklung, Struktur und Prognose**

Babenhausen weist lt. Angaben des Statistischen Landesamtes derzeit<sup>9</sup> ca. 5.205 Einwohner auf. Die Bevölkerungszahl hat sich seit 2006 insgesamt weitgehend stagnativ entwickelt. Nach einer leicht negativen Tendenz zwischen 2007 und 2010, konnte 2011 wieder ein leichter Anstieg verzeichnet werden, so dass der Ausgangswert von 2006 wieder nahezu erreicht wurde. Entsprechendes gilt in etwas abgeschwächter Form auch für den Landkreis Unterallgäu. In Bayern stagnierten die Einwohnerzahlen zwischen 2006 und 2009, seither ist wieder eine leicht positive Tendenz festzustellen. In den Vergleichskommunen nahmen die Bevölkerungszahlen durchwegs insgesamt leicht ab.

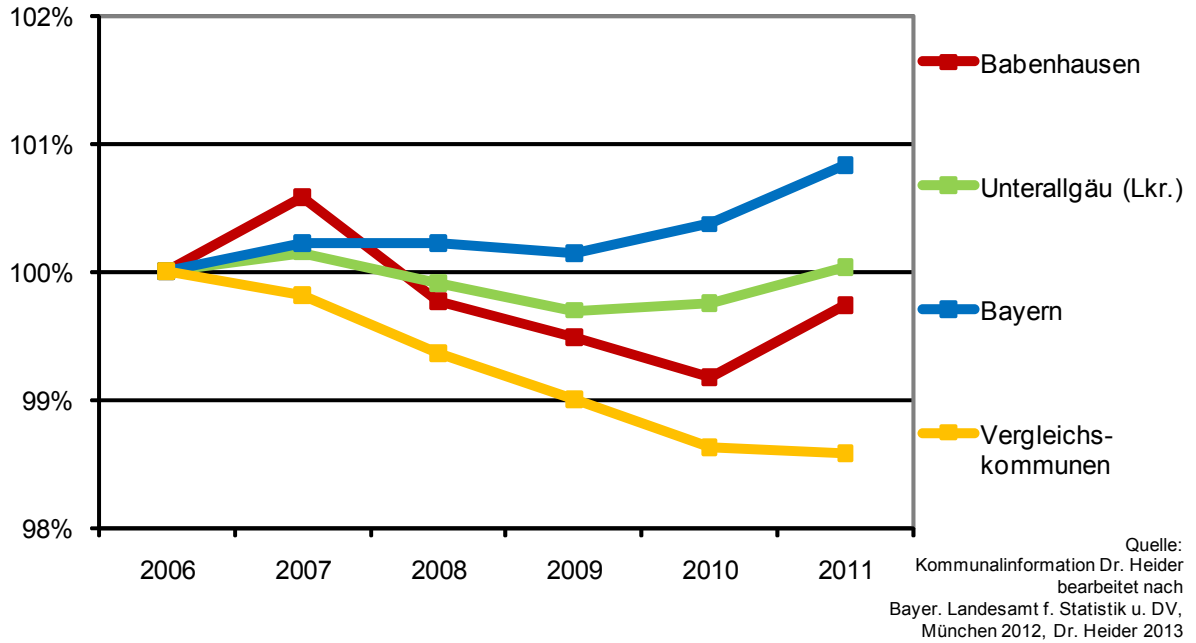
Ergänzend zu den vom Statistischen Landesamt ausgewiesenen Bevölkerungszahlen ist anzumerken, dass die aktuell von der Marktgemeinde angegebenen Einwohnerzahlen<sup>10</sup> differenzierter und in der Summe auch etwas höher sind. Laut Angaben des Marktes Babenhausen sind im gesamten Gemeindegebiet 5.570 Personen gemeldet, 230 davon jedoch nur mit Nebenwohnsitz. Von den insgesamt 5.570 gemeldeten Einwohnern leben 4.985 in Babenhausen, 502 im Ortsteil Klosterbeuren und weitere 83 Personen im Ortsteil Unterschönegg. Aus Vergleichbarkeitsgründen wurde bei der Ermittlung der wesentlichen Strukturdaten durchwegs auf die Zahlen des Landesamtes zurückgegriffen.

<sup>8</sup> Vergleichskommunen 5.000 bis 10.000 Einwohner: Berching, Grafenau, Helmbrechts, Kiefersfelden, Kleinostheim, Markt Indersdorf, Naila, Pfronten, Rain, Schierling, Schwarzenbruck, Zellingen.

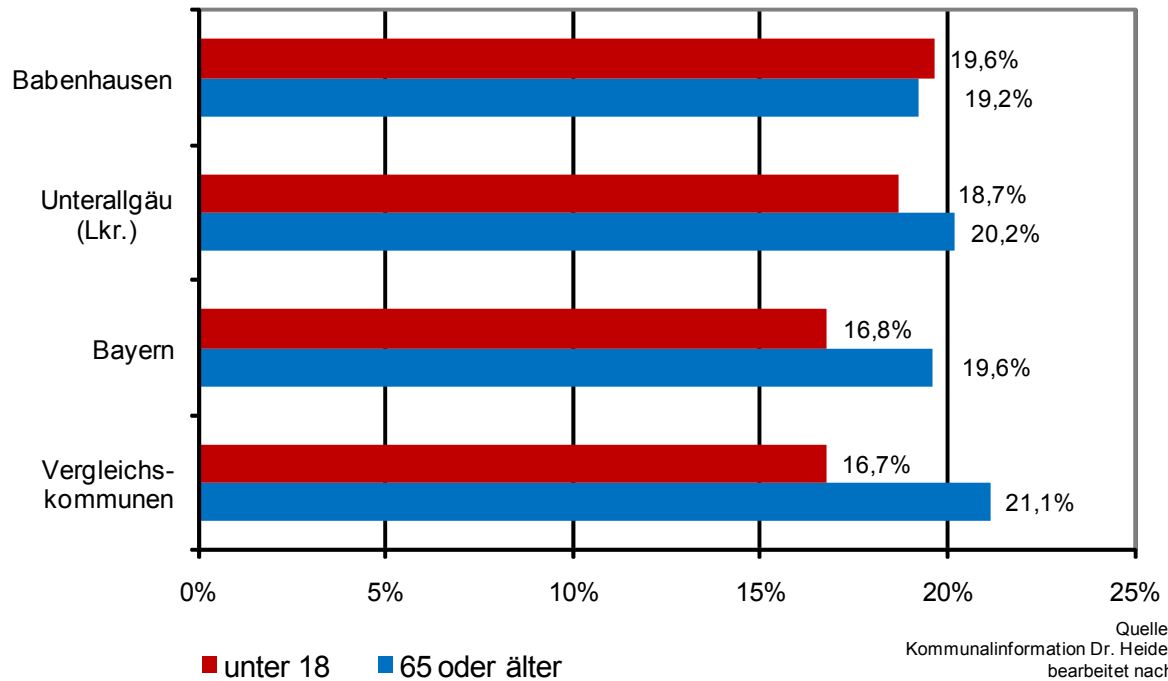
<sup>9</sup> Stand: 31.12.2011.

<sup>10</sup> Stand: 02.01.2013.

### Entwicklung der Einwohner 2006-2011 (2006=100%)



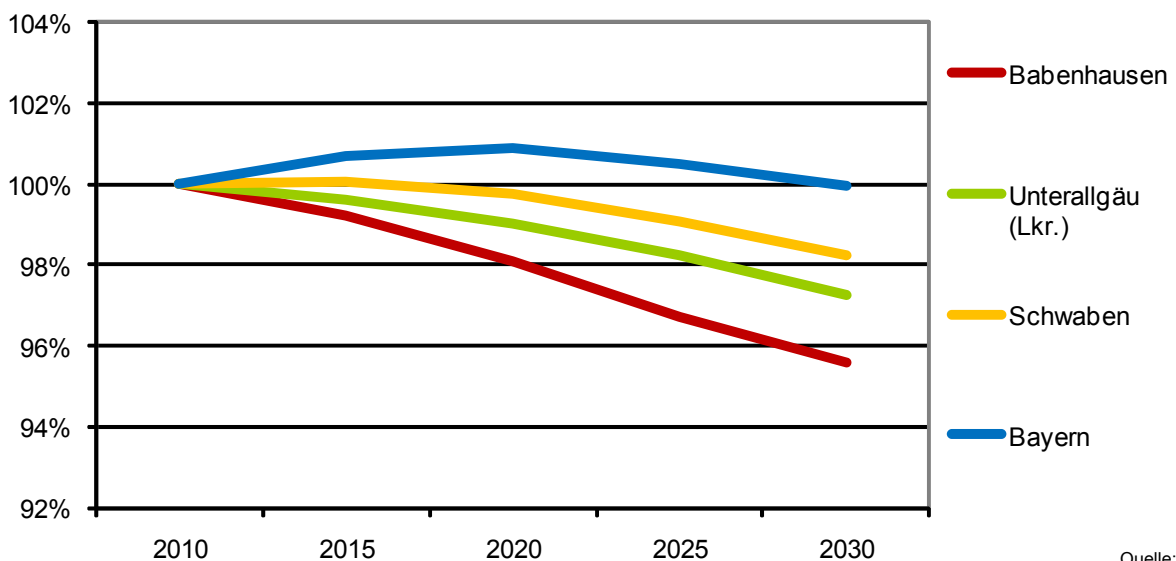
### Bevölkerungsstruktur - ausgewählte Altersgruppen 2011



Der deutschlandweit feststellbare demografische Wandel macht auch vor Babenhausen nicht halt: während im Jahr 2005 der Anteil der Jugendlichen den der über 65-Jährigen noch deutlich übertraf, nähern sich beide Anteilswerte seither klar an und sind aktuell nahezu gleich hoch (19,6% bzw. 19,2%). In den Vergleichsregionen und dabei speziell in den gewählten Vergleichskommunen zeigt sich demgegenüber bereits ein erkennbar höherer Rückgang des Anteils der Jugendlichen zugunsten eines wachsenden Anteils der über 65-Jährigen. Die über 65-Jährigen weisen in allen drei Vergleichsregionen einen höheren Bevölkerungsanteil, als die Jugendlichen auf.

Die Prognose der Bevölkerungsentwicklung auf Basis der Ergebnisse der regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Landesamtes lässt in Babenhausen bis zum Jahr 2030 trotz der aktuell positiven Entwicklungstendenz insgesamt einen stetigen Rückgang erwarten. In der Summe wird die Bevölkerung der Marktgemeinde bis 2030 prognostisch um rund 5,5% abnehmen. Eine ebenfalls negative Entwicklung wird – in abgeschwächter Form – auch für den Landkreis Unterallgäu und für Schwaben prognostiziert. Im Freistaat Bayern wird die Bevölkerung bis etwa 2020 perpektivisch noch leicht steigen, bevor sie dann stagniert.

### Bevölkerungsprognose bis 2030



Quelle:  
 Kommunalinformation Dr. Heider  
 bearbeitet nach Bayer. Landesamt f. Statistik u. DV  
 München 2011, Dr. Heider 2013



### 3.3 Wirtschaftsstandort Babenhausen

#### 3.3.1 Wirtschaftsraum Unterallgäu

Der Markt Babenhausen gehört dem Landkreis Unterallgäu an, welcher sich in den letzten Jahren von einer überwiegend landwirtschaftlich geprägten Region zu einem aufstrebenden Wirtschaftsraum entwickelt hat und heute eine vergleichsweise breite gewerbliche Vielfalt bietet. Neben einer Vielzahl leistungsfähiger mittelständischer Betriebe haben auch zahlreiche Unternehmen mit Weltruf ihren Firmensitz im Unterallgäu. Davon profitiert die ganze Region. Hinzu kommt ein ebenso vielfältiges wie hochwertiges Kultur- und Freizeitangebot, was als sog. „weicher Standortfaktor“ nicht zu unterschätzen ist. Das Regionalmanagement des Landkreises Unterallgäu – die Unterallgäu Aktiv GmbH – hat sich ergänzend dazu zur Aufgabe gemacht, eine nachhaltige Wirtschaftsstruktur aufzubauen, eine ganzheitliche Gesundheitskultur zu forcieren, die natürlichen Lebensgrundlagen zu sichern und eine starke Bürger- und Sozialkultur zu etablieren.

#### 3.3.2 Wirtschaftsstruktur

Babenhausen ist – speziell auch unter Berücksichtigung der eher geringen Größe der Gemeinde – ein relativ bedeutender Arbeitsplatzstandort. Dies zeigt sich v.a. an der vergleichsweise hohen Zahl an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bzw. an der recht hohen Beschäftigtendichte – also der Arbeitsplätze je Einwohner – auf die die Marktgemeinde verweisen kann. Auch das Pendleraufkommen ist erkennbar positiv; es pendeln mehr Arbeitnehmer ein, als auspendeln. Aus wirtschaftsstruktureller Sicht weist das Produzierende Gewerbe einen auch im Vergleich sehr hohen Stellenwert auf, was zu einem nicht unbedeutenden Teil auch auf die im Gewerbegebiet am Schöneggweg im nordöstlichen Ortsbereich Babenhausens angesiedelten Firmen (u.a. Kößler Technologie GmbH, DILO Armaturen und Anlagen GmbH, Bihler GmbH & Co. KG, HEDI GmbH) sowie auch auf die SFB Schwäbische Formdrehteile GmbH & Co. KG (Weiherweg, südwestlicher Ortsbereich) zurückzuführen ist. Im Einzelnen stellen sich die wichtigsten Wirtschaftskennzahlen folgendermaßen dar:

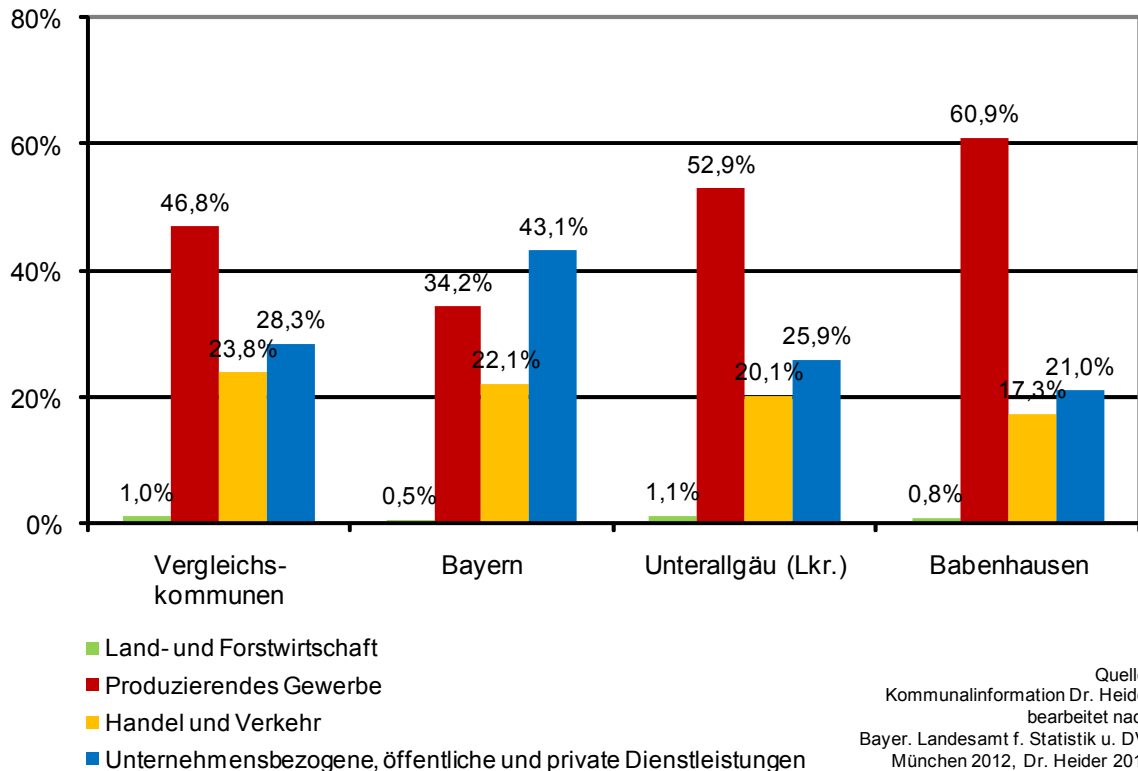
- ▶ Derzeit sind in Babenhausen rund 2.170 Arbeitnehmer sozialversicherungspflichtig beschäftigt<sup>11</sup>. Neben dem klar dominierenden Wirtschaftsbereich „Produzierendes Gewerbe“ (60,9%) weisen der sog. sonstige Dienstleistungsbereich<sup>12</sup> (21,0%) sowie der Bereich Handel und Verkehr mit 17,3% eine deutlich nachgeordnete Bedeutung auf. Während der Landkreis Unterallgäu über grundsätzlich ähnliche Strukturen verfügt, ist die Wirtschaftsstruktur in den gewählten Vergleichskommunen und insbesondere in Bayern merklich ausgeglichener. Während der Anteil des Produzierenden Gewerbes auch in den Vergleichskommunen noch recht hoch ist, nimmt in Bayern

<sup>11</sup> Am Arbeitsort; Stand: 30.06.2011.

<sup>12</sup> = Unternehmensdienstleister sowie öffentliche und private Dienstleister.

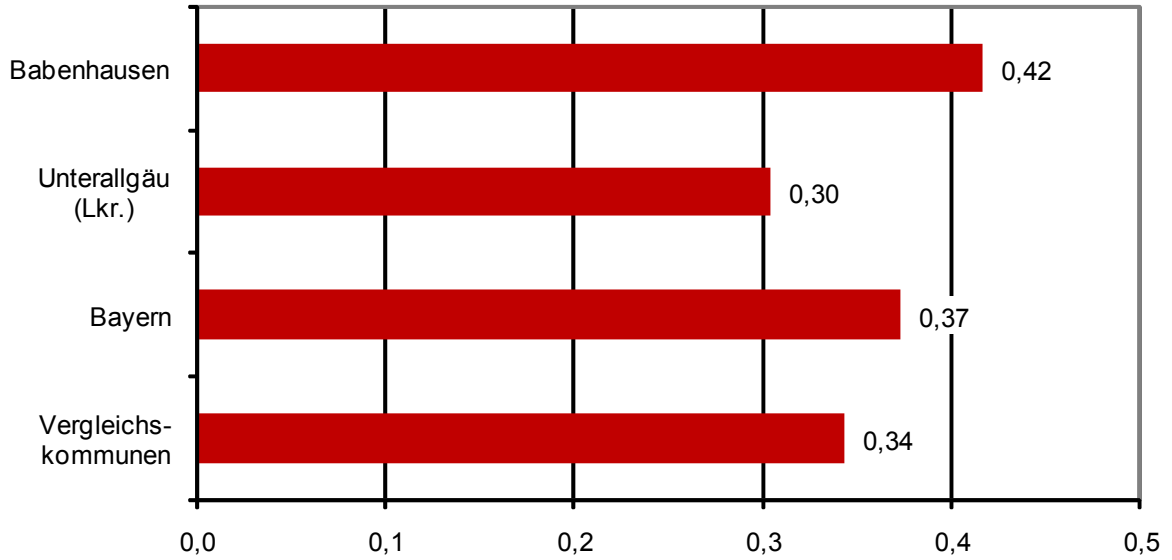
bereits der sonstige Dienstleistungsbereich den Spitzenplatz in der Beschäftigtenstruktur ein.

### Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort) in den Wirtschaftsbereichen 2011 in %



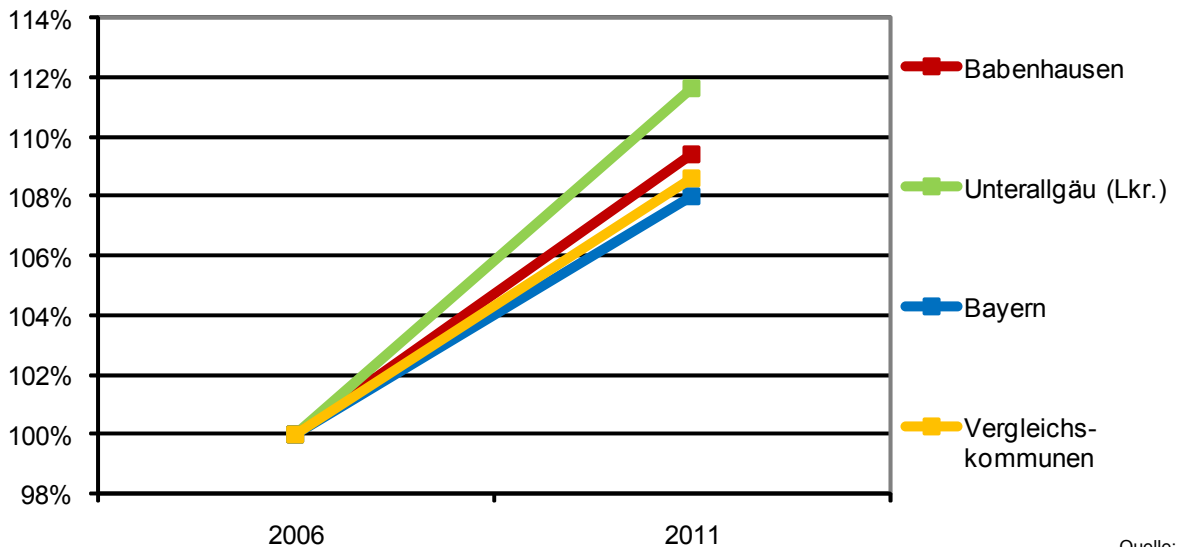
- ▶ Die Beschäftigtendichte als Quotient der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort pro Einwohner liegt in Babenhausen mit einem Wert von 0,42 über den Durchschnittswerten aller gewählten Vergleichsregionen. Dies gilt sowohl für den Landkreis Unterallgäu (0,30), als auch für die Vergleichskommunen (0,34) und Bayern (0,37). Demzufolge kann Babenhausen trotz seiner vergleichsweise geringen Größe und dem ländlich geprägten Umfeld als relativ starker Arbeitsplatzstandort bezeichnet werden.
- ▶ Die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Relation zu den Einwohnern war in Babenhausen, ähnlich wie in den Vergleichsregionen, zwischen 2005 und 2010 zudem deutlich positiv. Die Beschäftigtenzahlen sind durchwegs deutlich stärker als die Einwohnerzahlen gestiegen. Insgesamt betrachtet kann Babenhausen mit 9,4% nach dem Landkreis Unterallgäu (+ 11,6%) den zweithöchsten Anstieg der Beschäftigtendichte vorweisen, wenngleich dieser in den Vergleichskommunen (+ 8,6%) und auch in Bayern (+ 8,0%) nur geringfügig niedriger lag.

### Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (am Arbeitsplatz) / Einwohner 2011



Quelle:  
 Kommunalinformation Dr. Heider  
 bearbeitet nach Bayer. Landesamt für Statistik u. DV,  
 München 2012, Dr. Heider 2013

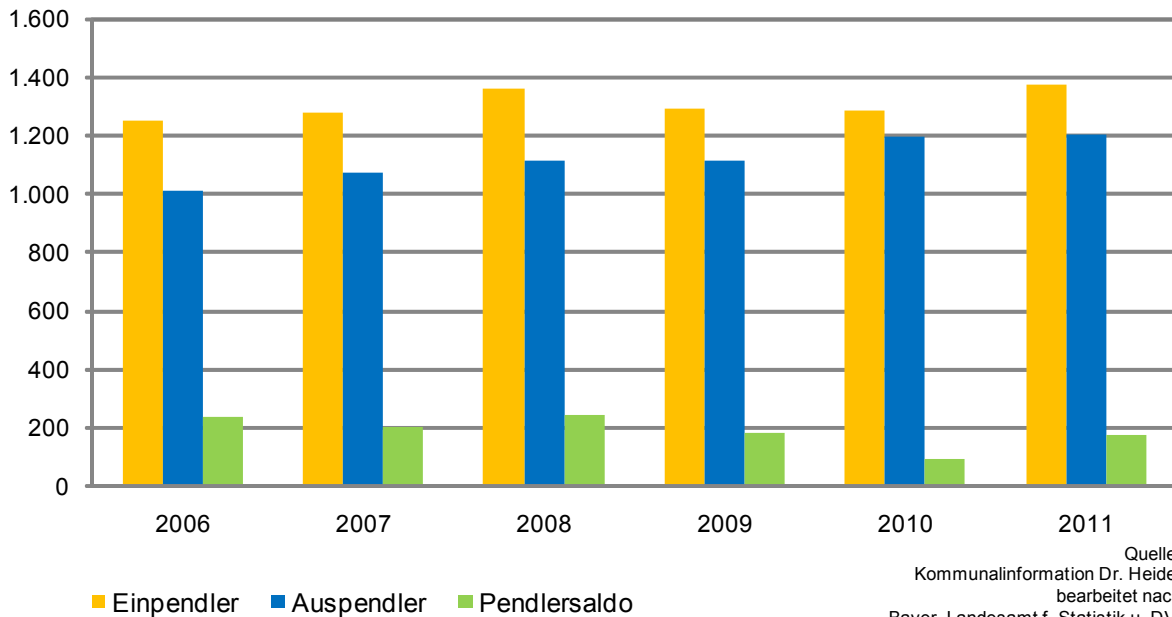
### Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten / Einwohner 2006-2011 (2006=100%)



Quelle:  
 Kommunalinformation Dr. Heider  
 bearbeitet nach Bayer. Landesamt f. Statistik u. DV,  
 München 2012, Dr. Heider 2012

- Die vergleichsweise stark ausgeprägte Arbeitsplatzfunktion Babenhausens zeigt sich auch bei den Pendlerzahlen. Laut Angaben<sup>13</sup> des Statistischen Landesamtes stehen in Babenhausen 1.205 Auspendler 1.377 Einpendler gegenüber (jeweils über Gemeindegrenzen). Der Pendlersaldo ist somit erkennbar positiv (+ 172).

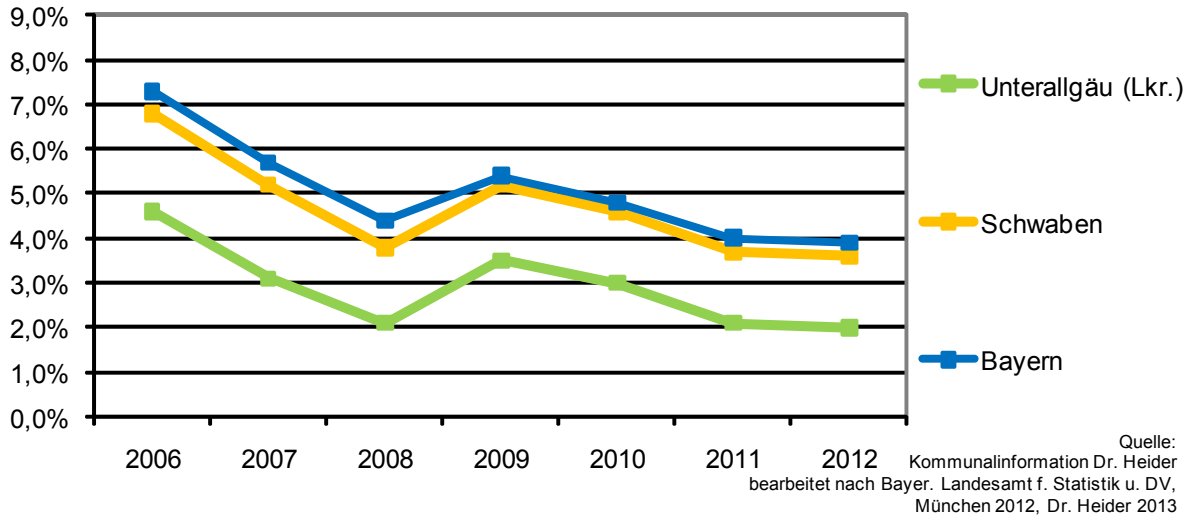
### Pendleraufkommen 2006-2011



- Die Arbeitslosenquote ist im Freistaat Bayern, dem Bezirk Schwaben und dem Landkreis Unterallgäu von 2006 bis 2008 stetig gesunken. Zwischen 2008 und 2009 war in Folge der Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise im Rahmen des allgemeinen Trends auch im Landkreis Unterallgäu ein merklicher Anstieg der Arbeitslosenzahlen zu verzeichnen. Seither ging die Arbeitslosenquote wieder zurück. 2011 wurde durchwegs wieder etwa das niedrige Niveau von 2008 erreicht, 2012 sanken die Arbeitslosenquoten teils nochmals leicht. Insgesamt betrachtet stehen alle Vergleichsregionen aktuell nahezu vor einer Vollbeschäftigung.

<sup>13</sup> Stand: 30.06.2011.

### Entwicklung der Arbeitslosenquote 2006-2012 (jeweils 30.6.)



- ▶ Im Markt Babenhausen waren zum Stand 12.2012 laut Angaben der Bundesagentur für Arbeit 67 Personen arbeitslos. Rund 15% von diesen waren unter 25 Jahre.

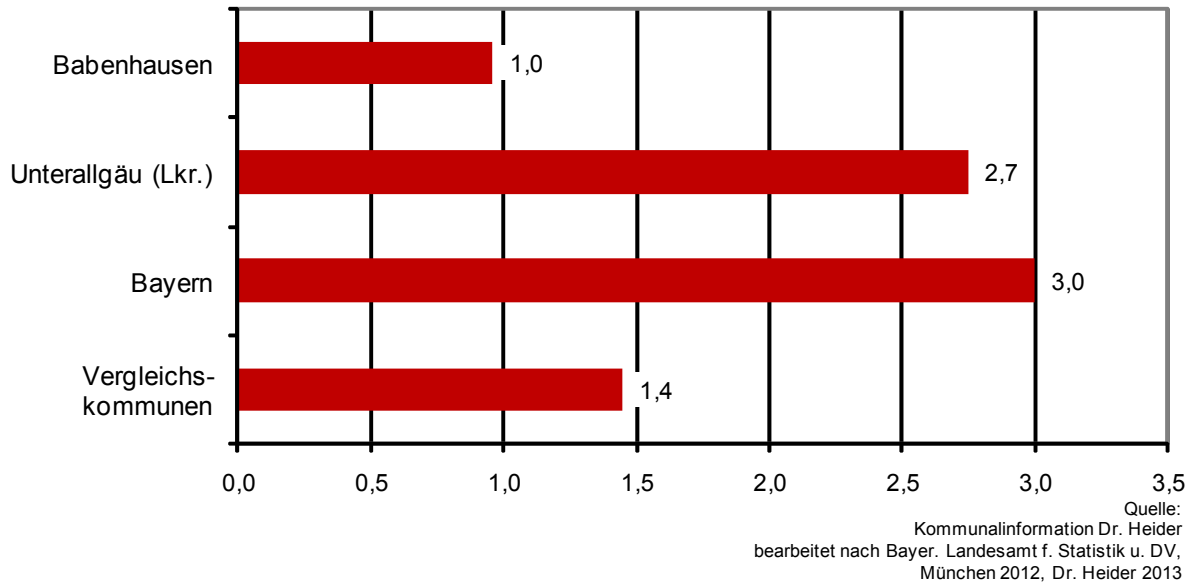
### 3.3.3 Sonstige Wirtschaftsindikatoren – Wohnungsbau, Schulden und Tourismus

- ▶ Bei der Anzahl der Wohnungsfertigstellungen im Jahr 2011 wird in Babenhausen trotz der relativ guten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen die im Vergleich niedrigste Quote erreicht. Während im Landkreis Unterallgäu 2,7 Wohneinheiten pro 1.000 Einwohner sowie in Bayern sogar 3,0 Wohneinheiten pro 1.000 Einwohner hinzukamen und es in den Vergleichskommunen immerhin noch 1,4 Wohneinheiten pro 1.000 Einwohner waren, war der Wohnimmobilienzuwachs im Markt Babenhausen mit 1,0 Einheiten deutlich niedriger. Durch das im März 2012 neu ausgewiesene, vergleichsweise attraktiv gelegene Wohnbaugelände „Weinrieder Feld“ mit einer Reihe von Bauplätzen für Ein- bzw. Zweifamilienhäuser kann die Wohnbaufertigstellungsquote des Marktes Babenhausen in den nächsten Jahren jedoch möglicherweise erkennbar gesteigert werden.<sup>14</sup>

Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass im Flächennutzungsplan des Marktes Babenhausen bzw. im zugehörigen Erläuterungsbericht ein Defizit von 75 Wohneinheiten ausgewiesen wird. Die unterdurchschnittliche Wohnfertigstellungsquote bzw. der Nachholbedarf im Wohnungsbau scheint somit erkannt zu sein, entsprechende Gegenmaßnahmen wurden bzw. werden eingeleitet.

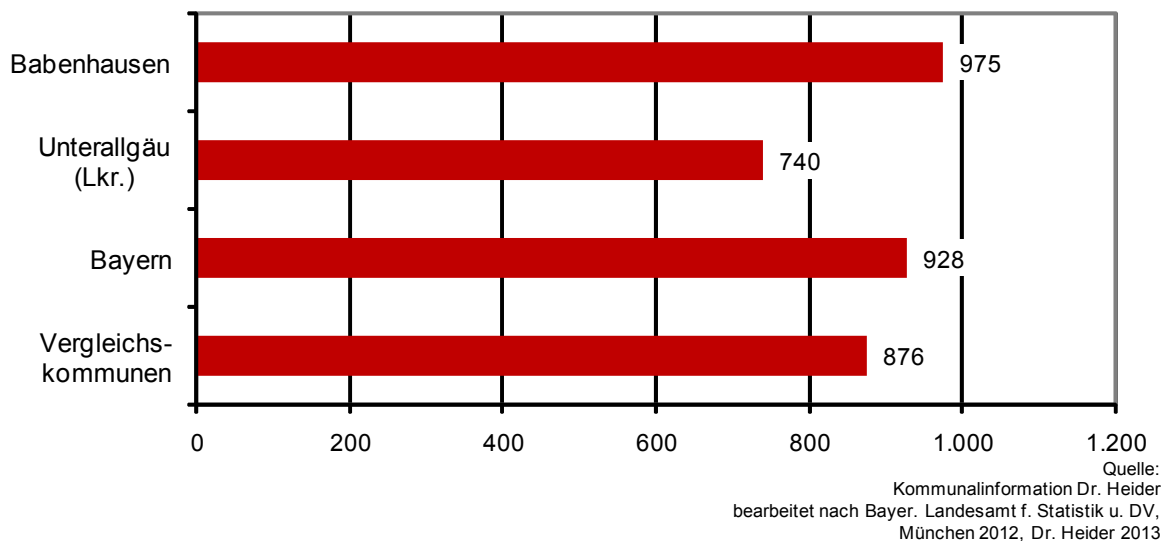
<sup>14</sup> Im Zuge der Vor-Ort-Erhebungen konnte eine vergleichsweise hohe Bautätigkeit festgestellt werden.

### Wohnungsfertigstellungen / 1.000 Einwohner 2011



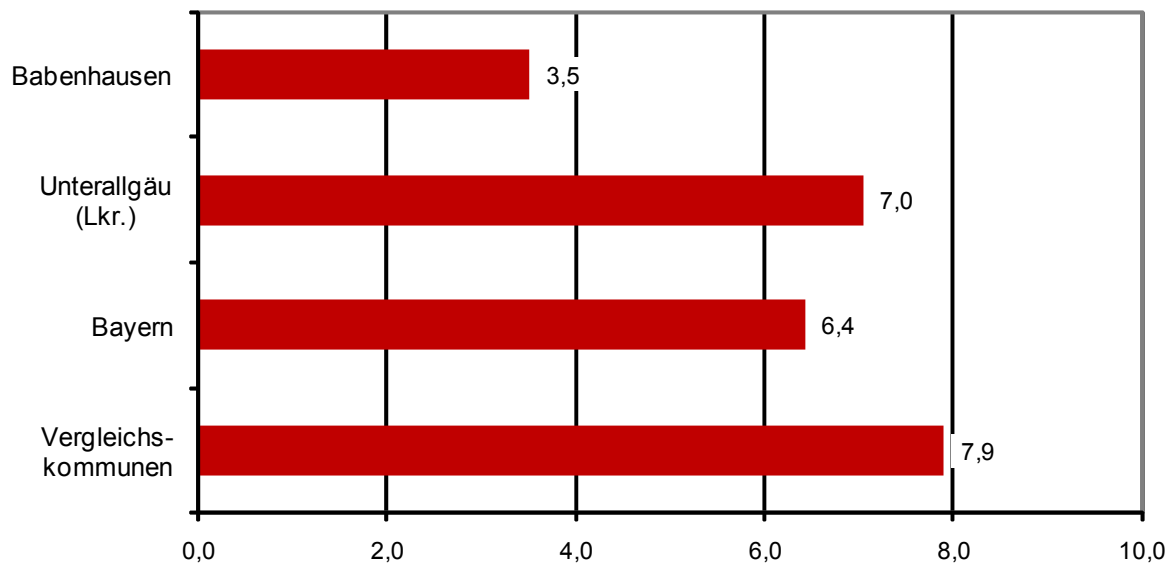
- Die Höhe der Pro-Kopf-Verschuldung stellt sich folgendermaßen dar: Während die Marktgemeinde Babenhausen 2011 durchschnittlich mit 975 Euro pro Einwohner verschuldet war, liegen die Quoten in den Vergleichsregionen durchwegs niedriger. Der Landkreis Unterallgäu weist mit einem Wert von 740 Euro pro Einwohner die mit Abstand niedrigste Verschuldungsquote auf. Danach folgen der Durchschnittswert der Vergleichskommunen (876 Euro je Einwohner) sowie der aller Kommunen in Bayern (928 €). Ergänzend ist jedoch anzufügen, dass sich der Verschuldungsstand Babenhausens zwischen 2006 und 2011 leicht verringert hat, die o.g. Quote sank um ca. 3,5%.

### Schulden / Einwohner 2011 in Euro



- ▶ Babenhausen weist v.a. aufgrund des am Ort befindlichen Familiensitzes der Familie Fugger, inklusive des Fuggerschlosses (heute: Fuggermuseum), und der Fuggerkirche St. Andreas eine nicht nur historische, sondern auch eine touristische Bedeutung auf. Hinzu kommen weitere, v.a. kirchliche Prachtbauten, die landschaftlich ebenso reizvolle wie abwechslungsreiche Lage im Günztal sowie verschiedene Freizeit-/Sportangebote in und um Babenhausen (u.a. Wassertretanlage, Naturfreibad, Mini-golfanlage etc.).
- ▶ Als Tourismusdestination bzw. speziell als Übernachtungsstandort ist die Marktgemeinde trotz des bedeutenden historischen Erbes hingegen von eher nachrangiger Bedeutung. Dies wird deutlich, wenn man die Übernachtungszahlen mit der Einwohnerzahl ins Verhältnis setzt: Babenhausen weist 2011 rund 3,5 Übernachtungen je Einwohner auf, was zwar als respektable Wert einzustufen ist, aber (deutlich) hinter den Quoten der Vergleichsregionen liegt. Der Wert des Landkreises Unterallgäu ist mit 7,0 Übernachtungen pro Einwohner doppelt so hoch, in den Vergleichskommunen liegt dieser nochmals höher (7,9). Bayern wies 2011 6,4 Übernachtungen pro Einwohner auf.<sup>15</sup>

### Übernachtungen / Einwohner 2011



Quelle:  
Kommunalinformation Dr. Heider  
bearbeitet nach Bayer. Landesamt f. Statistik u. DV,  
München 2012, Dr. Heider 2013

<sup>15</sup> Gilt jeweils für Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben (mit einer Kapazität von 9 oder mehr Betten) übernachten. Tagesgäste sind in der Statistik nicht erfasst.

- ▶ Die Entwicklung der Übernachtungszahlen je Einwohner ist in Babenhausen zudem negativ einzustufen. Im Jahresvergleich 2006 zu 2011 ist im Gemeindegebiet von Babenhausen ein erkennbar negativer Verlauf (- 10,2%) festzustellen, während Bayern deutlich zulegen konnte (+ 7,5%). Im Landkreis Unterallgäu (jeweils – 2,4%) verlief die Entwicklung jedoch ebenfalls leicht negativ.
- ▶ Ergänzend zu den relativ niedrigen Übernachtungszahlen ist anzuführen, dass aufgrund der eher für Tagesgäste wirksamen Anziehungspunkte der Marktgemeinde im Freizeit- und Kulturbereich der Tourismus dennoch einen nicht zu unterschätzenden, ergänzenden Wirtschaftsfaktor darstellt. Zahlen zur Höhe und Anzahl der Tagestouristen werden in der amtlichen Statistik des statistischen Landesamtes jedoch nicht erfasst und können daher auch nicht ausgewiesen werden.



## 4 Der Einzelhandelsstandort Babenhausen

### 4.1 Marktgebiet und Kaufkraft

#### 4.1.1 Raumsituation und Marktgebiet

Der Markt Babenhausen hat in seiner Funktion als Unterzentrum mit einem relativ großen, zugehörigen Nahbereich<sup>16</sup> nicht nur eine lokale, sondern auch eine gewisse überörtliche Versorgungsfunktion zu erfüllen. Umliegende Mittel- und Oberzentren, wie z.B. Memmingen oder Krumbach und Illertissen, wirken jedoch eine begrenzende Wirkung aus.

Für die Abgrenzung des Marktgebietes<sup>17</sup> einer Stadt bzw. einer Gemeinde sind insbesondere die Erreichbarkeit des Einzelhandelsstandortes, die Attraktivität des dort bestehenden Angebotes sowie die regionale Wettbewerbssituation von entscheidender Bedeutung. Teilweise spielen auch historisch bedingte Einkaufs-/Wirtschaftsbeziehungen sowie subjektive Verbraucherentscheidungen eine wichtige Rolle. Auch Pendlerverflechtungen sind zu beachten.

Die Abgrenzung des Marktgebietes der Marktgemeinde Babenhausen erfolgte im Wesentlichen auf folgender Grundlage:

- ▶ der vorhandene Einzelhandelsausstattung in Babenhausen
- ▶ der Einzelhandelsausstattung im Umland, d.h. in den umliegenden Wettbewerbsstädten
- ▶ der Erfassung der Zeit- und Wegedistanzen zwischen Babenhausen und den Wohnorten der potenziellen Verbraucher
- ▶ den nahezu 4.900 Kundenerfassungen der teilnehmenden Händler<sup>18</sup>
- ▶ den Pendlerverflechtungen im Untersuchungsraum.

Zum Marktgebiet von Babenhausen werden dabei nur Gemeinden gerechnet, aus denen ein nennenswerter Anteil (mind. 10%) der dort verfügbaren Kaufkraft in Babenhausen gebunden wird. Weitere Umsätze (d.h. von Bewohnern außerhalb des Marktgebietes liegender Gemeinden, von Besuchern und Zufallskunden) werden ergänzend in Form

---

<sup>16</sup> Zum Nahbereich von Babenhausen zählen gemäß Regionalplan der Region Donau-Iller neben der Marktgemeinde selbst auch die angrenzenden Gemeinden Kettlershausen, Kirchhaslach, Oberschönnegg, Egg a.d.Günz und Winterrieden.

<sup>17</sup> Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, innerhalb dessen sich die Verbraucher überwiegend zum Einkauf in die Einzelhandelsbetriebe der Untersuchungsgemeinde (hier: Babenhausen) orientieren.

<sup>18</sup> Erfassungszeitraum: 17./18. bis 26./27. April 2013.

von sog. Streuumsätzen berücksichtigt. Innerhalb des Marktgebietes bestehen üblicherweise, auch aufgrund wachsender Entfernungen, ausgeprägte Unterschiede in der Höhe der Bindung an den Einzelhandel von Babenhausen. Die zonale Gliederung des Marktgebietes soll dies verdeutlichen (vgl. nachfolgende Karte).

Das aktuelle Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Babenhausen umfasst die Einwohner der Gemeinde Babenhausen sowie rund 10.560 Einwohner aus den angrenzenden Gemeinden Kettershausen, Kirchhaslach, Oberschöneegg, Egg a.d.Günz, Winterrieden, Osterberg, Oberroth, Unterroth und Boos. Somit geht das Marktgebiet Babenhausens deutlich über seinen landesplanerischen Nahbereich hinaus und weist derzeit insgesamt etwa 15.760 Einwohner auf. Im Vergleich zur Vorgängeruntersuchung aus dem Jahr 1999 hat sich die räumliche Ausdehnung des Marktgebietes damit nochmals vergrößert; zu dem für ein Unterzentrum dieser Größe bereits vorher relativ umfangreichen Marktgebiet kommt gemäß den aktuellen Kundenzählungen in den teilnehmenden Einzelhandelsbetrieben zusätzlich die Gemeinde Boos hinzu.

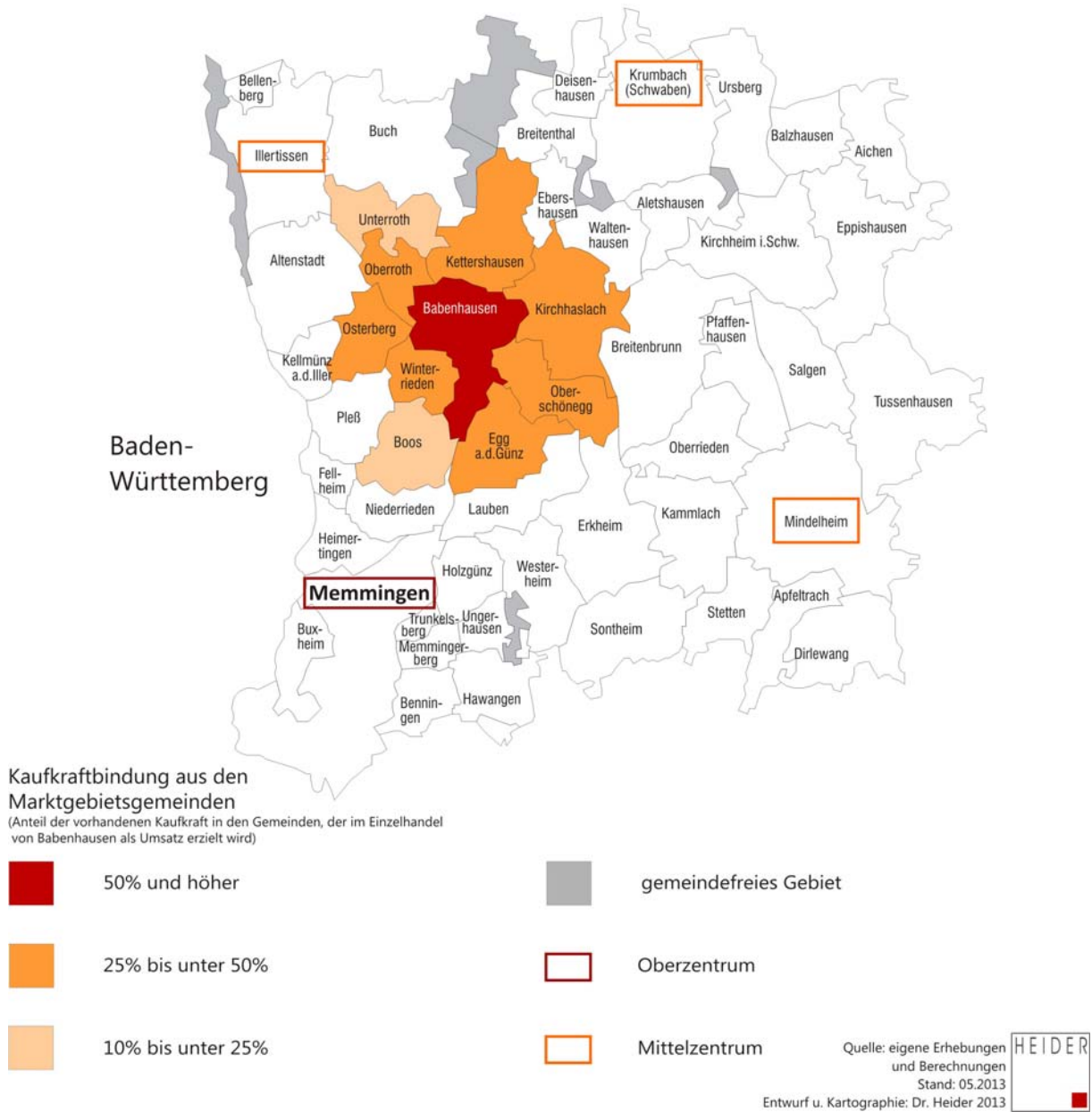
Im Vergleich zur Einzelhandelsuntersuchung aus dem Jahr 1999 hat sich nicht nur die Zusammensetzung des Marktgebietes verändert, auch die erzielten Kaufkraftbindungsquoten in den zum Marktgebiet gehörigen Gemeinden haben sich etwas verschoben. Insbesondere in den Randgemeinden des Marktgebietes (v.a. in Winterrieden, Kettershausen, Egg a.d. Günz) konnte die Kaufkraftbindung der Babenhausener Einzelhandelsbetriebe in der Summe leicht gesteigert werden. Dies ist neben dem deutlichen Angebotsausbau in Babenhausen (u.a. im Lebensmittelbereich) vermutlich auch auf einen Rückgang der Eigenversorgung in diesen Gemeinden<sup>19</sup> zurück zu führen.

Insgesamt betrachtet konnte Babenhausen seine bereits 1999 überdurchschnittlich hohe Marktbedeutung trotz eines sich verschärfenden Wettbewerbes in den größeren Orten/Zentren des Umlandes und auch den erfolgten Betriebsschließungen am Ort insgesamt festigen.

---

<sup>19</sup> Z.B. durch vormals ansässige Lebensmittelhandwerksbetriebe oder kleinere Lebensmittelhändler etc.

### Das Marktgebiet und die Kaufkraftbindung aus dem Marktgebiet von Babenhausen



#### 4.1.2 Die Kaufkraft im Marktgebiet

Das vorhandene Kaufkraftvolumen im Marktgebiet ist die Summe der einzelhandelsrelevanten Ausgaben der Einwohner des Marktgebietes. Ermittelt wird diese aus der Bevölkerungszahl multipliziert mit den sortimentspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben. Die Pro-Kopf-Ausgaben im Marktgebiet wurden auf Basis von durchschnittlichen Ausgabenbeträgen in der Bundesrepublik sowie unter Berücksichtigung der im Marktgebiet vorliegenden Abweichungen vom bundesdeutschen Kaufkraftdurchschnitt ermittelt. Die hier-

bei vorliegenden Kaufkraftkennziffern der 'Michael Bauer Research GmbH' weisen für den Markt Babenhausen aktuell ein leicht über dem bundesdeutschen Durchschnitt liegendes Kaufkraftniveau aus (Babenhausen: 103,8 / bundesdeutscher Durchschnitt: 100,0). In den Gemeinden des überörtlichen Marktgebietes liegen die Kaufkraftwerte hingegen nahezu durchwegs leicht unter dem bundesdeutschen Durchschnittswert. Im Vergleich zur Vorgängeruntersuchung des Jahres 1999 haben sich die Kaufkraftwerte der zum Marktgebiet von Babenhausen gehörenden Gemeinden insgesamt (leicht) positiv entwickelt.

Die Ermittlung der durchschnittlichen Ausgabenbeträge je Einwohner erfolgte in eigenen Berechnungen und Abgleichungen auf Grundlage vorliegender Zahlenmaterialien des Statistischen Bundesamtes und verschiedener Marktforschungsinstitute wie der Michael Bauer Research GmbH und der INFAS Geomarketing GmbH.

- ▶ Das Kaufkraftvolumen, das in Babenhausen und seinem Marktgebiet für Ausgaben im Einzelhandel bereitsteht, beträgt aktuell insgesamt etwa 86,0 Mio. €. Hiervon steht für den Lebensmittelsektor mit 33,2 Mio. € (= rund 39% des Kaufkraftpotenziales) der größte Einzelanteil zur Verfügung.
- ▶ In Babenhausen selbst beträgt das potenziell für den Einzelhandel zur Verfügung stehende Kaufkraftvolumen rund 29,4 Mio. €.
- ▶ In den Gemeinden des überörtlichen Marktgebietes summiert sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial somit auf weitere insgesamt rund 56,6 Mio. €. Hierbei ist jedoch zu betonen, dass aufgrund der Wettbewerbsstädte im Umland sowie auch des begrenzten Besatzes in Babenhausen nur ein Teil dieses Kaufkraftvolumens nach Babenhausen fließt. Dies ist jedoch nicht ungewöhnlich, sondern in den Marktgebieten jedes anderen Einzelhandelsstandortes genauso – selbst in den dicht besetzten Oberzentren.

Ergänzend dazu ist auf der Nachfrageseite auch auf die in den letzten Jahren gewachsene und perspektivisch weiter zunehmende Bedeutung des Onlinehandels anzuführen: In einzelnen Branchen (v.a. Bücher, Elektrogeräte, aber teils auch bei Schuhen und Bekleidung) weist der E-Commerce eine beachtliche Marktbedeutung auf. Schätzungen gehen davon aus, dass derzeit rund 5-10%<sup>20</sup> des gesamten bundesdeutschen Einzelhandelsumsatzes auf das virtuelle Einkaufen entfallen. Auch diese Entwicklung geht zumindest in Teilen zu Lasten der lokalen Kaufkraftbindung in Babenhausen.

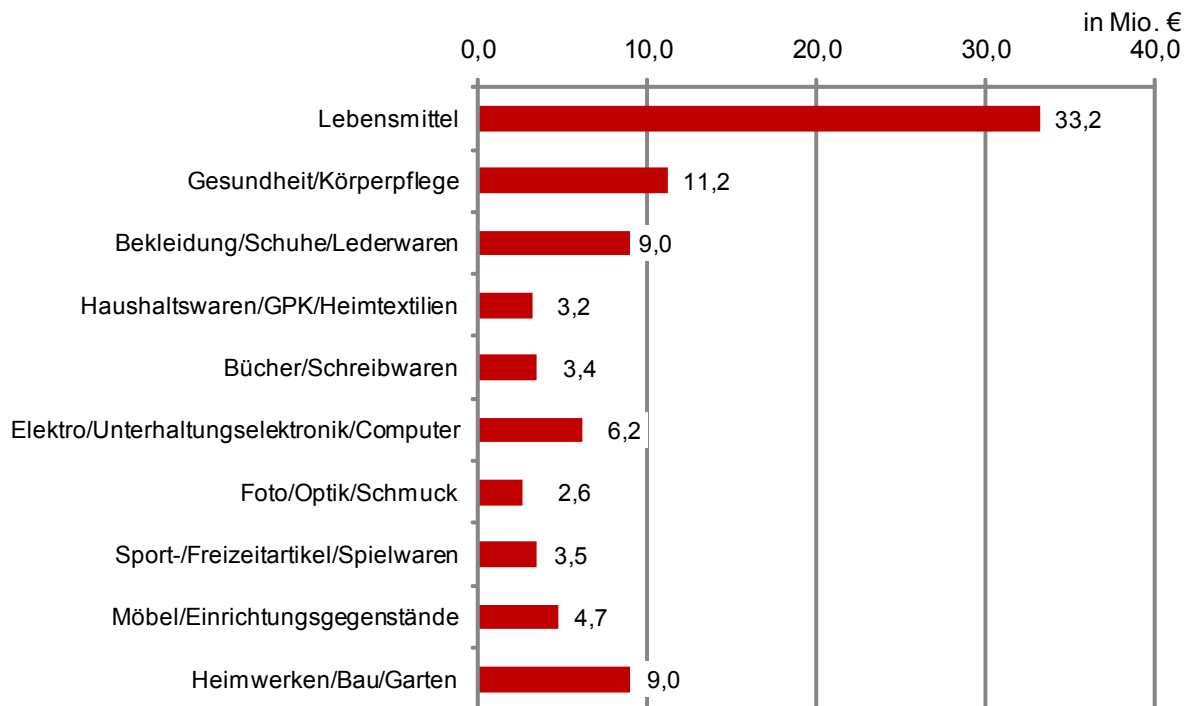
- ▶ Auch in den einzelnen Warenbereichen bestehen aufgrund der unterschiedlichen Angebots- und Wettbewerbssituation in Babenhausen bzw. im Babenhausener Umland zonale Unterschiede hinsichtlich des dem Einzelhandelsstandort Babenhausen zurechenbaren Kaufkraftvolumens der Bevölkerung angrenzender Gemeinden: Die Versorgungsbedeutung Babenhausens für die überörtlichen Gemeinden des Markt-

---

<sup>20</sup> Gemäß den offiziellen Angaben des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels entfielen 2011 8,2% des Einzelhandelsumsatzes auf den Versandhandel (inkl. Internethandel).

gebietes hängt stark von der Frichtigkeit des jeweiligen Sortiments und der Entfernung von Babenhausen zur jeweiligen Gemeinden ab. Kurz: Je kurzfristiger das Sortiment und je weiter die Entfernung, desto geringer ist normalerweise die Versorgungsbedeutung Babenhauseus für die jeweilige Gemeinde.

### Kaufkraftvolumen im Marktgebiet nach Branchen



Quelle:  
eigene Berechnungen und Erhebungen,  
Dr. Heider 2013

#### 4.1.3 Kaufkraftorientierung im Marktgebiet und Kaufkraftbindung des Einzelhandels in Babenhausen

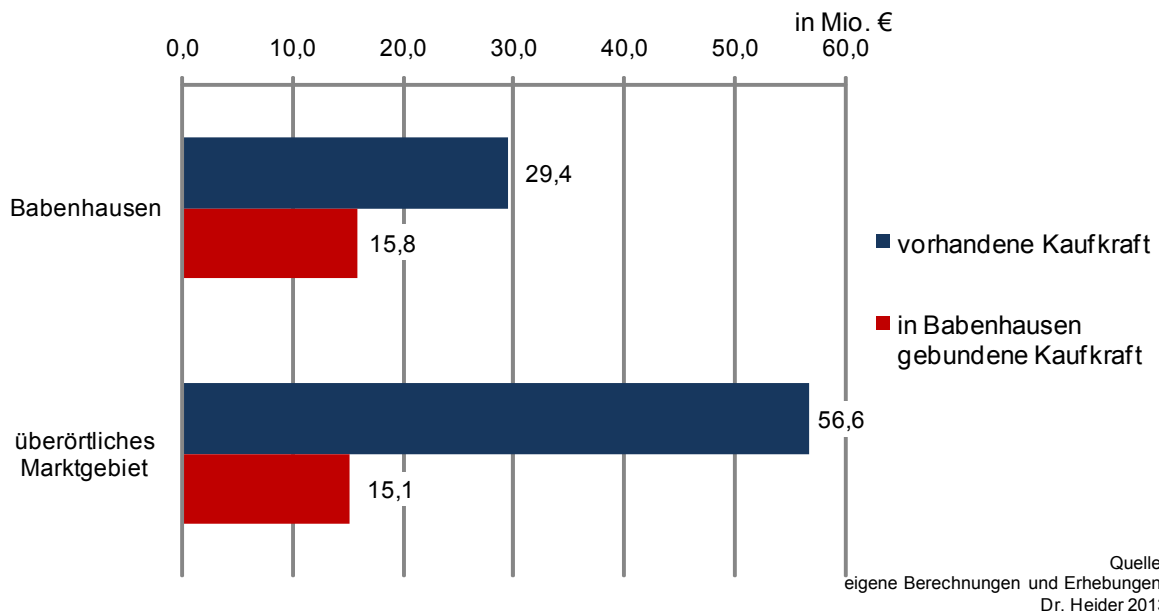
Die Kaufkraftströme in Babenhausen wurden mittels einer sortimentsdifferenzierten Auswertung und Quantifizierung bestehender Einkaufsorientierungen sowie Einzelhandelsangebote im Marktgebiet und dessen Umland ermittelt. Die Kaufkraftbindung in Babenhausen als der Anteil der im Marktgebiet bereitstehenden Kaufkraft, die durch die aus dem Marktgebiet auf Babenhausen gerichteten Ausgaben im Einzelhandel von Babenhausen umgesetzt wird, wurde auf Grundlage der Kaufkraftbewegungen im Marktgebiet sowie der in Babenhausen erzielten Einzelhandelsumsätze berechnet.

- ▶ Innerhalb des Marktgebietes weist Babenhausen mit 29,4 Mio. € nur gut 34% des gesamten Kaufkraftpotenziales im Marktgebiet auf. Über Babenhausen hinaus, d. h.

in den übrigen Gemeinden des Marktgebietes, stehen noch einmal 56,6 Mio. € an Kaufkraftvolumen für den Einzelhandel bereit.

- ▶ Etwa 40% der im gesamten Marktgebiet vorhandenen Kaufkraft wird derzeit durch den Babenhausener Einzelhandel gebunden. Dies ist unter Berücksichtigung der eher geringen Größe und der zentralörtlichen Funktion/Bedeutung der Marktgemeinde sowie auch der relativ kurzen Entfernung zu verhältnismäßig starken Wettbewerbsstädten im Umland (v.a. Illertissen, Krumbach, Memmingen) als vergleichsweise hoher Wert einzustufen. Von der nicht gebundenen Kaufkraft aus dem Marktgebiet verbleibt ein (geringer) Teil in den Gemeinden des Marktgebietes, ein weiterer, deutlich größerer Teil fließt nach außerhalb des Marktgebietes (z.B. in die umliegenden Mittel- und Oberzentren).

### In Babenhausen gebundene Kaufkraft des Marktgebietes 2013

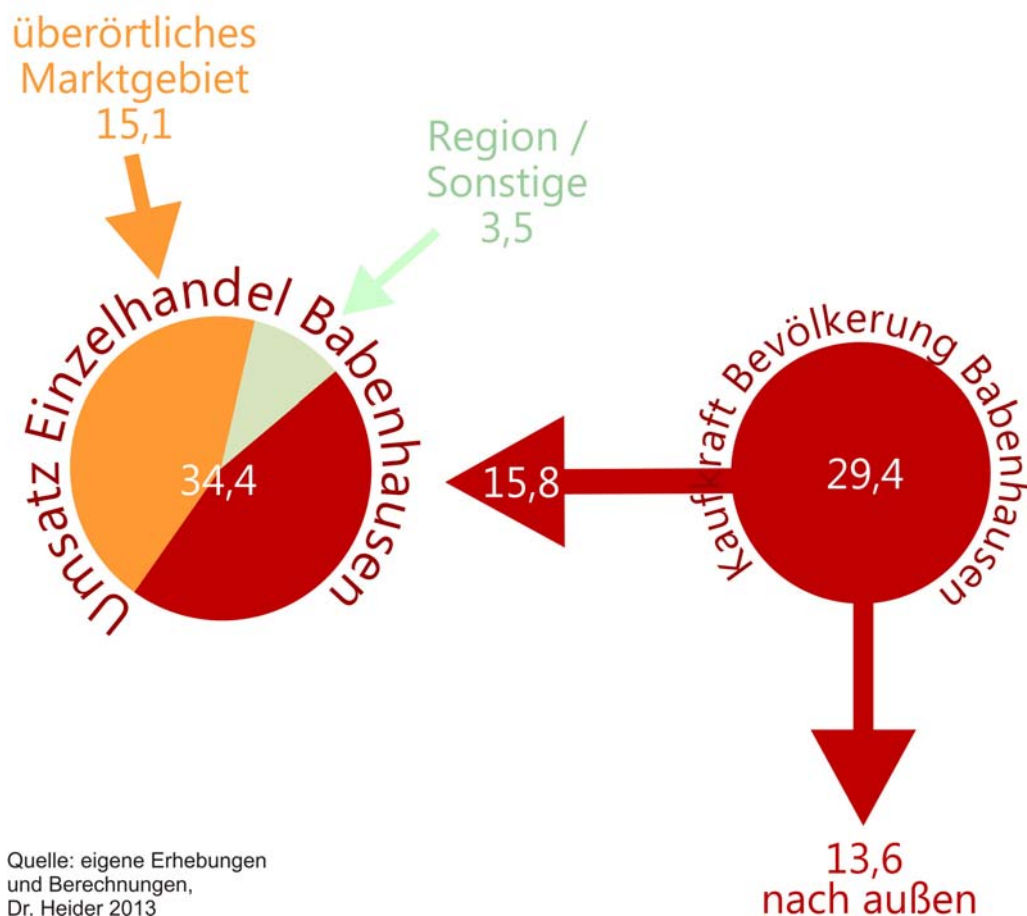


- ▶ Von den 29,4 Mio. € einzelhandelsrelevanter Kaufkraft der Bevölkerung in Babenhausen werden 15,8 Mio. € vor Ort gebunden; dies entspricht einem für ein Unterzentrum recht hohen Anteil von insgesamt 54% (über alle Warengruppen). Ca. 13,6 Mio. € des in Babenhausen vorhandenen Kaufkraftvolumens fließen derzeit demnach ab – vorwiegend in die umliegenden Mittel- und Oberzentren. Gründe hierfür sind v.a. fehlende bzw. nur eingeschränkt / teilweise vorhandene Angebote im eigenen Einzelhandelsbesatz (z.B. im Möbelbereich, bei Sportartikeln) sowie die hohe Einzelhandelsattraktivität und Umlandwirkung der umliegenden Wettbewerbsstädte.
- ▶ Aus den Gemeinden des überörtlichen Marktgebietes werden zusammen ca. 15,1 Mio. € bzw. rund 27% der dort vorhandenen Kaufkraft in Babenhausen gebunden.

Auch dieser Wert ist im Vergleich mit anderen Gemeinden / Städten ähnlicher Größenordnung und Versorgungsfunktion als recht guter Wert einzustufen.

- ▶ Der Einzelhandelsumsatz in Babenhausen beträgt aktuell in der Summe ca. 34,4 Mio. €. Etwas weniger als die Hälfte (ca. 46%) der Umsätze des Einzelhandels in Babenhausen kommen aus der Marktgemeinde selbst, die weiteren Umsätze (18,6 Mio. € bzw. ca. 54% des Gesamtumsatzes) stammen aus dem Marktgebiet bzw. werden durch Streuumsätze aus der Region bzw. durch Touristen generiert. Die Umsatzzusammensetzung verdeutlicht die relativ hohe regionale Ausstrahlungskraft des lokalen Einzelhandels.
- ▶ Im Vergleich zur Vorgängeruntersuchung aus dem Jahr 1999 hat sich der Umsatz damit deutlich erhöht (um nahezu 7 Mio. € bzw. ca. 24%), auch die Umsatzzusammensetzung hat sich etwas verändert. Dies ist größtenteils auf die deutliche Zunahme des Verkaufsflächenbesatzes (vgl. Kap. 2.2) zurückzuführen. Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass der festgestellte Anstieg des erzielten Umsatzes in Babenhausen inflationsbereinigt erkennbar niedriger wäre.

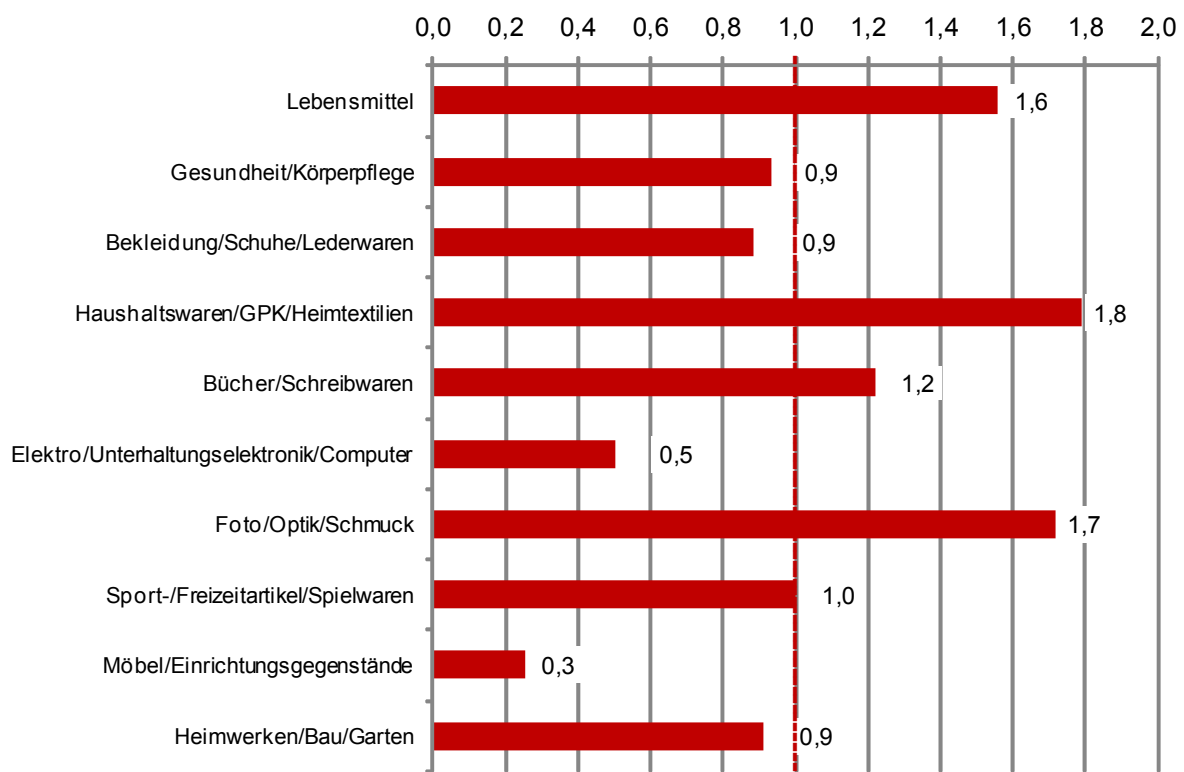
### Kaufkraftorientierung und Zusammensetzung der Umsätze in Babenhausen 2013 (in Mio. €)





- Die trotz der begrenzten raumordnerischen Versorgungsfunktion als Unterzentrum recht hohe überörtliche Bedeutung des ansässigen Einzelhandels verdeutlichen auch die Zentralitätswerte<sup>21</sup> Babenhausens in den Hauptsortimentsgruppen (vgl. nach folgende Grafik). Fast die Hälfte der Branchenbereiche weist per Saldo (deutliche) Kaufkraftzuflüsse auf. Besonders hoch sind diese bei Haushaltswaren/GPK/Heimtextilien, Foto/Optik/Schmuck und Lebensmitteln. Eine erkennbar begrenzte Umlandwirkung bzw. überörtliche Ausstrahlungskraft ist aufgrund des eingeschränkten Angebotes hingegen in den Bereichen Möbel/Einrichtungsgegenstände und Elektro/Unterhaltungselektronik/Computer festzustellen. Alle anderen Branchenbereiche weisen etwa durchschnittliche Werte auf.

### Zentralität nach Branchengruppen



<sup>21</sup> Zentralität einer Branchengruppe: in einer Branchengruppe erzielte Umsätze in Babenhausen in Relation zu der in der jeweiligen Branchengruppe vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Babenhausener Bevölkerung. Dabei bedeuten Werte größer 1, dass mehr Kaufkraft in den Einzelhandel Babenhausens zufließt, als aus Babenhausen abfließt.



## 4.2 Interkommunaler Vergleich des Einzelhandels in Babenhausen

Ein Hinweis auf die Bedeutung und Ausbaumöglichkeiten als Einzelhandelsstandort lässt sich im interkommunalen Vergleich gewinnen. Allerdings können derartige Vergleiche nur bedingt die Bedeutung der jeweiligen Lage- und Strukturgegebenheiten einer Kommune ausdrücken – Faktoren welche bei einer weitergehenden Interpretation und Analyse zu Ausbaustand und Entwicklungsfähigkeit als Einzelhandelsstandort unbedingt berücksichtigt werden müssen.

### Der Einzelhandel von Babenhausen im Strukturvergleich

	Laden- ge- schäfte	Ein- wohner (Haupt- wohnsitz)	Einwoh- ner im Marktge- biet (inkl. Standort)	Umsatz in Mio. €	Ver- kaufs- fläche in 1.000 m <sup>2</sup>	Umsatz je Einw. in €	V.fl. je Einw. in m <sup>2</sup>	Umsatz/ m <sup>2</sup> V.fl. in €	V.fl./ Laden in m <sup>2</sup>	Anteil V.fl. der Innen- stadt/ Ortsmitte in %
Babenhausen 1999	63	5.339	13.840	27,7	9,0	5.190	1,7	3.065	143	47,8 *
<b>Babenhausen 2013</b>	<b>62</b>	<b>5.205</b>	<b>15.760</b>	<b>34,4</b>	<b>12,4</b>	<b>6.609</b>	<b>2,3</b>	<b>2.765</b>	<b>201</b>	<b>28,3**</b>
Asbach- Bäumenheim	22	4.301	10.485	13,8	5,3	3.209	1,2	2.582	243	31,4
Brannenburg	51	5.718	11.279	27,1	6,6	4.733	1,2	4.106	129	67,7
Oettingen	77	5.028	16.906	35,3	12,7	7.022	2,5	2.784	165	44,7
Thannhausen	59	5.979	20.300	43,0	14,2	6.976	2,4	2.962	240	24,6

\* = alter Ortskern + Auf der Wies; \*\* analoge Abgrenzung (= „Untersuchungsgebiet Ortsmitte“ in dieser Untersuchung)

Quelle: Asbach-Bäumenheim: 2012, Brannenburg: 2012, Oettingen i.Bay.: 2011, Thannhausen: 2010, Babenhausen: 1999, eigene Berechnungen Dr. Heider 2013

Zum Strukturvergleich dienen Asbach-Bäumenheim, Brannenburg, Oettingen i. Bay. und Thannhausen als ebenfalls im ländlichen Raum gelegene Referenzstandorte mit vergleichbarer Einwohnerzahl und gleicher zentralörtlicher Versorgungsfunktion.

- Insgesamt ist die Einzelhandelsausstattung seit der Vorgängeruntersuchung aus dem Jahr 1999 trotz tendenziell rückläufiger Einwohnerzahlen in Babenhausen, zumindest was den Verkaufsflächenbesatz betrifft, deutlich angestiegen. Während die Anzahl der Geschäfte um einen Betrieb leicht abnahm, ist die Gesamtverkaufsfläche am Ort stark gewachsen (+ 37,7%). Ähnliches gilt auch für den Gesamtumsatz im Einzelhandel (+ 24,2%). Damit liegt die Einzelhandelsentwicklung in Babenhausen

im Trend der bundesdeutschen Entwicklung: einer Abnahme der Betriebe steht eine stetige Zunahme der Verkaufsfläche gegenüber.

Vergleicht man die Städte / Gemeinden untereinander, zeigt sich folgendes Bild:

- ▶ Der Einzelhandelsbesatz in Babenhausen ist trotz verschiedener Geschäftsaufgaben seit den Erhebungen zur Vorgängeruntersuchung aufgrund von gleichzeitig erfolgten Neuansiedlungen und Betriebserweiterungen hinsichtlich der Anzahl der Geschäfte nahezu gleich geblieben, die Gesamtverkaufsfläche im Gemeindegebiet ist sogar deutlich gewachsen. Damit ist der Gesamtbesatz unverändert als recht hoch einzustufen. Dies zeigt auch der Vergleich mit den Referenzstädten/-gemeinden: Babenhausen weist nach Oettingen i. Bay. die zweithöchste Anzahl an Betrieben auf und nimmt einen der vorderen Plätze bzgl. der Verkaufsflächenausstattung ein.
- ▶ Ähnliches gilt für den Umsatz je Einwohner; hier kann Babenhausen mit rund 6.610 € Umsatz je Einwohner ebenfalls einen relativ hohen Wert vorweisen. Hinsichtlich der durchschnittlichen Flächenleistungen der Betriebe (Umsatz je Verkaufsfläche) muss Babenhausen im Gegenzug jedoch Abschläge hinnehmen: durch den relativ hohen Einzelhandelsbesatz und das eher begrenzte Marktgebiet ist auch die Wettbewerbswirkung der Betriebe untereinander recht hoch, was in Teilen zu reduzierten Flächenleistungen je Betrieb führt. Insgesamt betrachtet ist die durchschnittliche Flächenleistung der Betriebe dennoch immer noch als akzeptabel einzustufen, wenngleich nicht ausgeschlossen werden kann, dass einzelne Betriebe am Rande der wirtschaftlichen Tragfähigkeit arbeiten.
- ▶ Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Ladeneinheit im Einzelhandel von Babenhausen hat seit 1999 analog zur seither angestiegenen Verkaufsflächenausstattung ebenfalls erkennbar zugenommen – insgesamt betrachtet um durchschnittlich nahezu 60 m<sup>2</sup> pro Betrieb bzw. um ca. 0,6 m<sup>2</sup> je Einwohner in Babenhausen. Sie ist auch im Vergleich als relativ hoch einzustufen, wenngleich es gerade in der Ortsmitte eine Reihe von kleinteiligen Betrieben gibt. Die großen Lebensmittelmärkte und Fachmärkte im Gemeindegebiet heben den Mittelwert jedoch deutlich an.
- ▶ Eine weitere wichtige Kennzahl stellt der Anteil der Verkaufsfläche der Innenstadt bzw. der Ortsmitte dar. Der Anteil der Verkaufsfläche in der Ortsmitte von Babenhausen bzw. im sog. „Untersuchungsgebiet Ortsmitte“, das in etwa mit den beiden Standortkategorien „alter Ortskern“ plus „Auf der Wies“ des Vorgängergutachtens identisch ist<sup>22</sup>, liegt mit aktuell gut 28% nicht nur im unteren Bereich der Vergleichskommunen, sondern nimmt nach Thannhausen den zweitniedrigsten Wert ein. Zudem hat sich der Anteil der Verkaufsfläche im „Untersuchungsgebiet Ortsmitte“ seit der Vorgängeruntersuchung aus dem Jahr 1999 um nahezu 20 Prozentpunkte deutlich reduziert. Wichtige Gründe hierfür sind v.a. die Schließung bzw. Verlagerung von

---

<sup>22</sup> In Kap. 2.3.3 Standortstruktur ist die Abgrenzung des „Untersuchungsgebietes Ortsmitte“ kartografisch dargestellt.

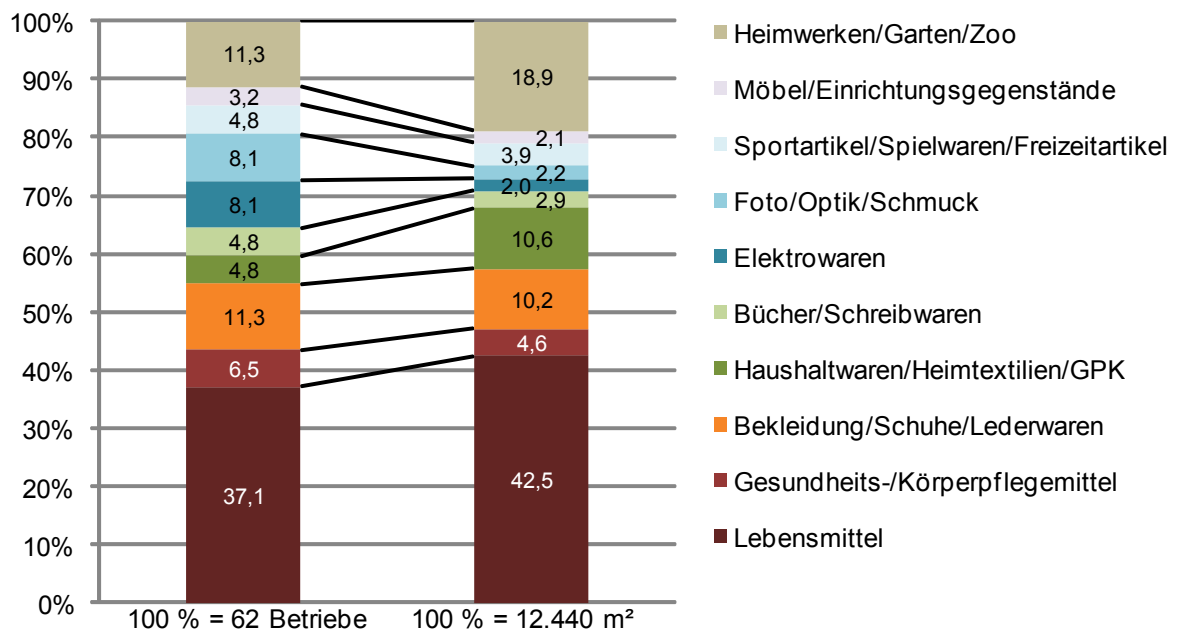
drei groß- bzw. größerflächigen Betrieben (Feneberg, Schlecker<sup>23</sup> und einem Fachbetrieb für Heimtextilien/Bodenbeläge/Tapeten). Insgesamt betrachtet kann der Ortsmitte Babenhausens aufgrund des immer noch recht dichten und diversifizierten Besatzes dennoch weiterhin eine gewichtige Stellung im gesamtörtlichen Einzelhandelsgefüge zugesprochen werden.

- Im Ergebnis verfügt Babenhausen trotz bestehender (Leerstands-) Probleme über einen insgesamt guten, weitgehend marktgerechten und differenzierten Einzelhandelsbesatz. Im Vergleich mit den Referenzkommunen schneidet Babenhausen in nahezu allen Kategorien recht gut ab. Als problematisch ist jedoch der geringe und seit 1999 deutlich reduzierte Anteil der Verkaufsfläche in der Ortsmitte, gemessen am gesamtörtlichen Besatz einzustufen; die Ortsmitte ist zwar nach wie vor relativ dicht und gut besetzt, v.a. große Lebensmittelmärkte bzw. Fachmärkte sind jedoch außerhalb davon, teils in dezentraler Rand-/Gewerbegebietslage anzutreffen, was sich negativ auf die Anziehungskraft der Ortsmitte auswirkt.

### 4.3 Branchen-, Größen- und Standortstruktur des Babenhausener Einzelhandels

#### 4.3.1 Branchenstruktur des Einzelhandels

#### Die Branchenstruktur des Einzelhandels



Quelle:  
Einzelhandelserhebung Stand: 03.2013, Dr. Heider 2013

<sup>23</sup> Gemäß Angaben der Gemeinde Babenhausen wurde der ehem. Schlecker-Markt zum 01.09.2013

- ▶ In Babenhausen sind zum Erhebungszeitpunkt (Mitte April 2013) 62 Einzelhandelsbetriebe ansässig, die Gesamtverkaufsfläche des Einzelhandels und des einzelhandelsorientierten Ladenhandwerks beträgt rund 12.440 m<sup>2</sup>.<sup>24</sup> Die deutliche Zunahme der Verkaufsfläche in Babenhausen seit 1999 ist dabei v.a. auf die groß- bzw. größerflächigen, modernen Lebensmittelbetriebe und einzelne weitere, relativ große Fachmärkte (z.B. Quick Schuh) zurück zu führen.
- ▶ 27 Betriebe<sup>25</sup> (ca. 44% aller Betriebe) sowie rund 5.860 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (ca. 47% der Gesamtverkaufsfläche Babenhausens) sind dem kurzfristigen Bedarfsbereich<sup>26</sup> zuzuordnen. Der hierdurch erzielte Umsatz beträgt circa 21,3 Mio. €.
- ▶ 35 Betriebe (ca. 56% der Betriebe) sind dem mittel- und längerfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen (Branchengruppen s. Anhang). Im mittel- und längerfristigen Bedarfsbereich werden auf zusammen rund 6.580 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (ca. 53% der gesamten Einzelhandelsverkaufsfläche) Umsätze in Höhe von ca. 13,1 Mio. € erzielt.
- ▶ Insgesamt betrachtet ist festzustellen, dass in Babenhausen nach wie vor alle Branchengruppen anzutreffen sind. Durch die Schließung des örtlichen Schlecker Marktes in Folge der Unternehmensinsolvenz ist jedoch eine sichtliche Angebotslücke im Drogeriewarenbereich entstanden.<sup>27</sup> Den Verkaufsflächenschwerpunkt nimmt – wie für ein Unterzentrum nicht anders zu erwarten – der kurzfristige Bedarfsbereich bzw. speziell der Lebensmittelbereich ein. Nichtsdestotrotz ist auch der mittel- und langfristige Bedarfsbereich relativ gut besetzt, was für Städte bzw. Gemeinden dieser Größenordnung und Versorgungsfunktion nicht (mehr) selbstverständlich ist.<sup>28</sup>

#### 4.3.2 Größenstruktur des Einzelhandels

Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb liegt in Babenhausen bei 201 m<sup>2</sup> (2009: 143 m<sup>2</sup>). Dieser Mittelwert der Verkaufsflächen aller am Ort ansässigen Einzelhandelsbetriebe liegt im interkommunalen Vergleich im eher oberen Bereich und kommt v.a. durch die ansässigen Lebensmittel-/Fachmärkte zustande.

---

als selbständige Drogerie wiedereröffnet.

<sup>24</sup> Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass ein zum Erhebungszeitpunkt noch bestehender Normmarkt an der Ulmer Straße inzwischen durch einen vergrößerten Neubau im Schnittpunkt der Straßen An der Wies, Memminger Straße und Bahnhofstraße, d.h. am westlichen Rand der Ortsmitte, ersetzt wurde.

<sup>25</sup> Die Zuordnung der Betriebe (ohne ausgeprägten Schwerpunkt) erfolgte bei Verkaufsflächen und Umsätzen aufgeteilt nach Branchengruppen, bei der Zahl der Betriebe wurden diese dem jeweiligen Hauptsortiment zugeordnet.

<sup>26</sup> = Nahrungs- und Genussmittel, Apotheke/ medizinische Artikel, Drogerie/ Parfümerie.

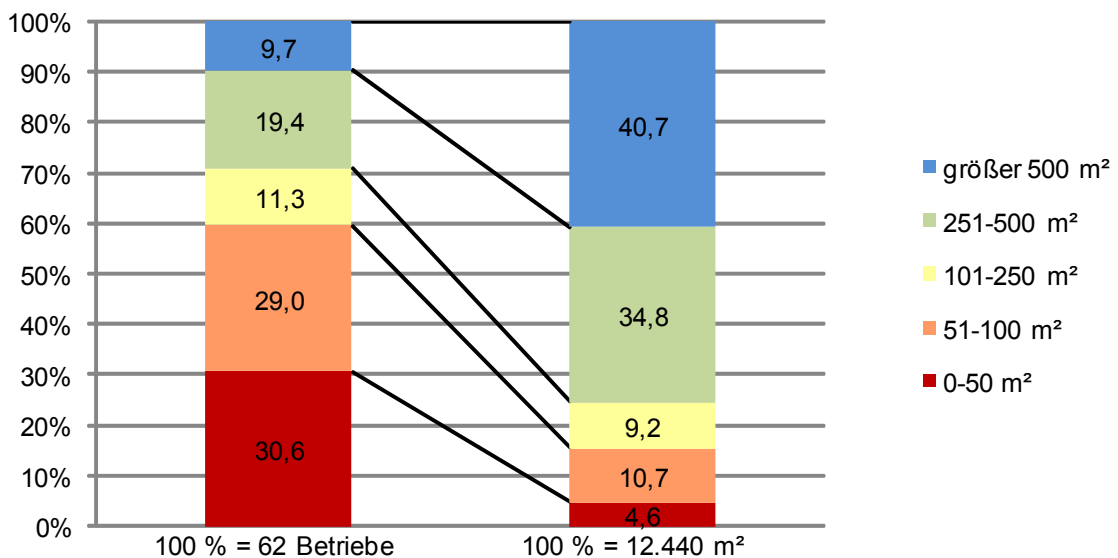
<sup>27</sup> Wie angemerkt wurde der ehem. Schlecker inzwischen als Drogerie wiedereröffnet.

<sup>28</sup> Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass seit den vor-Ort-Erhebungen im April 2013 inzwischen auch die Buchhandlung in der Ortsmitte geschlossen hat und damit auch dieser Angebotsbereich nur noch als nachgeordnetes Randsortiment (z.B. der Lebensmittler) ansässig ist. Die in die Buchhandlung integrierte Postannahmestelle wechselte zum Feneberg Supermarkt an die Krumbacher Straße und konnte somit erhalten bleiben.

Bei einer differenzierteren Betrachtung zeigt sich folgendes Bild:

- ▶ Fast 60% der ansässigen Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von maximal 100 m<sup>2</sup> auf, etwas mehr als die Hälfte davon haben eine Verkaufsfläche von maximal 50 m<sup>2</sup>. Der Verkaufsflächenanteil der Betriebe mit max. 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche liegt demgegenüber bei nur gut 15%. Rund 10% der Betriebe verfügen über mindestens 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, ihr Gesamtverkaufsflächenanteil summiert sich auf über 40%. Im Vergleich zu 1999 hat der Anteil der kleineren Betriebe zugunsten der Mittel- und Großflächen abgenommen; der stattgefunden und weiter stattfindende Strukturwandel im Einzelhandel ist demnach auch in Babenhausen zu erkennen.

### Die Größenstruktur des Einzelhandels



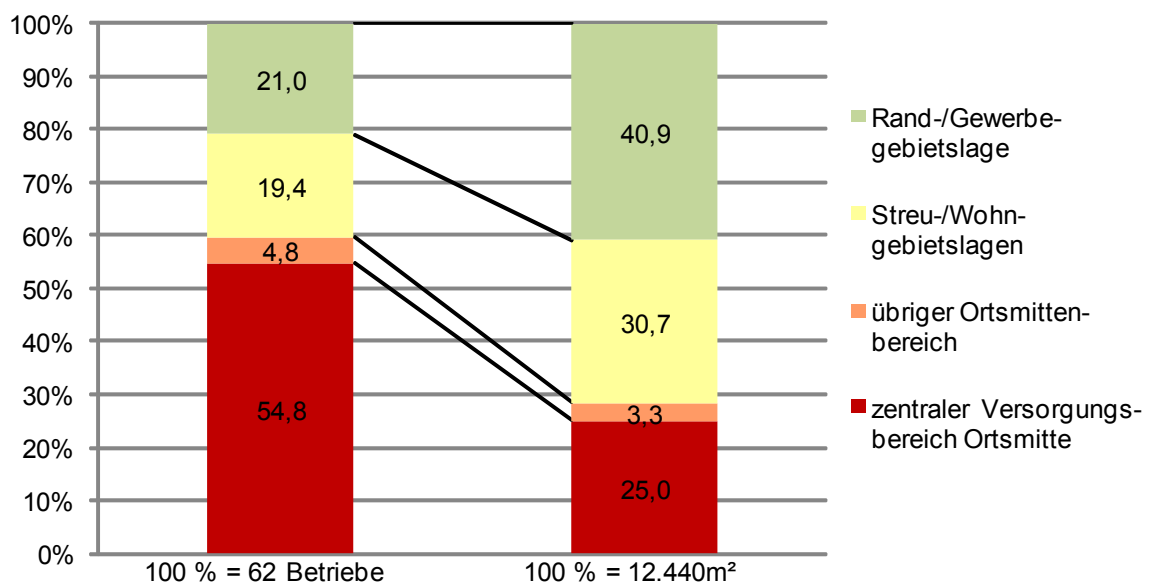
Quelle:  
Einzelhandelserhebung Stand: 04.2013, Dr. Heider 2013

- ▶ Die Verkaufsflächen einzelner Betriebe in Babenhausen liegen teils unter fachgeschäftstypischen Durchschnittsgrößen. Eine Reihe von Betrieben kann daher allein aufgrund ihrer Ladengröße nur noch als eingeschränkt zeitgemäß eingestuft werden. Bei Kleinflächen, die betriebswirtschaftlich gesehen meist gegenüber größeren Betriebseinheiten ungünstigere Kostenanteile besitzen, sind zudem in einer Vielzahl von Branchen auch Beschränkungen beim entsprechenden Warenangebot unvermeidbar. Somit berücksichtigen die Kunden den jeweiligen Laden oftmals nur noch unzureichend bei ihren Einkäufen. Mit Ausnahme von Betrieben des Lebensmittelhandwerks, wie Bäckereien und Metzgereien, und von Branchen mit hoher Flächenproduktivität – wie Apotheken, Optikern und Juwelieren – sind Kleinflächen daher oftmals als eher kritisch für die Zukunftsfähigkeit als Einzelhandelsgeschäft zu werten. Besondere Betriebsbedingungen wie Ladeneigentum oder der Einsatz der eigenen Arbeitskraft können größenbedingte Nachteile, die branchenabhängig durchaus

auch bei den etwas größeren Fachgeschäften auftreten, zwar teilweise kompensieren, oft ist der bei diesen Größen zu erzielende Umsatz im Hinblick auf die Überlebensfähigkeit eines Betriebes jedoch als bedenklich und unter wirtschaftlichen Aspekten als kaum tragfähig einzustufen. Durch die sich generell verschärfenden Marktbedingungen infolge des stetigen Verkaufsflächenausbaus und der Tendenz zu immer größeren Ladeneinheiten (insbesondere an den Ortsrändern) sowie unter Einbezug sich – gemäß Angaben der Gemeindeverwaltung – auch vor Ort zunehmend stellender Nachfolgefragen (meist aus altersbedingten Gründen) kann es auch im aktuell noch relativ dicht besetzten Babenhausen kurz- bis mittelfristig zu einem Wendepunkt kommen, an dem (sehr) kleinteilige Geschäftsbetriebe nicht mehr wirtschaftlich zu betreiben sind. Einem Funktionsverlust speziell der Ortsmitte gilt es daher konsequent und aktiv entgegenzuwirken.

#### 4.3.3 Standortstruktur

### Die räumliche Verteilung des Einzelhandels

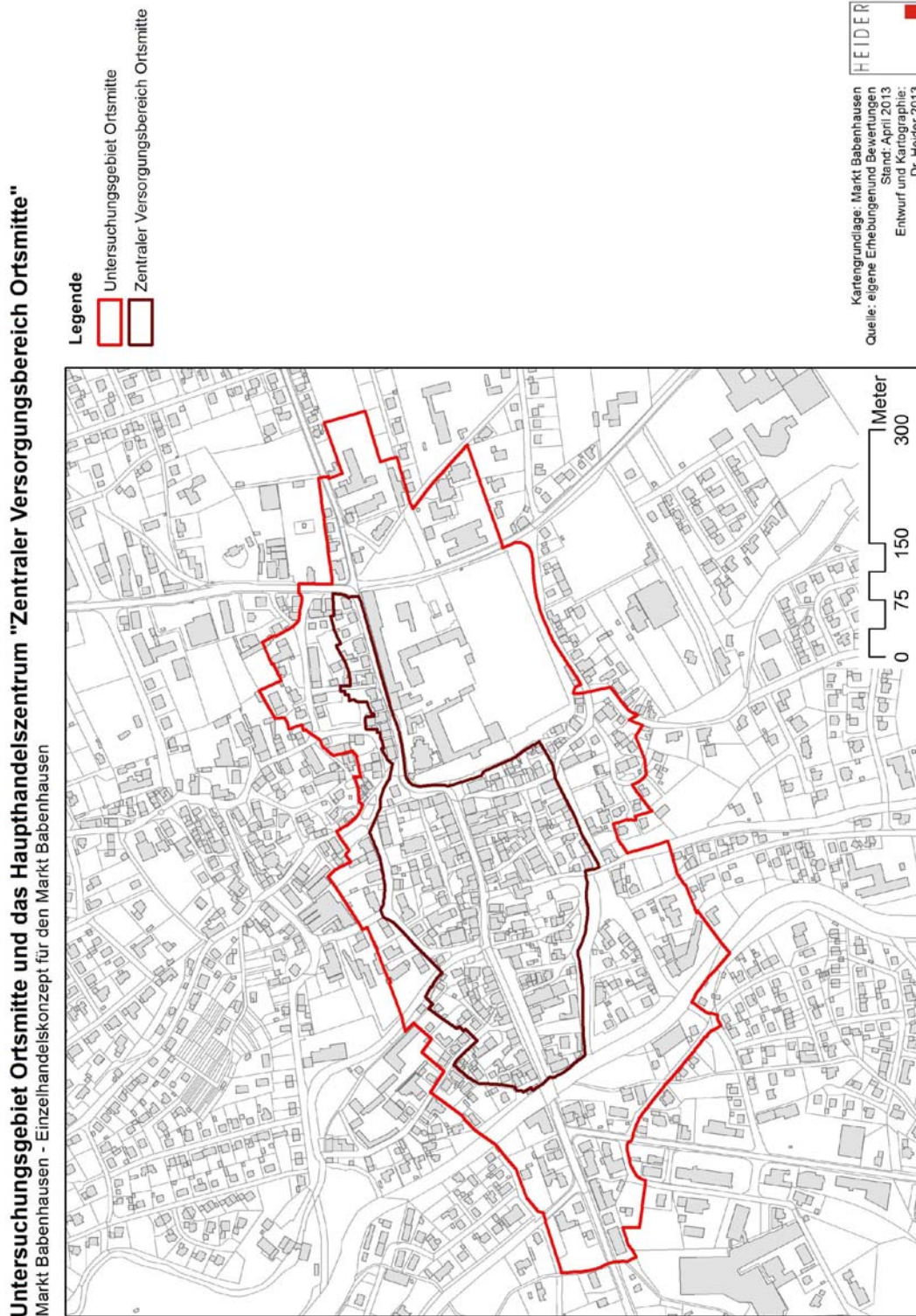


Quelle:  
Einzelhandelserhebung Stand: 04.2013, Dr. Heider 2013

Die räumliche Verteilung des Einzelhandels im Markt Babenhausen ist geprägt durch die Hauptstandortkategorien Ortsmitte, den städtebaulich-integrierten Lagen im Gemeindegebiet außerhalb der Ortsmitte (= Streu-/Wohngebietslagen) und Standorte des Einzelhandels in Rand-/Gewerbegebietslagen. Die Ortsmitte (= Untersuchungsgebiet) wird aufgrund der relativ weiträumigen Abgrenzung und v.a. auch den funktionalen und kon-



zeptionellen Unterschieden<sup>29</sup> dabei nochmals in den sog. zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte und den übrigen Ortsmittenbereich unterteilt.



<sup>29</sup> Vgl. Kap. 4 Einzelhandels- und Standortentwicklungskonzept.

Im Vergleich zum Vorgängergutachten aus dem Jahr 1999 hat sich die standortstrukturelle Zusammensetzung des Einzelhandels in Babenhausen zu Ungunsten der Ortsmitte bzw. des „Untersuchungsgebietes Ortsmitte“<sup>30</sup> verändert. Dies ist v.a. auf die Verlagerung des Feneberg-Lebensmittelmarktes und die Schließung eines größeren Marktes für Heimtextilien/Bodenbeläge/Tapeten sowie des Schlecker-Drogeriemarktes<sup>31</sup> zurück zu führen. Ergänzend dazu fand durch die Ansiedlung/Umsiedlung einzelner Betriebe an den Ortsrand (z.B. Rewe Lebensmittel- und Getränkemarkt, Quick Schuhfachmarkt, Netto Lebensmitteldiscounter) ein Bedeutungszugewinn der Rand-/Gewerbegebietslagen statt.

Die aktuellen Standortstrukturen stellen sich im Einzelnen folgendermaßen dar:

- ▶ Der Rand-/Gewerbegebietslage sind derzeit 13 Betriebe (= ca. 21%) zuzuordnen, die zusammen rund 5.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf sich vereinen. Dies entspricht etwas mehr als 40% der gesamten Verkaufsfläche Babenhausens. Dieser Wert ist als vergleichsweise hoch einzustufen und v.a. durch die in Rand-/Gewerbegebietslage ansässigen mittel- bis großflächigen Lebensmittel- und Fachmärkte zu erklären. Gut 1.500 m<sup>2</sup> entfallen dabei auf Betriebe, die im Hauptsortiment nicht-ortsmittenrelevante Waren<sup>32</sup> anbieten. Demzufolge kommen etwa 3.600 m<sup>2</sup>, d.h. gut 70% der Verkaufsfläche, auf Betriebe, deren Hauptangebot aus innenstadtrelevanten Waren<sup>33</sup> besteht. Ein Großteil davon ist dem Lebensmittelbereich zuzuordnen. Dies ist insofern als problematisch zu bewerten, als die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs<sup>34</sup> im Bereich der Ortsmitte aktuell auf eine Minimalversorgung durch das Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger) und verschiedene Spezialbetriebe (z.B. Gemüseoase, Reformhaus) beschränkt ist und v.a. auch ältere Bewohner der Ortsmitte keine Möglichkeit haben, sich fußläufig umfassend zu versorgen. Ergänzend ist jedoch darauf hinzuweisen, dass mit dem Neubau und der Verlagerung eines Lebensmitteldiscounters (Norma) in den westlichen Bereich der Ortsmitte<sup>35</sup> die zentrumsnahe Versorgungssituation wieder sichtlich gestärkt wird, auch wenn er einen ehemals in der Ortsmitte ansässigen Supermarkt nur bedingt ersetzen kann.
- ▶ Nicht ganz ein Drittel der gesamtörtlichen Verkaufsfläche (ca. 3.825 m<sup>2</sup> bzw. ca. 31%) verteilt sich auf sog. Streu-/Wohngebietslagen<sup>36</sup>. Insgesamt handelt es sich dabei um 12 teils klein-, teils mittelflächige Betriebe aus unterschiedlichen Branchen. Lebensmittelanbieter nehmen aber auch hier den größten Einzelanteil ein. Durch die

<sup>30</sup> = zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte und übriger Ortsmittenbereich.

<sup>31</sup> Gemäß Angaben der Gemeinde Babenhausen wurde der ehem. Schlecker-Markt zum 01.09.2013 als selbständige Drogerie wiedereröffnet.

<sup>32</sup> D.h. v.a. Baumarkt- und Gartencenterartikel.

<sup>33</sup> Gemäß Vorgaben des LEP Bayern.

<sup>34</sup> Die Lebensmittelmärkte stellen nach Schließung des innerörtlichen Schlecker-Marktes aktuell auch einen Großteil der Versorgung mit Drogeriewaren sicher.

<sup>35</sup> Bzw. genauer des „Untersuchungsgebietes Ortsmitte“ und damit unmittelbar westlich an den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte angrenzend.

<sup>36</sup> In diese Kategorie fallen alle Standorte, die weder der Ortsmitte zugeordnet werden können, noch als Rand-/Gewerbegebietslage klassifiziert werden.



unmittelbare Lage in von Wohnbebauung dominierten Gebieten kommt diesen (Lebensmittel-) Betrieben eine hohe Nahversorgungsfunktion zu. Nennenswerte Standortverdichtungen von Einzelhandelsbetrieben sind in den Streu-/Wohngebietslagen kaum anzuführen; lediglich im südlichen Bereich der Krumbacher Straße sind durch einen Lebensmittelmarkt (Feneberg), einen größeren Blumenanbieter (nebst benachbartem Hofverkauf von Biogemüse) und einen Fachanbieter für textile Wohnkultur gewisse Konzentrationstendenzen erkennbar.

- ▶ Im abgegrenzten „Untersuchungsgebiet Ortsmitte“ befinden sich nahezu 60% aller Einzelhandelsbetriebe im Gemeindegebiet. Die innerstädtische Verkaufsfläche weist jedoch lediglich einen Anteil von gut 28% am gesamtstädtischen Einzelhandelsbestand auf. Diese Werte spiegeln einerseits die Betriebsvielfalt wie auch die kleinteilige Struktur der Ortsmitte Babenhausens, aber andererseits auch ihre flächenmäßig eingeschränkte Bedeutung wieder.

Die größte Dichte und das eigentliche Handelszentrum im „Untersuchungsgebiet Ortsmitte“ stellt dabei der sog. „zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte“ dar, welcher sich im Wesentlichen entlang der Hauptachse Auf der Wies, Stadtgasse, Marktplatz und Fürst-Fugger-Straße sowie den unmittelbar angrenzenden Seitenstraßen erstreckt. Dort sind mehr als 90% aller Einzelhandelsbetriebe und knapp 90% der Verkaufsfläche (= 3.115 m<sup>2</sup>) des „Untersuchungsgebietes Ortsmitte“ angesiedelt.<sup>37</sup> Im über den „zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte“ hinausgehenden, übrigen Ortsmittenbereich sind lediglich drei weitere Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von zusammen gut 400 m<sup>2</sup> ansässig.<sup>38</sup>

Hinsichtlich der Versorgungsfunktion in der Ortsmitte ist nochmals anzumerken, dass seit der Schließung des Schlecker-Marktes und v.a. auch der Verlagerung des Feneberg Lebensmittelmarktes kein über eine Minimalversorgung hinausgehender Betrieb für Güter des täglichen Bedarfs mehr in der Ortsmitte vorhanden ist – nach Eröffnung des neuen Norma-Marktes wird sich die Lage jedoch wieder erkennbar verbessern. Im mittel- und längerfristigen Bedarfsbereich sind hingegen auch aktuell noch verschiedene Anbieter anzutreffen, die aufgrund ihrer Größe und ihres Angebotes über eine mehr als lokale Bedeutung und Ausstrahlungskraft verfügen.

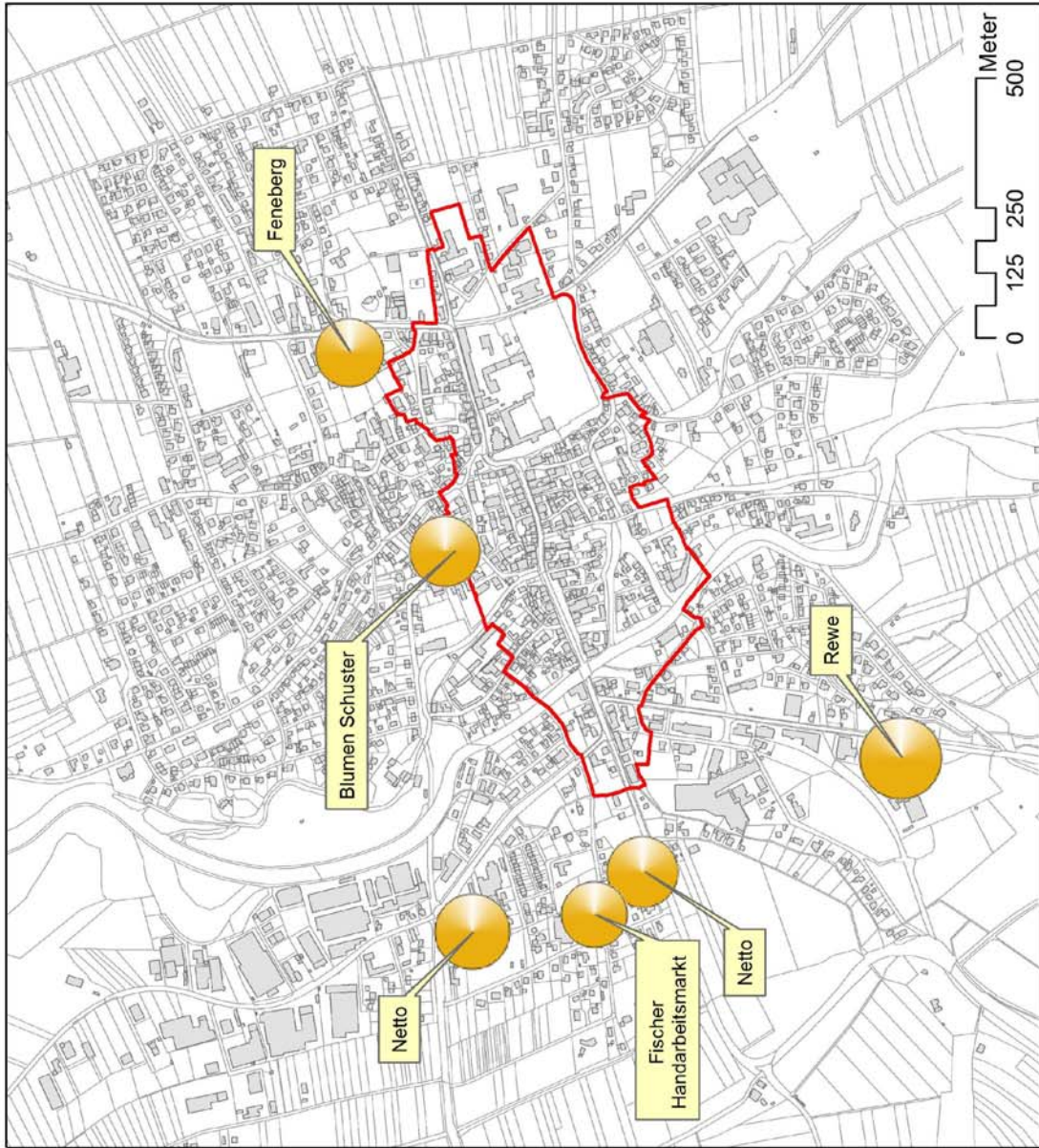
Anbieter mit mehr als 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, sog. Großbetriebe des Einzelhandels, fehlen in der Ortsmitte jedoch auch im mittel- und längerfristigen Bedarfsbereich; diese sind ausnahmslos außerhalb davon angesiedelt (vgl. nachfolgende Karte).

---

<sup>37</sup> Ergänzend ist jedoch anzumerken, dass die Nutzungsdichte entlang der Fürst-Fugger-Straße mit zunehmender Entfernung vom Marktplatz bereits erkennbar abnimmt – zumindest den Einzelhandel betreffend. Historisch bedingt und aufgrund des den Einzelhandel ergänzenden Komplementärbesatzes (= Dienstleistungen, Gastronomie) kann aber die gesamte Fürst-Fugger-Straße noch dem zentralen Versorgungsbereich zugerechnet werden.

<sup>38</sup> Ohne den inzwischen eröffneten, neuen bzw. verlagerten Norma Lebensmitteldiscounter.

**Großbetriebe des Einzelhandels (500 m<sup>2</sup> VKF) in Babenhausen**  
 Markt Babenhausen - Einzelhandelskonzept für den Markt Babenhausen



**Legende**

Untersuchungsgebiet Ortsmitte

Großbetrieb ab 500 m<sup>2</sup>

1000 m<sup>2</sup>

500 m<sup>2</sup>

*Darstellung ohne den inzwischen eröffneten, neuen bzw. verlagerten Norma Lebensmitteldiscounter.*

#### 4.4 Einzelhandels- und Geschäftsstandort Ortsmitte

- ▶ Im Zuge der Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes wurde analog zur getroffenen Abgrenzung des Untersuchungsgebietes des Büros Lars Consult im Vorfeld der Erstellung des „Integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzeptes“ (ISEK) auch die 1999 im Vorgängergutachten definierte Ortsmittenabgrenzung verändert und entsprechend angeglichen. Die in diesem Einzelhandelskonzept zugrunde gelegte Ortsmitte ist also identisch mit dem Untersuchungsgebiet des ISEK (vgl. Karte in Kap. 2.3.3).
- ▶ Die Ortsmitte von Babenhausen erstreckt sich demnach in der aktuellen Abgrenzung entlang der Straßen Auf der Wies, Stadtgasse, Marktplatz und Fürst-Fugger-Straße bis teils in die Kirchhaslacher Straße. In Richtung Süden zieht sich die Ortsmitte dabei bis über die Rechbergstraße hinaus bzw. weiter östlich bis zur Tiroler Straße, nördlich der zentralen Hauptachse (= B 300) gehören alle angrenzenden Nebenstraßen – zumindest in Teilen – dazu. Alles in allem nimmt die abgegrenzte Ortsmitte einen relativ großen Teil des Hauptortes Babenhausen ein, insbesondere die Ost-West-Erstreckung ist als vergleichsweise lang einzustufen. Diese relativ weiträumige Abgrenzung der Ortsmitte sowie v.a. auch die gegebene Geländesituation (d.h. der deutliche Anstieg) zwischen der Stadtgasse und der Fürst-Fugger-Straße erschweren es, einen attraktiven, lückenlosen und durchgängig erlebbaren Geschäftsbereich langfristig zu sichern. Daraus ergeben sich Anforderungen an die funktionale Gliederung und Weiterentwicklung der Ortsmitte, mit Schwerpunktsetzungen welche in Verbindung mit weiteren städtebaulichen Maßnahmen nach und nach optimiert werden sollte (vgl. Stärkungskonzept und Maßnahmenkatalog in Kap. 4.4).
- ▶ In gesamten Ortsmittenbereich wurden parallel zum gesamtörtlich erhobenen Einzelhandelbesatz auch konsumnahe Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe erhoben.

##### 4.4.1 Einzelhandels- und Standortstruktur in der Ortsmitte

- ▶ In der abgegrenzten Ortsmitte Babenhausens sind derzeit insgesamt 37 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von zusammen ca. 3.525 m<sup>2</sup> vorhanden. Dabei herrscht eine grundsätzlich hohe Branchenvielfalt; alle Branchenbereiche sind teils mehrfach vertreten.
- ▶ Etwas mehr als 900 m<sup>2</sup> bzw. gut ein Viertel der Verkaufsfläche in der Ortsmitte Babenhausens entfallen auf die Branchengruppe Bekleidung/Schuhe/Lederwaren, welche somit den größten Flächenanteil am Ortsmittenbesatz einnimmt. Auch gesamtörtlich konzentriert sich diese Branchengruppe mit rund 72% innerörtlichem Flächenanteil schwerpunktmäßig auf die Ortsmitte; lediglich ein weiterer, jedoch recht großer Anbieter dieser Branchengruppe (Quick Schuh) ist außerhalb der Ortsmitte in Rand-/Gewerbegebietslage ansässig.

- ▶ Von ebenfalls noch recht hoher Bedeutung für die Ortsmitte ist die Branchengruppe Sportartikel/Spielwaren/Freizeitartikel (ca. 12% der Ortsmitten-Verkaufsfläche). Danach folgen mit erkennbarem Abstand die Branchengruppen Gesundheit-/Körperpflege (ca. 8%), was zu einem hohen Anteil durch das ansässige Sanitätshaus bedingt ist, Bücher/Schreibwaren sowie Haushaltswaren/Heimtextilien/GPK (ebenfalls jeweils ca. 8%) und Foto/Optik/Schmuck (ca. 7%). Der für die Nahversorgung der Wohnbevölkerung der Ortsmitte wichtige Lebensmittelbereich hat einen Anteil von etwa 16%, ein bedeutender Teil davon entfällt dabei auf einen randlich gelegenen Getränkemarkt. Die eingeschränkte Bedeutung des Lebensmittelbereiches<sup>39</sup> in der Ortsmitte ist – wie bereits beschrieben – auf das Fehlen eines größeren Lebensmittelmarktes zurückzuführen ist. In der Ortsmitte Babenhausens sind derzeit lediglich Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie Lebensmittelspezialanbieter (z.B. Obstladen) vorhanden. Diese können zwar eine Grundversorgung, aber aktuell keine umfassende Vollversorgung bieten.
- ▶ Insgesamt ist zu konstatieren, dass in Babenhausen sowohl die innerörtliche Leitbranche Bekleidung/Schuhe/Lederwaren als auch eine Reihe anderer ortsmittenrelevanter Branchengruppen noch schwerpunktmäßig in der Ortsmitte anzutreffen sind. Lediglich in den Branchengruppen Lebensmittel und Haushaltswaren/Heimtextilien/GPK ist der Verkaufsflächenanteil der Ortsmitte nicht sehr stark ausgeprägt bzw. von deutlich untergeordneter Bedeutung. Während ersteres auf die nahezu komplett außerhalb der Ortsmitte ansässigen Lebensmittel-/Getränkemärkte zurückzuführen ist, ist zweites v.a. durch eine lokale Besonderheit – den Werksverkauf der Fa. Fischer Wolle – zu erklären.
- ▶ Innerhalb des „Untersuchungsgebietes Ortsmitte“ verdichtet sich der Besatz unmittelbar entlang der in Ost-West-Richtung verlaufenden Hauptachse besonders deutlich. Dieser Bereich der größten Besatzdichte stellt das eigentliche Handelszentrum in der Ortsmitte Babenhausens dar und wird als sog. „zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte“ bezeichnet bzw. klassifiziert. In diesem „zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte“ sind – wie beschrieben – mehr als 90% aller Einzelhandelsbetriebe und knapp 90% der Verkaufsfläche (= 3.115 m<sup>2</sup>) des „Untersuchungsgebietes Ortsmitte“ angesiedelt. Im darüber hinausgehenden, übrigen Ortsmittenbereich ist hingegen kaum noch Einzelhandelbesatz anzutreffen. Hier dominieren funktional ebenso wichtige Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe.<sup>40</sup>
- ▶ Das gebündelte Vorhandensein innerörtlicher Leitsortimente bzw. allgemein ortsmittenrelevanter Sortimente ist entscheidend für die Ausstrahlungs-/Anziehungskraft einer Ortsmitte. Die Sicherung und – wenn möglich – der Ausbau dieser Sortimente sind daher auch in Babenhausen wichtig für den Kundenzuspruch und die Kundenfrequenz am Einzelhandelsstandort Ortsmitte.

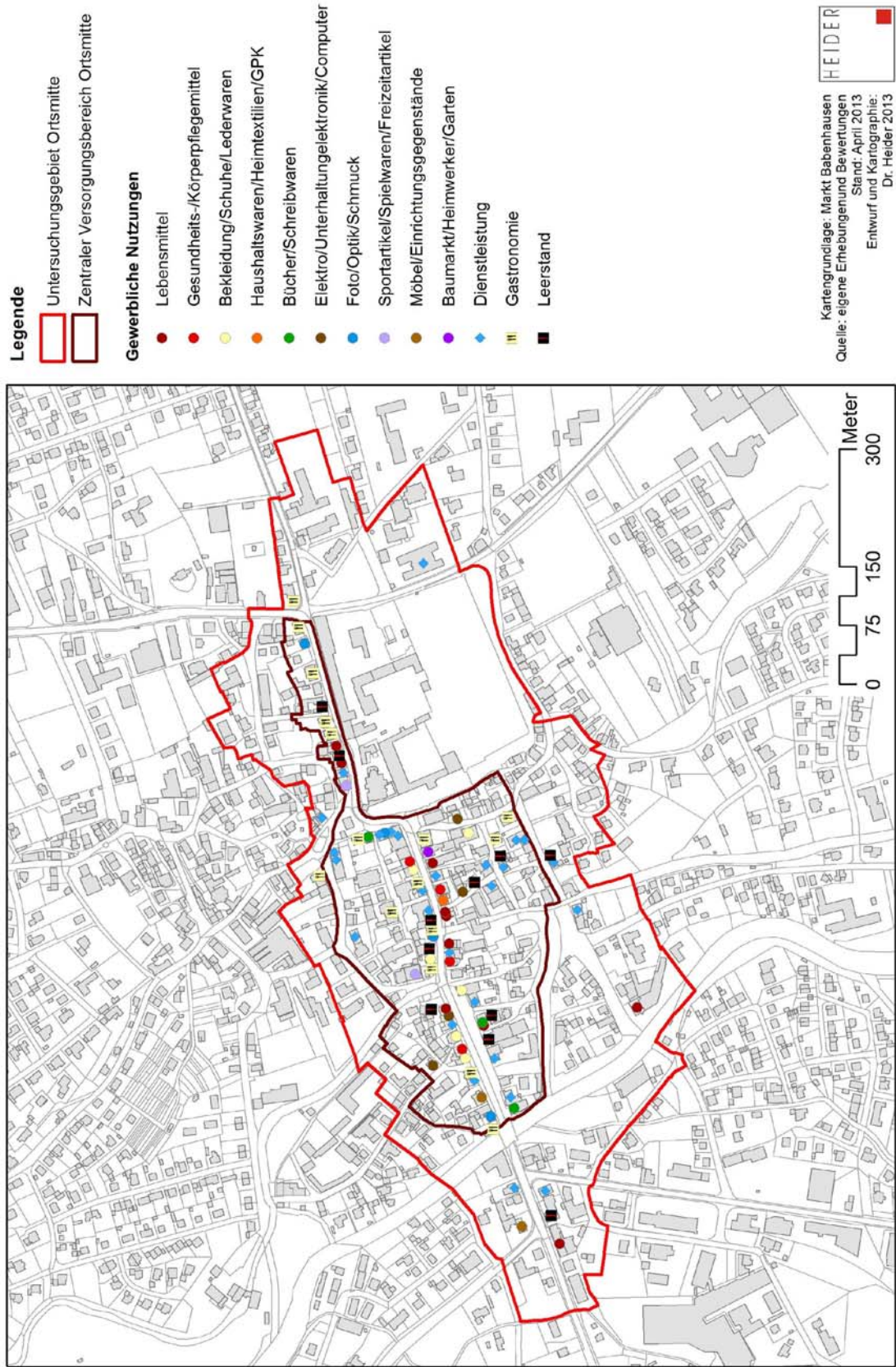
<sup>39</sup> Hinsichtlich des Verkaufsflächenbesatzes bzw. -anteils.

<sup>40</sup> Der inzwischen umgesiedelte Norma Lebensmitteldiscounter hat den Einzelhandelbesatz im über den zentralen Versorgungsbereich hinausgehenden Ortsmittenbereich deutlich erhöht und die Versorgungssituation ortsmittenzugeordnet aufgewertet.



**Untersuchungsgebiet Ortsmitte und das Haupthandelzentrum "Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte"**

Markt Babenhausen - Einzelhandelskonzept für den Markt Babenhausen



Kartengrundlage: Markt Babenhausen  
 Quelle: eigene Erhebungen und Bewertungen  
 Stand: April 2013  
 Entwurf und Kartographie:  
 Dr. Heider 2013

Darstellung ohne den inzwischen eröffneten, neuen bzw. verlagerten Norma Lebensmitteldiscounter.

- ▶ Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße in der Ortsmitte Babenhausens beträgt nur gut 95 m<sup>2</sup>. Trotz einiger mittelflächiger Anbieter (z.B. NKD, Textilhaus Eisel, Ebner Spielwaren, Eisenwaren Wiethaler, Gefako Getränkemarkt) ist der Großteil der Betriebe als eher kleinflächig einzustufen. Dies wirkt sich auch auf die überörtliche Ausstrahlungs- und Anziehungskraft der Ortsmitte aus. Für moderne Shopkonzepte, welche oftmals auf bestimmte Mindestverkaufsflächengrößen angewiesen sind<sup>41</sup>, und sich gut dafür eignen, den Ortsmittenbesatz aufzuwerten und zu attraktivieren, sind v.a. aufgrund der Leerstände von Feneberg, Schlecker<sup>42</sup> und einem ehem. Heimtextilien/Bodenbelagsanbieter prinzipiell passende Flächen vorhandenen. Eine Modernisierung, Aufwertung und Ergänzung des innerörtlichen Geschäfts-/Angebotsbesatzes durch anziehungsstarke, moderne, größere Betriebe erscheint daher – im Gegensatz zu den Ortsmitten/Innenstädten vieler anderer Orte – in der Ortsmitte Babenhausens prinzipiell gut möglich.
- ▶ Großbetriebe des Einzelhandels stellen üblicherweise wichtige Frequenzbringer einer Stadt/Gemeinde bzw. auch von einzelnen Standortlagen dar. Wie im Kap. 2.3.3 bereits beschrieben wurde, fehlen entsprechende Betriebe in der Ortsmitte Babenhausens bisher komplett.<sup>43</sup> Betrachtet man neben den Großbetrieben des Einzelhandels ergänzend auch sonstige in der der Ortsmitte vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe, so zeigt sich, dass in Babenhausen auch im Bereich der Ortsmitte weiterhin noch eine Reihe wichtiger Betriebe anzutreffen sind, die über eine hohe Ausstrahlungskraft und bedeutende Kundenzuführungsfunktion verfügen und so die Ortsmitte insgesamt stärken. Auch diese können als Frequenzbringer<sup>44</sup> eingestuft werden. Im Einzelnen ist dabei neben verschiedenen Einzelhandelbetrieben (u.a. Apotheken, Reformhaus/Drogerie, einzelne Lebensmittelhandwerksbetriebe, Schreibwarenladen, Bekleidungsanbieter) u.a. auch auf die ansässigen Banken, die Geschäftsstelle der AOK oder die Postannahmestelle zu verweisen. Alles in allem gibt es im Ortszentrum Babenhausens trotz fehlender Großbetriebe eine Reihe von frequenzbringenden Magnetbetrieben. Insofern wird die Ortsmitte Babenhausens ihrer Funktion als zentraler Anziehungspunkt im Gemeindegebiet trotz der Schließung der beiden genannten, bedeutenden Anbieter (Feneberg, Schlecker) und der Bedeutungszunahme speziell der Rand-/Gewerbegebietslagen auch heute noch weitgehend gerecht. Zur Sicherung bzw. erneuten Steigerung dieser Anziehungskraft sollte versucht werden, die angeführten Leerstände wieder einer neuen, ortsmittenre-

<sup>41</sup> U.a. um die Waren großzügig präsentieren und ggf. durch eine kleine Spiel-, Sitz- oder Cafécke o.ä. ergänzen zu können.

<sup>42</sup> Gemäß Angaben der Gemeinde Babenhausen wurde der ehem. Schlecker-Markt zum 01.09.2013 als selbständige Drogerie wiedereröffnet.

<sup>43</sup> Ausnahme: inzwischen neu eröffneter Norma-Markt am westlichen Rand des zentralen Versorgungsbereiches, welcher zu einer Stärkung auch des zentralen Versorgungsbereiches beitragen kann.

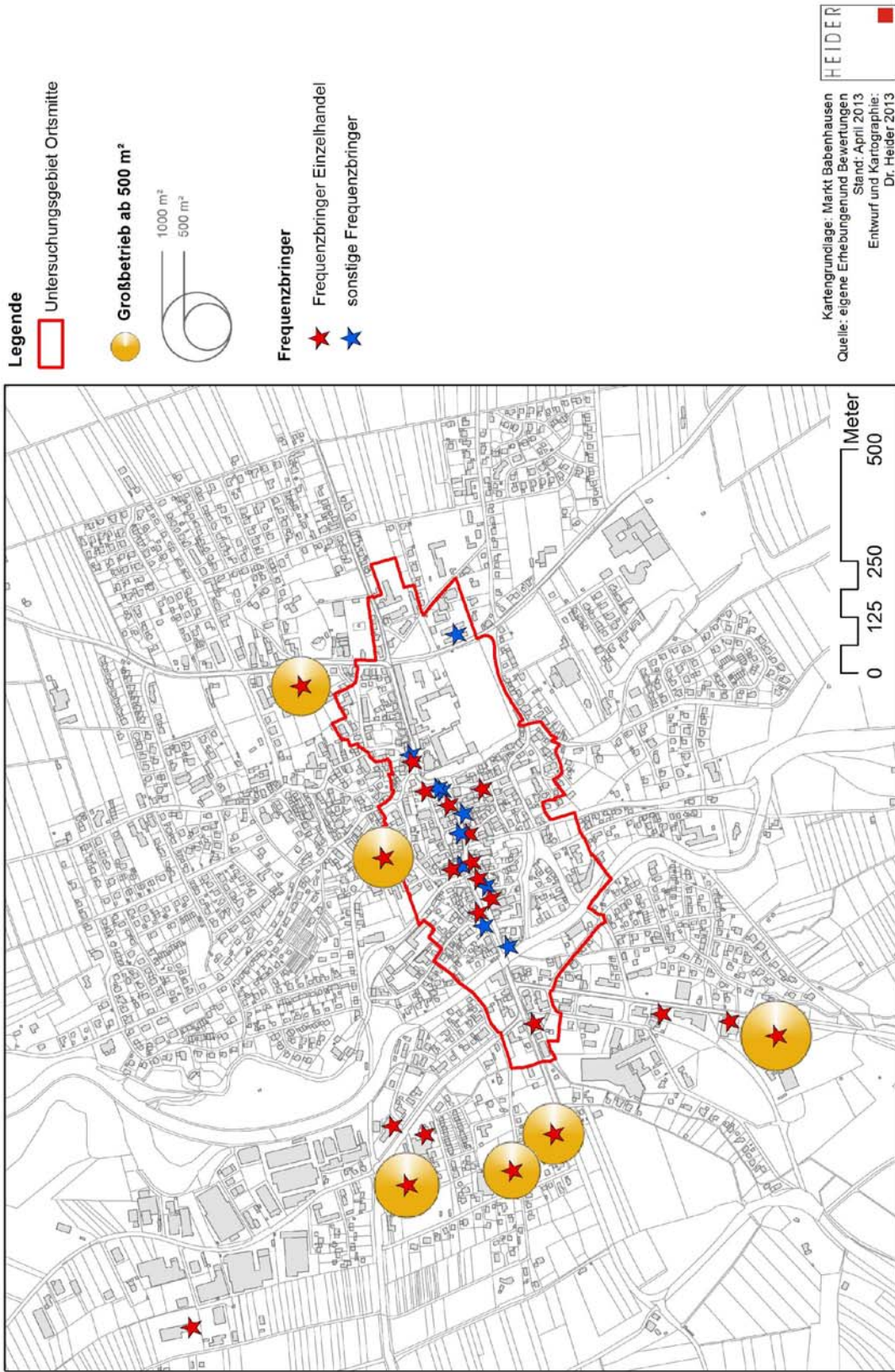
<sup>44</sup> „Frequenzbringer des Einzelhandels“ üben aufgrund ihres Angebotes und ihres Marktauftritts üblicherweise eine hohe Kundenanziehungskraft aus, von der auch die umliegenden Betriebe profitieren können. Ähnliches gilt für verschiedene Betriebe aus dem Dienstleistungsbereich, dem Freizeit-/Kulturbereich und dem öffentlichen Bereich, die für zusätzliche Kundenfrequenz sorgen.



levanten Nutzung zuzuführen – idealerweise durch die Ansiedlung weiterer Frequenzbringer.

**Großbetriebe (ab 500 m<sup>2</sup> VKF) und überörtlich bedeutsame Frequenzbringer**

Markt Babenhausen - Einzelhandelskonzept für den Markt Babenhausen



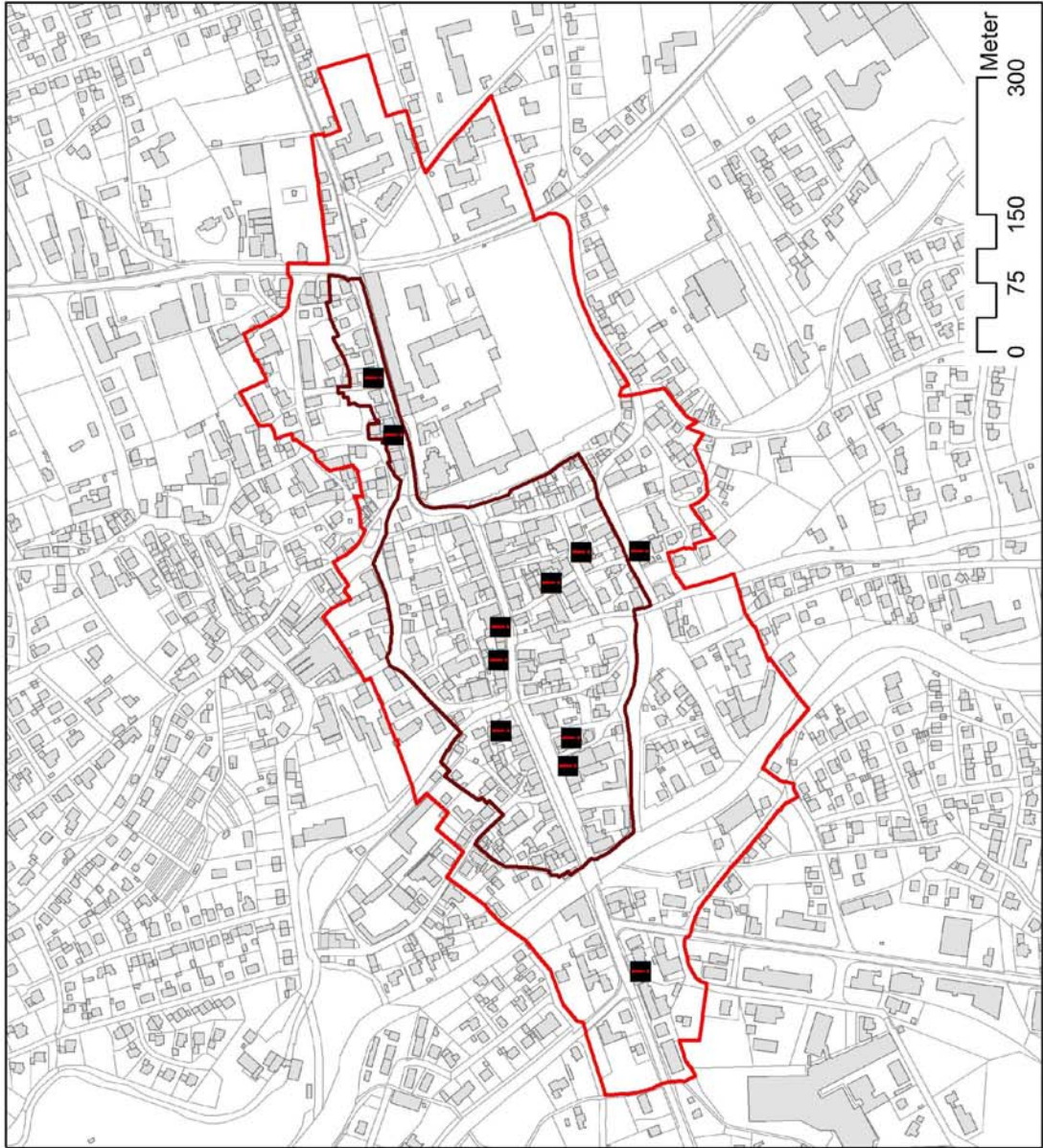
Darstellung ohne den inzwischen eröffneten, neuen bzw. verlagerten Norma Lebensmitteldiscounter.

- ▶ Durch die bestehenden, oben genannten Leerstandsflächen in der Ortsmitte Babenhausens ist zu erkennen, dass trotz insgesamt weitgehend immer noch gut funktionierender Strukturen eine erkennbare Ausdünnung des Besatzes festzustellen ist. Zwar sind die vorhandenen Leerstände noch nicht übermäßig stark raumprägend, dennoch fallen sie auf und wirken sich negativ auf den ansonsten weitgehend positiven Gesamteindruck aus. Räumlich konzentrieren sich diese größeren, leer stehenden Betriebe zudem v.a. auf den Bereich, in dem die Straßen Auf der Wies / Stadtgasse aufeinandertreffen – also unmittelbar auf die zentrale Ortsmitte. In den Seitenstraßen / Nebenlagen kommen darüber hinaus noch einzelne, deutlich kleinere Leerstandsflächen hinzu, diese sind jedoch nur noch sehr bedingt für den Einzelhandel geeignet und im Gegensatz zu den erstgenannten Leerstandsflächen weniger relevant für das Gesamterscheinungsbild des Handelsstandortes Ortsmitte.

V.a. durch die beschriebene, im mittleren bzw. westlichen Teil des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte beginnenden Konzentrationstendenzen der innerörtlichen Leerstände besteht bei einer Verschärfung der Situation die Gefahr, dass diese und damit die gesamte Ortsmitte zunehmend an Attraktivität und Kundenanziehungskraft verliert und damit perspektivisch sowohl die Kundenfrequenz als auch die Wirtschaftskraft abnimmt. Die innerörtliche Leerstandsproblematik stellt in Babenhausen aufgrund des noch recht dichten und diversifizierten Besatzes zwar bisher noch kein Grundsatzproblem dar, ihr sollte aber – insbesondere vor dem Hintergrund des Wegfalls verschiedener, bedeutender innerörtlicher Betriebe während der letzten Jahre – dennoch aktiv gegengesteuert werden.



**Leerstehende Ladengeschäfte im Untersuchungsgebiet**  
 Markt Babenhausen - Einzelhandelskonzept für den Markt Babenhausen



- Legende**
- Untersuchungsgebiet Ortsmitte
  - Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte
  - Leerstand

HEIDER

Kartengrundlage: Markt Babenhausen  
 Quelle: eigene Erhebungen und Bewertungen  
 Stand: April 2013  
 Entwurf und Kartographie:  
 Dr. Heider 2013

Neben der Einzelhandelsausstattung und der Branchenstruktur kennzeichnen verschiedene weitere Aspekte die Situation des Einzelhandels- und Geschäftsstandortes Ortsmitte. Diese Aspekte werden nachfolgend kurz zusammengefasst:

- ▶ Die Ortsmitte Babenhausens ist durch die mitten durch sie hindurch laufende Bundesstraße B 300 zwar gut im Individualverkehr/Pkw-Verkehr zu erreichen, der insgesamt doch recht dichte Verkehr und dabei speziell der LKW-Verkehr wirken sich dabei jedoch zumindest für die Aufenthaltsqualität störend aus.
- ▶ Die in der Ortsmitte vorhandenen Stellplätze sind zwar begrenzt, scheinen im Normalfall zur Bewältigung des Kundenaufkommens aber auszureichen.
- ▶ Die Ortsmitte Babenhausens ist aufgrund ihrer Länge bzw. speziell der relativ langen Ost-West-Ausstreckung und auch des Geländeanstiegs in Richtung Osten nur bedingt mühelos fußläufig zu erschließen. Zudem ist die Querung der oft dicht befahrenen B 300 – insbesondere für Kinder sowie für ältere bzw. physisch eingeschränkte Menschen – als problematisch einzustufen.
- ▶ Durch das überwiegend historische Stadtbild mit einer Vielzahl recht ansehnlicher Fassaden und dem über dem Ort thronenden Fuggerschloss weist Babenhausen prinzipiell gute Voraussetzungen für ein ansprechendes Erscheinungsbild auf. Der stetige Verkehrsfluss und verschiedentlich vorhandene Defizite im Straßenraum (z.B. Löcher im Straßenbelag, wenig Begrünung, kaum Platzelemente) sowie teils auch renovierungsbedürftige Immobilien/Fassaden werten jedoch den ansonsten weitgehend positiven Gesamteindruck teils sichtlich ab.
- ▶ Die den Einzelhandel ergänzenden (konsumorientierten<sup>45</sup>) Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe sind ein wichtiger und nicht zu unterschätzender Bestandteil einer Innenstadt bzw. Ortsmitte. Dies gilt auch für Babenhausen. Neben verschiedenen Banken und Gesundheitsdienstleistern (z.B. Krankengymnastik, Physiotherapie) gibt es in der Ortsmitte Babenhausens u.a. auch einen Friseur, Reisebüros, verschiedene Versicherungsanbieter, eine AOK-Geschäftsstelle und verschiedene Gastronomiebetriebe. Diese sog. Komplementärangebote führen zu einem attraktiven Funktionsmix und verstärken den zentrumsbildenden Charakter (vgl. nachfolgende Karte). Die durch ihr (gebündeltes) Vorhandensein ausgelösten Kopplungseffekte führen üblicherweise zu einem verstärkten Kundenaustausch zwischen den Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben und stärken dadurch die Ortsmitte als Ganzes. Ähnliches gilt für öffentliche Einrichtungen, wie z.B. das Rathaus oder das Fuggerschloss. Letzteres führt verstärkt auch Touristen in die Ortsmitte, wovon der dortige Einzelhandels-/Geschäftsbesatz ebenfalls profitiert.
- ▶ Das gastronomische Angebot in der Ortsmitte Babenhausens ist, detaillierter betrachtet, als weitgehend angemessen einzustufen. Gasthäuser/Restaurants, (Eis-) Cafés, eine Musikbar und verschiedene Take away-Anbieter gewährleisten einen re-

---

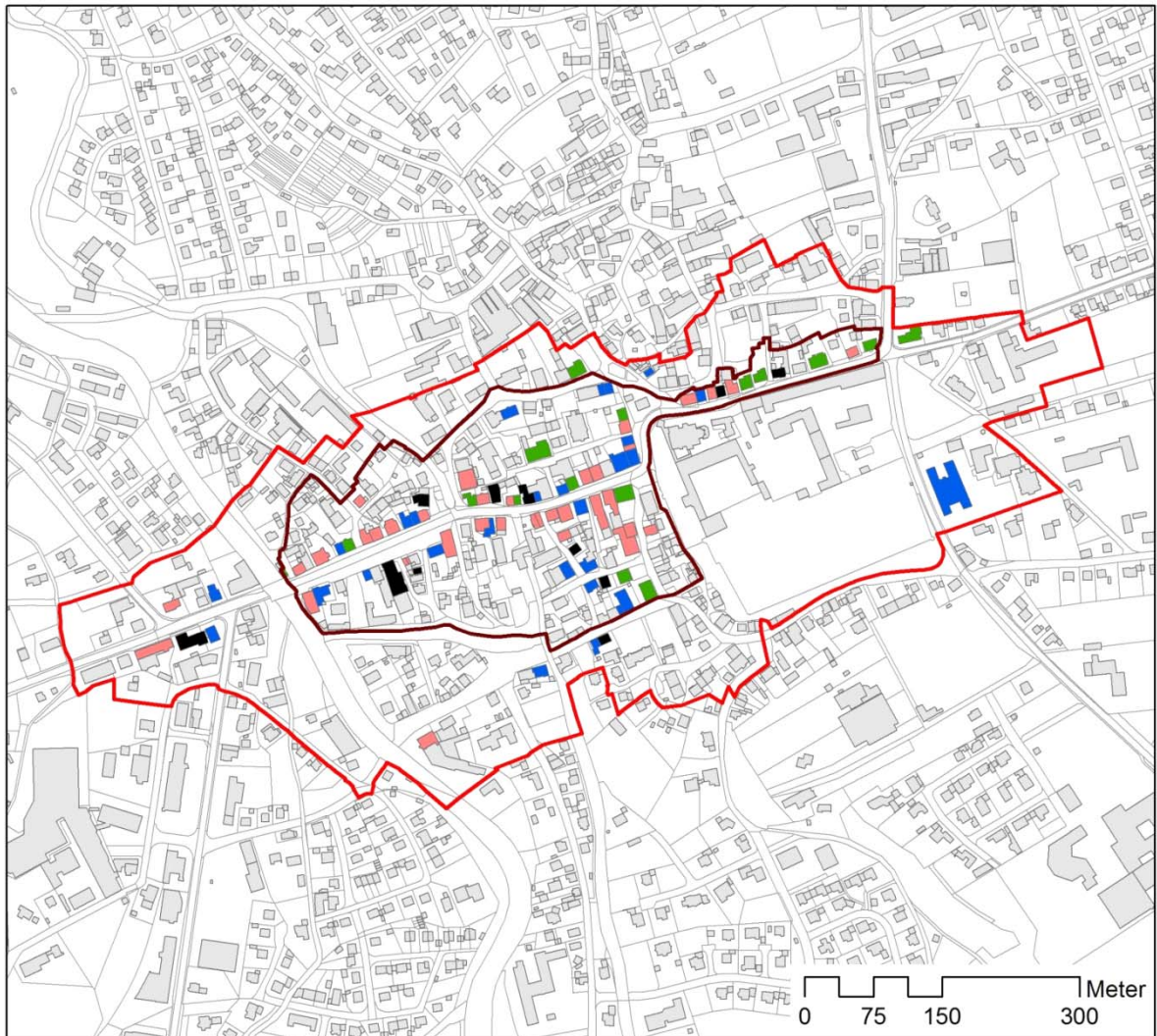
<sup>45</sup> Als konsumorientierte Dienstleistungsbetriebe werden Dienstleistungsanbieter bezeichnet, die üblicherweise hohe Austauschbeziehungen mit Einzelhandelsbetrieben aufweisen. Hierzu zählen u.a. Friseure, Reisebüros, Banken, Ärzte und Gesundheitsdienstleister etc.



lativ guten Besatz. Selbst entlang der durch den Durchgangsverkehr beeinträchtigten Hauptgeschäftsachse sind verschiedene Betriebe (v.a. Cafés) anzutreffen, die auch einen für die Aufenthaltsqualität grundsätzlich wichtige Außengastronomiebereich angeschlossen haben. Weitere Anbieter kommen in den Seitenstraßen hinzu (v.a. Restaurants, Trattorias).

### Gewerbliche Hauptnutzungen im Erdgeschoss im Untersuchungsgebiet

Markt Babenhausen - Einzelhandelskonzept für den Markt Babenhausen



#### Legende

- Untersuchungsgebiet Ortsmitte
- Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte

#### Hauptnutzung im Erdgeschoss

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Leerstand
- Gastronomie/Hotellerie

Kartengrundlage: Markt Babenhausen  
 Quelle: eigene Erhebungen und Bewertungen  
 Stand: April 2013  
 Entwurf und Kartographie:  
 Dr. Heider 2013

*Darstellung ohne den inzwischen eröffneten, neuen bzw. verlagerten Norma Lebensmitteldiscounter.*

- ▶ Eine wichtige belebende Wirkung für die Ortsmitte hat auch der freitags, auf dem Platzbereich parallel zur Straße Auf der Wies stattfindende Wochenmarkt. Dieser ist als wichtiges Highlight und nicht zu unterschätzender Frequenzbringer einzustufen. Aufgrund seiner relativ geringen Größe / Standzahl sollte u.E. jedoch nochmals über einen maßvollen Ausbau nachgedacht werden. Dies gilt umso mehr, als Wochenmärkte im Zuge der allgemeinen und stetig zunehmenden Rückbesinnung auf Lebensmittel aus der Region<sup>46</sup> üblicherweise sehr gut angenommen werden.<sup>47</sup> Ein breites bzw. verbreitertes Angebot kann dies perspektivisch nochmals verstärken. Durch die „Sonderfrequenz“ können auch die weiteren Betriebe der Ortsmitte profitieren und ggf. sogar neue Kunden erreichen. Dies kann als mögliches Argument gegen mögliche Befürchtungen mancher Händler angeführt werden, die eigene Umsatzrückgänge befürchten.
- ▶ Alles in allem stellt der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte Babenhausen nach wie vor und trotz aller bestehenden Schwierigkeiten einen bedeutenden, relativ dicht besetzten, diversifizierten und insgesamt noch recht gut funktionierenden Einzelhandelsstandort im lokalen Standortgefüge dar. Großbetriebe des Einzelhandels fehlen zwar, wichtige Frequenzbringer sind dennoch vorhanden. Der Verlust einstmals bedeutender Anbieter (u.a. Feneberg, Schlecker<sup>48</sup>) hat die Angebotsvielfalt wie auch die Anziehungskraft der Ortsmitte jedoch erkennbar geschwächt. Die Sicherung und wenn möglich der erneute Ausbau des Besatzes sind daher wichtige Ziele auf dem angestrebten Weg zur Stärkung und Weiterentwicklung der Ortsmitte Babenhausens. Darüber hinaus ist u.a. auch die Aufenthaltsqualität – zumindest in Teilen – als aufwertungsbedürftig einzustufen; Kunden legen zunehmend Wert auf ein gewisses Flair und ein einladendes Erscheinungsbild beim Einkaufen bzw. Besuch der Ortsmitte. Durch ein engagiertes, abgestimmtes und aktives Vorgehen bestehen in Babenhausen jedoch gute Aussichten, die Ortsmitte zu stärken und wieder deutlicher als attraktives und lebendiges Zentrum des Marktes wahrgenommen zu werden.

#### 4.4.2 Qualität der gewerblich genutzten Immobilien in der Ortsmitte

Defizitäre Immobilien – in funktionaler, gestalterischer oder qualitativer Hinsicht – stellen Hindernisse auf dem Weg zu einer durchgehend hohen Attraktivität einer Innenstadt bzw. Ortsmitte dar. Aus diesem Grund erfolgte im Rahmen der Untersuchungen auch eine gebäudescharfe Bewertung des Erscheinungsbildes der gewerblich genutzten Immobilien in der Ortsmitte Babenhausens. In die Bewertung wurden insbesondere die Gestaltung und der (Renovierungs-) Zustand der Gebäudefassade mit einbezogen. Die

---

<sup>46</sup> Stichworte: stetig wiederkehrende Lebensmittelskandale, verstärktes ökologisches Bewusstsein, Stärkung der regionalen Ökonomie.

<sup>47</sup> Vgl. hierzu auch entsprechende Ausführungen zu den Chancen und Möglichkeiten einer Regionalvermarktung im Exkurs auf S. 84f.

<sup>48</sup> Gemäß Angaben der Gemeinde Babenhausen wurde der ehem. Schlecker-Markt zum 01.09.2013 als selbständige Drogerie wiedereröffnet.

Bewertung erfolgt jeweils in Relation zum Durchschnittswert der gewerblich genutzten Immobilien der gesamten Ortsmitte Babenhausens.

- ▶ Das äußere Erscheinungsbild der gewerblich genutzten Immobilien in der Ortsmitte Babenhausens ist insgesamt betrachtet als weitgehend ansprechend einzustufen, wenngleich einzelne Immobilien durchaus erkennbare Beeinträchtigungen am Renovierungszustand oder in der Fassadengestaltung aufweisen (z.B. abbröckelnder Putz, verrußte Fassaden, nur mehr bedingt zeitgemäße Farbgestaltung etc.) und es erkennbare Niveauunterschiede zwischen dem historischen Ortskern (d.h. den bestehenden Sanierungsgebieten) und dem restlichen Ortsmittenbereich gibt.
- ▶ Besonders attraktiv zeigt sich insbesondere die (östliche) Stadtgasse und der Marktplatz, aber auch in den Bereichen parallel zur Stadtgasse – in nördliche wie in südliche Richtung – sowie teils auch in der Fürst-Fugger-Straße sind die Immobilien überwiegend ansprechend gestaltet. Ein Großteil der Immobilien dort weist einen guten bzw. teils sogar einen sehr guten Renovierungszustand ohne größere Beeinträchtigungen auf und erscheint (hoch) attraktiv. Immobilien mit (meist kleineren) Beeinträchtigungen sind zwar ebenfalls vorhanden, machen aber nur einen vergleichsweise geringen Teil der Immobilien aus.
- ▶ Trotz des überwiegend positiven Gesamteindrucks bestehen im gesamten Ortsmittenbereich auch verschiedene gewerblich genutzte Immobilien, die wenig attraktiv sind und deren Erscheinungsbild teils deutlich hinter das der oben beschriebenen Immobilien zurückfällt. Die Immobilien weisen im Vergleich sichtliche Beeinträchtigungen auf. Besonders problematisch ist dies speziell im westlichen Bereich der Stadtgasse – negativ fallen hier v.a. einzelne Leerstände auf – sowie auch in Teilbereichen der Straße Auf der Wies. Daher ist es anzuraten, konsequent weiter am Erscheinungsbild der Immobilien im Ortsmittenbereich zu arbeiten und das Gesamtniveau schrittweise weiter anzuheben.

#### 4.4.3 Ladenqualität in der Ortsmitte

Zur Ermittlung der Ladenqualität des Einzelhandels in der Ortsmitte Babenhausens wurde eine Bewertung analog zur Bewertung der gewerblich genutzten Immobilien durchgeführt. Als Kriterien hierzu dienten die Schaufenstergestaltung, Außenwerbung und Ladenauftritt sowie Innengestaltung und Warenpräsentation der verschiedenen Einzelhandelsbetriebe. Bewertet wurden hierbei nur Einzelhandelsbetriebe, bei Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben ist eine Bewertung des Innenzustandes der Betriebe nur eingeschränkt möglich und für das vorliegende Konzept zudem von eher untergeordneter Bedeutung. Die Bewertung erfolgt wiederum jeweils in Relation zum Durchschnittswert der gesamten Ortsmitte.

- ▶ Bei der Ladenqualität zeigt sich ein ordentliches, aber ausbaufähiges Bild. Der weit überwiegende Teil der bewerteten Ladenlokale verfügt über eine durchschnittliche,

aber keine besonders herausragende Ladenqualität. Die Ladengestaltung sowie die Warenpräsentation hinterlassen in der Mehrheit einen gepflegten und marktgerechten Eindruck, weisen jedoch keine besonderen Highlights auf. Dies gilt für nahezu den gesamten Ortsmittenbereich.

- ▶ Eine nennenswerte Häufung von Läden mit überdurchschnittlich guter Ladengestaltung ist v.a. im südlichen Bereich der Stadtgasse festzustellen. Meist sind diese Betriebe dabei auch in Immobilien mit ansprechendem Äußeren angesiedelt, wodurch sich ein rundum gutes Erscheinungsbild ergibt.
- ▶ Ein (eher geringer) Teil der Betriebe ist nicht (mehr) sehr ansprechend gestaltet, die Ladenqualität ist in der Summe eher niedrig. Standortverdichtungen sind dabei nicht festzustellen, vielmehr verteilen sich diese Läden punktuell auf den gesamten Ortsmittenbereich. Da bei Kunden jedoch oftmals bereits einzelne unattraktive Läden einen negativen Gesamteindruck hinterlassen, führen Qualitätssteigerungen eines jeden Betriebes i.d.R. zu einer Steigerung des positiven Gesamteindrucks des gesamten Standortbereiches bzw. der gesamten Ortsmitte.

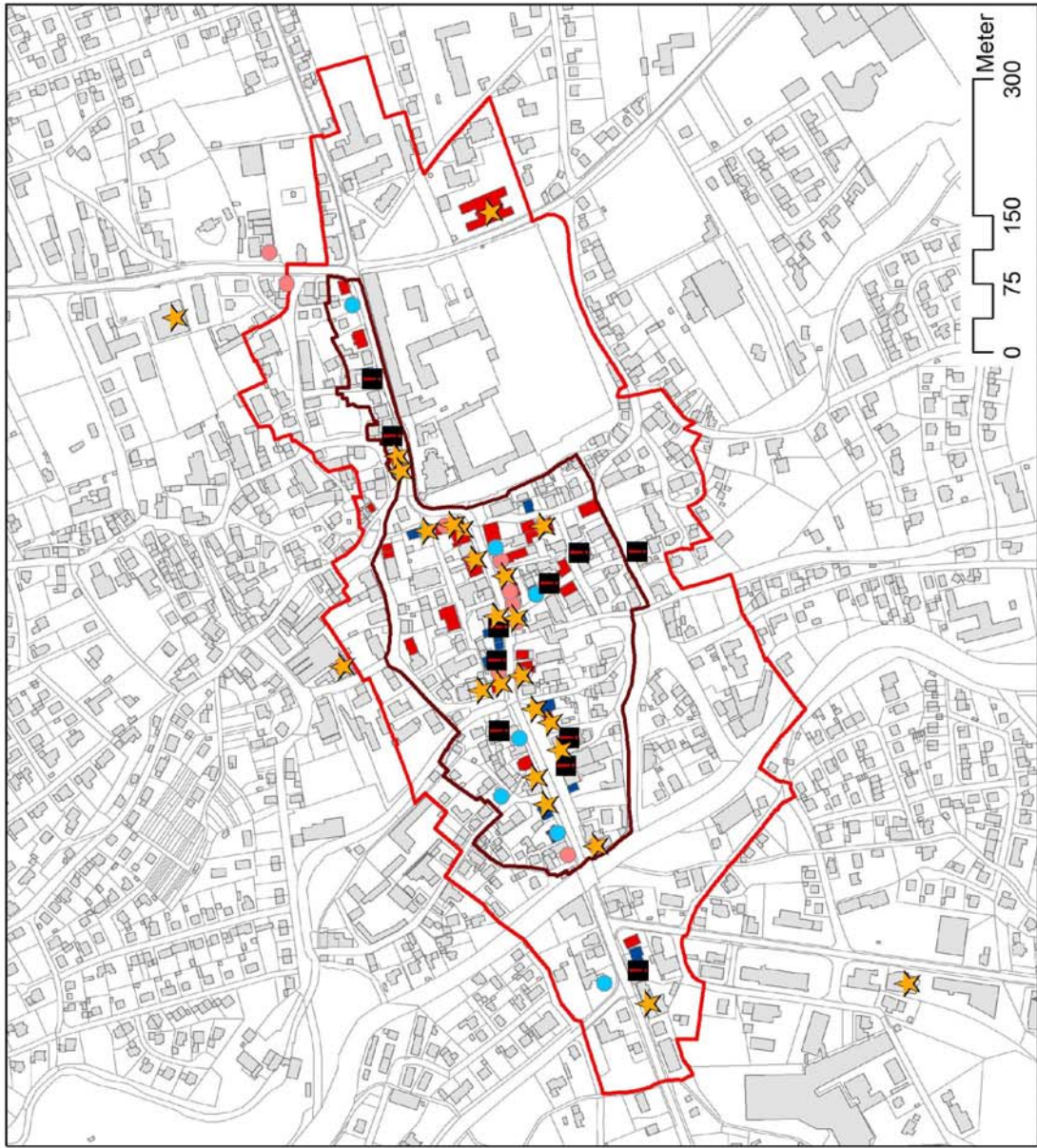
In der nachfolgenden Karte ist die Funktionalität des Einzelhandelsstandortes Ortsmitte Babenhausen dargestellt und verdeutlicht die oben aufgeführten Punkte. Leerstände, Ladengeschäfte unterdurchschnittlicher Qualität sowie Beeinträchtigungen an der Immobilie werden als sogenannte Negativfaktoren aufgeführt und schmälern die Funktionalität des Einzelhandels- und Geschäftsstandortes Ortsmitte. Eine überdurchschnittlich hohe Ladenqualität, eine attraktive, renovierte Immobilie sowie das Vorhandensein von Frequenzbringern haben positive Auswirkungen auf die Funktionalität der Ortsmitte und sind in der Karte als Positivfaktoren dargestellt.

In der Summe ist festzustellen, dass die Ortsmitte von Babenhausen zwar in Teilen noch (deutliches) Aufwertungspotenzials besitzt, dass sie aber – im Gegensatz zu einer Reihe von anderen Orten dieser Größenordnung – noch weitgehend gut funktioniert, relativ dicht besetzt und mehrheitlich ansprechend gestaltet ist. Insgesamt besitzt Babenhausen somit gute Voraussetzungen für ein auch noch längerfristig vitales und von Kunden geschätztes Handels-/Geschäftszentrum Ortsmitte.



**Funktionalität des Einzelhandelsstandortes (gewerblich genutzte Immobilien)**

Markt Babenhausen - Einzelhandelskonzept für den Markt Babenhausen



**Legende**  
 Untersuchungsgebiet Ortsmitte  
 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte

**Positivfaktoren**

- ★ Frequenzbringer
- positive Ladenqualität
- positive Immobilienqualität

**Negativfaktoren**

- Leerstand
- negative Ladenqualität
- negative Immobilienqualität

*Darstellung ohne den inzwischen eröffneten, neuen bzw. verlagerten Norma Lebensmitteldiscounter.*

#### 4.5 Lebensmitteleinzelhandel und Nahversorgung

Die Nahversorgungssituation bzw. speziell den Besatz mit Lebensmittelanbietern (Lebensmittelmärkte, -handwerksbetriebe und -spezialanbieter) in Babenhausen zeigt nachstehende Karte und kann aktuell folgendermaßen charakterisiert werden:

- ▶ Der Lebensmittelbesatz in der Ortsmitte von Babenhausen ist aktuell ausschließlich von verschiedenen, durchwegs recht kleinflächigen Lebensmittelanbietern geprägt; Lebensmittelhandwerksbetriebe (= Bäckereien, Metzgereien), aber auch Spezialbetriebe (z.B. Obstladen, Weinladen) sind teils mehrfach vertreten. Größere Lebensmittelmärkte gibt es seit der Verlagerung des vormals am unteren Markt (d.h. Auf der Wies) bestehenden Feneberg-Marktes hingegen nicht mehr. Entsprechende Betriebe befinden sich derzeit ausschließlich außerhalb der Ortsmitte in Streu- bzw. Gewerbegebietslage. Durch einen fehlenden Vollversorger wird die Versorgungsqualität in der Ortsmitte Babenhausens aktuell merklich eingeschränkt.
- ▶ Die zu erwartende Umsiedlung eines derzeit im Gewerbegebiet an der Ulmer Straße ansässigen Lebensmitteldiscounters (Norma) in den westlichen Bereich des Untersuchungsgebietes Ortsmitte<sup>49</sup> bzw. unmittelbar westlich angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte wird die derzeit merklich eingeschränkte Versorgungssituation in der Ortsmitte Babenhausens deutlich verbessern (vgl. übernächste Karte). Hinzu kommt, dass davon ausgegangen werden kann, dass ein unmittelbar angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte befindlicher Lebensmittelmarkt durch sein üblicherweise hohe Kundenfrequenz auch zu einer Steigerung des Kundenaufkommens in den Geschäften und Betrieben der Ortsmitte führen wird.
- ▶ Neben den in der Ortsmitte befindlichen Anbietern erfüllt derzeit v.a. der Lebensmittelvollsortimenter an der Krumbacher Straße (Feneberg) durch seine Wohngebietslage eine wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktion. Der Markt ist ausreichend groß, sowohl mit dem Pkw, als auch im ÖPNV<sup>50</sup> oder zu Fuß gut zu erreichen und als recht ansprechend einzustufen. Insgesamt kann ihm daher eine umfassende (Nah-) Versorgungsfunktion konstatiert werden.
- ▶ Zwei weitere, recht moderne Lebensmittelmärkte (Rewe, Bahnhofstraße und Netto, Ulmer Straße)<sup>51</sup> sind in dezentraler Rand-/Gewerbegebietslage am südwestlichen bzw. westlichen Ortsrand angesiedelt. Aufgrund ihrer Rand-/Gewerbegebietslage, ihrer eingeschränkten bzw. im Falle von Netto quasi fehlenden, direkten Anbindung an umliegende Wohngebiete kann diesen beiden Lebensmittelmärkten nur eine (sehr) begrenzte wohnortnahe Versorgungsfunktion zugesprochen werden. Die Betriebe sind überwiegend auf Autokunden ausgerichtet. Dennoch tragen diese beiden Lebensmittelmärkte auch einen wichtigen Teil zur lokalen Versorgung sowie auch zur überörtlichen Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsstandortes Babenhausen bei.

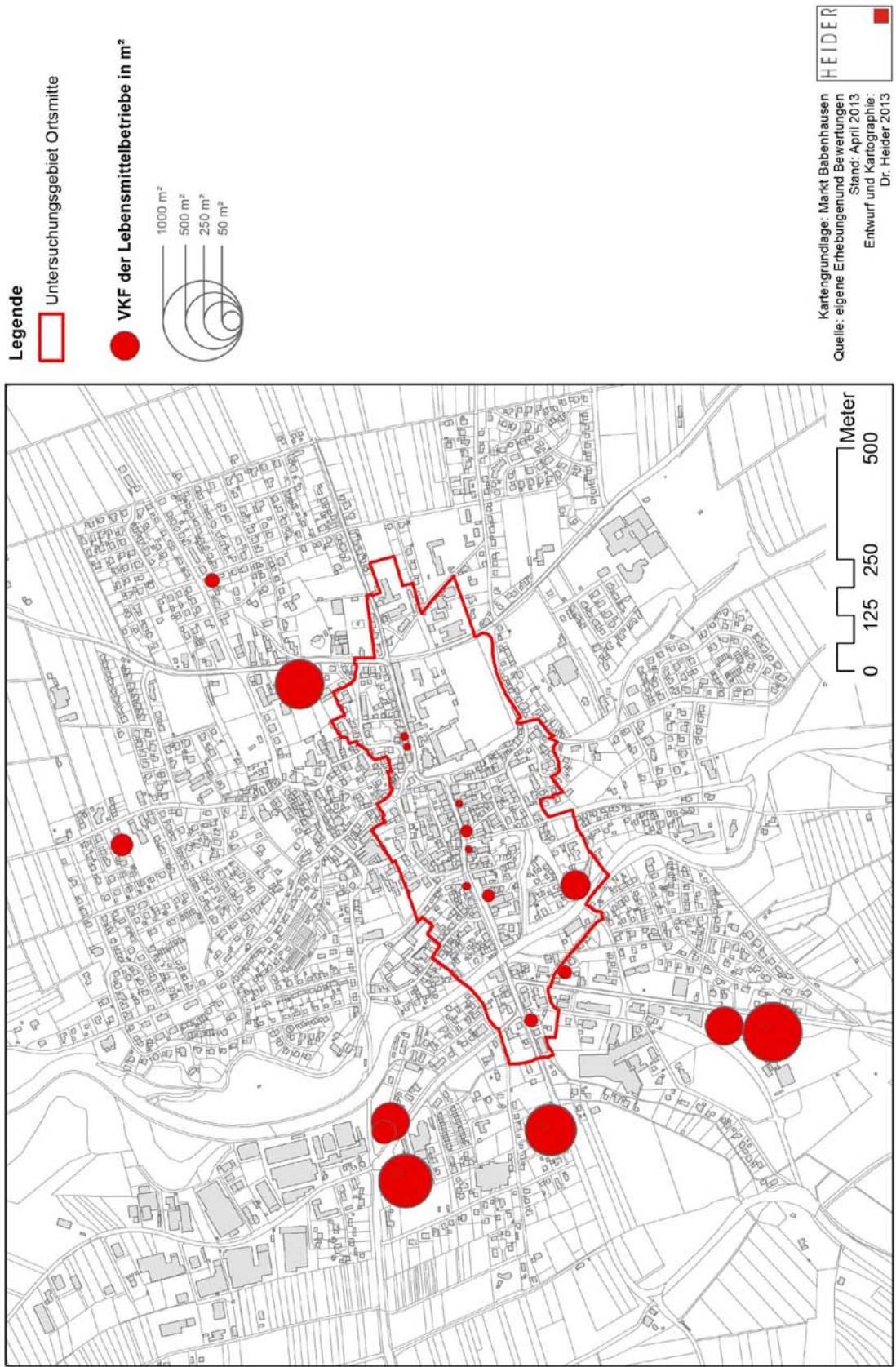
<sup>49</sup> Der neue Markt befand sich zum Erhebungszeitpunkt bereits in Bau; inzwischen wurde er eröffnet.

<sup>50</sup> Eine Bushaltestelle befindet sich direkt vor dem Markt.

<sup>51</sup> Sowie zum Erhebungszeitpunkt auch noch der zu verlagernde Norma an der Ulmer Straße.



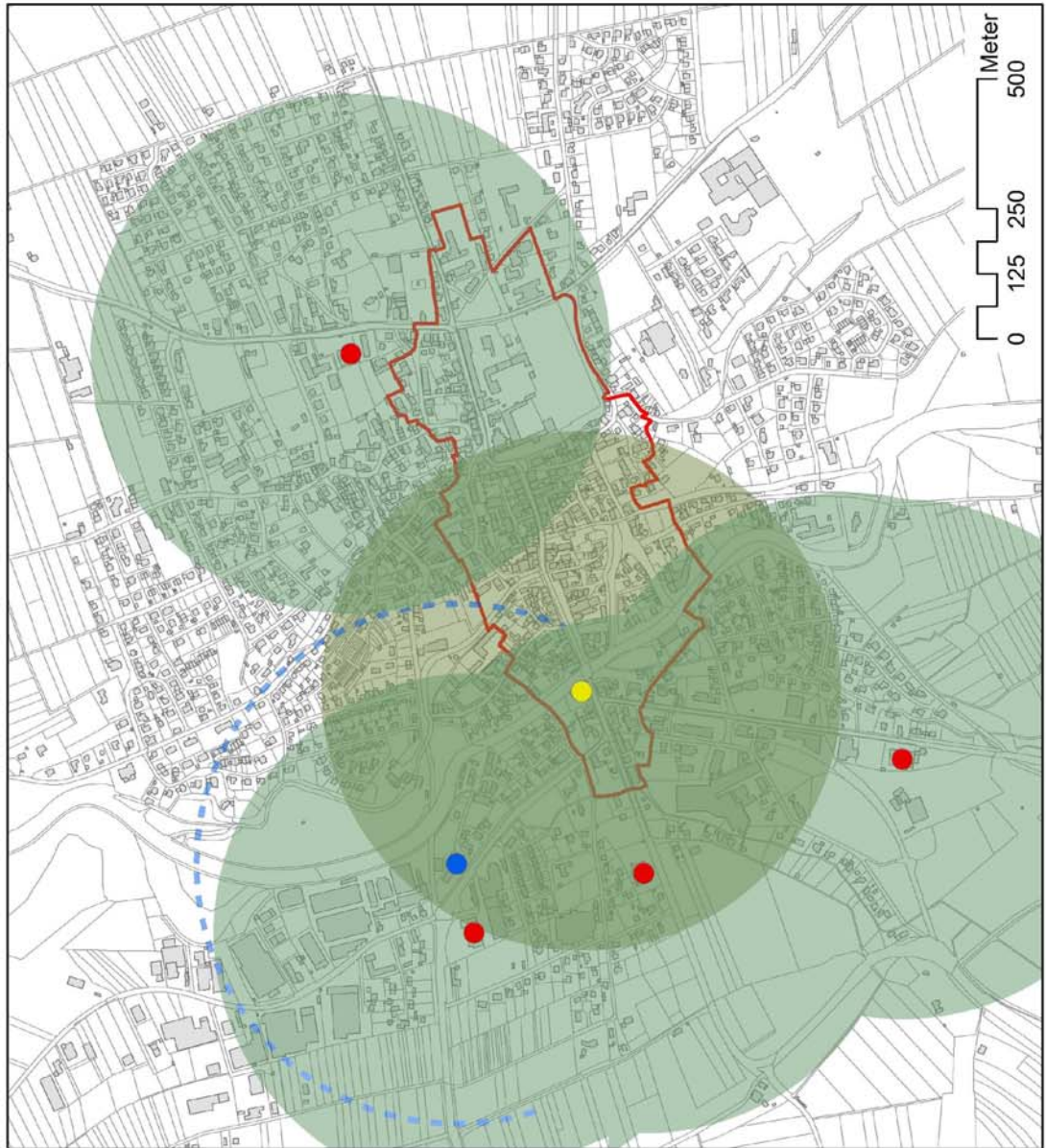
**Lebensmitteleinzelhandel**  
 Markt Babenhausen - Einzelhandelskonzept für den Markt Babenhausen



Kartogrundlage: Markt Babenhausen  
 Quelle: eigene Erhebungen und Bewertungen  
 Stand: April 2013  
 Entwurf und Kartographie:  
 Dr. Heider 2013

*Darstellung mit dem zum Erhebungszeitpunkt noch bestehenden, inzwischen verlagerten Norma Lebensmitteldiscounters.*

**Nahversorgungssituation**  
 Markt Babenhausen - Einzelhandelskonzept für den Markt Babenhausen



**Legende**

- Untersuchungsgebiet Ortsmitte
- Lebensmittelmarkt ab 450 m<sup>2</sup> VKF
- Norma (Neubau)
- Norma (ehemals)
- fußläufiger Einzugsbereich (Radius: 500m)
- fußläufiger Einzugsbereich (Norma ehemals)
- fußläufiger Einzugsbereich (Norma Neubau)



Die Nahversorgungssituation im Kernort Babenhausen<sup>52</sup>, d.h. die Abdeckung der Wohngebiete mit fußläufig erreichbaren Lebensmittelmärkten, zeigt obige Karte. Die seit Erhebung erfolgte Änderung der Nahversorgungssituation durch die Ansiedlung/Verlagerung eines bestehenden Lebensmittelmarktes (Norma) von der Ulmer Straße an den Kreuzungsbereich der Straßen Auf der Wies/Memminger Straße/Bahnhofstraße wurde berücksichtigt.

- ▶ Wie auf der Karte "Nahversorgungssituation" zu erkennen ist, ist die Situierung der bestehenden Lebensmittelmärkte im Kernort Babenhausen nach Umsiedlung des Norma Lebensmitteldiscounters insgesamt als recht gut verteilt einzustufen. In weiten Teilen des Kernortes Babenhausen besteht die Möglichkeit, sich auch fußläufig gut versorgen zu können. Positiv ist dabei nochmals herauszustellen, dass sich die seit der Umsiedlung des Feneberg-Marktes eher eingeschränkte Versorgung der Ortsmitte bzw. deren Bewohner durch den neuen Norma Lebensmittelmarkt – bei allen Einschränkungen etwa hinsichtlich seiner geringeren Angebotsbreite – wieder deutlich verbessert hat.
- ▶ In den nördlichen und südöstlichen Randbereichen des Marktes Babenhausen fehlt hingegen die Möglichkeit einer fußläufigen, wohnortnahen Versorgung. Ähnliches gilt für die Bewohner der Ortsteile Klosterbeuren und Unterschönegg. Die Einwohner dieser Gebiete sind daher sehr mobilitätsabhängig. Eine Verbesserung der Versorgungssituation in diesen Gemeindeteilen ist aufgrund der begrenzten Höhe, der in diesen Gebieten lebenden Bewohner, der teils eingeschränkten verkehrlichen Erreichbarkeit und auch den gegebenen Marktanforderungen der Betreiber jedoch kaum zu erwarten. Selbst eine Minimalversorgung durch einen Lebensmittelhandwerksbetrieb ist u.E. wenig realistisch. Zur Verbesserung der Versorgungssituation ist – soweit gewünscht – lediglich ein Ausbau der mobilen Versorgung bzw. die Einführung eines Lieferservices ortsansässiger Betriebe denkbar.
- ▶ Abschließend gilt es jedoch nochmals klar herauszustellen, dass das Lebensmittelangebot in Babenhausen insgesamt betrachtet und in Vergleich mit anderen Städten und Gemeinden im ländlichen Raum als recht gut und angemessen einzustufen ist. Ein nennenswerter Mangel bzw. gar eine Unterversorgung ist gesamtörtlich betrachtet nicht festzustellen.

---

<sup>52</sup> In den Ortsteilen Klosterbeuren und Unterschönegg fehlen Lebensmittelangebote bzw. generell Einzelhandelsangebote komplett.

## 4.6 Verkaufsflächenbedarf und Ausbaumöglichkeiten

Der Vergleich der im Einzelhandel von Babenhausen erzielten Umsätze mit dem vor Ort und im Marktgebiet verfügbaren Kaufkraftvolumen zeigt die aktuelle Kaufkraftbindung und gibt Einblick in die sortimentsweise Ausstattung, Attraktivität und marktbezogene Ausbaumöglichkeiten des Einzelhandels. Werden die in Babenhausen perspektivisch erreichbaren Kaufkraftbindungsquoten mit der derzeit erzielten Kaufkraftbindung verglichen, lässt sich bei einer aktuellen Kaufkraftbindung, die niedriger als die potenziell erreichbare Kaufkraftbindung ist, auf einen Ergänzungsbedarf in der jeweiligen Sortimentsgruppe schließen.

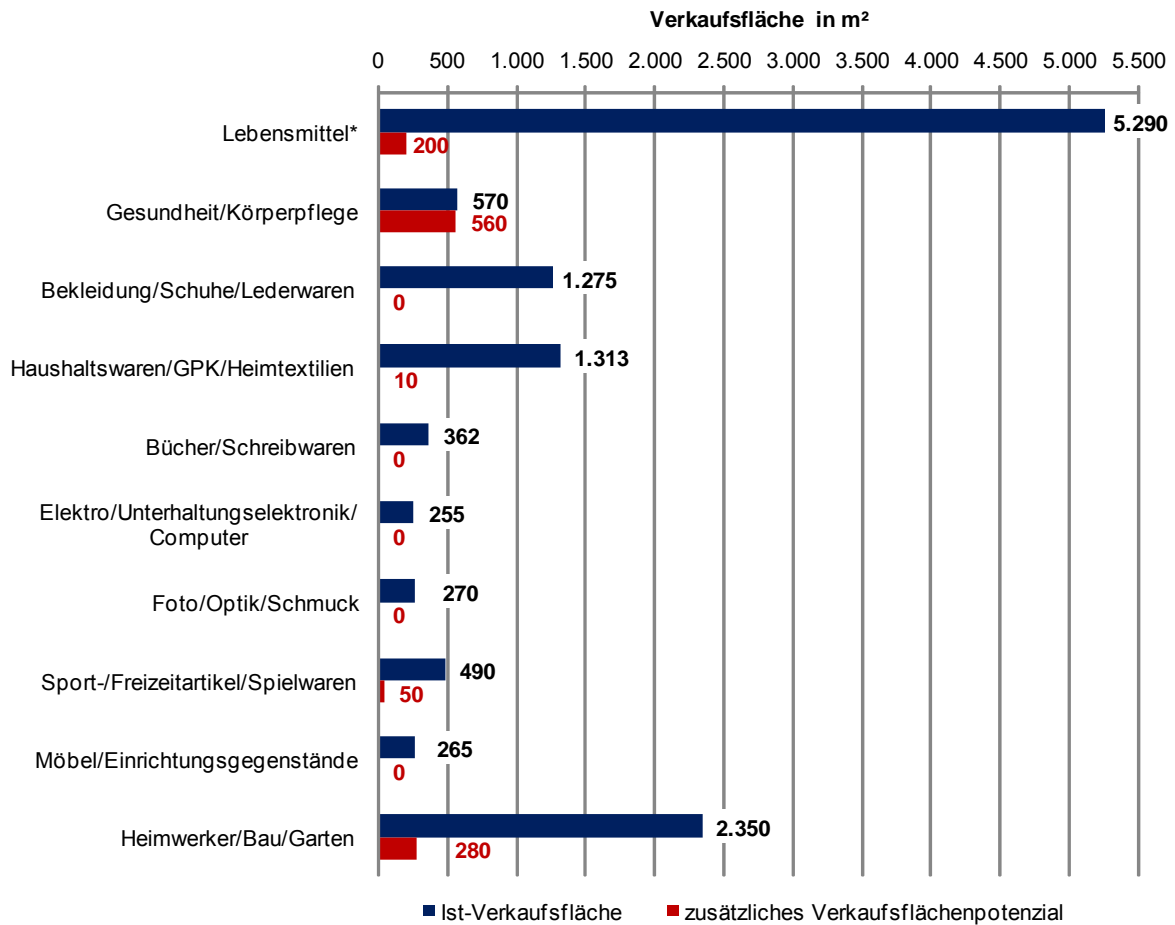
Unter Zugrundelegung der Wettbewerbswirkung umliegender Einkaufsstädte (u.a. Memmingen, Krumbach, Illertissen), den dort erzielten Einzelhandelsumsätzen sowie unter Berücksichtigung entsprechender Werte aus ähnlich strukturierten Zentren und branchenspezifische Besonderheiten, lassen sich realistisch zu erreichende Kaufkraftbindungsquoten für Babenhausen ermitteln.

Bei der Ermittlung von Verkaufsflächenausbaumöglichkeiten ist zusätzlich der aus der Kaufkraftentwicklung entstehende Bedarf zu berücksichtigen. Dieser ergibt sich aus der mittelfristig zu erwartenden Bevölkerungsentwicklung und der Pro-Kopf-Kaufkraftentwicklung. In den nächsten fünf Jahren, d.h. bis 2018 ist unter Berücksichtigung der aktuellen Bevölkerungsprognose für Babenhausen und den Gemeinden des Marktgebietes von einer weitgehend stabil bleibenden Bevölkerungszahl auszugehen. Ähnliches gilt für das zur Verfügung stehende Kaufkraftvolumen.

Im Ergebnis konnten für jedes Sortiment die Differenz zwischen den unter den gegebenen Standort- und Marktbedingungen erreichbaren und der bereits derzeit erreichten Kaufkraftbindungsquoten und somit auch die zusätzlich noch erzielbaren Umsätze bestimmt werden. Die letztendlich ermittelten Verkaufsflächen, entsprechen der Division der zusätzlich erreichbaren Umsätze durch marktübliche, sortiments- und betriebstyp-spezifische Flächenleistungen.

Das in nachfolgender Darstellung ermittelte Ausbaupotenzial der Verkaufsflächen stellt den flächenbezogenen Ausbaurahmen des Einzelhandels im Markt Babenhausen dar. Diese Ausbaumöglichkeiten berücksichtigen eine auf die Eigenpotenziale aus Babenhausen und seinem Marktgebiet unter den bestehenden Marktbedingungen gerichtete Entwicklung, welche unter der Zielsetzung einer gesamtörtlichen Sicherung der erreichbaren Umsatzpotenziale eine moderate Verkaufsflächenanpassung einplant. Die aufgezeigten Flächen basieren auf den derzeitigen Marktbedingungen, mögliche Verbesserungen der Standortattraktivität und Marktprofilierung sind nur bedingt berücksichtigt.

### Zusätzliches Verkaufsflächenpotenzial bis 2018 auf Basis der Ergänzungspotenziale und der Kaufkraftentwicklung



\* Ohne inzwischen erfolgter Norma-Erweiterung, welche die ausgewiesenen Ausbaupotenziale komplett "aufgebraucht" hat.

Quelle:  
eigene Berechnungen und Erhebungen,  
Dr. Heider 2013

- Obwohl das prognostizierte Ausbaupotenzial aufgrund der räumlichen Nähe zu den umliegenden, größeren Wettbewerbsstädten auf einem vorsichtigen Ansatz beruht, kann auch diese eher konservative Prognose nicht garantieren, dass in allen Sortimenten die markttechnisch möglichen Umsatzziele auch tatsächlich erreicht werden. Demzufolge sind bei Verkaufsflächenzuwächsen, die sich am vorliegenden Prognoseansatz orientieren, dennoch prinzipiell geringfügige Umsatzrückgänge im Bestand möglich, wenn auch nicht plausibel. Eine völlige Stagnation der Flächenentwicklung stellt jedoch keine ernsthafte Alternative dar, da damit ein Rückschritt der Marktposition unvermeidlich und eine Modernisierung und Anpassung des Bestandes an aktuelle Marktbedingungen kaum mehr möglich wird.
- Das Ausbaupotenzial der Verkaufsfläche für Babenhausen lässt sich insgesamt – d.h. über alle Branchen hinweg – mit rund 1.100 m<sup>2</sup> bis ins Jahr 2018 beziffern. Dies entspricht ca. 8-9% des Bestandes zum Erhebungszeitpunkt.

- ▶ Das größte Ausbaupotenzial ist im Drogeriewarenbereich vorhanden. Dies ist v.a. durch die Schlecker-Schließung zu erklären, in Folge derer dieses Warenssegment nicht mehr durch einen entsprechenden Vollsortimentsbetrieb besetzt ist. Eine Grundversorgung durch bestehende Anbieter wird zwar weiterhin gewährleistet, zur Komplettversorgung der Bevölkerung ist ein ergänzender, mittelflächiger Anbieter denkbar und wirtschaftlich auslastbar. Planungen hierzu bestehen bereits.
- ▶ Weitere nennenswerte Ausbaupotenziale bieten die Hauptsortimente Heimwerken/Bau/Garten (ca. 280 m<sup>2</sup>) sowie eingeschränkt auch der Sport-/Freizeitartikelbereich<sup>53</sup> (ca. 50 m<sup>2</sup>). Darüber hinaus sind aktuell keine bzw. keine nennenswerten Ausbaupotenziale zu erkennen.
- ▶ Lebensmittel wiesen zum Erhebungs-/Berechnungszeitpunkt ebenfalls ein Ausbaupotenzial auf, dieses wurde mit der Eröffnung des Norma-Marktes im Sommer 2013 im Bereich Auf der Wies/Memminger Straße/Bahnhofstraße inzwischen mehr als ausgeschöpft. Ein weiterer Ausbau des Lebensmittelangebotes wird daher zukünftig in Form von Umsatzumverteilungen unmittelbare Folgen für den Bestand haben.
- ▶ Abschließend ist darauf hinzuweisen, dass die ermittelten Ausbaupotenziale nicht per se dafür geeignet sind, dass daraus direkt unter betriebswirtschaftlichen Aspekten tragfähige zusätzliche Einzelhandelsbetriebe abgeleitet werden können. Hierfür sind differenzierte Einzelbetrachtungen erforderlich.<sup>54</sup>
- ▶ Unabhängig von immer möglichen Sonderbedingungen für den Erfolg neuer Betriebe, wie z.B. besonders hohes persönliches Engagement, außergewöhnliche Geschäftsideen und überdurchschnittliche Betriebsattraktivitäten oder auch finanzielle Unabhängigkeiten, die – das zeigt die Erfahrung in anderen Städten und Gemeinden – durchaus zu erfolgreichen Neuansiedlungen führen können, deuten die ermittelten, auf durchschnittliche Bedingungen beruhenden Marktpotenziale Babenhausens in den meisten Sortimentsbereichen auf keine klaren Marktchancen für leistungsfähige Fachgeschäfte hin. Sortimentsübergreifenden Konzepten können jedoch Chancen eingeräumt werden. So sind bspw. Mischkonzepte im Bereich Sport-/Freizeitwaren, Lebensmittel und Gesundheit/Körperpflege (im Sinne eines ganzheitlichen Fitness/Wohlfühlkonzeptes) denkbar. Auch über weitere Kombinationen von Einzelhandels- und Gastronomiebetrieben (ähnlich den Konzepten moderner Bäckereien) oder Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten (z.B. Integration einer Reinigung bzw. Reinigungsannahmestelle in einen Bekleidungs-/Einzelhandelsbetrieb, Verbindung eines Buch- oder GPK-Ladens mit einem Cafébereich oder eines Sport- oder Drogeriewarenladens mit einem kleinen Wellness- oder Beautybereich) sollte zumindest nachgedacht werden. Auch die Verbindung von Fachgeschäft und Onlineshop ist denkbar, um die wirtschaftliche Rentabilität eines Betriebes zu sichern.

<sup>53</sup> Der zugeordnete Spielwarenbereich ist durch den ansässigen Betreiber hingegen bereits heute gut abgedeckt.

<sup>54</sup> Zum Einen sind die Sortimentsgruppen aus Teilsortimenten zusammengefasst, die nicht alle den entsprechenden Nachholbedarf aufweisen müssen, zum Anderen bieten die teils zu verzeichnenden

## 5 Gegenüberstellung der Stärken und Schwächen

Die nachfolgende Gegenüberstellung der Stärken und Schwächen für den Markt Babenhausen basiert auf den bisher dargestellten Analysen sowie ergänzenden Begutachtungen und Bewertungen. Sie zeigen die Eckpunkte der künftigen Entwicklung des Standortes Babenhausen auf, wobei die Stärken besonders auf bestehende oder entwickelbare Potenziale, die Schwächen auf einen möglichen Handlungsbedarf hinweisen.

Der Fokus dieser Stärken-Schwächen-Analyse ist auf die im Mittelpunkt der Untersuchung liegenden Bereiche Einzelhandel und Ortsmitte mit deren Einfluss- und Abhängigkeitsfaktoren unter besonderer Berücksichtigung einer nachhaltigen Entwicklung der Ortsmitte gerichtet. Die Aufstellung spiegelt keine Prioritäten oder Wichtigkeitsgrade wieder; ihre Bewertung aus vorliegendem Kenntnisstand, wird erst in der anschließend dargestellten Konzeption zum Ausdruck gebracht.

### 5.1 Allgemeine Standortrahmenbedingungen

<b>Stärken/Chancen</b>	<b>Schwächen/Risiken</b>
Unterzentrum mit deutlicher überörtlicher Versorgungsfunktion, die sogar über den zugeordneten Nahbereich hinausgeht	räumliche Nähe zum konkurrierenden und im Einzelhandel recht gut besetzten Mittelzentrum Krumbach sowie zu den Oberzentren und regionalen Handelsmagneten Memmingen und Ulm/Neu-Ulm
gute Anbindung an das übergeordnete Verkehrsnetz durch die unmittelbare Lage an der B 300	ÖPNV ist maximal als ortsüblich einzustufen, ein Ausbau ist wünschenswert; fehlender Bahnanschluss
Sitz der Verwaltungsgemeinschaft Babenhausen, was die Versorgungsfunktion und -bedeutung zusätzlich stärkt	Lage im relativ dünn besetzten ländlichen Raum
aktuell relativ rege Bautätigkeit lässt trotz geringer Fertigstellungsquote in den letzten Jahren eine hohe Beliebtheit und Zufriedenheit bei der Wohnbevölkerung annehmen; trotz des fortschreitenden demografischen Wandels noch relativ hoher Anteil der unter 18-Jährigen am Bevölkerungsaufkommen	stagnativer bis negativer Trend in der Bevölkerungsentwicklung der letzten Jahre, zudem zukünftig merklich rückläufige Entwicklung prognostiziert

geringen Flächenerweiterungspotenziale nur für wenige Sortimente ausreichend große und überlebensfähige Betriebsflächen.

relativ hohe Bedeutung des Marktes Babenhausen als Arbeitsplatzstandort, u.a. hohe Arbeitsplatzdichte, positives Pendlersaldo	relativ einseitige Wirtschaftsstruktur, hohe Abhängigkeit vom Produzierenden Gewerbe
Lage im aufstrebenden Wirtschaftsraum Unterallgäu, dessen weitere Stärkung durch die Unterallgäu Aktiv GmbH vorangetrieben wird	periphere Lage im Landkreis; abseits der größeren, entwicklungsstarken Städte (wie z.B. Memmingen, Mindelheim)
hohe geschichtliche Bedeutung durch Stammsitz der Fuggerfamilie, grundsätzlich gute Profilierungschancen durch historisches Erbe	eher untergeordnete touristische Bedeutung (v.a. im Übernachtungstourismus), was teils auch auf eingeschränkte Übernachtungsangebote zurückzuführen ist

## 5.2 Einzelhandel und Ortsmitte

<b>Stärken/Chancen</b>	<b>Schwächen/Risiken</b>
überörtliches Marktgebiet, dessen Kaufkraftpotenziale vom Einzelhandelsstandort Babenhausen genutzt werden können	stagnative bis leicht rückläufige Entwicklung der Einwohner- und Kaufkraftpotenziale im Marktgebiet zu erwarten
relativ dichter und differenzierter Einzelhandelsbesatz, alle Branchengruppen sind teils mehrfach vertreten; → über die Grundversorgung hinausgehende Versorgungsfunktion des bestehenden Einzelhandelsbesatzes → hohe bis teils sehr hohe Zentralitätswerte in einer Reihe von Branchenbereichen	seit der Schließung eines innerörtlichen Drogeriemarktes Fehlen eines umfassenden Drogeriewarenangebotes <sup>55</sup>
trotz relativ langgestreckter Ortsmitte weitgehend durchgängiger Handels-/Betriebsbesatz	relativ geringer Flächenanteil des Ortsmittenbesatzes am gesamtörtlichen Einzelhandelsbestand; zudem Rückgang des Anteils im Vergleich zu 1999
hoher Anteil inhabergeführter (Fach-) Geschäfte sichert Bindung an den Standort und bietet gute Voraussetzungen für ein hohes Service- und Qualitätsniveau	eingeschränkte Öffnungszeiten, nochmals reduzierte Öffnungszeiten einiger Geschäfte im Urlaubsmonat August; bestehende, meist altersbedingte Nachfolgeproblematik
Flächenreserven zur Ansiedlung neuer, attraktiver Anbieter in der Ortsmitte	teils (sehr) kleinflächige Handelsflächen in der Ortsmitte mit hohem Wettbewerbsdruck

<sup>55</sup> Laut Gemeindeverwaltung konnte der ehem. Schleckermarkt wieder durch einen Drogeriewarenanbieter nachbesetzt werden, so dass diese Schwäche zumindest aktuell behoben ist.



vergleichsweise gute Versorgungssituation mit Lebensmitteln im Gemeindegebiet, nach Umsiedlung von Norma auch (wieder) deutlich verbesserte Versorgung in der Ortsmitte	teils modernisierungsbedürftige Einzelhandelsbetriebe/-struktur
differenzierter und ansprechender Nutzungsmix aus Gastronomie, Dienstleistungen und Einzelhandel in der Ortsmitte mit teils hoher frequenzbringender Funktion	fehlender Besatz von sog. Großbetrieben des Einzelhandels in der Ortsmitte
Ausbaupotenziale zur Ergänzung und Erneuerung des Einzelhandelsbesatzes aus wirtschaftlicher Sicht zumindest für einzelne Sortimentsbereiche vorhanden	trotz eines grundsätzlich ansprechenden Ortsbildes erkennbare Mängel bei der innerörtlichen Aufenthaltsqualität
Wochenmarkt als Kundenmagnet und wichtiger Frequenzbringer in der Ortsmitte, dessen Ausbau überdacht werden sollte	störende Wirkung v.a. des LKW-Verkehrs

### 5.3 Kommunikation und Marketing

<b>Stärken/Chancen</b>	<b>Schwächen/Risiken</b>
bestehende „Koordination zur Ortskernentwicklung“ <sup>56</sup> , die das Ziel hat, Babenhausen bzw. speziell auch die Ortsmitte des Marktes weiterhin attraktiv zu halten bzw. konsequent weiter zu stärken	Aktionen und Events mit Ortsmitten- und Einzelhandelsbezug werden als gesamtörtliches Marketinginstrument noch nicht ausreichend genutzt
eingeleitete Maßnahmen zur Stärkung und Qualifizierung der Ortsmitte als wichtiger Baustein einer (Wieder-) Belebung des Ortszentrums zu werten	ausbaufähiger Internetauftritt, insbesondere auch in Bezug auf Einzelhandel und Ortsmitte sowie auch bezüglich den laufenden bzw. geplanten Aktivitäten der bestehende „Koordination zur Ortskernentwicklung“

<sup>56</sup> In diesem Zusammenhang ist speziell auf Hrn. Otto zu verweisen.

## 6 Einzelhandelsentwicklungskonzept Babenhausen

Die Leitlinien für die künftige Einzelhandels- und Standortentwicklung der Marktgemeinde Babenhausen umfassen auf Basis der vorstehend dargestellten Analysen und der Erfordernisse einer städtebaulichen Belangen entsprechenden Einzelhandelsentwicklung im Wesentlichen folgende Zielinhalte:

### **Leitlinien der Einzelhandels- und Standortentwicklung in Babenhausen:**

- ▶ **Ausrichtung an einer konzeptionellen und aktiv gestaltenden Einzelhandelsentwicklung**
- ▶ **Stärkung der Position des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte als wichtigen Träger der gesamtörtlichen Einzelhandelsanziehungskraft und der lokalen wie teils überörtlichen Versorgungsfunktion**
- ▶ **Sicherung und Erhöhung der Anziehungskraft der Ortsmitte durch gezielte und abgestimmte Angebotsabrundung/-modernisierung sowie ergänzende Qualitätssteigerung und städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen**
- ▶ **äußere und funktionale Aufwertung der Immobilien und Betriebe der Ortsmitte als wichtige Faktoren der Standortstärkung**
- ▶ **Sicherung und Stärkung der Nahversorgungssituation**
- ▶ **marketingorientierte Inwertsetzung des Versorgungsstandortes Ortsmitte inklusive einer Sicherung bzw. Steigerung der Identifikationsfunktion der Bürger Babenhausens mit ihrer Ortsmitte.**

Die anstehenden Fragen der weiteren Einzelhandelsentwicklung im Markt Babenhausen im Hinblick auf Art, Umfang und Standortpositionierung von neuen Einzelhandelsvorhaben wie auch der Sicherung, Modernisierung und Aufwertung/Ergänzung des bereits bestehenden Angebotes müssen beantwortet werden. Dabei gilt es, die weitere Entwicklung an den städtebaulichen und strukturellen Erfordernissen auszurichten. Hierzu bedarf es einer an der aktuellen Einzelhandelssituation und Rechtslage ausgerichteten Gesamtstrategie und einer für die Planungspraxis geeigneten Grundlage. Dies soll durch das aktualisierte Einzelhandelsentwicklungskonzept erreicht werden.

- ▶ Grundgedanke des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes ist die aktive Entwicklung von Einzelhandelsstandorten und die Ausrichtung bzw. Lenkung der vorhandenen Potenziale auf Standorte, welche aus städtebaulicher Sicht besonders gut geeignet sind. Eine Vorrangstellung nimmt dabei – speziell bei Vorhaben mit den sog. ortsmittenrelevanten Sortimenten – der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte ein.

- ▶ Da eine zeitgemäße Standortentwicklungspolitik nicht auf eine nachhaltige und abgestimmte Ausrichtung der gesamtörtlichen Einzelhandelsentwicklung verzichten kann, bietet das Einzelhandelsentwicklungskonzept die für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung erforderliche fachliche Fundierung und kann bei seiner Umsetzung etwaige erforderliche Eingriffe und Beschränkungen durch die Bauleitplanung und Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben begründen.
- ▶ Die Notwendigkeit einer aktiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Babenhausen ist insbesondere auch dadurch gegeben, dass die bestehenden und auf längere Sicht absehbaren Ausbaupotenziale im Einzelhandel – nach Fertigstellung des derzeit in Bau befindlichen Lebensmitteldiscounters an der Straße Auf der Wies – relativ begrenzt sind und insbesondere die Ortsmitte Babenhausens nach den Geschäftsverlusten der letzten Jahre (u.a. Feneberg, Schlecker<sup>57</sup>) in besonderem Maße Stärkungs- bzw. Sicherungsbedarf aufweist.
- ▶ Hohe Bedeutung besitzt ein Einzelhandelsentwicklungskonzept auch dadurch, dass bestehenden und ansiedlungsinteressierten Betrieben Planungssicherheit gegeben wird. Bei konsequenter Umsetzung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes kann die Bereitschaft, Investitionen verstärkt im Ortsmittenbereich zu tätigen i.d.R. maßgeblich erhöht werden.

Das Einzelhandelsentwicklungskonzept Babenhausen besteht aus:

- ▶ Sortimentskonzept
- ▶ Zentrenkonzept
- ▶ Stärkungskonzept Ortsmitte

Das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept berücksichtigt die aktuellen Gegebenheiten in Babenhausen und auch die allgemeingültigen, einzelhandelsrelevanten Entwicklungen und Entwicklungstrends. Es richtet sich an den bestehenden Potenzialen aus und stellt eine umfassende Gesamtstrategie zur gezielten Lenkung und Weiterentwicklung des Einzelhandels in Babenhausen dar. Das Einzelhandelsentwicklungskonzept bildet damit aus städtebaulicher und versorgungsstruktureller Sicht eine geeignete Grundlage für die lokale Planungspraxis.

Das Einzelhandelsentwicklungskonzept ordnet die Einzelhandelsstrukturen im Gemeindegebiet von Babenhausen. Hauptintention ist es, den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte als Haupt(handels)zentrum der Gemeinde Babenhausen zu sichern und nachhaltig weiter zu entwickeln. Die Ortsmitte einer Gemeinde ist üblicherweise nicht nur das gewachsene historische Zentrum, sondern grundsätzlich der Standortbereich einer Gemeinde mit der höchsten Identifikationsfunktion und besitzt infolge dessen eine auch

---

<sup>57</sup> Gemäß Angaben der Gemeinde Babenhausen wurde der ehem. Schlecker-Markt zum 01.09.2013 als selbständige Drogerie wiedereröffnet.

zukünftig unverzichtbare Versorgungs- und Zentralitätsfunktion für die eigene Bevölkerung wie z.T. auch für die Bewohner des angrenzenden Umlandes. Ziel muss es daher sein, den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte als den städtebaulich zu favorisierende Einzelhandelsstandort<sup>58</sup> im Gemeindegebiet von Babenhausen wieder verstärkt in den Fokus zu rücken und Investitionen gezielt auf ihn zu lenken.

Neben der Sicherung der Ortsmitte ist auch eine zeitgemäße und möglichst umfassende Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs zu gewährleisten. Hierfür sind entsprechend Rahmenbedingungen zu schaffen.

Zusammenfassend gilt, dass durch das Einzelhandelsentwicklungskonzept der Einzelhandels-/Geschäftsstandort Babenhausen und dabei speziell die Zukunfts- und Funktionsfähigkeit der Ortsmitte Babenhausens wie auch die wohnortnahe Versorgung durch eine Qualitäts- und Strukturverbesserung gesichert und gestärkt werden sollen. Die Planungs- und Genehmigungspolitik der Gemeindeverwaltung im Einzelhandel sowie die städtebaulichen und standortfördernden Aktivitäten sollten sich zukünftig konsequent an diesen Grundsätzen ausrichten. Hierfür ist eine aktive Standort- und Flächenpolitik von Seiten der Gemeindeverwaltung erforderlich. Dies erfordert v.a. die Schaffung entsprechender bauleitplanerischer Voraussetzungen, die Ausrichtung von Genehmigungen an den Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Standortentwicklungskonzept sowie die Verbesserung einzelhandelsrelevanter Rahmenbedingungen insbesondere im Bereich der Ortsmitte.

---

<sup>58</sup> Innenstädte bzw. Ortsmitten sind zur Sicherung Ihrer Funktionsfähigkeit und Attraktivität nach wie vor und auch zukünftig dringend auf den Einzelhandel angewiesen.

## 6.1 Sortimentskonzept

Im zum Einzelhandelsentwicklungskonzept gehörigen Sortimentskonzept wird geklärt, welche Sortimente besonders zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte bzw. auch der Nahversorgung beitragen und auch gezielt dort konzentriert werden sollten bzw. welche Sortimente auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zugelassen werden können. Kurz: welche Sortimente für welche Standorte als besonders sinnvoll und städtebaulich verträglich eingestuft werden.

Die vorliegende Standortsituation und die Erfahrungen an anderen Standorten sprechen dafür, dass zusätzliche Verkaufsflächen 'ortsmittenrelevanter Sortimente' außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nicht nur im Fall von Betrieben oberhalb der Großflächigkeitsgrenze des §11 BauNVO sehr schnell städtebaulich negative Auswirkungen auf die Anziehungskraft wie auch auf die Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte nach sich ziehen können. Für die Praxis bedeutet dies, dass alle Mittel ausgeschöpft werden sollten, um auch Betriebe unter der Großflächigkeitsgrenze auf den zentralen Versorgungsbereich lenken zu können. Dies gilt in Babenhausen umso mehr, als dort in der Ortsmitte – im Gegensatz zu einigen anderen Städten und Gemeinden – verschiedene grundsätzlich geeignete und ausreichend große Flächen bzw. Gebäude zu Verfügung stehen, um entsprechende Betriebe/Anbieter anzusiedeln.

Die Attraktivität einer Ortsmitte wird in hohem Maße durch das Vorhandensein eines möglichst breiten Branchenspektrums aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Kultur bestimmt.<sup>59</sup> Fallen mehrere Betriebe nach und nach weg und werden nicht entsprechend nachbesetzt, können einzelne Sortimentsbereiche deutlich geschwächt werden bzw. im ungünstigsten Fall irgendwann komplett unbesetzt sein. In jedem Fall reduziert sich die Gesamtattraktivität der Ortsmitte. D.h. nicht nur der jeweilige Betrieb ist betroffen, sondern über den Rückgang der Gesamtstandortattraktivität nimmt die Einkaufsorientierung auf den Standort Ortsmitte insgesamt und damit die mögliche Kundenzahl der verbleibenden Betriebe ab. Die wirtschaftliche Situation der verbleibenden Betriebe wird zunehmend geschwächt, weitere Schwächungen des Standortraumes bis hin zu Betriebsaufgaben und funktionsgefährdenden Auswirkungen auf die Einzelhandelsstruktur sind zu erwarten.

Hauptintention einer gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist es daher, die für die Ortsmitte wichtigen und zu deren Stärkung geeigneten Warenangebote auch dort zu konzentrieren. Für mögliche weitere Einzelhandelsansiedlungen in Babenhausen bedeutet dies, dass sog. ortsmittenrelevante Sortimente zukünftig vorrangig und soweit als möglich auf den ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich auszurichten sind. Dadurch soll die Gesamtstandortattraktivität der Ortsmitte nachhaltig gestärkt und der

---

<sup>59</sup> Darüber hinaus ist eine Innenstadt immer auch ein wichtiger und nicht zu vernachlässigender Wohnstandort.

Ausdünnung oder gar dem Verschwinden von wichtigen Sortimentsbereichen oder Sortimenten konsequent entgegengewirkt werden.

Kern des Steuerungsinstrumentariums ist daher die Unterscheidung der Einzelhandels-sortimente nach 'Ortsmittenrelevanz' und 'Nicht-Ortsmittenrelevanz'. Diese Einteilung unterscheidet die Sortimente des Einzelhandels im Hinblick auf deren Bedeutung für die Attraktivität und Funktionsvielfalt der Ortsmitte.

Wesentliche Merkmale ortsmittenrelevanter Sortimente sind:

- ▶ Sie ziehen üblicherweise viele Besucher / Kunden an.
- ▶ Sie tragen in hohem Maße zur Attraktivität und Anziehungskraft eines Einzelhandelsstandortes bei.
- ▶ Sie werden häufig mit anderen Nutzungen in der Ortsmitte nachgefragt, d.h. die Sortimente lösen üblicherweise hohe Synergieeffekte aus.
- ▶ Sie können überwiegend ohne Pkw transportiert werden, d.h. die Waren lassen sich auch gut per Hand / in Einkaufsstützen transportieren.
- ▶ Sie haben in Teilen einen eher geringen Flächenanspruch<sup>60</sup> und können somit auch auf/in den teils kleinteiligen Flächen der Ortsmitte wirtschaftlich angeboten werden.

Ortsmittenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Ortsmitte prägend und deshalb für deren Funktionsfähigkeit und Attraktivität bedeutsam sind. Ortsmittenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente, deren Ansiedlung in peripheren Lagen durch nennenswerte Umsatzzulenkungen und daraus resultierende Verdrängungseffekte im zentralen Versorgungsbereich zu Funktionsverlusten führen können.

Die Einstufung als 'ortsmittenrelevantes Sortiment' setzt dabei nicht zwingend voraus, dass dieses Sortiment bereits im zentralen Versorgungsbereich vertreten ist. Es können auch Sortimente als ortsmittenrelevant eingestuft werden, die noch nicht, nicht mehr bzw. nur noch in einem geringen Umfang in der Ortsmitte angeboten werden, jedoch geeignet sind, deren Attraktivität und Angebotsstärke zu erhöhen.

Neben den Sortimenten, welche aus Gründen der Attraktivität und Funktionsfähigkeit der Ortsmitte vorbehalten sein sollen, bestehen auch Sortimente, die neben ihrer Bedeutung für die Ortsmitte speziell der Nahversorgung der Bevölkerung dienen und daher in Wohnnähe angesiedelt sein sollen. Diese Sortimente werden als 'nahversorgungsrelevant' bezeichnet. Da die Nahversorgung grundsätzlich auch in der Ortsmitte von hoher Bedeutung ist, sind diese 'nahversorgungsrelevanten' Sortimente immer auch 'ortsmittenrelevant', d.h. sie bilden eine Untergruppe der 'ortsmittenrelevanten' Sortimente.

<sup>60</sup> Sortimente / Betriebe mit einem i.d.R. eher geringen Flächenanspruch sind u.a. Lebensmittelspezialangebote (z.B. Obst-/Gemüseladen, Reformhaus etc.), Apotheken, Haushaltswaren/ GPK u.v.m.

Bei den 'nahversorgungsrelevanten' Sortimenten kommt dem Aspekt der flächenmäßigen Versorgung im Gemeindegebiet eine grundsätzlich hohe Bedeutung zu. Gleichzeitig stellen Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Angeboten üblicherweise auch wichtige Frequenzbringer dar. Daher sollte bei möglichen Neuansiedlungen von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Angeboten zunächst immer auch geprüft werden, ob diese auf den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte gelenkt werden können. Nur wenn eine Ansiedlung dort nicht realisiert werden kann, ist alternativ auch eine Ansiedlung an anderen geeigneten Standorten denkbar.

Demgegenüber sind all diejenigen Sortimente als 'nicht-ortsmittenrelevant' einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang im zentralen Versorgungsbereich vertreten sind und deren Angebotsspektrum i.d.R. keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorruft. Diese Sortimente sind entsprechend ihrer geringen bzw. nicht bestehenden Beeinträchtigungspotenziale für den zentralen Versorgungsbereich prinzipiell im gesamten Gemeindegebiet zulässig. Im Sinne betriebs- und standortorientierter Interessen wie auch unter Belangen eines ressourcenschonenden Flächen- und Infrastruktureinsatzes soll eine Bündelung dieser Angebote in städtebaulich geeigneten Standortbereichen angestrebt werden.

## Sortimentsliste 'Ortsmittenrelevanz Babenhausen'

Nach Einzelprüfung sind folgende Sortimente für Babenhausen als 'ortsmittenrelevant' bzw. 'nicht-ortsmittenrelevant' einzustufen.<sup>61</sup>

ortsmittenrelevante Sortimente	nicht-ortsmittenrelevante Sortimente
Arzneimittel, medizin. und orthopäd. Produkte	Autoteile und Autozubehör
Baby- und Kinderartikel	Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
Bekleidung	Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren
Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse	Boote und Zubehör
Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	Fahrräder und Zubehör
Drogerie- und Parfümeriewaren	Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
Elektronikartikel ('weiße Ware', 'braune Ware', Computer und Zubehör, Foto/Film)	Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
Glas/Porzellan/Keramik (GPK), Geschenkartikel, Haushaltswaren	Leuchten und Zubehör
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	Möbel, Küchen
Lederwaren	Zooartikel, Tiere
Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf	
Schuhe	
Spielwaren	
Sport- und Campingartikel	
Uhren und Schmuck	
<b>ortsmittenrelevant und zudem auch nahversorgungsrelevant:</b>	
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	

<sup>61</sup> Diese Einstufung basiert auf der Sortimentsliste des Bayerischen Landesentwicklungsprogramms 2013; nach Prüfung der spezifischen Situation in Babenhausen weisen der bestehende Besatz sowie der Entwicklungsbedarf keine fundierten Begründungen für eine abweichende Zuordnung auf.



## 6.2 Zentrenkonzept

Aus der unterschiedlichen Bedeutung der verschiedenen Teilräume / Standortlagen für die Sicherung der Funktionsfähigkeit und die Weiterentwicklung der Attraktivität der Ortsmitte sowie auch für die Stärkung der lokalen Nahversorgung, ergibt sich hinsichtlich der städtebaulichen Eignung für den Einzelhandel im Ergebnis eine zweiteilige Gliederung des Gemeindegebietes: zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte und Randzone. Die Ortsmitte ist dabei auch der Bereich, der neben der beabsichtigten Sortimentslenkung und -steuerung zudem durch gezielte Stärkungsmaßnahmen aufgewertet werden soll.<sup>62</sup> Die städtebaulich begründete Differenzierung des Gemeindegebietes für den Einzelhandel sowie die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte erfolgte im Markt Babenhausen dabei anhand folgender Kriterien:

- ▶ bestehender Einzelhandelsbesatz
- ▶ ergänzende konsumnahe Dienstleistungen und zentrale Funktionen
- ▶ städtebauliche Integration
- ▶ fußläufige Wegebeziehungen und räumlich-funktionale Zusammenhänge.

Die Faktoren sind dabei sowohl auf qualitative als auch quantitative Kriterien hin untersucht worden. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Grundstücke bzw. Betriebe zu einem zentralen Versorgungsbereich ist gemäß den betreffenden rechtlichen Vorgaben eine parzellenscharfe Abgrenzung notwendig. Auch dies wurde bei der Abgrenzung berücksichtigt.

Anzumerken ist, dass das OVG Münster auch darauf hinweist, dass eine reine Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgrenzbaren Bereich – wie z.B. an der äußeren Bahnhofstraße – diesen allein noch nicht zu einem „zentralen“ Versorgungsbereich macht; eine alleinige Ansammlung/Agglomeration von Einzelhandelbetrieben lässt keinen zentralen Versorgungsbereich begründen, auch wenn diesen Betrieben zweifellos eine hohe Versorgungsfunktion zukommt.

Die standorträumliche Differenzierung in Babenhausen stellt sich darauf aufbauend im Einzelnen folgendermaßen dar:

- ▶ **Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte:**  
= Entwicklungsbereich des Einzelhandels mit höchster Priorität; bevorzugter Standort 'ortsmittenrelevanter Sortimente'.

Der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte umfasst die gesamte Haupthandelsachse Auf der Wies/Stadtgasse/Marktplatz/Fürst-Fugger-Straße, teils parallel dazu verlau-

---

<sup>62</sup> Siehe Kap. 4.4 Stärkungskonzept Ortsmitte.

fende Straßen bzw. Straßenabschnitte (z.B. Schulstraße, Rechbergstraße) sowie auch die unmittelbar angrenzenden und dazwischenliegenden Straßen bzw. Straßenabschnitte. Demnach zählen weite Teile der historisch gewachsenen Ortsmitte sowie der westlich daran angrenzende, neuere Ortsmittenbereich zum zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte. In diesen Straßen konzentriert sich der innerörtliche Einzelhandelsbesatz; ergänzend sind dort auch eine Vielzahl von Dienstleistern, Gastronomiebetrieben und auch öffentlichen Einrichtungen (v.a. Rathaus, VHS) anzutreffen. Die an die zentrale Hauptachse angrenzenden Straßen „füllen“ den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte, stellen aber nur nachgeordnete Nebenlagen mit deutlich eingeschränktem Geschäfts-/Betriebsbesatz dar. Der so abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte zeichnet sich in seiner Gesamtheit durch einen relativ dicht besetzten und vielfältigen Einzelhandels- bzw. Dienstleistungsbesatz aus.

Der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte ist der aus städtebaulichen Gründen und Entwicklungserfordernissen besonders schützenswerte Standortbereich innerhalb des Gemeindegebiets von Babenhausen und verfügt über eine hohe Kopplungsintensität der dortigen Einzelhandels- und endverbraucherbezogenen Dienstleistungs-/Gastronomieangebote. Zudem hat er eine hohe Identifikationsfunktion für die Bürger der Marktgemeinde inne. Den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte gilt es daher in besonderem Maße in seiner Funktion zu erhalten und gezielt zu stärken.

Aus konzeptioneller Sicht ist der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte der bevorzugte Standortraum für 'ortsmittenrelevante Sortimente'. Die zukünftige Entwicklung dieser Sortimente sollte konsequent und soweit als möglich auf diesen Raum konzentriert werden. Speziell die Hauptachse Marktplatz – Stadtgasse – Auf der Wies bietet auch weiterhin grundsätzlich gute Chancen für einen dichten und attraktiven Geschäftsbesatz; aus diesem Grund sollte innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Konzentration auf diese Achse forciert werden. Dies gilt umso mehr, als die Ausbaupotenziale begrenzt sind. Zudem bestehen an dieser Hauptachse des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte ausreichende und auch größerflächige Flächenpotenziale (Stichwort: Leerstände), die für eine Nachnutzung und Neuansiedlung grundsätzlich gut geeignet erscheinen.

Eine Ansiedlung 'ortsmittenrelevanter Sortimente' außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte sollte dementsprechend zukünftig nur noch dann möglich sein, wenn eine Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte aufgrund nachweislich fehlender Flächen nicht möglich ist, ausreichende Ausbaupotenziale im betreffenden Sortiment bestehen und dadurch die Einzelhandelsfunktion der Gemeinde Babenhausen bzw. speziell auch die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung perspektivisch gestärkt bzw. verbessert wird. Zur Klärung dieser Aspekte und zur Sicherstellung einer städtebaulich verträglichen Ansiedlung ist eine Einzelfallprüfung anzuraten.

► **Randzone des Einzelhandels:**

= Nicht zentrenintegrierte Standortlagen<sup>63</sup>; zukünftig speziell zur Ansiedlung 'nicht-ortsmittenrelevanter Sortimente', 'ortsmittenrelevante Sortimente' sind hingegen prinzipiell auszuschließen und nur im o.g. Ausnahmefall möglich; bestehende Betriebe mit 'ortsmittenrelevanten Sortimenten' genießen selbstverständlich Bestandsschutz inkl. einer moderaten Erweiterungs-/Modernisierungsoption<sup>64</sup>.

Die Randzone des Einzelhandels eignet sich aus städtebaulicher Sicht speziell für Einzelhandelsbetriebe, die nur eingeschränkt für den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte attraktiv sind, da z.B. Kopplungseffekte mit anderen Einzelhandelsbetrieben deutlich nachrangig sind und die angebotenen Güter i.d.R. nur mit dem Pkw transportiert werden können. Möbelanbieter / Küchenstudios, Teppich-/Bodenbelagsanbieter, Autofachmärkte und Baumärkte können als wichtige Beispiele von Einzelhandelsbetrieben ohne größere Ortsmittenrelevanz genannt werden.

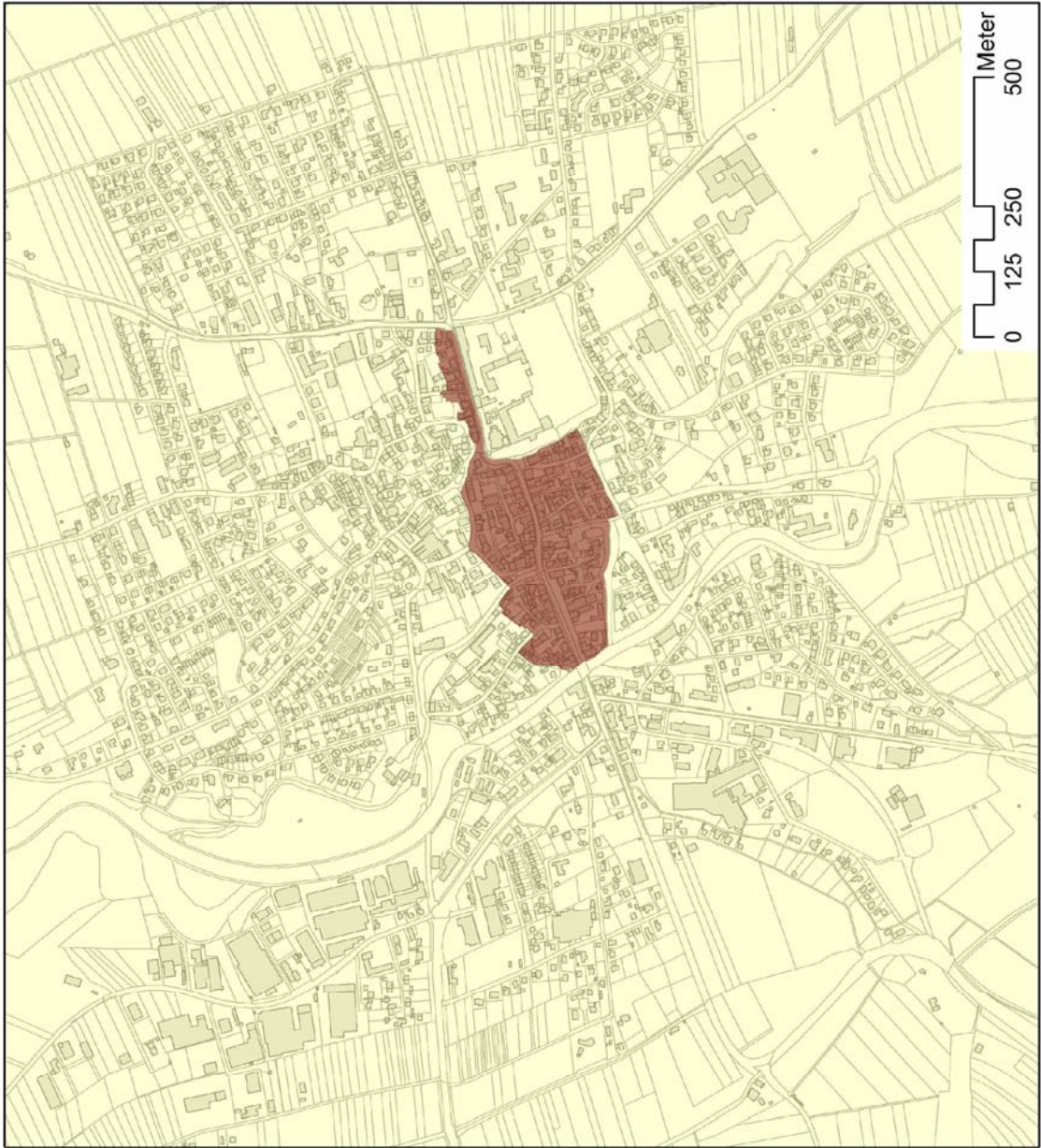
Aus Handels-/Betreibersicht sind in der Randzone des Einzelhandels derzeit v.a. verkehrlich gut angebundene und gut einsehbare, oftmals dezentrale Gewerbegebietslagen von großem Interesse. Eine den konzeptionellen Zielen und Aussagen gemäße Überplanung speziell dieser Standorte von Seiten der Gemeindeverwaltung ist daher – zumindest im Bedarfsfall – zu empfehlen. In der Marktgemeinde Babenhausen betrifft dies v.a. die Ortszugangsbereiche an der Bahnhofstraße, der Memminger Straße, der Ulmer Straße und dem Schöneggweg.

Als Spezialfall sind abschließend Betriebe mit 'nicht-ortsmittenrelevantem Hauptsortiment' sowie ergänzenden 'ortsmittenrelevanten Randsortimenten' einzustufen. Bei einigen modernen Betriebsformen des Einzelhandels mit 'nicht-ortsmittenrelevanten Hauptsortimenten' sind 'ortsmittenrelevante Randsortimente' üblich (z.B. Heimtextilien und Haushaltswaren bei Baumärkten). Zum künftigen Umgang mit entsprechenden Betrieben in der Planungspraxis bedarf es einer gesonderten Regelung, die die städtebauliche Verträglichkeit von Vorhaben mit 'nicht-ortsmittenrelevanten Hauptsortimenten' gewährleistet. Die Größe der maximal möglichen 'ortsmittenrelevanten Randsortimente' ist dabei so zu bestimmen, dass schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte soweit als möglich ausgeschlossen werden können. Hierfür ist im Bedarfsfall – d.h. bei größeren Vorhaben – eine Einzelfallprüfung anzuraten, um die Verträglichkeit mit dem Besatz des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte sicherzustellen. Daneben sollen auch keine Sortimente angeboten werden, die keinen direkten funktionalen Bezug zum Kernsortiment aufweisen (z.B. Bekleidung oder Schuhe bei Heimwerkermärkten).

<sup>63</sup> D.h. Standortlagen, die außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte liegen.

<sup>64</sup> Hierfür ist im Zweifel eine Einzelfallprüfung anzuraten.

**Zentrenkonzept des Einzelhandels**  
 Markt Babenhausen - Einzelhandelskonzept für den Markt Babenhausen



**Legende**

- Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte
- Randzone des Einzelhandels



### 6.3 Stärkungskonzept Ortsmitte

Auf Basis der detailliert untersuchten Ausgangssituation, den vor-Ort-Bewertungen und den bestehenden Chancen können zur Sicherung und Stärkung der Funktionsfähigkeit sowie zur Attraktivität der Ortsmitte von Babenhausen drei Entwicklungsleitlinien/-ziele definiert und eine Reihe von Handlungsfeldern abgeleitet werden. Nachfolgend sollen die aus gutachterlicher Sicht wesentlichen Inhalte einer auf den Einzelhandels- und Wirtschaftsstandort Ortsmitte ausgerichteten Entwicklung aufgezeigt werden. Das dargestellte Konzept erhebt dabei nicht den Anspruch, alle möglichen (Einzel-) Maßnahmen im Sinne eines Detailkonzeptes zu umfassen, sondern konzentriert sich auf wesentliche Haupthandlungsfelder, die es zu bearbeiten und inhaltlich weiter zu füllen gilt.

#### 6.3.1 Leitlinien zur Stärkung der Ortsmitte von Babenhausen

Ein möglichst vielfältiger und ansprechender Angebotsmix aus Einkaufsangeboten, (konsumorientierten<sup>65</sup>) Dienstleistungen und einladenden gastronomischen Angeboten stellt eine zentrale Grundvoraussetzung für eine bei Kunden und Einwohnern beliebte und in Folge davon i.d.R. auch belebte Ortsmitte dar. Um im, in den letzten Jahren/Jahrzehnten stetig verschärften Standortwettbewerb mithalten zu können, empfiehlt es sich für die innerörtlichen Betriebe von Babenhausen die Aspekte Qualität, Service und Kundenorientierung deutlich bzw. noch deutlicher herauszustellen, mit „Leben“ zu füllen und auch konsequent zu bewerben. Die Ortsmitte muss darüber hinaus aber auch ein attraktiver öffentlicher Raum mit hoher Gestaltungs- und Aufenthaltsqualität bei gleichzeitig guter Erreichbarkeit sein. Um der eigenen Bevölkerung wie auch den auswärtigen Kunden eine glaubhafte Alternative vor Ort zu konkurrierenden Standorten im Umland zu geben, müssen Ambiente und Einkaufserlebnis stimmen, das Angebot sollte ansprechend, räumlich konzentriert und zeitgemäß sein.

**Als wesentliche Leitlinien zur Stärkung der Ortsmitte von Babenhausen können demnach definiert werden:**

- ▶ **vielfältiger, abwechslungsreicher Nutzungsmix**
- ▶ **qualitäts- und kundenorientierte Ausrichtung des Angebotes**
- ▶ **hohe Aufenthaltsqualität, hoher Erlebniswert.**

<sup>65</sup> Konsumorientierte Dienstleistungen sind Dienstleistungen, die oftmals mit Einkäufen gekoppelt werden, z.B. Friseur, Bank, Reinigung, Arzt, Versicherungen etc.

### 6.3.2 Handlungsfelder

- ▶ Grundgedanke der weiteren Einzelhandelsentwicklung in Babenhausen ist eine vorrangige Orientierung auf den zentralen Versorgungsbereich der Ortsmitte als das gewachsene und auch heute noch recht dicht besetzte Haupthandelszentrum des Ortes. Ziel ist es, die bestehende und bei den Bürgern überwiegend gut angenommene Angebotsstruktur im Zentrum des Marktes Babenhausen nachhaltig zu sichern und soweit als möglich weiter zu stärken. Hierfür ist es neben direkt den in der Ortsmitte ansässigen Einzelhandelsbetriebe zu Gute kommenden und teils auch selbst zu tragenden Maßnahmen v.a. auch nötig, einen attraktiven und ansprechenden öffentlichen Raum zu schaffen, in dem sich Kunden, Besucher und Bewohner wohl fühlen. Trotz den bestehenden, teils auch rechtlich induzierten Einschränkungen durch die Bundesstraße ist hier noch Ausbau-/Optimierungspotenzial erkennbar. Nur im Zusammenspiel Angebotsbesatz und öffentlicher Raum kann die Bindung zur Ortsmitte bei den Bewohnern Babenhausens gefestigt und das Interesse bei den Auswärtigen (d.h. Umlandbewohner, Besucher/Touristen) erhöht werden.
- ▶ Zur Stärkung der Ortsmitte von Babenhausen sind zum Einen (weiterhin) Maßnahmen im Immobilienbestand von hoher Bedeutung – die schrittweise, aber konsequente Aufwertung (einzelner) Immobilien trägt in hohem Maße zur Aufwertung des gesamten Standortbereiches bei. Eine Auffrischung des Erscheinungsbildes der Ortsmitte und die damit verbundene Steigerung der Aufenthaltsqualität sollten umfassend für die gesamte Ortsmitte bzw. den gesamten zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte erfolgen. Nach den in den letzten Jahren erfolgten Anstrengungen in der Stadtgasse sowie am Marktplatz sollte nun vorrangig der Teilbereich „Auf der Wies“ aufgewertet und modernisiert werden. Wichtige Einzelaspekte stellen in Bezug auf das äußere Erscheinungsbild der bestehenden Immobilien insbesondere der Renovierungszustand und die Fassadengestaltung dar. Dies gilt für Wohn- und Geschäftshäuser gleichermaßen. Weitere aus Handelssicht wichtige Aspekte wie die Gestaltung des Zugangsbereiches (inkl. Barrierefreiheit, soweit umsetzbar) und die Größe und Anordnung der Schaufenster kommen ggf. hinzu. Aus Betreibersicht spielen zudem u.a. auch der Flächenzuschnitt und die Anlieferungsmöglichkeit eine wichtige Rolle.
- ▶ Zum Anderen stellen auf funktionaler und räumlicher Ebene auch bauliche Erneuerungen und qualitative Verbesserungen im öffentlichen Raum ein wichtiges Handlungsfeld dar. Dies ist im Standortwettbewerb mit regionalen Handelszentren gerade in Kleinstädten bzw. kleineren Gemeinden von hoher Bedeutung. Private Immobilien und der öffentliche Raum müssen in der Summe ein homogenes und attraktives Gesamterscheinungsbild ergeben, damit sich Einwohner und Kunden wohl fühlen, gerne die Ortsmitte besuchen und vor Ort verweilen.
- ▶ Neben dem Ortsbild und den Gebäudezuständen sind weitere Maßnahmen auf Ebene der Einzelhandelsbetriebe notwendig, um die Ortsmitte nachhaltig als funktionierenden und positiv wahrgenommenen Standort zu etablieren. Die Inhaber der Ein-



zelhandelsbetriebe sollten neben den privaten Immobilienbesitzern und der öffentlichen Hand ebenfalls ergänzende Verbesserungsmaßnahmen einleiten, um das gemeinsame Ziel eines modernen bzw. zeitgemäßen, funktionsfähigen und bei Kunden und Einwohnern beliebten Zentrums zu erreichen. Die qualitative Weiterentwicklung und Verbesserung der Warenpräsentation sowie ggf. auch eine stärkere Vernetzung/ Zusammenarbeit der einzelnen Betriebe sind dabei wichtige Arbeitsinhalte, die für die zukunftsfähige Ausrichtung der Betriebe in der Ortsmitte erforderlich sind.

- ▶ Ergänzend ist die Innen- und Außendarstellung als ansprechender sowie vielfältig und relativ dicht besetzter Einzelhandels-, Wohn- und Wirtschaftsstandort ein unverzichtbares Handlungsfeld. Mit Hilfe geeigneter (zusätzlicher) Marketingaktivitäten soll erreicht werden, die Ortsmitte von Babenhausen noch intensiver als positiv wahrgenommenen Raum für Kunden, Besucher und auch Bewohner zu etablieren. Hierfür sollte auch das Internet als inzwischen unverzichtbares, neues Medium noch stärker genutzt werden.

Als wichtigste Handlungsfelder zur Stärkung der Ortsmitte von Babenhausen sind zusammenfassend zu nennen:



### 6.3.3 Handlungsfeld Immobilien

#### Flächen- und Leerstandsmanagement

Ungenutzte Ladengeschäfte bzw. sonstige Immobilien stellen in Innenstädten und Ortsmitten – speziell bei kleineren Städten bzw. Orten – eine anhaltende Herausforderung dar. Im Einzelhandel sind hierfür teils objektbezogene Probleme mit einer nicht mehr oder nur noch mit relativ großem Aufwand zu erreichenden Eignung der betreffenden Objekte für eine weitere Einzelhandelsnutzung verantwortlich<sup>66</sup>, oftmals sind einzelne Flächen/Gebäude auch aufgrund ihrer abseitigen Lage als Einzelhandelsstandort nicht mehr tragfähig<sup>67</sup>.

In der Ortsmitte von Babenhausen stehen bereits seit längerer Zeit verschiedene Ladenflächen leer, andere sind mindergenutzt. Durch die in den letzten Jahren erfolgten Schließungen von Feneberg, Schlecker<sup>68</sup> und eines Fachbetriebes für Bodenbeläge mit nicht nur relativ großen Flächen in prominenter / zentraler Lage, sondern auch dem Wegfall der Sogwirkung dieser Betriebe hat sich die Situation erkennbar verschärft. Weitere, kleinere, teils deutlich renovierungsbedürftige Leerstandsflächen (z.B. links neben Raiffeisenbank) kommen ergänzend hinzu.

In vielen Fällen entsprechen nicht mehr alle leer stehenden bzw. mindergenutzten Flächen den aktuellen Marktanforderungen an einen zeitgemäßen Einzelhandelsbetrieb. Gründe sind v.a. eingeschränkte Flächengrößen, unpassende Zuschnitte, fehlende barrierefreie Zugänge und Mängel in der Außendarstellung/-gestaltung (z.B. Form und Größe der Schaufenster). Hinzu kommen einzelne leer stehende und teils unattraktive Wohngebäude, wodurch die Ortsmitte von Babenhausen trotz eines insgesamt weitgehend ordentlichen und ansprechenden Erscheinungsbildes bei genauerer Betrachtung eine erkennbare Abwertung erfährt.

Problematisch werden Leerstände i.d.R. dann, wenn sie über längere Zeit bestehen, „verkommen“ und so den Gesamteindruck einer Ortsmitte anhaltend negativ beeinflussen. Für die un-/mindergenutzten Gebäude und Immobilien ist daher ein deutlicher Attraktivierungsbedarf inkl. wichtiger struktureller Verbesserungsmaßnahmen nötig und zu empfehlen. Gegebenenfalls sind bei einzelnen Immobilien bzw. Flächen auch neue Nutzungskonzepte (d.h. abseits des Einzelhandels) zu überlegen.<sup>69</sup> Im Extremfall muss in diesem Zusammenhang ggf. auch über einen Komplettersatz des betreffenden Gebäudes nachgedacht werden.

<sup>66</sup> Mögliche Problemfelder: zu geringe Fläche, unpassender Flächenzuschnitt, fehlende Schaufensterfront, schwierige Zugangssituation/fehlende Barrierefreiheit, schwierige Anlieferungsmöglichkeiten etc.

<sup>67</sup> V.a. zu große Ferne zu weiteren Handelsbetrieben bzw. zum Hauptgeschäftsbereich.

<sup>68</sup> Gemäß Angaben der Gemeinde Babenhausen wurde der ehem. Schlecker-Markt zum 01.09.2013 als selbständige Drogerie wiedereröffnet.

<sup>69</sup> Z.B. Büro- oder gastronomische Nutzung, Wohnnutzung bzw. ggf. Betreutes Wohnen o.ä.

Häufig besteht seitens einzelner Eigentümer jedoch oftmals kein Interesse an einer Nachnutzung der Immobilien oder sie verfügen nicht über die nötigen finanziellen Möglichkeiten, um Renovierungsmaßnahmen durchzuführen und das Objekt zeitnah wieder zu vermieten. Um dies zu verhindern und ggf. von vorn herein auszuschließen ist eine organisierte Betreuung sinnvoll, die sich mit potenziellen Betreibern in Verbindung setzt und sich aktiv um eine Wiedervermietung bzw. ggf. auch ein geändertes, wirtschaftlich tragfähiges Nutzungskonzept kümmert. In diesem Zusammenhang hat sich in vielen anderen Städten und Gemeinden der Aufbau eines professionellen Leerstands- und Flächenmanagements zum Abbau von Laden-/Geschäftsleerständen als besonders geeignete Maßnahme erwiesen. Ein erster Schritt zu einem effektiven Flächen- und Leerstandsmanagement ist es, anhand einer detaillierten Nutzungserhebung des Gebäudebestandes im zentralen Versorgungsbereich, eine Arbeitsgrundlage in Form eines detaillierten Informationssystems zu den Einzelimmobilien aufzubauen. Anschließend sollte eine aktive Vermarktung potenziell marktfähiger Flächen bzw. Leerstände erfolgen (ggf. unter Erstellung eines neuen Nutzungskonzeptes).

Im Hinblick auf die Problematik von Kleinbetrieben bzw. kleinen Verkaufseinheiten ist es generell ratsam, zu prüfen, inwieweit durch Umbauten und Flächenzusammenlegungen Verkaufsflächenerweiterungen und Betriebsmodernisierungen erreicht werden können. Auch die Verlagerung von bestehenden, entwicklungsfähigen Betrieben – d.h. Betrieben die eine Flächenerweiterung anstreben – ist in diesem Zusammenhang ggf. zu prüfen.

### **Maßnahmen:**

- ▶ Aufbau eines Informationssystems mit begleitender "Überwachung" der Entwicklung (Monitoring) unter Einbeziehung aller Immobilien der Ortsmitte
- ▶ laufende/regelmäßige Ermittlung der Leerstände, Aufbau eines „Frühwarnsystems“ zur Abwendung weiterer, drohender Leerstände
- ▶ detaillierte Analyse der Einzelimmobilien, mit Überprüfung der Entwicklungsmöglichkeiten der Bausubstanz (Fläche, Aufteilung, Bauzustand etc.)
- ▶ Einschätzung der Wiedernutzungsmöglichkeiten von Leerständen und potenziellen Flächen für den Einzelhandel bzw. sonstige Gewerbetreibende oder Nutzungskonzepte
- ▶ Kontaktpflege zu Immobilieneigentümern, intensive Beratung der Immobilieneigentümer (u.a. hinsichtlich der Vermarktbarkeit ihrer Flächen und der realistisch erzielenden Mietpreise)
- ▶ Unterstützung der Eigentümer bei der Wohnungs-/Gebäude-/Gewerberaumverbesserung (ggf. durch kommunales Förderprogramm)
- ▶ Erarbeitung von Vermarktungs- bzw. alternativen Nutzungskonzepten unter Einbeziehung der Eigentümer im Hinblick auf Verwertbarkeit, Mietniveau und erforderliche Maßnahmen bei Umbau und Vermietung

- ▶ Erarbeitung und Durchführung ergänzender struktureller Verbesserungsmaßnahmen
- ▶ ggf. Organisation temporärer Zwischennutzungen.

### **Gebäudeattraktivierung**

Eine wichtige Aufgabe zur Stärkung bzw. Steigerung der Attraktivität und der Qualität der Ortsmitte von Babenhausen stellt auch die Weiterentwicklung / Modernisierung der bestehenden gewerblich genutzten Immobilien dar. Neben dem gesamten Standortbereich „Auf der Wies“ gibt es im Ortskern von Babenhausen einige weitere Geschäfts- aber auch Wohnhäuser, die einer (teils dringenden) Aufwertung bedürfen.

Um eine Verbesserung der städtebaulichen und gestalterischen Mängel im Immobilienbestand zu erreichen, ist die Bereitschaft der Immobilieneigentümer Investitionen durchzuführen von entscheidender Bedeutung. Ein mit staatlichen und kommunalen Mitteln gefördertes Fassadenprogramm kann für die gewünschten Investitionsmaßnahmen von privater Seite wichtige Anreize schaffen. Dabei ist die Beratung und Betreuung der Immobilieneigentümer von großer Bedeutung. Einer fest installierten Anlaufstelle zur Beratung von Geschäftsinhabern und Immobilieneigentümern kommt daher eine wichtige Funktion für die Umsetzung einer gewünschten Aktivierung und Steigerung gebäudebezogener Verbesserungen zu. Wichtig ist dabei v.a. ein auf längere Sicht angelegtes Angebot, um den längeren Zyklen immobilienorientierter Entwicklungen gerecht werden zu können.

#### **Maßnahmen:**

- ▶ Sensibilisierung sowie Eigentümerberatung und -betreuung für Fragen der Immobilienentwicklung (Entwicklungs- und Sanierungsfragen), aber auch hinsichtlich betriebswirtschaftlicher Grundlagen und Finanzierungsthemen
- ▶ Weiterführung bzw. ggf. räumliche Ausweitung des bestehenden Fassadenprogramms zur Beseitigung baulicher Mängel bei den Liegenschaften in der Ortsmitte.

## Projektentwicklungen / Schaffung zusätzlicher Frequenzbringer

Grundsätzlich geht es bei möglichen Projektentwicklungen sowohl um die Lösung funktionaler Defizite als auch um die Aktivierung minder- bzw. nicht genutzter Grundstücks- und Immobilienpotenziale. Gezielte Projektentwicklungen durch Erarbeitung von standortangepassten Nutzungskonzepten, Investorensuche und Einbindung bzw. ggf. auch Zusammenführung von Eigentümern sind geeignet, um den Ausbau und die Verdichtung des Angebotes in der Ortsmitte zu erreichen und bestehende Leerstände bzw. minder-genutzte Gebäude bzw. Grundstücksflächen bedarfsorientiert zu füllen.

Zur Stärkung des bestehenden Besatzes sowie zur weiteren Steigerung der Funktionsvielfalt, Attraktivität und Qualität in der Ortsmitte Babenhausens ist die Weiterentwicklung bestehender, (ehemals<sup>70</sup>) gewerblich genutzter Immobilien sowie ggf. auch die Etablierung neuer Objekte<sup>71</sup> eine ebenso angemessene wie wichtige Aufgabe.

Zur Abrundung und Stärkung des Einzelhandelsangebotes in der Ortsmitte Babenhausens ist derzeit speziell an einen Drogeriemarkt mit einem umfassenden/kompletten Drogeriewarenangebot sowie ggf. einen Sportladen zur Ergänzung der bestehenden Sportteilangebote (wie z.B. im Fahrradladen, Sportrandsortimente der ansässigen Schuh-/Bekleidungsanbieter) zu denken. Auch Kombinationen aus Einzelhandel und Dienstleister oder Einzelhandel und Gastronomie, d.h. neue und möglicherweise zunächst ungewöhnlich erscheinende Konzepte sollten überdacht werden.<sup>72</sup> Ähnliches gilt für Einzelhandelbetriebe mit einem angeschlossenen Onlineshop; eine solche Verbindung ist potenziell gut geeignet, die wirtschaftliche Rentabilität eines Betriebes trotz möglicherweise beschränkter Auslastungspotenziale vor Ort zu steigern bzw. zu sichern. Um das Angebot in der Ortsmitte und den Kundenzustrom zusätzlich zu erhöhen, sollte auch nochmals ein Ausbau bzw. eine Erweiterung/Abrundung des regelmäßig stattfindenden Wochenmarktes diskutiert werden. Dadurch kann das vorhandene Lebensmittelangebot im Frischebereich sinnvoll ergänzt und der steigende Wunsch vieler Kunden nach einem angemessenen Bioangebot bzw. frischen, regional erzeugten Lebensmitteln noch besser erfüllt werden. Zudem kann ein vergrößerter Wochenmarkt in der Ortsmitte u.U. die Anziehungskraft und auch die Frequenz weiter steigern, was dem gesamten zentralen Versorgungsbereich zu Gute kommen würde. Der bestehende Standort „Auf der Wies“ ist sehr gut geeignet und sollte beibehalten werden. Alternativ dazu wäre anstatt des im Freien stattfindenden Wochenmarktes und zur Wiederbelebung bestehender Leerstandsflächen ggf. auch eine kleine, zentral gelegene Markthalle bzw. ein Spezialitätenhaus<sup>73</sup> denkbar. Dies sollte aufgrund der damit verbundenen Kosten jedoch

<sup>70</sup> Dies betrifft v.a. die bereits oben genannten, größeren Leerstandsflächen.

<sup>71</sup> Wie etwa die Errichtung des neuen Norma-Lebensmittelmarktes, welcher die Nahversorgungssituation und perspektivisch auch die Anziehungskraft der Ortsmitte merklich steigern wird.

<sup>72</sup> Dies gilt v.a. auch durch die festgestellten, eher geringen Ausbaupotenziale in den meisten Warenbereichen.

<sup>73</sup> In der/dem neben frischen Lebensmitteln / Bioprodukten und Spezialitäten aus der Region u.U. auch eine Angebotsabrundung durch einen Tee- oder einen Weinladen/-stand etc. möglich wäre.



genau geprüft werden.<sup>74</sup> Ein möglicher Standort ist v.a. der ehemalige Feneberg-Markt in der Ortsmitte bzw. dessen Umfeld "Auf der Wies". Die Chancen und Möglichkeiten einer Regionalvermarktung zeigt nachfolgender Exkurs genauer auf.

Ziel potenzieller Projektentwicklungen sollte es sein, nicht nur die bestehenden Leerstandsflächen wieder zu füllen, sondern – soweit möglich – im Zuge der Reaktivierung weitere innerörtliche (Magnet-) Betriebe zu schaffen und so die Angebotsbreite und auch die Kundenfrequenz in der Babenhausener Ortsmitte perspektivisch zusätzlich zu erhöhen. Dies gilt es auch von Seiten der Gemeindeverwaltung konsequent anzugehen und in Zusammenarbeit mit den betroffenen Immobilieneigentümern sowie ggf. externen Betreuern versuchen zu verbessern.

Durch die derzeit in Umsetzung befindliche Errichtung eines Lebensmittelmarktes unmittelbar westlich an den zentralen Versorgungsbereich angrenzend, kann der bestehende Lebensmittelbesatz sinnvoll ergänzt und die innerörtliche Versorgungssituation erkennbar verbessert werden. Insofern ist auch diese Maßnahme als sinnvolle Projektentwicklung einzustufen. Um die Austauschbeziehungen zwischen dem neuen Lebensmittelmarktstandort und den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte zusätzlich zu steigern, ist ggf. zudem ein Hinweisschild beim neuen NORMA-Markt sinnvoll, das gezielt auf die Angebote der Ortsmitte hinweist und für diese wirbt. Entsprechende Schilder können ggf. auch an weiteren, gut frequentierten Standort-/ Zufahrtsbereichen zur Ortsmitte angebracht werden.

In Verbindung mit zusätzlichen Aufwertungsmaßnahmen des jeweiligen Standortumfeldes gewinnen durch die angeführten Maßnahmenvorschläge derzeit minder- bzw. untergenutzte Standortbereiche wieder an Bedeutung und die gesamte Ortsmitte bei entsprechend attraktiver Umsetzung an funktionaler Vielfalt und Aufenthaltsqualität.

### **Maßnahmen:**

- ▶ Gezielte, aktiv von der Marktgemeinde angestoßene Projektentwicklungen als Maßnahme der Aktivierung von Flächen- und Immobilienpotenzialen, zur Schließung von Angebotslücken sowie zur Etablierung zusätzlicher Frequenzbringer in der Ortsmitte – Schwerpunkttraum "Auf der Wies"
- ▶ ergänzende Aufwertungsmaßnahmen im Standortumfeld modernisierter bzw. neu geschaffener Betriebe oder Gebäude erhöhen zudem die Aufenthaltsqualität in der Ortsmitte.

---

<sup>74</sup> Um eine bessere Auslastung einer Markthalle und damit möglicherweise auch eine wirtschaftliche Rentabilität erreichen zu können, ist ggf. ein Mischkonzept aus Markthalle und Gastronomie oder an eine Multifunktionshalle, die neben dem Verkauf regionaler Produkte auch für kleinere Veranstaltungen genutzt werden kann, zu denken.

## **EXKURS: Chancen und Möglichkeiten einer Regionalvermarktung**

Die Primärversorgung in Städten und Gemeinden findet heutzutage verstärkt durch filialisierte Lebensmittelmärkte/-betriebe statt. Der stetige Verkaufsflächenzuwachs der Lebensmittelfilialbetriebe – der u.a. auch nötig ist, um die Waren ansprechend und kundenfreundlich zu präsentieren – bei gleichzeitig häufig stagnierenden bzw. sinkenden Bevölkerungszahlen sowie des realen Kaufkraftvolumens führt zu einer Verschärfung der Wettbewerbssituation unter den ansässigen Geschäften und Läden. Inhabergeführte und kleinere Lebensmittelanbieter sind hiervon üblicherweise besonders betroffen und haben oftmals das Nachsehen. Moderne Konzepte und Ideen zu einer neuen oder verstärkten Kaufkraftbindung können jedoch dazu beitragen, deren Existenz zu sichern. Spezielle Vermarktungsstrategien, welche auf die Besonderheiten und Wünsche der Konsumenten eingehen, können dabei zu einem wichtigen Wettbewerbsvorteil führen.

Innerhalb der Bevölkerung ist in den vergangenen Jahren eine deutliche Steigerung des Umweltbewusstseins und des Wunsches nach nachhaltig produzierten Waren zu verzeichnen. Das Interesse an ökologischen/grünen, regional produzierten Produkten steigt; dies gilt insbesondere für den Lebensmittelbereich. Immer häufiger werden Forderungen nach einem transparenten Produktionsweg geäußert, auch aufgrund der in den vergangenen Jahren stetig auftretenden Lebensmittelskandale. Zudem wird es den Konsumenten immer wichtiger, die Produktionswege zu verkürzen und die regionalen Anbieter nach dem Motto „Gesundes aus der Region für die Region“ zu stärken. Dieser Trend kann auch in Babenhausen zur weiteren Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsbesatzes sowie v.a. auch zur Abgrenzung gegenüber den Wettbewerbsgemeinden genutzt werden. Bei einer konsequenten und modern umgesetzten Regionalvermarktung profitieren nicht nur die Anbieter, sondern die Gemeinde bzw. Region als Ganzes. Beispiele, die dies belegen sind u.a. „Unser Land“ im Münchner Raum, „Gutes vom See“ am Bodensee oder auch diverse gut funktionierende Dorf- und Hofläden<sup>75</sup>. Vorteile und Möglichkeiten einer Regionalvermarktung sollen daher nachfolgend kurz und zusammenfassend aufgezeigt werden:

### *Vorteile einer Regionalvermarktung:*

Die regionale Produktvermarktung hat neben (lokal-) wirtschaftlichen auch soziale Auswirkungen auf die Regionalentwicklung. Vorteile und Chancen sind für Produzenten und Konsumenten und auch die jeweilige Standortgemeinde/Region gleichermaßen vorhanden:

<sup>75</sup> Z.B. der vor Kurzem vielfach ausgezeichnete Dorfladen „Um´s Eck“ im Ortsteil Heising der Gemeinde Lauben im Oberallgäu, der Dorf- und Bürgerladen im fränkischen Arberg, der Rödelseer Markt in der fränkischen Gemeinde Rödelsee oder auch der Hintermoarhof Seebacher in Bad Feilnbach und der Marxnhof in der Nähe des Irschenbergs.

- ▶ In erster Linie werden regionale Wertschöpfungsketten wiederbelebt, geschlossen und gestärkt. Dadurch können die Gewinne und die Kaufkraft in der Region gehalten werden. Die lokale Wirtschaftskraft wird gestärkt.
- ▶ Die wirtschaftliche Stärkung der Region führt zu Sicherung der Arbeitsplätze in der Region und perspektivisch auch zu einem neuem Arbeitsplatzangebot.
- ▶ Der transparentere Produktionsweg und eine persönlichere Bindung zwischen Konsument und Produzent kann beidseitig zu einer schnelleren und einfacheren Angleichung der Bedürfnisse und Umsetzung von Veränderungswünschen führen.
- ▶ Das Identifikationspotential mit der Region wird gestärkt. Dieser Aspekt sollte nicht unterschätzt werden. Er kann u.a. zu einer starken Kaufkraftbindung führen.

#### *Mögliche Strategien:*

Zur Begegnung der Herausforderungen lassen sich im Bereich der Regionalvermarktung verschiedene Handlungsoptionen ableiten, welche von der Gemeindeverwaltung (in Kooperation mit Unternehmen, Geschäften und Bürgern vor Ort bzw. aus der Region) realisiert werden können:

- ▶ Einrichtung einer Markthalle oder eines Dorfladens für den Verkauf regionaler Produkte in angenehmer Atmosphäre
- ▶ Ausbau und Förderung von Wochenmärkten sowie ggf. auch von Hofläden und Direktvermarktern
- ▶ Unterstützung beim Aufbau von Verbraucher- und/ Erzeugergemeinschaften
- ▶ Schaffung einer Dachmarke bei einer regionsweiten Zusammenarbeit und überregionalen Vermarktung.

Für eine angepasste Konzeptausarbeitung und Realisierung einer geeigneten Strategie sind i.d.R. gezielte, auf den Einzelfall zugeschnittene Untersuchungen und Projektklärungen notwendig. Je nach Bevölkerung, Kaufkraft und bestehender Einzelhandelsstruktur sowie dem Angebot regionaler Produkte bieten sich spezifische Handlungsoptionen an. Diese hängen auch von schon vorhandenen Infrastruktureinrichtungen ab und selbstverständlich auch von der vorhandenen oder aktivierbaren regionalen Produktvielfalt.

### 6.3.4 Handlungsfeld Betriebe

Eine Standortstärkung der Ortsmitte beinhaltet sinnvollerweise auch eine Optimierung der Betriebssituation bestehender Einzelbetriebe: eine funktionierende Betriebsbasis stellt eine zentrale Voraussetzung zur Sicherung bestehender, aber auch zur Integration neuer, für den Standort Ortsmitte wertvoller Nutzungen dar. Für die geforderte Qualität der Babenhausener Ortsmitte und ihrer Betriebe ist ein auf lange Sicht angelegter, kontinuierlicher Prozess nötig, der die Bewusstseinsbildung der Akteure ebenso wie den Aufbau eines Qualitätsmanagements für Vorschläge, Anregungen und Umsetzungshilfe umfasst. Dies erfordert u.a. eine Einzelerfassung der Zukunftsperspektiven der verschiedenen Einzelhandelsbetriebe der Ortsmitte, die Erarbeitung geeigneter Einzelkonzepte in Abstimmung mit den Geschäftsinhabern (und ergänzend den Immobilieneigentümern) sowie die Entwicklung einer zeitgemäßen Vermarktungsstrategie. Ziel ist es, eine Aktivierung und Optimierung der angesiedelten Betriebe sowie der verfügbaren und bestehenden Einzelhandelsstandorte zu erreichen. Wichtige Inhalte sind:

#### **Aktivierung der Betriebspotenziale, Ausbau der Servicequalität**

Ein Stabilisierung der Gesamtsituation im Generellen bzw. eine Verbesserung/Optimierung jedes einzelnen Einzelhandels-/Gewerbebetriebes im Speziellen sind eine wichtige Basis der Attraktivierung der gesamten Ortsmitte. Eher klassische Aufgabenfelder bei der Einzelhandelsstärkung auf einzelbetrieblicher Ebene stellen Außenauftritt, Ladengestaltung, Warenpräsentation und ggf. Verkaufsflächenerweiterungen dar. In diesen klassischen Aufgabenfeldern ist in einer Reihe von Betrieben in Babenhausen trotz eines insgesamt ordentlichen Eindrucks noch mehr oder weniger deutliches Optimierungspotenzial erkennbar. So wirkt z.B. die Ladengestaltung einzelner Betriebe nur noch bedingt zeitgemäß und entspricht nur noch in Teilen den aktuellen Kundenwünschen und Marktanforderungen.<sup>76</sup> Schwierige Standortsituationen und u.U. bereits bestehende Betriebsprobleme erfordern zudem oftmals eine professionelle betriebswirtschaftliche Beratung im Sinne eines angemessenen Controllings und einer Optimierung der bestehenden Möglichkeiten oder eine Entscheidungshilfe bei anstehenden Betriebsvorhaben bzw. in Krisensituationen zur Betriebssicherung.

Daneben wird es sowohl auf einzelbetrieblicher Ebene als auch im Hinblick auf eine Gesamtdarstellung des Standortes immer wichtiger den Themenbereich Serviceleistungen mit in eine zukunftsorientierte Betriebsführung zu integrieren. Dies gilt v.a. im direkten Umgang mit den Kunden. Hier sind in erster Linie die Mitarbeiter im Verkauf angesprochen, wo neben einer umfassenden fachlichen Beratung auch die Vermittlung von weiteren Leistungen und Serviceangeboten des Betriebes angeboten werden können.

---

<sup>76</sup> Aufgrund der gestiegenen Mobilität in der Bevölkerung können Kunden inzwischen viel leichter Vergleich zu anderen Läden bzw. Einzelhandelsstandorten ziehen als früher; ihre Ansprüche an Ausstattung, Gestaltung und Design haben sich dabei i.d.R. erhöht.

Eine aktive und intensive Betreuung der Kunden zeugt von Qualitätsbewusstsein im eigenen Betrieb und ist geeignet, trotz ggf. höherer Preise als bei discountorientierten Wettbewerbern, gemäß dem Motto „Zufriedene Kunden kommen wieder!“ eine langfristige Kundenbindung zu erreichen. Bei einer Kurzbewertung im Rahmen der vor-Ort-Erhebungen konnten zwar bereits ein insgesamt weitgehend positiver Eindruck gewonnen werden, dennoch sollte sich jeder Betrieb bzw. Betriebsinhaber regelmäßig hinterfragen, welche Aspekte im Sinne der Kunden weiter verbessert werden könnten. Ergänzend dazu sind zeitgemäße Vertriebs- und Bonussysteme (z.B. in Form von Kunden- oder Rabattkarten) ein wirksames und gern genutztes Mittel der Kundenbindung, das den Kunden angeboten werden kann. Ähnliches gilt für Kundenmailings, mit denen Kunden auf besondere Aktionen, Rabatte o.ä. hingewiesen werden können. Schulungen und Verkaufstrainings für die Angestellten sind Themen der Weiterbildung und für die Entwicklung der einzelnen Betriebe ebenfalls von großer Wichtigkeit. Im Wettbewerb zu den umliegenden Einzelhandelsstandorten haben die Betriebe in der Ortsmitte Babenhausens so eine gute Möglichkeit sich zu profilieren und sich positiv von der Konkurrenz abzusetzen.

Ergänzend ist auf die geänderten Anforderungen einer zunehmend alternden und ggf. weniger mobil werdenden Gesellschaft zu reagieren. Wie aus den Strukturdaten ersichtlich wurde, ist die Bevölkerungsstruktur in Babenhausen aktuell zwar noch relativ ausgeglichen, dennoch ist auch hier der Trend zur „Alterung der Gesellschaft“ bereits erkennbar. Barrierefreiheit und die Gestaltung der Zugänglichkeit sowie die Innengestaltung der Ladengeschäfte sind deshalb Aspekte, die es verstärkt zu berücksichtigen gilt. So sind zahlreiche Betriebe in Babenhausen nur über eine (mehr oder weniger hohe) Treppe zu erreichen, was insbesondere älteren Kunden oftmals schwer fällt. Auch die Berücksichtigung der Bedürfnisse und teils speziellen Einkaufsgewohnheiten dieser Kundengruppe können u.U. neue Möglichkeiten und Chancen für den Einzelhandels- und Wirtschaftsstandort Babenhausen eröffnen.

Eine wesentliche Voraussetzung um die Möglichkeiten des angesiedelten Gewerbes voll zu nutzen, liegt in der Sensibilisierung und Aktivierung der Betriebsinhaber. Die alleinige Bereitstellung geeigneter Informationen und Beratungsangebote reicht nach überwiegenden Erfahrungen aus Attraktivierungsvorhaben an anderen Standorten nicht aus, dass diese auch entsprechend angenommen bzw. umgesetzt werden. Daher schlagen wir für ein anzustrebendes Umsetzungsmanagement folgendes vor:

**Maßnahmen:**

- Betriebsstärkung durch standort- und objektgenaue Einzelbewertungen als grundlegende Basis betrieblicher Verbesserungspotenziale
- Hilfestellung für die Betriebe durch Beratungs- und Serviceleistungen (Bau, Gestaltung, Betriebswirtschaft, Ladeneindruck, Marketing)



- ▶ Positivbeispiele, Erfahrungsberichte und Perspektiven vermitteln sowie Anreize geben, damit die Betriebe/Betriebsinhaber neue Ideen entwickeln können und selbst aktiv werden
- ▶ Qualitätsinitiative zur Standortstärkung (z.B. Service, Kundenbetreuung/-umgang, Verkaufstraining, Mitarbeiterschulung)
- ▶ Barrierefreiheit der Ladengeschäfte als Qualitäts- und Serviceargument im Hinblick auf die zu erwartende, alternde Gesellschaft.

### **Betriebsnachfolge**

Ein wichtiges Aufgabenfeld im Rahmen einer koordinierten Vorgehensweise unter Einbeziehung des Einzelhandels wirft die Problematik fehlender Geschäftsnachfolge auf, welche vielerorts eine erhebliche Rolle spielt. Dies gilt – was die vor-Ort-Gespräche bestätigten – auch in Babenhausen; insbesondere altersbedingte Gründe stehen in Babenhausen dabei im Vordergrund.

In diesem Zusammenhang sei auch darauf hingewiesen, dass einem Rückzug des Einzelhandels vielerorts auch eine Verschlechterung der ärztlichen, sozialen und kulturellen Versorgung folgt.

Die Betriebsnachfolgeproblematik ist aus den genannten Gründen ein Aufgabenfeld, das nicht nur stärker berücksichtigt, sondern kontinuierlich beobachtet und konsequent bearbeitet werden sollte. Generell ist es daher sinnvoll, rechtzeitig einen intensiven Dialog mit den betroffenen Gewerbetreibenden/Geschäftsinhabern zur Erarbeitung geeigneter Lösungen zu diesen Themen aufzubauen und gelungene Beispiele und Wege der Nachfolgesicherung aufzuzeigen. Unterbleibt dies, ist ein (stetiger) Rückgang des Betriebsbesatzes – speziell in der Ortsmitte – nicht auszuschließen bzw. sogar zu erwarten.

### **Maßnahmen:**

- ▶ Sensibilisierung aller betroffenen Akteure bzgl. der Betriebsnachfolgeproblematik
- ▶ gezielte Unterstützung und Beratung betroffener Betriebe in Nachfolgefragen.

### 6.3.5 Handlungsfeld Konzentration und Nutzungsverdichtung im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte

Prinzipiell gilt, je dichter bzw. kompakter innerstädtische bzw. innerörtliche Nutzungen beieinander liegen, desto attraktiver stellt sich der Standortbereich (d.h. Innenstadt bzw. Ortsmitte) für Kunden und Besucher dar. Die Wege sind kürzer und es ist leichter, mehrere Nutzungen zu kombinieren.

Durch eine konsequente Konzentration weiterer Angebote/Betriebe in der Ortsmitte von Babenhausen / im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte bzw. speziell entlang der Hauptachse Marktplatz – Stadtgasse – Auf der Wies als dessen Kernzone kann eine erneute Verdichtung der Funktionen und des Geschäftsbesatzes erreicht werden, bestehende bzw. in den letzten Jahren entstandene Lücken wieder geschlossen werden. Dadurch entsteht ein aus Kundensicht in seiner Gesamtheit attraktiver, gut wahrnehmbarer und dadurch perspektivisch auch anziehungsstärkerer zentraler Bereich. Dabei spielt das den Einzelhandel ergänzende komplementäre Angebot von Dienstleistungen, Gastronomie und Freizeit/Kultur zur Bildung eines ausgewogenen Angebots- und Branchenmixes eine ebenso bedeutende Rolle wie der Einzelhandel selbst. Mit einer zunehmenden Entfernung zwischen den Einrichtungen – die relativ lange Ost-West-Ausstreckung der gesamten Ortsmitte Babenhausens wurde bereits bei der Analyse angesprochen – sinken demgegenüber die Chancen der Betriebe von Einkaufskopplungen der Kunden, d.h. von potenziellen Austauschbeziehungen, zu profitieren.

Zur Stärkung der Babenhausener Ortsmitte sowie zur besseren Vernetzung des Besatzes inkl. der Schaffung zusätzlicher Austauschbeziehungen sind daher folgende Ansatzpunkte anzuführen:

Die zukünftige Flächen- und Standortentwicklung sollte sich in Babenhausen, im Interesse der Sicherung und Attraktivierung eines leistungsfähigen und den städtebaulichen Zielsetzungen entsprechenden Angebotes, schwerpunktmäßig auf den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich der Ortsmitte, also den bereits heute kompakt und weitgehend durchgängig besetzten Teil der Ortsmitte, konzentrieren. Je stärker sich die Angebote an der zentralen Einkaufsachse An der Wies/Stadtgasse/Marktplatz bzw. im direkten Nahbereich daran konzentrieren, desto eher ist von Synergieeffekten und Kundenaustauschbeziehungen der Geschäfte/Einrichtungen untereinander auszugehen.

Ziel soll mindestens ein Erhalt bzw. möglichst ein Ausbau des für die Lage und Größe des Ortes sowie seiner Versorgungsfunktion noch relativ vielfältigen Angebotes im zentralen Versorgungsbereich sein. Von hoher Wichtigkeit ist es zudem, den gesamten Standortbereich zu attraktivieren und so mehr Aufenthaltsqualität schaffen. Dabei sollte die Ortsmitte durch Vernetzung, mittels Ergänzung und Verdichtung der Angebotspalette und Attraktivitätsverbesserung noch deutlicher als der zentrale "Kundenmagnet" Babenhausens herausgearbeitet werden.

Der zentrale Versorgungsbereich Babenhausens zeichnet sich – im Gegensatz zu einer Reihe anderer Städte und Gemeinden – durch eine sehr gute Erreichbarkeit und eine vergleichsweise hohe Besatzdichte aus Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben aus. Die Ortsmitte Babenhausens besitzt daher wichtige Voraussetzungen für eine auch weiterhin gute Funktionsfähigkeit dieses zentralen Einkaufs- und Geschäftsbereiches. Gelingt es, den Bestand innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches nicht nur zu erhalten, sondern bedarfsgerecht zu ergänzen, so profitieren durch die zu erwartenden gestärkten Einkaufskopplungen der Kunden auch die bestehenden Betriebe.

### Maßnahmen:

- ▶ Sicherung des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte bzw. speziell der Hauptachse Marktplatz – Stadtgasse – Auf der Wies als den zentralen Einkaufs- und Identifikationsraum Babenhausens mit hoher Kundenanziehungs- und -bindungskraft (= Kern der Stärkungsansätze für den Einkaufsstandort Ortsmitte Babenhausen); angrenzende Standortbereiche sollen diesen Kernbereich räumlich-funktional ergänzen, aber im Einzelhandel zunächst nur bedingt weiter ausgebaut werden.
- ▶ Reaktivierung nicht bzw. mindergenutzter Gebäude und Immobilien zur Schaffung zusätzlicher (Magnet-) Betriebe bzw. weiterer Anbieter aus Einzelhandel, Gastronomie, Freizeit/Kultur in der Hauptgeschäftslage als zentrale, standortstärkende Vorhaben zur Attraktivierung und Aufwertung des gesamten zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte.
- ▶ Ausbau des Wochenmarktes bzw. alternativ einer kleinen Markthalle<sup>77</sup> zur weiteren Verdichtung und Attraktivierung des Angebotsbesatzes (nochmals) diskutieren und prüfen. Insgesamt verbesserte Inwertsetzung des Standortbereiches "Auf der Wies" (vgl. Pkt. 4.4.3).

### 6.3.6 Ortsbild und Gestaltung des öffentlichen Raumes

Zu den Qualitätsmerkmalen einer von den Kunden angenommenen und gern besuchten Ortsmitte ist ein öffentlicher Raum mit hoher Gestaltungs- und Aufenthaltsqualität bei gleichzeitig guter Erreichbarkeit<sup>78</sup> unabdingbar. Gerade in der heutigen Zeit, in der die Kunden mobiler sind und stärker als früher Vergleiche ziehen können, ist es wichtig, die eigene Ortsmitte auch als einen einladend gestalteten Raum zu präsentieren. Um der Bevölkerung und den Kunden aus der Region eine ausstrahlungsstarke Alternative zu den Wettbewerbsstandorten im Umfeld zu geben, müssen Ambiente und Einkaufserlebnis stimmen.

<sup>77</sup> Bzw. Multifunktionshalle zur besseren wirtschaftlichen Rentabilität.

<sup>78</sup> Inklusiv einem ausreichenden, (fußläufig) gut an die Hauptgeschäftslage angebundenen Stellplatzangebot.

Neben dem Angebotsmix stellen in Babenhausen gerade auch eine Verbesserung des Ortsbildes durch eine ansprechendere Gestaltung des öffentlichen Raumes wichtige Voraussetzungen für den gewünschten Einkauf in der Ortsmitte und die Identifikation der Bürger mit ihrer Ortsmitte dar. So weisen etwa das Erscheinungsbild des Straßenraumes (Oberflächengestaltung, Begrünungselemente, Sitzmöglichkeiten etc.), die innerörtlichen Verkehrsströme und das dadurch erkennbar negativ beeinflusste Ambiente bestehender Ruhezeiten / Plätze teils noch erkennbares Verbesserungspotenzial auf. Dies gilt verstärkt für den Standortteilbereich Auf der Wies.

Qualitäts- und Attraktivitätssteigerungen sollen helfen, diese zentralen Zielsetzungen für die Babenhausener Ortsmitte stärker als bisher zu gewährleisten. Konkrete Verbesserungen betreffen dabei die Schwerpunkte Straßenraum, öffentliche Plätze, Begrünung, öffentliche Möblierung und Modernisierungsmaßnahmen in Bereichen der kommunalen Infrastrukturausstattung. Etwaige Maßnahmen sollten dabei sowohl in räumlicher als auch zeitlicher Hinsicht in Abstimmung mit den möglichen Anstrengungen privater Akteure erfolgen.

#### **Maßnahmen:**

- ▶ Aufwertung und Attraktivierung des Straßenraumes: sukzessive Durchführung von weiteren Sanierungs- und Attraktivierungsmaßnahmen im gesamten zentralen Versorgungsbereich der Ortsmitte bzw. speziell im Standortteilbereich Auf der Wies
- ▶ Stärkung der Aufenthaltsqualität; Schaffung eines angemessenen Flairs, welches zum Verweilen einlädt
- ▶ verstärkte Nutzung innerörtlicher Plätze und Freiflächen für Außengastronomie, Freiraummöblierung, Veranstaltungen, Kunstinstallationen etc.
- ▶ stärkere Einbeziehung der Günz sowie des Mühlkanals, d.h. der bestehenden Wasserläufe als belebendes Element zur Erhöhung des innerörtlichen Flairs
- ▶ Fassaden- und Schaufensterwettbewerb (Einbeziehung Eigentümer, Gewerbetreibende, Presse, Heimatpflege etc.)
- ▶ ggf. stärkere Integration der Fugger-Geschichte in den öffentlichen Raum prüfen (z.B. durch entsprechende Schaufenstergestaltungen, Fahnen, Stelen etc.)
- ▶ Attraktivierung der Eingangssituation an den Orts- bzw. Ortsmitteeingängen (Beschilderung, Begrüßung, Wegweiser für Parkplätze etc.) bzw. Erschließung der gesamten Ortsmitte mit einer attraktiven Wegeführung mit Beschilderung, Begrüßung und Wegweisern (besonders auch für Ortsfremde)
- ▶ offensive Vermarktung der guten Umland-Erreichbarkeit Babenhausens
- ▶ Prüfung eines weiteren Ausbaus des innerörtlichen Parkplatzangebots: eine gute verkehrliche Erreichbarkeit inklusive der Möglichkeit, sein Auto in kurzer fußläufiger Entfernung von den Betrieben der Ortsmitte abzustellen ist ein wichtiger Standortfaktor

tor für einen von den Kunden angenommenen Einzelhandels- und Wirtschaftsstandort

- ▶ weitestgehende Vermeidung von Langzeit- oder Dauerparken innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Ortsmitte
- ▶ Sicherung der bestehenden Querungsmöglichkeit (Fußgängerampel) sowie Schaffung weiterer Querungshilfen zur Attraktivierung/Optimierung der fußläufigen Erschließung des zentralen Versorgungsbereiches prüfen
- ▶ Minimierung der bestehenden Trennwirkung der Ortsdurchfahrts-/Bundesstraße; ggf. Prüfung bestehender Möglichkeiten zur Einführung von Verkehrsberuhigungsmaßnahmen im Bereich der Ortsmitte (unter besonderer Berücksichtigung des Lkw-Verkehrs)
- ▶ ggf. Verbesserung der Fahrraderschließung der Ortsmitte, Angebot ausreichender Fahrradabstellmöglichkeiten bei den Geschäften.

### 6.3.7 Handlungsfeld Image und Marketing

Image- und marketingbezogene Aktivitäten sind heutzutage eine wichtige Begleitmaßnahme für die Stärkung einer Stadt oder Gemeinde bzw. speziell für deren Innenstadt oder Ortskern. Dies gilt auch für Babenhausen.

Auf die Ortsmitte ausgerichtete und aufeinander abgestimmte Marketingmaßnahmen sind geeignete Mittel, um das Image und die Anziehungskraft des zentralen Versorgungsbereiches zu stärken sowie den Bekanntheitsgrad und die Besonderheiten des Babenhausener Ortskerns nach außen zu tragen. Hilfreich kann dabei auch sein, verschiedene Themenbereiche (z.B. Ortsmitte, Einzelhandel, Fuggergeschichte, Natur oder sonstige Besonderheiten) nicht nur getrennt, sondern themenübergreifend, d.h. in Kombination zu vermarkten; dadurch lassen sich nicht nur wichtige Synergieeffekte schaffen, sondern i.d.R. auch Kosten reduzieren. Im Ergebnis schafft es eine konsequent auf die Stärken ausgerichtete, nachhaltige Vermarktung i.d.R. nicht nur bestehende Kunden zu halten und ggf. neu zu begeistern, sondern auch neue Interessenten zu erreichen und so neue Kunden(-gruppen) zu erschließen. Das Alleinstellungsmerkmal „Fuggerschloss/-erbe“ sollte in diesem Zusammenhang deutlicher herausgestellt und umfassender genutzt/vermarktet werden, da hierdurch eine klare Abgrenzung zu umliegenden Wettbewerbsstädten/-orten erreicht werden kann.

Wie in jedem professionellen Marketing besteht das Hauptziel darin, das Image und die Zufriedenheit der Kunden, Bürger, Unternehmer und sonstigen Besucher zu verbessern und so eine verstärkte Kundenbindung zu erreichen. Wichtig ist dabei, das Marketingkonzept als einen fortlaufenden Kommunikationsprozess und nicht als einmalige Werbeaktion zu begreifen. Wichtig ist auch, eine funktionierende Organisationsstruktur zu schaffen; es muss klar sein, wer sich um welche Inhalte kümmert und wer welche Maß-



nahmen umsetzt. Stärkungsvorgehen, die Mobilisierung der Akteure und die Steuerung und Umsetzung von Maßnahmen erfordern demnach eine zielgerichtete und langfristige Ausrichtung sowie eine klare personelle Zuordnung. Für ein funktionierendes Ortsmittenmarketing bedarf es einer durchdachten und konsequent nach außen vertretenen Position, die die Stärken Babenhausens betont sowie – das zeigt die Erfahrung in anderen Städten und Gemeinden – einer klar definierten Organisationsstruktur.

Für die Vertretung der Interessen des Babenhausener Einzelhandels, der Gastronomie, der Dienstleistungsbetriebe und der weiteren Gewerbetreibenden aus Industrie und Handwerk hat sich in Babenhausen die bestehende „Koordinationsstelle für die Ortskernentwicklung“ unter der Leitung von Hrn. Tom Otto etabliert. Das in diesem Zusammenhang erarbeitete Netzwerk vertritt die Interessen der ansässigen Gewerbetreibenden und versucht, neue und innovative Ideen zu kreieren und mit Unterstützung der Gemeindeverwaltung nach und nach umzusetzen. Diesen Prozess gilt es aufrecht zu erhalten und ggf. noch stärker zu forcieren und weiter zu unterstützen. Ein Ausbau der Zusammenarbeit sowie eine verstärkte Entwicklung und Durchführung gemeinsamer Aktionen sind aus gutachterlicher Sicht ein geeignetes Mittel, die Möglichkeiten des Ortes konsequent herauszuarbeiten, Babenhausen zu modernisieren, stärker zu vermarkten und auch überörtlich auf sich aufmerksam zu machen. Dabei sollte auch eine noch stärkere Nutzung des Internets z.B. durch die gezielte Etablierung einer eigenen Online-Plattform „Marktplatz Babenhausen“ o.ä. erfolgen. Diese sollte ansprechend gestaltet sein, laufend aktualisiert und intern entsprechend verlinkt werden.

### **Maßnahmen:**

- ▶ Orts-/Ortsmittenmarketing als Instrument zur Kommunikation der Stärken und Besonderheiten Babenhausens speziell in den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Freizeit
- ▶ zielgerichtete Weiterentwicklung bereits bestehender Institutionen / Aktivitäten (z.B. der „Koordinationsstelle für die Ortskernentwicklung“ unter der Leitung von Hrn. Tom Otto); Ausbau der Zusammenarbeit zwischen Gemeindeverwaltung, Koordinationsstelle und Gewerbe mit der Schaffung weiterer, zugkräftiger Aktionen und Ideen
- ▶ Profil als Erlebnisraum entwickeln, verstärkt Angebote aus Gastronomie, Kultur und Kunst<sup>79</sup> in der Ortsmitte anbieten bzw. bestehende Angebote weiter ausbauen und optimieren
- ▶ noch stärkere Nutzung und Inwertsetzung der Fuggergeschichte und des Fuggerschlosses als Positionierungsmerkmal und als Möglichkeit zur Abgrenzung gegenüber anderen Städten und Gemeinden
- ▶ Ausbau der Internetpräsenz, um die Angebote und Vorzüge Babenhausens bzw. speziell auch der Babenhausener Ortsmitte noch deutlicher darzustellen zu können;

---

<sup>79</sup> Z.B. Schaufensteraktionen, Skulpturen, Straßenfest mit Straßenkünstlern etc.

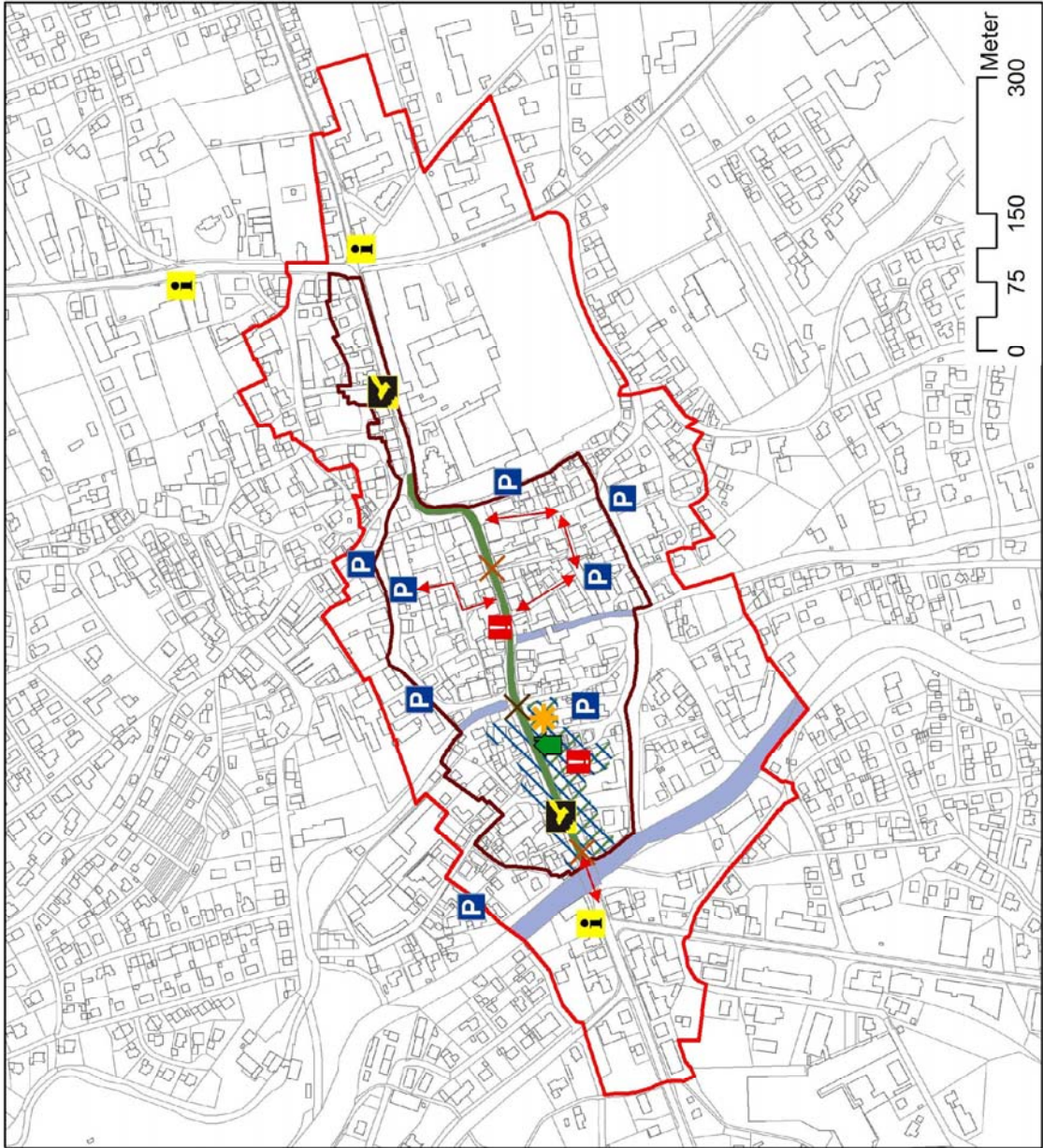
stärkere Nutzung als Werbe- und Informationsplattform für ansässige Betriebe sowie aktuelle Aktionen und Events (Stichwort: „Marktplatz Babenhausen“)

- ▶ kontinuierliche Pressearbeit, ggf. Erstellung einer Infobroschüre bzw. eines regelmäßig erscheinenden Werbejournal für ansässige Betriebe und weitere Angebote der Gemeinde bzw. in der Gemeinde bestehender Institutionen und Vereine
- ▶ Erarbeitung von Kundenbindungsinstrumenten, regelmäßige Gemeinschaftsaktionen und Veranstaltungen von Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und der weiteren Gewerbetreibenden aus Produzierendem Gewerbe/Handwerk
- ▶ Zertifizierung der lokalen Ladengeschäfte (Qualitätsinitiative).

### **6.3.8 Übersichtskarte zum Maßnahmenkonzept Ortsmitte**

Die nachstehende Karte zeigt einen Überblick der räumlich verorteten Maßnahmen für die Ortsmitte zur funktionalen Sicherung und Stärkung:

**Maßnahmenkonzept Ortsmitte**  
 Markt Babenhausen - Einzelhandelskonzept für den Markt Babenhausen



- Legende**
- Untersuchungsgebiet Ortsmitte
  - Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte
  - vorrangig aufzuwertende Kernzone mit funktionalem Stärkungs- und Attraktivierungsbedarf inkl. der Sicherung bestehender Frequenzbringer
  - stärkere Nutzung/Einbezug des Flusses in das "Ortsleben" (z. B. Außergastro)
  - Zone immobilienbezogenen Aufwertungsbedarfs
  - besonderer funktionaler Stärkungsbedarf
  - gewerbliche Nachnutzung anzustreben
  - Sicherung bzw. ggf. Ausbau des Wochenmarktes
  - Attraktivierung des öffentlichen (Straßen-)Raumes
  - zentraler innerörtlicher Platzbereich mit Aufwertungsbedarf
  - Sicherung der bestehenden Querungsmöglichkeiten
  - Schaffung zusätzlicher Querungsmöglichkeiten
  - Verbesserung der Wege-/Funktionsverknüpfung
  - Aufstellen von Infotafeln zum innerörtlichen Angebot
  - Sicherung des innerörtlichen Parkplatzangebotes

HEIDER

Kartengrundlage: Markt Babenhausen  
 Quelle: eigene Erhebungen und Bewertungen  
 Stand: April 2013  
 Entwurf und Kartographie:  
 Dr. Heider 2013

## **7 Organisation und Umsetzung 'Aktive Stadt- und Ortsteilzentren Babenhausen'**

Zur Umsetzung des dargestellten Konzeptes einer geordneten und zukunftsgerichteten Innenstadtentwicklung ist ein entsprechender organisatorischer und umsetzungsorientierter Aufbau erforderlich. Das nachfolgende Schema soll die Zuständigkeiten und Funktionen der für die Umsetzung im Rahmen des Bund-Länder-Städtebauförderungsprogrammes 'Aktive Stadt- und Ortsteilzentren' in Babenhausen als geeignet erachteten Organe verdeutlichen und ist als Organisationsvorschlag zu verstehen, der entsprechend veränderbar bzw. erweiterbar ist. Die Organisation orientiert sich an vergleichbaren Prozessen im Städtebauförderungsprogramm 'Aktive Stadt- und Ortsteilzentren' in Bayern.

Die Lenkungsgruppe stellt eine Einheit dar, die die Aufgaben der Prozesssteuerung und Umsetzungsausrichtung gewährleisten soll. Hier sind neben den Schlüsselakteuren des Marktes Babenhausen (u.a. Vertreter der Wirtschaftsvereinigungen und der gesellschaftlichen Gruppen), Vertreter der Marktgemeindeverwaltung, der Fraktionen sowie der Bürgermeister und das Projektmanagement vertreten.

Das Projektmanagement behandelt zentrale Fragen des Stadtmarketings, der Standort- und Einzelhandelsentwicklung sowie der städtebaulichen Entwicklung. Hierfür werden externe Fachberatungen und eine Unterstützung durch Experten als erforderlich erachtet.

Für die operative Umsetzung der erarbeiteten Maßnahmen vor Ort ist das Projektmanagement in Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsakteuren des Marktes Babenhausen verantwortlich. Die Wirtschaftsakteure sollen in den definierten Themenbereichen ihre Ideen und ihren Sachverstand einbringen und ihren Beitrag zur Umsetzung leisten.

Die Umsetzung durch Projektmanagement und Wirtschaftsakteure wird legitimiert durch die Einbeziehung und Beteiligung des Marktgemeinderates. Dabei sollen alle Fraktionen über den Ablauf der Entwicklungsprojekte und -maßnahmen einerseits informiert werden, andererseits ist auch eine aktive Beteiligungsmöglichkeit und Einbeziehung des Marktgemeinderats vorgesehen.

Organisationsaufbau und Themenbereiche für den Prozess 'Aktive Stadt- und Ortsteilzentren Babenhausen' sind nachstehendem Schema zu entnehmen:





## 8 Fazit und zusammenfassende Empfehlungen

Die Marktgemeinde Babenhausen ist trotz ihrer eher überschaubaren Größe und landesplanerischen Bedeutung sowie den in den letzten Jahren erfolgten Umbrüchen in der Handelslandschaft immer noch ein vergleichsweise dicht besetztes und leistungsfähiges Einkaufsziel mit ausgeprägtem überörtlichen Marktgebiet. Dies ist u.a. auch darauf zurückzuführen, dass das angrenzende Umland teils recht ländlich geprägt ist und daher entsprechende Strukturen zur Selbstversorgung weitgehend fehlen. Hinzu kommt, dass Babenhausen von den umliegenden Gemeinden – zumindest mit dem Pkw – überwiegend gut zu erreichen ist.

Die Standortstruktur des lokalen Einzelhandels ist – trotz der bestehenden, teils auch größeren Leerstände – durch eine noch recht zahlreich und vielfältig besetzte Ortsmitte geprägt, welche v.a. zusammen mit den größeren, dezentral gelegenen Märkten an den Zufahrtsstraßen die gesamtörtliche Einzelhandelsanziehung begründet. Hinzu kommen einige weitere Betriebe in Streulage – teils mit sehr spezialisiertem Angebot<sup>80</sup>. Im Vergleich zur Vorgängeruntersuchung aus dem Jahr 1999 fällt auf, dass der Verkaufsflächenbesatz am Ort deutlich zugenommen hat und dass dabei insbesondere die Gewerbegebietslagen auf Kosten der Ortsmitte einen deutlichen Bedeutungszugewinn erfahren. Dies wird durch die aktuell laufende Umsiedlung und Erweiterung eines bestehenden Lebensmittelmarktes (Norma) zumindest in Teilen wieder etwas abgemildert.

Anhaltende Veränderungsprozesse im Einzelhandel, ein bereits gut ausgebauter dezentraler Einzelhandel in Babenhausen, ein potenziell weiterhin bestehendes Investoreninteresse an den dezentralen Ortsrandlagen sowie nur noch begrenzt vorhandene Ausbaupotenziale erfordern ein gezieltes und abgestimmtes Vorgehen zur Stärkung und Sicherung der Ortsmitte bzw. speziell des ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte als Hauptzentrum der Marktgemeinde Babenhausen.

Den Strukturvoraussetzungen und den prognostizierten Entwicklungsperspektiven entsprechend, wird daher weiterhin eine aktive Entwicklungsstrategie im Einzelhandel mit eindeutiger Priorisierung des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte empfohlen. Dies bedeutet, dass der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte bzw. speziell die Hauptachse Marktplatz – Stadtgasse – Auf der Wies bei zukünftigen Flächen- und Standortentwicklungen erste Priorität einnimmt. Nachgeordnet folgen der über den zentralen Versorgungsbereich hinausgehende Teil der Ortsmitte sowie bestehende bzw. ggf. potenzielle Standorte zur Sicherung/Steigerung der lokalen Nahversorgungssituation. In der sog. Randzone des Einzelhandels soll der Einzelhandelsausbau jedoch grundsätzlich deutlich begrenzt und konsequent auf den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte abgestimmt werden. Ergänzend dazu sind der Marktgemeinde Babenhausen zur Attraktivie-

---

<sup>80</sup> Insbes. Fischer Handarbeitsmarkt.



zung des Wohn- und Wirtschaftsstandortes Ortsmitte umfassende städtebauliche sowie auch weitere immobilienbezogene Aufwertungsmaßnahmen zu empfehlen. In der Umsetzung sind hierfür speziell folgende Maßnahmenbereiche zu empfehlen:

### **Sortiments- und Zentrenkonzept zur aktiven Steuerung und Gestaltung der weiteren Einzelhandelsentwicklung**

Um eine abgestimmte und innengerichtete Einzelhandelsentwicklung in Babenhausen zu erreichen, ist es erforderlich, den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte baurechtlich zu sichern, funktional zu stärken und bezüglich seiner Attraktivität und Anziehungskraft weiter aufzuwerten. Dafür wurden das sog. Zentren- und das zugehörige Sortimentskonzept erarbeitet, in denen die gewünschten Funktionen und die zugeordneten Festlegungen des zentralen Versorgungsbereiches wie auch der sog. Randzone des Einzelhandels definiert werden. Hauptziel ist es dabei, die begrenzten und dabei speziell die ortsmittenstärkenden Ausbaupotenziale gezielt auf die aus städtebaulicher Sicht gewünschten Standorte der Ortsmitte zu lenken, d.h. dort konsequent zu konzentrieren. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte soll ein weiterer Ausbau dieser Sortimente nicht mehr bzw. nach sorgfältiger Abwägung nur noch unter konsequenter Abstimmung mit den Belangen der Ortsmitte erfolgen. Das Zentren- und Sortimentskonzept soll damit eine Einzelhandelsentwicklung unter den städtebaulich erforderlichen Rahmenbedingungen gewährleisten, ohne dabei den Wettbewerb im Einzelhandel zu unterbinden.

Das Sortiments- und Zentrenkonzept soll die Basis künftiger Entscheidungen zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben sowie der Orientierungsrahmen und die Vorgabe für erforderliche bauleitplanerische Schritte sein. Im Einzelfall ist hierfür ggf. auch eine Anpassung der bauleitplanerischen Grundlagen nötig. Dies bedeutet für künftige Einzelhandelsvorhaben die konsequente Aufstellung von Bebauungsplänen<sup>81</sup> und Ausrichtung am Einzelhandelskonzept. Desweiteren ist ggf. die Überplanung von Standorten im Gemeindegebiet, die aufgrund der baurechtlichen Möglichkeiten Einzelhandelsentwicklungen erlauben, welche nicht im Einklang mit dem Zentrenkonzept stehen, zu prüfen. Über bestehende Einzelhandelsstandorte/-lagen hinaus, ist es derzeit nicht notwendig, zusätzliche auszuweisen und zu entwickeln. Vielmehr sollen die sich bietenden Chancen und Potenziale soweit als möglich auf die Ortsmitte gelenkt und ggf. zur Steigerung der Nahversorgung genutzt werden, um weiterhin einen vielfältigen und bedarfsgerechten Einzelhandelsbesatz bieten zu können.

---

<sup>81</sup> Die Festlegung der zulässigen Sortimente (inkl. der Verkaufsfläche) ist dabei von besonderer Bedeutung.

## Stärkungskonzept Ortsmitte

Als ebenfalls wichtiger Punkt zur Steigerung der Anziehungskraft der Ortsmitte Babenhausens ist eine gezielte Ergänzung<sup>82</sup> und Attraktivierung des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes anzuführen. Durch einen auf die Entwicklungspotenziale abgestimmten Ausbau des Bestandes inkl. einer bedarfsgerechten Abrundung des Branchenmixes ist es möglich, den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte weiterhin als das Hauptzentrum der Gemeinde Babenhausen zu sichern und nachhaltig zu stärken. Um dies zu erreichen, ist ein „Füllen“ bestehender Leerstände bzw. die gezielte Entwicklung weiterer, marktfähiger Einzelhandelsflächen/Anbieter in der Ortsmitte anzustreben bzw. gezielt zu forcieren; bestehende Möglichkeiten/Chancen sind dabei konsequent zu nutzen. Daneben ist auch eine ergänzende Ansiedlung weiterer Dienstleistungs-/Gastronomie- bzw. ggf. auch kultureller Einrichtungen geeignet, die Vielfalt und Anziehungskraft der Ortsmitte zu steigern. Auch Mischkonzepte sind zu überdenken. Im Ergebnis wird damit der gesamte Ortsmittenbereich aufgewertet und attraktiviert, die Struktur gestärkt und die Kundenfrequenz und der Besucherzustrom (auch für Bestandsbetriebe) bei entsprechender Vermarktung perspektivisch erhöht.

Neben einer Angebotssicherung und -abrundung sind ergänzend zwingend auch städtebauliche sowie teils auch immobilienbezogene Aufwertungsmaßnahmen nötig. Insbesondere die Schaffung einer „Wohlfühlumgebung“ mit hoher Aufenthaltsqualität, die die Kunden trotz der bestehenden Beeinträchtigungen durch die Bundesstraße bzw. speziell den vorbeifließenden Lkw-Verkehr zum Einkaufen und die Besucher zum Verbleiben animiert, wird immer wichtiger. Kunden und Besucher wünschen sich bzw. fordern verstärkt eine angenehme und ansprechende Einkaufsatmosphäre. Dabei gilt es u.a. auch das hohe architektonische Potenzial vieler Gebäude durch einen ebenso attraktiv gestalteten Straßenraum zu unterstreichen. Auch das Vorhandensein innerörtlicher Platzbereiche (im Idealfall mit Außengastronomieangeboten) und Ruhezonen zum Verweilen (z.B. saubere und bequeme Sitzbänke<sup>83</sup>) sind wichtig. Hierzu gehört neben einer städtebaulichen Aufwertung v.a. des Standortteiles auch die Modernisierung und Neugestaltung einzelner Betriebe entlang der zentralen Hauptgeschäftsachse. Eine Verbesserung der Vernetzung einzelner Teilräume sowie die Sicherung bzw. ein Ausbau des Wochenmarktes und ggf. eine Ergänzung des innerörtlichen Veranstaltungsangebotes durch zusätzliche Events (z.B. am Marktplatz bzw. am Veranstaltungsort des Wochenmarktes auf dem Platzbereich parallel zur Straße Auf der Wies) zur weiteren Belebung der Ortsmitte runden die Bemühungen ab. Die qualitative Weiterentwicklung bestehender Immobilien und Betriebe, das Erfordernis eines konzeptionellen Flächen- und Immobilienmanagements (inkl. eines Leerstandsmanagements) und einer Aktivierung der Immobilieneigentümer und Betriebsinhaber stellen neben einem verstärkten Marketing (inkl. Onlinepräsenz) somit zentrale Management- und Beratungsaufgaben dar.

---

<sup>82</sup> V.a. durch eine Wiedernutzung bestehender, größerer Leerstände sowie eine erneute Ansiedlung eines Drogerievollangebotes.

<sup>83</sup> In diesem Zusammenhang ist auch nochmals auf die alternde Gesellschaft hinzuweisen.

Alles in allem sind somit sowohl ein breites und attraktives innerörtliches Angebot wie auch eine ansprechende Einkaufsatmosphäre mit möglicher hoher Aufenthaltsqualität zu forcieren. Im Ergebnis sind so verstärkte Synergien zwischen den Geschäften und den ergänzenden Dienstleistungs-, Gastronomie- bzw. kulturellen Angeboten sowie eine Erhöhung der Kundenfrequenz zu erwarten, was zu einer Sicherung und perspektivisch auch zu einer Belebung und auch Erhöhung der Einzelhandelsbedeutung der gesamten Ortsmitte führt.

### **Stärkungsprozess 'Aktive Stadt- und Ortsteilzentren Babenhausen'**

Im Rahmen des Städtebauförderungsprogrammes 'Aktive Stadt- und Ortsteilzentren' eröffnet sich eine zusätzliche Chance die erforderlichen Anpassungen für eine funktionsfähige Ortsmitte zu bewältigen. Über die Fortsetzung der schon bisher erfolgreich betriebenen Stadtsanierung hinaus, werden damit Maßnahmen zur Stärkung des Standortes Ortsmitte unter Berücksichtigung von Marketing, Einzelhandel, Betrieben, Akteuren und Immobilieneigentümern ermöglicht. Die bisherige Resonanz auf diesen Stärkungsprozess vor Ort war überaus positiv. Aktivitäten wie auch Bereitschaft der unverzichtbaren Akteure des Wirtschaftslebens in Babenhausen, ebenso wie die Aufbringung der im Rahmen des Städtebauförderungsprogrammes erforderlichen privaten Beiträge zum Projektfonds, zeigen eine hohe Bereitschaft der Akteure vor Ort sich im aktuell beginnenden Umsetzungsprozess einzubringen und die Lebendigkeit und Attraktivität Babenhausens auch künftig zu sichern.

## 9 Anhang

<b>9.1 Sortimentsgliederung ladenrelevanter Einzelhandel</b>		
Waren des kurzfristigen Bedarfes	Lebensmittel	Nahrungs-/Genussmittel (inkl. Getränke, Reformwaren, Naturkost, Tabak)
	Gesundheits-/Körperpflegemittel	Apotheke/medizin. Artikel Drogerie/Parfümerie/Kosmetika
Waren des mittel- und längerfristigen Bedarfes	Haushaltswaren/Heimtextilien/ G(las), P(orzellan), K(eramik)	Haus- und Heimtextilien/ Kurzwaren/ Gardinen; Nähmaschinen u. Zubehör
		Haushaltswaren/G(las), P(orzellan), K(eramik)/Geschenkartikel/ Devotionalien
	Bekleidung/Schuhe/ Lederwaren	Bekleidung (inkl. Wäsche, Wolle, Stoffe, sonst. Textilwaren, Baby- und Kinder- ausstattung)
		Schuhe/Lederwaren
	Möbel/Einrichtungsgegenstände	Möbel/Antiquitäten (inkl. Küchen, Büro- möbel, Korbwaren, Kunstgegenstände)
	Elektro/Unterhaltungselektronik/ Computer	Elektroartikel (inkl. Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik)/Leuchten/ PC/Telekommunikation/Bürotechnik
		Elektroinstallationsbedarf
	Bücher/Schreibwaren	Papier/Schreibwaren/Bürobedarf, Büromaschinen, -technik
		Bücher/Zeitschriften/Zeitungen Medien (Tonträger, Bildtonträger)
	Foto/Optik/Schmuck	Foto
Optik		
Uhren/Schmuck		
Sportartikel/Spielwaren/ Freizeitartikel	Sportartikel Fahrräder (inkl. Zweiräder) Waffen/Jagd-, Angelbedarf	

		Spielwaren Musikalien/Musikinstrumente Camping-/Outdoorartikel
	Baumarkt/Heimwerken/Garten	Baumarkt/Heimwerkerbedarf/ Eisenwaren
		Farben/Tapeten/Teppiche/ Bodenbeläge/
		Blumen/Pflanzen/zoologischer Fachhandel/Tiernahrung
		Düngemittel/Pflanzgefäße/Gartenmöbel/ Gartenmaschinen und -werkzeuge/ Zäune/Gartenhäuser/Gewächshäuser
		Herde/Öfen
		Baustoffe/Bauelemente/ Sanitär/Fliesen/ Badeinrichtungen/ Beschläge/ Eisenwaren/Rollos
		Werkzeuge/Maschinen und -zubehör
		Holz/Holzmaterialien/Fenster/Türen/ Platten/Kork

## 9.2 Begriffsdefinitionen

### Ladenrelevanter Einzelhandel

Bei der Abgrenzung des in vorliegender Arbeit relevanten Einzelhandels wurden Ladengeschäfte des Einzelhandels plus Ladenhandwerk mit überwiegender Einzelhandelsfunktion eingeschlossen. Dies beinhaltet im Wesentlichen den ladenbezogenen Einzelhandel ohne Kraftfahrzeuge, Brenn- und Kraftstoffe, zuzüglich der Apotheken und des Nahrungsmittelhandwerks (Bäckerei, Konditorei, Metzgerei), die verwendeten Verbrauchsausgaben beziehen sich entsprechend auf diese Einzelhandelsabgrenzung.

### Umsätze

Die in vorliegender Arbeit dargestellten umsatz- und ausgabenbezogenen Beträge im Einzelhandel verstehen sich inklusive der Mehrwertsteuer.

### Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

Unter der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft versteht man denjenigen Anteil des verfügbaren Einkommens, welcher der Wohnbevölkerung eines bestimmten Gebietes für Aus-

gaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Kaufkraftkennziffer stellt diesen raumeinheitsbezogenen Wert in Relation zum Bundesdurchschnitt.

Um eine regionale Vergleichbarkeit der Daten zu erleichtern, wird ein Pro-Kopf-Index (BRD=100,0) ausgewiesen. Ein Index mit einem Wert über 100,0 besagt, dass die durchschnittliche Pro-Kopf-Kennziffer über dem Durchschnitt der Bundesrepublik liegt, ein Wert unter 100,0 bedeutet, dass es sich um eine Raumeinheit handelt, die unter dem Durchschnitt der Bundesrepublik liegt.

### **Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung**

Stellt das Kaufkraftpotential der jeweiligen Raumeinheit als Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, welche der Wohnbevölkerung eines bestimmten Gebietes für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht, dar.

### **Zentralitätskennziffer**

Die Relation von Einzelhandelsumsatz eines bestimmten Gebietes zu einzelhandelsrelevanter Kaufkraft der Wohnbevölkerung dieses Gebietes bildet die Einzelhandelszentralität. Übersteigt der Umsatz im Einzelhandel die am Ort verfügbare Kaufkraft der Wohnbevölkerung, handelt es sich um ein Gebiet mit Kaufkraftzufluss, dies wird durch einen Indexwert über 100,0 ausgedrückt. Umgekehrt bedeutet ein Indexwert von unter 100,0 ein Gebiet mit Kaufkraftabfluss, der Umsatz des Einzelhandels am Ort ist niedriger als die Kaufkraft der dortigen Wohnbevölkerung. Die Zentralitätskennziffer wird als Pro-Kopf-Index (BRD=100,0) ausgewiesen und zeigt das Maß an Attraktivität ('Magnetwirkung') eines Gebietes für sein Umland.

### **Zentrale Versorgungsbereiche**

Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelseinrichtungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Sie können sich sowohl aus stadtentwicklerischen Zielvorstellungen und Planungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben. Ihre aus städtebaulichen Aspekten abgeleitete Schutzwürdigkeit wird im BauGB sowie in der BauNVO gesetzlich geregelt.

### **Dezentrale Standortbereiche**

Dezentrale Standortbereiche des Einzelhandels befinden sich außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche einer Stadt. Diese dezentralen Standortbereiche sind die bevorzugten Standorte von 'nicht zentrenrelevanten Sortimenten'. 'Zentrenrelevante Sortimente' sind dort, wenn keine weiteren Besonderheiten im Hinblick auf die Funktionserfüllung vorliegen, nicht zulässig. Bestehende Einzelhandelsbetriebe mit 'zentrenrelevantem Sortimentsangebot' genießen jedoch in jedem Fall Bestandsschutz.