



Köln · Leipzig · Lübeck · München · Stuttgart · Ried (A)

Einzelhandelskonzeption für die Stadt Mosbach



Projektleitung:

Dipl.-Geogr. Jürgen Lein

Projektmitarbeit:

Dipl.-Geogr. Julia Wunder

Dipl.-Geogr. Timo Cyriax

☎: 0711/64864-61
✉: 0711/64864-69
@: cima.stuttgart@cima.de

Stuttgart, Dezember 2008

© 2008 CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA GmbH.

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

Inhaltsverzeichnis

1. Grundlagen	10
1.1 Auftrag.....	10
1.2 Datengrundlagen.....	10
2. Übergeordnete Rahmenbedingungen sowie Trends in der Handels- und Stadtentwicklung.....	11
2.1 Veränderungen in der Handelslandschaft.....	11
2.2 Veränderungen in der Kundenstruktur und im Käuferverhalten.....	13
2.3 Auswirkungen auf das Standortverhalten und die Stadtentwicklung	14
3. Ausgewählte Strukturdaten der Stadt Mosbach	15
3.1 Zentralörtliche Einstufung	15
3.2 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung	15
3.3 Wirtschaftsstruktur und Arbeitsmarkt	17
3.4 Tourismus	17
3.5 Einzelhandelskennziffern	19
4. Marktgebiet und Kaufkraftpotential	21
4.1 Einzugsbereich und Bevölkerungspotential	21
4.2 Kaufkraftpotential im Marktgebiet.....	21
5. Angebotsstruktur des Einzelhandels in Mosbach	24
5.1 Betriebs- und Branchenstruktur	24
5.1.1 Gesamtstadt Mosbach.....	24
5.1.2 Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen.....	24
5.1.3 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen	26
5.2 Bewertung der Angebotsstruktur nach Erscheinungsbild und Wettbewerbsfähigkeit.....	30
5.3 Bewertung der Angebotsstruktur in der Mosbacher Innenstadt nach weiteren Kriterien.....	35

5.4	Kennziffernvergleich.....	37
5.5	Wirtschaftsgruppe konsumnahe Dienstleistungen und Gastronomie	40
6.	Umsatz- und Verkaufsflächenpotentiale für den Einzelhandel in Mosbach	43
6.1	Marktposition und Kaufkraftbindung des Einzelhandels in der Stadt Mosbach	43
6.2	Umsatz- und Verkaufsflächenpotential für die Stadt Mosbach	44
7.	Die Bewertung der Situation in Mosbach aus Sicht der Bürger	50
7.1	Gründe für den Besuch des Stadtzentrums von Mosbach und Aufenthaltsdauer der Besucher.....	50
7.2	Verkehrsmittelwahl und Parkplatzsituation	53
7.3	Wichtigkeit und Bewertung der Angebots- und Verkehrssituation sowie des Stadtbildes/Images in der Stadt Mosbach.....	55
7.3.1	Wichtigkeit der Aspekte	56
7.3.2	Bewertung der Aspekte	57
7.3.3	Gegenüberstellung der Wichtigkeit und der Bewertung ausgewählter Aspekte	60
7.4	Einkaufsorientierung nach Branchen	62
7.5	Defizite im Einzelhandelsangebot bzw. in den Bereichen Dienstleistung und Gastronomie aus Sicht der Bürger.....	69
7.6	Veränderungen im Einkaufsverhalten in den letzten 3 Jahren.....	71
7.7	Gründe für das Einkaufen in Mosbach.....	73
7.8	Gründe gegen das Einkaufen in Mosbach.....	73
7.9	Information über das Einzelhandelsangebot.....	74
8.	Die Bewertung der Situation in Mosbach aus Sicht der befragten Einzelhändler	76
8.1	Bewertung der Betriebsentwicklung.....	76
8.2	Betriebliche Maßnahmen	77
8.3	Selbsteinschätzung der Gewerbetreibenden	78
8.4	Bewertung von ausgewählten Aspekten der gewerblichen und kommunalen Entwicklung in Mosbach.....	80
9.	Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Mosbach.....	86

9.1	Standortfaktoren der Stadt Mosbach für Einzelhandelsnutzungen	86
9.2	Bewertung des Branchen- und Betriebstypenmix	87
9.3	Standortkonzept.....	90
9.3.1	Grundlagen	90
9.3.2	Vorgaben des Regionalplans Metropolregion Rhein-Neckar	92
9.3.3	Empfehlungen zur künftigen Standortentwicklung	96
9.3.4	Beurteilung ausgewählter Standortbereiche	102
9.4	Stadtentwicklung und Stadtmarketing.....	111
9.4.1	Themenbereich Parken/Verkehr.....	111
9.4.2	Themenbereich Einzelhandel/Dienstleistungen	111
9.4.3	Themenbereich Stadtbild/Aufenthaltsqualität	113
10.	Anhang	115
10.1	Grundlagen und Methodik der Einzelhandelsuntersuchung	115
10.2	Zentrenrelevanz der Sortimente („Mosbacher Liste“)	118
10.3	Statistische Daten zur Haushaltsbefragung	123
10.4	Statistische Daten zur Gewerbebefragung.....	127

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Die Zahl der Betriebe im Lebensmitteleinzelhandel in der Bundesrepublik Deutschland nach Betriebsformen in den Jahren 1991 und 2007	12
Abb. 2	Die Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in der Bundesrepublik Deutschland nach Betriebsformen in den Jahren 1991 und 2007 (in 1.000 qm)	12
Abb. 3	Die Umsätze im Lebensmitteleinzelhandel in der Bundesrepublik Deutschland nach Betriebsformen in den Jahren 1991 und 2006 (in Mrd. €)	13
Abb. 4	Bevölkerungsentwicklung der Stadt Mosbach und des Landkreises Neckar-Odenwald zwischen 1997 bis 2007 (1997= 100).....	15
Abb. 5	Bevölkerungsverteilung in der Stadt Mosbach (Stand: 31.12.2007).....	16
Abb. 6	Altersstruktur in der Stadt Mosbach (31.12.2006)	16
Abb. 7	Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen	17
Abb. 8	Entwicklung der Ankünfte/Übernachtungen in Mosbach (in Betrieben mit 9 und mehr Betten)	18
Abb. 9	Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich	19
Abb. 10	Zentralitätskennziffern im regionalen Vergleich.....	20
Abb. 11	Das Marktgebiet des Mosbacher Einzelhandels.....	23
Abb. 12	Anzahl der Betriebe in Mosbach nach Standortlagen und Bedarfsbereichen.....	27
Abb. 13	Verkaufsfläche in Mosbach nach Standortlagen und Bedarfsbereichen in qm.....	28
Abb. 14	Umsätze in Mosbach nach Standortlagen und Bedarfsbereichen in Mio. €.....	28
Abb. 15	Einzelhandelsstandortlagen in der Kernstadt Mosbach und den Stadtteilen Neckarelz und Diedesheim	29
Abb. 16	Bewertung der Qualitäts- und Zielgruppenausrichtung der Betriebe im Untersuchungsgebiet nach der Anzahl der Betriebe und der Verkaufsfläche	31
Abb. 17	Bewertung der Zielgruppen- und Qualitätsorientierung in Mosbach im CIMA-Vergleich (nach Anzahl der Betriebe in %)	32
Abb. 18	Bewertung Warenpräsentation und Ladengestaltung nach Betrieben.....	33
Abb. 19	Bewertung der Warenpräsentation und Ladengestaltung in Mosbach im CIMA-Vergleich (nach Anzahl der Betriebe in %)	33
Abb. 20	Bewertung Schaufenster- und Fassadengestaltung nach Betrieben.....	34
Abb. 21	Bewertung der Schaufenster- und Fassadengestaltung in Mosbach im CIMA-Vergleich (nach Anzahl der Betriebe in %)	35
Abb. 22	Verkaufsflächen in qm je Einwohner im Vergleich.....	38
Abb. 23	Umsatzleistung in € je Einwohner im Vergleich.....	39
Abb. 24	Darstellung der Nutzungen innerhalb der Innenstadt von Mosbach.....	42

Abb. 25	Marktposition des Einzelhandels in der Stadt Mosbach (Umsatz/Kaufkraft in Mio. Euro)	44
Abb. 26	Zu welchem Zweck besuchen Sie gewöhnlich das Stadtzentrum von Mosbach?..	51
Abb. 27	Wie lange halten Sie sich gewöhnlich für Erledigungen im Stadtzentrum von Mosbach auf?	52
Abb. 28	Gegenüberstellung der Aufenthaltsdauer im Mosbacher Stadtzentrum mit dem CIMA-Vergleichswert (nur Mosbach)	52
Abb. 29	Wie häufig besuchen Sie das Stadtzentrum von Mosbach?.....	53
Abb. 30	Mit welchem Verkehrsmittel kommen Sie für gewöhnlich in das Stadtzentrum von Mosbach (häufigstes Verkehrsmittel)?.....	54
Abb. 31	Haben Sie normalerweise Probleme, einen Parkplatz im Stadtzentrum zu finden?54	
Abb. 32	Wo parken Sie bevorzugt, wenn Sie die Innenstadt besuchen?.....	55
Abb. 33	Darstellung der Verteilung der Wichtigkeit bei ausgewählten Aspekten.....	56
Abb. 34	Vergleich der Bewertung der Situation in Mosbach mit dem CIMA-Vergleichswert nach Schulnoten (1 = sehr gut bis 6 = ungenügend)	59
Abb. 35	Gegenüberstellung der Wichtigkeit und der Bewertung der Aspekte der Angebotssituation I	60
Abb. 36	Gegenüberstellung der Wichtigkeit und der Bewertung der Aspekte der Angebotssituation II	61
Abb. 37	Gegenüberstellung der Wichtigkeit und der Bewertung der Aspekte der Verkehrssituation sowie des Stadtbildes/Image	62
Abb. 38	Nennen Sie die Orte, in denen Sie die folgenden Waren (kurzfristiger Bedarf) meistens einkaufen? (Mosbach)	63
Abb. 39	Nennen Sie die Orte, in denen Sie die folgenden Waren (kurzfristiger Bedarf) meistens einkaufen? (Umland)	64
Abb. 40	Nennen Sie die Orte, in denen Sie die folgenden Waren (mittelfristiger Bedarf) meistens einkaufen? (Mosbach)	65
Abb. 41	Nennen Sie die Orte, in denen Sie die folgenden Waren (mittelfristiger Bedarf) meistens einkaufen? (Umland)	66
Abb. 42	Nennen Sie die Orte, in denen Sie die folgenden Waren (langfristiger Bedarf) meistens einkaufen? (Mosbach)	67
Abb. 43	Nennen Sie die Orte, in denen Sie die folgenden Waren (langfristiger Bedarf) meistens einkaufen? (Umland)	68
Abb. 44	Kaufen Sie heute mehr, weniger oder gleich viel als vor drei Jahren in Mosbach ein? (nach Befragungsort)	71
Abb. 45	Falls Sie heute weniger in Mosbach einkaufen, gibt es einen Ort, in dem Sie heute mehr einkaufen? Wenn ja, welchen?.....	72
Abb. 46	Aus welchem Grund kaufen Sie in Mosbach ein? (in %)	73

Abb. 47	Aus welchem Grund kaufen Sie außerhalb von Mosbach ein? (in %)	74
Abb. 48	Auf welche Art informieren Sie sich vor dem Einkauf über das Angebot?	75
Abb. 49	Betriebsentwicklung in der jüngeren Vergangenheit und der näheren Zukunft	76
Abb. 50	Durchgeführte und angestrebte betriebliche Maßnahmen	78
Abb. 51	Vergleich der Bewertung der Situation in Mosbach aus Sicht der Kunden und der Gewerbetreibenden	79
Abb. 52	Regionalplanerische Abgrenzung des Versorgungskerns, des Zentralörtlichen Standortbereichs und der sonstigen Einzelhandelsstandorte (Bestand) in Mosbach	93
Abb. 53	Versorgungskern und zentralörtlicher Standortbereich in Stadt Mosbach	94
Abb. 54	Zentrale Versorgungsbereiche in der Kernstadt Mosbach sowie in den Stadtteilen Neckarelz und Diedesheim	96
Abb. 55	Übersicht über die beurteilten Standortbereiche in der Stadt Mosbach	103

Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Betriebe, Betten, Ankünfte und Übernachtungen in Betrieben mit 9 und mehr Betten (Stand 2007)	19
Tab. 2	Das Kaufkraftpotential nach Bedarfsgruppen im Marktgebiet Mosbach in Mio. € ..	22
Tab. 3	Betriebe, Verkaufsflächen und Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks in der Stadt Mosbach nach Branchen und Bedarfsgruppen.....	25
Tab. 4	Betriebe, Verkaufsflächen und Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks in der Gesamtstadt Mosbach.....	27
Tab. 5	Vergleich der Branchenstruktur der Mosbacher Innenstadt mit anderen Mittelzentren	36
Tab. 6	Vergleich der Betriebsgrößenstruktur in der Mosbacher Innenstadt mit anderen Mittelzentren	36
Tab. 7	Verkaufsfläche des Einzelhandels je Einwohner in der Stadt Mosbach	37
Tab. 8	Umsatzleistung des Einzelhandels je Einwohner in der Stadt Mosbach	38
Tab. 9	Konsumnahe Dienstleistungen in der Innenstadt von Mosbach (Anzahl der Betriebe)	40
Tab. 10	Gastgewerbe in der Innenstadt von Mosbach (Anzahl der Betriebe)	41
Tab. 11	Zentralität und Marktposition des Einzelhandels in der Gesamtstadt Mosbach sowie im gesamten Marktgebiet.....	43
Tab. 12	Ziel-Zentralität und Prognose-Umsatz des Mosbacher Einzelhandels (unterer Prognoseansatz).....	45
Tab. 13	Ziel-Zentralität und Prognose-Umsatz des Mosbacher Einzelhandels (oberer Prognoseansatz).....	45
Tab. 14	Umsatzzuwachs nach Bedarfsbereichen im unteren und oberen Prognoseansatz	46
Tab. 15	Umsatz- und Verkaufsflächenpotential für die Stadt Mosbach nach Bedarfsbereichen.....	46
Tab. 16	Umsatz- und Verkaufsflächenpotential (unterer Ansatz)	48
Tab. 17	Umsatz- und Verkaufsflächenpotential (oberer Ansatz)	48
Tab. 18	Wenn Sie an den Einzelhandel in der Innenstadt von Mosbach denken, welche Branchen vermissen Sie? (n=248 Nennungen).....	69
Tab. 19	Wenn Sie an den Einzelhandel in Mosbach insgesamt denken, welche Branchen vermissen Sie? (n=83 Nennungen)	70
Tab. 20	Wenn Sie an die Bereiche Dienstleistung und Gastronomie in der Innenstadt von Mosbach denken, welche Angebote vermissen Sie? (n=126 Nennungen)	70
Tab. 21	Wenn Sie an die Bereiche Dienstleistung und Gastronomie in Mosbach insgesamt denken, welche Angebote vermissen Sie? (n=36 Nennungen).....	71

Tab. 22	Veränderung des Einkaufsverhaltens in den letzten 3 Jahren im CIMA-Vergleich.	72
Tab. 23	Marktfähige Mindestbetriebsgrößen von Einzelhandelnutzungen im kurzfristigen Bedarfsbereich.....	98
Tab. 24	Marktfähige Mindestbetriebsgrößen von Einzelhandelnutzungen im mittelfristigen Bedarfsbereich.....	98
Tab. 25	Marktfähige Mindestbetriebsgrößen von Einzelhandelnutzungen im langfristigen Bedarfsbereich.....	99
Tab. 26	Standort-Matrix für die Beurteilung ausgewählter Standortbereiche in der Stadt Mosbach	109
Tab. 27	Verbrauchsausgaben in Deutschland.....	115
Tab. 28	Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente in Mosbach.....	119
Tab. 29	Liste der zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente in der Stadt Mosbach	120
Tab. 30	Räumliche Verteilung der Interviews	123
Tab. 31	Arbeitsorte der Berufstätigen	124
Tab. 32	Wohndauer in Mosbach.....	124
Tab. 33	Haushaltsgröße.....	125
Tab. 34	Alter der Befragten.....	125
Tab. 35	Berufe der Befragten.....	126
Tab. 36	Bildungsniveau der Befragten.....	126
Tab. 37	Filialisierungsgrad.....	127
Tab. 38	Eigentumsverhältnisse.....	127
Tab. 39	Ansiedlungszeitraum.....	127
Tab. 40	Beschäftigtenstruktur	128

1. Grundlagen

1.1 Auftrag

Im Februar 2008 wurde die CIMA Beratung + Management GmbH von der Stadt Mosbach mit der Erstellung einer Einzelhandelskonzeption für die Stadt Mosbach beauftragt. Bei der Erarbeitung der Konzeption wurden in Form eines Arbeitskreises die Anregungen der Werbegemeinschaft Mosbach aktiv, des „Aktiven Gewerbe Neckar und Elz Mosbach e.V.“, des Einzelhandelsverbandes Nordbaden sowie der IHK Rhein-Neckar einbezogen.

In Abstimmung mit der Auftraggeberin werden mit der Einzelhandelskonzeption folgende Themenbereiche bearbeitet:

- Analyse der marktstrukturellen Ausgangssituation für die Stadt Mosbach.
- Aufnahme und Bewertung der gegenwärtigen Angebotsstruktur in den Wirtschaftsgruppen Einzelhandel und Ladenhandwerk sowie konsumnahe Dienstleistungen.
- Abgrenzung des Einzugsgebietes für den Einzelhandel, Berechnung der Kaufkraftpotentiale und der gegenwärtigen Marktposition des Mosbacher Einzelhandels.
- Ermittlung der Umsatz- und Verkaufsflächenpotentiale am Standort Mosbach.
- Analyse des Einkaufsverhaltens der Bevölkerung in Mosbach und im Umland.
- Beurteilung von ausgewählten Standortlagen hinsichtlich der Eignung für handelsbezogene Nutzungen.
- Erarbeitung einer Konzeption für die künftige Einzelhandelsentwicklung im Rahmen des Standort- und Branchenkonzeptes für die Stadt Mosbach.

1.2 Datengrundlagen

Neben der Auswertung zahlreicher sekundärstatistischer Materialien und vorhandener Untersuchungen zum Einzelhandel (z.B. GMA 2006, ICON Regio 1996) wurden von der CIMA folgende Primärerhebungen im April/Mai 2008 durchgeführt:

- Totalerhebung des Einzelhandels und Ladenhandwerks in der Gesamtstadt Mosbach sowie der Gastronomie/konsumnahe Dienstleistungen in der Innenstadt.
- Repräsentative telefonische Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten und weiteren Aspekten der Stadtentwicklung bei 500 Haushalten in Mosbach und im Umland.
- Persönliche Befragung von strukturprägenden Betrieben im Einzelhandel und Ladenhandwerk in der Stadt Mosbach.

2. Übergeordnete Rahmenbedingungen sowie Trends in der Handels- und Stadtentwicklung

2.1 Veränderungen in der Handelslandschaft

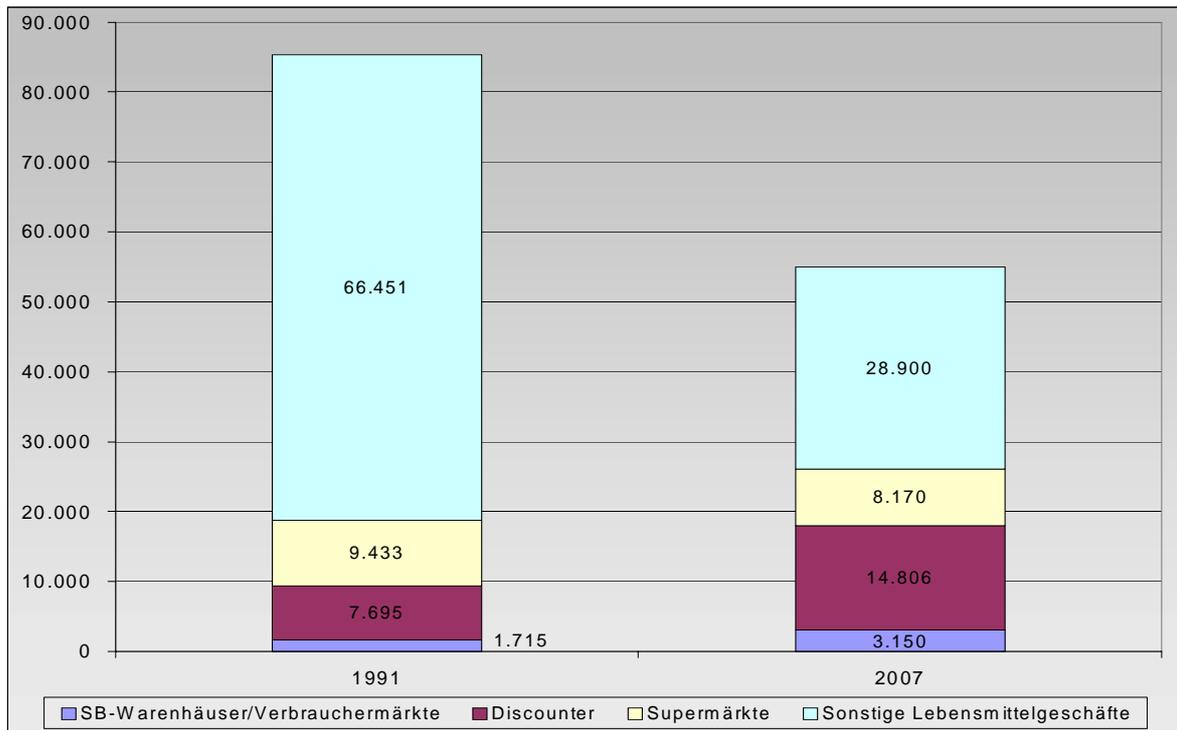
Als wesentliche übergeordnete Trends in der Einzelhandelsentwicklung sind festzuhalten:

- Der unternehmensbezogene Konzentrationsprozess im Handel (z.B. im Rahmen von Fusionen, Übernahmen, strategischen Allianzen).
- Der räumliche Konzentrationsprozess und damit verbunden das Ausdünnen des Standortnetzes von Nahversorgungseinrichtungen.
- Der wachsende Filialisierungsgrad, sowohl auf internationaler wie auch auf nationaler und regionaler Ebene.
- Der Trend zu sortiments- und branchenübergreifenden Angebotsformen und damit verbunden der wachsende Flächenbedarf für Handelsbetriebe.
- Die Verschiebung der Marktanteile innerhalb der verschiedenen Betriebstypen (Gewinner: Fachmärkte, Discounter; Verlierer: nicht organisierter Fachhandel).
- Das Entstehen neuer Vertriebsformen (z.B. Urban Entertainment Center, Factory Outlet Center, Tankstellenshops).
- Die wachsende Bedeutung des E-Commerce und des Online-Shoppings.

Daneben wird eine Vielzahl weiterer Faktoren (z.B. das Betriebsnachfolgeproblem) zu grundlegenden Veränderungen in der Handelslandschaft führen.

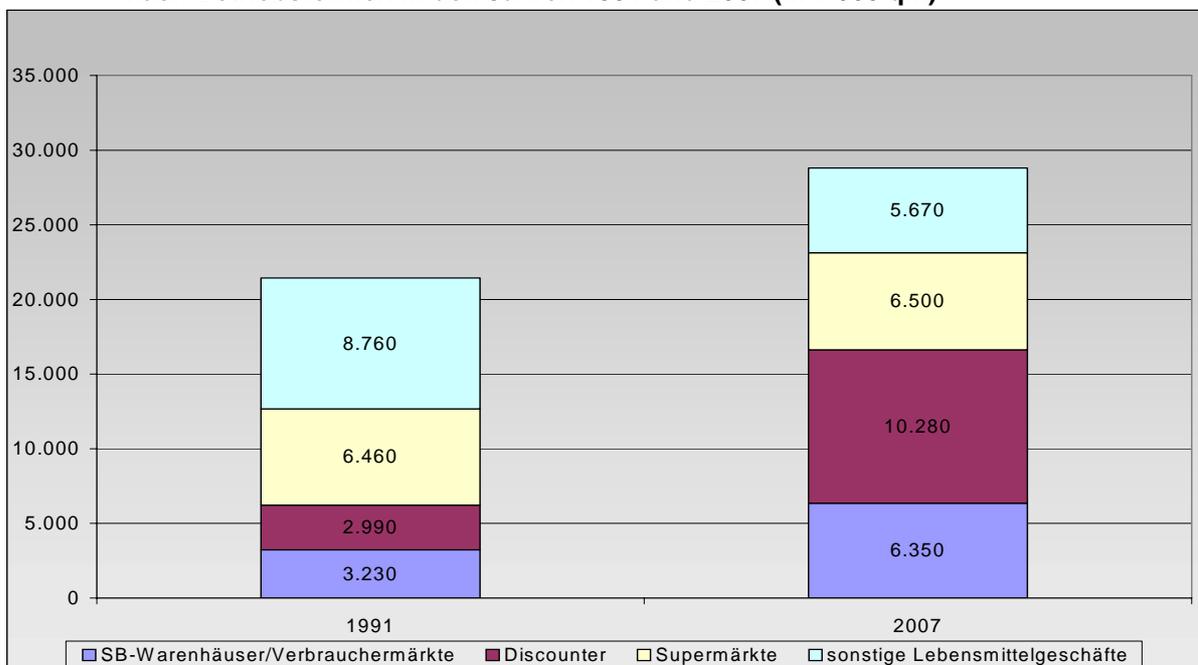
Der Strukturwandel im Einzelhandel ist in den nachfolgenden Grafiken exemplarisch für den Lebensmitteleinzelhandel dargestellt. Einer gestiegenen Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel steht im Zeitraum 1991 bis 2007 ein Rückgang der Betriebsstätten gegenüber. Die Umsatzentwicklung verlief in den letzten Jahren deutlich zu Gunsten der SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte sowie der Discounter, während Supermärkte und die sonstigen Lebensmittelgeschäfte erhebliche Marktanteile verloren haben.

Abb. 1 **Die Zahl der Betriebe im Lebensmitteleinzelhandel in der Bundesrepublik Deutschland nach Betriebsformen in den Jahren 1991 und 2007**



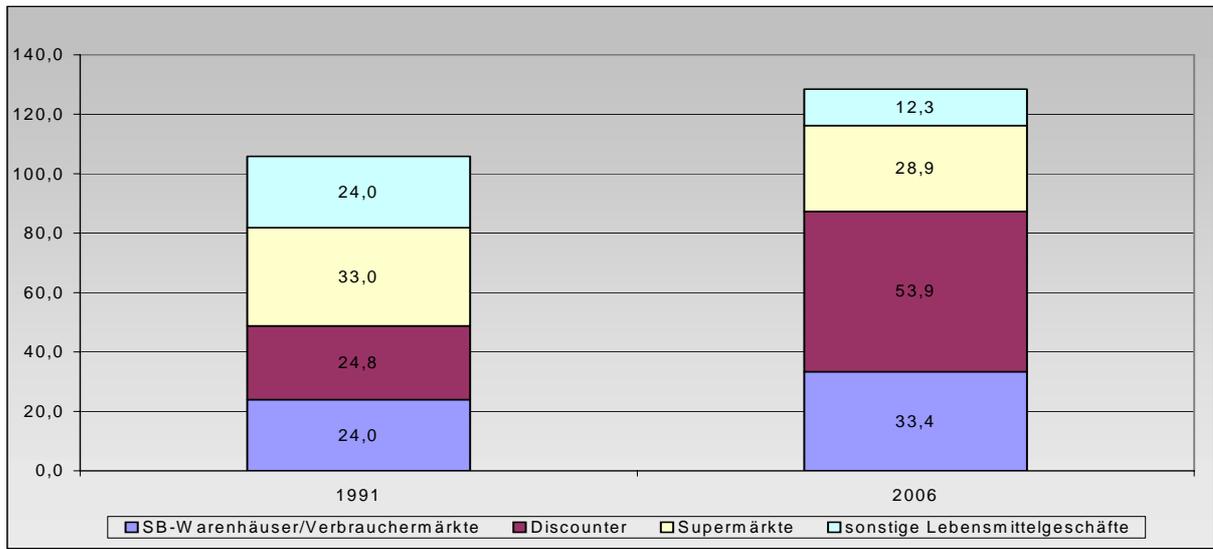
Quelle: Handel aktuell 2007/08; Bearbeitung: CIMA

Abb. 2 **Die Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in der Bundesrepublik Deutschland nach Betriebsformen in den Jahren 1991 und 2007 (in 1.000 qm)**



Quelle: Handel aktuell 2007/08; Bearbeitung: CIMA

Abb. 3 **Die Umsätze im Lebensmitteleinzelhandel in der Bundesrepublik Deutschland nach Betriebsformen in den Jahren 1991 und 2006 (in Mrd. €)**



Quelle: Handel aktuell 2007/08; Bearbeitung: CIMA

2.2 Veränderungen in der Kundenstruktur und im Käuferverhalten

Als wesentliche Trends beim Nachfrageverhalten mit unmittelbarem Einfluss auf die Handelsentwicklung sind anzuführen:

- Die Veränderungen in der Bevölkerungs- und Sozialstruktur (wachsender Anteil an Senioren-Haushalten, hoher Anteil an Single-Haushalten, Trend zur multikulturellen Gesellschaft).
- Eine relative Stagnation der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft bei Verschiebung der Ausgabenanteile im privaten Verbrauch zu Gunsten anderer Bereiche (Reisen, Mieten, Energie etc.).
- Die hohe Mobilität der Kunden bei abnehmender Marken- und Betriebsstättentreue.
- Eine Polarisierung des Nachfrageverhaltens auf preisaggressive Anbieter wie Discounter/Schnäppchenmärkte einerseits und erlebnisorientierte Angebotsformen andererseits.

Das Nachfrageverhalten im Einzelhandel ist daneben von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, der Steuergesetzgebung, konjunkturellen Einflüssen u.v.m. abhängig.

2.3 Auswirkungen auf das Standortverhalten und die Stadtentwicklung

Die Veränderungen in der Handelslandschaft und beim Käuferverhalten haben Einfluss auf die Standortentwicklung der Handelsunternehmen und die Wertigkeit von Handelsimmobilien bzw. von Einzelhandelslagen in den Städten und Gemeinden. Als wesentliche Aspekte zur Erhaltung attraktiver innerstädtischer Einkaufslagen können festgehalten werden:

- Die problemlose Erreichbarkeit der zentralen Einkaufslagen mit allen Verkehrsmitteln.
- Die Anzahl und Lage der Parkplätze sowie die Parkplatzorganisation.
- Die städtebauliche Qualität und Einkaufsatmosphäre der zentralen Einkaufsbereiche.
- Der Branchenmix und die Durchmischung mit ergänzenden Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, Ärzte und sonstige freie Berufe etc.).
- Die Maßnahmen im Bereich des Stadtmarketings (z.B. Veranstaltungen, Stadtwerbung).

Von Seiten der Kommunen können in erster Linie die städtebaulichen Rahmenbedingungen optimiert sowie Maßnahmen im Bereich der kommunalen Wirtschaftsförderung zur positiven Beeinflussung der gewerblichen Entwicklung ergriffen werden.

3. Ausgewählte Strukturdaten der Stadt Mosbach

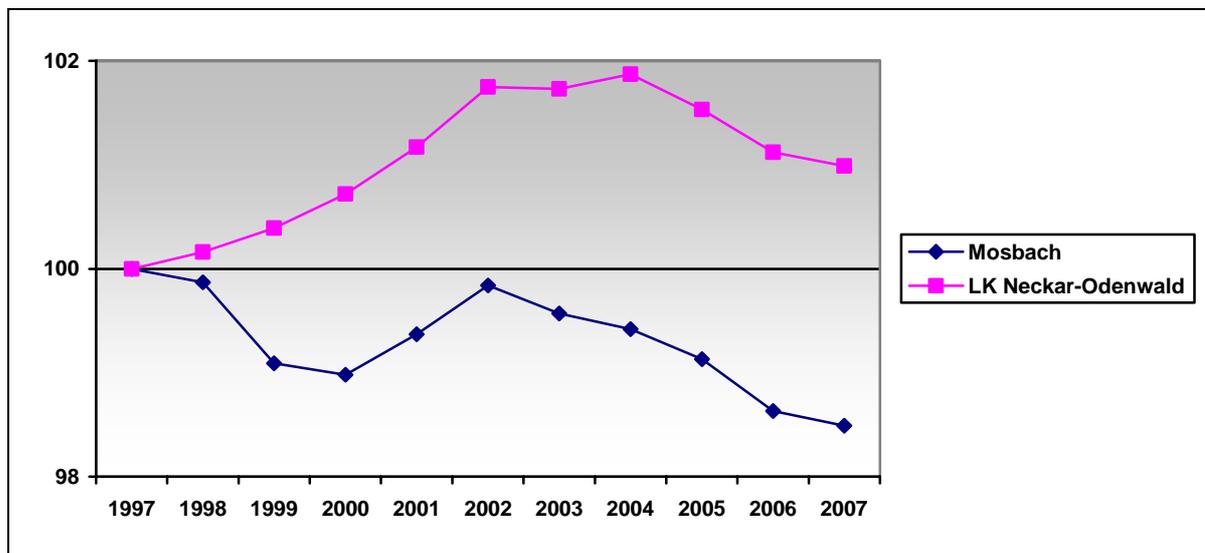
3.1 Zentralörtliche Einstufung

Im Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg 2002 ist die Stadt Mosbach als Mittelzentrum ausgewiesen und übernimmt damit eine Versorgungsfunktion für den zugeordneten Mittelbereich. Zum Mittelbereich Mosbach (= Verflechtungsbereich) gehören die Kommunen Aglasterhausen, Billigheim, Elztal, Fahrenbach, Haßmersheim, Hüffenhardt, Limbach, Mosbach, Neckarzimmern, Neunkirchen, Obrigheim, Schefflenz und Schwarzach.¹

3.2 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Die Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Mosbach ist zwischen 1997 und 2007 durch einen leichten Einwohnerrückgang von ca. 1,5 % (375 Personen) gekennzeichnet. Gegenwärtig beläuft sich die Einwohnerzahl in der Stadt Mosbach auf 24.443 Personen (Stand: Ende 2007).²

Abb. 4 Bevölkerungsentwicklung der Stadt Mosbach und des Landkreises Neckar-Odenwald zwischen 1997 bis 2007 (1997= 100)



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Bearbeitung: CIMA

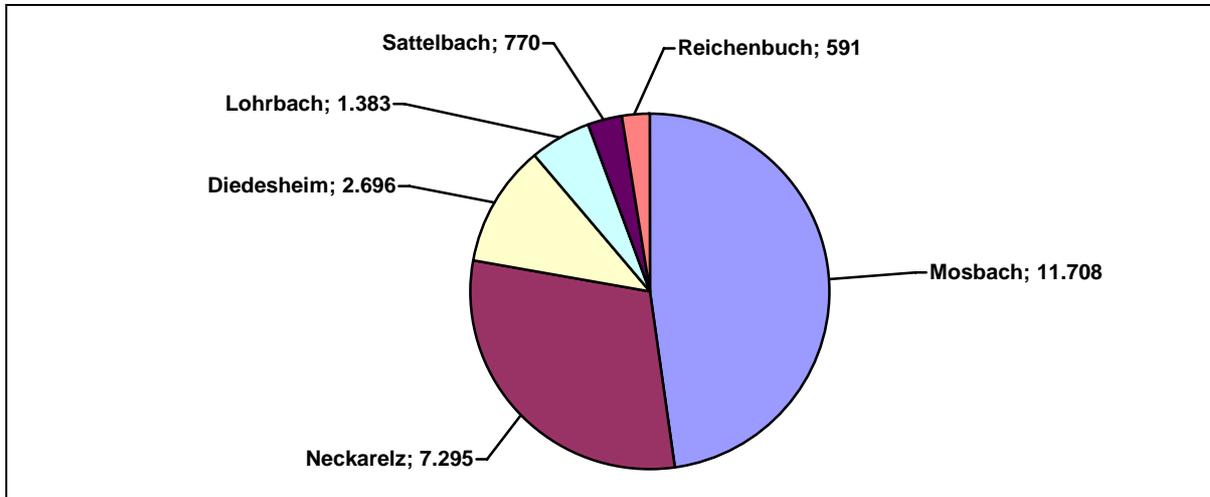
Siedlungsstrukturell setzt sich die Stadt Mosbach aus der dem Stadtteil Mosbach (Kernstadt ca. 9.420 Einwohner, Waldstadt 2.300 EW und Nüstenbach ca. 250 EW) und fünf weiteren

¹ Anmerkung im LEP Baden-Württemberg 2002: „Die Grenze zwischen den Mittelbereichen Eberbach und Mosbach ist im Bereich der Gemeinden Binau, Neckargerach, Waldbrunn und Zwingenberg (alle Neckar-Odenwald-Kreis) offen gelassen. Die beidseitigen Verflechtungen mit den Mittelzentren Eberbach und Mosbach sind zu berücksichtigen.“

² Quelle: Angaben der Stadt Mosbach

Stadtteilen zusammen. Dabei stellen die Stadtteile Neckarelz (ca. 7.300 EW) und Diedesheim (ca. 2.700 EW) neben der Kernstadt die einwohnerstärksten Stadtteile dar.

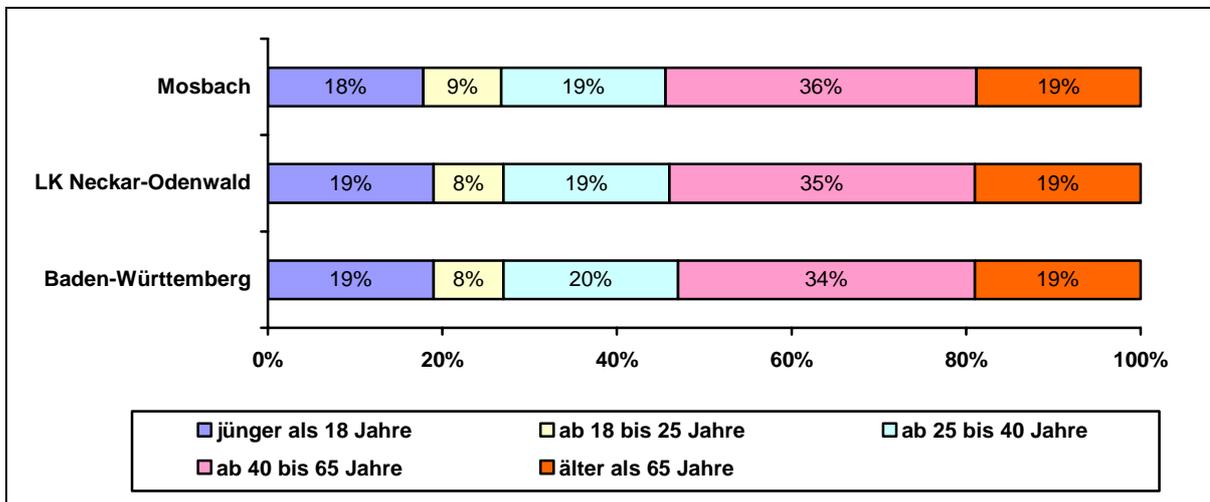
Abb. 5 **Bevölkerungsverteilung in der Stadt Mosbach (Stand: 31.12.2007)**



Quelle: Angaben der Stadt Mosbach; Bearbeitung: CIMA

Die Verteilung der Bevölkerung nach Altersgruppen unterscheidet sich in der Stadt Mosbach nur unwesentlich von den Werten des Landkreises Neckar-Odenwald bzw. dem Land Baden-Württemberg.

Abb. 6 **Altersstruktur in der Stadt Mosbach (31.12.2006)**



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Bearbeitung: CIMA

Nach Angaben des statistischen Landesamtes lebten zum Zeitpunkt Ende 2006 ca. 2.890 ausländische Mitbürger (Bevölkerungsanteil 11,6 %) in der Stadt Mosbach. Der Ausländeranteil bewegt sich damit um den Landesdurchschnitt von ca. 11,8 %.

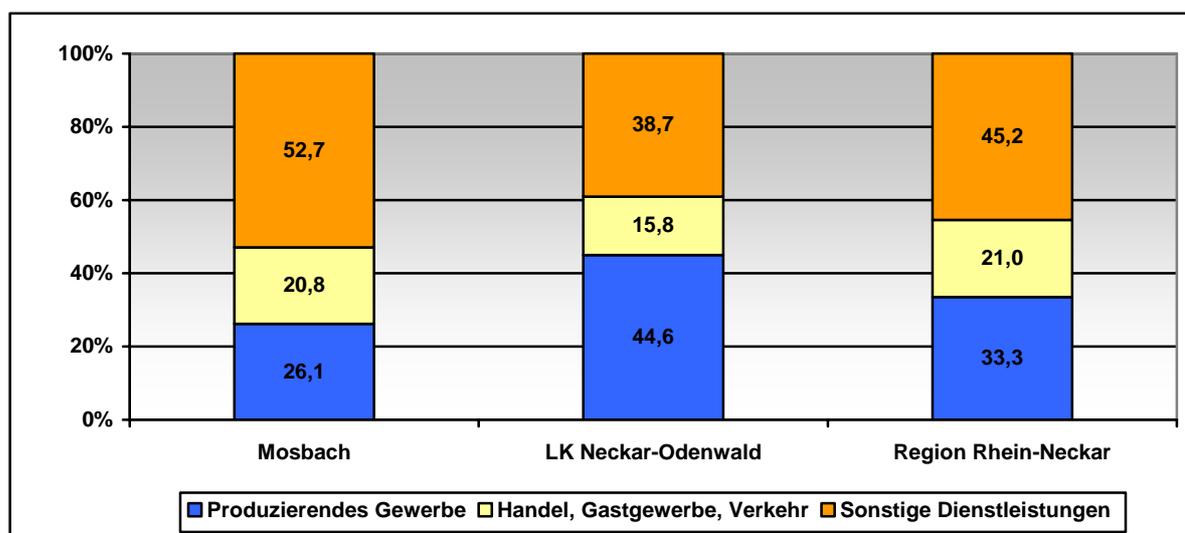
3.3 Wirtschaftsstruktur und Arbeitsmarkt

Die Wirtschaftsstruktur von Mosbach zeichnet sich durch einen hohen Anteil der sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmer im Bereich „Sonstigen Dienstleistungen“ (ca. 53 %) aus. Dies sind ca. 7 – 8 % mehr als im Durchschnitt der Region Rhein-Neckar sowie ca. 14 % mehr als im Landkreis Neckar-Odenwald.

Mit insgesamt 7.545 Einpendlern gegenüber 3.729 Auspendlern weist die Stadt Mosbach als Arbeitsplatzstandort einen Einpendlerüberschuss (+ 3.816) auf.³

Im September 2008 waren in der Stadt Mosbach 708 Arbeitslose gemeldet. Die Arbeitslosenquote des Landkreises Neckar-Odenwald liegt bei ca. 4,1 % (bezogen auf zivilen Erwerbspersonen) und bewegt sich damit leicht über dem Wert des Landes Baden-Württemberg (4,0 %) sowie deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 7,4 %.⁴

Abb. 7 **Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen**



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2007; Bearbeitung: CIMA

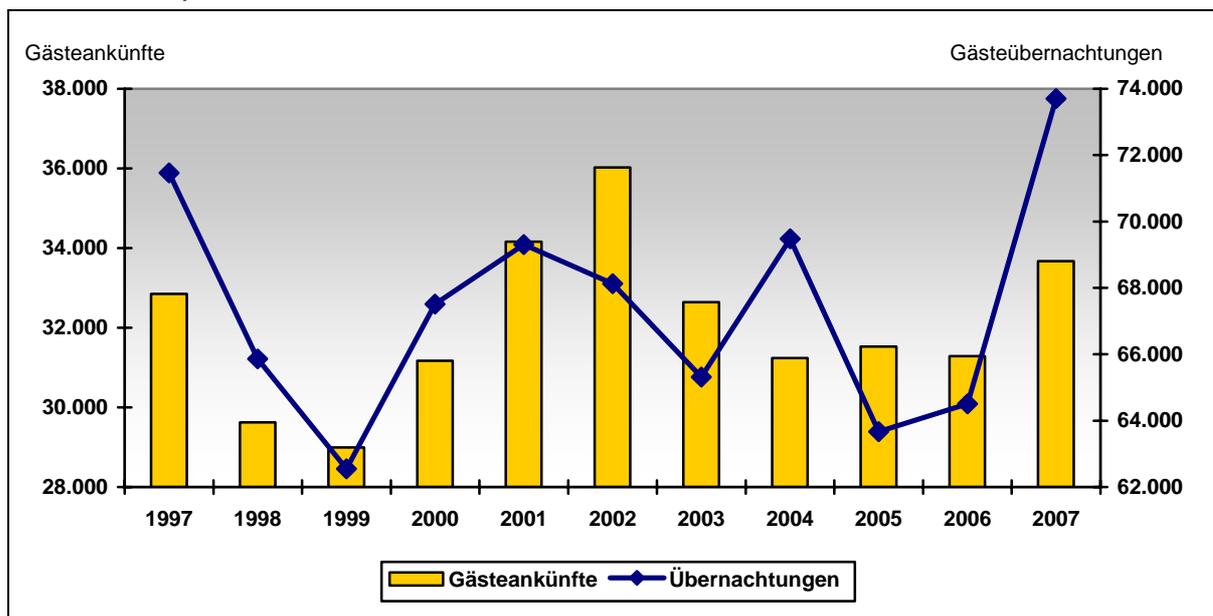
3.4 Tourismus

Die touristische Entwicklung der Stadt Mosbach war in den letzten zehn Jahren hinsichtlich der registrierten Gästeankunfts- bzw. Übernachtungszahlen deutlichen Schwankungen ausgesetzt. Insgesamt konnte bei den Gästeankünften über diesen Zeitraum hinweg eine eher stagnierende Entwicklung verzeichnet werden. Für die Gästeübernachtungen ist eine ähnliche Entwicklung festzuhalten.

³ Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg; Stand: 30.06.2007

⁴ Quelle: Angaben der Bundesagentur für Arbeit; Stand: September 2008

Abb. 8 **Entwicklung der Ankünfte/Übernachtungen in Mosbach (in Betrieben mit 9 und mehr Betten)**



Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

In der Stadt Mosbach sind 16 Beherbergungsbetriebe (mit 9 und mehr Betten) gemeldet. Im Jahr 2007 wurden ca. 33.670 Ankünfte und ca. 73.700 Übernachtungen in der Stadt gezählt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,2 Tagen, die damit auf gleichem Niveau mit dem Vergleichsjahr 1997 liegt, ist ein Indiz für einen nur wenig ausgeprägten Mehrtagestourismus.⁵

Im Vergleich zu den umliegenden Mittelzentren wurden hinsichtlich der Aufenthaltsdauer ähnliche Werte festgestellt, lediglich im Fall Buchen zeigt sich ein höherer Wert. Bezogen auf die Fremdenverkehrsintensität (Übernachtungen je 1.000 Einwohner) weist Mosbach ähnliche Werte wie Sinsheim oder Eberbach auf, in Neckarsulm und vor allem in Buchen sind allerdings höhere Werte zu verzeichnen.

Der Anteil der ausländischen Besucher fällt die Stadt Mosbach mit einem Wert von 5,9 % für die Bereiche Gästeankünfte bzw. 5,7 % für Übernachtungen im Vergleich mit anderen Kommunen deutlich geringer aus. Die Spitzenposition im CIMA-Städtevergleich nimmt hier die Stadt Neckarsulm mit 26,1 % bzw. 22,7 % ein.

⁵ Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg

Tab. 1 **Betriebe, Betten, Ankünfte und Übernachtungen in Betrieben mit 9 und mehr Betten (Stand 2007)**

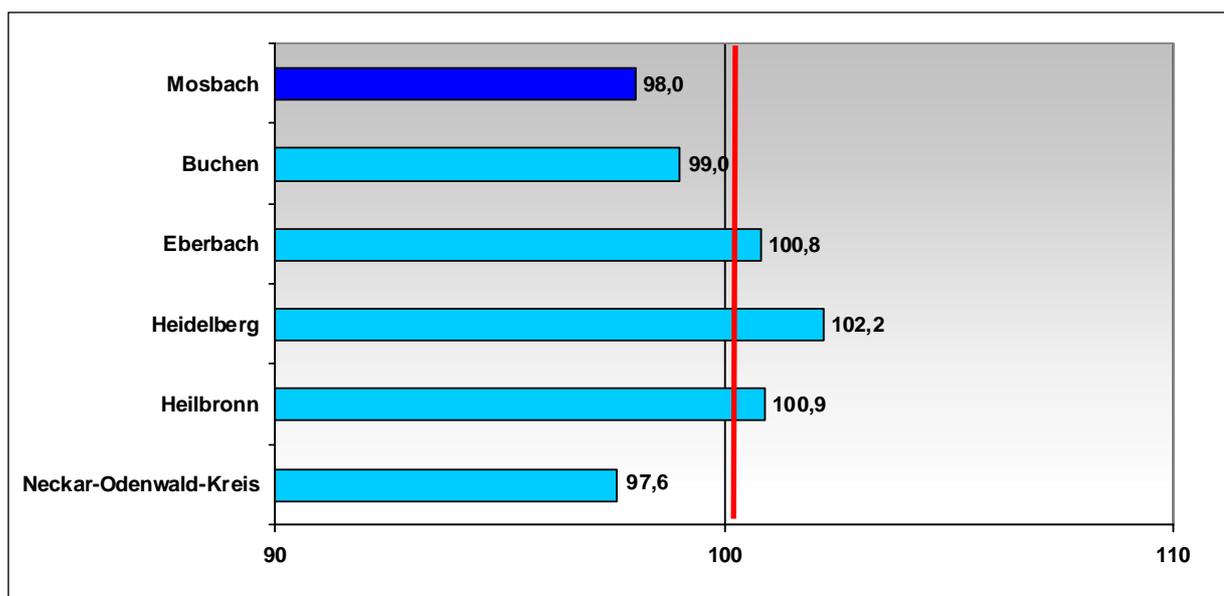
	Betriebe	Betten	Ankünfte		Übernachtungen		Aufenthaltsdauer in Tagen	Fremdenverkehrsintensität Übern. je 1.000 EW
			insg.	Ausländer	insg.	Ausländer		
Mosbach	15	629	31.285	1.379	64.506	2.996	2,1	2.584
Buchen	14	678	18.630	1.155	98.688	2.386	5,3	5.244
Eberbach	14	674	20.324	2.341	45.696	6.025	2,2	2.977
Sinsheim	20	994	51.015	9.479	86.301	14.688	1,7	2.424
Neckarsulm	12	1.014	46.393	11.567	94.204	22.911	2,0	3.458

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

3.5 Einzelhandelskennziffern

Mit einem **regionalen Kaufkraftkoeffizienten** (bezogen auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraft) von 98,0 bewegt sich die Stadt Mosbach ähnlich den umliegenden Kommunen sowie dem Neckar-Odenwald-Kreis um dem Bundesdurchschnitt von 100 (Indexwert).

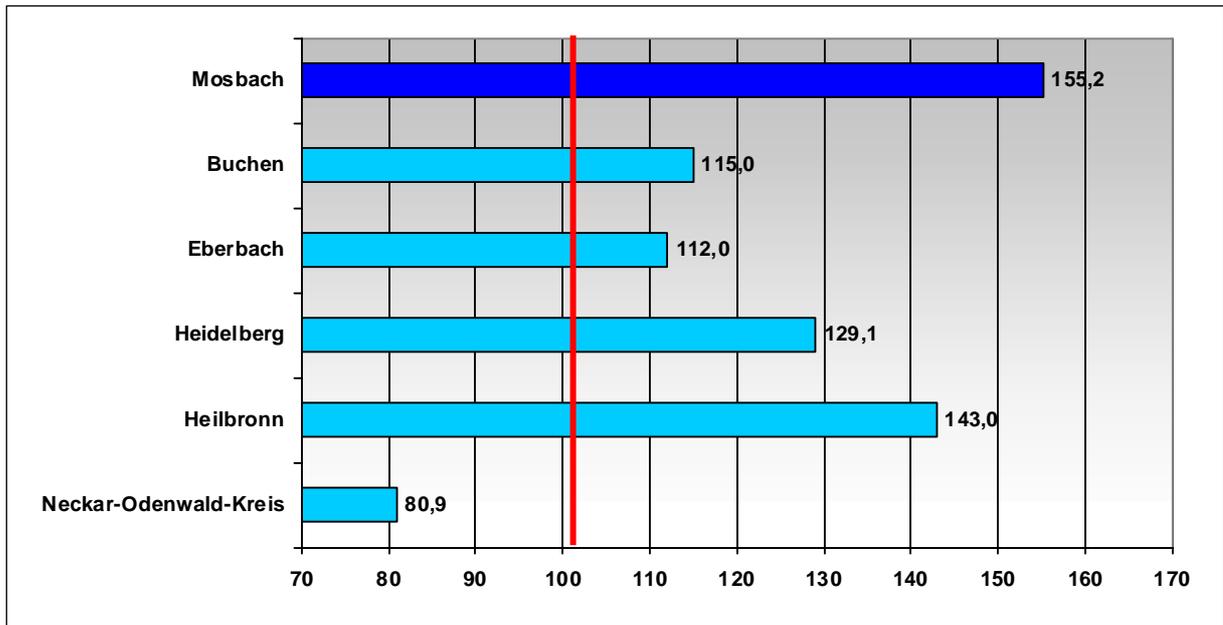
Abb. 9 **Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich**



Quelle: BBE|CIMA|MB Research, 2008; Bearbeitung: CIMA

Die **Zentralitätskennziffer**⁶ (Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz je Einwohner und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft) als Maß für die Handelszentralität einer Stadt bzw. Gemeinde liegt für Mosbach bei 155,2 und damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 100,0. Der Wert für Mosbach ist auch im Vergleich zu den benachbarten Einkaufsstädten als überdurchschnittlich einzustufen und verdeutlicht die hohe Bedeutung der Stadt Mosbach als Einkaufsstadt für die Umlandbevölkerung.

Abb. 10 **Zentralitätskennziffern im regionalen Vergleich**



Quelle: BBE!CIMA!MB Research, 2008; Bearbeitung: CIMA

⁶ Die Zentralitätskennziffer wird nur für Kommunen ab 10.000 Einwohner ausgewiesen.

4. Marktgebiet und Kaufkraftpotential

Zur Einordnung der Entwicklungsmöglichkeiten für Einzelhandelsnutzungen in der Stadt Mosbach werden die relevanten Daten zum Nachfragepotential nachfolgend dargestellt.

4.1 Einzugsbereich und Bevölkerungspotential

In Anlehnung an die Abgrenzung des zentralörtlichen Verflechtungsbereiches und den Ergebnissen der befragten Einzelhändler in Mosbach, den Ergebnissen der Haushaltsbefragung sowie einer Analyse der Konkurrenzstandorte kann das Marktgebiet des Mosbacher Einzelhandels wie folgt abgegrenzt und untergliedert werden:

Zone I	Gesamtstadt Mosbach (inkl. Stadtteile)	ca. 24.440 Einwohner
	restlicher Mittelbereich Mosbach: Aglasterhausen, Billigheim, Elztal, Fahrenbach, Haßmersheim, Hüffenhardt, Limbach, Neckarzimmern, Neunkirchen, Obrigheim, Schefflenz, Schwarzach	
Zone II		ca. 47.250 Einwohner
Zone I-II	Mittelbereich Mosbach insgesamt	ca. 71.870 Einwohner
	Waldbrunn, Neckargerach, Binau, Gundelsheim	
Zone III		ca. 16.120 Einwohner
Marktgebiet insgesamt (Zone I – III)		ca. 87.810 Einwohner

Über das abgegrenzte Marktgebiet hinaus bestehen Verflechtungen (u.a. City-Card-Verteilungsgebiet) zu den Städten und Gemeinden Adelsheim, Buchen, Eberbach, Mudau, Osterburken und Zwingenberg. Damit kann von einem zusätzlichen Bevölkerungspotential von ca. 56.000 Einwohnern ausgegangen werden, die noch eine gewisse Einkaufsorientierung nach Mosbach aufweisen.

4.2 Kaufkraftpotential im Marktgebiet

Unter Zugrundelegung der Bevölkerungswerte sowie der regionalisierten Pro-Kopf-Ausgaben lässt sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotential berechnen. Auf die Zonen innerhalb des Einzugsbereiches verteilt sich das gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotential von **ca. 468,7 Mio. €** wie folgt:

- **Zone I:** Gesamtstadt Mosbach ca. 130,3 Mio. €
- **Zone II:** restlicher Mittelbereich Mosbach ca. 252,7 Mio. €
- **Zone III:** weiteres Einzugsgebiet ca. 85,7 Mio. €

Vom gesamten Kaufkraftpotential im Marktgebiet entfallen auf

- den überwiegend kurzfristigen Bedarf: ca. 248,1 Mio. €
- den überwiegend mittelfristigen Bedarf: ca. 81,9 Mio. €
- den überwiegend langfristigen Bedarf: ca. 138,7 Mio. €

Die Verteilung der Kaufkraftpotentiale ist in der nachfolgenden Tabelle nach Branchen/Bedarfsbereichen und Marktzone detailliert dargestellt.

Tab. 2 Das Kaufkraftpotential nach Bedarfsgruppen im Marktgebiet Mosbach in Mio. €

Marktzone Bedarfsgruppe	Stadt Mosbach	restl. Mittel- bereich	Mittelbe- reich Mos- bach	weiteres Einzugsge- biet	Zone I - III
Lebensmittel	47,3	91,9	139,2	31,1	170,3
restlicher kurzfristiger Bedarf ¹	21,5	42,0	63,5	14,3	77,8
kurzfristiger Bedarf gesamt	68,8	133,9	202,7	45,4	248,1
Oberbekleidung, Wäsche, Textilien	12,1	23,5	35,6	7,8	43,4
Schuhe und Sport	4,5	8,8	13,3	2,8	16,1
Bücher, Schreib- und Spielwaren	5,0	9,6	14,6	3,3	17,9
restlicher mittelfristiger Bedarf	1,3	2,4	3,7	0,8	4,5
mittelfristiger Bedarf gesamt	22,9	44,3	67,2	14,7	81,9
Einrichtung und Zubehör	18,0	34,7	52,7	11,9	64,6
Elektrowaren	7,1	13,7	20,8	4,7	25,5
Foto/Optik, Uhren/Schmuck	4,0	7,8	11,8	2,7	14,5
restlicher langfristiger Bedarf ²	9,5	18,3	27,8	6,3	34,1
langfristiger Bedarf gesamt	38,6	74,5	113,1	25,6	138,7
Einzelhandel gesamt	130,3	252,7	383,0	85,7	468,7

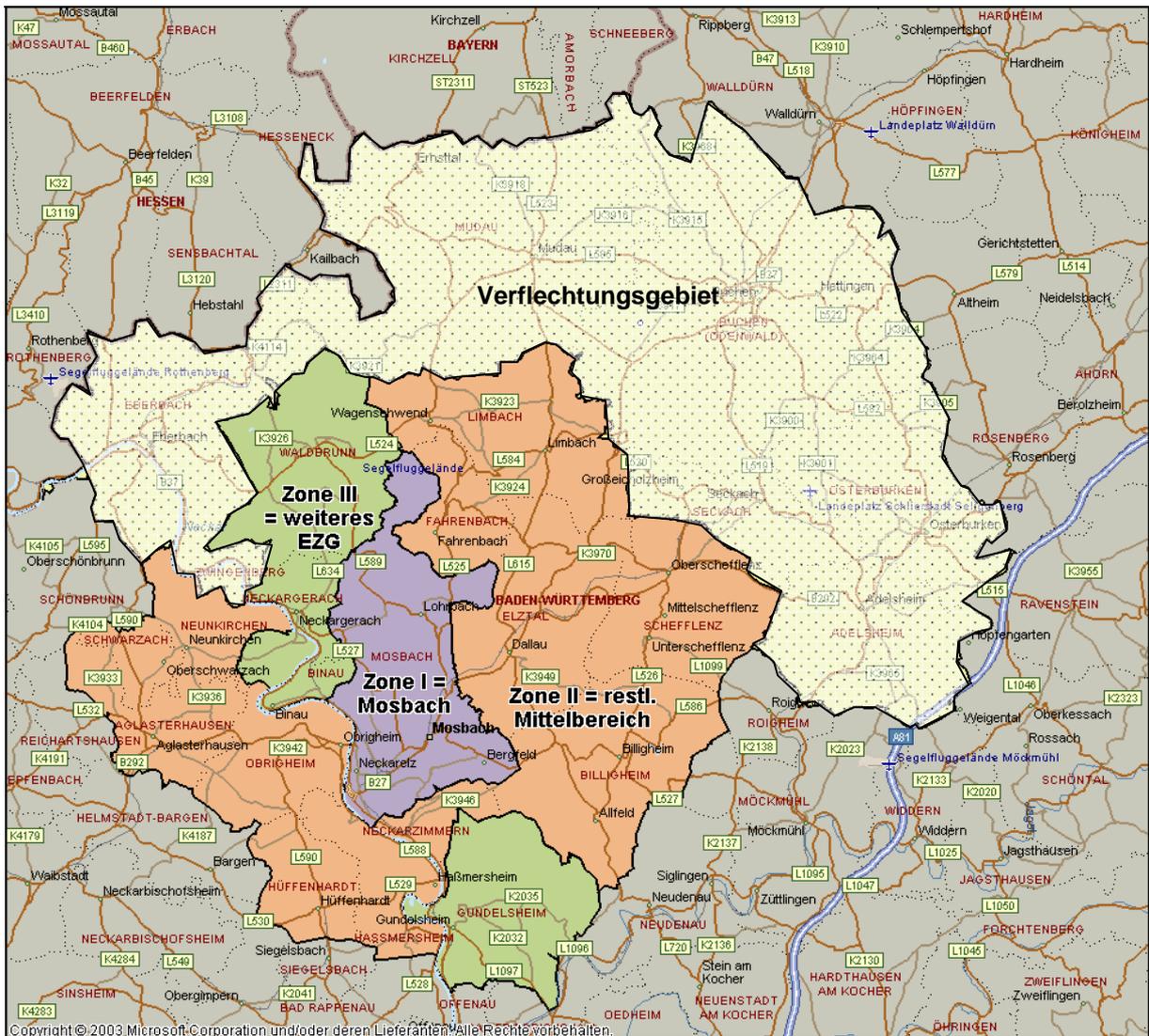
¹ Im restlichen kurzfristigen Bedarf sind enthalten: Reformwaren, Apothekerwaren, Drogerien, Parfümerien, Blumen

² Im restlichen mittelfristigen Bedarf sind enthalten: Sanitätsbedarf, Zoobedarf

³ Im restlichen langfristigen Bereich sind enthalten: u.a. Musikalien, Lederwaren, Kfz - Bedarf, Gartenbedarf

Quelle: CIMA Berechnungen, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 11 Das Marktgebiet des Mosbacher Einzelhandels



Quelle: MapPoint; Bearbeitung: CIMA

5. Angebotsstruktur des Einzelhandels in Mosbach

Die Bestandsdaten des Einzelhandels in Mosbach basieren auf einer Totalerhebung der Betriebe des Ladeneinzelhandels (inkl. Ladenhandwerk) im April 2008. Neben der Erfassung der wesentlichen Betriebsdaten erfolgten eine Einschätzung des äußeren Erscheinungsbildes und der Ladengestaltung/Warenpräsentation sowie eine Einordnung der Betriebe hinsichtlich ihrer Zielgruppen- und Qualitätsausrichtung.

5.1 Betriebs- und Branchenstruktur

5.1.1 Gesamtstadt Mosbach

In der **Gesamtstadt Mosbach** wurden folgende Daten zum Einzelhandelsbestand erhoben:

- Anzahl der Ladengeschäfte: 232 Betriebe
- Gesamtverkaufsfläche: ca. 71.710 qm
- Umsatzleistung im Jahr 2007: ca. 208,5 Mio. €

Nach Bedarfsbereichen gegliedert entfallen von den insgesamt 232 erhobenen Betrieben

- auf den **kurzfristigen Bedarfsbereich** ca. 39 % aller Betriebe, ca. 31 % der Gesamtverkaufsfläche und ca. 50 % des Gesamtumsatzes
- auf den **mittelfristigen Bedarfsbereich** ca. 26 % aller Betriebe, ca. 21 % der Gesamtverkaufsfläche und ca. 19 % des Gesamtumsatzes
- auf den **langfristigen Bedarfsbereich** ca. 35 % aller Betriebe, ca. 48 % der Gesamtverkaufsfläche und ca. 31 % des Gesamtumsatzes.

Die Einzelhandelsstruktur in der Gesamtstadt Mosbach zeichnet sich insgesamt durch eine ausgewogene Verteilung der Bestandswerte für die einzelnen Bedarfsbereiche aus.

5.1.2 Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen

Innerhalb der Kernstadt Mosbach ist auf die statistisch zugeordneten Stadtteile Waldstadt und Nüstenbach hinzuweisen. Der Stadtteil **Waldstadt** weist eine Grundversorgung durch einen kleineren Lebensmittelvollsortimenter, eine Bäckerei sowie eine Apotheke auf. Im Stadtteil **Nüstenbach** ist keine Nahversorgung vorhanden.

Aufgrund der Siedlungsstruktur der Kernstadt Mosbach ist eine Trennung zwischen der Kernstadt Mosbach und den Stadtteilen Neckarelz und Diedesheim nur bedingt möglich. Neben den Gewerbegebietslagen, welche Einzelhandelslagen für die Gesamtstadt Mosbach bzw. das Umland darstellen, ist auf zwei Stadtteilzentren hinzuweisen.

Das Stadtteilzentrum im Stadtteil **Neckarelz** umfasst die Heidelberger Straße in den Teilbereichen Mosbacher Straße/Rathausgasse/Lindengasse und verfügt über einen Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Im Zuge der Wiederbelegung der Verkaufsfläche des ehemaligen Spar-Supermarktes durch einen Nahversorger wurde für dieses Stadtteilzentrum die entstandene Versorgungslücke geschlossen.

Im Stadtteil **Diedesheim**, welcher sich siedlungsstrukturell an den Stadtteil Neckarelz anschließt, besitzt das Stadtteilzentrum im Bereich Heidelberger Straße/Alte Brückenstraße vorrangig eine Nahversorgungsfunktion.

In den Stadtteilen **Lohrbach** und **Sattelbach** beschränkt sich die Nahversorgung auf das Lebensmittelhandwerk.

Tab. 3 **Betriebe, Verkaufsflächen und Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks in der Stadt Mosbach nach Branchen und Bedarfsgruppen**

Bestandsdaten Branche	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Lebensmittel	66	19.070	81,3
restlicher kurzfristiger Bedarf	24	3.330	22,9
kurzfristiger Bedarf gesamt	90	22.400	104,2
Oberbekleidung, Wäsche, Textilien	32	8.440	20,3
Schuhe und Sport	13	3.200	8,7
Bücher, Schreib- und Spielwaren	10	1.780	7,9
restlicher mittelfristiger Bedarf	6	1.720	3,4
mittelfristiger Bedarf gesamt	61	15.140	40,3
Einrichtung und Zubehör	33	22.990	31,7
Elektrowaren	5	3.350	9,1
Foto/Optik, Uhren/Schmuck	21	1.455	9,8
restlicher langfristiger Bedarf	22	6.375	13,4
langfristiger Bedarf gesamt	81	34.170	64,0
Einzelhandel gesamt	232	71.710	208,5

Zuordnung erfolgte nach Sortimentsschwerpunkt; Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008

5.1.3 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Der Einzelhandelsbestand in der Stadt Mosbach ist nachfolgend in der räumlichen Untergliederung dargestellt. Hierbei wird nach den Standortlagen Innenstadt, den Gewerbegebietslagen sowie den sonstigen integrierten Lagen (z.B. Stadtteilzentren) unterschieden.

Die Einkaufsinnenstadt von Mosbach kann unter Berücksichtigung des bestehenden Einzelhandels, der historischen Stadtstrukturen sowie der stadtstrukturellen Bedingungen (z.B. Verlauf und Trennwirkung der Bundesstraße, Gleisanlagen) wie folgt abgegrenzt werden:

- Norden: Kistnerstraße/Alte Bergsteige/Hauptstraße
- Osten: Parkdeck „Altstadt“
- Westen: Bundesstraße 27
- Süden: City-Parkhaus und die Neckarelzer Straße.

Neben der Innenstadt sind folgende strukturprägende Standortlagen in Mosbach zu nennen:

- Einkaufszentrum Kaufland an der Pfalz-Graf-Otto-Straße
- Neckar-Odenwald-Zentrum an der Pfalz-Graf-Otto-Straße
- Bereich um die „Alte Neckarelzer Straße/Industriestraße“
- Gewerbegebiet „Hohlweg“

Weiterhin ist auf das Majolika-Gelände an der Eisenbahnstraße zu verweisen. In diesem Standortbereich westlich der Bundesstraße ist ein Fachmarktzentrum mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 4.400 qm genehmigt.

Hinsichtlich der Anzahl der Betriebe stellt die Mosbacher Innenstadt eindeutig den Schwerpunkt innerhalb der Gesamtstadt Mosbach dar. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt demgegenüber auf Standortlagen außerhalb der Innenstadt bzw. auf den Gewerbegebietslagen.

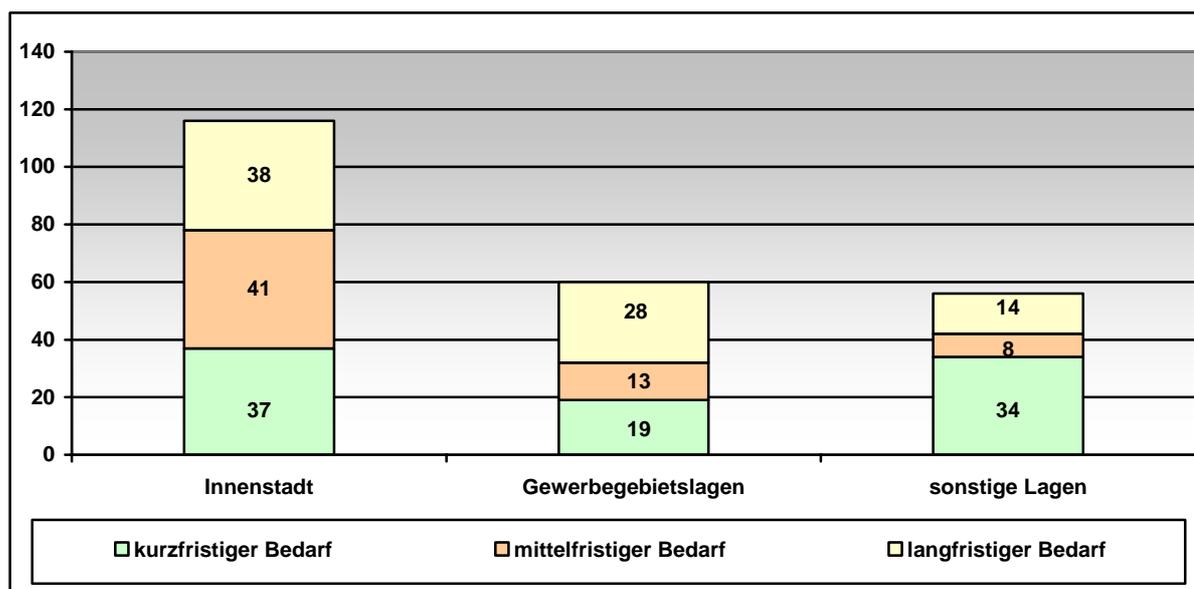
Die hohen Flächenanteile außerhalb der Innenstadt sind sowohl im kurzfristigen Bedarfsbereich durch den Lebensmitteleinzelhandel (u.a. Kaufland) als auch im langfristigen Bedarfsbereich durch die Betriebstypen Baumarkt (u.a. Hornbach) und Elektrofachmarkt (u.a. MediaMarkt) beeinflusst. Der mittelfristige Bedarfsbereich (z.B. Bekleidung, Schuhe etc.) ist demgegenüber noch stark auf die Innenstadt von Mosbach konzentriert.

Tab. 4 **Betriebe, Verkaufsflächen und Umsatzleistung des Einzelhandels und Ladenhandwerks in der Gesamtstadt Mosbach**

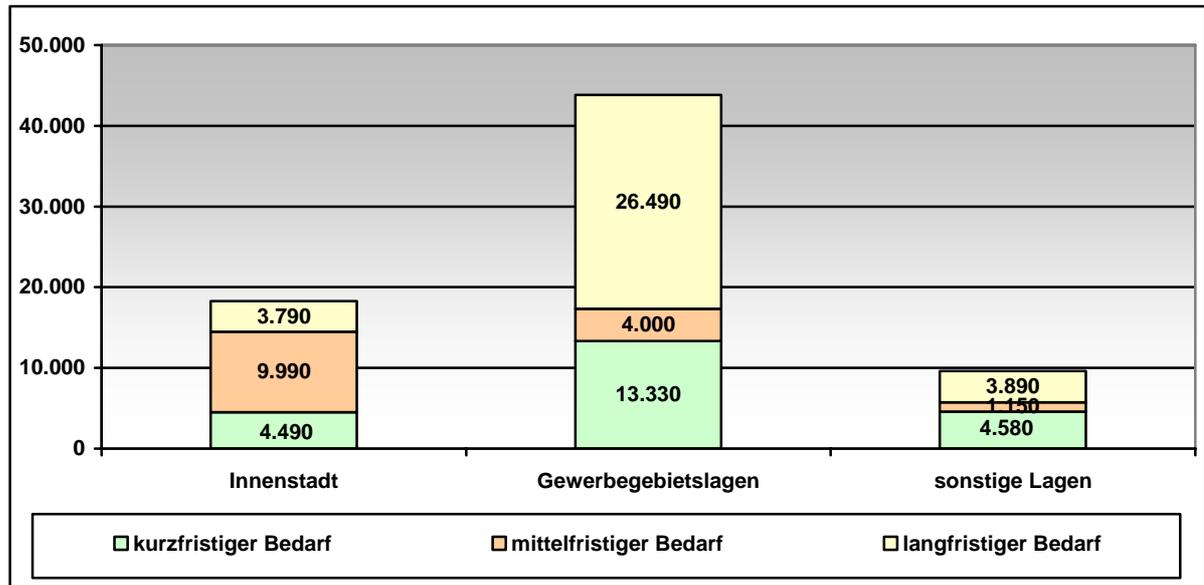
Lage \ Bestandsdaten	Lage			
	Innenstadt	Gewerbegebietslagen	sonstige Lagen	Mosbach gesamt
Betriebe				
kurzfristiger Bedarf	37	19	34	90
mittelfristiger Bedarf	41	13	8	62
langfristiger Bedarf	38	28	14	80
EH-Insgesamt	116	60	56	232
Verkaufsfläche in qm				
kurzfristiger Bedarf	4.490	13.330	4.580	22.400
mittelfristiger Bedarf	9.990	4.000	1.150	15.140
langfristiger Bedarf	3.790	26.490	3.890	34.170
EH-Insgesamt	18.270	43.820	9.620	71.710
Umsatz in Mio. €				
kurzfristiger Bedarf	28,9	54,5	20,8	104,2
mittelfristiger Bedarf	29,2	8,9	2,2	40,3
langfristiger Bedarf	14,0	42,8	7,2	64,0
EH-Insgesamt	72,1	106,2	30,2	208,5

Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008

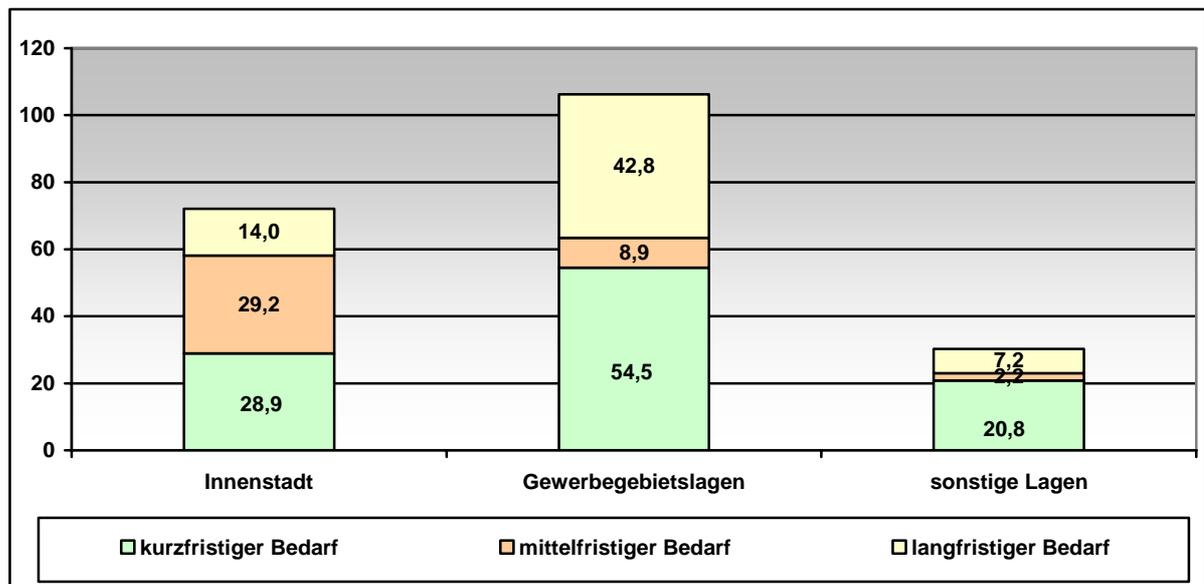
Abb. 12 **Anzahl der Betriebe in Mosbach nach Standortlagen und Bedarfsbereichen**



Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008

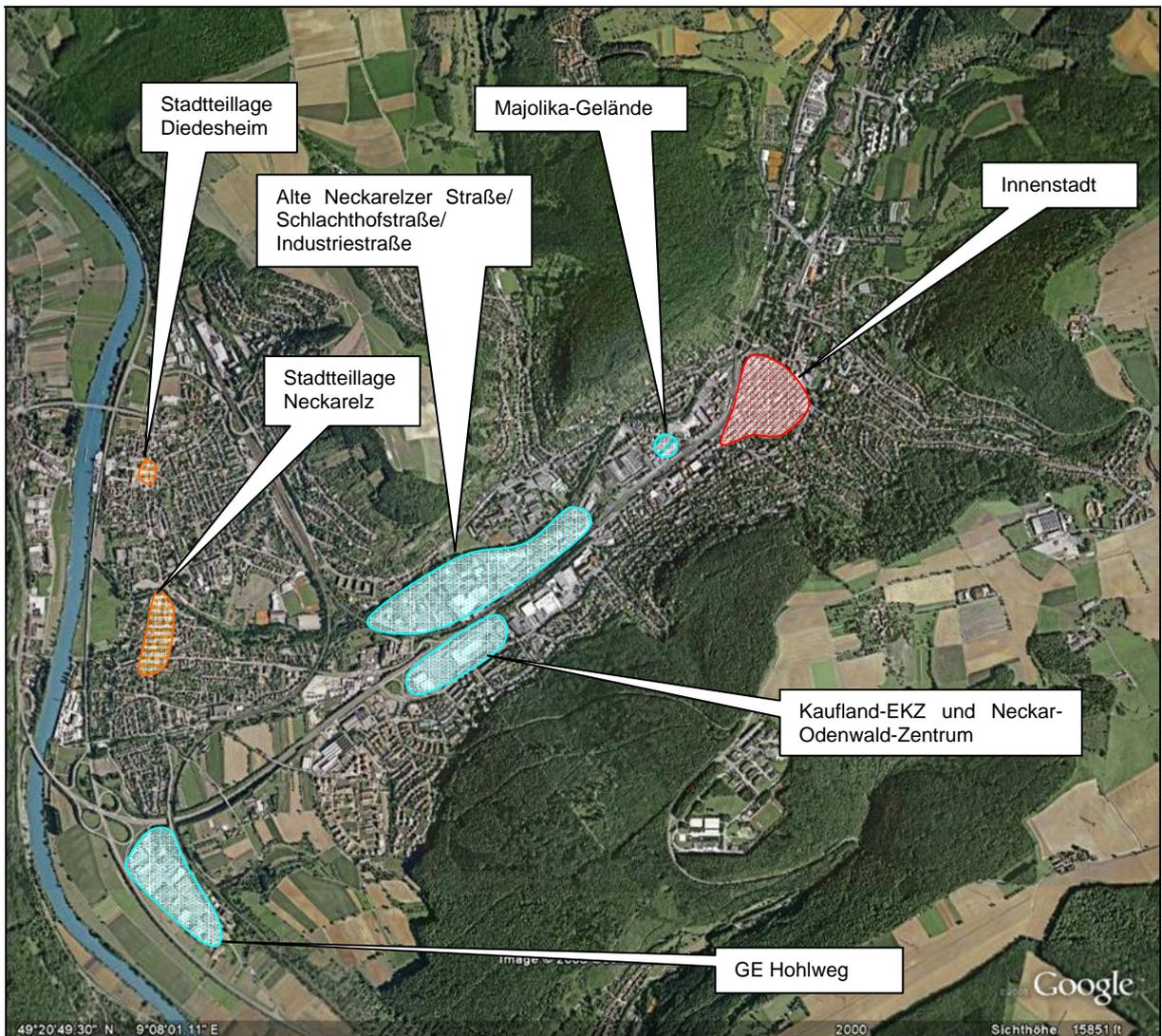
Abb. 13 **Verkaufsfläche in Mosbach nach Standortlagen und Bedarfsbereichen in qm**

Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008

Abb. 14 **Umsätze in Mosbach nach Standortlagen und Bedarfsbereichen in Mio. €**

Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008

Abb. 15 Einzelhandelsstandortlagen in der Kernstadt Mosbach und den Stadtteilen Neckarelz und Diedesheim



Quelle: Google Earth Pro; Bearbeitung: CIMA

5.2 Bewertung der Angebotsstruktur nach Erscheinungsbild und Wettbewerbsfähigkeit

Neben der Bestandserhebung wurde in der Innenstadt von Mosbach eine qualitative Bewertung des Angebotsniveaus und der Warenpräsentation vorgenommen. Folgende Kriterien des Einzelhandelsangebotes wurden beurteilt:

- Zielgruppen- und Qualitätsorientierung
- Warenpräsentation/Ladengestaltung
- Fassaden- und Schaufenstergestaltung.

Die **Zielgruppen- und Qualitätsorientierung** beschreibt im Wesentlichen das Angebotsniveau des örtlichen Einzelhandels. Dabei ist zwischen Unternehmen mit einer eindeutigen Zielgruppenansprache und Unternehmen mit einer besonderen Spezialisierung auf ein Angebotsniveau zu unterscheiden. Ein entscheidendes Differenzierungsmerkmal ist, ob mit einer klaren Werbung mit Marken Qualitätsorientierung in den Vordergrund gestellt wird, oder ob mittels eindeutiger „Discountorientierung“ nur der Preis als Marketinginstrument eingesetzt wird. Insgesamt werden fünf Kategorien unterschieden:

- Exklusiv, hochwertig, qualitätsorientiert (1): Betriebe dieser Kategorie sind hoch spezialisiert. Sie positionieren sich über die Angebotsqualität. Marken- und Serviceorientierung stehen im Vordergrund.
- Gehobene Mitte, qualitätsorientiert (2): Betriebe dieser Kategorie profilieren sich ebenfalls über eine Qualitätsorientierung. Sie sprechen in der Regel Konsumenten mittlerer und gehobener Einkommensniveaus an. Warenpräsentation und Ladengestaltung greifen in der Regel die Qualitätsorientierung auf.
- Standardisiert, konsumig (3): Shopkonzepte dieser Kategorie wenden sich an breite Käuferschichten. Trotz einer stärkeren Preisorientierung werden auch Markenwaren als Angebotskompetenz herangezogen. Im Bekleidungssektor fallen die meisten „Young Fashion“-Konzepte in dieses Segment.
- Discountorientiert (4): Discountprinzipien stehen bei diesen Unternehmen im Vordergrund. Das gesamte Betriebskonzept hat sich der Preisorientierung unterzuordnen. Das Discountprinzip lebt von Eigenmarken und „no name“ – Produkten.
- Diffus, keine Zielgruppenorientierung (5): Betriebe, die in diese Kategorie eingeordnet werden, zeigen in ihrem Marktauftritt keine einheitliche Zielgruppenorientierung.

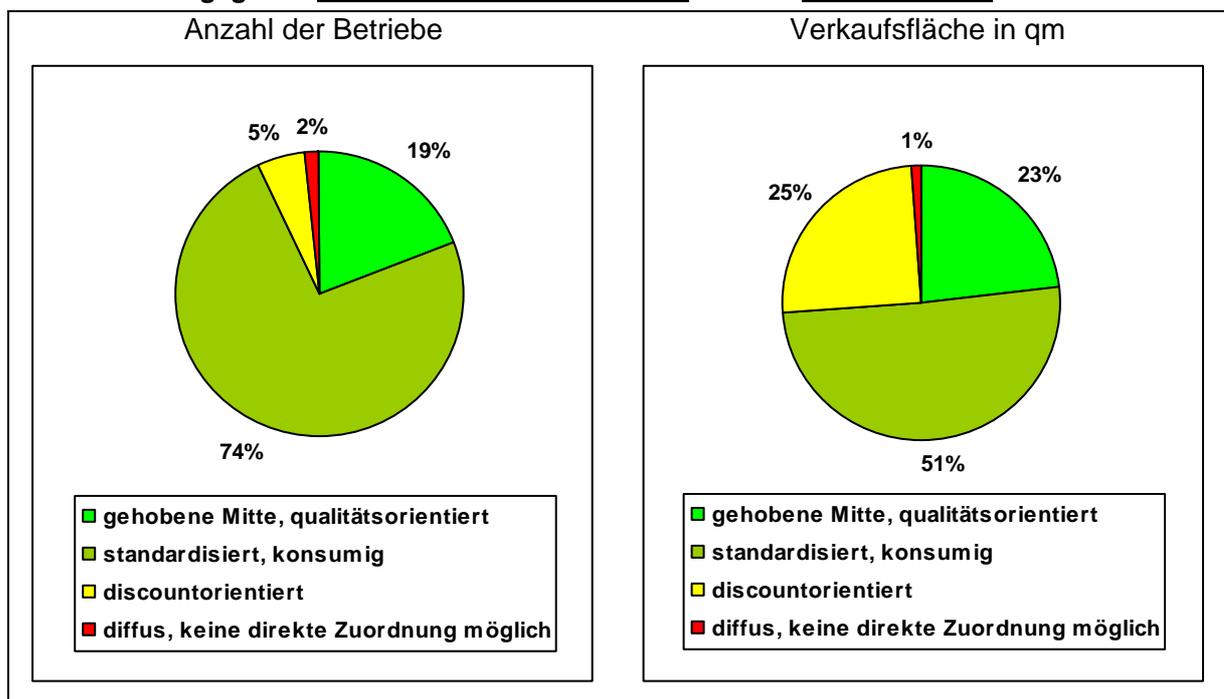
Für die Innenstadt von Mosbach können bei der Betrachtung der **Zahl der Betriebe** folgende wesentlichen Punkte festgehalten werden:

- Der Hauptanteil der Innenstadtbetriebe ist der Kategorie „standardisiert, konsumig“ zuzuordnen, welche eine relativ breite Käuferschicht anspricht.
- Immerhin ein Fünftel der Betriebe ist durch einen qualitätsorientierten Marktauftritt gekennzeichnet.

Betrachtet man die **Verkaufsfläche** in der Innenstadt ergibt sich folgendes Bild:

- Der Anteil im Segment „discountorientiert“ ist aufgrund der größeren Verkaufsflächen der Anbieter deutlich ausgeprägter als bei einer Betrachtung nach der Anzahl der Betriebe.
- Gleiches gilt für das Segment „gehobene Mitte, qualitätsorientiert“. Hier spielen u.a. die Anbieter „Spitzer Moden“, „Modehaus Jacob“ eine Rolle.
- Im Segment „standardisiert, konsumig“ überwiegen die kleinflächigen Anbieter.

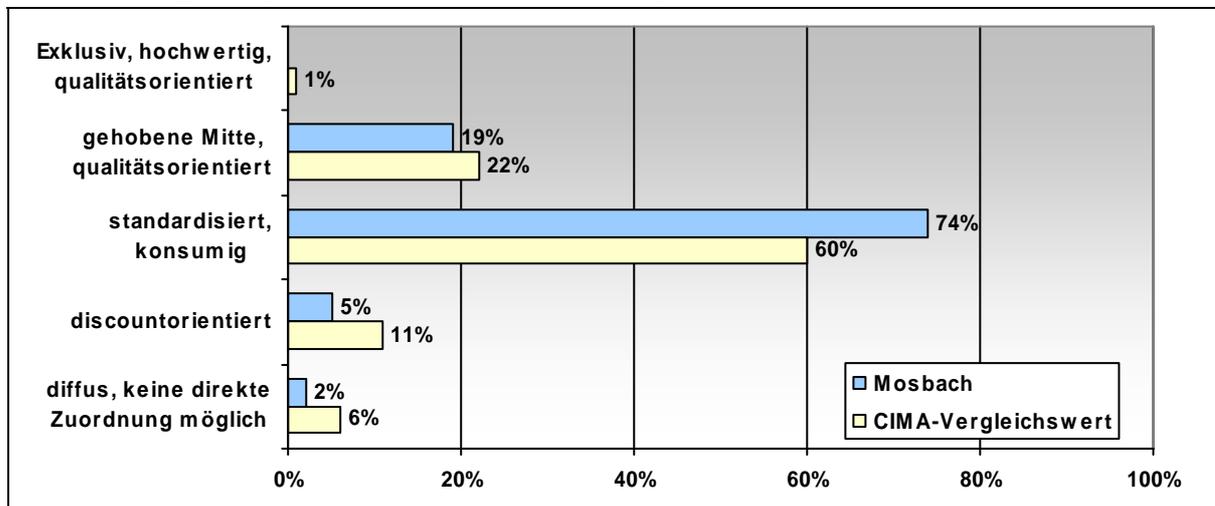
Abb. 16 **Bewertung der Qualitäts- und Zielgruppenausrichtung der Betriebe im Untersuchungsgebiet nach der Anzahl der Betriebe und der Verkaufsfläche**



Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008

Zur Einordnung der Werte für die Betriebe in der Mosbacher Innenstadt sind folgende Anteilswerte für Vergleichsstädte aus dem CIMA-Datenpool gegenüber gestellt:

Abb. 17 **Bewertung der Zielgruppen- und Qualitätsorientierung in Mosbach im CIMA-Vergleich (nach Anzahl der Betriebe in %)**



Quelle: CIMA-Bestandserhebung, April 2008

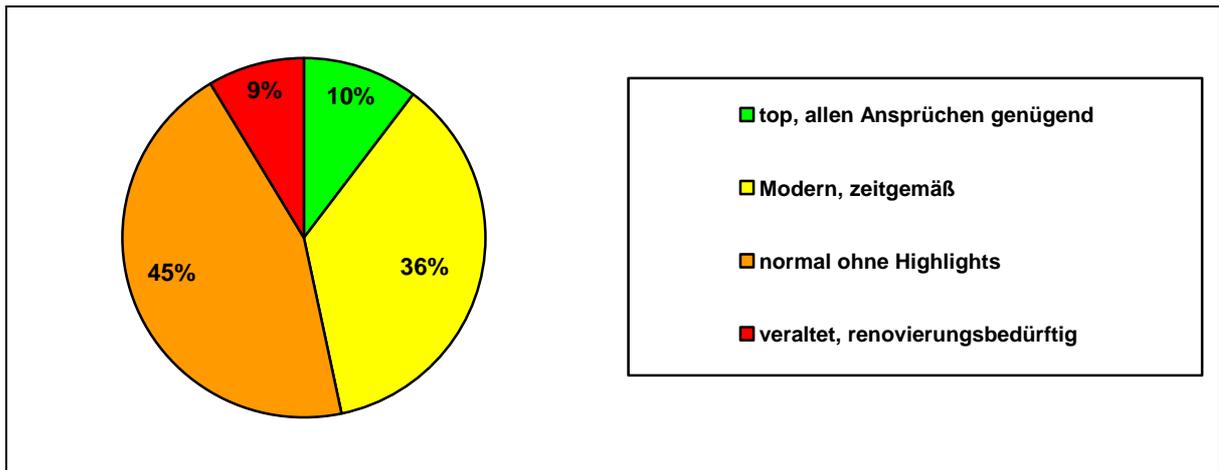
Die **Warenpräsentation und die Ladengestaltung** stellen die „Visitenkarte“ des Unternehmens dar. Folgende vier Kategorien werden unterschieden:

- Top, in allen Ansprüchen genügend (1): Betriebe mit dieser Bewertung sind durch eine professionelle Warenpräsentation und Ladengestaltung gekennzeichnet, welche die Angebotskompetenz des Betriebes unterstreichen. Die Betriebe dekorieren themenorientiert und sind ständig bemüht, durch „pfiffige“ Ideen aufzufallen.
- Modern, zeitgemäß (2): Betriebe dieser Kategorie erfüllen die Kundenerwartungen einer breiten Käuferschicht. Warenpräsentation und Ladenbau entsprechen dem branchenüblichen Niveau und sind in einem gepflegten Zustand.
- Normal ohne Highlights, ggf. Optimierungsbedarf (3): Betriebe dieser Kategorie haben eine standardisierte, in der Regel nicht besonders auffallende Warenpräsentation. Der Ladenbau ist in der Regel einfach. Optimierungsbedarf besteht entweder in der einheitlichen Darstellung von Schaufenstergestaltung und Warenpräsentation sowie der Klarheit der Zielgruppenorientierung.
- Veraltet, renovierungsbedürftig (4): Betriebe dieser Kategorie machen einen alles in allem ungepflegten Eindruck. Aus Warenpräsentation und Ladengestaltung ist kein eindeutiges Konzept erkennbar. Die Warenpräsentation ist eher lieblos. Die Ladenmöblierung entspricht nicht den aktuellen Standards und wirkt antiquiert.

Für die Innenstadt von Mosbach können folgende wesentliche Punkte festgehalten werden:

- Etwas weniger als die Hälfte der Betriebe in der Innenstadt ist hinsichtlich der Warenpräsentation und Ladengestaltung als durchschnittlich und somit als „austauschbar“ einzustufen.
- Immerhin rund 40 % sind im Bereich Ladenbau, Warenpräsentation positiv einzustufen.

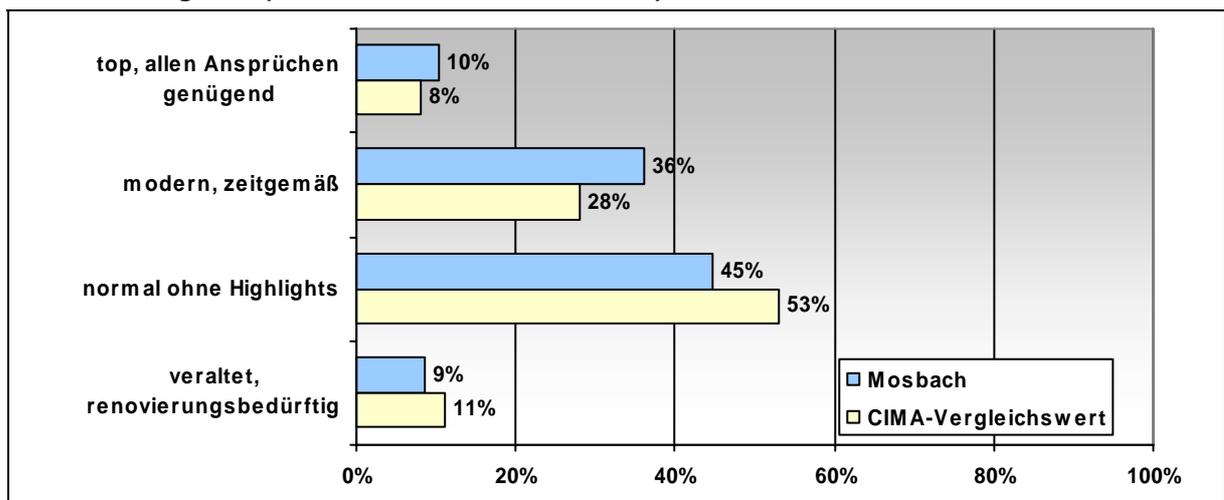
Abb. 18 **Bewertung Warenpräsentation und Ladengestaltung nach Betrieben**



Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008

Zur Einordnung der Werte für die Betriebe in der Mosbacher Innenstadt sind folgende Anteilswerte für Vergleichsstädte aus dem CIMA-Datenpool gegenüber gestellt:

Abb. 19 **Bewertung der Warenpräsentation und Ladengestaltung in Mosbach im CIMA-Vergleich (nach Anzahl der Betriebe in %)**



Quelle: CIMA-Bestandserhebung, April 2008

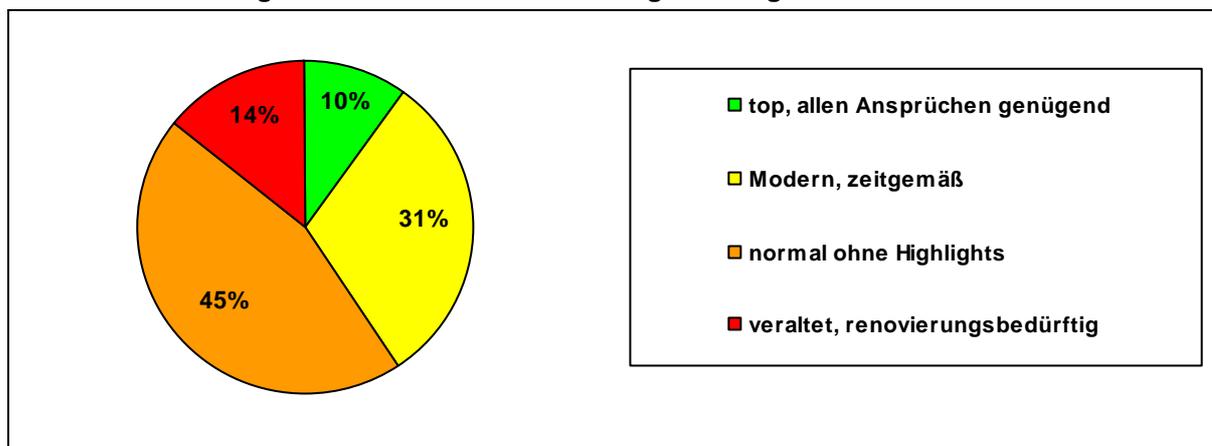
Neben der Warenpräsentation und der Ladengestaltung spielt die **Fassaden- und Schaufenstergestaltung** eine wichtige Rolle für die Kundenanziehung. Dabei werden folgende vier Kategorien unterschieden:

- Top, in allen Ansprüchen genügend (1): Betriebe in dieser Kategorie sind durch eine einfallreiche und ansprechende Schaufenstergestaltung sowie eine attraktive Fassadengestaltung gekennzeichnet.
- Modern, zeitgemäß (2): Schaufenstergestaltung und Fassade bzw. das äußere Erscheinungsbild sind in einem gepflegten Zustand.
- Normal ohne Highlights, ggf. Optimierungsbedarf (3): Betriebe dieser Kategorie haben eine standardisierte, in der Regel nicht besonders auffallende Schaufenstergestaltung.
- Veraltet, renovierungsbedürftig (4): Diese Betriebe vermitteln einen ungepflegten Eindruck. Die Schaufenstergestaltung ist lieblos und das äußere Erscheinungsbild weist deutliche Defizite auf.

Für die Innenstadt von Mosbach können folgende wesentliche Punkte festgehalten werden:

- Etwas weniger als die Hälfte der Betriebe sind als „normal, ohne Highlights“ einzustufen.
- Rund ein Drittel an Betrieben zeichnet sich durch ein modernes und zeitgemäßes äußeres Erscheinungsbild aus.
- Immerhin 10 % weisen darüber hinaus ein deutlich ansprechendes äußeres Erscheinungsbild auf.
- Jedoch wurden 14 % der Betriebe als veraltet und renovierungsbedürftig eingestuft.

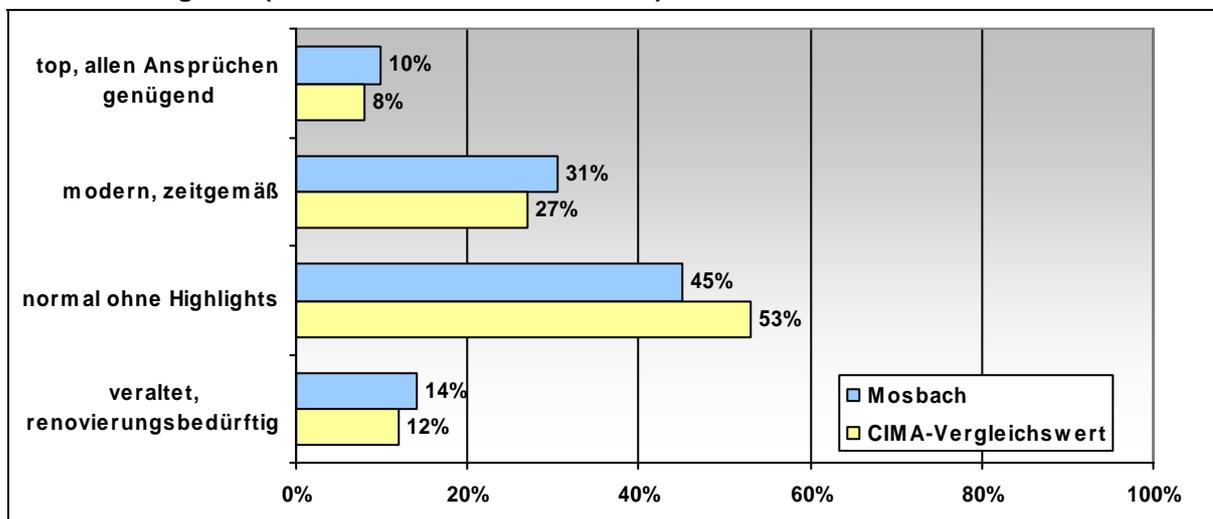
Abb. 20 **Bewertung Schaufenster- und Fassadengestaltung nach Betrieben**



Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008

In der Gegenüberstellung mit den CIMA-Vergleichswerten ergibt sich für Mosbach eine leicht positive Bewertung.

Abb. 21 **Bewertung der Schaufenster- und Fassadengestaltung in Mosbach im CIMA-Vergleich (nach Anzahl der Betriebe in %)**



Quelle: CIMA- Bestandserhebung, April 2008

5.3 Bewertung der Angebotsstruktur in der Mosbacher Innenstadt nach weiteren Kriterien

Zur Einordnung der Einzelhandelssituation in der Innenstadt von Mosbach wird die Angebotsstruktur mit anderer Mittelzentren gegenübergestellt.

Die **Branchenstruktur** der Innenstadt von Mosbach ist über die Bedarfsbereiche hinweg durch ausgeglichene Anteile bei der Betriebsanzahl und einem hohen Verkaufsflächenanteil im mittelfristigen Bedarf geprägt.

Hinsichtlich der Zahl der Betriebe weist die Innenstadt von Mosbach eine dem CIMA-Vergleichswert ähnliche Branchenstruktur auf. Bei den Verkaufsflächenanteilen ist für die Mosbacher Innenstadt im CIMA-Vergleich ein höherer Anteil bei den klassischen Innenstadtbereichen wie Bekleidung, Schuhe, Sport, Bücher und Spielwaren festzuhalten. Speziell diese Angebote bestimmen in erheblichem Umfang die Zentralität und Attraktivität der innerstädtischen Geschäftsbereiche. Beim langfristigen Bedarf insgesamt weichen die Anteile der Innenstadt Mosbachs bei den Arbeitsstätten und Verkaufsflächen nicht wesentlich von den Werten der Vergleichsstädte ab.

Tab. 5 Vergleich der Branchenstruktur der Mosbacher Innenstadt mit anderen Mittelzentren

Bedarfsbereich	Anteil Betriebe in %		Anteil Verkaufsflächen in %	
	Mosbach	Vergleichsstädte	Mosbach	Vergleichsstädte
Kurzfristiger Bedarf	32	34	25	36
Mittelfristiger Bedarf	35	33	55	44
Langfristiger Bedarf	33	33	21	20

Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008 und CIMA-Datenpool

Die **Betriebsgrößenstruktur** in der Mosbacher Innenstadt ist durch einen Anteil von gut 90 % an Verkaufsflächen bis 300 qm gekennzeichnet. Unter Berücksichtigung der historischen Strukturen in der Innenstadt kann der Anteil der Betriebe zwischen 100 bis 300 qm VK als recht ausgeprägt eingestuft werden. Die „größeren“ Verkaufsflächen beschränken sich auf die Textilanbieter (u.a. C&A, Modehaus Jacob) und den Lebensmittelverbrauchermarkt Handelshof.

Tab. 6 Vergleich der Betriebsgrößenstruktur in der Mosbacher Innenstadt mit anderen Mittelzentren

Betriebsgröße	Anteil der Betriebe in %	
	Mosbach	Vergleichsstädte
unter 100 qm	61,2 %	79,2 %
100 – 300 qm	30,2 %	15,1 %
301 – 500 qm	4,3 %	2,0 %
501 – 800 qm	0,9 %	2,3 %
über 800 qm	3,4 %	1,4 %
gesamt	100 %	100 %

Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008 und CIMA-Datenpool

Filialisierungsgrad

Die Angebotsstruktur in der Innenstadt von Mosbach weist einen hohen inhabergeführten Fachgeschäftsanteil auf. Lediglich ca. 16 % der Betriebe sind als Fachmärkte bzw. überregionale Filialbetriebe einzustufen.

Leerstandsquote in der Innenstadt

In der Innenstadt von Mosbach wurden zum Zeitpunkt der Erhebung vier Leerstände (Einzelhandelsimmobilien) ermittelt. Die Leerstandsquote in der Innenstadt belief sich zu diesem Zeitpunkt auf ca. 3,4 %, wobei in den meisten Kommunen dieser Größenordnung eine gewisse „Fluktuationsreserve“ vorhanden ist. Die Leerstände liegen überwiegend im kleinflächigen Bereich; lediglich die Fläche der ehemaligen Firma „Jagd & Mode Spitzer“⁷ stellt eine Ausnahme dar.

Im frequenzstärksten Bereich der unteren Hauptstraße/Marktplatz nur ein leerstehendes Ladenlokal vorhanden ist, dies jedoch an einem exponierten Standort im Bereich des Marktplatzes. Die Leerstände konzentrieren sich ansonsten auf sog. 1b-Lagen.

Die leerstehenden Gewerbeimmobilien kommen hinsichtlich der Marktfähigkeit durchaus für eine Wiederbelegung durch Einzelhandel bzw. Dienstleistungen in Frage.

5.4 Kennziffernvergleich

Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner beträgt für die **Gesamtstadt Mosbach** ca. 2,93 qm VK je Einwohner und liegt somit deutlich über dem Bundesdurchschnitt von ca. 1,3 qm VK je Einwohner und auch über den Werten der Vergleichsstädte. Auf den Food-Bereich entfallen ca. 0,78 qm (Bundesdurchschnitt: ca. 0,45 qm) und auf den Non-Food-Bereich ca. 2,15 qm VK je Einwohner (Bundesdurchschnitt: ca. 0,85 qm).

Tab. 7 Verkaufsfläche des Einzelhandels je Einwohner in der Stadt Mosbach

Warengruppen	Verkaufsfläche je EW in qm		
	Mosbach Gesamtstadt	CIMA ¹ -Vergleichsstädte	Bundesdurchschnitt
Food	0,78	0,61	0,4 – 0,5
Non-Food	2,15	1,75	0,8 – 0,9
Einzelhandel insgesamt	2,93	2,36	1,3

¹ CIMA-Datenpool

Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008

Die Umsatzleistung je Einwohner liegt für die Gesamtstadt Mosbach bei ca. 8.486,- € pro Einwohner. Im Bundesdurchschnitt beläuft sich der Wert auf ca. 5.376,- € pro Einwohner. Auf

⁷ Der Leerstand ist aktuell (Stand: Oktober 2008) durch ein Babyfachgeschäft wieder belegt.

den Food-Bereich entfallen 3.328,- € pro Einwohner in Mosbach (Bundesdurchschnitt 1.975,- €) und auf den Non-Food-Bereich 5.158,- € (Bundesdurchschnitt 3.460,- €). Auch diese Werte liegen weit über dem Durchschnitt.

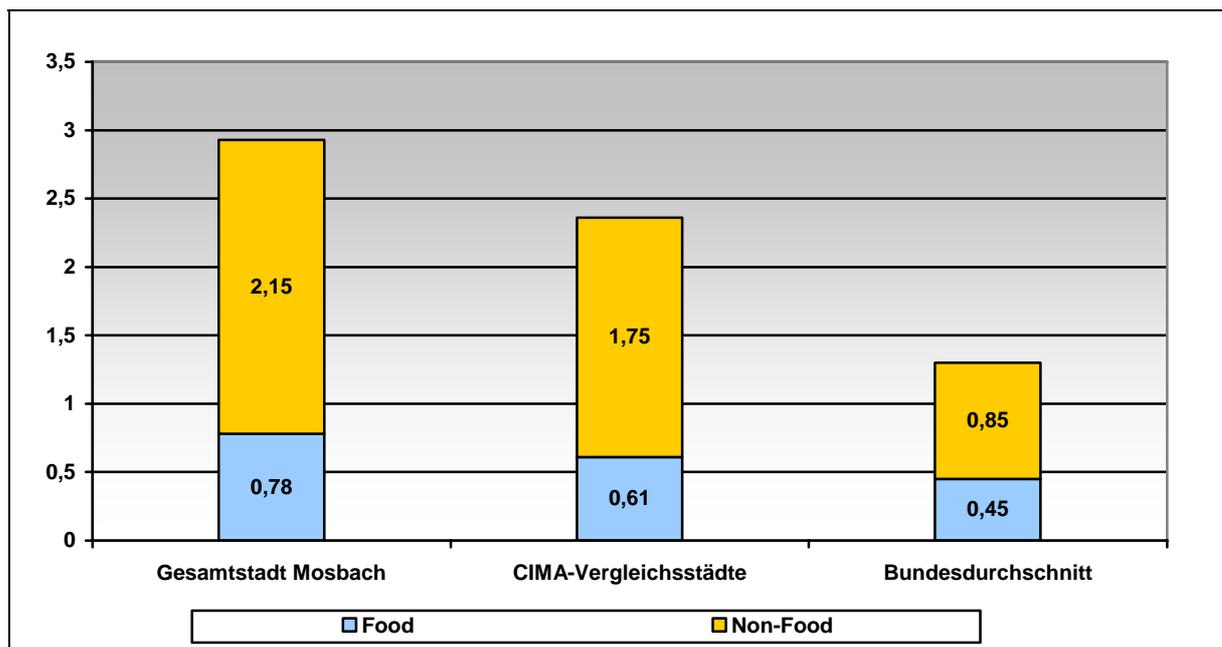
Tab. 8 **Umsatzleistung des Einzelhandels je Einwohner in der Stadt Mosbach**

Warengruppen	Umsatzleistung je EW in qm		
	Mosbach Gesamtstadt	CIMA ¹ -Vergleichsstädte	Bundesdurchschnitt
Food	3.328,-	2.770	1.975,-
Non-Food	5.158,-	3.290	3.460,-
Einzelhandel insgesamt	8.486,-	6.060	5.436,-

¹ CIMA-Datenpool

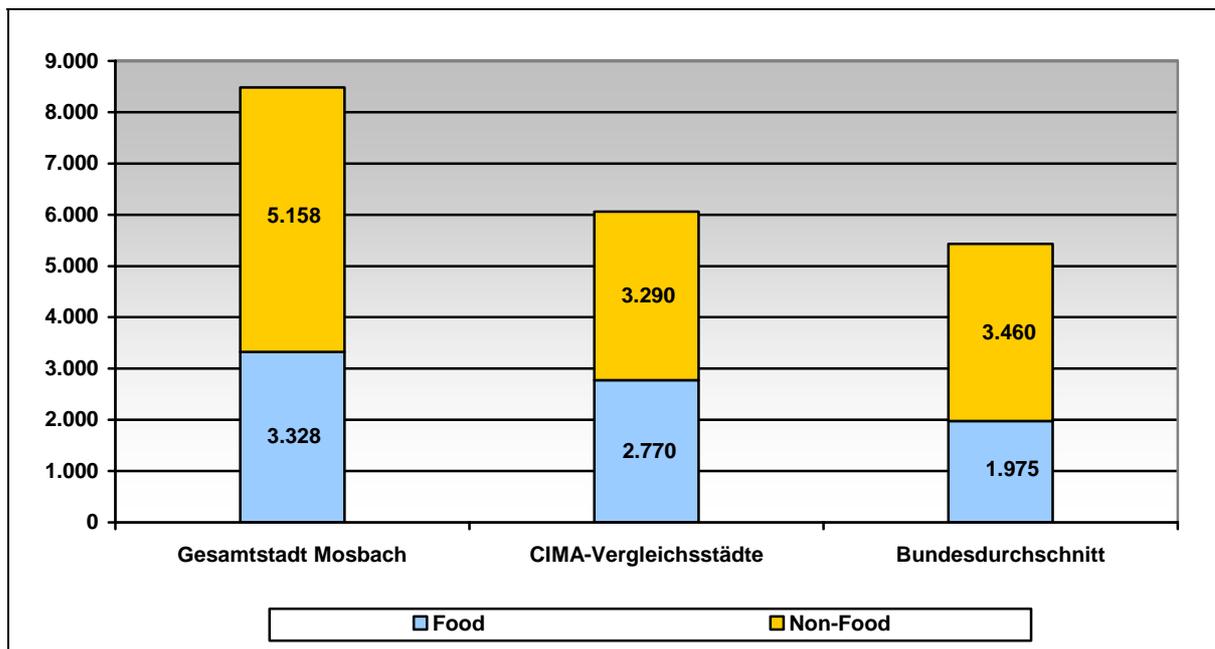
Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008

Abb. 22 **Verkaufsflächen in qm je Einwohner im Vergleich**



Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008; CIMA-Datenpool

Abb. 23 Umsatzleistung in €je Einwohner im Vergleich



Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008; CIMA-Datenpool

5.5 Wirtschaftsgruppe konsumnahe Dienstleistungen und Gastronomie

Neben dem Einzelhandel stellen insbesondere die konsumnahen Dienstleistungen (z.B. Friseur, Reisebüro) sowie die Gastronomie frequenzerzeugende Nutzungen dar, welche die Gesamtattraktivität einer Innenstadt beeinflussen. In der Innenstadt von Mosbach wurden zusätzlich zu den Betrieben des Einzelhandels und des Ladenhandwerks die konsumnahen Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe erhoben.

Konsumnahe Dienstleistungen

Insgesamt wurden in der Innenstadt 48 Betriebe im Segment „konsumnahen Dienstleistungen“ aufgenommen. Mit jeweils 15 Betrieben (je ca. 31 %) ist der größte Teil den Bereichen Körperpflege (z.B. Friseur, Kosmetiksalon) sowie Banken/Versicherungen zuzuordnen. In den Bereichen Reisebüro und Reinigung/Änderungsschneiderei sind jeweils vier Arbeitsstätten (je ca. 8 %) in der Innenstadt von Mosbach ansässig. Des Weiteren wurden zwei Fahrschulen sowie ein Schuhmacher ermittelt. Der Bereich sonstige Dienstleistungen umfasst u.a. die VHS, Umzugsservice, die Rhein-Neckar-Zeitung etc.

Tab. 9 Konsumnahe Dienstleistungen in der Innenstadt von Mosbach (Anzahl der Betriebe)

Betriebstypen	Innenstadt Mosbach insgesamt
Friseur/Kosmetik/Sonnenstudio	15
Sparkasse/Bank/Versicherungen/Krankenkasse	15
Reisebüro	4
Reinigung/Änderungsschneiderei	4
Fahrschule	2
Schuhmacher/Schlüsseldienst	1
Sonstige Dienstleistungen	7
konsumnahe Dienstleistungen gesamt	48

Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008

Gastgewerbe

Im Gastgewerbe wurden in der Innenstadt insgesamt 35 Betriebe erhoben. Der Angebotschwerpunkt liegt dabei auf Restaurants mit einheimischer und ausländischer Küche sowie bei den Imbissen.

Im Vorgriff auf die durchgeführten Befragungen sehen die befragten Einzelhändler v.a. Defizite in den Bereichen gutbürgerliche Küche und Cafés/Bistros. Insgesamt wird das Angebot aber recht positiv bewertet.

Tab. 10 **Gastgewerbe in der Innenstadt von Mosbach (Anzahl der Betriebe)**

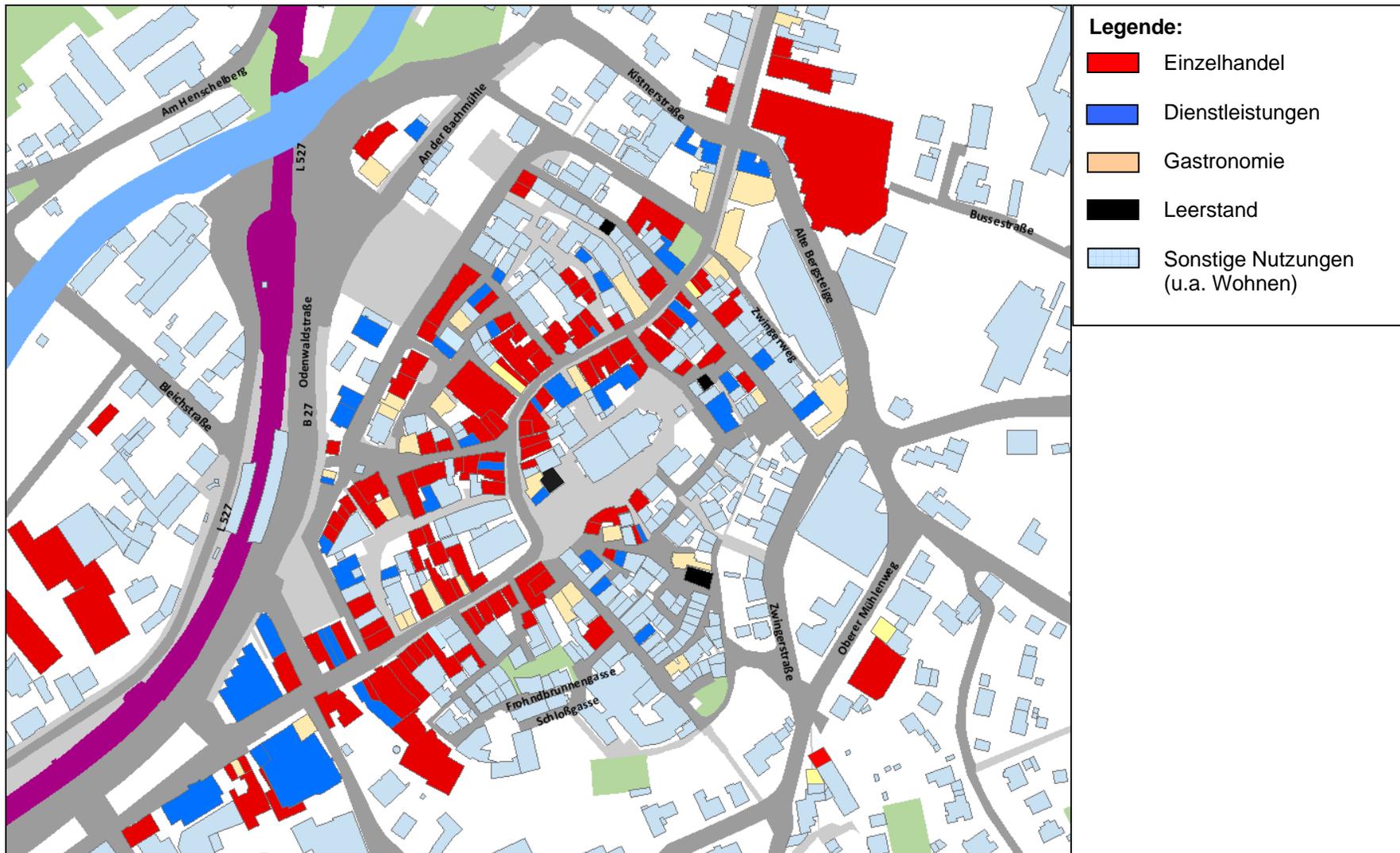
Betriebstypen	Innenstadt Mosbach insgesamt
Restaurant mit einheimischer Küche	6
Restaurant mit ausländischer Küche	6
Imbiss/Fast-Food	6
Kneipe	4
Bistro	4
Café	5
Eiscafé	2
Spielothek/Sportwetten	2
Internetcafé	1
Gastgewerbe gesamt	35

Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008

Insgesamt kann für die Innenstadt von Mosbach eine gute Nutzungsmischung der Wirtschaftsgruppen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie festgehalten werden. Die Multifunktionalität der Innenstadt von Mosbach, welche mit einer kompakten Struktur und „kurzen Wegen“ die Möglichkeit von Kopplungstätigkeiten unterstützt, ist in der Gesamtheit gewährleistet und positiv zu bewerten.

Die Nutzungsdurchmischung der Mosbacher Innenstadt ist nachfolgend kartographisch dargestellt.

Abb. 24 Darstellung der Nutzungen innerhalb der Innenstadt von Mosbach



Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008; Bearbeitung: CIMA

6. Umsatz- und Verkaufsflächenpotentiale für den Einzelhandel in Mosbach

Zur Einordnung der künftigen Entwicklungspotentiale im Einzelhandel erfolgt eine Bewertung der gegenwärtigen Marktposition der Stadt Mosbach als Einkaufsstadt sowie eine Ermittlung des realistischen und wirtschaftlich tragfähigen Verkaufsflächenpotentials.

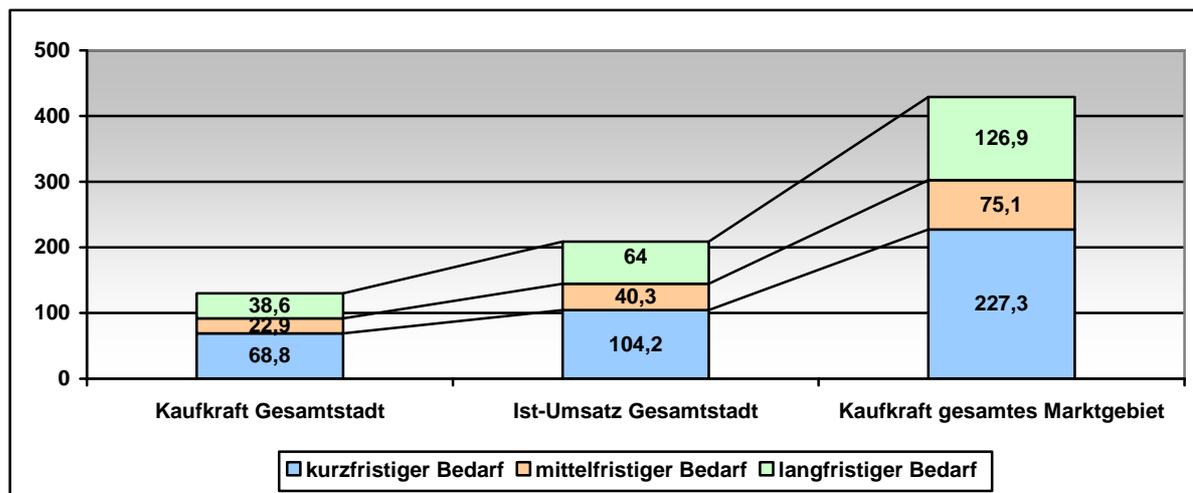
6.1 Marktposition und Kaufkraftbindung des Einzelhandels in der Stadt Mosbach

Mit der Gegenüberstellung der Umsatzanteile aus den verschiedenen Zonen des Einzugsgebietes mit den einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumina wird die regionale Kaufkraftabschöpfung durch den Mosbacher Einzelhandel verdeutlicht. Die Zentralitätswerte sind nach Bedarfsbereichen und Marktgebietszonen in nachfolgender Tabelle dargestellt. Da die Kaufkraftzuflüsse aus dem Verflechtungsbereich nur sehr gering sind, wird nachfolgend nur auf das abgegrenzte gesamte Marktgebiet der Stadt Mosbach Bezug genommen.

Tab. 11 **Zentralität und Marktposition des Einzelhandels in der Gesamtstadt Mosbach sowie im gesamten Marktgebiet**

Bedarfsbereiche	IST-Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €		Relation Umsatz Gesamtstadt zu Kaufkraft Gesamtstadt bzw. gesamtes Marktgebiet in %	
		Mosbach Gesamtstadt	gesamtes Marktgebiet	Mosbach Gesamtstadt	gesamtes Marktgebiet
kurzfristiger Bedarf	104,2	68,8	227,3	151 – 152 %	45 – 46 %
mittelfristiger Bedarf	40,3	22,9	75,1	175 – 176 %	53 – 54 %
langfristiger Bedarf	64,0	38,6	126,9	165 – 166 %	50 – 51 %
Einzelhandel gesamt	208,5	130,3	429,3	160 – 161 %	48 – 49 %

Quelle: CIMA Bestandserhebung, April 2008; CIMA-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 25 **Marktposition des Einzelhandels in der Stadt Mosbach (Umsatz/Kaufkraft in Mio. Euro)**

Quelle: CIMA Berechnungen April 2008

Die Stadt Mosbach weist aufgrund der Entfernungen zu den Konkurrenzstandorten Heilbronn und Heidelberg/Mannheim und der damit auf Mosbach konzentrierten Einkaufsorientierung relativ hohe Zentralitätswerte für ein Mittelzentrum dieser Größenordnung auf. Die hohe Marktposition der Stadt Mosbach wird auch durch die Verkaufsflächenausstattung sowie die Umsatzleistung je Einwohner deutlich. Diese Werte liegen jeweils deutlich über dem Bundesdurchschnitt und den CIMA-Vergleichswerten anderer Mittelzentren.

6.2 Umsatz- und Verkaufsflächenpotential für die Stadt Mosbach

Im Folgenden wird in zwei Prognoseansätzen das Umsatz- und Verkaufsflächenpotential für den Mosbacher Einzelhandel ermittelt. Bei der Ermittlung der Umsatzpotentiale werden Zentralitätswerte bzw. Marktanteile angesetzt, welche in Städten vergleichbarer Größe erreicht werden, wobei die gegenwärtige Einzelhandelsausstattung in Mosbach sowie die regionale Wettbewerbssituation berücksichtigt wurden. Bei der Ermittlung der Umsatz- und Verkaufsflächenprognose wird vom gegenwärtigen Kaufkraftpotential ausgegangen.

Der **untere Prognoseansatz** geht von einer moderaten Steigerung der Kaufkraftbindung im Marktgebiet bzw. eine Sicherung der Marktposition aus.

Der **obere Prognoseansatz** stellt die offensivere Variante dar, welche von einer weiteren Stärkung der Marktposition der Stadt Mosbach als Einkaufsstadt ausgeht.

Eine Flächennachfrage wird auch durch die zum Teil recht kleinen Ladenflächen induziert. Insofern sind die nachfolgend ausgewiesenen Flächenpotentiale auch als Ersatzflächen für

mittlerweile zu kleine bzw. „in die Jahre gekommene“ Anbieter einzustufen und als Anpassung an den allgemeinen Strukturwandel im Einzelhandel einzuordnen.

Tab. 12 **Ziel-Zentralität und Prognose-Umsatz des Mosbacher Einzelhandels (unterer Prognoseansatz)**

Bedarfsbereiche	Ziel-Zentralitäten in %		Kaufkraft in Mio. €		Prognose-Umsatz Gesamtstadt in Mio. €
	Mosbach Gesamtstadt	gesamtes Marktgebiet	Mosbach Gesamtstadt	gesamtes Marktgebiet	
Kurzfristiger Bedarf gesamt	155%	47 %	68,8	227,3	106,6
Mittelfristiger Bedarf gesamt	180%	55 %	22,9	75,1	41,2
Langfristiger Bedarf gesamt	170%	52 %	38,6	126,9	65,6
Einzelhandel gesamt	164%	50 %	130,3	429,3	213,4

Quelle: CIMA Prognoserechnung

Tab. 13 **Ziel-Zentralität und Prognose-Umsatz des Mosbacher Einzelhandels (oberer Prognoseansatz)**

Bedarfsbereiche	Ziel-Zentralitäten in %		Kaufkraft in Mio. €		Prognose-Umsatz Gesamtstadt in Mio. €
	Mosbach Gesamtstadt	gesamtes Marktgebiet	Mosbach Gesamtstadt	gesamtes Marktgebiet	
Kurzfristiger Bedarf gesamt	170 %	51 %	68,8	227,3	117,0
Mittelfristiger Bedarf gesamt	195 %	60 %	22,9	75,1	44,7
Langfristiger Bedarf gesamt	185 %	56 %	38,6	126,9	71,4
Einzelhandel gesamt	179 %	54 %	130,3	429,3	233,1

Quelle: CIMA Prognoserechnung

Tab. 14 Umsatzzuwachs nach Bedarfsbereichen im unteren und oberen Prognoseansatz

	Prognose/ ZIEL-Werte des Mosbacher Einzelhandels				
	IST-Umsatz	unterer Ansatz		oberer Ansatz	
		Prognose-Umsatz	Zusatz-Umsatz	Prognose-Umsatz	Zusatz-Umsatz
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
kurzfristiger Bedarf	104,2	106,6	2,4	117,0	12,8
mittelfristiger Bedarf	40,3	41,2	0,9	44,7	4,4
langfristiger Bedarf	64,0	65,6	1,6	71,4	7,4
Einzelhandel insgesamt	208,5	213,4	4,9	233,1	24,6

Quelle: CIMA-Berechnungen

Bei einer gegenwärtigen Umsatzleistung in Höhe von etwa 208,5 Mio. € beläuft sich das zusätzliche Umsatzpotential für den Einzelhandel in der Stadt Mosbach damit auf insgesamt **4,9 Mio. € bzw. 24,6 Mio. €**

In der Differenzierung nach Bedarfsbereichen entfallen

- 2,4 Mio. € bzw. 12,8 Mio. € auf den kurzfristigen Bedarf
- 0,9 Mio. € bzw. 4,4 Mio. € auf den mittelfristigen Bedarf
- 1,6 Mio. € bzw. 7,4 Mio. € auf den langfristigen Bedarf.

Unter Zugrundelegung branchenüblicher Verkaufsflächenproduktivitätswerte lässt sich das Verkaufsflächenpotential für die Stadt Mosbach ermitteln.

Tab. 15 Umsatz- und Verkaufsflächenpotential für die Stadt Mosbach nach Bedarfsbereichen

	Stadt Mosbach				
	Zusatz-Umsatz		Ø Umsatz/qm VK	VK-Potential	
	unterer Ansatz	oberer Ansatz		unterer Ansatz	oberer Ansatz
	in Mio. €		in €	in qm	
kurzfristiger Bedarf	2,4	12,8	4.500,--	500	2.800
mittelfristiger Bedarf	0,9	4,4	3.000,--	300	1.500
langfristiger Bedarf	1,6	7,4	2.000,--	800	3.700
Einzelhandel insgesamt	4,9	24,6	---	1.600	8.000

Quelle: CIMA-Berechnungen

Bei einem Umsatzpotential in Höhe von ca. 4,9 Mio. € (unterer Wert) bzw. 24,6 Mio. € (oberer Wert) beläuft sich das rechnerische zusätzliche

Verkaufsflächenpotential auf 1.600 qm – 8.000 qm.

Hiervon entfallen:

- 500 qm – 2.800 qm auf den kurzfristigen Bedarf
- 300 qm – 1.500 qm auf den mittelfristigen Bedarf
- 800 qm – 3.700 qm auf den langfristigen Bedarf.

Bei der Ermittlung des zusätzlichen Verkaufsflächenpotentials wurde eine Einzelhandelsentwicklung **ohne nennenswerten Verdrängungswettbewerb** innerhalb der Gesamtstadt Mosbach angenommen.

Die ausgewiesenen Verkaufsflächenpotentiale sind als Orientierungsrahmen für die künftige Entwicklung des Einzelhandels (Prognosezeitraum ca. 7 - 8 Jahre) in der Stadt Mosbach einzustufen. Die branchen- und standortbezogene Beurteilung wird nachfolgend im Branchenkonzept vorgenommen.

Zur Inwertsetzung der ermittelten Umsatz- und Verkaufsflächenpotentiale für die Gesamtstadt Mosbach sind in der nachfolgenden Tabelle die absoluten und relativen Veränderungen gegenüber dem gegenwärtigen Einzelhandelsbestand dargelegt.

Beim unteren Ansatz ergibt sich ein rechnerischer Umsatzzuwachs von ca. 2 % gegenüber dem gegenwärtigen Umsatz. Beim oberen Prognoseansatz beträgt der rechnerische Zuwachs ca. 11 %.

Tab. 16 Umsatz- und Verkaufsflächenpotential (unterer Ansatz)

Bedarfsbereich	Ist-Situation		Unterer Ansatz					
	Umsatz	Verkaufsfläche	Umsatzpotential			Verkaufsflächenpotential		
			Prognose-Umsatz	Zusatz-Umsatz	in %	Prognose-Verkaufsfläche	Zusatz-Verkaufsfläche	in %
	in Mio. €	in qm	in Mio. €			in qm		
Kurzfristiger Bedarf gesamt	104,2	22.400	106,6	2,4	2,3 %	22.900	500	2,2 %
Mittelfristiger Bedarf gesamt	40,3	15.140	41,2	0,9	2,2 %	15.400	300	2,0 %
Langfristiger Bedarf gesamt	64,0	34.170	65,6	1,6	2,5 %	35.000	800	2,3 %
Einzelhandel gesamt	208,5	71.710	213,4	4,9	2,4 %	73.300	1.600	2,2 %

Quelle: CIMA-Berechnungen, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Tab. 17 Umsatz- und Verkaufsflächenpotential (oberer Ansatz)

Bedarfsbereich	Ist-Situation		Oberer Ansatz					
	Umsatz	Verkaufsfläche	Umsatzpotential			Verkaufsflächenpotential		
			Prognose-Umsatz	Zusatz-Umsatz	in %	Prognose-Verkaufsfläche	Zusatz-Verkaufsfläche	in %
	in Mio. €	in qm	in Mio. €			in qm		
Kurzfristiger Bedarf gesamt	104,2	22.400	117,0	12,8	12,2	25.200	2.800	12,5 %
Mittelfristiger Bedarf gesamt	40,3	15.140	44,7	4,4	10,9 %	16.600	1.500	9,9 %
Langfristiger Bedarf gesamt	64,0	34.170	71,4	7,4	11,6 %	37.900	3.700	10,8 %
Einzelhandel gesamt	208,5	71.710	233,1	24,6	11,8 %	79.700	8.000	11,2 %

Quelle: CIMA-Berechnungen, leichte Rundungsdifferenzen möglich

Die rechnerisch ermittelten Verkaufsflächenpotentiale sind unter Berücksichtigung der bestehenden Planungen im Bereich „Majolika-Gelände“ zu relativieren. Nach Angaben der Stadtverwaltung Mosbach sind an diesem Standort 4.400 qm VK genehmigt. Hiervon entfallen auf einen Lebensmitteldiscountmarkt ca. 1.250 qm VK, auf einen Textilfachmarkt ca. 550 qm VK und auf den Raiffeisenmarkt (mit Gartencenter) ca. 2.400 qm VK, wobei es sich hier um eine innerörtliche Standortverlagerung mit Erweiterung handelt.

Mit der Realisierung der Handelsnutzungen am Majolika-Gelände wird der untere Verkaufsflächenprognosewert bereits leicht überschritten. Hierbei ist auch auf die unterschiedlichen Kundenzielgruppenansprachen der verschiedenen Betriebstypen im Einzelhandel hinzuweisen. Zusätzliche Verkaufsflächen sind insofern jeweils auch unter qualitativen Aspekten einzuordnen.

7. Die Bewertung der Situation in Mosbach aus Sicht der Bürger

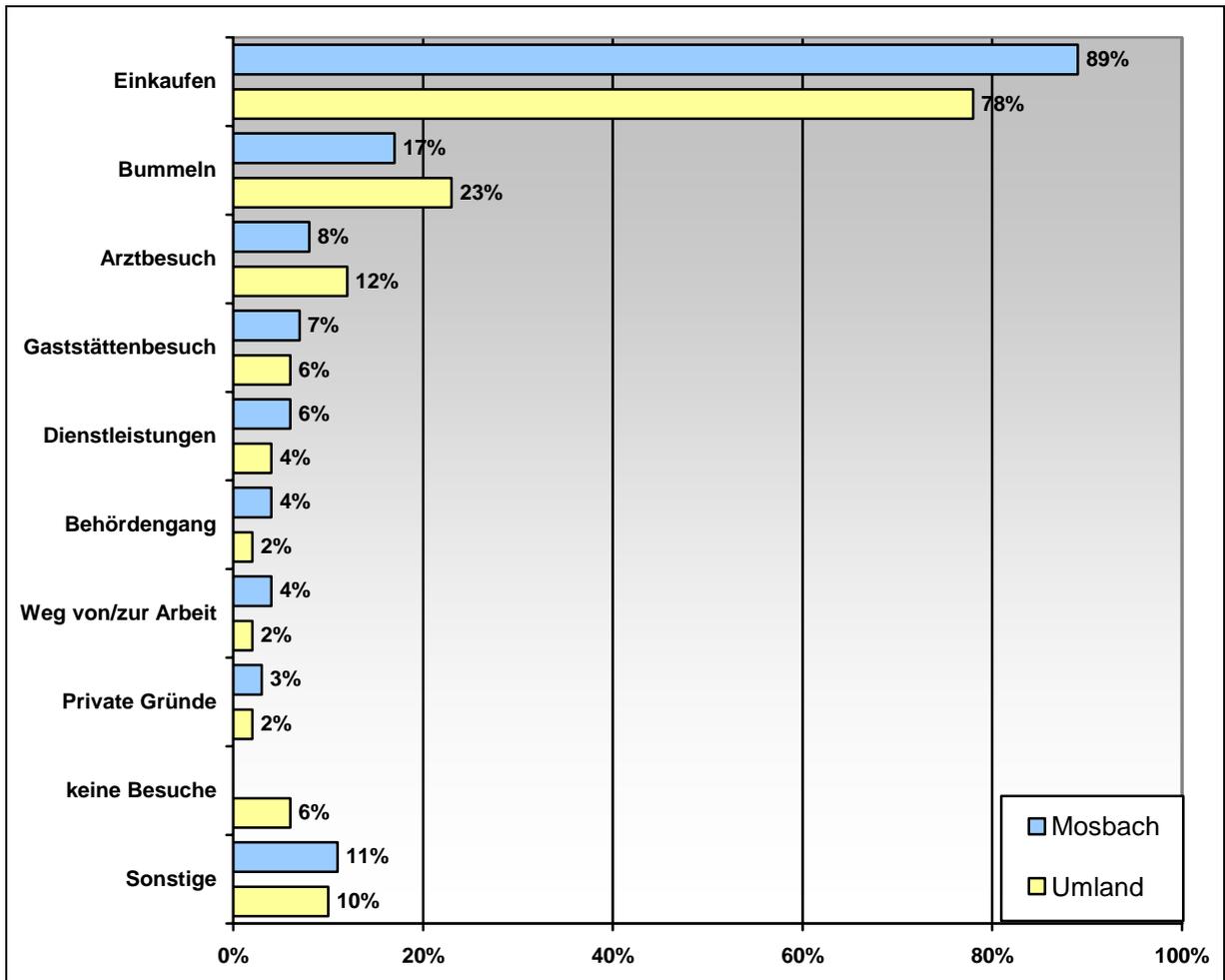
Zur Ermittlung des Verbraucherverhaltens sowie der Einkaufsorientierung der Bevölkerung im Raum Mosbach wurde im April/Mai 2008 eine repräsentative telefonische Haushaltsbefragung durchgeführt. Mit der Haushaltsbefragung wurden außerdem Informationen zu Angebotsstärken und -defiziten in Mosbach sowie Anregungen der Bevölkerung für die künftige Stadtentwicklung erfasst.

Insgesamt wurden 500 Haushalte in der Gesamtstadt Mosbach sowie im Umland (Verbreitungsgebiet der City-Card) befragt. Die Auswertung der Ergebnisse der Haushaltsbefragung erfolgt nach dem Befragungsort (Mosbach und Umland). Bei ausgewählten Fragen wird zur Einordnung der Ergebnisse für Mosbach ein CIMA-Vergleichswert als Orientierungswert gegenübergestellt.

7.1 Gründe für den Besuch des Stadtzentrums von Mosbach und Aufenthaltsdauer der Besucher

Das Einkaufen stellt sowohl für die Bevölkerung der Gesamtstadt Mosbach als auch für die Umlandbevölkerung das Hauptmotiv für den Besuch der Innenstadt dar. Des Weiteren sind das „Bummeln“ sowie der Arztbesuch (v. a. für die Befragten im Umland) wichtige Gründe für den Besuch der Mosbacher Innenstadt. Andere Motive spielen für einen Besuch des Stadtzentrums von Mosbach eine untergeordnete Rolle.

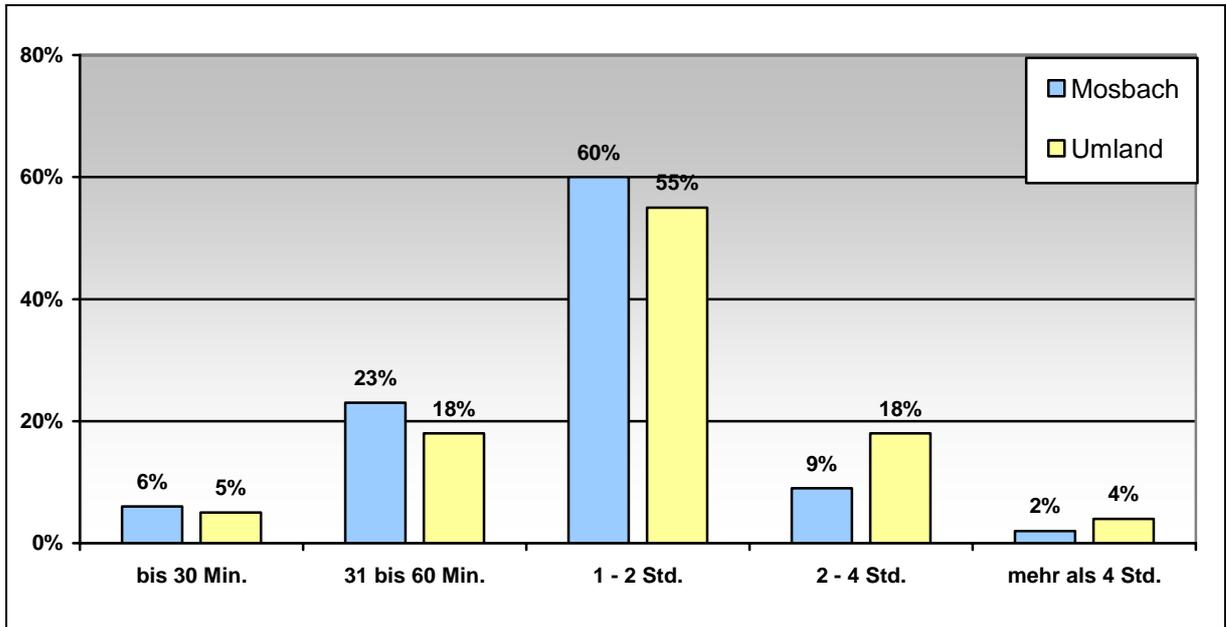
Insbesondere das Motiv „Bummeln“ wurde von der Umlandbevölkerung der Stadt Mosbach mit 23 % der Nennungen deutlich häufiger genannt als bei anderen CIMA-Befragungen (CIMA-Vergleichswert: 11 %, bezogen auf die jeweilige Umlandbevölkerung).

Abb. 26 **Zu welchem Zweck besuchen Sie gewöhnlich das Stadtzentrum von Mosbach?**

Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung, Mehrfachnennungen möglich

Im Hinblick auf die „Aufenthaltsdauer“ der Besucher hält sich die Mehrheit der Befragten eine bis zwei Stunden in der Innenstadt von Mosbach auf. Die Aufenthaltsdauer in der Innenstadt ist damit durch einen recht hohen Anteil von Besuchern mit einer mittleren Verweildauer gekennzeichnet. Bei einer Aufenthaltsdauer von einer bis zwei Stunden ist i.d.R. die Kopplung mit einem Arztbesuch ausschlaggebend.

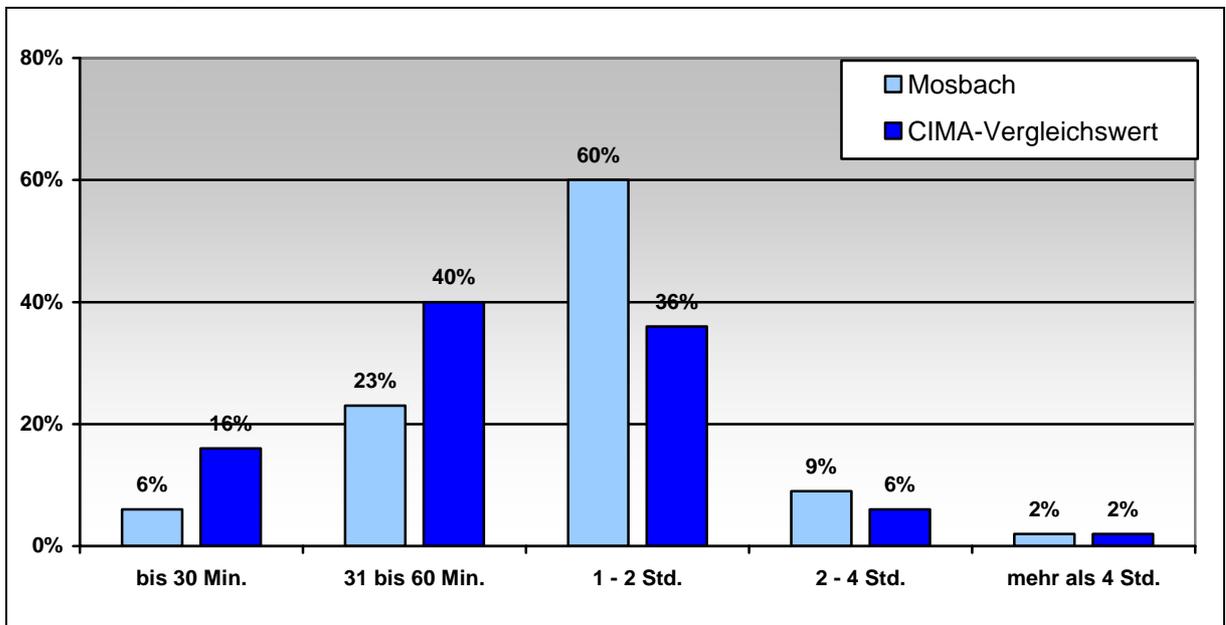
Abb. 27 **Wie lange halten Sie sich gewöhnlich für Erledigungen im Stadtzentrum von Mosbach auf?**



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

Der CIMA-Vergleich verdeutlicht die überdurchschnittliche Verweildauer der Kunden/Besucher in der Mosbacher Innenstadt. Dieser Aspekt ist sicherlich sehr positiv zu bewerten.

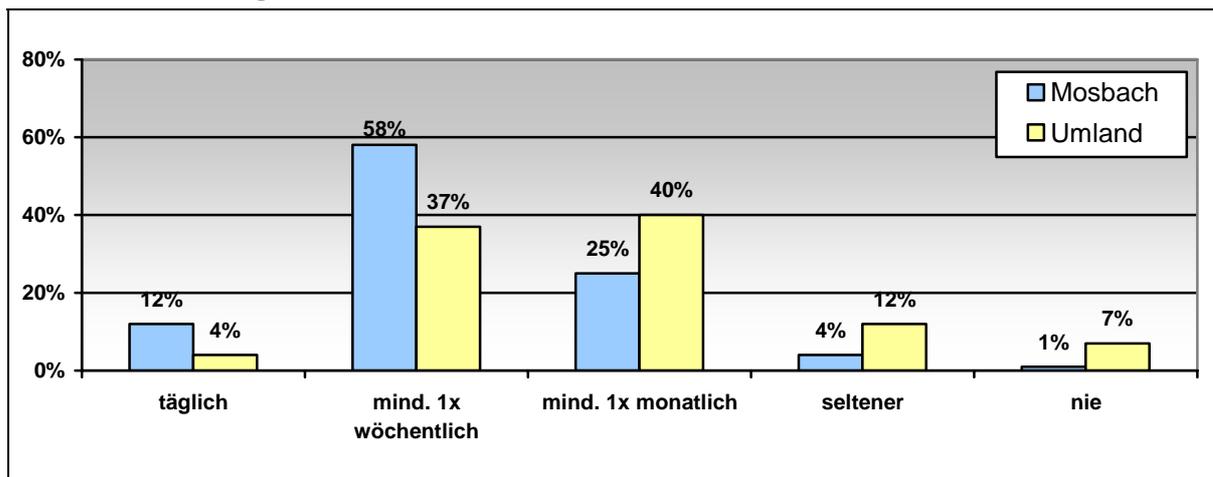
Abb. 28 **Gegenüberstellung der Aufenthaltsdauer im Mosbacher Stadtzentrum mit dem CIMA-Vergleichswert (nur Mosbach)**



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung; CIMA-Datenpool

Für die Befragten in Mosbach ist eine recht hohe Besuchshäufigkeit des Stadtzentrums festzuhalten. Nur 5 % der Befragten in Mosbach gaben an, das Stadtzentrum nur „selten“ bzw. „nie“ aufzusuchen. Bei den Befragten im Umland liegt der Anteil derer, die das Stadtzentrum von Mosbach selten bzw. nie aufsuchen, bei immerhin 19 %. Dieser Wert ist auch ein Hinweis darauf, dass das Kundenpotential im Umland perspektivisch noch etwas stärker erschlossen werden kann bzw. sollte.

Abb. 29 **Wie häufig besuchen Sie das Stadtzentrum von Mosbach?**



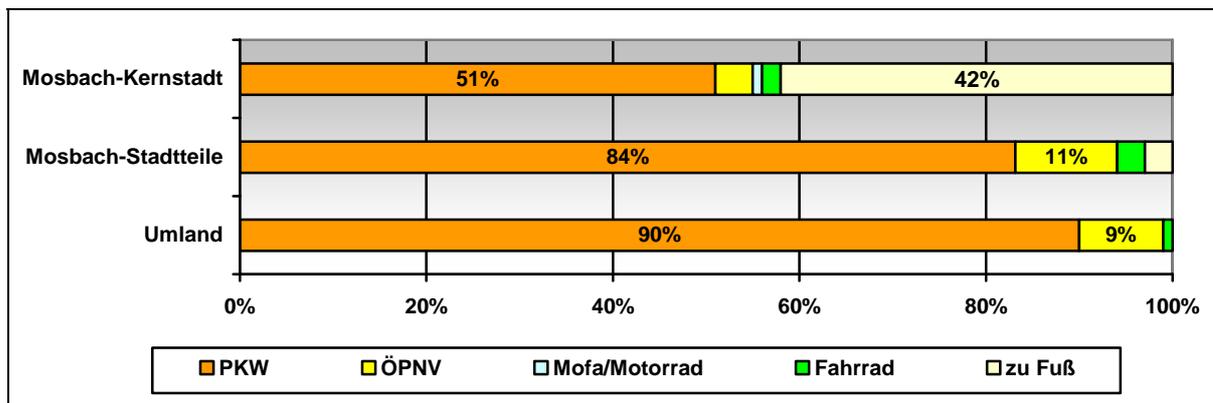
Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

7.2 Verkehrsmittelwahl und Parkplatzsituation

Der PKW besitzt als Verkehrsmittel zum Erreichen des Stadtzentrums von Mosbach durch Kunden aus den Stadtteilen bzw. dem Umland den mit weitem Abstand höchsten Stellenwert. Das Fahrrad spielt selbst bei den Befragten in Mosbach-Kernstadt nur eine eher untergeordnete Rolle. Gleiches gilt für die Nutzung des ÖPNV-Angebotes. Für die Kernstadt ist darauf hinzuweisen, dass neben dem PKW ein hoher Anteil der Kunden „zu Fuß“ in das Stadtzentrum kommt (Stadt der kurzen Wege).

Die Bedeutung des PKW ist im ländlich strukturierten Raum Mosbach deutlich höher als in Verdichtungsräumen und Großstädten und unterstreicht den hohen Stellenwert, den eine gute PKW-Erreichbarkeit auch für die Attraktivität der Stadt Mosbach als Einkaufsstadt besitzt.

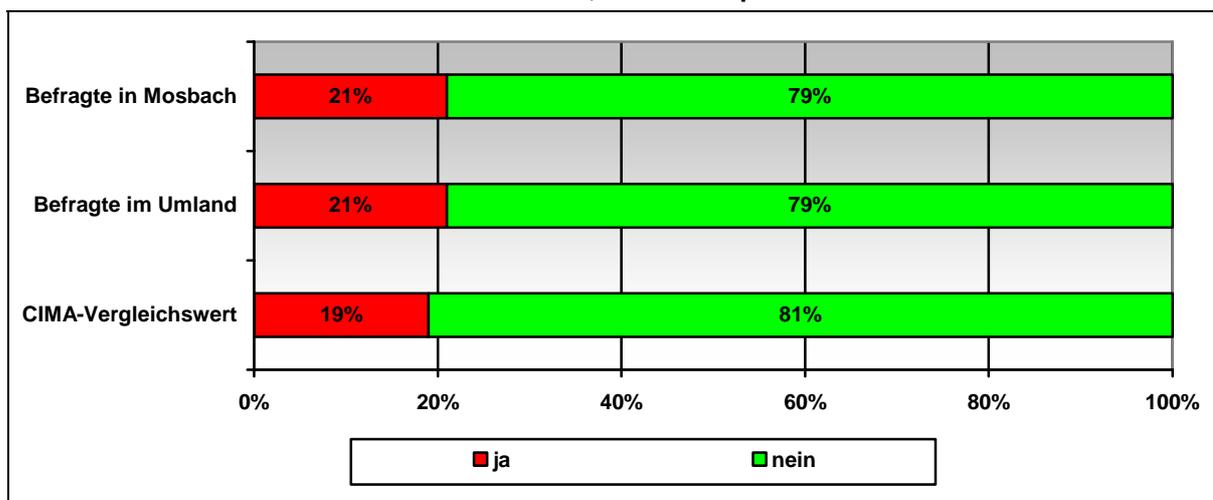
Abb. 30 **Mit welchem Verkehrsmittel kommen Sie für gewöhnlich in das Stadtzentrum von Mosbach (häufigstes Verkehrsmittel)?**



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

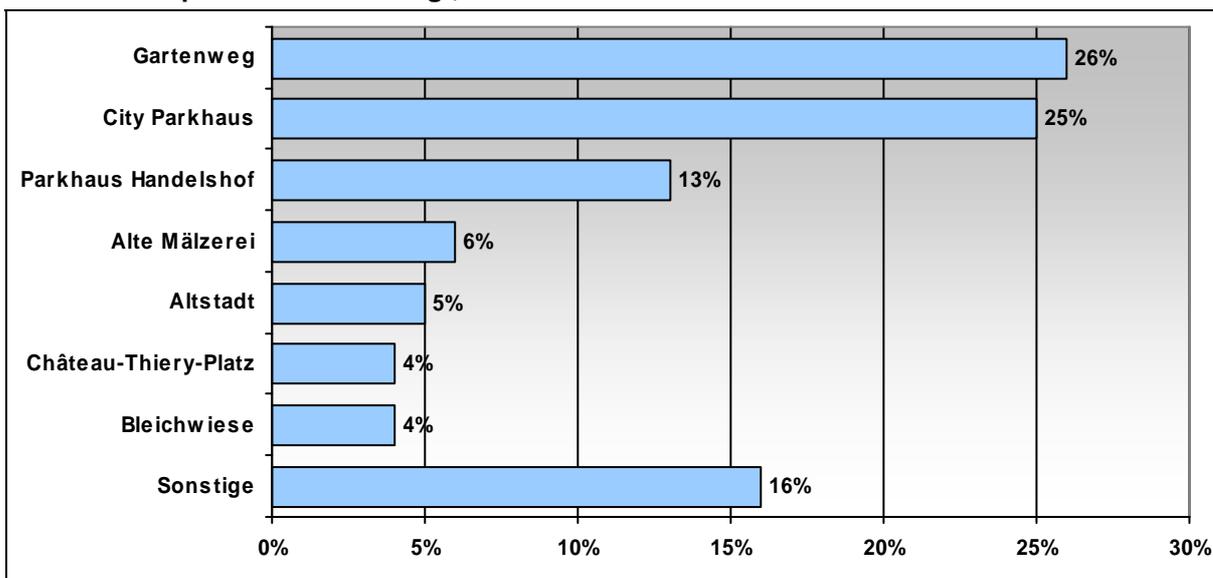
Der Anteil der Befragten, welcher Probleme bei der Parkplatzsuche im Stadtzentrum von Mosbach angibt, liegt mit jeweils ca. 21 % im Vergleich zur Situation in anderen CIMA-Städten auf einem durchschnittlichen Niveau.

Abb. 31 **Haben Sie normalerweise Probleme, einen Parkplatz im Stadtzentrum zu finden?**



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

Hinsichtlich der bevorzugten Parkplätze in Mosbach zeigt sich, dass vor allem der Gartenweg und das City-Parkhaus favorisiert werden. Als weitere bevorzugte Parkmöglichkeit wird das Parkhaus des Handelshofes im Bereich Hauptstraße/Alte Bergsteige genannt.

Abb. 32 **Wo parken Sie bevorzugt, wenn Sie die Innenstadt besuchen?**

Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

7.3 Wichtigkeit und Bewertung der Angebots- und Verkehrssituation sowie des Stadtbildes/Images in der Stadt Mosbach

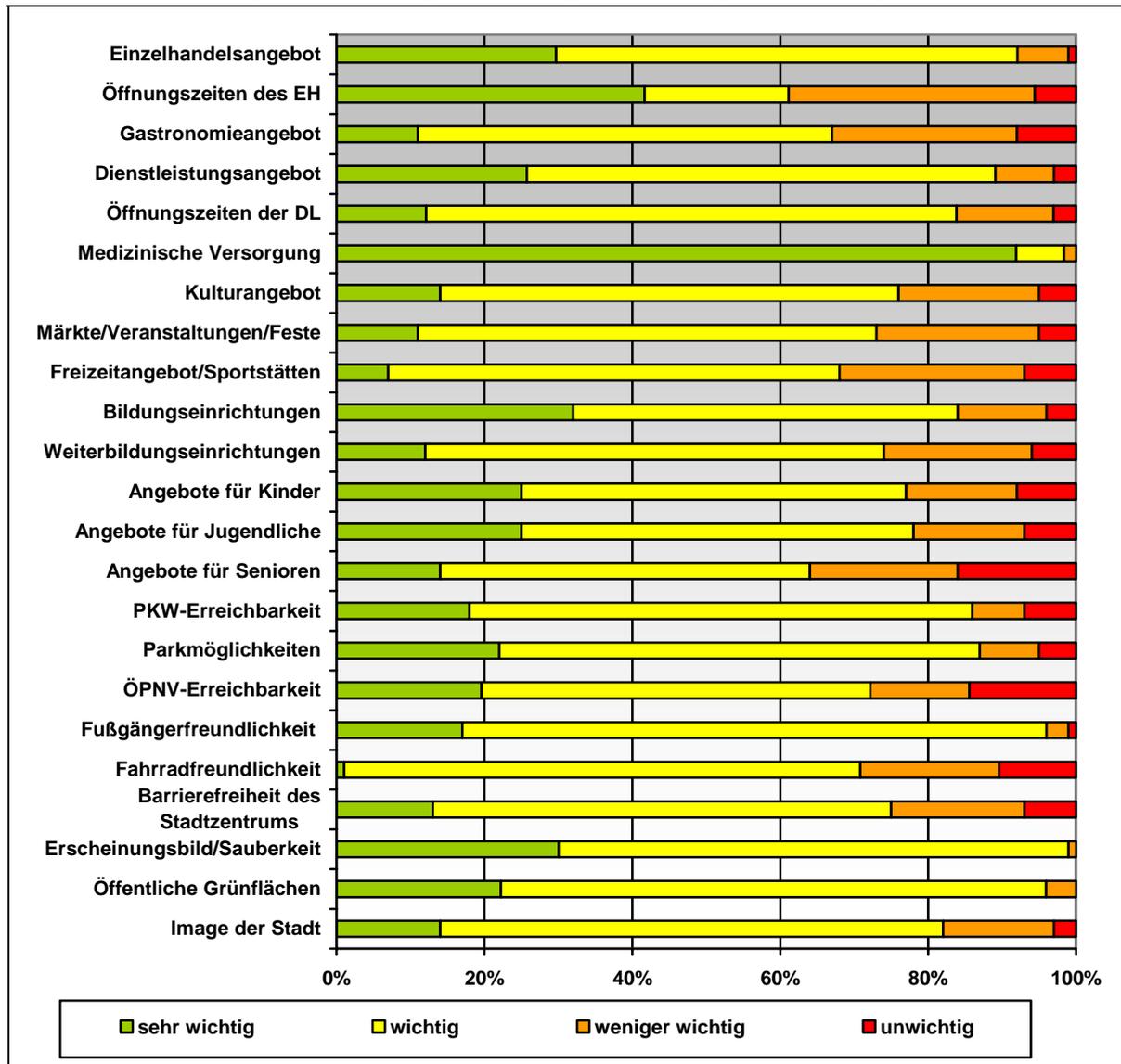
Im Zuge der Bewertung der verschiedenen Aspekte der Angebots- und Verkehrssituation sowie des Stadtbildes wird von den Befragten eine Einschätzung der Wichtigkeit der einzelnen Aspekte für sich selbst vorgenommen. In einem zweiten Schritt werden diese Aspekte für den Standort „Mosbacher Innenstadt“ bewertet. Daraus ergibt sich die Möglichkeit der Kombination beider Ergebnisse.

7.3.1 Wichtigkeit der Aspekte

Die Einschätzung der Wichtigkeit ausgewählter Aspekte erfolgt innerhalb von vier vorgegebenen Kategorien (1=sehr wichtig, 2=wichtig, 3=weniger wichtig, 4=unwichtig).

Am Wichtigsten ist der Aspekt „Medizinische Versorgung“ einzustufen. Als unwichtigster Aspekt werden das Gastronomieangebot sowie das Angebot für Senioren bewertet.

Abb. 33 Darstellung der Verteilung der Wichtigkeit bei ausgewählten Aspekten



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

7.3.2 Bewertung der Aspekte

Anhand der Vergabe von Schulnoten konnten die befragten Haushalte ausgewählte Aspekte in der Stadt Mosbach bewerten. Aufgrund sich ähnelnder Werte der Befragten in der Stadt Mosbach bzw. im Umland wird im Folgenden nur noch ein gemeinsamer Wert ausgewiesen. In der **Gesamtheit** wird Mosbach von den befragten Bürgerinnen und Bürgern überwiegend positiv eingeschätzt. Die Durchschnittsnote der einzelnen Aspekte weist eine Spannweite von 2,06 (Fußgängerfreundlichkeit) bis 2,99 (Angebote für Jugendliche) auf. Insgesamt lassen sich folgende Kernaussagen zusammenfassen:

- **Bewertung der Angebotssituation**

Eine **gute Beurteilung** wird beim *Gastronomie-, Dienstleistungs- und Kulturangebot*, den *Öffnungszeiten des Einzelhandels*, der *medizinischen Versorgung*, den durchgeführten *Märkte/Veranstaltungen/Feste*, *Freizeitangebot/Sportstätten* sowie den *Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen* gegeben.

Eine **durchschnittliche Bewertung** erhielten jeweils das *Angebot für Kinder/Jugendliche und Senioren*.

- **Bewertung der Verkehrssituation**

Eine **gute Beurteilung** wird für die *PKW-Erreichbarkeit* der Innenstadt, die *Parkmöglichkeiten* die *ÖPNV-Erreichbarkeit* sowie die *Fußgängerfreundlichkeit* abgegeben.

Die *Fahrradfreundlichkeit* und die *Barrierefreiheit des Stadtzentrums* werden als **durchschnittlich** eingestuft.

- **Bewertung der städtebaulichen Situation und des Images**

Eine **gute Beurteilung** wird für das *Erscheinungsbild und Sauberkeit*, *Öffentlichen Grünflächen* sowie das *Image der Stadt* abgegeben.

Bei der Gegenüberstellung der Befragungswerte aus Mosbach mit den Befragungsergebnissen aus anderen Städten und Gemeinden (CIMA-Vergleichswert) sind zum Teil deutliche Abweichungen erkennbar, welche die subjektiv empfundenen Stärken und Schwächen wiedergeben.

Beim Aspekt *ÖPNV-Erreichbarkeit* kann eine **signifikante positive Abweichung** sowie bei den Punkten *Ladenöffnungszeiten*, *Gastronomieangebot*, *Kulturangebot*, *Fußgängerfreundlichkeit* und *Öffentliche Grünflächen* **moderate positive Abweichungen** vom CIMA-Vergleichswert festgestellt werden. Die weiteren Aspekte werden durch die Befragten in

Mosbach bzw. im Umland jeweils nur geringfügig besser oder schlechter eingestuft als in Städten und Gemeinden ähnlicher Größenordnung.

Neben der Bewertung nach Schulnoten konnten die Befragten zu den einzelnen Punkten auch eigene Anregungen und Verbesserungsvorschläge äußern. Die häufigsten Einzelnennungen sind nachfolgend nach Themenbereichen zusammengefasst aufgelistet:

Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot

Öffnungszeiten der Einzelhandelsbetriebe (angleichen, verlängern)	83 Nennungen
Größeres Angebot an Einkaufsmöglichkeiten	41 Nennungen
Öffnungszeiten bei den Dienstleistungsbetrieben (angleichen, verlängern)	35 Nennungen

Kultur-, Freizeit und Gastronomieangebot

Größeres Angebot im Bereich Freizeit v.a. für Kinder/Jugendliche	50 Nennungen
Ausweitung des gastronomischen Angebotes	35 Nennungen

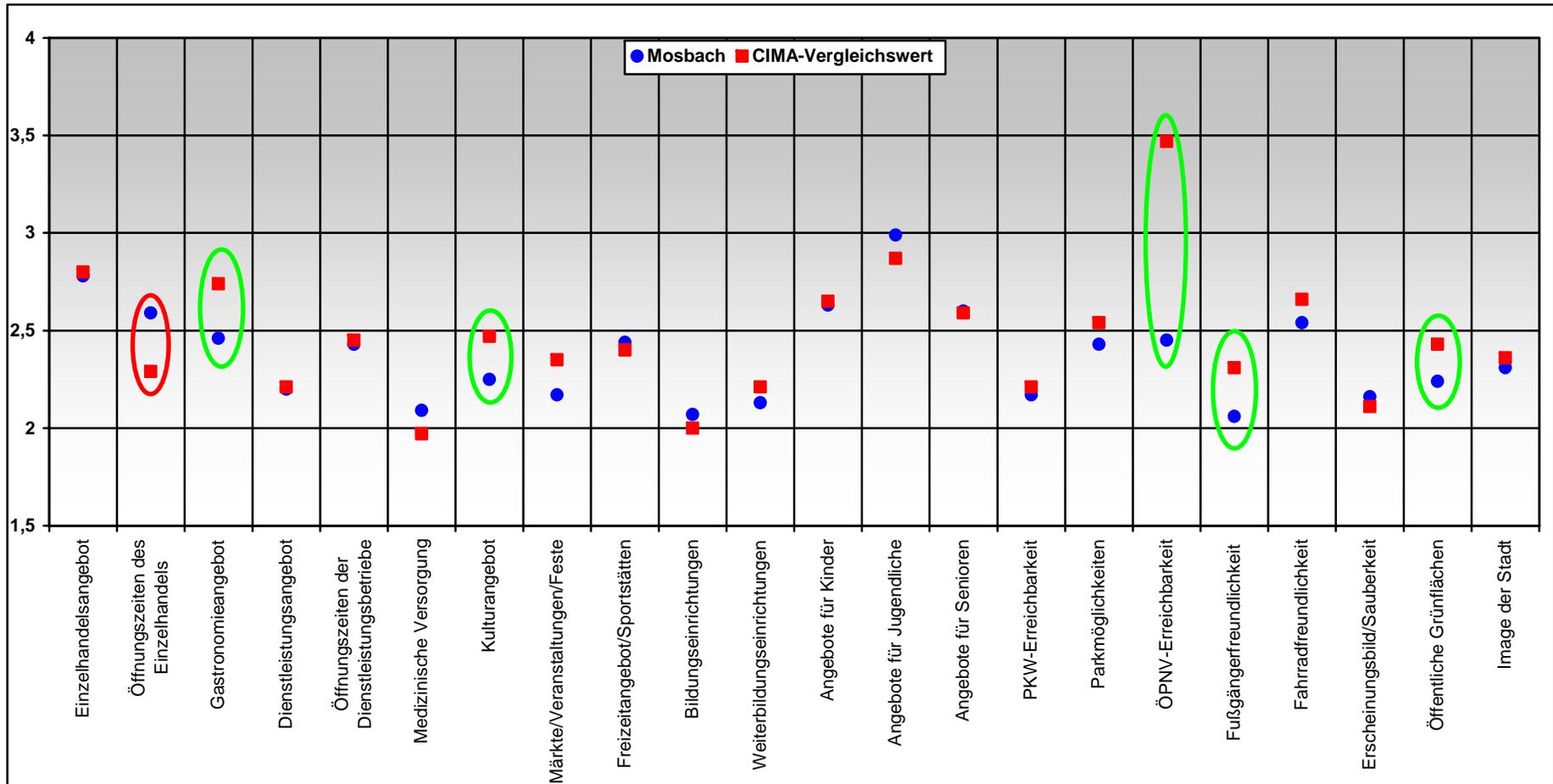
Verkehr

Ausweitung des Parkplatzangebotes	68 Nennungen
Verbesserung der ÖPNV-Erreichbarkeit	43 Nennungen
Ausweitung des Radwege-Angebotes	18 Nennungen

Erscheinungsbild/Sauberkeit/Einkaufsatmosphäre

Ausweitung der Zahl der Grünanlagen/-flächen	16 Nennungen
Problematik des Kopfsteinpflasters	14 Nennungen

Abb. 34 Vergleich der Bewertung der Situation in Mosbach mit dem CIMA-Vergleichswert nach Schulnoten (1 = sehr gut bis 6 = ungenügend)⁸



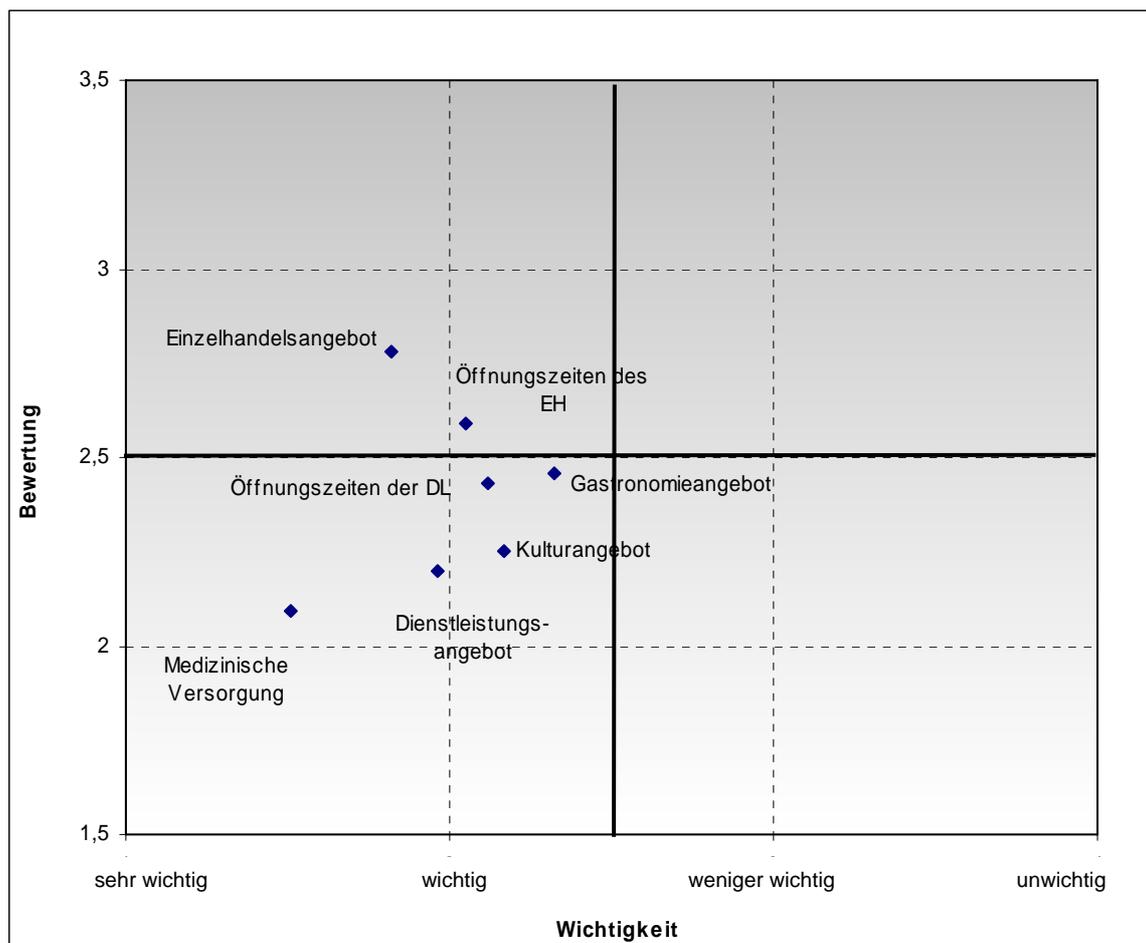
Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

⁸ Für den Aspekt „Barrierefreiheit der Innenstadt“ ist kein CIMA-Vergleichswert vorhanden.

7.3.3 Gegenüberstellung der Wichtigkeit und der Bewertung ausgewählter Aspekte

Für den Themenbereich „Angebotsituation“ zeigt sich, dass alle relevanten Aspekte als wichtig eingestuft werden. Ein attraktives Einzelhandelsangebot sowie kundenfreundliche Öffnungszeiten der Geschäfte werden von den Befragten zwar als wichtig bis sehr wichtig eingestuft, für die Situation in Mosbach erfolgt jedoch eine etwas kritischere Bewertung.

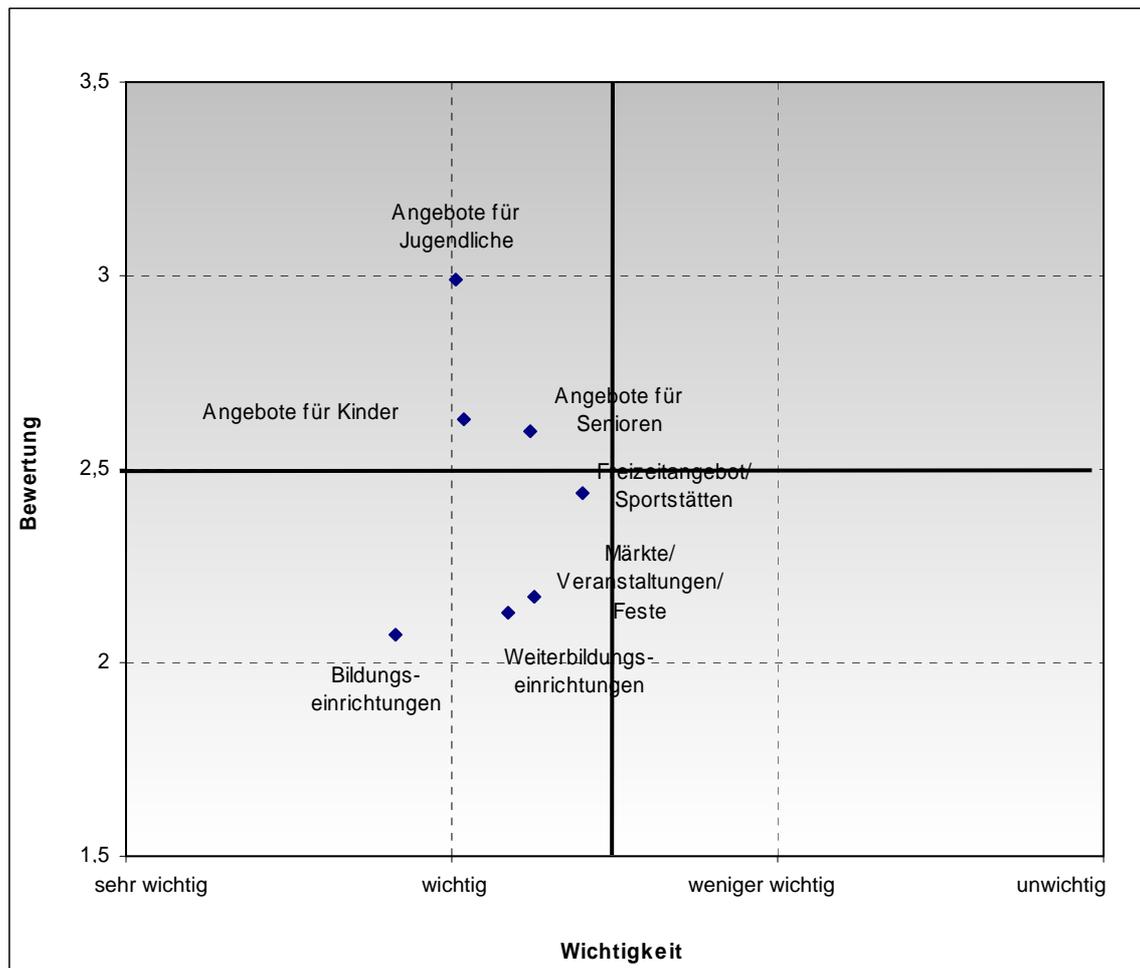
Abb. 35 **Gegenüberstellung der Wichtigkeit und der Bewertung der Aspekte der Angebotssituation I**



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

Bei den weiteren Aspekten der Angebotssituation werden v.a. die Angebote für Kinder/Jugendliche/Senioren vergleichsweise schlechter bewertet. Am wichtigsten und zudem im Vergleich deutlich positiv bewertet werden von den Befragten die Bildungseinrichtungen in Mosbach.

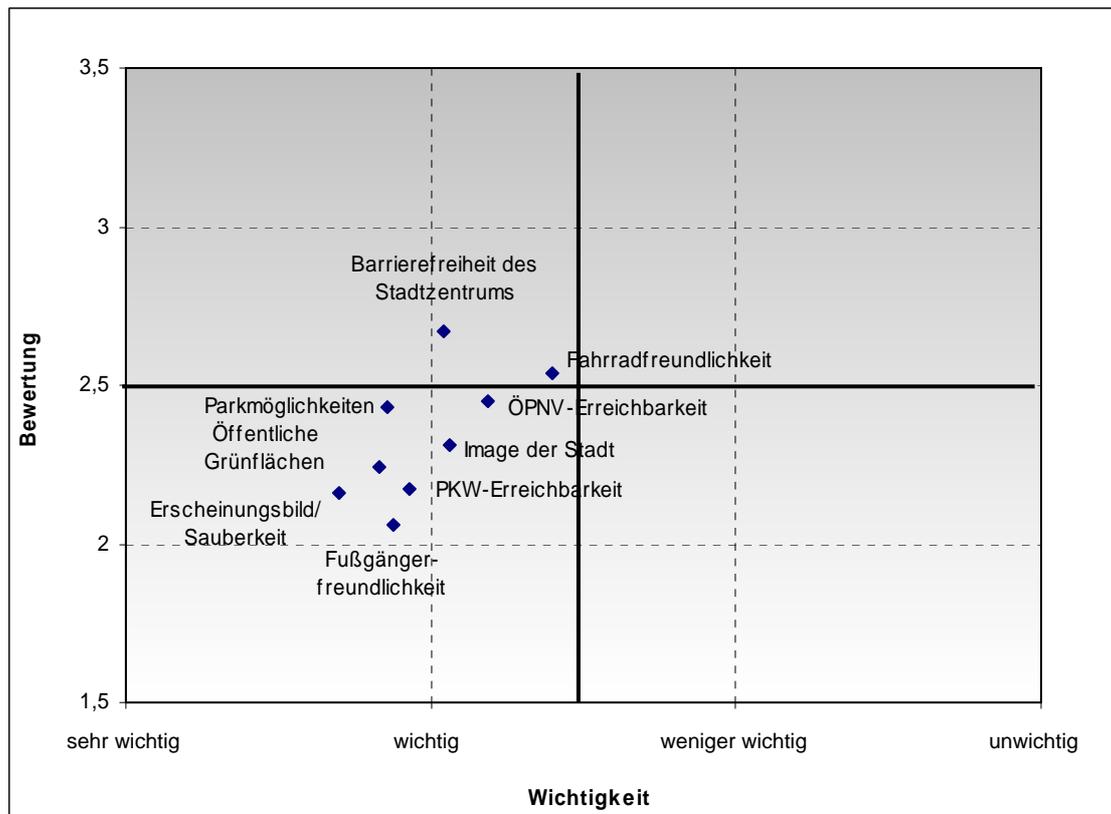
Abb. 36 **Gegenüberstellung der Wichtigkeit und der Bewertung der Aspekte der Angebotssituation II**



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

Während beim Themenbereich „Angebotssituation“ eine gewisse Spannweite innerhalb der Ergebnisse zu verzeichnen ist, liegen die Werte in den Themenbereichen „Verkehrssituation“ und „Stadtbild/Image“ dichter beieinander. Hinsichtlich der Bewertung durch die Befragten rangieren ausschließlich die Aspekte „Fahrradfreundlichkeit“ und die „Barrierefreiheit des Stadtzentrums“ unterhalb des rechnerischen Mittelwertes. Die wichtigsten Aspekte wie das Erscheinungsbild/die Sauberkeit, die öffentlichen Grünflächen oder die Fußgängerfreundlichkeit werden von den Befragten auch positiv bewertet.

Abb. 37 **Gegenüberstellung der Wichtigkeit und der Bewertung der Aspekte der Verkehrssituation sowie des Stadtbildes/Image**



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

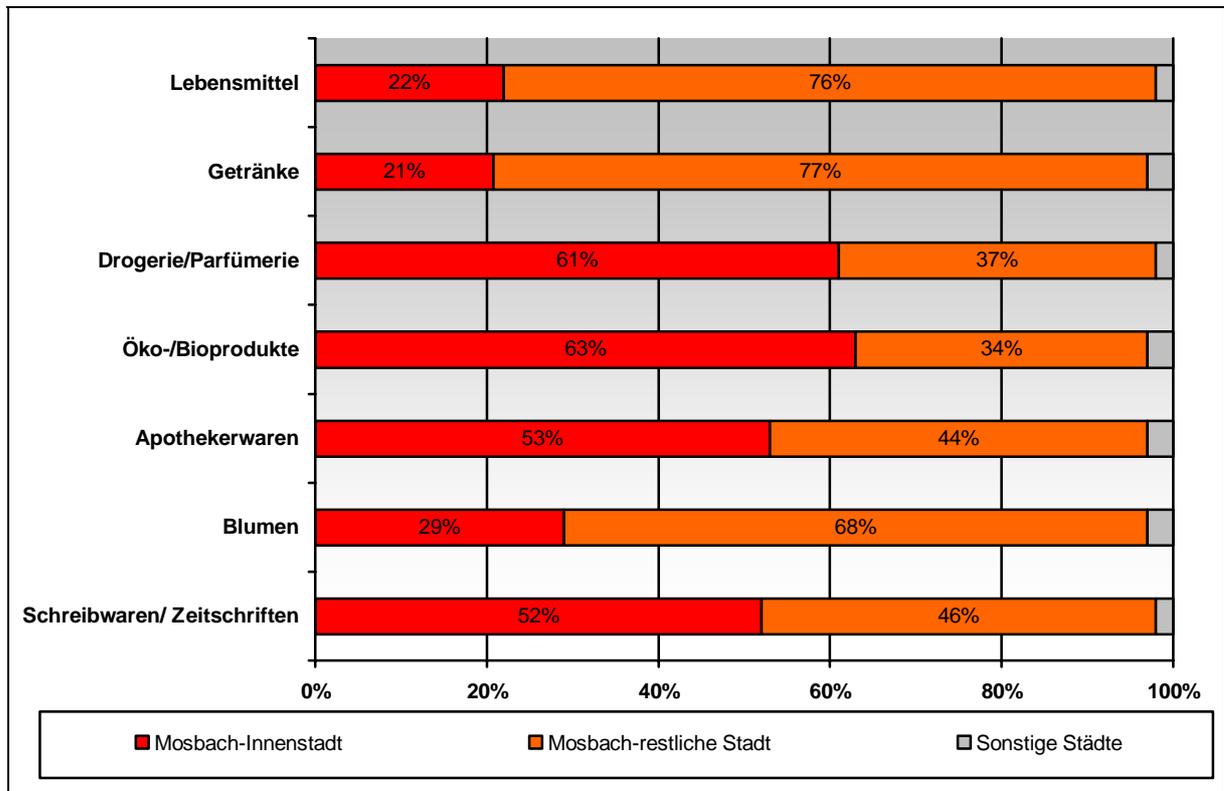
7.4 Einkaufsorientierung nach Branchen

Zur Einordnung der nachfolgenden Befragungsergebnisse ist darauf hinzuweisen, dass sich die branchenbezogene Einkaufsorientierung der Befragten jeweils auf das gesamtstädtische Angebot und nicht nur auf das Angebot in der Innenstadt von Mosbach bezieht. Die Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung wird auch durch die Auswahl der Befragungsorte, die mit der Auftraggeberin abgestimmt war, beeinflusst.

Kurzfristiger Bedarfsbereich

Der Einkauf von Waren des kurzfristigen Bedarfs wird von der **Mosbacher Bevölkerung** überwiegend vor Ort getätigt. Die Versorgungsqualität bei den Gütern des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Drogeriewaren etc.) wird durch die Bevölkerung damit als gut eingestuft und entsprechend gewürdigt. Gleiches gilt für den Sortimentsbereich Blumen/Pflanzen und Schreibwaren/Zeitschriften.

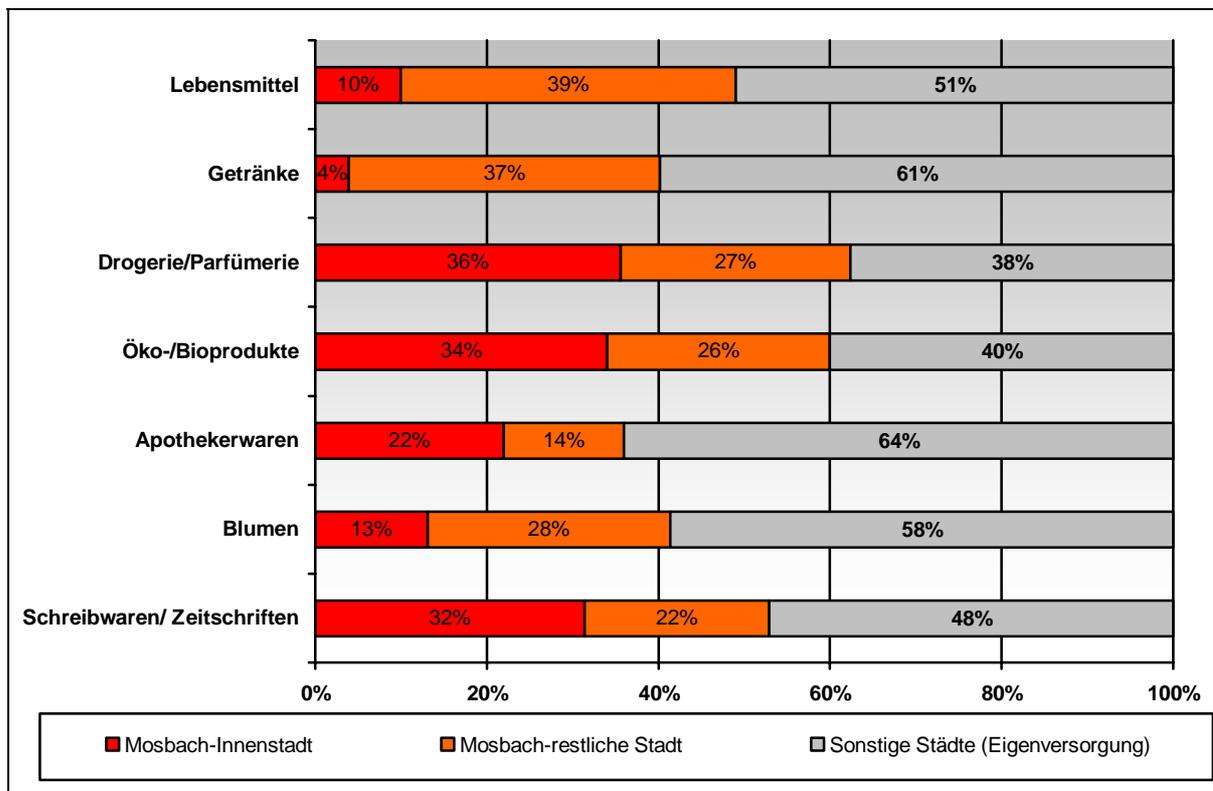
Abb. 38 Nennen Sie die Orte, in denen Sie die folgenden Waren (kurzfristiger Bedarf) meistens einkaufen? (Mosbach)



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

Für die Befragten aus dem **Umland** ist beim kurzfristigen Bedarf erwartungsgemäß ein relativ hoher Anteil an wohnortnaher Einkaufsorientierung festzuhalten. Speziell bei Drogerie/Parfümeriewaren sowie Öko- und Bioprodukten besitzt die Stadt Mosbach aber auch für die Umlandbevölkerung eine recht hohe Marktposition.

Abb. 39 Nennen Sie die Orte, in denen Sie die folgenden Waren (kurzfristiger Bedarf) meistens einkaufen? (Umland)



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

Mittelfristiger Bedarfsbereich

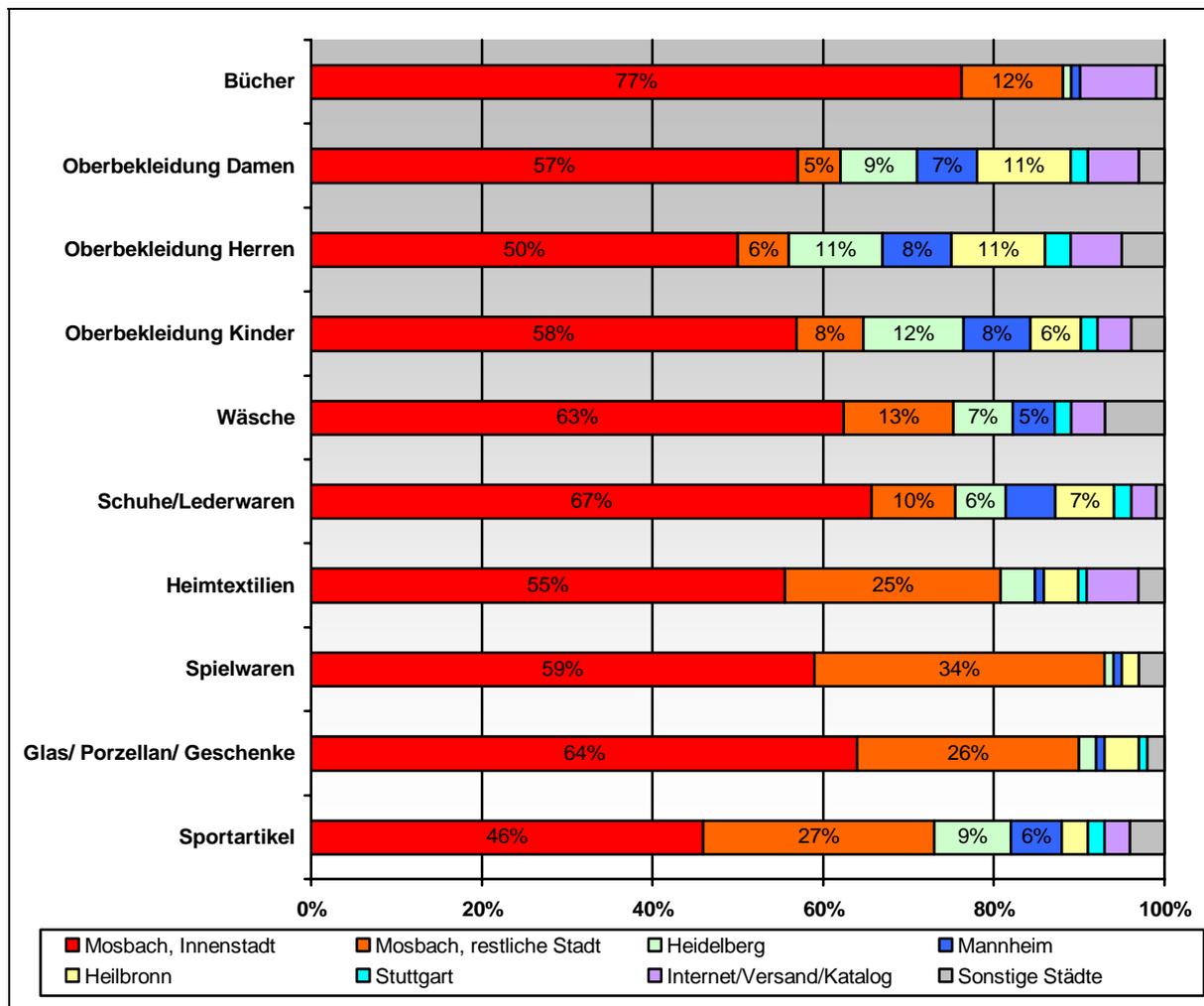
Im mittelfristigen Bedarfsbereich besitzen die Angebote insb. in der Innenstadt von Mosbach eine recht hohe Bedeutung für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung.

Legt man die Gesamtstadt Mosbach zugrunde, dann bewegen sich die Werte für die einzelnen Branchen überwiegend oberhalb von 60 %-Marke. Im Bereich Oberbekleidung ist jedoch ein recht hoher Anteilswert bei der auswärtigen Einkaufsorientierung festzuhalten. Die Haupteinkaufsorientierung geht für diese Branchen in Richtung Heidelberg/Mannheim und Heilbronn, wobei die Neueröffnung der „Stadtgalerie Heilbronn“ im März 2008 eine gewisse Rolle gespielt hat (Hinweis auf den sog. „Neuigkeitseffekt“).

Unter alleiniger Betrachtung der Innenstadt von Mosbach ist die bestehende Konkurrenzsituation zu den Einkaufslagen im restlichen Stadtgebiet, wie dem Kaufland-Einkaufszentrum v.a. für die Branchen Heimtextilien, Spiel- und Sportwaren und Glas/Porzellan/Keramik deutlich erkennbar.

Die Vertriebsform „Versand/Internethandel“ besitzt v. a. für die Branchen Bücher, Oberbekleidung Damen/Herren sowie Heimtextilien eine recht hohe Bedeutung.

Abb. 40 Nennen Sie die Orte, in denen Sie die folgenden Waren (mittelfristiger Bedarf) meistens einkaufen? (Mosbach)

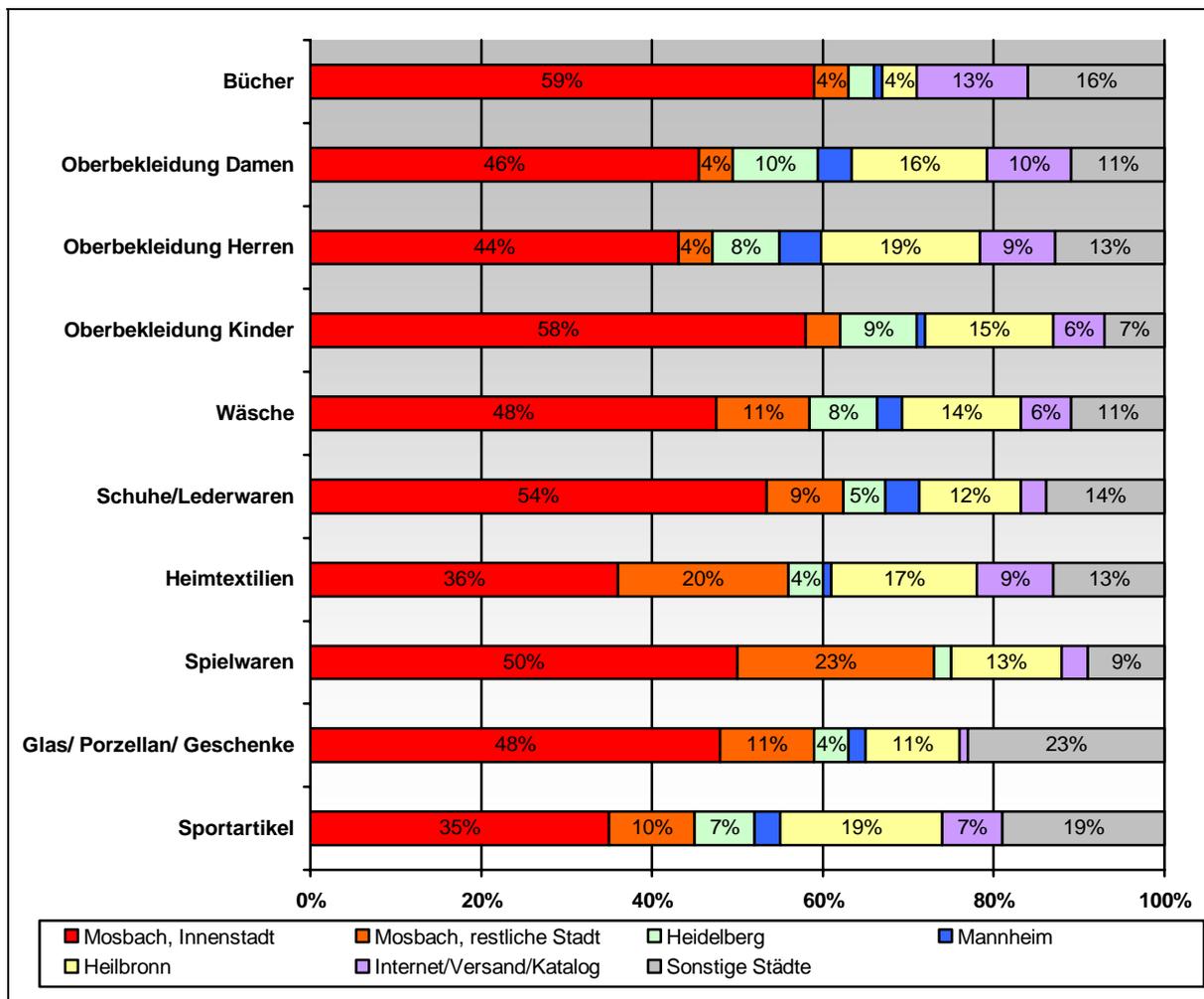


Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

Für die Befragten im Umland ist eine differenziertere Einkaufsorientierung festzuhalten. Die Anteilswerte der Mosbacher Innenstadt liegen erwartungsgemäß niedriger als bei den Befragten in Mosbach. Grundsätzlich ist die Tendenz in Richtung Heilbronn deutlich ausgeprägter.

Für die Bereiche Bücher, Oberbekleidung Kinder, Schuhe/Lederwaren und Spielwaren ist noch eine recht starke Einkaufsorientierung aus dem Umland nach Mosbach festzustellen. Im Vergleich der Standortlagen sind die Standorte außerhalb der Innenstadt v.a. für die Branchen Heimtextilien und Spielwaren von größerer Bedeutung.

Abb. 41 Nennen Sie die Orte, in denen Sie die folgenden Waren (mittelfristiger Bedarf) meistens einkaufen? (Umland)



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

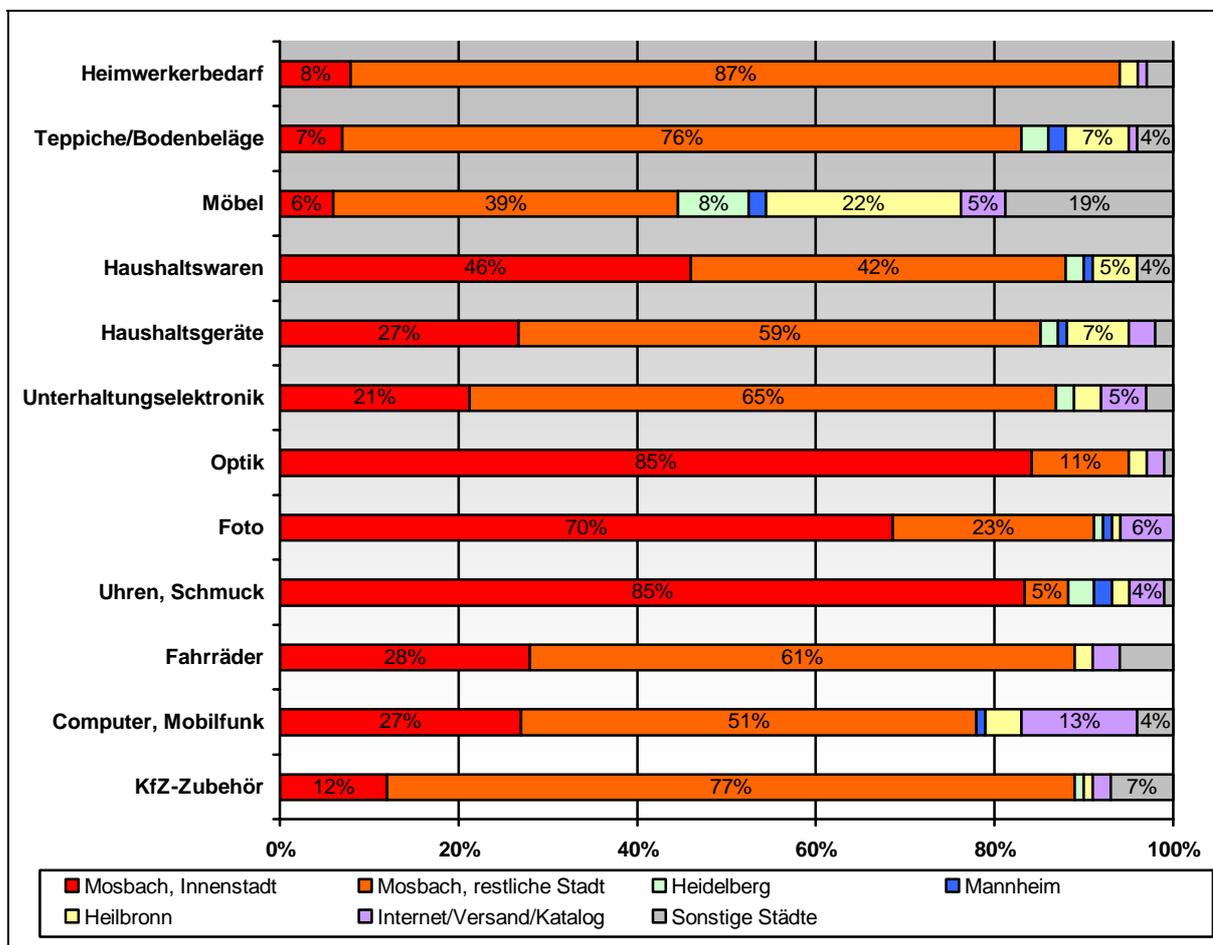
Langfristiger Bedarfsbereich

Beim längerfristigen Bedarfsbereich verfügt die Stadt Mosbach für die Befragten in Mosbach bei allen Branchen/Sortimenten mit Ausnahme von Möbeln über eine hohe Marktposition, welche allerdings zum Teil maßgeblich durch die Anbieter außerhalb der Innenstadt bestimmt wird (z.B. Bau- und Heimwerkerbedarf, Elektrowaren).

Das Angebot in der Innenstadt von Mosbach spielt v.a. in den Sortimenten Optik, Foto, Uhren/Schmuck und Haushaltswaren gegenüber den anderen Standortlagen in Mosbach eine wichtige Rolle.

Im Möbelsegment ist eine recht starke auswärtige Einkaufsorientierung vorhanden. In diesem Sortimentsbereich haben v. a. Heilbronn (z.B. Möbelhaus Bierstorfer XXXL), Heidelberg (z.B. Wohnland Breitwieser) und Walldorf (IKEA) eine hohe Bedeutung.

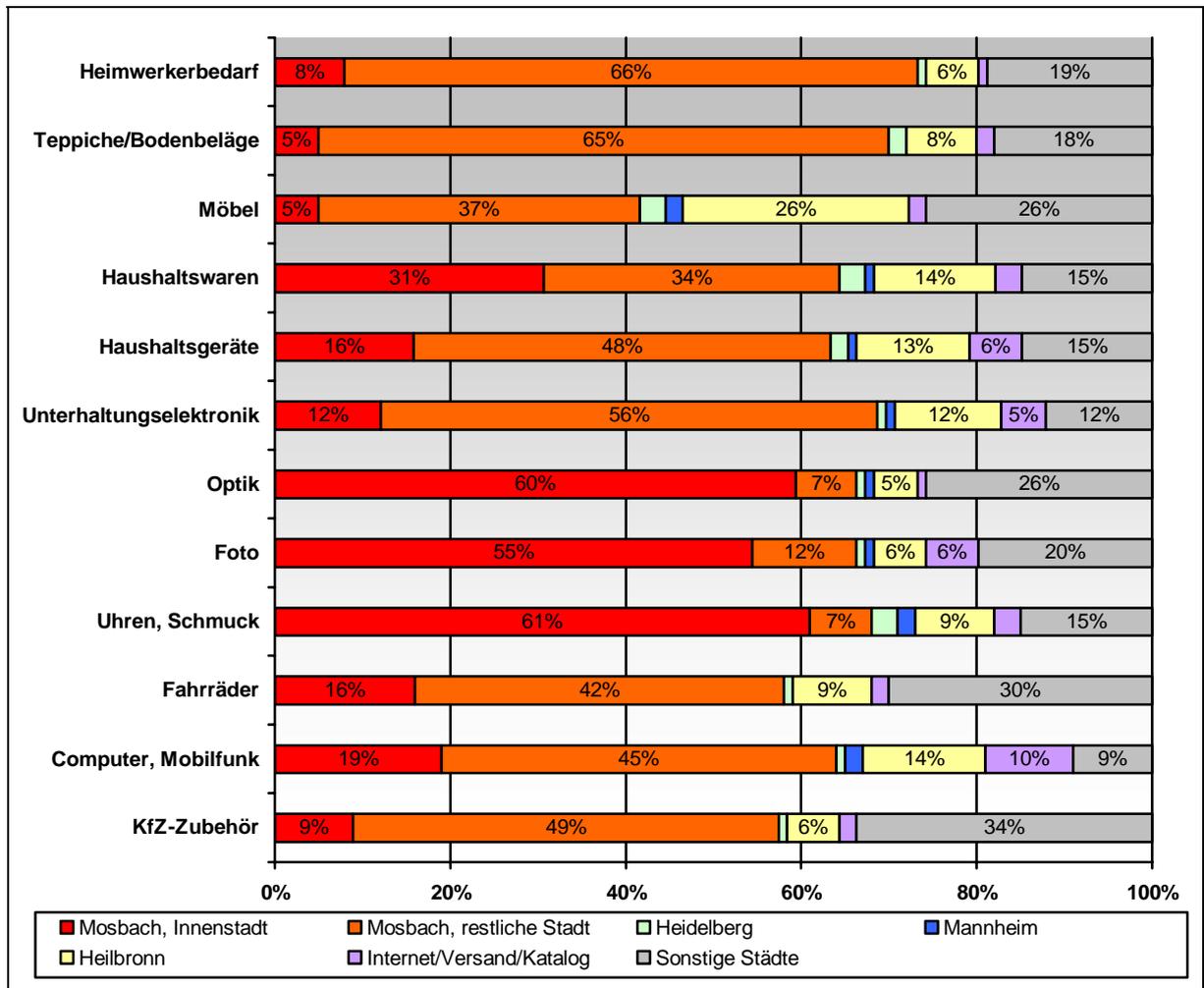
Abb. 42 Nennen Sie die Orte, in denen Sie die folgenden Waren (langfristiger Bedarf) meistens einkaufen? (Mosbach)



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

Für die Befragten im Umland ist die Einkaufsorientierung traditionell noch stärker in Richtung Heilbronn ausgeprägt. Dennoch ist in vielen Branchen noch eine recht starke Einkaufsorientierung nach Mosbach zu verzeichnen. In einigen Branchen spielen weitere Städte/Gemeinden eine gewisse Rolle (z.B. Fahrräder in Aglasterhausen).

Abb. 43 Nennen Sie die Orte, in denen Sie die folgenden Waren (langfristiger Bedarf) meistens einkaufen? (Umland)



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

7.5 Defizite im Einzelhandelsangebot bzw. in den Bereichen Dienstleistung und Gastronomie aus Sicht der Bürger

Bei der Frage nach möglichen Defiziten in den relevanten Bereichen erfolgt eine Differenzierung zwischen der Innenstadt und der Gesamtstadt als Einkaufsstandorte.

Einzelhandelsangebot

Für die Innenstadt steht der Bereich der Bekleidung, insb. Junge Mode im Vordergrund. Im Segment Lebensmittel betrifft das Angebotsdefizit vorrangig ein spezialisiertes Angebot wie z.B. ein Fisch- bzw. Feinkostfachgeschäft.

Tab. 18 Wenn Sie an den Einzelhandel in der Innenstadt von Mosbach denken, welche Branchen vermissen Sie? (n=248 Nennungen)

Vermisste Branchen	% der Nennungen	Vermisste Branchen	% der Nennungen
Bekleidung	63,3%	Spielwaren	2,8%
Lebensmittel (Feinkost, Fischfachgeschäft)	17,3%	gehobene Qualität	2,4%
Kaufhaus/Supermarkt	12,9%	Drogeriemarkt	2,0%
Haushaltswaren	9,3%	Sportartikel	2,0%
Geschenkartikel	4,4%	Schuhe	2,0%
Unterhaltungselektronik	4,4%	Weiß nicht	3,6%
Heimwerkerbedarf	4,4%	Sonstige	12,5%
größeres Angebot	4,4%		

Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung; Mehrfachnennungen möglich

Hinsichtlich der empfundenen Angebotslücken in der Gesamtstadt wurden wie für die Innenstadt die Bereiche Bekleidung und spezialisierte Lebensmittel genannt. Für die Gesamtstadt spielt das „empfundene Angebotsdefizit“ im Bau- und Heimwerkerbedarf bei den Befragten zudem eine gewisse Rolle.

Tab. 19 **Wenn Sie an den Einzelhandel in Mosbach insgesamt denken, welche Branchen vermissen Sie? (n=83 Nennungen)**

Vermisste Branchen	% der Nennungen	Vermisste Branchen	% der Nennungen
Bekleidung	33,7%	Elektrowaren	3,6%
spezielle Lebensmittel	25,3%	Spielwaren	2,4%
Heimwerkerbedarf	12,1%	Gärtnerei	2,4%
Sportartikel	6,0%	Schuhe	2,4%
Haushaltswaren	6,0%	Weiß nicht	9,6%
größeres Angebot	4,8%	Sonstiges	10,8%
Autowerkstatt	3,6%		

Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung; Mehrfachnennungen möglich

Dienstleistungs- und Gastronomieangebot

Für die Innenstadt von Mosbach steht im Bereich Gastronomie v.a. der Ausbau der Angebotsbereiche „Café/Bar/Bistro“ sowie „Deutsche/Gutbürgerliche Küche“ im Vordergrund. Für die Gesamtstadt sehen die Befragten Angebotslücken bei einem Kino sowie einem Biergarten.

Tab. 20 **Wenn Sie an die Bereiche Dienstleistung und Gastronomie in der Innenstadt von Mosbach denken, welche Angebote vermissen Sie? (n=126 Nennungen)**

Vermisste Branchen	% der Nennungen	Vermisste Branchen	% der Nennungen
Café/Bar/Bistro	27,0%	Biergarten	4,0%
Deutsche bzw. Gut Bürgerliche Küche	25,4%	Ärzte	3,2%
Gehobene Restaurants	11,9%	Vinothek	2,4%
mehr Gastronomieangebote	7,1%	Musikkneipe	2,4%
Ausländische Gastronomie	6,4%	Öffnungszeiten	2,4%
Discos	5,6%	Weiß nicht	5,6%
Café für Jugendliche	4,0%	Sonstiges	11,1%
Kino	4,0%		

Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung; Mehrfachnennungen möglich

Tab. 21 Wenn Sie an die Bereiche Dienstleistung und Gastronomie in Mosbach insgesamt denken, welche Angebote vermissen Sie? (n=36 Nennungen)

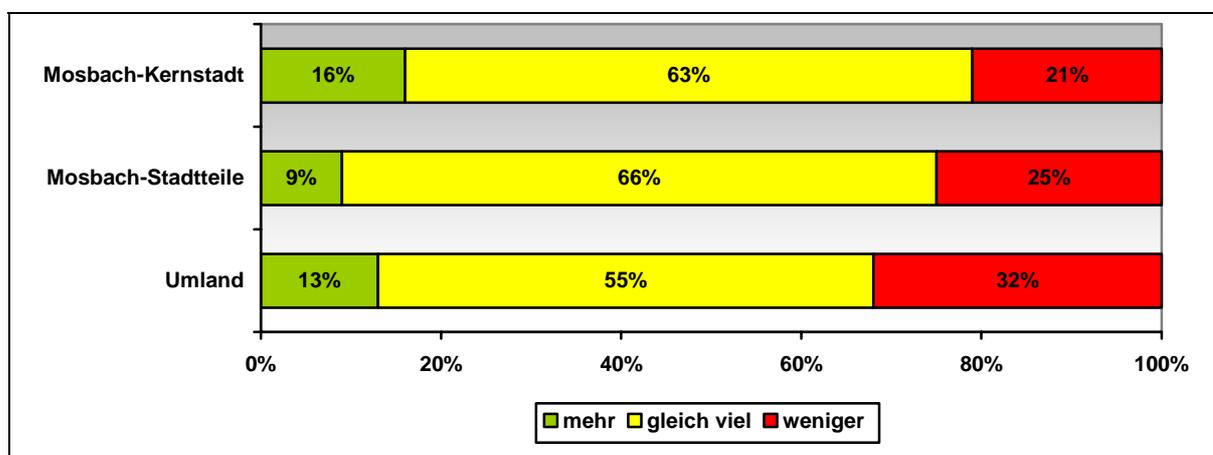
Vermisste Branchen	% der Nennungen	Vermisste Branchen	% der Nennungen
Deutsche bzw. Gut Bürgerliche Küche	19,4%	Park	2,8%
Kino	13,9%	Gehobene Küche	2,8%
Schöner Biergarten	11,1%	Vielfältigere Gastronomieangebote	2,8%
Erlebnisbad	8,3%	Kletterhalle	2,8%
Bistro	8,3%	Mehr Cafés	2,8%
Disco	8,3%	Theater	2,8%
Öffnungszeiten	5,6%	Weiß nicht	19,4%

Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung; Mehrfachnennungen möglich

7.6 Veränderungen im Einkaufsverhalten in den letzten 3 Jahren

Auf die Frage, ob heute mehr, weniger oder gleich viel als vor drei Jahren in Mosbach eingekauft wird, geben zwischen 55 und 66 % der Befragten an, „gleich viel“ einzukaufen. Immerhin 21 % der Befragten in der Kernstadt bzw. rund 25 % der Befragten in den Stadtteilen geben an, dass sie im Vergleich zu vor 3 Jahren heute weniger in der Stadt Mosbach einkaufen. Bei den Befragten im Umland gaben immerhin 32 % der Befragten an, weniger in Mosbach ein.

Abb. 44 Kaufen Sie heute mehr, weniger oder gleich viel als vor drei Jahren in Mosbach ein? (nach Befragungsort)



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

Im Vergleich zu anderen Befragungen der CIMA ergibt sich, dass der Einzelhandel im Mosbach in den letzten drei Jahren die Kunden dauerhafter an sich binden konnte. Dagegen liegt der Anteil der Befragten, die in Mosbach „mehr“ einkaufen etwas niedriger als im Vergleich. Per Saldo überwiegt auch in den Vergleichsstädten der Anteil der Kunden, die heute weniger einkaufen.

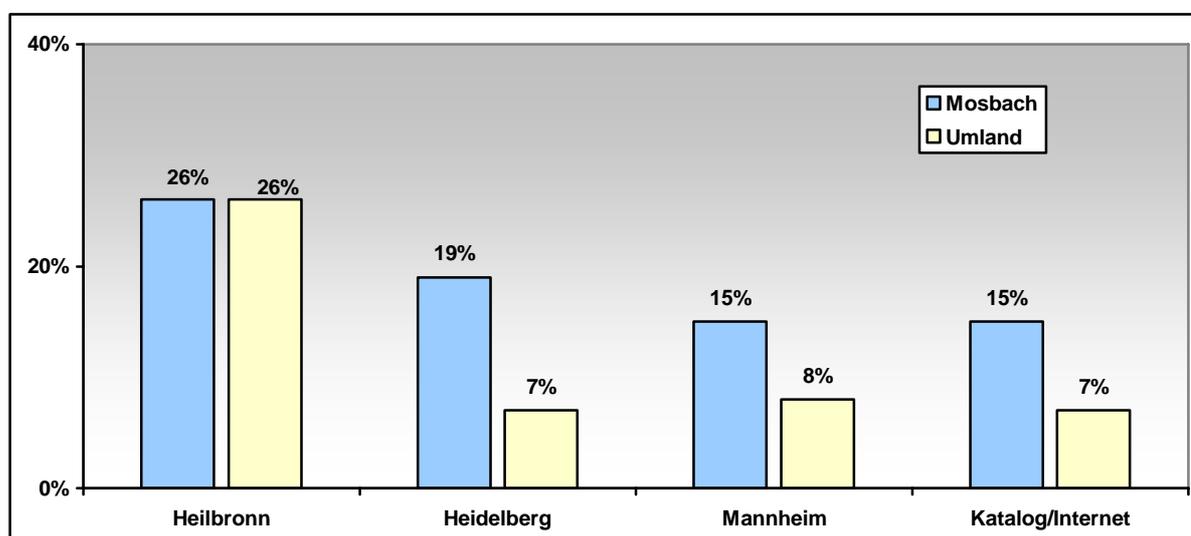
Tab. 22 **Veränderung des Einkaufsverhaltens in den letzten 3 Jahren im CIMA-Vergleich**

	Mosbach	CIMA-Vergleichswert	Mosbacher Umland	CIMA-Vergleichswert
mehr	12 %	17 %	13 %	21 %
gleich viel	65 %	52 %	55 %	45 %
weniger	24 %	31 %	32 %	34 %

Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung, CIMA-Datenpool

Von den Personen, **die weniger als vor 3 Jahren** in Mosbach einkaufen, gaben 26 % an, verstärkt in Heilbronn einzukaufen. Weiterhin waren die Städte Heidelberg und Mannheim „Gewinner“ bei den Veränderungen der Einkaufsorientierung. Eine zunehmende Bedeutung hat in den letzten Jahren der Einkauf per Internet/Katalog bekommen.

Abb. 45 **Falls Sie heute weniger in Mosbach einkaufen, gibt es einen Ort, in dem Sie heute mehr einkaufen? Wenn ja, welchen?**

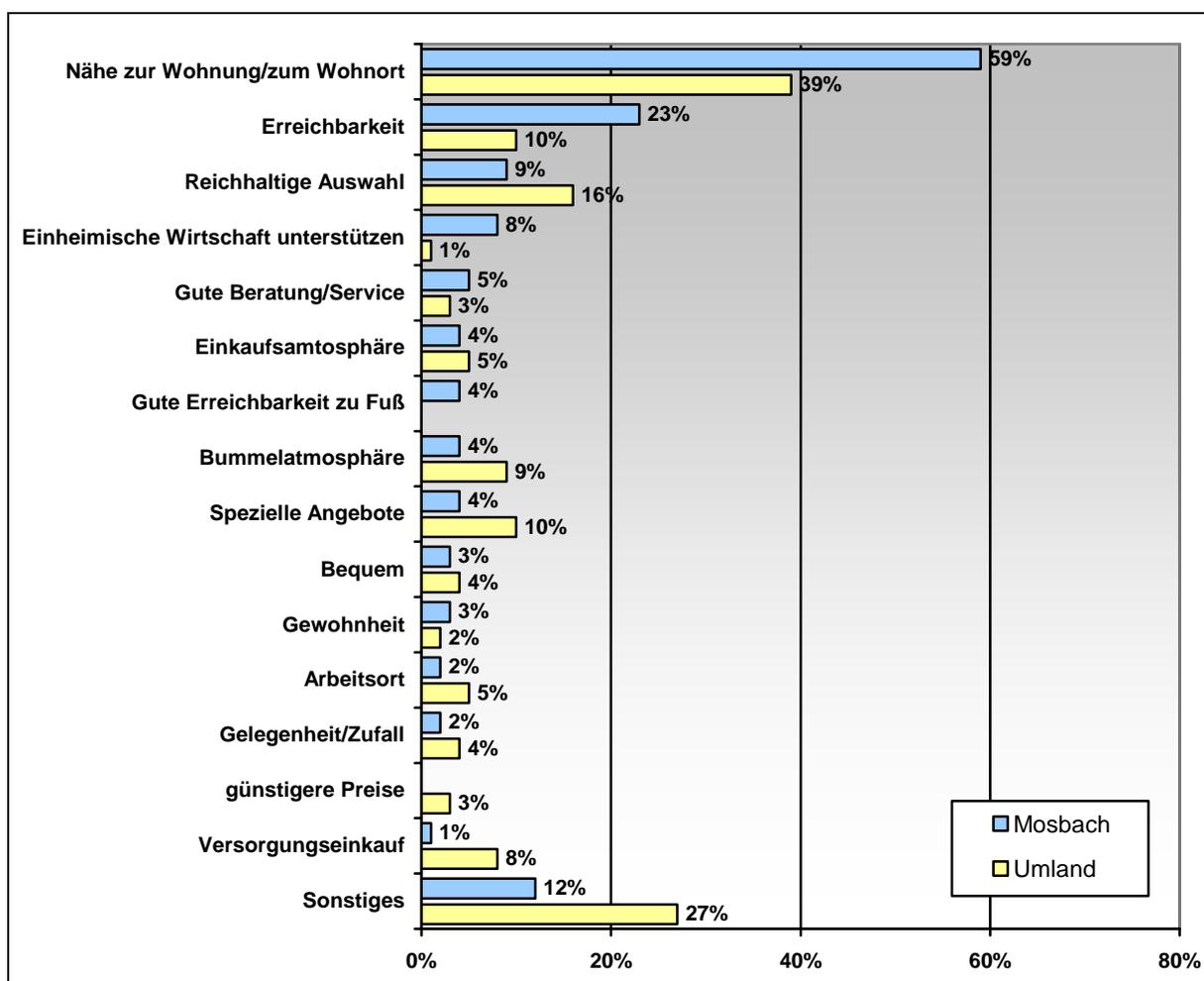


Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung

7.7 Gründe für das Einkaufen in Mosbach

Für einen Einkauf in Mosbach sprechen bei den Befragten in Mosbach und im Umland vor allem die räumliche Nähe zum Wohnstandort (59 % bzw. 39 %). Des Weiteren spielt die Erreichbarkeit (23 % bzw. 10 %) und die reichhaltige Auswahl in Mosbach für die Befragten eine nicht unbedeutende Rolle (9 % bzw. 16 %). Die Umlandbevölkerung schätzt damit das Angebot in Mosbach deutlich vielfältiger ein als die Mosbacher Bevölkerung selbst.

Abb. 46 Aus welchem Grund kaufen Sie in Mosbach ein? (in %)



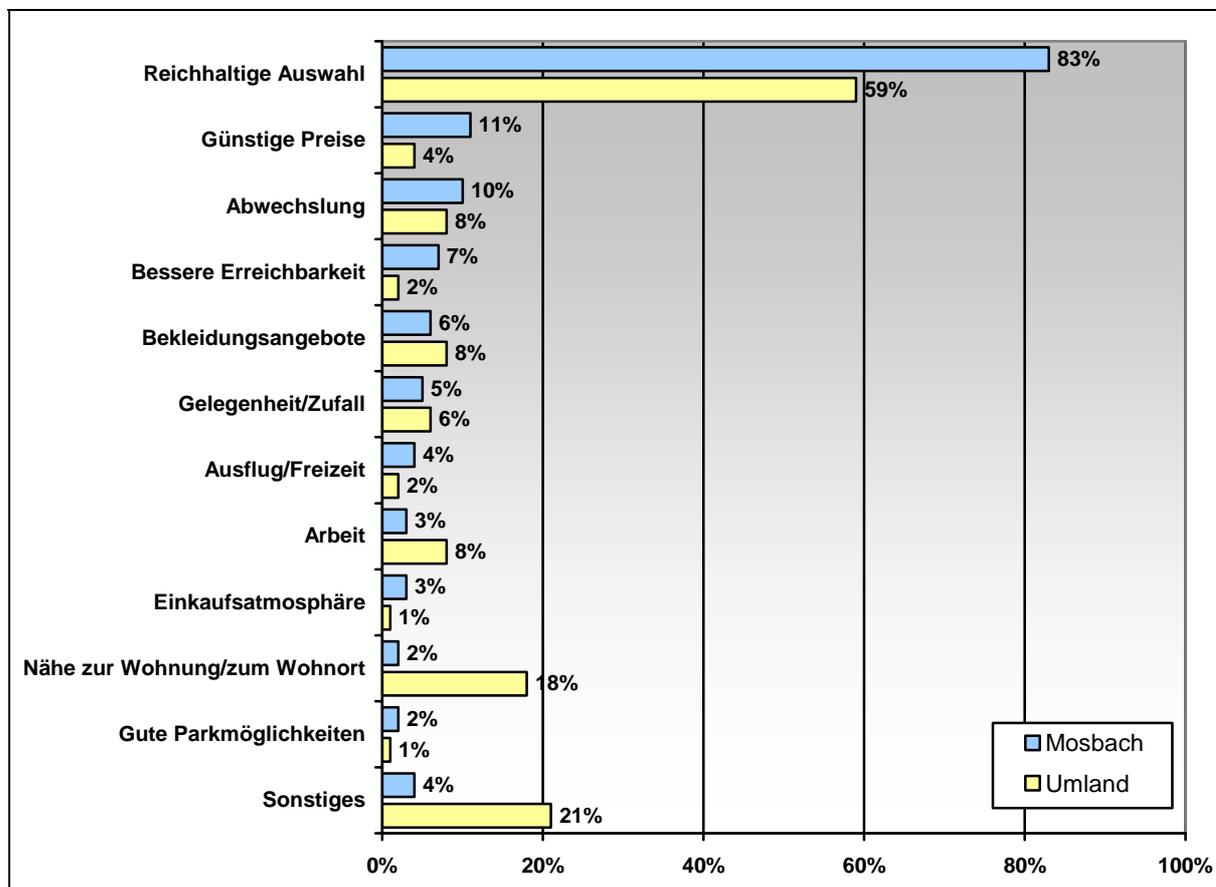
Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung; Mehrfachantworten möglich

7.8 Gründe gegen das Einkaufen in Mosbach

Als Gründe **gegen einen Einkauf in Mosbach** bzw. für den Einkauf in anderen Einkaufsorten wird mit ca. 83 % bzw. 59 % die reichhaltigere Auswahl in den Geschäften bzw. an Geschäften insgesamt angeführt. Für die Befragten im Umland ist weiter die Nähe zum Wohnort

von Wichtigkeit. Die weiteren genannten Aspekte sind dagegen nur von geringer Bedeutung (max. 11 %).

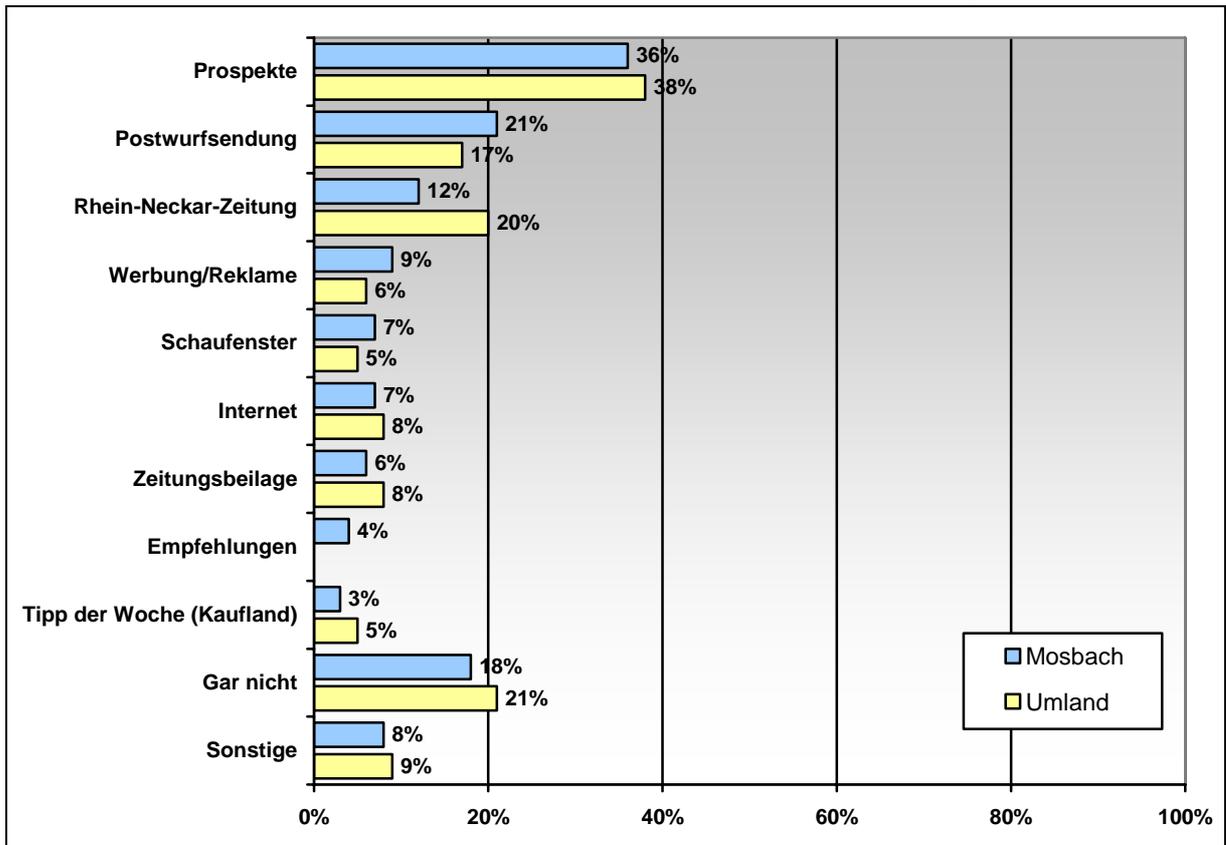
Abb. 47 **Aus welchem Grund kaufen Sie außerhalb von Mosbach ein? (in %)**



Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung; Mehrfachnennungen möglich

7.9 Information über das Einzelhandelsangebot

Als Hauptinformationsquelle über das Mosbacher Einzelhandelsangebot werden von den Befragten in Mosbach und im Umland hauptsächlich die *Prospekte* genannt. Daneben spielen auch die *Postwurfsendungen* sowie die *Rhein-Neckar-Zeitung* als Tageszeitung eine Rolle. Andere Informationsquellen, wie z.B. *Internet*, *Schaufenster*, *Zeitungsbeilage* und *Empfehlungen* sind nur bedingt als Informationsquelle relevant.

Abb. 48 **Auf welche Art informieren Sie sich vor dem Einkauf über das Angebot?**

Quelle: CIMA-Haushaltsbefragung; Mehrfachnennungen möglich

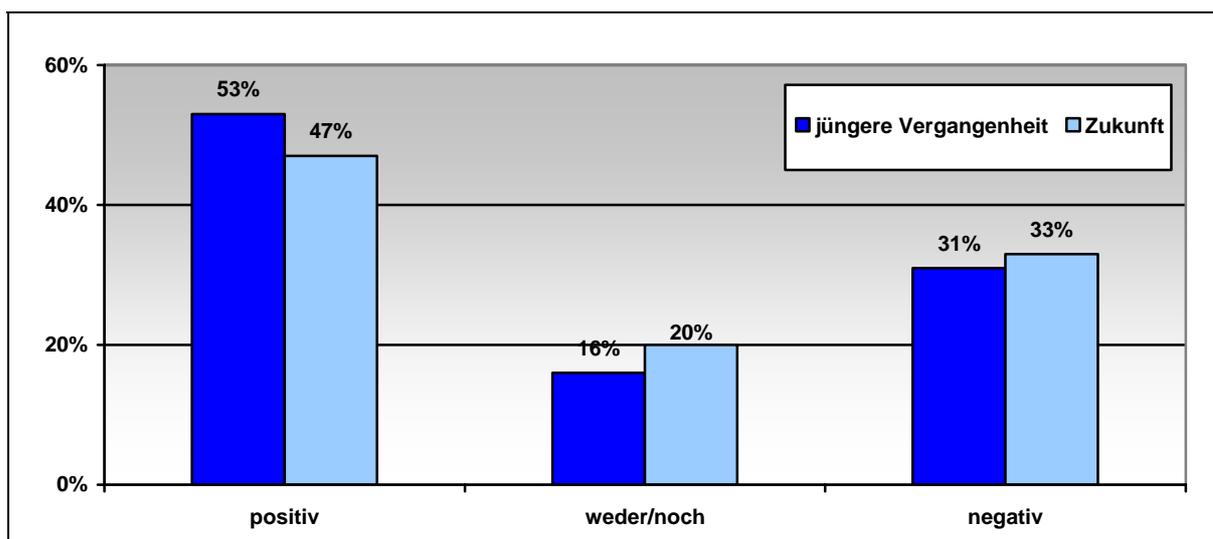
8. Die Bewertung der Situation in Mosbach aus Sicht der befragten Einzelhändler

Im Rahmen von persönlichen Befragungen durch Mitarbeiter der CIMA wurde bei 45 Betrieben ein breites Meinungsbild zur Situation in Mosbach insgesamt und zur eigenen betrieblichen Situation erfasst. Daneben wurden zahlreiche Vorschläge zur künftigen Entwicklung vorgebracht. Diese geben die **subjektive Sicht** der Befragten wieder.

8.1 Bewertung der Betriebsentwicklung

Die Entwicklung des eigenen Betriebes in der **jüngeren Vergangenheit** wird von 53 % der befragten Einzelhändler als positiv und von 31 % als negativ beschrieben. Weitere 16 % geben an, dass die betriebliche Entwicklung durchschnittlich verlaufen ist.

Abb. 49 Betriebsentwicklung in der jüngeren Vergangenheit und der näheren Zukunft



Quelle: CIMA-Einzelhandelsbefragung

Die Einschätzung der **zukünftigen Entwicklung** wird demgegenüber relativ ähnlich eingestuft. Von 47 % der Befragten wird eine positive Entwicklung ihres Betriebes gesehen. Weitere 20 % gehen von einer gleich bleibenden Entwicklung aus. Immerhin 33 % der Einzelhändler erwarten einen rückläufigen Verlauf ihrer betrieblichen Entwicklung.

Als **Gründe** für eine **positive Bewertung** der **bisherigen** Betriebsentwicklung werden der Lage des Betriebes innerhalb der Fußgängerzone sowie eine regelmäßige Sortimentsüberprüfung und weiteren Modernisierungsmaßnahmen genannt. Die überwiegend optimistische

Einschätzung der **zukünftigen** Entwicklung wird vor allem mit dem Standort Mosbach an sich begründet.

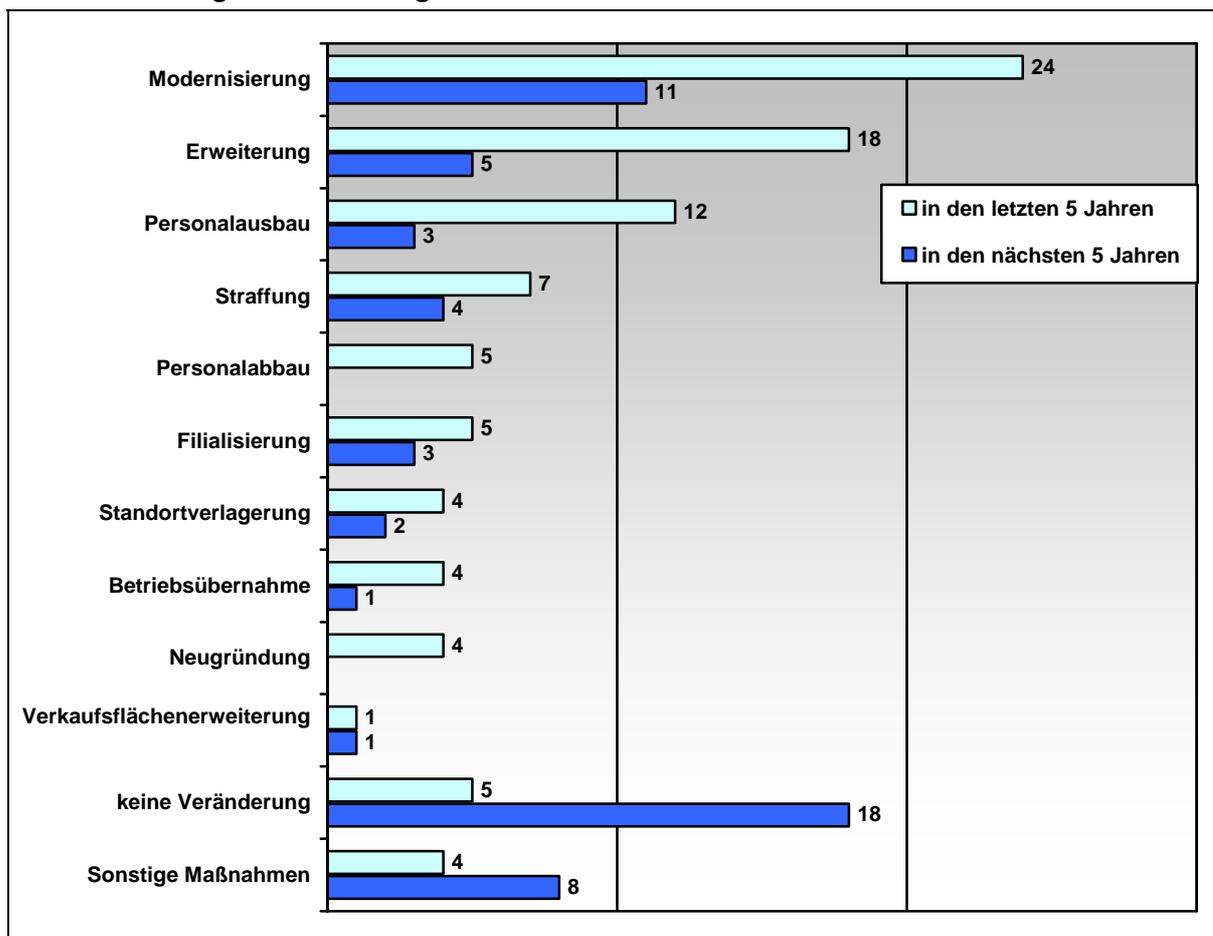
Die **Ursachen für eine negative Beurteilung der bisherigen Entwicklung** sind nach Ansicht der befragten Einzelhändler v.a. in der allgemeinen Entwicklung der jeweiligen Branchen sowie dem vorhandenen Kaufkraftabfluss in die konkurrierenden Oberzentren zu sehen, wobei explizit auf die „Abwanderung“ der Kunden aus der Innenstadt hingewiesen wird.

Hinsichtlich der **negativen Gründe für die zukünftige betriebliche Entwicklung** werden von den befragten Einzelhändlern vor allem die schlechte wirtschaftliche Lage, bundespolitische Entscheidungen sowie die steigende Konkurrenz zwischen der Innenstadt und den sonstigen Einkaufsstandorten innerhalb der Stadt Mosbach, zu anderen Einkaufsorten, aber auch zum Internet bzw. dem Versandhandel genannt.

8.2 Betriebliche Maßnahmen

Betrachtet man die in den **vergangenen fünf Jahren** durchgeführten betrieblichen Maßnahmen, so steht mit 24 Nennungen die Modernisierung der Räumlichkeiten an erster Stelle. An zweiter und dritter Stelle nennen die Einzelhändler die Erweiterung der Sortiments-/Produktpalette sowie den Personalausbau. Sieben Nennungen entfielen auf die Straffung der Sortiments-/Produktpalette. Mit je fünf Nennungen wurden Filialisierung und Personalabbau genannt. Weitere vier Nennungen entfielen auf die Maßnahmen Standortverlagerung, Betriebsübernahme und Neugründung; ein Betrieb führte eine Verkaufsflächenerweiterung durch. Fünf Betriebe nahmen dagegen keine betrieblichen Veränderungen vor.

Für die **nächsten fünf Jahre** stehen bei den befragten Unternehmen Themen wie die Modernisierung, Erweiterung bzw. Straffung der Sortiments- und Produktpalette, Personalausbau und Filialisierung im Vordergrund. Zwei bzw. nur eine Nennung entfiel auf die Maßnahmen Standortverlagerung, Betriebsübernahme und Verkaufsflächenerweiterung. Die Mehrheit der Betriebe gibt jedoch an, keine Veränderungen durchführen zu wollen.

Abb. 50 **Durchgeführte und angestrebte betriebliche Maßnahmen**

Quelle: CIMA-Einzelhandelsbefragung; Mehrfachantworten möglich

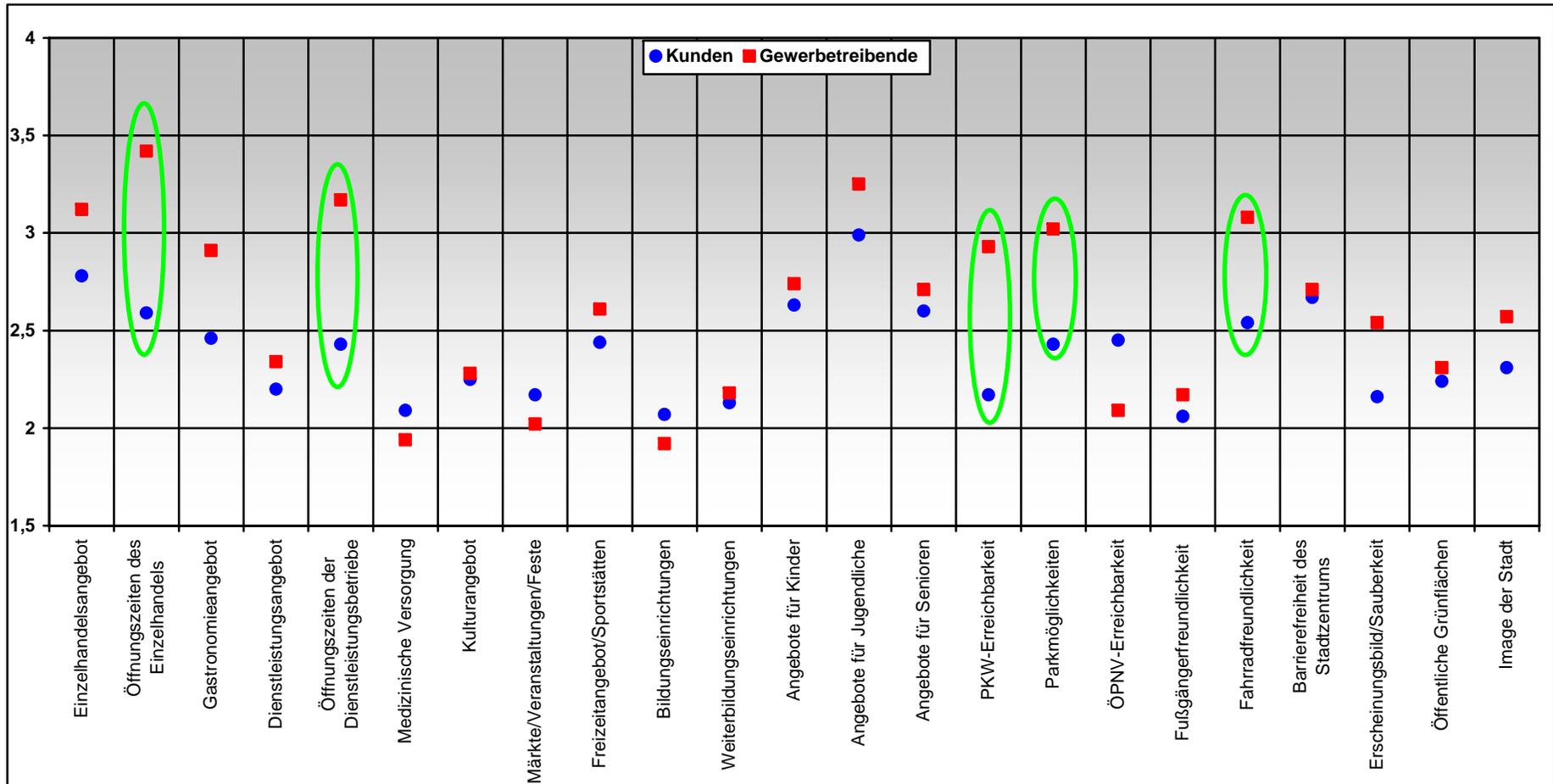
8.3 Selbsteinschätzung der Gewerbetreibenden

Die Gewerbetreibenden wurden aufgefordert, ausgewählte Aspekte der Angebots- und Verkehrssituation sowie des Stadtbildes/Images aus dem Blickwinkel ihrer Kundschaft einzuschätzen.

Der überwiegende Teil der Aspekte wird durch die Kunden positiver bewertet als die Einzelhändler vermuteten. Signifikante Abweichungen sind bei den Aspekten Öffnungszeiten des Einzelhandels/Dienstleistung, der PKW-Erreichbarkeit und den Parkmöglichkeiten zu verzeichnen.

Das insgesamt doch etwas überraschende Befragungsergebnis zeigt, dass der Kunde/Bürger das Angebot in Mosbach zu schätzen weiß und das von Seiten des örtlichen Gewerbes die eigenen Stärken durchaus offensiv und positiv nach außen kommuniziert werden sollten.

Abb. 51 Vergleich der Bewertung der Situation in Mosbach aus Sicht der Kunden und der Gewerbetreibenden



Quelle: CIMA-Haushalts- und Gewerbebefragung

8.4 Bewertung von ausgewählten Aspekten der gewerblichen und kommunalen Entwicklung in Mosbach

Im Rahmen der Befragung konnten die Gewerbetreibenden für bestimmte Aspekte der gewerblichen und kommunalen Entwicklung in Mosbach eine Bewertung vornehmen sowie Anregungen und Verbesserungsvorschläge vorbringen. Die entsprechenden Angaben wurden unverändert übernommen und geben damit die subjektive Einschätzung durch die Befragten wieder. Die einzelnen Nennungen werden nachfolgend nach Themenbereichen zusammengefasst dargelegt.

Einzelhandelsangebot und Branchenmix

Das Einzelhandelsangebot und insb. der Branchenmix in Mosbach wird von den befragten Einzelhändlern ambivalent bewertet. Als verbesserungswürdig werden vor allem die Ladenöffnungszeiten genannt. Dies betrifft insbesondere die Harmonisierung der Kernöffnungszeiten. Auch werden die Schließung von Angebotslücken v.a. im Bereich Young Fashion und eine Verbesserung des Services sowie der Beratung und somit die Erhöhung der Kundenbindung genannt.

Einzelhandelsangebot, Branchenmix, Erscheinungsbild der Betriebe		
	eher positiv	eher negativ
Bewertung	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Branchenvielfalt/guter Branchenmix (8) • Inhabergeführte Betriebe (2) • Aktiver Gewerbeverein (1) • wenig Leerstand (1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Angebotspalette ist im Ungleichgewicht (7) • uneinheitliche Ladenöffnungszeiten (4) • zunehmende Filialisierung/Billiganbieter (4) • geringe Verkaufsflächengrößen auf Grund baulicher Gegebenheiten (2) • fehlende Einzelhandelsangebote (Young Fashion, Haushaltswaren, Kaufhaus, Herrenoberbekleidung etc.)

Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> • Schließung Angebotslücken – Young Fashion (5), Kaufhaus/Universalanbieter (5), Kinder-/Babybekleidung (3), Feinkost (2), Haushaltswaren (2) etc. • Angleichung der Öffnungszeiten (3) • Ausbau des Branchenmix (3) • Verbesserung der Schaufenstergestaltung und Warenpräsentation (3) • Verbesserung des Service/Beratung (2) • Mitarbeiterqualifizierung (1) • Sensibilisierung der Vermieter (Vermietungsaktivitäten) und Eigentümer (Fassaden etc.) (1) • Ausnutzen der touristischen Potentiale (1)
-------------------------	---

Quelle: CIMA-Einzelhandelsbefragung

Verkehrs- und Parkplatzsituation

Die Verkehrssituation wird von den Einzelhändlern überwiegend positiv eingeschätzt. Als ausbaufähig werden die Kurzparkzonen sowie die Erreichbarkeit der vorhandenen Parkplätze (v.a. Gartenweg) angeführt. Hinsichtlich der Parkplatzsituation insgesamt wird auf den Wegfall des Parkplatzes Bleichwiese als Standort für Dauerparker hingewiesen.

Verkehrs- und Parkplatzsituation		
	eher positiv	eher negativ
Bewertung	<ul style="list-style-type: none"> • gute Parkplatzsituation/ ausreichendes Parkplatzangebot (19) • gute Erreichbarkeit/ Ausschilderung und Parkleitsystem (3) • zentral gelegenes Parkhaus(2) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fehlen von Kurzparkzonen(4) • Wegfall des Parkplatzes „Bleichwiese“ (5) • Kostenstrukturen der Parkplätze (4) • Erreichbarkeit der Parkplätze (4) • Sonderregelung für städtische Bedienstete, aber nicht für Gewerbetreibende in der Innenstadt (4) • Verkehrsführung am Ludwigsplatz (z.B. Fußgänger) / Gartenweg (2)
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> • Einrichtung von Kurzparkzonen (4) • Schaffung von kostenlosen Parkplätzen (4) • Schaffung/Einrichtung von Parkmöglichkeiten für Dauerparker (Mitarbeiter der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe, Behörden etc.) (4) • Sa/So – kostenloses Parken (3) • Verbesserung der Erreichbarkeit des Parkplatzes „Gartenweg“ (3) • Überarbeitung der Kostenstrukturen/Parkgebührenrückerstattung (3) 	

Quelle: CIMA-Einzelhandelsbefragung

Einkaufsatmosphäre und Gestaltung

Die Stadtgestaltung bzw. die Einkaufsatmosphäre in Mosbach wird von den Einzelhändlern vorwiegend positiv bewertet. Vor allem das Fachwerkambiente, die Sauberkeit und die Gestaltung der Bepflanzungen werden als angenehm empfunden. Kritisch werden dagegen die Pflasterung/Straßenbelag, die Möblierung der Fußgängerzone sowie die Fassadengestaltung in der Innenstadt beurteilt.

Neben dem übergeordneten Vorschlag der Verbesserung des Ambientes in der gesamten Innenstadt stehen Einzelmaßnahmen wie z.B. Pflasterung, Fassadengestaltung, Beleuchtung etc. im Vordergrund.

Einkaufsatmosphäre und Gestaltung		
	eher positiv	eher negativ
Bewertung	<ul style="list-style-type: none"> • Grundsätzlich positive Einschätzung (21) • Sauberkeit (2) • Fachwerkambiente (2) • Bepflanzung/Begrünung (2) 	<ul style="list-style-type: none"> • Insgesamt verbesserungswürdig (3) • Besucherfrequenz im Wochenverlauf, v.a. Samstag (3) • Pflasterung/Straßenbelag (2) • Unzureichende Stadtmöblierung (u.a. zu wenig Bänke) (2) • Fassadengestaltung(2)
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung/Verstärkung des Ambientes (4) • bessere Beleuchtung (4) • Aufwertung der Bürgersteige und Pflasterung (2) • Konzept für Fassadengestaltung/-sanierung (2) • Stärkere Einbeziehung der Nebenlagen (2) 	

Quelle: CIMA-Einzelhandelsbefragung

Gastronomie und Dienstleistungen

Das gastronomische Angebot wird von den meisten Einzelhändlern als ausreichend bewertet. Es wurden nur einzelne Defizite, v.a. im Angebot für „junge Leute“/Jugendliche, genannt.

Das Dienstleistungsangebot wird ebenfalls als gut eingestuft. Vereinzelt Kritik wurde allerdings gegenüber der gegenwärtigen Situation der Poststelle (z.B. bzgl. der Öffnungszeiten) vorgebracht.

Angebote im Bereich Gastronomie und Dienstleistungen		
	eher positiv	eher negativ
Bewertung	<ul style="list-style-type: none"> • gutes Gastronomieangebot (23) • ausreichendes Dienstleistungsangebot (27) 	<ul style="list-style-type: none"> • keine Angebotstiefe (7) • Zu viel Fast-Food (2) • Öffnungszeiten der Post (2) • Angebote für junge Leute/Studenten (1) • Konzentration der Frequenz am Abend auf den Ludwigsplatz (1)
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> • Angebotsausweitung im Bereich gutbürgerliche Küche (6) Café/Bistro (3), Gartenwirtschaften (2), gehobene Gastronomie (1) • Engere Zusammenarbeit zwischen Gastronomie und Werbegemeinschaft (2) • Stärkere Nutzung der Außengastronomie (2) • Schaffung von Angeboten für Studenten (1) 	

Quelle: CIMA-Einzelhandelsbefragung

Freizeit/ Kultur/ Aktionen/ Veranstaltungen

Die Angebote in den Bereichen Freizeit und Kultur wurden überwiegend positiv eingestuft. Als problematisch wird der bestehende Kinostandort in Neckarelz gesehen, da nach Aussagen der Befragten eine Verlagerung des Kinos an einen Standort in der Innenstadt bzw. in Innenstadtnähe von Vorteil wäre.

Angebote im Bereich Freizeit/ Kultur/ Aktionen/ Veranstaltungen		
	eher positiv	eher negativ
Bewertung	<ul style="list-style-type: none"> • Insgesamt gutes Veranstaltungsprogramm (24) • Mosbacher Sommer (6) • Hochwertige Veranstaltungen (4) • Alte Mälzerei (3) • Aktives Citymarketing (2) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kino in Neckarelz (3)
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> • Verlagerung des Kinos in die Innenstadt (3) • Mehr Gäste aus dem Umland anziehen (1) • Mehr sportliche Events (1) 	

Quelle: CIMA-Einzelhandelsbefragung

Wirtschaftsstandort allgemein

Bei der Bewertung der Stadt Mosbach als Wirtschaftsstandort allgemein wird insbesondere auf die positiven Effekte als Schulstandort sowie „Beamtenstadt“ abgehoben. Bei den negativen Bewertungen wird auf die verkehrliche Lage/Infrastruktur und auf den Rückgang der Industriebetriebe sowie industriellen Neuansiedlungen hingewiesen.

Mosbach als Wirtschaftsstandort allgemein		
	eher positiv	eher negativ
Bewertung	<ul style="list-style-type: none"> • Insgesamt positive Einschätzung (6) • Schulstandort • Beamtenstadt 	<ul style="list-style-type: none"> • Problematische Situation (12) • Rückgang im Bereich Industrie (3) • Verkehrliche Lage (3) • Wenig potentielle Gewerbeflächen (1)
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> • Weitere Industrieansiedlungen notwendig (3) • Ausbau der Infrastruktur (3) • Verstärkung des Außen- und Standortmarketings (1) • Verbesserung des Flächenmanagements (1) 	

Quelle: CIMA-Einzelhandelsbefragung

Aktivitäten von Handel und Gewerbe

Die Aktivitäten von Handel und Gewerbe, insb. des Stadtmarketings werden von den meisten befragten Einzelhändlern als gut bewertet, wobei insbesondere der Mosbacher Sommer als gelungene Aktionen eingestuft werden. Die Befragten warnen aufgrund der Menge an Veranstaltungen im Laufe des Jahres vor einem „Verzetteln“.

Aktivitäten von Handel und Gewerbe		
	eher positiv	eher negativ
Bewertung	<ul style="list-style-type: none"> • Gutes Stadtmarketing (5) • Märkte werden gut angenommen (11) 	<ul style="list-style-type: none"> • Zu viele Termine (3) • Hohe Umlagekosten (1)
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> • Spezialmessen ausweiten • Aktion „König Kunde“ wiederholen • Einbindung der Nicht-Mitglieder von Mosbach aktiv 	

Bereits durchgeführte Aktionen	<ul style="list-style-type: none">• Allgemein Aktionen von Mosbach aktiv• Kunsthandwerkermarkt• Frühlingsfest• Kurpfälzer Erntedankfest• Weihnachtsmarkt• Mosbacher Sommer• Märkte am Samstag• Wellness-Markt• Messe live (Gewerbe)• Verkaufsoffene Sonntage• Seminare König Kunde• City Card
--------------------------------	--

Quelle: CIMA-Einzelhandelsbefragung

9. Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Mosbach

Bei Berücksichtigung der bereits heute hohen Verkaufsflächenausstattung der Stadt Mosbach besitzen insbesondere qualitative Aussagen bei der branchen- und betriebstypenbezogenen Entwicklung einen hohen Stellenwert. Weiter wird auf die verschiedenen Standortbereiche innerhalb der Gesamtstadt Mosbach dezidiert eingegangen.

9.1 Standortfaktoren der Stadt Mosbach für Einzelhandelsnutzungen

Die wesentlichen Standortfaktoren, welche die künftige Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Mosbach maßgeblich beeinflussen, sind nachfolgend stichpunktartig aufgeführt. Die vorgenommene Untergliederung in positive und negative Standortfaktoren ist dabei in einigen Fällen ambivalent zu sehen.

So stellt das städtebauliche Umfeld (Fachwerk-Ambiente) in der Innenstadt von Mosbach sicherlich ein attraktives und in vielerlei Hinsicht nutzbares Angebot dar. Für bestimmte Betriebstypen im Einzelhandel, die betriebswirtschaftlich begründete Anforderungen an die Verkaufsflächengröße, die Außendarstellung, die PKW-Erreichbarkeit etc. zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit besitzen, kann die historische Altstadtstruktur dagegen auch ein „Investitionshemmnis“ darstellen.

Als **positive Standortfaktoren/Chancen** sind folgende Punkte hervorzuheben:

- hohe Einzelhandelszentralität und starke Markposition für das ländlich strukturierte Umland
- attraktive Einkaufsatmosphäre mit Fachwerk-Ambiente in einer kompakten Innenstadt
- hohes touristisches Potential
- günstige Verkehrsanbindung durch die B 27
- Multifunktionalität der Innenstadt mit ergänzenden Nutzungen wie Gastronomie und konsumnahe Dienstleistungen vorhanden
- Kundenmagneten (Handelshof, C&A, AWG, Modehäuser etc.) in der Innenstadt ansässig
- noch hohe Konzentration der klassischen Innenstadtbranchen wie Bekleidung, Schuhe auf den innerstädtischen Einkaufsbereich
- kaum Branchendefizite/Angebotslücken
- zur Verfügung stehende innenstadtnahe Entwicklungsflächen (z.B. Gartenweg)
- nur vereinzelte Leerstände, überwiegend in den B-Lagen

- vielfältige Stadtmarketingaktivitäten
- qualitativ hochwertige Kultur- und Veranstaltungsangebote (z.B. Mosbacher Sommer)

Als **negative Standortfaktoren/Risiken** können folgende Punkte angeführt werden:

- leicht negative Bevölkerungsentwicklung in der Vergangenheit
- leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau
- keine unmittelbare Anbindung an das Autobahnnetz
- kleinflächige Betriebsstruktur in der Innenstadt
- gesteigener Wettbewerbsdruck durch die benachbarten Oberzentren (insb. Heilbronn)

9.2 Bewertung des Branchen- und Betriebstypenmix

Aufbauend auf den Ergebnissen der Marktpotentialanalyse und unter Einbeziehung der Ergebnisse der Haushaltsbefragung erfolgt eine Bewertung der künftigen Entwicklungsmöglichkeiten für die einzelnen Branchen bzw. Betriebstypen in Mosbach.

Hierbei werden u.a. folgende Kriterien berücksichtigt:

- gegenwärtiger Branchen- und Betriebstypenmix in der Innenstadt bzw. in der Gesamtstadt Mosbach
- Wettbewerbsdichte und Wettbewerbsfähigkeit der bestehenden Angebote
- erschließbares Kaufkraftpotential und regionale Wettbewerbssituation.

Nahrungs- und Genussmittel

Die Angebotssituation im Lebensmittelbereich ist in der Gesamtstadt Mosbach mit zwei SB-Warenhäusern/Verbrauchermärkten, zwei Supermärkten (Vollsortimenter) sowie sechs Discountern bereits als sehr ausgeprägt einzustufen. Der Grad der Verkaufsflächenausstattung liegt deutlich über dem Bundesdurchschnitt. Auch die Situation im Lebensmittelhandwerk (Bäckereien und Metzgereien) ist im gesamten Stadtgebiet als relativ vielfältig zu bewerten.

Mit der Bebauung des Majolika-Geländes wird ein weiterer Anbieter im Lebensmitteldiscountsegment hinzukommen. Von einem rechnerischen Entwicklungsspielraum in diesem Segment ist für die Stadt Mosbach nur bedingt auszugehen.

Eine Profilierung ist für den Lebensmittelbereich in erster Linie noch über attraktive Betriebskonzepte möglich. Die Ansiedlung eines frischeorientierter Lebensmittelvollsortimenter kann für die gesamtstädtische Angebotspalette als Bereicherung eingestuft werden.

Weitere mögliche Ansatzpunkte stellen die Modernisierung und ggf. Verkaufsflächenerweiterung einzelner bestehender Anbieter im Stadtgebiet dar, die zum Teil ein „in die Jahre gekommenes“ Erscheinungsbild aufweisen.

Des Weiteren ist ein Schwerpunkt der Entwicklung im Lebensmittelsegment auf die Sicherung der Nahversorgung, z.B. in Neckarelz sowie im Stadtteil Waldstadt, zu setzen. Weitere Entwicklungsmöglichkeiten ergeben sich ggf. aus den Ergebnissen der Haushalts- und Gewerbebefragung. Hier wurde seitens der Befragten ein Angebotsdefizit bei den spezialisierten Anbietern (Feinkost, Fischgeschäft) in der Stadt Mosbach gesehen.

Gesundheit und Körperpflege

Im Durchschnitt können ca. 3.500 bis 4.000 Einwohner pro Apotheke als Richtwert angesetzt werden. Mit zehn Apothekenstandorten auf rd. 24.400 Einwohner ist die Ausstattung in der Mosbach als sehr gut zu bezeichnen, wobei sich in etwa die Hälfte der Apothekenstandorte auf die Innenstadt konzentriert.

Das Angebot im Bereich Parfümeriewaren wird durch zwei innerstädtische Fachgeschäfte in attraktiver Form abgedeckt. Im Drogeriemarktsegment sind die Anbieter dm, Müller sowie die Filialen der Fa. Schlecker (drei Standorte) in Mosbach ansässig. Perspektivisch wird auf dem Majolika-Gelände ein weiterer Drogeriefachmarkt der Fa. Schlecker mit einer im Branchenvergleich eher kleinen Verkaufsflächengröße realisiert.

Blumen und Pflanzen

Die Sortimente Blumen, Pflanzen und Zubehör werden in der Innenstadt von Mosbach von zwei Floristik-Fachgeschäften angeboten. Im restlichen Stadtgebiet sind neben weiteren Floristik-Fachgeschäften größere Gärtnereibetriebe vorhanden, die das Segment „Blumen und Pflanzen“ ebenfalls abdecken.

Mit dem künftigen Standort des Raiffeisenmarktes auf dem Majolika-Gelände wird ein weiterer Anbieter in Mosbach hinzukommen, so dass insgesamt von einer hohen Marktabdeckung ausgegangen werden kann.

Bekleidung/Schuhe/Sport

Die Angebotssituation im Sortimentsbereich **Oberbekleidung** kann in Mosbach sowohl quantitativ als auch qualitativ als gut eingestuft werden. Neben zahlreichen kleineren und mittleren Betrieben sind in der Innenstadt von Mosbach auch größere Modehäuser und Textilfachmärkte ansässig. Neben den Anbietern in der Innenstadt ist v. a. auf die Textilfachmärkte in der Pfalzgraf-Otto-Straße (AWG, Kik, Mister & Lady Jeans) hinzuweisen. Für ein

Mittelzentrum ist die Ausstattung, auch flächenbezogen, als leicht überdurchschnittlich einzustufen. Im Bereich **Wäsche** sind neben den sortimentsübergreifenden Textilanbietern zwei kleinere Fachgeschäfte zu nennen.

Die Einkaufsorientierung im Bereich Bekleidung wird traditionell durch die innerstädtischen Einkaufslagen der umliegenden Großstädte wie Heidelberg, Mannheim und Heilbronn beeinflusst. Eine Aufwertung der Situation in Mosbach ist durchaus in bestimmten Segmenten wie „Junge Mode“ möglich. Weiter können Firmen mit einem hohen Bekanntheitsgrad (z. B. Firmen wie H & M) zu einer Erhöhung der Gesamtattraktivität der Stadt Mosbach als Einkaufsstadt beitragen.

Der Bereich **Schuhe** ist gegenwärtig durch acht Anbieter in Mosbach vertreten, die sich überwiegend in der Innenstadt befinden und Verkaufsflächengrößen zwischen 100 und 500 qm aufweisen. In der Innenstadt ist die Angebotssituation überwiegend durch Fachgeschäfte geprägt. Im preisorientierten Segment ist auf die Anbieter Deichmann und Reno in Standortlagen außerhalb der Innenstadt zu verweisen. Das Segment Schuhe stellt eine Angebotsstärke innerhalb der Gesamtstadt sowie der Innenstadt von Mosbach dar.

Im Bereich **Sport** ist jeweils ein Anbieter in der Innenstadt und an der Pfalzgraf-Otto-Straße ansässig. Beide Anbieter verfügen über eine im Branchenvergleich eher unterdurchschnittliche Verkaufsfläche. Für den Bereich Sport sind Entwicklungspotentiale vorhanden, wobei hier mögliche Verlagerungs- und Erweiterungsbemühungen der bestehenden Anbieter zu berücksichtigen sind.

Schreibwaren/Bücher/Spielwaren

Bei Schreibwaren/Zeitschriften ist in Mosbach ein ausreichendes Angebot vorhanden. Im Buchhandel wird durch die drei Fachgeschäfte eine vergleichsweise hohe Marktposition, auch im Umland, erzielt.

Das Segment Spielwaren ist in Mosbach überwiegend durch sortimentsübergreifenden Anbieter in der Innenstadt (Dunz Spielwaren und Bürobedarf) sowie am Standort des „Kaufland EKZ“ (Müller-Drogeriemarkt) abgedeckt.

Einrichtung und Zubehör

Der Bereich Möbel ist gegenwärtig in Mosbach durch einen im unteren bis mittleren Preissegment angesiedelten Anbieter vertreten. Hinzukommen spezialisierte Anbieter im Teilssegment Küchen und Matratzen. Auf Grund der Überlagerung des Marktgebietes durch Anbieter wie Bierstorfer XXXL in Heilbronn ist der Entwicklungsspielraum in Mosbach als begrenzt einzustufen.

Die Sortimentsbereiche Raumausstattung/Heimtextilien, Haushaltswaren sowie Glas / Porzellan / Keramik (GPK) werden in Mosbach von Fachgeschäften sowie Fachmärkte gut abgedeckt.

Elektrowaren

Im Bereich Elektrowaren ist in der Innenstadt von Mosbach ein kleinerer Anbieter (Hestermann) ansässig. Im restlichen Stadtgebiet ist dieses Segment durch die Fachmarktanbieter Media Markt an der Pfalzgraf-Otto-Straße, Euronics an der Odenwaldstraße und Elektro Peres an der Alten Neckarelzer Straße ausreichend vertreten.

Eisenwaren/ Bau- und Heimwerkerbedarf

Der Bereich Eisenwaren / Werkzeuge / Bau- und Heimwerkerbedarf wird derzeit durch die Anbieter Hornbach und Raiffeisen Baustoffe im Gewerbegebiet „Hohlweg“ am südlichen Stadtrand sowie den Raiffeisen-Markt am Güterbahnhof abgedeckt. Der Bau- und Heimwerkermarkt der Fa. Hornbach vermittelt einen etwas „in die Jahre“ gekommenen Eindruck. Mit der Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des Raiffeisen-Marktes auf dem Majolika-Gelände wird dieses Segment in relativer Innenstadtnähe ausgebaut.

Foto/ Optik und Uhren/ Schmuck

Im Bereich Foto/Optik sowie Uhren/Schmuck ist eine hohe Angebotsdichte vorhanden: In beiden Sortimentsbereichen sind eine Reihe von Fachgeschäften in der Innenstadt von Mosbach ansässig, die eine Angebotsstärke in der Innenstadt Mosbach darstellen. Diese Segmente besitzen darüber hinaus eine hohe Marktposition bei den Kunden aus dem Umland.

Sonstige Angebote

Bei sonstigen Einzelhandelsangeboten, z.B. im Bereich Autozubehör und Fahrräder, kann Mosbach auf eine vergleichsweise hohe Marktposition verweisen. Defizite können noch im Bereich Babybedarf ausgemacht werden.

9.3 Standortkonzept

9.3.1 Grundlagen

In Anlehnung an die landesplanerischen Zielsetzungen und den weiteren relevanten planungsrechtlichen Festlegungen (§ 11, Abs. 3 BauNVO; § 34 BauGB, Einzelhandelserlass Baden-Württemberg) können für die künftige Standortentwicklung im Einzelhandel in Mosbach folgende übergeordnete Zielsetzungen festgehalten werden:

- Negative Auswirkungen auf die zentralen innerörtlichen Einzelhandelslagen bzw. auf die wohnnahen Nahversorgungsstandorte, welche speziell durch großflächige Handelsansiedlungen an städtebaulich nicht integrierten Lagen auftreten können, sind zu minimieren.
- Speziell bei den **sog. zentrenrelevanten Sortimenten** und Betriebstypen sollte der Entwicklungsschwerpunkt auf der Innenstadt sowie auf geeigneten Innenstadterweiterungslagen bzw. ausgewählten und planerisch „gewollten“ Standorten liegen.
- Bei den **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** (z.B. Möbel, Bau- und Heimwerkerbedarf etc.), welche bezüglich der Flächenansprüche und der Sortimentsstruktur nur noch bedingt in die zentrale innerstädtische Einkaufslage integrierbar sind, sind auch Standortlagen außerhalb der Innenstadt möglich. Die Abschätzung möglicher Auswirkungen auf die städtebauliche und handelsbezogene Entwicklung der Stadt Mosbach, welche durch mögliche Ansiedlungsvorhaben größerer Handelsbetriebe induziert werden können, ist ggf. in Form von **Einzelfallbeurteilungen** anhand der konkreten Plandaten vorzunehmen.
- Für die **sog. zentrenrelevanten Sortimente**, insbesondere im **Non-Food-Bereich** (vgl. Abgrenzung der Sortimente nach Zentrenrelevanz in Anhang), sollte über entsprechende Flächen- und Sortimentsfestsetzungen in den Bebauungsplänen eine kontrollierbare Entwicklung an städtebaulich nicht integrierten Lagen gewährleistet sein.

Bei den nachfolgenden konzeptionellen Überlegungen ist zum einen die **räumliche Komponente** (bestehende Einzelhandelsschwerpunkte, Nahversorgung und Lage der wesentlichen Wohngebiete, Grundstücksverfügbarkeit, Verkehrsanbindung etc.) von Bedeutung, welche zumindest in Teilen über die Planung gesteuert und beeinflusst werden kann. Als geeignete planerische Instrumente sind hier u.a. die Grundstückspolitik der Kommunen, die gezielte Anwendung des planungsrechtlichen Instrumentariums und die Optimierung der städtebaulichen Rahmenbedingungen (z.B. Verkehrsführung, Parkplatzangebot und Parkplatzorganisation, Stadtgestaltung) zu benennen.

Zum anderen ist die **einzelbetriebliche bzw. ökonomische Komponente** von Bedeutung, welche durch die Handelsbetriebe selbst beeinflusst wird. Neben der ökonomischen Tragfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben sind die betrieblichen Standortanforderungen hinsichtlich Erreichbarkeit, Einsehbarkeit, Qualität der Handelsimmobilien (z.B. Verkaufsflächenzuschnitt und -größe) zu benennen.

9.3.2 Vorgaben des Regionalplans Metropolregion Rhein-Neckar

Die Teilfortschreibung des Regionalplans Unterer Neckar (Metropolregion Rhein-Neckar) aus dem Jahr 2006 weist den Versorgungskern (= Innenstadt) als Teil des zentralörtlichen Standortbereiches und Standort für zentrenrelevante regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßbetriebe aus.

Als **Versorgungskern** wird die historische Innenstadt der Stadt Mosbach abgegrenzt. Der Regionalplan führt folgendes zu dieser Gebietskategorie aus:

„Der Versorgungskern ist Teil des zentralörtlichen Standortbereiches. Es handelt sich um die Innenstadt, das Stadt-/Ortszentrum oder den Siedlungskern mit den Hauptgeschäftslagen/Fußgängerzonen. Hier konzentrieren sich räumlich die öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen.“

Über den Versorgungskern hinaus ist im Regionalplan ein **zentralörtlicher Standortbereich** definiert, der neben dem Versorgungskern noch weitere Standortlagen umfasst. Der Regionalplan führt folgendes zu dieser Gebietskategorie aus:

„Bei dem zentralörtlichen Standortbereich handelt es sich den zusammenhängenden, städtebaulich gewachsenen Siedlungsbereich, in dem neben dem Einzelhandel auch andere zentralörtliche Funktionen konzentriert sind. Regionalbedeutsame Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf dargestellten zentralörtlichen Standortbereichen zulässig.“

„Von Einzelhandelsvorhaben im übrigen zentralörtlichen Standortbereich und an anderen Standorten dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf den Versorgungskern in der Standortgemeinde und in anderen Gemeinden zu erwarten sein. (§ 34 Abs. 3 i.V.m. Abs. 3a BauGB)“

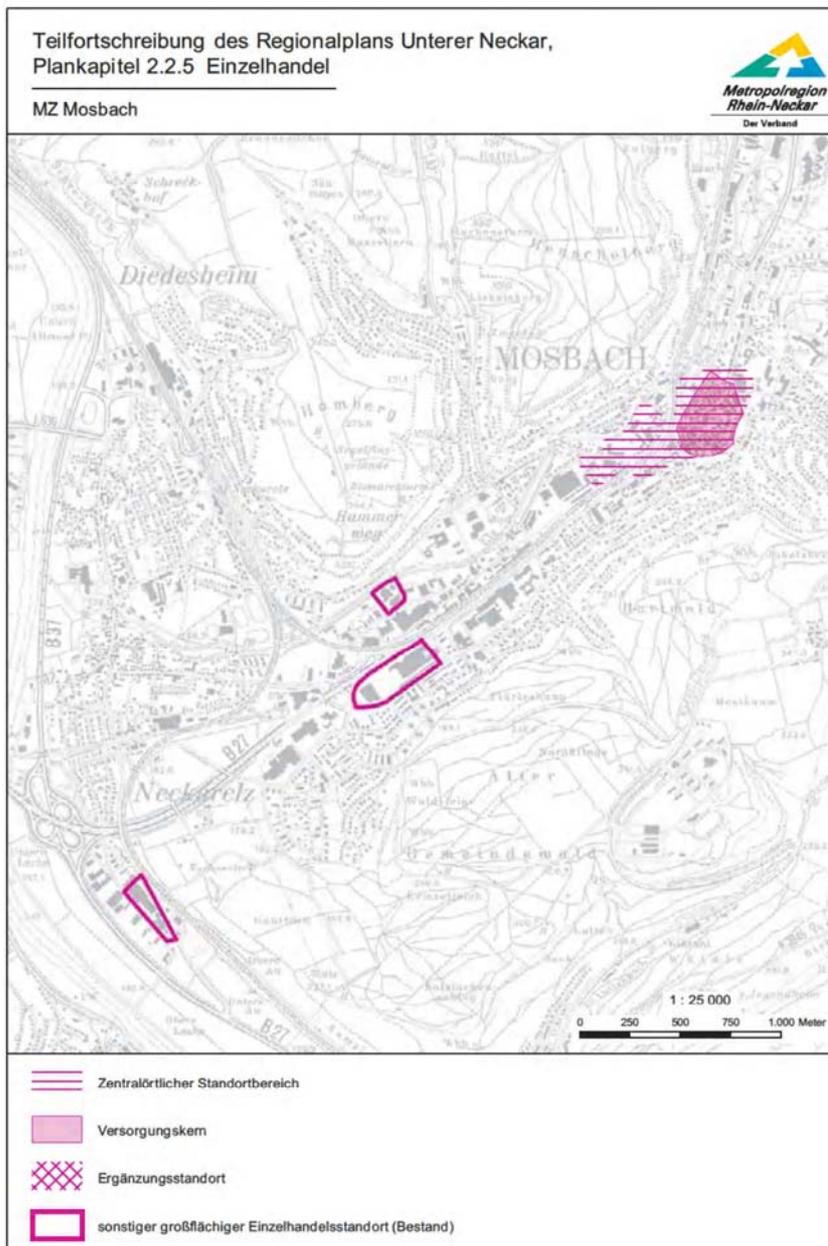
In der Stadt Mosbach betrifft dies v.a. die Bereiche außerhalb des Versorgungskerns um die Hauptstraße, Eisenbahnstraße, Bleichstraße und Teile der Neckarelzer Straße.

Des Weiteren enthält die Teilfortschreibung des Regionalplanes eine Ausweisung von Standortlagen des **sonstigen großflächigen Einzelhandels (Bestand)**. Dabei handelt es sich um den Standortbereich „Kaufland-EKZ“/„Neckar-Odenwald-Zentrum“, den Standort des Hornbach-Baumarktes im Gewerbegebiet „Hohlweg“ und das Möbelhaus Südsterne in der Industriestraße.

Der Regionalplan führt folgenden zu dieser Gebietskategorie aus:

„Vorhandene Standorte von Einzelhandelsgroßprojekten genießen grundsätzlich Bestandsschutz. Eine Erweiterung der Verkaufsflächen bei diesen Betrieben bzw. zusätzliche Einzelhandelsansiedlungen an diesen Standorten sollten jedoch vermieden werden, um die innerstädtischen Versorgungsstrukturen zu stabilisieren und bereits eingetretene Fehlentwicklungen nicht weiter zu festigen.“

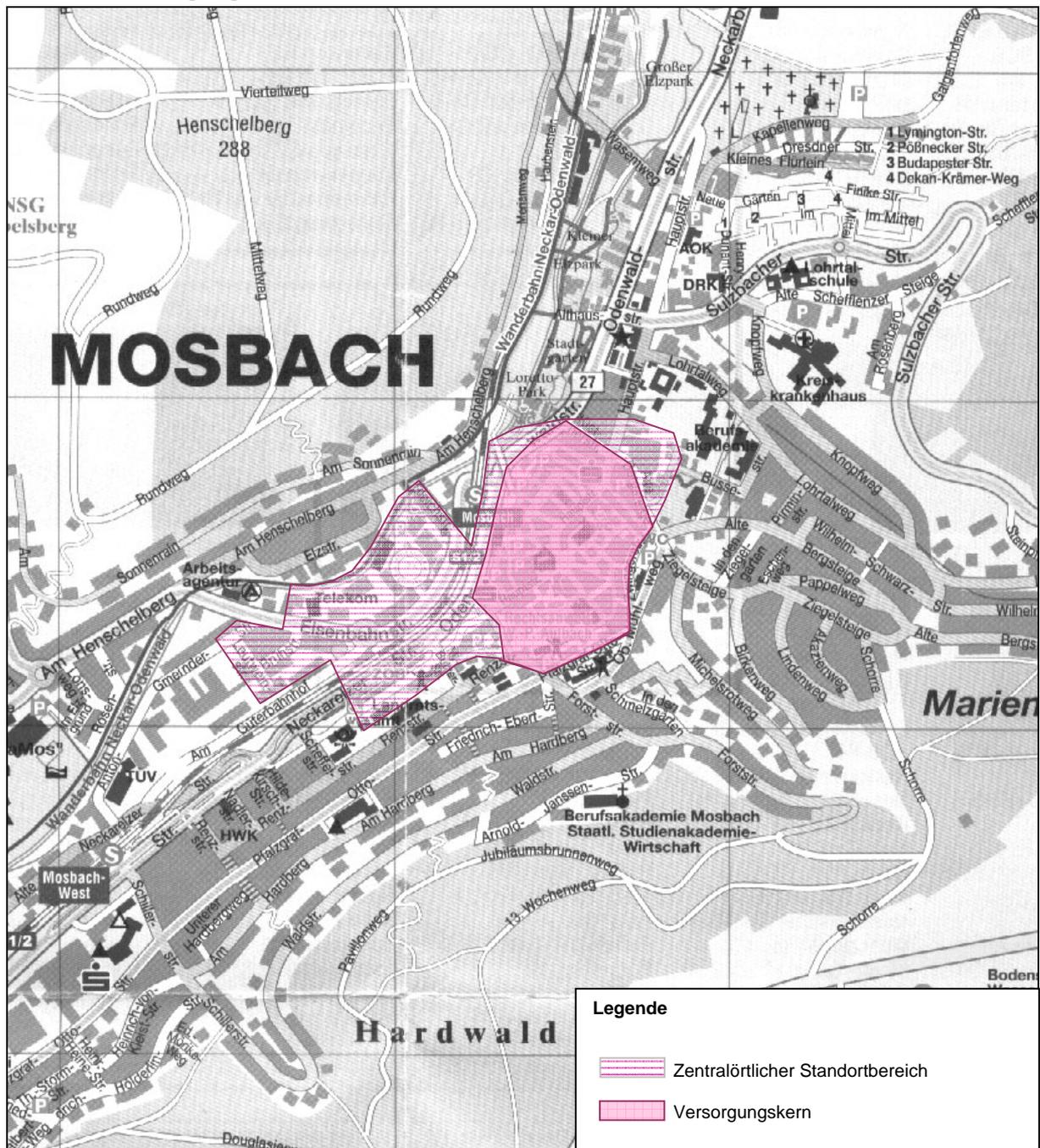
Abb. 52 **Regionalplanerische Abgrenzung des Versorgungskerns, des Zentralörtlichen Standortbereichs und der sonstigen Einzelhandelsstandorte (Bestand) in Mosbach**



Grundlage: Rasterdaten der Topographischen Karte 1:25 000 Baden-Württemberg,
© Landesvermessungsamt Baden-Württemberg (www.lv-bw.de) v. 25.9.03, Az.: 2851.2-D2460/

Quelle: Teilfortschreibung Einzelhandel im Regionalplan Unterer Neckar

Abb. 53 Versorgungskern und zentralörtlicher Standortbereich in Stadt Mosbach



Quelle: Stadtplan der Stadt Mosbach; Bearbeitung: CIMA

Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche

Im Zuge der Novellierung des BauGB wurde ein stärkeres Augenmerk auf die zentralen Versorgungsbereiche als Schutzgegenstand innerhalb der Handelsstruktur von Städten und Gemeinden gelegt.

Bei den zentralen Versorgungsbereichen nach § 34 Abs. 3 BauGB handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein Versorgungsbereich setzt Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – ggf. auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. Zentral sind Versorgungsbereiche, wenn ihnen die Bedeutung eines Zentrums für die Versorgung zukommt. Dies ist dann zu bejahen, wenn die Gesamtheit der auf eine Versorgung der Bevölkerung ausgerichteten baulichen Nutzungen in dem betreffenden Bereich aufgrund der verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung die Funktion eines Zentrums mit einem bestimmten Einzugsbereich hat. Diese Funktion besteht darin, die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs funktionsgerecht sicherzustellen (OVG Münster, BauR 2007, 845; BauR 2007, 2012, 2014).

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch nur einen eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken. Neben Innenstadtzentren und Stadtteilzentren können auch Bereiche für die Grund- und Nahversorgung zentrale Versorgungsbereiche i.S.v. § 34 Abs. 3 BauGB darstellen. Sie versorgen in der Regel nur bestimmte Stadtteile größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte mit Waren des kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfs (OVG Münster, BauR 2007, 2012, 2014).

Als mögliche weitere zentrale Versorgungsbereiche (vgl. Abb. 54) sind neben der Innenstadt von Mosbach insbesondere die „Stadtteilzentren“ in Neckarelz und Diedesheim zu benennen.

Abb. 54 **Zentrale Versorgungsbereiche in der Kernstadt Mosbach sowie in den Stadtteilen Neckarelz und Diedesheim**



Quelle: Google Earth Pro; Bearbeitung: CIMA

9.3.3 Empfehlungen zur künftigen Standortentwicklung

Auf der Grundlage der gegenwärtigen Einzelhandelsstruktur (u.a. räumliche Verteilung, Branchenmix, Verkaufsflächenausstattung, Qualität des Einzelhandelsangebotes) in der Gesamtstadt Mosbach und den marktwirtschaftlichen Bedingungen (z.B. erschließbare Kaufkraftpotentiale, Wettbewerbssituation) werden Leitlinien für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung dargestellt und auf deren Umsetzungsfähigkeit geprüft.

Entwicklung der Einkaufsinnenstadt

Mit Ausnahme der Fachmärkte und Shops im Bereich des „Kaufland-EKZ“ ist der Einzelhandel mit sog. zentrenrelevanten Sortimenten noch weitgehend auf den innerstädtischen Einkaufsbereich (Versorgungskern) / zentralörtlichen Standortbereich (Abgrenzungen siehe Abb. 53) konzentriert. Diese Standortpolitik sollte auch in Zukunft für die Betriebstypen, die auf Grund ihrer Standortanforderungen (z.B. Verkaufsflächen- und Stellplatzbedarf) städtebaulich integrierbar sind, durch eine entsprechende planungsrechtliche Steuerung (z.B.

durch Sortimentsfestsetzungen in Bebauungsplänen in Lagen im Außenbereich) konsequent weitergeführt werden. Der Ausschluss bzw. die Beschränkung der zentrenrelevanten Sortimente an städtebaulich nicht integrierten Lagen ist auch vor dem Hintergrund der Erhaltung der Investitionsbereitschaft für Gewerbeimmobilien im innerstädtischen Bereich zu sehen.

Vor dem Hintergrund, dass eine hohe Vielfalt und ein breites Angebot an Handels- und Dienstleistungsnutzungen in der Innenstadt generell zur Attraktivitätserhöhung einer Stadt als Einzelhandelsstandort insgesamt beitragen, können insbesondere nachfolgende Nutzungen und Betriebstypen als geeignet für eine Ansiedlung im zentralen Einkaufsbereich angeführt werden:

- Betriebstyp Fachgeschäft/kleinerer Fachmarkt mit klassischen Innenstadtsortimenten (z.B. Bücher/Schreibwaren, Textil, Schuhe, Sport)
- Nutzungen im Bereich Gastronomie, Freizeit und kundenorientierte Dienstleistungen (z.B. Reisebüro, Friseur).

Die dargestellten Nutzungsformen sind nicht nur von der reinen Bedarfsseite zu sehen, sondern auch vor dem Hintergrund der städtebaulichen Integrierbarkeit und dem attraktivitätsfördernden Charakter für die Innenstadt insgesamt.

Ein grundsätzliches Problem für die innerstädtische Einzelhandelsentwicklung stellen die bestehenden bzw. realisierbaren Verkaufsflächengrößen innerhalb der historischen Strukturen dar. Die räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten für „größerflächige“ Einzelhandelsnutzungen sind in der Innenstadt von Mosbach als begrenzt einzustufen, wobei sich mit der Standortlage „Gartenweg“ eine geeignete ergänzende Innenstadtlage mit unmittelbarem räumlichen und funktionalen Bezug zu den bestehenden innerstädtischen Geschäftslagen ausmachen lässt. Weitere entwicklungsfähige Innenstadtlagen, die sich **unmittelbar** an die Haupteinkaufslage anschließen, sind dagegen nicht vorhanden.

Zur Einordnung der Verkaufsflächengrößenentwicklung im Einzelhandel wird in den folgenden Tabellen ein Überblick über die marktfähigen Mindestbetriebsgrößen für einzelne Branchen gegeben.

Die in den Tabellen angeführten Orientierungswerte zu den betriebswirtschaftlich erforderlichen Betriebsgrößen zeigen, dass in einigen Branchen „zwangsläufig“ auch eine Entwicklung außerhalb der Innenstadt notwendig ist, um die Marktposition der Gesamtstadt Mosbach als Einzelhandelsstandort zu sichern.

Tab. 23 **Marktfähige Mindestbetriebsgrößen von Einzelhandelnutzungen im kurzfristigen Bedarfsbereich**

Branche	Marktfähige Mindestbetriebsgröße
Lebensmittel	Supermarkt: ab 800 qm
	Discounter: ab 700 qm
	kleiner Verbrauchermarkt: ab 1.500 qm
	SB-Warenhaus: ab 5.000 qm
	Getränkemarkt: ab 250 qm
	Spezialgeschäfte/Ladenhandwerk: ab 40 qm
Reformwaren	ab 100 – 150 qm
Apothekerwaren	ab 60 qm
Drogerie, Parfümerie	Drogerie/Parfümerie: ab 70 qm
	Drogeriemarkt: ab 200 qm
Blumen	ab 80 qm
Zeitschriften	ab 50 qm

Quelle: in Anlehnung an BBE-Handelsberatung München, Bearbeitung: CIMA

Tab. 24 **Marktfähige Mindestbetriebsgrößen von Einzelhandelnutzungen im mittelfristigen Bedarfsbereich**

Branche	Marktfähige Mindestbetriebsgröße
Oberbekleidung/ Wäsche/ Heimtextilien	Facheinzelhandel: ab 100 qm (bei Nischenbetrieben ggf. auch kleiner)
	Fachmärkte: ab 400 qm
Schuhe/Sportbedarf	Facheinzelhandel: ab 200 qm
	Fachmärkte: ab 500 qm
Sanitätshaus	ab 120 qm
Bücher/Schreibwaren	ab 60 qm
Spielwaren	Fachgeschäft: ab 100 qm
	Fachmärkte: ab 700 qm
Zoobedarf/Tiernahrung	ab 150 qm

Quelle: in Anlehnung an BBE-Handelsberatung München, Bearbeitung: CIMA

Tab. 25 **Marktfähige Mindestbetriebsgrößen von Einzelhandelnutzungen im langfristigen Bedarfsbereich**

Branche	Marktfähige Mindestbetriebsgröße
Möbel	ab 3.000 qm
Baumarkt	ab 3.000 qm
Glas/Porzellan/Keramik	ab 200 qm
Farben, Bodenbeläge	ab 600 qm
Elektrogeräte, Leuchten	ab 500 qm
Unterhaltungselektronik (UE)	Facheinzelhandel: ab 200 qm
	Fachmärkte (nur UE): ab 600 qm
	Fachmärkte mit Vollsortiment: ab 1.200 qm
Foto/Optik, Uhren/Schmuck	Fachgeschäfte/Filialisten: ab 60 qm
Lederwaren	ab 180 qm (bei Vollsortiment)
Fahrräder	Fachhandel: ab 150 qm
	Fachmärkte: ab 400 qm
Kfz-Zubehör	ab 300 qm
Bürobedarf/Büroorganisation	Fachmärkte: ab 400 qm
	Computerladen: ab 100 qm
	Handyladen: ab 60 qm
Babyausstattung	Fachmärkte z.T. mit Kindermöbelabteilung: ab 700 qm
Gartencenter	ab 2.000 qm

Quelle: in Anlehnung an BBE-Handelsberatung München, Bearbeitung: CIMA

Entwicklung der Innenstadtergänzungslagen

Aufgrund der begrenzten Flächenverfügbarkeit in der historischen Altstadt von Mosbach sind geeignete Innenstadtergänzungslagen für die künftige Einzelhandelsentwicklung einzubeziehen. Dieser Tatsache wird bereits im Regionalplan mit der Abgrenzung des zentralörtlichen Standortbereiches Rechnung getragen, der neben der Innenstadt auch die Bereiche außerhalb des Versorgungskerns um die Hauptstraße, Eisenbahnstraße, Bleichstraße und Teile der Neckarelzer Straße beinhaltet.

Für die Innenstadtergänzungslagen der Stadt Mosbach sind insbesondere Betriebstypen mit höherem Flächenbedarf (z.B. Fachmarktnutzungen) von Bedeutung, welche eine Kundenmagnetfunktion für die Gesamtstadt Mosbach sowie aufgrund der räumlichen Nähe auch für die Innenstadt von Mosbach übernehmen können. Hier können grundsätzlich auch Einzelhandelsnutzungen mit zentrenrelevanten Sortimenten in Frage kommen, wobei hier im Vorfeld eine Prüfung möglicher Auswirkungen auf die Einkaufsinnenstadt erfolgen sollte.

Entwicklung der Stadtteilzentren/Nahversorgungslagen

Innerhalb der Gesamtstadt Mosbach sind lediglich in den Stadtteilen Neckarelz und Diedesheim stadtteilbezogene Einzelhandelslagen abgrenzbar. Die räumliche Entwicklung der städtebaulich integrierbaren Einzelhandelsnutzungen (z.B. kleinteiliger Einzelhandel) sollte vorrangig in den organisch gewachsenen Stadtteilzentrenstrukturen erfolgen (vgl. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in Abb. 53).

In den weiteren Stadtteilen ist das Einzelhandelsangebot meist nur in einem geringen Umfang (z.B. durch das Lebensmittelhandwerk) vorhanden, wobei aufgrund der beschränkten Bevölkerungspotentiale in den kleineren Stadtteilen die Entwicklungsmöglichkeiten (z.B. für die Ansiedlung größerer Lebensmittelmärkte) als sehr beschränkt einzustufen sind. Eine flächenhafte Sicherung der Nahversorgung ist nach ökonomischen Gesichtspunkten nur noch sehr bedingt leistbar.

Entwicklung der Sondergebiets-/Gewerbegebietslagen

Als Sondergebiets-/Gewerbegebietslagen mit großflächigen Handelsnutzungen sind die Bereiche „Kaufland-Einkaufszentrum/Neckar-Odenwald-Zentrum“, „Alte Neckarelzer Straße/Industriestraße“ und das Gewerbegebiet „Hohlweg“ einzustufen. Diese Standortlagen sind im Regionalplan als Bestandsflächen großflächiger Einzelhandel ausgewiesen.

Das „**Kaufland-Einkaufszentrum**“ liegt zwischen der B 27 und der Pfalzgraf-Otto-Straße in Höhe der Abfahrt „Waldsteige-Ost“. Innerhalb dieses Einkaufszentrums stellt das SB-Warenhaus Kaufland die Hauptnutzung dar. Im großzügig gestalteten Konzessionärs- bzw. Mallbereich sind daneben zahlreiche Anbieter aller Bedarfsbereiche ansässig. Der Verkaufsflächenschwerpunkt bei den Mietern des Mall-Bereiches liegt auf den mittelfristigen und überwiegend innenstadttypischen Sortimenten.

In unmittelbarer Nachbarschaft zum Kaufland-Einkaufszentrum befindet sich das **Neckar-Odenwald-Zentrum**. In diesem etwas in die Jahre gekommenen und nicht vollständig vermieteten zweigeschossigen Gebäudes befinden sich neben dem Lebensmittelvollsortimenter der Fa. Rewe auch der Textilfachmarkt Kik, der Schuhfachmarkt der Fa. Reno sowie das Dänische Bettenlager. In einem Nebengebäude ist der Elektronikfachmarkt Media-Markt untergebracht.

Beide Standortbereiche stellen traditionelle Versorgungsstandorte für die Kunden aus der Gesamtstadt Mosbach sowie dem Umland dar.

Für die zukünftige Entwicklung ist grundsätzlich die Ansiedlung von Sortimenten mit einer geringen Zentrenrelevanz zu bevorzugen, um eine kontrollierbare und innenstadtverträgliche Einzelhandelsentwicklung gewährleisten zu können.

Da sich in diesen Gebieten bereits heute ein hoher Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten befindet, ist bei Planungen detailliert zu beurteilen, inwieweit mögliche Sortimente einerseits zur Beseitigung von Angebotsdefiziten in der Gesamtstadt beitragen und andererseits möglichst geringe Schädigungen der Innenstadt als Vorrangstandort für Einzelhandel nach sich ziehen (vgl. Beurteilung von ausgewählten Standortbereichen).

Auf der nordwestlich der B 27 befindet sich die Gewerbegebietslage im Bereich der „**Alten Neckarelzer Straße/Industriestraße**“, welche neben Einzelhandelsbetrieben (u.a. Südsterne Möbel, W+P Bikehouse, Autoplus) v. a. durch andere gewerbliche und industrielle Nutzungen geprägt ist. Die ansässigen Betriebe sind größtenteils dem langfristigen Bedarfsbereich mit überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Das **Gewerbegebiet Hohlweg** liegt am südwestlichen Stadtrand und weist ebenfalls eine Mischung aus gewerblichen und industriellen Nutzungen sowie Einzelhandelsbetrieben auf. Als strukturprägender Einzelhandelsbetrieb in diesem Bereich ist der Hornbach-Baumarkt zu nennen.

In den Standortbereichen „Alten Neckarelzer Straße/Industriestraße“ und „Gewerbegebiet Hohlweg“ sollte sich die künftige Einzelhandelsentwicklung in erster Linie auf Sortimente/Angebotsformen beschränken, die keine nennenswerte Zentrenrelevanz besitzen, damit eine kontrollierbare und innenstadtverträgliche Einzelhandelsentwicklung gewährleistet werden kann.

9.3.4 Beurteilung ausgewählter Standortbereiche

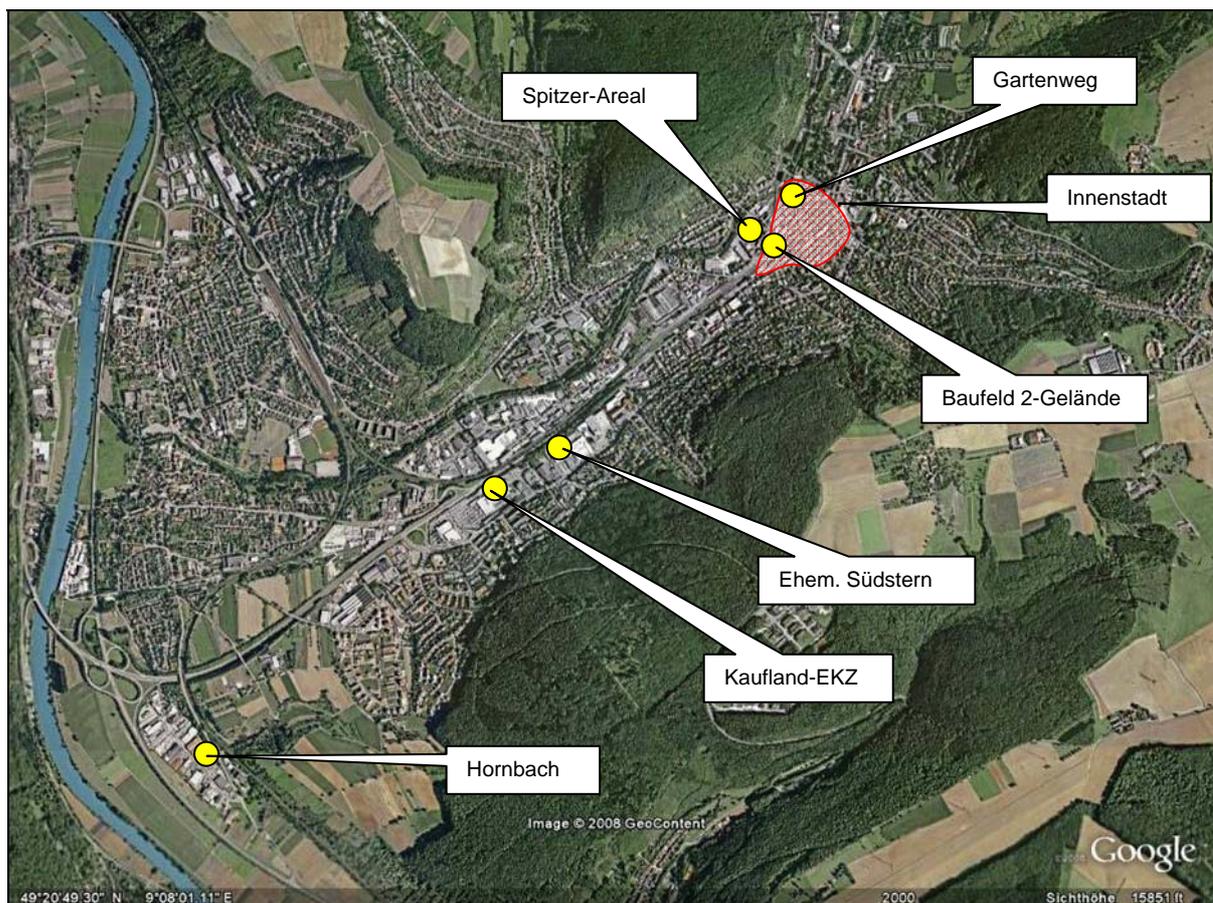
Für ausgewählte Einzelstandorte bzw. Gebiete wird in Abstimmung mit der Stadtverwaltung Mosbach eine Beurteilung der Standortlagen hinsichtlich der grundsätzlichen Entwicklungsmöglichkeiten für Einzelhandelsnutzungen vorgenommen. Die Stadt Mosbach besitzt bereits heute eine überdurchschnittliche Einzelhandelszentralität sowie eine hohe Verkaufsflächenausstattung, welche sich auf nahezu alle Branchen/Bedarfsbereiche bezieht. Insofern ist ein ausgesprochener „Handlungsdruck“ zur Schließung objektiv vorhandener Angebotsdefizite nicht vorhanden.

Die einzelhandelsbezogene Stadtentwicklung kann sich damit vorrangig an qualitativen Kriterien orientieren und gezielt Nutzungsformen präferieren, die zu einer Aufwertung der Einzelhandelssituation in der Gesamtstadt/Innenstadt Mosbach insgesamt beitragen. Eine „zufallsgeleitete“ Verwertung von Einzelgrundstücken unter ausschließlich monetären Gesichtspunkten sollte vermieden werden. Seitens der Stadtverwaltung sollte eine sorgsame Abwägung der Vorteile und/oder negativen Auswirkungen bzgl. der vorhandenen Einkaufslagen, insb. der Innenstadt, vorgenommen werden.

Für die einzelnen Standortbereiche ist auf die unterschiedlich starken planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten durch die Stadtverwaltung hinzuweisen. Einige der Standortbereiche liegen in Geltungsbereichen von Bebauungsplänen, in denen Aussagen zu Sortimentsausschlüssen und Verkaufsflächenobergrenzen getroffen sind. Die Umsetzung möglicher Vorhaben kann somit lediglich über eine Änderung der Bebauungspläne erfolgen.

Die Beurteilung der einzelnen Standortbereiche ist in der Tab. 26 nochmals synoptisch gegenüber gestellt.

Abb. 55 Übersicht über die beurteilten Standortbereiche in der Stadt Mosbach



Quelle: Google Earth Pro, Bearbeitung: CIMA

Standortbereich Gartenweg***Ausgangssituation:***

Der Standortbereich „Gartenweg“ ist Bestandteil der Mosbacher Innenstadt und liegt in unmittelbarer Nähe zu den zentralen innerstädtischen Haupteinkaufslagen. Derzeit wird der Bereich durch Parkplätze mit hoher Besucherakzeptanz genutzt.

Nutzungsempfehlungen:

Als Innenstadtlage stellt der „Gartenweg“ grundsätzlich einen „planerisch richtigen“ Standort für die künftige Einzelhandelsentwicklung dar. Aufgrund der exponierten Lage des Standortbereiches sowie der Tatsache, dass dieser Bereich die einzige größere zusammenhängende Fläche in der zentralen Innenstadt von Mosbach darstellt, ist bei der Realisierung von Verkaufsflächen ausschließlich auf Nutzungsformen/Betriebstypen abzustellen, die eine Magnetwirkung besitzen und damit zur weiteren Attraktivitätssteigerung der gesamten Standortlage „Innenstadt“ beitragen (z.B. attraktive Anbieter in den Bereichen Bekleidung / Schuhe / Sport).

Der Gartenweg stellt die erste Präferenz für die Ansiedlung innenstadtprägender Nutzungen dar, wobei neben Einzelhandel auch attraktive Gastronomiekonzepte oder frequenzerzeugende öffentliche Einrichtungen (z.B. Stadtbibliothek / Mediathek) in Frage kommen.

Standortbereich Spitzer-Areal***Ausgangssituation:***

Der Standortbereich Spitzer-Areal befindet sich in räumlicher Nähe zur historischen Altstadt, wobei durch die Bundesstraße 27 eine gewisse Trennwirkung vorhanden ist. Es umfasst das Gebiet zwischen dem ehemaligen Parkplatz Bleichweise und der Bundesstraße. Derzeit befindet sich u .a. ein Sonderpostenmarkt in zwei getrennten Gebäuden auf dem Grundstück.

Nutzungsempfehlungen:

Das Spitzer-Areal befindet sich innerhalb des ausgewiesenen zentralörtlichen Standortbereiches und ist damit als Ergänzungsstandort für Einzelhandelsnutzungen grundsätzlich möglich.

Unter handelsbezogenen Gesichtspunkten (Flächenverfügbarkeit, Flächenzuschnitt, Einsehbarkeit, Erreichbarkeit u .a.) verfügt die Standortlage über eine hohe Lagequalität.

Aufgrund der relativen Altstadtnähe des Grundstückes und der begrenzten Flächenressourcen in der Innenstadt besitzt dieser Bereich nach dem Gartenweg die zweithöchste Stand-

ortpräferenz für Einzelhandelsnutzungen auch mit innenstadtrelevanten Sortimenten. Eine handels- und dienstleistungsbezogene Nutzung kann bei entsprechender Architektur zu einer deutlichen Aufwertung des städtebaulichen Umfeldes beitragen. Neben Handelsnutzungen eignet sich dieser Standortbereich auch für Sondernutzungsformen wie Kino, Hotel, etc.

Nach Angaben der Stadtverwaltung Mosbach bestehen für diesen Standortbereich Planungen für eine mögliche Erweiterung der Berufsakademie (BA) am Standort Mosbach. Im Falle der Realisierung der BA-Erweiterung kann sich eine Achse zum bestehenden BA-Standort am Lohrtalweg durch die Innenstadt entwickeln, welche auch zu einer weiteren Frequenzsteigerung in der Fußgängerzone beitragen kann.

Bei der Belegung des Spitzer-Areals durch Handelsnutzungen bzw. durch die Berufakademie sind im Sinne einer Güterabwägung die positiven Effekte der BA, welche für die Gesamtstadt Mosbach zu erwarten sind, zu berücksichtigen. Unabhängig von der hohen Standorteignung für Handelsnutzungen ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass unter versorgungsstrukturellen Überlegungen keine zwingende Notwendigkeit zur Schaffung zusätzlicher Verkaufsflächen besteht.

Standortbereich Baufeld 2 (an der B 27)

Ausgangssituation:

Das Baufeld 2 am südwestlichen Ende der Hauptstraße wird derzeit durch Parkplätze im Bereich Château-Thierry-Platz genutzt und weist einen räumlichen und funktionalen Bezug zur Altstadt auf.

Nutzungsempfehlungen:

Aufgrund des „schmalen Flächenzuschnittes“ kommen nur kleinteilige Nutzungen, z.B. Shops, an diesem Standort in Frage, die letztendlich keine nachhaltige Aufwertung im Sinne einer Magnetfunktion für die gesamte Innenstadt einnehmen werden.

Weiterhin kann aufgrund der exponierten Lage am Eingang zur historischen Altstadt zu einer Unterbrechung der Sichtachse zum Marktplatz führen und damit für die stadtgestalterische Attraktivität abträglich sein.

Nach Angaben der Stadtverwaltung ist alternativ eine Umstrukturierung der Fläche zu einem Haltepunkt für Reisebusse mit Integration eines sog. „Welcome Center“ geplant.

Insbesondere aufgrund der grundstücksbezogenen Voraussetzungen ist der Nutzungsalternative „Welcome-Center“ der Vorzug gegenüber handelsbezogenen Nutzungen einzuräumen.

Standortbereich ehemaliges „Südstern-Gebäude“***Ausgangssituation:***

Beim ehemalige Südstern-Standort handelt es sich gegenwärtig um eine Gewerbebrache im Umfeld von weiteren Handelsnutzungen (u.a. Aldi, Sanitätshaus Schach, Tapeten-/ Teppichfachmarkt DÜE). Grundsätzlich soll eine Wiederverwertung des Standortes durch eine Einzelhandelsnutzung erfolgen.

Nutzungsempfehlungen:

Die Standortlage des ehemaligen Südstern-Gebäudes liegt an der Pfalzgraf-Otto-Straße und besitzt einen räumlichen Bezug zu den angrenzenden Wohngebieten (städtebaulich teilintegrierte Lage). Unter handelsbezogenen Lagekriterien befindet sich der Standort in „zweiter Reihe“.

Trotz der einzelhandelsbezogenen Prägung des Umfeldes ist diese teilintegrierte Standortlage, auch unter handelsbezogenen Standortkriterien, nicht als optimaler Standort für Einzelhandelsnutzungen einzustufen.

Für Betriebstypen, die der Grundversorgung dienen (z.B. Lebensmittelmarkt) ist jedoch aufgrund der teilintegrierten Standortlage eine grundsätzliche Eignung vorhanden. Für klassische innenstadtrelevante Fachmarktkonzepte ist diese Standortlage unter stadtentwicklungsbezogenen Gesichtspunkten nur bedingt zu empfehlen.

Für den Fall, dass Einzelhandelsansiedlungen vorgesehen sind, welche konträr zu den städtebaulichen Entwicklungszielen der Stadt Mosbach einzustufen sind, kann von Seiten der Stadtverwaltung über das Instrument der Veränderungssperre nach § 14 BauGB eingegriffen werden um die künftige Entwicklung ggf. über einen Bebauungsplan steuern zu können.

Standortbereich „Kaufland-EKZ“***Ausgangssituation:***

Die Standortlage „Kaufland-EKZ“ besitzt räumlich und funktional keinen Bezug zur Innenstadt, befindet sich allerdings in einer „zentralen“ Lage im Gesamtstadtgebiet.

Der Standortbereich liegt im Geltungsbereich des Bebauungsplanes „Flürlein, Nr. 2.08 A“ und ist als Sondergebiet „SO-B“ ausgewiesen. Im Regionalplan wurde dieser Bereich als Standort für sonstige großflächige Einzelhandelsgroßprojekte (Bestand) eingestuft. Für die Realisierung jeglicher Einzelhandelsvorhaben in diesem Standortbereich ist eine Anpas-

sung/Änderung des bestehenden Bebauungsplanes, welcher den Umfang der zulässigen Verkaufsflächen bzw. der zentrenrelevanten Sortimente „deckelt“, notwendig.

Das gesamte „Kaufland-EKZ“ umfasst eine Gesamtverkaufsfläche von rund 10.000 qm (inkl. Kaufland-Getränkemarkt, Sport Rajakov). Neben dem Ankermieter Kaufland weist das „Kaufland-EKZ“ einen großzügig dimensionierten Konzessionärs- und Mallbereich von ca. 3.800 qm VK auf (entspricht ca. 38 % der Gesamtverkaufsfläche). Die Betriebe im Mallbereich führen ganz überwiegend zentrenrelevante Sortimente.

Der Standortbereich stellt neben der Innenstadt den weiteren Einzelhandelsschwerpunkt innerhalb der Stadt Mosbach dar.

Nutzungsempfehlungen:

Nach Angaben des Betreibers ist eine Verlagerung bzw. bauliche Integration des Getränkemarktes (bisher separates Gebäude) in das bestehende Gebäude des Kaufland SB-Warenhauses geplant. Als Nachnutzung des bisherigen Getränkemarktes ist eine Belegung durch Fachmärkte vorgesehen.

Der Standortbereich besitzt unter handelsbezogenen Gesichtspunkten eine sehr hohe Standorteignung für die Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen.

Zu den vorliegenden Planungen an diesem Standortbereich sind grundsätzlich folgende Einschätzungen vorzunehmen:

- Eine Integration des Getränkemarktes in das bestehende Kaufland SB-Warenhaus dient in erster Linie einer Optimierung des Betriebsablaufes und wird unter unternehmerischen Aspekten zu einer Verbesserung der Kundenfreundlichkeit innerhalb des SB-Warenhauses insgesamt beitragen.
- Diese Verlagerung kann aus betrieblichen Gesichtspunkten nachvollzogen werden und ist für die Innenstadtentwicklung als weitgehend wettbewerbsneutral einzustufen.
- Die mögliche Nachnutzung des bisherigen Getränkemarktes durch Fachmärkte mit zentrenrelevantem Sortiment ist zunächst kritischer zu beurteilen. Hier sollte bei Vorliegen konkreter Nutzungsvorstellungen im Rahmen der notwendigen Änderung des Bebauungsplanes eine detaillierte Einzelfallprüfung der möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen vorgenommen werden.
- Für eine mögliche Belegung des Standortes kommen vorrangig Nutzungen mit einer geringeren Zentrenrelevanz in Frage. So ist z.B. ein Fachmarkt für Babyausstattung (derzeit Angebotslücke in Mosbach) oder ein Fachmarkt für Sportgeräte (z.B. großteilige Artikel wie Fitnessgeräte etc.) denkbar.

Standortbereich Hornbach***Ausgangssituation:***

Der Standort „Hornbach“ am Hohlweg liegt im Gewerbegebiet „Hohlweg“ im südwestlichen Stadtgebiet und ist als städtebaulich nicht integrierte Einzelhandelslage einzustufen. Hinsichtlich des äußeren Erscheinungsbildes sowie des Marktauftritts ist der Hornbach-Baumarkt deutlich „in die Jahre gekommen“.

Im Regionalplan ist dieses Gebiet als Standort für sonstige großflächige Einzelhandelsgroßprojekte (Bestand) ausgewiesen. Für einen Ausschluss der zentrenrelevanten Sortimente in diesem Standortbereich ist eine Anpassung/Änderung des bestehenden Bebauungsplanes notwendig.

Nutzungsempfehlungen:

Unter handelsbezogenen Gesichtspunkten besitzt dieser Standortbereich, auch aufgrund der Ausrichtung der umliegenden Einzelhandelsbetriebe „rund ums Bauen“ (u.a. TTL, Raiffeisen Baustoffe), eine hohe Eignung für nicht-zentrenrelevante Sortimente. Eine mögliche Erweiterung des bestehenden Hornbach-Marktes mit einen damit verbundenen „trading-up“ des äußeren Erscheinungsbildes dieses Marktes ist zunächst positiv zu beurteilen. Im Falle der Erweiterung sollte die bestehende Sortimentsstruktur des Hornbach-Baumarktes jedoch nicht grundlegend verändert werden.

Eine Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten ist an dieser klassischen „Grüne Wiese“-Lage nicht zu empfehlen. Sofern für diesen Standortbereich ein Handlungsdruck entsteht, kann von Seiten der Stadtverwaltung eine Veränderungssperre erlassen werden.

Tab. 26 Standort-Matrix für die Beurteilung ausgewählter Standortbereiche in der Stadt Mosbach

Kriterien Standortbereiche	städtebauliche Kriterien	handelsbezogene Kriterien	Empfehlung zur Standortentwicklung
Gartenweg	<ul style="list-style-type: none"> - Innenstadtlage - direkter Anschluss an die Hauptgeschäftslage 	<ul style="list-style-type: none"> - Ergänzung zur Hauptgeschäftslage - Hohe Kundenfrequenz aufbaubar 	<ul style="list-style-type: none"> - Geeigneter Standort zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Sortiment - Gezielte Auswahl von Magnetbetrieben, die zur Attraktivitätssteigerung beitragen - Geeigneter Standort für andere Nutzungsmöglichkeiten, wie z.B. attraktive Gastronomiekonzepte, öffentliche Nutzungen mit hoher Besucherfrequenz (z.B. Stadtbibliothek/ Mediathek)
Spitzer-Areal	<ul style="list-style-type: none"> - Räumlicher und funktionaler Anschluss an die Innenstadt bedingt vorhanden - Innenstadtergänzungslage 	<ul style="list-style-type: none"> - Hohe Lagequalität in punkto Erreichbarkeit, Einsehbarkeit, Flächenverfügbarkeit - bestehender Handelsstandort 	<ul style="list-style-type: none"> - Eignung als Ergänzungsstandort für Betriebstypen, die nur bedingt in die historischen Strukturen integrierbar sind - Standorteignung für Sondernutzungsformen wie z.B. Kino, Hotel, Berufsakademie-Erweiterung
Baufeld B 2 (an der B 27)	<ul style="list-style-type: none"> - Städtebaulich integrierter Standort - Exponierte Lage am Altstadt-Eingang 	<ul style="list-style-type: none"> - Flächenzuschnitt für größere Handelsnutzungen ungeeignet 	<ul style="list-style-type: none"> - keine Standorteignung für handelsbezogene Nutzungen mit Kundenmagnetfunktion - hohe Standorteignung für alternative Nutzungen wie z.B. „Welcome-Center“
ehemaliges „Süd-stern-Gebäude“	<ul style="list-style-type: none"> - städtebaulich teilintegrierte Lage mit Bezug zu Wohngebieten 	<ul style="list-style-type: none"> - Einzelhandelsbezogenes Standortumfeld - handelsbezogener Standort in 2. Reihe 	<ul style="list-style-type: none"> - Lebensmittelmarkt als wohnnaher Versorger denkbar - Innenstadtrelevante Fachmarktkonzepte nur bedingt zu empfehlen

Kriterien Standortbereiche	städtebauliche Kriterien	handelsbezogene Kriterien	Empfehlung zur Standortentwicklung
Kaufland-EKZ	<ul style="list-style-type: none"> - zentrale Lage innerhalb der Gesamtstadt Mosbach - kein räumlicher und funktionaler Bezug zur Innenstadt vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> - weiterer Handelsschwerpunkt neben der Innenstadt - Hohe Kundenfrequenz - Hohe Marktposition für die Umlandbevölkerung 	<ul style="list-style-type: none"> - beabsichtigte Integration des Getränkemarktes in das Kaufland SB-Warenhaus für die Innenstadtentwicklung wettbewerbsneutral - Nachnutzung des bisherigen Getränkemarktes durch Fachmarktnutzungen denkbar (vorrangig mit geringerer Zentrenrelevanz) - detaillierte Prüfung nach Konkretisierung der Planungen erforderlich (im Rahmen der in Folge notwendigen Änderung/Anpassung des Bebauungsplanes)
Hornbach-Baumarkt	<ul style="list-style-type: none"> - Städtebaulich nicht integrierter Standort 	<ul style="list-style-type: none"> - Prägung des Standortumfeldes durch Betriebe „rund ums Bauen“ (nicht zentrenrelevante Sortimente) - Bestehender Hornbach-Baumarkt als „in die Jahre gekommen“ einzustufen 	<ul style="list-style-type: none"> - Erweiterung Hornbach-Baumarkt mit verbundenem „trading-up“ positiv zu beurteilen, falls keine grundlegende Veränderung der bestehenden Sortimentsstruktur erfolgt - Keine Empfehlung für Betriebstypen mit zentrenrelevanten Sortimenten

Quelle: CIMA-Zusammenstellung

9.4 Stadtentwicklung und Stadtmarketing

Die Entwicklungsmöglichkeiten von Handel und Gewerbe sind in engem Zusammenhang mit den städtebaulichen Rahmenbedingungen zu sehen. Für die künftige Entwicklung in Mosbach werden nachfolgend beispielhaft mögliche Maßnahmen aus einzelnen Themenfeldern aufgezeigt. Die angeführten Maßnahmen erheben selbstverständlich nicht den Anspruch an Vollständigkeit. Des Weiteren ist auf das bereits funktionierende und bei Handel und Gewerbe akzeptierte Stadt- und Citymarketing zu verweisen, welches bereits vielfältige Maßnahmen durchgeführt bzw. geplant hat.

9.4.1 Themenbereich Parken/Verkehr

- Unter den Verbesserungsvorschlägen der Einzelhändler wurde auch die Einrichtung von **Kurzparkzonen** genannt. Dies kann zum einen über die Abgrenzung bestimmter Stellplätze nur für Kurzparker erfolgen. Zum anderen ist auch eine Regelung über die Parkscheinautomaten (vgl. „Brötchentaste“, „Brezeltarif“) erfolgen. Ein schneller Einkauf im historischen Stadtkern von Mosbach wird damit komfortabler und kostenfrei.

Beispiel: Stadt Berlin – Spandau



Beispiel: Stadt Böblingen



9.4.2 Themenbereich Einzelhandel/Dienstleistungen

- Als dauerhaftes Ziel ist eine **Harmonisierung der Ladenöffnungszeiten** anzustreben. Angesichts der Struktur des überwiegend kleinflächigen Einzelhandels sollten als Mindestanforderung an eine stärkere Serviceorientierung zumindest Kernöffnungszeiten

(z.B. wochentags 10 – 19 Uhr, samstags 10 – 16 Uhr) eingerichtet werden, in denen der Kunde sicher sein kann, alle Erledigungen durchführen zu können. Vorteile der Maßnahme sind u.a. die Steigerung der Serviceorientierung und die Verbesserung des Images als Einkaufsstadt.

Beispiel: Stadt Rostock

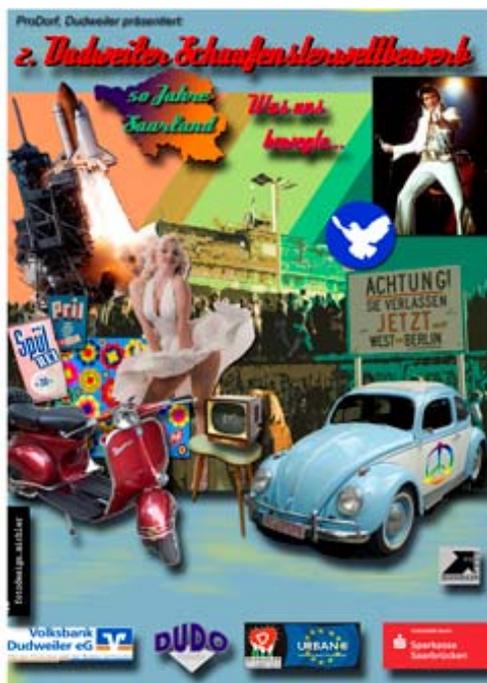


Beispiel: www.mittagsoffensive.de



- Das Schaufenster eines Ladens dient als „Visitenkarte“. Deshalb ist eine attraktive Schaufenstergestaltung ein „MUSS“, um bei Kunden Interesse zu wecken bzw. in Erinnerung zu bleiben. Je origineller und ausgefallener die Ideen, desto mehr Aufmerksamkeit für den Laden. Ein kleiner **Schaufensterwettbewerb** zwischen den Mosbacher Einzelhändlern könnte als Motivation für neue Ideen dienen.

Beispiel: Stadt Dudweiler



Beispiel: Stadt Hagen



- Zu einem einheitlichen und geschlossenen Auftritt der Betriebe der Mosbacher Innenstadt kann eine gemeinsame, zeitlich befristete **Schaufenstergestaltung** zu ausgewählten Themen (z.B. Italien, Jahreszeiten, 60er Jahre) beitragen. Ein Fachberater sollte gemeinsam mit den beteiligten Unternehmen konkrete und einheitliche Schaufensterdekorationen planen und umsetzen. Die Aktion der gemeinschaftlichen Auslagengestaltung zielt darauf ab, gewisse einheitliche Dekorationselemente, Symbole sowie Gegenstände in einer möglichst großen Anzahl von Mosbacher Betrieben einzuführen.

9.4.3 Themenbereich Stadtbild/Aufenthaltsqualität

- **Verbesserung der Straßenbeleuchtung im Innenstadtbereich.** Dabei spielen folgende Maßnahmen eine entscheidende Rolle
 - Hellere bzw. angepasste Ausleuchtung der Geschäftsauslagen
 - Beseitigung von Angsträumen
 - Steigerung des subjektiven Sicherheitsempfindens und somit Schaffung eines Wohlfühleffekts
 - Steigerung der Erlebbarkeit des historischen Stadtbildes

Diese Maßnahmen sollten im Rahmen der Erstellung des Beleuchtungskonzeptes / Lichtmasterplanes berücksichtigt werden.

- **Ausbau der Stadtmöblierung und Begrünung.** Eine ansprechende Stadtmöblierung sorgt nicht nur für ein ordentliches Erscheinungsbild der Stadt, sondern auch für Atmosphäre und lädt zum längeren Verweilen in der Stadt ein. Daher kann an geeigneten Standorten eine Ausweitung der Sitzmöglichkeiten empfohlen werden.

Durch Blumen wirkt das Stadtbild freundlicher und kann bei einheitlicher Gestaltung den individuellen Charakter der Stadt betonen (vgl. Maßnahme Blumenpflanzwettbewerbe – entente florale). Des Weiteren können die Besucher durch Wegrandbepflanzungen auf bestimmte Ziele hingeleitet werden. Die bereits eingeleiteten Maßnahmen und Bemühungen zur Verbesserung der Stadtbegrünung, auch unter Beteiligung durch private Akteure, sollten daher in jedem Fall fortgeführt und verstärkt werden.

Beispiel: Standortmarketing e.V. singen aktiv



Beispiel: Stadt Tübingen



10. Anhang

10.1 Grundlagen und Methodik der Einzelhandelsuntersuchung

Bestimmung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Die Kaufkraft bezeichnet diejenigen Geldmittel, die für den Konsum zur Verfügung stehen, also die Nettoeinkommen abzüglich der Kosten für Miete, Reisen und andere Konsumzwecke (Dienstleistungen etc.) sowie der Spareinlagen. Grundlage für die Kaufkraftberechnungen im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen zahlreiche statistische Materialien (z.B. von der BBE Handelsberatung) sowie umfangreiche Erfahrungswerte aus CIMA-Erhebungen und -Befragungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen vor.

Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, so dass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht.

Statistisch gesehen steht jeder Person, vom Baby bis zum Greis, pro Jahr ein Betrag in Höhe von 5.435,- € für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung. Davon entfallen gut 50 % auf Güter des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Arzneien, Drogerieartikel, Zeitschriften, Blumen etc.), ca. 20 % auf mittelfristig nachgefragte Waren (Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Bücher, Schreibwaren, Spielwaren etc.) und knapp 30 % auf Ausgaben für Güter des langfristigen Bedarfs (Möbel, Hausrat, Elektrogeräte, Uhren, Fahrräder etc.).

Tab. 27 **Verbrauchsausgaben in Deutschland**

Bedarfsbereiche	Pro- Kopf- Ausgaben € EW. p.a.	Anteil in %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.871	52,8 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	951	17,5 %
überwiegend langfristiger Bedarf	1.613	29,7 %
insgesamt	5.435	100,0 %

Quelle: BBE Handelsberatung München

Die Bedarfsbereiche setzen sich aus folgenden Einzelbranchen zusammen:

- **Kurzfristiger Bedarf:**
Lebensmittel, Reformwaren, Apotheken, Drogerien, Parfümerien, Blumen
- **Mittelfristiger Bedarfsbereich:**
Oberbekleidung, Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung, Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Sportartikel, Schuhe, Sanitätswaren, Bücher, Schreibwaren, Spielwaren, Zoobedarf
- **Langfristiger Bedarfsbereich:**
Möbel, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Eisenwaren, Hausrat, Baumarktartikel, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Farben, Lacke, Tapeten, Elektrogeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik, Foto, Optik, Uhren, Schmuck, Lederwaren, Musikinstrumente, Musikalien, Fahrräder, Autozubehör, Büromaschinen, Büroeinrichtung, PC, Gartenbedarf

Erhebungskriterien des bestehenden Einzelhandelsangebotes

Im Rahmen der Untersuchung wurde in der Stadt Mosbach im April 2008 eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann.

Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Branche
- Betriebstyp
- Verkaufsfläche
- Sortimentsniveau (Zielgruppen- und Qualitätsorientierung)
- allgemeiner Zustand des Betriebes, differenziert nach Innen- und Außengestaltung

Einzelhandels-Betriebstypen

Fachgeschäft Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice (Als Filialisten sind z.B. Benetton oder Fielmann zu nennen).

Fachmarkt Meist großflächiges Non-Food-Fachgeschäft (Ausnahme: Getränkemarkte) mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, oft knappe Personalbesetzung (z.B. Obi, Vögele, Media-Markt, Deichmann, ARO-

Teppichwelt). Fachmarktzentren vereinen zahlreiche unterschiedliche Fachmarktkonzeptionen unter einem Dach oder auch in offener Bauweise.

- Shopping-Center** Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe meist unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung. Errichtung häufig aufgrund zentraler Planung. Oft werden bestehende Einkaufszentren auch weiterentwickelt und vergrößert, mit der Folge, dass sich eine gravierende Veränderung der Wettbewerbssituation ergeben kann (z.B. Olympia-Einkaufszentrum in München, Brückencenter in Ansbach).
- Supermarkt** Ca. 400 bis 1.500 qm Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 qm Verkaufsfläche bereits höherer Non-Food-Anteil: Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, Flächenanteil ca. 20 - 30 % (z.B. Edeka, Tengelmann).
- Lebensmittel-Discounter** Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 300 und 800 qm Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen, preisaggressiv, zunehmender Non-Food-Umsatzanteil (Aldi, Lidl, Norma).
- Verbrauchermarkt** Verkaufsfläche ca. 1.500 bis 5.000 qm, Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food Abteilungen (Gebrauchsgüter), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 - 60 % (Kaufland).
- SB-Warenhaus** Verkaufsfläche über 5.000 qm, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen: Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 60 - 75 %. Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen (Globus, real).
- Warenhaus** In der Regel Verkaufsfläche über 3.000 qm, in zentraler Lage, meist mit Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment, hier überwiegend Vorwahlsystem und Bedienung (Karstadt, Kaufhof).
- Kaufhaus** In der Regel Verkaufsfläche über 1.000 qm, in zentraler Lage, breites, tiefes Non-Food-Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, oft Textil (C&A, H&M).

10.2 Zentrenrelevanz der Sortimente („Mosbacher Liste“)

Die Zentrenrelevanz der Sortimente/Branchen wird in erster Linie durch die folgenden Kriterien bestimmt:

- städtebauliche Integrierbarkeit der Betriebstypen (z.B. Flächenbedarf)
- Handlichkeit der Sortimente
- Beitrag zur Gesamtattraktivität der zentralen Einkaufslagen

Speziell für die Stadtteillagen ist ferner die Nahversorgungsrelevanz der Einzelhandelsangebote im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung von Bedeutung.

In Abhängigkeit von der Größe einer Stadt bzw. des erschließbaren Marktgebietes, der städtebaulichen und stadtstrukturellen Ausgangssituation und der vorhandenen räumlichen Verteilung der Einzelhandelsangebote kann sich ein Abwägungsspielraum bei der Einstufung der Zentrenrelevanz der Sortimente ergeben, der ggf. in Form von Einzelfallbeurteilungen vor Ort auszuloten ist.

Weiter ist auf die Betriebstypendynamik im Einzelhandel hinzuweisen (z.B. gesteigener Flächenbedarf durch wachsende Artikelvielfalt und großzügigere Warenpräsentation, sortimentsübergreifende Angebotsformen), der ebenfalls in Einzelfällen einen Abwägungsspielraum entstehen lassen kann. Einige Branchen (z.B. Elektrofachmärkte) befinden sich daneben in einer Umbruchphase hinsichtlich der Zentrenrelevanz der Sortimente.

Nach der Klassifikation der CIMA ergibt sich nachfolgende Gliederung:

Tab. 28 Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente in Mosbach

CIMA-Warengruppe	Sortimente ⁹	WZ-Nummern	Nahversorgungsrelevante Sortimente
Lebensmittel- und Reformwaren	Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren (<i>auch Reformwaren</i>)	47.2	x
Gesundheits- und Körperpflege	Apotheken (<i>Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel</i>)	47.73.0	x
	Drogerieartikel (<i>ohne Feinchemikalien, Saaten- u. Pflanzenschutzmittel</i>)	47.75	x
restlicher kurzfristiger Bedarf	Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen	47.62.1	x
	Blumen, Pflanzen und Sämereien (<i>nur Schnittblumen, kleinere Pflanzen und Trockenblumen</i>)	47.76.1	x

Quelle: CIMA

⁹ Die Formulierung der Sortimente erfolgt in Anlehnung an die Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden. Die angeführten Ergänzungen in kursiver Schrift haben lediglich erläuternden Charakter.

Tab. 29 Liste der zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente in der Stadt Mosbach

CIMA-Warengruppe	Sortimente ¹⁰	WZ-Nummern	zentren-relevant	nicht zentren-relevant
Gesundheits- und Körperpflege	medizinische u. orthopädische Artikel	47.74	x	
	kosmetische Erzeugnisse u. Körperpflegemittel	47.75	x	
Bekleidung, Wäsche	Bekleidung (<i>u.a. Bekleidung, Wäsche, Kürschnerware</i>)	47.71	x	
Schuhe, Lederwaren	Schuhe und Lederwaren	47.72	x	
Uhren, Schmuck, Optik	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck	47.77	x	
	Augenoptiker	47.78.1	x	
Bücher, Schreibwaren	Bücher und Fachzeitschriften	47.61	x	
	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel	47.62.2	x	
Elektrowaren	Elektrische Haushaltsgeräte u. elektrotechnische Erzeugnisse* (<i>außer Elektrogroßgeräte</i>)	47.54	x	x
	Elektrische Haushaltsgeräte u. elektrotechnische Erzeugnisse (<i>nur Elektrogroßgeräte</i>)	47.54		x
	Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör	47.43		x
	Foto- u. optische Erzeugnisse	47.78.2	x	
	Computer, Computerteile, periphere Einheiten und Software	47.41		x

¹⁰ Die Formulierung der Sortimente erfolgt in Anlehnung an die Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden. Die angeführten Ergänzungen in kursiver Schrift haben lediglich erläuternden Charakter.

CIMA-Warengruppe	Sortimente ¹⁰	WZ- Nummern	zentren- relevant	nicht zent- renrelevant
	Telekommunikationsendgeräte u. Mobiltelefone	47.42	x	
Sportartikel	Sport- und Campingartikel (<i>inkl. Reitsport, Angel, Waffen- und Jagdbedarf, ohne Großgeräte u. Campingmöbel</i>)	47.64.2	x	
	Sport- und Campingartikel (<i>nur Großgeräte und Campingmöbel</i>)	47.64		x
Spielwaren	Spielwaren	47.65	x	
Hobbybedarf	Musikinstrumente u. Musikalien	47.59.3	x	
	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör	47.64.1		x
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik	keramische Erzeugnisse und Glaswaren	47.59.2	x	
	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel	47.48.3	x	
Möbel, Antiquitäten	Wohnmöbel (<i>einschließlich Badezimmermöbel, Einbauküchen, Büromöbel, Garten- und Campingmöbel</i>)	47.59.1		x
	Antiquitäten und Gebrauchtwaren	47.79	x	
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	Textilien (<i>Haushaltstextilien, Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung und Wäsche</i>)	47.51	x	
	Gardinen und Zubehör*	47.53	x	x
Baumarktspezifische Sortimente	Haushaltsgegenstände	47.59.9	x	
	Kraftwagenteile und -zubehör	45.32		x
	Beleuchtungsartikel (<i>u.a. Wand- und Deckenleuchten, Standleuch-</i>	47.59		x

CIMA-Warengruppe	Sortimente ¹⁰	WZ- Nummern	zentren- relevant	nicht zent- renrelevant
	<i>ten, Tischleuchten)</i>			
	Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren, sofern nicht anderweitig genannt	47.52.1		x
	Anstrichmittel (<i>Farben und Lacke</i>)	47.52.3		x
	Bau- und Heimwerkerbedarf (<i>u.a. Bad- und Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge, Gartenbedarf (z.B. Erde), Gartenhäuser und -geräte</i>)	57.52.3		x
	Tapeten und Bodenbeläge (<i>auch Teppiche</i>)	47.53		x
	Blumen, Pflanzen, Saatgut und Düngemittel (<i>außer Schnittblumen, kleinere Pflanzen, Trockenblumen</i>)	47.76.1		x
Sonstiges	zoologischer Bedarf und lebende Tiere	47.76.2		x
	Babybedarf (<i>außer Kindermöbel, Kinderwagen und Laufställe</i>)	47.65	x	
	Babybedarf (<i>nur Kindermöbel, Kinderwagen und Laufställe</i>)	47.65		x

* mit Abwägungsspielraum

Quelle: CIMA

10.3 Statistische Daten zur Haushaltsbefragung

Tab. 30 Räumliche Verteilung der Interviews

Befragungsort	Anzahl der Interviews
Kernstadt Mosbach	95
restliche Stadtteile Mosbach	155
Aglasterhausen	20
Billigheim	25
Elztal	25
Fahrenbach	10
Haßmersheim	20
Hüffenhardt	10
Limbach	20
Neckarzimmern	10
Neunkirchen	10
Obrigheim	20
Schefflenz	20
Schwarzbach	10
Waldbrunn	15
Neckargerach	5
Gundelsheim	25
Binau	5
Summe	500

Quelle: CIMA- Haushaltsbefragung

Tab. 31 **Arbeitsorte der Berufstätigen**

Ort	Anzahl der befragten Berufstätigen	Prozent
Mosbach	132	26%
Neckarzimmern	6	1%
Eberbach	7	1%
Buchen	9	2%
Haßmersheim	9	2%
Obrigheim	10	2%
Schwarzach	10	2%
Heilbronn	18	4%
Heidelberg	7	1%
Sonstige Städte	83	17%
keine Angabe	209	42%
Insgesamt	500	100 %

Quelle: CIMA- Haushaltsbefragung

Tab. 32 **Wohndauer in Mosbach**

Alter	Anzahl der Befragten	Prozent
bis 2 Jahre	15	3%
von 2 bis 5 Jahre	19	4%
von 5 bis 10 Jahre	34	7%
von 10 bis 15 Jahre	36	7%
von 15 bis 25 Jahre	89	18%
länger als 25 Jahre	192	38%
keine Angabe	115	23%
Insgesamt	500	100

Quelle: CIMA- Haushaltsbefragung

Tab. 33 **Haushaltsgröße**

Anzahl der Personen im Haushalt	Anzahl der Haushalte	Prozent
1	64	12,8%
2	179	35,8%
3	105	21,0%
4	105	21,0%
5	33	6,6%
6	9	1,8%
7 und mehr	3	0,6%
keine Angaben	2	0,4%
Insgesamt	500	100

Quelle: CIMA- Haushaltsbefragung

Tab. 34 **Alter der Befragten**

Alter	Anzahl der Befragten	Prozent
15 bis 24 Jahre	79	16%
25 bis 39 Jahre	114	23%
40 bis 65 Jahre	223	45%
älter als 65 Jahre	84	17%
Insgesamt	500	100

Quelle: CIMA- Haushaltsbefragung

Tab. 35 **Berufe der Befragten**

Alter	Anzahl der Befragten	Prozent
Angestellter	171	34%
Arbeiter	53	11%
Beamter	20	4%
Freier Mitarbeiter/Selbstständig	23	5%
Schüler/Student/Ausbildung	40	8%
Rentner	132	26%
Hausfrau/-mann	41	8%
Sonstige	6	1%
keine Angabe	14	3%
Insgesamt	500	100

Quelle: CIMA- Haushaltsbefragung

Tab. 36 **Bildungsniveau der Befragten**

Alter	Anzahl der Befragten	Prozent
ohne Schulabschluss	17	3%
Hauptschulabschluss	127	25%
Real-/Volksschulabschluss	242	48%
Abitur	64	13%
(Fach-)Hochschulreife	29	6%
Sonstige	9	2%
keine Angabe	12	2%
Insgesamt	500	100

Quelle: CIMA- Haushaltsbefragung

10.4 Statistische Daten zur Gewerbebefragung

Tab. 37 **Filialisierungsgrad**

Hauptgeschäft und Filiale		
Hauptgeschäft	Filiale	Hauptgeschäft und Filiale(n)
42 (93 %)	2 (4 %)	1 (2 %)

Quelle: CIMA- Gewerbebefragung

Tab. 38 **Eigentumsverhältnisse**

Eigentum und Miete der Betriebsräume		
Miete	Eigentum	Miete und Eigentum
28 (62 %)	16 (36 %)	1 (2 %)

Quelle: CIMA- Gewerbebefragung

Tab. 39 **Ansiedlungszeitraum**

Ansiedlungszeitraum der Betriebe in Mosbach	
Zeitraum	Nennungen
vor 1900	5
1900 bis 1949	5
1950 bis 1959	3
1960 bis 1969	2
1970 bis 1979	5
1980 bis 1989	9
1990 bis 1999	7
2000 bis 2005	7

Quelle: CIMA- Gewerbebefragung; „Keine Angabe“ = 2 Nennungen

Tab. 40 **Beschäftigtenstruktur**

Beschäftigtenstruktur	Anzahl der Beschäftigten*	Prozent	Anzahl der Beschäftigten je Betrieb
Vollzeit	157	42 %	3,6
Teilzeit	106	28 %	2,4
400 €-Basis (geringfügig beschäftigt)	87	23%	2,0
Auszubildende	24	7%	0,5
Insgesamt	374	100%	8,5

* 44 der befragten 45 Betriebe gaben diesbezüglich eine Antwort.

Quelle: CIMA- Gewerbebefragung