

# **ISEK Stadt Heideck – Fachbereich Einzelhandel**

**Infoveranstaltung**

13.03.2017

Ergebnisse des Entwicklungskonzept Einzelhandel

# Empirische Erhebungen

## Schriftliche Haushaltsbefragung

Versand: 850 Fragebögen  
 Rücklauf: 396  
 Quote: 46,6%  
 Daten zu 1.180 Personen (rd. 25% der Bev.)

## Einzelhandelsbefragung

Versand: 21 Fragebögen  
 Rücklauf: 6 / Quote: 29%

## Betriebserhebung

Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie



SEK HEIDECK 2016

**Liebe Bürgerinnen und Bürger der Stadt Heideck!**

Die Stadt Heideck hat GEO-PLAN Bayreuth mit dem Fachbereich Einzelhandel im Rahmen des Städtebaulichen Entwicklungskonzeptes (SEK) beauftragt. Eine wichtige Grundlage hierfür ist diese Befragung zufällig ausgewählter Heidecker Haushalte. Dessen Aussagekraft hängt davon ab, dass sich möglichst viele Bürgerinnen und Bürger beteiligen!

Um das Ausfüllen zu erleichtern, sind die Felder für Ihre Eintragungen grau hinterlegt. Der Fragebogen erlaubt so ein zügiges Ausfüllen in etwa 15 Minuten. Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen in dem beiliegenden Kuvert

**bis zum 01. August 2016**

an die Stadtverwaltung zurück. Das Porto zahlt natürlich der Empfänger. Sie können den Umschlag auch im Rathaus abgeben oder dort in den Briefkasten einwerfen. Alle Angaben werden streng vertraulich behandelt und keinen Dritten zugänglich gemacht. Die Auswertung wird keine Rückschlüsse auf Einzelne zulassen.



*Ralf Beyer*  
 Ralf Beyer  
 Erster Bürgermeister

---

**FRAGEN ZUM EINKAUFEN**

1. Wie häufig suchen Sie in der Regel die Altstadt von Heideck (ohne Lebensmittelmärkte Norma und Netto) zum Einkaufen auf?

alle 1 bis 2 Tage	<input type="checkbox"/>	1 mal monatlich	<input type="checkbox"/>
1 bis 2 mal wöchentlich	<input type="checkbox"/>	etwa 1 mal im Vierteljahr	<input type="checkbox"/>
etwa alle 2 Wochen	<input type="checkbox"/>	seltener oder nie	<input type="checkbox"/>

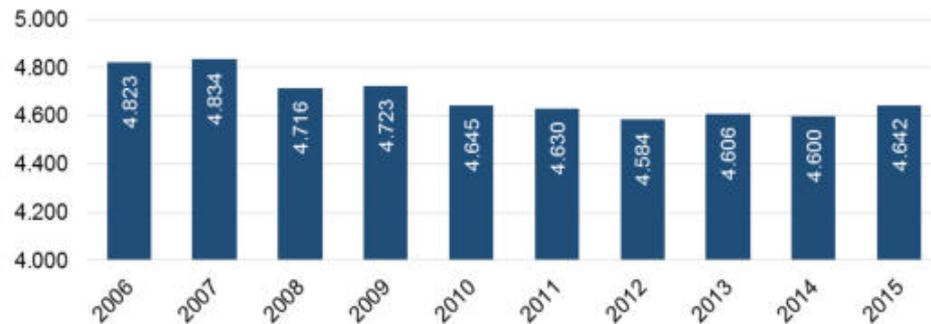
2. Wie häufig kaufen Sie in der Regel in folgenden Lebensmittelmärkten in Heideck ein?

	Norma	Netto
alle 1 bis 2 Tage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 bis 2 mal wöchentlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
etwa alle 2 Wochen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 mal monatlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
seltener	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

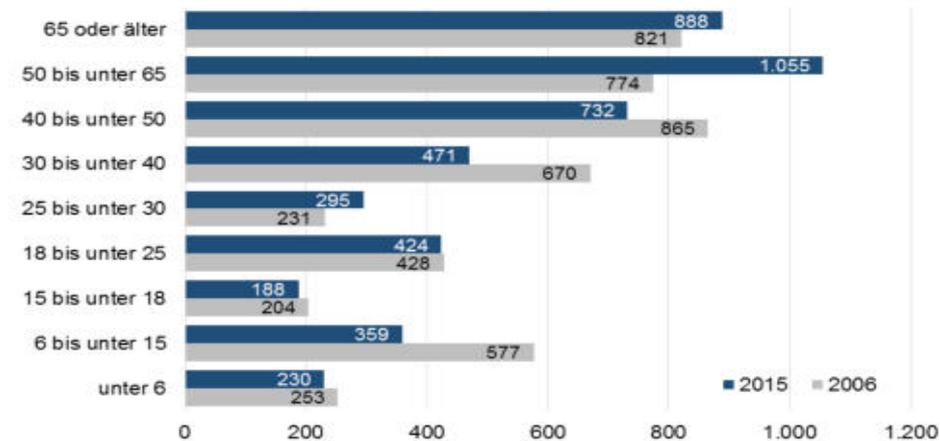
www.heideck.de 1

## Rahmenbedingungen

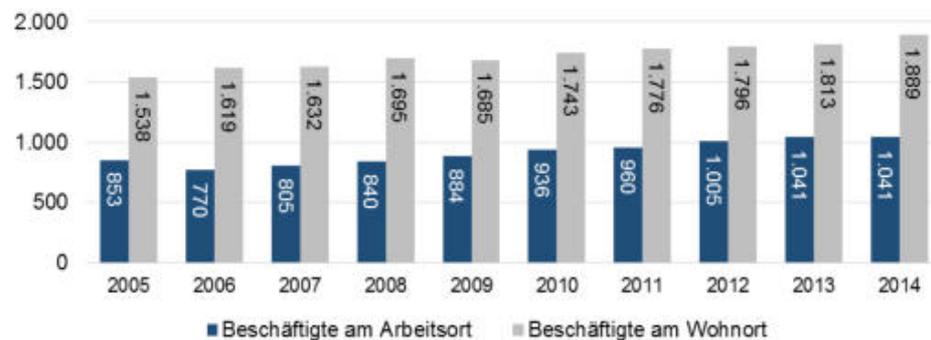
- Rückläufiges Nachfragepotenzial / stabile Tendenz



- Älter werdende Bevölkerung



- Positive wirtschaftliche Entwicklung



## Standortstruktur des Einzelhandels

### Aktive Betriebe

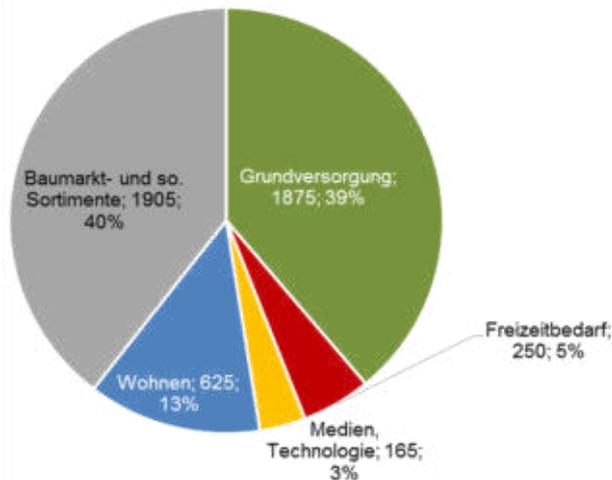
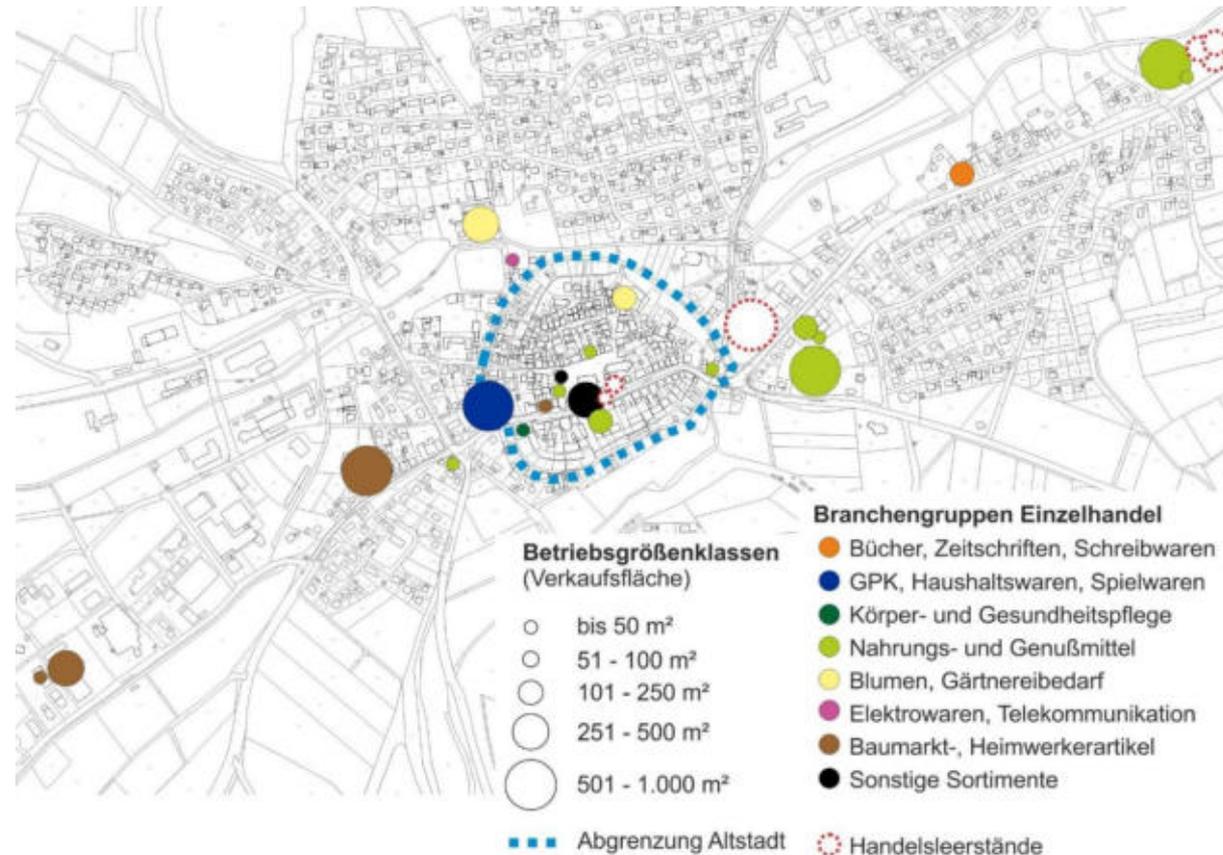
- gesamt: 22
- davon in Altstadt: 10 (45%)

### Aktive Verkaufsfläche

- gesamt: 4.800 m<sup>2</sup>
- davon in Altstadt: 1.600 m<sup>2</sup> (33%)
- VF / EW: 1,0 m<sup>2</sup>

### Ladenleerstände

- gesamt: 5
- davon in Altstadt: 1

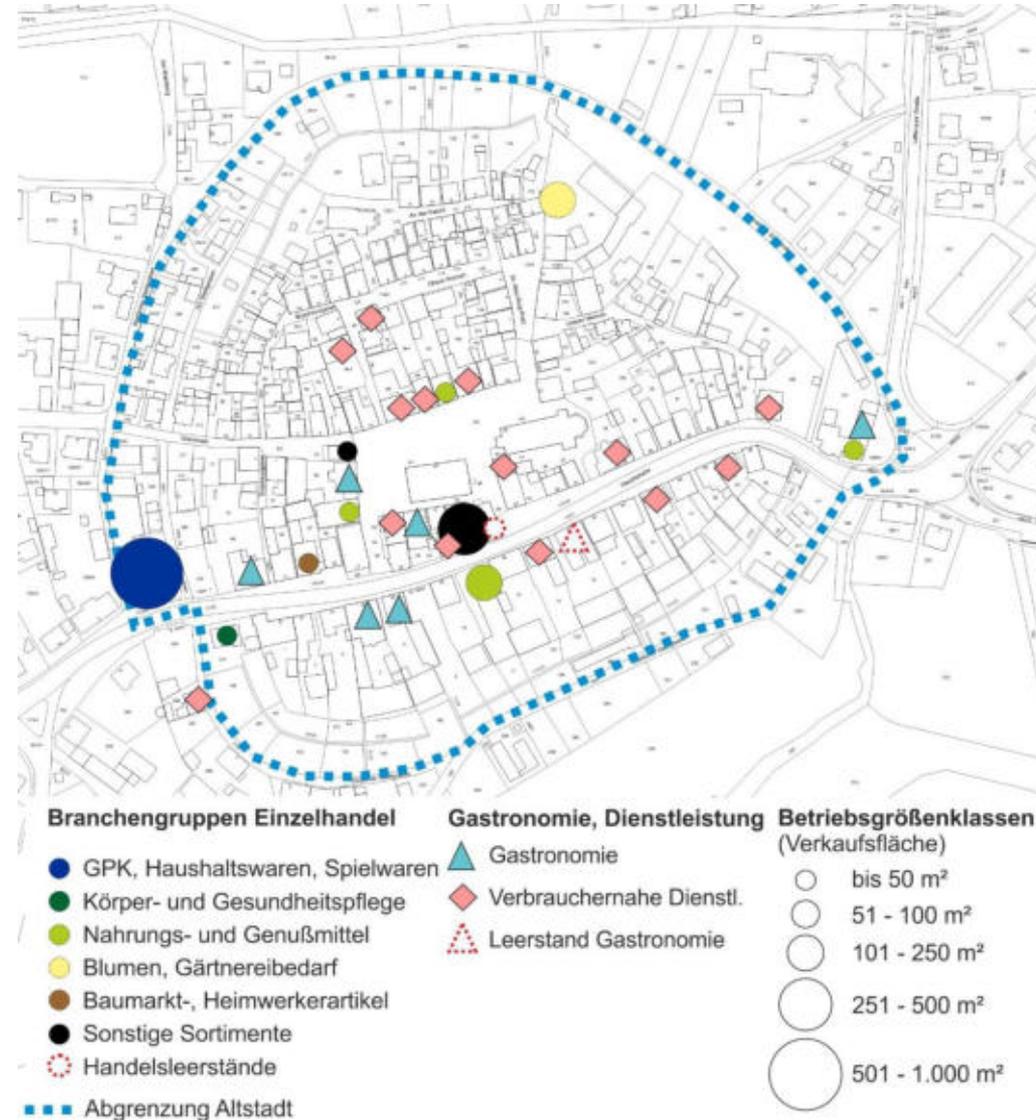


# Die Altstadt

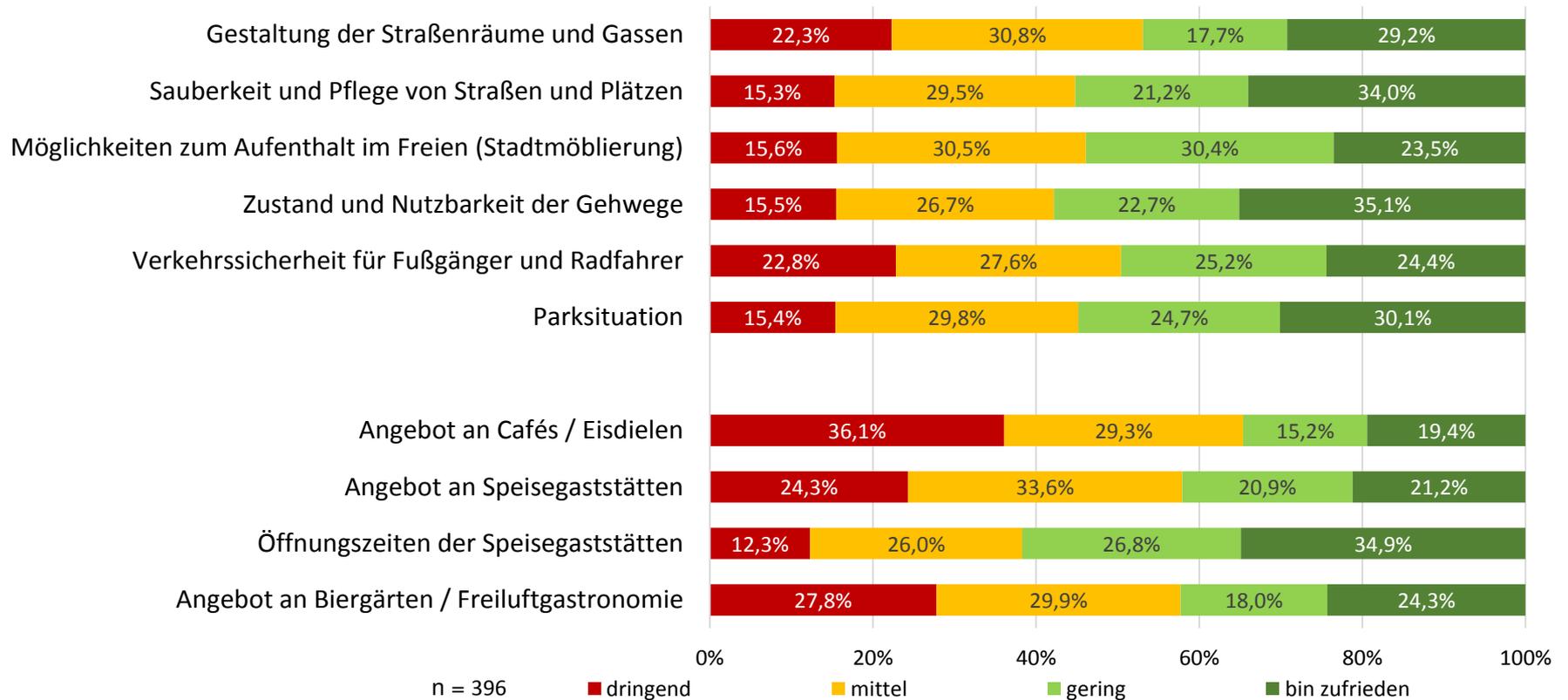
## 30 aktive Betriebe

- Einzelhandel: 10
- Dienstleistung: 15
- Gastronomie: 6

- höchste Nutzungsdichte:  
Hauptstraße / Marktplatz
- Leitfunktionen:  
Bank-, Arztbesuch, Gastronomie,  
Einkaufen
- Sortimentsschwerpunkte:  
Wohnen / Baumarkt- und sonstige
- Einkaufshäufigkeit:  
53% mind. einmal pro Woche
- Frequenzstifter: v.a. Bäcker / Metzger



## Handlungsbedarfe zur Aufwertung der Altstadt



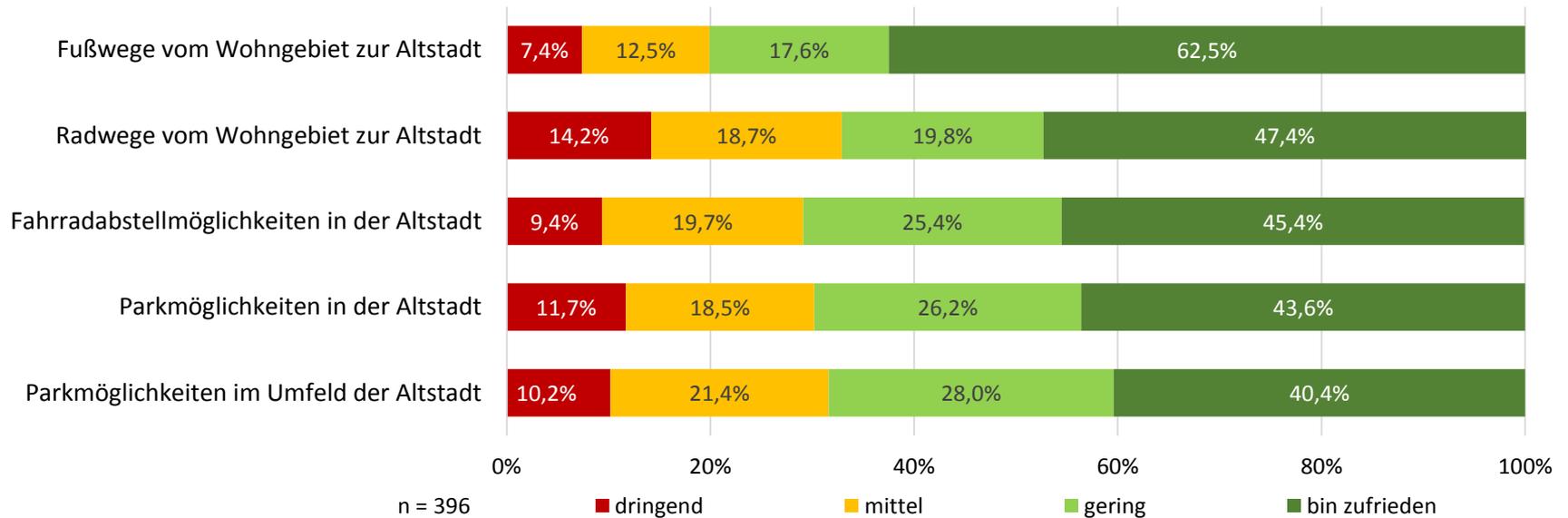
→ Aufenthaltsqualität und Verkehrssicherheit mit Verbesserungspotenzial

→ Ansatzpunkt zur Steigerung der Attraktivität: Gastronomisches Angebot

## Erreichbarkeit und Parken

- Relativ hoher Anteil besucht die Altstadt zu Fuß oder mit dem Fahrrad
- Sehr hoher Parksucherfolg in der Altstadt (Schwerpunkt Marktplatz) – 96% finden innerhalb von 5 Minuten einen Parkplatz / 71% sofort

### Handlungsbedarfe:



→ Zufriedenheit mit Fußwegen / Radwege mit Verbesserungspotenzial

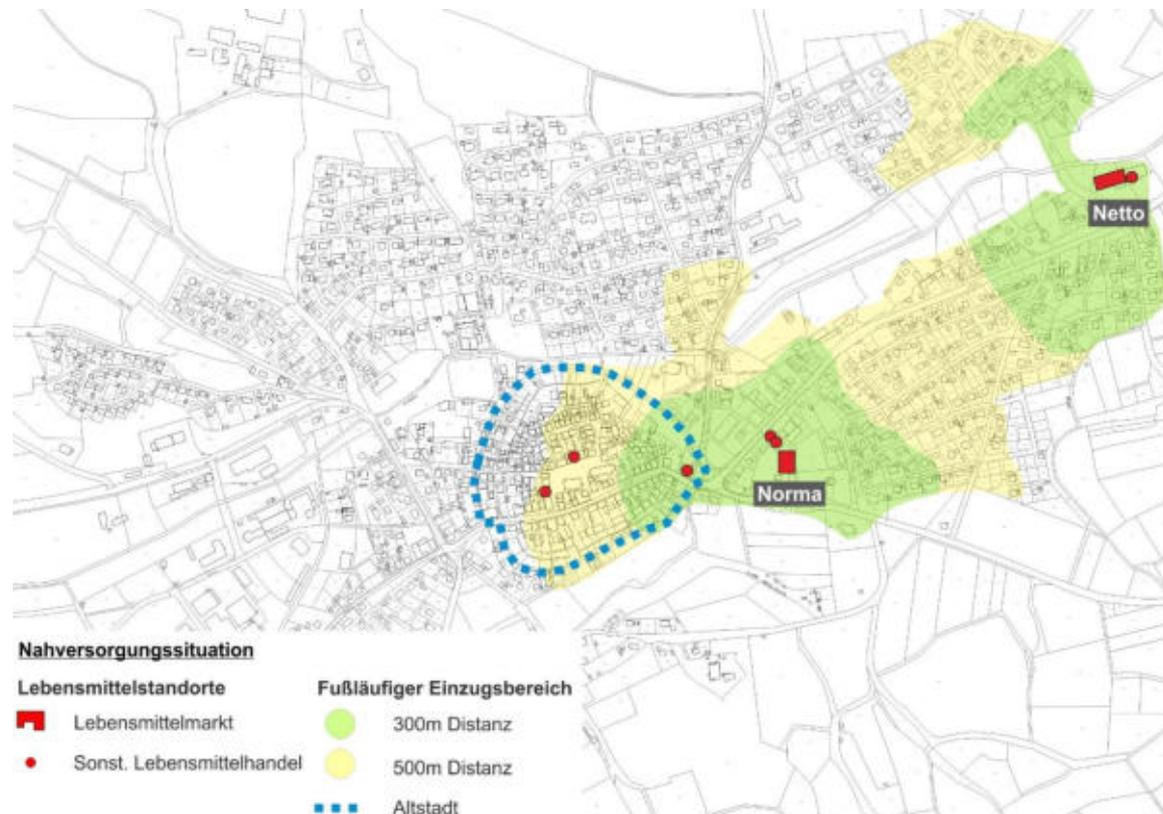
→ Handlungsbedarf bei Parkmöglichkeiten wird gesehen – trotz hohem Parksucherfolg

## Wo sehen Sie vordringlichen Handlungsbedarf zur Steigerung der Lebensqualität?



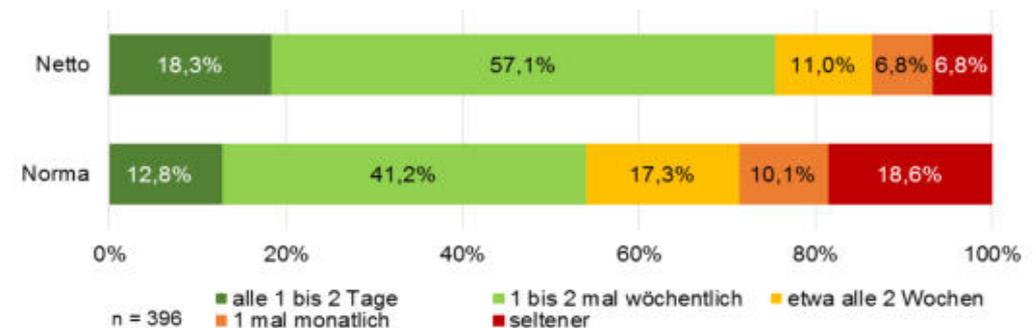
## Nahversorgungssituation

- Fußläufige Erreichbarkeit für östl. / südöstl. Wohngebiete
- Hohe Kopplungsquoten zwischen den Märkten und mit der Altstadt



## Einkaufshäufigkeit in Lebensmittelmärkten:

- Netto-Markt übernimmt Großteil der Grundversorgung



## Einzelhandelsnachfrage

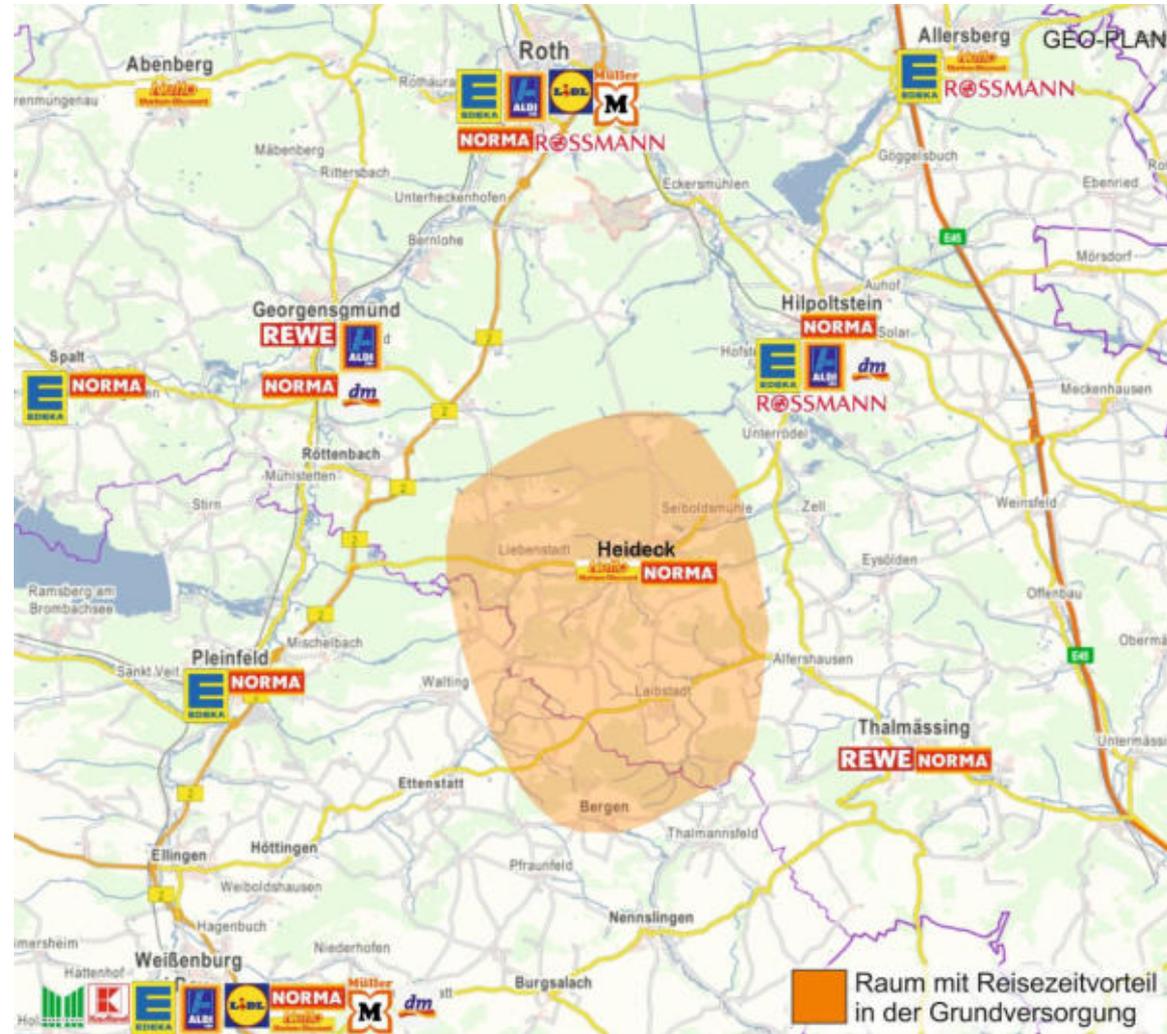
Kennwerte	
Verkaufsfläche / Ew	1,0 m <sup>2</sup>
Einzelhandelszentralität	47
Sollumsatz	12,5 Mio. €
Lokales Kaufkraftpotenzial	26,4 Mio. €
Kaufkraftbindung	8,9 Mio. €
Kaufkraftzufluss	3,6 Mio. €
Kaufkraftabfluss	17,5 Mio. €

- Gute Bindung bei Grundversorgungs-Sortimenten
- Teils relativ hohe Bindung im mittelfristigen Bedarf
- Ausgeprägte Einkaufsorientierung nach Hilpoltstein



## Marktgebiet

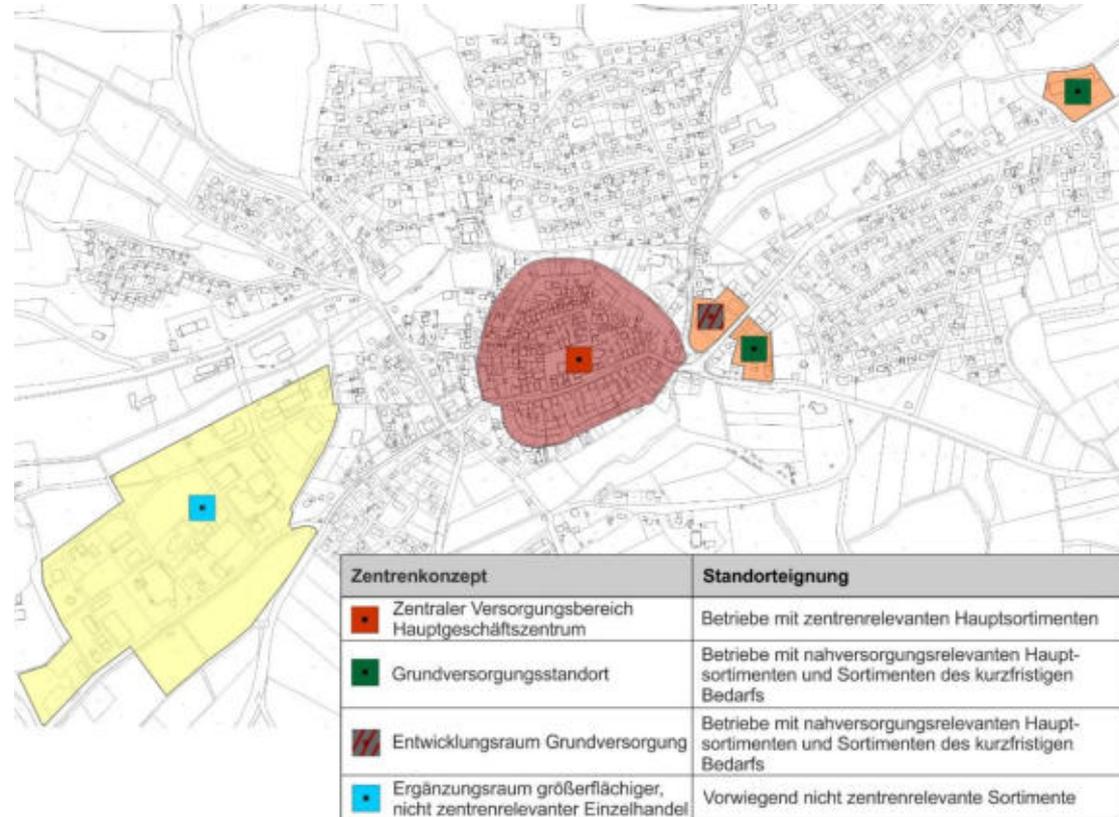
- Lage zu anderen Einkaufsorten begrenzt das Marktgebiet des Heidecker Einzelhandels
- Versorgungsfunktion beschränkt sich weitgehend auf die eigene Bevölkerung



## Quantitative Entwicklungsempfehlungen

### Ausbauspielräume

- Nahrungs- und Genussmittel:  
→ LM-Vollsortimenter (1.200 m<sup>2</sup>)
- Regionale Produkte / Biowaren:  
→ zeitgemäße Markt-Konzepte
- Drogeriewaren: 150 - 200 m<sup>2</sup>  
→ zeitgemäße Marktkonzepte
- Sonstige Sortimente:  
Ansiedlungen sind zu begrüßen  
→ nach Möglichkeit in der Altstadt



### Ziele:

- Erhalt der räumlichen Einzelhandelsstruktur (3 Schwerpunkte)
- Auf kurzen Wegen erreichbare Nahversorgung
- Erhalt und Förderung einer multifunktionalen Altstadt

## Qualitative Entwicklungsempfehlungen

### Funktionale Aufwertung der Stadtmitte

- Marktplatz mit hohem „Attraktivitätspotenzial“, aber...
- Ruhender Verkehr nimmt Raum ein
- Wenig Gastronomieflächen



→ Nutzungskonzept für Aufenthalts- und Gastronomieflächen

### Stärkung des gastronomischen Angebotes

- Handlungsbedarf wird von der Bevölkerung gesehen
- v.a. Café / Eisdiele und Biergarten / Freiluftgastronomie



→ Aktives Bemühen um Angebotsausbau in der Altstadt, zusammen mit bestehenden Betrieben

## Qualitative Entwicklungsempfehlungen

### Marktauftritt des Einzelhandels

Ansatzpunkte:

- Ladenraum- / Schaufenstergestaltung („Blickfang“ statt „Warenauslage“, Beleuchtung, qualitative Gestaltung, ...)
  - Vereinheitlichung von Öffnungszeiten / Mittagspause
  - Zwischendekoration von Leerständen
  - Märkte / Veranstaltungen
- Regelmäßiger Austausch mit Händlern („Runder Tisch“) –  
Diskussion gemeinsamer Aktionen und Verbesserungsmöglichkeiten

### Städtebaul. Aufwertung der Ortsdurchfahrt

- Dominanz der Verkehrsflächen
- Beengte Gehwege / fehlende Radwege
- Kaum Verweilmöglichkeiten



- Entlastung / Beruhigung
- Barrierefreiheit / Querungen
- Fußgänger- / Radfahrerfreundlichkeit
- Aufenthaltsmöglichkeiten

**Danke für Ihre Aufmerksamkeit!**