GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

EINZELHANDELSKONZEPT BACKNANG – AUSSCHUSS FÜR TECHNIK & UMWELT

Präsentation 20.04.2023

Gerhard Beck

Quelle: UNSPLASH, Markus Winkler

Einzelhandelskonzept: Vorgehensweise

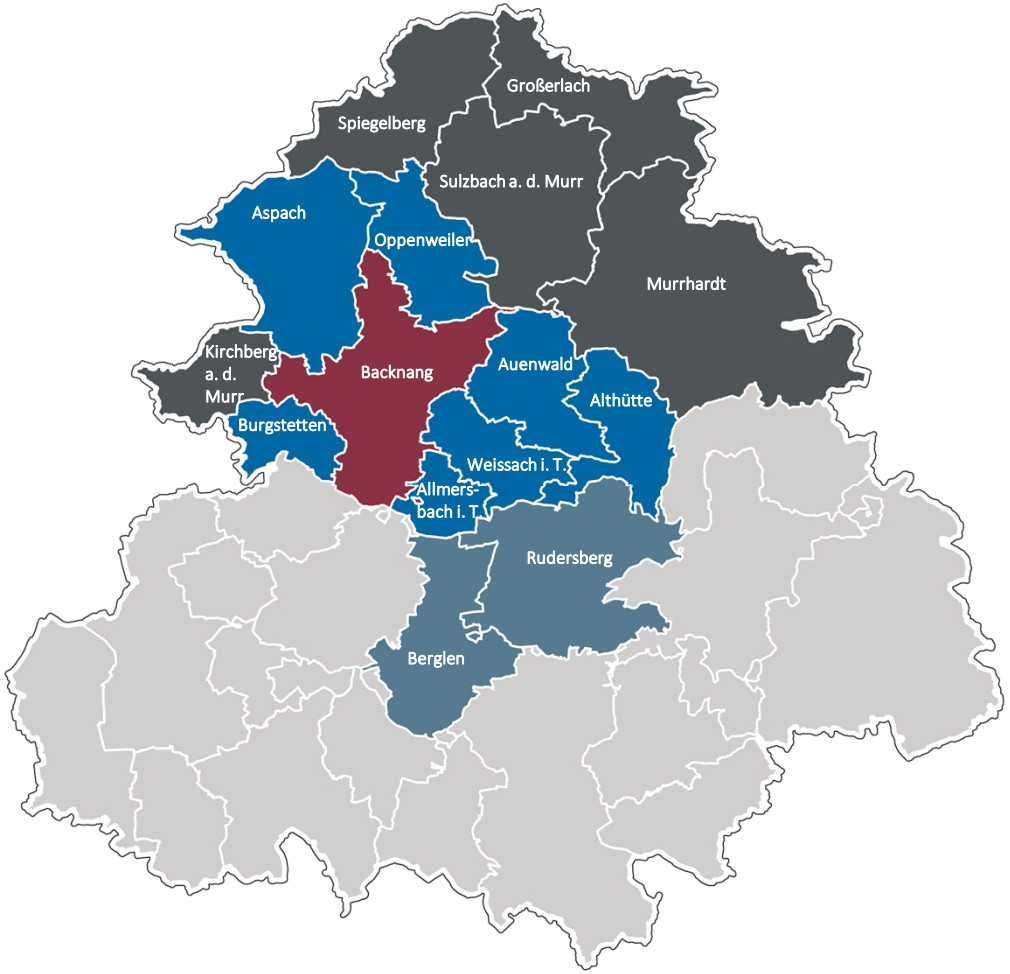
Bestandserhebung aller Einzelhandelsbetriebe und Befragung der B

Quelle: Kartengrundlage ALKIS © LGL Baden-Württemberg, Stadtplanungsamt Backnang,
Stand der Basisinformation: 07.10.2021, Az.: 2851.9-1/20 GMA Bearbeitung 2021 - eigene Darstellung

Aktualisierung der Rahmenbedingungen

Wo stehen wir heute? Wie hat sich der Einzelhandel verändert? Was wurde erreicht?

Kaufkraft und Abgrenzung des Marktgebietes für die Stadt Backnang



Zone I = ca. 37.588 EW

Zone II = ca. 39.346 EW

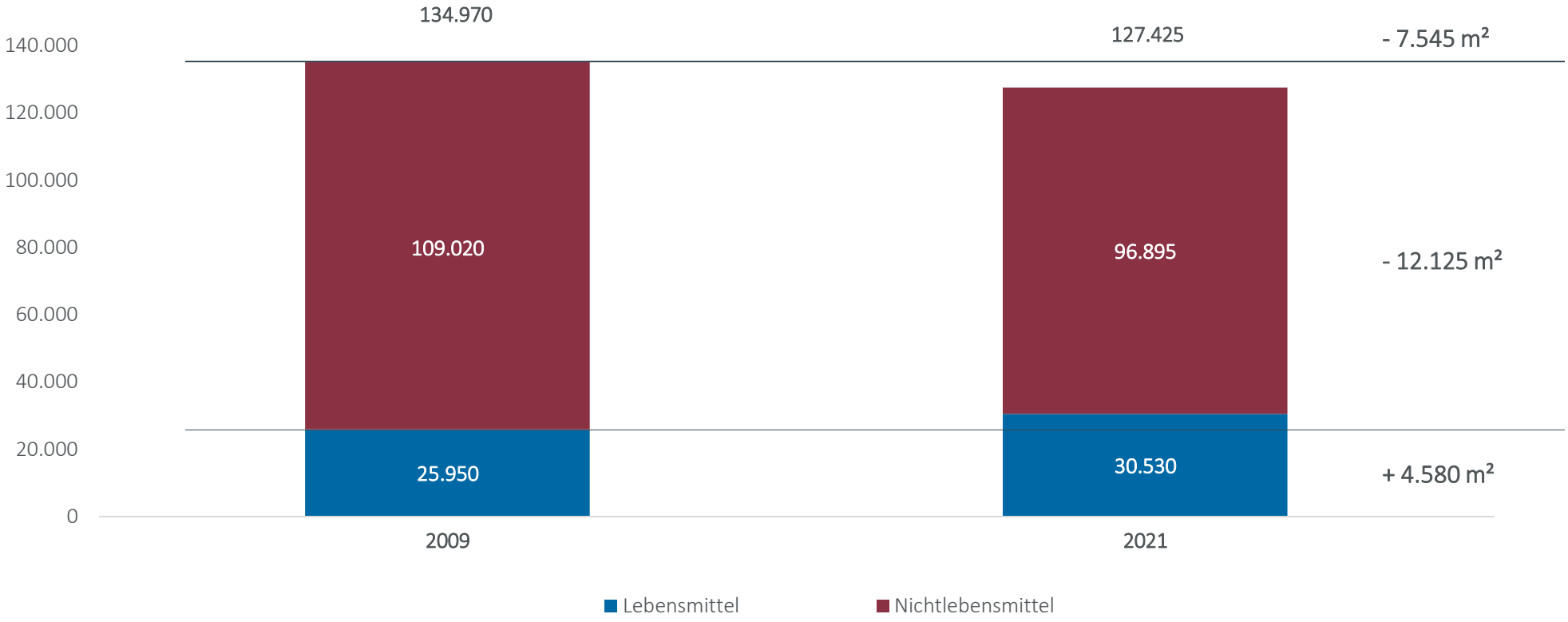
Zone III = ca. 27.862 EW

Zone IV = ca. 20.453 EW

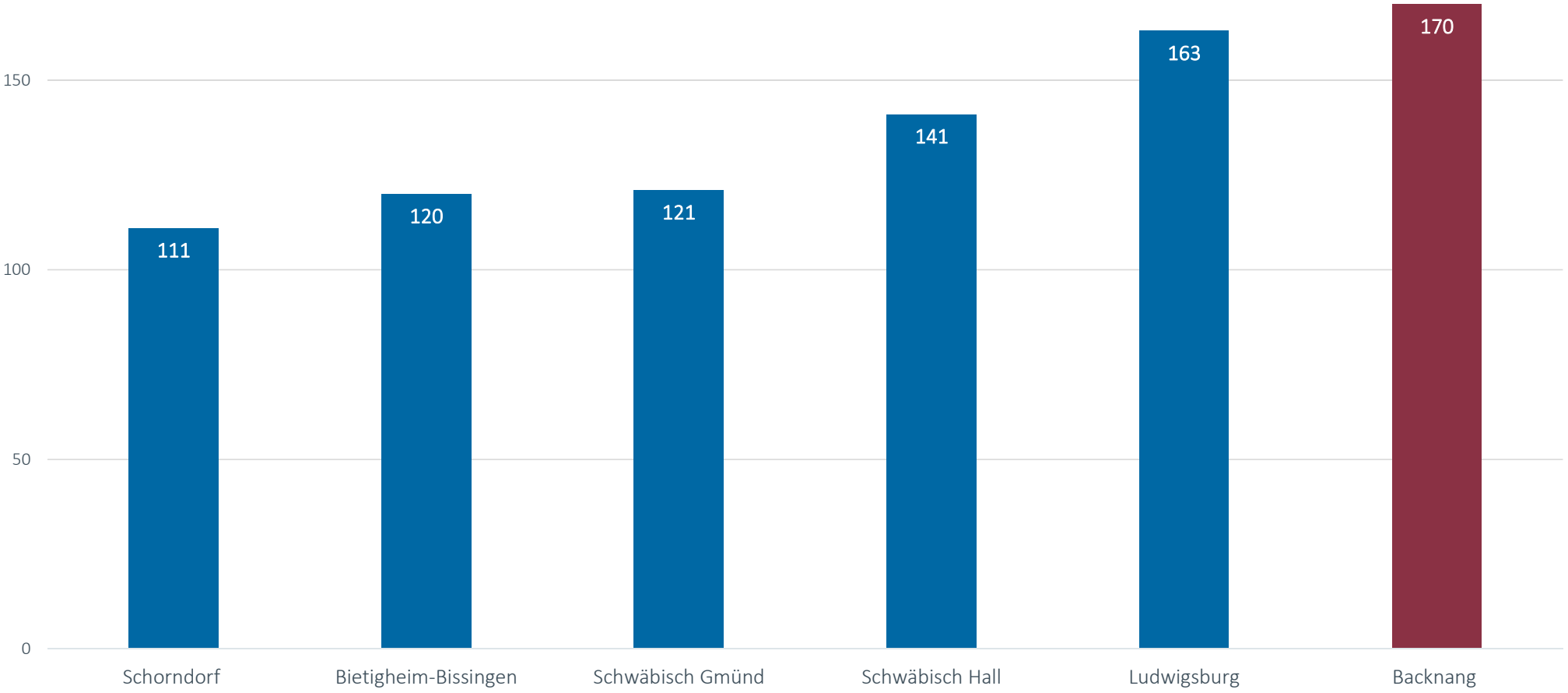
Marktgebiet:	ca. 125.249 EW
Kaufkraft:	ca. 755 Mio. €

Umland ist entscheidend!

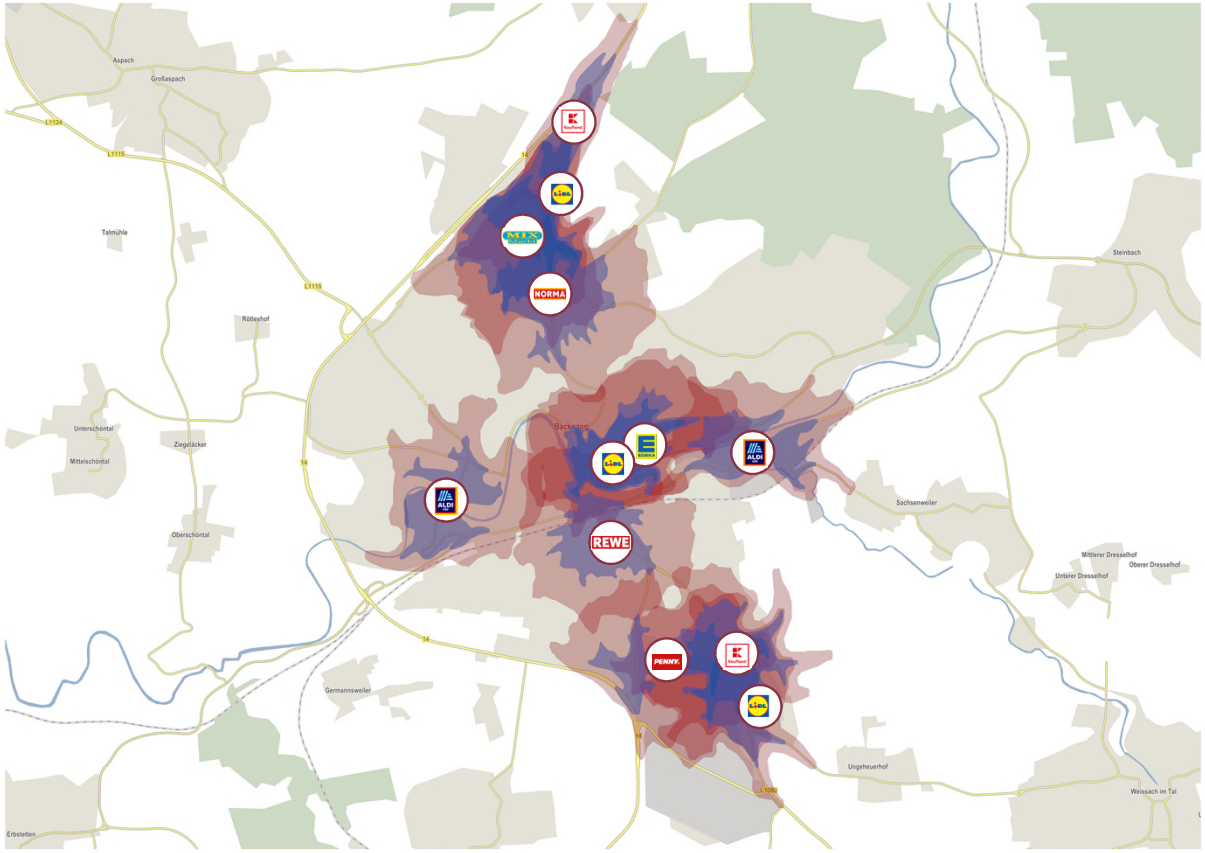
Gesamtverkaufsfläche in m² - Entwicklungsvergleich 2009-2021



Einzelhandelszentralität im regionalen Vergleich



Nahversorgung in Backnang



Fußläufiger Nahbereich (500 m)

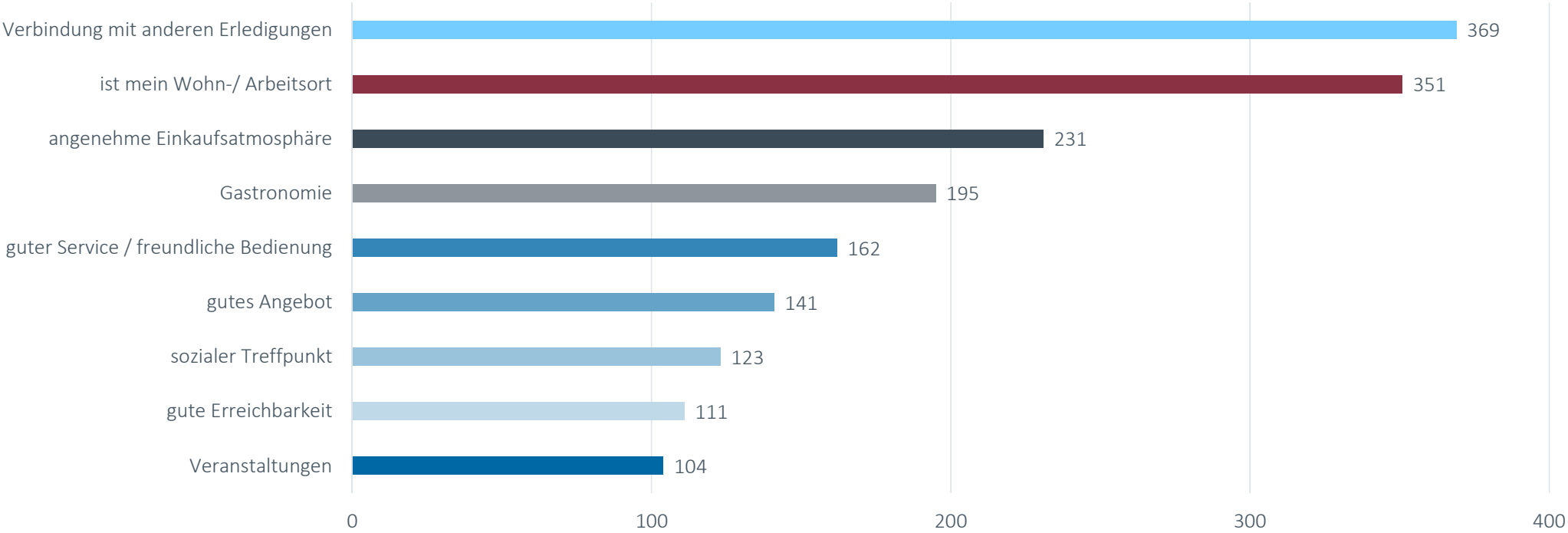
Fußläufiger Nahbereich (800 m)

Umfassendes Nahversorgungsangebot - Große Teile der Einwohner können Standorte zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreichen

Abgrenzung Innenstadt

Quelle: Kartengrundlage ALKIS © LGL Baden-Württemberg, Stadtplanungsamt Backnang, Stand der Basisinformation: 07.10.2021, Az.: 2851.9-1/20 GMA Bearbeitung 2021 - eigene Darstellung

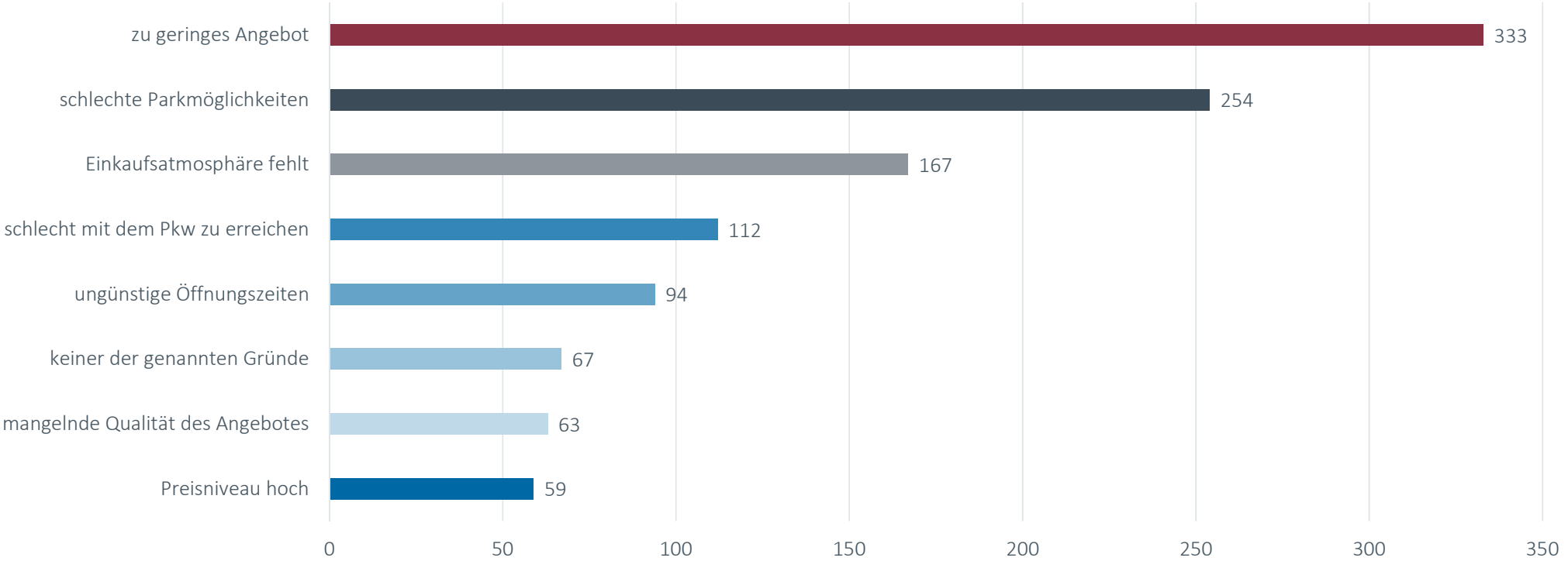
Gründe warum Sie gerne in die Innenstadt von Backnang kommen?



Absolute Werte (nach Anzahl der Nennungen), N = 655

Auf die Nutzungsmischung kommt es an! Die Vielfalt des Angebotes in der Innenstadt aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen und die Funktion der Innenstadt als Treffpunkt sind ausschlaggebend für die Gesamtattraktivität.

Was stört Sie beim Einkauf in der Innenstadt von Backnang?

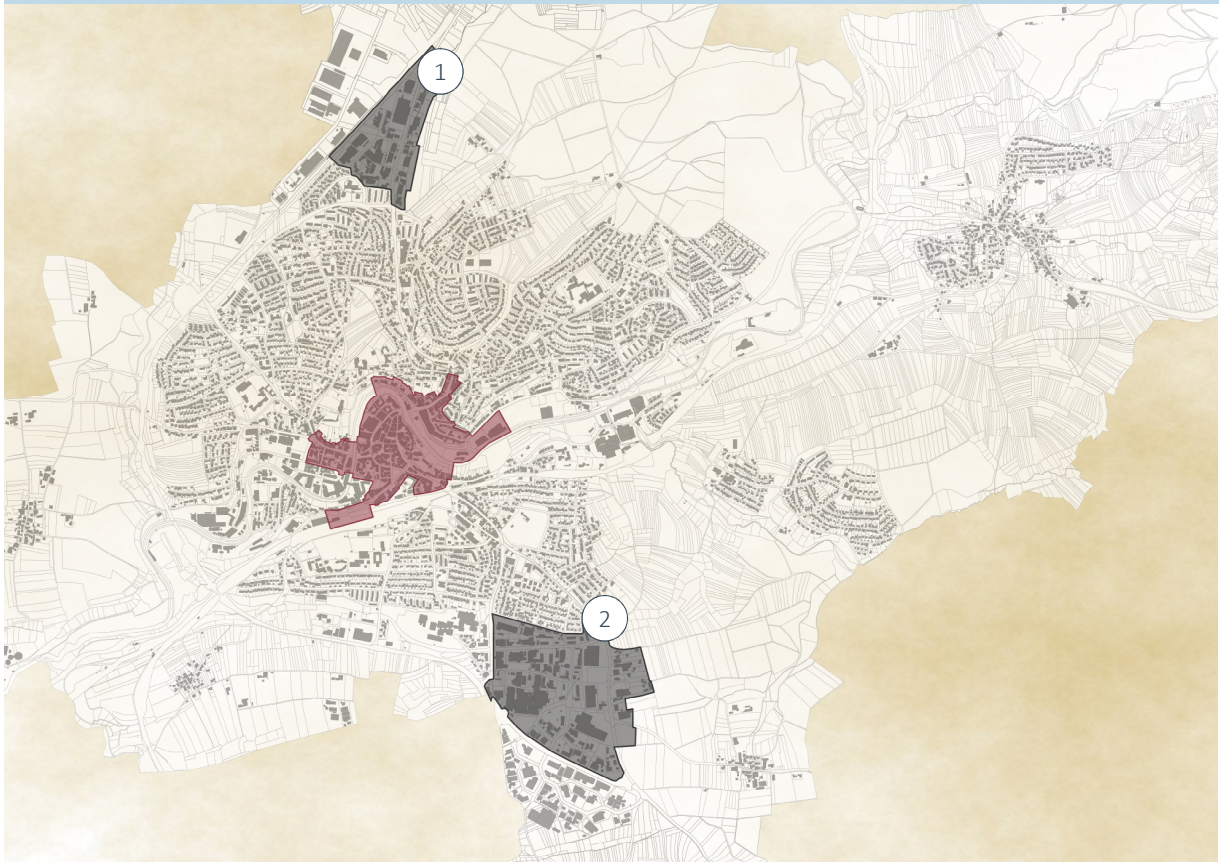


Absolute Werte (nach Anzahl der Nennungen), N = 646

Die 2021 genannten Hauptdefizite (v. a. zu geringes Angebot) können als „Dauerbaustellen“ bezeichnet werden. Bereits 2009 wurden die fünf am häufigsten genannten Schwächen identisch von den Bürgerinnen und Bürgern formuliert.

Das Standortkonzept Backnang

KERNSTADT BACKNANG



STADTTEIL WALDREMS

Zentraler Versorgungsbereich

1 Gewerbestandort „Sulzbacher Straße“

2 Gewerbestandort „Weissacher Straße“

3 Gewerbestandort „Donaustraße“

Quelle: Kartengrundlage ALKIS © LGL Baden-Württemberg, Stadtplanungsamt Backnang, Stand der Basisinformation: 07.10.2021, Az.: 2851.9-1/20 GMA Bearbeitung 2021 - eigene Darstellung

Haben Sie Anregungen zur Verbesserung der Innenstadt?

Als Handlungsfelder kristallisieren sich heraus:

- Aufwertung Grabenstraße
- Stadteingang Sulzbacher Straße
- Neugestaltung Obstmarkt/Chelmsfordplatz
- Anbindung Bahnhof und Bleichwiese
- Umbau Untere Marktstraße
- Kulturmeile Obere Bahnhofstraße
- Lebensmittelangebot in der Innenstadt/Markthalle

Fazit, Ausblick und weiteres Vorgehen

- Backnang ist vergleichsweise gut durch die Corona-Krise gekommen
- Backnang steht im Vergleich zu anderen Mittelzentren sehr gut da
- Dennoch steht die Stadt vor großen Herausforderungen: Online-Handel wächst weiter…..
- Einzelhandelskonzept als Planungsgrundlage hat sich bewährt

Beschlussfassung des Einzelhandelskonzeptes nach Diskussion durch den Gemeinderat Backnang

Weiterentwicklung/ Transformation der Innenstadt (Fortschreibung und Umsetzung Masterplan)

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontaktieren Sie uns unter:

Telefon **07141 9360 - 25** oder

per Mail **info@gma.biz**

Die Sortimentsliste

nahversorgungsrelevant

- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke)
- Reformwaren
- Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika, Apothekerwaren

zentrenrelevant

- Bücher, Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Spielwaren, Bastelartikel
- Bekleidung (inkl. Sportbekleidung)
- Schuhe, Lederwaren
- Baby-/ Kinderartikel (ohne größerteilige Ausstattung, z. B. Kinderwagen)
- Unterhaltungselektronik, Bild- und Tonträger, Telefone und Zubehör, Elektrohaushaltswaren, Fotowaren
- Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Kunstgewerbe
- Heimtextilien, Bettwaren, Gardinen und Zubehör
- Optik, Hörgeräte
- Uhren, Schmuck
- Musikinstrumente, Musikalien

nicht zentrenrelevant

- Elektrogroßgeräte/ -installation, Leuchten, Computer, Büromaschinen
- Möbel, Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Sanitär- und Badeinrichtung
- Matratzen
- Baustoffe, Bauelemente, Heimwerkerbedarf, Fliesen,
- Pflanzen und Zubehör, Gartenwerkzeuge, Gartenbaustoffe, Pflege- und Düngemittel, Torf und Erde, Pflanzengefäße, Zäune, Gartenhäuser, Naturhölzer
- Teppiche und Bodenbeläge, Tapeten, Farben und Lacke
- Kfz, Motorräder, Landmaschinen und Zubehör
- Campingartikel, Sportgroßgeräte (z. B. Surfboards, Fahrräder)
- größerteilige Babyausstattung (z. B. Kinderwagen, Kinderautositze)
- Reisegepäck und Koffer (ohne Kleinlederwaren)
- Tiernahrung, zoologischer Bedarf, Lebendtiere
- Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse