



**Einzelhandelsumfrage in Bad Camberg – September 2006/4
- Geplantes Fachmarktzentrum Beuerbacher Landstrasse II -
Endergebnis:**

Von 116 Einzelhandelsbetrieben mit insgesamt 52.000 qm Verkaufsfläche haben sich 90 = 82% an der Umfrage beteiligt. Die große Mehrheit (83%) der befragten Unternehmen, die primär im innerstädtischen Bereich ansässig sind, sprechen sich gegen eine weitere Agglomeration von Vorhaben des „Großflächigen Einzelhandels“ bzw. gegen das geplante Fachmarktzentrum am westlichen Stadtrand aus. Sie erwarten gravierende Umsatzverlagerungen aus den innerörtlichen Geschäftslagen. Die Umsatzeinbußen werden den Tatbestand der „wesentlichen Beeinträchtigungen“ i.S. Punkt. 3 c des Einzelhandelserlasses des Landes Hessen erfüllen. 53% der Befragten geben an, dass ihre Rentabilität gefährdet sei, 17% fürchten um die Existenz. Sie kündigen in ihren Kommentaren an, falls der Plan verwirklicht würde, sie Personal abbauen müssten und weniger Ausbildungsplätze bereitstellen könnten. Betriebsschließungen, die einen Dominoeffekt auf andere Geschäfte und ihre vor- und nachgelagerten Stufen nach sich ziehen könnten, seien nicht zu vermeiden.

Die Befragten beurteilen die Versorgungssituation für Waren des täglichen und gelegentlichen Bedarfs mit großer Mehrheit (92%) gut bis ausgezeichnet. 24% der befragten Unternehmen (28% im innerstädtischen Hauptbereich) tragen sich mit dem Gedanken, ihr Angebot kurz- und mittelfristig auszuweiten oder anzupassen, um damit auf aktuelle Kundenwünsche und Marktbedingungen zu reagieren. Dieses Engagement müsste für den Fall der weiteren Ansiedelung infrage gestellt werden. Auf die Frage: „Bei welchen Produktgruppen oder Sortimenten sehen sie Versorgungslücken?“, werden schwerpunktmäßig die Sortimente Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Herrenbekleidung und Lebensmittel (Altstadt) genannt.

Die Mehrzahl der Befragten bestätigen, dass ihr Stammkundenkreis in Bad Camberg verwurzelt ist, sie aber auch einen großen Einzugsbereich in der Region haben, der teilweise über einen Radius von 10 km Entfernung hinaus geht. Teilweise beklagen sich Unternehmer, dass die einheimische Bevölkerung in der „Fremde“ einkauft, obwohl dieses Angebot zu gleichen oder günstigeren Bedingungen auch in Bad Camberg im Fachhandel vorhanden gewesen wäre.

Der Preis ist nicht das entscheidende Kaufargument, sondern die Kunden schätzen vor allem die Nähe zum Wohnort, Beratung/ Service (den persönlichen Kontakt) und die Qualität des Produktes.

Zusammenfassung:

Die Umfrage belegt, dass es aus Sicht des etablierten Handels keine substanziellen Argumente für die Ansiedelung eines Fachmarktzentrums bzw. eine Ausweitung der Verkaufsflächen in Bad Camberg gibt. Die Mehrheit ist davon überzeugt, dass die Stadt insgesamt durch eine weitere Ansiedelung am Stadtrand nicht an Attraktivität gewinnen, sondern verlieren wird. Der Handel möchte seine Eigenentwicklung u. a. mit Aktionen wie „Ab in die Mitte“ fortsetzen und erwartet, dass die entsprechenden Rahmenbedingungen von Seiten der Politik sichergestellt werden. Die politischen Entscheidungsträger werden gebeten, die Steuerungsmechanismen, die ihnen das Bauplanungsrecht und der Einzelhandelserlass des Landes Hessen 2005 für Bauvorhaben i. S. des §11 Abs. 3 BauNVO ausdrücklich zur Verfügung stellt, zu nutzen, um großen Schaden von der vorhandenen Einzelhandelsaustattung und der Stadt Bad Cambergs und ihrer Einwohner abzuwenden.

Gez. Rolf Siepermann

Anlage: Auszüge aus dem Einzelhandelserlass des Landes Hessen 2005.

Auszug aus dem Einzelhandelserlass 2005 des Landes Hessen:

(...) Landesplanungs- und Städtebaurecht verfolgen das Ziel einer räumlichen und städtebaulichen nachhaltigen Entwicklung unter ökonomischen, sozialen und ökologischen Gesichtspunkten. (...) Hier nimmt der Einzelhandel eine Leitfunktion wahr. Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe können bei falscher Standortwahl die raumordnerische und städtebauliche Struktur nachteilig beeinflussen sowie den lt. Gesetz zu berücksichtigenden Belangen der – insbesondere mittelständigen – Wirtschaft im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung zuwiderlaufen. Die bestehenden landesplanerischen und städtebaulichen Rechtsvorschriften sollen solchen Fehlentwicklungen entgegenwirken. (...) Es soll im Rahmen der Regional- und Bauleitplanung sichergestellt werden, dass sich der Einzelhandel an städtebaulich integrierten Standorten entfalten kann und zwar sowohl im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung mit einem differenzierten und bedarfsgerechten Warenangebot als auch zur Attraktivitätssteigerung der Innenstädte (...).

Anlage 1 des Erlasses

Liste der Zentren/ innenstadtrelevanten Sortimente

(Anmerkung :diese unterliegen einem besonderen Schutz)

- Sortimente der Grundversorgung/ des kurzfristigen Bedarfs (Lebensmittel, Drogerieartikel, Haushaltswaren)
- Bücher/ Zeitschriften/ Papier/ Schreibwaren/ Schulbedarf
- Glas, Porzellan, Keramik, Geschenk- und kunstgewerbliche Artikel
- Kunst, Antiquitäten
- Baby- und Kinderartikel
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Wäsche, Stoffe, Kurzwaren
- Unterhaltungselektronik, Elektrohaushaltswaren
- Fotogeräte, optische Erzeugnisse und Zubehör
- Gesundheitsartikel, Kosmetik, Apotheken-, Sanitätswaren
- Einrichtungszubehör, Haus- und Heimtextilien
- Kunstgewerbe, Bastelartikel
- Beleuchtungskörper, Raumausstattung
- Musikalienhandel, Bild- und Tonträger
- Uhren, Schmuck, Silberwaren
- Spielwaren, Sportartikel
- Jagdbedarf
- Blumen
- Zooartikel, Tiernahrung.