

Datum: 21. November 2011

Bitburg verschenkt 54 Millionen Euro

Dagmar Schommer

54 Millionen Euro Kaufkraft fließen an Bitburg vorbei: Zu diesem Schluss kommt das Einzelhandelskonzept. Potenzial gibt es vor allem bei Unterhaltungselektronik, Bekleidung und Büchern. Die Stadt könnte weitere 17 000 Quadratmeter Verkaufsfläche verkraften - das ist mehr, als die Innenstadt insgesamt derzeit hat.



In Bitburgs Innenstadt gibt es derzeit eine Verkaufsfläche von rund 15 000 Quadratmetern. Nach Analyse des Einzelhandelskonzepts hat der Stadtkern noch Potenzial für zusätzliche rund 17 000 Quadratmeter Verkaufsfläche. Foto: Klaus Kimmling

Bitburg. Damit sich in Bitburg Geschäfte nicht einfach nach dem Zufallsprinzip ansiedeln, gibt es seit Mitte der 90er Jahre ein Stadtentwicklungskonzept, das das Planungsbüro Isu seither im Auftrag der Stadt fortschreibt. Herzstück des neuen Stadtentwicklungskonzepts, das im ersten Halbjahr 2012 präsentiert werden soll, ist das Einzelhandelskonzept, das bereits vorliegt. Ergebnis: Bitburg hat noch Luft nach oben.

17 000 Quadratmeter Verkaufsfläche kann die Stadt nach dem Einzelhandelskonzept noch zusätzlich verkraften - das ist mehr Verkaufsfläche, als die Innenstadt derzeit mit zusammen rund 15 000 Quadratmetern bietet. Nach Empfehlung des Einzelhandelskonzepts, das der Stadtrat in seiner jüngsten Sitzung beschlossen hat, sollen neue Geschäfte vor allem in der Innenstadt angesiedelt werden. Das Ziel: Stärkung des Stadtkerns.

Filialisten wie C&A gewünscht

"Derzeit fließt Kaufkraft von rund 54 Millionen Euro aus dem Bitburger Einzugsgebiet ab", sagt Daniel Heßer vom Büro Isu. Basis dieser Berechnung sind Werte über den durchschnittlichen Konsum, die vereinfacht gesagt mit dem Kundenkreis des Einzugsbereichs Bitburgs multipliziert werden. Und der ist recht groß. Zieht man einen Radius im Umkreis von 20 Fahrminuten, versorgt Bitburg rund 63 000 Einwohner - etwa den Altkreis Bitburg. Das gilt für alle Handelssegmente außer der sogenannten Nahversorgung, also Artikel des täglichen Bedarfs wie etwa Lebensmittel.

"Bitburg ist neben Wittlich eins der starken Mittelzentren in der Region", sagt Heßer. Doch der große Kundenkreis kauft nicht alles, was er braucht, in Bitburg. Heißt: Das Geld wird in Trier ausgegeben, oder die Waren werden im Internet bestellt.

So hat Bitburg laut Einzelhandelskonzept vor allem Nachholbedarf bei Bekleidung, Unterhaltungselektronik und Büchern: In diesen drei Bereichen fließen nach Berechnungen der Experten rund 30 Millionen Euro an Bitburg vorbei. Sinnvoll wäre nach dem Einzelhandelskonzept eine Ergänzung des bestehenden Angebots durch große Filialisten wie C&A oder H&M. Weitere zehn Millionen Euro Kaufkraft gehen Bitburg in den Bereichen Foto- und Optikbedarf sowie Informationstechnologie verloren. Auch bei Einrichtungsbedarf, Spielwaren sowie Sport und Camping attestieren die Experten einen Kaufkraftverlust von zusammen rund zehn Millionen Euro.

Anders sieht es bei Baumärkten aus: Da ist Bitburg gut aufgestellt und bindet knapp sieben Millionen Euro Kaufkraft mehr, als der Einzugsbereich rechnerisch hergibt - Kunden kommen also auch von weiter her. Entsprechend sehen die Experten auch kein Potenzial mehr für weitere Baumärkte.

Drei Fragen an...

... **Daniel Heßer (30)**, Diplom-Ingenieur beim Stadtentwicklungsbüro Isu, das das Einzelhandelskonzept im Auftrag der Stadt erstellt hat:

Wo sehen Sie die Einkaufsstadt Bitburg im Vergleich mit Trier und Wittlich?

Heßer: Ins Oberzentrum Trier fahren Käufer nicht nur wegen des Angebots, sondern auch wegen des Einkaufserlebnisses in einer Großstadt. Dennoch ist es möglich, einzelne Einkäufe, wie etwa im Bereich Unterhaltungselektronik, durch die Ansiedlung solcher Unternehmen in die Stadt zu lenken. Im Vergleich zu Wittlich hat Bitburg hier mehr Potenzial in der Innenstadt.

Was macht das Potenzial aus?

Heßer: Während Wittlichs Warenhaus Bungert mit 12 000 Quadratmetern außerhalb der Stadt liegt und dort Kunden bindet, könnte die Bit-Galerie in Bitburg Käufer direkt ins Zentrum ziehen. Die Schloss-Galerie in Wittlich ist mit ihren 5000 Quadratmetern Verkaufsfläche zu klein, um diese Magnetwirkung zu entfalten.

Welche Lösung könnten Sie sich für den Verkehr vorstellen?

Heßer: Ein Einbahnstraßenring rund um die Kernstadt ist unter Umständen auch ohne Nord-Ost-Tangente möglich. Ein solcher Ring hätte den Vorteil, dass es weniger Abbiegeverkehr und Wartezeiten gäbe und damit auch für Fußgänger das Passieren der Straßen einfacher wird. scho

Extra

Flächenpotenzial: Das Potenzial von zusätzlichen 17 000 Quadratmetern Verkaufsfläche verteilt sich wie folgt: Bekleidung (3000 Quadratmeter), Lebensmittel (2000), Unterhaltungselektronik (2000), Einrichtungsbedarf (1700), Glas/Porzellan (1200), Bücher (1000), Elektrogeräte/Leuchten (1000), Foto/Optik (1000), Körperpflege (800), Informationstechnologie (800), Spielwaren (800), Sport/Camping (800), Schuhe (600), Schmuck (400), Telekommunikation (300), Baby-/Kinderartikel (300) und Baumarkt (0).

Ist-Zustand: In der **Innenstadt** machen von den rund 15 000 Quadratmetern Verkaufsfläche Lebensmittel- und Drogeriemärkte (7000) sowie Bekleidung (4000) den größten Anteil aus. In **Randlage**, wo es 50 000 Quadratmeter Verkaufsfläche gibt, finden sich vorrangig Baumärkte (32 000 Quadratmeter), Lebensmittel- und Drogeriemärkte (13 000), Einrichtungshäuser (7500) sowie Schuh- und Lederwaren (1900). scho