

Stadt Landau in der Pfalz

Einzelhandelskonzept 2018



Stadt Landau in der Pfalz



**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

Stadt Landau in der Pfalz Einzelhandelskonzept

Fortschreibung (2018)

Im Auftrag der Stadt Landau in der Pfalz

Stadtbauamt

Bearbeitung und Konzeption



Markt 5, 44137 Dortmund

Tel. 0231 - 557858-0

Fax. 0231 - 557858-50

www.junker-kruse.de

E-Mail: info@junker-kruse.de

Projektleitung:

Elisabeth Kopischke

Stefan Kruse

Projektbetreuung / Ansprechpartner

Christoph Kamplade (Amtsleiter Stadtbauamt)

Sylvia Schmidt-Sercander (Abteilung Stadtplanung und Stadtentwicklung)

Stadtverwaltung Landau in der Pfalz

Königstraße 21, 76829 Landau in der Pfalz

Tel. 06341 - 13-6101

Fax. 06341 - 13-88-6101

Mai 2018

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Inhalt

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung.....	9
2	Übergeordnete Zielaussagen	11
2.1	Ziele und Grundsätze der Landesplanung	11
2.2	Ziele und Grundsätze der Regionalplanung.....	13
2.3	Flächennutzungsplan	16
2.4	Innenstadtentwicklungskonzept	17
2.5	Folgerungen für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept	18
3	Methodik	18
3.1	Angebotsanalyse.....	19
3.2	Nachfrageanalyse.....	23
3.3	Städtebauliche Analyse	26
3.4	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur.....	27
4	Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in Landau in der Pfalz.....	29
4.1	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung.....	29
4.2	Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung	36
4.3	Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung.....	37
4.4	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial.....	40
4.5	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Landau in der Pfalz	42
5	Einzelhandelsangebot in der Stadt Landau in der Pfalz	45
5.1	Gesamtstädtische, einzelhandelsrelevante Kennziffern	45
5.2	Großflächiger Einzelhandel in Landau in der Pfalz	53
5.3	Leerstände	54
5.4	Angebotsstandorte des Einzelhandels	55
5.4.1	Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt.....	56
5.4.2	Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten	67
5.4.3	Standortbereich Gilletstraße	69
5.4.4	Standortbereich Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße	71
5.5	Wohnungsnahе Grundversorgung in den Stadtteilen	73
5.5.1	Übersicht räumlicher Angebotsschwerpunkte innerhalb der Landauer Einzelhandelsstruktur	79
5.6	Fazit zur Angebots- und Nachfrageanalyse.....	80

6	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Stadt Landau in der Pfalz.....	83
7	Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz.....	92
7.1	Übergeordnetes Entwicklungsleitbild	92
7.2	Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung.....	94
7.3	Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells	96
8	Entwicklungsbereiche des Einzelhandels	101
8.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	101
8.1.1	Kriterien zur Einordnung und Abgrenzung.....	101
8.1.2	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.....	104
8.1.3	Ergänzende Empfehlungen für die Landauer Innenstadt	109
8.2	Städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte	111
8.3	Ergänzungs- und Bestandsstandorte	115
8.3.1	Bestandsstandort Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten (Bestandsstandort)	115
8.3.2	Ergänzungsstandort Gilletstraße	116
8.3.3	Bestandsstandort Grundversorgung Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße (Bestandsstandort)	117
9	Fortschreibung der Landauer Sortimentsliste	118
10	Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	130
10.1.1	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten	131
10.1.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten	137
10.1.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten	141
10.1.4	Handwerkerprivileg / Werksverkauf	144
10.1.5	Prüfschema zur ersten Einordnung von Einzelhandelsvorhaben.....	145
11	Aktualisierung und Fortschreibung	147
12	Die planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes.....	149
12.1	Anwendung des § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO.....	149
12.2	Anwendung des § 11 Abs. 3 BauNVO.....	150
12.3	Anwendung des § 15 BauNVO	150
12.4	Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB	150

12.5	Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB	151
12.5.1	Definition des „zentralen Versorgungsbereiches“	152
12.5.2	Möglicher Geltungsbereich von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels	152
12.5.3	Festsetzungsinhalte	153
12.5.4	Besondere Anforderungen an die Begründung und Abwägung.....	154
	Verzeichnisse	169
	Legende Grundlagenkarte.....	172
	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	173

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Stadt Landau in der Pfalz verfügt über ein Einzelhandelskonzept, welches vom Rat der Stadt im Jahre 2010 einstimmig beschlossen wurde. Dabei handelt es sich um die erste Fortschreibung des gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklungskonzepts aus dem Jahre 2000.

Zentren- und Einzelhandelskonzepte – als städtebauliche Entwicklungskonzepte i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB – stellen für Städte und Gemeinden eine unverzichtbare Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von insbesondere großflächigen Einzelhandelsvorhaben dar.

Das Einzelhandelskonzept dient der Stadt Landau in der Pfalz als fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle sowie zukünftige Einzelhandelsvorhaben. Es erleichtert Stadtverwaltung und Politik, frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet einzuschätzen und bildet somit eine Orientierungshilfe für sachgerechte Grundsatzentscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelspezifischen Fragestellungen der Stadtentwicklung.

Darüber hinaus zeigt das Konzept (insbesondere bauplanungsrechtliche) Handlungsnotwendigkeiten zur Schaffung von geeigneten städtebaulichen Rahmenbedingungen für die stadtentwicklungspolitisch fokussierte Einzelhandelsentwicklung auf und stellt vor diesem Hintergrund eine bedeutende Argumentations- und Begründungshilfe im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung dieser Zielsetzungen dar.

Eine wesentliche Grundlage des Einzelhandelskonzeptes – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzeptes. Dieses ist mittlerweile mehr als acht Jahre alt, da die flächendeckende Erhebung des Landauer Einzelhandelsbestandes im Jahre 2009 stattgefunden hat. Seitdem haben zahlreiche kleinere, aber auch nicht unerhebliche Veränderungen in der Landauer Einzelhandelslandschaft stattgefunden.

Doch nicht nur die Landauer Einzelhandelslandschaft hat sich verändert, sondern auch die übergeordneten Rahmenbedingungen. Dazu zählt insbesondere der Strukturwandel im Einzelhandel (u.a. gesättigte Verkaufsflächenentwicklung, Online-Handel) sowie Veränderungen aufgrund der Rechtsprechung u.a. zu Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche oder zur Einzelhandelssteuerung¹.

Vor diesem Hintergrund hat die Stadt Landau in der Pfalz das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung mit einer Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes beauftragt. Dieses umfasst eine aktuelle Einzelhandelsbestandserfassung sowie die Evaluierung und Fortschreibung der Ziele, Handlungsempfehlungen bzw. konzeptionellen Bausteine der Umsetzung des Konzeptes.

¹ zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u.a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

Auf Basis der Aktualisierung soll die Untersuchung Strategien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung bzw. letztlich auch zur Stadtentwicklung in Landau in der Pfalz unter Berücksichtigung sowohl der rechtlichen, demographischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen aufzeigen. Dabei sind die übergeordneten, städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Landau in der Pfalz wichtige Bestandteile einer gemeinschaftlich getragenen, nachhaltigen Einzelhandelspolitik. Dazu gehören

- die Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches als Hauptgeschäftszentrum mit seinen historischen, städtebaulichen und architektonischen Qualitäten und Highlights,
- die Sicherung und Weiterentwicklung einer weitgehend flächendeckenden und ausreichenden Grundversorgung im Stadtgebiet sowie auch
- die Konzentration des nicht innenstadtrelevanten Einzelhandels auf bestehende Standorte zur Eindämmung einer zunehmenden Flächeninanspruchnahme in Gewerbegebieten durch den Einzelhandel und die Vermeidung von zusätzlich durch Einzelhandel induziertem Verkehr.

Vor allem ermöglicht die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Landau in der Pfalz weiterhin, mit einem möglichst hohen Grad an Planungs- und Rechtssicherheit z.B. Bebauungspläne zu ändern oder auch neu aufzustellen, sofern der Einzelhandel in diesem Zusammenhang eine Bedeutung hat.

Die vorliegende Fortschreibung umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Landau in der Pfalz.

Darauf aufbauend werden die im Jahr 2010 formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes (Ziele, perspektivisches Standortmodell, Definition des zentralen Versorgungsbereiches und sonstiger Entwicklungsbereiche im Stadtgebiet, die Sortimentsliste sowie die Grundsätze zur zukünftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst.

Zu den wesentlichen Veränderungen im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes gehört neben einer Aktualisierung der Datenbasis auf der Angebots- und Nachfrageseite die Aufnahme des Kapitels 2, welches übergeordnete Rahmenbedingungen der Landes- und Regionalplanung bzw. der kommunalen Planungen beschreibt. Weitere Änderungen beziehen sich auf die konzeptionellen Bausteine, dazu gehören:

- die Modifizierung des Standortstrukturmodells
- die Anpassung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches mit dessen innerer Gliederung in Haupt- und Nebenlagen unter Berücksichtigung der aktuellen Situation bzw. der Entwicklungsperspektiven, Berücksichtigung der Vorgaben aus der Rechtsprechung
- die Landauer Sortimentsliste: begriffliche Anpassungen und Veränderung der Zuordnung von Teilsortimenten aus der Warengruppe Sport und Freizeit
- die Grundsätze: Strukturierung der Grundsätze, Berücksichtigung der landesplanerischen und regionalplanerischen Ziele, Konkretisierung der Nahversorgungsfunktion
- und begriffliche Anpassungen insbesondere im Hinblick auf die Terminologie des Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV RP)

2 Übergeordnete Zielaussagen

Im Rahmen des Planungssystems in Rheinland-Pfalz stehen stadtentwicklungsplanerische Entscheidungen, insbesondere auch vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung sowie im Bezug zu übergeordneten Planungen, auf Landes-, regionaler und kommunaler Ebene.

2.1 Ziele und Grundsätze der Landesplanung

Das **Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV RP)** vom 14. Oktober 2008 bildet „den koordinierenden fach- und ressortübergreifenden räumlichen Ordnungsrahmen für die Entwicklung des Landes Rheinland-Pfalz.“ Das Landesentwicklungsprogramm enthält programmatische Aussagen zur zukünftigen Entwicklung des Landes (Teil A) sowie Ziele und Grundsätze zur landesplanerischen Umsetzung (Teil B). Die textlich festgelegten Ziele und Grundsätze werden jeweils erläutert sowie durch zeichnerische Festlegungen konkretisiert und veranschaulicht.

Wesentliche Inhalte des Landesentwicklungsplans, Teilabschnitt III. „Sicherung und Entwicklung der Daseinsvorsorge“ sind:

- die Festlegung der zentrale-Orte-Struktur,
- mit einer Festlegung der Zentrenstruktur, von Mittelbereichen sowie mittelzentralen Verbänden (Leitbild Daseinsvorsorge)
- die Festlegung von Zielen und Grundsätzen zur „nachhaltigen Wahrnehmung der Daseinsfunktionen“ für
 - Wohnen
 - Arbeiten und Gewerbe
 - Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)
 - Soziales Gemeinwesen: Bildungswesen, Sozial- und Gesundheitswesen, Kultur

Vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung ist somit hervorzuheben, dass durch die Festlegung der zentralen Orte eine Versorgung der Bevölkerung mit einem ausgewogenen Warenangebot, sozialen, kulturellen und wirtschaftsbezogenen Einrichtungen und Dienstleistungen sowie eines entsprechenden Wohnungsangebotes im Sinne des dezentralen Konzentrationsgebotes auf kurzem Wege sichergestellt wird. Die Festlegung von Zielen und Grundsätzen für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen trägt dazu bei, dass in allen Landesteilen eine bedarfsorientierte Warenversorgung der Bevölkerung durch eine ausgewogene und breit gefächerte, nach Zentralörtlichkeit differenzierte Einzelhandelsstruktur sicher gestellt wird.

Die Stadt Landau in der Pfalz wird als Mittelzentrum mit teilweise oberzentraler Bedeutung im Verdichtungsraum eingestuft. Sie gehört mit Annweiler, Edenkoben und Herxheim zu einem sogenannten „mittelzentralen Verbund kooperierender Zentren“ und ist Entwicklungsschwerpunkt (vgl. dazu auch Kapitel 4.2).

Das Landesentwicklungsprogramm empfiehlt in seinem Kapitel 3.2.3 die Aufstellung von kommunalen Einzelhandelskonzepten zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. Eine interkommunale Abstimmung ist i.S.v. § 2 (2) BauGB und § 34 (3) BauGB im entsprechenden Planungsfall durchzuführen. Einzelhandelsentwicklungen i.S.v. § 11 (3) BauNVO sind gemäß LEP IV RP (Pkt. 3.2.3) im Mittelzentrum Landau gemäß des Zentralitätsgebotes zulässig. Darüber hinaus müssen Einzelhandelsentwicklungen dem raumordnerischen städtebaulichen Integrationsgebot sowie dem Nichtbeeinträchtigungsverbot entsprechen. Damit räumt die Landesplanung städtebaulich integrierten Einzelhandelsstandorten und damit nicht zuletzt den zentralen Versorgungsbereichen den Vorrang ein. Mit dem Ziel städtebauliche und funktionale Beeinträchtigung von „Innerortslagen“ auszuschließen, kommen an städtebaulich nicht integrierten Standorten lediglich großflächige Vorhaben mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment in Betracht (z.B. Möbel-/ Einrichtungshäuser, Bau- und Gartenmärkte). In den Erläuterungen zu Z58 werden in einer schematischen Übersicht innenstadtrelevante Sortimente dargestellt, die i.d.R. Innenstadtlagen prägen und eine hohe Besuchsattraktivität implementieren. Diese Liste ist auf kommunaler Ebene auf Grundlage der örtlichen Situation zu überprüfen, ggf. begründet zu erweitern oder zu reduzieren und entsprechend festzulegen.

Ziele und Grundsätze mit Bezug zu großflächigen Einzelhandelsstandorten werden im LEP IV RP im Einzelnen wie folgt festgelegt:

3.2.3 Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)

Ziele und Grundsätze

G 56

Die Sicherung einer wohnortnahen und qualitativen Versorgung der Bevölkerung mit öffentlichen und privaten Einrichtungen und Dienstleistungen soll durch die zentralen Orte in den Mittelbereichen und in Aufgabenteilung in den mittelzentralen Verbänden wahrgenommen werden.

Z 57

Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betriebe mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche² kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m² Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung³ der Bevölkerung erforderlich ist.

Z 58

Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, zulässig (**städtebauliches Integrationsgebot**). Die städtebaulich integrierten Bereiche (»zentrale Versorgungsbereiche« im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.

² Die Verkaufsfläche umfasst in der Regel alle Flächen eines Betriebes, die dem Kunden dauerhaft für Verkaufszwecke zugänglich sind. Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen, Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.

³ Hierbei handelt es sich um Sortimente des täglichen kurzfristigen Bedarfs, die typischerweise im großflächigen Lebensmittel Einzelhandel angeboten werden.

Z 59

Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an **Ergänzungsstandorten** der zentralen Orte zulässig. Diese sind ebenfalls von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.

Z 60

Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (**Nichtbeeinträchtigungsgebot**). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.

Z 61

Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzungen in der Bauleitplanung entgegenzuwirken (**Agglomerationsverbot**). Haben sich bereits Agglomerationsbereiche außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche gebildet, so sind diese als Sondergebiete des großflächigen Einzelhandels in der Bauleitplanung auszuweisen und in ihrem Bestand festzuschreiben.

G 62

Die Ergänzungsstandorte, die außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche eines zentralen Ortes liegen, sollen in örtliche bzw. regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden.

G 63

Um wesentliche Versorgungsschwächen im ländlichen Raum zu vermeiden, sollen Modelle erprobt und bei erfolgreichem Einsatz fortgesetzt werden, die den Einzelhandel mit Zusatzfunktionen (Post/Bank/Dienstleistungen) – auch als mobile Einrichtungen – verknüpfen.

2.2 Ziele und Grundsätze der Regionalplanung

Der **Einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar** bildet den verbindlichen regionalplanerischen Rahmen und außerdem auch ein zentrales Steuerungsinstrumentarium für eine dynamische und gleichermaßen nachhaltige Weiterentwicklung der Metropolregion Rhein-Neckar zu der auch die Stadt Landau in der Pfalz gehört.

Seit dem 15. Dezember 2014 ist der Einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar laut Staatsvertrag Artikel 5, Absatz 5, Satz 3 für den baden-württembergischen und den rheinland-pfälzischen Teil des Verbandsgebietes verbindlich.

„Das Gesamtwerk soll die räumliche Entwicklung der Region in den kommenden 15 Jahren planerisch steuern. Als rechtlich verbindliche Vorgabe formuliert der Plan Ziele zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raumes, Grundsätze als Vorgaben für Abwägungs- und Ermessensentscheidungen sowie unverbindliche Empfehlungen für die Fachplanungsträger. Dem vorangestellten Leitbild folgend ist die Zielsetzung der Regionalplanung und -entwicklung in der Metropolregion Rhein-Neckar die Erhaltung der hohen Attraktivität als Lebens- und Wirtschafts-

raum und die weitere Steigerung ihrer Entwicklungschancen. Leitziel hierfür ist eine nachhaltige, d.h. ökologisch tragfähige, sozial gerechte und ökonomisch effiziente Entwicklung der Region.“⁴

Der Einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar greift die Ziele und Grundsätze der Landesplanung (LEP IV RP) auf und fordert u.a. alle Städte und Gemeinden in der Metropolregion Rhein-Neckar auf, zur Stabilisierung ihrer innerstädtischen Versorgungs- und Einzelhandelsstrukturen sowie zur Sicherung der Nahversorgung in Abstimmung mit der Regionalplanung [...] Einzelhandelskonzepte zu erarbeiten.

Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug zu Einzelhandelsstandorten werden festgelegt:

1.7	Einzelhandelsgroßprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe)	
	Ziele und Grundsätze der Regionalplanung	
1.7.1	Verbrauchernahe Versorgung	
1.7.1.1	Die verbrauchernahe Versorgung (Nahversorgung) zur Deckung des kurzfristigen, täglichen Bedarfs (insbesondere mit Lebensmitteln) soll in allen Städten und Gemeinden der Metropolregion Rhein-Neckar gewährleistet und sichergestellt werden. Hierzu soll eine auf die örtliche Grundversorgung abgestimmte Ansiedlung und Sicherung von Einzelhandelsbetrieben in räumlicher und funktionaler Zuordnung zu den Stadt- und Ortsteilzentren angestrebt werden.	<i>Verbrauchernahe Versorgung G</i>
	Die für den Fußgänger- und Fahrradverkehr gut erschlossenen sowie mit dem öffentlichen Personennahverkehr erreichbaren integrierten Standorte sollen gefördert und gesichert werden. Dabei sollen die Belange von nicht motorisierten und in ihrer Mobilität eingeschränkten Personen, Familien mit Kindern, Personen, die Beruf und Familie vereinbaren, älteren und betagten Menschen und Menschen mit Behinderungen berücksichtigt werden.	
1.7.2	Allgemeine Vorgaben	
1.7.2.1	Die raumordnerische Verträglichkeit von Einzelhandelsgroßprojekten ist gemäß Z 1.7.2.2 bis Z 1.7.2.5 nachzuweisen.	<i>Raumordnerische Verträglichkeit Z</i>
1.7.2.2	Einzelhandelsgroßprojekte sind in der Regel nur in den Ober-, Mittel- sowie in Baden-Württemberg in den Unterzentren zulässig. In Rheinland-Pfalz gilt dies auch in den Grundzentren für Vorhaben bis max. 2.000 m ² Verkaufsfläche.	<i>Zentralitätsgebot Z</i>
	Ausnahmsweise kommen für Einzelhandelsgroßprojekte auch andere Standortgemeinden ⁵ in Betracht, wenn dies ausschließlich zur Sicherung der Nahversorgung geboten ist und keine negativen Auswirkungen auf Ziele der Raumordnung zu erwarten sind. Für den baden-württembergischen Teil gilt die Ausnahmeregelung für andere Standortgemeinden auch dann, wenn diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder	

⁴ www.m-r-n.com/was-wir-tun/themen-und-projekte/projekte/einheitlicher-regionalplan

⁵ Diese Standortgemeinden sind:
[...] in Rheinland-Pfalz Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnern bis max. 1.600 m² Verkaufsfläche gemäß (Z) 57 des Landesentwicklungsprogramms Rheinland-Pfalz (LEP IV RP) vom 7. Oktober 2008.

	Unterzentren zusammengewachsen sind. Z 1.7.2.3 bis Z 1.7.2.5 gelten entsprechend.	
1.7.2.3	Verkaufsfläche, Warensortiment und Einzugsbereich von Einzelhandelsgroßprojekten sind insbesondere auf die Einwohnerzahl der Standortgemeinde und deren Verflechtungsbereich sowie auf die zentralörtliche Funktionsstufe abzustimmen. Dabei darf der zentralörtliche Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschritten werden.	<i>Kongruenzgebot</i> Z
1.7.2.4	Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde, anderer Zentraler Orte sowie die Nahversorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich nicht wesentlich beeinträchtigen.	<i>Beeinträchtigungs- verbot</i> Z
1.7.2.5	Einzelhandelsgroßprojekte sind an städtebaulich integrierten Standorten anzusiedeln. Ausnahmsweise kommen für Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Warensortimenten (vgl. Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3) entsprechend Z 1.7.3.2. auch andere Standorte in Betracht.	<i>Integrationsgebot</i> Z
1.7.2.6	Hersteller-Direktverkaufszentren sind nur an integrierten Standorten von Oberzentren zulässig. Ausnahmsweise kommen hierfür auch Mittelzentren in Betracht, sofern die raumordnerischen Zielvorgaben gemäß Z 1.7.2.3 bis Z 1.7.2.5 eingehalten werden.	<i>Hersteller- Direktverkaufszentren</i> Z
1.7.2.7	Neue Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte sollen mit einem entsprechend der Größe sowie dem Einzugsbereich des Vorhabens angemessenen öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) erreichbar sein.	<i>Erreichbarkeit</i> G
1.7.3	Räumliche Zuordnung	
1.7.3.1	In den Ober-, Mittel- sowie im baden-württembergischen Teilraum in den Unterzentren sind Einzelhandelsgroßprojekte in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten „Zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ anzusiedeln. Die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten Sortimenten (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) ist nur in diesen Standortbereichen zulässig. Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten, die ausschließlich der Nahversorgung dienen (vgl. Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3), kommen ausnahmsweise auch an anderen integrierten Standorten in Betracht, sofern keine schädlichen Wirkungen insbesondere auf „zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB“ und die verbrauchernahe Versorgung der Standortgemeinde sowie anderer Gemeinden und deren Ortskerne zu erwarten sind.	<i>Zentralörtliche Standortbereiche für Einzelhandelsgroß- projekte</i> Z
1.7.3.2	Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind auch in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten „Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte“ zulässig, sofern für solche Betriebe in den „Zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ keine geeigneten Flächen zur Verfügung stehen. Im Einzelfall ist die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ ausnahmsweise möglich, wenn in diesen keine geeigneten Flächen verfügbar sind, die raumordnerische Verträglichkeit entsprechend Z 1.7.2.1 nachgewiesen wird und sich das Vorhaben in ein kommunales	<i>Ergänzungsstandorte für Einzelhandels- großprojekte</i> Z

	Einzelhandelskonzept einfügt.	
1.7.3.3	Zentrenrelevante Randsortimente sind in den „Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte“ sowie in den unter Z 1.7.3.2 definierten Ausnahmefällen zulässig, sofern sie gemäß Z 1.7.2.1 raumordnerisch abgestimmt sind. Sie sind auf insgesamt maximal zehn Prozent der Gesamtverkaufsfläche, höchstens jedoch 800 m ² Verkaufsfläche zu begrenzen	<i>Zentrenrelevante Randsortimente</i> Z
1.7.4	Weitere regionalplanerische Vorgaben	
1.7.4.1	Mehrere nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, bei denen auf Grund ihrer engen, räumlichen und funktionalen Verknüpfung negative raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen zu erwarten sind (Agglomeration), sind zu vermeiden und raumordnerisch wie ein Einzelhandelsgroßprojekt zu beurteilen.	<i>Einzelhandelsagglomeration</i> Z
1.7.4.2	Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe an Standorten außerhalb der „Zentralörtlichen Standortbereiche und der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ genießen Bestandsschutz.	<i>Bestandsschutz von Einzelhandelsgroßprojekten</i> G
	Bestandsorientierte Modernisierungen	
	Bestandsorientierte Modernisierungen sollen unter Beachtung der vorstehenden Plansätze auf ihre Raumverträglichkeit geprüft werden. Eingetretene raumordnerische und städtebauliche Fehlentwicklungen dürfen dabei nicht weiter verfestigt werden.	
1.7.4.3	Die Städte und Gemeinden in der Metropolregion Rhein-Neckar sollen zur Stabilisierung ihrer innerstädtischen Versorgungs- und Einzelhandelsstrukturen sowie zur Sicherung der Nahversorgung in Abstimmung mit der Regionalplanung kommunale/interkommunale Einzelhandelskonzepte erarbeiten. Auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten sollen alle Bebauungspläne mit GE- bzw. GI-Festsetzungen an die jeweils aktuelle Baunutzungsverordnung angepasst werden.	<i>Erarbeitung von Einzelhandelskonzepten</i> G
1.7.4.4	Bei Einzelhandelsgroßprojekten, die sich über Staats- und Landesgrenzen hinaus auswirken, soll eine frühzeitige Information und Abstimmung erfolgen	<i>Grenzüberschreitende Abstimmung</i> G

2.3 Flächennutzungsplan

Der **Flächennutzungsplan (FNP) der Stadt Landau in der Pfalz** stellt für das Landauer Stadtgebiet die verschiedenen Bauflächen nach der Art ihrer baulichen Nutzung gemäß § 1 BauNVO dar, dazu gehören:

1. Wohnbauflächen
2. gemischte Bauflächen
3. gewerbliche Bauflächen
4. Sonderbauflächen

Die Entwickelbarkeit von Standorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe beruht auf den Festsetzungen zu den Baugebieten (§§ 2-11 BauNVO). Besondere Festsetzungen hinsichtlich der Einzelhandelssteuerung im FNP stellen die Sondergebiete mit spezifischen Zweckbestimmungen dar (z.B. Möbel oder Bau- und Gartenmarkt).

Eine Ausweisung bzw. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ist im Rahmen der Fortschreibung im FNP beabsichtigt.

2.4 Innenstadtentwicklungskonzept

Im Innenstadtentwicklungskonzept (2015) wird die Situation der Innenstadt vertiefend untersucht. Es beschreibt Handlungsbedarfe und leitet hieraus Ziele und erforderliche Maßnahmen für die Entwicklung der Landauer Innenstadt ab. Dabei ist zu berücksichtigen, dass hier keine Definition bzw. Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (u.a. i.S. § 11 (3) BauNVO) zugrunde liegt, sondern dass in den Analysen und Bewertungen eine Definition der Innenstadt nach statistischen Distrikten vorgenommen wurde, die weiter gefasst ist als der zentrale Versorgungsbereich gemäß Einzelhandelskonzept.

Die Ableitungen der Handlungsfelder und Handlungsräume in der Innenstadt basieren auf den zugewiesenen städtebaulichen Funktionen der Innenstadt. Für das Handlungsfeld Einzelhandel / Dienstleistungen wird folgender Handlungsbedarf konkretisiert:

- Sicherung einer gesamtstädtisch ausgewogenen und verträglichen Verteilung der Verkaufsflächen.
- Bedarf an großflächigen Handelsflächen bei gleichzeitiger Bewahrung der für Landau typischen kleinteiligen Baustrukturen.
- Kontinuierliche Erhebung und Pflege von Daten zur Einzelhandelsentwicklung.
- Sicherung und Fortentwicklung einer differenzierten Einzelhandelsstruktur.
- Aufwertung der Fußgängerzone Kronstraße / Gerberstraße (Badstraße) (1a-Lage) durch Investitionen in den öffentlichen Raum und Steuerung der Sondernutzungen.
- Bedarf einer nachhaltigen Nutzungsmischung.
- Bedarf an einem städtebaulichen Konzept, welches darstellt, welche Form der Nutzungsmischung für die jeweilige innerstädtische städtebauliche Situation angemessen ist.
- Bedarf an einem Konzept zum Umgang mit innerstädtischen Leerständen.
- Sicherung und Verbesserung eines differenzierten Dienstleistungsangebotes in der Innenstadt.

2.5 Folgerungen für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind aus den übergeordneten Planungen folgende Schlussfolgerungen zu ziehen:

1. Das Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Landau in der Pfalz hat eine hohe Ausstrahlung in der Region.
2. Die Landauer Innenstadt ist der wichtigste Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet und Vorrangstandort für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe (insbesondere mit innenstadtrelevanten bzw. zentrenrelevanten Kernsortimenten).
3. Die künftige Standortstruktur soll zur Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Grundversorgung beitragen.
4. Großflächige Standorte mit Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten sollen zentrenverträglich gestaltet werden.
5. Das Einzelhandelskonzept soll bestehende Entwicklungsplanungen berücksichtigen und inhaltlich weiterentwickeln.
6. Bebauungspläne sind zu beachten, können aber auch als änderungsbedürftig erkannt werden.
7. Das erarbeitete Einzelhandelskonzept soll mit den betroffenen Nachbarkommunen und den Trägern öffentlicher Belange abgestimmt werden.
8. Das Einzelhandelskonzept beinhaltet schließlich einfach abrufbare Grundlagen für Entscheidungen über die Ansiedlung, Änderung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben und stellt nach Beschluss des Stadtrates ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB dar.

3 Methodik

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Landauer Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe im zentralen Versorgungsbereich.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Landau in der Pfalz gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln.

- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 5(2) Nr. 2 d und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, städtebauliche Analyse und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Landau in der Pfalz ergibt, das die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

3.1 Angebotsanalyse

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im Juni 2017 eine flächendeckende **Vollerhebung des Landauer Einzelhandelsbestandes** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer flächendeckenden Begehung / Befahrung des Stadtgebiets bei gleichzeitiger, soweit möglich bzw. zugelassener, lasergestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurden die Adressen sowie die Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten (vgl. Tabelle 1) aufgenommen. Weiterhin wurde eine Lagezuordnung (vgl. dazu Tabelle 2) vorgenommen.

Der Erhebung liegt folgende Definition der Verkaufsfläche zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut jüngstem Urteil (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Mit Blick auf die Rechtsprechung zum Thema „Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung“ ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung notwendig. Dabei sind insbesondere auch relevante Randsortimente zu erfassen, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um die sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimente den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse

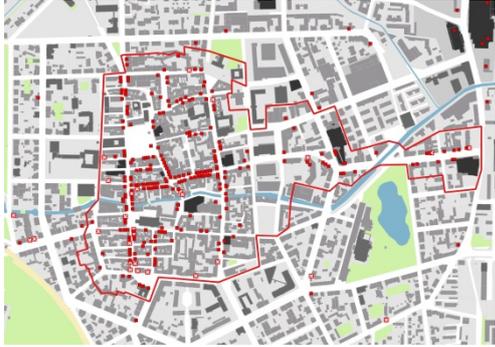
Warengruppe	Sortimente	Erläuterung (beispielhaft)
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe		
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	
	Backwaren / Konditoreiwaren	
	Fleischwaren	
	Getränke	Getränke inkl. Wein / Sekt / Spirituosen
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen	Schnittblumen
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	
	Zoologische Artikel	Zoologische Artikel, lebende Tiere
Gesundheit und Körperpflege	Apotheke	Freiverkäufliche Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)
	Drogeriewaren	Drogeriewaren / Körperpflegeartikel, Kosmetikartikel / Parfümeriewaren
Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher	
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren	Papier / Büroartikel / Schreibwaren auch Büromaschinen
	Zeitungen / Zeitschriften	
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe		
Bekleidung / Textilien	Bekleidung	Bekleidung, (Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Bademoden, Berufsbekleidung, Hüte / Mützen, Miederwaren, Motorradbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Socken / Strümpfe, Wäsche)
	Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle	
Schuhe / Lederwaren	Schuhe	Schuhe (ohne Sportschuhe)
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme	
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	
Spielwaren / Hobbyartikel	Hobbyartikel	Künstlerartikel / Bastelzubehör, Sammlerbriefmarken und -münzen

Warengruppe	Sortimente	Erläuterung (beispielhaft)
	Musikinstrumente und Zubehör	
	Spielwaren	
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen	
	Campingartikel	
	Fahrräder und technisches Zubehör	
	Sportartikel	Sportartikel / -kleingeräte
	Sportbekleidung und Sportschuhe	
	Sportgroßgeräte	
überwiegend langfristige Bedarfsstufe		
Wohneinrichtung	Bettwaren / Matratzen	
	Heimtextilien	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe
	Teppiche (Einzelware)	
	Wohneinrichtungsartikel	Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen, sonstige Wohneinrichtungsartikel (u.a. Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Ziergegenstände, Kunstblumen)
Möbel	Möbel	Möbel (Antiquitäten, Bad-, Büro-, Küchen- und Wohnmöbel, Gartenmöbel)
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte	Elektrogroßgeräte (weiße Ware)
	Elektrokleingeräte	
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	
Elektronik / Multimedia	Elektronik und Multimedia	Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel	Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck	
Bau- und Gartenmarktsortimente	Bauelemente / Baustoffe	
	Baumarktspezifisches Sortiment	Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge, sonstige baumarktspezifische Artikel
	Gartenartikel und -geräte	Gartenartikel und -geräte, Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor)
	Pflanzen / Samen	
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	
Sonstiges	Erotikartikel	
	Kinderwagen	

Quelle: eigene Zusammenstellung

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage und städtebaulich nicht integrierte Lage zugeordnet. Deren Merkmale werden in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

<p>Zentrale Versorgungsbereiche</p> <p>Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d.h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 5 (2) Nr. 2d und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO.</p>	<p>Beispiel: Innenstadt</p> 
<p>Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage</p> <p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Landauer Einzelhandelskonzeptes handelt es sich dabei um Einzelhandelsbetriebe, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Landau in der Pfalz integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben. Die Einzelhandelsdichte und -konzentration reicht jedoch nicht aus, um die Lagen als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten an zusammenhängende Wohnsiedlungen angrenzt, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.</p>	<p>Beispiel: Netto Marken Discount, Charles-de-Gaulles-Straße</p> 
<p>Städtebaulich nicht integrierte Lage</p> <p>Die städtebaulich nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z.B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z.B. in Gewerbegebieten).</p>	<p>Beispiel: SBK compact, Taubensuhlstraße</p> 

Quelle: eigene Zusammenstellung

Außerdem wurde eine Zuordnung der Betriebe unter Bezug auf die Landauer Stadtteile vorgenommen und entsprechend in folgende acht Erhebungseinheiten unterteilt:

- Arzheim
- Dammheim
- Godramstein
- Landau (Kernstadt)
- Mörlheim
- Mörzheim
- Nußdorf
- Queichheim
- Wollmesheim

Die durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Landauer Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Aktualisierung der Analyse und Neubewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowie deren Veränderung gegenüber der letzten Vollerhebung aus dem Jahr 2009 sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner statistischer Bezirke und Siedlungsbereiche dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie unter Berücksichtigung der räumlichen Lage der Betriebe werden die absatzwirtschaftlichen Kennwerte ermittelt, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist die differenzierte Ausweisung der Verkaufsflächen und Sortimente im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 8.2).

Befragung der Innenstadthändler zum Online-Handel

Im Zuge der Erfassung des innerstädtischen Einzelhandels wurden die Einzelhändler auch zu ihrer Positionierung im Online-Handel gefragt. Es wurde aufgenommen, ob der Händler eine eigene Internetseite oder einen Online-Shop betreibt bzw. auf anderen Plattformen Waren anbietet.

3.2 Nachfrageanalyse

Einen zweiten wichtigen Baustein der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfragesituation dar. Sie liefert ein umfassendes Bild über das spezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Bevölkerung in Landau in der Pfalz und der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die Darstellung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Einzelhandelsgutachten und -analysen geschieht auf Grundlage sekundärstatistischer Daten. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine entsprechenden Daten über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch eine Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der

volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. Dabei werden in der vorliegenden Untersuchung Werte der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zugrunde gelegt. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Der Indexwert von 100 beschreibt den Bundesdurchschnitt. Liegt die Kaufkraftkennziffer einer Kommune unter dem Indexwert 100, so ist diese durch ein dem entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, dann zeichnet sich die Kommune durch ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau aus.

Kundenherkunftserhebung

Die Kundenherkunftserhebung gibt Auskunft über das Einzugsgebiet des Landauer Einzelhandels und stellt somit eine empirische Basis für die Abgrenzung des Einzugsgebietes dar. Dieses gibt zum einen Aufschluss über die Ausstrahlungskraft des Landauer Einzelhandels und dient zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden, in der Zeit von Montag, den 19. Juni 2017 bis Samstag, den 24. Juni 2017, bei Landauer Einzelhändlern unterschiedlicher Branchenzugehörigkeit und Größe Listen ausgelegt, in die der Wohnort der zahlenden Kunden eingetragen wurde. Insgesamt beteiligten sich 35 Betriebe. Die Kundenherkunft wurde jeweils von dem für den Zahlvorgang zuständigen Personal in den einzelnen Betrieben (über die Nennung der Postleitzahl des Herkunftsortes der Kunden) aufgenommen. Ergänzt wurden die Daten durch Angaben einzelner Betreiber aus eigenen Erhebungen.

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen einzelhandelsrelevanten Umsatzdaten des Landauer Einzelhandels werden nicht nur die vor Ort erhobenen Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Landau in der Pfalz. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Ergänzend zu den vorab beschriebenen Quellen bilden Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u.a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u.a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

Definition Nahversorgung

Im Rahmen der Analyse der Einzelhandelssituation und kommunalen Daseinsvorsorge kommt der wohnungsnahen Grundversorgung eine besondere Bedeutung zu. Dabei nimmt die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu den verschiedenen Lagekategorien einen wichtigen Stellenwert ein.

Unter Nahversorgung wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des

kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen.

Nahversorgungsstandorte können unterschiedlich ausgestattet sein. Neben einer rein quantitativen Betrachtung sind im Rahmen der Analyse und Bewertung der Angebotssituation auch räumliche und qualitative Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung. Dabei geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt. Bei der räumlichen Betrachtung dient die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in der Stadt Landau in der Pfalz wird eine Distanz von ca. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden solitäre Verkaufsbetriebe in Wohngebieten (beispielsweise der Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount, Charles-de-Gaulles-Straße), die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen.

Von Nahversorgungsstandorten (mit einzelnen Betrieben) sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise Nahversorgungszentren zu unterscheiden. Sie nehmen eine über die rein fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder -bereiche ein.

Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können beispielhaft bzw. idealtypisch als relevant für die wohnungsnaher Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung (Beispiel)

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

3.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in der Stadt Landau in der Pfalz im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den zentralen Versorgungsbereichen. Bereits im Einzelhandelskonzept von 2010 wurde die Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt. Der Bereich wurde anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und hinsichtlich seiner Abgrenzung und Zuordnung der Haupt- und Nebenlagen modifiziert. Dies geschieht auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex.

Für die Prosperität eines zentralen Versorgungsbereiches sind neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefergreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation, Städtebau und Nutzungsmischung von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Zentren- und Einzelhandelskonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Folgende Kriterien werden bei der städtebaulichen Analyse untersucht:

- Einzelhandelsdichte⁶
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse aus dem Jahr 2010 bewertet werden, sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a), 5 (2) Nr. 2 d und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass

⁶ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereiches vor dem Hintergrund der Rechtsprechung⁷ keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen bzw. Bauleitplanung zu bieten.

3.4 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

Die Untersuchung umfasst drei wesentliche Arbeitsschritte (vgl. dazu Abbildung 1): die Analyse der Angebots- und Nachfrageseite in der Stadt Landau in der Pfalz zum Status-Quo, die perspektivische Betrachtung von Entwicklungspotenzialen und einer künftigen Steuerungsstrategie sowie dem Einzelhandelskonzept mit seinen konzeptionellen Bausteinen (übergeordnete Ziele, Standortstruktur, Grundsätze zur Umsetzung). Am Ende des Erarbeitungsprozesses steht eine Beschlussfassung im Rat der Stadt. Dadurch erhält das Einzelhandelskonzept, das ein städtebauliches Konzept i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB darstellt, eine Verbindlichkeit in Form einer kommunalen Eigenbindung. Es stellt damit eine fundierte, empirisch abgesicherte, gemeinschaftlich getragene Grundlage für künftige Entscheidungen zu Ansiedlungen, Veränderungen oder Verlagerungen von Einzelhandelsbetrieben dar. Darüber hinaus liefert das Einzelhandelskonzept Grundlagen und Begründungszusammenhänge für die Bauleitplanung.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



Quelle: Eigene Darstellung

Prozessbegleitung

Hinsichtlich der Akzeptanz sowie Umsetzung eines Einzelhandelskonzeptes hat es sich bewährt, die wesentlichen Akteure von Einzelhandels- und Stadtentwicklung in den Bearbeitungsprozess mit einzubinden. Dies wird in der Regel sowohl durch eine breite Information zu den Inhalten des Konzeptes, aber auch durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen erreicht. Aus diesem Grund muss ein besonderer – auch zeitlicher – Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt werden. Ein solcher fachbezogener Dialog verbessert die Qualität der Untersuchung und soll einen Diskussionsprozess an-

⁷ Vgl. dazu u.a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

stoßen, der auch nach Ablauf der begleiteten Untersuchung anhält. Wenn aus der Beteiligung eine Mitwirkung wird, kann demnach mit einem breiten Verständnis der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz wurde dementsprechend durch eine intensive Zusammenarbeit mit der Landauer Verwaltung und einen projektbegleitenden Workshop am 06.09.2017 mit Vertretern der politischen Gremien, der Institutionen sowie Verbände (IHK Pfalz, EHV Mittelrhein-Hessen Pfalz, Handwerkskammer Pfalz, AKU) und Verwaltung (Stadtbauamt, Wirtschaftsförderung) begleitet. Darüber hinaus wurden aktuelle Entwicklungen und Trends, wie insbesondere die Digitalisierung im Einzelhandel sowie die konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes in einem Bürgerforum (01.02.2018) vorgestellt und diskutiert.

Im Rahmen einer Beteiligungsphase im Vorfeld einer Beschlussfassung durch den Stadtrat wurde der Entwurf des Einzelhandelskonzeptes in der Zeit vom 02.02. bis 05.03.2018 öffentlich ausgestellt sowie eine Beteiligung der Träger öffentlicher Belange durchgeführt.

Einbindung der Politik

Das vom Gutachterbüro vorgelegte Einzelhandelskonzept stellt eine Entscheidungsgrundlage dar, dessen Umsetzung nicht zuletzt auch von der Akzeptanz der politischen Entscheidungsträger in der Stadt Landau in der Pfalz abhängt. Die Vertreter der politischen Fraktionen wurden daher zum projektbegleitenden Workshop hinzugezogen. Darüber hinaus wurde in den zuständigen Fachausschüssen im Laufe des Bearbeitungsprozesses jeweils über den Arbeitsstand berichtet.

4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in Landau in der Pfalz

Zur Einordnung der Stadt Landau in der Pfalz hinsichtlich der untersuchungsrelevanten Einzelhandels- und städtebaulichen Situation erfolgt nachstehend eine Übersicht über die Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes Landau in der Pfalz auswirken können. Im Folgenden werden die standortrelevanten Rahmenbedingungen betrachtet und – soweit methodisch möglich – denen aus dem Jahr 2010 gegenübergestellt. In erster Linie sind Veränderungen der Einwohnerzahlen sowie die Entwicklung der Ausgabenstrukturen von Privathaushalten (sortimentspezifische Kaufkraftpotenziale) hinsichtlich der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen zu berücksichtigen.

4.1 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen zeigten sich in den letzten Jahrzehnten derart dynamische Veränderungen wie im Einzelhandelssektor. Diese haben zugleich einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung der städtischen Zentren und der räumlichen Einzelhandelsstruktur.

Standort- und Strukturentwicklungen im stationären Einzelhandel

- Trotz diverser anderslautender Prognosen setzt sich die Expansion im stationären Einzelhandel noch immer fort: Zwischen den Jahren 2009 und 2016 stieg die Gesamtzahl der Verkaufsfläche in Deutschland von rund 120 Mio. um ca. 3,2 % auf rund 124 Mio. Quadratmeter an.⁸ Gleichwohl sind die Zuwachsraten in den letzten Jahren deutlich gesunken und es zeichnen sich allmählich Sättigungstendenzen ab.
- Gleichzeitig ist die **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe** jedoch weiter rückläufig. Zwischen 2010 und 2015 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rund 375.600 um etwa 6 % auf rund 350.000.⁹ Diese gegenläufigen Entwicklungen sind Merkmale einer fortschreitenden **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2007 noch einen Marktanteil von 25,4 % hatte, lag dieser 2016 nur noch bei 17,6 %. Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten.

⁸ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE); September 2017, Abruf unter www.statista.com; Zugriff September 2017

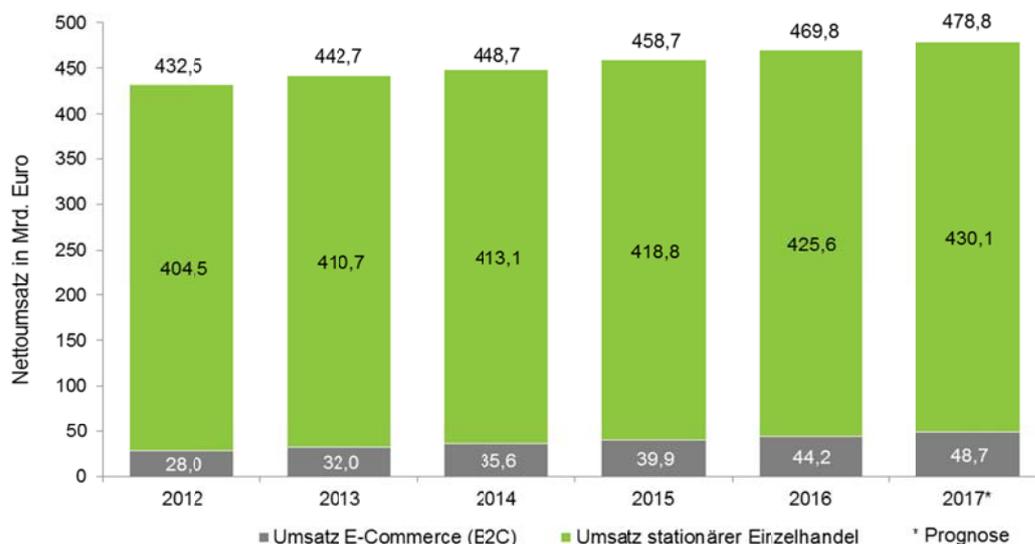
⁹ Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Umsatzsteuerstatistik, Februar 2017; Abruf unter www.statista.com; Zugriff September 2017

Abbildung 2: Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland 2006 bis 2016



Quelle: HDE Zahlenspiegel 2017, Juli 2017

Abbildung 3: Umsatzentwicklung im Einzelhandel 2012 – 2017 (Nettoumsatz in Mrd. Euro)

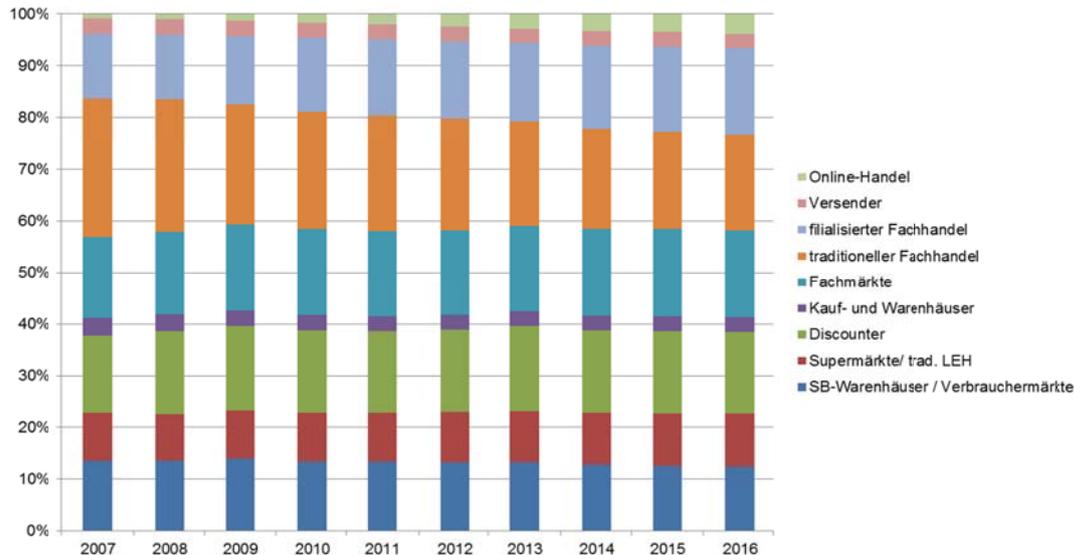


Quelle: Euromonitor, Dezember 2017: Nettoumsatz im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2012 bis 2017 (in Millionen Euro); HDE, Mai 2017: Umsatz durch E-Commerce (B2C) in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2016 sowie eine Prognose für 2017 (in Milliarden Euro); Abruf unter www.statista.com; Zugriff im Dezember 2017

- Auch der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Nach einem zwischenzeitlich rückläufigen Gesamtumsatz von rund 419 Mrd. Euro im Jahr 2009, wurde im Jahr 2016 ein Gesamtumsatz von rund 470 Mrd. Euro im deutschen Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rund 16 % entspricht. Für das Jahr 2017

wird ein weiterer Umsatzzuwachs um rund 2 % auf rund 479 Mrd. Euro prognostiziert.¹⁰ Eine äußerst dynamische Entwicklung nimmt dabei der Umsatz im Online-Handel ein. Im Jahre 2012 betrug der Umsatz (B2C) rund 28 Mrd. Euro. Für das Jahr 2017 werden rund 49 Mrd. Euro Umsatz prognostiziert. Seit 2012 zeichnet sich damit eine Zunahme von insgesamt 73 % ab.

Abbildung 4: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2007 – 2016 (in Prozent)



Quelle: HDE 2017, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2016 (hier ohne Übrige); Abruf unter www.statista.com, Zugriff im September 2017

- Nicht nur inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte gerieten in der Vergangenheit zunehmend unter Druck. Neben der anhaltenden „Warenhauskrise“ waren vor allem auch ehemals namhafte Filialisten (u.a. Woolworth, Wehmeyer, Schlecker) durch Insolvenzen betroffen.
- Die Zahl der **Einkaufszentren** ist hingegen weiter gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Einkaufszentren mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. Quadratmetern, sind es im Jahr 2017 mittlerweile schon 470 mit einer Gesamtfläche von 15,4 Mio. Quadratmetern¹¹ (Quelle: EHI Retail Institut). Dabei stehen neue Konzepte von Einkaufszentren und neu entstehende Flächen dem Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Einkaufszentren gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die minder genutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Misstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.
- In den 1980er und 1990er Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an autokundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sog. sekundäre Standortnetz) sorgten und so mit den Angeboten in den Zentren in Konkurrenz traten. Wenngleich diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmitteldiscountern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (auch in zen-

¹⁰ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE); Zahlenspiegel 2017, Abruf unter www.statista.com; Zugriff September 2017

¹¹ Quelle: www.handelsdaten.de

trenrelevanten Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht innenstadtrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche innenstadtrelevante **Randsortimentsangebote** (z.B. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen. Auch für sogenannte „**Factory Outlet Center**“ entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen Waren aus eigener Produktion an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.

- Auf der anderen Seite positionieren sich einige – üblicherweise großflächige Anbieter – auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören vor allem Lebensmittelanbieter, aber vereinzelt auch Möbel- oder Baumärkte. Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomienutzung, o. ä.).
- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch „**neue**“ **Kundenmagneten** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

Steigender Wettbewerbsdruck durch E-Commerce (=Online-Handel)¹²

- Vor allem auch „neue“ Vertriebs- und Absatzwege gewinnen zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen. Dazu gehört vor allem der **Onlinehandel**, der durch Vorteile wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus besticht. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig zunehmende Marktanteile auf: Der im Online-Handel erzielte Einzelhandelsumsatz (netto) wuchs von rund 2,3 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rund 44 Mrd. Euro im Jahr 2016 an. Für das Jahr 2017 wird eine weitere Zunahme auf rund 48,7 Mrd. Euro prognostiziert.¹³ Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entsprechen diese Werte aktuell einem relativen Umsatzanteil von ca. 9 - 10 %.

¹² „E-Commerce – der elektronische Handel E-Commerce umfasst alle Ein- und Verkäufe von Waren und Dienstleistungen, die über elektronische Netze wie etwa das Internet oder EDI (Electronic Data Interchange) getätigt werden. Voraussetzung einer E-Commerce-Aktivität ist die Bestellung von Waren oder Dienstleistungen über diese elektronischen Netze, Zahlung und Lieferung können online oder auf herkömmlichen Wegen erfolgen. Bestellungen per E-Mail sind darin nicht enthalten.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; www.destatis.de (zuletzt zugegriffen am 11.04.2014)

¹³ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Nettoumsatz im B2C-E-Commerce in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2015 mit Prognose für 2016 (in Milliarden Euro); Top 20 der umsatzstärksten Warengruppen im Online-Handel nach Umsatz (2016); www.handelsdaten.de

Abbildung 5: Stationärer Handel und Internet-Handel



Quellen: eigene Aufnahmen

- Grundsätzlich werden inzwischen nahezu alle Sortimente über den Internethandel vertrieben, jedoch ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Online-Handels profitieren. Gemäß den Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2016 nahezu zwei Drittel des im interaktiven Handel¹⁴ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe sowie Haushaltswaren und -geräte erwirtschaftet.¹⁵ Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig die Umsatzzahlen und -zuwächse im Online-Handel bestimmen. Bisher relativ gering sind mit rund 2 % die Anteile der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel an den Umsätzen des Online-Handels,¹⁶ aber auch hier werden deutliche Zuwächse prognostiziert.
- Es sind jedoch nicht die reinen Onlinehändler (Pure Player), die die Veränderungen im Einzelhandel bestimmen, vielmehr gewinnen **Multichannel-Konzepte**¹⁷ an Bedeutung. Während vormals reine Onlinehändler mittlerweile auch Ladenlokale im stationären Handel eröffnen (z.B. Cyberport), gehen einst ausschließlich stationäre Händler auch online. Es werden in diesem Zuge unterschiedlichste Mischformen entwickelt, wie beispielsweise Bestellung im Internet, Abholung im Laden vor Ort oder Umtausch bzw. Retoure vor Ort, usw. (vgl. Abbildung 5).

¹⁴ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen.

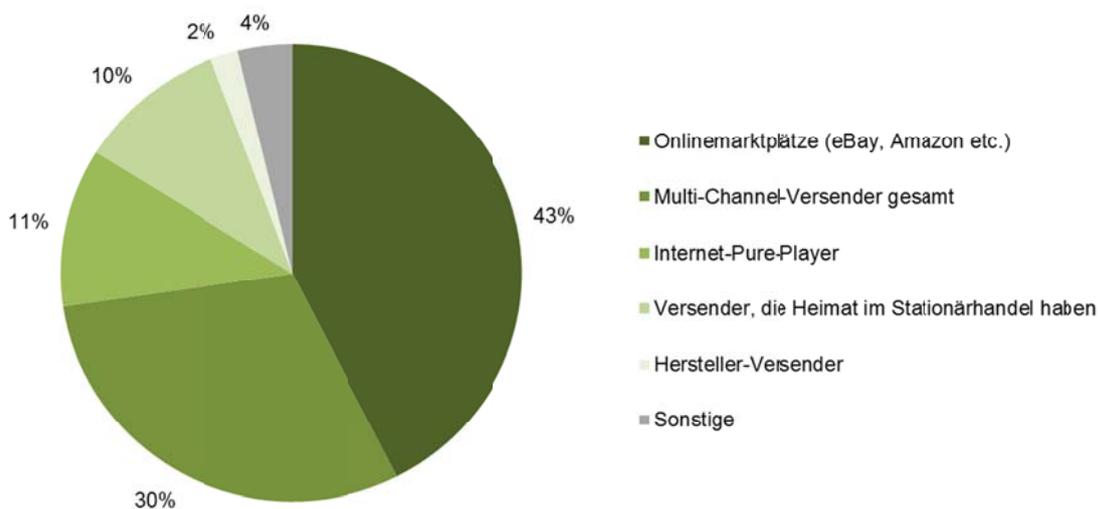
¹⁵ Vgl. Interaktiver Handel in Deutschland 2016, bevh, 2017; Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Zugriff unter Abruf unter www.handelsdaten.de; Zugriff September 2017

¹⁶ ebenda

¹⁷ Bei dem Multi-Channel-Konzept verknüpfen die Kunden die positiven Implikationen eines jeden Vertriebsweges ohne bewusst zwischen stationärem Handel und Onlinehandel zu unterscheiden. Auch der Einzelhandel entdeckt zunehmend die neue Wertigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle und versucht über die verstärkte Verknüpfung der einzelnen Absatzwege ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen.

- Trotz aller Zuwachsraten wird der Online-Handel den stationären Handel auch zukünftig nicht ersetzen können, wenngleich sich der stationäre Einzelhandel dem Online-Handel bzw. der Digitalisierung nicht verschließen sollte. Einkaufsmotive, wie die persönliche Beratung im Geschäft, das Aus- bzw. Anprobieren des jeweiligen Produktes und / oder – zumindest das Gefühl – einer direkten Verfügbarkeit der Ware, genießen in Kundenkreisen weiterhin einen hohen Stellenwert. So kann auch der stationäre Einzelhandel vom multioptionalen Kunden bzw. dem oben genannten **Multi-Channel-Konzept** profitieren. Unter anderem über eigene Onlineshops oder Onlinemarktplätze (wie z.B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Die Vielfalt der Versendergruppen im Versand- und Online-Handel wird in der nachfolgenden Grafik dargestellt.

Abbildung 6: Anteile nach Versendergruppen im Online- und Versandhandel (2015)



Quelle: Umsatz im Online- und Versandhandel nach Versendergruppen in Deutschland 2015, bevh 2016; Abruf unter www.statista.com, Zugriff im September 2017

Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln und Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

- Auf der einen Seite beleben neue Handelsformate den Markt, dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste – gekoppelt mit dem Internethandel.
- Auf der anderen Seite steigen – vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen – die Marktzutrittsgrößen von Lebensmittelanbietern bzw. werden entsprechend von Investoren und Betreibern nachgefragt. Größere Märkte generieren einen größeren – in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden – Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur aufgrund wettbewerblicher bzw. städtebaulicher Auswirkungen. Es findet eine Netzausdünnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrecht erhalten werden bzw. die Funktion „kleinerer“ Zentren in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.

- Veränderungen der Betriebstypen lassen sich dabei auch in der Drogeriemarktbranche feststellen. Mit der Schlecker-Insolvenz im Jahre 2012 erlebten die Anzahl und der Umsatz der **Drogeriemärkte** in Deutschland einen deutlichen Einbruch. Die Zahl sank von 2011 bis 2012 von rund 10.250 auf 3.855 Märkte und damit um mehr als 60 %¹⁸. Damit einher ging eine deutliche Ausdünnung des Filialnetzes, was vor allem in dünner besiedelten Bereichen und im ländlichen Raum zu Versorgungslücken führte. Der Umsatz der Branche sank von 13,5 Mrd. Euro im Jahre 2011 auf 11,8 Mrd. Euro im Jahre 2012 um rund 13 %. Seither hat sich der Umsatz jedoch sehr gut erholt. Auch die Anzahl der Betriebe ist stetig angestiegen, wobei die Anzahl der Betriebe aus dem Jahre 2011 längst nicht erreicht wird. Im Jahre 2015 sind es 4.475 Märkte. Das entspricht einem Anteil von 43 % gegenüber 2011. Dabei ist festzuhalten, dass besonders die Wettbewerber dm-drogerie markt und Rossmann deutliche Entwicklungen erfahren haben. Die „neuen“ Märkte unterscheiden sich sowohl in den Verkaufsflächengrößen (500-800 m²) deutlich von Schlecker-Märkten (150-250 m²), als auch im Angebot sowie im Erscheinungsbild (breiteres Angebot, niedrige Regal, breitere Gänge, Lichtdesign etc.).
- Internethandel oder Bringdienste können entstehende Lücken im Versorgungsnetz nur sehr eingeschränkt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung

Die aufgeführten strukturellen und räumlichen Angebotsverschiebungen stellen die räumliche Planung weiterhin vor große Herausforderungen:

- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene Siedlungsstrukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren können die Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur bedingt bzw. nur mit baulichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.
- Durch überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb als auch hauptsächlich außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die zentren-, aber auch nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (z.B. Möbelanbieter).
- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust der gewachsenen Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Dies kann sich durch uniforme und zumeist auch kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-)Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.

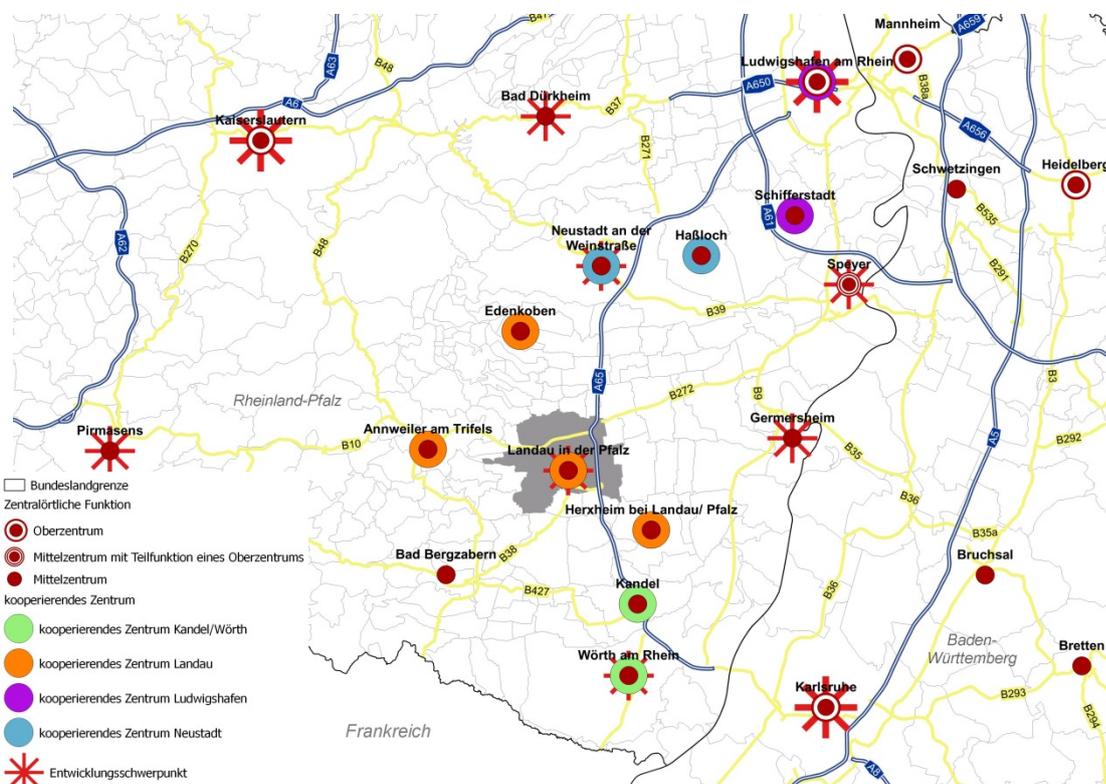
¹⁸ vgl. KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Hrsg.): Trends im Handel 2025; 2016

- Die Folge der wachsenden Betriebsgrößen und Konzentrationstendenzen auf der einen und die Angebotsverschiebung an nicht integrierte Standorte auf der anderen Seite bewirkt vor allem im Lebensmitteleinzelhandel sowie auch im Handel mit Drogeriewaren eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere bzw. dünner besiedelte Ortsteile in größeren Städten.

4.2 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Aus landesplanerischer Sicht wird die Stadt Landau in der Pfalz mit 46.650 Einwohnern als Mittelzentrum mit teilweise oberzentraler Bedeutung im Verdichtungsraum eingestuft. Sie gehört mit Annweiler, Edenkoben und Herxheim zu einem sogenannten „mittelzentralen Verbund kooperierender Zentren“ und ist Entwicklungsschwerpunkt.

Karte 1: Lage im Raum / Landesplanerische Einordnung



Quelle: eigene Darstellung nach © OpenStreetMap-Mitwirkende CC-BY-SA

Mit einem Bevölkerungsanteil von mehr als 50 % in Mittel- oder Oberzentren wird dieser Raum als verdichteter Bereich mit konzentrierter Siedlungsstruktur eingestuft (LEP IV RP, 2008), in dem eine hohe Zentrenreichbarkeit (Kategorie 8 bis 20 Zentren in 30 Minuten) gegeben ist.

Das Oberzentrum der Region Rheinpfalz ist Ludwigshafen in rund 50 km Entfernung. Der nördliche Teil der Region liegt allerdings bereits im Versorgungsbereich des baden-württembergischen Oberzentrums Mannheim, der südliche Teil wird vom ebenfalls baden-württembergischen Oberzentrum Karlsruhe beeinflusst. Darüber hinaus bestehen grenzüber-

schreitende Verflechtungsbeziehungen mit der benachbarten französischen Region Nord-Elsass. Das nächstgelegene Mittelzentrum ist Neustadt an der Weinstraße.

Mit drei Anschlussstellen an der A65 sowie Anschlüssen an die B10 Richtung Kaiserslautern und Pirmasens und an die B38 nach Frankreich (Wissembourg) verfügt die Stadt über eine verkehrsgünstige Lage. Ebenso besitzt der Hauptbahnhof Anbindung an das überregionale Schienennetz sowie den öffentlichen Personennahverkehr.

Die Stadt Landau in der Pfalz stellt einen landesweit bedeutsamen Arbeitsmarktschwerpunkt dar und hält darüber hinaus verschiedene oberzentrale Einrichtungen, wie beispielsweise die Universität Landau-Koblenz, Abteilung Landau, vor. Der Einpendlerüberschuss von mehr als 5.200 Personen (2016)¹⁹ verdeutlicht nach wie vor die Position der Stadt als „Südpfalz-Metropole“.

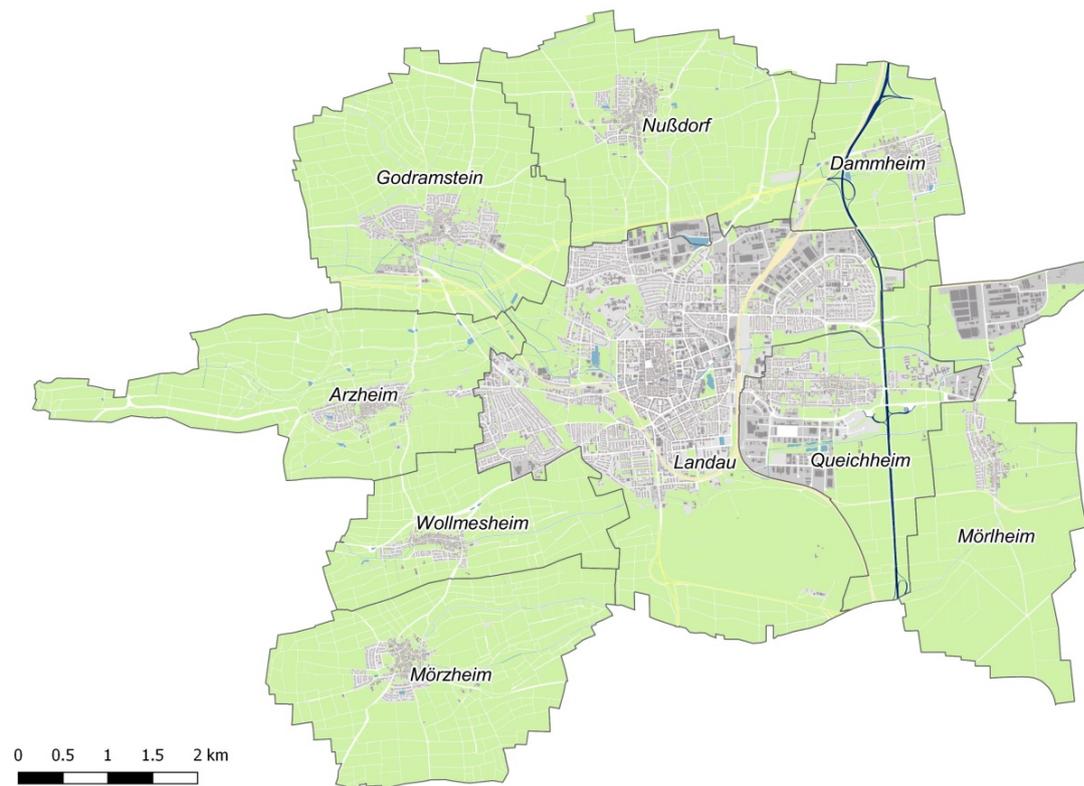
Insgesamt verfügt die Stadt Landau in der Pfalz trotz ihrer Lage im Spannungsfeld von Mittel- und Oberzentren über eine starke eigene Identität sowohl als Wirtschafts- bzw. Arbeitsmarktstandort als auch als Einzelhandelsstandort.

4.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Im räumlichen Gefüge (vgl. Karte 11) befindet sich der siedlungsstrukturelle Schwerpunkt im Stadtteil Landau (Kernstadt), wo auch die Innenstadt liegt. Der Stadtteil geht im östlichen Bereich in den Stadtteil Queichheim über. Eingerahmt wird dieser Siedlungskern von weiteren sieben Ortsteilen: Arzheim, Dammheim, Godramstein, Mörlheim, Mörzheim, Nußdorf und Wollmesheim, die 1932 bzw. 1972 eingemeindet wurden. Sie behielten ihren eigenständigen Namen. Weinberge, Getreide- und Rapsfelder zwischen Stadt und Dörfern bewahren die Ortsteile vor einer städtischen Zersiedlung.

¹⁹ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz: Rheinland-Pfalz regional: Datenkompass Arbeitsmarkt und Erwerbstätigkeit, Kreisfreie Stadt Landau in der Pfalz

Karte 2: Siedlungs- und Stadtstruktur Landau in der Pfalz



Quelle eigene Darstellung; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

In der Stadt Landau in der Pfalz leben derzeit (Stichtag 31.12.2017) rund 47.100 Einwohner.²⁰ Die Bevölkerungsentwicklung weist in der Zeit von 2009 (Stichtag 31.12.2009) bis 2017 (Stichtag 31.12.2017) insgesamt einen Zuwachs von rund 4.100 Einwohnern bzw. 9,5 % auf. Dabei sind die Bevölkerungsveränderungen erwartungsgemäß in den einzelnen Stadtteilen unterschiedlich ausgeprägt.

Im zentralen Stadtteil Landau (Kernstadt) wohnen nahezu drei Viertel (33.600) der Landauer Bevölkerung. Die umliegenden acht Stadtteile bzw. Dörfer weisen Einwohnerzahlen von rund 800 (Wollmesheim) bis 3.600 (Queichheim) Einwohnern auf, was einem durchschnittlichen Anteil an der Gesamtbevölkerung von 3,6 % entspricht.

Tabelle 4: Einwohnerzahlen der Stadtteile der Stadt Landau in der Pfalz

Stadtteile	Bevölkerung*		Veränderung zu 2009*	
	Stand: 31.12.2009	Stand: 31.12.2017	absolut	prozentual
Arzheim	1.600	1.400	-200	-12,5 %
Dammheim	1.000	1.100	100	+10,0 %
Godramstein	2.700	2.700	-	-

²⁰ In der amtlichen Statistik des Landes Rheinland-Pfalz wird zum 31.12.2016 ein leicht niedrigerer Wert von 46.006 Einwohnern für die Stadt Landau in der Pfalz ausgewiesen. (vgl. dazu: <http://infothek.statistik.rlp.de/MeineHeimat/content.aspx?id=101&l=1&g=07313&tp=1026>; Zugriff Mai 2018)

Stadtteile	Bevölkerung*		Veränderung zu 2009*	
	Stand: 31.12.2009	Stand: 31.12.2017	absolut	prozentual
Landau (Kernstadt)	30.100	33.600	3.500	+11,6 %
Mörlheim	900	1.100	200	+22,2 %
Mörzheim	1.100	1.200	100	+ 9,1 %
Nußdorf	1.450	1.600	150	+10,3 %
Queichheim	3.400	3.600	200	+5,9 %
Wollmesheim	750	800	50	+6,7 %
gesamt	43.000	47.100	4.100	+ 9,5 %

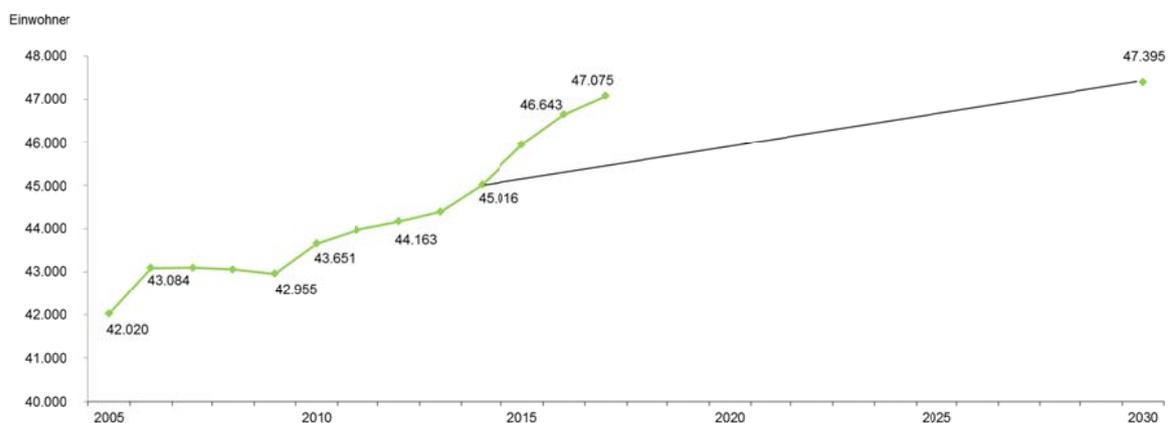
Quellen: 2009: Einzelhandelskonzept der Stadt Landau in der Pfalz 2010; 2016: Einwohnerstatistik von Landau in der Pfalz, Stand 31.12.2017, *Hauptwohnsitze in der Stadt Landau in der Pfalz, gerundete Werte

Der höchste Bevölkerungszuwachs seit 2009 zeigt sich im Stadtteil Landau (Kernstadt) mit rund 34.400 Einwohnern, bzw. 11,6 %. Als wesentliche Entwicklungen sind dabei das Wohngebiet Quartier Vauban sowie der „Wohnpark Am Ebenberg“ auf den ehemaligen Kasernengebieten zu nennen. Leichte Zuwächse sind darüber hinaus auch in den Stadtteilen Dammheim, Mörlheim, Nußdorf, Queichheim und Wollemsheim zu verzeichnen. Absolut bewegen sich diese jedoch lediglich zwischen 50 und 200 Einwohnern. Daneben zeigt sich für Godramstein eine unveränderte Einwohnerzahl, während in Arzheim ein Rückgang von insgesamt rund 200 Einwohnern zu verzeichnen ist.

Bevölkerungsprognose

Für die Stadt Landau in der Pfalz liegt eine Bevölkerungsprognose im Rahmen des Wohnraumversorgungskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz (inwis, Februar 2016) vor. Diese stellt auf das Basisjahr 2014 sowie die Bevölkerungsstatistik der Stadt Landau in der Pfalz ab. In einer Trendvariante wird für einen Prognosehorizont von 2030 eine Bevölkerung von 47.395 (Hauptwohnsitz) errechnet. Das entspricht einem Wachstum von 5,2 %. Nicht berücksichtigt werden konnten dabei die neuesten Entwicklungen bezüglich der Flüchtlinge.

Abbildung 7: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Landau in der Pfalz 2005 bis 2017, Prognose 2030



Quelle: eigene Darstellung, Grundlagen: Quelle: inwis, Wohnraumversorgungskonzept Stadt Landau in der Pfalz, 17. Februar 2017; ab 2012: Stadt Landau in der Pfalz Einwohnerstatistik, <http://geoportal.landau.de> Einwohner nach Hauptwohnsitz; 2017: Stand 31.12.2017, 2030: Prognose (inwis)

Neben der quantitativen Betrachtung werden in der inwis-Studie auch Veränderungen innerhalb der Altersgruppen betrachtet. Es sind deutliche Zuwächse bei den älteren Bevölkerungsgruppen ab 65 Jahren abzulesen, während Bevölkerungsverluste voraussichtlich bei Kindern und Jugendlichen zwischen 6 und 18 Jahren sowie bei jungen Erwachsenen bis 30 Jahren zu erwarten sind.

Das Einzelhandelskonzept stellt mit dem Jahr 2025 auf einen kürzeren Prognoseendpunkt ab. Gemäß Trendvariante ergibt sich dafür ein Einwohnerpotenzial von rund 46.650. Dieses wird jedoch bereits durch die aktuelle Einwohnerzahl (Stichtag 31.12.2017: 47.075) bereits überschritten. Auf Basis der inwis-Studie und der Erkenntnis aktueller Entwicklungen ist daher nun von einem weiteren Bevölkerungswachstum auszugehen. Die in diesem Zusammenhang geplante Wohnsiedlungsentwicklung, wie z.B. in Landau Süd-West, sind daher zu berücksichtigen.

4.4 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation in der Stadt Landau in der Pfalz und einen regionalen Vergleich wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln (2017) zurückgegriffen. Diese werden bundesweit ermittelt und jährlich fortgeschrieben.

Anhand der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern lässt sich ein Vergleich des Landauer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus zu den Nachbarkommunen bzw. im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt vornehmen. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer ist von einem Wert von 103,53 (2008) auf 101,61 (2017) leicht gesunken. Nicht zuletzt vor dem Hintergrund der positiven Bevölkerungsentwicklung zeigt sich jedoch ein Zuwachs der absoluten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft um rund 25 % auf 281,8 Mio. Euro (2017).

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2008 und 2017

	Kommune	Einwohner*		Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro		Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer Index D = 100	
		2008	2017	2008	2017	2008	2017
Kooperationsraum	Landau	43.048	47.100	225,91	281,8	103,53	101,61
	Annweiler am Trifels	7.038	7.083	36,00	42,30	101,14	101,42
	Herxheim bei Landau	10.455	10.629	55,06	65,40	103,90	104,14
	Edenkoben	6.644	6.719	33,89	39,10	100,89	99,07
	Bad Bergzabern	7.717	8.007	38,22	45,10	98,20	96,19
	Kandel	8.440	8.943	45,59	55,70	106,36	105,26
	Germersheim	21.042	20.587	98,02	107,70	92,83	90,22
	Neustadt a.d. Weinstr.	53.683	50.999	290,53	316,20	106,55	104,82

Quelle: BBE Retail Experts GmbH & Co. KG, 2008, IFH Retail Consultants, Köln, 2017 *Einwohnerstatistik der Stadt Landau in der Pfalz, Stand 31.12.2008 bzw. 31.12.2017, Hauptwohnsitze, gerundete Werte

Tabelle 5 verdeutlicht, dass sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Landau in der Pfalz im **regionalen Vergleich** weiterhin im mittleren Niveau zu den Nachbarkommunen bewegt. Höhere Kaufkraftkennziffern sind vor allem in Herxheim bei Landau, Kandel und Neustadt

an der Weinstraße zu verzeichnen, während das Kaufkraftniveau in Annweiler am Trifels, Edenkoben, Bad Bergzabern und Germersheim niedriger ausfällt als in Landau in der Pfalz.

Auf Grundlage der aktuellen Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in der Stadt Landau in der Pfalz vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Warengruppen ermitteln. Es stellt sich derzeit wie folgt dar:

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Landau in der Pfalz (2017) nach Warengruppen

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft		
	Euro pro Kopf	in Mio. Euro	Anteil
Nahrungs- und Genussmittel	2.408	113,4	40,2 %
Blumen (Indoor) / Zoo	116	5,4	1,9 %
Gesundheits- und Körperpflege	390	18,4	6,5 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	183	8,6	3,0 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.097	145,8	51,7 %
Bekleidung / Textilien	565	26,6	9,4%
Schuhe / Lederwaren	152	7,2	2,6%
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	74	3,5	1,2 %
Spielwaren / Hobbyartikel	142	6,7	2,4 %
Sport und Freizeit	119	5,6	2,0 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.051	49,5	17,6 %
Wohn Einrichtung	129	6,1	2,2%
Möbel	331	15,6	5,5 %
Elektro / Leuchten	183	8,6	3,1%
Elektronik / Multimedia	416	19,6	7,0%
Medizinische und orthopädische Artikel	80	3,8	1,3 %
Uhren / Schmuck	80	3,8	1,3 %
Baumarktsortimente	497	23,4	8,3 %
Gartenmarktsortimente	88	4,1	1,5 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.804	84,9	30,1 %
<i>Sonstige</i>	35	1,6	0,6 %
gesamt	5.987	281,8	100 %

Quelle: eigene Berechnung nach IFH Retail Consultants GmbH, Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017

*Abweichungen rundungsbedingt

Insgesamt beträgt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für Landau in der Pfalz rund 81,8 Mio. Euro (2017)**. Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei unterschiedlich ausgeprägt. Auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt mit rund 113,4 Mio. Euro bzw. rund 40,2 % der höchste Anteil am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Mit deutlichem Abstand folgen die Warengruppen Bekleidung (rund 26,6 Mio. Euro bzw. 9,4 %), Baumarktsortimente (rund 23,4 Mio. Euro bzw. 8,3 %) und Elekt-

ronik / Multimedia (rund 19,6 Mio. Euro bzw. 7,0 %). Weitere monetär bedeutsame Warengruppen sind Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Möbel.

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Landau in der Pfalz zugrunde. Die sogenannte Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Landau in der Pfalz vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Derzeit ergibt sich in der **Stadt Landau in der Pfalz** eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 101,61**, d.h. dass die Landauer Bevölkerung über ein rund 1,6 % über dem Bundesdurchschnitt liegendes **Kaufkraftniveau** verfügt.

4.5 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Landau in der Pfalz

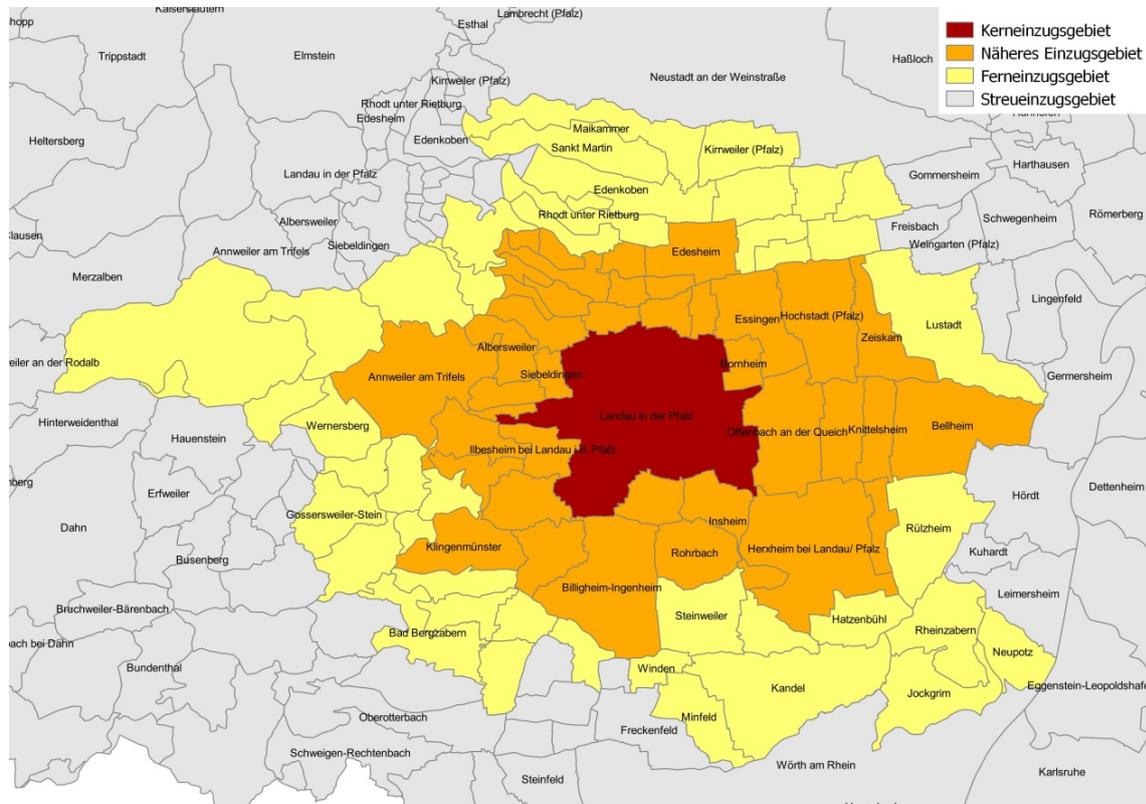
Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität insbesondere im Rahmen der Versorgung mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeiten, Dienstleistungsinanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Daneben kann das kollektive Einzugsgebiet von Einzelhandelsagglomerationen, das i. d. R. über das jeweilige Einzugsgebiet einzelner Betriebe bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Steigerung der Ausstrahlungskraft einer Kommune als Einzelhandelsstandort beitragen. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass mit Zunahme der Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte aufgrund geringerer Raum-Zeit-Distanzen schneller erreichbar sind. Aus diesem räumlichen Spannungsflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Landau in der Pfalz, zum anderen als Grundlage für die Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Es ist festzuhalten, dass sich im unmittelbaren Umfeld Landaus zahlreiche Mittelzentren befinden, die mit ihrem Einzelhandelsangebot die Wettbewerbssituation prägen. Zahlreiche Mittelzentren wie Herxheim, Kandel, Neustadt an der Weinstraße, Bad Bergzabern und Speyer sind in bis zu 30 Minuten Fahrzeit (Pkw) erreichbar. Außerdem sind auch die Oberzentren Mannheim / Ludwigshafen am Rhein und Karlsruhe gut erreichbar, was sich schließlich auf die Ausdehnung des Einzugsgebietes bzw. realistisch abschöpfbarer Kaufkraft auswirkt.

Eine empirische Grundlage zur Definition des Landauer Einzugsgebietes stellt eine Kundenherkunftserhebung dar. Dazu wurden in verschiedenen Einzelhandelsbetrieben der Landauer Innenstadt im Zeitraum vom 19.06.2017 bis zum 24.06.2017 Befragungen hinsichtlich der Kundenherkunft durchgeführt. Insgesamt wurde der Wohnort von rund 4.200 Kunden erfasst. Die Beteiligung an der Befragung fiel mit nur rund 15 % der innerstädtischen Betriebe gering aus. Leider haben sich vor allem auch die meisten größeren Einzelhandelseinrichtungen / Filialisten nicht an der Erhebung beteiligt. Einige gaben jedoch Auskunft auf Grundlage eigener Erhebungen. Schließlich fand vor dem Hintergrund der bestehenden Wettbewerbssituation im Landauer Um-

land und unter Berücksichtigung von Raum-Zeit-Distanzen ein Abgleich der Ergebnisse der Kundenherkunftserhebungen statt, wonach sich das Einzugsgebiet Landaus wie folgt darstellt:

Karte 3: Einzugsgebiet des Landauer Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung nach © OpenStreetMap-Mitwirkende CC-BY-SA

Das Stadtgebiet Landaus mit einem Kundenpotenzial von rund 46.650 Einwohnern stellt das **Kerneinzugsgebiet** dar. Es ist davon auszugehen, dass ein prägender Anteil der Kunden des Landauer Einzelhandels auch in Landau wohnt (rund 45 % der Kunden aus dem gesamten Einzugsgebiet).

Dem **näheren Einzugsgebiet** sind die Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zu Landau liegen. Dazu zählen vor allem die kooperierenden Zentren im mittelzentralen Verbund Annweiler am Trifels, Edenkoben und Herxheim bzw. Teilbereiche dieser Gemeinden. In diesem Raum leben rund 120.000 Einwohner. Das Kundenpotenzial entspricht einem Drittel (bzw. rund 33 %) des gesamten Einzugsgebietes.

Dem **Ferneinzugsgebiet** werden diejenigen Besucher und Kunden zugeordnet, die den Einkaufsstandort Landau in der Pfalz nicht regelmäßig aufsuchen. Dabei handelt es sich um Gemeinden, die sich an jene des näheren Einzugsgebietes anschließen. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass durchschnittlich mehr als 5 % ihrer Bewohner im Rahmen der Kundenherkunftserfassung in Landau erfasst wurden. Das Kundenpotenzial entspricht einem Anteil von etwa 9 % des gesamten Einzugsgebietes. Dem Ferneinzugsgebiet können rund 110.000 Einwohner zugerechnet werden.

Das **Streueinzugsgebiet** umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die keiner der oben genannten Gemeinden zugeordnet werden können und die den Einkaufsstandort Landau in der

Pfalz nicht regelmäßig aufsuchen (Zufallsbesuche). Das Kundenpotenzial entspricht einem Anteil von etwa 12 % des gesamten Einzugsgebietes.

Dabei stellt der Tourismus einen nicht unerheblichen Wirtschaftsfaktor in Landau dar, von dem auch der Landauer Einzelhandel profitiert. Besonders die Innenstadt weist mit ihren historischen Strukturen, Einzelhandels- und Gastronomieangeboten sowie einem attraktiven Wochenmarkt ein hohes Potenzial zum Shoppen und Verweilen auf. Außerdem ist Landau zum einen die größte weinbautreibende Gemeinde Deutschlands und weist zudem zahlreiche private und kommunale Kulturangebote auf (u.a. Maimarkt, Herbstmarkt, Fest des Federweißen, Kunsthandwerklicher Thomas Nast Nikolausmarkt).

Insgesamt ergibt sich somit für den Landauer Einzelhandel ein **Kundenpotenzial von rund 275.000 Einwohnern**, wobei zu berücksichtigen ist, dass sich die Anteile an dem damit verbundenen Kaufkraftpotenzial, die durch den Landauer Einzelhandel abgeschöpft werden, mit zunehmender Entfernung von Landau und auch in Abhängigkeit von der Entfernung zu anderen Konkurrenzstandorten z. T. sehr deutlich verringern. Im Vergleich zum Jahr 2010 zeigen sich nur geringe, unwesentliche Veränderungen des Einzugsgebietes, die vor allem auf die Bevölkerungsentwicklung in Landau bzw. der Region zurückzuführen sind.

5 Einzelhandelsangebot in der Stadt Landau in der Pfalz

Unter Berücksichtigung der standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Landau in der Pfalz unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

5.1 Gesamtstädtische, einzelhandelsrelevante Kennziffern

Auf Basis der Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in der Stadt Landau in der Pfalz getroffen werden. Das gesamtstädtische Bild der Einzelhandelssituation zum Erhebungszeitpunkt (Juni 2017) stellt sich wie folgt dar:

- Es bestehen **406 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne²¹ mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von **144.800 m²**. Im Vergleich zum Jahr 2010²² (148.400 m²) ist somit die gesamtstädtische Verkaufsfläche leicht gesunken. Gleichzeitig ist die Zahl der Einzelhandelsbetriebe dabei um 12 Betriebe (rund 4 %) gesunken.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt **357 m²** und ist mit Blick auf das Jahr 2010 (345 m²) gestiegen. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus Erhebungen des Büros Junker + Kruse (seit 2010) in Mittelzentren (290 m²) oder Städten mit 25.000 – 50.000 Einwohnern (295 m²) stellt sich der Wert überdurchschnittlich dar.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt **3,1 m² pro Einwohner**. Im interkommunalen Vergleich liegt dieser Wert ebenfalls über dem Durchschnitt: Der diesbezügliche Wert von Kommunen mit 25.000 – 50.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank wie auch der Durchschnittwert aus Erhebungen in Mittelzentren (seit 2010) liegt bei 2,2 m². Dabei ist in der Gegenüberstellung zur letzten Untersuchung 2010 (3,5 m²) ein Rückgang zu verzeichnen. Dieser ist aber vor allem auch darauf zurückzuführen, dass bei leichtem Rückgang der Gesamtverkaufsfläche die Bevölkerung der Stadt Landau in der Pfalz deutlich angestiegen ist.

Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Darstellung der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung eine erste gesamtstädtische, quantitative Einordnung darstellt. Eine unterdurchschnittlich einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung – im Vergleich zu Kommunen vergleichbarer Größenordnung – kann nicht allein als Indiz für einen einzelhandelsrelevanten Entwicklungsbedarf herangezogen werden. Hier sind differenzierte räumliche und strukturelle Analysen, unter besonderer Berücksichtigung der Zentren- und Standortstruktur sowie Wettbewerbssituation zu berücksichtigen.

²¹ Zum Einzelhandel im engeren Sinne werden auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien, Konditoreien), Tankstellenshops, Kioske und Apotheken sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen gezählt.

²² Die Erhebung für das Einzelhandelskonzept fand bereits 2009 statt.

Im Einzelnen stellt sich die Einzelhandelssituation in der Stadt Landau in der Pfalz, untergliedert in verschiedene Warengruppen, wie in Tabelle 7 und Tabelle 8 sowie Abbildung 8 aufgeführt, wie folgt dar:

Tabelle 7: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in Landau in der Pfalz nach Warengruppen

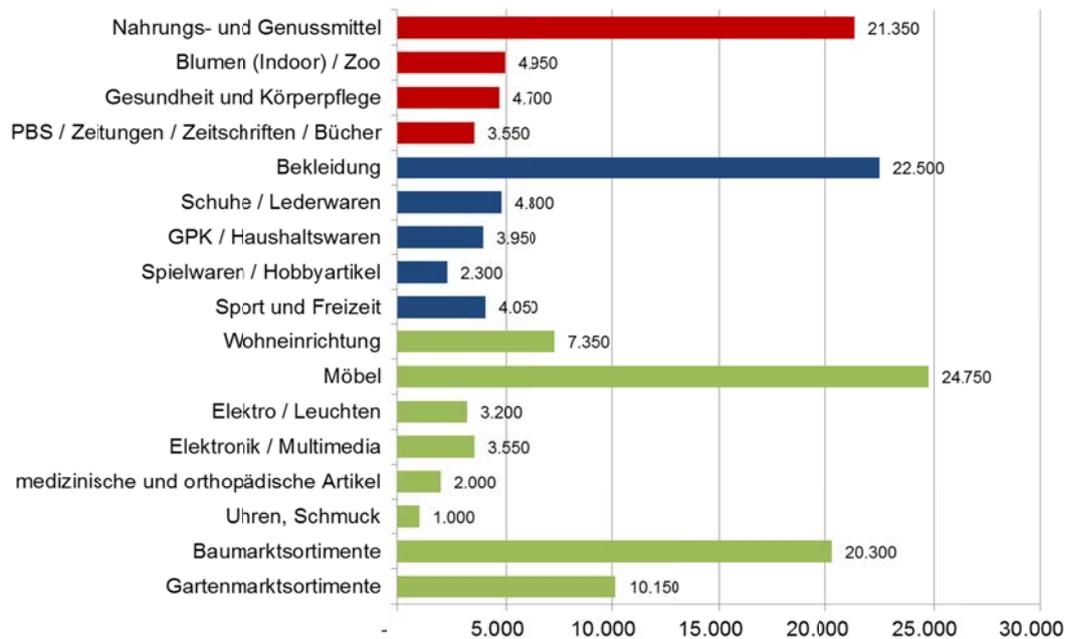
Warengruppe	Verkaufsfläche (gerundet)	Anteil an Gesamtverkaufsfläche in %	Anzahl der Betriebe***
Nahrungs- und Genussmittel	21.350	14,7%	117
Blumen (Indoor) / Zoo	4.950	3,4%	11
Gesundheit und Körperpflege	4.700	3,2%	26
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3.550	2,5%	19
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	34.550	23,9%	173
Bekleidung	22.500	15,5%	78
Schuhe / Lederwaren	4.800	3,3%	17
GPK** / Haushaltswaren	3.950	2,7%	9
Spielwaren / Hobbyartikel	2.300	1,6%	4
Sport und Freizeit	4.050	2,8%	14
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	37.600	26,0%	122
Wohn Einrichtung	7.530	5,1%	17
Möbel	24.750	17,1%	15
Elektro / Leuchten	3.200	2,2%	5
Elektronik / Multimedia	3.550	2,5%	17
Medizinische und orthopädische Artikel	2.000	1,4%	21
Uhren / Schmuck	1.000	0,7%	13
Baumarktsortimente	20.300	14,0%	20
Gartenmarktsortimente	10.150	7,0%	2
Überwiegend langfristiger Bedarf	72.350	50,0%	110
Sonstiges	350	0,2%	1
gesamt	144.800	100,0%	406

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; gerundete Werte

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren,

** Glas, Porzellan, Keramik,

*** Anzahl der Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment

Abbildung 8: Verkaufsflächen in Landau in der Pfalz nach Warengruppen

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017

*Papier / Büroartikel / Schreibwaren **Glas / Porzellan / Keramik

Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche, Umsatz, Kaufkraft und Zentralität in der Stadt Landau in der Pfalz nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche (gerundet)	Einzelhandelsrelevante/r		
		Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	21.350	108,5	113,4	0,96
Blumen (Indoor) / Zoo	4.950	10,0	5,4	1,85
Gesundheit und Körperpflege	4.700	34,2	18,4	1,86
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	3.550	16,4	8,6	1,91
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	34.550	169,1	145,8	1,16
Bekleidung	22.500	80,0	26,6	3,01
Schuhe / Lederwaren	4.800	18,4	7,2	2,56
GPK** / Haushaltswaren	3.950	9,3	3,5	2,66
Spielwaren / Hobbyartikel	2.300	7,3	6,7	1,09
Sport und Freizeit	4.050	13,1	5,6	2,34
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	37.600	128,1	49,5	2,59
Wohn Einrichtung	7.530	12,9	6,1	2,11
Möbel	24.750	28,4	15,6	1,82

Warengruppe	Verkaufsfläche (gerundet)	Einzelhandelsrelevante/r		
		Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Elektro / Leuchten	3.200	15,0	8,6	1,74
Elektronik / Multimedia	3.550	31,6	19,6	1,61
Medizinische und orthopädische Artikel	2.000	19,1	3,8	5,03
Uhren / Schmuck	1.000	8,8	3,8	2,32
Baumarktsortimente	20.300	31,6	23,4	1,35
Gartenmarktsortimente	10.150	10,8	4,1	2,63
Überwiegend langfristiger Bedarf	72.350	158,2	84,9	1,86
Sonstiges	350	1,3	1,6	0,81
gesamt	144.800	456,7	281,8	1,62

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren,

** Glas, Porzellan, Keramik

Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit rund 21.350 m² entfällt ein deutlicher Anteil (rund 15 %) der Gesamtverkaufsfläche in Landau auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Dabei ist der mit Abstand größte Teil der Betriebe (117 Betriebe, ca. 29 %) dieser Warengruppe zuzuordnen. Hier spielen allerdings mit einem Anteil von nahezu 40 % die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Fleischereien) eine herausragende Rolle. Die quantitative Ausstattung unterstreicht einerseits eine gute Versorgung der Landauer Bevölkerung hinsichtlich der Grundversorgung mit Lebensmitteln sowie andererseits die hohe Bedeutung dieser Warengruppe in Bezug auf die privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte. Entsprechend nimmt die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 113,4 Mio. Euro den größten warengruppenspezifischen Anteil am Umsatz des Landauer Einzelhandels ein. Die Zentralität von 0,96 zeigt per Saldo nur sehr leichte Kaufkraftabflüsse.
- **Gegenüber** der Untersuchung aus **dem Jahr 2009/2010** (rund 20.130 m²) ist ein leichter Anstieg der Verkaufsfläche (+6 %) in der Warengruppe festzustellen. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, dass bei einzelnen Betrieben Veränderungen / Erweiterungen im Bestand stattgefunden haben, z.B. Rewe, Haardtstraße oder Norma, Horststraße, zum anderen hat aber auch die Neuansiedlung des Netto Marken Discounters an der Charles-de-Gaulles-Straße zur Stärkung der Versorgungsstruktur und einem Anstieg der sortimentspezifischen Verkaufsfläche beigetragen.
- Insbesondere auch vor dem Hintergrund des deutlichen Bevölkerungszuwachses ist eine Zunahme der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Landau zu verzeichnen (von 89,7 Mio. Euro (2010) auf 113,4 Mio. Euro (2017)). Ebenfalls gestiegen – jedoch nicht im gleichen Maße wie die entsprechende Kaufkraft – ist der Umsatz in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (2010: 91,8 Mio. Euro, 2017: 108,5 Mio. Euro). Vor diesem Hintergrund ist ein

leichter Rückgang der einzelhandelsrelevanten Zentralität in dieser Warengruppe von 1,02 auf 0,96 zu verzeichnen.

- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von 0,45 m² / Einwohner annähernd konstant geblieben (2010: 0,47 m²).
- Auch die Werte in den übrigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln eine gute Angebotsausstattung in der Stadt Landau in der Pfalz wider. Rund 4.700 m² Verkaufsfläche bzw. 3,2 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheits- und Körperpflege**. Dieses Angebot wird vor allem in mehreren Drogeriemärkten, und ergänzend auch zahlreichen Apotheken, im Stadtgebiet bereitgestellt. Nennenswert ist daneben vor allem das Angebot in Form von entsprechenden Randsortimenten in Lebensmittelmärkten. Das innerstädtische Angebot wird darüber hinaus durch Parfümerien und Kosmetikfachgeschäfte ergänzt.
- **Gegenüber** der Erhebung aus **dem Jahr 2009** ist in dieser Warengruppe das Verkaufsflächenangebot konstant geblieben. Gleichzeitig ist allerdings der Umsatz in dieser Warengruppe sehr deutlich um rund 78 % auf rund 34,2 Mio. Euro gestiegen. Die Veränderung in dieser Warengruppe hängt vor allem auch mit der Dynamik zusammen, die diese Branche nach der Insolvenz der Fa. Schlecker und den damit verbundenen Betriebschließungen erfahren hat. Die einschlägigen Wettbewerber konnten hier Marktanteile gewinnen und dabei das wegfallende Angebot nicht nur kompensieren, sondern darüber hinaus auch ausbauen. Unter räumlichen Aspekten bedeutet dies für das branchenspezifische Angebot eine zunehmende Konzentrationstendenz in größeren Drogeriemärkten. Während die Schlecker-Märkte in Landau im Schnitt weniger als 200 m² Verkaufsfläche pro Betrieb umfassten, weisen moderne Drogeriemärkte (z.B. dm oder Rossmann) in der Regel Verkaufsflächen von 400 – 800 m² und entsprechend weitläufigere Einzugsbereiche (von bis zu 15.000 – 20.000 Einwohnern) auf (vgl. dazu auch Exkurs S. 123).
Die sortimentspezifische Zentralität von 1,86 (+36 %) bestätigt die hohe quantitative Angebotsausstattung, die eine „Vollversorgung“ der eigenen Bevölkerung (Zielzentralität: 1,0) per Saldo übersteigt und auf Kaufkraftzuflüsse aus der Region hinweist.
- In der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** konzentriert sich das Angebot von insgesamt rund 4.950 m² Verkaufsfläche bzw. rund 3,4 % des gesamtstädtischen Angebotes vor allem auf zwei Fachmärkte für zoologischen Bedarf (Fressnapf, Horststraße; Das Futterhaus, Max-Planck-Straße) sowie ein Gartencenter (Blumenhaus Gaab, Queichheimer Hauptstraße; Hagbaumarkt Gillet, Gilletstraße). Ansonsten finden sich überwiegend „kleinflächige“ Angebote in Fachgeschäften (insbes. Blumen) und Randsortimente größerer Lebensmittelbetriebe und Drogeriemärkte (Tierfutter und Blumen)²³.
- In der Warengruppe **Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher** entfallen rund 40 % der sortimentspezifischen Verkaufsfläche von rund 3.550 m² bzw. 2,5 % der Gesamtverkaufsfläche auf typische Fachangebote wie Buchläden oder Schreibwarenhandel. Als Magnetbetriebe in der Innenstadt fungieren hier Filialisten wie Thalia, Welt-

²³ Der gegenüber dem Jahr 2010 zu verzeichnende Verkaufsflächenzuwachs von 2.910 m² auf 4.950 m² ist mit einer abweichenden methodischen Zuordnung einzelner Teilsortimente zu begründen. So wurden beispielsweise Topfblumen in der damaligen Untersuchung der Warengruppe Pflanzen / Gartenbedarf zugeordnet.

bild oder McPaper ebenso wie inhabergeführte Fachgeschäfte wie die Buchhandlung Trozopp oder Frauenzimmer Papeterie. Daneben entfallen große Teile des sortimentspezifischen Fachangebots auf Randsortimentsangebote. Dies betrifft besonders das Angebot an Schreibwaren und Zeitschriften in zahlreichen Lebensmittelmärkten (insgesamt rund 300 m² des sortimentspezifischen Angebots).

In der Gegenüberstellung zur Erhebung aus 2010 führen überwiegend kleinteilige Veränderungen in der Summe zu einem sortimentspezifischen Verkaufsflächenwachstum von rund 18 %. Dementsprechend fallen auch der Umsatz (rund 16,4 Mio. Euro; +27 %) und die Zentralität (1,91; +30 %) höher aus.

Insgesamt entfällt mit rund als 34.550 m² nahezu ein Viertel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots und rund 37 % des Umsatzes im Landauer Einzelhandel auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil dieser Warengruppen (v. a. Lebensmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs weist mit einem Wert von 1,16 per Saldo auf einen Kaufkraftzufluss hin. Insgesamt ist eine gute strukturelle Angebotsmischung zu verzeichnen. Seit dem Jahr 2010 ist einerseits ein Zuwachs des Verkaufsflächenangebotes, andererseits auch ein gestiegener Umsatz (+32 %) bzw. ein gestiegene Zentralität zu verzeichnen.

Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt mit rund 22.500 m² Verkaufsfläche (ca. 15,5 % der Gesamtverkaufsfläche), 78 Betrieben (ca. 19,2 % aller Landauer Betriebe) und rund 80 Mio. Euro Umsatz vor allem in der Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels **Bekleidung**. Rund 86 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in der Warengruppe Bekleidung ist in diesem Sinne auch in der Landauer Innenstadt angesiedelt. Insgesamt ist die Verkaufsflächenausstattung um rund 8 % gestiegen, während der Umsatz einen Zuwachs von rund 14 % aufweist. Das Verkaufsflächenwachstum ist vor allem auf die jüngste Ansiedlung des Textilkaufhauses H&M im Jahre 2016 zurückzuführen. Die sortimentspezifische Zentralität der Warengruppe Bekleidung liegt bei 3,01. Entsprechend der landesplanerischen Einordnung als Mittelzentrum mit teilweise oberzentraler Funktion sind hier deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Einzugsgebiet zu verzeichnen.
- Größte Bekleidungsanbieter in der Innenstadt sind das Warenhaus Kaufhof, Modehaus Jost, New Yorker, H&M sowie C&A. Mono-Label-Stores bzw. namhafte Betreiber, inhabergeführte Geschäfte und auch kleinere Fachmärkte ergänzen das Angebot, so dass sich ein guter qualitativer Querschnitt, mit einem Mix aus klein- und großflächigen Anbietern zeigt. Die durchschnittliche Betriebsgröße der innerstädtischen Anbieter mit dem Kernsortiment Bekleidung beträgt entsprechend rund 290 m².
- Der Verkaufsflächenbestand in der Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** (4.800 m²) ist gegenüber dem Jahr 2010 um rund 500 m² angestiegen. Der räumliche Angebotsschwerpunkt liegt mit rund 4.300 m² Verkaufsfläche und einem Anteil von rund 90 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in der Innenstadt. Größter Anbieter und einziger großflächiger Anbieter ist der Fachmarkt SchuhMarke. Daneben wird das Angebot durch verschiedene Fachgeschäfte, wie beispielsweise Rieker, Reno, Tamaris, Horn oder Laux ergänzt, die Betriebsgrößen von rund 100 m² (teilweise auch weniger) bis

zu 400 m² aufweisen. Die Zentralität von 2,56 zeigt auch in dieser Warengruppe Kaufkraftzuflüsse aus dem Landauer Umland. Gegenüber 2010 ist der Zentralitätswert (2,86) leicht gesunken.

- Die Warengruppe **Sport und Freizeit** weist rund 4.050 m² Verkaufsfläche und eine Zentralität von 2,34 auf. Damit ist die Verkaufsfläche in dieser Warengruppe seit 2010 nahezu konstant geblieben. Das Angebot ist durch Fachanbieter mit den Kernsortimenten Sportbekleidung / Sportschuhe, Fahrräder und technisches Zubehör, Reit- und Angelsport, Waffen vielfältig strukturiert. Des Weiteren wird die Warengruppe als Randsortiment (bzw. Aktionswaren) vorgehalten. Nahezu die Hälfte der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche und verschiedene Fachanbieter befinden sich in der Innenstadt. Der einzige großflächige Anbieter in dieser Warengruppe ist der innerstädtische Markt Intersport Postleb.
- Ein weiterer bedeutender Angebotsbaustein ist die **Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** mit rund 3.950 m² Verkaufsfläche und rund 9,3 Mio. Euro Umsatz. Dieses Angebot beinhaltet neben Fachanbietern in der Innenstadt (beispielsweise Schlager oder WMF) in erster Linie Angebote von Rand- und Nebensortimenten von übrigen Fachgeschäften, Lebensmittelanbietern und Drogeriemärkten sowie von preisorientierten Billiganbietern (z.B. Sparfuchs und Tedi). Trotz der hohen Zentralität (2,66) und Verkaufsflächenausstattung ist in dieser Branche insgesamt eine eher durchschnittliche Angebotsqualität festzuhalten. Gegenüber 2010 ist ein leichter Zuwachs der Verkaufsfläche (von 3.660 m²) bei sinkender Zentralität (von 3,68) festzustellen. Der Verkaufsflächenzuwachs resultiert vor allem aus Veränderungen im Bestand, wobei die Flächenproduktivität gesunken ist.
- In der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** ist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs mit 1,09 die niedrigste Zentralität zu verzeichnen. Das Verkaufsflächenangebot von rund 2.300 m² entfällt auf wenige Anbieter mit entsprechendem Kernsortiment, ansonsten wird die Warengruppe als Randsortiment vorgehalten. Müller und Kaufhof zählen dabei zu den größten Anbietern von Spielwaren und Hobbyartikel in der Landauer Innenstadt bzw. in Landau. Musikinstrumente zählen ebenfalls zu dieser Warengruppe. Ein entsprechender Anbieter ist mit dem Fachgeschäft Schlaile Musikinstrumente in der Landauer Innenstadt vertreten. Gegenüber 2010 ist ein Rückgang der Verkaufsfläche (von 3.310 m²) und der Zentralität (von 2,26) festzustellen.

Mit insgesamt rund 37.600 m² Verkaufsfläche, 122 Anbietern und einem Umsatz von fast 128,1 Mio. Euro (Gesamtzentralität: rund 2,59) haben die **Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs** einen Anteil von rund 26 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in Landau in der Pfalz.

Eine hohe Verkaufsflächenausstattung sowie entsprechende Zentralitäten konstatieren ein quantitativ und qualitativ gutes sowie vielfältiges Angebot. Die Ausstrahlungskraft des Einzelhandels entspricht der landesplanerischen Einordnung Landaus als Mittelzentrum mit oberzentraler Funktion. Nicht zuletzt auch vor dem Hintergrund des Strukturwandels im Einzelhandel, der zunehmenden Bedeutung der Digitalisierung und des Online-Handels sind keine quantitativen Entwicklungsspielräume ablesbar. Vielmehr zeigen sich Entwicklungsmöglichkeiten aus qualitativer bzw. räumlich-struktureller Sicht. Dabei stellen moderne Betriebsgrößenkonzepte verschiedener Fachmärkte (beispielsweise Fahrradfachmarkt, Drogeriemarkt) besondere Anforderungen an ihre (künftigen) Standorte, welche wiederum mit den stadtentwicklungsplanerischen Zielsetzungen in Konflikt geraten oder zumindest einer Abwägung unterliegen.

Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- Die Hälfte der Verkaufsfläche (rund 72.350 m²) entfällt auf Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Möbel** (rund 24.750 m² Verkaufsfläche), **Baumarktsortimente** (rund 20.300 m²) und **Gartenmarktsortimente** (rund 10.150 m²). Die Flächenanteile spiegeln den besonderen Stellenwert der großflächigen Anbieter mit entsprechenden Kernsortimenten (insbesondere Möbel Ehrmann und Hagebaumarkt Gillet) innerhalb der Landauer Einzelhandelsstrukturen wider.
- Ein Rückgang der Verkaufsfläche in den Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe seit 2010 ist vor allem auf die Schließung von Möbel Müller und Kasper Wohndesign Outlet sowie Veränderungen im Bestand von Möbelanbietern zurückzuführen.
- Die sortimentspezifischen Zentralitäten der Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs weisen einen Gesamtwert von 1,86 auf. Daraus ist per Saldo auch in diesen Warengruppen ein deutlicher Kaufkraftzufluss aus dem Umland Landaus zu verzeichnen.
- Veränderungen der Zentralitäten sind größtenteils auf die, aus dem Bevölkerungszuwachs resultierende, gestiegene Kaufkraft und veränderte Flächenproduktivitäten bzw. Umsätze zurückzuführen.

Insgesamt zeigt sich aus rein quantitativer Sicht ein überdurchschnittliches Angebot in Landau in der Pfalz, was sich vor allem in den hohen Zentralitätskennziffern widerspiegelt. Zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten sind unter Berücksichtigung räumlicher und struktureller Optimierungen zu sehen. In diesem Sinne ist die Sicherung und Stärkung zum einen des innerstädtischen Angebots und zum anderen der arbeitsteiligen Standortstruktur erstrebenswert.

- Mit Blick auf die Verteilung der Verkaufsflächen auf die einzelnen Warengruppen ist festzuhalten, dass die **quantitativen Angebotsschwerpunkte** mit rund 24.750 m² in der Warengruppe Möbel, 22.500 m² in der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung, 21.350 m² in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sowie in den Warengruppen **Baumarktsortimente** (rund 20.300 m² Verkaufsfläche) und **Gartenmarktsortimente** (rund 10.150 m² Verkaufsfläche) liegen. Diese sind vor allem durch großflächige bzw. flächenintensive Anbieter geprägt.
- Dem derzeit in der Stadt Landau in der Pfalz vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 281,8 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 456,7 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,62** über alle Warengruppen, d.h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt per Saldo bei rund 62 % über dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Es sind somit per Saldo Kaufkraftzuflüsse aus der Region nachweisbar. Der Zentralitätswert spiegelt die Einordnung Landaus als Mittelzentrum mit teilweise oberzentraler Versorgungsfunktion wider.
- Die **einzelhandelsrelevante Zentralität** ist mit Blick auf das Jahr 2010 (Zentralität: 1,78) insgesamt leicht gesunken. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass das Kaufkraftpotenzial vor dem Hintergrund der positiven Bevölkerungsentwicklung stärker zugenommen hat als die Umsätze im gleichen Zeitraum. Grundsätzlich ist der Landauer Einzelhandel aus quantitativer Sicht gut aufgestellt. Dabei kann er in allen Warengruppen (Ausnahme: Sonsti-

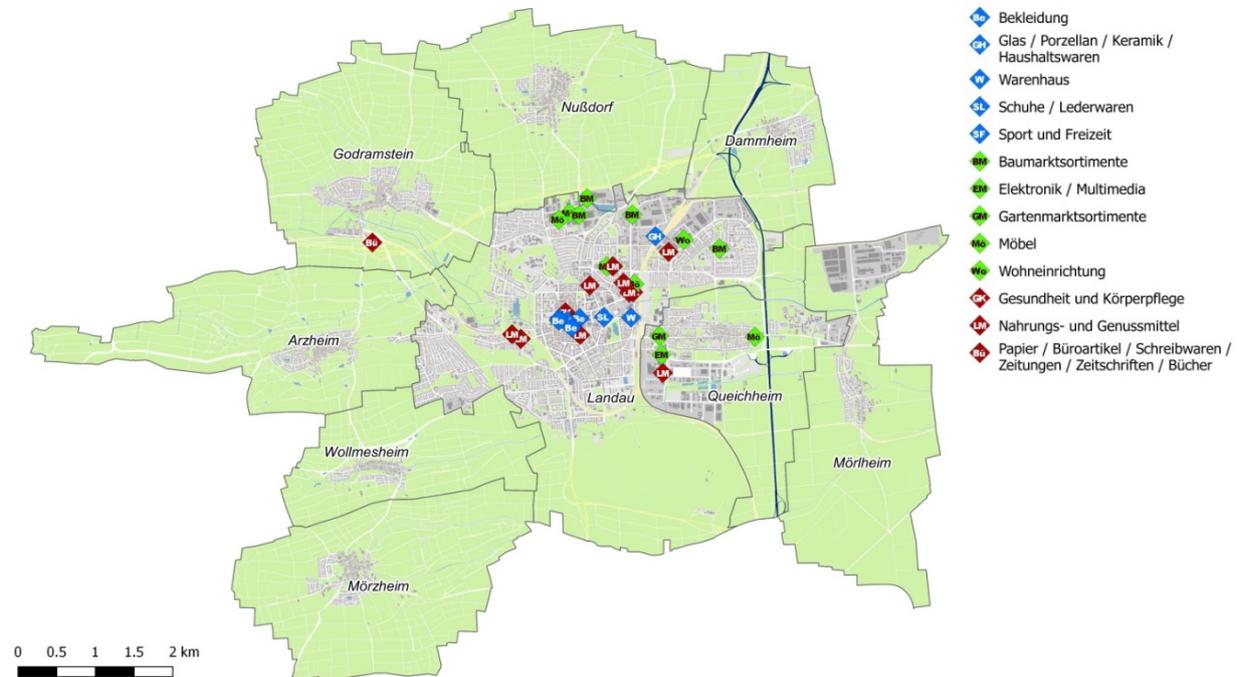
ges) über die Bindung des lokalen Kaufkraftpotenzials hinaus auch Kaufkraft aus dem Umland hinzugewinnen.

5.2 Großflächiger Einzelhandel in Landau in der Pfalz

Der großflächige Einzelhandel ist, in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel, bauplanungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Dazu gehören u.a. Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte, Fachmärkte sowie auch Einkaufszentren. Die Einstufung als großflächiger Betrieb nach § 11 (3) BauNVO erfolgt ab einer Verkaufsfläche von 800 m²; dies entspricht einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m².²⁴

Dem allgemeinen Strukturwandel im Einzelhandel folgend wird auch in der Stadt Landau in der Pfalz die Einzelhandelsstruktur in besonderem Maße durch großflächige Betriebsformen geprägt. Einzelne Warengruppen wie die Bereiche Möbel oder Bau- und Gartenmarktsortimente, Nahrungs- und Genussmittel aber auch zentrenprägende Warengruppen wie Bekleidung und Unterhaltungselektronik treten dabei besonders hervor. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass Betriebe dieser Art zu einer attraktiven und umfassenden Sortiments- und Betriebsformenmischung beitragen. Jedoch können zu groß dimensionierte und / oder peripher – sowohl innerhalb des Stadtgebietes als auch in Nachbarkommunen – angesiedelte Betriebe negative Folgewirkungen für die Zentrenfunktion bzw. deren Entwicklungsperspektiven implizieren.

Karte 3: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Landau in der Pfalz (nach Kernsortiment)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

²⁴ Vgl. dazu auch Bundesverwaltungsgericht Leipzig, Pressemitteilung: Entscheidung zum großflächigen Einzelhandel. Demnach ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreitet (Urteile vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

- Aktuell existieren in Landau in der Pfalz **32 großflächige Anbieter**²⁵ mit einer **Verkaufsfläche** von rund **99.000 m²**. Obwohl diese Betriebe nur rund 8 % aller Betriebe darstellen, entfällt auf sie rund 68 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots.
- Mit neun Betrieben und nahezu 52.000 m² Verkaufsfläche entfällt mehr als die Hälfte der Verkaufsfläche aller großflächigen Anbieter auf die Warengruppen **Baumarktsortimente** und **Möbel**. Dies ist in erster Linie auf die flächenintensiven Angebotsformen in dieser Warengruppe zurückzuführen. Dabei treten die beiden Anbieter Hagebaumarkt Gillet und Möbel Ehrmann am Standortbereich Gilletstraße besonders hervor.
- Mit zehn Betrieben und etwa einem Fünftel der Verkaufsfläche aller großflächigen Anbieter (19.400 m²) nimmt auch die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** unter den großflächigen Betrieben eine prägende Rolle ein. Hier sind die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (wie beispielsweise die SB-Warenhäuser Real und SBK Kissel, die Lebensmittelupermärkte Rewe sowie auch die Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl oder Norma) zu nennen, die im zentralen Versorgungsbereich, an Nahversorgungsstandorten aber auch an den Standortbereichen Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten und Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße angesiedelt sind.

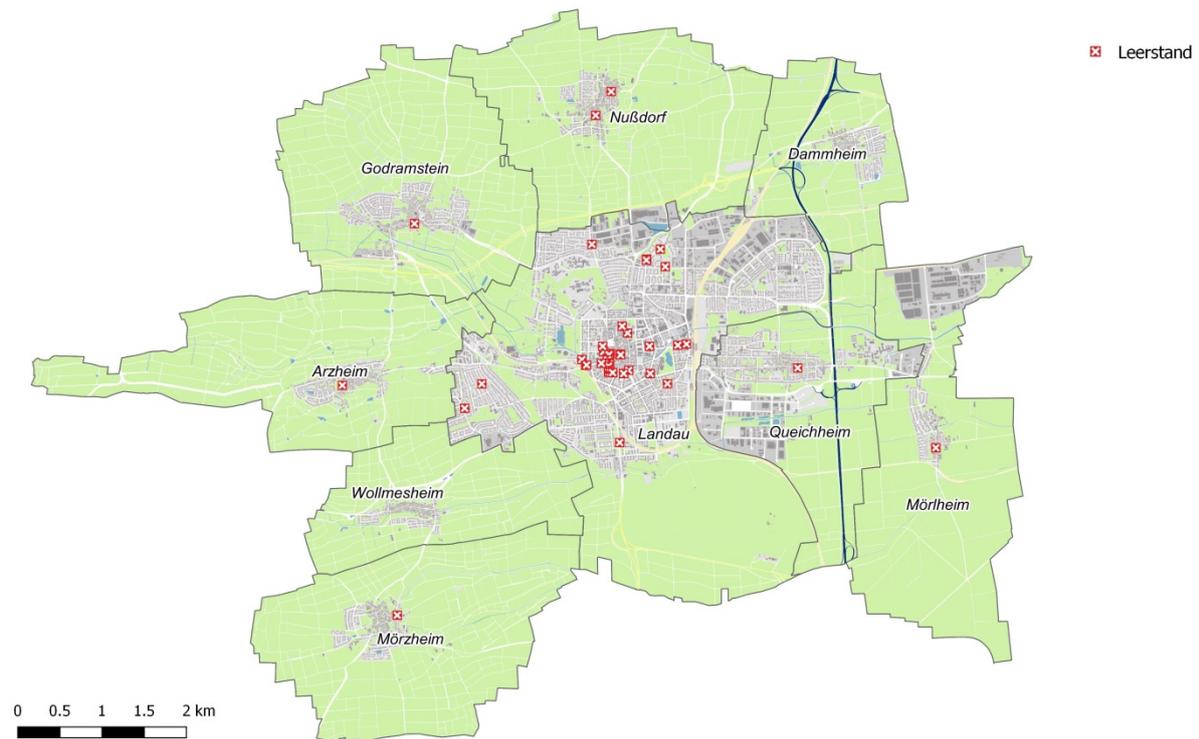
5.3 Leerstände

- Zum Erhebungszeitpunkt bestehen im gesamten Stadtgebiet 43 Leerstände von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche²⁶ von rund 5.200 m². Dies entspricht einer **Leerstandsquote** von 9,6 % der Ladenlokale und lediglich 3,5 % der Verkaufsfläche. Diese bewegt sich grundsätzlich im Rahmen einer üblichen Fluktuation. Zur Ableitung von Handlungsbedarf ist eine (weitere) Analyse der Leerstände²⁷ insbesondere im Hinblick auf die Dauer der Leerstände, ihre Lage, Größe und potenzielle Folgenutzung (für Einzelhandel oder andere Nutzungen) notwendig (vgl. dazu Kapitel 8.1.3, Pkt. Leerstandsmanagement).

²⁵ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² zutrifft (vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

²⁶ Flächenwert der Leerstände ist geschätzt, da die Ladenlokale teilweise nur bedingt einsehbar bzw. messbar waren.

²⁷ Eine differenzierte Analyse der Leerstände ist nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung.

Karte 4: Leerstände in Landau in der Pfalz

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

- Karte 4 zeigt eine Häufung von Leerständen im Bereich der Innenstadt (siehe dazu auch Kapitel 5.4.1). Im zentralen Versorgungsbereich stehen zum Zeitpunkt der Erhebung (Juni 2017) insgesamt 25 Ladenlokale mit rund 4.200 m² Verkaufsfläche leer. Dabei zeigt sich insbesondere eine Häufung in der oberen Marktstraße. Die Leerstände sind hier jedoch, mit Ausnahme eines Leerstandes in der Reiterstraße, sehr kleinteilig und weisen überwiegend Verkaufsflächen von weniger als 100 m² auf. Diesbezüglich ist darauf hinzuweisen, dass nach Umbau des Obertorplatzes Umstrukturierungen in der oberen Marktstraße von der Stadt Landau in der Pfalz aktiv begleitet werden²⁸.

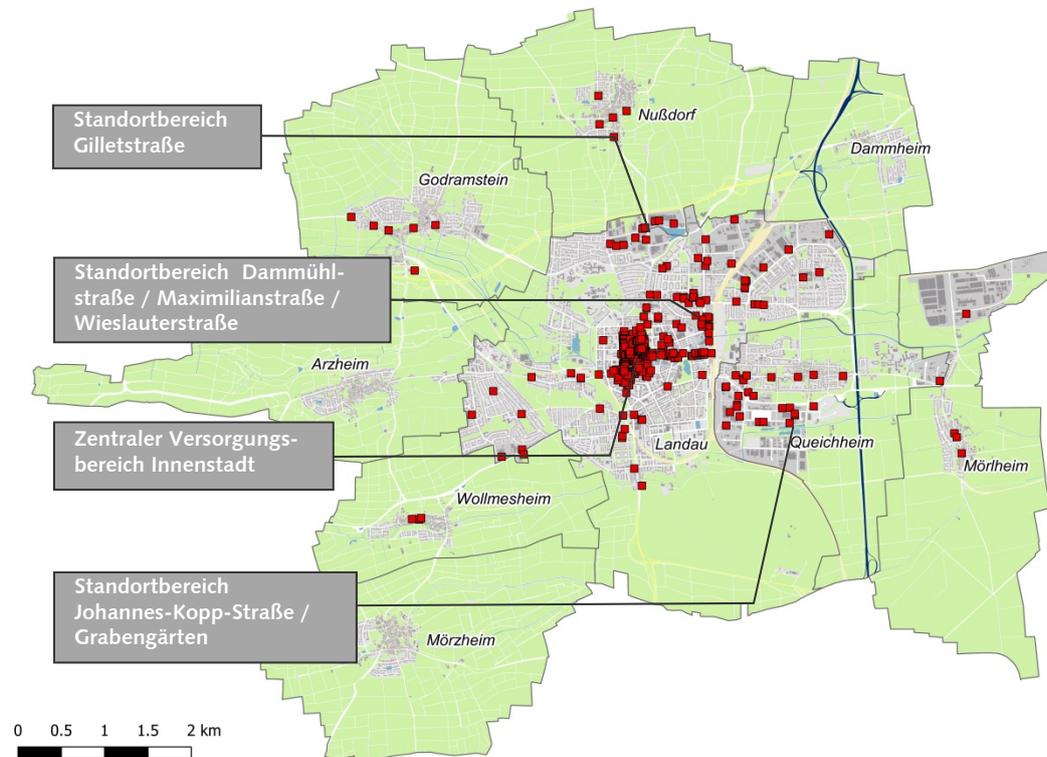
5.4 Angebotsstandorte des Einzelhandels

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet ist, mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung, von grundlegender Bedeutung. Im Folgenden werden die bestehenden Angebotsschwerpunkte im Landauer Stadtgebiet unter strukturellen und städtebaulichen Gesichtspunkten beschrieben und bewertet. Eine Grundlage bei der Auswahl der Bereiche stellt das Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2010 dar. In Bezug auf die räumlich-funktionale Angebotsstruktur ist insbesondere die Landauer Innenstadt hervorzuheben.

²⁸ Siehe dazu beispielsweise: http://www.landau.de/Start/Kunst-trifft-Architektur-Galerie-Katrin-Hiestand-und-hausgemacht-Architekten-beziehen-gemeinsame-Räumlichkeiten-in-der-oberen-Marktstraße.php?object=tx_2644.5&ModID=7&FID=2644.1830.1

Ergänzt wird ihr einzelhandelsrelevanter Besatz durch die Angebote an den Standortbereichen Gilletstraße, Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten sowie Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße und den Nahversorgungsstandorten.

Karte 5: Angebotsschwerpunkte im Landauer Stadtgebiet



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

5.4.1 Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt

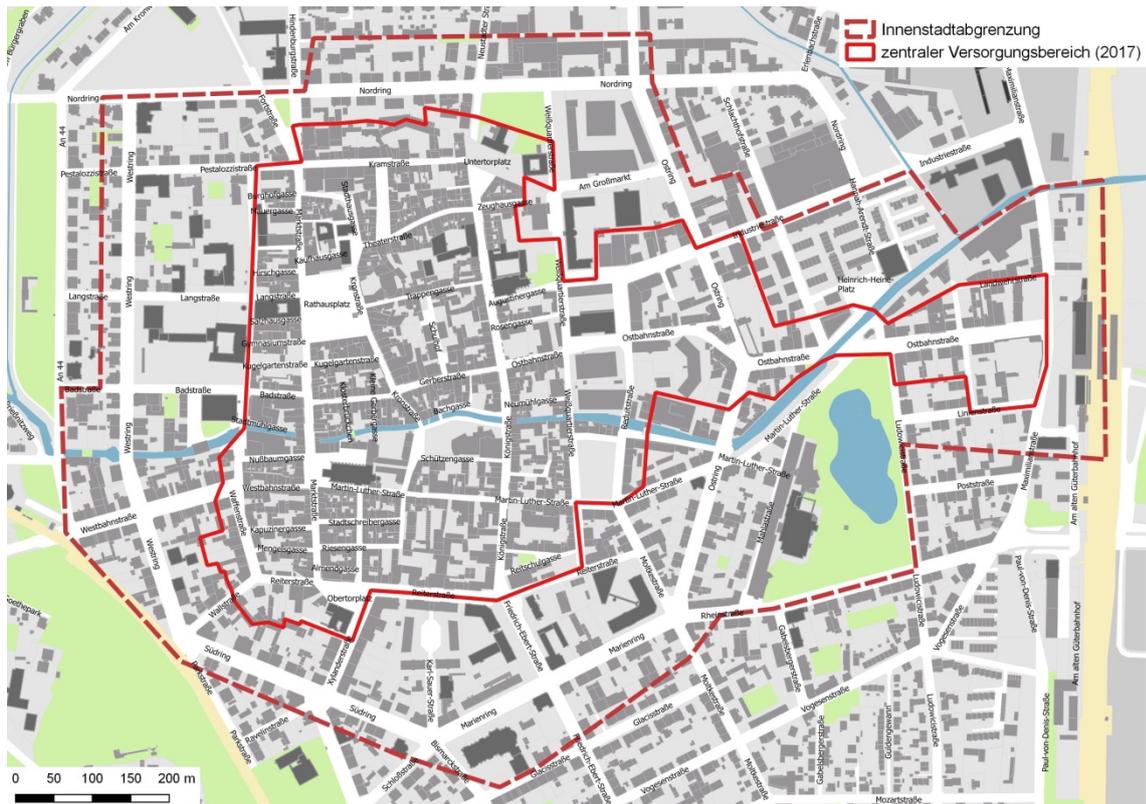
Die Innenstadt von Landau bildet den siedlungsräumlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Mittelpunkt der Stadt. Der zentrale Versorgungsbereich bzw. das Geschäftszentrum befindet sich dabei im Wesentlichen im Bereich des sogenannten Innenstadtrings, welcher durch die Straßen

- Nordring (von der Einmündung Ostring bis zur Einmündung Westring),
- Westring,
- Südring,
- Marienring und
- Ostring

gebildet wird.

Der funktional zur Innenstadt zählende Hauptbahnhof mit dem zentralen Busbahnhof ist axial über die Ostbahnstraße an die übrige Innenstadt angebunden.

Karte 6: Landauer Innenstadt und zentraler Versorgungsbereich



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

Fotos 1 und 2: Kernbereich der Innenstadt Rathausplatz sowie Kronstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

Einzelhandelsangebot²⁹

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt weist 261 Einzelhandelsbetriebe und rund 43.700 m² Verkaufsfläche (ohne Leerstände) auf (vgl. dazu Tabelle 9). Er nimmt damit einen Anteil von rund 30 % an der Gesamtverkaufsfläche Landaus und 64 % an allen Einzelhandels-

²⁹ Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurde eine Modifizierung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt vorgenommen. Die dargestellten Daten beziehen sich auf die Abgrenzung 2018.

betrieben im Stadtgebiet ein. Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb liegt bei rund 170 m² und konstatiert nach wie vor die Kleinteiligkeit der innerstädtischen Landauer Einzelhandelsstruktur, welche im Rahmen der historischen Strukturen auf der einen Seite zur Individualität der Innenstadt beiträgt aber z.T. den Flächenansprüchen moderner Betreiber häufig nicht genügen kann.

Insgesamt verfügt das Zentrum über Angebote in allen Warengruppen, wobei der Angebotschwerpunkt erwartungsgemäß in der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt. Mehr als zwei Fünftel der Verkaufsfläche der Innenstadt entfallen dabei auf die innerstädtische Leitbranche Bekleidung (rund 19.300 m² Verkaufsfläche). Rund 10 % der Verkaufsfläche bzw. 4.300 m² werden durch Angebote aus der Warengruppe Schuhe / Lederwaren und rund 7 % bzw. 3.200 m² durch die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eingenommen. Größte Anbieter und bedeutende Magnetbetriebe sind das Warenhaus Kaufhof, Modehaus Jost, die Textilkaufhäuser H+M, C&A sowie New Yorker, der Schuhfachmarkt SchuhMarke, Sportfachmarkt Intersport Postleb, der Lebensmittelvollsortimenter Rewe sowie der Drogeriemarkt Müller³⁰.

Im Vergleich zur Bestandserhebung aus dem Jahr 2010 (rund 47.500 m²) ist das innerstädtische Verkaufsflächenangebot um rund 3.800 m² gesunken, was u.a. auf die Schließung des Möbelmarktes Müller in der Westbahnstraße und die Umstrukturierungen in der oberen Marktstraße zurückzuführen ist.

In der folgenden Tabelle ist das Einzelhandelsangebot in der Landauer Innenstadt differenziert nach Warengruppen dargestellt:

Tabelle 9: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in der Landauer Innenstadt

Warengruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)		
		zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	Anteil an Gesamtstadt	Anteil an Innenstadt
Nahrungs- und Genussmittel	42	3.200	7,3 %	15,0%
Blumen (Indoor) / Zoo	4	200	0,5 %	4,0%
Gesundheit und Körperpflege	16	2.300	5,3 %	48,9%
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	14	1.900	4,3 %	53,5%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	86	7.600	17,4 %	22,0%
Bekleidung	72	19.300	44,2 %	85,8%
Schuhe / Lederwaren	16	4.300	9,8 %	89,6%
GPK / Haushaltswaren	8	1.400	3,2 %	35,4%
Spielwaren / Hobbyartikel	4	1.900	4,3 %	82,6%
Sport und Freizeit	10	1.900	4,3 %	46,9%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	110	28.800	65,9 %	76,6%
Wohnrichtung	11	1.400	3,2 %	18,6%
Möbel	4	1.000	2,3 %	4,0%

³⁰ Aufgrund seiner Größe und seines breit gefächerten Warenangebots (u.a. Drogerie- und Parfümerieartikel, Spielwaren, Hobbyartikel, Elektronik / Multimedia, Nahrungs- und Genussmittel, Schreibwaren, Strümpfe) stellt Müller keinen typischen Drogeriefachmarkt, wie dm oder Rossmann dar.

Warengruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)		
	zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	Anteil an Gesamtstadt	Anteil an Innenstadt	
Elektro / Leuchten	2	400	0,9 %	12,5%
Elektronik / Multimedia	15	1.200	2,7 %	33,8%
Medizinische und orthopädische Artikel	19	1.700	3,9 %	85,0%
Uhren / Schmuck	13	1.000	2,3 %	100,0%
Baumarktsortimente	-	200	0,5 %	1,0%
Gartenmarktsortimente	-	200	0,5 %	2,0%
Überwiegend langfristiger Bedarf	64	7.000	16,0 %	9,7%
Sonstiges	1	200	0,5 %	57,1%
gesamt	261	43.700	100 %	30,2%

Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017

Der Angebotsschwerpunkt liegt mit rund 65,9 % der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe und damit neben Angeboten aus der Warengruppe Bekleidung vor allem in den Sortimentsbereichen Schuhe, Spielwaren und Sportartikel.

Der größte Verkaufsflächenanteil einer Warengruppe an der Verkaufsfläche der Innenstadt besteht mit rund 44,2 % im Bereich Bekleidung. Hier wird ein breites und differenziertes Angebot vorgehalten, das, in Form von großflächigen Anbietern bzw. kleineren Fachgeschäften, Filialisten ebenso umfasst wie inhabergeführte Betriebe.

Im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung nimmt das Warenangebot an Nahrungs- und Genussmitteln erwartungsgemäß einen prägenden Anteil ein, hier stellt neben einzelnen Fach- und Spezialgeschäften der Lebensmittelvollsortimenter Rewe in der Königsstraße einen wichtigen Frequenzbringer dar.

Während der Anteil der innerstädtischen Verkaufsfläche an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in innenstadttypischen Warengruppen wie Bekleidung, Schuhe, Spielwaren und Uhren / Schmuck deutlich über 80 % liegt, treten Werte von weniger als 50 % in der Warengruppe Glas / Porzellan / Keramik / Geschenkartikel / Haushaltswaren, Elektronik / Multimedia sowie Sport und Freizeit besonders hervor. Der hohe Anteil der Verkaufsfläche der Warengruppe Glas / Porzellan / Keramik / Geschenkartikel / Haushaltswaren außerhalb der Innenstadt resultiert vor allem aus der Summe der Randsortimente großflächiger Anbieter (u.a. SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Möbelmarkt, Bau- und Gartenmarkt). Mit entsprechenden Fachgeschäften, wird in der Landauer Innenstadt in diesem Bereich dennoch ein qualifiziertes Angebot bereitgehalten. Der vergleichsweise geringe Anteil der innerstädtischen Verkaufsfläche in der Warengruppe Elektronik / Multimedia ist augenscheinlich auf die Wettbewerbssituation zum Angebot des Elektronik-Fachmarktes MediaMarkt an dezentralem Standort zurückzuführen. Etwas mehr als die Hälfte der Verkaufsfläche der Warengruppe Sport und Freizeit befindet sich außerhalb der Landauer Innenstadt, was besonders auf Fachmärkte für Teilsortimente aus dem Bereich Sportartikel zurückzuführen ist (Angelartikel, Reitsportartikel und z. T. auch Fahrräder und Zubehör).

Insgesamt besteht in der Landauer Innenstadt ein umfassender attraktiver, zentrentypischer Branchen- und Betriebsformenmix mit Schwerpunkten vor allem in frequenzerzeugenden Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsgruppen, wie insbesondere Bekleidung, Schuhe sowie Spiel- und Sportartikel. Im Zusammenspiel von Einzelhandelsangeboten, ergänzenden Nutzungen wie öffentliche und private Dienstleistungen, kulturelle, soziale sowie gastronomische Angebote im historischen Ambiente stellt sich die Landauer Innenstadt als attraktiver Einkaufsstandort dar.

Befragung der Innenstadthändler zum Online-Handel

Die Situation des stationären Einzelhandels steht im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel und der zunehmenden Bedeutung des Online-Handels unter Druck. Entwicklungsperspektiven des stationären Einzelhandels hängen dabei in besonderem Maße auch davon ab, inwieweit die Möglichkeiten der Digitalisierung bei der Vermarktung der Produkte genutzt werden. Diese Thematik ist sehr vielschichtig und könnte daher zahlreiche Aspekte, wie u.a. das Marketing, die Verwaltung, ein Warenwirtschaftssystem und die Kommunikation behandeln. Die vorliegende Untersuchung beschränkt sich allerdings auf eine erste Einordnung des Status Quo des jeweiligen Online-Auftritts der stationären Händler. Dabei wurde im Rahmen der Erfassung der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe nachgefragt, ob die Betreiber eine eigene Internetseite besitzen, einen eigenen Online-Shop betreiben oder auf andere Plattformen (z.B. Amazon oder E-Bay) bei der Vermarktung ihrer Waren zurückgreifen.

Bei einer Enthaltung von 25 % gaben 137 der 261 erfassten innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe an, eine eigene Internetseite zu besitzen. Das entspricht etwa der Hälfte der Betreiber. 22 % haben keine Internetseite. Lediglich 14 % bzw. 37 Einzelhändler führen einen eigenen Online-Shop und 4 Händler in der Innenstadt verkaufen online über verschiedene Plattformen (z.B. Ebay).

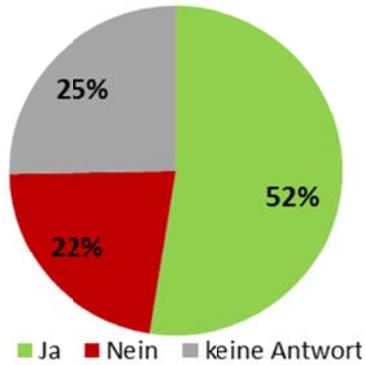
Zum Vergleich: Nach einer Studie von Locafox³¹ zur Online-Präsenz von Deutschlands TOP-100-Einzelhändlern führen im Jahre 2016 73 % der Einzelhändler einen Online-Shop. Im Jahre 2015 waren es noch 60 %, was einem Wachstum von 22 % entspricht. Für den kleinteiligen, innerstädtischen Einzelhandel bedeutet das: „Kleine und mittelgroße Unternehmen sollten von den großen Playern im Einzelhandel lernen und nicht den Anschluss verlieren, denn immer mehr Konsumenten informieren sich vor dem Kauf eines Produktes im Internet, bevor sie das Geschäft aufsuchen. Händler sollten ihr Sortiment also zumindest im Internet sichtbar machen. Dies muss nicht in eigenem Online-Shop erfolgen, das Ausspielen der Produkte auf reichweitenstarken Plattform ist wesentlich effizienter und kostet weniger Zeit und Ressourcen. Dort können Produkte mit Hilfe eines digitalen Warenwirtschaftssystems ohne großen Aufwand angeboten werden. [...] Die Auffindbarkeit im Netz ist aber überlebenswichtig, um für Stamm- und Neukunden sichtbar zu sein.“³²

³¹ Locavox-Studie: Der Einzelhandel rüstet online weiter auf, 2016 (<https://www.locafox.de/pos/magazin/studie-einzelhandel-ruestet-online-weiter-auf/>; Zugriff: 01/2018)

³² Locafox (2016), a.a.O.

Abbildung 9: Befragung der innerstädtischen Einzelhändler zum Online-Handel

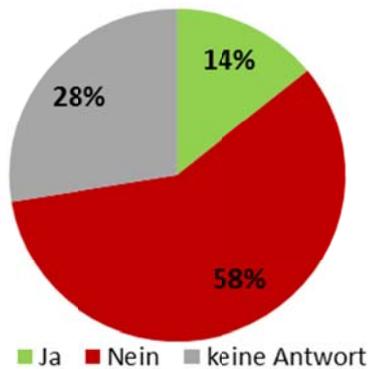
Eigene Internetseite?



137 Shops (bzw. 52 % der Befragten) in der Innenstadt haben einen eigenen Internetauftritt.

n=261

Eigener Online-Shop?



37 Einzelhändler (bzw. 14 % der Befragten) in der Innenstadt haben einen eigenen Online-Shop.

n=261

Verkauf über andere Plattformen?



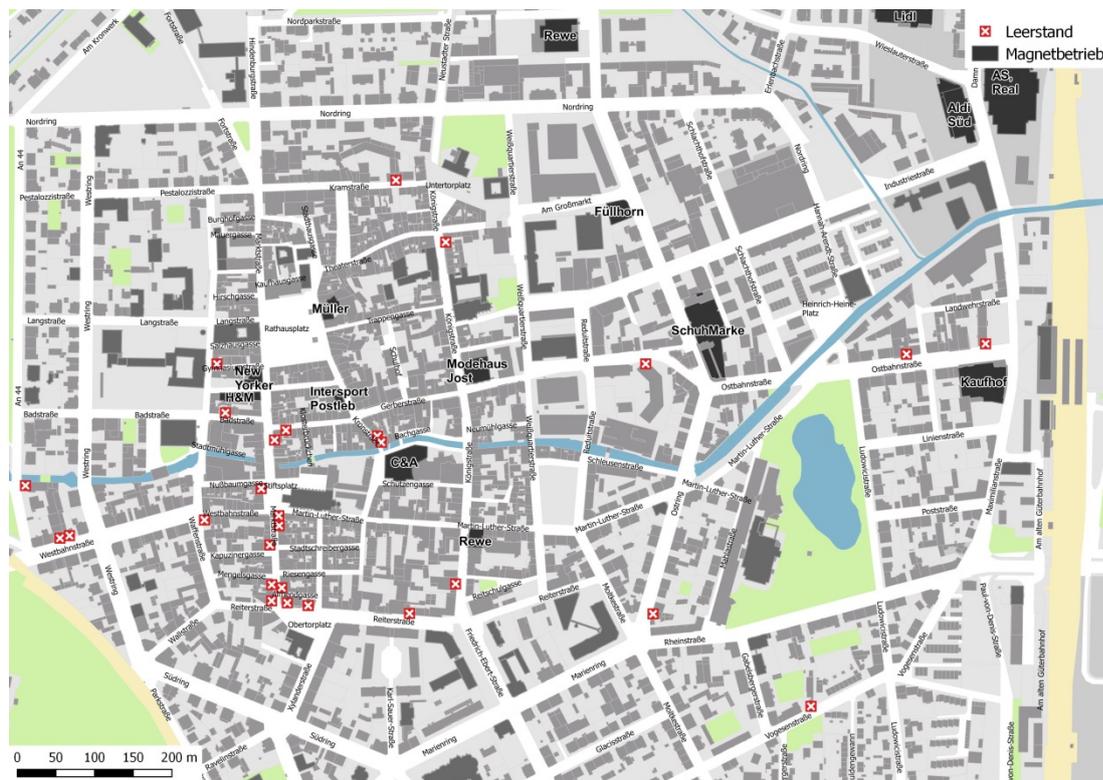
4 Einzelhändler (bzw. 2 % der Befragten) in der Innenstadt verkaufen online über verschiedene Plattformen (z.B. Ebay).

n=261

Quelle: Befragung der innerstädtischen Einzelhändler in der Stadt Landau in der Pfalz, Junker+Kruse, Juni 2017

Leerstände

Karte 7: Leerstände in der Landauer Innenstadt



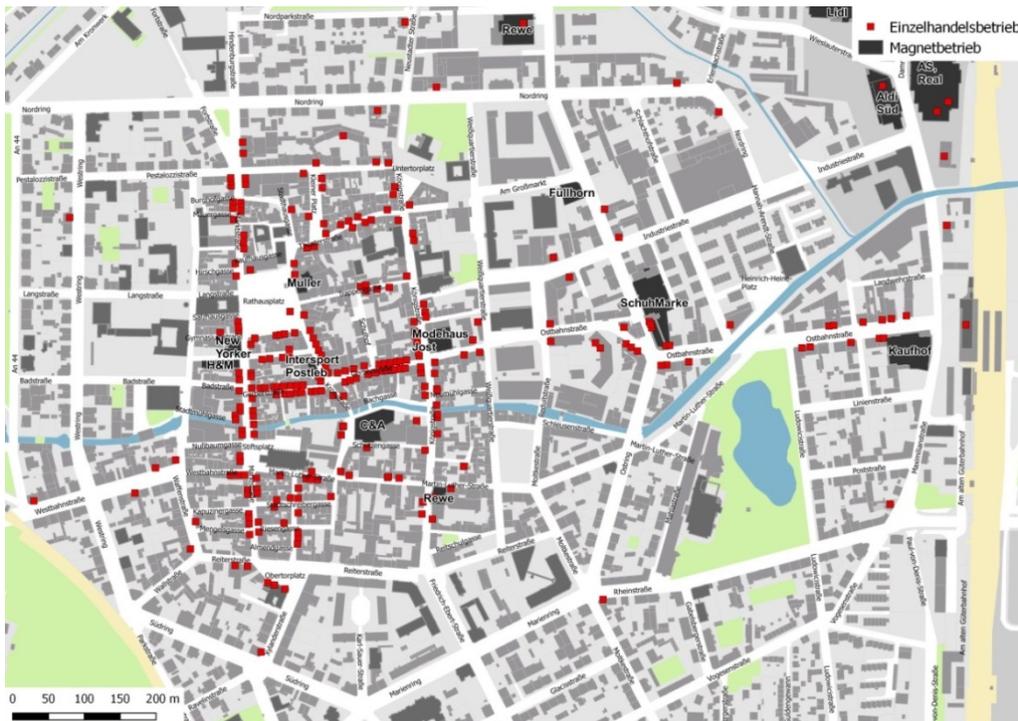
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

Im zentralen Versorgungsbereich stehen zum Zeitpunkt der Erhebung (Juni 2017) insgesamt 25 Ladenlokale mit rund 4.200 m² Verkaufsfläche leer. Dabei zeigt sich insbesondere eine Häufung in der oberen Marktstraße. Die Leerstände sind hier jedoch mit Ausnahme eines Leerstandes in der Reiterstraße, sehr kleinteilig und weisen überwiegend Verkaufsflächen von weniger als 100 m² auf. Außerdem ist darauf hinzuweisen, dass nach Umbau des Obertorplatzes Umstrukturierungen in der oberen Marktstraße von der Stadt Landau in der Pfalz aktiv begleitet werden. Generell ist zu berücksichtigen, dass kleine Ladenlokale in Nebenlagen in der Regel nur eingeschränkt als Einzelhandelsflächen vermarktbare sind, so dass Folgenutzungen an diesen Standorten sowohl durch Einzelhandel, aber vor allem auch durch Dienstleistungen oder Gastronomie in Erwägung zu ziehen sind.

Die räumlich funktionale Struktur der Innenstadt

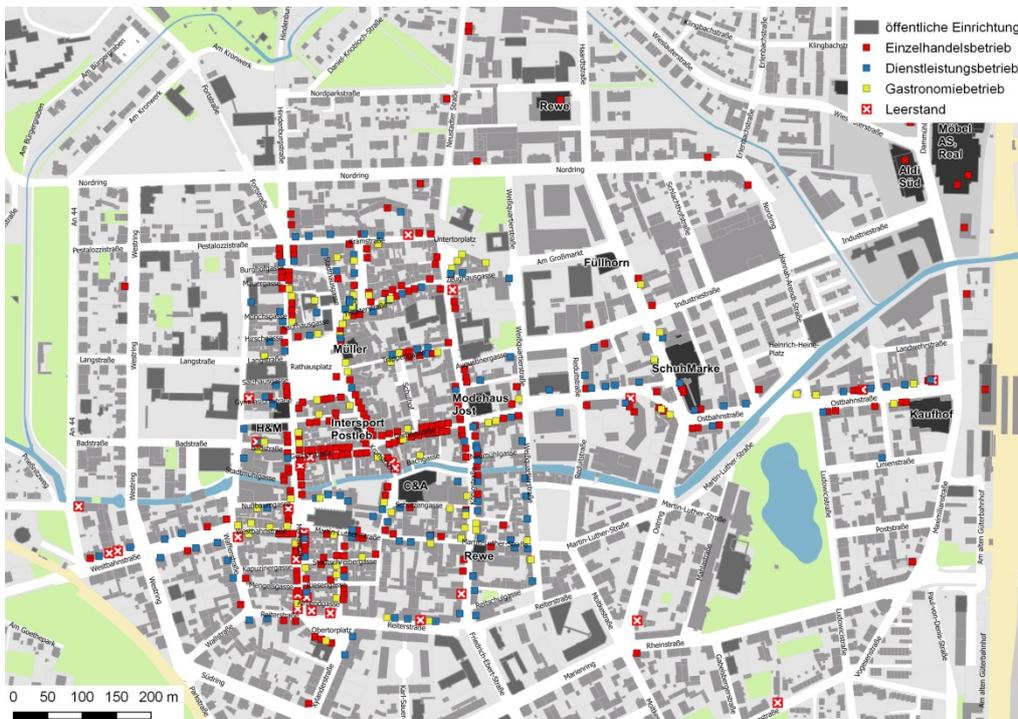
Die Landauer Innenstadt zeichnet sich durch ein dichtes Einzelhandelsangebot (vgl. dazu Karte 8), hohe Passantenfrequenzen, einen innenstadtrelevanten Branchenmix, eine innenstadttypische Anbieterstruktur und z.T. gehobene Außendarstellungen sowie eine typische städtebauliche Gestaltung bzw. hohe Aufenthaltsqualität aus.

Karte 8: Einzelhandelsbetriebe in der Landauer Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

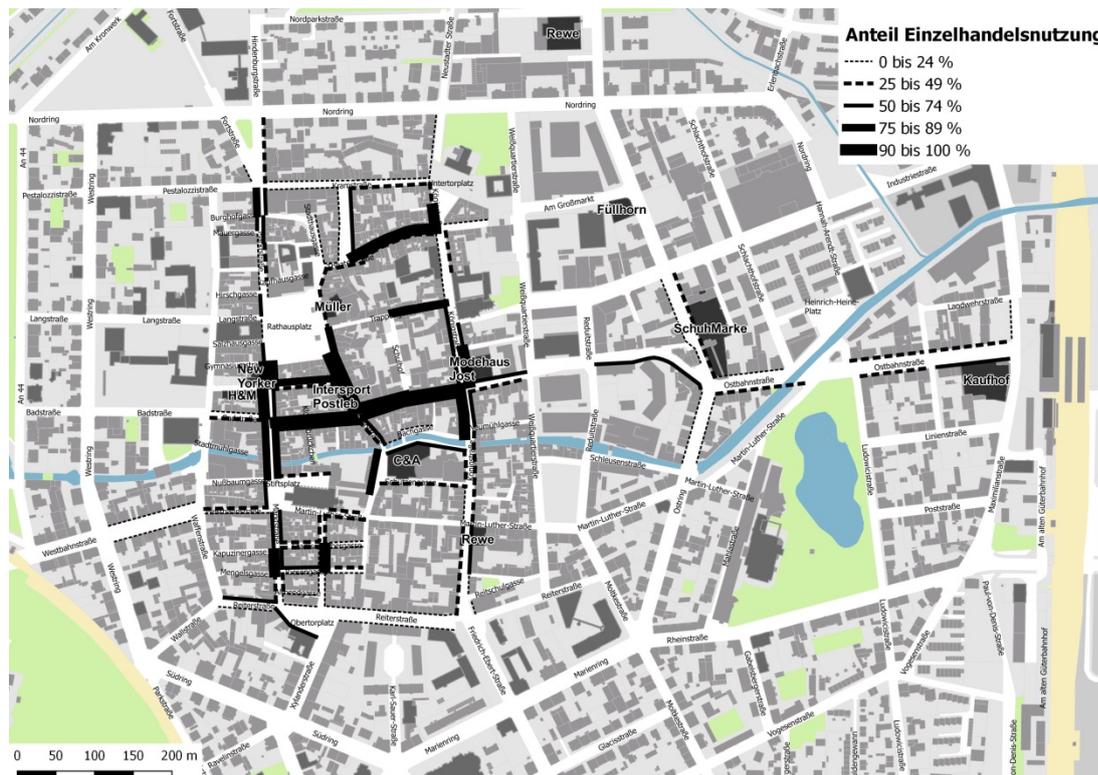
Karte 9: Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe in der Landauer Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

Ein wesentliches Kriterium für die Abgrenzung des Geschäftszentrums und die Differenzierung in Haupt-, Neben- und Ergänzungs- / Streulagen in Landau ist die Nutzungsstruktur. Hierzu gibt der Anteil des Einzelhandels, dargestellt durch die Einzelhandelsdichte, ein besonders treffendes und dabei anschauliches Bild des Zentrums und seiner unterschiedlichen Einzelhandelslagen (vgl. Karte 10). Die Einzelhandelsdichte beschreibt das Verhältnis von Einzelhandelsnutzungen zu anderen Nutzungen wie Dienstleistungen, Gastronomie, Wohnen oder auch Leerständen in den Erdgeschossen der straßenbegleitenden Bebauung. Mit diesem Gradmesser können für die Innenstadt von Landau Unterschiede, Wertigkeiten und Konzentrationspunkte der Einzelhandelsnutzungen verdeutlicht werden.

Karte 10: Einzelhandelsdichten in der Landauer Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

Auf Grundlage der Einzelhandelsdichten lassen sich die unterschiedlichen Geschäftslagen der Landauer Innenstadt wie folgt unterscheiden:

- Die **Hauptlage** (auch **A-Lage** genannt) ist die „beste Adresse“ und das Aushängeschild eines Hauptgeschäftszentrums mit Einzelhandelsdichten zwischen 75 und 100 %. Darüber hinaus sind an Hauptlagen hohe Anforderungen an Qualität und Darstellung der Einzelhandelsbetriebe und des öffentlichen Raums zu stellen. Zur Hauptlage zählen Teile der Gerberstraße, Marktstraße und Kronstraße.

Fotos 3 und 4: Blick in die Gerberstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

- Auch in **Nebenlagen (B-Lagen)** genannt) stellt der Einzelhandel in der Regel noch die Leitnutzung dar und steht in deutlichem funktionalen und städtebaulichen Zusammenhang mit der Hauptlage. Gute Nebenlagen weisen Einzelhandelsdichten von über 50 % auf und die Qualität des Einzelhandels und des öffentlichen Raumes lassen meist nach. Zur Nebenlage zählen u.a. Teile der Marktstraße, Rathausplatz, Theaterstraße und Ostbahnstraße (Kreuzungsbereiche: Königstraße und Maximilianstraße).

Fotos 5 und 6: Blick in die Obere Marktstraße und Theaterstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

- **Ergänzungslagen (C-Lagen / Randlagen)** und **Streulagen** werden nicht mehr durch Einzelhandelsnutzungen dominiert; vielfach existiert ein dichter Dienstleistungsbesatz, die Einzelhandelsdichte liegt unter 50 %. Ergänzungslagen bilden u.a. die Kramstraße, Ostbahnstraße (mit Ausnahme der o.g. Kreuzungsbereiche), Königstraße, Trappengasse, Gerberstraße, Kleiner Platz, Badstraße, Kugelgartenstraße und Reiterstraße.

Fotos 7 und 8: Blick in die Trappengasse und auf den Kleinen Platz



Quelle: eigene Aufnahmen

Eine besondere Rolle kommt im Rahmen der innerstädtischen Einzelhandelsstruktur der Ostbahnstraße zu. Sie stellt die Verbindung zwischen dem außerhalb des Innenstadtringes liegenden Hauptbahnhof mit dem übrigen Geschäftsbereich dar. Im Gegensatz zum mehrfach vernetzten Hauptgeschäftsbereich zweigen von dieser linear strukturierten Ergänzungslage keine weiteren Einzelhandelslagen ab. Die städtebauliche Qualität und insbesondere auch die Aufenthaltsqualität in diesem Bereich wurde durch aktuelle Maßnahmen im Rahmen der Stadtumbau-maßnahme östliche Innenstadt deutlich aufgewertet. Abgesehen von einzelnen Polen (z.B. Warenhaus Kaufhof oder SchuhMarke) tritt die Einzelhandelsnutzung nach wie vor deutlich zurück.

5.4.2 Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten

Karte 11: Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

Der Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten befindet sich im Stadtteil Queichheim, östlich der in diesem Bereich in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Bahntrasse und südlich der L 509. Östlich der Johannes-Kopp-Straße schließt sich der Messeplatz (Gewerbepark „Am Messengelände“ – D9) an, der von gewerblichen Nutzungen umrahmt wird.

Fotos 9 und 10: Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten


Quelle: eigene Aufnahmen

Tabelle 10: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Anteil an Gesamt	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	4.050	34,3%	2
Blumen (Indoor) / Zoo	100	0,8%	-
Gesundheit und Körperpflege	350	3,0%	-
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	100	0,8%	-
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	4.600	39,0%	2
Bekleidung	900	7,6%	1
Schuhe / Lederwaren	200	1,7%	1
GPK / Haushaltswaren	500	4,2%	-
Spielwaren / Hobbyartikel	100	0,8%	-
Sport und Freizeit	50	0,4%	-
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.750	14,8%	2
Wohn Einrichtung	700	5,9%	-
Möbel	1.000	8,5%	2
Elektro / Leuchten	700	5,9%	1
Elektronik / Multimedia	2.000	16,9%	1
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	1.050	8,9%	2
Gartenmarktsortimente	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	5.450	46,2%	6
Sonstiges	-	-	-
gesamt	11.800	100,0%	10

Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017

In autokundenorientierter Lage liegen westlich der Johannes-Kopp-Straße mit dem Elektronikfachmarkt Media-Markt und dem Verbrauchermarkt SBK Kiesel zwei großflächige Einzelhandelsbetriebe. Insbesondere diesen sind weitläufige Sammelparkplätze zugeordnet. Einige kleinflächige Anbieter ergänzen darüber hinaus das Angebot im Umfeld, dazu gehören u.a. ein Fischgeschäft, ein Küchenfachmarkt, ein Bettenmarkt und ein Fachmarkt für Kfz- und Motorradzubehör.

Die Gesamtverkaufsfläche in diesem Bereich beträgt rund 11.800 m² (rund 8 % der Gesamtverkaufsfläche in Landau) und verteilt sich auf ZEHN Betriebe, somit beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb rund 1.200 m². Angebotschwerpunkte liegen in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie in der innenstadtrelevanten Warengruppe Elektronik / Multimedia. Betriebe mit nicht innenstadtrelevanten Angeboten (Baumarktsortimente, Möbel) ergänzen den Einzelhandelsbesatz am Standort.

5.4.3 Standortbereich Gilletstraße

Der Standortbereich Gilletstraße befindet sich im Gewerbegebiet Nord (C17). Es stellt einen im Rahmen der bisher verfolgten geordneten Stadtentwicklung definierten Bereich für die Entwicklung von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten dar.

Karte 12: Standortbereich Gilletstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

Fotos 11 und 12: Standortbereich Gilletstraße


Quelle: eigene Aufnahmen

Prägende Anbieter in diesem Bereich sind der Bau- und Gartenmarkt Gillet sowie das Möbelhaus Ehrmann mit dem Fachmarkt Küche+Bad Ehrmann. Darüber hinaus gibt es einige wenige kleinflächige Anbieter (wie einen Fliesenfachmarkt und ein Küchenstudio an der Bornbachstraße), die überwiegend über nicht innenstadtrelevante Kernsortimente verfügen.

Die Gesamtverkaufsfläche in diesem Bereich beträgt rund 42.800 m² (rund 30 % der Gesamtverkaufsfläche in Landau) und verteilt sich auf zwölf Betriebe. Somit beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb rund 3.600 m².

Tabelle 11: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Standortbereich Gilletstraße

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Anteil an Gesamt	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	200	0,5%	3
Blumen (Indoor) / Zoo	1.750	4,1%	-
Gesundheit und Körperpflege	-	0,0%	-
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	100	0,2%	-
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.050	4,8%	3
Bekleidung	100	0,2%	-
Schuhe / Lederwaren	50	0,1%	-
GPK / Haushaltswaren	1.000	2,3%	-
Spielwaren / Hobbyartikel	50	0,1%	-
Sport und Freizeit	300	0,7%	-
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.500	3,5%	-
Wohn Einrichtung	2.050	4,8%	-
Möbel	14.050	32,8%	3
Elektro / Leuchten	1.300	3,0%	-
Elektronik / Multimedia	-	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	15.150	35,4%	6

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Anteil an Gesamt	Anzahl Betriebe
Gartenmarktsortimente	6.700	15,7%	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	39.250	91,7%	9
Sonstiges	-	-	-
gesamt	42.800	100,0%	12

Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017

5.4.4 Standortbereich Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße

Der Standortbereich Grundversorgung (Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße) liegt rund 300 m nordöstlich der Landauer Innenstadt im Bereich der Einmündung Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße. Östlich des in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Straßenzuges Dammühlstraße / Maximilianstraße befinden sich das SB-Warenhaus Real mit Getränkemarkt und einigen Konzessionären sowie der Möbelfachmarkt Möbel As. Der Standort wird östlich durch eine Bahntrasse begrenzt. Westlich des in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Straßenzuges Dammühlstraße / Maximilianstraße besteht nördlich der Wieslauterstraße der Lebensmitteldiscounter Lidl und südlich der Lebensmitteldiscounter Aldi-Süd. Nördlich und westlich schließt sich Wohnbebauung an. Der Bereich südwestlich und südlich des Standortes wird überwiegend gewerblich genutzt. Den Betrieben sind jeweils größere Sammelparkplätze zugeordnet, was die Ausrichtung auf Kunden, die gezielt mit dem Auto zum Einkaufen kommen unterstreicht.

Fotos 13 und 14: Standortbereich Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

Karte 13: Standortbereich Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

Die Gesamtverkaufsfläche in diesem Bereich beträgt rund 11.200 m² (rund 8 % der Gesamtverkaufsfläche in Landau) und verteilt sich auf 11 Betriebe. Somit beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb rund 1.000 m². Der Angebotsschwerpunkt liegt in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.

Tabelle 12: Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Standortbereich Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Anteil an Gesamt	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	4.500	40,2%	8
Blumen (Indoor) / Zoo	50	0,4%	-
Gesundheit und Körperpflege	800	7,1%	1
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	250	2,2%	1
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	5.600	50,0%	10
Bekleidung	400	3,6%	-
Schuhe / Lederwaren	100	0,9%	-
GPK / Haushaltswaren	350	3,1%	-
Spielwaren / Hobbyartikel	150	1,3%	-
Sport und Freizeit	400	3,6%	-

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Anteil an Gesamt	Anzahl Betriebe
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.400	12,5%	-
Wohneinrichtung	400	3,6%	-
Möbel	3.000	26,8%	1
Elektro / Leuchten	200	1,8%	-
Elektronik / Multimedia	300	2,7%	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baummarktsortimente	150	1,3%	-
Gartenmarktsortimente	150	1,3%	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	4.200	37,5%	1
Sonstiges	-	-	-
gesamt	11.200	100,0%	11

Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017

5.5 Wohnungsnahe Grundversorgung in den Stadtteilen

Ein besonderer Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, kommt der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung und dabei vorrangig der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln zu. **Unter Nahversorgung beziehungsweise der wohnungsnahen Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.**

Ergänzt werden diese Warengruppen bzw. Sortimente häufig durch kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote bzw. Gastronomie. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote stellen wesentliche Bausteine eines wohnungsnahen Grundversorgungsangebotes dar:

Tabelle 13: Angebotsbausteine wohnungsnahe Grundversorgung

Mindestausstattung	Nahrungs- und Genussmittel Brot und Backwaren Fleisch und Wurstwaren Getränke Gesundheit- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Schreibwaren, Papier, Bürobedarf Schnittblumen / Zoologischer Bedarf
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

In der Praxis wird als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung ist darüber hinaus auch die Analyse der räumlichen (Erreichbarkeit) und strukturellen (Betriebsformenmix) Aspekte unerlässlich.

Eine **rein quantitative Einordnung** geschieht über die Betrachtung der Ausstattung mit Verkaufsfläche pro Einwohner im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (vgl. dazu Tabelle 14).

Gesamtstädtisch ergibt sich für die Stadt Landau in der Pfalz auf Basis der ermittelten Verkaufsfläche für die **Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ein Wert von 0,45 m² pro Einwohner**. Dieser Wert liegt damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 0,35 m² - 0,40 m² pro Einwohner und weist somit in einer ersten Einschätzung – gesamtstädtisch betrachtet – auf eine gute quantitative Versorgung hin. Im Weiteren ist dieser Wert aber auch in einen strukturellen und räumlichen Zusammenhang zu stellen.

Tabelle 14: Kennwerte der Grundversorgung in den Landauer Stadtteilen

	Einwohner	Anzahl der Betriebe Kernsortiment NuG	Verkaufsfläche NuG in m ²	Verkaufsfläche NuG / Einwohner
Arzheim	1.400	-	-	-
Dammheim	1.100	-	-	-
Godramstein	2.700	4	600	0,22
Landau	33.600	91	16.000	0,48
Mörlheim	1.100	3	100	0,09
Mörzheim	1.200	-	-	-
Nußdorf	1.600	2	300	0,19
Queichheim	3.600	5	4.300	1,19
Wollmesheim	800	3	100	0,13
Summe bzw. Durchschnitt	47.100	108	21.400	0,45

NuG= Nahrungs- und Genussmittel; gerundete Werte

Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Einwohnerstatistik von Landau in der Pfalz, Stand 31.12.2017, *Hauptwohnsitze in der Stadt Landau in der Pfalz, gerundete Werte

Bei einer stadtteilspezifischen Betrachtung (vgl. Tabelle 14) wird deutlich, dass der räumliche und quantitative Schwerpunkt des Angebotes im Stadtteil Landau liegt. Dies korrespondiert erwartungsgemäß mit der Bevölkerungsverteilung im Landauer Stadtgebiet. Eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel pro Einwohner weist daneben der Stadtteil Queichheim mit 1,19 m² / Einwohner auf, was darauf zurückzuführen ist, dass der Standortbereich Johannes-Kopp-Straße auf Queichheimer Gemarkung liegt. Hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung in den Stadtdörfern ist festzuhalten, dass diese deutlich unterdurchschnittlich ausfällt. Jedoch ist dabei vor allem auch zu berücksichtigen, dass im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung durch größere strukturprägende Lebensmittelanbieter aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht eine entsprechende Mantelbevölkerung (und damit ein damit verbundenes einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) vorhanden sein muss.

Heutige Marktzutritte von Supermärkten oder Lebensmitteldiscountern erfordern mindestens rund 5.000 Einwohner im Versorgungsbereich.

Ergänzend zur rein quantitativen Betrachtung wurde **eine strukturelle sowie räumliche Bewertung** der Einzelhandelsstandorte vorgenommen. Im Hinblick auf die Bewertung **struktureller Aspekte der Grundversorgung** werden folgende strukturprägende Betriebstypen mit einem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel unterschieden:

Tabelle 15: Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel

Begriff/Betriebsform	Erläuterung
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, aggressive Niedrigpreispolitik, z.B. Aldi, Penny, Lidl. Heutige Marktzutrittsgröße i.d.R. 800-1.000 m ² Verkaufsfläche.
Supermarkt	Selbstbedienung, Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m ² , Lebensmittel einschließlich Frischwaren, Non-Food-Anteil nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche. Übliche Größenordnung: 1.200- 1.500 m ² Verkaufsfläche.
Verbrauchermarkt	Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche mind. 1.500 m ² , Selbstbedienung, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.
SB-Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb, Discount-Prinzip, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mind. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> / Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Wal-Mart, Kaufland).

Quelle: Eigene Zusammenstellung

Darüber hinaus ergänzen eingeschränkt strukturprägende Anbieter, wie Lebensmittel-SB-Läden (kleine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche, Selbstbedienung), Lebensmittel-SB-Märkte (kleine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit 200 - 400 m² Verkaufsfläche, auch Frischwaren sowie integrierte Non-Food-Waren, Selbstbedienung), Fach- und Spezialgeschäfte (z.B. Kaffee-, Tee- oder Süßwarenfachgeschäfte) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Fleischereien) das Grundversorgungsangebot. In Siedlungsbereichen mit einer geringen Mantelbevölkerung, wie beispielsweise in den Landauer Stadtdörfern, können diese kleinflächigen Betriebe einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten. Sie unterliegen jedoch nicht den bauleitplanerischen Steuerungsmöglichkeiten im Sinne des § 11 (3) BauNVO (großflächiger Einzelhandel).

Tabelle 16: Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel

	Lebensmittel-discounter	Supermarkt	Verbraucher-markt	SB-Warenhaus	Sonstige	Summe
Arzheim	-	-	-	-	-	-
Dammheim	-	-	-	-	-	-
Godramstein	-	1	-	-	3	4
Landau	6	5	-	1	79	91
Mörlheim	-	-	-	-	3	3
Mörzheim	-	-	-	-	-	-
Nußdorf	-	-	-	-	2	2
Queichheim	-	-	-	1	4	5
Wollmesheim	-	-	-	-	3	3
gesamt	6	6	-	2	94	108

Quelle: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017

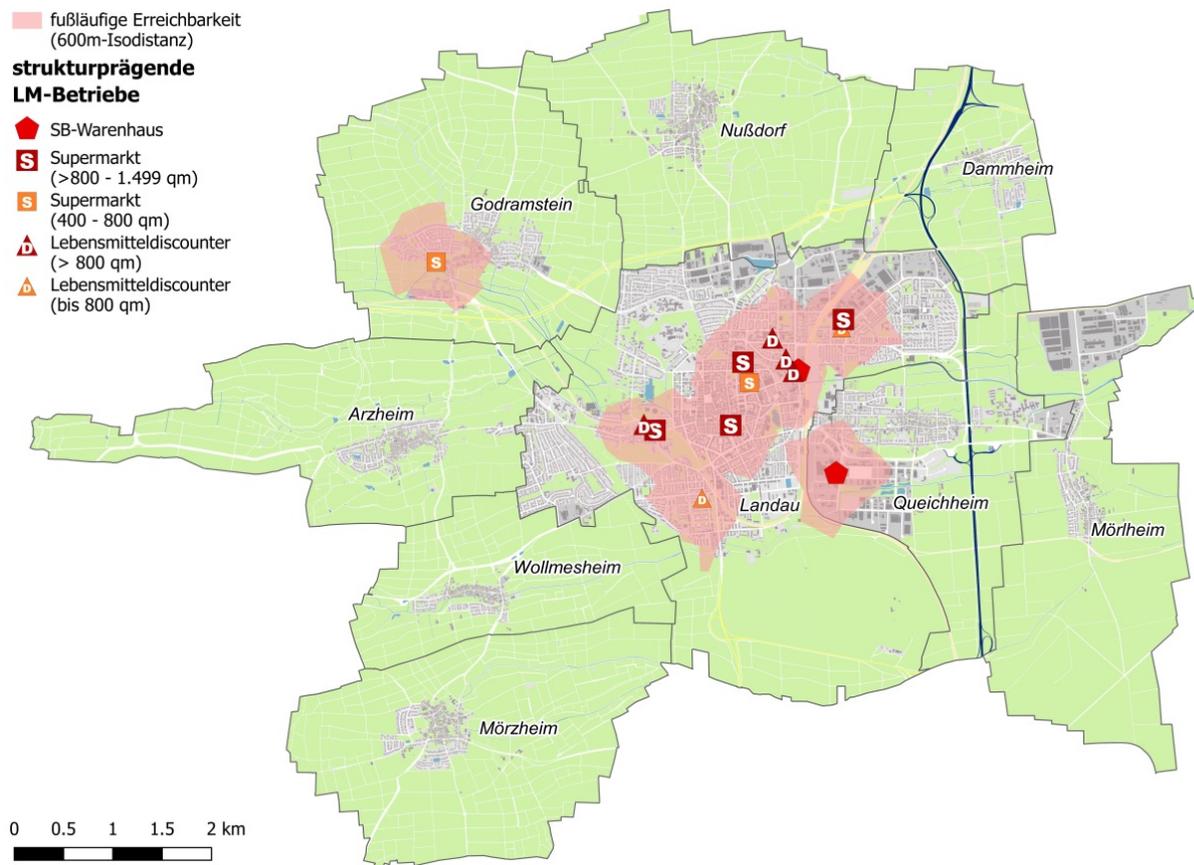
Unter den strukturprägenden Betriebstypen (vgl. dazu Tabelle 16) sind insgesamt zu gleichen Anteilen Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelsupermärkte vertreten. Daneben stellen sich die SB-Warenhäuser in Queichheim (SBK) und in der Kernstadt (Real) als die größten Anbieter dar.

Erwartungsgemäß befindet sich das Gros der Anbieter (84 %) mit einer entsprechend differenzierten Betriebsstruktur in der Landauer Kernstadt, wo auch der Bevölkerungsschwerpunkt und das innerstädtische Zentrum liegen. Einen räumlichen Schwerpunkt stellt hier der Standortbereich Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße mit dem SB-Warenhaus Real, einem Getränkemarkt sowie den Lebensmitteldiscountern Aldi und Lidl dar. Der Betriebsformenmix im Bereich Nahrungs- und Genussmittel stellt sich hier differenziert dar, wobei der Betriebstyp Lebensmitteldiscounter am Stärksten vertreten ist.

Der hohe Anteil sonstiger Betriebe (91 von 108) ist auf die Berücksichtigung sämtlicher Fachgeschäfte, aber auch Lebensmittelhandwerksbetriebe oder Kioske / Tankstellenshops, in dieser Rubrik zurückzuführen.

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Betriebsformenmix alle insbesondere auch strukturprägenden Betriebstypen umfasst. Dem allgemeinen Trend in der Branche folgend sind auch in Landau in den letzten Jahren an verschiedenen Standorten Modernisierungen und damit einhergehenden Verkaufsflächenerweiterungen durchgeführt worden (u.a. SBK am Standort Johannes-Kopp-Straße; Norma, Horststraße). Somit stehen Lebensmittelvollsortimenter der "älteren Generation", beispielsweise in gewachsenen zentralen Strukturen wie der Landauer Innenstadt oder in integrierten Lagen in Wohnsiedlungsbereichen, weiter unter Druck. Vor dem Hintergrund der aus gesamtstädtischer Sicht guten quantitativen Ausstattung muss es daher bei künftigen An- oder Umsiedlungs- und Erweiterungsvorhaben vor allem um qualitative Verbesserungen, im Sinne eines ausgewogenen und modernen Betriebsformenmixes, an städtebaulich sinnvollen Standorten gehen.

Karte 14: Fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

Eine gesicherte und ausreichende Grundversorgung der Wohnbevölkerung einer Stadt mit Nahrungs- und Genussmitteln setzt eine gute Erreichbarkeit der Einkaufsmöglichkeiten vom Wohnort, insbesondere zu Fuß oder mit dem Fahrrad, voraus. Zur **räumlichen Bewertung** der Einzelhandelsstandorte wird daher die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 600 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistancen³³. Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs – v.a. mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln – i.d.R. noch in einer Gehzeit von 10 Minuten möglich sein soll. Dies entspricht einer fußläufigen Entfernung von 600 - 1.000 m. Aufgrund der zu berücksichtigenden topographischen Gegebenheiten werden in der nachfolgenden Karte 14 die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (ab einer Verkaufsfläche von 200 m², ohne Le-

³³ Auch der Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen nennt die zumutbare Grenze von 10 Gehminuten. Legt man eine Laufgeschwindigkeit von 5,4 km/h bzw. 1,5 m/s zu Grunde, wird in 10 Minuten eine Distanz von 900 m zurückgelegt. Vgl. Gem. Rd.Erl. d. Ministeriums für Stadtentwicklung, Kultur und Sport, d. Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr, d. Ministeriums für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft u.d. Ministeriums für Bauen und Wohnen: Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW) vom 22.09.2008

bensmittelhandwerk, Getränkemarkt und Tankstellenshop/Kiosk) im Landauer Stadtgebiet mit einem Luftlinienradius von 600 m dargestellt.

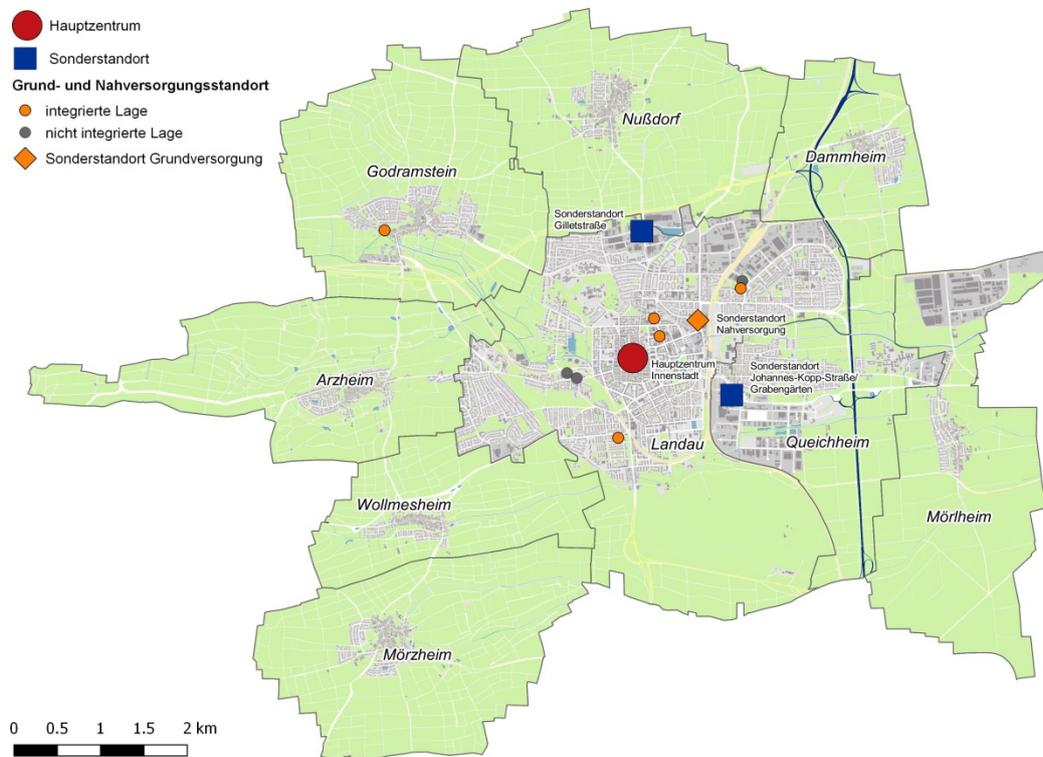
- Weite Teile der Siedlungsbereiche Landaus werden durch die Versorgungsradien abgedeckt, wobei sich einige Isodistanzen in der Kernstadt sogar mehrfach überlappen. Grundsätzlich besteht ein weitreichendes Netz von Lebensmittelanbietern, das jedoch insbesondere in den Siedlungsrandbereichen und dörflichen Gebieten gelockert ist und damit teilweise räumliche Defizite aufweist.
- Besonders zu betrachten sind die südwestlichen Wohnsiedlungsbereiche, die aus räumlicher Sicht im Hinblick auf ein wohnungsnahes attraktives Nahversorgungsangebot nur mäßig versorgt sind. Eine Sicherung und Stärkung der Grundversorgung ist unter Berücksichtigung künftiger Entwicklungsperspektiven anzustreben. Das Integrationsgebot, also die fußläufige Erreichbarkeit des Standortes, die räumliche Zuordnung zu Wohnsiedlungsbereichen und nicht ausschließlich die gute Erreichbarkeit mit dem Auto, ist bei einer Standortfindung zwingend zu beachten.
- In den ländlich geprägten Stadtteilen ergänzen z.T. kleinere Anbieter, wie beispielsweise der Dorfladen in Mörlheim das Nahversorgungsangebot. Darüber hinaus bestehen gezielte Bestrebungen in den Stadtdörfern eine wohnungsnaher Versorgung durch kleine Lebensmittelanbieter zu gewährleisten. So eröffnete beispielsweise in Arzheim im Dezember 2017 in der früheren Bäckerei Metzger in der Arzheimer Hauptstraße 40 der Dorfladen „Tante Emma“.
- Insgesamt ergibt sich für die räumliche Versorgung der Landauer Bevölkerung ein zufriedenstellendes Bild, welches der Stadt auch im Bereich der räumlichen Verteilung eine vornehmlich gute Nahversorgungssituation bescheinigt, die jedoch in Teilen, insbesondere unter qualitativen Gesichtspunkten, an städtebaulich sinnvollen, den Wohnsiedlungsbereichen zugeordneten Standorten gestärkt werden sollte.

5.5.1 Übersicht räumlicher Angebotsschwerpunkte innerhalb der Landauer Einzelhandelsstruktur

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Landauer Einzelhandelsstruktur zum einen durch die Innenstadt und zum anderen durch die Standortbereiche Gilletstraße und Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann geprägt wird. Solitäre Standorte ergänzen die Versorgungsstruktur, dabei handelt es sich im Wesentlichen um Lebensmittelmärkte oder großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten (wie Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente).

Das räumliche Standortprofil der Stadt Landau in der Pfalz ist in der folgenden Karte dargestellt:

Karte 15: Räumliches Standortprofil der Stadt Landau in der Pfalz



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

5.6 Fazit zur Angebots- und Nachfrageanalyse

Gesamtstädtische Einzelhandelsituation

- Mit **406 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **144.800 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt Landau in der Pfalz als gut aufgestellter Angebotsstandort mit einer entsprechenden quantitativen Angebotsausstattung über alle Warengruppen. Umgerechnet auf aktuell rund 47.100 Einwohner in der Stadt Landau in der Pfalz ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rund 3,1 m² je Einwohner**. Im Vergleich zur letzten Einzelhandelserhebung aus dem Jahr **2009** (rund 148.400 m²) ist das gesamtstädtische Verkaufsflächenangebot leicht gesunken.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt **357 m²** und ist mit Blick auf das Jahr 2010 (345 m²) gestiegen. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus Erhebungen des Büros Junker + Kruse (seit 2010) in Mittelzentren (290 m²) oder Städten mit 25.000 – 50.000 Einwohnern (295 m²) stellt sich der Wert überdurchschnittlich dar.
- Das Einzugsgebiet des Landauer Einzelhandels umfasst ein **Kundenpotenzial von rund 275.000 Einwohnern**. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich die Anteile an dem damit verbundenen Kaufkraftpotenzial, die durch den Landauer Einzelhandel abgeschöpft werden, mit zunehmender Entfernung von Landau und auch in Abhängigkeit von der Entfernung zu anderen Konkurrenzstandorten z. T. sehr deutlich verringern.
- Die Stadt Landau in der Pfalz weist ein leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf (einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer 2017: 101.61). Dabei steht dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 281,8 Mio. Euro** ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 456,7 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,62** über alle Warengruppen, d.h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt per Saldo bei rund 62 % über dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Es sind somit per Saldo Kaufkraftzuflüsse aus der Region nachweisbar. Der Zentralitätswert spiegelt die Einordnung Landaus als Mittelzentrum mit teilweise oberzentraler Versorgungsfunktion wider.
- Die **einzelhandelsrelevante Zentralität** ist mit Blick auf das Jahr 2010 (Zentralität: 1,78) insgesamt leicht gesunken. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass das Kaufkraftpotenzial vor dem Hintergrund der positiven Bevölkerungsentwicklung (Bevölkerungszuwachs seit 2009: 4.100 Einwohner bzw. 9,5%) stärker zugenommen hat als die Umsätze im gleichen Zeitraum.

Räumliche Verteilung des gesamtstädtischen Angebots

- Der zentrale Versorgungsbereich **Innenstadt** weist 261 Einzelhandelsbetriebe und rund 43.700 m² Verkaufsfläche (ohne Leerstände) auf. Er nimmt damit einen **Anteil von rund 30 % an der Gesamtverkaufsfläche** Landaus und 64 % an allen Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet ein. Das Angebot in der Innenstadt ist unter einzelhandelsrelevanten Gesichtspunkten differenziert und unter städtebaulichen in einem historischen Ambiente attraktiv gestaltet. Durch Maßnahmen zur Erlebbarmachung der Queich ist die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt gestiegen. Besonders ausgeprägt und durch eine belebende Wettbewerbssituation gekennzeichnet ist das Einzelhandelsangebot im Bereich der typischen zentrenprägenden Sortimente Bekleidung und Schuhe. Dazu konnten in den vergangenen Jahren ins-

besondere die Ansiedlungen der Textilkaufhäuser New Yorker im ehemaligen Kaufhaus Gauer und H&M (Neubau neben dem ehemaligen Kaufhaus Gauer) beitragen.

- Hervorzuhebende räumliche bzw. quantitative Angebotsschwerpunkte befinden sich darüber hinaus im Bereich Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten und Gewerbegebiet Nord. Im Besonderen wird hier das Angebot durch großflächige Anbieter geprägt, wobei im Bereich Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten auch ein nicht geringer Anteil innenstadtrelevanter Sortimente vorgehalten wird (Unterhaltungselektronik, Lebensmittel), während im Bereich Gilletstraße die nicht innenstadtrelevanten Sortimente Möbel sowie Bau- und Gartensortimente dominieren. Ein räumlicher Schwerpunkt des Angebotes an Nahrungs- und Genussmitteln befindet sich im Bereich Dammühlstraße mit dem SB-Warenhaus Real, einem Getränkemarkt sowie den Lebensmitteldiscountern Aldi und Lidl.

Nahversorgungssituation

- Gesamtstädtisch verfügt Landau in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**, die als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune herangezogen werden kann, mit rund **21.400 m² Verkaufsfläche** bzw. **0,45 m² Verkaufsfläche pro Einwohner** über eine sehr gute quantitative Ausstattung. Zurückzuführen ist dies auf ein differenziertes Angebot von strukturprägenden, großen Anbietern, die ergänzt werden durch kleinflächige Lebensmittelanbieter wie Fachgeschäfte, aber auch Lebensmittelhandwerksbetriebe oder Kioske / Tankstellenshops.
- Bei der **stadtteilspezifischen** Betrachtung wird deutlich, dass bei der Verkaufsfächenausstattung mit Nahrungs- und Genussmitteln bezogen auf die Einwohnerzahl Unterschiede vorherrschen: Das Angebot in den Stadtteilen Queichheim und Landau ist mit Verkaufsfächenausstattungen von 1,19 bzw. 0,48 m² Verkaufsfläche pro Einwohner überdurchschnittlich, was nicht zuletzt auch auf die zentrale Bedeutung der Innenstadt bzw. das großflächige Angebot im Bereich Johannes-Kopp-Straße zurückzuführen ist.
- Der **Betriebsformenmix** ist bezogen auf das gesamte Stadtgebiet differenziert und ausgewogen. Das Gros des Angebotes ist in der Kernstadt Landau angesiedelt, wo auch der überwiegende Teil der Bevölkerung wohnt. Es ist hervorzuheben, dass in der Kernstadt die Lebensmitteldiscounter im Vergleich zu den übrigen strukturprägenden Betriebstypen überwiegen.
- Unter dem Gesichtspunkt der fußläufigen Erreichbarkeit sind räumliche Versorgungsdefizite in Siedlungsrandbereichen zu verzeichnen, wobei im Hinblick auf künftige (u.a. räumliche) Verbesserungen der wohnungsnahen Grundversorgung insbesondere die südwestliche Kernstadt zu berücksichtigen ist. In den ländlich geprägten Stadtteilen wird teilweise das Angebot durch kleinere Anbieter (Dorfläden) ergänzt, hier reicht die Mantelbevölkerung unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Aspekte zur Ansiedlung strukturprägender Betriebe (z.B. Supermarkt, Lebensmitteldiscounter) nicht aus.
- Die Nahversorgung im Stadtgebiet Landau stellt sich aus quantitativer, struktureller und räumlicher Sicht überwiegend gut dar. Dennoch ist zu betonen, dass der vielerorts zu beobachtende Druck der Lebensmitteldiscounter auf den Markt auch in Landau ablesbar ist und damit nicht zuletzt auch die Wettbewerbssituation für Lebensmittelvollsortimenter zunehmend angespannt wird. Vor dem Hintergrund der aus gesamtstädtischer Sicht guten

quantitativen Ausstattung muss es daher bei künftigen An- oder Umsiedlungs- und Erweiterungsvorhaben vor allem um qualitative Verbesserungen, im Sinne eines ausgewogenen und modernen Betriebsformenmixes, an städtebaulich sinnvollen Standorten gehen.

Insgesamt besteht in der Stadt Landau in der Pfalz eine gute und teilweise überdurchschnittliche quantitative Angebotsausstattung. Vor dem Hintergrund der allgemeinen aktuellen Entwicklungen und Trends (u.a. demographischer Wandel, Strukturwandel im Einzelhandel, Bedeutung des Online-Handels) sollten künftige Entwicklungen weiterhin besonders auf die Konzentration des Einzelhandelsangebots auf sich gegenseitig ergänzende Standortbereiche (Innenstadt / Bestandsstandorte / Nahversorgungsstandorte) ausgerichtet sein. Dadurch ist eine qualitative und weitere räumliche Optimierung der Angebotsstruktur anzustreben. Diesem Ziel entsprechend wurden in den vergangenen Jahren verschiedene Entwicklungsimpulse an städtebaulich sinnvollen Standorten umgesetzt. Vor allem die Innenstadt konnte durch einzelhandelsrelevante Entwicklungen und städtebauliche Maßnahmen als attraktiver Einzelhandelsstandort mit hoher Aufenthaltsqualität gesichert und gestärkt werden.

6 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Stadt Landau in der Pfalz

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2025) des Einzelhandels in Landau erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen.

Die Ermittlung möglicher Verkaufsflächenspielräume dient grundsätzlich der Orientierung bezüglich der voraussichtlich bis zum Prognosehorizont 2025 zu erwartenden Verkaufsflächenentwicklungsperspektiven in Landau. Insbesondere werden bei der Prognose folgende **Kriterien** berücksichtigt:

- gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation
- Umsatzentwicklung und einzelhandelsrelevante Umsatzkennziffern
- Flächenproduktivitäten
- Bevölkerungsentwicklung
- Entwicklung des privaten Verbrauchs
- Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch
- Branchenbezogene Entwicklung der Einzelhandelsausgaben
- (Ziel-)Zentralitäten, branchenspezifisch und gesamtstädtisch

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 4 und 5). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität³⁴ ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise

³⁴ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

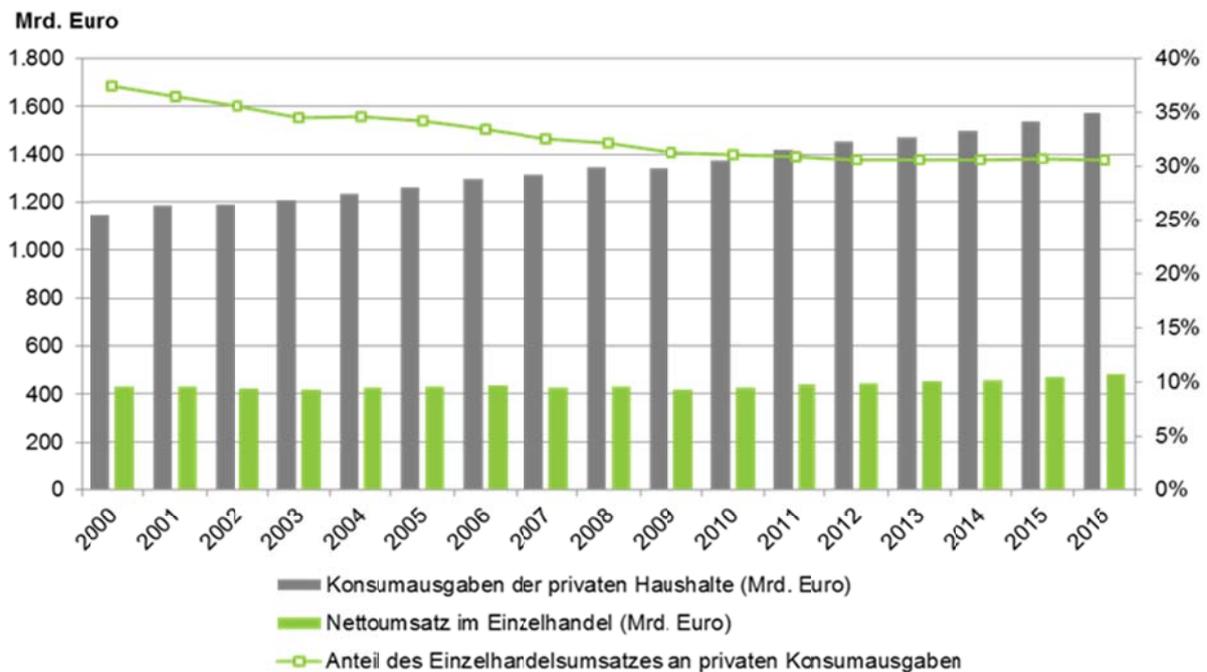
wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Landau von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen. Der nominale Umsatz im Landauer Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklungen einzelhandelsrelevanter Kennwerte, unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten und dem Einfluss des Online-Handels voraussichtlich nur gering ansteigen.

Bevölkerungsentwicklung in Landau bis 2025

Für die Stadt Landau in der Pfalz liegt eine Bevölkerungsprognose im Rahmen des Wohnraumversorgungskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz (inwis, Februar 2016) vor. Diese stellt auf das Basisjahr 2014 sowie die Bevölkerungsstatistik der Stadt Landau in der Pfalz ab. Gemäß Trendvariante ergibt sich für den Prognosehorizont 2025 ein Einwohnerpotenzial von rund 46.650. Dieses wird jedoch bereits durch die aktuelle Einwohnerzahl (Stichtag 30.6.2017: 46.743; vgl. dazu auch Abbildung 7) bereits leicht überschritten.

Neben der quantitativen Betrachtung werden in der inwis-Studie auch Veränderungen innerhalb der Altersgruppen betrachtet. Es sind deutliche Zuwächse bei den älteren Bevölkerungsgruppen ab 65 Jahren abzulesen, während Bevölkerungsverluste voraussichtlich bei Kindern und Jugendlichen zwischen 6 und 18 Jahren sowie bei jungen Erwachsenen bis 30 Jahren zu erwarten sind.

Abbildung 10: Ausgaben der privaten Haushalte



Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2016 ; Herkunftsnachweis: handelsdaten.de , 2016

Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- zum einen von privaten Einkommen bzw. den daraus resultierenden privaten Konsumausgaben,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabeanteile nach Warengruppen).
- Ein zusätzlicher Faktor in diesem Zusammenhang ist der Anteil der Ausgaben, die nicht dem stationären Einzelhandel, sondern dem Online-Handel zufließen.

Folgende bundesdeutsche Entwicklungen sind darzustellen:

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen.³⁵
- Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u.a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit 1990 um mehr als zehn Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell weniger als einem Drittel (29 % im Jahr 2010) zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend³⁶.
- In der Summe stagnieren somit die einzelhandelsrelevanten Ausgaben weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatz, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen -2 und +2 % nur ein sehr geringes Wachstum aufweist (2010: rund 400 Mrd. Euro)³⁷. Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden.

Jedoch müssen auch **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** bzw. im Online-Handel berücksichtigt werden, d.h. es muss eine Prognose erfolgen, die sich verändernde Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

Auf den interaktiven Handel (Versandhandel und Internethandel) entfällt laut HDE-Jahresbilanz ein Anteil von ca. *9,6 Prozent am Gesamtumsatz des Einzelhandels im engeren Sinne (2016). Dabei bewegt sich der Anteil des Online-Handels in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bislang unter 1 %, in typischen innenstadtrelevanten Warengruppen wie Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Bücher, Spiel- und Sportartikel, Bekleidung und Schuhe werden allerdings Anteile von z. T. deutlich mehr als 10 % Anteil am Gesamtumsatzes des Einzelhandels generiert.

Es ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Online-Handels profitieren. Gemäß Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2013 rund **55 %** des im interaktiven Handel³⁸ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen **Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe** sowie **Bild- und Tonträger** erwirtschaftet (absolut rund 21,6 Mrd. Euro von 39,3 Mrd.

³⁵ EHI (2005-2010): Einzelhandel Aktuell. Köln; Statistisches Bundesamt 2011 (www.destatis.de); Handelsjournal et. al. (Hrsg.) (2008-2011): Factbook Einzelhandel; Handelsverband Deutschland (2014), zitiert nach www.handelsdaten.de

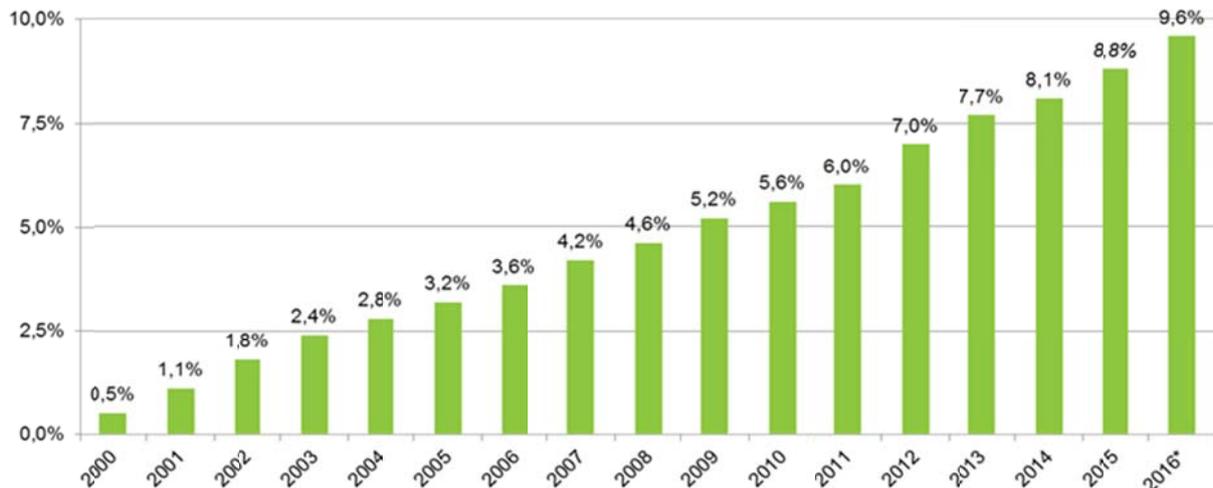
³⁶ ebenda

³⁷ ebenda

³⁸ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen.

Euro)³⁹. Alle übrigen Sortimentsgruppen⁴⁰ leisteten einen deutlich untergeordneten Beitrag zum Gesamtumsatz des interaktiven Handels. Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig⁴¹ die Umsatzzahlen und -zuwächse im Online-Handel bestimmen.

Abbildung 11: Anteil des B2C-E-Commerce⁴² am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2016*)



Quelle: EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de, 2016

Bei der Ermittlung künftiger Verkaufsflächenpotenziale ist vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden, sondern dass diese tatsächlich tendenziell niedriger ausfallen, denn ein gewisser Umsatzanteil fließt dem Online-Handel zu, welcher jedoch nicht allein aus „pure-playern“ besteht, sondern vor allem auch Multichannel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebschienen.

Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Online-Handel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z.B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Im Non-Food-Handel entfielen 2016 rund 22 % auf reine Online Handlungsumsätze, 15 % sind dabei völlig losgelöst von Offline-Kanälen. Weitere 7 % werden zwar online bestellt, jedoch

³⁹ Vgl. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Daten abrufbar unter www.bevh.org (zugegriffen am 31. März 2014)

⁴⁰ Differenziert in insgesamt 16 weitere Sortimentsgruppen: Haushaltswaren und -artikel, Hobby-, Sammel- und Freizeitartikel, Computer und Zubehör, Möbel, Spielwaren, Telekommunikation, Bürobedarf, Drogerieartikel, Bau- und Gartenmarktartikel, Kfz- und Motorradzubehör, Tierbedarf, Lebensmittel, Uhren und Schmuck, Haus- und Heimtextilien, Medikamente, Sonstiges

⁴¹ Vgl. Lührmann (2014): Trendbarometer Einzelhandel – Retail 2014. Osnabrück: S. 32

⁴² B2C = Business to Consumer = Kommunikations- und Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen und Privatpersonen (Konsumenten, Kunden)

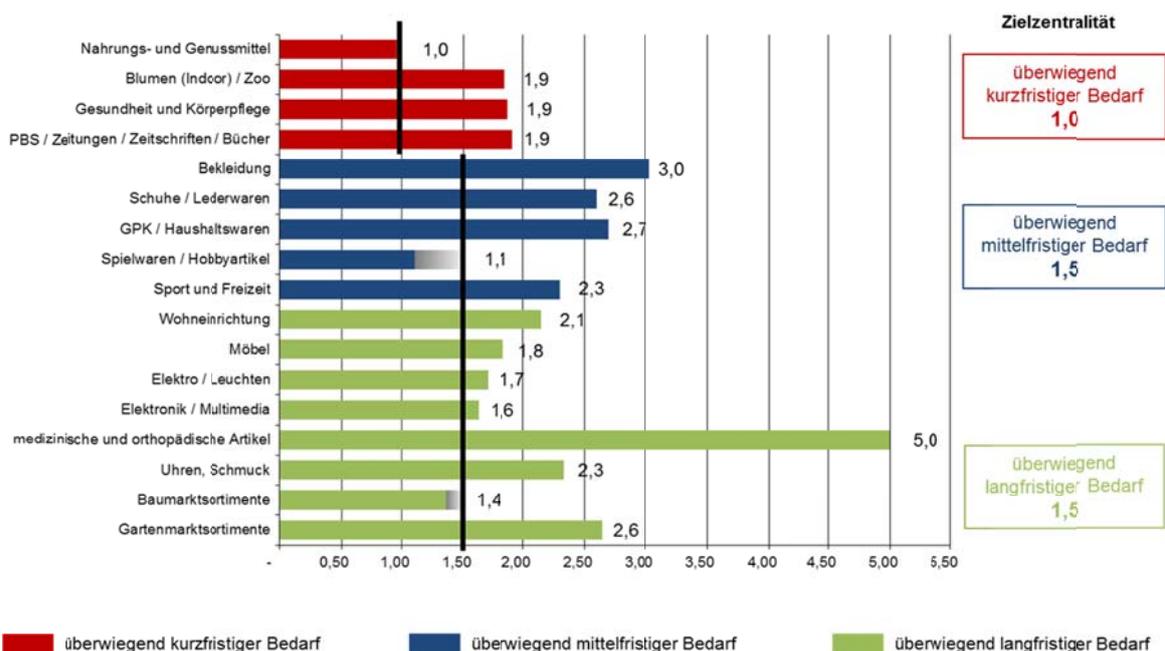
sucht der Kunde vorher noch einmal ein Geschäft auf. 50 % der Non-Food-Umsätze sind reine Offline-Umsätze, bei denen das Internet nicht beteiligt war. Am stärksten legen derzeit und in den nächsten Jahren die Multi-Channel-Umsätze zu, die inklusive Showrooming bereits 35 % der Non-Food-Umsätze ausmachen.⁴³

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Online-Handel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Vor allem gilt es in erster Linie, unter Berücksichtigung neuer Möglichkeiten aufgrund der Digitalisierung die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u.a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes die städtischen Zentren zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln.

Zielzentralitäten für das Jahr 2025

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion der Stadt Landau in der Pfalz.

Abbildung 12: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Landau als Orientierungsgröße



Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in der Stadt Landau in der Pfalz

Bei der Bestimmung der Zielzentralität wurden nachfolgende Aspekte besonders berücksichtigt:

- Vor dem Hintergrund der positiven Bevölkerungsentwicklung in Landau ist auch von einer positiven Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auszugehen.

⁴³ Vgl. Heinemann, G.: Die Neuerfindung des stationären Einzelhandels, Mönchengladbach, 2017, S. 16

- Der reine Online-Handel positioniert sich in einzelnen Warengruppen weiterhin am Markt, dabei sind hinsichtlich des Umsatzanteils in einzelnen Sortimenten, wie beispielsweise Unterhaltungselektronik und Bekleidung, Sättigungstendenzen erkennbar. Es ist zu erwarten, dass sich im Zuge entsprechender Aktivitäten der Einzelhändler (vor Ort) der Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz stationärer Einzelhändler erhöhen wird, was sich entsprechend auf die Zielzentralität auswirkt.

Unter Berücksichtigung dieser Aspekte lassen sich folgende Zielzentralitäten definieren:

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird heute bereits nahezu in allen Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe erreicht bzw. teilweise sogar überschritten.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,5 angenommen, die die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Landau in der Pfalz vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation, insbesondere auch der Nähe zu anderen Mittelzentren bzw. Oberzentren, sowie unter Berücksichtigung des Anteils, der über den Online-Handel abgewickelt wird, widerspiegeln. Dieser angesetzte Wert wird in den meisten Warengruppen bereits jetzt überschritten.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,5 angenommen. So sind in den Warengruppen Wohneinrichtung und Möbel beispielsweise durchaus weitläufige Verflechtungen mit dem Einzugsbereich zu erwarten, während in den Warengruppen medizinische und orthopädische Artikel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente in der Regel auch Angebote in den benachbarten Kommunen eine Rolle spielen können. Vor allem in der Warengruppe Elektronik / Multimedia besteht zudem eine ausgeprägte Wettbewerbssituation zum Online-Handel.

In der Gesamtbetrachtung der erörterten Entwicklungsfaktoren ergeben sich für den Einzelhandelsstandort Landau auf gesamtstädtischer Ebene somit folgende, rechnerische Entwicklungsspielräume in einzelnen Warengruppen:

- In der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** ist auf gesamtstädtischer Ebene bereits eine hohe quantitative Angebotsausstattung erkennbar. Das rechnerische zusätzliche Verkaufsflächenpotenzial ermöglicht zwar grundsätzlich die Ansiedlung eines zusätzlichen strukturprägenden Lebensmittelmarktes. Dabei stehen diesem – vergleichsweise geringen Potenzial – aber mehrere Aspekte gegenüber. So bestehen in der Kernstadt bereits gesicherte Planungen für einen Lebensmittelmarkt (Cornichonstraße). Außerdem ist hinsichtlich der Umsetzung rechnerischer Potenziale zu berücksichtigen, dass auf der einen Seite insbesondere die Betreiber von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten derzeit ihre Standorte überprüfen und vor dem Hintergrund der Standortsicherung und Qualifizierung Verkaufsflächenenerweiterungen anstreben. Auf der anderen Seite finden – neben bestehenden Angeboten – Initiativen zur Wiederbelebung bzw. Entwicklung von Läden zur Nahversorgung in den Stadtdörfern statt. Weiteres perspektivisches Potenzial für Lebensmitteleinzelhandel ist abhängig von der jeweiligen Wohnungsbausiedlungsentwicklung, der Bevölkerungsentwicklung und der Entwicklung in der vorhandenen Nahversorgungsstruktur.

- Die Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** weist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs als einzige ein quantitatives Angebotsdefizit auf. In der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel zeigt sich jedoch auch eine ausgeprägte und steigende Konkurrenz zum Online-Handel. Bestehende Kaufkraftabflüsse komplett durch Neuansiedlungen im stationären Einzelhandel zu kompensieren unterliegt dabei einem hohen betrieblichen Risiko. Gleichwohl ist auch diese Branche von hoher Bedeutung für einen attraktiven Branchenmix, so dass die Rückgewinnung von Kaufkraftabflüssen durch attraktive Fachangebote (inhabergeführte Geschäfte oder auch Filialisten, wie beispielsweise mytoys) im zentralen Versorgungsbereich ein legitimes städtebauliches Ziel darstellt und – trotz ausgeprägtem Wettbewerbs – Spielraum für Angebotsausweitungen an geeigneten Angebotsstandorten bietet.
- In der Warengruppe **Baumarktsortimente** zeigt sich für Landau ein gewisses, rechnerisches Entwicklungspotenzial zur Abrundung bestehender Angebote insbesondere an den Ergänzungsstandorten. Diese Branche ist klassischerweise durch sehr flächenintensive Angebotsformen geprägt, so dass sich in der Innenstadt zumeist keine realistischen Entwicklungsperspektiven ergeben und entsprechende Anbieter in der Regel auch für den Branchenmix an solchen Angebotsstandorten keine tragende Rolle spielen. Auch im Baumarktsegment besteht zudem ein zunehmender Wettbewerbsdruck durch den Online-Handel. Zudem ist zu berücksichtigen, dass im Umland eine ausgeprägte Wettbewerbssituation besteht (Hornbach, Bornheim) und der Baumarktsektor in besonderem Maße durch unterschiedliche Vertriebskanäle bestimmt wird (u.a. Handwerk, Gewerbe), welche das, durch klassische Baumärkte abschöpfbare, Potenzial einschränken. Die rechnerischen Entwicklungspotenziale sind entsprechend zu relativieren.

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Landau in der Pfalz aus rein quantitativer Sicht nur in wenigen Warengruppen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Das bedeutet jedoch nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzeptes kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung der **Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches** dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zuge dachte Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und

somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

So bestehen – trotz teilweise bereits hoher Zentralitäten – Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes in Landau vor allem auch in zentrentypischen Sortimenten (Gesundheit und Körperpflege, Bekleidung) in einzelnen Angebotssegmenten, durch die Ansiedlung weiterer qualitativ attraktiver (Filial-)Betriebe aus dem Standard- bis höherwertigen Sortiment sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen.

Im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes geht es vor allem um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. Entsprechend sind **innenstadtrelevante Warengruppen** gemäß Landauer Sortimentsliste **innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zu konzentrieren**. Während Standorte, die nicht dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet sind, grundsätzlich kritisch zu beurteilen sind. Denn Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten können zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots insgesamt**, insbesondere auch in der Innenstadt, beitragen.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte auch weiterhin beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglicht auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Landau in der Pfalz und stellt für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt weiterhin, dass das übergeordnete Ziel die Sicherung und Verbesserung der qualita-

tiven sowie der räumlich strukturellen Angebotssituation ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ... sie die zentralörtliche Funktion Landaus und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,
- ... sie die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte in ihrer Funktion stärken,
- ... sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,
- ... die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird,
- ... neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.

7 Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 4 und Kapitel 5) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kapitel 6) zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** nach wie vor für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Weiterhin sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen innenstadtrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 5 (2) Nr. 2 d und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Landauer Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie die Ergänzungsstandorte zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 7.1)
- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 7.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 7.3)
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kapitel 8.1)
- Definition von Ergänzungsstandorten (Gilletstraße) und Bestandsstandorten (Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten; Maximilianstraße / Dammühlstraße / Wieslauterstraße) und Empfehlungen zu deren zentrenverträglicher Weiterentwicklung (vgl. Kapitel 8.3)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 8.2)
- Landauer Sortimentsliste (vgl. Kapitel 8.2)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 8.2)

7.1 Übergeordnetes Entwicklungsleitbild

Der Einzelhandelsstandort Landau soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf bestimmte Standortbereiche** zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine

weitere Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden und der Entwicklungsfokus auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie eine möglichst wohnortnahe Grundversorgung durch Bereitstellung entsprechender Angebote an ergänzenden Nahversorgungsstandorten zu gewährleisten bzw. beizubehalten.

Diese Strategie entspricht dem **Leitbild einer „gesamstädtischen, räumlich-funktionalen Gliederung“**. Damit wird auch weiterhin ein klarer räumlicher wie funktionaler Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung gesetzt, wonach der Einzelhandel in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelsschwerpunkte im Stadtgebiet Landaus konzentriert wird. Eine stringente Steuerung seitens der Stadt Landau in der Pfalz innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Folgende Aspekte stützen das Leitbild:

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert werden und (möglicherweise) eine bessere Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung erreicht werden. Durch ergänzende Zielvorgaben seitens der Stadt Landau in der Pfalz (vgl. Kapitel 7.2) bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch in den zentralen Versorgungsbereichen, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Landau können – durch das Zusammenwirken von gesamstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.
- Aus **politischer und planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbildes mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investitionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch der bestehenden Betreiber – ist somit weiterhin gegeben. Die Stadtplanung wird ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht und die aktive Rolle von Politik und Verwaltung in der Stadtplanung bleibt erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung des Landauer Einzelhandels wird zudem das Entwicklungsziel attraktiver und lebendiger städtebaulich-funktionaler Zentren unterstützt. Eine stringente Anwendung des Leitbilds setzt sowohl positive Signale nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.
- Aus **rechtlicher Sicht** nutzt die Stadtplanung auch weiterhin ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten, was eine zielgerichtete und konsequente Anwendung des rechtlichen Instrumentariums bedeutet. Städtebauliche Begründungen, z.B. im Rahmen von Bauleitverfahren, werden erleichtert.

Das Entwicklungsleitbild zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Landau in der Pfalz ist in sich konsequent und kompatibel mit den übergeordneten Rahmenbedingungen, die vor allem durch das Landesentwicklungsprogramm (LEP IV RP) gesetzt sind. Grundsätzlich

wurde bislang die bisherige Einzelhandelssteuerung und Stadtentwicklung diesem Leitbild entsprechend umgesetzt. Somit erfolgten klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt.

7.2 Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

Die übergeordneten zukünftigen Ziele zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Landau in der Pfalz leiten sich aus der einzelhandelspezifischen Situation der Gesamtstadt, den daraus resultierenden Bewertungen sowie allgemeinen Rahmenbedingungen (wie z.B. Bevölkerungsentwicklung und -verteilung, siedlungsräumliche und verkehrliche Situation) ab. Sie stellen eine Fortführung der in der Einzelhandelsuntersuchung und Einzelhandelskonzeption für die Stadt Landau in der Pfalz (2000) sowie im Einzelhandelskonzept für die Stadt Landau (2010) formulierten Leitlinien⁴⁴ zur

- Sicherung der historischen städtebaulichen und architektonischen Qualitäten der Stadt Landau in der Pfalz durch eine einvernehmliche Weiterentwicklung vorhandener und zu integrierender Bautypologien.
- Stärkung der Zentralität Landaus und der Funktionsfähigkeit des Hauptgeschäftszentrums durch
 - Konzentration innenstadtrelevanter Sortimente in der Innenstadt
 - Ansiedlung nicht- innenstadtrelevanter Sortimente unter Berücksichtigung der Randsortimente und der städtebaulichen Verträglichkeit
- Sicherung der wohnungsnahen Versorgungsfunktion durch Zuordnung nahversorgungsrelevanter Sortimente zu Siedlungsbereichen

Auf dieser Grundlage werden auch die künftigen Ziele und Maßnahmen für einzelne Bereiche der Stadt definiert, die eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung gewährleisten sollen.

An dieser Stelle muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf im Sinne der Stadtentwicklung positiv zu bewertende Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

- **Sicherung der landesplanerischen Funktion der Stadt Landau in der Pfalz**
Aus landesplanerischer Sicht sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion kommt der Stadt Landau in der Pfalz im mittelzentralen Verbund mit den kooperierenden Zentren Annweiler, Edenkoben und Herxheim eine Versorgungsfunktion zum einen für die eigene Bevölkerung zum anderen aber auch darüber hinaus für die kooperierenden Zentren zu (vgl. dazu LEP IV RP, Z40+G42). Maßnahmen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung müssen daher – im gesamtstädtischen Kontext – die

⁴⁴ vgl. dazu Einzelhandelsuntersuchung und Einzelhandelskonzeption Landau in der Pfalz 2000, S. 122 ff

Sicherung der landesplanerischen Funktion Landaus berücksichtigen, um auch künftig die Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten.

- **Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in der Stadt Landau in der Pfalz unter Berücksichtigung einer hierarchisch gegliederten, sich funktional ergänzenden Standortstruktur**

Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes bestimmt sich in erster Linie durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche) und seine qualitative Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen). Nur durch ein Miteinander dieser beiden Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Landau weiterhin attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten. Ziel muss es daher sein, eine Vielfalt im oben genannten Sinne zu erlangen bzw. zu sichern. Dies hat zwangsläufig zur Folge, dass die Entwicklung in den einzelnen Bereichen gemäß der ihnen zuerkannten Versorgungsfunktion gelenkt wird. So kommt der Innenstadt von Landau eine zentrale Bedeutung nicht nur für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren innerstädtischen Funktionen wie Kultur, Verwaltung, Gastronomie etc. zu. Daneben ist es Aufgabe von Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten, die Angebotssituation der Innenstadt funktional zu ergänzen. Zum attraktiven Einzelhandelsangebot in Landau zählen durchaus auch die großflächigen Anbieter nicht innenstadtrelevanter Kernsortimente aus dem Bereich Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimenten.

- **Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in der Stadt Landau in der Pfalz**

Die Innenstadt stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb Landaus dar, der sich durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnet. Diese ist insbesondere das Ergebnis der bisherigen Stadtentwicklungspolitik. Die Vielfalt des Einzelhandelsangebotes, der Betriebsformen und nicht zuletzt auch Dienstleistungs- und gastronomische Nutzungen, vor dem Hintergrund des z.T. architektonisch hochwertigen Bestandes, prägen die Attraktivität der Innenstadt. Gleichwohl sind aktuell im innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich quantitative und qualitative Schwächen vorhanden, die es weiter zu verbessern gilt. Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten) auf den Hauptgeschäftsbereich gesetzt werden. Die Innenstadt genießt als zentraler Versorgungsbereich oberste Priorität innerhalb der Landauer Standortstruktur, dem sich alle weiteren Standorte und Ziele im Rahmen einer hierarchischen Gliederung unterordnen.

Die Identität der Landauer Innenstadt ist zu erhalten und zu stärken. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden kommunalen Wettbewerb ist die Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren Profils von wesentlicher Bedeutung.

- **Sicherung und ggf. Ausbau eines Grund- und Nahversorgungsangebotes im gesamten Stadtgebiet**

Eine flächendeckende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs (Nahversorgung) – insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel – dient auch dem immer wieder propagierten Ziel der „Stadt der kurzen Wege“: **Es soll eine wohnungsnah (und so-**

mit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung – sowohl in der Kernstadt als auch in den Stadtdörfern – ermöglicht werden.

Zunehmend stehen den planerisch wie stadtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten (Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet bedingen) gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Landauer Stadtgebiet zu schaffen bzw. zu erhalten.

■ **Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe**

Großflächige Einzelhandelsstandorte bzw. -standortgemeinschaften, die sich außerhalb des gewachsenen Zentrums befinden, sind – im Sinne einer Arbeitsteilung – ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer Standorte) bzw. Umnutzung, Verlagerung und Erweiterung bestehender Betriebe eine Kompatibilitätsprüfung sowie Verträglichkeitsanalyse i.S.v. § 11(3) BauNVO – auf der Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Empfehlungen – durchzuführen ist. Hierbei ist vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann.

■ **Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzusiedelnden Einzelhandel**

Bei der Diskussion um neue Einzelhandelsentwicklungen in einer Kommune wird der bestehende Einzelhandel nach wie vor zu oft nur unzureichend in die entsprechenden Überlegungen und Entwicklungsvorstellungen mit einbezogen. Dabei ist es der vorhandene Bestand, der die Attraktivität und Ausstrahlungskraft eines Einkaufsstandortes nicht unwesentlich mitbestimmt. Dies ist jedoch nicht mit einer „Schutzglocke“ für den bestehenden Einzelhandel gleichzusetzen. Es bedeutet vielmehr, dass im Sinne der Bestandspflege auf der einen wie auf der anderen Seite bei zukünftigen Planungen die bestehenden Strukturen verstärkt in die Überlegungen und Diskussionen mit einzubeziehen sind.

■ **Verhinderung konterkariender Planungen**

Mit Hilfe einer konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

Im Folgenden gilt es, diese Zielvorstellungen räumlich und inhaltlich zu konkretisieren. Räumliche Grundlage der Handlungsempfehlungen stellt dabei das Standortstrukturmodell dar.

7.3 Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Landau in der Pfalz sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung werden die räum-

lichen Angebotsschwerpunkte im Landauer Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandortes in das **weiterentwickelte Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standortes. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im Jahr 2010 festgelegte Standortstruktur des Landauer Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten sowie unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird. Aktuell sind folgende Standortkategorien im Stadtgebiet vorzufinden:

Abbildung 13: Standortstrukturmodell für die Stadt Landau in der Pfalz



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Innenstadt“

Dieser Zentrentyp ist vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,

- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen

Die Landauer **Innenstadt** mit ihrem abgegrenzten Hauptgeschäftsbereich wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung⁴⁵ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Nahversorgungsstandorte

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb (mit einer Betriebsgröße > 200 m² Verkaufsfläche) lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (fußläufigen) Nahversorgung der Landauer Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In der Stadt Landau in der Pfalz sind derzeit folgende Angebotsstandorte als solitäre Nahversorgungsstandorte zu definieren:

- nah und gut Kissel, Godramsteiner Hauptstraße
- Aldi Süd, Annweiler Straße
- nah und gut Kissel, Annweiler Straße
- Netto Marken-Discount, Charles-de-Gaulles-Straße
- Füllhorn, Am Großmarkt
- Rewe, Haardtstraße

⁴⁵ „Zentrale Versorgungsbereiche‘ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...]. Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05). Vgl. hierzu ergänzend die Ausführungen in Kapitel 8.

- Norma, Horststraße

Sonstige Grundversorgungsstandorte

Als sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels werden Standorte in städtebaulich nicht integrierter Lage eingestuft, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb (mit einer Betriebsgröße > 200 m² Verkaufsfläche) lokalisiert ist. Sie dienen – primär für Pkw-orientierte Kundschaft – der ergänzenden Grundversorgung der Landauer Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich geleistet werden kann. Es handelt sich in Landau um folgende Standorte:

- SBK Kompakt, Taubensuhlstraße
- Netto Marken-Discount, Horstring

Diese weisen einen Bezug zu benachbarten Wohngebieten und gewährleisten eine Versorgung der nordöstlichen Kernstadt.

Da diese Standorte aber aufgrund ihrer Lage keinen wesentlichen Beitrag zur ergänzenden fußläufigen Nahversorgung leisten, stellen sie im Umkehrschluss auch kein bauleitplanerisches Schutzgut dar.

Die als sonstige Grundversorgungsstandorte eingestuften Standorte sind Bestandsstandorte. Im Hinblick auf die **Neuansiedlung** von Einzelhandelsbetrieben sollte auf nicht-integrierte Standorte weiterhin nicht zurückgegriffen werden.

Sonstige Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (ohne Nah- und Grundversorgungsstandorte)

Diese Angebotsstandorte sind vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- solitär oder Standortgemeinschaft (Sonderstandort)
- gesamtstädtische(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, idealtypisch (bzw. im Sinne der übergeordneten Ziele und Grundsätze LEP IV RP, ERP): Betriebe mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten (**Ergänzungsstandorte**);
im Bestand sind zudem auch Sortimente der Grundversorgung (zumeist auch großflächige Lebensmittelmärkte) sowie innenstadtrelevante Sortimente vorhanden (**Bestandsstandorte**),
- autokundenorientierte Standorte in peripherer Lage,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i.d.R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Die **Ergänzungsstandorte** dienen auch zukünftig als Standorte **für großflächigen nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel**. Innenstadtrelevante Randsortimente sind zentrenverträglich zu beschränken (maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes, Begrenzung der absoluten Größenordnung).

An den **Bestandsstandorten** sind aufgrund der hohen bestehenden Angebotsausstattungen und der daraus resultierenden innerkommunalen Konkurrenzsituation Angebotsausweitungen in

nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche restriktiv zu behandeln. In Ausnahmefällen können Umstrukturierungen und maßvolle Erweiterungen bei Ausschluss negativer städtebaulicher Auswirkungen ermöglicht werden (Einzelfallprüfung).

Die Ausstattung (solitär oder Standortgemeinschaft) und der Sortimentsschwerpunkt prägen in der Stadt Landau in der Pfalz die großflächigen Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Folgende Standortgemeinschaften sind besonders hervorzuheben:

- der Ergänzungsstandortstandort Gilletstraße und
- der Bestandsstandort Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten sowie
- der Bestandsstandort Grundversorgung Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße.

Sonstige Ergänzungsstandorte (solitär) mit vorwiegend nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten stellen folgende größeren Betriebe dar:

- Bingo, Horststraße
- Blumenhaus Gaab, Queichheimer Hauptstraße
- Möbel Schad, Queichheimer Hauptstraße
- Hila Fachhandelszentrum „Zäune und mehr“, Helmbachstraße
- Hammer, Horstring

Unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes sind Erweiterungen der Verkaufsfläche dieser Betriebe unter Ausschluss negativer städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche bzw. die Versorgungsstruktur in den Nachbarkommunen (§ 11 (3) BauNVO) und unter Berücksichtigung der Zielsetzungen des (LEP IV RP sowie ERP), insbesondere hinsichtlich des Nichtbeeinträchtigungsgesetzes und der Begrenzung innenstadtrelevanter Randsortimente, möglich⁴⁶.

⁴⁶ vgl. dazu z.B. LEP IV RP (2008), S. 96

8 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels

Vor dem Hintergrund der bestehenden Angebotssituation und der somit insgesamt begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume in Landau ergeben sich im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung nur für bestimmte Standorte im Stadtgebiet Entwicklungsperspektiven. Diese Standorte bilden die **Entwicklungsbereiche** an denen der vorhandene Einzelhandel gesichert und seine Entwicklung – abhängig von der zukünftigen Rolle des Standorts im Rahmen des definierten räumlichen Standortmodells (vgl. Kapitel 7.3) – gefördert oder auch restriktiv behandelt wird. Im Umkehrschluss sollen Entwicklungen an all denjenigen Standorten, die nicht im Rahmen der Entwicklungsbereiche angesprochen werden, restriktiv behandelt werden. Im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung sind hier insbesondere Flächen ausgeschlossen, an denen eine einzelhandelsrelevante Ansiedlung den formulierten Entwicklungszielen kontraproduktiv entgegenstehen würde.

8.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition des zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellen deshalb ein Pflichtelement des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

8.1.1 Kriterien zur Einordnung und Abgrenzung

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁴⁷ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z.B. Innenstadt und Stadtteil- bzw. Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und ggf. auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen.⁴⁸ Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines

⁴⁷ Vgl. u.a. BverwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

⁴⁸ Vgl. u.a. OVG NRW; Urteil vom 15. Februar 2012 – 10 D 32/11:NE

zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.⁴⁹

Ergänzungs- und Bestandsstandorte und solitäre Nah- und Grundversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur⁵⁰ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z.B. dem Zentrenkonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium. Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein.⁵¹

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Mittlerweile auch weitgehend geklärt ist die Frage, welche Kriterien an die (räumliche) Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche anzulegen sind. Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung der Landauer Innenstadt sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung der historisch, gewachsenen, städtischen Zentrenstruktur. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u.a. i. S. v. § 1 (6) Nr. 4, § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB, § 5 (2) Nr. 2 d BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz sind als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bilden. Dies ist der Hauptgeschäftsbereich in der Landauer Innenstadt.

Wichtige Abgrenzungskriterien sind der Besatz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z.B. auch anhand von

⁴⁹ Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07

⁵⁰ Vgl. u.a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

⁵¹ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen

Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereiches ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, die räumliche Fokussierung von Entwicklungen auf den Kernbereich und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- i. d. R. Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

- wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage
- zentrale Lage im Wohnsiedlungskörper
- Baustruktur (Dabei sind in Abhängigkeit von der Versorgungsbedeutung bzw. Hierarchiestufe eines zentralen Versorgungsbereiches unterschiedliche Anforderungen zu stellen: Ein Hauptzentrum muss im Sinne einer Tradition der europäischen Stadt Quartiere mit einem vielfältigen Besatz an Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie sowie mit einem öffentlichen, städtischen Raum aus Geschäftsstraßen und Plätzen aufweisen.)
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Dabei ist zu berücksichtigen, dass der zentrale Versorgungsbereich in der Regel nur einen Teil einer Innenstadt bzw. eines Stadtteils etc. darstellt. Kerngebietsausweisungen können z.B. über diese räumlichen Grenzen hinausgehen.

Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches geschieht unter Berücksichtigung der Fachliteratur bzw. obergerichtlicher Rechtsprechung gleichsam parzellenscharf⁵².

Bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Berücksichtigt wurden dabei so genannte Potenzialflächen. Hierbei handelt es sich um perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zum ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung / Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung / Nutzung

⁵² Vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn 2007 („exakte Abgrenzung erforderlich, d.h. möglichst parzellenscharf“) sowie Urteil des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07), Seite 7

auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

In diesem Zusammenhang sei noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches einerseits sowie von Ergänzungs- und Bestandsorten andererseits und insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist. So stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht innenstadtrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Landauer Sortimentsliste; siehe Kapitel 8) unabdingbar.

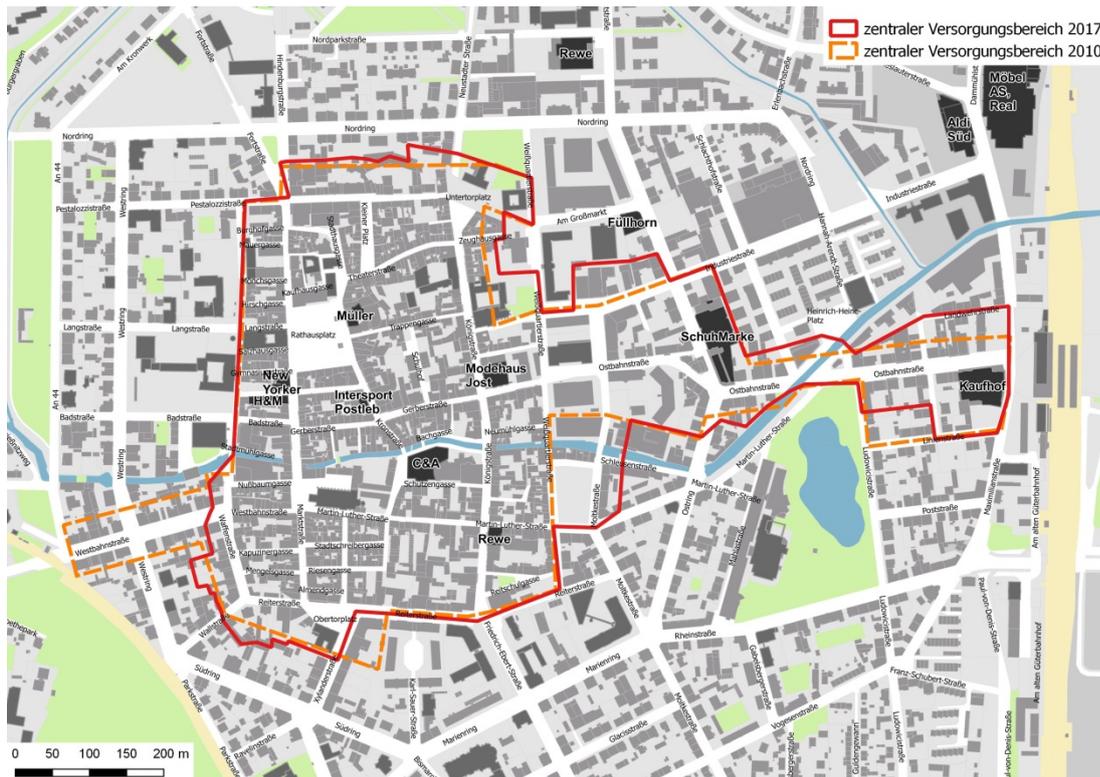
8.1.2 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt weist eine gewachsene Struktur auf. Auf Grundlage der Analyse (vgl. dazu Kapitel 5.4.1) wurde die bisherige Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (i.S. der §§ 2 (2), 9 (2a), 5 (2) Nr. 2 d und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO) überprüft und in Teilen modifiziert (siehe dazu Karte 16). Künftig soll die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches auch im Flächennutzungsplan der Stadt Landau in der Pfalz dargestellt werden, was seine planungsrechtliche Bedeutung besonders herausstellt. Der zentrale Versorgungsbereich wird damit planerische noch stärker verankert als bisher und für überörtliche Planungen „sichtbar“ gemacht.

Gegenüber der Abgrenzung aus dem Jahre 2010 sind die Bereiche Westbahnstraße, westlich Obertorplatz und Linienstraße / Landwehrstraße aus der Abgrenzung 2017 herausgenommen worden. Nicht zuletzt mit der Schließung des Möbelmarktes Müller hat der Bereich Westbahnstraße in den letzten Jahren seine Bedeutung als Einzelhandelsstandort weitgehend verloren. Er stellt keine zusammenhängende Auflage dar. Ebenso besitzen auch die Bereiche westlich Obertorplatz und Linienstraße / Landwehrstraße keine Bedeutung für den innerstädtischen Einzelhandel.

Abgesehen von Anpassung aufgrund einer gleichsam parzellenscharfen Abgrenzung wurden auf Grundlage der bestehenden einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation sowie mit Blick auf künftige Entwicklungen zusätzliche Bereiche in den zentralen Versorgungsbereich aufgenommen. Dabei handelt es sich insbesondere um den Weißquartiersplatz und die nördliche Straßenseite der Industriestraße (zwischen Weißquartiersstraße und Ostring, ohne Finanzamt).

Karte 16: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches 2010 und 2017

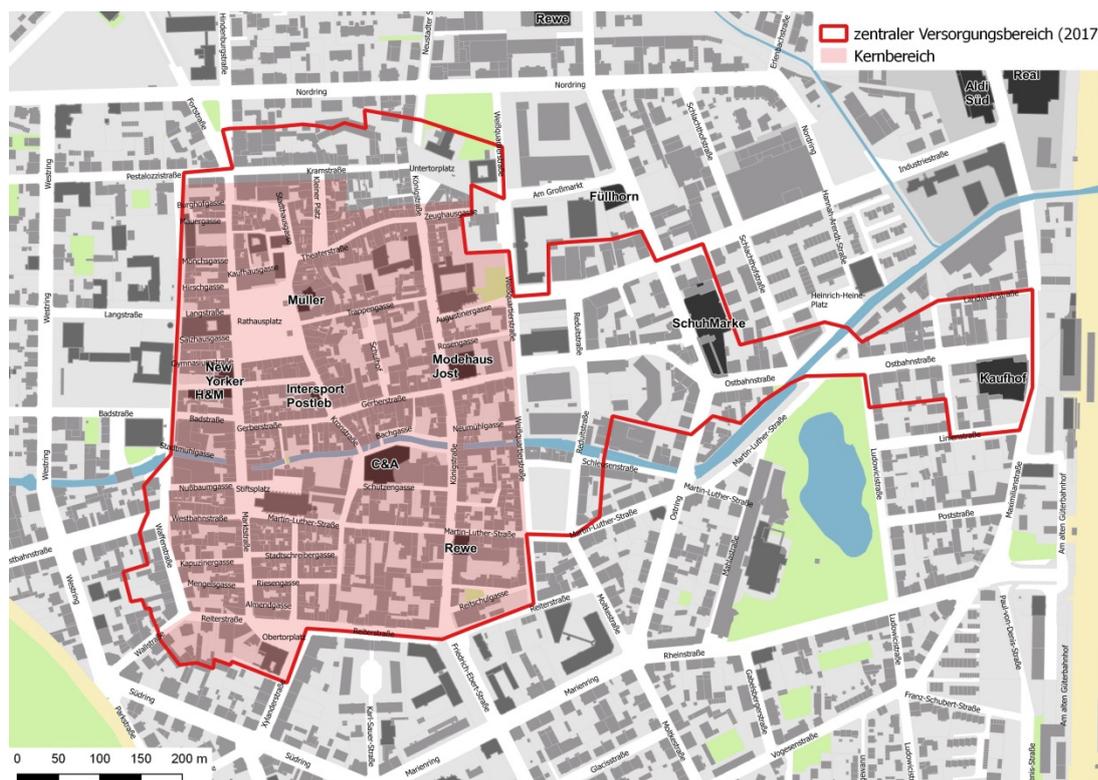


Quelle: eigene Darstellung

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt der Stadt Landau in der Pfalz ist aufgrund seiner Größe und dem angebotenen Warensortiment hinsichtlich Quantität und Qualität sowie Breite und Tiefe des Warenangebotes der wichtigste Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet. Als innerstädtisches Hauptzentrum eines Mittelzentrums mit Teilfunktion eines Oberzentrums kommt ihm eine über die Stadtgrenzen hinausreichende Versorgungsfunktion zu. Die Innenstadt befindet sich in zentraler Lage im Stadtgebiet und zeichnet sich durch eine weitgehend klare und kompakte Einzelhandelsstruktur innerhalb des Innenstadtrings aus. Einen wesentlichen städtebaulichen Mittelpunkt und wichtigen, gesellschaftlichen Kristallisationspunkt stellt der Rathausplatz mit dem Rathaus als städtebauliche Dominante dar.

In Kapitel 5.4.1 wird die Einzelhandelsstruktur der Innenstadt dargestellt. Auf dieser Grundlage kann der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt anhand funktionaler und städtebaulicher Kriterien in einen Kernbereich sowie angrenzende Ergänzungsbereiche gegliedert werden. Deutlich ablesbar ist der Kernbereich mit konzentrierten Einzelhandelsnutzungen (hohe Einzelhandelsdichte) bestehend aus den Hauptlagen Gerberstraße, Marktstraße (zwischen Rathausplatz und Stiftsplatz) und Kronstraße sowie den sich anschließenden Nebenlagen der Marktstraße nach Norden bis zur Kramstraße und nach Süden bis zur Reiterstraße, der südlichen Kronstraße, der Kaufhausstraße und Theaterstraße zwischen Marktstraße und Königsstraße sowie der Königsstraße im Einmündungsbereich zur Ostbahnstraße. Die Hauptlage ist gekennzeichnet durch beidseitig hohe Einzelhandelsdichten und hohe Passantenfrequenzen. Die Gestaltung des öffentlichen Raumes, das gastronomische Angebot und der Ausbau der Fußgängerzone entfalten eine hohe Aufenthaltsqualität.

Karte 17: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches 2017 (mit Kernbereich)



Quelle: eigene Darstellung

Ergänzungsbereiche mit deutlich geringeren Einzelhandelsdichten (unter 50 %) stellen die Ostbahnstraße zwischen Reduitstraße und Maximilianstraße, die Westbahnstraße zwischen Waffenstraße und Westbahnhof, das Quartier zwischen Martin-Luther-Straße im Norden, Reiterstraße im Süden, Kronstraße im Westen und Weißquartierstraße im Osten sowie der Bereich zwischen dem Kleinen Platz und Untertorplatz bzw. der Kramstraße im Norden, Theaterstraße im Süden, dar. Hier existieren überwiegend Dienstleistungsanbieter, Gastronomie und auch Wohnnutzungen. Der östliche, bandartige Ergänzungsbereich besitzt keine nennenswerte Tiefenentwicklung bzw. Vernetzung. Er findet am Einmündungsbereich zum Innenstadtring (Maximilianstraße) mit dem Warenhaus Kaufhof und dem gegenüberliegenden Bahnhof einen eindeutigen Endpunkt. Der nordöstliche sowie südwestliche Teil des Ergänzungsbereiches werden durch den sogenannten Altstadtring begrenzt.

Im Hinblick auf die künftige Steuerung des (innenstadtrelevanten, großflächigen) Einzelhandels in der Innenstadt Landau sind folgende Aspekte festzuhalten:

- Der Erhalt, Ausbau und die nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in der Landauer Innenstadt ist ein vorrangiges Entwicklungsziel.
- Dazu gehört eine Arrondierung des Angebotsspektrums, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in innenstadtrelevanten Sortimenten, um die Attraktivität dieses räumlichen Entwicklungs- und Angebotsschwerpunkts sichern zu können (Waren aller Bedarfsstufen).
- Eine Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches gegenüber nicht integrierten Standorten ist notwendig und sinnvoll. Weitere Entwicklungen sind an diesen städtebau-

lich sinnvollen Standort zu lenken. Grundsätzlich sind im zentralen Versorgungsbereich (Kernbereich und Ergänzungsbereich) Einzelhandelsnutzungen jeder Art möglich. Im Sinne stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen sind jedoch folgende Empfehlungen zu einer inneren Gliederung bzw. Steuerung, insbesondere des großflächigen, innenstadt-relevanten Einzelhandels herauszustellen:

Der Kernbereich, welcher den Hauptgeschäftsbereich der Landauer Innenstadt darstellt, ist als **Vorranggebiet für zukünftige insbesondere großflächige innenstadtrelevante Einzelhandelsansiedlungen zu behandeln. Damit soll künftig der Entwicklungsfokus** der Einzelhandelsentwicklungen im **Kernbereich** (rot) liegen: Betriebe aller Branchen und Größenordnungen sind möglich.

Der innerstädtische **Ergänzungsbereich** (Flächen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ohne farbigen Schleier) dient als funktionaler Ergänzungsbereich für andere zentralörtliche Nutzungen, wobei der Einzelhandel (in Funktionsteilung zum Hauptgeschäftsbereich) eine nachrangige Rolle spielt. Grundsätzlich möglich sein sollten hier Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimenten bis zu einer maximalen Verkaufsfläche von 800 m². Größere Betriebseinheiten mit nahversorgungs- bzw. innenstadtrelevanten Kernsortimenten sollten im Zuge stadtentwicklungspolitischer Entscheidungen nur dann ermöglicht werden, wenn nach eingehender Prüfung ein geeigneter Standort im Kernbereich nicht zur Verfügung steht und das Vorhaben eine sinnvolle Ergänzung des innerstädtischen Einzelhandelsangebots in der Landauer Innenstadt darstellt.

Besondere Aufmerksamkeit im Rahmen der künftigen Einzelhandelsentwicklung in der Landauer Innenstadt sollte darüber hinaus auch dem Kaufhof-Standort als wichtigem Einzelhandelsmagnet zwischen Bahnhof und Altstadt gelten (vgl. dazu Exkurs: Entwicklungsperspektiven Kaufhof-Standort).

Exkurs: Entwicklungsperspektiven Kaufhof-Standort, Ostbahnstraße 36

„Warenhäuser waren über Jahrzehnte der Einzelhandelsanziehungspunkt in den Innenstädten. Die in den 1980er Jahren beginnende Krise dieses Betriebstyps wurde in und von den Städten entsprechend aufmerksam verfolgt. Dies geschah nicht nur weil die Schließung von Warenhäusern zum Verlust wichtiger Anbieter führte, sondern auch, weil die Gefahr bestand, dass der Hauptgeschäftsbereich und benachbarte Handelslagen von Umsatzverlusten betroffen sein und sich Trading-down-Effekte einstellen könnten. Die reale Entwicklung sollte diese Befürchtungen bestätigen.“⁵³

Die Sicherung eines innerstädtischen Warenhausstandortes oder dessen Umnutzung ist von höchster stadtentwicklungspolitischer Relevanz. Vor diesem Hintergrund und mit dem Ziel einer vorausschauenden Entwicklungsplanung ist Kaufhof-Standort in der Ostbahnstraße 36 in der Landauer Innenstadt zu betrachten. Hierbei geht es zum einen um Nutzungsperspektiven für das Kaufhof-Gebäude bei dauerhaftem Fortbestand des Warenhauses (Leerstand in den Obergeschossen), zum anderen aber auch um städtebauliche Optionen für das Areal, sollte der Kaufhof das Gebäude in Zukunft einmal nicht mehr nutzen.

⁵³ Siehe dazu: Junker, Rolf, u.a.: Neueröffnung nach Umbau, Konzepte zum Umbau von Warenhäusern und Einkaufszentren, S. 39

Vorab ist festzuhalten: Durch die Umgestaltung der Ostbahnstraße und des Bahnhofvorplatzes / Busbahnhofes hat die Stadt Landau in der Pfalz wichtige Rahmenbedingungen zur Etablierung des Standortes als Bestandteil der Innenstadt geschaffen. Die Einflussmöglichkeiten der Städte bei Umnutzungen auf die Eigentumssituation sind begrenzt. Ein wichtiger Akteur ist immer der Immobilieneigentümer. Im Vorfeld ist zu klären, ob die Kommune bei der (Wieder-) Inwertsetzung der Immobilie eine aktive Rolle spielen möchte. Um eine ehemalige Warenhausimmobilie zu reaktivieren bzw. den Standort mit einem Nachfolgeobjekt wiederzubeleben, bieten sich den Kommunen vielfältige Möglichkeiten. Dabei steht an erster Stelle die direkte Ansprache von Investoren bzw. Entwicklern. Darüber hinaus können die Kommunen Entwicklungsprozesse moderieren, die Projektentwicklung durch formelle und informelle Instrumente steuern oder eigene Konzepte entwickeln. Bereits in der Vergangenheit hat die Stadt Landau in der Pfalz gemeinsam mit der Immobilieneigentümerin und dem Kaufhof Nutzungs- und städtebauliche Szenarien für das gesamte Kaufhofareal in einem Workshop-Verfahren entwickelt.

Der Kaufhof-Standort in Landau befindet sich an der Ostbahnstraße in einer Nebenlage des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, gegenüber des Hauptbahnhofs und des Busbahnhofs. Hier bildet er einen wichtigen Frequenzerzeuger und Magnetbetrieb, der die Einzelhandelsfunktion dieses Bereiches besonders prägt.

Aus einzelhandelsrelevanter Sicht haben Überlegungen zu städtebaulich verträglichen Folgenutzungen das Ziel, dass hier auch künftig eine sinnvolle Ergänzung des innerstädtischen Einzelhandels stattfindet. Die Funktion (als Verbindung zwischen Bahnhof und Innenstadt) und Attraktivität der Ostbahnstraße soll dabei weiterhin gesichert und gestärkt werden. Einer Polbildung und damit innerstädtischen Schieflage, durch – gegenüber dem sonstigen zentralen Versorgungsbereich – überdimensionierte Einzelhandelsangebote soll dabei entgegen gewirkt werden.

Sollte der Kaufhof als Warenhaus den Standort zukünftig einmal aufgeben, sind folgende Nutzungsoptionen denkbar:

Szenario 1: großflächiger Einzelhandel, vorrangig nahversorgungsrelevante und innenstadtrelevante Sortimente, ggf. Verkaufsflächenerweiterung gegenüber dem heutigen Bestand oder Einkaufszentrum

Eine entsprechende Entwicklung birgt die Gefahr der „Polbildung“ innerhalb der Innenstadt und damit einer Schieflage zum Hauptgeschäftsbereich. Eine Vielzahl von kleinteiligen Ladeneinheiten mit innenstadtrelevanten Angeboten (u.a. Bekleidung, Schuhe), beispielsweise innerhalb eines Einkaufszentrums, treten in direkten Wettbewerb mit dem dort bestehenden Einzelhandel. Synergien mit dem Umfeld sind bei einem introvertierten Einkaufszentrum kaum zu erwarten. Funktionsverluste der Hauptlage können nicht ausgeschlossen werden. Eine potenzielle Verkaufsflächenerweiterung am Standort würde die Situation weiter verschärfen. Eine Folgenutzung durch großflächigen, innenstadtrelevanten Einzelhandel bzw. durch ein klassisches Einkaufszentrum am Standort ist daher nicht zu empfehlen.

Szenario 2: multifunktionales Konzept: Einzelhandel / Gastronomie im Erdgeschoss, in den Obergeschossen: Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen, Büro, o.ä.)

Bei Umstrukturierungen von Warenhausstandorten sind Konzepte, die teilweise Einzelhandel und ergänzend handelsfremde Nutzung umfassen vermehrt anzutreffen. So kann eine Einzelhandelsnutzung im Erdgeschoss beispielsweise einen Komplementärstandort für Fachmärkte (z.B. Fahrrad-Fachmarkt oder Mehrsortimenter), die aufgrund der historischen, kleinteiligen

Strukturen nicht in der Hauptlage integriert werden können, darstellen. In den Obergeschossen können publikumsorientierte und zentrenprägende Dienstleistungen und Infrastrukturen (z.B. Büros, Arztpraxen, Ärztezentren, Fitnessstudios, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) untergebracht werden. Die Vielfalt der Nutzungen trägt zur Attraktivität der Innenstadt bei. Koppungseffekte stärken dabei zusätzlich den Einzelhandel und die (gewollte) Magnetwirkung am östlichen Ende der Ostbahnstraße.

Ein multifunktionales Konzept mit einer verträglichen Dimensionierung des Einzelhandels stellt eine mögliche Nutzungsoption für den Standort Ostbahnstraße dar.

Szenario 3: kein Einzelhandel, monofunktionale Nutzung: Wohnen, Hotel, Büro

Eine monofunktionale Nutzung (Wohnen, Hotel, o.ä.) stellt keine dem innerstädtischen Standort angemessene Nutzung dar. Diese könnte nicht die wichtige Scharnierfunktion zwischen Hauptbahnhof und Altstadt / Hauptlage erfüllen, sondern würde voraussichtlich Funktionsverluste der Nebenlage nach sich ziehen, da notwendige Koppungseffekte zu bestehenden Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie) ausbleiben würden. Ein Trading-Down-Effekt im Bahnhofsumfeld wäre wahrscheinlich.

Empfehlung:

Auch zukünftig sollte der Handel eine prägende Nutzung am Standort sein. Eine wesentliche Verkaufsflächenerweiterung mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollte unabhängig von der Zukunft des Kaufhofes und des Kaufhofgebäudes nicht erfolgen. Vielmehr ist auf Multifunktionalität zu achten, um dadurch einen Beitrag zur Sicherung und Stärkung der Scharnier- und Magnetfunktion zwischen Hauptbahnhof und zentralem Versorgungsbereich sowie zur Sicherung und Stärkung der innerstädtischen Funktionen zu leisten.

8.1.3 Ergänzende Empfehlungen für die Landauer Innenstadt

Zur Stärkung der Landauer Innenstadt ist es sinnvoll, innenstadtrelevante Sortimente außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs auszuschließen. Denn gegen autokundenorientierte Versorgungsstandorte am Siedlungsrand ist der innerstädtische Einzelhandel machtlos und kann mit den dort vorgehaltenen Flächengrößen nicht konkurrieren. Für ein vitales und attraktives Stadtzentrum ist ein florierender Einzelhandel jedoch unerlässlich. Nach wie vor wird er als wichtigster Besuchsgrund für Innenstädte genannt. Von einer Entwicklung von Einzelhandelsflächen mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten in Siedlungsrandlagen ist daher weiterhin abzusehen und das Augenmerk auf eine aktive Verbesserung des innerstädtischen Einzelhandels zu lenken.

Neben der Stärkung der einzelhandelsrelevanten, innerstädtischen Struktur durch die Etablierung bzw. den Ausbau von Fachgeschäften mit zeitgemäßen Verkaufsflächengrößen sind zusätzliche Aufwertungsmaßnahmen ein wichtiger Aspekt zur Steigerung der Attraktivität der Landauer Innenstadt und damit des Einzelhandels. Aus gutachterlicher Sicht sind in diesem Zusammenhang folgende Maßnahmen, die in Landau in Teilen bereits umgesetzt werden, nochmals zu betonen und zur Weiterverfolgung zu empfehlen:

Intensivierung der Einzelhandelsnutzungen!

Ziel der Einzelhandelsentwicklung in Landau sollte es sein, die Innenstadt in ihrer heutigen Ausdehnung zu erhalten, zu stärken und räumlich nicht zu überdehnen. Mögliche Entwicklungspo-

tenziale sollten daher innerhalb der heutigen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs umgesetzt werden und dabei ggf. vorhandene Flächenpotenziale ausgenutzt werden. Ziel muss es daher sein von Innen, d.h. vom Kernbereich ausgehend, eine kompakte Struktur zu erhalten und zu stärken, durch die Schaffung bzw. den Ausbau von Einzelhandelsdichte sowie einer Erhaltung und eines Ausbaus eines qualifizierten sowie differenzierten, attraktiven Einzelhandelsangebotes.

Digitalisierung als Chance für den Einzelhandel nutzen!

Der Einzelhandel ist seit jeher durch einen stetigen Wandel gekennzeichnet. Prägend sind derzeit markante Veränderungen aufgrund der deutlichen Zunahme des Online-Handels. Dabei gerät der stationäre Einzelhandel zunehmend unter Druck. Insbesondere in kleinen und mittleren Städten wird die Versorgungsfunktion des Handels zunehmend in Frage gestellt. Vor diesem Hintergrund ist die digitale Transformation zu forcieren. Sind die technischen Rahmenbedingungen geschaffen, ist die Nutzung von Internetauftritten sowie virtuellen Marktplätzen ein möglicher Ansatz zur Stärkung und Sicherung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort. Darüber hinaus ist vor allem auch ein aktives Engagement von Handel, Immobilieneigentümern, übrigen Nutzern in der Innenstadt (Gastronomie, Dienstleistungen, u.a.), Verwaltung und Politik für eine klare strategische Positionierung und ein zielgerichtetes Management pro Innenstadt unabdingbar.

Hohe architektonische und städtebauliche Ansprüche umsetzen!

Qualität in Städtebau und Architektur ist langfristig der einzig erfolgversprechende Weg, die Innenstadt zu stärken. Voraussetzung hierfür ist eine systematische Entwicklung innerstädtischer Flächen und Immobilien, die mit hohen Qualitätsansprüchen verknüpft sein muss. Landau kann diesbezüglich schon einiges Positives aufweisen. Mit dem vorliegenden Gutachten sind aus Sicht des Einzelhandels wichtige Grundlagen zur städtebaulichen Gliederung der (Innen-) Stadt geschaffen. In Zukunft sollte daher weiterhin und verstärkt auf Qualität gesetzt werden, insbesondere wenn es darum geht, die gewachsenen kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsgebiete im Hauptgeschäftsbereich attraktiver zu gestalten.

Gestaltung und Aufwertung des öffentlichen Raumes!

Die Gestaltung des öffentlichen Raumes nimmt eine immer größere Bedeutung im Zusammenhang mit der Attraktivität von Innenstädten ein. Gleichen sich viele Innenstädte häufig auch aufgrund eines hohen Filialisierungsgrades mit einer immer gleichen Abfolge an Geschäften und Werbeanlagen an, so ist der öffentliche Raum und die gewachsene Stadtstruktur häufig einziges Unterscheidungsmerkmal, das innerstädtische Geschäftslagen voneinander abgrenzt und damit im gegenseitigen Städtevergleich zu positionieren hilft. Für jede Stadt ist es in diesem Zusammenhang von besonderer Bedeutung, die eigenen Stärken zu erkennen und für Einwohner wie Besucher erleb- und erfahrbar herauszuarbeiten. Beispielsweise mit der Umgestaltung der Ostbahnstraße und der Erlebbarmachung der Queich befindet sich die Stadt Landau in der Pfalz diesbezüglich auf einem guten Weg, der fortgeführt werden sollte.

Leerstandsmanagement

Zum Erhebungszeitpunkt existierten in der Innenstadt insgesamt 23 Leerstände. Die Leerstandsquote liegt damit unter 10 % und weist damit eher auf ein Maß einer üblichen Fluktuation und marktseitigen Neuordnung hin. Dringender Handlungsbedarf zeichnet sich in der Regel bei einer räumlichen Häufung und dauerhaften, insbesondere größeren Leerständen auf. Die bestehen-

den Leerstände in der Landauer Innenstadt befinden sich überwiegend in den Nebenlagen, insbesondere obere Marktstraße, Reiterstraße. Sie weisen generell deutlich kleinere Verkaufsflächen auf ($< 200 \text{ m}^2$, Mittelwert rund 100 m^2). Als Einzelhandelsflächen sind kleine Ladenlokale in Nebenlagen in der Regel nur eingeschränkt vermarktbare, so dass Folgenutzungen an diesen Standorten sowohl durch Einzelhandel, aber auch durch Dienstleistungen oder Gastronomie denkbar sind. Unter Rückgriff auf bestehende Instrumente wie das Innenstadtentwicklungskonzept, die Wirtschaftsförderung und das Stadtmarketing ist beim Umgang mit Leerständen ein funktionierender Nutzungsmix in der Innenstadt besonders zu berücksichtigen. Entsprechende Maßnahmen zum Leerstandsmanagement, wie die regelmäßige Aufnahme von Leerständen, das Führen einer städtischen Gewerbeimmobiliendatei sowie die direkte Ansprache von Eigentümern, Betreibern und Investoren, werden in der Stadt Landau in der Pfalz insbesondere durch die Wirtschaftsförderung bereits praktiziert und sind zielgerichtet fortzuführen.

Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels!

Die Außendarstellung ist das erste sichtbare Zeichen eines Geschäftes für den potenziellen Kunden. Zumeist treten ausragende Werbeanlagen als erstes ins Blickfeld, mit sinkender Raumdistanz folgen Sondernutzungen im Straßenraum, Schaufenster und schließlich die Eingangszone des Ladenlokals. Die Qualität der Außendarstellung korreliert beim Käufer dabei mit der Qualität des Warenangebotes und ist wichtiges Entscheidungskriterium für den Besuch eines Geschäftes. Sie hat entscheidenden Einfluss auf die Capture rate und damit auf die Anzahl potenzieller Kundschaft. Nicht zuletzt angesichts des steigenden Freizeit- und Erlebniswertes des Einkaufens ist bei der Außendarstellung u.a. im Sinne der Landauer Werbeanlagensatzung und den Zielsetzungen des Landauer Innenstadtentwicklungskonzeptes (ISEK) daher vermehrt auf Qualität zu achten.

Wichtige Themenfelder zur Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels sind Fassadengestaltung, Werbeanlagen, Sondernutzungen im Straßenraum sowie Schaufenstergestaltung. Auf der Suche nach Lösungen bieten sich verschiedene Modelle an. Zur Verbesserung der Schaufenstergestaltung können beispielsweise Informationsveranstaltungen mit Experten für die Händlerschaft durchgeführt sowie Gestaltungswettbewerbe angeregt werden.

Aufwertungen der Fassaden sind nur in Zusammenarbeit mit den Immobilienbesitzern möglich. Anreizförderungen schaffen hier häufig gute Voraussetzungen für die Eigeninitiative. Dies wurde und wird bereits in Bereichen der Stadtsanierung sowie der Stadtumbaugebiete „Östliche Innenstadt“ und „Aktives Stadtzentrum Landau“ praktiziert. Insgesamt soll so durch die Stärkung und Aufwertung das Erscheinungsbild verbessert und ein Imagegewinn für die gesamte Innenstadt von Landau erwirkt werden.

8.2 Städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Landauer Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Landau in der Pfalz und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z.B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnahe Grundversorgung innerhalb Landaus nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbereich sichergestellt werden kann, decken die städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte räumliche Versorgungslücken ab. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine möglichst flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet durch funktionsfähige zentrale Versorgungsbereiche **und ergänzende Nahversorgungsstandorte** zu sichern, hohe Priorität.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben dem zentralen Versorgungsbereich einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb Landaus – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u.a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage (wie beispielsweise SBK, Taubensuhlstraße), erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Zum Erhebungszeitpunkt können in Landau folgende solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 200 m² Verkaufsfläche) definiert werden:

- nah und gut Kiesel, Godramsteiner Hauptstraße
- Aldi Süd, Annweiler Straße
- nah und gut Kiesel, Annweiler Straße
- Netto Marken-Discount, Charles-de-Gaulles-Straße
- Füllhorn, Am Großmarkt
- Rewe, Haardtstraße
- Norma, Horststraße

Entwicklungsempfehlungen

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – ins-

besondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s.u.).

- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann zu empfehlen sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rund 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.

Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende **Kriterien** erfüllen:

- nahversorgungsrelevantes Kernsortiment,
- städtebauliche Integration in Wohnsiedlungsbereiche, d.h.
- auch fußläufig erreichbar (max. 5 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 600 m – Wegedistanz),
- keine Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter im zentralen Versorgungsbereich (räumliche Versorgungslücken abdecken),
- eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebs ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (eine diesbezügliche Orientierungshilfe bietet der Grundsatz 1 in Kapitel 9 dieser Untersuchung).

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen. Insbesondere Siedlungsrandbereiche oder dünn besiedelte Stadtteile / Stadtdörfer bieten in der Regel kein ausreichendes ökonomisches Potenzial für größere Lebensmittelmärkte, die dort allein der Nahversorgung der ansässigen Bevölkerung dienen.

- Auch Anbieter, die ihren Standort in Siedlungsschwerpunkten haben und von zahlreichen Kunden zu Fuß oder mit dem Fahrrad aufgesucht werden, können auf Pkw-Kunden nicht verzichten. Nur wenn genügend Stellplätze vorhanden sind und An- und Abfahrt auch während der Spitzenzeiten weitgehend reibungslos verlaufen, bleibt ein Anbieter attraktiv und kann im Wettbewerb bestehen. Im Dialog mit den Inhabern oder Betreibern sollten daher praktikable Lösungen zur **Sicherstellung der bequemen Erreichbarkeit** gefunden werden.

- Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (z.B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Imbiss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.
- Wochenmärkte haben Tradition und profitieren von der Nähe zu Produzenten (v. a. ländliches Umland). Abgesehen von ihrer Bedeutung für die hochwertige Nahversorgung der Bevölkerung, eignen sie sich hervorragend zur Steigerung der Kundenfrequenz. Insofern sind **Wochenmärkte** nach Möglichkeit zu **unterstützen**.
- Die Ansiedlung größerer Märkte ist allein zur Nahversorgung der Wohnbevölkerung in kleineren Stadtteilen und Siedlungsrandbereichen ökonomisch oft nicht tragfähig. Deshalb sind auch **alternative kleinteilige Angebotsformen** wie „Dorfläden“, sog. „Convenience-Stores“ oder Nachbarschaftsläden sinnvoll. Diese setzen jedoch ein hohes Maß an bürgerlichem Engagement voraus.

Der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel drückt sich besonders in einer deutlich sinkenden Zahl von Betriebsstätten sowie in einem tendenziellen Rückzug insbesondere größerer Lebensmittelgeschäfte wie Lebensmitteldiscounter und Supermärkte aus den Zentren und Wohngebieten aus. Als Folge werden zwar die Knoten des Nahversorgungsnetzes dicker, seine Maschen jedoch größer und damit die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs für unmotorisierte Haushalte schwieriger. Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf die zentralen Versorgungsbereiche und die integrierten Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Landau in der Pfalz dient der Umsetzung dieses Ziels.

8.3 Ergänzungs- und Bestandsstandorte

Zu den prägenden Standorten der Landauer Standortstruktur gehören neben dem zentralen Versorgungsbereich und den Nahversorgungsstandorten vor allem die Ergänzungs- und Bestandsstandorte mit Standortgemeinschaften, die durch großflächigen Einzelhandel gekennzeichnet sind. Dabei handelt es sich um folgende Bereiche:

8.3.1 Bestandsstandort Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten

Der Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten befindet sich im Stadtteil Queichheim, östlich der in diesem Bereich in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Bahntrasse und südlich der L 509. Östlich der Johannes-Kopp-Straße schließt sich der Messeplatz (Gewerbepark „Am Messengelände“ – D9) an, der von gewerblichen Nutzungen umrahmt wird.

Angebotsschwerpunkte liegen in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie in der innenstadtrelevanten Warengruppe Elektronik / Multimedia. Betriebe mit nicht innenstadtrelevanten Angeboten (Baumarktsortimente, Möbel) ergänzen den Einzelhandelsbesatz am Standort.

Karte 18: Bestandsstandort Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

Handlungsempfehlung

- Vor dem Hintergrund des Zentrumschutzes sowie der Sicherung und Stärkung der Nahversorgung keine Ausweitung nahversorgungsrelevanter und innenstadtrelevanter Sortimente.
- Entwicklung nicht innenstadtrelevanter Sortimente unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes möglich.
- Es besteht Bestandsschutz bezogen auf den genehmigten Bestand.

8.3.2 Ergänzungsstandort Gilletstraße

Der Ergänzungsstandort Gilletstraße befindet sich im Gewerbegebiet Nord (C17). Es stellt einen im Rahmen der bisher verfolgten geordneten Stadtentwicklung definierten Bereich für die Entwicklung von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten dar.

Der Angebotsschwerpunkt liegt in den nicht innenstadtrelevanten Sortimenten Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Möbel.

Karte 19: Ergänzungsstandort Gilletstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

Handlungsempfehlung

- Entwicklung nicht innenstadtrelevanter Sortimente unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes möglich.
- Innenstadtrelevante Randsortimente von Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten sind gemäß den Grundsätzen zentrenverträglich zu gestalten.

- Es besteht Bestandsschutz bezogen auf den genehmigten Bestand.

8.3.3 Bestandsstandort Grundversorgung Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße

Der Bestandsstandort Grundversorgung (Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße) liegt rund 300 m nordöstlich der Landauer Innenstadt im Bereich der Einmündung Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße. Östlich des in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Straßenzuges Dammühlstraße / Maximilianstraße befinden sich das SB-Warenhaus Real mit Getränkemarkt und einigen Konzessionären sowie der Möbelfachmarkt Möbel As. Der Standort wird östlich durch eine Bahntrasse begrenzt. Westlich des in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Straßenzuges Dammühlstraße / Maximilianstraße besteht nördlich der Wieslauterstraße der Lebensmitteldiscounter Lidl und südlich der Lebensmitteldiscounter Aldi-Süd. Nördlich und westlich schließt sich Wohnbebauung an. Der Bereich südwestlich und südlich des Standortes wird überwiegend gewerblich genutzt. Den Betrieben sind jeweils größere Sammelparkplätze zugeordnet, was die Ausrichtung auf Kunden, die gezielt mit dem Auto zum Einkaufen kommen unterstreicht.

Karte 20: Bestandsstandort Grundversorgung (Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von: Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Landau in der Pfalz, Juni 2017; Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz (Mai 2017)

Handlungsempfehlung

- Vor dem Hintergrund des Zentrumschutzes sowie der Sicherung und Stärkung der Nahversorgung keine zusätzliche Ansiedlung von Betrieben mit entsprechenden Kernsortimenten.

- Entwicklung nicht innenstadtrelevanter Sortimente unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes sind möglich.
- Es besteht Bestandschutz bezogen auf den genehmigten Bestand
- Umstrukturierungen und maßvolle Erweiterungen können bei Ausschluss negativer städtebaulicher Auswirkungen ermöglicht werden (Einzelfallprüfung).

9 Fortschreibung der Landauer Sortimentsliste

Gemeinsam mit den Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches und der sonstigen Entwicklungsbereiche sowie den hierfür zu formulierenden Empfehlungen stellt die „Landauer Sortimentsliste“ ein wichtiges Steuerungsinstrumentarium für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Landau in der Pfalz dar. Insbesondere im Hinblick auf die Umsetzung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes in der Bauleitplanung ist die Differenzierung zwischen nahversorgungs- und innenstadtrelevanten sowie nicht innenstadtrelevanten Sortimenten von Relevanz.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für

- Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten) und
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 2-9 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bau- und Planungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und innenstadtrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge erhalten, entwickelt und gestärkt werden. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimenten von entscheidender Bedeutung sein. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp un-

terhalb der Grenze zur Großflächigkeit, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine gemeindespezifische Sortimentsliste abzustellen, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen aber auch zu den Entwicklungsperspektiven einer Kommune besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente, wie beispielsweise in Einzelhandelserlassen der Länder oder auch der Verweis auf andere Listen (z.B. Kölner Liste) im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung, reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft.

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, innenstadtrelevanten und – zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen – auch nicht innenstadtrelevanten Sortimenten empfohlen wird. Aus Gründen der Rechtssystematik werden in der Sortimentsliste nahversorgungs- und innenstadtrelevante Sortimente festgesetzt, die Darstellung der nicht innenstadtrelevanten Sortimente ist somit als nicht abschließend bzw. nur beispielhaft aufzufassen.

Begriffsdefinitionen

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem innenstadtrelevante und nicht innenstadtrelevante Sortimente zu unterscheiden sind.

Kriterium	Merkmale	
	Innenstadtrelevanter Sortimente	Nicht innenstadtrelevanter Sortimente
Städtebauliche und Einzelhandelsstruktur	notwendig für ein attraktives, vielfältiges Angebot an unterschiedlichen Warengruppen hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	nicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht integriert
Besuchersfrequenz	erzeugen und benötigen hohe Besuchersfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besuchersfrequenz
Integrationsfähigkeit	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z.B. Möbel) autokundenorientiert
Einzelhandelszentralität	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i.d.R. hohe kommunale und z.T. auch regionale Ausstrahlungskraft
Kopplungsaffinität	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i.d.R. gezielt angefahren, geringe bis keine Kopplungen mit anderen Aktivitäten
Transportfähigkeit	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d.h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i.d.R. Kfz notwendig

- Innenstadtrelevante Warengruppen sind in der Regel für ein attraktives und vielfältiges Einzelhandelsangebot notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die Erzeugung hoher Besuchersfrequenzen und eine große Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementspre-

chend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf (Kopplungsaffinität), haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch (Integrationsfähigkeit) und lassen sich häufig als so genannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Besonders den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt – auch in der Stadt Landau in der Pfalz – eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu. Anbieter dieser Sortimente nehmen wichtige Magnetfunktionen für die Standortbereiche und somit die anderen dort ansässigen Betriebe wahr.

- Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen typischerweise insbesondere in Stadtteil- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Sie haben dort entsprechend eine wichtige Magnetfunktion. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingten Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei nicht innenstadtrelevanten Sortimenten handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z.B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Landau – für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche.

Landesplanerische Vorgaben des Landes Rheinland-Pfalz

Bei der Aufstellung von Sortimentslisten sind die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen beispielsweise durch Landesentwicklungsprogramme zu beachten. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass es „eine Legaldefinition dafür, welche Warensortimente innenstadtrelevant sind“ nicht gibt, auch nimmt das Landesentwicklungsprogramm Rheinland Pfalz (LEP IV RP, 2008) nicht für sich in Anspruch, die Innenstadtrelevanz bestimmter Warengruppen abschließend festzulegen. Somit bedarf es „einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation, wenn zum Schutz etwa des Innenstadtbereichs bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden sollen“⁵⁴.

In Rheinland-Pfalz liefert das Landesentwicklungsprogramm (LEP IV RP, 2008) eine Grundlage für die Erstellung und die Inhalte von Sortimentslisten von der „im Rahmen von kommunalen Einzelhandelskonzepten [...] im begründeten Einzelfall“⁵⁵ abgewichen werden kann.

Die innenstadtrelevanten (gleichbedeutend mit zentrenrelevanten) Sortimente⁵⁶ gemäß Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz sind im Folgenden aufgeführt:

⁵⁴ Kuschnerus 2007, Rd.Nr. 528 sowie Urteil des OVG NRW vom 03.06.2002 (AZ 7 a D 92/00.NE)

⁵⁵ vgl. Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV RP), 2008

- Nahrungsmittel,
- Drogeriewaren / Kosmetikartikel,
- Haushaltswaren / Glas / Porzellan,
- 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,
- Musikhandel,
- Uhren / Schmuck,
- Spielwaren, Sportartikel,
- Blumen,
- Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Mofas,
- Zooartikel, Tiernahrung und Tiere

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund dieser Definition der innenstadtrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen für einzelne Sortimente, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i.d.R. stärker differenziert sind. So werden beispielsweise in der Praxis für das Sortiment Einrichtungszubehör (ohne Möbel) Untergruppen gebildet, dazu zählen u.a. Lampen / Leuchten / Leuchtmittel, Matratzen / Bettwaren, Teppiche (Roll- und Einzelwaren) oder Bilder / Bilderrahmen / Spiegel.

Im Rahmen der Aufstellung der Landauer Sortimentsliste wurden insbesondere bei diesen Sortimenten die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Landau in der Pfalz näher betrachtet und damit unter Berücksichtigung der lokalen Situation die Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente abgeleitet.

⁵⁶ Der im Rahmen des LEP IV RP verwendete Begriff innenstadtrelevant ist gleichbedeutend mit dem Begriff zentrenrelevant in der Regionalplanung bzw. einschlägigen Fachliteratur. In der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurde die Terminologie an die Begrifflichkeit des LEP IV RP angepasst.

Fortschreibung der Landauer Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁵⁷ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise bei der Erstellung von Sortimentslisten als sachgerecht dar:

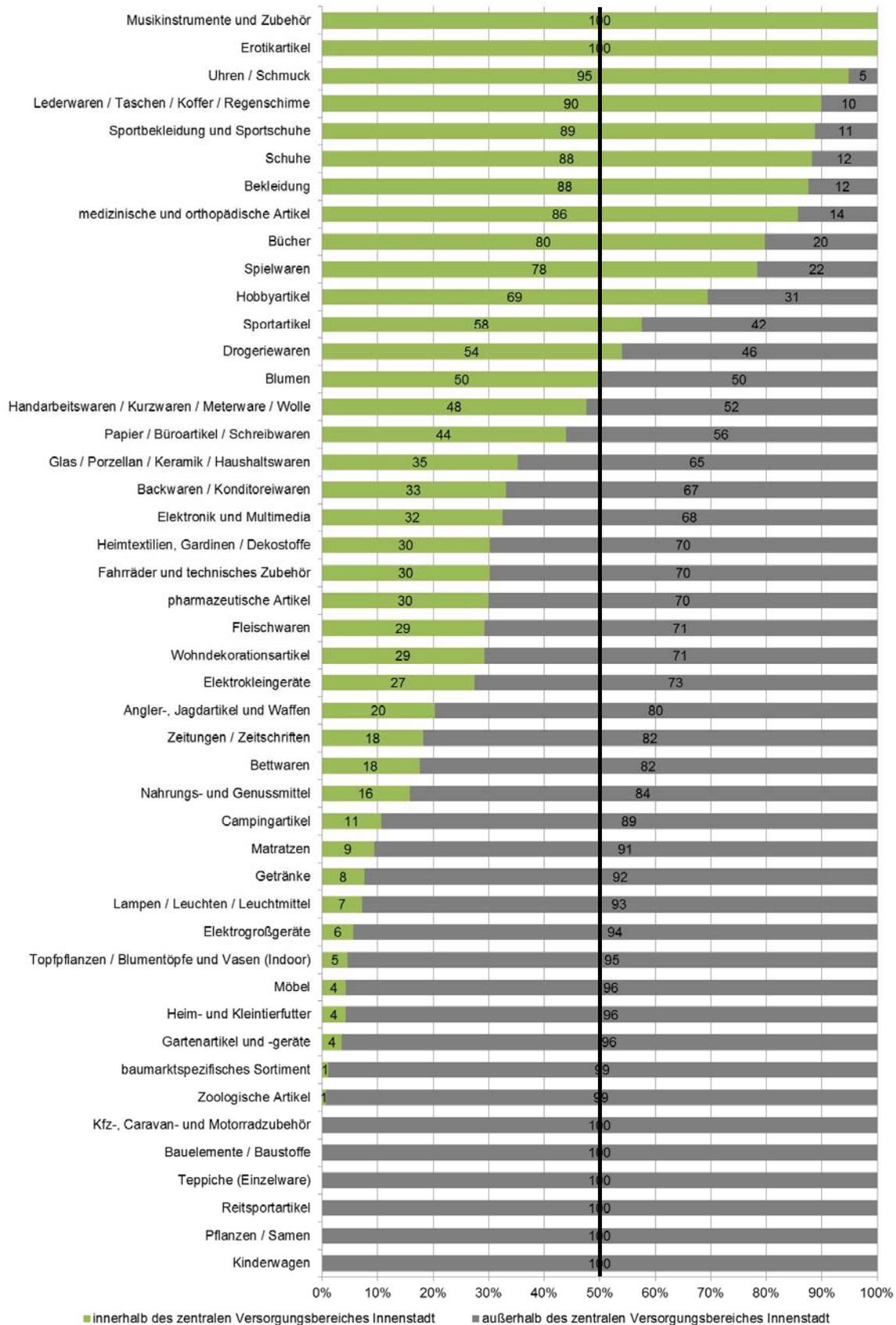
- Im Rahmen der Aufstellung eines gemeindlichen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als innenstadtrelevant angesehenen Warensortimente in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der innenstadtrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken – auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen, solitären und städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten werden –, sofern entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen [bzw. im Umkehrschluss darlegen, warum sie außerhalb der Zentren gerade nicht angeboten bzw. entwickelt werden sollen.]
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel, dem Zentrum eventuelle Neuansiedlungen zur Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität zuzuführen, auszuschließen. Diese Sortimente können als innenstadtrelevant in die gemeindespezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandelskonzeptes notwendig).
- Eine gemeindespezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Landau sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen, erhobenen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in Landau aufgeteilt (vgl. Abbildung 5). Z.T. sind die Sortimente zu Warengruppen aggregiert, wie beispielsweise die Warengruppe Gesundheits- und Körperpflege, welche Einzelsortimente wie Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Apothekenwaren⁵⁸ umfasst.

⁵⁷ Vgl. dazu Kuschnerus, U. (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn, Rd.Nr. 530

⁵⁸ Vgl. dazu auch Tabelle 1, S. 11

Abbildung 14: Verkaufsflächen nach Sortimenten bzw. Warengruppen im Landauer Stadtgebiet in Anteilen (%) nach Lagen



Quelle: eigene Darstellung

Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Landau ergibt sich die im Folgenden dargestellte Landauer Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten.

Tabelle 17: Landauer Sortimentsliste

Nahversorgungsrelevante Sortimente		
Innenstadtrelevante Sortimente*	Drogeriewaren	
	Getränke ¹	
	Nahrungs- und Genussmittel ² (inkl. Back- und Fleischwaren)	
	Parfümerie- und Kosmetikartikel	
	Apothekenwaren (ohne rezeptpflichtige Artikel)	
	Schnittblumen	
	Zeitungen/Zeitschriften	
	Bastel-, und Künstlerartikel	Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen
	Bekleidung	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
	Bücher	medizinische und orthopädische Artikel
	Computer und Zubehör	Musikinstrumente und Zubehör
	Elektrokleingeräte	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
	Elektronik und Multimedia ³	Schuhe
	Fotoapparate, Digitalkameras und Zubehör	Spielwaren
	Glas / Porzellan / Keramik ⁴	Sportartikel / -geräte (ohne Sportgroßgeräte)
Handarbeitsartikel / Kurzwaren / Meterware Stoffe / Wolle	Sportbekleidung	
Haus-, Bett- und Tischwäsche	Sportschuhe	
Haushaltswaren ⁵	Uhren / Schmuck	
Hörgeräte		
Nicht innenstadtrelevante Sortimente*	Angler- und Jagdartikel (ohne Bekleidung und Schuhe)	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör ^{10, 11} , Motorradbekleidung Kfz- und Motorradhandel
	Bauelemente, Baustoffe ⁶	Kinderwagen
	Bodenbeläge, Teppiche (Ausleg- und Einzelware)	Lampen und Leuchten, Leuchtmittel
	Campingartikel (ohne Bekleidung und Schuhe) ⁸	Maschinen, Werkzeuge
	Elektrogroßgeräte	Matratzen / Bettwaren ⁷
	Elektroinstallationsmaterial	Möbel ¹²
	Erotikartikel	Pflanzen / Samen
	Fahrräder und technisches Zubehör	Rollläden / Markisen
	Farben, Lacke	Reitsportartikel (ohne Bekleidung und Schuhe)
	Fliesen	Sanitärartikel
	Gardinen, Dekostoffe	Sportgroßgeräte ¹³
	Gartenartikel / -geräte ⁹	Tapeten
	Kamine / Kachelöfen / Heizungen	Zoologische Artikel, lebende Tiere

Erläuterungen

* Während die Liste der innenstadtrelevanten Sortimente als abschließend gilt, ist die Auflistung der nicht innenstadtrelevanten Sortimente als beispielhaft anzusehen, Das bedeutet, alle nicht als innenstadtrelevant eingeordneten Sortimente gelten als nicht innenstadtrelevant.

1. inkl. Wein / Sekt / Spirituosen
2. inkl. Kaffee / Tee / Tabakwaren sowie Back- und Fleischwaren
3. Bild- und Tonträger, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
4. Glas / Porzellan / Keramik ohne Pflanzgefäße
5. Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
6. inkl. Holz
7. Bettwaren / Matratzen ohne Bettwäsche; Bettwaren umfassen u.a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
8. zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u.a. Zelte, Isomatten und Schlafsäcke (ohne Caravanzubehör)
9. Gartengeräte / -artikel beinhalten auch Pflanzgefäße (Terrakotta), Gartenhäuser sowie Grillgeräte und -zubehör
10. Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
11. zum Caravanzubehör zählen u.a. Markisen, Vorzelte, Caravan-Heizungen
12. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen
13. Sportgroßgeräte umfassen u.a. Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel, Boote

Die Zuordnung der Sortimente als nahversorgungsrelevantes, innenstadtrelevantes und nicht innenstadtrelevantes Sortiment wird nicht ausschließlich von der Lage der Verkaufsflächen bzw. Betriebsanteile abgeleitet, sondern berücksichtigt auch städtebauliche Zielvorstellungen der Stadt Landau in der Pfalz. Dabei ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht innenstadtrelevant eingestuft Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt. Daneben haben die meisten als nahversorgungs- und / oder innenstadtrelevant eingestuft Sortimente ihren Verkaufsflächenschwerpunkt und auch den Schwerpunkt der Betriebsanzahl (nach Kernsortiment) innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Im Folgenden werden die aktuellen Einstufungen der Sortimente vor diesem Hintergrund erläutert sowie Abweichungen zum Einzelhandelskonzept 2010 bzw. zu den im LEP IV RP empfohlenen innenstadtrelevanten Sortimenten dargelegt:

Erläuterungen zur Einordnung der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Nahversorgungsrelevante Sortimente besitzen in den zentralen Versorgungsbereichen eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion auch für andere einzelhandelsrelevante Einrichtungen sowie für sonstige zentrenbedeutsame Nutzungsbausteine und Funktionen. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung im Einzelfall sinnvoll sein. Vor diesem Hintergrund stellen die nahversorgungsrelevanten Sortimente eine Teilmenge der innenstadtrelevanten Sortimente dar.

Im Bestand liegt in dem als **nahversorgungsrelevant** eingestuft Sortiment Drogeriewaren das Gros der Verkaufsflächen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Bei den übrigen Sorti-

menten (Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitungen, Zeitschriften, Blumen, pharmazeutische Artikel) liegt der Anteil der Verkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich z.T. deutlich unter 50 %. Die Sortimente Nahrungsmittel, Drogeriewaren / Kosmetikartikel, Schnittblumen sowie Zeitungen / Zeitschriften werden im Hinblick auf städtebauliche Zielvorstellungen der Stadt Landau in der Pfalz sowie aufgrund der Definition als innenstadtrelevantes Sortiment gemäß LEP IV RP als innenstadtrelevant bzw. nahversorgungsrelevant eingestuft. Ergänzend werden auch Apothekenwaren, welche nicht als innenstadtrelevantes Sortiment im LEP IV RP aufgeführt werden als innenstadtrelevantes und nahversorgungsrelevantes Sortiment eingestuft. Sie tragen nicht zuletzt zu einer Vielfalt und Frequenz in der Innenstadt bzw. an Nahversorgungsstandorten bei. Die Einordnung der nahversorgungsrelevanten Sortimente stellt eine Fortführung der bisherigen Steuerungspraxis der Stadt Landau in der Pfalz dar.

Erläuterungen zur Einordnung der innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimente

Die Sortimente der folgenden Warengruppen weisen im Hinblick auf die Verkaufsflächen einen Schwerpunkt im Landauer zentralen Versorgungsbereich auf.

Bekleidung, Bücher, medizinische / orthopädische Artikel, Papier / Büroartikel / Schreibwaren, Schuhe / Lederwaren, Spielwaren / Hobbyartikel, Sportartikel, -bekleidung und -schuhe, Uhren / Schmuck

Aufgrund ihres Anteils im zentralen Versorgungsbereich (>50 %) prägen die Sortimente dieser Warengruppen in besonderem Maße das Einzelhandelsangebot in der Landauer Innenstadt, wobei, entsprechend der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches, jeweils eine unterschiedliche quantitative Ausprägung in den Warengruppen zu verzeichnen ist. In ihrem Zusammenspiel leisten diese Sortimente einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt, Belebung und Attraktivität der Innenstadt. Sie übernehmen damit eine bedeutende Magnetfunktion für den zentralen Versorgungsbereich in Landau und werden daher als innenstadtrelevante Sortimente in der Landauer Sortimentsliste eingestuft.

Die Sortimente Haushaltswaren / Glas / Porzellan, Elektrokleingeräte sowie Elektronik / Multimedia (inkl. Computer und Zubehör, Fotoapparate, Digitalkameras und Zubehör) weisen einen quantitativen Schwerpunkt außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches auf. Sie werden jedoch unter Berücksichtigung des LEP IV RP ebenfalls als innenstadtrelevant eingestuft.

Innenstadtrelevante Sortimente gemäß LEP IV RP

Die Landauer Sortimentsliste weist hinsichtlich der Bezeichnungen und auch der Einordnung einzelner Sortimente einige Abweichungen von der Liste der innenstadtrelevanten Sortimente gemäß LEP IV RP auf. Dazu gehören vor allem folgende Sortimente:

Kunst / Antiquitäten: Dieser Begriff stellt sich als unbestimmt dar, das heißt es ist nicht eindeutig, welche Einzelsortimente darunter zu fassen sind. Durch die Sortimente Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen sowie Bücher, Glas / Porzellan / Keramik oder Uhren / Schmuck werden die relevanten Sortimente in der Landauer Sortimentsliste berücksichtigt. Nicht dazu gezählt wird das Sortiment Möbel. Hinsichtlich einer Differenzierung zwischen „neuen“ oder „antiken“ Möbeln ergibt sich in der Praxis eine Unschärfe bei der Zuordnung, etwa bei modernen Möbeln mit

„antikem Finish“. Somit ergeben sich für „antike“ Möbel, insbesondere auch mit Blick auf die Steuerung im Rahmen der Bauleitplanung, weder die Erforderlichkeit einer Differenzierung noch die Praktikabilität zur Einordnung als innenstadtrelevantes Sortiment. Künftig werden auch weiterhin antike Möbel als Teilsortiment des nicht innenstadtrelevanten Sortiments Möbel aufgefasst.

Baby- und Kinderartikel: Ebenso als unbestimmt ist die Bezeichnung Baby- und Kinderartikel anzusehen. Dazu können Bekleidung, Drogeriewaren, Spielwaren, Kindersitze, Kinderwagen oder auch Möbel gefasst werden, welche wiederum als Einzelsortimente in der Landauer Sortimentsliste aufgeführt werden. Grundsätzlich ergibt sich hier keine Abweichung hinsichtlich der Einordnung als innenstadtrelevante Sortimente im Sinne der landesplanerischen Vorgaben. Dabei werden Kindersitze (als Teilsortiment von Kfz-Zubehör), Kinderwagen und Möbel sind aufgrund der örtlichen Situation und vor dem Hintergrund des Aspekts Platzbedarf und Transportfähigkeit als nicht innenstadtrelevant eingestuft.

Unterhaltungselektronik / Computer, Hifi Elektroartikel, Foto / Optik: Diese Sortimente werden unter den Begriffen Computer und Zubehör, Elektrokleingeräte, Elektronik und Multimedia (mit einer Erläuterung der Teilsortimente unter der Sortimentsliste) sowie Fotoapparate, Digitalkameras und Zubehör gefasst. Grundsätzlich ergibt sich hier keine Abweichung hinsichtlich der Einordnung als innenstadtrelevante Sortimente im Sinne der landesplanerischen Vorgaben.

Heimtextilien: In der Landauer Sortimentsliste wird dieses Sortiment nach den Einzelsortimenten Haus-, Bett- und Tischwäsche sowie Gardinen, Dekostoffe differenziert. Aufgrund der örtlichen Situation und der Beschaffenheit bzw. Transportfähigkeit wird das Sortiment **Haus-, Bett- und Tischwäsche** als **innenstadtrelevant** eingestuft. Das Sortiment Gardinen und Dekostoffe prägt dagegen das innerstädtische Angebot nicht, vielmehr finden sich entsprechende Angebote (als Neben- und Randsortimente) außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Das Sortiment **Gardinen und Dekostoffe** wird daher als **nicht innenstadtrelevant** eingestuft.

Einrichtungszubehör: Wohneinrichtungszubehör wird in der Landauer Sortimentsliste nicht als eigenes Sortiment aufgeführt, vielmehr stellt es eine Sortimentsgruppe dar. Darunter werden Einzelsortimente wie beispielsweise Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen oder auch Waren aus dem Bereich Glas / Porzellan / Keramik gefasst. Diese sind als **innenstadtrelevante** Sortimente in der Landauer Sortimentsliste aufgeführt.

Teppiche: Teppiche (sowohl Ausleg- als auch Einzelwaren) haben ihren Sortimentsschwerpunkt in der Landauer Einzelhandelslandschaft außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Nicht zuletzt auch aufgrund des Platzbedarfs und der eingeschränkten Transportfähigkeit werden sie an dezentralen Standorten, als Randsortiment großflächiger Betriebe angeboten. In Fortführung der bisherigen Planungspraxis wird dieses Sortiment als **nicht innenstadtrelevant** eingestuft.

Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Mofas: Diese Sortimente stellen Einzelsortimente der Warengruppe Sportartikel dar. Die einzelnen Teilsortimente der Warengruppe Sportartikel weisen grundsätzlich eine sehr unterschiedliche Beschaffenheit, z.B. im Hinblick auf die Transportfähigkeit oder Kundenfrequenz auf. Sortimente wie Angelartikel oder Jagdartikel sprechen nur einen speziellen Kundenkreis an. Sportgroßgeräte, wie beispielsweise Boote, haben einen enormen Platzbedarf. Sportbekleidung, Sportschuhe oder Sportartikel (Bälle, Tennisschläger etc.) dagegen prägen wesentlich das innerstädtische Einzelhandelsangebot, tragen zur Kundenfrequenz

in den Innenstädten bei und besitzen eine Koppelungsaffinität zu anderen (Einzelhandels-) Nutzungen. Somit ergibt sich eine hohe Zentrenrelevanz für die Teilsortimente Sportbekleidung, Sportschuhe und Sportartikel. Diese Sortimente werden in der Landauer Sortimentsliste als innenstadtrelevant definiert.

Darüber hinaus wurde für folgende Teilsortimente (jeweils ohne Bekleidung und Schuhe!) aufgrund der örtlichen Situation eine ortstypische Differenzierung vorgenommen:

- Angler- und Jagdartikel
- Campingartikel
- Fahrräder und Zubehör
- Reitsportartikel
- Sportgroßgeräte

Anglerartikel nehmen wie **Jagdartikel oder Waffen, Campingartikel** und **Sportgroßgeräte** in der Innenstadt eine deutlich untergeordnete Stellung ein. Aufgrund der sehr geringen quantitativen wie auch funktionalen Bedeutung dieses Sortiments im Rahmen des Einzelhandelsangebotes im Stadtgebiet insgesamt bzw. in der Landauer Innenstadt, ist davon auszugehen, dass eine Ansiedlung eines entsprechenden Betriebes auch außerhalb des Zentrums keine negativen städtebaulichen Auswirkungen erwarten ließe. Daher werden diese Teilsortimente als **nicht innenstadtrelevante** Sortimente eingestuft.

Nur knapp ein Drittel der Verkaufsfläche des Teilsortiments **Fahrräder und technisches Zubehör** befindet sich im zentralen Versorgungsbereich. Dieses Angebot wird ausschließlich durch kleinflächige Angebote (Betriebsgrößen bis 200 m² Verkaufsfläche) vorgehalten. Das übrige Angebot – außerhalb der Innenstadt – entfällt auf kleinflächige Fachmärkte sowie Randsortimente größerer Anbieter (u.a. Real, Hagebaumarkt Gillet, A.T.U.).

Marktseitig ist dagegen ein Trend zu großflächigen Fachmärkten außerhalb zentraler Lagen zu beobachten (z.B. Megabike, LuckyBike). Derzeit findet in vielen Kommunen und somit nicht zuletzt auch in Landau eine intensive Diskussion im Zusammenhang mit der Differenzierung des Sortiments Fahrräder von der übergeordneten Warengruppe Sportartikel statt. Sportartikel besitzen unbestritten, insbesondere unter Berücksichtigung von Sportbekleidung und -schuhen, eine wichtige Magnetfunktion für innerstädtische Zentren. Fachabteilungen und Spezialgeschäfte einzelner Warengruppen tragen darüber hinaus zur Vielfalt des Angebotes bei. Großflächige Anbieter außerhalb zentraler Lagen – mit vergleichbaren Angeboten – verschärfen in der Regel den Wettbewerb. Vielfach ist aber auch zu beobachten, dass die Entwicklungschancen der Anbieter in den Zentren begrenzt sind und diese nach Standorten außerhalb der Zentren streben, an denen sie ihre Waren zeitgemäß anbieten können. Nicht zuletzt auch unter Berücksichtigung der kleinteiligen Strukturen in der Innenstadt und derzeit fehlenden Entwicklungsflächen sowie vor dem Hintergrund der mittelfristigen Sicherung und Stärkung eines modernen Angebotes in diesem Sortiment im Landauer Stadtgebiet wird das Sortiment Fahrräder und technisches Zubehör als nicht innenstadtrelevant eingeordnet.

Die Einordnung der Sortimente Angler- und Jagdartikel; Fahrräder und technisches Zubehör als nicht innenstadtrelevant, aufgrund der örtlichen Situation sowie der Beschaffenheit der Sortimente hat mit Blick auf die Landauer Sortimentsliste 2010 zu einer Erweiterung der Liste der nicht innenstadtrelevanten Sortimente geführt.

Hinsichtlich des Sortiments „Mofa“ gemäß LEP IV RP ist festzuhalten, dass dieses in der Landauer Innenstadt nicht vertreten ist. Vor dem Hintergrund der Entwicklungen auf dem E-Bike-Markt bzw. des erhöhten Platzbedarfs und der fehlenden Transportfähigkeit von Motorädern wird diesem Sortiment, über die Einordnung von Fahrrädern und Zubehör bzw. Kfz- und Motoradhandel als nicht innenstadtrelevant, Rechnung getragen.

Zooartikel, Tiernahrung und Tiere: Dieses Sortiment hat seinen Angebotsschwerpunkt in der Stadt Landau außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. In Fortführung der bisherigen Planungspraxis wird dieses Sortiment weiterhin als **nicht innenstadtrelevant** eingestuft.

Medizinische und orthopädische Artikel: Das Sortiment wird in der Liste der innenstadtrelevanten Sortimente gemäß LEP IV RP nicht benannt. Es wird zu einem überwiegenden Anteil in der Landauer Innenstadt Angebot und trägt (ebenso wie das Sortiment Hörgeräte) zu einer Vielfalt und Attraktivität des innerstädtischen Angebotes bei. Es wird daher als innenstadtrelevant in der Landauer Sortimentsliste aufgeführt.

Weitere nicht innenstadtrelevante Sortimente

Zu den typischen nicht innenstadtrelevanten Sortimenten gehören Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente, die üblicherweise und so auch in der Stadt Landau in der Pfalz an dezentralen Standorten in großflächigen Angebotsformen anzutreffen sind. Dies erklärt auch die Dominanz der Verkaufsflächen bzw. Anzahl entsprechender Betriebe außerhalb zentraler Lagen. Diese Sortimente stellen mit ihren Teilsortimenten einen wesentlichen Bestandteil der Liste der nicht innenstadtrelevanten Sortimente der Landauer Sortimentsliste dar.

10 Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Die Steuerungsgrundsätze zur Standortfindung des Einzelhandels und der Zentrenentwicklung in Landau präzisieren und ergänzen das Leitbild und die übergeordneten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Landau. Folgende generelle Aussagen zum Ziel und zur Wirkung der Grundsätze sind voranzustellen:

- Die Grundsätze geben zur Einordnung von Einzelhandelsvorhaben einen gemeinschaftlich getragenen Orientierungsrahmen für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung wieder.
- Für die rechtliche Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die bauplanungsrechtliche Situation maßgebend.
- Die Grundsätze gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen / Veränderungen und Verlagerungen.
- Bestehende Einzelhandelsbetriebe sind – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt. Sie genießen Bestandsschutz.

Im Rahmen der Grundsätze werden insgesamt sechs Fallkonstellationen zur Steuerung des Einzelhandels unterschieden, die unter Berücksichtigung der allgemeinen Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes sowie der gesetzlichen Rahmenbedingungen dargestellt werden:

Tabelle 18: Systematik der Grundsätze zur Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Landau in der Pfalz

	Kernsortiment		Größenordnung	Beispiel
Grundsatz 1	nahversorgungsrelevant	1	kleinflächig, ≤ 800 m ² Verkaufsfläche	Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, z.B. Obst und Gemüse, Spezialgeschäfte, z.B. Süßwaren; Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckerei, Metzgerei)
		2	großflächig > 800 m ² Verkaufsfläche	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter
Grundsatz 2	innenstadtrelevant	3	kleinflächig, ≤ 800 m ² Verkaufsfläche	Textilfachgeschäft oder -discounter, Schuhfachgeschäft oder -fachmarkt, Musikfachgeschäft
		4	großflächig > 800 m ² Verkaufsfläche	Textilkaufhaus, Schuhfachmarkt, Elektronikfachmarkt, Sportfachmarkt
Grundsatz 3	Nicht innenstadtrelevant	5	kleinflächig, ≤ 800 m ² Verkaufsfläche	Tapeten- und Teppichbodenfachmarkt, Zoofachmarkt
		6	großflächig > 800 m ² Verkaufsfläche	Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter

10.1.1 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten



Ziel:

Sicherung und Stärkung einer attraktiven, möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Gemeindegebiet insbesondere durch Sicherung und Entwicklung von funktionsfähigen Zentren.



Landesgesetzgebung⁵⁹:

Das Landesentwicklungsprogramm Rheinland Pfalz (LEP IV RP, 2008) formuliert in einem Grundsatz (G 56): „Die Sicherung einer wohnortnahen und qualitativen Versorgung der Bevölkerung mit öffentlichen und privaten Einrichtungen und Dienstleistungen soll durch die zentralen Orte in den Mittelbereichen und in Aufgabenteilung in den mittelzentralen Verbänden wahrgenommen werden.“ Bei der Umsetzung dieses Grundsatzes sind im Hinblick auf die Steuerung des nahversorgungsrelevanten (großflächigen) Einzelhandels folgende Ziele (Z 57- 61) zu berücksichtigen

- das Zentralitätsgebot
- das städtebauliche Integrationsgebot
- das Nichtbeeinträchtigungsgesetz
- das Agglomerationsverbot

Dabei ist zu berücksichtigen, dass nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungsmittel, Drogeriewaren / Kosmetikartikel) gemäß LEP IV RP, 2008 als innenstadtrelevant eingestuft werden und die Deckung der Grundversorgung, insbesondere an Nahrungs- und Genussmitteln, möglichst wohnungsnah und barrierefrei erfolgen soll.



Regionalplanung⁶⁰:

Der Einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar (ERP, 15.12.2014) formuliert in einem Grundsatz (Verbrauchernahe Versorgung 1.7.1.1): „Die verbrauchernahe Versorgung (Nahversorgung) zur Deckung des kurzfristigen, täglichen Bedarfs (insbesondere mit Lebensmitteln) soll in allen Städten und Gemeinden der Metropolregion Rhein-Neckar gewährleistet und sichergestellt werden. [...]“ Bei der Umsetzung dieses Grundsatzes ist die raumordnerische Verträglichkeit von Einzelhandelsgroßprojekten gemäß folgender Ziele (Z 1.7.2.2 bis Z 1.7.5.2) nachzuweisen:

- Zentralitätsgebot
- Kongruenzgebot

⁵⁹ siehe dazu auch Kapitel 2.1

⁶⁰ Siehe dazu auch Kapitel 2.2

- Beeinträchtigungsverbot
- Integrationsgebot

Grundsatz 1: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

- a. Standorte für (kleinflächige und großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen im zentralen Versorgungsbereich liegen.
- b. Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden. (Mögliche Ausnahme: Tankstellenshop)
- c. Ausnahme 1: Einzelhandelsbetriebe können mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel) außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in städtebaulich integrierter Lage liegen, wenn sie der Nahversorgung dienen. (Nachweis im Einzelfall, bauplanungsrechtliche Steuerung)
- d. Ausnahme 2: In **Gewerbegebieten** können zur Versorgung der dort arbeitenden Menschen **Kioske** und Convenience-Shops ausnahmsweise zulässig sein.
- e. Ausnahme 3: Handwerkerprivileg / Werksverkauf

Erläuterung

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur sowie dem Ausbau bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig im zentralen Versorgungsbereich liegen.

Ausnahmen von Grundsatz 1:

Die nachfolgenden Ausnahmen können im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung im Einzelfall möglich sein. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In städtebaulich integrierten Lagen⁶¹ außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches können **klein- und großflächige** Betriebe mit **nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten** (Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel) gemäß **Ausnahme 1** sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen **Nahversorgungsfunktion** ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben **keine negativen Auswirkungen** auf die **zentralen Versorgungsbereiche** oder die **Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzeptes** (vgl. Kapitel 7.3) ausgehen. Diese Ausnahme gilt ausschließlich für Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel und nicht für sonstige nahversorgungsrelevante Sortimente, insbesondere Drogerie- und Kör-

⁶¹ Zur Definition siehe Tabelle 2 in Kapitel 3.1.

perpflegeartikel (siehe dazu Exkurs: Drogeriemarkt-Standorte in der Stadt Landau in der Pfalz, S. 123). Im Einzelfall ist – initiiert durch die Stadt Landau in der Pfalz – im Rahmen einer städtebaulichen Verträglichkeitsstudie i.S.v. § 11 (3) BauNVO nachzuweisen, dass negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnortnahe Versorgung nicht zu erwarten sind.

Regelmäßig kann in der Stadt Landau in der Pfalz eine Zentrenverträglichkeit unterstellt werden, wenn Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in städtebaulich integrierten Lagen eine Größenordnung von 100 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten und der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen (Bagatellgrenze). Für darüber hinausgehende Dimensionierungen bietet die **Gegenüberstellung von projiziertem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft** im Naheinzugsbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der **Distanz des Vorhabens zum schützenswerten zentralen Versorgungsbereich** eine Möglichkeit zur **Operationalisierung** der genannten Kriterien.

Von einem städtebaulich sinnvollen solitären **Nahversorgungsstandort** (Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel) kann demnach ausgegangen werden, wenn

- es sich um einen städtebaulich bzw. wohnsiedlungsräumlich integrierten Standort außerhalb des Naheinzugsbereichs des zentralen Versorgungsbereiches in einem bislang räumlich unterversorgten Bereich handelt,
- keine mehr als unwesentliche (>10%) Überschneidung der 600 m-Isodistanz mit der 600 m Isodistanz des zentralen Versorgungsbereiches besteht,
- die sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens im Naheinzugsbereich eine Quote von bis zu 75% (Orientierungswert) der sortimentspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel) der Bevölkerung nicht überschreitet.

Der diesbezügliche Nachweis wird durch die Stadt Landau in der Pfalz beauftragt.

Um diese Bedingung zu erfüllen, müsste für moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung von rd. 800 m² Verkaufsfläche ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rund 2.000 Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich vorhanden sein⁶². Bei Nicht-Erfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstände.

Die Ausnahmeregelung 1 gilt ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von Gewerbegebieten, auch um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten und sie für gewerbliche Nutzungen vorzuhalten. In **Gewerbegebieten** können gemäß **Ausnahme 2** lediglich **Convenience-Shops** und **Ki-**

⁶² Bei einer Flächenproduktivität von 4.500 Euro / m² und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 %.

oske in einer angemessenen Größenordnung in Abhängigkeit von der Anzahl der Beschäftigten⁶³ zur Versorgung der dort arbeitenden Menschen ausnahmsweise zulässig sein.

Außerdem können im Sinne einer Ausnahme zum Grundsatz 1b. **Tankstellenshops** ermöglicht werden, wenn die Verkaufsfläche für Waren dem Tankstellenbetrieb räumlich zugeordnet und die Größe der Verkaufsfläche in einem deutlich untergeordneten Verhältnis zur Größe der Tankstelle steht. In der Stadt Landau in der Pfalz bestehen derzeit neun Tankstellenshops mit einer Gesamtverkaufsfläche von 600 m². Der kleinste Tankstellenshop umfasst rund 40 m² Verkaufsfläche, der größte rund 120 m² Verkaufsfläche. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rund 70 m² Verkaufsfläche. Eine mögliche Obergrenze für Tankstellenshop könnte damit bei rund 120 m² Verkaufsfläche liegen.

Zur **Ausnahmeregelung** für den **Annexhandel (Handwerkerprivileg)** oder **Werksverkauf** siehe Kapitel 10.1.4.

Exkurs: Drogeriemarkt-Standorte in der Stadt Landau in der Pfalz

Entwicklungen der Drogeriemarkt-Branche

Mit der Schlecker-Insolvenz im Jahre 2012 erlebten die Anzahl und der Umsatz der Drogeriemärkte in Deutschland einen deutlichen Einbruch. Die Zahl sank von 2011 bis 2012 von rund 10.250 auf 3.855 Märkte und damit um mehr als 60 %⁶⁴. Damit einher ging eine deutliche Ausdünnung des Filialnetzes, was vor allem in dünner besiedelten Bereichen und im ländlichen Raum zu Versorgungslücken führte. Der Umsatz der Branche sank von 13,5 Mrd. Euro im Jahre 2011 auf 11,8 Mrd. Euro im Jahre 2012 um rund 13 %. Seither hat sich der Umsatz jedoch sehr gut erholt. Auch die Anzahl der Betriebe ist stetig angestiegen, wobei die Anzahl der Betriebe aus dem Jahre 2011 längst nicht erreicht wird. Im Jahre 2015 sind es 4.475 Märkte. Das entspricht einem Anteil von 43 % gegenüber 2011. Dabei ist festzuhalten, dass besonders die Wettbewerber dm-drogerie markt und Rossmann deutliche Entwicklungen erfahren haben. Die „neuen“ Märkte unterscheiden sich sowohl in den Verkaufsflächengrößen (500-800 m²) deutlich von Schlecker-Märkten (150-250 m²), als auch im Angebot sowie im Erscheinungsbild (breiteres Angebot, niedrige Regale, breitere Gänge, Lichtdesign etc.). Die Unternehmen wählen für die Ansiedlung von Drogeriemärkte vor allem Standorte mit hoher Kundenfrequenz, guter Verkehrsanbindung (guten Parkmöglichkeiten, Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr) und entsprechend hohen Umsatzerwartungen (und nicht wie Schlecker mit geringen Ladenmieten in Randlagen oder Vorstädten). Folgende Standorte stehen im Blickwinkel der Expansion:

- innerstädtische 1A und 1B-Lagen
- Einkaufszentren
- Fachmarktzentren
- Nahversorgungs- und Stadtteilzentren
- Verbundstandorte mit gut frequentierten Lebensmittelmärkten

⁶³ Ableitbare Größenordnung für einen Lebensmittelladen in einem Gewerbegebiet mit 500 – 1.000 Beschäftigten (gerundete Werte)

bei 500 Beschäftigten	max. 50 m ² VKF
bei 1.000 Beschäftigten	max. 100 m ² VKF

⁶⁴ vgl. KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Hrsg.): Trends im Handel 2025; 2016

Die Expansionsbestrebungen der Unternehmen zielen damit nicht nur auf Lagen in den städtischen Zentren (zentralen Versorgungsbereichen) ab, sondern auch auf Lagen außerhalb der Zentren. Dabei handelt es sich sowohl um wohnsiedlungsräumlich integrierte Standorte als auch um nicht integrierte Standorte (an Hauptverkehrsstraßen oder in Gewerbegebieten bzw. an Fachmarktstandorten). Nicht zuletzt aufgrund ihrer Gesamtverkaufsfläche entwickeln moderne Drogeriemärkte außerhalb der Zentren jedoch eine Ausstrahlungskraft, die deutlich über den Nahbereich hinausreicht, so dass ihnen i. d. R. keine reine Nahversorgungsfunktion zukommt. Dabei findet aufgrund der Flächenansprüche, die unter 800 m² und damit der Großflächigkeit liegen, häufig keine eingehende planerische Auseinandersetzung mit entsprechenden Ansiedlungsbegehren statt.

Situation in der Stadt Landau in der Pfalz

In der Stadt Landau in der Pfalz geben zum einen aktuelle Anfragen zu künftigen Drogeriemarkt-Standorten im Landauer Stadtgebiet, Schließungsdiskussionen bestehender Märkte in der Innenstadt und die Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes Anlass zur Diskussion dieser Thematik und der künftigen Steuerungsstrategie im Rahmen der Stadtentwicklung. In der vorliegenden Stellungnahme wird die spezifische Situation der Drogeriemärkte bzw. des Angebotes an Drogeriewaren in Landau in der Pfalz erläutert und eine Handlungsempfehlung zum planerischen Umgang mit diesem Sortiment gegeben.

Das Angebot an Drogeriewaren wird in der Stadt Landau in der Pfalz, wie auch in vielen anderen Städten, vor allem in Fachmärkten (Drogeriemärkten), Fachgeschäften (Parfümerien) sowie als typisches Randsortimenten in Lebensmittelmärkten (SB-Warenhaus, Lebensmittelsupermarkt, Lebensmittel-discounter) angeboten. Drogeriemärkte und Parfümerien finden sich in Landau ausschließlich in der Landauer Innenstadt. Es gibt drei Drogeriemärkte (2x dm-drogerie markt, 1x Müller) und drei Parfümerien, in denen Drogeriewaren sowie Parfümerieartikel im Kernsortiment angeboten werden. Darüber hinaus wird das Angebot auch in der Innenstadt in weiteren Geschäften als Randsortiment in entsprechend geringerer Breite und Tiefe vorgehalten. Beim Fachmarkt Müller handelt es sich um keinen reinen Drogeriemarkt, er bietet zu einem großen Teil auch andere Sortimente (z.B. Spielwaren oder Elektronik / Multimedia) an. Die beiden übrigen Drogeriemärkte weisen Verkaufsflächen von rund 300 und 500 m² auf und liegen damit unter heutigen Marktzutrittsgrößen (s.o.). Dabei gestaltet sich die Suche nach geeigneten innerstädtischen Flächen vor dem Hintergrund des hohen Anteils kleinteiliger Strukturen in der Landauer Innenstadt nicht einfach, so dass auch Flächen außerhalb der Innenstadt nachgefragt werden.

Zur absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit von Drogeriewaren in der Stadt Landau in der Pfalz ist folgendes festzuhalten:

In Landau in der Pfalz leben rund 46.800 Einwohner (Haupt- und Nebenwohnsitz). Diese verfügen über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik (ohne pharmazeutische, medizinische Artikel) von 273 Euro / Kopf⁶⁵ bzw. 12,8 Mio. Euro insgesamt. Legt man die Flächenproduktivitäten der Marktführer zugrunde (2015: dm-drogerie markt 7.110 Euro / m² Verkaufsfläche; Rossmann 5.340 Euro / m² Verkaufsfläche⁶⁶) und geht davon aus, dass die Umsätze von Drogeriewaren zu rund 42 % von Drogerien selbst getätigt werden⁶⁷

⁶⁵ IFH Retail Consultants, Köln, 2016

⁶⁶ GfK, TradeDimensions 31.12.2015

⁶⁷ vgl. KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Hrsg.): Trends im Handel 2025; 2016

ergibt sich (bei rechnerischer 100 % Abschöpfung der lokalen Kaufkraft) ein Potenzial für etwa zwei Drogeriemärkte mit Betriebsgrößen von 500 bis 800 m² Verkaufsfläche.

Das zeigt, dass Landau in der Pfalz aus rein quantitativer Sicht gut ausgestattet ist. Handlungsdruck entsteht vor allem aufgrund einzelbetrieblicher Ansprüche.

Einordnung vor dem Hintergrund der landesplanerischen und kommunalen Ziele und Grundsätze

Die landesplanerischen und regionalplanerischen Zielsetzungen⁶⁸ sind für Einzelstandorte von Drogeriemärkten in einer Größenordnung von 500 bis 800 m² Verkaufsfläche nicht einschlägig (da sie nicht großflächig sind). Ansiedlungen von Drogeriemärkten (auch nicht großflächigen) an Standorte in Gemeinschaft mit anderen (Magnet-) Betrieben (z.B. Lebensmittelmärkten, Fachmarktzentren) sind üblicherweise als Einzelhandelsagglomerationen i. S. v. Z61 LEP IV RP⁶⁹ einzustufen. Von diesen dürfen im Sinne der Landesplanung keine negativen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen. „Dabei ist auf den Gesamtumfang der Verkaufsflächen, die sich in einem räumlich funktionalen Zusammenhang befinden, Bezug zu nehmen.“⁷⁰ Einer Verfestigung der Agglomeration soll entgegen gewirkt werden. Dies impliziert insbesondere bei bestehenden, dezentralen Einzelhandelsagglomeration mit nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimenten einen Ausschluss von Neuansiedlungen, auch von nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimenten. Im Umkehrschluss sind Drogeriemärkte vorrangig in den zentralen Versorgungsbereich zu lenken.

Im Sinne des beschlossenen Einzelhandelskonzeptes der Stadt Landau in der Pfalz (2010) bzw. der Landauer Sortimentsliste stellt das Sortiment Drogeriewaren ein innenstadtrelevantes und gleichzeitig nahversorgungsrelevantes Sortiment dar. Bei der Bewertung eines Ansiedlungs-, Verlagerungs- oder Veränderungsvorhabens mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment ist der Grundsatz 1 heranzuziehen. Danach sollen entsprechende großflächige wie auch nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe im zentralen Versorgungsbereich liegen. Ausnahmsweise dürfen Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden, wenn sie der Nahversorgung dienen. Dabei bedarf es mit Blick auf die geplante Umsatzerwartung der Marktführer (dm-drogerie markt und Rossmann) überschlägig einer Mantelbevölkerung von mindestens 15.000 Einwohnern im Nahbereich (600 m-Radius) eines Standortes, wenn die Nahversorgungsfunktion erfüllt werden soll. Unter Berücksichtigung der Siedlungsstrukturen bzw. der Siedlungsdichte in Landau in der Pfalz ist für keinen Standort außerhalb der Innenstadt ein entsprechend ausreichendes Einwohnerpotenzial nachweisbar. Somit stellt sich im Sinne des Einzelhandelskonzeptes ausschließlich der zentrale Versorgungsbereich als Standort für Drogeriemärkte dar.

⁶⁸ Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz: Landesentwicklungsprogramm (LEP IV RP), verbindlich durch Rechtsordnung vom 14. Oktober 2008, Kapitel 3.2.3 Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistung (großflächiger Einzelhandel), S. 96ff

⁶⁹ Gemäß LEP IV RP Erläuterung zu Z 61 (S. 99) kann von einer Agglomeration ausgegangen werden, wenn die Luftlinie zwischen den Eingängen einzelner Einzelhandelsgebäude unter 150 m liegt.
Hinweis: Auch für den Standort Maximilianstraße gilt die Agglomerationsregel (Aldi, Lidl, Real).

⁷⁰ LEP IV RP Erläuterung zu Z 61 (S. 99)

Fazit

Die übergeordnete Zielsetzung der Stadt- bzw. Einzelhandelsentwicklung in Landau in der Pfalz beinhaltet vor allem die Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches sowie die Sicherung und ggf. den Ausbau eines wohnungsnahen, weitgehend fußläufig erreichbaren Grund- und Nahversorgungsangebotes. Dazu gehört ein vielfältiges, attraktives Angebot in der Innenstadt ebenso wie ein räumlich und quantitativ ausgewogenes, nahversorgungsrelevantes Angebot in übrigen städtebaulich integrierten Lagen (in Landau sowie auch soweit möglich in den Stadtdörfern).

Rein quantitativ ist die Stadt Landau in der Pfalz im Bereich Drogeriewaren sehr gut ausgestattet. Zum einen durch ein differenziertes Angebot in der Innenstadt und ergänzend zur Nahversorgung durch die Angebote der Lebensmittelmärkte, welche regelmäßig Drogeriewaren als Randsortiment führen. Somit ist ein rechnerisch, absatzwirtschaftlich tragfähiges, quantitatives Entwicklungspotenzial im Sortiment Drogeriewaren voraussichtlich kaum vorhanden. Deutliche Verkaufsflächenerweiterungen bzw. Neuansiedlungen werden daher voraussichtlich zu Umsatzumverteilungen zu Lasten bestehender Standorte führen. Bei Entwicklungen außerhalb der Innenstadt sind Auswirkungen auf die innerstädtischen Strukturen (Ausdünnung der Vielfalt des Angebotes, Schwächung einzelner Lagen, Verlust von Frequenzerzeuger, etc.) nicht auszuschließen.

Zur Sicherung und Stärkung der Innenstadt und bestehender sowie zu entwickelnder Versorgungsstrukturen ist – unter Berücksichtigung der allgemeinen Trends in der Drogeriemarkt-Branche – zu empfehlen auch weiterhin Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Drogeriewaren (Drogeriemärkte) ausschließlich in der Innenstadt anzusiedeln. Insbesondere ist darauf zu achten, dass keine Schiefelage zu Gunsten dezentraler Standorte entsteht bzw. Agglomerationen zu Lasten des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt gefestigt werden.

In diesem Zusammenhang ist es (weiterhin) wichtig, dass in der Innenstadt Ladenlokale auch für Fachmärkte in einer Größenordnung von 400 bis 800 m² bereitgestellt werden können, was nicht zuletzt auch im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes bzw. der Umsetzung des ISEK zu berücksichtigen ist.

10.1.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten

**Ziel:**

Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der regionalen Ausstrahlung der Landauer Innenstadt als bedeutendster Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet durch Sicherung und Entwicklung der Einzelhandelszentralität, der Funktionsvielfalt und der Identifikationsmöglichkeiten sowie Sicherung und Stärkung der gesamtstädtischen Standortstruktur.

**Landesgesetzgebung⁷¹:**

Das Landesentwicklungsprogramm Rheinland Pfalz (LEP IV RP, 2008) formuliert in einem Grundsatz (G 56): „Die Sicherung einer wohnortnahen und qualitativen Versorgung der Bevöl-

⁷¹ siehe dazu auch Kapitel 2.1

kerung mit öffentlichen und privaten Einrichtungen und Dienstleistungen soll durch die zentralen Orte in den Mittelbereichen und in Aufgabenteilung in den mittelzentralen Verbänden wahrgenommen werden.“ Bei der Umsetzung dieses Grundsatzes sind (im Hinblick auf die Steuerung des innenstadtrelevanten (großflächigen) Einzelhandels folgende Ziele (Z 57- 61) zu berücksichtigen

- das Zentralitätsgebot
- das städtebauliche Integrationsgebot
- das Nichtbeeinträchtigungsgebot
- das Agglomerationsverbot

Gemäß den Zielsetzungen des LEP IV RP sind die zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen (vgl. dazu Kapitel 9).



Regionalplanung⁷²:

Der Einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar (ERP, 15.12.2014) formuliert für Einzelhandelsgroßprojekte eine räumliche Zuordnung (Z 1.7.3.1): „In den Ober-, Mittel- sowie im baden-württembergischen Teilraum in den Unterzentren sind Einzelhandelsgroßprojekte in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten „Zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ anzusiedeln. Die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten Sortimenten (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) ist nur in diesen Standortbereichen zulässig.“

Bei der Umsetzung dieses Ziels ist außerdem die raumordnerische Verträglichkeit von Einzelhandelsgroßprojekten gemäß folgender Ziele (Z 1.7.2.2 bis Z 1.7.5.2) nachzuweisen

- Zentralitätsgebot
- Kongruenzgebot
- Beeinträchtigungsverbot
- Integrationsgebot

Grundsatz 2: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten

- a. Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevantem Kernsortiment (sowohl großflächig als auch unterhalb 800 m² Verkaufsfläche) sollen im zentralen Versorgungsbereichs liegen.

⁷² Siehe dazu auch Kapitel 2.2

- b. Betriebe mit innenstadtrelevantem Kernsortiment sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden.
- c. Ausnahme 1
Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (z.B. in MI-Gebieten) sollen kleinflächige Betriebe mit innenstadtrelevantem Kernsortiment nur nach entsprechender Einzelfallprüfung zugelassen werden, wenn sie der Versorgung der im Nahbereich wohnenden Bevölkerung dienen (Gebietsversorgung) und keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind.
- d. Ausnahme 2: Handwerkerprivileg / Werksverkauf

Erläuterung:

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt mit seiner funktionalen Zuordnung als Hauptgeschäftsbereich der Stadt zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb der Stadt Landau in der Pfalz attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend die Ansiedlung von innenstadtrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig in die Landauer Innenstadt gelenkt werden, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.

Grundsätzlich sind im Zentralen Versorgungsbereich (vgl. dazu Kapitel 8.1.2: Kernbereich und Ergänzungsbereich) Einzelhandelsnutzungen jeder Art möglich. Im Sinne stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen sind jedoch folgende Empfehlungen zu einer inneren Gliederung bzw. Steuerung, insbesondere des großflächigen, innenstadtrelevanten Einzelhandels herauszustellen:

Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandortes, unter Berücksichtigung von Möglichkeiten einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

Der Kernbereich, welcher den Hauptgeschäftsbereich der Landauer Innenstadt darstellt ist als **Vorranggebiet für zukünftige insbesondere großflächige innenstadtrelevante Einzelhandelsansiedlungen zu behandeln. Damit soll künftig der Entwicklungsfokus** der Einzelhandelsentwicklungen im **Kernbereich** liegen: Betriebe aller Branchen und Größenordnungen sind möglich.

Der innerstädtische **Ergänzungsbereich** dient als funktionaler Ergänzungsbereich für andere zentralörtliche Nutzungen, wobei der Einzelhandel (in Funktionsteilung zum Hauptgeschäftsbereich) eine nachrangige Rolle spielt. Grundsätzlich möglich sein sollten hier Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimenten bis zu einer maximalen Verkaufsfläche von 800 m². Größere Betriebseinheiten mit nahversorgungs- bzw. innenstadtrelevanten

Kernsortimenten sollten im Zuge stadtentwicklungspolitischer Entscheidungen nur dann ermöglicht werden, wenn nach eingehender Prüfung ein geeigneter Standort im Kernbereich nicht zur Verfügung steht und das Vorhaben eine sinnvolle Ergänzung des innerstädtischen Einzelhandelsangebots in der Landauer Innenstadt darstellt.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt durch Einzelhandel genutzt werden sollte bzw. muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) i.S. einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Der Grundsatz impliziert einen weitgehend **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs**. Ist dies z.B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in allgemeinen oder besonderen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer – auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Anforderlichkeit – stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete**⁷³ dar. Denn die Stadt Landau in der Pfalz, ebenso wie auch zahlreiche andere kleinere oder größere Kommunen, weist z.T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit innenstadtrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i.d.R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen Landaus entspricht. Insbesondere für Mischgebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss innenstadtrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen Landaus entspricht. In diesem Zusammenhang sind vor allem auch Agglomerationen von mehreren Einzelhandelsbetrieben mit einer Größenordnung unterhalb der Großflächigkeit zu einem insgesamt größeren und somit wesentlich bedeutsameren Standortbereich zu vermeiden.

In Gewerbe- und Industriegebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“ (siehe dazu Kapitel 10.1.4.).

⁷³ Vgl. dazu Urteil des BVerwG vom 26. März 2009 (AZ 4 C 21.07): „Das Bundesverwaltungsgericht in Leipzig hat entschieden, dass ein in einem Bebauungsplan festgesetzter genereller Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben durch das Ziel einer Stärkung der in einem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren städtebaulich gerechtfertigt sein kann. Danach ist es einer Gemeinde auf der Grundlage eines schlüssigen gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes grundsätzlich gestattet, Nutzungsarten, die in Zentren nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen.“

10.1.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten



Ziel:

Räumliche Konzentration auch des großflächigen Einzelhandels mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten auf dafür festgesetzte Ergänzungsstandorte und Sicherung einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung zwischen zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere der Innenstadt und den Ergänzungsstandorten zur Sicherung sowie zum Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der Bevölkerung.



Landesgesetzgebung⁷⁴:

Das Landesentwicklungsprogramm Rheinland Pfalz (LEP IV RP, 2008) formuliert in einem Grundsatz (G 56): „Die Sicherung einer wohnortnahen und qualitativen Versorgung der Bevölkerung mit öffentlichen und privaten Einrichtungen und Dienstleistungen soll durch die zentralen Orte in den Mittelbereichen und in Aufgabenteilung in den mittelzentralen Verbänden wahrgenommen werden.“ Bei der Umsetzung dieses Grundsatzes sind im Hinblick auf die Steuerung des nicht innenstadtrelevanten (großflächigen) Einzelhandels folgende Ziele (Z 57- 61) zu berücksichtigen

- das Zentralitätsgebot
- das städtebauliche Integrationsgebot
- das Nichtbeeinträchtigungsgesetz
- das Agglomerationsverbot

Gemäß den Zielsetzungen des LEP IV RP, 2008 ist die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten auch an Ergänzungsstandorten zulässig. Diese sind in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Randsortimenten sind auf eine innenstadtstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen (vgl. dazu auch Grundsatz 2).



Regionalplanung⁷⁵:

Einzelhandelsgroßprojekte sind im Sinne von Z 1.7.3.1 und Z 1.7.3.2 des Einheitlichen Regionalplans Rhein-Neckar (ERP, 15.12.2014) in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten „Zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ sowie „Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte“ zulässig. Im Sinne des ERP, 2014 ist für Einzelhandelsgroßprojekte die raumordnerische Verträglichkeit gemäß folgender Ziele (Z 1.7.2.2 bis Z 1.7.5.2) nachzuweisen

- Zentralitätsgebot

⁷⁴ siehe dazu auch Kapitel 2.1

⁷⁵ Siehe dazu auch Kapitel 2.2

- Kongruenzgebot
- Beeinträchtigungsverbot
- Integrationsgebot

Gemäß Z 1.7.3.3 sind zentrenrelevante Randsortimente an „Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte“ raumordnerisch abzustimmen und auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche, höchstens jedoch 800 m² Verkaufsfläche zu begrenzen.

Grundsatz 3: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten

- a. Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment können im zentralen Versorgungsbereich liegen.
- b. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sollen Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment an den definierten Ergänzungsstandorten liegen.
- c. Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment können vorrangig im zentralen Versorgungsbereich und an den definierten Ergänzungsstandorten liegen. Nach einer entsprechenden Einzelfallprüfung sind sie ggf. auch an anderen Standorten möglich.
- d. Innenstadtrelevante Randsortimente sind gem. LEP IV RP, 2008 sowie ERP, 2014 zu beschränken.
- e. Ausnahme 1: Kfz- und Motorradhandel kann ausnahmsweise außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche zulässig sein (Einzelfallprüfung, gebietsbezogene Regelung nach Bebauungsplan).
- f. Ausnahme 2: Handwerkerprivileg / Werksverkauf

Erläuterung

Nicht innenstadtrelevanter Einzelhandel (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) kann – aus baurechtlicher Sicht – zwar grundsätzlich überall im gesamten Gemeindegebiet, wo Einzelhandel im Rahmen der Bauleitplanung zulässig ist, zugelassen werden. Zum Erreichen und zur späteren Einhaltung des Zielsystems zur Einzelhandelsentwicklung für die Stadt Landau in der Pfalz als auch unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten (Synergieeffekte durch kumulierte Einzugsbereiche) **sollten jedoch auch Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten (groß- und kleinflächig) räumlich gelenkt werden.**

Im Bereich der typischen, nicht innenstadtrelevanten Sortimente (Bau- und Gartenmarktsortimente und Möbel) konnten im Rahmen der Potenzialbetrachtungen keine oder nur vergleichsweise geringe Entwicklungsspielräume ermittelt werden. Eine Ausweisung neuer spezieller Ergänzungsstandorte für nicht innenstadtrelevante Einzelhandelsansiedlungen ist daher z.Zt. nicht

sinnvoll. Demzufolge gelten **bestehende Ergänzungsstandorte als Vorrangstandorte für solche Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsvorhaben.**

Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten (Haupt-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht innenstadtrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs ausgeht, sind bei innenstadtrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich möglich. Obwohl das Anbieten von innenstadtrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z.B. Glas / Porzellan / Keramik). Diese innenstadtrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Gemäß der Zielsetzungen des LEP IV RP, 2008 (Z 59) sind innenstadtrelevante Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen. Die bisherige Planungspraxis der Stadt Landau in der Pfalz fortführend sollen auch künftig bei Einzelhandelsbetrieben mit einer Verkaufsfläche bis 800 m² Randsortimente auf rund 15 % der gesamten Verkaufsfläche und bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben (> 800 m² Verkaufsfläche) auf rund 10 % der gesamten Verkaufsfläche aber max. 800 m² beschränkt werden. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden. Unabhängig von der Größe der für innenstadtrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte außerdem sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen oder einigen wenigen Sortimenten belegt werden kann. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

Im Besonderen ist auch zu berücksichtigen, dass die Ansiedlung weiterer großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten zu einer städtebaulich bedenklichen Verschärfung des Wettbewerbs führen könnte und einschlägige Betriebe zur Aufgabe gezwungen würden. Bei derartigen Betriebsaufgaben besteht die Gefahr, dass dann die Sortimentsstruktur geändert und (weitere) innenstadtrelevante Warengruppen an diesen Standorten zu Lasten der Innenstadtentwicklung angeboten werden. Wird dieses gemäß der konzeptionellen Zielsetzung verhindert, entwickelt sich dann zumeist ein Leerstand, der zu einem Imageverlust einzelner Standortbereiche wie auch der Stadt Landau in der Pfalz insgesamt als Einkaufsstandort oder auch zu anderen städtebaulichen Problemen führen kann. Die Entwicklung vorhandener – stadtstrukturell sinnvoller – Flächenreserven an den bestehenden Ergänzungsstandorten ist daher der Ausweisung neuer Ergänzungsstandorte vorzuziehen.

In bestehenden Gewerbe- und Industriegebieten ohne Einzelhandelsvorprägung ist der Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten gänzlich (also auch jener unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit) durch entsprechende Festsetzungen auszuschließen. Zum einen können solche Vorhaben die Vorrangstandorte gefährden, zum anderen hat die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Gewerbegebieten oftmals eine drastische Erhöhung der Bodenpreise im betroffenen Gebiet und somit einen Wettbewerbsnachteil insbesondere für mittelständische Handwerks- und Gewerbebetriebe zur Folge.

Zur **Ausnahmeregelung** für den **Annexhandel (Handwerkerprivileg)** oder **Werksverkauf** siehe Kapitel 10.1.4.

10.1.4 Handwerkerprivileg / Werksverkauf

Ausnahme: Handwerkerprivileg / Werksverkauf

Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben können angesiedelt werden, wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Verkaufsfläche des Einzelhandelsbetriebes eine Obergrenze von 400 m² nicht überschreitet.

Ergänzend zu den vorab formulierten Steuerungsregeln bestehen in Gewerbegebieten für **klein-flächige** Verkaufsstätten in direkter **funktionaler** und **räumlicher Verbindung** mit (**produzierenden**) **Gewerbebetrieben oder Handwerksbetrieben** ausnahmsweise Ansiedlungsperspektiven, wenn Verkaufsfläche wie Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind („**Handwerkerprivileg**“). Um dies zu gewährleisten, sollte die Verkaufsfläche planungsrechtlich in ihrer absoluten sowie ggf. ergänzend in ihrer relativen Dimensionierung begrenzt werden, wobei die konkrete Größenordnung jeweils aus der Charakteristik des Gebietes und der Betriebe abzuleiten ist. Die Ausnahmeregelungen des Handwerkerprivilegs lassen sich hierbei grundsätzlich auch auf andere Gebietstypen der BauNVO übertragen.

Die Ermöglichung einer derartigen Ausnahmeregelung entspricht etablierten Marktgegebenheiten. Sie berücksichtigt sowohl die Interessen der Betreiber an ihren eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieben, dient der Steigerung der Attraktivität der Betriebe und leistet damit auch einen Beitrag zur Standortsicherung. Sie lässt sich darüber hinaus aber auch mit den Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes des Stadt Landau in der Pfalz in Einklang bringen. Durch die Beschränkung auf eigene Produkte beziehungsweise durch die funktionale Verknüpfung mit den angebotenen Handwerksleistungen ist der Anwendungsbereich der Regelung derart eingeschränkt, dass sich daraus städtebaulich relevante Beeinträchtigungen für die Zentren- und Nahversorgungsstrukturen der Stadt Landau in der Pfalz nicht ergeben werden.

Explizit ausgenommen von dieser Ausnahmeregelung sind Verkaufsstätten in Verbindung mit überwiegend oder ausschließlich auf den Online- / Internethandel ausgerichteten Gewerbe- oder Logistikbetrieben. Diese sollen ebenso wie Standorte für Lebensmittelabholger nur in zentralen Versorgungsbereichen oder an Nahversorgungsstandorten zulässig sein. Ein Lebensmittelabholger zeichnet sich – in Abgrenzung zu den „üblichen“ Lebensmittelmärkten dadurch aus, dass dort vor Ort kein Einkaufsvorgang im eigentlichen Sinne stattfindet. Die Auswahl der Waren erfolgt im Vorfeld im Internet, die dann in einem bestimmten Zeitfenster in dem Abholger abgeholt und bezahlt werden können.

10.1.5 Prüfschema zur ersten Einordnung von Einzelhandelsvorhaben

Das folgende Prüfschema dient zur **ersten Bewertung** neuer Planvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept und dem darin formulierten Entwicklungsleitbild mit seinen Zielen, dem künftigen Standortprofil sowie den Grundsätzen zur Umsetzung.

Den übergeordneten Zielen folgend sind Einzelhandelsvorhaben hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Versorgungsstruktur für die Stadt Landau in der Pfalz zu hinterfragen. Grundsätzlich wird darauf hingewiesen, dass dieses Prüfschema nur eine **erste Einordnung** ermöglichen soll und z.B. eine – im Einzelfall erforderliche – **konkrete landesplanerische und städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann**.

Die Ansiedlungsempfehlungen gelten vorbehaltlich der konkreten bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit und der Abwägung mit anderen Belangen im Bauleitplanverfahren sowie der bauordnungsrechtlichen Zulässigkeit (vgl. hierzu insbesondere § 11 (3) BauNVO).

Erläuterungen zur Tabelle 19:

- + zulässig im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz
- unzulässig im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz
- * Im Sinne der Grundsätze sollte vor der Öffnung neuer Standorte für nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.
- ** Vorrangstandort für großflächige Betriebe mit nicht innenstadtrelevantem Einzelhandel, Begrenzung der innenstadtrelevanten Randsortimente verträglich gestalten. Innenstadtrelevante Randsortimente müssen einen funktionalen Bezug zum Kernsortiment aufweisen.

Tabelle 19: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)

Einzelhandelsbetrieb			Lage						
Kernsortiment	Verkaufsfläche	Beispiel	ZVB	außerhalb ZVB	Ergänzungsstandorte (SO)	Bestandsstandorte (SO)	GE / GI	Ausnahmen	
nahversorgungsrelevant	≤ 800 m ²	Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, z.B. Obst und Gemüse, Spezialgeschäfte, z.B. Süßwaren; Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckerei, Metzgerei)	+	- Ausnahme: Einzelfallprüfung (insb. in MI/WA/§ 34-Gebieten): Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit	-	-	-	Ausnahmen: Einzelfallprüfung: Convenience-Store / Kiosk	a) Tankstellen-shops b) Handwerkerprivileg
	> 800 m ²	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter	+	- Ausnahme Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel: Einzelfallprüfung: Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit	-	Einzelfallprüfung: Umstrukturierungen/maßvolle Erweiterungen	-	-	-
innenstadtrelevant	≤ 800 m ²	Textilfachgeschäft oder -discounter, Schuhfachgeschäft oder -fachmarkt, Musikfachgeschäft	+	- Ausnahme: Einzelfallprüfung (insb. in MI/WA/§ 34-Gebieten): Gebietsversorger, Zentrenverträglichkeit	-	-	-	-	Handwerkerprivileg
	> 800 m ²	Textilkaufhaus, Schuhfachmarkt, Elektronikfachmarkt, Sportfachmarkt	+	-	-	-	-	-	-
nicht innenstadtrelevant	≤ 800 m ²	Tapeten- und Teppichbodenfachmarkt, Zoofachmarkt	+	+		+* bei Begrenzung der innenstadtrelevanten Randsortimente auf max. 15 % der Gesamtverkaufsfläche	- Kfz-Handel		Handwerkerprivileg
	> 800 m ²	Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter	+	+		+** bei Begrenzung der innenstadtrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche	-		-

Quelle: eigene Darstellung

11 Aktualisierung und Fortschreibung

Die hohe Dynamik der Veränderungen im Einzelhandel muss auch im Hinblick auf die Datengrundlage des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Landau in der Pfalz berücksichtigt werden. Die Landauer Einzelhandelslandschaft ist wie auch bundesweit zu beobachten ist durch permanente Veränderungen wie Neuansiedlungen, Betriebserweiterungen aber auch Betriebsaufgaben gekennzeichnet. Daraus kann nicht zuletzt auch im Bereich der Nahversorgung ein neuer Handlungsbedarf resultieren. Um diesen rechtzeitig erkennen und darauf reagieren zu können, bedarf die Datenbasis bzw. Bestandserhebung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes einer regelmäßigen Aktualisierung. Auf Grund der bauordnungsrechtlichen Vorschriften kann dies zumindest für großflächige Einzelhandelsansiedlungen laufend erfolgen.

Die Daten können kontinuierlich in ein zugehöriges Geoinformationssystem eingepflegt werden. Zum anderen ist eine regelmäßige neue Vollerhebung des Landauer Einzelhandels - wie ja auch in der Vergangenheit bereits geschehen auch weiterhin - unumgänglich. Je nach Finanzierbarkeit sollte spätestens alle fünf Jahre eine vollkommene Neuerhebung des Landauer Einzelhandelsbestandes vorgenommen werden.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes

Das grundsätzliche Ziel des Einzelhandelskonzeptes, die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Landau im Sinne einer zentrenorientierten und wohnortnahen Versorgungsstruktur auf die integrierten Standorte der zentralen Versorgung zu lenken, sollte jedoch unabhängig von kurzfristigen Veränderungen Fortbestand besitzen. Dennoch sind auf Grund der hohen Dynamik der im Einzelhandel ablaufenden Prozesse – z.B. im Bereich der Nahversorgung – unvorhergesehene Veränderungen und damit ein Bedarf zur Fortschreibung des Konzeptes nicht auszuschließen. Dieser Bedarf sollte erfahrungsgemäß etwa alle 5 Jahre von der Stadt Landau in der Pfalz in Absprache mit den Verfahrensbeteiligten und gegebenenfalls mit anderen relevanten Akteuren bewertet werden. Insbesondere die konkretisierten Maßnahmenvorschläge des Konzeptes bedürfen einer Erfolgskontrolle und eventuell einer Fortschreibung. Für das Einzelhandelskonzept kann sich die Notwendigkeit einer Fortschreibung ergeben, wenn sich z.B. Einzelhandelszentralitäten im regionalen und kommunalen Zusammenhang stark verschieben sollten. Erhebliche Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung stellen ebenfalls eine mögliche Ursache für eine Fortschreibung der Konzepte dar.

Von großer Bedeutung ist angesichts der dynamischen Entwicklung von Angebots- und Nachfragestrukturen im Einzelhandel, dass allen Berechnungen und Bewertungen eine möglichst aktuelle Datenbasis zugrunde gelegt wird. Das gilt in besonderem Maß für

- Einwohnerzahlen für die Stadt Landau in der Pfalz und die umliegenden Städte und Gemeinden (Quelle: Statistisches Landesamt RLP, Stadt Landau in der Pfalz),
- sortimentspezifische Kaufkraftkennziffern (Quelle: u.a. IFH Retail Consultants, Köln),
- Planvorhaben zum großflächigen Einzelhandel mit Informationen zu Betreibern, Standort, Betriebsform, Sortiment, Verkaufsfläche, potenziellem Umsatz, Planungsfortschritt und geplantem Eröffnungstermin (Landau und Region),

- bestehende Einzelhandelsbetriebe mit Informationen zu Betreibern, Standort, Betriebsform, Sortimenten, Verkaufsfläche, geschätztem Umsatz.

Fortschreibung qualitativer Kriterien

Neben den bereits beschriebenen Daten müssen auch die qualitativen Kriterien in regelmäßigen Zeiträumen (etwa alle 5 Jahre) kritisch überprüft und ggf. an neue Entwicklungen angepasst werden. Dazu zählen insbesondere die

- Anforderungen an Standorte für bestimmte Betriebsformen des großflächigen Einzelhandels (z.B. SB-Warenhäuser / Verbrauchermärkte, Bau- / Gartencenter, Möbel- / Einrichtungshäuser),
- als innenstadtrelevant betrachteten Sortimente,
- Festlegungen zur Standortstruktur und zum zentralen Versorgungsbereich.

12 Die planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das Einzelhandelskonzept ist nach Ratsbeschluss als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung "zu berücksichtigen". Es löst als solches aber noch keine rechtsverbindlichen Folgen aus. Dies ist nur durch Kombination mit den Vorschriften des Baugesetzbuchs und der Baunutzungsverordnung möglich. Die Planungspraxis zeigt zwar, dass die Umsetzung von Einzelhandelskonzepten teilweise auf Schwierigkeiten trifft; bei vollständiger und gezielter Anwendung des Rechtsinstrumentariums ist sie jedoch durchaus möglich.

Im Folgenden wird kurz erläutert, in welcher Weise das Einzelhandelskonzept durch die Anwendung der verfügbaren Rechtsinstrumente verwirklicht werden kann. Neben der Bauleitplanung und der Anwendung der Einfügungsklausel des § 34 Abs. 1 BauGB im Allgemeinen stehen folgende spezifische Rechtsinstrumente für die Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels zur Verfügung:

- § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO zur Beschränkung von Arten und Unterarten von Einzelhandelnutzungen in festgesetzten Baugebieten;
- §11 Abs. 3 BauNVO (Beschränkung der Zulässigkeit des großflächigen Einzelhandels auf Kerngebiete und eigens dafür festgesetzte Sondergebiete);
- § 15 BauNVO (Unzulässigkeit von Vorhaben im Einzelfall, sofern sie nach Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung der Eigenart des Baugebiets widersprechen);
- § 34 Abs. 3 BauGB (Unzulässigkeit von Vorhaben, von denen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind);
- Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB (Ausschluss oder Einschränkung von bestimmten Arten von Nutzungen - also auch des Einzelhandels) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden).

Im Anschluss an die allgemeingültigen Ausführungen zur Anwendung des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums wird in Tabelle 20 ein Überblick über die Entwicklungsziele und die bauplanungsrechtliche Situation der prägenden Einzelhandelsstandorte in der Stadt Landau in der Pfalz (außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches) gegeben.

12.1 Anwendung des § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO

Nach § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO können die Standardvorschriften der BauNVO über die Zulässigkeit von Vorhaben in den Baugebieten der §§ 2 bis 9 BauNVO individuellen Bedürfnissen angepasst werden, indem bestimmte Vorhaben ausgeschlossen oder nur für ausnahmsweise zulassungsfähig erklärt werden. Diese Möglichkeit kann auch dafür genutzt werden, in bestimmten Baugebieten den innenstadtrelevanten Einzelhandel auszuschließen und nur nahversorgungsrelevante Betriebe ausnahmsweise zulässig zu machen. Über § 1 Abs. 10 BauNVO können vorhandenen Betriebe über den Bestandsschutz hinausgehende Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt werden (sogenannte Fremdkörperfestsetzung).

Da großflächiger Einzelhandel in aller Regel ohnehin nur in eigens dafür festgesetzten Sondergebieten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig ist, liegt die Hauptbedeutung der Steuerung über § 1 Abs. 5 bis 10 darin, die Entwicklung des nicht großflächigen Einzelhandels zu steuern – entweder durch die Neuaufstellung von Bebauungsplänen oder durch die Änderung vorhandener Pläne durch Hinzufügung textlicher Festsetzungen. Auch die im Aufstellungsverfahren befindlichen Bebauungspläne sollten hinsichtlich ihrer Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept überprüft werden; ggf. sind deren Festsetzungen anzupassen.

12.2 Anwendung des § 11 Abs. 3 BauNVO

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind großflächige Einzelhandelsbetriebe außer in Kerngebieten nur in eigens für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig, wenn sie sich „nach Art, Lage und Umfang auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können.“ Dabei sind u.a. Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Betriebs sowie auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu berücksichtigen.

Das Einzelhandelskonzept leistet einen wichtigen Beitrag zur rechtssicheren Anwendung dieser Vorschrift, indem es den zu schützenden zentralen Versorgungsbereich definiert und die Datengrundlage zur Klärung der Frage liefert, welche Auswirkungen von der Ansiedlung eines bestimmten Betriebs auf die Versorgung der Bevölkerung in dessen Umfeld zu erwarten wären.

12.3 Anwendung des § 15 BauNVO

Das Einzelhandelskonzept kann im Geltungsbereich von Bebauungsplänen dazu beitragen, die „Eigenart des Baugebiets“ zu definieren, zu der sich ein beantragtes Vorhaben nach „Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung“ nicht in Widerspruch setzen darf. In erster Linie ist für diese Definition allerdings der betreffende Bebauungsplan mit seinen Festsetzungen verantwortlich. Das Einzelhandelskonzept kann hier nur Interpretationshilfe liefern.

12.4 Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB

Für den unbeplanten Innenbereich hat der Gesetzgeber mit der Änderung des Baugesetzbuches durch das EAG Bau 2004 die Möglichkeiten erweitert, die Entwicklung auch von nicht großflächigen Einzelhandelsvorhaben zu steuern. Bis zum EAG Bau 2004 konnten über die Einfügeklausel des § 34 Abs. 1 BauGB nur Auswirkungen des beantragten Vorhabens in seiner „näheren Umgebung“ berücksichtigt werden. Seit 2004 können auch „Fernwirkungen“ zur Unzulässigkeit eines Vorhabens nach § 34 BauGB führen. Vorhaben des Einzelhandels sind gemäß § 34 Abs. 3 BauGB unzulässig, wenn von ihnen „schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind“. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich um einen großflächigen Betrieb im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO handelt oder um einen kleineren Betrieb. Die Überschreitung der Grenze zur Großflächigkeit darf nicht als Indiz dafür verwendet werden, dass schädliche Auswirkungen zu erwarten sind. Dies muss immer im Einzelfall nachgewiesen werden. Das Einzelhandelskonzept kann durch seine Datengrundlage einen solchen Nachweis erleichtern.

Schädliche Auswirkungen im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB sind insbesondere dann zu erwarten, wenn der prognostizierte Kaufkraftabfluss aus zentralen Versorgungsbereichen dort zu Ladenleerständen, zu einer Einschränkung der Angebotsvielfalt oder zur Aufgabe eines für den Fortbestand des Zentrums wichtigen „Frequenzbringers“ führt, so dass mit einem erheblichen Absinken des Versorgungsniveaus zu rechnen ist. § 34 Abs. 3 stellt dabei ausschließlich auf in der Realität bereits vorhandene zentrale Versorgungsbereiche ab. Eine mögliche Beeinträchtigung von lediglich geplanten Zentren kann einem Vorhaben nicht entgegengehalten werden. Ein Einzelhandelskonzept muss also – wie hier geschehen – klare Aussagen dazu treffen, ob definierte zentrale Versorgungsbereiche bereits vorhanden sind oder erst entwickelt werden sollen.

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Landau in der Pfalz ist also auch zur Beurteilung von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB heranzuziehen. Es benennt den zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt), der vor schädlichen Auswirkungen durch Neuansiedlung von Betrieben außerhalb des Zentrums bewahrt werden soll und grenzt ihn ab. Das Konzept definiert zudem die Bedingungen, bei deren Vorliegen Einzelhändler zur Nahversorgung auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zugelassen werden.

12.5 Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB

Da sich der Nachweis der „Zentrenschädlichkeit“ eines Projektes im Baugenehmigungsverfahren mit seinen engen Fristen oft nur schwer führen lässt, eröffnete die BauGB-Novelle 2007 zusätzlich die Möglichkeit, durch einen einfachen Bebauungsplan bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. § 9 Abs. 2a BauGB lautet:

2a) Für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) kann zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden. Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält. In den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 vorhanden oder durch einen Bebauungsplan, dessen Aufstellung förmlich eingeleitet ist, vorgesehen sein.

Ein Bebauungsplan, der lediglich Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a Satz 1 BauGB enthält, kann gemäß § 13 Abs. 1 BauGB im vereinfachten Verfahren aufgestellt werden. Damit kann u.a. von einer frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit und der Behörden abgesehen und auf einen Umweltbericht verzichtet werden. Der Geltungsbereich eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB kann aber auch auf ganze Quartiere ausgedehnt werden, die zum Teil bereits mit rechtsverbindlichen Bebauungsplänen überplant sind. Dort ist das identische Regelungsziel der Steuerung des innenstadtrelevanten Einzelhandels durch die Einfügung von Festsetzungen nach § 1 Abs. 5, 9 BauNVO 1990 zu erreichen. Für derartige „strategische Bebauungspläne“ muss ein Umweltbericht angefertigt werden, da sie nicht nur Festsetzungen nach

§ 9 Abs. 2a BauGB, sondern auch solche nach der BauNVO enthalten. Der Umweltbericht ist jedoch einfach herzustellen, da von einem Plan zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels die „klassischen“ Umweltschutzgüter (Tiere, Pflanzen, Boden, Wasser, Luft) nicht betroffen sind.

§ 9 Abs. 2a BauGB nimmt ausdrücklich Bezug auf „ein ... städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB...“, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“. Damit wird verdeutlicht und anerkannt, dass die Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes in aller Regel Voraussetzung für die Aufstellung eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB ist. Die Festsetzungen von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels werden direkt aus dem Einzelhandelskonzept abgeleitet. Das gesamtstädtische Einzelhandelskonzept rechtfertigt die gesamtstädtische Steuerung des Einzelhandels durch strategische Bauleitplanung. Diese Bauleitplanung kann zweckmäßigerweise auf mehrere Bebauungspläne verteilt werden. Das Einzelhandelskonzept definiert den zentralen Versorgungsbereich und bietet die Maßstäbe und Argumente dafür, auf welche Weise dieser zu schützen ist und wie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung gesichert werden kann.

12.5.1 Definition des „zentralen Versorgungsbereiches“

Der Gesetzesbegriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ umfasst grundsätzlich alle Stufen von Zentren. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs setzt eine Mehrzahl von einander ergänzenden oder konkurrierenden Nutzungen voraus⁷⁶, das Zentrum muss eine eigene städtebauliche Qualität besitzen. Ein einzelner Betrieb stellt kein Zentrum dar, auch nicht bei Großflächigkeit. Er darf nicht durch einen Bebauungsplan vor Konkurrenz geschützt werden, auch wenn er eine wichtige Nahversorgungsfunktion hat und sein Verbleib für die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung wünschenswert wäre. Schutz vor Konkurrenz darf kein Ziel der Bauleitplanung sein, daher ist auch eine „Überversorgung“ in der Angebotsstruktur kein städtebaulich verwendbares Argument.

Anders als bei der Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB könnten über § 9 Abs. 2a BauGB auch Bereiche geschützt werden, die nach der planerischen Konzeption der Stadt in ihren zentralen Funktionen erst noch entwickelt werden sollen. Ein Nukleus sollte allerdings bereits vorhanden sein. Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Landau in der Pfalz wurde daher nicht nur das bereits vollständige, funktionsfähige vorhandene Zentrum benannt und abgegrenzt. Es wurde auch – allerdings mit einem abschlägigen Ergebnis – geprüft, ob andernorts ggf. weitere Zentren zu entwickeln sind.

12.5.2 Möglicher Geltungsbereich von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels

Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB können nur für unbeplante Innenbereichsflächen gemäß § 34 BauGB getroffen werden. Wie oben bereits erwähnt wurde, kann der Geltungsbereich von strategischen Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des innenstadtrelevanten Einzelhandels aber auch die Flächen von rechtsverbindlichen Bebauungsplänen mitumfassen, denen Festsetzungen nach § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO hinzugefügt werden sollen. Der jeweilige

⁷⁶ OVG Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 11.12.2006 - 7 A 964/05-. juris.

Bebauungsplan ändert dann als Sammelbebauungsplan die einbezogenen, bereits vorhandenen Bebauungspläne. Nur auf diese Weise lässt sich verhindern, dass sich die Geltungsbereiche vorhandener Bebauungspläne ohne gezielte Festsetzungen zur Zulässigkeit des innenstadtrelevanten Einzelhandels in einem sonst nach § 34 BauGB zu beurteilenden Umfeld wie Schlupflöcher auswirken.

Die vordringlichen Geltungsbereiche zur Abwehr von zentrenunverträglichen Einzelhandelsansiedlungen in besonders gefährdeten Bereichen (z.B. Konversionsflächen, aufgegebene Bahnflächen, Gewerbebrachen, Bauflächen an Ausfallstraßen) lassen sich meist aus der örtlichen Gebietsstruktur ableiten.

Schwieriger ist es, weiträumige Teilbereiche strategisch zu überplanen, um bei der in Landau gegebenen Vielzahl potenzieller Ansiedlungsflächen den Erhalt und die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches in allen Problembereichen abzusichern. Hier empfiehlt sich folgendes Vorgehen:

- In einem ersten Schritt sollten die Problembereiche eingegrenzt werden, in denen die vorsorgliche Regulierung der Standortwahl des Einzelhandels nach Maßgabe der Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes durch verbindliche Bauleitplanung sinnvoll und erforderlich erscheint.
- Die dafür aufzustellenden Bebauungspläne sollten dann sachlich getrennt, verfahrensmäßig jedoch gebündelt durch das Aufstellungsverfahren geführt werden.

Der zentrale Versorgungsbereich muss innerhalb der Pläne jeweils flächenscharf abgegrenzt werden. Dabei gelten die üblichen Anforderungen an solche Abgrenzungen, insbesondere das Bestimmtheitsgebot: es muss ohne Interpretationsspielraum erkennbar sein, für welche Flächen welche Festsetzungen gelten. Im Regelfall sollte die Abgrenzung nach innen den Flurstücksgrenzen folgen. Nach außen können die Grenzen der Stadt und der Stadtteile verwendet werden.

12.5.3 Festsetzungsinhalte

§ 9 Abs. 2a BauGB eröffnet ebenso wie § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO die Möglichkeit, bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. Als „Arten von Nutzungen“ kommen sowohl Einzelhandelsbetriebe generell als auch bestimmte Typen von Einzelhandelsbetrieben (etwa Lebensmittelgeschäfte) in Frage. Dabei ist auf in der Realität vorzufindende und im Einzelfall nach objektiven Kriterien eindeutig bestimmbare Typen abzustellen. Die Betriebsform (z.B. Bedienungsladen oder Selbstbedienung, Discounter oder Vollversorger) ist kein zulässiges Kriterium, sondern dem Wettbewerb zu überlassen. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die Schwelle der „Zentrenschädlichkeit“ für unterschiedliche Sortimente unterschiedlich anzusetzen ist.

Analog zu § 1 Abs. 9 BauNVO muss eine Feindifferenzierung der Nutzungsarten städtebaulich begründet sein. Ausgeschlossene Sortimente müssen auch tatsächlich in der jeweiligen örtlichen Situation innenstadtrelevant sein. Allerdings dürfen auch Sortimente ausgeschlossen werden, die in den zu schützenden zentralen Versorgungsbereichen noch nicht vertreten sind, wenn ihre Ansiedlung zur Entwicklung dieser Zentren nur dort zulässig sein soll.

Die Bauleitplanung zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels kann für Teile des Geltungsbereichs eines Bebauungsplans jeweils unterschiedliche Festsetzungen treffen, also z.B. für

bereits gut versorgte Bereiche oder nicht integrierte Lagen weiter gehende Nutzungsbeschränkungen vorsehen als für unterversorgte Stadtteile.

12.5.4 Besondere Anforderungen an die Begründung und Abwägung

In der Begründung der Bebauungspläne ist darzulegen, in welcher Weise deren Festsetzungen dem Erhalt und der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches dienen und im Interesse der verbrauchernahen Versorgung und der Innenentwicklung liegen. Der Ausschluss bestimmter Arten von Nutzungen muss daraufhin geprüft werden, ob er zur Umsetzung dieser Ziele geeignet, erforderlich und angemessen ist. Dabei kann auf eine schlüssige, städtebaulich begründete Planungskonzeption, insbesondere also auf das Einzelhandelskonzept, zurückgegriffen werden; ein konkreter Gefährdungsnachweis für jede einzelne ausgeschlossene Nutzung ist nicht erforderlich.

Der Ausschluss bestimmter Arten von Einzelhandelsnutzungen kann die Privatnützigkeit des Grundeigentums in erheblichem Maße einschränken, denn die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes stellt oft die wirtschaftlichste Verwertungsmöglichkeit eines Grundstücks dar, z.B. an stark befahrenen Verkehrsstraßen. Diese privaten Belange sind zutreffend zu ermitteln und mit dem ihnen zukommenden Gewicht in die Abwägung einzustellen. Zur frühzeitigen Ermittlung der privaten Belange kann es angeraten sein, auch bei Aufstellung im vereinfachten Verfahren eine frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit durchzuführen.

Im Rahmen der Planaufstellung ist weiterhin die Frage zu prüfen, ob durch den Bebauungsplan Entschädigungsansprüche ausgelöst werden können. Dies ist grundsätzlich möglich, da das Planungsziel darin besteht, bisher zulässige Grundstücksnutzungen künftig auszuschließen. Allerdings dürfte i.d.R. die Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit der Nutzung abgelaufen sein, so dass nach § 42 BauGB allenfalls Eingriffe in ausgeübte Nutzungen zu entschädigen wären.

Tabelle 20: Entwicklungsziele sowie bauplanungsrechtliche Bestandserhebung Ergänzungs- und Bestandsstandorte (außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches) in der Stadt Landau in der Pfalz

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
Nahversorgungsstandorte (solitär) in städtebaulich integrierter Lage	nah und gut Kiesel, Godramsteiner Hauptstraße	FNP_ M Kein B-Plan	§ 34 BauGB	Funktionssicherung gemäß Entwicklungsempfehlungen siehe Kapitel 8.2 Bauplanungsrechtliches Schutzgut Entwicklungen unterliegen der Einzelfallprüfung nach Tabelle 19 des Einzelhandelskonzeptes unter Anwendung des Steuerungsgrundsatzes 1 Falls erforderlich Steuerung über bauplanungsrechtliche Instrumente (siehe Kapitel 12)
	Aldi Süd, Annweiler Straße			
	nah und gut Kiesel, Annweiler Straße			
	Füllhorn Biomarkt, Am Großmarkt			
	Norma, Horststraße			
	Netto Marken- Discount, Charles-de-Gaulles-Straße	FNP_ M Zum Zeitpunkt der Genehmigung B-Plan C21, Zuletzt B-Plan C21 - Änderung, in Kraft getreten am 06.10.2008 Fläche des Verbrauchermarktes ausgewiesen als MI nach § 6 BauNVO, Rege-	§ 30 BauGB	Funktionssicherung gemäß Entwicklungsempfehlungen siehe Kapitel 8.2 Bauplanungsrechtliches Schutzgut Steuerungsinstrument: B-Plan C21 - Änderung

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
		<p>lung zur Art der Nutzung nach BauNVO mit der ausnahmsweise, also einzelfallbezogenen, Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben</p> <p>Ziel: angemessene Nahversorgung des Gebietes mit Handel und Dienstleistungen sowie Gewährleistung eines Versorgungsschwerpunktes an einem integrierten Standort nicht nur für das Plangebiet selbst, sondern auch für die angrenzenden Wohnbereiche (Montclar, Ile de France und Cité Dagobert)</p>		<p>→ Sicherung des Bestands → darüber hinausgehende Entwicklungen unterliegenden der Einzelfallprüfung nach Tabelle 19 des Einzelhandels-konzeptes unter Anwendung des Steuerungsgrundsatzes 1</p>
	<p>Rewe, Haardtstraße</p>	<p>FNP_ M</p> <p>Zur Markterweiterung des bis dahin seit über 15 Jahre bestehenden Marktes an diesem Standort: B-Plan C31, in Kraft getreten am 15.06.2009 → Fläche des Verbrauchermarktes ausgewiesen als SO „Lebensmittel-Vollsortimenter“ nach § 11 BauNVO</p> <p>Beschränkung auf max. 1.800m² Verkaufsfläche, inkl. Getränke (max. 450m²) und Backshop mit Café-Bereich (max.</p>	<p>§ 30 BauGB</p>	<p>Funktions-sicherung gemäß Entwicklungsempfehlungen siehe Kapitel 8.2</p> <p>Bauplanungsrechtliches Schutzgut</p> <p>Steuerungsinstrument: B-Plan C31 → Sicherung des Bestands → darüber hinausgehende Entwicklungen unterliegenden der Einzelfallprüfung nach Tabelle 19 des Einzelhandels-konzeptes unter Anwendung des Steuerungsgrundsatzes</p>

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
		<p>80m²)</p> <p>Ziel: Verbesserung der Nahversorgung der Innenstadt und dauerhafte Sicherung des Bestand und der Erschließung des Marktes</p>		<p>satzes 1</p>
<p>Sonstige Grundversorgungsstandorte (solitär) in städtebaulich nicht integrierter Lage (Bestandsstandorte)</p>	<p>SBK Kompakt, Taubensuhlstraße</p> <hr/> <p>Netto Marken- Discount, Horstring</p>	<p>FNP_G</p> <p>B-Plan F1 Neuaufstellung II in Kraft getreten am 17.07.2006 → Fläche des Verbrauchermarktes ausgewiesen als GE nach § 8 BauNVO</p> <p>Im Bereich der beiden Verbrauchermärkte (GE2) sind nur Einzelhandelsbetriebe ohne innenstadtrelevante Kernsortimente (nach der zum Zeitpunkt der Planaufstellung gültigen Sortimentsliste) zulässig. Nicht ausgeschlossen werden die nahversorgungsrelevanten Sortimente wie Lebensmittel und Getränke sowie die nicht innenstadtrelevanten Sortimente.</p> <p>Ziel: Sicherung der Grundversorgung im Stadtteil Horstring</p>	<p>§ 30 BauGB</p>	<p>Bestandsschutz</p> <p>Funktionssicherung, so lange kein alternativer integrierter Standort die Nahversorgung der nordöstlichen Kernstadt entsprechend sichert</p> <p>Kein bauleitplanerisches Schutzgut. Keine Neuansiedlung an nicht-integrierten Standorten.</p> <p>Handlungsempfehlungen sind analog Bestandsstandort Grundversorgung Dammühlstr./ Maximilianstr./ Wieslauterstr. anzuwenden (siehe Kapitel 8.3.3 sowie Kapitel 7.3)</p> <p>Steuerungsinstrument: B-Plan F1 → Sicherung des Bestands</p>

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
				→ darüber hinausgehende Entwicklungen unterliegenden der Einzelfallprüfung nach Tabelle 19 des Einzelhandels-konzeptes unter Anwendung des Steuerungsgrundsatzes 1
Ergänzungsstandort Standortgemeinschaft Gilletstraße	Möbelhaus Ehrmann mit dem Fachmarkt Küche+Bad Ehrmann, Lot-schstraße	FNP_S B-Plan C17 in Kraft getreten am 28.08.2008 zuvor Aufbaupläne von 1965 Vorhabenbezogener C17a „Wohn- und Einrichtungshaus Ehrmann“ in Kraft getreten am 09.12.2013 ersetzt C17 in Teilen → Fläche ausgewiesen als SO nach § 11 BauNVO Ziel: Sicherung des bestehenden Einzelhandelsstandortes mit nicht innenstadtrelevantem Sortiment, Beschränkung der max. Verkaufsflächen, Beschränkung der innenstadtrelevanten Randsortimente und Ausschluss nahversorgungsrelevanter Sortimente zum Schutz der Innenstadt und zur Sicherung der wohnungsnahen Standortstruktur	§ 30 BauGB	Funktionssicherung gemäß Handlungsempfehlungen siehe Kapitel 8.3.2 Steuerungsinstrument B-Plan C17a → Sicherung des Bestands → darüber hinausgehende Entwicklungen unterliegenden der Einzelfallprüfung nach Tabelle 19 des Einzelhandels-konzeptes unter Anwendung des Steuerungsgrundsatzes 3

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
		<p>Aufstellungsbeschluss C17C „Wohn- und Einrichtungshaus Ehrmann“ gefasst am 21.07.2015 – Verfahren läuft</p> <p>Ziel: Schaffung von Planungsrecht u.a. für die maximal mögliche Verkaufsfläche für das nicht zentrenrelevante Sortiment Möbel, um dem Vorhabenträger eine langfristige Perspektive in Landau zu bieten.</p> <p>Aufstellungsbeschluss C17 Ergänzung gefasst am 22.09.2015 – Verfahren läuft</p> <p>Ziel: Steuerung gastronomischer Nutzungen</p>		
	Bau- und Gartenmarkt Gillet, Gilletstraße	<p>FN_P_S</p> <p>B-Plan C17 in Kraft getreten am 28.08.2008</p> <p>→ Fläche ausgewiesen als SO „Baumarkt und Gartencenter“ nach § 11 BauNVO</p> <p>Ziel: Sicherung des Gewerbestandortes Nord und des bestehenden Einzelhan-</p>	§ 30 BauGB	<p>Funktionssicherung und Ergänzungen gemäß Handlungsempfehlungen siehe Kapitel 8.3.2</p> <p>Steuerungsinstrument B-Plan C17 → Sicherung des Bestands → darüber hinausgehende Entwicklungen unterliegenden der Einzelfallprüfung nach Tabelle 19 des Einzelhandelskonzeptes unter</p>

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
		<p>delstandortes mit nicht innenstadtrelevantem Sortiment, Beschränkung der max. Verkaufs-flächen; Beschränkung der innenstadtrelevanten Randsortimente und Ausschluss nahversorgungs-relevanter Sortimente zum Schutz der Innenstadt und zur Sicherung der wohnungsnahen Standortstruktur</p>		<p>Anwendung des Steuerungsgrundsatzes 3</p>
<p>Bestandsstandort Standortgemeinschaft Johannes-Kopp-Str./ Grabengärten</p>	<p>Media Markt, Klaus-von-Klitzing-Straße</p>	<p>FNP_ G</p> <p>Rahmenplan „Technologiepark“ vom 14.09.1999 mit Sicherung der Ziele über Baulast</p> <p>Baulast nach Baulastenblatt 1399 aufgrund Eintragungsverfügung vom 03.12.1999 mit Bindungswirkung, die ein B-Plan entfalten würde</p> <p>Flächen ausgewiesen als GE nach § 8 BauNVO mit eingeschränkter Nutzung</p> <p>Ziel: Erwünscht sind Nutzungen, die dem Begriff „Technologiepark“ entsprechen unter Ausschluss weiterer definierter innenstadt- und nahversorgungsrelevanter</p>	<p>§ 34 BauGB</p>	<p>Bestandsschutz gemäß Handlungsempfehlungen siehe Kapitel 8.3.1</p> <p>Steuerungsinstrument künftig B-Plan D14: → Sicherung des Bestands muss unter Anwendung der Steuerungsgrundsätze 1, 2 und 3 im weiteren Aufstellungsverfahren noch ausdefiniert werden → darüber hinausgehende Entwicklungen unterliegenden der Einzelfallprüfung nach Tabelle 19 des Einzelhandelskonzeptes unter Anwendung der Steuerungsgrundsätze 1, 2 und 3</p>

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
		<p>Sortimente (siehe Baulast).</p> <p>B-Plan D14 in Aufstellung Aufstellungsbeschluss 21.07.2015 – Verfahren läuft</p> <p>Ziel: städtebauliche Ordnung der baulichen und sonstigen Nutzungen, u.a. der Nutzungsklassifizierungen</p>		
	SBK Kissel, Johannes-Kopp-Straße	<p>FNP_ S EH Warenhaus</p> <p>B-Plan D14 in Aufstellung Aufstellungsbeschluss 21.07.2015 – Verfahren läuft</p> <p>Ziel: städtebauliche Ordnung der baulichen und sonstigen Nutzungen, u.a. der Nutzungsklassifizierungen</p>		
	Strohmeier Gilb Küchen, Johannes-Kopp-Straße	<p>FNP_ M</p> <p>Kein B-Plan</p>		
	Teppich-Scherer, Johannes-Kopp-Straße	<p>B-Plan D14 in Aufstellung Aufstellungsbeschluss 21.07.2015 – Verfahren läuft</p> <p>Ziel: städtebauliche Ordnung der bauli-</p>		

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
		chen und sonstigen Nutzungen, u.a. der Nutzungsklassifizierungen		
	Dänisches Bettenlager, Johannes-Kopp-Straße	FNP_ S Rahmenplan „Technologiepark“ vom 14.09.1999 mit Sicherung der Ziele über Baulast		
	Trost Fahrzeugteile, Johannes-Kopp-Straße	Baulast nach Baulastenblatt 1207 aufgrund Eintragungsverfügung vom 02.07.1997 mit Bindungswirkung, die ein B-Plan entfalten würde Flächen ausgewiesen als GE nach § 8 BauNVO Ziel: Ermöglichen eines Einzelhandelsstandortes für versch. Fachmärkte unter Ausschluss weiterer definierter innenstadt- und nahversorgungs-relevanter Sortimente (siehe Baulast). B-Plan D14 in Aufstellung Aufstellungsbeschluss 21.07.2015 – Verfahren läuft Ziel: städtebauliche Ordnung der bauli-		

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
		chen und sonstigen Nutzungen, u.a. der Nutzungsklassifizierungen		
	Seiboth Motorradbekleidung, Werner-Heisenberg-Straße	<p>FNP_G</p> <p>Rahmenplan „Guldengewann“ vom 30.07.1998, 1. Änderung am 02.12.1999, 2. Änderung am 08.05.2000 mit Sicherung der Ziele über Baulast</p> <p>Baulast nach Baulastenblatt 1598 aufgrund Eintragungsverfügung vom 05.09.2002 mit Bindungswirkung, die ein B-Plan entfalten würde</p> <p>Flächen ausgewiesen als GE nach § 8 BauNVO</p> <p>Ziel: Ermöglichen eines Einzelhandelsstandortes für versch. Fachmärkte unter Ausschluss weiterer definierter innenstadt- und nahversorgungs-relevanter Sortimente (siehe Baulast).</p> <p>B-Plan D14 in Aufstellung Aufstellungsbeschluss 21.07.2015 – Verfahren läuft</p>		

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
		Ziel: städtebauliche Ordnung der baulichen und sonstigen Nutzungen, u.a. der Nutzungsklassifizierungen		
Bestandsstandort Grundversorgung Dammühlstraße/ Maximilianstraße/ Wieslauterstraße (Standortgemeinschaft)	SB-Warenhaus REAL mit Konzessionären und Getränkemarkt, Dammühlstraße	FNP_S EH Warenhaus B-Plan C9g In Kraft getreten am 09.07.1990	§ 30 BauGB	Bestandsschutz gemäß Handlungsempfehlungen siehe Kapitel 8.3.3 Steuerungsinstrument B-Plan C9g → Sicherung des Bestands → darüber hinausgehende Entwicklungen unterliegenden der Einzelfallprüfung nach Tabelle 19 des Einzelhandelskonzeptes unter Anwendung der Steuerungsgrundsatzes 1
	Möbelfachmarkt Möbel AS, Dammühlstraße	Flächen ausgewiesen als SO für großflächige Einzelhandelsbetriebe nach § 11 BauNVO Ziel: Ermöglichen einer zeitgemäßen innenstadtnahen SB-Marktnutzung in städtebaulich integrierter Lage (Annahme in der Begründung zum B-Plan) unter Einschränkung der Sortimente und damit Ausschluss definierter innenstadtrelevanter Sortimente zu Gunsten des Erhalts der Funktionsfähigkeit des Zentralen Versorgungsbereichs		
	Lebensmitteldiscounter ALDI-Süd, Maximilianstraße	FNP_M Baulast nach Baulastenblatt 1382 aufgrund Eintragungsverfügung vom	§ 34 BauGB	Bestandsschutz gemäß Handlungsempfehlungen siehe Kapitel 8.3.3

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
		<p>04.11.1999 mit Bindungswirkung, die ein B-Plan entfalten würde</p> <p>Ziel: Ermöglichen und Sicherung eines Grundversorgungsstandortes unter Beschränkung der max. Verkaufsflächen von Einzelhandelsbetrieben mit dem nahversorgungsrelevanten Sortiment Lebensmittel, der Beschränkung der Sortimente sonstiger Einzelhandelsbetriebe unter Ausschluss bestimmter nahversorgungsrelevanter Sortimente zum Schutz der Innenstadt und zur Sicherung der wohnungsnahen Standortstruktur</p>		<p>Steuerungsinstrument: Baulast → Sicherung des Bestands → darüber hinausgehende Entwicklungen unterliegenden der Einzelfallprüfung nach Tabelle 19 des Einzelhandelskonzeptes unter Anwendung der Steuerungsgrundsatzes 1 und erfordern eine Steuerung über bauplanungsrechtliche Instrumente - siehe Kapitel 12</p>
	Lebensmitteldiscounter LIDL, Wieslauterstraße	<p>FNPM</p> <p>bisher Kein B-Plan</p> <p>Antrag zur Aufstellung eines Vorhabenbezogenen Bebauungsplans liegt vor zum Zeitpunkt der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes</p> <p>Ziel: Abbruch des bestehenden Marktes</p>	§ 34 BauGB	<p>Bestandsschutz gemäß Handlungsempfehlungen siehe Kapitel 8.3.3</p> <p>Entwicklungen unterliegen der Einzelfallprüfung nach Tabelle 19 des Einzelhandelskonzeptes unter Anwendung des Steuerungsgrundsatzes 1</p>

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
		und Neubau eines LIDL Lebensmittel-discountmarktes mit zeitgemäßem Markt-konzept und dafür erforderlicher vergrößerten Verkaufsfläche		Steuerungsinstrument VEP → gutachterliche Kompatibilitätsprüfung wird zu Grunde gelegt → erfordert die Zustimmung der Gemeinde
Sonstige Ergänzungsstandorte mit vorwiegend nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten	Bingo Möbelmarkt, Horststraße	FNP_S Baulast nach Baulastenblatt 654 aufgrund Eintragungsverfügung vom 19.03.2010 Ziel: Ermöglichen einer zeitgemäßen Umnutzung eines großflächigen Bau-fachmarktes zu einem Möbelmarkt mit Beschränkung des Sortiments auf definierte nicht innenstadtrelevante Waren und Beschränkung der Verkaufsfläche für definierte innenstadtrelevante Randsortimente	§ 34 BauGB	Bestandsschutz Entwicklungen sind gemäß Prüfschema nach Tabelle 19 des Einzelhandelskonzeptes zu beurteilen unter Anwendung des Steuerungsgrundsatzes 3 Falls erforderlich Steuerung über bauplanungsrechtliche Instrumente - siehe Kapitel 12
	Blumenhaus Gaab, Queichheimer Hauptstraße	FNP_W Kein B-Plan	§ 34 BauGB	
	Möbel Schad, Queichheimer Hauptstraße	FNP_M Kein B-Plan	§ 34 BauGB	

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
	Hila Fachhandelszentrum „Zäune und mehr“, Helmbachstraße	FNP_G Kein B-Plan	§ 34 BauGB	
	Hammer Fachmarkt für Raumausstattung, Horstring	FNP_G Baulast nach Baulastenblatt 1289 aufgrund Eintragungsverfügung vom 21.09.1998 Ziel: Ermöglichen einer zeitgemäßen Umnutzung und Erweiterung eines ehemaligen Baugeschäfts zu einem Heimtextilien-Fachmarkt mit Beschränkung der Verkaufsfläche und Ausschluss definierter innenstadt-relevante Sortimente B-Plan F2 Neuaufstellung II in Kraft getreten am 17.11.1999 Flächen ausgewiesen als Gle – eingeschränktes Industriegebiet nach § 9 BauNVO Ziel: Gewährleistung des verträglichen Nebeneinanders von Wohnen und Gewerbe. Bewältigung der Gemengelageproblematik unter Ausschluss definierter	§ 30 BauGB	Bestandsschutz gemäß Handlungsempfehlungen siehe Kapitel 8.3.3 Steuerungsinstrument B-Plan F2 Neuaufstellung II → Sicherung des Bestands → darüber hinausgehende Entwicklungen unterliegenden der Einzelfallprüfung nach Tabelle 19 des Einzelhandelskonzeptes unter Anwendung des Steuerungsgrundsatzes 3 und erfordern bei erforderlicher Änderung des Bebauungsplans die Zustimmung der Gemeinde

Einzelhandelsstandorte	Einzelhandelsbetriebe am jeweiligem Standort (> 200 qm Verkaufsfläche)	Bauplanungsrechtliche Grundlage hinsichtlich gegenwärtiger Einzelhandels-situation	Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung)	Entwicklungsziele/ Steuerungsinstrumente bei künftiger Einzelhandelsentwicklung
		nahversorgungs- und innenstadtrelevanter Sortimente in nicht integrierter Lage zum Schutz der Innenstadt und zur Sicherung der wohnungsnahen Standortstruktur		

Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1:	Untersuchungsaufbau	27
Abbildung 2:	Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland 2006 bis 2016	30
Abbildung 3:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel 2012 – 2017 (Nettoumsatz in Mrd. Euro)	30
Abbildung 4:	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2007 – 2016 (in Prozent)	31
Abbildung 5:	Stationärer Handel und Internet-Handel	33
Abbildung 6:	Anteile nach Versendergruppen im Online- und Versandhandel (2015)	34
Abbildung 7:	Bevölkerungsentwicklung der Stadt Landau in der Pfalz 2005 bis 2017, Prognose 2030	39
Abbildung 8:	Verkaufsflächen in Landau in der Pfalz nach Warengruppen	47
Abbildung 9:	Befragung der innerstädtischen Einzelhändler zum Online-Handel	61
Abbildung 10:	Ausgaben der privaten Haushalte	84
Abbildung 11:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2016*)	86
Abbildung 12:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Landau als Orientierungsgröße	87
Abbildung 13:	Standortstrukturmodell für die Stadt Landau in der Pfalz	97
Abbildung 14:	Verkaufsflächen nach Sortimenten bzw. Warengruppen im Landauer Stadtgebiet in Anteilen (%) nach Lagen	123

Tabellen

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse	20
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	22
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung (Beispiel)	25
Tabelle 4:	Einwohnerzahlen der Stadtteile der Stadt Landau in der Pfalz	38
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2008 und 2017	40
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Landau in der Pfalz (2017) nach Warengruppen	41
Tabelle 7:	Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in Landau in der Pfalz nach Warengruppen	46
Tabelle 8:	Einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche, Umsatz, Kaufkraft und Zentralität in der Stadt Landau in der Pfalz nach Warengruppen	47
Tabelle 9:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in der Landauer Innenstadt	58
Tabelle 10:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten	68
Tabelle 11:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Standortbereich Gilletstraße	70
Tabelle 12:	Kenndaten der Einzelhandelsstruktur Standortbereich Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße e	72
Tabelle 13:	Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung	73

Tabelle 14:	Kennwerte der Grundversorgung in den Landauer Stadtteilen.....	74
Tabelle 15:	Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel.....	75
Tabelle 16:	Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel.....	76
Tabelle 17:	Landauer Sortimentsliste	124
Tabelle 18:	Systematik der Grundsätze zur Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Landau in der Pfalz	130
Tabelle 19:	Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema).....	146
Tabelle 20:	Entwicklungsziele sowie bauplanungsrechtliche Bestandserhebung Ergänzungs- und Bestandsstandorte (außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches) in der Stadt Landau in der Pfalz.....	155

Karten

Karte 1:	Lage im Raum / Landesplanerische Einordnung.....	36
Karte 2:	Siedlungs- und Stadtstruktur Landau in der Pfalz	38
Karte 3:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Landau in der Pfalz (nach Kernsortiment).....	53
Karte 4:	Leerstände in Landau in der Pfalz.....	55
Karte 5:	Angebotsschwerpunkte im Landauer Stadtgebiet	56
Karte 6:	Landauer Innenstadt und zentraler Versorgungsbereich	57
Karte 7:	Leerstände in der Landauer Innenstadt.....	62
Karte 8:	Einzelhandelsbetriebe in der Landauer Innenstadt	63
Karte 9:	Einzelhandelsbetriebe in der Landauer Innenstadt	63
Karte 10:	Einzelhandelsdichten in der Landauer Innenstadt	64
Karte 11:	Sonderstandort Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten.....	67
Karte 12:	Sonderstandort Gilletstraße	69
Karte 13:	Sonderstandort Grundversorgung (Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße).....	72
Karte 14:	Fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten.....	77
Karte 15:	Räumliches Standortprofil der Stadt Landau in der Pfalz	79
Karte 16:	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches 2010 und 2017	105
Karte 17:	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches 2017 (mit Kernbereich)	106
Karte 18:	Bestandsstandort Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten.....	115
Karte 19:	Sonderstandort Gilletstraße.....	116
Karte 20:	Sonderstandort Grundversorgung (Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße; Bestandsstandort).....	117

Fotos

Fotos 1 und 2:	Kernbereich der Innenstadt Rathausplatz sowie Kronstraße	57
Fotos 3 und 4:	Blick in die Gerberstraße	65
Fotos 5 und 6:	Blick in die Obere Marktstraße und Theaterstraße.....	65
Fotos 7 und 8:	Blick in die Trappengasse und auf den Kleinen Platz.....	66

Fotos 9 und 10: Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Grabengärten.....	68
Fotos 11 und 12: Standortbereich Gilletstraße	70
Fotos 13 und 14: Standortbereich Dammühlstraße / Maximilianstraße / Wieslauterstraße.....	71

Legende Grundlagenkarte

Nutzungen

-  Bahnflächen
-  Freiflächen
-  Gewässer
-  Gewerbeflächen
-  Siedlungsflächen
-  Straßennetz
-  Fußgängerzone
-  Autobahn
-  Bundesstraße

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Bestands- / Ergänzungsstandort	Bestands- / Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten (z.B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher verkauft. Hierzu zählen u.a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH RETAIL CONSULTANTS) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z.B. von der Gesellschaft für Konsummarkt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH RETAIL CONSULTANTS in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.

Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Innenstadtrelevante Sortimente	Innenstadtrelevante Sortimente (Begriff aus dem LEP IV RP und gleichbedeutend mit innenstadtrelevanten Sortimenten) zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentren- bzw. Innenstadtrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von innenstadtrelevanten Sortimenten, d.h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u.a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von innenstadtrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotenziale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Be-

deutung der Kommune (z.B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren – angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren – durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Wichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z.B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z.B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z.B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 - 1.300 m ² .
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) innenstadtrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z.B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher

Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.

Nicht innenstadtrelevante Sortimente

Nicht innenstadtrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und innenstadtrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten (z.B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben. Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil innenstadtrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z.B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.

SB-Warenhaus

Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m² bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Marktkauf, Kaufland).

Sortimentsliste (ortstypische)

Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.

Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch innenstadtrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).

Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z.B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.

(Städtebaulich) integrierte Lage

Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Landauer Einzelhandelskonzeptes handelt es sich dabei um Einzelhandelsbetriebe, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Landau in der Pfalz integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben. Die Einzelhandelsdichte und -

	<p>konzentration reicht jedoch nicht aus, um die Lagen als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten an zusammenhängende Wohnsiedlungen angrenzt, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahn- gleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.</p>
(Städtebaulich) nicht integrierte Lage	<p>Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z.B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z.B. in Gewerbegebieten).</p>
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² - max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und innenstadtrelevante Randsortimente.</p>
Umsatzkennziffer	<p>Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.</p>
Verbrauchermarkt	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 - 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.</p>
Verkaufsfläche	<p>Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schau- fenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich</p>

	sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.
Zentraler Versorgungsbereich	Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d.h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 5 (2) Nr. 2 d und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO.
Zentrenrelevante Sortimente	gleichbedeutend mit innenstadtrelevanten Sortimenten (siehe da)
Zielzentralität	Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.