



Einzelhandelskonzept für die Stadt Landstuhl 2016

Auftraggeber: Stadt Landstuhl

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Soz.Ök. Silke Schüler

Ludwigsburg, am 02.03.2016

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0
Telefax: 07141 / 9360-10
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Die Stadt Landstuhl erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden, im Januar 2016 den Auftrag zur Erarbeitung eines kommunalen Einzelhandelskonzepts. Hierbei handelt es sich um eine partielle Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Verbandsgemeinde Landstuhl aus dem Jahr 2011. Ziel der Überarbeitung ist es, die vorhandenen Leitlinien und Strategien für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Landstuhl zu überprüfen und an zwischenzeitig eingetretene Änderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite des Einzelhandels anzupassen.

Sämtliche dem vorliegenden Gutachten zugrundeliegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Landstuhl und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung durch den Stadtrat dar.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, den 02.03.2016
SC

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung	7
3. Methodische Vorgehensweise und Definitionen	8
4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	10
4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	10
4.2 Konsumentenverhalten im Wandel	13
4.3 Entwicklungen und Trends in der Nahversorgung	15
5. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Landstuhl	17
II. Angebots- und Nachfragesituation in der Stadt Landstuhl	21
1. Aktueller Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Landstuhl	21
2. Einzelhandelsstruktur nach Standortlagen	22
2.1 Landstuhler Innenstadt	24
2.2 Bestandsstandort Landstuhl-West	25
2.3 Sonstige integrierte Standortlagen	25
2.4 Gewerbegebietsstandorte	25
3. Entwicklung seit der letzten Totalerhebung 2010	26
4. Überörtliche Bedeutung des Einzelhandelsstandorts Landstuhl	27
5. Entwicklungspotenziale der Stadt Landstuhl	28
6. Schlussfolgerungen zur künftigen Standortstruktur	32
III. Einzelhandelskonzept für die Stadt Landstuhl	34
1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung	34
2. Sortimentskonzept	35
2.1 Grundlagen und Ziele des Sortimentskonzepts	35
2.2 Bewertungskriterien für die Einstufung der Sortimente	37
2.3 Landstuhler Sortimentsliste	38
2.4 Abweichungen von Festlegungen im LEP IV und bisherigen Einzelhandelskonzept	40

3.	Standortkonzept	42
3.1	Grundlagen	42
3.2	Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“	45
3.3	Abgrenzung der einzelnen Standortbereiche	47
3.3.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	47
3.3.2	Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung	50
3.3.3	Bestandsstandort Landstuhl-West	52
3.3.4	Ergänzungsstandort Bahnstraße	54
4.	Umsetzungsempfehlungen	56
IV.	Auswirkungen und Einordnung der aktuellen Planung von Penny / Markthalle	58
1.	Vorhaben	58
1.1	Erweiterung / Standortverlagerung Penny	58
1.2	Neuansiedlung Markthalle	59
2.	Standortbewertung	60
3.	Auswirkungen der beiden Vorhaben auf die örtliche Versorgungsstruktur	61
3.1	Auswirkungen des Verlagerungs-/Erweiterungsvorhabens von Penny	61
3.2	Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens der Markthalle	62
4.	Fazit und Empfehlungen	63

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen im Einzelhandel, sich zunehmend verändernder Rahmenbedingungen in der Stadtentwicklung sowie aktuellen Einzelhandelsplanungen im Stadtgebiet von Landstuhl ist die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Verbandsgemeinde Landstuhl aus dem Jahr 2011 in Bezug auf das Landstuhler Stadtgebiet erforderlich. Mit der grundlegenden Überarbeitung erhält die Stadt Landstuhl ein informelles Planungsinstrument, welches die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels am Standort erörtert und Rahmenbedingungen definiert. Dabei werden die wesentlichen Aussagen aus dem Jahr 2011 (u. a. Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, Sortimentsliste für die Stadt Landstuhl) überprüft, deren Grundlagen aktualisiert und bestehende Branchen- und Standortpotenziale herausgearbeitet.

Der vorliegende Bericht umfasst im Wesentlichen folgende Inhalte:

- /// Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung
- /// Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- /// Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Landstuhl
- /// Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes
- /// Überprüfung und Anpassung der Zielsetzungen für die Einzelhandelsentwicklung in Landstuhl
- /// Überprüfung und Anpassung der Empfehlungen aus dem EHK der VG Landstuhl für das Stadtgebiet von Landstuhl (inkl. Sortimentsliste, Standortkonzeption, branchenbezogene Potenziale)
- /// Überprüfung und Anpassung, Abgrenzung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche
- /// Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgungsstruktur inklusive Steuerungsempfehlungen
- /// Grundsätze zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



GMA-Darstellung 2016

2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Standort- und Sortimentskonzepts konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in innenstadtrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht innenstadtrelevante Sortimente dar. Mit Hilfe des **Standortkonzepts** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Standort- und Sortimentskonzepts stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in der Stadt Landstuhl dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wurde.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar. **Durch einen Beschluss des jeweiligen Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.**

Ein wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung ist der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche**¹. Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzepts festgesetzt werden.

Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

3. Methodische Vorgehensweise und Definitionen

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich vorwiegend um **primärstatistische Daten**, welche von der GMA erfasst und ausgewertet wurde. Dabei wurde die Angebotssituation durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme aller Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet von Landstuhl erhoben. Diese Bestandserhebung des Einzelhandels² wurde im Januar 2016 durchgeführt. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der GMA-Branchensystematik (38 Sortimentsgruppen). Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in der nachfolgenden Tabelle 1 aufgeführten Hauptwarengruppen zugeordnet. Außerdem standen der GMA auch **sekundärstatistische Daten** des statistischen Bundesamtes, des Landesamtes für Statistik Rheinland-Pfalz sowie Datenmaterial der Stadt Landstuhl und des Investors für das Markthallenprojekt zur Verfügung.

Darüber hinaus erfolgte im Rahmen der Einzelhandelsbestandserfassung durch die GMA auch eine Zuordnung der Betriebe zu den folgenden **Lagekategorien**:

- /// **zentrale Lagen**: Lagen in zentralen Versorgungsbereichen der Stadt (vgl. zur Begriffserläuterung Kap. III.3.2)
- /// **siedlungsräumlich integrierte Lagen**: Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in mindestens zwei Himmelsrichtungen)
- /// **siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen**: Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in maximal einer Himmelsrichtung).

¹ Vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13

² Hierunter ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale“ zu verstehen. Dieser umfasst den gewerbsmäßigen Verkauf von Waren, ausschließlich oder überwiegend an den Endverbraucher, ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Hauptwarengruppen	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie-, Kosmetik- und Parfümeriewaren, Apothekenwaren, Sanitätswaren
Blumen, zoologischer Bedarf	Schnittblumen, Blumensträuße, zoologischer Bedarf
Bücher, Schreib- / Spielwaren	Bücher, Zeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sportartikel (Sportbekleidung, -schuhe)
Elektrowaren	Elektrohaushaltsgeräte (sog. weiße Ware wie z. B. Waschmaschinen, Kühlschränke, Herde), Telekommunikation (Telefone, Telefaxgeräte, Mobil- / Smartphones), Unterhaltungselektronik / Multimedia (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer und -Zubehör)
Hausrat, Einrichtung, Möbel	Haushaltswaren (Glas / Porzellan / Keramik), Möbel (inkl. Matratzen, Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel), Küchenmöbel / -einrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Heimtextilien (Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Gardinen, Wolle, Stoffe), Leuchten und Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge
Optik / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte, Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör / -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping u. a.), Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren / Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen usw.

GMA-Darstellung 2016

Im Rahmen der Vor-Ort-Arbeiten wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die **städtebaulichen Rahmenbedingungen** der verschiedenen Einzelhandelslagen im Stadtgebiet von Landstuhl analysiert und bewertet. Die Analyse der städtebaulichen Situation stellt im Zusammenwirken mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für eine sachgerechte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune dar.

Verkaufsfläche wird in dieser Analyse als die Fläche definiert, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Bedientheken), Kassenvorraum mit Pack- / Entsorgungszone und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume, Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerflächen und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozial- und Toilettenräume.³

³ Definition gemäß EHI Retail Institute: EHI handelsdaten aktuell 2015, Köln, 2015, S 319. Vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005.

4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

Mögliche Entwicklungschancen des Einzelhandels in Landstuhl können nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends im Handel und bei den Kunden in Deutschland erfolgen, die auch die Standortwahl des Einzelhandels maßgeblich beeinflussen.

Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung



GMA 2016

4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt, jedoch ist der Handel mit rund 440 Mrd. € Jahresumsatz Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden⁴.

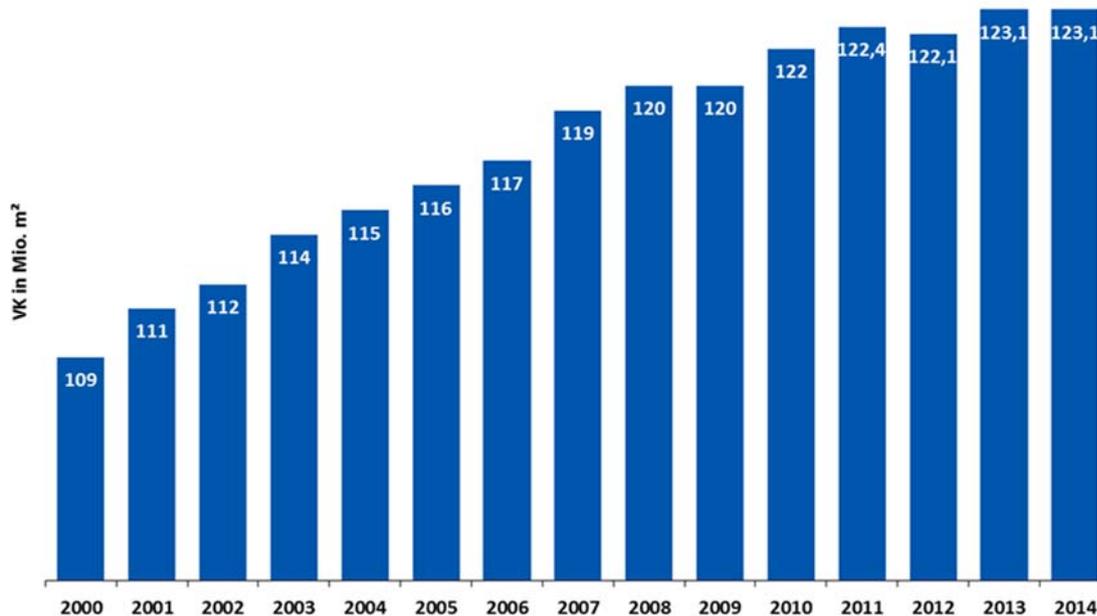
Durch die Zuwächse großflächiger Betriebsformen und neuer Angebotskonzepte⁵ verzeichnete der Einzelhandel in der Bundesrepublik seit 1990 einen fortlaufenden **Verkaufsflächenzuwachs**. Seit etwa 2010 hat sich das Verkaufsflächenwachstum dagegen stark verringert. Durch die teilweise disparate Entwicklung von Verkaufsflächen und Umsätzen gingen die Flächenproduktivität

⁴ Gerade in strukturschwächeren Gebieten ist der Einzelhandel oft wichtigster Arbeitgeber.

⁵ Neue Ladenbau- und Sortimentskonzepte benötigen mehr Präsentations- und Verkaufsfläche, um den Kunden eine optisch ansprechende Präsentation des Angebots im jeweiligen Verwendungszusammenhang bieten zu können.

ten zurück, so dass die ökonomische Auslastung – besonders in Branchen, die an kostenintensiven Standorten wirtschaften – nicht mehr durchgängig gewährleistet ist.

Abbildung 3: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2000 – 2014



Quelle: Handelsdaten aktuell 2014, GMA-Darstellung 2016

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuellen Untersuchungen zufolge nahm der Anteil von Einzelunternehmen von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell rd. 20 % ab⁶. Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Vor allem großflächige und filialisierte Betriebstypen (z. B. Fachmärkte) sowie **preisbetonte Angebotsformen** (z. B. Discounter, SB-Märkte, Fabrikverkäufe, Internetverkauf) konnten ihre Marktbedeutung ausbauen. Da diese Anbieter flächenextensive Konzepte verfolgen und bei ihren Standortkosten rigide sparen, siedelten sie sich zumeist außerhalb der Innenstädte an autokundenorientierten Standorten an.

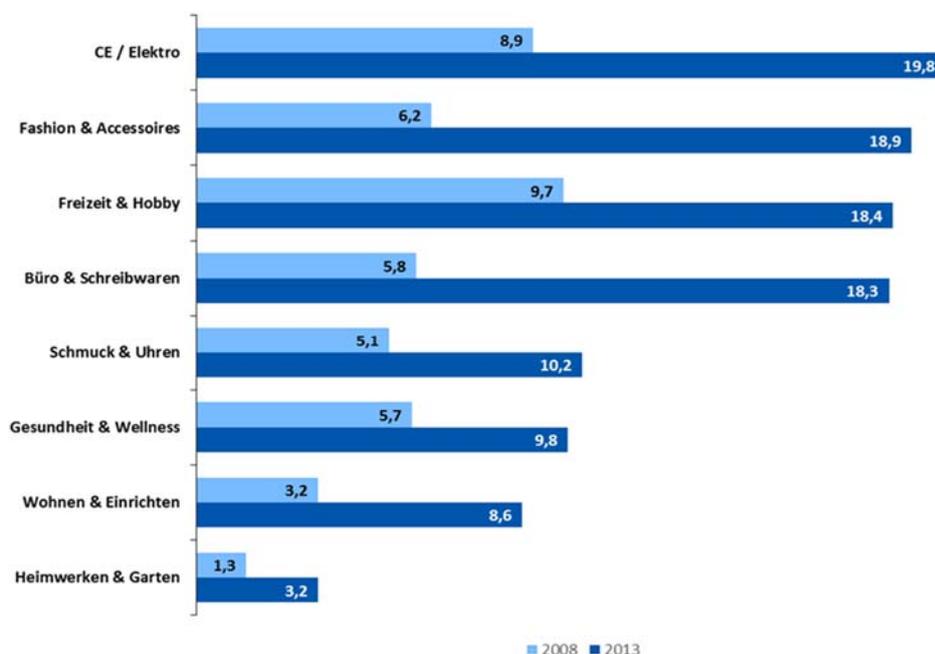
Dies bedingte aber auch einen stetig wachsenden Stellplatzbedarf und stellte damit den Handel in den Innenstädten vor schwierig oder nur sehr kostenaufwändig zu lösende Probleme. Von der Entwicklung des „Kofferraumeinkaufs“ profitierten v. a. Großflächenbetriebe mit einem breiten und tiefen Warenangebot, wie z. B. SB-Warenhäuser und Fachmärkte. Das Verkaufsflächenwachstum vollzog sich somit v. a. an dezentralen und solitären Standorten, während die **Geschäftslagen der Innenstädte und Nahversorgungszentren Bedeutungsverluste hinnehmen mussten**. Besonders in Randlagen der Innenstädte sind vielfach Fluktuation und Leerstände zu beobachten.

⁶ GMA-Grundlagenforschung.

In fast allen Branchen erwächst dem stationären Fachhandel eine zunehmende Konkurrenz durch fachfremde Anbieter (v. a. Lebensmittel-Discounter mit ihren Randsortimenten) sowie durch den **Online-Handel**. Im Gegensatz zum stationären Einzelhandel kann der Internethandel jährlich zweistellige Wachstumsraten erzielen. Für 2015 wird bereits ein Umsatzvolumen mit Endverbrauchern in Höhe von mehr als 43 Mrd. €⁷ erwartet; dies entspricht ca. 9 – 10 % des Einzelhandelsumsatzes. Allerdings sind die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Alle namhaften (stationären) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Auch nach Meinung des HDE liegt die Zukunft des Einzelhandels im Multichannel-Handel, d. h. „in der Kombination aus Online- und Offline-Welt“⁸.

Der Online-Handel hat inzwischen praktisch alle Warengruppen erfasst. Branchenbezogen gibt es aber nach wie vor besondere Domänen, in denen der Online-Handel eine besonders starke Stellung einnimmt; dies trifft besonders auf den Handel mit Büchern und Medien zu. Als „Nachfolger“ des klassischen Versandhandels übernimmt der Online-Handel auch beim Einkauf von Computern, Elektroartikeln, Kleidung und Schuhen, eine beachtliche Stellung (vgl. Abbildung 4). Rein quantitativ entfällt der größte Anteil auf die Warengruppe Bekleidung / Textilien / Schuhe.

Abbildung 4: Anteil Onlinehandel am Umsatz einzelner Branchen in Prozent



Quelle: Institut für Handelsforschung (IFH) Köln, Branchenreport Online-Handel 2014

⁷ Einschließlich Transaktionen über materielle Güter, Dienstleistungen (z. B. Lieferung), Nutzungsrechte (z. B. Reisen, Eintrittskarten) und Informationen (z. B. kostenpflichtige Downloads). Quelle: HDE-Prognose.

⁸ Quelle: Handelsverband Deutschland – HDE e.V.: HDE-Präsident: Multi-Channel-Handel ist die Zukunft, Pressemitteilung vom 29.10.2013.

4.2 Konsumentenverhalten im Wandel

Neben der Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten durch Einzelhandelsunternehmen haben auch **gesellschaftliche und demografische Wandlungsprozessen** (u. a. Verschiebung der Altersstruktur, Trend zu kleineren Familieneinheiten) Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Nachdem sich der Einzelhandel v. a. auf die lokale Nachfrage angewiesen ist, muss der kleinräumlichen Analyse und Prognose der Kaufkraftentwicklung hohe Aufmerksamkeit gewidmet werden⁹.

Vor allem die **gestiegene Kunden-Mobilität** hat die Wertigkeit von Einkaufslagen verändert und den Siegeszug von autokundenorientierten Standorten erst möglich gemacht. Die ständige Verfügbarkeit und die Benutzung des Pkw zum Warentransport erhöhte sukzessive die Bedeutung des sog. „One-Stop-Shopping“. Als besonders „profitable“ Einzelhandelsstandorte kristallisierten sich v. a. die Schnittstellen von Fern- und Bundesstraßen sowie Durchgangs- und Ausfallstraßen mit hoher Verkehrsfrequenz heraus.

Auffällig ist zudem ein **preisbewussteres Nachfrageverhalten** als in früheren Jahrzehnten, was u. a. durch steigende Ausgaben der Konsumenten für Energie, Miete, Freizeit, Gesundheit, Steuern und Sozialabgaben bedingt ist. Das Verbrauchsverhalten ist zudem abhängig von der Konjunkturlage und damit ggf. verbundenen Befürchtungen vor Arbeitslosigkeit und Rezession. Die Ausgabenanteile für den Einzelhandel waren daher im vergangenen Jahrzehnt rückläufig. Der Wunsch vieler Verbraucher, in erster Linie preiswert einzukaufen, hat häufig zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; vielerorts geraten dadurch besonders Anbieter des mittleren Preissegments unter Druck.

Zugleich sind aber die **Kundenansprüche an den Einzelhandel stetig gewachsen**. Die Kunden wählen sowohl beim reinen Versorgungseinkauf als auch beim Shopping als Freizeitvergnügen durchaus kritisch aus und zeigen „Schnäppchenlust“ und „Smart Shopping“ (vgl. Abbildung 5). Damit zeigt sich in den letzten Jahren in vielen Bevölkerungsschichten der Typus des „hybriden Verbrauchers“, der beim selben Einkaufsgang teure Markenware und unmittelbar im Anschluss Billigprodukte beim Discounter erwirbt.

Bedingt durch das Internet und intensive Werbemaßnahmen der größeren Anbieter können die Kunden Preise, Qualitäten und Servicevorteile vergleichen und haben so ein hohes Anspruchsniveau entwickelt, dem viele Kleinanbieter kaum noch standhalten können. Hinzu kommt, dass Kunden weniger berechenbar sind als früher.

⁹ Gerade großräumliche Bevölkerungsprognosen bilden die lokalen Verhältnisse nur unzureichend ab. Zudem haben sich viele Einwohnerprognosen der letzten beiden Dekaden als nicht belastbar erwiesen.

Abbildung 5: Konsumtrends im Zusammenhang mit den Verhaltensweisen des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Grundlagenforschung 2016

Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **künftige Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen darstellen:

/// Verkaufsflächen wachsen noch moderat

Der weitere Verkaufsfächenzuwachs wird sich stärker als bislang in den Stadtzentren und in integrierten Lagen vollziehen.

/// Konzentrationstendenz im Einzelhandel setzt sich fort

Der Marktanteil von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 2,5 Mrd. € wird mittelfristig auf fast 85 % anwachsen. Andererseits werden v. a. kleinflächige und unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen aus dem Markt ausscheiden. Dies gilt in besonderem Maße für die neuen Bundesländer, wo viele Betriebe über eine unzureichende Eigenkapitaldecke verfügen.

/// Fachmärkte und Discounter boomen

Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren in erheblichem Umfang durch Fachmärkte und Discounter bestimmt. Betriebe mit diskontierendem Angebotskonzept werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.

/// Filialisierungswelle hält an

Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

/// Internet-Shopping gewinnt weiter an Bedeutung

Der „E-Commerce“ (Internet-Handel) zeigt weiterhin hohe Zuwachsraten, insbesondere in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger. Voraussetzung für den Erfolg des E-Commerce ist allerdings der weitere Ausbau von Logistik- und Distributionsstrukturen, welcher als sehr kostenintensiv einzustufen ist. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen wird die Nutzung des Internets für Information und Einkauf zunehmend populär, was zu einer weiter sinkenden Kundenbindung beitragen wird.

4.3 Entwicklungen und Trends in der Nahversorgung

Für die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs kommt **modernen großflächigen Lebensmittelmärkten eine besondere Bedeutung** zu, da sie nicht nur ein qualifiziertes Kernsortiment an Lebensmitteln, Getränken und Drogeriewaren bieten sondern darüber hinaus auch die wichtigsten weiteren Sortimente des kurzfristigen Bedarfs (z. B. Zeitschriften, Schnittblumen, Schreibwaren) zumindest ausschnittsweise vorhalten. Moderne Lebensmittelmärkte sind daher als Garant einer qualitätvollen Nahversorgung anzusehen, darüber hinaus auch als Magneten für kleinere Anbieter und somit als Leitbetriebe der Einzelhandelsstruktur.

Kleinere Lebensmittelgeschäfte, Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Getränkemarkte, Tankstellen, Hofläden oder Kioske übernehmen ergänzende Funktionen für die Grundversorgung. Kleinere Lebensmittelgeschäfte leiden an strukturell bedingten Kostennachteilen gegenüber größeren Filialisten. Auch genossenschaftliche Lebensmittelmärkte, Bringdienste oder mobile Verkaufsformen sind tendenziell teurer als konventionelle Supermärkte oder Discounter, zudem ist hier die Auswahl deutlich eingeschränkt. Daher liegt für diese Verkaufsformen kundenseitig ein eher geringes Interesse vor.

Der Online-Handel mit Nahrungs- und Genussmitteln wird zwar von den Verbrauchern teilweise auch akzeptiert (z. B. für Spezialitäten, Wein usw.), jedoch stellt das Internet für weite Bereiche des Lebensmittelhandels aufgrund der erforderlichen Frische und schonenden Verpackung der Waren (noch) keine verbreitete Angebotsform dar.

Unter den im deutschen Lebensmitteleinzelhandel vertretenen Betriebsformen haben sich **Lebensmitteldiscounter** am dynamischsten entwickelt. Diese Vertriebskonzepte setzen konsequent auf eine Niedrigpreispolitik. Mittlerweile weisen Discounter den größten Umsatzanteil (ca. 45 %) auf; Supermärkte hingegen kommen auf nur noch 28 %, SB-Warenhäuser auf 13 %, Große

Supermärkte auf knapp 10 % und sonstige Lebensmittelgeschäfte auf ca. 3 % des Umsatzvolumens.¹⁰ Discounter sind wegen des Preisvorteils und ihres übersichtlichen Sortiments bei den deutschen Verbrauchern sehr beliebt. Supermärkte und Große Supermärkte profilieren sich v. a. durch Sortimentsbreite, Frische, Convenience, Service, Ladenatmosphäre und persönliche Kundenansprache.

Als **Standorte** werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert.

Tabelle 2: Standortanforderungen an Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

Daten	Discounter	Supermarkt	Großer Supermarkt / SB-Warenhaus
Verkaufsfläche	ab 800 m ²	ab 1.200 m ²	ab 2.500 m ²
Sortiment	75 – 80 % Foodanteil	85 – 90 % Foodanteil	60 – 70 % Foodanteil
Artikelzahl	ca. 2.000 – 4.000	ca. 10.000	ca. 25.000 – 50.000
Parkplätze	ab 60 Stellplätze	ab 80 Stellplätze	ab 150 Stellplätze
Grundstück	ab 4.000 m ²	ab 5.000 m ²	ab 7.000 m ²
Kernbevölkerung	ab 3.000 EW	ab 4.000 EW	ab 10.000 EW

GMA-Standortforschung 2016, ca.-Werte

Als **Verkaufsfläche (VK)** weisen Discounter heute im Durchschnitt ca. 750 m² VK¹¹ auf, wobei mittlerweile Größen zwischen 1.000 und 1.300 m² VK von den Betreibern als marktgerecht angestrebt werden. Supermärkte verfügen über eine Durchschnittsgröße von ca. 960 m² VK¹². Hier werden von den Betreibern bei neuen Objekten aber i. d. R. Einheiten von ca. 1.200 – 2.000 m² VK geplant. Hinzu kommen ggf. Flächen für ergänzende Betriebe wie etwa Backshops. Nahezu alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze, was i. d. R. mit einer Flächenausweitung der einzelnen Betriebe verbunden ist. Hauptursachen für die steigende Flächeninanspruchnahme sind steigende Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel, der auch eine Ausweitung der Sortimente mit sich bringt.

Als Folge davon leitet sich für moderne Lebensmittelmärkte ein **wachsender Flächenanspruch** ab, nicht nur für das Gebäude selbst sondern auch für ein ebenerdiges Stellplatzangebot. Ein weiterer unabdingbarer Erfolgsfaktor für Lebensmittelmärkte ist eine problemlose verkehrliche Erreichbarkeit, so dass gut angebundene Standorte mit guter Lage zu Hauptverkehrsachsen bevorzugt werden.

¹⁰ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2014, S. 90f.; Köln 2014; GMA-Berechnungen.

¹¹ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2015, S. 91f.; Köln 2015; GMA-Berechnungen.

¹² Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2015, S. 91f.; Köln 2015; GMA-Berechnungen

Dies alles führt dazu, dass moderne Lebensmittelmärkte **zunehmend schwer in das innerörtliche Standortgefüge und in das Ortsbild zu integrieren** sind. Da sie zudem erhebliche Verkehrsströme zu sich lenken, wird von den Bürgern eine Integration in die traditionelle Ortsmitte oder in Wohngebiete oft auch gar nicht erwünscht. Aus städtebaulicher wie auch betrieblicher Sicht erweist sich häufig ein Standort in verkehrsorientierter Lage, der im Siedlungsgebiet integriert ist und Bezug zu Wohngebieten aufweist, als günstiger.

5. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Landstuhl

Die Sickingenstadt Landstuhl liegt am Nordwestrand des Pfälzerwaldes im Landkreis Kaiserslautern und zählt gegenwärtig nach Angaben des Statistischen Landesamts Rheinland-Pfalz ca. 8.320 Einwohner¹³. Die Stadt Landstuhl ist **Verwaltungssitz für die gleichnamige Verbandsgemeinde (VG)**, zu der außer Landstuhl noch die Ortsgemeinden Bann, Hauptstuhl, Kindsbach, Mittelbrunn und Oberarnbach gehören.

Von der Landesplanung ist Landstuhl, in Kooperation mit der Nachbarstadt Ramstein-Miesebach, als **Mittelzentrum** in der Region Westpfalz eingestuft. Gemäß Regionalplanung umfasst der Nahbereich des Mittelzentrums Landstuhl die gesamte VG Landstuhl¹⁴. Vor diesem Hintergrund kommt der Stadt im Hinblick auf infrastrukturelle, kulturelle, soziale und wirtschaftliche Einrichtungen sowohl eine gesamtstädtische als auch eine überörtliche Versorgungsfunktion zu.

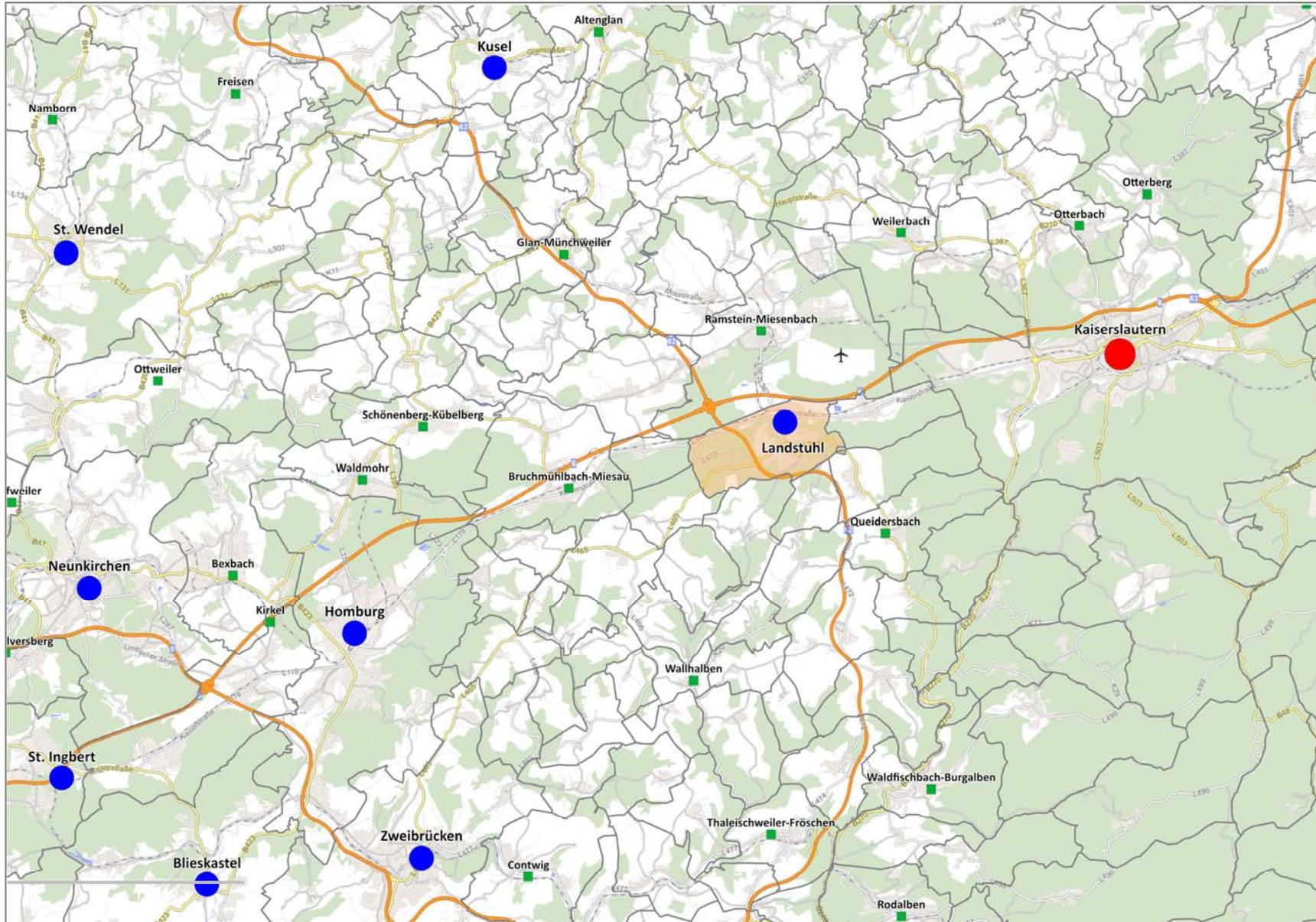
Die nächstgelegenen zentralen Orte sind das kooperierende Mittelzentrum Ramstein-Miesebach (ca. 5 km entfernt), die Grundzentren Bruchmühlbach-Miesau und Queidersbach (je ca. 10 km entfernt) und das Oberzentrum Kaiserslautern (ca. 15 km entfernt). Zu anderen Mittelzentren liegen hingegen erhebliche Distanzen vor (je ca. 25 km nach Kusel und Homburg/Saar, je ca. 30 km nach Pirmasens und Zweibrücken, ca. 35 km nach Lauterecken).

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Landstuhl ist, bedingt durch Anschlüsse im Stadtgebiet an die Autobahnen A 6 (Saarbrücken – Kaiserslautern – Mannheim) und A 62 (Nonnweiler – Landstuhl – Pirmasens), sehr gut. Als weitere regional bedeutsame Verbindungen fungieren die Landesstraßen L 363 (Ramstein-Miesebach – Landstuhl – Queidersbach – Steinalben), L 395 (Bruchmühlbach-Miesau – Landstuhl – Kaiserslautern) und L 469 (Landstuhl-Atzel – Mittelbrunn – Wallhalben). Im Schienenverkehr ist Landstuhl mit einem Bahnhof Halt für Regionalexpress-, Regionalbahn- und S-Bahnzüge auf den Strecken Saarbrücken – Mannheim und Kusel – Landstuhl. Darüber hinaus ist Landstuhl durch mehrere Buslinien, welche die innerstädtische Nahverkehrerschließung herstellen, mit den Stadtteilen und umliegenden Gemeinden verbunden.

¹³ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 31.12.2014 (nur Einwohner mit Hauptwohnsitz). Die Angaben weichen von denen der Verbandsgemeinde Landstuhl etwas ab.

¹⁴ Vgl. Regionaler Raumordnungsplan Westpfalz IV – 2012, Karte 4.

Karte 1: Lage der Stadt Landstuhl und zentralörtliche Struktur in der Region



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2016

Die **Siedlungsstruktur** Landstuhls besteht aus einer zusammenhängenden Kernstadt sowie zwei weiteren, topografisch erhöht zu Landstuhl (Zentrum) abgesetzten Stadtteilen (Atzel, Melkerei). Die Stadtteile Atzel und Melkerei weisen einen reinen Wohngebietscharakter auf.

Derzeit leben in der Stadt Landstuhl **ca. 8.320 Einwohner**. Damit ist Landstuhl die bevölkerungsreichste Kommune im Landkreis Kaiserslautern. Den von der deutschen Statistik erfassten Einwohnerzahlen hinzuzurechnen sind noch die Angehörigen der im Raum Landstuhl stationierten Streitkräfte der NATO-Mitgliedsstaaten.

In den vergangenen Jahren mussten die Stadt und auch die Verbandsgemeinde Landstuhl rückläufige Bevölkerungsentwicklungen hinnehmen. Auch die meisten umliegenden Kommunen im Landkreis Kaiserslautern (vgl. Tabelle 3) verzeichneten Einwohnerrückgänge.

Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung 2004 – 2014 in der Stadt Landstuhl im Vergleich

Kommune / Verbandsgemeinde / Kreis	Einwohner zum Jahresende		Einwohnerveränderung	
	2004	2014	absolut	relativ
Stadt Landstuhl	8.936	8.321	-615	-6,9 %
Ramstein-Miesenbach	8.170	7.565	-605	-7,4 %
Bruchmühlbach-Miesau	7.711	7.605	-106	-1,4 %
Queidersbach	2.837	2.779	-58	-2,0 %
VG Landstuhl	16.219	15.112	-1.107	-6,8 %
Stadt Kaiserslautern	99.182	97.382	-1.800	-1,8 %
Landkreis Kaiserslautern	109.637	104.288	-5.349	-4,9 %

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand jeweils 31.12., nur Einwohner mit Hauptwohnsitz

GMA-Berechnungen Februar 2016

Der **Wirtschaftsstandort** Landstuhl wird im hohen Maße durch die Einrichtungen der US-Militär-gemeinschaft sowie durch Kliniken und Bildungseinrichtungen geprägt. Das US-Militärkrankenhaus Landstuhl Regional Medical Center (LRMC) ist die größte Einrichtung ihrer Art außerhalb der USA und hat im Zuge der Umstrukturierung bei den amerikanischen Streitkräften in Europa stark an Bedeutung gewonnen; derzeit sind dort rund 3.300 Soldaten und Zivilisten beschäftigt¹⁵. Mit mehr als 6.400 sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen und knapp 5.450 Einpendlern weist die Stadt Landstuhl eine hohe Bedeutung als Arbeitsort in der Westpfalz auf. Innerhalb der Verbandsgemeinde Landstuhl entfallen von den rund 7.250 sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen ca. 88 % auf die Stadt Landstuhl.¹⁶

Im **Tourismus** profitiert die Stadt Landstuhl in erster Linie von den ansässigen Einrichtungen der US-Militär-gemeinschaft und Kliniken, kann aber als staatlich anerkannter Erholungsort auch mit der Nähe zur bekannten Wanderregion Pfälzerwald, einem dichten Netz an Wander- und Mountainbike-Wegen sowie verschiedenen Sport- und Erholungseinrichtungen aufwarten. In der Stadt

¹⁵ Quelle: LRMC Press Office: Fact Sheet LRMC Mission Landstuhl Regional Medical Center, Stand März 2013.

¹⁶ Quelle: Agentur für Arbeit: Arbeitsmarkt kommunal, Landstuhl, Sickingenstadt, St., Stand 30.06.2014.

Landstuhl wurden im Jahr 2014 in 21 Übernachtungsbetrieben rd. 18.300 Gäste und knapp 56.500 Übernachtungen gezählt; dies entspricht mehr als 20 % des Übernachtungsaufkommens im Landkreis Kaiserslautern. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Landstuhl beträgt 3 Tage.

Das **Infrastrukturangebot** der Stadt Landstuhl umfasst u. a. verschiedene Schulen aller Ausbildungsstufen, darunter auch ein Aus- und Weiterbildungszentrum für Physiotherapie, das St.-Johannis-Krankenhaus, das Medizinische Versorgungszentrum Westpfalz (MVZ), diverse Arzt- und medizinische Praxen, das Ökumenische Gemeinschaftswerk Pfalz GmbH (Reha-Westpfalz und Westpfalz Werkstätten), Sozialeinrichtungen, die Stadthalle Landstuhl als Veranstaltungsort für Kultur- und Tagungsveranstaltungen, eine Außenstelle der Agentur für Arbeit, Amts- und Landgericht, Verbandsgemeinde- und Stadtverwaltung, mehrere Kreditinstitute sowie ein vielfältiges Spektrum an Einzelhandels-, Dienstleistungs- und gastgewerblichen Betriebe.

II. Angebots- und Nachfragesituation in der Stadt Landstuhl

1. Aktueller Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Landstuhl

Im Januar 2016 wurde durch GMA-Mitarbeiter eine Gesamterhebung der Bestandsdaten des Einzelhandels in Landstuhl durchgeführt (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand der Stadt Landstuhl 2016 nach Hauptwarengruppen

Hauptwarengruppe	Betriebe*		Verkaufsfläche*	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	28	24%	12.290	37%
Gesundheit, Körperpflege	9	8%	1.025	3%
Blumen, zoologischer Bedarf	6	5%	980	3%
Bücher, Schreib- / Spielwaren	11	9%	1.530	5%
Bekleidung, Schuhe, Sport	24	21%	3.885	12%
Elektrowaren, Medien, Foto	10	9%	740	2%
Hausrat, Einrichtung, Möbel	8	7%	2.555	8%
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	5	4%	8.570	26%
Optik / Uhren, Schmuck	11	9%	580	2%
Sonstige Sortimente**	4	3%	680	2%
Einzelhandel insgesamt	116	100%	32.835	100%

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** sonstige Sortimente: z. B. Fahrräder, Autozubehör, Sonderposten.

GMA-Erhebung Januar 2016 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich)

Insgesamt gab es demnach zum Zeitpunkt der Erhebung in der Stadt Landstuhl

- /// 116 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks,
- /// ca. 32.835 m² Verkaufsfläche,
- /// ca. 111,9 Mio. € Umsatz p. a. (brutto).

Davon sind **Nahrungs- und Genussmitteln** zuzuordnen

- /// 28 Betriebe (= ca. 24 % aller Betriebe)¹⁷,
- /// ca. 12.290 m² VK (= ca. 37 % der Gesamtverkaufsfläche)¹⁸,
- /// ca. 52,1 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 47 % des Gesamtumsatzes)¹⁹.

¹⁷ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt.

¹⁸ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt.

¹⁹ Bereinigte Werte, d. h. Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Bereichen zugeordnet.

Auf **Nichtlebensmittel** entfallen

- /// 88 Betriebe (= ca. 76 % aller Betriebe),
- /// ca. 20.545 m² VK (= ca. 63 % der Gesamtverkaufsfläche),
- /// ca. 59,8 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 53 % des Gesamtumsatzes).

Als durchschnittliche Betriebsgröße in Landstuhl errechnet sich ein Wert von ca. 283 m² VK. Dieser Wert liegt etwas über dem Bundesdurchschnitt von ca. 250 m².

In räumlicher Hinsicht konzentriert sich der Einzelhandelsbesatz in Landstuhl fast ausschließlich auf den Stadtteil Landstuhl (Zentrum). In den Stadtteilen Atzel und Melkerei sind nur vereinzelt Einzelhandelsanbieter vorhanden.

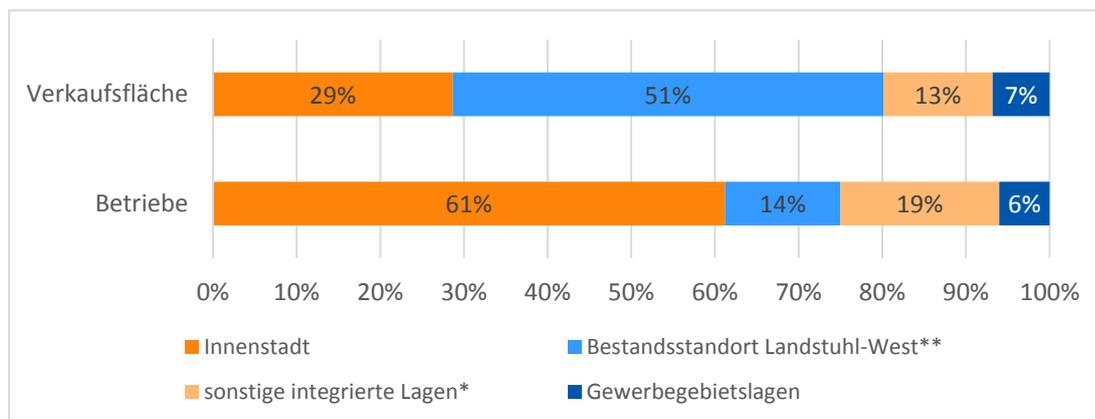
Die Einzelhandelsstrukturen in Landstuhl werden neben der Innenstadt auch von Einzelhandelsstandorten außerhalb der historischen Innenstadt bestimmt. Hierzu sind zu nennen (vgl. Karte 2):

- /// Westliche Bahnstraße, zwischen Hinterer Imserstraße und Von-Richthofen-Straße (u. a. Edeka, Vögele, Takko)
- /// Torfstraße (u. a. Kaufland, Aldi, Lidl, dm, Fressnapf, Deichmann, toom Baumarkt, Tedi)
- /// Mittlere Bahnstraße, zwischen Austraße und Tulpenstraße (Aldi, Rofu Kinderland)
- /// Östliche Kaiserstraße, Bereich Mediceum / MVZ (Penny, Apotheke, Hörgeräteakustik).

2. Einzelhandelsstruktur nach Standortlagen

Angebotsschwerpunkte bilden die Innenstadt (v. a. in Hinsicht auf die Zahl der Betriebe) und der Bestandsstandort Landstuhl-West an der Torfstraße, wo besonders Betriebe mit flächenintensiven Konzepten ansässig sind (vgl. Abbildung 6, Karte 2).

Abbildung 6: Einzelhandelsverteilung in der Stadt Landstuhl 2016

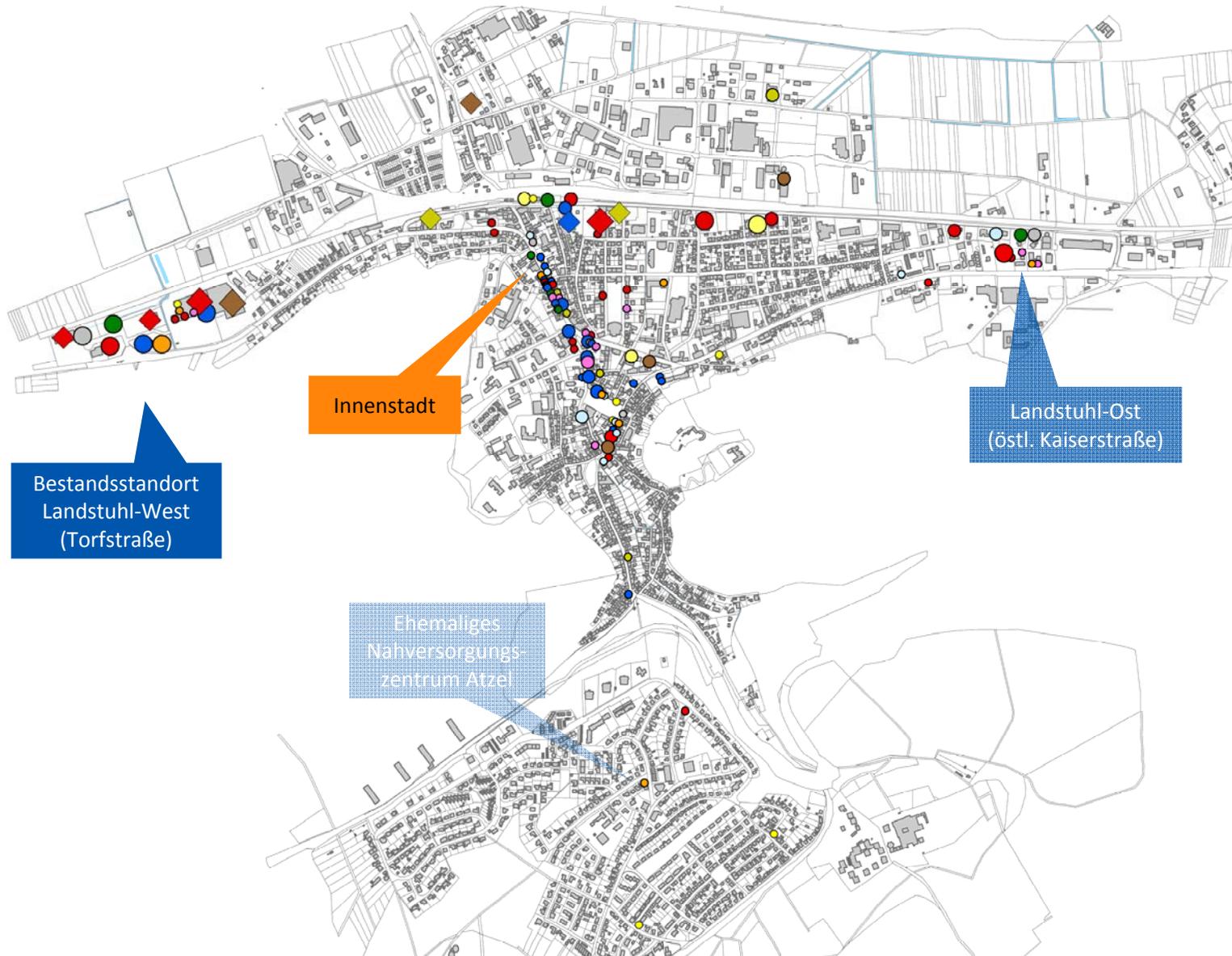


* einschließlich ehem. Nahversorgungsstandort Atzel

** Torfstraße

GMA-Erhebung Januar 2016 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich)

Karte 2: Einzelhandelsbestand in der Stadt Landstuhl



Legende

Bestehender Einzelhandel

Größenklassen

- ◇ über 1.500 m² VK
- ◇ 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Kartengrundlage:
Stadt Landstuhl
GMA-Bearbeitung 2016

2.1 Landstuhler Innenstadt

Der **zentrale Versorgungsbereich** der Landstuhler Innenstadt²⁰ (Kaiserstraße, Ludwigstraße, Am Alten Markt, Hauptstraße, Teile der Bahnstraße, Eisenbahnstraße, Von Richthofen-Straße, Teile der Lindenstraße u. a.) ist besonders durch kleine, inhabergeführte Fachgeschäfte geprägt. Der Hauptgeschäftsbereich liegt im Bereich Kaiserstraße / Ludwigstraße / Hauptstraße / Am Alten Markt. Einzige großflächige Anbieter sind ein Lebensmittelmarkt (Edeka) und ein Bekleidungsfachmarkt (Vögele) an der Bahnstraße, die Magnetfunktionen übernehmen, außerdem ein Küchenstudio (Stutzinger) an der Von-Richthofen-Straße. Zwei weitere großflächige Anbieter, der Lebensmitteldiscounter Lidl an der Lindenstraße und das Möbelhaus European Country Living am Adolph-Kolping-Platz, haben hingegen mittlerweile geschlossen.

Insgesamt bildet die Innenstadt somit zwar nach wie vor den Schwerpunkt der Betriebe (ca. 61 % aller Betriebe in der Stadt entfallen auf die Innenstadt), umfasst jedoch bezüglich des gesamtstädtischen Verkaufsflächenbestands nur noch einen Anteil von ca. 29 % (vgl. Abbildung 6). Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt hier ca. 133 m² VK.

Das Angebotsspektrum ist sehr breit gefächert und umfasst Anbieter fast aller Sortimente. Etwa 38 % der Anbieter entfallen auf den mittelfristigen Bedarfsbereich (u. a. Mode, Schuhe, Bücher, Schreib- und Spielwaren), ca. 34 % auf den langfristigen Bedarf (v. a. Telekommunikation, Elektrowaren / Fotobedarf, Optik, Hörgeräteakustik) und ca. 28 % auf den kurzfristigen Bedarfsbereich (v. a. Bäckereien, Apotheken, Lebensmittel, Floristik).

Städtebaulich ist die Innenstadt in dem Teil südlich der Kaiserstraße durch historische Baustrukturen, schmale Straßen (vielfach Einbahnverkehr) und zahlreiche attraktiv sanierte Häuser geprägt, die auch die touristische Bedeutung der Innenstadt unterstreichen. Als ergänzende Nutzungen sind hier u. a. Banken, Gaststätten, Rathaus, Stadtbücherei und die Zehntenscheune hervorzuheben. Im nördlichen Teil der Innenstadt konzentriert sich der Einzelhandels- und Komplementärbesatz auf die Hauptverkehrsachse Bahnstraße – Kaiserstraße, wo sowohl zahlreiche Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe als auch wichtige öffentliche Einrichtungen (Verbandsgemeindeverwaltung, Stadthalle, Finanzamt, Amtsgericht) ansässig sind.

Leerstände sind besonders in den Randbereichen der Innenstadt festzustellen (u. a. an der Ludwigstraße, dem nördlichen Teil der Hauptstraße sowie der Lindenstraße). Ursächliche Faktoren sind zum einen ungünstige verkehrliche Erreichbarkeiten und Parkplatzmangel (besonders im südlichen Teil der Innenstadt), zum anderen auch veraltete Immobiliensituationen (Sanierungsrückstau, Ladenlokale mit geringen oder schlecht geschnittenen Verkaufsflächen, schlechte Einsehbarkeit, fehlende Berollbarkeit usw.), die den Anforderungen des modernen Einzelhandels nicht mehr genügen. Seit 2011 hat sich die Zahl der Leerstände etwas erhöht.

²⁰ Abgrenzung gemäß bisher geltendem Einzelhandelskonzept der VG Landstuhl 2011.

2.2 Bestandsstandort Landstuhl-West

Der Bestandsstandort Landstuhl-West²¹ befindet sich im Bereich Torfstraße. Hier sind ca. 14 % der Landstuhler Einzelhandelsbetriebe ansässig, v. a. Filialisten. Als Magnetbetriebe wirken besonders die Lebensmittelmärkte Kaufland, Aldi und Lidl, ein toom-Baumarkt (einziger Bau- und Gartenmarkt in der VG Landstuhl) sowie ein dm-Drogeriemarkt (einziger Drogeriefachanbieter in der VG Landstuhl). Ergänzend wirken kleinere Fachmärkte für Tiernahrung, Schuhe und Haushaltsbedarf.

Bedingt durch die hohe Zahl an Großbetrieben – die durchschnittliche Betriebsgröße am Bestandsstandort Landstuhl-West beträgt ca. 1.056 m² VK – entfällt ca. 51 % des gesamten Verkaufsflächenbestands der Stadt auf diesen Standort.

Gegenüber 2011 ist der Bestand stabil. Hierzu trugen auch die Bestimmungen des Einzelhandelskonzepts bei, die für den Standort im Wesentlichen eine Bestandsfestschreibung vorsahen.

2.3 Sonstige integrierte Standortlagen

An sonstigen integrierten Standorten (sog. Streulagen) befinden sich ca. 19 % der Einzelhandelsbetriebe. Als größere Betriebe sind zwei Lebensmitteldiscounter (Aldi an der Bahnstraße, Penny an der östlichen Kaiserstraße) sowie ein Möbelhandel im Bereich Bahnstraße / Saarbrücker Straße (United furniture) und ein Spielwarenfachmarkt (Rofu Kinderland) an der Bahnstraße hervorzuheben. Bei den übrigen Betrieben handelt es sich um eine Vielzahl von kleineren Anbietern, überwiegend aus dem nahversorgungsrelevanten Bereich (z. B. Bäckereien, Lebensmittelhandel, Buchhandel, Lotto-Laden).

Eine gewisse Konzentration von Anbietern aus dem medizinisch-gesundheitlichen Bereich liegt rund um das Mediceum / Medizinische Versorgungszentrum Westpfalz (MVZ) an der östlichen Kaiserstraße vor (Apotheke, Hörgeräteakustiker).

In die Kategorie der sonstigen integrierten Lagen ist auch der ehemalige Nahversorgungsbereich Atzel zu zählen, der nach erheblichen Abschmelzungen (Schließung des dortigen Lebensmittelmarkts und einer Schlecker-Drogeriefiliale, Verlagerung des Buchgeschäfts) nur noch einen Einzelhandelsbetrieb beherbergt und so keine Bedeutung mehr als Versorgungszentrum aufweist.

2.4 Gewerbegebietsstandorte

Auf klassische Gewerbegebietslagen, d. h. siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen, entfällt in Landstuhl nur ein geringer Teil des Betriebsbestands. Insgesamt entfallen nur ca. 6 % der Betriebe und ca. 7 % der Verkaufsflächen in Landstuhl auf Gewerbegebietslagen. Außer dem Bestandsstandort Landstuhl-West ist hier zum einen der Standort östliche Bahnstraße zu nennen, wo u. a.

²¹ Abgrenzung gemäß bisher geltendem Einzelhandelskonzept der VG Landstuhl 2011.

eine Gärtnerei, ein Autoteilehandel und ein Getränkemarkt etabliert sind, zum anderen das Gewerbegebiet Nord nördlich der Bahn, wo ein Baustoffhandel, ein Gartencenter und ein Werksverkauf für Matratzen ansässig sind. An der Bahnstraße sind Betriebsschließungen von Möbel- und Gebrauchtwarenhandlungen eingetreten, woraus sich künftige Flächenpotenziale ergeben könnten.

3. Entwicklung seit der letzten Gesamterhebung 2010

Bei der Erarbeitung des Einzelhandelskonzepts im Jahr 2011 wurden im Landstuhler Einzelhandel 125 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks und ca. 38.240 m² Verkaufsfläche erfasst. Somit hat die Anzahl der Betriebe in den letzten 5 Jahren abgenommen (per Saldo -9 Betriebe bzw. -7 %). Etwas stärker ging der Flächenbestand zurück (-5.405 m² VK bzw. -14 %).

Die Abnahmen resultieren v. a. aus einem Rückgang der Nichteinzelhandels-Anbieter (per Saldo -7 Betriebe). Der größte Teil des Verkaufsflächenrückgangs entfällt auf die Schließungen von Möbel- und Gebrauchtwarenanbietern (European Country Living, Möbel Eicher, An- und Verkauf Depot), wobei es sich vorwiegend um Anbieter des unteren Qualitätssegments handelte. Ein weiterer Teil entfällt auf Schließungen von Fachmärkten für Drogeriewaren (Ihr Platz, Schlecker) und Textilien (NKD) sowie eine Verlagerung eines Spezialanbieters für Dekoration (Christmas World).

Im Nahrungs- und Genussmittelbereich nahm die Zahl der Anbieter nur geringfügig ab (per Saldo -2 Betriebe). Dennoch ergeben sich hieraus Störungen des Nahversorgungssystems. Zu nennen ist hier zum einen die Schließung eines Lebensmittelmarkts im ausgewiesenen Versorgungsbe- reich Nahversorgung Atzel, der dort gemeinsam mit einem ebenfalls weggefallenen Schlecker- Drogeriemarkt angebotsprägend für die Nahversorgung im Stadtteil Atzel war. Zum anderen erfolgte erst kürzlich die Schließung eines Lebensmitteldiscounters an der Lindenstraße, der wichtige Versorgungsfunktionen im nordöstlichen Innenstadtbereich übernahm.

Obwohl der Verkaufsflächenrückgang mit -14 % durchaus markant war, ist hieraus keine wesentliche Schwächung der Versorgungsstruktur und -funktion Landstuhls abzuleiten. So waren von den Schließungen keine Anbieter mit überörtlichen Magnetfunktionen betroffen. Während der Bestandsstandort Landstuhl-West in seiner Angebotsstruktur fast unverändert blieb, nahm in der Landstuhler Innenstadt die Zahl der Leerstände zu (zwei mehr als im Jahr 2011 / damals 7). Ursächlich dafür ist die kürzlich erfolgte Schließung des Lidl-Markts und des Bäckerei-Konzessionärs in der Lindenstraße. Damit wurde zwar die Nahversorgung im nordöstlichen Teil des Zentrums geschwächt, jedoch in Bezug auf die Branchenstruktur in der Innenstadt keine wesentliche Verschlechterung bewirkt²².

²² So ist in der Innenstadt mit dem Edeka-Supermarkt immer noch ein großflächiger Lebensmittelmarkt vorhanden, außerdem verschiedene Spezialanbieter.

4. Überörtliche Bedeutung des Einzelhandelsstandorts Landstuhl

Wie im vorigen Kapitel dargelegt, ist in Bezug auf die Einzelhandelsstruktur Landstuhls keine wesentliche Schwächung seit dem Zeitpunkt der letzten Erhebung (Dezember 2010) festzustellen. Die überörtliche Bedeutung des Einzelhandelsstandorts Landstuhl hat sich daher nicht wesentlich verringert, obwohl im Umland durchaus Veränderungen in der Handelslandschaften eintraten (u. a. in Kaiserslautern Etablierung des innerstädtischen Einkaufszentrums K in Lautern).

Die aktuelle Abgrenzung des Marktgebiets entspricht daher der im Einzelhandelskonzept 2011 festgestellten. Das Marktgebiet umfasst danach im Kern die Verbandsgemeinde Landstuhl. Als ergänzendes Marktgebiet können die nördlich und westlich angrenzenden Verbandsgemeinden Ramstein-Miesenbach und Bruchmühlbach-Miesau betrachtet werden. Insgesamt leben aktuell rd. 42.000 Einwohner im Marktgebiet. Darüber hinaus sind auch die im Raum Landstuhl / Ramstein-Miesenbach lebenden Angehörigen der NATO-Truppen, die nicht von der deutschen Statistik erfasst werden, zu berücksichtigen.

Wesentliche Einflussfaktoren auf die Größe des Landstuhler Marktgebiets sind neben der Angebotsituation in Landstuhl die verkehrlichen und topografischen Gegebenheiten im Umland sowie die Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im nahen Oberzentrum Kaiserslautern und den umliegenden Mittelzentren Homburg, Pirmasens und Zweibrücken.

Bei der Abgrenzung des Marktgebiets ist zu beachten, dass nicht alle der in Landstuhl ansässigen Einzelhandelsbetriebe in gleichem Umfang in das Umland ausstrahlen. Die Anziehungskraft hängt v. a. von der Größe, vom Konzept und von etwaigen Spezialisierungen des einzelnen Anbieters ab. So können auf einzelbetrieblicher Ebene durchaus weit reichende Kundenverflechtungen bestehen, die sogar noch über das abgegrenzte Marktgebiet hinausgehen, während andere nicht einmal das gesamte Stadtgebiet von Landstuhl erreichen. Über das Kerneinzugsgebiet (d. h. die VG Landstuhl) hinaus reichende Wirkungen erzielen insbesondere größere Anbieter der mittel- und langfristigen Bedarfsbereiche sowie ausgewählte Lebensmittelmärkte (Kaufland).

Bei Zugrundelegung der ladeneinzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf²³, der Einwohnerzahlen²⁴ und der lokalen Kaufkraftniveaus²⁵ in den einzelnen Gemeinden errechnet sich für das Mittelzentrum Landstuhl ein **einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von ca. 210,7 Mio. € im Marktgebiet**. Davon entfallen ca. 41,1 Mio. € auf die Stadt Landstuhl sowie ca. 35,4 Mio. € auf die Wohnbevölkerung in den übrigen Ortsgemeinden der VG Landstuhl (vgl. Tabelle 5).

²³ Nach Berechnungen der GMA beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland (einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk und in Apotheken derzeit pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.410 €. Davon entfallen ca. 1.968 € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 3.442 € auf Nichtlebensmittel (Nonfood).

²⁴ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 31.12.2014 (nur Einwohner mit Hauptwohnsitz); ohne Angehörige der NATO-Streitkräfte.

²⁵ Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2014.

Tabelle 5: Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet des Landstuhler Einzelhandels 2014

Hauptwarengruppen	Stadt Landstuhl	übrige VG Landstuhl	ergänzendes Marktgebiet	Marktgebiet gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	14,9	12,9	48,8	76,6
Gesundheit, Körperpflege	2,9	2,4	9,3	14,6
Blumen, zoologischer Bedarf	1,0	0,9	3,2	5,1
Bücher, Schreib- und Spielwaren	2,0	1,7	6,6	10,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	5,3	4,5	17,1	26,9
Elektrowaren, Medien, Foto	4,0	3,5	13,2	20,7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	4,5	3,8	14,6	22,9
Bau-, Heimwerk.-, Gartenbedarf	3,6	3,3	11,9	18,8
Optik, Uhren / Schmuck	0,9	0,7	2,9	4,5
Sonstige Sortimente*	2,0	1,7	6,6	10,3
Einzelhandel insgesamt	41,1	35,4	134,2	210,7

5. Entwicklungspotenziale der Stadt Landstuhl

Durch die Analyse des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Landstuhl zeigt sich, dass trotz der vorhandenen Einzelhandelsausstattung und der Nähe zu leistungsstarken Einzelhandelsstandorten im weiteren Umland noch Entwicklungspotenziale für eine gezielte Weiterentwicklung der vorhandenen Branchenstruktur vorhanden sind.

Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** weist die Stadt Landstuhl im Vergleich zu ähnlich großen Kommunen in Deutschland mit ca. 1.477 m² VK Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 EW eine überdurchschnittliche Ausstattung auf²⁶. Daher sollte der vorhandene Bestand aus heutiger Sicht nur im moderaten Umfang ausgebaut werden. Hierzu kommen in erster Linie Geschäftsmodernisierungen und Flächenerweiterungen bei bereits vorhandenen Anbietern in Betracht. Um der mittelzentralen Versorgungsfunktion zu entsprechen sind außerdem Bestandsergänzungen durch kleinflächige Spezialanbieter denkbar (z. B. Naturkost / Biolebensmittel, Tee, Confitserie). In diesem Zusammenhang sind in erster Linie das Erweiterungsvorhaben von Penny sowie die Planung zur Etablierung einer Markthalle an der östlichen Kaiserstraße anzusprechen. Zu den Auswirkungen dieser Vorhaben sei auf das Kapitel VI dieser Analyse verwiesen.

Der **Nonfood-Einzelhandel** wird in Landstuhl teilweise durch Fachmärkte abgedeckt (Tiernahrung, Spielwaren, Textilien, Schuhe, Haushaltswaren, Baustoffe), zum überwiegenden Teil aber

²⁶ Im Durchschnitt verfügen Kommunen zwischen 5.000 und 10.000 Einwohnern in Deutschland über ca. 564 m² VK pro 1.000 Einwohner (Quelle: GMA: Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich 2009, Ludwigsburg 2010). Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass die Stadt Landstuhl die Grundversorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln auch für die anderen Ortsgemeinden in der VG Landstuhl übernimmt, die allenfalls über einzelne Kleinanbieter verfügen. Zudem ist der Stadt Landstuhl die Funktion eines Mittelzentrums zugeschrieben, was auf andere Kommunen dieser Größenkategorie nur selten zutrifft.

durch kleine Fachgeschäfte (Bücher, Zeitschriften / Lotto, Schreibwaren, Spielwaren, Bekleidung, Geschenkartikel, Antiquitäten, Optik, Hörgeräteakustik, Uhren / Schmuck). Vor allem in der Innenstadt erscheint der Marktauftritt einiger Betriebe nicht mehr ganz zeitgemäß (z. B. Betriebe mit veralteter Warenpräsentation, sehr geringen Flächen, eingeschränkten Sortimenten, unvorteilhaftem Außenauftritt). Hinzu kommt, dass im regionalen Umfeld das nahe gelegene Oberzentrum Kaiserslautern oder Sonderstandorte wie das F.O.C. Zweibrücken oder die Schuhstadt Hauenstein sehr attraktive Angebote vorhalten, mit denen Landstuhl kaum konkurrieren kann. Daher liegen **in fast allen Branchen Kaufkraftabflüsse aus Landstuhl** vor. Dies betrifft auch wichtige innenstadtprägende Sortimente wie Mode, Schuhe, Sportartikel und Elektrowaren.

Die Einzelbewertungen der branchenbezogenen Entwicklungspotenziale und Empfehlungen hierzu sind in der Abbildung 7 zusammengefasst.

Unabhängig von dieser Gesamteinschätzung ist aber für Nischenanbieter (z. B. Anbieter mit stark spezialisiertem Sortiment oder mit hoher Serviceausrichtung) stets die Möglichkeit für eine erfolgreiche Marktetablierung gegeben. Besonders in der Innenstadt sind Investitionen von Einzelhändlern – aber auch von Dienstleistungs- oder Gastronomieanbietern – zu begrüßen, da sie zur Steigerung der Angebotsqualität und -vielfalt im zentralen Versorgungsbereich beitragen.

Angebotsergänzungen sind v. a. für die Branchen Drogeriewaren, Bekleidung, Schuhe, Sportartikel und Möbel / Hausrat / Einrichtung anzustreben. Hierbei ist in erster Linie an Fachgeschäfte oder kleinere Fachmärkte zu denken. Die Ansiedlung neuer Betriebe bzw. Vergrößerung / Modernisierung vorhandener Anbieter erscheint auch vor dem Hintergrund der Ergänzung der Angebote für Amerikaner und Touristen sinnvoll. Die vorhandenen Potenziale sollten v. a. zur Stärkung der Innenstadt genutzt werden. In Branchen wie Möbel, Elektrowaren oder Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf dominieren in Deutschland großflächige Angebotsformen den Wettbewerb. Hier dürfte das in Landstuhl vorhandene Nachfragepotenzial kaum ausreichen, um größere Anbieter in der Stadt neu anzusiedeln. Besonders die regionale Wettbewerbssituation schränkt die realistischen Ansiedlungschancen in diesen Branchen ein, zumal sich über die Autobahnen, Bundes- und Landesstraßen von Landstuhl aus auch schnell konkurrierende Fachmarkt-Standorte erreichen lassen.

Abbildung 7: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale in der Stadt Landstuhl

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ und qualitativ insgesamt gute Ausstattung, z. T. räumliche Versorgungslücken /// wichtigste Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels im Stadtgebiet von Landstuhl vorhanden 	Sicherung und Ausbau der wohnortnahen Versorgung, Verlagerung / Modernisierung von Märkten mit Nachholbedarf prüfen, Ergänzung durch Spezialanbieter (z. B. Biolebensmittel, Naturkost, Tee, Confiterie)
Gesundheit, Körperpflege	<ul style="list-style-type: none"> /// außer dem Drogeriefachmarkt dm auch einige Apotheken und ein Sanitätshaus im Stadtgebiet ansässig /// Randsortimente der Lebensmittelmärkte ebenfalls Bedeutung für die Nahversorgung 	Bestandserhalt der Apotheken, Wiederansiedlung eines innerstädtischen Drogeriefachmarkts, ggf. Ausbau des Sanitätswarenangebots (bei entsprechendem Bedarf)
Blumen, zoologischer Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> /// überdurchschnittliche Ausstattung /// im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen mehrere Fachgeschäfte und zwei Gärtnereien vorhanden /// im zoologischen Bedarf zwei mittelgroße Fachanbieter (Fressnapf, Zoobahnhof) 	kein akuter Handlungsbedarf gegeben
Bücher, Schreib- und Spielwaren	<ul style="list-style-type: none"> /// überdurchschnittliche Ausstattung /// bei Büchern vier Fachgeschäfte vorhanden, davon zwei in der Innenstadt, ergänzend kleinere Anbieter für Presse / Lotto und Randsortimente der Lebensmittelmärkte /// bei Schreib- und Spielwaren lediglich zwei Anbieter in der Innenstadt ansässig, hinzu kommen ein großer Spielwarenfachmarkt (Rofu) sowie Randsortimente / Aktionswaren der Lebensmittelmärkte 	kein akuter Handlungsbedarf gegeben
Bekleidung, Schuhe, Sport	<ul style="list-style-type: none"> /// unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung /// knapp 75 % der Verkaufsflächen in der Innenstadt, hier hauptsächlich kleine inhabergeführte Geschäfte, außerdem die Filialisten Vögele und Takko an der Bahnstraße /// im Bereich Schuhe drei relevante Anbieter vorhanden /// bei Lederwaren und Sportwaren wenige Anbieter ansässig (u. a. Trendlederwaren Hellriegel, Intersport Krauß) 	Sicherung und Stärkung des Angebots in der Innenstadt, z. B. durch Ausbau von Markenanbietern und Ansiedlung von Filialisten aus dem Mode- und Schuhbereich, Ausbau des Sportangebots, in dezentralen Standortlagen oder Streulagen keine weiteren Ansiedlungen zulassen

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Elektrowaren, Medien, Foto	<ul style="list-style-type: none"> /// rein quantitativ geringe Ausstattung, keine großflächigen leistungsfähigen Fachmärkte im Stadtgebiet vorhanden /// Angebot v. a. durch Telekommunikationsanbieter geprägt, lediglich ein mittelgroßer Elektroanbieter (Euronics Elektra) 	Sicherung und Stärkung des Angebotes in der Innenstadt (u. a. Euronics); Prüfung einer Verlagerung oder Zusammenlegung von Geschäftsflächen zur Darstellung eines größeren Fachmarktangebotes (Unterhaltungselektronik)
Hausrat, Einrichtung, Möbel	<ul style="list-style-type: none"> /// unterdurchschnittliche Ausstattung /// Haushaltswaren lediglich als Randsortimente / Aktionswaren bei Lebensmittel- und Drogeriemärkten /// United Furniture und Küchenforum Stutzinger als flächendominante Anbieter, übriges Angebot besteht aus Geschäften mit max. 200 m² VK 	Ausbau des Bestands, z. B. durch Filialkonzepte in den Bereichen Mitnahmemöbel / Betten und Haushaltswaren
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	<ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ und qualitativ ausreichende Ausstattung im Vollsortiment (toom-Baumarkt, Gartencenter Hanns) /// einzelne Spezialanbieter vorhanden 	Sicherung und behutsame Stärkung des Angebots, punktuelle Ergänzungen denkbar (z. B. Fachanbieter für Fliesen, Werkzeug, Öfen)
Optik, Uhren / Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> /// gute Ausstattung /// Schwerpunkt auf der Innenstadt 	kein akuter Handlungsbedarf
sonstige Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ unterdurchschnittliche Ausstattung /// nur punktuell Anbieter vorhanden (Radsport, Autoteile, Musik) 	Ausbau des Angebots, z. B. durch Ansiedlung von Fachanbietern für Fahrräder, Motorsport, Reitsport, Camping / Outdoorbedarf

GMA-Darstellung 2016

6. Schlussfolgerungen zur künftigen Standortstruktur

Bezüglich der Standortstruktur im Landstuhler Einzelhandelsgefüge, insbesondere hinsichtlich der Nahversorgungsmöglichkeiten, muss zunächst konstatiert werden, dass der im bisherigen Einzelhandelskonzept ausgewiesene „**ZVB Nahversorgung Landstuhl-Atzel**“ de facto nicht mehr besteht. Aufgrund der individuellen Immobilien- und Standortmängel²⁷, insbesondere der eingeschränkten Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet, der abgeschiedenen Lage im Stadtgebiet sowie der gestiegenen Anforderungen der Betreiber ist realistischere auch nicht davon auszugehen, dass eine Wiederbelebung des Nahversorgungszentrums gelingen kann. Daher ist das Nahversorgungszentrum Atzel als solches aus dem Standortkonzept zur Einzelhandelssteuerung zu streichen.²⁸

Ähnliche Rahmenbedingungen wie im Stadtteil Atzel treffen auch auf den Stadtteil Melkerei zu, wo zwar ein eigener Nahversorgungsstandort ebenfalls wünschenswert wäre, dies jedoch aufgrund des zu geringen eigenen Einwohnerpotenzials, welches aufgrund der isolierten Lage im Stadtgebiet kaum erweiterbar ist, in der Praxis nicht funktionieren wird. Hinzu kommt, dass der Stadtteil Melkerei als reiner Wohnstandort konzipiert ist, wo ein moderner Lebensmittelmarkt, mitsamt seinem Kunden- und Lieferverkehr, eher stören würde. Die Gewährleistung eines grundständigen Nahversorgungsangebots im Stadtteil Melkerei wäre jedoch zu begrüßen (z. B. durch Backwarenanbieter oder Kiosk).

Um zukunftsfähige Nahversorgungsstrukturen zu erhalten und zu optimieren, ist es daher ratsam, die Suche nach geeigneten Standorten auf solche Bereiche zu richten, wo bereits eine **Konzentration von leistungsstarken Versorgungseinrichtungen** vorliegt. Damit die Bereiche auch langfristig Bestand haben, sollten diese Einrichtungen in jedem Fall Versorgungswirkungen entwickeln, die über das unmittelbare Nahumfeld hinausgehen, also z. B. auch überörtliche Versorgungswirkungen entfalten. Dies entspricht zum einen der aktuellen höchstrichterlichen Rechtsprechung zur Auslegung des Begriffs „Zentraler Versorgungsbereich“ i. S. des BauGB²⁹, zum anderen der überörtlichen Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Landstuhl, die auch die Grundversorgung der Bevölkerung im Nahbereich (d. h. den übrigen Ortsgemeinden der VG Landstuhl) mit Nahrungsmitteln, Drogeriewaren/Kosmetikartikeln und Haushaltswaren/Glas/Porzellan umfasst³⁰.

²⁷ Die örtlichen Ladenlokale, in denen der Lebensmittelmarkt und der Drogeriemarkt untergebracht waren, sind Funktionsunterlagerungen von mehrgeschossigen Wohnhäusern, ihre Modernisierung oder Erweiterung wäre daher nur mit sehr hohem Aufwand möglich. Beide Objekte weisen zudem nur wenig eigene Kundenstellplätze auf. Die isolierte Lage des Standorts bzw. des gesamten Stadtteils Atzel im Stadtgebiet, abseits von Durchgangsverkehr, verhindert zudem eine Ansprache von Kunden von außerhalb Atzels.

²⁸ Diese planerische Nicht-Ausweisung als Nahversorgungsschwerpunkt steht einer Weitervermietung der leer stehenden Ladenlokale – z. B. durch Nutzungen abseits des Einzelhandels – jedoch keineswegs entgegen.

²⁹ Vgl. BVerwG, 12.07.2012 – 4 B 13.12, BVerwG, 11.10.2007 – 4 C 7.07.

³⁰ Vgl. hierzu LEP IV, Kap. 3.2.3, Z57 einschließlich Begründung/Erläuterung.

Um das Stadtgebiet von Landstuhl und die umliegenden Ortsgemeinden optimal zu versorgen, empfiehlt sich für die künftige Ausrichtung der Nahversorgungsstruktur folgende **dreigliedrige Standortstrategie**:

- /** Innenstadt: Bestandssicherung und -ausbau der nahversorgungsrelevanten Sortimente durch Erhalt bzw. Wiederbesetzung von Lebensmittel- und Drogeriemärkten; hierzu ist eine unveränderte Abgrenzung der Innenstadt, einschließlich der Lindenstraße, erforderlich

- /** Landstuhl-West: Erhalt des dortigen Bestandsstandorts, einschließlich ansässiger Lebensmittel- und Drogeriemärkte; ein weiterer Ausbau des Standorts sollte zum Schutz der Innenstadt unterbleiben

- /** Landstuhl-Ost: Schaffung eines Versorgungszentrums, das auch Nahversorgungsfunktionen übernehmen kann; hierzu bietet sich das Umfeld des MVZ / Mediceums an, wo auch bereits ein Lebensmittelmarkt vorhanden ist, welcher jedoch modernisiert werden sollte.

III. Einzelhandelskonzept für die Stadt Landstuhl

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Landstuhl ist die stadtgebietsbezogene Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Verbandsgemeinde Landstuhl von 2011 zu empfehlen. Dieses ist dann künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben innerhalb der Stadt Landstuhl sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen.

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung

Als wesentliche städtebauliche Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung sind zu formulieren:

- /// Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Landstuhl
 - Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes, insbesondere in Branchen mit besonderem Handlungsbedarf
 - Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung
 - Festlegung von Grundsätzen zur sachgerechten Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben
- /// Schutz und Stärkung der Innenstadt als führende Versorgungslage
 - Stärkung der Innenstadt gegenüber dezentralen Standorten durch zielgerichteten Ausbau des Einzelhandelsangebots (insbesondere Wiederansiedlung eines Lebensmittelmarkts an der Lindenstraße sowie eines Drogeriefachmarkts)
 - Schaffung von Investitionssicherheit in der Innenstadt
- /// Sicherung und Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs
 - Stärkung der Innenstadt in den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen (Lebensmittel, Drogeriewaren) zur optimalen Versorgung der Wohnbevölkerung
 - Etablierung eines Nahversorgungsstandorts im östlichen Stadtgebiet, für eine stabile nachhaltige wohngebietsnahe Versorgung der Bevölkerung
 - Erhalt und nach Möglichkeit Ausbau von kleinflächigen Nahversorgungsangeboten in den Stadtteilen Atzel und Melkerei
- /// Sparsamer Umgang mit Flächenressourcen, als Voraussetzung für künftige Entwicklungsmöglichkeiten für Gewerbe, Wohnen, Tourismus und Natur.

Das Einzelhandelskonzept umfasst zwei einander bedingende und sich ergänzende Prinzipien:

- /// **Sortimentskonzept:** Sortimentsbezogenes Leitbild der Kommunalentwicklungsplanung, welches als Grundlage für die Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben heranzuziehen ist. Es wird nach innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten unterschieden, die in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen sind (vgl. LEP IV, Z58).
- /// **Standortkonzept:** Formulierung von räumlichen Prioritäten zur gezielten Lenkung und Weiterentwicklung des Einzelhandels in verschiedenen Standortlagen. Gemäß LEP IV sind zentrale Versorgungsbereiche³¹ (nur hier sind großflächige Einzelhandelsvorhaben mit innenstadtrelevanten Sortimenten erlaubt) und Ergänzungsstandorte (nur für nicht innenstadtrelevante Sortimente) zu definieren.

Auf dieser Basis werden standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

2. Sortimentskonzept

2.1 Grundlagen und Ziele des Sortimentskonzepts

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt werden können bzw. sollen. Hierzu wird differenziert in innenstadtrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht innenstadtrelevante Sortimente:

- /// **Innenstadtrelevante Sortimente** sind Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ (Verdrängungseffekte, Funktionsverluste) für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung des zentralen Versorgungsbereichs (z. B. durch Verbundkäufe). Innenstadtrelevante Sortimente weisen im Allgemeinen eine gute Hand-

³¹ Zentrale Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO.

lichkeit bzw. geringe Sperrigkeit, einen begrenzten Flächenbedarf in der Präsentation sowie eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten auf.

Grundlage der Einordnung der einzelnen Sortimente bilden die ermittelten Bestandsstrukturen in gewachsenen Zentren, die realistischen Ansiedlungschancen in den zentralen Versorgungsbereichen und das aus städtebaulichen Gründen erwünschte Sortimentsspektrum in den zentralen Versorgungsbereichen.

Die Einstufung eines Sortimentes als innenstadtrelevant setzt nicht zwingend voraus, dass dieses zum Zeitpunkt der Bewertung in einem zentralen Versorgungsbereich vertreten ist. Auch Sortimente, die derzeit nicht oder nur in einem geringen Umfang in der betreffenden zentralen Lage angeboten werden, die aber einen wesentliche Beitrag zur Gesamtattraktivität der zentralen Lage leisten würden, können als zentrenrelevant eingestuft werden. Jedoch muss eine solche Ansiedlung bei Beachtung städtebaulicher, verkehrlicher und marktseitiger Rahmenbedingungen auch realistisch sein.

Im LEP IV werden folgende Sortimente als innenstadtrelevant aufgeführt:

- Nahrungsmittel *(zugleich Sortiment der Grundversorgung)*
- Drogeriewaren / Kosmetikartikel *(zugleich Sortiment der Grundversorgung)*
- Haushaltswaren / Glas / Porzellan *(zugleich Sortiment der Grundversorgung)*
- Bücher / Zeitschriften, Papier / Schreibwaren, Büroartikel
- Kunst / Antiquitäten
- Baby- / Kinderartikel
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Unterhaltungselektronik / Computer, Hifi / Elektroartikel
- Foto / Optik
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche, Textilien / Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Musikalienhandel
- Uhren / Schmuck
- Spielwaren, Sportartikel
- Blumen
- Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Mofas
- Zooartikel, Tiernahrung und Tiere.

- /// **Nahversorgungsrelevante Sortimente** (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel) dienen vorwiegend der Grundversorgung der Bevölkerung, weisen aber auch zentrenbildende Funktionen auf. Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen befinden.

Der LEP IV benennt als Sortimente der Grundversorgung Nahrungsmittel, Drogeriewaren / Kosmetik und Haushaltswaren / Glas / Porzellan, d. h. solche Artikel, die typischerweise in Lebensmittelmärkten angeboten werden.

- /// **Nicht innenstadtrelevante Sortimente** stellen im Allgemeinen auch an peripheren Standorten keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar. Es handelt sich dabei v. a. um voluminöse, schwere oder sperrige Güter, die ganz überwiegend von Pkw-Kunden nachgefragt werden. Hieraus resultiert ein großer ebenerdiger Flächenbedarf, ein hoher Anspruch an die Verkehrsgunst und ein möglichst niedriges Mietkostenniveau des Standortes. Solche Sortimente sind i. d. R. in der Innenstadt nicht oder nur in geringem Umfang vertreten und würden dort auch nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Aus planerischer Sicht sind sie in zentralen Versorgungsbereichen aufgrund ihres großen Platzbedarfs, der Beeinträchtigung des Stadtbilds und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht.

2.2 Bewertungskriterien für die Einstufung der Sortimente

Als Kriterien für die Einstufung der innenstadtrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimente in der „Landstuhler Liste“ sind zu nennen:

- /// Zuordnung des Sortiments im LEP IV
- /// Zuordnung des Sortiments im Einzelhandelskonzept der VG Landstuhl 2011
- /// Transportierbarkeit der Waren (Einkauf und Anlieferung)
- /// Flächenbedarf (bezogen auf branchentypische Betriebe)
- /// Bedeutung für die Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche (Magnetfunktion, Synergieeffekte, Frequenzsteigerungen, Einkaufserlebnis)
- /// städtebauliche Zielsetzungen der Stadt Landstuhl (z. B. städtebauliche Rahmenbedingungen in den zentralen Lagen, konkrete Entwicklungspotenziale der Sortimente)
- /// Vorhandener Betriebs- / Verkaufsflächenbestand des Sortiments im Stadtgebiet und in zentraler Lage.

Demnach sind Sortimente als **innenstadtrelevant bzw. nahversorgungsrelevant** einzustufen, wenn sie

- // Magnetfunktion aufweisen und damit zu Frequenz- und Attraktivitätssteigerungen in der Innenstadt beitragen
- // für einen leichten Transport geeignet sind (sog. Handtaschenkäufe, d. h. ohne Pkw)
- // geringe bis mittlere Flächenansprüche aufweisen
- // üblicher Bestandteil im innerstädtischen Branchenmix sind
- // Synergien zu anderen Sortimenten in der Innenstadt bewirken (z. B. Schuhe + Mode).

Den **nahversorgungsrelevanten** Sortimenten sind Warengruppen zuzuordnen,

- // die eine hohe Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung haben
- // die häufig nachgefragt werden (mehrmals pro Woche)
- // bei denen die räumliche Nähe (z. B. fußläufige Versorgung) eine wichtige Rolle spielt.

Hingegen können Sortimente als **nicht innenstadtrelevant** definiert werden, wenn

- // hohe Flächenansprüche bestehen
- // die Beschaffenheit des Sortimentes einen Transport mit dem Pkw erfordert
- // eine nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen besteht (z. B. Baubedarf)
- // kaum Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten abgeleitet werden können
- // sie aufgrund der geringen Fristigkeit des Bedarfs nur eine geringe Bedeutung als Frequenzbringer aufweisen.

2.3 Landstuhler Sortimentsliste

Gemäß der o. g. Bewertungskriterien erfolgt in der folgenden Abbildung 8 ein Vorschlag für die kommunale Sortimentsliste der Stadt Landstuhl und ihre Untergliederung in innenstadtrelevante Sortimente, nahversorgungsrelevante Sortimente und nicht innenstadtrelevante Sortimente.

Die Sortimentsliste der Stadt Landstuhl orientiert sich dabei an der Liste der VG Landstuhl 2011, welche hinsichtlich der gegenwärtigen Angebotssituation in Landstuhl, zwischenzeitlich erfolgter Rechtsprechungen sowie den zukünftigen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen überprüft und fortgeschrieben wurde.

Abbildung 8: Sortimentskonzept der Stadt Landstuhl 2016 (GMA-Vorschlag)

Kategorie	Sortimente	Zulässigkeit
Innenstadtrelevante Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Drogeriewaren, Kosmetikartikel ▪ Apothekenwaren, Sanitätswaren / Orthopädiebedarf ▪ Schnittblumen ▪ Bücher, Zeitschriften ▪ Papier- und Schreibwaren, Büroartikel ▪ Spielwaren, Bastelartikel ▪ Bekleidung, Lederwaren, Schuhe ▪ Sportbekleidung und -schuhe ▪ Baby- und Kinderartikel ▪ Unterhaltungselektronik, Computer, Hifi, Elektroartikel, Telekommunikation, Fotobedarf ▪ Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik ▪ Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche, Heimtextilien, Gardinen, Handarbeitsbedarf, ▪ Kunst, Antiquitäten, Kunstgewerbe ▪ Optik, Hörgeräteakustik ▪ Uhren, Schmuck ▪ Musikinstrumente, Musikalien 	nur im zentralen Versorgungsbereich
Nahversorgungsrelevante Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel, Reformwaren, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren, Getränke, Tabak) 	zentraler Versorgungsbereich (<i>großflächiger Lebensmittelmarkt außerdem im Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung</i>)
Nicht innenstadtrelevante Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zooartikel, Tiernahrung und lebende Tiere ▪ Möbel, Küchen, Sanitär- / Badeinrichtungen, Matratzen, Bettwaren ▪ Bau- und Heimwerkerbedarf, Bauelemente, Baustoffe, Farben / Lacke, Tapeten ▪ Fliesen, Bodenbeläge ▪ Pflanzen und Zubehör, Pflege- / Düngemittel, Torf / Erde, Pflanzgefäße, Übertöpfe, Gartenwerkzeuge, -maschinen, Gartenwerkzeuge / -maschinen, Zäune, Garten- und Gewächshäuser, Naturhölzer ▪ Fahrräder und Zubehör ▪ Campingartikel, Grills / Zubehör, Sportgroßgeräte, Motorradbekleidung, Waffen- und Jagdbedarf, Angelbedarf ▪ Kfz, Mofas, Auto- und Motorradzubehör ▪ Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse 	überall möglich (<i>großflächige Anbieter nur am Ergänzungsstandort</i>)

Hieraus ergibt sich, dass insbesondere großflächiger Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelt werden darf. Ein Lebensmittelmarkt ist außer in der Innenstadt nur im Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung zulässig. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten sind an den Ergänzungsstandort zu lenken.

Bei Ansiedlung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment (z. B. Möbel- oder Baumärkte) an Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist in Bezug auf innenstadtrelevante Randsortimente eine Deckelung zu empfehlen (max. 20 % der Gesamtverkaufsfläche des Betriebs, max. 150 m² je Einzelsortiment).

2.4 Abweichungen von Festlegungen im LEP IV und bisherigen Einzelhandelskonzept

Im Vergleich zur Einstufung im LEP IV und im Einzelhandelskonzept der VG Landstuhl sind aus gutachterlicher Sicht in einigen Branchen andere Einstufungen vorzunehmen.

Diese Abweichungen begründen sich wie folgt:

- / Drogeriewaren und Kosmetikartikel** sind nach der Schließung zweier Drogeriefachmärkte außer in einer Parfümerie und als Randsortiment bei Edeka nicht mehr in der Landstuhler Innenstadt erhältlich. Wegen der erheblichen Bedeutung des Sortiments für die Attraktivität des zentralen Versorgungsbereichs und des dortigen Branchenmix sollte in der Innenstadt dringend ein neuer Drogeriefachmarkt angesiedelt werden. Folgerichtig sollten Drogeriefachmärkte außerhalb der Innenstadt nicht mehr zugelassen werden, auch wenn Drogeriewaren prinzipiell auch eine hohe Nahversorgungsbedeutung aufweisen.
- / Apothekenwaren sowie Sanitätswaren / Orthopädiebedarf** sind im LEP IV nicht explizit erwähnt. Dem Grundsatz nach handelt es sich hierbei um Sortimente, die im Zentrum angeboten werden sollten, um mobilitätseingeschränkten Kunden Verkehrswege an dezentrale Standorte zu ersparen. Zudem liegt in Landstuhl eine hohe Konzentration dieser Sortimente in der Innenstadt vor.
- / Bei Zooartikeln, Tiernahrung und lebenden Tieren** haben sich die Angebotsstrukturen mittlerweile deutlich weg vom innenstadt-typischen, kleinen Zoofachgeschäft entwickelt, hin zum Zoofachmarkt. Sowohl Heimtiefachmärkte als auch Futtermittelfachmärkte sind Märkte mit Verkaufsflächen ab ca. 400 m², die sich vornehmlich an autokundenorientierten Standorten befinden, welche es dem Kunden erlauben, größere Gebindegrößen und sperrige Artikel bequem abzutransportieren. Hinzu kommt, dass moderne Zoofachmärkte auch einen zunehmend hohen Flächenbedarf für breite Sortimente an sperrigen Artikeln (z. B. Futtersäcke, Transportbehälter, Käfige, Aquarien,

Hundebetten, Katzenkörbe, Katzentoiletten, Nagerstreugebinde), tiergerechte Ausstellungsflächen (z. B. Freiflugvolieren, Kleintiergehege, Terrarien) sowie für Aktionsflächen (z. B. Streichelzoo, Kinderspielgeräte, Probier-Aktionen) benötigen. Dies bringt hohe Anforderungen an Flächen- und Parkplatzbedarf mit sich. Zudem handelt es sich bei Tierbedarf i. d. R. um Spezialbedarf, der nicht von jedem Bürger benötigt wird. Heimtier- und Futtermittelfachmärkte tragen daher nur wenig zur Attraktivität einer Innenstadt bei und stellen auch keine Leitbetriebe für die innerstädtischen Haupteinkaufslagen dar. Derzeit ist nur ein Zooanbieter am Rande der Landstuhler Innenstadt vorhanden. Die von der GMA empfohlene Einstufung als nicht innenstadtrelevantes Sortiment entspricht der im Einzelhandelskonzept der VG Landstuhl.

Die Sortimente **Blumen** sowie **Bücher / Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren / Büroartikel** sind in Landstuhl als innenstadtrelevante Sortimente zu bewerten, da im zentralen Versorgungsbereich Landstuhls jeweils mehrere Anbieter dieser Sortimente präsent sind. Diese Sortimente tragen zu einer Steigerung des Einkaufserlebnisses in der Innenstadt bei und sind prädestiniert für Kopplungstätigkeiten und Handtaschenkäufe. Dies entspricht der Einstufung im LEP IV, weicht aber von der bisherigen Einstufung im Einzelhandelskonzept der VG Landstuhl ab, welche 2011 diese Sortimente als nahversorgungsrelevant bezeichnete. Seit dem Jahr 2011 hat sich der Wettbewerbsdruck auf die Landstuhler Innenstadt allerdings verschärft, sodass nunmehr eine Ansiedlung von Anbietern dieser Sortimente außerhalb der Innenstadt nicht mehr befürwortet werden kann.

Bei **Campingartikeln** sowie **Fahrrädern / -zubehör / Mofas** geht der LEP IV noch von der Innenstadtrelevanz dieser Sortimente aus (möglicherweise in Analogie mit Sportartikeln, die im LEP IV ebenfalls als innenstadtrelevant eingeordnet sind).

Aus gutachterlicher Sicht sind **Campingartikel** aber nicht als Teil des üblichen Sportfachhandels anzusehen sondern Sportgroßgeräten zuzurechnen. Zelte, Schlafsäcke, Feldbetten, Isomatten, Campingmöbel, Wohnwagenausstattung, Gasflaschen usw. sind groß und sperrig, ihr Transport meist nur mit dem Auto möglich; noch viel eindeutiger gilt dies für Caravans und Wohnwägen. Derzeit gibt es in der Landstuhler Innenstadt keine Anbieter für Campingartikel.

Fahrräder und -zubehör sind, ebenso wie Sportgroßgeräte, Reitzubehör, Boote und Grills / -zubehör, als nicht innenstadtrelevantes Sortiment zu bewerten, da sie großteilig und sperrig sind, im Allgemeinen weder als fußläufige Besorgung noch als Kopplungskauf erworben werden und daher nur unwesentlich zu einem Attraktivitätsgewinn der Innenstadt beitragen würden. Der Vertrieb von Fahrrädern erfolgt i. d. R. über größere Fachhändler, die größere und deutlich kostengünstigere Ausstellungsflächen benötigen als in

der Haupteinkaufslage verfügbar wäre. In der Landstuhler Innenstadt gibt es lediglich einen stark spezialisierten Fachhändler für Radsportbedarf. **Mofas** sind aus denselben Gründen als nicht innenstadtrelevant einzustufen. Zudem gehören Mofas zu den Kraftfahrzeugen, welche wegen des großen Platzbedarfs der Ausstellungs- und Werkstattflächen als typische Gewerbegebietsnutzungen anerkannt sind.

Zu einer wesentlichen Steigerung der Kundenfrequenzen und des Einkaufserlebnisses in der Innenstadt würden Betriebe dieser Branchen kaum beitragen, da sie als Spezialangebote von den meisten Kunden gar nicht benötigt werden. Deshalb liegen hier nach GMA-Auffassung generell keine typisch innenstadtrelevanten Sortimente vor. Auch im Einzelhandelskonzept der VG Landstuhl sind diese Sortimente deshalb als nicht zentrenrelevant eingestuft.

3. Standortkonzept

3.1 Grundlagen

Das Standortkonzept dient der gezielten räumlichen Steuerung der städtischen Einzelhandelsentwicklung. Ein wesentliches Augenmerk liegt auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe (sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Stadt als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen). Von besonderem Belang sind hierfür zentrale Versorgungsbereiche, die festzulegen und räumlich abzugrenzen sind.

Auf Grundlage der Einzelhandelsverteilung, der Lage von komplementären Einrichtungen und der städtebaulichen Gegebenheiten werden für die Stadt Landstuhl folgende Lagekategorien für die Zentren- und Standortstruktur vorgeschlagen (vgl. zur Übersicht Karte 3):

- Als **zentraler Versorgungsbereich** der Stadt Landstuhl (und somit als schutzwürdiger Bereich im Sinne des Baugesetzbuchs³²) ist die Innenstadt von Landstuhl zu bestimmen. Durch die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich sollen Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten innerhalb dieses Standortbereichs konzentriert werden, sodass sich die gewünschten Konzentrationseffekte und Agglomerationsvorteile einstellen. Dieser Bereich ist in seiner Struktur zu sichern und bezüglich der Angebotsstruktur, des Städtebaus und der Immobiliensituation weiter zu entwickeln. Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt entspricht der im Einzelhandelskonzept der VG Landstuhl; sie ist Karte 4 zu entnehmen.

³² Gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO.

Karte 3: Standortkonzept der Stadt Landstuhl 2016 (Übersicht)



Legende

- ◇ Bestehender Einzelhandel
- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
- Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung Landstuhl-Ost
(symbolhafte Darstellung, Abgrenzung noch nicht festgelegt)
- Bestandsstandort Landstuhl-West
- Ergänzungsstandort Bahnstraße

Kartengrundlage:
Stadt Landstuhl
GMA-Bearbeitung 2016

- /// Zur Sicherung und Stärkung der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung wird ergänzend ein „**Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung**“ für den Osten des Stadtgebiets ausgewiesen. Dieser stellt zwar keine formalen zentralen Versorgungsbereiche gemäß BauGB dar, ist aber in seiner Existenz und Sicherung als städtebauliches Ziel zu verstehen und dementsprechend ebenfalls schutzwürdig.

Es handelt es sich dabei um einen bestehenden Lebensmittel-Standort an der Kaiserstraße (Bereich am MVZ / Mediceum), der zwar außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs liegt, jedoch wegen seiner verkehrlich gut erreichbaren Lage – auch für die Bevölkerung der östlichen und südöstlichen Umlandgemeinden in der VG Landstuhl – und der fußläufigen Entfernung zu Wohngebieten im Landstuhler Osten wichtige Grundversorgungsfunktionen übernehmen kann. Die unmittelbare Nähe zu wichtigen zentralörtlichen Einrichtungen (Agentur für Arbeit, Integrierte Gesamtschule und Realschule plus, MVZ / Mediceum, Sauna- und Wellnessanlage CUBO, Naturerlebnisbad) schafft zudem erhebliche Synergieeffekte, die zur Verkehrsvermeidung beitragen.

Der noch im Einzelhandelskonzept der VG Landstuhl 2011 ausgewiesene „ZVB Nahversorgung Landstuhl-Atzel“ wird gestrichen.

- /// Zu berücksichtigen ist auch die Einzelhandelsagglomeration an der Torfstraße, die wegen ihrer umfassenden Angebote in den Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren ebenfalls eine hohe Relevanz für die Grundversorgung hat. Aufgrund ihrer dezentralen Lage soll sie jedoch nicht als Nahversorgungsstandort ausgewiesen werden. Dieser Bereich wurde daher im Einzelhandelskonzept der VG Landstuhl als **Bestandsstandort Landstuhl-West** gewürdigt. Diese Einstufung wird beibehalten.
- /// **Ergänzungsstandorte** sollen der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten dienen und so eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen. Dies sind i. d. R. autokundenorientierte Standorte mit einem Einzelhandelsbesatz, welcher maßgeblich von großflächigen Fachmärkten geprägt wird. Aufgrund der nicht integrierten Lage, des begrenzten Warenspektrums und der meist fehlenden Komplementärnutzungen handelt es sich bei diesen Standorten allerdings nicht um zentrale Versorgungsbereiche. Um künftige Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten gezielt zu steuern und bündeln zu können, wird in Landstuhl ein Ergänzungsstandort an der Bahnstraße ausgewiesen.

3.2 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

Mit der Novellierung des Baugesetzbuchs im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen:

- /// **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- /// **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- /// **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.
- /// **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Stadtteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Hinzuweisen ist auch auf die seit 01. Januar 2007 geltende Neufassung des **§ 1 Abs. 6 BauGB**. Hiernach sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen.

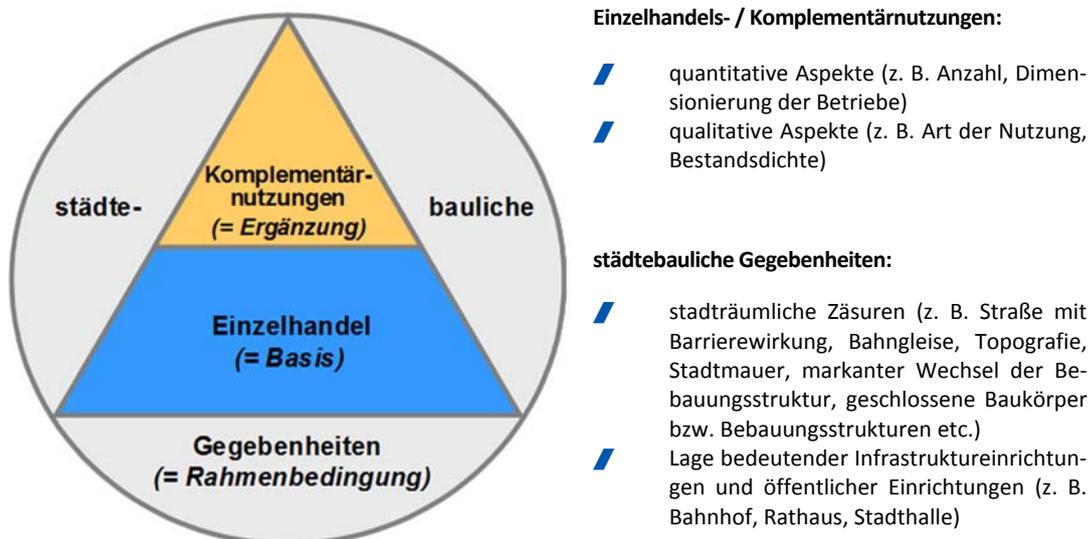
Durch diese Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber allerdings als **unbestimmter Rechtsbegriff** eingeführt, so dass keine allgemein gültige Definition vorliegt.

In der Rechtsprechung wurden durch das Oberverwaltungsgericht NRW³³ im Jahr 2006 Kriterien festgelegt, die durch das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) 2007 und 2009 bestätigt wurden³⁴. Hiernach ist festzuhalten, dass zentrale Versorgungsbereiche der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen dienen. Es handelt sich dabei mindestens um das Hauptzentrum eines Ortes (z. B. Stadtzentrum), aber auch Stadtteil- und Nahversorgungszentren können als zentrale Versorgungsbereiche definiert werden. Das Angebotsspektrum und die Nutzungsmischung orientieren sich an dem zu versorgenden Einzugsbereich der Standortlage (z. B. gesamtes Gemeindegebiet, Stadtteil, Wohnumfeld). Wesentlich ist, dass der Bereich tatsächlich als Zentrum fungiert und dabei über das unmittelbare Nahumfeld hinausgehend Versorgungsfunktionen übernimmt (also z. B. für die gesamte VG oder für größere Teilbereiche). Die vorhandenen (oder geplanten) Betriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Zusammenhang entsprechend der Bedeutung des Zentrums stehen; Maßstab ist die fußläufige Erreichbarkeit.

Bei der räumlichen Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche kommt dem Einzelhandel eine prägende Funktion zu, allerdings nicht die alleinige (vgl. Abbildung 9). Ergänzend werden bei der Abgrenzung auch Standorte öffentlicher und privater Dienstleistungen berücksichtigt, außerdem städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Topografie, Ringstraße, markanter Wechsel der Bebauungsstruktur) oder die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen (z. B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle).

Abbildung 9: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche



GMA-Darstellung 2016

³³ Vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05.

³⁴ Vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07, und BVerwG, Urteil vom 17. 12. 2009 – 4 C 2/08.

Die Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

- /// planerischen Festlegungen, d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen
- /// sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte)
- /// nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen.³⁵

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden³⁶ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben³⁷.

3.3 Abgrenzung der einzelnen Standortbereiche

Die Abgrenzung der Versorgungsbereiche orientiert sich an tatsächlichen örtlichen Verhältnissen, welche im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung sowie der Nutzungskartierungen durch die GMA vor Ort erfasst wurden. Die Abgrenzung erfolgt überwiegend parzellenscharf entlang der Grundstücksgrenzen.

3.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs ist die räumliche Konzentration von Versorgungseinrichtungen maßgeblich. Außer dem Einzelhandel sind hier auch Komplementärnutzungen (Dienstleister, Ärzte, Banken, Post, Verwaltung, Gastronomie, Freizeit- und Kultureinrichtungen usw.) zu betrachten. Zusätzlich spielen auch die Verkehrssituation und städtebauliche Gegebenheiten eine Rolle bei der Identifikation zentraler Versorgungsbereiche (vgl. auch Kap. III.3.2.). Im Ergebnis kann das in Karte 4 abgegrenzte Gebiet innerhalb des Zentrums von Landstuhl als zentraler Versorgungsbereich der Stadt Landstuhl ausgewiesen werden.

Hierzu gehören zum einen die Hauptgeschäftsbereiche entlang der Bahnstraße, Kaiserstraße, Ludwigstraße und Am Alten Markt, wo sich der größte Teil der Einzelhandelsbetriebe und Komplementäreinrichtungen konzentriert. Zum anderen wird auch der östliche Innenstadtbereich zwischen Von-Richthofen-Straße, Römerstraße, Austraße und Kaiserstraße umfasst, wo wichtige öffentliche Einrichtungen (Post, Stadthalle, VG-Rathaus, Finanzamt, Amtsgericht) sowie mit dem ehemaligen Lidl-Markt auch ein für das Zentrum wichtiger Standort des großflächigen Lebensmitteleinzelhandels ansässig sind.

³⁵ D. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

³⁶ Vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

³⁷ D. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

Karte 4: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Legende

Bestehender Einzelhandel

Größenklassen

- ◇ über 1.500 m² VK
- ◇ 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

○ **Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt**

Kartengrundlage:
Stadt Landstuhl
GMA-Bearbeitung 2016

Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt entspricht – bis auf minimale Korrekturen³⁸ – der im Einzelhandelskonzept der VG Landstuhl (2011).

Westlich der Achse Eisenbahnstraße-Kaiserstraße-Ludwigstraße und südlich der Achse Schulstraße-Schloßstraße sind keine Einzelhandelsbetriebe vorhanden; hier dominieren öffentliche Einrichtungen (Schulen, Sporthallen, Kirchen) und Wohnnutzungen. In den Wohngebieten östlich der Von-Richthofen-Straße bzw. Austraße gibt es nur vereinzelt Einzelhandel.

Die Innenstadt ist v. a. durch historischen Siedlungs- und Baustrukturen geprägt und weist in weiten Teilen ein attraktives Stadtbild von zumeist schmalen Häusern in dichter Bebauung auf. Südlich der Kaiserstraße, im Bereich der Altstadt, herrschen enge Bauungsstrukturen und enge Straßen vor, die überwiegend als Einbahnstraßen ausgewiesen sind. Wegen der kleinteiligen Strukturen, des schützenswerten Stadtbilds und des Mangels an größeren Flächen ist hier jedoch die Ansiedlung von größeren Einzelhandelsbetrieben nicht möglich, ohne umfassende Immobilienentwicklungen durchzuführen. Hingegen liegen im nördlichen Abschnitt der Kaiserstraße und nordöstlich vergleichsweise aufgelockerte Bauungsstrukturen vor. Hier bieten sich bessere Ansiedlungsmöglichkeiten für moderne Einzelhandelsbetriebe (z. B. Fachmärkte).

Der Standortbereich ist aus dem gesamten VG-Gebiet gut zu erreichen, sowohl für Autofahrer wie auch für Bus- und Bahnnutzer (Bahnhof und mehrere Bushaltestellen). Durch das Fehlen einer Fußgängerzone und das flächendeckend mögliche geschäftsnahe Parken sind alle Bereiche des zentralen Versorgungsbereiches auch für PKW-Kunden gut zugänglich.

Diese Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs erlaubt sowohl Modernisierungen von alteingesessenen Ladenlokalen als auch Neu-/ Wiederansiedlungen von größeren Einzelhandelsbetrieben (z. B. an der Lindenstraße), welche in der Altstadt wegen der dortigen Flächenknappheit und der historischen Bausubstanz und Parzellenstruktur nicht möglich sind. Damit übernimmt der Bereich der nordöstlichen Innenstadt quasi eine „Flächenspendefunktion“ für die Altstadt.

Es sollte angestrebt werden, den Einzelhandels- und Komplementärbesatz durch zusätzliche Betriebe (neu oder als Umsiedlungen aus Streulagen) noch weiter zu verdichten. Hierdurch würden Frequenzsteigerungen bewirkt, die auch die Vermarktungschancen von derzeit leerstehenden oder mindergenutzten Immobilien erhöhen können. Wünschenswert wäre z. B. die Etablierung eines Drogeriefachmarkts oder von zusätzlichen Mode- und Sportanbietern. Zur Verbesserung der Nahversorgungssituation ist zudem die Wiederbesetzung des Standorts Lindenstraße / Römerstraße durch einen neuen Lebensmittelmarkt zu empfehlen.

³⁸ Geringfügige Anpassungen wurden in den südlichen Randbereichen (Schulstraße, Kirchenstraße und Austraße) vorgenommen.

3.3.2 Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung

Versorgungsbereiche Lebensmittel-Nahversorgung sollen vornehmlich der wohnortnahen Versorgung mit Waren des Grundbedarfs dienen. Hierzu dienen Lebensmittelmärkte, die über ihr Hauptsortiment an Nahrungs- und Genussmitteln hinaus auch ein gewisses Angebot an Drogeriewaren und Haushaltswaren (als Randsortimente) vorhalten. Durch die Ausweisung als städtebauliches Ziel des Einzelhandelskonzepts wird eine Bestandssicherung vorgenommen, sodass die Grundversorgung vor Ort bewahrt werden kann. Eine weitere Ausweitung des Standorts, z. B. durch die Ansiedlung weiterer Lebensmittel- oder Fachmärkte, ist aber unerwünscht, um die Funktion des zentralen Versorgungsbereichs nicht zu gefährden.

Die Ausweisung als Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung wird für den Bereich **Bahnstraße 128** (sog. *Imfeld-Areal*) empfohlen (vgl. Karte 5). Der Standort liegt im östlichen Teil der Kernstadt, westlich des Ortseingangs am Kreisverkehr Kaiserstraße / Konrad-Adenauer-Straße. Hier herrscht momentan eine Gemengelage unterschiedlichster Nutzungen (Busdepot, Kfz-Handel, Arbeitsagentur, Schulen, Freizeiteinrichtungen, Klinik, Gewerbe- und Einzelhandelsbetriebe, Wohnhäuser). Der Standort hat sich in der Vergangenheit als zentraler Versorgungs- und Dienstleistungsstandort entwickelt, wo das MVZ Westpfalz / Mediceum, die Agentur für Arbeit und ein großes Schulzentrum ansässig sind, welche wichtige Infrastruktureinrichtungen, auch für die umliegenden ländlichen Gemeinden sind. Durch die Ausweisung als Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung wird hier eine geordnete städtebauliche Entwicklung eingeleitet und zugleich der Stadteingangsbereich aufgewertet.

Durch die Lage an der Kaiserstraße (L 395) erschließt der Standort nicht nur das neue, ca. 300 m entfernte Wohngebiet Kaiserstraße / Römerstraße im östlichen Stadtgebiet Landstuhls sondern bedeutet auch eine wichtige Versorgungsmöglichkeit für die östlich anschließende Gemeinde Kindsbach (ca. 2.400 EW), die über keine eigenen Lebensmittelmärkte verfügt. Damit übernimmt der Standort Versorgungsfunktionen für das östliche Stadtgebiet und auch für Kindsbach.

Nach Plänen eines Investors sollen in einem südwestlichen Teilbereich des Grundstücks Bahnstraße 128, welcher zur Kaiserstraße hin ausgerichtet ist, zukünftig eine Markthalle mit Produkten regionalen Erzeugern und ein Lebensmitteldiscounter (Penny) angesiedelt werden. Der Penny-Markt besteht heute ca. 200 m westlich auf dem Grundstück westlich des Mediceums, soll aber wegen dort nicht gegebener Erweiterungsmöglichkeiten verlagert werden.

Der Standort ist im Versorgungsgefüge der Stadt Landstuhl bisher nicht etabliert. Jedoch kommt dem Erhalt des Lebensmittelmarkts Penny, der nur um 200 m verlagert werden soll, eine wichtige Bedeutung für die Nahversorgung von Landstuhl-Ost zu. Für den Erhalt des Lebensmittelmarkts ist eine Modernisierung und Flächenerweiterung notwendig, da dieser Anbieter mit ca. 610 m² VK der kleinste Lebensmitteldiscounter in Landstuhl ist. Der Standort verfügt über eine Bushaltestelle in ca. 200 m Entfernung und liegt siedlungsstrukturell integriert in fußläufiger Erreichbarkeit

Karte 5: Abgrenzung Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung Landstuhl-Ost



Legende

Bestehender Einzelhandel

Größenklassen

- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

- **Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung Landstuhl-Ost**
(symbolhafte Darstellung, Abgrenzung noch nicht festgelegt)

Kartengrundlage:
Stadt Landstuhl
GMA-Bearbeitung 2016

von Wohngebieten. Zwar dürfte er – wie mittlerweile die meisten großflächigen Einzelhandelsbetriebe – wohl vorwiegend von Autokunden aufgesucht werden, jedoch sind hierbei auch die ungünstige Topografie, die geringe Siedlungsdichte in der gesamten VG Landstuhl sowie die erheblichen Distanzen zwischen den Wohnstandorten und den Arbeits- und Versorgungsschwerpunkten zu berücksichtigen, die zu einer starken Pkw-Nutzung für alle Versorgungsgänge führt.

Die weiterhin geplante Markthalle soll einerseits einen klassischen (wechselnden) Marktbetrieb gem. § 67 und 68 GewO beherbergen, der zu Zeiten ohne Marktbetrieb auch als Veranstaltungsort für Feste, Aufführungen u. ä. dienen kann, andererseits auch Mietflächen für fest installierte kleinflächige Einzelhandelsbetriebe (ca. 40 m² VK, z. B. regionale Spezialitätenanbieter) und für gastronomische Betriebe. Sie stellt damit atypischen Einzelhandel dar, deren Konzept nicht nur in der Stadt Landstuhl sondern auch in der gesamten Region ihresgleichen sucht. Wegen ihres Platzbedarfs und ihrer erhöhten Anforderungen an die verkehrliche Erreichbarkeit aus der Region (u. a. für Touristen) kann die Markthalle nicht in der Innenstadt untergebracht werden.

Grundsätzlich ist zu diskutieren, ob dieser Standort, aufgrund der vorhandenen Infrastruktureinrichtungen mit gesamtstädtischer bzw. mittelzentraler Bedeutung nicht auch als zentraler Versorgungsbereich – in Ergänzung zur Innenstadt – ausgewiesen werden könnte. Jedoch erscheint dies nicht sinnvoll, um die Innenstadt nicht zu gefährden: so könnte mit den Maßgaben des Sortimentskonzepts nicht verhindert werden, dass sich am Standort Landstuhl-Ost auch andere Einzelhandelsnutzungen (z. B. Fachmärkte) mit innenstadtrelevanten Sortimenten ansiedeln. Dies sollte aber unterbleiben, um Doppelstrukturen und eine mögliche Wettbewerbssituation zur Innenstadt zu verhindern. Auch angesichts der städtebaulichen Randlage des Standorts sollten dort mit Ausnahme eines Lebensmittelmarkts und der Einzelhandelsbetriebe in der Markthalle keine weiteren Lebensmittel- oder Fachmärkte etabliert werden, um die Funktion des zentralen Versorgungsbereichs nicht zu gefährden.

Über den genannten Standort hinausgehend ist in der Stadt Landstuhl aus aktueller Sicht kein Bedarf für die Ausweisung von weiteren Versorgungsbereichen Lebensmittel-Nahversorgung absehbar. In den Stadtteilen Atzel und Melkerei sind aus siedlungsstrukturellen Gründen keine ausreichenden Einwohnerpotenziale für die Etablierung von großflächigen Lebensmittelmärkten gegeben.

3.3.3 Bestandsstandort Landstuhl-West

Am Bestandsstandort Landstuhl-West befinden sich an der Torfstraße mehrere Lebensmittel- und Fachmärkte, die aufgrund ihrer Größen und Konzentration sowohl gesamtstädtische Bedeutung als auch Versorgungsfunktionen für die gesamte Verbandsgemeinde Landstuhl und den Mittelbereich übernehmen. Trotz seiner dezentralen Lage entwickelt der Standort auch eine hohe Bedeutung zur Sicherung der Grundversorgung, v. a. aufgrund der ansässigen großflächigen Lebensmittelmärkte (Kaufland, Aldi, Lidl) und der Getränke- und Drogeriefachmärkte (toom, dm).

Karte 6: Abgrenzung Bestandsstandort Landstuhl-West



Legende

Bestehender Einzelhandel

Größenklassen

- ◊ über 1.500 m² VK
- ◊ 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

○ **Bestandsstandort Landstuhl-West**

Kartengrundlage:
Stadt Landstuhl
GMA-Bearbeitung 2016

Das Angebotsspektrum am Bestandsstandort Landstuhl-West besteht außerdem aus Fachmärkten für innenstadtrelevante Sortimente (Deichmann Schuhe, Haushaltswaren- und Sonderpostenanbieter Tedi) und nicht innenstadtrelevante Sortimente (toom Bau- und Gartenmarkt, Fressnapf Heimtierbedarf). Insofern ist dem Standort auch keine alleinige Nahversorgungsfunktion zuzuschreiben.

Die räumliche Abgrenzung des Bestandsstandorts Landstuhl-West ist der Karte 6 zu entnehmen. Sie orientiert sich am vorhandenen Bestand und entspricht vollständig der bisherigen Ausweisung im Einzelhandelskonzept der VG Landstuhl 2011.

Zum Schutz des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sollten in diesem Bereich keine zusätzlichen Neuansiedlungen von Einzelhandels- oder Komplementärbetrieben vorgenommen werden, wobei ein Ersatz von evtl. wegfallenden Anbietern möglich ist (bestehende Baurechte behalten ihre Gültigkeit). Zur Sicherung des Standorts im regionalen Wettbewerbsgefüge sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit der einzelnen Betriebe ist den einzelnen Betrieben eine allerdings gewisse Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen, sofern hierdurch keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt entstehen (durch Einzelfallprüfung nachzuweisen). Eine Erweiterung des Abgrenzungsbegriffs gemäß Karte 6 ist dagegen nicht erwünscht.

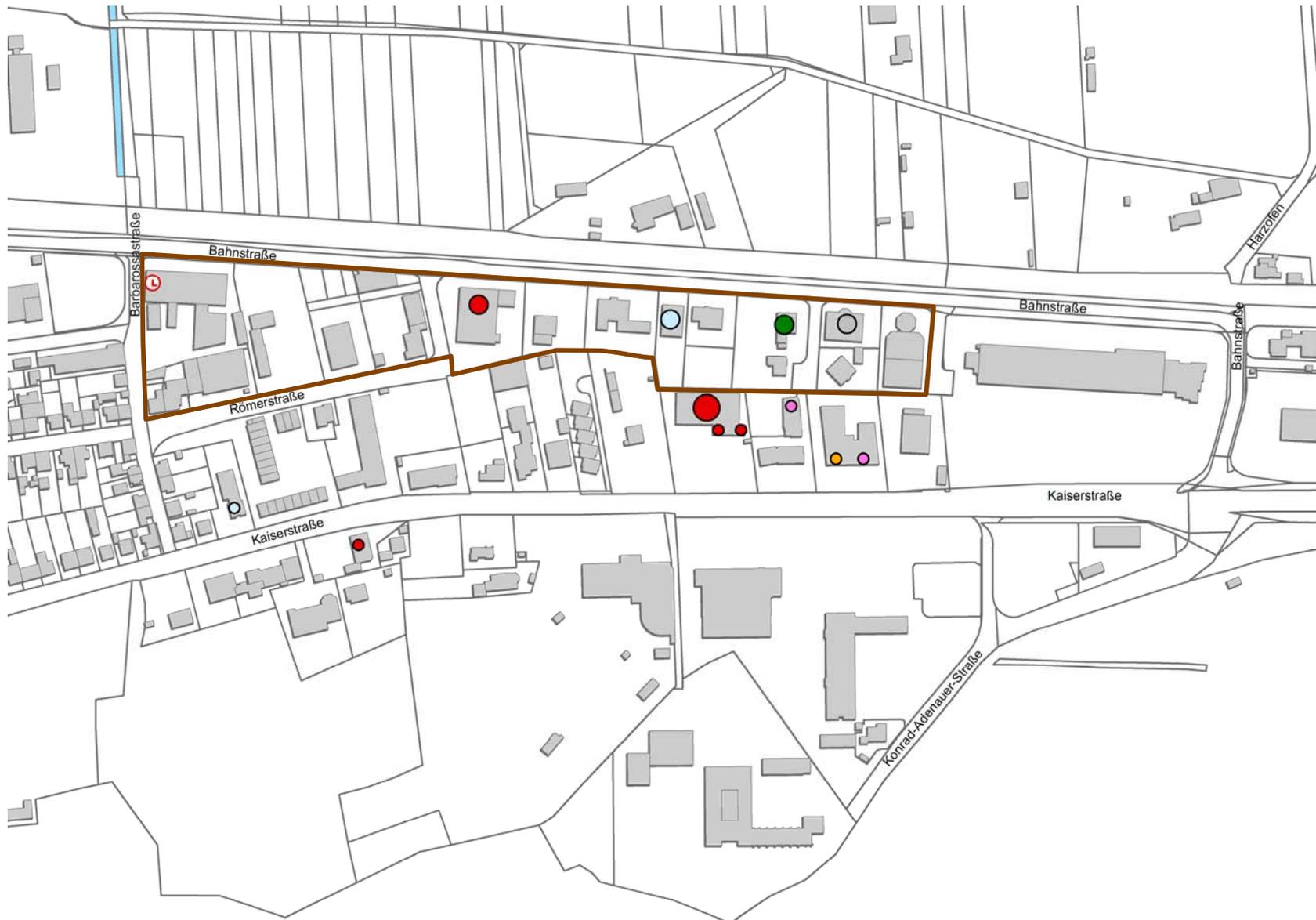
3.3.4 Ergänzungsstandort Bahnstraße

Für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel sieht der LEP IV die Ausweisung von Ergänzungsstandorten vor, die im Sinne einer „Arbeitsteilung“ die zentralen Lagen funktional ergänzen sollen. Die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimenten ist zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche an diesen Standorten planungsrechtlich auszuschließen.

Um künftige Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten zu ermöglichen, aber gleichzeitig steuern zu können, sollte in Landstuhl ein Ergänzungsstandort ausgewiesen werden. Auch unter städtebaulichen Gesichtspunkten (Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen) ist die Konzentration von nicht innenstadtrelevanten Betrieben (großflächig und nicht großflächig) zu empfehlen. Diese ergänzt dann den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, den Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung Landstuhl-Ost und den Bestandsstandort Landstuhl-West.

Als Standort hierfür ist der Bereich zwischen Bahnstraße, Barbarossastraße, Römerstraße und östlicher Bahnstraße bis zum Imfeld-Areal abzugrenzen. Die Abgrenzung ist der Karte 7 zu entnehmen. Dieser Abschnitt der Bahnstraße ist v. a. gewerblich geprägt, es befinden sich hier gewerbliche Nutzungen, Kfz-Handel, vereinzelte Einzelhandelsbetriebe und brach gefallene Grundstücke (teilweise ehemalige Einzelhandelsnutzungen).

Karte 7: Abgrenzung Ergänzungsstandort Bahnstraße



Legende

Bestehender Einzelhandel

Größenklassen

- ◇ über 1.500 m² VK
- ◇ 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

○ Ergänzungsstandort Bahnstraße

Kartengrundlage:
Stadt Landstuhl
GMA-Bearbeitung 2016

Westlich der Barbarossastraße sind die Feuerwehr und das DRK Kaiserslautern-Land ansässig, südlich der Römerstraße und an der Kaiserstraße befinden sich Wohnnutzungen (teilweise Neubauten). Nördlich der Bahntrasse, die in Höhe des Standortbereichs nicht gekreuzt werden kann, dominieren Freizeit- und Grün-Nutzungen (Moorwiesen-Ringgasser Bruch).

Mit der Ausweisung dieses Teilbereichs an der Bahnstraße als Ergänzungsstandort soll der bisher weitgehend ungeordneten Entwicklung des Einzelhandels in dieser peripheren Lage entgegen gewirkt werden. Zugleich liegt damit eine Maßgabe vor, diesen Bereich auch städtebaulich einer geordneten Nutzung zuzuführen.

Das Gewerbegebiet Landstuhl-Nord ist wegen seiner isolierten Lage im Stadtgebiet nicht als Ergänzungsstandort geeignet; es soll dem produzierenden Gewerbe vorbehalten bleiben.

4. Umsetzungsempfehlungen

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wird in Abstimmung mit der Stadt Landstuhl, der Planungsgemeinschaft Westpfalz und der SGD Süd erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieses sog. informellen Planungsinstruments herzustellen, sind folgende Schritte zu empfehlen:

1. **Abstimmung des Einzelhandelskonzepts** mit der Planungsgemeinschaft Westpfalz und der SGD Süd
2. **Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts durch den Stadtrat als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts** gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, in Verbindung mit dem zu Grunde liegenden Einzelhandelsgutachten. Künftig gilt dann das Einzelhandelskonzept als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten, seine Festlegungen sind bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu beachten.

Maßgebliche Punkte hierbei sind:

- Städtebauliche Ziele der Stadt Landstuhl für die künftige Einzelhandelsentwicklung
- Grundsätze zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung
- Sortimentsliste der Stadt Landstuhl
- Zentren- und Standortstruktur
- Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, des Versorgungsbereichs Lebensmittel-Nahversorgung Landstuhl-Ost, des Bestandsstandorts Landstuhl-West und des Ergänzungsstandorts Bahnstraße.

3. **Information des Verbandsgemeinderats der VG Landstuhl und Beschluss der entsprechenden Teiländerung** des Einzelhandelskonzepts der VG Landstuhl für das Gebiet der Stadt Landstuhl

4. **Beschluss der „Landstuhler Liste innenstadtrelevanter Sortimente“** (vgl. Kapitel III.2.3): Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten soll nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelt oder erweitert werden. Ein Lebensmittelmarkt ist in der Innenstadt und im Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung zulässig. Großflächiger nicht innenstadtrelevanter Einzelhandel ist an den Ergänzungsstandort zu lenken.

Bei Ansiedlung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment (z. B. Möbel- oder Baumärkte) an Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist in Bezug auf innenstadtrelevante Randsortimente eine Beschränkung auf max. 20 % der Gesamtverkaufsfläche des Betriebs sowie max. 150 m² je Einzelsortiment vorzunehmen.

5. **Planungsrechtliche Umsetzung im Rahmen der Bauleitplanung:** Die Standortempfehlungen sind möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umzusetzen, entweder durch Anpassung von bestehenden Bebauungsplänen oder durch Erstellung neuer Bebauungspläne. Dabei sollen individuelle Festsetzungen durch einheitliche Sortimentslisten (differenziert nach innenstadtrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten) ersetzt werden. Es ist auf eine einheitliche Verwendung der Festsetzungen sowie auf Anwendung der Randsortimentsregel zu achten, jeweils auf Basis der Sortimentsliste. Vor allem der zentrale Versorgungsbereich ist bauleitplanerisch abzusichern, um mit der räumlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs auch gegenüber Dritten eine Bindungswirkung (und somit die angestrebte Schutzwirkung) zu erreichen.

Im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB neue Festsetzungsmöglichkeiten. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich unerwünschten Standorten eine Einzelhandelsentwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts der Stadt Landstuhl entgegensteht. Für die Begründung ist das erstellte und durch den Verbandsgemeinderat beschlossene Einzelhandelskonzept zu verwenden.

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Landstuhl gilt so lange, bis eine erneute Überprüfung der Rahmenbedingungen und Standortstrukturen erforderlich wird (spätestens nach 7 Jahren) oder wenn das Einzelhandelskonzept der Verbandsgemeinde Landstuhl fortgeschrieben wird. Dann sollten eine Fortschreibung und ein entsprechend geänderter Beschluss erfolgen.

Bei großflächigen **Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben** muss der Antragsteller durch eine Auswirkungsanalyse mittels Verträglichkeitsgutachten nachweisen, dass das Vorhaben zu keiner Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des festgelegten zentralen Versorgungsbereichs führt.

IV. Auswirkungen und Einordnung der aktuellen Planung auf dem Imfeld-Areal

1. Vorhaben

Das Projekt auf dem südwestlichen, zur Kaiserstraße hin ausgerichteten Teil des sog. „Imfeld-Areals“ an der Bahnstraße 128 sieht die Etablierung eines Nahversorgungsstandorts vor. Wesentliche Bestandteile des Projekts sind die Neuansiedlung einer Markthalle mit regionalen Erzeugern sowie eines Lebensmitteldiscountmarkts (Betreiber Penny), welcher von seinem bisherigen Standort an der Kaiserstraße 167 verlagert werden soll.

1.1 Erweiterung / Standortverlagerung Penny

Der Penny-Markt ist bereits seit vielen Jahren an seinem Standort (Kaiserstraße 167) etabliert und übt dort wichtige Funktionen für die Grundversorgung des östlichen Stadtgebiets von Landstuhl sowie der Gemeinde Kindsbach aus. Derzeit verfügt er über eine Verkaufsfläche von ca. 610 m² VK³⁹ (einschließlich Vorkassenbereich und Eingangsfläche). Dies ist im Vergleich zu den übrigen Lebensmitteldiscountern in Landstuhl und auch zum Branchendurchschnitt in Deutschland (derzeit ca. 750 m² VK) eine deutlich unterdurchschnittliche Größe. Auch in Bezug auf die derzeitige Immobilie zeigt sich ein **deutlicher Modernisierungsbedarf**.

Da das bisherige Gebäude des Penny-Markts nicht erweitert werden kann, ist eine Verlagerung des Lebensmittelmarkts von seinem bisherigen Standort hin zum Planstandort auf dem Imfeld-Areal geplant. **Die Distanz zwischen dem alten und dem neuen Standort beträgt ca. 200 m.**

Mit der Verlagerung soll eine Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmittelmarkts auf 799 m² VK einhergehen, d. h. die **Verkaufsfläche erhöht sich gegenüber dem Ist-Bestand um ca. 190 m² VK**. Da es sich bei Penny um ein Filialunternehmen handelt, der in allen Filialen eines Vertriebsgebiets dasselbe Sortimentspektrum anbietet, wird durch die Verkaufsflächenerweiterung keine Änderung des Angebotskonzepts eintreten. Nach wie vor wird ein typischer Lebensmitteldiscounter vorliegen.

Üblicherweise sind in Penny-Märkten rd. 85 % der Verkaufsflächen mit Nahrungs- und Genussmitteln belegt; hierzu zählen auch gelegentliche Aktionswaren mit Lebensmitteln und Getränken. Auch von den Randsortimenten ist der größte Teil (rd. 5– 10 % der Verkaufsflächen) als nahversorgungsrelevant einzustufen; hierzu gehören Drogeriewaren und Kosmetikartikel. Der übrige Teil der Nonfood-Randsortimente (z. B. Tiernahrung, Zeitschriften, Aktionswaren aus den Bereichen Bekleidung, Heimwerkerbedarf usw.) nimmt bei Penny-Märkten nur einen geringen Teil der Verkaufsflächen ein (ca. 5 – 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Dies heißt, dass der Markt schon wegen seiner **Sortimentsstruktur wesentlich für die Grundversorgung** ist.

³⁹ Vgl. zur Definition von Verkaufsfläche Kap. I.3.

1.2 Neuansiedlung Markthalle

Das Markthallenkonzept stellt eine einzigartige Besonderheit in der Region dar. Die geplante Markthalle soll nach derzeitigem Planungsstand aus einem eingeschossigen Gebäude (zzgl. Galerie) mit drei Bereichen bestehen:

1. **klassischer Marktbetrieb** von mobilen Einzelhandelsbetrieben, d. h. ein zeitlich begrenzter Wochenmarkt bzw. Spezialmarkt, auf dem wechselnde Anbieter tätig sind (vgl. § 67 und 68 GewO); dieser Bereich soll rd. 500 m² VK umfassen und zu Zeiten ohne Marktbetrieb auch als Veranstaltungsort für Feste, Aufführungen u. ä. dienen
2. Mietflächen für **fest installierte kleinflächige Einzelhandelsbetriebe** (ca. 40 m² VK, z. B. regionale Spezialitätenanbieter)
3. **Flächen für Gastronomiebetriebe**, wo auch im geringen Umfang regional selbst erzeugter Produkte verkauft werden können; die durch den Beiverkauf genutzten Flächen werden auf ca. 10 m² VK geschätzt.

Nur die Mietflächen für stationäre Einzelhandelsbetriebe können als „normaler“ Ladeneinzelhandel bewertet werden. Die Flächen im Marktbetrieb hingegen können nicht wie übliche Verkaufsflächen im Ladeneinzelhandel behandelt werden, vielmehr sind sie eindeutig als **atypischer Einzelhandel** einzustufen. So wird der Marktplatz-Verkauf stark von der Saison (Jahreszeit, Ferienzeit usw.) und von den Wirtschaftlichkeitsüberlegungen der einzelnen Standbetreiber abhängen, bei Spezialmärkten außerdem von der Akzeptanz der Besucher. Es ist davon auszugehen, dass, bedingt durch die zeitweise Belegung durch Veranstaltungen ohne Verkauf (z. B. Präsentationen, Ausstellungen, Vorführungen, Feste), im Jahresdurchschnitt max. 70 % der Marktflächen tatsächlich für den Verkauf genutzt werden können.

Absehbar ist, dass das **Angebot im Marktbetrieb häufig wechseln** wird, um auch Wiederholungsbesuchern neue Anreize für einen Besuch zu geben. Bei Waren aus regionaler landwirtschaftlicher Herkunft ist zudem von saisonalen Schwankungen im Angebot auszugehen (v. a. bei Obst und Gemüse).

Zudem ist zu erwarten, dass die auf dem Marktplatz offerierten Waren größtenteils nicht im normalen Ladeneinzelhandel erhältlich sind (z. B. Erzeugerverkauf von landwirtschaftlichen Produkten, Handarbeiten). Bedingt durch die Verpflichtung der Anbieter auf Regionalität / eigene Erzeugung werden Angebotspektrum und Auswahlmöglichkeiten begrenzt sein. Insgesamt liegen damit **nur geringe direkte Überschneidungen mit dem herkömmlichen Ladeneinzelhandel** vor, auch wenn es sich formal / baurechtlich um Einzelhandelsbetriebe handelt.

2. Standortbewertung

Der Standort ist im vorliegenden Entwurf des Einzelhandelskonzepts der Stadt Landstuhl **als Versorgungsschwerpunkt Nahversorgung vorgesehen**. Hierfür sprechen folgende Aspekte (vgl. auch Kap. III.3.3.2):

- /// Der Standort liegt im östlichen Teil von Landstuhl-Zentrum, wo als Lebensmittelmarkt derzeit nur Penny vorhanden ist. Der Sicherung des Lebensmittelmarkts kommt daher eine **hohe Bedeutung für die Nahversorgung im Landstuhler Osten** (u. a. Wohngebiet Kaiserstraße / Römerstraße) zu. Weitere Wohnnutzungen im Umfeld sind geplant.
- /// Die gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standorts erlaubt die Erschließung eines überörtlichen Einzugsgebiets. Durch die Lage an der Kaiserstraße (L 395) ist der Standort nicht nur an die umliegenden, fußläufig oder mit dem Rad erreichbaren Wohngebiete im Landstuhler Osten gut angebunden sondern auch an die östlich anschließende Gemeinde Kindsbach (ca. 2.400 EW). Kindsbach verfügt selbst über keine Lebensmittelmärkte und ist ebenfalls dem Nahversorgungsbereich des Mittelzentrums Landstuhl zugeordnet. Somit kann der Standort, insbesondere der Lebensmittelmarkt, **Versorgungsfunktionen auch für die Gemeinde Kindsbach** übernehmen.
- /// Durch die teilweise Entwicklung des Umfeld-Areals kann eine **Aufwertung des östlichen Stadteingangs** gelingen, der momentan eine Gemengelage unterschiedlichster Nutzungen abbildet (Busdepot, Kfz-Handel, Arbeitsagentur, Schulen, Freizeiteinrichtungen, Klinik, Gewerbe- und Einzelhandelsbetriebe, Wohnhäuser).
- /// Der Standort hat sich in der Vergangenheit als **zentraler Versorgungs- und Dienstleistungsstandort** entwickelt, wo als bedeutende Infrastruktureinrichtungen das MVZ Westpfalz / Mediceum, die Agentur für Arbeit und ein großes Schulzentrum ansässig sind. Durch ihr besonderes Angebot mit z. T. hohem Spezialisierungsgrad übernehmen diese Einrichtungen wichtige Versorgungsfunktionen nicht nur für das Stadtgebiet sondern auch für die gesamte Verbandsgemeinde und für angrenzende Kommunen im Mittelbereich Landstuhl. Der Standort bündelt Versorgungseinrichtungen, die in dieser Form in der kleinstrukturierten Innenstadt nicht untergebracht werden können.
- /// Wegen ihres erheblichen Platzbedarfs und ihrer erhöhten Anforderungen an die verkehrliche Erreichbarkeit aus der Region (u. a. für Touristen) kann die **Markthalle nicht in der Innenstadt errichtet werden**, da diese überwiegend kleinteilig strukturiert ist und durch einen Mangel an geeigneten Flächen gekennzeichnet ist.

3. Auswirkungen der beiden Vorhaben auf die örtliche Versorgungsstruktur

3.1 Auswirkungen des Verlagerungs-/Erweiterungsvorhabens von Penny

Penny-Märkte erwirtschaften im Durchschnitt eine Umsatzleistung von ca. 3,5 Mio. € p. a. (brutto)⁴⁰. Aufgrund der deutlich unter dem Bundesdurchschnitt liegenden Kaufkraftniveaus in Landstuhl und den Nachbargemeinden sowie der örtlichen intensiven Wettbewerbssituation durch mehrere Lebensmittelmärkte in Landstuhl (darunter drei weitere Discounter mit jeweils deutlich größeren Verkaufsflächen) ist nicht davon auszugehen, dass dieser Durchschnittswert durch das Vorhaben überschritten werden wird.

Es ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Vorhaben um eine Verlagerung und Erweiterung eines bestehenden Betriebs handelt. Somit ist zu berücksichtigen, dass bereits heute ein Großteil der Umsatzleistung am Standort gebunden ist. Nur der Umsatzzuwachs, der noch nicht bereits heute von Penny generiert wird, wird wettbewerbswirksam werden und zu Lasten anderer Betriebe und Standorte erzielt werden müssen.

Der Anteil der Erweiterungsfläche an der künftigen Verkaufsfläche von ca. 799 m² beträgt ca. 190 m² VK, d. h. knapp 24 %. Dem entsprechend beträgt der **auf die Erweiterungsfläche entfallende Anteil an der Gesamtumsatzerwartung ca. 0,8 Mio. €**. Hiervon entfallen rechnerisch etwa 0,7 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 0,1 Mio. € auf Nonfoodsortimente. Allerdings handelt es sich bei den genannten Umsatzzuwächsen um rechnerische Höchstwerte (Worst-Case-Betrachtung), die in der Praxis deutlich niedriger ausfallen dürften.

Umsatzrückgänge sind in erster Linie bei Wettbewerbern mit erheblichen Überschneidungen des Wettbewerbskonzepts oder Anbietern in unmittelbarer Nähe des Planstandortes zu erwarten, also z. B. bei Aldi an der Bahnstraße oder anderen großflächigen Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Landstuhl (Aldi, Lidl und Kaufland an der Torfstraße, Edeka an der Bahnstraße).

Geht man davon aus, dass der gesamte aus der Erweiterung resultierende Umsatz aus Umverteilungen gegen Anbieter in Landstuhl erzielt werden wird, errechnet sich im Verhältnis zur Umsatzleistung, die von den übrigen Landstuhler Lebensmittelanbietern mit Nahrungs- und Genussmitteln erwirtschaftet wird (derzeit ohne Penny ca. 49,0 Mio. €) eine durchschnittliche Umsatzumverteilungsquote von 1,4 %. Hieraus ist abzusehen, dass von dem Erweiterungsvorhaben keine Gefährdungen von einzelnen Anbietern und somit **keine wesentlichen Beeinträchtigungen von städtebaulich besonders geschützten Lagen oder der gesamtstädtischen Versorgungsstruktur** ausgehen werden.

Vielmehr dient das Vorhaben dem **Erhalt eines im Versorgungsgefüge bereits etablierten Lebensmittelmarkts**, der in erster Linie Nahversorgungsfunktionen erfüllt.

⁴⁰ Durchschnittswerte nach EHI handel aktuell 2015, S. 96; GMA-Berechnungen.

3.2 Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens der Markthalle

Bei der Markthalle handelt es sich um **atypischen Einzelhandel**, dessen Angebote in Sortiments- und Anbieterzusammensetzung zu einem hohen Grad nicht kontinuierlich vorgehalten werden. Mit dem normalen stationären Lebensmittelhandel ergeben sich eher geringe Überschneidungen (ggf. bei Obst- und Gemüseanbietern).

Es ist davon auszugehen, dass, bedingt durch die zeitweise Belegung durch Veranstaltungen ohne Verkauf (z. B. Präsentationen, Ausstellungen, Vorführungen, Feste), im Jahresdurchschnitt nur max. 70 % der Marktflächen tatsächlich für den Verkauf genutzt werden. Durch das eingeschränkte Sortiment (es sollen nur regional erzeugte Waren angeboten werden, also ganz überwiegend keine im Ladeneinzelhandel erhältlichen „Markenprodukte“ oder Industriewaren) ist außerdem nicht mit einem typischen Versorgungseinkauf zu rechnen. Für die Marktbesucher ist daher auch von einer deutlich niedrigeren Flächenleistung als im stationären Einzelhandel auszugehen; sie dürfte im Jahresdurchschnitt bei max. 40 % der im stationären üblichen Flächenproduktivitäten liegen.

Für den Fall eines Markts mit ausschließlich regional erzeugten Lebensmitteln ergäbe sich für die maximal zur Verfügung stehenden Einzelhandelsflächen in der Markthalle ($500 + 40 + 10 \text{ m}^2 = 550 \text{ m}^2$) somit eine Umsatzerwartung von max. 1,1 Mio. € p. a.

Die daraus entstehenden Umverteilungswirkungen werden sich allerdings nicht ausschließlich gegen Einzelhandelsanbieter in Landstuhl richten (z. B. Wochenmarktbesucher, Obst- und Gemüseläden, Lebensmittelmärkte, Bäckereien, Metzgereien) sondern auch gegen Anbieter in der weiteren Umgebung. Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass wohl nicht ganzjährig dieselben Sortimente (z. B. Nahrungs- und Genussmittel) angeboten werden, sondern diese mit anderen Sortimenten (z. B. Kunsthandwerk, Bekleidung / Accessoires) abwechseln werden.

Auch für die Markthalle sind daher keine wesentlichen Auswirkungen auf die Landstuhler Versorgungsstrukturen, insbesondere die Innenstadt zu erwarten. Die strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Landstuhl jedenfalls werden aufgrund ihrer Leistungsstärke und auch ihrer Synergievorteile an ihren jeweiligen Standorten von dem Vorhaben nicht gefährdet werden.

Dass die geplante Markthalle zu einem erhöhten Gefährdungspotenzial für kleinere Spezialanbieter führen und somit u. U. die Angebotsvielfalt in der Innenstadt in erheblichem Maße reduzieren könnte, erscheint nach dem jetzigen Informationsstand zum Angebotskonzept der Markthalle ebenso unwahrscheinlich.

So dürfte sich die Kundenzielgruppe für die Markthalle zu einem erheblichen Teil aus touristischen Kunden oder Tagesbesuchern aus der Region rekrutieren, deren Umlenkung nur geringe Folgen für den stationären Einzelhandel in Landstuhl hätte. Zudem stellt der Handel mit regional erzeugten Produkten kein zentrumsprägendes Element der Innenstadt von Landstuhl dar.

4. Fazit und Empfehlungen

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich aus der Umsiedlung von **Penny** an den Standort Imfeld-Areal und die damit verbundene Erweiterung auf 799 m² VK keine schädlichen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen oder den städtebaulich besonders geschützten zentralen Versorgungsbereich in Landstuhl ableiten lassen. So liegt die Umsatzumverteilungsquote in Landstuhl im Lebensmittelbereich bei max. 1 – 2 %. Hierdurch kommt es weder zu Gefährdungen strukturprägender Anbieter noch zu wesentlichen Beeinträchtigungen der Angebotsvielfalt und städtebaulichen Strukturen in der Landstuhler Innenstadt. Vielmehr trägt das Vorhaben für den Landstuhler Osten und die angrenzende Gemeinde Kindsbach entscheidend zur Versorgungssicherheit und -qualität in Bezug auf das nahversorgungsprägende Nahrungs- und Genussmittelsegment bei.

Die geplante **Markthalle** ist als atypischer Einzelhandel zu bewerten, der absehbar keine wesentlichen Auswirkungen auf die Landstuhler Versorgungsstruktur, insbesondere die Innenstadt, zeigen wird.

Alternativ könnte im Bebauungsplan durch Festlegung von Obergrenzen für einzelne Teilsortimente (z. B. Verkauf von Nahrungs- und Genussmitteln auf max. 550 m² VK) eine hinreichende Sicherheit vor Beeinträchtigungen des zentralen Versorgungsbereichs erzielt werden.

In der Summe überschreiten die beiden Vorhaben als Agglomeration mit mehr als 800 m² VK die Schwelle zur Großflächigkeit, sodass im Bebauungsplan die Ausweisung eines Sondergebiets notwendig wird. Auch in der kumulierten Betrachtung sind aber **keine wesentlichen Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur und den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten**, sofern am Standort nur ein Lebensmittelmarkt und die Markthalle zugelassen werden, aber keine weiteren Einzelhandelsnutzungen.

Die **Neuschaffung des Versorgungsschwerpunkts Lebensmittel-Nahversorgung Landstuhl-Ost** wird somit das örtliche Versorgungsgefüge und die Einzelhandelsfunktion der Landstuhler Innenstadt nicht negativ beeinflussen sondern vielmehr die Versorgungsqualität in der Stadt und der Verbandsgemeinde Landstuhl weiter erhöhen.

In Kombination mit den umliegenden zentralörtlichen Einrichtungen fungiert der Standort an der östlichen Kaiserstraße als Ergänzung zur Innenstadt, wo wegen der dortigen kleinteiligen Bestandsstrukturen bzw. des Mangels an geeigneten Flächen keine Möglichkeit zur Etablierung der Markthalle besteht.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage der Stadt Landstuhl und zentralörtliche Struktur in der Region	18
Karte 2: Einzelhandelsbestand in der Stadt Landstuhl	23
Karte 3: Standortkonzept der Stadt Landstuhl 2016 (Übersicht)	43
Karte 4: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	48
Karte 5: Abgrenzung Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung Landstuhl-Ost	51
Karte 6: Abgrenzung Bestandsstandort Landstuhl-West	53
Karte 7: Abgrenzung Ergänzungsstandort Bahnstraße	55
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: GMA-Branchensystematik	9
Tabelle 2: Standortanforderungen an Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	16
Tabelle 3: Bevölkerungsentwicklung 2004 – 2014 in der Stadt Landstuhl im Vergleich	19
Tabelle 4: Einzelhandelsbestand der Stadt Landstuhl 2016 nach Hauptwarengruppen	21
Tabelle 5: Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet des Landstuhler Einzelhandels 2014	28
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Untersuchungsaufbau	7
Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung	10
Abbildung 3: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2000 – 2014	11
Abbildung 4: Anteil Onlinehandel am Umsatz einzelner Branchen in Prozent	12
Abbildung 5: Konsumtrends im Zusammenhang mit den Verhaltensweisen des „hybriden“ Verbrauchers	14
Abbildung 6: Einzelhandelsverteilung in der Stadt Landstuhl 2016	22
Abbildung 7: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale in der Stadt Landstuhl	30
Abbildung 8: Sortimentskonzept der Stadt Landstuhl 2016 (GMA-Vorschlag)	39
Abbildung 9: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche	46