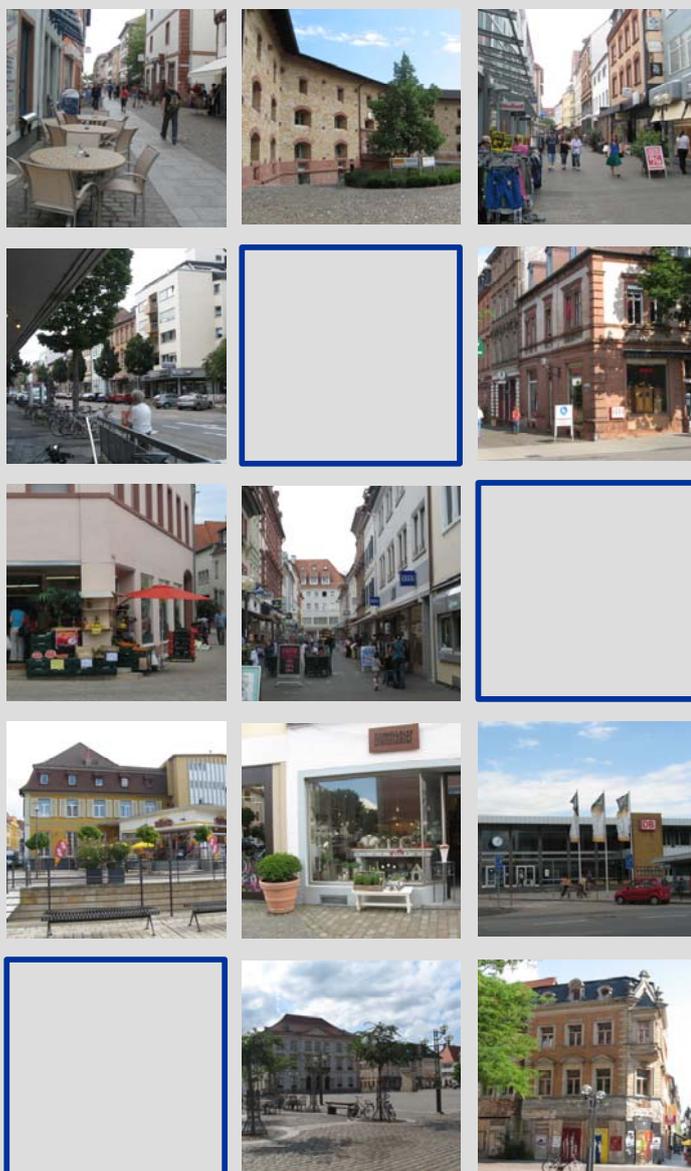


EINZELHANDELSKONZEPT

Stadt Landau in der Pfalz

- Entwurf -



EINZELHANDELSKONZEPT

Stadt Landau in der Pfalz

Entwurf

Im Auftrag der Stadt Landau

Stadtbauamt
Abteilung Stadtplanung
und Stadtentwicklung

Elisabeth Kopischke
Stefan Kruse

Junker und Kruse
Stadtforschung ■ Planung
Markt 5 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

März 2010

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.

Hinweis zu den dargestellten Karten

Geobasisinformation mit Genehmigung der Vermessungs- und Katasterverwaltung Rheinland-Pfalz, Kartengrundlage: Stadtbauamt Landau in der Pfalz

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	9
1 Ausgangslage, Anlass und Zielsetzung der Untersuchung	23
2 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung	26
3 Methodik	29
3.1 Angebotsanalyse.....	29
3.2 Nachfrageseite	34
3.3 Städtebauliche Analyse	34
3.4 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur.....	36
4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Landau	37
4.1 Lage im Raum und verkehrliche Anbindung	37
4.2 Rolle in der Region.....	38
4.3 Bevölkerungsentwicklung und Siedlungsstruktur.....	39
4.4 Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung	41
5 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil	42
5.1 Gesamtstädtische Struktur.....	42
5.2 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots in Landau.....	48
5.2.1 Innenstadt.....	49
5.2.2 Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann (D9).....	56
5.2.3 Standortbereich Gewerbegebiet Nord (C17).....	57
5.3 Struktur und räumliche Verteilung der wohnungsnahen Grundversorgung.....	58
5.3.1 Übersicht räumlicher Angebotschwerpunkte innerhalb der Landauer Einzelhandelsstruktur	63
5.4 Fazit der Angebotsanalyse.....	64
6 Nachfragesituation des Landauer Einzelhandels	67
6.1 Einzugsgebiet.....	67
6.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft.....	68

6.3	Umsätze und Zentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Landau	69
6.4	Fazit der Nachfrageanalyse	72
7	Prognose der Verkaufsflächenspielräume	73
7.1	Ökonomische Rahmenbedingungen	73
8	Entwicklungsperspektiven und -strategien	78
8.1	Szenario I: „Freies Spiel der Kräfte“	78
8.2	Szenario II: „Bewahrung“	80
8.3	Szenario III: „Steuerung mit Ausnahmen“	81
8.4	Leitbild zur strukturierten Entwicklung in der Stadt Landau in der Pfalz	83
9	Einzelhandelskonzept für die Stadt Landau in der Pfalz	85
9.1	Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Landau in der Pfalz	85
9.2	Standortstruktur	88
9.3	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	91
9.3.1	Abgrenzungskriterien	91
9.3.2	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	92
9.3.3	Ergänzende städtebauliche Empfehlungen für die Landauer Innenstadt	95
9.4	Sicherung der Grund- und Nahversorgung in der Stadt Landau in der Pfalz	96
9.5	Tabubereiche für den Einzelhandel in Landau	98
9.6	Landauer Sortimentsliste	99
	Exkurs: Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste	99
9.7	Herleitung der Landauer Sortimentsliste	102
9.8	Grundsätze der Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Landau in der Pfalz	107
9.8.1	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten	109
9.8.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	113
9.8.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten	117
9.8.4	Prüfschema zur ersten Einordnung von Einzelhandelsvorhaben	119

10	Aktualisierung und Fortschreibung	121
11	Schlusswort	123
12	Verzeichnisse	125
Anhang	127
13	Abkürzungsverzeichnis	129
14	Zentralität der Innenstadt	130
15	Legenden.....	131
16	Erläuterungen zur Sortimentsliste	132
17	Glossar – Definition einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	133

Kurzfassung

1. Ausgangssituation

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Landau in der Pfalz stellt eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahre 2000 dar. Unter Berücksichtigung aktueller struktureller, ökonomischer, demographischer und nicht zuletzt auch rechtlicher Rahmenbedingungen soll es eine wichtige Grundlage für künftige Abwägungs- und Entscheidungsprozesse im Rahmen der Stadtentwicklung und damit nicht zuletzt auch für die Fortführung der bisherigen Steuerungspraxis des Einzelhandels in der Bauleitplanung bilden. Dabei sollen die bisherigen, gemeinschaftlich getragenen, stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen bzw. Leitlinien weiterhin Gültigkeit haben.

Mit dem Einzelhandelskonzept hat die Stadt Landau in der Pfalz durch das Planungsbüro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung eine Untersuchung erarbeiten lassen, die sowohl fundierte Bewertungsgrundlagen für aktuelle Planvorhaben (Planungs- bzw. Ansiedlungsabsichten) liefert, als auch mögliche Entwicklungsperspektiven und erforderliche (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten aufzeigt. Es soll somit künftig einen wichtigen Orientierungsrahmen darstellen

- für die Verwaltung im Umgang mit einzelhandelsrelevanten Umnutzungs-, Erweiterungs-, Verlagerungs- oder Ansiedlungsanfragen,
- für die Politik sowohl bei ortsteilbezogenen als auch gesamtstädtisch orientierten Beschlüssen sowie
- für Betreiber und Investoren zur Einordnung ihrer Absichten zu Einzelhandelsansiedlungen, -erweiterung, -verlagerungen oder Umnutzungen und auch
- für Grundstücks- und Immobilienbesitzer zur Erlangung von insbesondere Planungs- und Investitionssicherheit im Umgang mit Planungen für ihren Besitz und schließlich
- für die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Landau in der Pfalz im Hinblick auf die Schaffung einer möglichst attraktiven, zukunftsfähigen Einkaufs- und Versorgungssituation.

2. Kernaussagen der Angebots- und Nachfrageanalyse

Die Eckdaten der Angebots- und Nachfragesituation des Landauer Einzelhandels stellen sich wie folgt dar:

Gesamtstädtische Ebene

- Auf gesamtstädtischer Ebene existieren in der Stadt Landau in der Pfalz rund 430 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von **rund 148.400 m²**. Davon ist eine Verkaufsflächenausstattung von **3,45 m² Verkaufsfläche pro Einwohner** abzuleiten, welche im bundesdeutschen Vergleich als deutlich überdurchschnittlich einzustufen ist.
- Mit rund **80.700 m² Verkaufsfläche** und einem **Anteil von etwa 54 % an der Ge-**

samtverkaufsfläche nehmen die **Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufen** den quantitativ höchsten Stellenwert ein. Innerhalb dieser Bedarfsstufe ragen die Warengruppen Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente hervor (rund 31.300 m² bzw. 21.700 m² und 13.200 m² Verkaufsfläche). Gemeinsam umfassen sie einen Anteil von 82 % an der Verkaufsfläche innerhalb der Bedarfsstufe.

- Insgesamt rund 21 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche werden in den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe in der Stadt Landau in der Pfalz vorgehalten. Hierbei tritt - entsprechend des typischen Bildes auch in anderen Kommunen - die **Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel** quantitativ hervor. Sie ist mit rund **20.100 m² und einem prozentualen Anteil von rund 14 %** in der Landauer Einzelhandelslandschaft vertreten. Damit liegt die Verkaufsfläche im Bereich der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit 0,47 m² Verkaufsfläche pro Einwohner deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 0,38 - 0,40 m² Verkaufsfläche pro Einwohner.
- Auf die **Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe** entfällt ein Anteil von 24 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Hier ragt die innerstädtische Leitbranche Bekleidung / Wäsche mit einem Verkaufsflächenangebot von rund **20.900 m² Verkaufsfläche bzw. 14 % an der Gesamtverkaufsfläche** besonders hervor.
- Die rechnerische **Verkaufsfläche pro Betrieb** liegt in der Stadt Landau in der Pfalz bei **durchschnittlich 430 m²** und damit über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 230 m² Verkaufsfläche pro Betrieb und spiegelt die Bedeutung des großflächigen Einzelhandels wider. Bezogen auf den Hauptgeschäftsbereich sind es 164 m² Verkaufsfläche / Betrieb.
- Auf den **großflächigen Einzelhandel** entfallen 27 Betriebe im Landauer Stadtgebiet. Sie nehmen eine Verkaufsfläche von rund 102.600 m² ein, das entspricht einem Anteil von **64 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche**. Angebotsschwerpunkte liegen neben Betrieben mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel oder Möbel vor allem im Bereich der Bau- und Gartenmarktsortimente.
- Insgesamt wird die Stadt Landau in der Pfalz aufgrund ihrer Angebotsausstattung ihrer mittelzentralen Bedeutung rein quantitativ gerecht, über das Grundversorgungsangebot hinaus ist ein umfassendes Angebot in den mittel- und langfristigen Warengruppen vorhanden.

Räumliche Verteilung des gesamtstädtischen Angebots

- **Rund 32 % der Verkaufsfläche der Stadt Landau in der Pfalz (47.500 m²) befindet sich in der Innenstadt.** Das Angebot in der Innenstadt ist unter einzelhandelsrelevanten Gesichtspunkten differenziert und unter städtebaulichen attraktiv gestaltet. Besonders ausgeprägt und durch eine belebende Wettbewerbssituation gekennzeichnet ist das Einzelhandelsangebot im Bereich der typischen zentrenprägenden Sortimente Bekleidung, Schuhe und Sportartikel.
- Hervorzuhebende räumliche bzw. quantitative Angebotsschwerpunkte befinden sich darüber hinaus im Bereich Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann und Gewerbegebiet

Nord. Im Besonderen wird hier das Angebot durch großflächige Anbieter geprägt, wobei im Bereich Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann auch ein nicht geringer Anteil zentrenrelevanter Sortimente vorgehalten wird (Unterhaltungselektronik, Lebensmittel), während im Bereich Gilletstraße die nicht zentrenrelevanten Sortimente Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente dominieren.

Nahversorgungssituation

- Gesamtstädtisch verfügt Landau in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, die als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune herangezogen werden kann, **mit rund 20.200 m² Verkaufsfläche bzw. 0,47 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 Verkaufsflächenausstattung mit Nahrungs- und Genussmitteln bezogen auf die Einwohnerzahl Unterschiede vorherrschen: Das Angebot in den Stadtteilen Queichheim und Landau ist mit Verkaufsflächenausstattungen von 0,72 bzw. 0,57 m² Verkaufsfläche pro Einwohner überdurchschnittlich, was nicht zuletzt auch auf die zentrale Bedeutung der Innenstadt bzw. das großflächige Angebot im Bereich Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann 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.
- Räumliche Versorgungsdefizite sind in Siedlungsrandbereichen zu verzeichnen, wobei im Hinblick auf künftige (u.a. räumliche) Verbesserungen der wohnungsnahen Grundversorgung insbesondere die südliche und südwestliche Kernstadt zu berücksichtigen sind. In den ländlich geprägten Stadtteilen wird das Angebot durch kleinere Anbieter 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.

Nachfrageseite

- In Landau leben Ende 2009 rund 43.000 Einwohner mit einem **einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von rund 226 Mio. Euro**.
- Die Umsätze des Einzelhandels in Landau belaufen sich auf insgesamt rund 401 Mio. Euro. Rund 23% des Umsatzes entfallen auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.
- Der rechnerische Einzelhandelsumsatz in der Innenstadt umfasst 169 Mio. Euro und damit rund 42 % des Gesamtumsatzes, der auf einer Verkaufsfläche von rund 47.500 m² (einem Anteil von 32 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) getätigt wird. Die Zentralität der Innenstadt liegt bei 0,7 und unterstreicht die prägende Versorgungsfunktion der Landauer Innenstadt sowohl für Landau selbst als auch für die Nachbarkommunen.
- Das Einzelhandelsangebot der kurzfristigen Bedarfsdeckung ist in Landau gut aufgestellt. Es gelingt dem ortsansässigen Einzelhandel, die vorhandene einzelhandelrelevante Kaufkraft in den entsprechenden Warengruppen zu binden. Sowohl in den zentrenprägenden Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe wie u.a. Bekleidung, Schuhe und Sportartikel als auch im Bereich des nicht zentrenrelevanten Angebotes (Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente) besitzt der Landauer Einzelhandel eine hohe Ausstrahlungskraft, die über die Stadtgrenzen hinausreicht.
- Die **einzelhandelsrelevante Zentralität der Stadt Landau in der Pfalz von 1,78** ist für ein Mittelzentrum ein herausragender Wert, der zeigt, dass per Saldo 78 % Kaufkraft zufließen.

3. Entwicklungsspielräume und -leitbild der Einzelhandelsentwicklung

Aufgrund der guten **Angebotsausstattung verbunden mit einer hohen einzelhandelsrelevanten Zentralität** lassen sich für die Stadt Landau in der Pfalz in nahezu allen Warengruppen **keine rechnerischen quantitativen Entwicklungsspielräume** ermitteln, die die Ansiedlung von zusätzlichem insbesondere auch großflächigem Einzelhandel rechtfertigen ohne möglicherweise Umsatzumverteilungseffekte im Bestand auszulösen. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten zur **Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebots**, insbesondere auch der Innenstadt, führen können. Die Tatsache, dass dies zu Lasten weniger geeigneter Standorte geschieht, wird dabei in Kauf genommen. Jedoch muss in diese Überlegung auch einfließen, dass eine deutliche Überdimensionierung der Einzelhandelsentwicklung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sowohl zu einer zusätzlichen Gefährdung der wohnungsnahen Grundversorgung als auch zu Funktionsverlusten innerhalb des Zentrums führen kann. Zukünftige Entwicklungen müssen somit generell mit Blick auf die **Ziele** des Landauer Einzelhandelskonzeptes abgewogen werden. Für bisher nicht vertretene Spezialanbieter oder neuartige Anbieter können sich darüber hinaus auch dann Entwicklungsspielräume abzeichnen, wenn das übergeordnete Hauptsortiment bereits um-

fangreich vertreten ist und an sich kein zusätzlicher Verkaufsflächenspielraum besteht.

Generell gilt, dass das Ziel **weniger der quantitative Ausbau als vielmehr die Sicherung und Verbesserung der räumlich strukturellen Angebotssituation** sein sollte, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte, zusätzliche zentrenrelevante Sortimente sollten generell nur im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden.

Im Sinne einer Fortführung der bestehenden Zielsetzungen und der Planungspraxis ist das künftige **Leitbild einer strukturierten Entwicklung** seitens der Stadt Landau in der Pfalz auf eine **Steuerung des Einzelhandels in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen sowie den zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen in gegenseitiger funktionaler Ergänzung auf bestimmte Standorte im Stadtgebiet Landau** ausgerichtet. Dabei muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Umsetzung des Leitbildes 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 und der Einkaufsstandort Landau insgesamt gesichert und gestärkt wird.

4. Empfehlungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Landau in der Pfalz

Folgende strategischen Bausteine stellen die wichtigen Grundpfeiler des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Landau in der Pfalz dar:

- die übergeordneten Ziele,
- die Standortstruktur,
- die Landauer Sortimentsliste,
- die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und die Definition der Sonderstandorte sowie
- die planungsrechtlichen Empfehlungen und Grundsätze zur Umsetzung.

4.1 Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Für die Stadt Landau in der Pfalz wurden folgende übergeordnete Ziele für eine zukunftsorientierte Stadtentwicklung formuliert:

- Sicherung der landesplanerischen Funktion der Stadt Landau in der Pfalz
- Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in der Stadt Landau in der Pfalz unter Berücksichtigung einer hierarchisch gegliederten, sich funktional ergänzenden Standortstruktur
- Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in der Stadt

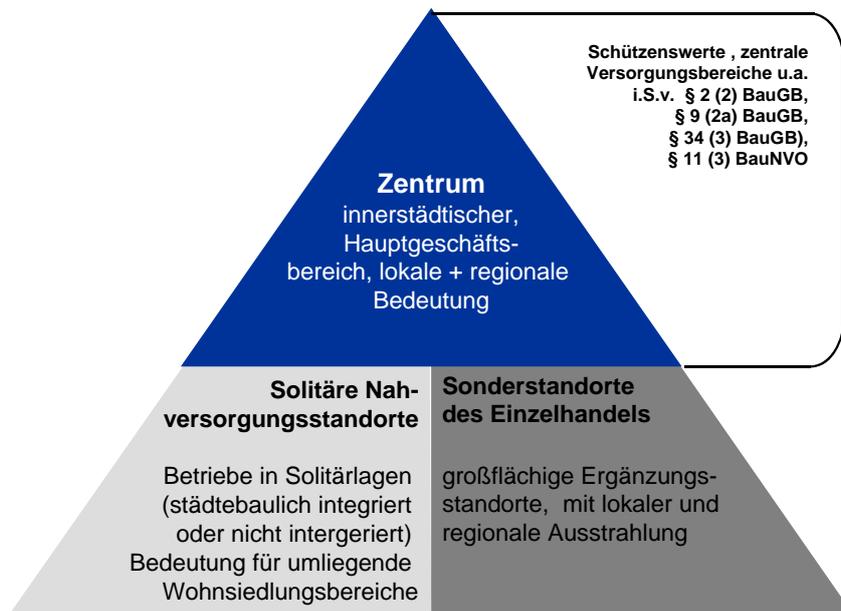
Landau in der Pfalz sowie Sicherung der historischen städtebaulichen und architektonischen Qualitäten der Stadt Landau in der Pfalz durch eine einvernehmliche Weiterentwicklung vorhandener und zu integrierender moderner architektonischer Highlights.

- Sicherung und ggf. Ausbau eines Grund- und Nahversorgungsangebotes im gesamten Stadtgebiet durch Zuordnung nahversorgungsrelevanter Sortimente zu Siedlungsbereichen
- Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe
- Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzusiedelnden Einzelhandel
- Verhinderung konterkarierender Planungen

4.2 Standortstruktur

Auf Grundlage der Erkenntnisse aus der Angebots- und Nachfrageanalyse und der Entwicklungsstrategie für die Stadt Landau in der Pfalz sowie unter Berücksichtigung bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen wurden die verschiedenen Einzelhandelsstandorte der Stadt unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten in ein arbeitsteiliges, hierarchisches **Standortstrukturmodell** eingeordnet, deren Bausteine im Folgenden erläutert werden.

Standortstrukturmodell der Stadt Landau in der Pfalz



Quelle: eigene Darstellung

4.3 Die Innenstadt (Zentraler Versorgungsbereich im Sinne des BauGB)

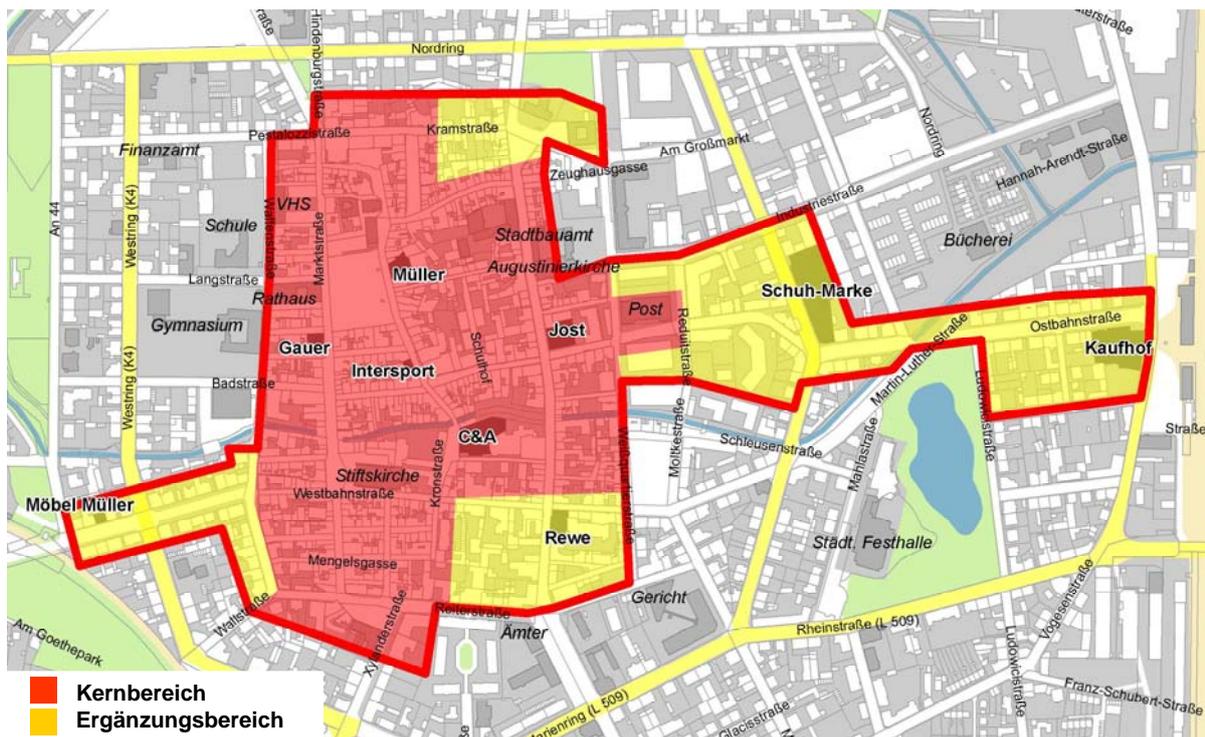
Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt der Stadt Landau in der Pfalz ist aufgrund seiner Größe und dem angebotenen Warensortiment hinsichtlich Quantität und Qualität sowie Breite und Tiefe des Warenangebotes der wichtigste Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet. Sie besitzt eine gesamtstädtische und auch regionale Versorgungsbedeutung und stellt nicht nur unter städtebaulichen sondern auch unter einzelhandelsrelevanten Gesichtspunkten den Mittelpunkt der Stadt Landau in der Pfalz dar.

Dabei wurde die **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung funktionaler und städtebaulicher Kriterien vorgenommen und ist eine **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung und u.a. auch zur Ableitung der Landauer Sortimentsliste.**

Im Hinblick auf die künftige Entwicklung des (zentrenrelevanten, 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 zentrenrelevanten 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 städtebaulich sinnvollen Standort zu lenken.

Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung

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, zentrenrelevanten Einzelhandels herauszustellen:

Der Kernbereich, welcher den Hauptgeschäftsbereich der Landauer Innenstadt darstellt ist als **Vorranggebiet für zukünftige insbesondere großflächige zentrenrelevante Einzelhandels-**

ansiedlungen zu behandeln. Damit soll künftig der Entwicklungsfokus der Einzelhandelsentwicklungen im **Kernbereich** (rot) liegen: Betriebe aller Branchen und Größenordnungen sind möglich.

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

4.4 Die Ergänzungsstandorte (großflächiger Einzelhandel)

Zu den Ergänzungsstandorten mit gesamtstädtischer und überörtlicher Versorgungsbedeutung zählen die Standortbereiche Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann und Gilletstraße.

4.5 Die Nahversorgungsstandorte

Neben der Innenstadt und den prägenden Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels existieren in vornehmlich städtebaulich integrierter Lage folgende **solitäre Nahversorgungsstandorte** (mit einer Betriebsgröße > 200 m² Verkaufsfläche) im Stadtgebiet, die heute der ergänzenden wohnortnahen Grundversorgung, die nicht allein durch das Zentrum geleistet werden kann, dienen:

- Ihre Kette, Godramsteiner Hauptstraße, (500 m² Verkaufsfläche)
- Aldi, Annweiler Straße, (1.000 m² Verkaufsfläche)
- Ihre Kette, Annweiler Straße, (1.000 m² Verkaufsfläche)
- Netto, Charles-de-Gaulles-Straße, (700 m² Verkaufsfläche)
- Füllhorn, Am Großmarkt, (500 m² Verkaufsfläche)
- Rewe, Haardtstraße, (1.300 m² Verkaufsfläche)
- Aksol-Markt, Danziger Platz, (400 m² Verkaufsfläche)
- SBK Kompakt, Taubensuhlstraße, (1.300 m² Verkaufsfläche)
- Netto, Horstring, (600 m² Verkaufsfläche)
- Norma, Horststraße (800 m² Verkaufsfläche)

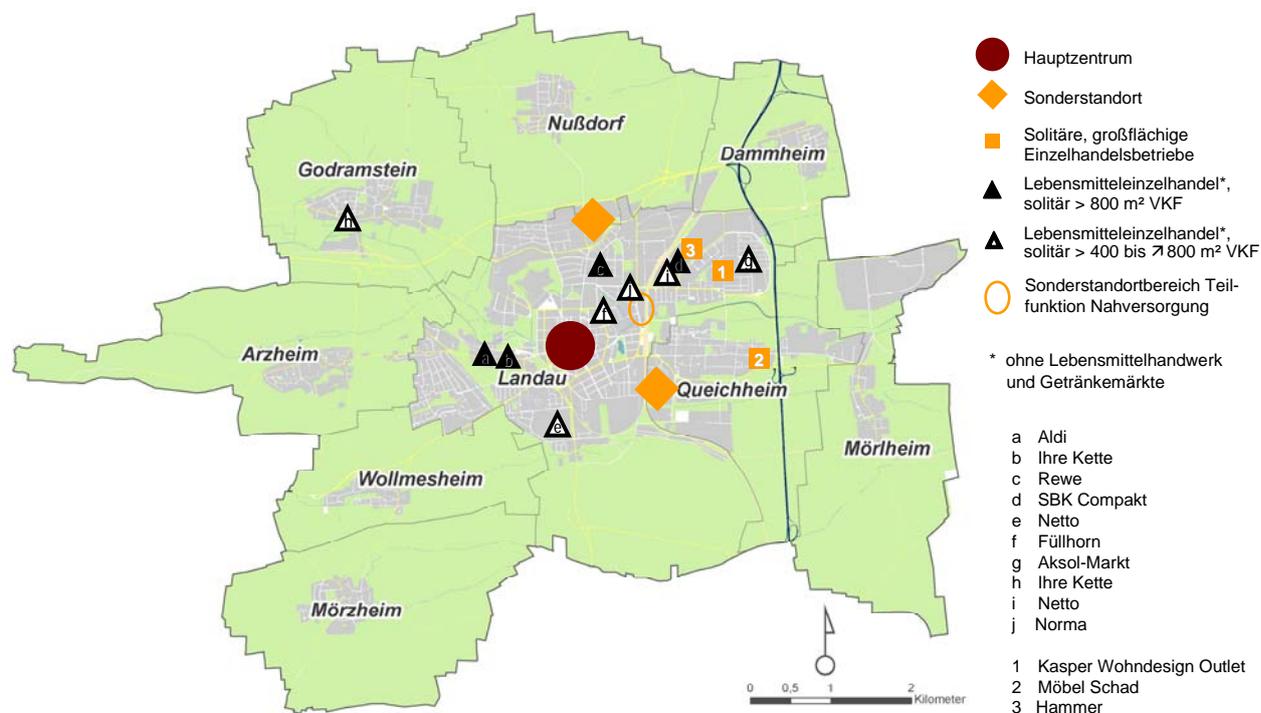
Darüber hinaus ist der Standortbereich Dammühlstraße mit großflächigen Lebensmittelmärkten mit einer Teilfunktion Nahversorgung ein prägender Bestandteil der Standortstruktur in Landau. Hier befinden sich neben dem SB-Warenhaus Real (6.000 m² Verkaufsfläche) mit Getränkemarkt die Lebensmitteldiscounter Aldi (800 m² Verkaufsfläche) und Lidl (1.200 m² Verkaufsfläche).

4.6 Weitere Ergänzungsstandorte

... mit vorwiegend nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten besitzen im Sinne der Ziele und Grundsätze des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes Bestandsschutz. Erweiterungen der Verkaufsfläche sind unter Ausschluss negativer städtebaulicher Auswirkungen auf die Zentren bzw. die Versorgungsstruktur in den Nachbarkommunen (§ 11 (3) BauNVO) und unter Berücksichtigung der Zielsetzungen des (LEP IV RP), insbesondere hinsichtlich des Nichtbeeinträchtigungsbereiches und der Begrenzung zentrenrelevanter Randsortimente, möglich¹. Im Landauer Stadtgebiet sind folgende Standorte dieser Kategorie zuzuordnen:

- Kasper Wohndesign Outlet, Helmachstraße (1.500 m² Verkaufsfläche)
- Möbel Schad, Queichheimer Hauptstraße (10.000 m² Verkaufsfläche)
- Hammer, Horstring, (2.300 m² Verkaufsfläche)

Standortstruktur



Quelle: eigene Darstellung

5. Grundsätze der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels in Landau

Die Grundsätze der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels in Landau stellen einen Rahmen für die künftige Steuerung des Einzelhandels im Sinne der städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Landau in der Pfalz dar. Sinnvolle Ausnahmen werden dabei im Konzept definiert. Darüber

¹ vgl. dazu LEP IV Rheinland-Pfalz (2008), S. 96

hinausgehende Ausnahmen, sind im Einzelfall zu begründen und vor den Zielaussagen des Einzelhandelskonzeptes und den übrigen berührten Belangen abzuwägen. Grundsätzlich ist dabei zu berücksichtigen, dass jede Ausnahme vom Konzept dieses als Argumentationsgrundlage für nachfolgende Fälle untergräbt.

5.1 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.

Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

- Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen **im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt)** liegen.
- Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen vorrangig **im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt)** liegen.
- Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden (Mögliche Ausnahme: Tankstellenshop, Kiosk).

Ausnahme 1

Bei atypischer Fallgestaltung können im begründeten Einzelfall großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig sein (Nachweis im Einzelfall unter Berücksichtigung der landesplanerischen Ziele, bauplanungsrechtliche Steuerung).

Ausnahme 2

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe können außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in städtebaulich integrierten Lagen (z.B. in Mischgebieten und Allgemeinen Wohngebieten), nur wenn sie der Nahversorgung dienen, angesiedelt werden. Negative städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und wohnortnahe Versorgungsstrukturen sind ebenso wie Agglomerationen (auch kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe) auszuschließen (Nachweis im Einzelfall, bauplanungsrechtliche Steuerung).

Ausnahme 3

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- 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 Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

5.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten 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.

Grundsatz 2: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

- Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (sowohl großflächige als auch kleinflächige bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m²) sollen **im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich** liegen.
- Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden.

Ausnahme 1

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (z.B. in MI-Gebieten oder in den Dörfern) sollen kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur nach entsprechender Einzelfallprüfung zugelassen werden, wenn sie der Versorgung der im Nahbereich wohnenden Bevölkerung dienen und keine negativen städtebaulichen Auswirkung auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

Ausnahme 2

analog Ausnahme 3 Grundsatz 1

5.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

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

Grundsatz 3: Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

- Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können im zentralen Versorgungsbereich liegen.
- Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sollen Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten an den definierten Sonderstandorten liegen.
- Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können vorrangig im zentralen Versorgungsbereich und an definierten Sonderstandorten liegen. Nach einer entsprechenden Einzelfallprüfung sind sie ggf. auch an anderen Standorten möglich.

Ausnahme 1

analog Ausnahme 3 Grundsatz 1

Ausnahme 2

Kfz- und Motorradhandel kann ausnahmsweise außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche zulässig sein (Einzelfallprüfung, gebietsbezogene Regelung nach Bebauungsplan).

6. Landauer Sortimentsliste

Im Rahmen der Aufstellung der Landauer Sortimentsliste wurden neben den landesplanerischen Vorgaben², die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Landau in der Pfalz berücksichtigt.

Landauer Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente	
<i>hiervon nahversorgungsrelevant</i>	
Backwaren Fleischwaren Drogeriewaren Getränke Nahrungs- und Genussmittel Parfümerie- und Kosmetikartikel pharmazeutische Artikel ¹⁴ Reformwaren Schnittblumen Zeitungen, Zeitschriften	Geschenkartikel Glas/Porzellan/Keramik ¹ Handarbeitsartikel, Kurzwaren, Meterware, Stoffe, Wolle Haushaltswaren ² Hörgeräte Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschir- me Musikinstrumente und Zubehör Optik, Augenoptik Papier, Bürobedarf, Schreibwaren Sanitätsbedarf Schuhe Spielwaren Sportartikel und –geräte (ohne Sportgroß- geräte) Sportbekleidung Sportschuhe Telekommunikation und Zubehör Uhren / Schmuck Unterhaltungselektronik und Zubehör
Angler- und Jagdbedarf Bekleidung Bettwäsche Bild- und Tonträger Bücher Büromaschinen Computer und Zubehör Dekostoffe, Haus- und Tischwäsche Elektrokleingeräte Fahrräder und technisches Zubehör Foto	

² LEP IV RP, 2008

Landauer Sortimentsliste (Fortsetzung)

Nicht zentrenrelevante Sortimente	
Bauelemente, Baustoffe	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
Berufsbekleidung und -schuhe	Kinderwagen
Bodenbeläge, Teppiche (Ausleg- und Einzelware)	Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
Campingartikel (ohne Bekleidung und Schuhe)	Maschinen / Werkzeuge
Eisenwaren und Beschläge)	Matratzen / Bettwaren
Elektrogroßgeräte	Möbel
Elektroinstallationsmaterial	Pflanzen, Samen
Erotikartikel	Reitsportartikel
Farben / Lacke	Rollläden, Markisen
Fliesen	Sportgroßgeräte
Gardinen und Heimtextilien	Sanitärartikel
Gartenartikel und -geräte ⁴	Tapeten
Kamine, Kachelöfen	Waffen
	Zoologische Artikel, lebende Tiere (Kraftfahrzeug- und Motorradhandel)

Mit dem Einzelhandelskonzept liegt der Stadt Landau in der Pfalz ein fundiertes „städtebauliches Konzept“ vor, das die räumliche Steuerung des Einzelhandels im Sinne einer zielgerichteten Einzelhandelsentwicklung ermöglicht.

Die formulierten Ziele und Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung stellen unter Berücksichtigung der Bewertung der Ausgangssituation einerseits sowie der zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren einen Orientierungsrahmen für künftige stadtentwicklungspolitische Entscheidungen dar. Durch entsprechende politische Beschlüsse ist dieser zu manifestieren. So können sowohl intern (Selbstbindung; zukünftige Bauleitplanverfahren) als auch extern (für vorhandene Gewerbetreibende und potenzielle zukünftige Investoren) deutliche Signale gesetzt werden. So kann es (auch) künftig gelingen, allen Beteiligten, insbesondere Politik, Verwaltung, Einzelhändlern und Investoren, Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu gewährleisten.

1 Ausgangslage, Anlass und Zielsetzung der Untersuchung

Seit jeher übernimmt der Einzelhandel im Hinblick auf die Entwicklung und Gestaltung einer Stadt eine prägende Rolle und weist dabei doch eine seit Jahrzehnten zu beobachtende eigene Dynamik auf. Insbesondere ist er auf der einen Seite die tragende Säule unserer städtischen Zentren (Innenstädte und Nebenzentren); auf der anderen Seite können und haben sich aber durchaus auch einzelne Standorte außerhalb von Zentren gebildet, die die Versorgungsstruktur ergänzen und z.T. bestimmen. Vor dem Hintergrund des bundesweit nahezu ungebremsen Verkaufsflächenwachstums, gesättigter Märkte, überwiegend rückläufiger Bevölkerungszahlen, einer hohen Mobilität, eines zunehmenden Preisbewusstseins der Kunden und einer Unsicherheit im Rahmen der wirtschaftlichen Entwicklung ist jedoch festzuhalten: Die Kaufkraft insgesamt und jedes Einzelnen ist begrenzt. Der Euro im Portemonnaie kann immer nur einmal ausgegeben werden! Somit ist auch der Wettbewerb im Einzelhandel zwischen den einzelnen Anbietern und nicht zuletzt auch Standorten hart, insbesondere dann, wenn gleiche oder vergleichbare Waren an unterschiedlichen Standorten angeboten werden. Interessenskonflikte sind damit vorprogrammiert.

So steht auch die Stadt Landau in der Pfalz wie viele andere Kommunen im Zusammenhang mit der An- bzw. Umsiedlung, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsbetrieben bzw. -flächen im Spannungsfeld zwischen betrieblichen bzw. konzernimmanenten Ansprüchen, individuellen Interessen von Grundstücks- und Gebäudeeigentümern und Investoren, raumordnerischen und städtebaulichen Zielvorstellung sowie gesetzlichen Grundlagen auf Bundes- und Landesebene.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept für die Stadt Landau in der Pfalz stellt eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahre 2000 dar. Unter Berücksichtigung aktueller struktureller, ökonomischer, demographischer und nicht zuletzt auch rechtlicher Rahmenbedingungen soll es eine wichtige Grundlage für künftige Abwägungs- und Entscheidungsprozesse im Rahmen der Stadtentwicklung und damit nicht zuletzt auch für die Fortführung der bisherigen Steuerungspraxis des Einzelhandels in der Bauleitplanung bilden. Dabei sollen die bisherigen, gemeinschaftlich getragenen, stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen bzw. Leitlinien weiterhin Gültigkeit haben:

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

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung bzw. Steuerung des Einzelhandels) der Erstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, das ein städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB darstellt, ist in Urteilen des Bundesverwaltungsgerichtes und beispielsweise des Oberverwaltungsgerichtes Münster hervorgehoben worden³. Die Verbindlichkeit eines solchen Konzeptes ist durch entsprechenden Ratsbeschluss unbedingt herbeizuführen.

So wird vor allem auch durch das jüngste Urteil des BVerwG Leipzig (Az. 4 C 21.07) vom 26.03.2009 die Bedeutung von (vom Rat beschlossenen) Einzelhandelskonzepten als Grundlage für die Erstellung bzw. Änderung von Bebauungsplänen bestärkt. Das Gericht hat darin entschieden, dass ein in einem Bebauungsplan festgesetzter Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben durch das Ziel einer Stärkung und Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen (ausgewiesen in einem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept) städtebaulich gerechtfertigt sein kann.

Darüber hinaus ist auch das novellierte, am 25. November 2008 in Kraft getretene Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) des Landes Rheinland-Pfalz zu berücksichtigen, das klare Zielvorgaben zur Ansiedlung des großflächigen Einzelhandels formuliert. Angestrebt wird darin im Besonderen die Lenkung von Ansiedlungen und Erweiterungen des großflächigen innenstadtrelevanten Einzelhandels in die Stadt- sowie Stadtteilzentren (zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB) und die Zulässigkeit von Ansiedlungen und Erweiterungen des großflächigen nicht innenstadtrelevanten Einzelhandels (auch) an Ergänzungsstandorten.

Wie die Erfahrung gerade in jüngster Vergangenheit aber auch zeigt, ist es mittlerweile nicht mehr nur damit getan, ein gutes Konzept zu erarbeiten; immer mehr muss auch die spätere Umsetzung bedacht werden. Aus diesem Grund wurde das Einzelhandelskonzept auf der Basis eines breit angelegten Kommunikations- und Beteiligungsprozesses erarbeitet. Die Berichterstattung und Rückkopplung der entsprechenden Zwischenergebnisse findet in zwei Bürgerforen Einzelhandel mit interessierten Bewohnern Landaus sowie in zwei Fachwerkstätten statt. Im weiteren Arbeitsprozess wurde diese Beteiligung bis zur Verabschiedung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz auch unter Beteiligung des Stadtvorstandes, der Fraktionsspitzen, des Einzelhandelsverbandes, der Industrie- und Handelskammer, des Werbekreises und des Hotel- und Gaststättenverbandes fortgeführt.

Mit dem Einzelhandelskonzept hat die Stadt Landau in der Pfalz durch das Planungsbüro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung eine Untersuchung erarbeiten lassen, die sowohl fundierte Bewertungsgrundlagen für aktuelle Planvorhaben (Planungs- bzw. Ansiedlungsabsichten) liefert, als auch mögliche Entwicklungsperspektiven und erforderliche (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten aufzeigt. Es soll somit künftig einen wichtigen Orientierungsrahmen darstellen

- für die Verwaltung im Umgang mit einzelhandelsrelevanten Umnutzungs-, Erweiterungs-, Verlagerungs- oder Ansiedlungsanfragen,

³ Vgl. dazu z.B. OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzeptes auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE; darüber hinaus: OVG NRW, Urteil vom 25.10.2007 - 7 A 1059/06 bzw. BVerwG Urteil vom 26.03.2009 - 4 C 21.07

- für die Politik sowohl bei ortsteilbezogenen als auch gesamtstädtisch orientierten Beschlüssen sowie
- für Betreiber und Investoren zur Einordnung ihrer Absichten zu Einzelhandelsansiedlungen, -erweiterung, -verlagerungen oder Umnutzungen und auch
- für Grundstücks- und Immobilienbesitzer zur Erlangung von insbesondere Planungs- und Investitionssicherheit im Umgang mit Planungen für ihren Besitz und schließlich
- für die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Landau in der Pfalz im Hinblick auf die Schaffung einer möglichst attraktiven, zukunftsfähigen Einkaufs- und Versorgungssituation.

Außerdem bildet ein solches städtebauliches Entwicklungskonzept auch eine wichtige (Argumentations- und Rechts-) Grundlage für eine Kommune, wenn es um die Abwehr geplanter Vorhaben in Nachbarkommunen geht, die sich ggf. negativ auf die Verwirklichung ihrer eigenen städtebaulichen Zielvorstellungen auswirken können (§ 2 (2) BauGB).

Mit Blick auf die Ausgangssituation und die untersuchungsrelevanten Fragestellungen werden folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

- Analyse des Einzelhandelsbestandes
- Überprüfung der übergeordneten Zielsetzungen zur Einzelhandelsentwicklung
- Ableitung einer Standortstruktur für die Stadt Landau in der Pfalz
- Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sowie der Sonderstandorte
- Erarbeitung einer Landauer Sortimentsliste
- Definition von Grundsätzen für die zukünftige Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Landau in der Pfalz

2 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen zeigten sich in den letzten Jahrzehnten derart dynamische Veränderungen wie im Einzelhandelssektor. Sowohl das Erscheinungsbild als auch die Funktionsbedingungen im Einzelhandelsbereich und die räumliche Struktur stellen sich in diesem Wirtschaftssektor heute nachhaltig anders dar als noch vor wenigen Jahrzehnten. Verantwortlich für diese Entwicklungen sind Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite, die in einem gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen. Nachstehend werden diese Entwicklungen und aktuellen Trends zusammenfassend dargestellt:

Auf der **Angebotsseite** zeigen sich folgende Tendenzen:

- Eine fortschreitende Unternehmenskonzentration (neueste Entwicklung: Übernahme des Lebensmitteldiscounters Plus durch Edeka).
- Damit eng verbunden ein anhaltendes Verkaufsflächenwachstum bei sinkenden Flächenproduktivitäten (Umsatz pro m² Verkaufsfläche) und Rentabilitäten.
- Eine sinkende Zahl von Einzelhandelsbetrieben, nicht zuletzt bedingt durch Nachfolgeprobleme.
- Ein Wandel der Betriebsformen und Konzepte bei zunehmender Großflächigkeit und Discountorientierung bei gleichzeitig steigendem Druck in Folge der Konzernstrategien auf inhabergeführte Geschäfte.
- Ein Wandel der Standortpräferenzen seitens der Konzerne / Betreiber.
- Eine zunehmende Konkurrenz zwischen den einzelnen Betrieben und Branchen.
- Eine Zunahme neuer Vertriebs- und Absatzschienen.

Auf der **Nachfrageseite** sind folgende Entwicklungen zu beobachten:

- Insgesamt eine tendenziell in den nächsten Jahren sinkende Bevölkerungsanzahl mit erheblichen regionalen Unterschieden, überlagert durch eine steigende Mobilitätsbereitschaft.
- Eine Veränderung der Alterspyramide mit einem wachsenden Anteil älterer Menschen.
- Ein akzentuiertes Preisbewusstsein (Stichwort: Schnäppcheneinkauf; „Geiz-ist-geil-Mentalität“), von dem insbesondere discountorientierte Anbieter profitieren.
- Eine aktuell wieder zu beobachtende „wachsende Kauflust“ nach Jahren der Kaufzurückhaltung.

Die aufgeführten Umstrukturierungen und Tendenzen in der Einzelhandelslandschaft haben - im Falle einer „ungezügelter bzw. ungesteuerter Entwicklung“ - aus Sicht der Kommunen zum Teil schwerwiegende Konsequenzen für die Versorgung, die städtebaulich-funktionale Struktur sowie die wirtschaftliche und ökologische Situation.

- Eine bedeutsame **innerkommunale Standortkonkurrenz** ... führt nach wie vor zu fehlender Chancengleichheit von (vielen) innerstädtischen Zentren im Vergleich zu nicht-integrierten Standorten, die sich häufig in Form einer nach wie vor geringen Angebotsbreite des kernstädtischen Einzelhandels und einem geringen Niveau im innerstädtischen Angebot durch uniforme, kurzlebige Geschäftstypen manifestieren, verbunden mit einer Ausweitung zentrenrelevanter Sortimente an städtebaulich nicht-integrierten Standorten. Die Situation wird durch die anhaltende Nachfrage nach Standorten außerhalb des Innenstadtkontextes weiter verschärft. Dabei sind es speziell die Vorhaben mit zentren- aber insbesondere auch nahversorgungsrelevanten Warengruppen, die für die Funktionsfähigkeit der Landauer Innenstadt Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Die bisherige Steuerungspraxis der Stadt Landau in der Pfalz lag darin, diesen, in anderen Kommunen immer wieder zu beobachtenden, Tendenzen zu Gunsten der Entwicklung ihrer Innenstadt entgegen zu wirken.
- **Zunehmende Flächenansprüche** der Einzelhandelseinrichtungen, die vermeintlich nicht in vorhandene Siedlungsstrukturen passen. Durch die z.T. kleinteiligen, historischen Bebauungsstrukturen ist die Landauer Innenstadt in Teilen ebenfalls von diesem Problem betroffen. In den gewachsenen Siedlungsstrukturen können die Flächenansprüche heutiger Betreiber nur bedingt bzw. nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllt werden. Die städtebauliche und funktionale Verknüpfung so entstehender Teilräume stellt dabei immer wieder eine besondere Herausforderung dar.
- **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** im Wohnumfeld und die damit verbundene Gefahr der abnehmenden wohnungsnahen Versorgung (Magnet Lebensmittelanbieter „zieht es nach draußen“). Auch die Möglichkeit, dass sich das Nahversorgungsnetz, also speziell das Netz der Lebensmittelanbieter, insgesamt räumlich weiter ausdünnen könnte, kann letztlich für Landau nicht ausgeschlossen werden. Durch weitere Nahversorgungsangebote an städtebaulich nicht geeigneten, nicht-integrierten Standorten bzw. durch eine Überschreitung der absatzwirtschaftlichen Spielräume können sich auch Gefährdungen für bestehende, gewachsene Versorgungsbereiche ergeben, mit der Folge eines insgesamt grobmaschigeren Versorgungsnetzes. Ein weiterer Aspekt, der zu einer räumlichen Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes zukünftig verstärkt beitragen kann, sind die Ansprüche der Betreiber an die Größe der Verkaufsflächen. Heute marktübliche Verkaufsflächen von 800 m² bis 1.000 m², häufig bis 1.200 oder sogar 1.500 m², liegen zum Teil deutlich über der Flächengröße bestehender Märkte in Landau in der Pfalz so dass hier entsprechende Anfragen bzw. Überlegungen zur Erweiterung bzw. Umsiedlung einzelner Betriebe zu erwarten sind.

Aktuell sind allerdings bei einigen Betreibern (wieder) Tendenzen zu kleineren Verkaufsflächen von Lebensmittelanbietern zu erkennen. Insbesondere Lebensmittelvollsortimenter wie Rewe oder Edeka haben in der jüngsten Vergangenheit die Zentren „wiederentdeckt“ und realisieren

dort Märkte mit Verkaufsflächen zwischen 500 und 1.000 m². In diesen „neuen“ bzw. wiederentdeckten City-Märkten wird das klassische Supermarktangebot mit Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse und einem qualitativ hochwertigen Angebot in den Bereichen Obst, Gemüse und Convenience-Produkten angeboten.

Durch diese Rückbesinnung auf kleinere Flächen in zentralen Bereichen (bisher nur in Mittel- und Großstädten) reagieren die Anbieter insbesondere auf zwei Trends: Zum einen auf Wanderungsbewegungen „Zurück in die Stadt“ mit einem steigenden Anteil der Wohnbevölkerung und der Wiederentdeckung gewachsener Zentren als Wohn- und Versorgungsstandort; zum Anderen auf eine zunehmend restriktive Genehmigungspraxis für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche.

Noch ist dieser Trend insbesondere in den Haupt- und Nebenzentren der verdichteten Mittel- und Großstädte zu beobachten, in denen innerhalb eines Umkreises von rund 500-600 m etwa 5.000 Menschen und mehr wohnen und die mit öffentlichen Verkehrsmitteln sehr gut zu erreichen sind. Stimmen diese Rahmenbedingungen, wird die Anzahl der Parkplätze auf ein notwendiges Minimum reduziert und die Märkte erfüllen tatsächlich eine Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbevölkerung.

Inwieweit sich dieser Trend zukünftig auch in Kommunen wie Landau in der Pfalz durchsetzen wird, bleibt abzuwarten. Angesichts einer weiterhin restriktiven Genehmigungspraxis sowie einem starken Anstieg des Anteils älterer Menschen erscheint diese Entwicklung allerdings eine konsequente Antwort auf sich verändernde Rahmenbedingungen zu sein.

3 Methodik

Das vorliegende Einzelhandelskonzept für die Stadt Landau in der Pfalz stützt sich sowohl auf primär- wie sekundärstatistische Daten. Zur Abbildung der Angebotssituation in der Stadt Landau in der Pfalz konnte auf eine **Vollerhebung aller Betriebe des Einzelhandels im engeren Sinne**⁴ und der Leerstände im gesamten Stadtgebiet zurückgegriffen werden, die die Stadt Landau in der Pfalz in regelmäßigen Abständen fortschreibt.

Für die **sekundärstatistischen Daten** wurden spezifische Quellen (Pläne, Daten, Gutachten) genutzt, die in erster Linie dem intertemporären und interregionalen Vergleich der für die Stadt Landau in der Pfalz gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern aus dem Bereich der BBE Retails Experts GmbH & Co. KG, Köln.

Zudem wurde eine auf einzelhandelsspezifische Aspekte ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte** vorgenommen, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO sowie LEP IV RP darstellen und somit auch aus planungsrechtlicher Sicht zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse ergänzt die quantitativen Bausteine, so dass sich in der Gesamtschau ein detailliertes Bild zur Einkaufssituation in der Stadt Landau in der Pfalz ergibt.

3.1 Angebotsanalyse

Zur Analyse der Landauer Angebotssituation wurde auf Daten einer flächendeckenden Vollerhebung des Einzelhandelsbestandes (inkl. Leerstände) im Stadtgebiet zurückgegriffen (Stand Mai 2009). Bei der Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und Verkaufsflächen erhoben. Auf Basis einer Ortsbegehung sowie kartographischen Auswertung wurden anschließend die Geschäfte nach ihrer räumlichen Lage eingeordnet.

Der Verkaufsfläche liegt dabei folgende Definition zugrunde:

Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient; einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schaufenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden⁵.

Davon zu unterscheiden und damit nicht zur Verkaufsfläche hinzu zu rechnen sind Lagerflächen

⁴ Der Einzelhandel im engeren Sinne (auch funktionaler Einzelhandel genannt) umfasst den Absatz von Waren an Endverbraucher, ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Schmier- und Kraftstoffhandel sowie rezeptpflichtiger Apothekenwaren. Aufgrund ihrer z.T. nicht unerheblichen Relevanz für die Versorgungssituation wurden sowohl das Lebensmittelhandwerk als auch Tankstellenshops und Kioske in der Untersuchung berücksichtigt.

⁵ Diese Definition der Verkaufsfläche wurde durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts bestätigt (vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005).

oder auch Vorbereitungsräume (z.B. zur Portionierung von Fleisch für die Selbstbedienungstheke). Hinsichtlich des Umgangs mit **Pfandraumen** ist ein aktueller obergerichtlicher Beschluss des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009 zu berücksichtigen. Danach ist nicht der gesamte Pfandraum (mithin auch die Fläche, die für die Lagerung der Pfandflaschen benötigt wird) der Verkaufsfläche hinzuzurechnen, sondern nur die Fläche, die auch tatsächlich vom Kunden begangen werden kann. Diesen Raum könnte man funktional mit Pfandabgaberaum bezeichnen und sollen ihn somit von dem eigentlichen Pfand(lager)raum auch begrifflich trennen.

Streitgegenständlich ist häufig die Berücksichtigung der Aufstellflächen für Einkaufswagen. Hierzu hat sich das OVG NRW in dem vorstehenden Beschluss geäußert. Danach zählen **außerhalb des Gebäudes befindliche Aufstellflächen für Einkaufswagen nicht** zur Verkaufsfläche.

Die primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung unabdingbar. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Hauptsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher alle geführten Sortimente (auf der Basis eines etwa 90 Sortimente umfassenden Erfassungsschlüssels) differenziert aufgenommen und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt, soweit möglich bzw. vom Geschäftsinhaber / Filialleiter zugelassen. Zum Teil wurde bei der Bestimmung der sortimentspezifischen Verkaufsflächen auf filial- oder anbieterspezifische Sortimentsschlüssel zurückgegriffen. In diesem Zusammenhang ist auch darauf hinzuweisen, dass die dargestellten Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe im Einzelfall von den tatsächlich genehmigten Flächen (Baugenehmigung) abweichen können.

In der Auswertung der Analysedaten wurden die Sortimentsgruppen den der folgenden Tabelle zu entnehmenden 17 (Haupt-) Branchen zugeordnet.

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung

Hauptbranchen	Sortimente (Erhebungsgrundlage)
Überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe:	
1. Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren) Bäckerei- / Konditoreiwaren Metzgerei- / Fleischereiwaren Getränke
2. Blumen / Zoo	Schnittblumen, Zoologischer Bedarf
3. Gesundheit und Körperpflege	Drogerie, Körperpflegeartikel Parfümeriewaren Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel Reform- und Biowaren Apothekenwaren
4. Papier, Bürobedarf, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen, Zeitschriften	Bücher Papier, Schreibwaren, Bürobedarf Zeitungen / Zeitschriften

Fortsetzung Tabelle nächste Seite

Hauptbranchen	Sortimente (Erhebungsgrundlage)
Überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe:	
5. Bekleidung / Wäsche	Herren, Damen- und Kinderbekleidung Bekleidung und Textilien allgemein Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
6. Schuhe / Lederwaren	Schuhe Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile)
7. Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	Haushaltswaren, Schneidwaren, Bestecke Glas, Porzellan, Keramik Geschenkartikel
8. Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	Spielwaren Musikinstrumente Hobby- und Bastelbedarf
9. Sport und Freizeit	Sportbekleidung Sportschuhe Sportartikel Sportgeräte Campingartikel Fahrräder und Zubehör
Überwiegend langfristige Bedarfsstufe:	
10. Wohnungseinrichtungsbedarf / Teppiche	Wohn- und Einrichtungsbedarf Haus- und Heimtextilien, Gardinen Sicht- und Sonnenschutz Teppiche (Einzelware) Kunst, Bilder, Rahmen Bettwaren, Matratzen Haus-, Bett- und Tischwäsche
11. Möbel	Badmöbel Küchenmöbel Büromöbel Gartenmöbel Möbel allgemein
12. Elektrogeräte / Leuchten	Öfen, Herde, Kühlschränke (weiße Ware) Elektrobedarf, Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten
13. Unterhaltungselektronik, Informationstechnik, Telekommunikation	Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte, Tonträger Videokameras und -geräte, Fotoapparate und Zubehör Mobiltelefone, Telefone und Faxgeräte und Zubehör Personal Computer, Peripheriegeräte, Zubehör, Software
14. Medizinische und orthopädische Artikel	Augenoptik, Hörgeräte, Sanitätsbedarf
15. Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck

Fortsetzung Tabelle nächste Seite

Hauptbranchen	Sortimente (Erhebungsgrundlage)
16. Bau- und Gartenmarktsortimente	Baumarktspezifisches Sortiment (Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Bauelemente, Schrauben, Kleisen, Installationsbedarf, Teppiche (Auslegware), Werkzeuge, Elektrogeräte und Zubehör) Pflanzen, Sämereien, Gartenbedarf Kfz-Zubehör
17. Sonstiges	Aktionswaren, Erotikartikel, Kinderwagen

Quelle: eigene Darstellung

Daneben stellt die Einordnung nach Lagekategorien beispielsweise eine wichtige Grundlage zur Erarbeitung der Landauer Sortimentsliste dar. Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe in folgenden **Lagekategorien** eingeordnet. Hier handelt es sich auf der einen Seite um die Innenstadt (Hauptzentrum der Stadt Landau in der Pfalz) sowie die (übrigen) städtebaulich integrierten und nicht integrierten Lagen auf der anderen Seite.

Integriert: Dazu zählen Einzelhandelsbetriebe, die sich in Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration nicht ausreicht um sie als Zentrum zu bezeichnen. Sie befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen die Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen (z.B. der Lebensmittelvollsortimenter Rewe, Haardtstraße).

Nicht integriert: 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. der Bau- und Gartenmarkt Gillet, Gilletstraße).

Innenstadt: Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen i.d.R. eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet und z.T. auch für die Region. Kennzeichnend ist insbesondere eine Multifunktionalität, d.h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit. Diese Bereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO.

Außerdem wurde eine kleinräumige Zuordnung der Betriebe unter Bezug auf die Landauer Stadtteile vorgenommen. Dabei wurden die folgenden neun Stadtteile berücksichtigt (vgl. dazu auch Karte 1):

- Arzheim
- Dammheim
- Godramstein
- Landau
- Mörlheim
- Mörzheim
- Nußdorf
- Queichheim
- Wollmesheim

Karte 1: Erhebungseinheiten in der Stadt Landau in der Pfalz

Quelle: eigene Darstellung

Die durchgeführte flächendeckende Begehung und Vollerhebung des Landauer Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes der Gesamtstadt - im Allgemeinen - dar. Im Speziellen, insbesondere vor dem Hintergrund des innerstädtischen Geschäftszentrums und der Grundversorgungsstruktur in den einzelnen Stadtteilen, lassen sich Rahmenbedingungen analysieren, die in die zukünftigen gesamtstädtischen, insbesondere nahversorgungsrelevanten Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen, einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen des Konzeptes zu erarbeitenden „Landauer Sortimentsliste“ zwingend geboten.

Nicht nur unter Berücksichtigung der Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Stadtgebietes sondern auch aufgrund der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen.

3.2 Nachfrageseite

Die zweite Säule der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfragesituation dar. Sie muss ein umfassendes Bild über die spezifischen Einkaufsgewohnheiten und -präferenzen der Landauer Bevölkerung liefern und auf diese Weise Rückschlüsse auf den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels ermöglichen.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zu Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. Entsprechende Werte werden u.a. jährlich von der BBE Retail Experts GmbH & Co KG, Köln oder der GfK Gesellschaft für Konsum und Absatzforschung, Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der BBE Retail Experts GmbH & Co KG, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert wurden und an den der Erhebung zu Grunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Die sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich veröffentlicht werden, vermitteln das Niveau des Kaufkraftpotenzials einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokal-spezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

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

3.3 Städtebauliche Analyse

Im Rahmen einer auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichteten städtebaulichen Analyse wurden einzelhandelsrelevante Funktionen des gesamten Stadtgebietes, also das innerstädtische Geschäftszentrum ebenso wie die übrigen die Standortstruktur prägenden bzw. relevanten Einzelhandelsstandorte bezüglich ihrer räumlichen Lage, ihrer Funktionen und der funktionalen Vernetzung untersucht. Folgende Kriterien sind Bestandteile der städtebaulichen Analyse:

- Lage der Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet / Lage von Magnetbetrieben
- Struktur und Ausdehnung von Einzelhandelslagen
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr
- Bebauungsstruktur

- Gestaltung des öffentlichen Raumes / Eingangssituation / Einkaufsatmosphäre
- räumliche / synergetische Effekte und Erweiterungsmöglichkeiten sowie
- Nutzungsmischung, insbesondere mit öffentlichen und privaten Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben bzw. kulturellen / sozialen / kirchlichen Einrichtungen.

Zudem werden die in der Innenstadt vorhandenen Einzelhandelsdichten bestimmt. Die Einzelhandelsdichte beschreibt den Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Verhältnis zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen bzw. Baulücken oder Leerständen. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringen Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

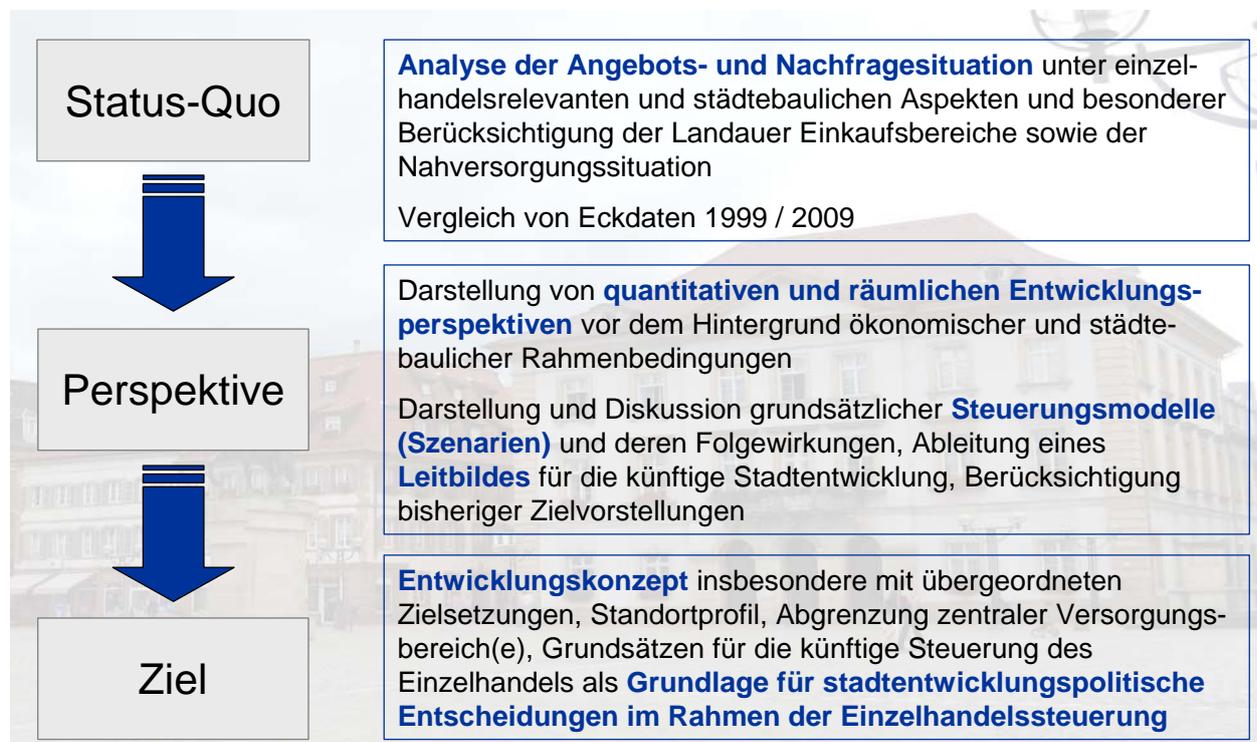
Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz. Sie liefert die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Zentren der Kommune. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne der §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO und § 9 (2a) BauGB sowie LEP IV RP dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung⁶ keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtsichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

⁶ 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)

3.4 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

Der Untersuchungsaufbau unter Berücksichtigung der methodischen Bausteine ist in der folgenden Abbildung dargestellt:

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



Quelle: eigene Darstellung

Prozessbegleitung

Neben einer umfassenden Analyse und Bewertung der Angebots- und Nachfragestruktur bei der Konzepterstellung ist es erstrebenswert, gleichrangig die Akteure aus der lokalen Kaufmannschaft sowie der Politik und Verwaltung für Fragen im Überschneidungsbereich von Einzelhandels- und Stadtentwicklung in den Arbeitsprozess einzubinden. Ein entsprechender fachbezogener Dialog verbessert die Qualität der Untersuchung und stößt einen Diskussionsprozess – auch nach Ablauf der begleiteten Untersuchung – an. Nur wenn dieser Dialog bereits während der Untersuchung beginnt und die Akteure Einfluss auf die Fragestellungen nehmen können, ist die Basis für eine konstruktive Fortsetzung – nach Abschluss der Untersuchung – gegeben. Wenn aus einer Beteiligung eine Mitwirkung geworden ist, kann auch mit einer breiten Akzeptanz der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden.

Durch einen breit angelegten Kommunikationsprozess u.a. in Form von Fachworkshops und Bürgerforen wird in Landau insbesondere der lokale Sachverstand in den Prozess eingebracht. Dies führt somit nicht zuletzt zu einer größeren Transparenz der Ergebnisse und ihrer Transformation in die entsprechenden Institutionen, Gremien und Akteure.

4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Landau

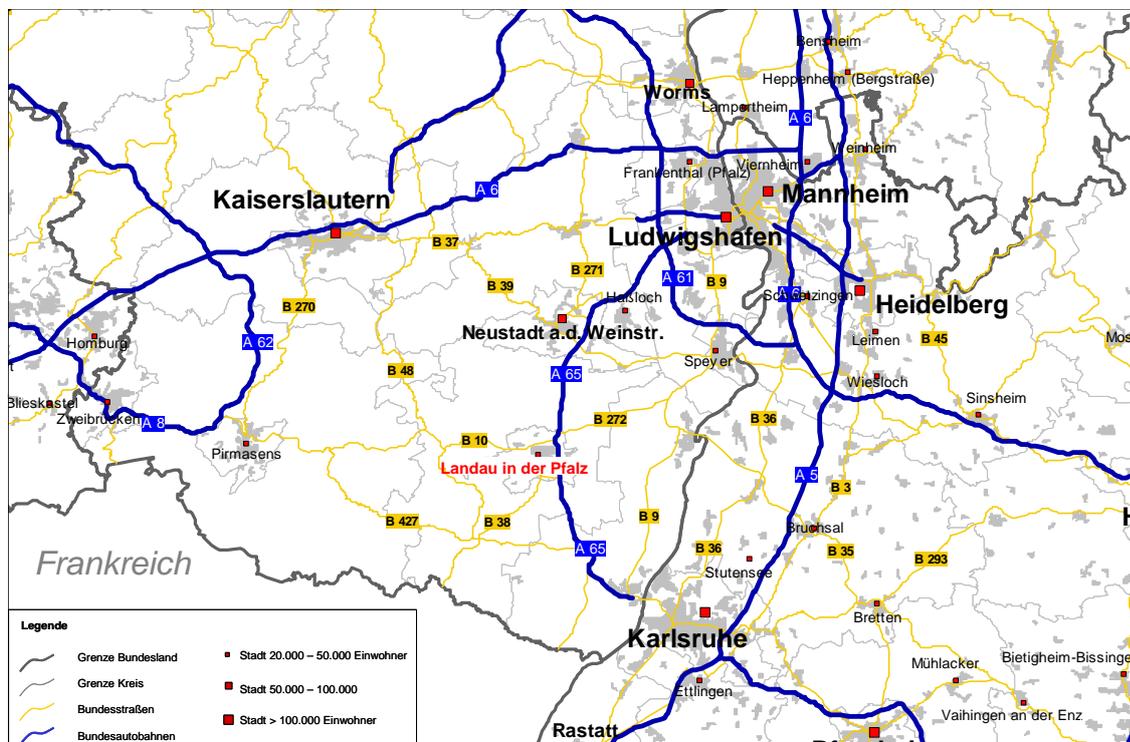
Zur grundsätzlichen Einordnung der Stadt Landau in der Pfalz hinsichtlich der einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation erfolgt nachstehend eine Übersicht der Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, die kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes Landau auswirken können.

4.1 Lage im Raum und verkehrliche Anbindung

Die kreisfreie Stadt Landau in der Pfalz liegt im Bundesland Rheinland-Pfalz, im Südwesten der Metropolregion Rhein-Neckar. Sie ist auch Verwaltungssitz des Landkreises Südliche Weinstraße. Die Südpfalzmetropole, welche großräumig im Städtedreieck Kaiserslautern (ca. 60 km) Ludwigshafen/Mannheim (ca. 45 km) und Karlsruhe (ca. 30 km) liegt, ist Universitätsstadt und die größte Weinbau treibende Gemeinde Deutschlands.

Das Stadtgebiet umfasst eine Fläche von insgesamt etwa 82,7 km², davon ca. 57,4 km² im eigentlichen Stadtgebiet, ca. 24,5 km² Stadtwald im Bereich Taubensuhl / Fassendeich und ca. 0,8 km² Wollmesheimer Wald bei Eschbach.

Karte 2: Lage im Raum



Quelle: eigene Darstellung

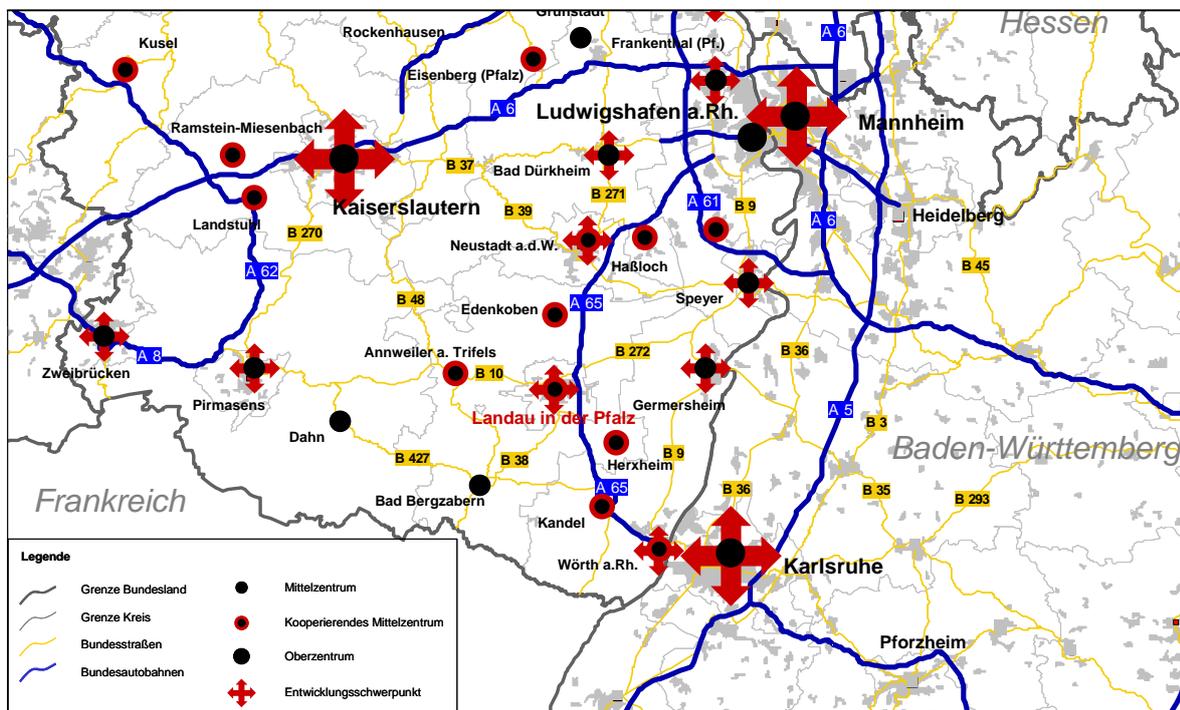
Die Stadt Landau in der Pfalz liegt verkehrsgünstig im Überschneidungssektor der Metropolregion Rhein-Neckar und der Technologieregion Karlsruhe. Die wichtigsten Fernstraßen sind die A 65 (Ludwigshafen – Karlsruhe; mit den drei Anschlussstellen LD-Nord, LD-Zentrum und LD-Süd), die B 10 als Verbindung Richtung Kaiserslautern und Pirmasens und die B 38, die auf direktem Weg nach Frankreich (Wissembourg) führt. Die touristisch bedeutsame Deutsche Weinstraße am Fuße des Pfälzerwaldes liegt in unmittelbarer Nähe.

An das überregionale Schienennetz ist Landau durch die Bahnstrecke des Regionalexpress Neustadt – Landau – Karlsruhe mit Verknüpfung nach Kaiserslautern und Mannheim angebunden. Rein regionale Bedeutung hat die Bahnstrecke Landau – Pirmasens. Dreh- und Angelpunkt des Nahverkehrs ist der Hauptbahnhof, wobei zusätzlich eine ergänzende Erschließung des Stadtgebietes durch die Bahnhaltdepunkte Landau-West und Godramstein sowie durch Buslinien des öffentlichen Nahverkehrs gegeben ist.

4.2 Rolle in der Region

Die Stadt Landau in der Pfalz übernimmt, gemäß der landesplanerischen Einordnung (LEP IV RP, 2008), die Funktion eines Mittelzentrums mit teilweise oberzentraler Bedeutung im Verdichtungsraum. Sie gehört mit Annweiler, Edenkoben und Herxheim zu einem sogenannten „mittelzentralen Verbund kooperierender Zentren“ und ist Entwicklungsschwerpunkt.

Karte 3: Landesplanerische Einordnung der Stadt Landau in der Pfalz



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage des LEP IV RP, 2008

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)⁷ gegeben ist.

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 5.000 Personen (Stichtag 30.06.2008) verdeutlicht nach wie vor die Position der Stadt als „Südpfalz-Metropole“.

Das Oberzentrum der Region Rheinpfalz ist Ludwigshafen. 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 grenzüberschreitende Verflechtungsbeziehungen mit der benachbarten französischen Region Nord-Elsass.

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.

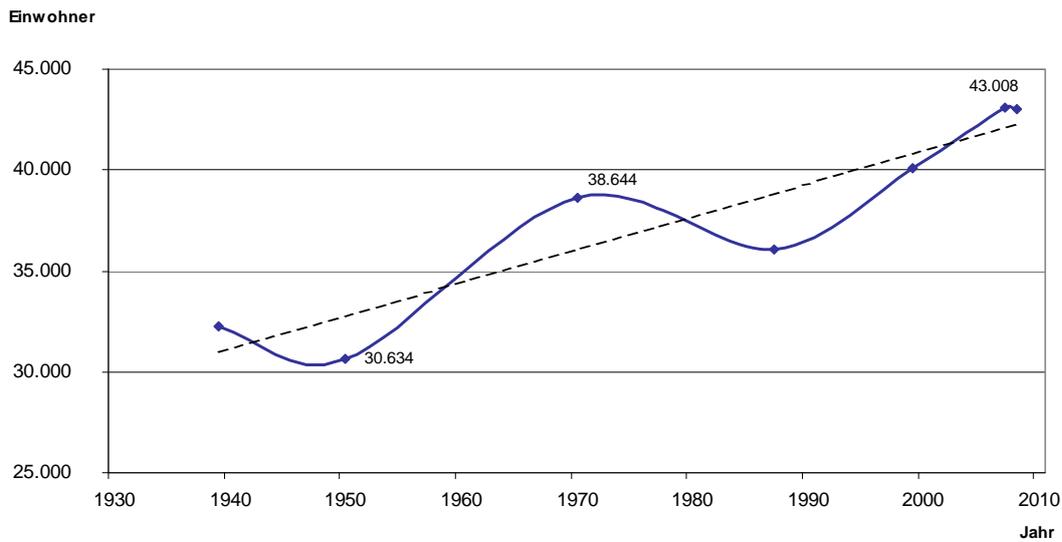
4.3 Bevölkerungsentwicklung und Siedlungsstruktur

Die Bevölkerungsentwicklung der Stadt Landau in der Pfalz (vgl. dazu auch Kapitel 5) als auch die Siedlungsstruktur bzw. Bevölkerungsverteilung besitzen im Rahmen der Untersuchungen zum Einzelhandelskonzept eine Relevanz als einzelhandelsrelevante Kenngrößen. Das vorzuhaltende Angebot im Einzelhandel wird vor allem durch das vorhandene bzw. potenzielle Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet (Stadtgebiet Landau in der Pfalz und darüber hinaus) determiniert.

Die Bevölkerungsentwicklung der Stadt Landau in der Pfalz verlief im Hinblick auf den Stand der Einzelhandelsuntersuchung aus dem Jahre 2000 weiter positiv, wobei sich nunmehr eine Stagnation abzeichnet.

⁷ LEP IV Rheinland-Pfalz, 2008, Teil B, Kapitel I

Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Landau in der Pfalz



Im räumlichen Gefüge (vgl. dazu auch Karte 1) befindet sich der siedlungsstrukturelle Schwerpunkt im Stadtteil Landau, wo auch die Innenstadt liegt. Der Stadtteil geht im östlichen Bereich in den Stadtteil Queichheim über. Eingerahmt wird dieser Siedlungskern von weiteren sieben Orten: 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. Die Bevölkerungsaufteilung auf die insgesamt neun Landauer Stadtteile wird in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 2: Einwohner der Stadt Landau in der Pfalz nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner
Arzheim	1.600
Dammheim	1.000
Godramstein	2.700
Landau	30.100
Mörlheim	900
Mörzheim	1.100
Nußdorf	1.450
Queichheim	3.400
Wollmesheim	750
gesamt	43.000

Quelle: Stadt Landau in der Pfalz (Stand 12/2009), Hauptwohnsitze, gerundete Werte

4.4 Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung

Die nachfolgende Tabelle gibt anhand von Kennwerten zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft einen Überblick darüber, wie sich die Stadt Landau in der Pfalz aus einzelhandelsrelevanter Sicht im Vergleich zu ihren Nachbargemeinden bzw. innerhalb des Kooperationsraumes darstellt.

Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2008

	Kommune	Einwohner	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer
Kooperationsraum	Landau	43.048	225,91	103,53
	Annweiler am Trifels	7.038	36,00	101,14
	Herxheim bei Landau	10.455	55,06	103,90
	Edenkoben	6.644	33,89	100,89
	Bad Bergzabern	7.717	38,22	98,20
	Kandel	8.440	45,59	106,36
	Germersheim	21.042	98,02	92,83
	Neustadt a.d. Weinstraße	53.683	290,53	106,55

Quelle: BBE Retail Experts GmbH & Co. KG, 2008, eigene Darstellung

Alle dargestellten Kommunen sind aus landesplanereicher Sicht als Mittelzentren eingestuft, teils als kooperierende Mittelzentren, teils als Entwicklungsschwerpunkte. In Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer ergeben sich unterschiedliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale für die einzelnen Kommunen. Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 103,53 nimmt die Stadt Landau in der Pfalz eine durchschnittliche Position im Vergleich mit ihren Nachbarkommunen ein und liegt deutlich über dem Indexwert 100 für das bundesdurchschnittliche Kaufkraftniveau.

Auf der Basis eines einzelhandelsrelevanten, jährlichen Pro-Kopf-Verbrauches im Bundesdurchschnitt von 5.045 Euro / Kopf ergibt sich für die Stadt Landau in der Pfalz in Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau **ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 226 Mio. Euro** (Stand 2008⁸).

⁸ Einwohnerzahl nach BBE Retail Experts GmbH & Co. KG, 2008 entspricht in etwa der gerundeten Bevölkerungszahl 12/2009 der Stadt Landau in der Pfalz.

5 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen übergeordneten standortrelevanten Rahmenbedingungen wird im Folgenden die Einzelhandelsstruktur in der Stadt Landau in der Pfalz unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten dargestellt. Auf Grundlage der vorliegenden Daten einer flächendeckenden Einzelhandelserhebung (Stand Mai 2009) sowie der städtebaulichen und einzelhandelsbezogenen Beurteilung der Versorgungsstandorte und -bereiche werden die Angebots- und Nachfrageseite des Landauer Einzelhandels analysiert. Dabei bezieht sich die Analyse sowohl auf die Gesamtstadt als auch auf räumliche Angebotsschwerpunkte.

5.1 Gesamtstädtische Struktur

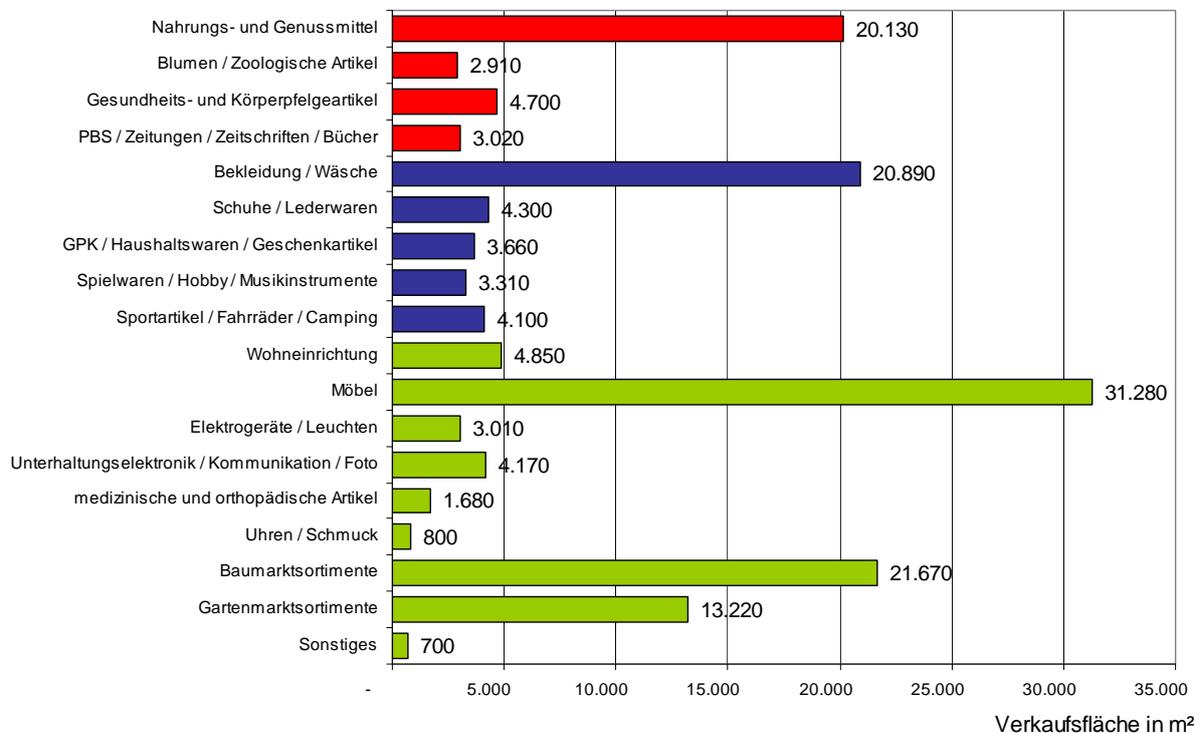
Die wesentlichen Einzelhandelskennwerte zum Zeitpunkt der Erhebung (Mai 2009) für die Stadt Landau in der Pfalz stellen sich folgendermaßen dar:

- Es existieren **430 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne mit einer **Gesamtverkaufsfläche von rund 148.400 m²** (ohne Leerstände zum Zeitpunkt der Erhebung).
- Der Angebotsschwerpunkt befindet sich mit **290 Betrieben** und einer Gesamtverkaufsfläche von rund **47.500 m²** im Hauptgeschäftsbereich der Landauer Innenstadt. Dies entspricht einem Verkaufsflächenanteil des Hauptgeschäftsbereiches an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche von 32 %.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb beträgt in Landau 430 m²**. Dieser Wert liegt deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von etwa 230 m² Verkaufsfläche pro Betrieb und spiegelt die Bedeutung des großflächigen Einzelhandels wider. **Bezogen auf den Hauptgeschäftsbereich sind es 164 m² Verkaufsfläche / Betrieb.**
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt **3,5 m²** pro Einwohner und liegt damit – unabhängig von branchenspezifischen Betrachtungen – deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 1,3 – 1,4 m² pro Einwohner. Erwartungsgemäß fällt dabei die durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner in den einzelnen Warengruppen u.a. aufgrund branchenprägender Betriebstypen und warengruppenspezifischer Verkaufsflächenanteile an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche sehr unterschiedlich aus.
- 27 großflächige Betriebe bilden mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 102.600 m² einen Anteil von rund 69 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche bzw. einen Anteil von 6 % an der gesamtstädtischen Anzahl der Betriebe.
- Zum Zeitpunkt der Erhebung wurden 28 Leerstände erfasst, 23 davon lagen im innerstädtischen Geschäftsbereich. Dies entspricht einem prozentualen Anteil von rund 6,5 % an der Gesamtzahl der Betriebe. Eine Summe aller leerstehenden Flächen in Landau liegt nicht vor. Es ist jedoch festzuhalten, dass es sich bei den leerstehenden Betrieben in der Innenstadt vorrangig um kleinflächige Betriebe handelt, die sich in Nebenlagen befinden.

Potenzielle Nutzungen sind dabei nicht ausschließlich Einzelhandel, sondern ggf. auch andere zentrentypische Nutzungsarten, wie beispielsweise Gastronomie oder Dienstleistungen. Der größte zum Erhebungszeitpunkt zu verzeichnende Leerstand (mit rund 3.000 m²) liegt außerhalb der Innenstadt an der Horststraße⁹. Insgesamt ist davon auszugehen, dass die Leerstandsquote (bezogen auf die Fläche) deutlich unterhalb von 10 % leerstehender Verkaufsfläche liegt. Dieser Wert wird im Allgemeinen als Grenzwert für eine natürliche Fluktuationsrate herangezogen, wobei jedoch bei einer weitergehenden Bewertung (die nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist) u.a. die Dauer, die Größe und die Lage einzelner Leerstände zu analysieren sind. Es ist festzuhalten, dass sich die Leerstandssituation in Landau derzeit keineswegs kritisch darstellt.

Ein differenziertes Bild der Angebotssituation des Landauer Einzelhandels, gegliedert nach übergeordneten Warengruppen, geben die folgende Abbildung und Tabelle:

Abbildung 3: Angebotssituation im Landauer Stadtgebiet nach Warengruppen



Quelle: Unternehmenserhebung der Stadt Landau (Stand Mai 2009), eigene Berechnung

⁹ Das Ladenlokal wird seit März 2010 durch einen Möbelmarkt genutzt.

Tabelle 3: Verkaufsflächenangebot des Landauer Einzelhandels nach Warengruppen

Warengruppe	Anzahl der Betriebe*	Verkaufsfläche	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung
		in m ²	in %	in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	124	20.130	13,6	0,47
Blumen / Zoo	3	2.910	2,0	0,07
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	28	4.700	3,2	0,11
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	18	3.020	2,0	0,07
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	173	30.760	20,7	0,71
Bekleidung / Wäsche	76	20.890	14,1	0,48
Schuhe / Lederwaren	19	4.300	2,9	0,10
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel	8	3.660	2,5	0,08
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	10	3.310	2,2	0,08
Sportartikel / Fahrräder / Camping	13	4.100	2,8	0,10
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	126	36.260	24,4	0,84
Wohneinrichtungsbedarf / Teppiche	13	4.850	3,3	0,11
Möbel	23	31.280	21,1	0,73
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	6	3.010	2,0	0,07
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	23	4.170	2,8	0,10
Medizinische und orthopädische Artikel	23	1.680	1,1	0,04
Uhren / Schmuck	13	800	0,5	0,02
Baumarktsortimente	14	21.670	14,6	0,50
Gartenmarktsortimente	13	13.220	8,9	0,31
Überwiegend langfristiger Bedarf	128	80.680	54,4	1,87
Sonstiges	3	700	0,5	0,02
gesamt / Durchschnitt	430	148.400	100,0	3,44

Quelle: Unternehmenserhebung der Stadt Landau (Stand Mai 2009), eigene Berechnung

* Anzahl der Betriebe bezogen auf das vorgehaltene Kernsortiment

Unter rein quantitativen Gesichtspunkten sind zum Bild des Landauer Einzelhandels folgende Aspekte festzuhalten:

Mit rund 80.700 m² Verkaufsfläche und einem Anteil von etwa 54 % an der Gesamtverkaufsfläche nehmen die **Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe** den quantitativ höchsten Stellenwert ein. Innerhalb dieser Bedarfsstufe ragen die Warengruppen **Möbel** (rund 31.280 m² Verkaufsfläche) sowie **Bau- und Gartenmarktsortimente** besonders hervor (rund 21.670 m² bzw. 13.220 m² Verkaufsfläche). Gemeinsam umfassen sie einen Anteil von rund 82 % an der Verkaufsfläche innerhalb dieser Bedarfsstufe. Das ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass diese Warengruppen üblicherweise durch großflächige Betriebe geprägt werden. In Landau gehören die Anbieter¹⁰ Hagebaumarkt Gillet (rund 28.600 m² Verkaufsfläche), das Einrichtungshaus Ehrmann (rund 12.300 m² Verkaufsfläche) und Schaad Möbel (rund 10.900 m² Verkaufsfläche) dazu.

Auf die Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsstufe** entfällt ein Anteil von 24 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Hier ragt die innerstädtische Leitbranche **Bekleidung / Wäsche** mit einem Verkaufsflächenangebot von rund 20.890 m² Verkaufsfläche bzw. 14 % an der Gesamtverkaufsfläche besonders hervor. Die Landauer Innenstadt hält diesbezüglich einen attraktiven Angebotsmix aus inhabergeführten Fachgeschäften und Filialbetrieben bereit. Die übrigen Warengruppen innerhalb der Bedarfsstufe sind alle in geringerem Umfang am Einkaufsstandort Landau vertreten. Sie umfassen jeweils Verkaufsflächen von 3.300 bis 4.300 m², die auf weitere 50 Anbieter (im Kernsortiment) entfallen. Es lässt sich somit auf eine differenzierte, durch eine belebende Wettbewerbssituation geprägte Angebotsstruktur schließen. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass die Verkaufsfläche der Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel nicht nur Fachanbieter mit entsprechendem Kernsortiment berücksichtigt, sondern auch die Randsortimente großflächiger Anbieter wie beispielsweise Lebensmittel- oder Möbelmärkte.

Zu den größten Anbietern der mittelfristigen Bedarfsstufe gehören das Warenhaus Kaufhof (rund 5.500 m² Verkaufsfläche) sowie das Textilkaufhaus Jost (rund 3.150 m² Verkaufsfläche) in der Landauer Innenstadt.

Insgesamt rund 21 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche werden in den **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** vorgehalten. Hierbei tritt - entsprechend des typischen Bildes auch in anderen Kommunen - die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** quantitativ hervor. Sie ist mit rund 21.130 m² Verkaufsfläche und einem prozentualen Anteil von rund 13,6 % in der Landauer Angebotsstruktur vertreten. Damit liegt die Verkaufsfläche im Bereich der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit 0,50 m² Verkaufsfläche pro Einwohner über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 0,38 - 0,40 m² Verkaufsfläche pro Einwohner. Im Rahmen einer ersten Einschätzung ist die quantitative Versorgungssituation im Bereich Nahrungs- und Genussmittel als sehr gut zu bezeichnen, aber darüber hinaus im Weiteren in einen räumlichen sowie strukturellen Zusammenhang zu stellen (vgl. dazu Kapitel 5.3). Der größte Anbieter dieser Bedarfsstufe ist das SB-Warenhaus Real (mit nahezu 6.000 m² Verkaufsfläche).

¹⁰ Aufgeführt werden die größten Anbieter der Warengruppen mit Betriebsgrößen > 5.000 m² Verkaufsfläche.

Im Vergleich zur Einzelhandelsuntersuchung aus dem Jahre 2000 ist festzuhalten, dass der Landauer Einzelhandel eine überwiegend positive Entwicklung genommen hat. Dies ist zum einen an qualitativen Verbesserungen in der Angebotsstruktur aber auch einer Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu erkennen.

Tabelle 4 zeigt anhand ausgewählter Kennwerte des Einzelhandels die Entwicklung der letzten zehn Jahre (1999 bis 2009). Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Erhebungsmethodik, z.B. im Hinblick auf die Definition der Verkaufsfläche oder die Berücksichtigung von Apotheken, Kiosken oder Tankstellenshops, im Einzelnen leicht variiert. Dennoch ist grundsätzlich, dem allgemeinen bundesdeutschen Trend folgend, auch in Landau von einem - wenn auch leichten - Rückgang der Anzahl der Betriebe und einer Zunahme der Gesamtverkaufsfläche sowie der durchschnittlichen Betriebsgrößen auszugehen. Insgesamt konstatieren die Werte eine positive Entwicklung des Landauer Einzelhandels in den letzten 10 Jahren.

Tabelle 4: Kennwerte des Landauer Einzelhandels im Vergleich 1999 zu 2009

	1999*	2009**
Anzahl der Einzelhandelsbetriebe (ohne Leerstände)	413	430
Verkaufsfläche in m ² (gerundet, ohne Leerstände)	133.000	148.400
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb in m ² (gerundet)	322	345
Verkaufsflächenausstattung in m ² pro Einwohner (gerundet)	3,21	3,45

Quelle: Unternehmenserhebung der Stadt Landau (Stand Mai 2009), eigene Berechnung; Einzelhandelsuntersuchung und Einzelhandelskonzeption Landau, 2000 (Datenbasis 1999)

* ohne Apotheken, Kfz- und Brennstoffhandel sowie Tankstellen

** inkl. Apotheken, Kioske und Tankstellenshops

Sowohl in Bezug auf die branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung als auch auf die Angebotsschwerpunkte (Hauptwarengruppen) der Betriebe präsentiert sich die Struktur des Landauer Einzelhandels im Vergleich zu Kommunen ähnlicher Größenordnung in einem quantitativ überdurchschnittlichen Rahmen (vgl. Tabelle 5). Gesamtverkaufsfläche, Anzahl der Betriebe als auch durchschnittliche Betriebsgrößen nehmen Spitzenplätze im interkommunalen Vergleich ein. Die hohe Verkaufsflächenausstattung Landaus korrespondiert mit der Versorgungsaufgabe, die die Stadt Landau in der Pfalz im Rahmen der landesplanerischen Einordnung auch für ihre Nachbarkommunen übernimmt. Erfreulich - und nicht zuletzt auch Abbild der bisherigen Steuerungspraxis des Einzelhandels im Sinne einer Sicherung und -stärkung der Innenstadt - ist in diesem Zusammenhang, dass rund ein Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in der Innenstadt Landaus angesiedelt ist.

Tabelle 5: Kennwerte des Landauer Einzelhandels im Vergleich mit anderen Kommunen

	Landau Rheinland- Pfalz kreisfreie Stadt	Zweibrücken Rheinland- Pfalz kreisfreie Stadt	Borken Nordrhein- Westfalen Kreis Borken	Oberursel Hessen Hoch- taunuskreis	Freising Bayern LK Freising
Einwohner	43.000	35.300	41.300	43.100	42.300
Anzahl der Einzelhandelsbetriebe (ohne Leerstände)	430	335	392	287	350
Verkaufsfläche in m ² (gerundet)	148.400	93.000	122.900	64.400	97.700
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb in m ² (gerundet)	345	127	162	109	121
Verkaufsflächenausstattung in m ² pro Einwohner (gerundet)	3,5	2,6	3,0	1,5	2,3
Anteil Verkaufsfläche Innenstadt an Gesamtverkaufsfläche in %	33	17	21	22	25

Quelle: eigene Auswertung auf Grundlage von Untersuchungen aus den Jahren 2004-2009, gerundete Werte

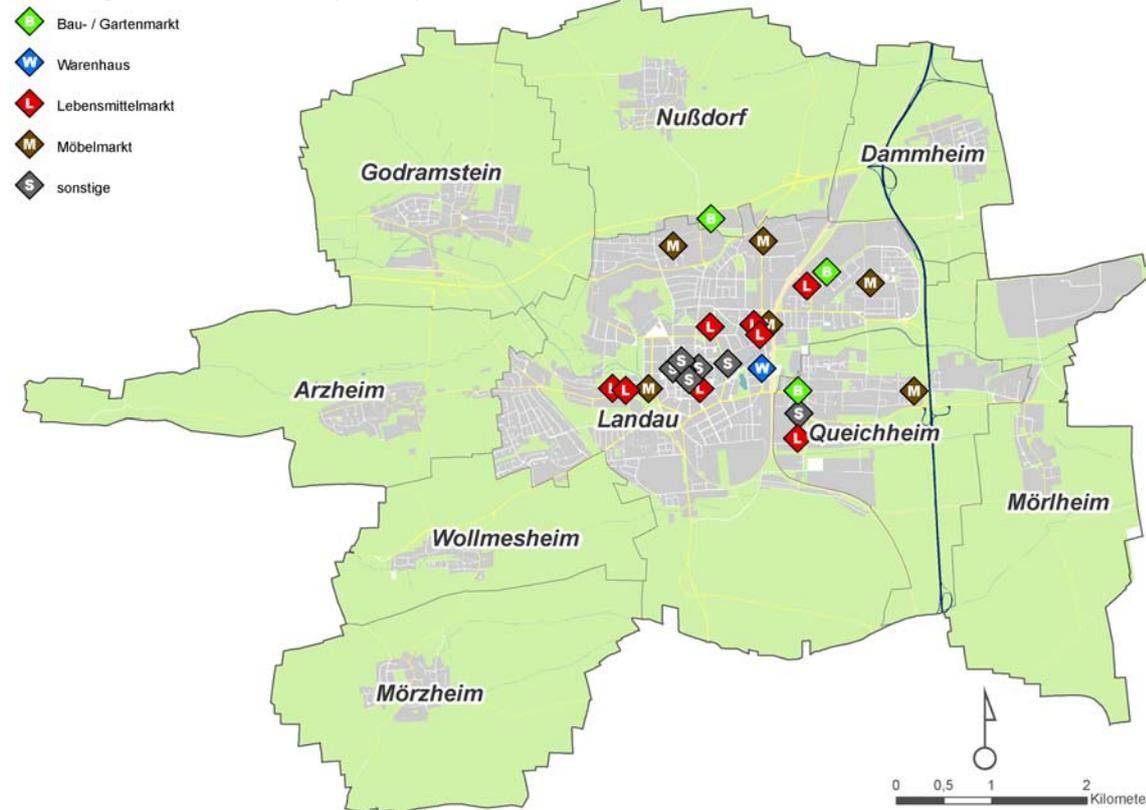
Großflächiger Einzelhandel

Insgesamt **27 großflächige Betriebe**¹¹ bilden mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 102.600 m² einen Anteil von rund 65 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Angebotsschwerpunkte der Betriebe befinden sich in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gartenmarkt- und Baumarktsortimenten sowie Möbel. Der größte Betrieb ist die Bau- und Gartenmarkt Gillet mit rund 28.600 m² Verkaufsfläche. Danach folgen (mit mehr als 5.000 m² Verkaufsfläche) die Möbelhäuser Ehrmann und Schaad sowie das SB-Warenhaus Real und das Warenhaus Kaufhof (vgl. Karte 5).

¹¹ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgt nach § 11 (3) BauNVO mit Überschreiten einer Verkaufsfläche von 800 m²; dies entspricht einer Bruttogeschosfläche von rund 1.200 m². (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).

Karte 5: Großflächige Betriebe im Stadtgebiet Landau

Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m²)



Quelle: Unternehmenserhebung der Stadt Landau (Stand Mai 2009), eigene Darstellung auf Grundlage der DGK, Legende siehe Anhang

Insgesamt ist festzuhalten, dass das Einzelhandelsangebot in der Stadt Landau in der Pfalz ein umfassendes und differenziertes Spektrum über alle Warengruppen umfasst. Zur weiteren Bewertung dieses quantitativen Angebotes im Hinblick auf stadtentwicklungsrelevante Aspekte und Entwicklungsspielräume sind darüber hinaus vor allem auch qualitative, strukturelle und räumliche Kriterien, wie beispielsweise die Lage der entsprechenden Einzelhandelseinrichtungen in einem Zentrum oder dezentral sowie nachfrageseitige Entwicklungen zu berücksichtigen. Diese werden, ausgerichtet auf den Untersuchungsgegenstand, insbesondere auch auf Ebene der Ortsteile in den folgenden Kapiteln näher untersucht.

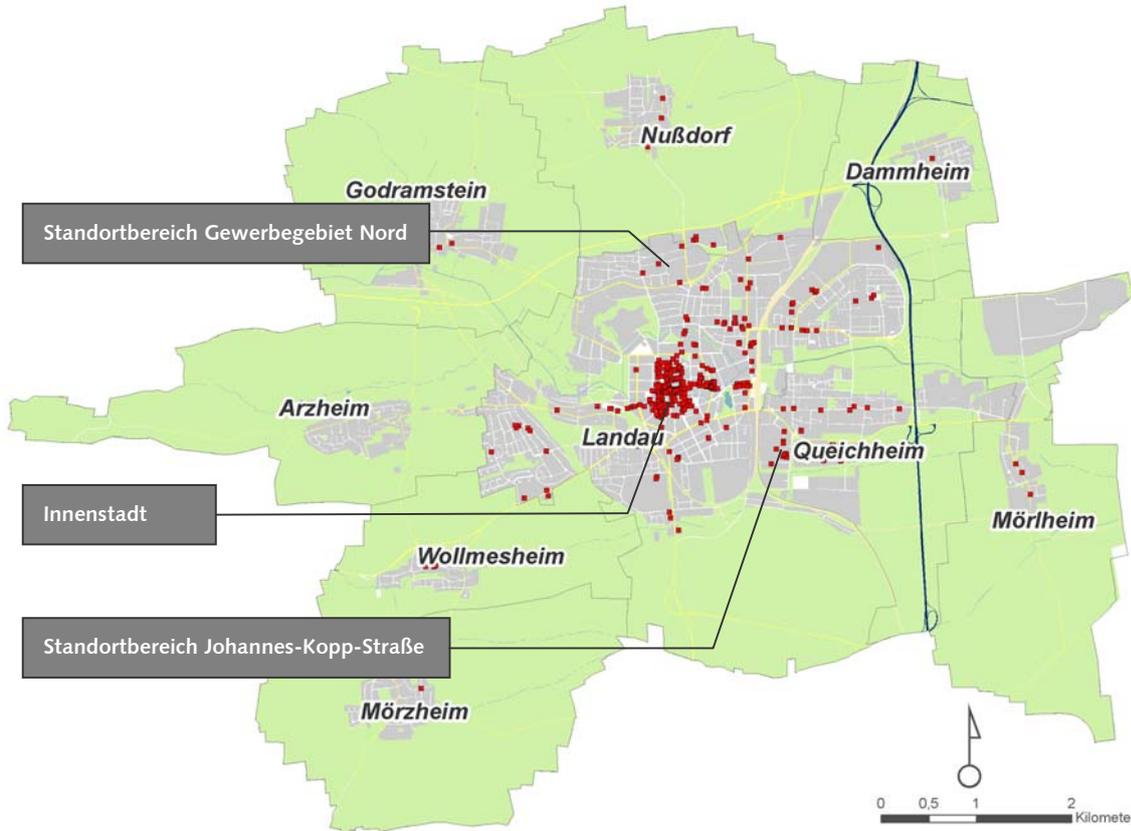
5.2 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots in Landau

Die konkrete räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe auf das Landauer Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von großer Bedeutung. In einem ersten Schritt wird dabei die Verteilung des Einzelhandelsangebotes auf die Lage der Betriebe in Bezug auf ihre städtebauliche und siedlungsräumliche Integration betrachtet. Darüber hinaus berücksichtigt die Analyse insbesondere in der Landauer Innenstadt städtebauliche wie funktionale bzw. einzelhandelsrelevante Aspekte gleichermaßen und ist somit im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes eine unverzichtbare Grundlage zur Ableitung der räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches.

Im Rahmen der gesamtstädtischen Versorgungsstrukturen sind besonders drei räumlich-funktionale Einzelhandelsschwerpunkte in Landau hervorzuheben.

Dazu gibt Karte 6 einen Überblick über die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe im Landauer Stadtgebiet. Der räumliche und quantitative Schwerpunkt zeichnet sich im zentralen Hauptsiedlungsbereich bzw. der Innenstadt von Landau in der Pfalz ab. Daneben treten die Standortbereiche Gewerbegebiet Nord und Johannes-Kopp-Straße besonders hervor. Das Einzelhandelsangebot in den umliegenden dörflich geprägten Stadtteilen ist dagegen nur sehr gering ausgeprägt.

Karte 6: Lage der Einzelhandelsbetriebe im Landauer Stadtgebiet



Quelle: Unternehmenserhebung der Stadt Landau (Stand Mai 2009), eigene Darstellung auf Grundlage der DGK, Legende im Anhang

5.2.1 Innenstadt

Die Landauer Innenstadt bildet das räumliche Zentrum der Kernstadt. Das Geschäftszentrum befindet sich dabei im Wesentlichen im Bereich des sogenannten Innenstadtrings, dieser wird durch die Straßen

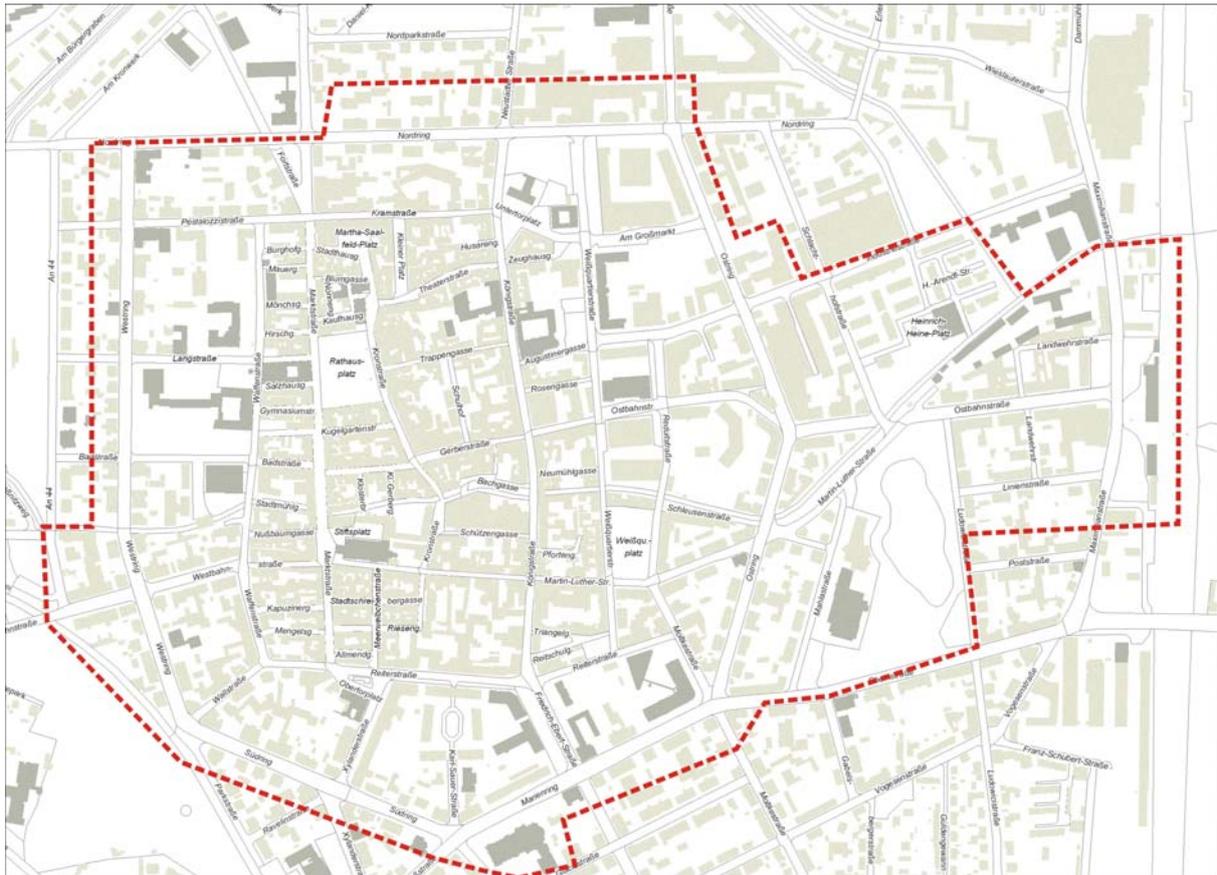
- Nordring (von der Einmündung Ostring bis zur Einmündung Westring),
- Westring,
- Südring,

- Marienring und
- Ostring

gebildet.

Der funktional zur Innenstadt zählende Hauptbahnhof ist axial über die Ostbahnstraße an die übrige Innenstadt angebunden.

Karte 7: Landauer Innenstadt



Quelle: Stellungnahme zu den Entwicklungsoptionen des Einzelhandels in der Landauer Innenstadt, Junker und Kruse im Auftrag der Stadt Landau in der Pfalz, Dezember 2007, Seite 10

Angebotsstruktur

Insgesamt werden in der Innenstadt zum Zeitpunkt der Erhebung rund 47.500 m² Verkaufsfläche und damit rund 32 % der Gesamtverkaufsfläche der Stadt vorgehalten (vgl. dazu Tabelle 6). Dieser Verkaufsflächenanteil entfällt auf 290 Betriebe (ohne Leerstände).

Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb liegt bei rund 160 m² Verkaufsfläche¹² und konstatiert die Kleinteiligkeit der innerstädtischen Landauer Einzelhandelsstruktur, welche auf der einen Seite zur Individualität der Landauer Innenstadt beiträgt aber z.T. den Flächenansprü-

¹² vgl. dazu auch Stellungnahme zu den Entwicklungsoptionen des Einzelhandels in der Landauer Innenstadt, Junker und Kruse im Auftrag der Stadt Landau in der Pfalz, Dezember 2007, Seite 19f

chen moderner Betreiber nicht genügen kann.

Großflächige Anbieter in der Innenstadt sind erwartungsgemäß Anbieter zentrenprägender (innenstadttypischer) Sortimente, dazu gehören neben dem Warenhaus Kaufhof (größter Anbieter, 5.500 m² Verkaufsfläche), die Textilkaufhäuser Jost, C&A und Gauer, der Drogeriemarkt Müller, der Schuhfachmarkt Schuhmarke sowie der Sportfachmarkt Postleb. Darüber hinaus befindet sich mit dem Möbelhaus Müller an der Westbahnstraße auch ein größerer Anbieter mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment in der Innenstadt von Landau.

Der größte Verkaufsflächenanteil einer Warengruppe an der Verkaufsfläche der Innenstadt entfällt mit rund 37 % auf den Bereich Bekleidung. Hier wird ein breites und differenziertes Angebot vorgehalten, das, in Form von großflächigen Anbietern bzw. kleineren Fachgeschäfte, Filialisten ebenso umfasst wie inhabergeführte Betriebe.

Insgesamt liegt der Angebotsschwerpunkt mit rund 60 % der Gesamtverkaufsfläche im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe und damit neben Angeboten aus der Warengruppe Bekleidung vor allem in den Sortimentsbereichen Schuhe, Spielwaren und Sportartikel.

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 sowie Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation / Foto 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 bereit gehalten. Der vergleichsweise geringe Anteil der innerstädtischen Verkaufsfläche in der Warengruppe Unterhaltungselektronik ist augenscheinlich auf die Wettbewerbssituation zum Angebot des Elektronik-Fachmarktes MediaMarkt an dezentralem Standort zurückzuführen.

Insgesamt besteht in der Landauer Innenstadt ein umfassender Branchen- und Betriebsformenmix mit Schwerpunkten vor allem in frequenzerzeugenden Branchen der mittel- und langfristigen Bedarfsgruppen, wie insbesondere Bekleidung, Schuhe sowie Spiel- und Sportartikel.

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

Tabelle 6: Verkaufsflächen im Stadtkern unter Berücksichtigung der zentralen Lage

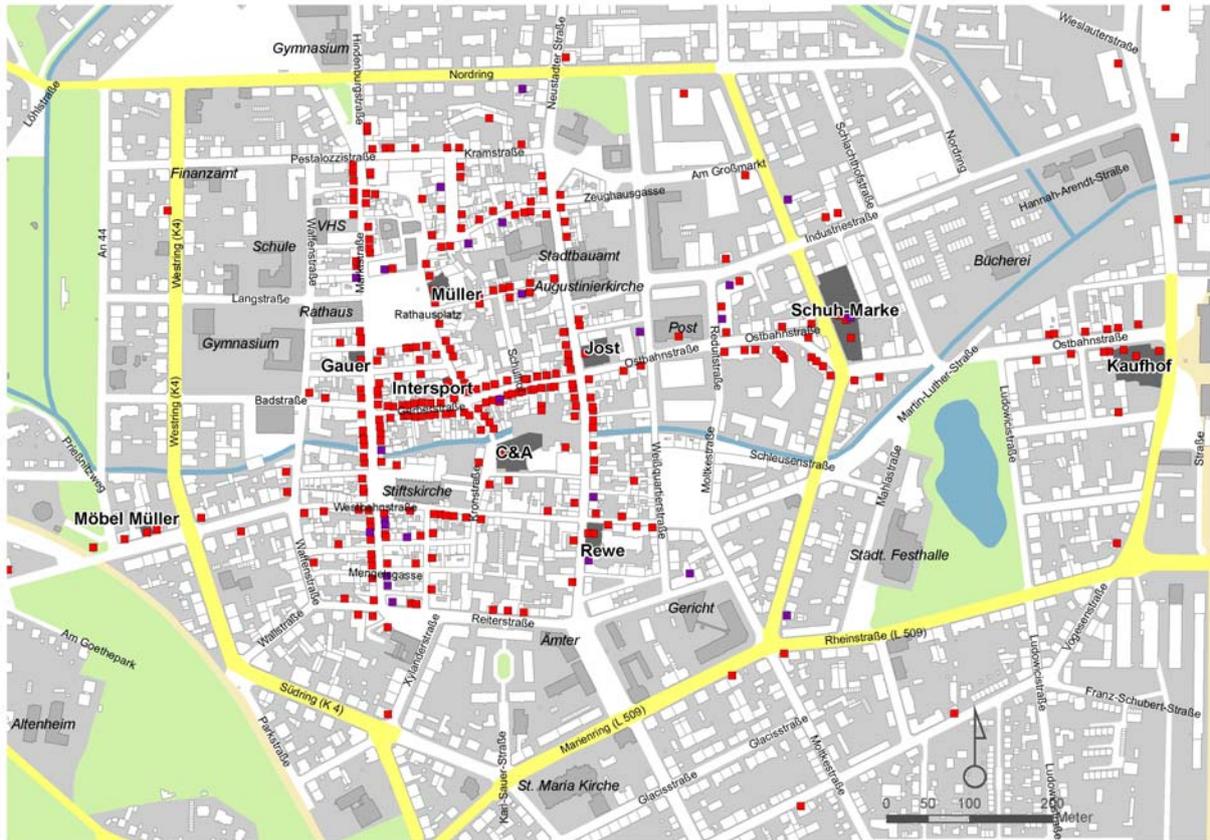
Warengruppe	Verkaufsfläche im zentralen Bereich des Stadtkerns in m ²	Anteil Verkaufsflächen an Gesamtstadt in %	Anteil Verkaufsfläche an Innenstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	3.450	17,1	7,3
Blumen / Zoologischer Bedarf	140	4,8	0,3
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	2.580	55,0	5,4
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	2.170	71,8	4,6
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	8.340	24,1	17,6
Bekleidung / Wäsche	17.830	85,4	37,6
Schuhe / Lederwaren	3.720	86,5	7,8
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel	1.800	49,3	3,8
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	2.730	82,3	5,7
Sportartikel / Fahrräder / Camping	2.350	57,2	4,9
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	28.430	78,4	59,9
Wohneinrichtungsbedarf	1.450	29,8	3,0
Möbel	2.830	9,0	6,0
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	730	24,1	1,5
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	1.810	43,4	3,8
Medizinische und orthopädische Artikel	1.480	88,4	3,1
Uhren / Schmuck	780	98,1	1,6
Baumarktsortimente	870	4,0	1,8
Gartenmarktsortimente	220	1,6	0,5
Überwiegend langfristiger Bedarf	10.160	12,6	21,4
Sonstiges	540	76,5	1,1
gesamt / Durchschnitt	47.470	32,0	100,0

Quelle: Unternehmenserhebung der Stadt Landau (Stand Mai 2009), eigene Berechnung

Die räumlich funktionale Struktur der Innenstadt

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

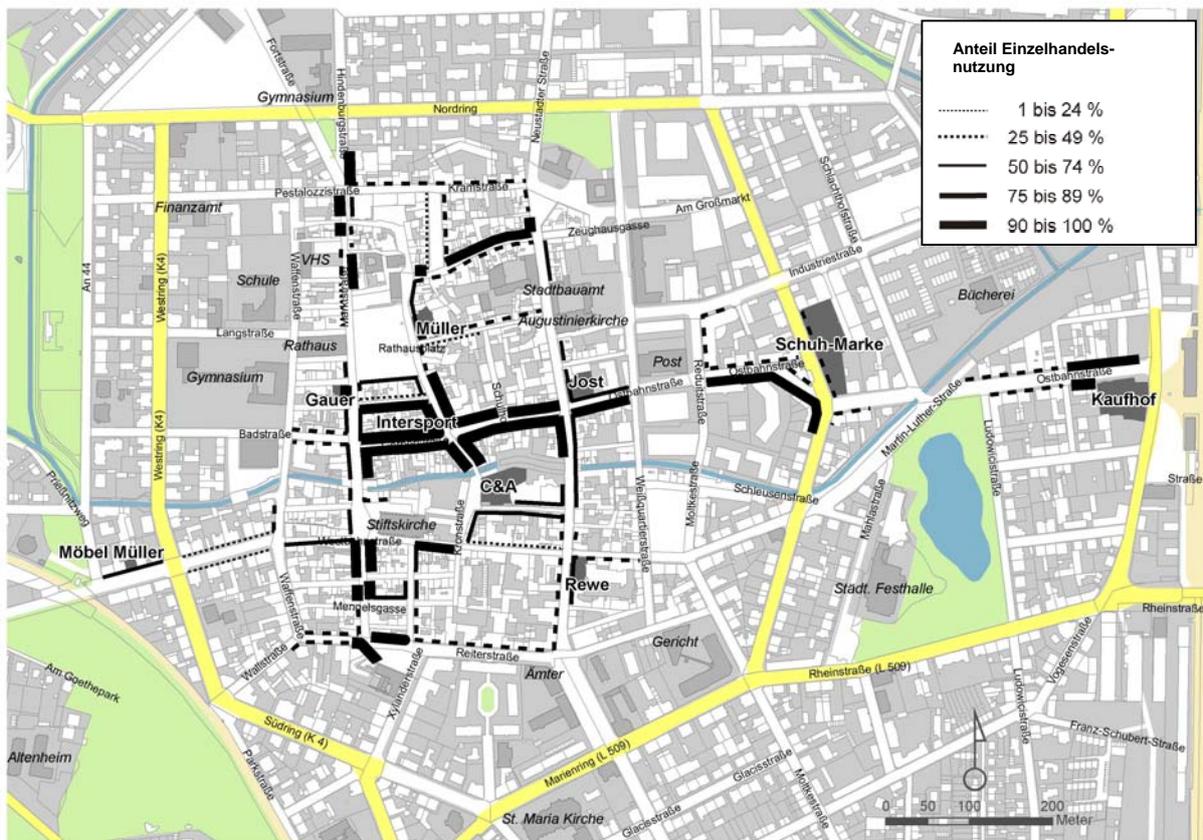
Karte 8: Einzelhandelsbetriebe in der Landauer Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK, Legende im Anhang

Ein wichtiges 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 9). 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 sich für die Innenstadt von Landau Unterschiede, Wertigkeiten und Konzentrationspunkte der Einzelhandelsnutzungen verdeutlicht werden.

Karte 9: Einzelhandelsdichten in der Landauer Innenstadt



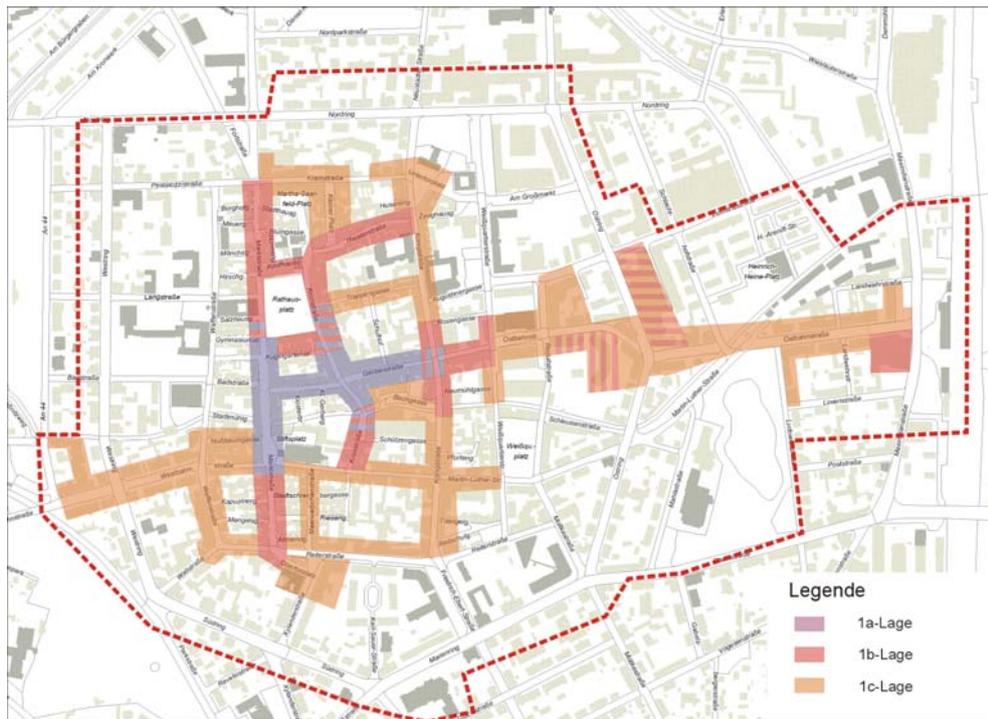
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK, Legende siehe Anhang

Auf Grundlage der Einzelhandelsdichten lassen sich die unterschiedlichen Geschäftslagen der Landauer Innenstadt (vgl. dazu Karte 10) 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.
- 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.
- **Ergänzungslagen** (**C-Lagen / Randlagen**) und **Streulagen** werden nicht mehr durch Einzelhandelsnutzungen dominiert; vielfach existiert ein dichter Dienstleistungsbesatz, die Einzelhandelsdichte liegt unter 50 %.

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 ist eingeschränkt.

Karte 10: Innenstadt mit Lagequalitäten des Geschäftsbereiches



Quelle: In Anlehnung an : Stellungnahme zu den Entwicklungsoptionen des Einzelhandels in der Landauer Innenstadt, Junker und Kruse im Auftrag der Stadt Landau in der Pfalz, Dezember 2007, Seite 10

Die differenzierte städtebauliche und einzelhandelsrelevante Analyse der Innenstadt bildet eine unverzichtbare Grundlage zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne des Baugesetzbuches (vgl. dazu Kapitel 9.3).

5.2.2 Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann (D9)

Der Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann befindet sich im Stadtteil Queichheim, östlich der in diesem Bereich in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Bahntrasse und südlich der L 509. Im Hinblick auf die Einzelhandelsstruktur lassen sich zwei Teilbereiche unterscheiden, zum einen der Bereich westlich der Johannes-Kopp-Straße und zum anderen der Bereich östlich der Johannes-Kopp-Straße / Messeplatz (Gewerbepark „Am Messegelände“ – D9).

In autokundenorientierter Lage liegen westlich der Johannes-Kopp-Straße mit dem Elektronikfachmarkt Media-Markt (ca. 2.700 m² Verkaufsfläche) und dem Verbrauchermarkt SBK (ca. 4.100 m² Verkaufsfläche) zwei großflächige Einzelhandelsbetriebe. Einige kleinflächige Anbieter ergänzen darüber hinaus das Angebot, dazu zählen die Konzessionäre innerhalb des Verbrauchermarktes (Bäckerei, Parfümerie, Zeitschriftenhandel, Blumenhandel), ein Fischgeschäft sowie ein Küchenfachmarkt und ein Teppich-Fachmarkt. Die Gesamtverkaufsfläche in diesem Bereich beträgt rund 8.600 m² und verteilt sich auf 10. Betriebe, somit beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb 860 m².

Östlich der Johannes-Kopp-Straße befindet sich der Messeplatz, der von gewerblichen Nutzungen umrahmt wird. Dazu gehören vorrangig Büro- und Einzelhandelsnutzungen. Die hier angesiedelten Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsflächen sich durchweg unterhalb der Großflächigkeit (800 m²) bewegen, weisen keinen eindeutigen Sortimentsschwerpunkt auf. Es handelt sich aber überwiegend um Angebote aus dem Bereich nicht zentrentypischer Sortimente (u.a. Möbel, Farben, zoologische Artikel). Die Gesamtverkaufsfläche in diesem Bereich beträgt rund 3.500 m² und verteilt sich auf 12 Betriebe, somit beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb 290 m².

Karte 11: Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann (D9)



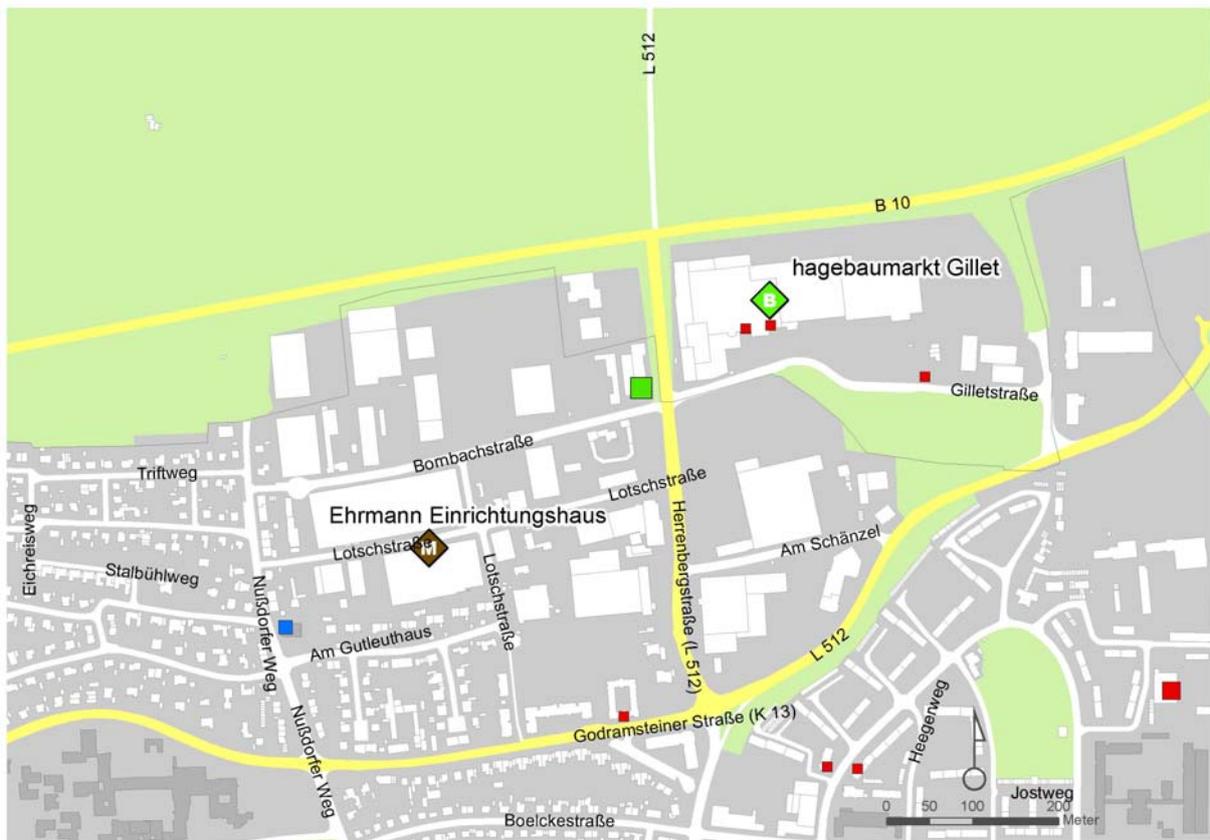
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK, Legende siehe Anhang

5.2.3 Standortbereich Gewerbegebiet Nord (C17)

Der Standortbereich C17 bzw. das Gewerbegebiet Nord stellt einen im Rahmen der bisher verfolgten geordneten Stadtentwicklung definierten Bereich für die Entwicklung von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dar.

Prägende Anbieter in diesem Bereich sind der Bau- und Gartenmarkt Gillet (ca. 28.500 m² Verkaufsfläche) sowie das Einrichtungshaus Ehrmann (ca. 12.300 m² Verkaufsfläche). Darüber hinaus gibt es einige wenige kleinflächige Anbieter (wie eine Reiterboutique am Nußdorfer Weg und ein Küchenstudio an der Bornbachstraße).

Karte 12: Standortbereich Gewerbegebiet Nord



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

5.3 Struktur und räumliche Verteilung der wohnungsnahen Grundversorgung

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 eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote stellen wesentliche Bausteine eines wohnungsnahen Grundversorgungsangebotes dar:

Tabelle 7: Angebotsbausteine wohnungsnaher 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 8).

Gesamtstädtisch ergibt sich für die Stadt Landau in der Pfalz auf Basis der ermittelten Verkaufsfläche für die **Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ein Wert von 0,47 m² pro Einwohner**. Dieser Wert liegt damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 0,35 m² - 0,38 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 8: Kennwerte der Grundversorgung in den Landauer Stadtteilen

	Einwohner	Anzahl der Betriebe mit Kernsortiment NuG	Verkaufsfläche NuG in m ²	Verkaufsfläche NuG / Einwohner
Arzheim	1.600	1	50	0,03
Dammheim	1.000	1	40	0,04
Godramstein	2.700	4	470	0,17
Landau	30.100	103	16.630	0,55
Mörlheim	1.000	2	30	0,03
Mörzheim	1.100	1	30	0,03
Nußdorf	1.450	3	230	0,16
Queichheim	3.400	6	2.650	0,78
Wollmesheim	750	3	50	0,07
Summe bzw. Durchschnitt	43.000	124	20.180	0,47

NuG= Nahrungs- und Genussmittel; gerundete Werte

Quelle: Unternehmenserhebung der Stadt Landau (Stand Mai 2009)

Bei einer stadtteilspezifischen Betrachtung (vgl. Tabelle 8) 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 0,78 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 Einwohner¹³ 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:

¹³ Ein Lebensmittelvollsortimenter von rund 1.000 m² Verkaufsfläche und einer maximalen Kaufkraftabschöpfung von etwa 50 % im Marktgebiet benötigt in der Regel etwa eine Mantelbevölkerung von mindestens 5.000 Einwohnern.

Tabelle 9: 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.
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).
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.

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 10: Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel

	Lebensmittel-discounter	Supermarkt	Verbrauchermarkt	SB-Warenhaus	Sonstige	Summe /
Arzheim					1	1
Dammheim					1	1
Godramstein		1			3	4
Landau	6	5	-	1	91	103
Mörlheim					2	2
Mörzheim					1	1
Nußdorf					3	3
Queichheim			1		5	6
Wollmesheim					3	3
gesamt	6	6	1	1	110	124

Quelle: Unternehmenserhebung der Stadt Landau (Stand Mai 2009)

Unter den strukturprägenden Betriebstypen (vgl. dazu Tabelle 10) sind insgesamt zu gleichen Anteilen Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelupermärkte vertreten. Daneben stellen sich der Verbrauchermarkt in Queichheim (SBK) und das SB-Warenhaus (Real) in der Kernstadt als die größten Anbieter dar.

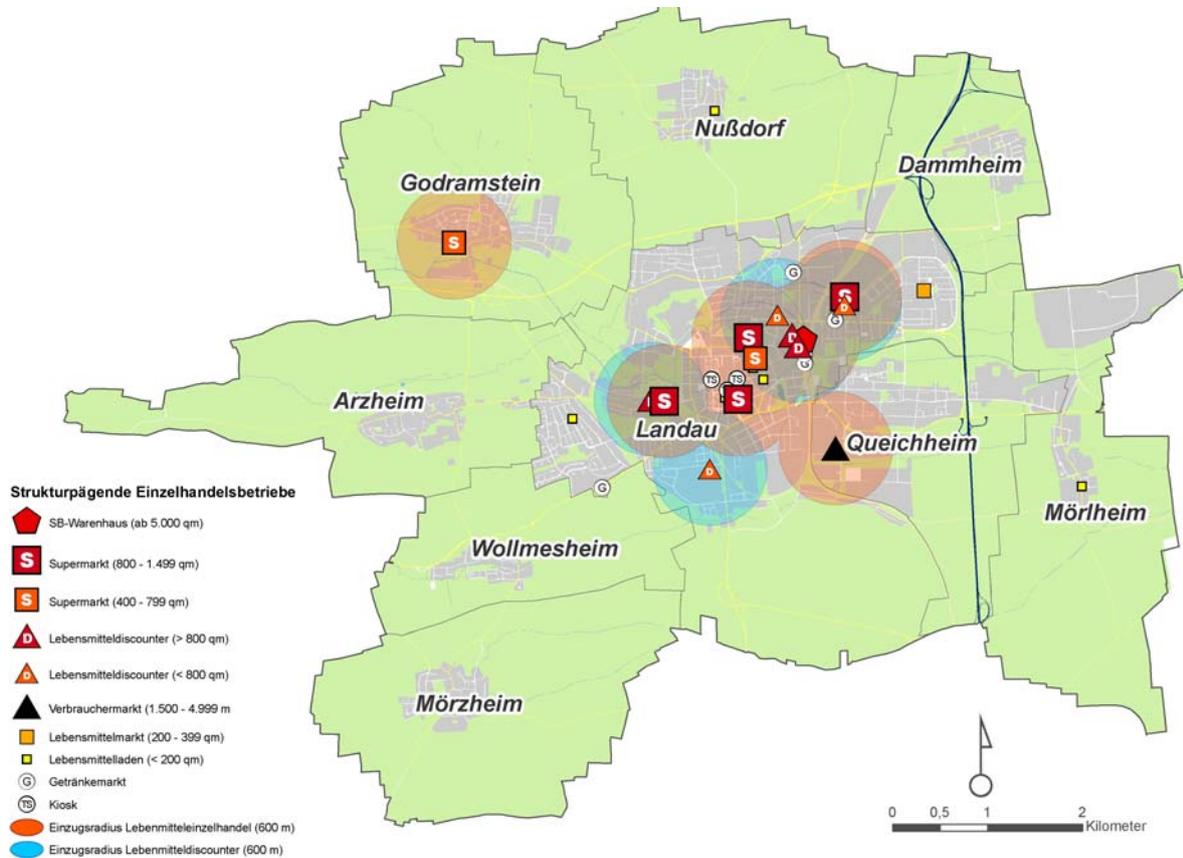
Erwartungsgemäß befindet sich das Gros der Anbieter (83 %) mit einer entsprechend differenzierten Betriebsstruktur in der Landauer Kernstadt, wo auch der Bevölkerungsschwerpunkt und das innerstädtische Zentrum liegen. Einen räumlichen Schwerpunkt stellt hier der Bereich Dam-mühlstraße mit dem SB-Warenhaus Real, einem Getränkemarkt sowie den Lebensmitteldiscountern Aldi und Lidl dar. Der Betriebsformenmix im Bereich Nahrungs- und Genussmittel stellt sich hier differenziert dar, wobei jedoch auffällt, dass der Betriebstyp Lebensmitteldiscounter am Stärksten vertreten ist. Der hohe Anteil sonstiger Betriebe (110 von 124) 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. Dennoch ist hervorzuheben, dass der vielerorts zu beobachtende Druck der Lebensmitteldiscounter auf den Markt auch in Landau ablesbar ist. Die jüngeren - und damit nicht zuletzt auch u.a. im Hinblick auf die Verkaufsflächengröße modernen Ansprüchen genügenden - Lebensmittelmärkte sind dem Betriebstyp Lebensmitteldiscounter zu zuordnen. Somit spannt sich die Wettbewerbssituation für Lebensmittelvollsortimenter der "älteren Generation", beispielsweise in gewachsenen zentralen Strukturen wie der Landauer Innenstadt oder in integrierten Lagen in Wohnsiedlungsbereichen, weiter an. 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.

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 Fußgängerdistanzen¹⁴. 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 13 die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (ab einer Verkaufsfläche von 200 m², ohne Le-

¹⁴ 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.

Karte 13: Fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

- Es wird deutlich, dass der überwiegende Teil der Siedlungsbereiche Landaus durch die Versorgungsradien abgedeckt wird, wobei sich einige Radien in der Kernstadt sogar mehrfach überlappen. Es besteht ein dichtes Netz von Lebensmittelanbietern, dass jedoch in Teilen gelockert ist und in den Siedlungsrandbereichen räumliche Defizite aufweist.
- Besonders zu betrachten sind die südlichen und 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 aber nicht zuletzt auch der städtebaulichen Situation (u.a. Barrierewirkung der Gleise und Weißenburger Straße in der Südstadt) künftig 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 das Nahversorgungsangebot.

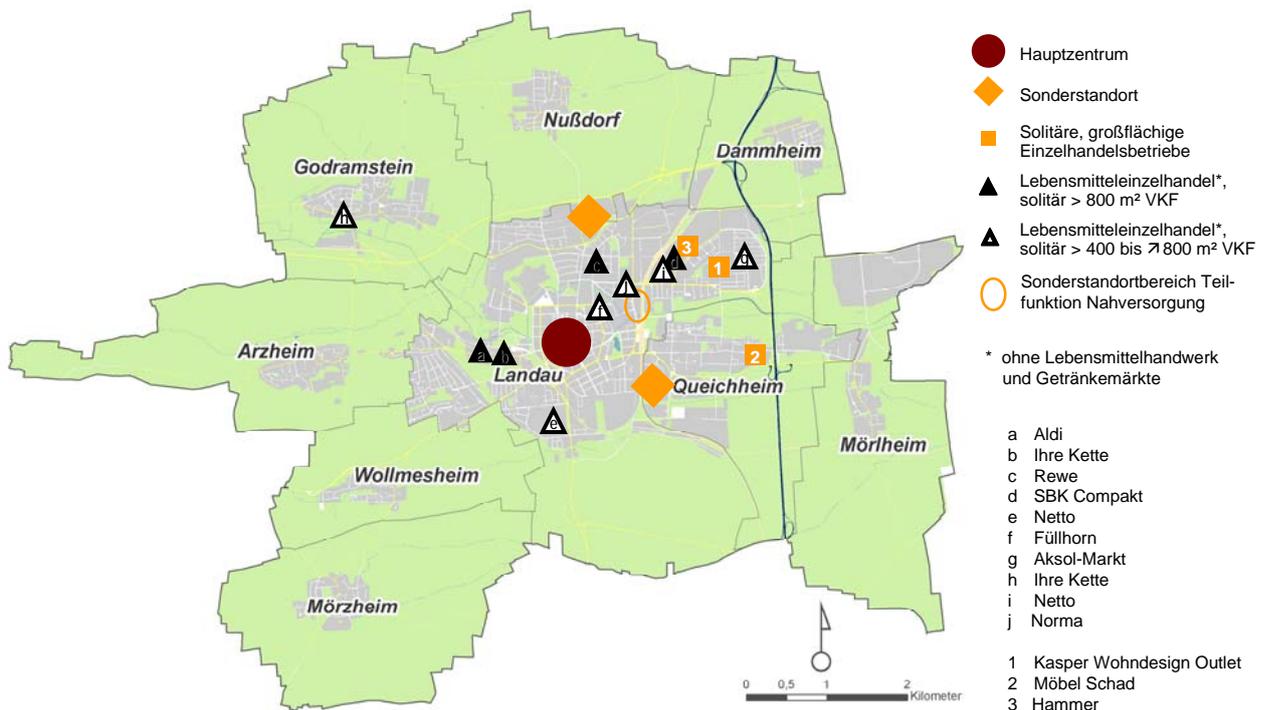
- Insgesamt ergibt sich für die räumliche Versorgung der Landauer Bevölkerung ein zufriedenstellendes Bild, welches der Stadt auch im Bereich der räumlichen Verteilung eine vornehmlich gute Nahversorgungssituation bescheinigt, die jedoch in Teilen, insbesondere unter qualitativen Gesichtspunkten, an städtebaulich sinnvollen, den Wohnsiedlungsbereichen zugeordneten Standorten gestärkt werden sollte.

5.3.1 Übersicht räumlicher Angebotschwerpunkte innerhalb der Landauer Einzelhandelsstruktur

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Landauer Einzelhandelsstruktur zum einen durch die Innenstadt und zum anderen durch die Standortbereiche Gewerbegebiet Nord 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 zentrenrelevanten Kernsortimenten (wie Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente).

Das räumliche Standortprofil der Stadt Landau in der Pfalz ist in der folgenden Karte 14 dargestellt:

Karte 14: Räumliches Standortprofil der Stadt Landau in der Pfalz



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

5.4 Fazit der Angebotsanalyse

Zusammenfassend lassen sich im Hinblick auf die Landauer Einzelhandelsstruktur folgende Aspekte festhalten:

Gesamtstädtische Ebene

- Auf gesamtstädtischer Ebene existieren in der Stadt Landau in der Pfalz rund 430 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von **rund 148.400 m²**. Davon ist eine Verkaufsflächenausstattung von 3,45 m² Verkaufsfläche pro Einwohner abzuleiten, welche im bundesdeutschen Vergleich als deutlich überdurchschnittlich einzustufen ist.
- Mit rund 80.700 m² Verkaufsfläche und einem Anteil von etwa 54 % an der Gesamtverkaufsfläche nehmen die Warengruppen der **überwiegend langfristigen Bedarfsstufen** den quantitativ höchsten Stellenwert ein. Innerhalb dieser Bedarfsstufe ragen die Warengruppen Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente hervor (rund 31.300 m² bzw. 21.700 m² und 13.200 m² Verkaufsfläche). Gemeinsam umfassen sie einen Anteil von 82 % an der Verkaufsfläche innerhalb der Bedarfsstufe.
- Insgesamt rund 21 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche werden in den **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** in der Stadt Landau in der Pfalz vorgehalten. Hierbei tritt - entsprechend des typischen Bildes auch in anderen Kommunen - die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** quantitativ hervor. Sie ist mit rund 20.100 m² und einem prozentualen Anteil von rund 14 % in der Landauer Einzelhandelslandschaft vertreten. Damit liegt die Verkaufsfläche im Bereich der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit 0,47 m² Verkaufsfläche pro Einwohner deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 0,38 - 0,40 m² Verkaufsfläche pro Einwohner.
- Auf die Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsstufe** entfällt ein Anteil von 24 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Hier ragt die innerstädtische Leitbranche **Bekleidung / Wäsche** mit einem Verkaufsflächenangebot von rund 20.900 m² Verkaufsfläche bzw. 14 % an der Gesamtverkaufsfläche besonders hervor.
- Die rechnerische **Verkaufsfläche pro Betrieb** liegt in der Stadt Landau in der Pfalz bei durchschnittlich **430 m²** und damit über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 230 m² Verkaufsfläche pro Betrieb und spiegelt die Bedeutung des großflächigen Einzelhandels wider. **Bezogen auf den Hauptgeschäftsbereich sind es 164 m² Verkaufsfläche / Betrieb.**
- Auf den **großflächigen Einzelhandel** entfallen 27 Betriebe im Landauer Stadtgebiet. Sie nehmen eine Verkaufsfläche von rund 102.600 m² ein, das entspricht einem Anteil von 64 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Angebotsschwerpunkte liegen neben Betrieben mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel oder Möbel vor allem im Bereich der Bau- und Gartenmarktsortimente.
- Insgesamt wird die Stadt Landau in der Pfalz aufgrund ihrer Angebotsausstattung ihrer **mittelzentralen Bedeutung rein quantitativ gerecht**, über das Grundversorgungsangebot hinaus ist ein umfassendes Angebot in den mittel- und langfristigen Warengruppen vorhanden.

Räumliche Verteilung des gesamtstädtischen Angebots

- Rund **32 % der Verkaufsfläche** der Stadt Landau in der Pfalz (47.500 m²) befindet sich in der Innenstadt. Das Angebot in der Innenstadt ist unter einzelhandelsrelevanten Gesichtspunkten differenziert und unter städtebaulichen attraktiv gestaltet. Besonders ausgeprägt und durch eine belebende Wettbewerbssituation gekennzeichnet ist das Einzelhandelsangebot im Bereich der typischen zentrenprägenden Sortimente Bekleidung, Schuhe und Sportartikel.
- Hervorzuhebende räumliche bzw. quantitative Angebotsschwerpunkte befinden sich darüber hinaus im Bereich Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann und Gewerbegebiet Nord. Im Besonderen wird hier das Angebot durch großflächige Anbieter geprägt, wobei im Bereich Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann auch ein nicht geringer Anteil zentrenrelevanter Sortimente vorgehalten wird (Unterhaltungselektronik, Lebensmittel), während im Bereich Gilletstraße die nicht zentrenrelevanten Sortimente Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente dominieren. Einen 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 dar.

Nahversorgungssituation

- Gesamtstädtisch verfügt Landau in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**, die als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune herangezogen werden kann, mit rund **20.200 m² Verkaufsfläche** bzw. **0,47 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 Verkaufsflächenausstattung mit Nahrungs- und Genussmitteln bezogen auf die Einwohnerzahl Unterschiede vorherrschen: Das Angebot in den Stadtteilen Queichheim und Landau ist mit Verkaufsflächenausstattungen von 0,72 bzw. 0,57 m² Verkaufsfläche pro Einwohner überdurchschnittlich, was nicht zuletzt auch auf die zentrale Bedeutung der Innenstadt bzw. das großflächige Angebot im Bereich Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann 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.
- Räumliche Versorgungsdefizite sind in Siedlungsrandbereichen zu verzeichnen, wobei im Hinblick auf künftige (u.a. räumliche) Verbesserungen der wohnungsnahen Grundversorgung insbesondere die südliche und südwestliche Kernstadt zu berücksichtigen sind. In den ländlich geprägten Stadtteilen wird das Angebot durch kleinere Anbieter ergänzt, hier reicht die Mantelbevölkerung unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Aspek-

te 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.

6 Nachfragesituation des Landauer Einzelhandels

Sowohl für die Ermittlung möglicher absatzwirtschaftlicher Spielräume als auch für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten sind, neben der Kenntnis der relevanten Einzelhandels- und Angebotsstrukturen in Landau, speziell auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Dazu wird auf unterschiedliche Quellen zurückgegriffen, die eine absatzwirtschaftliche Einordnung des bestehenden Landauer Einzelhandels in Bezug auf das Einzugsgebiet, das lokale Kaufkraftpotenzial sowie die lokalen Umsätze ermöglichen.

6.1 Einzugsgebiet

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere 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 die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsanspruchnahme und Freizeitgestaltung wahrgenommen. Daneben führen auch Einzelhandelsagglomerationen, deren kollektives Einzugsgebiet über das der einzelnen, jeweils dort angesiedelten Betriebe bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Vergrößerung des Einzugsgebietes einer Stadt als Einzelhandelsstandort. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Das Einzugsgebiet des Einzelhandels der Stadt Landau in der Pfalz lässt sich wie folgt abgrenzen:

Kerneinzugsgebiet

Das Stadtgebiet Landau mit einem Kundenpotenzial von rund 43.000 Einwohnern wird als Kerneinzugsgebiet definiert. Der überwiegende Anteil der Kunden des Untersuchungsgebietes stammt aus diesem Bereich.

Näheres Einzugsgebiet

Dem näheren Einzugsgebiet werden in der Regel Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zur Untersuchungsregion liegen und noch eine starke Orientierung zum Einkaufsstandort Landau aufweisen. Dazu zählen die unmittelbaren Nachbarkommunen Offenbach an der Queich, Herxheim und Landau Land. Ferner zählen auch Teile der Verbandsgemeinden Annweiler am Triefels, Edenkoben, Lingenfeld, Bellheim, Rülzheim und Kandel zum näheren Einzugsgebiet mit einem Kundenpotenzial von insgesamt rund 97.000 Einwohnern.

Ferneinzugsgebiet und Streuumsätze

Das Ferneinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Landauer Einzelhandel mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch eine wesentlich stärkere räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht auf den Einzelhandel in Landau festgelegt sind. Darüber hinaus werden als sogenannte Streuumsätze des Landauer Einzelhandels „Zufallskäufe“ von Personen von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bezeichnet. Das Ferneinzugsgebiet schließt sich ringförmig um das nähere Einzugsgebiet an. Es er-

streckt sich im Westen bis in den Pfälzer Wald, im Osten bis an den Rhein und im Süden bis an die französische Grenze. Im Norden wird das Ferneinzugsgebiet von den konkurrierenden Mittelzentren Neustadt an der Weinstraße und Speyer sowie von dem Verdichtungsraum Mannheim/Ludwigshafen begrenzt. Zusammen mit dem erweiterten Einzugsgebiet deckt sich das Ferneinzugsgebiet mit den Landkreisen Südliche Weinstraße und Germersheim. Das Ferneinzugsgebiet umfasst insgesamt rund 110.000 Einwohner.

6.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Anhand der bevölkerungs- und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in Landau vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial insgesamt und nach Branchen differenziert darstellen (vgl. dazu Tabelle 11). Die einzelhandelsrelevanten Werte der BBE Retail Experts GmbH & Co. KG, Köln wurden dabei mit den erhobenen Bestandsdaten kompatibel gemacht, da sich in der Zusammenfassung einzelner Warenbereiche zum Teil geringfügige Unterschiede ergeben bzw. auch über den Einzelhandel im engeren Sinne hinausgehende Hauptwarengruppen (insbesondere der rezeptpflichtige Teil der Apotheken) herausgenommen wurden.

Tabelle 11: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Landau in der Pfalz

Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	Anteil
	in Mio. Euro	in %
Nahrungs- und Genussmittel	89,71	39,7
Blumen / Zoo	4,34	1,9
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	13,95	6,2
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	8,75	3,9
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	116,76	51,7
Bekleidung / Wäsche	20,81	9,2
Schuhe / Lederwaren	4,95	2,2
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel	3,27	1,4
Spielwaren / Hobby / Basteln /Musikinstrumente	4,95	2,2
Sportartikel / Fahrräder / Camping	3,75	1,7
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	37,73	16,7
Wohneinrichtungsbedarf / Teppiche	5,08	2,2
Möbel	12,81	5,7
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	6,05	2,7
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	16,27	7,2
Medizinische und orthopädische Artikel	3,18	1,4
Uhren / Schmuck	2,35	1,0
Baumarktsortimente	23,82	10,5

Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	Anteil
	in Mio. Euro	in %
Gartenmarktsortimente	3,50	1,5
Überwiegend langfristiger Bedarf	69,56	30,8
Sonstiges	1,87	0,8
gesamt	225,91	100,0

Quelle: BBE Retail Experts GmbH & Co. KG, 2009, eigene Berechnungen

- Insgesamt beträgt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für das Jahr 2009 für die Stadt Landau in der Pfalz rund 226 Mio. Euro.
- Die Verbrauchsausgaben pro Hauptwarengruppe sind dabei sehr unterschiedlich, wobei der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund 90 Mio. Euro knapp 40 % am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial ausmacht. Mit deutlichem Abstand folgen die Hauptwarengruppen Baumarktsortimente mit etwa 11 % und Bekleidung mit etwa 11 %. Weitere monetär bedeutsame Hauptwarengruppen sind Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Unterhaltungselektronik sowie Möbel.

6.3 Umsätze und Zentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Landau

Durch die Verknüpfung der angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen lassen sich Aussagen zur Ausstrahlungskraft bzw. Leistungsfähigkeit des Landauer Einzelhandels ableiten. Denn bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden nicht nur die Verkaufsflächen pro Hauptbranche bzw. Sortiment und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, vielmehr wird die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dies erfolgt über durchschnittliche Flächenproduktivitäten (Umsatz pro m² Verkaufsfläche) der Vertriebsformen, spezifische Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Landau. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Hauptwarengruppen daraus die in Tabelle 12 dargestellten branchenspezifischen Umsätze in Landau. Dabei wurden z.T. Agglomerationen vorgenommen, um eine Kompatibilität mit den Angaben der BBE Retail Experts GmbH & Co. KG, Köln zu erreichen. **Insgesamt setzt der Landauer Einzelhandel rund 401 Mio. Euro im Jahr um.**

Den größten Einzelanteil am Umsatz der verschiedenen Warengruppen nimmt der Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** mit rund 92 Mio. Euro (23%) ein (vgl. dazu Tabelle 12).

Die Bereiche Bekleidung und Möbel treten danach mit Umsatzanteilen von 18 % bzw. 12 % besonders hervor. Alle übrigen Warengruppen weisen z.T. deutlich niedrigere Umsätze auf.

Die Ausstrahlungskraft des Landauer Einzelhandels in die Nachbarkommunen wird durch die **einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer** abgebildet. Diese wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und vorhandenem Nachfragevolumen (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) dargestellt. Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen oberhalb des Basiswertes auf eine Leistungsstärke bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Strukturschwächen des Einzelhandels hinweisen können.

Bei einer Gegenüberstellung des ermittelten Landauer Umsatzes (rund 401 Mio. Euro) und des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials (rund 226 Mio. Euro), ergibt sich ein **Zentralitätswert von rund 1,78** über alle Hauptwarengruppen, d.h. der Einzelhandel in Landau kann per Saldo die lokal vorhandene Kaufkraft im Stadtgebiet binden und darüber hinaus fließen (ebenfalls per Saldo) 78% des Umsatzes aus dem weiteren Einzugsgebiet hinzu.

Der **gesamtstädtische Zentralitätswert** von 1,78 ist für ein Mittelzentrum als herausragend zu bewerten. Er zeigt, dass dem Landauer Einzelhandel in der Region eine bedeutende Versorgungsfunktion zukommt. Dies trifft insbesondere für die Versorgung mit mittel- bzw. langfristigen Gütern zu. In diesen Warengruppen liegen die Spitzenwerte der Zentralitäten bei 3,18 bzw. 2,17.

In der Landauer Innenstadt werden rund 169 Mio. Euro umgesetzt (42% des gesamtstädtischen Umsatzes). Damit liegt die Zentralität der Innenstadt bei 0,7 (vgl. dazu Tabelle im Anhang). Korrespondierend mit dem Angebotsschwerpunkt im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe sind in allen Warengruppen herausragende Zentralitäten zu verzeichnen. Damit wird die prägende Versorgungsfunktion der Landauer Innenstadt sowohl für die Stadt als auch die Nachbarkommunen unterstrichen.

Tabelle 12: Branchenspezifischen Zentralität des Landauer Einzelhandels

Warengruppe	Einzelhandels- relevanter Umsatz in Mio. Euro	Einzelhandels- relevante Kaufkraft in Mio. Euro	Einzelhandels- relevante Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	91,8	89,71	1,02
Blumen / Zoologischer Bedarf	4,8	4,34	1,10
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	19,2	13,95	1,38
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	12,9	8,75	1,48
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	128,7	116,76	1,10
Bekleidung / Wäsche	70,1	20,81	3,37
Schuhe / Lederwaren	14,1	4,95	2,86
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel	12,0	3,27	3,68
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	11,2	4,95	2,26
Sportartikel / Fahrräder / Camping	12,5	3,75	3,35
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	119,9	37,73	3,18
Wohnrichtungsbedarf	7,2	5,08	1,42
Möbel	46,9	12,81	3,66
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	11,4	6,05	1,89
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommu- nikation / Fotoartikel	31,2	16,27	1,92
Medizinische und orthopädische Artikel	10,1	3,18	3,17
Uhren / Schmuck	5,1	2,35	2,17
Baumarktsortimente	27,0	23,82	1,33
Gartenmarktsortimente	12,4	3,50	3,53
Überwiegend langfristiger Bedarf	151,2	69,56	2,17
Sonstiges	1,4	1,87	0,75
gesamt / Durchschnitt	401,3	225,91	1,78

Quelle: Eigene Erhebungen sowie Berechnungen; gerundete Werte

6.4 Fazit der Nachfrageanalyse

Zusammenfassend lassen sich bezüglich der nachfrageseitigen Analyse der Stadt Landau in der Pfalz folgende Aspekte festhalten:

- In Landau leben Ende 2009 rund 43.000 Einwohner mit einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von rund 226 Mio. Euro.
- Die Umsätze des Einzelhandels in Landau belaufen sich auf insgesamt rund 401 Mio. Euro. Rund 23% des Umsatzes entfallen auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.
- Der rechnerische Einzelhandelsumsatz in der Innenstadt umfasst 169 Mio. Euro und damit rund 42 % des Gesamtumsatzes, der auf einer Verkaufsfläche von rund 47.500 m² (einem Anteil von 32 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) getätigt wird. Die Zentralität der Innenstadt liegt bei 0,7 und unterstreicht die prägende Versorgungsfunktion der Landauer Innenstadt sowohl für Landau selbst als auch für die Nachbarkommunen.
- Das Einzelhandelsangebot der kurzfristigen Bedarfsdeckung ist in Landau gut aufgestellt. Es gelingt dem ortsansässigen Einzelhandel, die vorhandene einzelhandelrelevante Kaufkraft in den entsprechenden Warengruppen zu binden. Sowohl in den zentrenprägenden Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe wie u.a. Bekleidung, Schuhe und Sportartikel als auch im Bereich des nicht zentrenrelevanten Angebotes (Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente) besitzt der Landauer Einzelhandel eine hohe Ausstrahlungskraft, die über die Stadtgrenzen hinausreicht.
- Die einzelhandelsrelevante Zentralität der Stadt Landau in der Pfalz von 1,78 ist für ein Mittelzentrum ein herausragender Wert, der zeigt, dass per Saldo 78 % Kaufkraft zufließen.

7 Prognose der Verkaufsflächenspielräume

Nicht nur für den Einzelhandel, der seit Jahren einem anhaltenden Wandel hinsichtlich der Standortentwicklung, Betriebs- und Vertriebstypen unterliegt, ist eine neutrale Abschätzung mittelfristiger Entwicklungsperspektiven von Bedeutung. Auch für die Stadt Landau in der Pfalz als Träger der kommunalen Planungshoheit besitzen entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen bei der Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen eine Relevanz.

7.1 Ökonomische Rahmenbedingungen

Die Ermittlung möglicher Verkaufsflächenspielräume dient grundsätzlich der Orientierung des bis zum Zeitraum 2020 voraussichtlich zu erwartenden Verkaufsflächenbedarfs in Landau. In die Ermittlung fließen eine Reihe von Faktoren ein, für die entweder Prognosen herangezogen oder Annahmen getroffen werden. Insbesondere werden folgende **Kriterien** zu Grunde gelegt:

Gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der **gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation** wurde eine umfassende Analyse für die Stadt angestellt (vgl. dazu Kapitel 5 und 6). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein.

Umsatzentwicklung und einzelhandelsrelevante Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der **Flächenproduktivität**¹⁵ wird als konstant angenommen. Sie 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 wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Der nominale **Umsatz** im bestehenden Landauer Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklung einzelhandelsrelevanter Kennwerte und unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten gering ansteigen.

Bevölkerungsentwicklung in Landau bis 2020

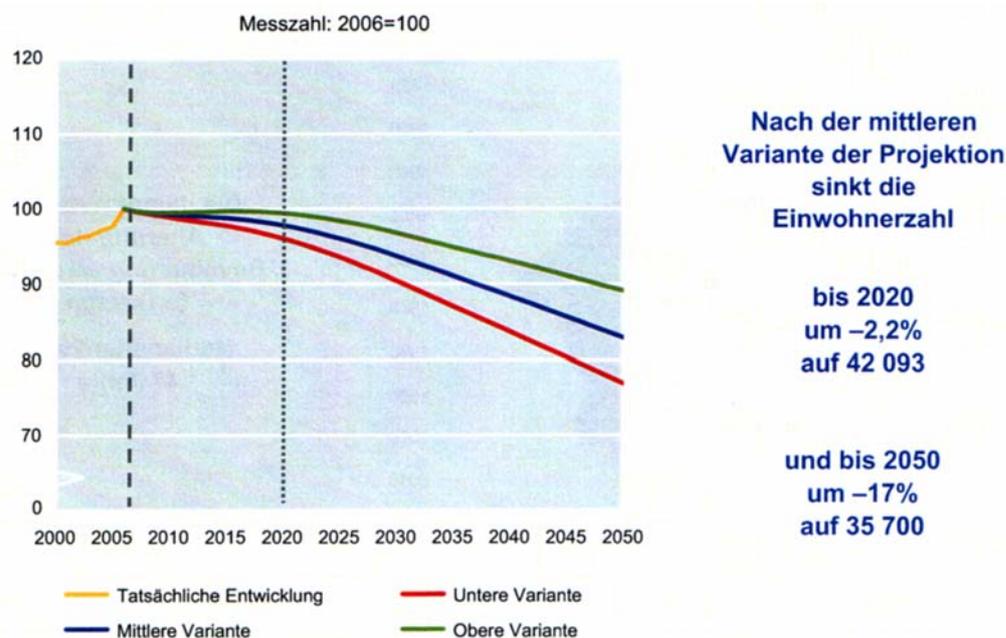
Gemäß des Zweiten regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz¹⁶ war für den Prognosehorizont 2020 ein leichter Bevölkerungsrückgang von 43.000 Einwohnern (12/2009) auf 42.090 zu erwarten. Gemäß der aktuellen Berech-

¹⁵ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

¹⁶ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz: Rheinland-Pfalz 2050, Zweite regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung, Basisjahr 2006, Ergebnisse für die kreisfreie Stadt Landau in der Pfalz, mittlere Variante

nungen zum einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar wird für Landau eine leicht steigende Bevölkerungsentwicklung zu rund 43.900 Einwohnern im Jahr 2020 prognostiziert. Hinsichtlich künftiger quantitativer Verkaufsflächenspielräume in Landau sind diesbezüglich jedoch keine maßgeblichen Änderungen zu erwarten.

Abbildung 4: Bevölkerungsentwicklung in der kreisfreien Stadt Landau in der Pfalz 2000-2050



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz: Rheinland-Pfalz 2050, Zweite regionalisierte Bevölkerungsvorausbe-
rechnung, Basisjahr 2006, Ergebnisse für die kreisfreie Stadt Landau in der Pfalz, mittlere Variante

Branchenbezogene Entwicklung der Einzelhandelsausgaben

Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben bis 2020: Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage bis 2020 ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben (vgl. Tabelle 13). Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- zum einen vom privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabeanteile nach Warengruppen).

Es zeigt sich, dass in den Warengruppen Gesundheits- und Körperpflege, Unterhaltungselektronik sowie Foto / Optik (besonders Digitalfotografie) weitere Wachstumsimpulse zu erwarten sind. Die Ausgabenanteile und somit das warengruppenspezifische Kaufkraftvolumen werden zwischen 2 % und 4 % bis 2020 steigen. In den übrigen Warengruppen wird das zur Verfügung stehende reale Kaufkraftvolumen eher stagnieren bzw. sinken (vgl. Tabelle 13).

Tabelle 13: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen

Warengruppe	Ausgabenanteile
Nahrungs- und Genussmittel	→
Gesundheit und Körperpflege	↗
PBS / Zeitungen / Zeitschriften, Bücher	→
Bekleidung / Wäsche	↘
Schuhe / Lederwaren	↘
GPK / Geschenkartikel	→
Spielwaren / Hobby / Musikinstrumente	→
Sport und Freizeit	→
Wohneinrichtung / Möbel	→
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	→
Foto / Optik	↗
Unterhaltungselektronik, Informationstechnik, Telekommunikation	↗
Uhren / Schmuck	↘
Bau- und Gartenmarktsortimente	↘
gesamt	→

Erläuterung
Ausgabenanteile sind bezogen auf den Prognosehorizont 2020 einzustufen als tendenziell

- ↗ steigend
- stagnierend
- ↘ sinkend

Quelle: EHI: Einzelhandel Aktuell 2005-2008, KPMG-Studie 2005

Zielzentralitäten für das Jahr 2020

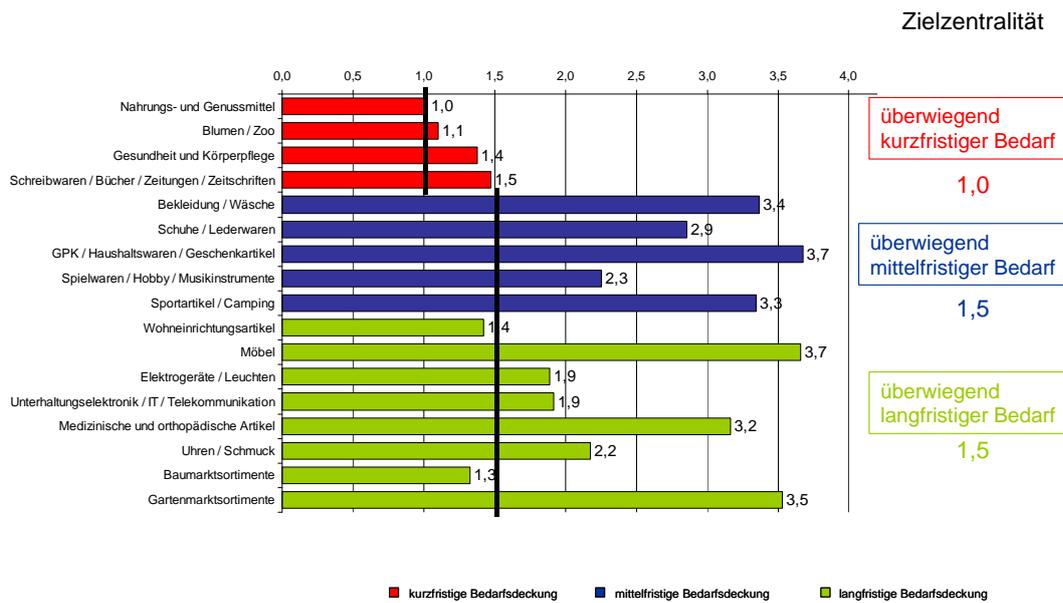
In der Modellrechnung wird im Hinblick auf eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung im Bereich der **Grundversorgung** eine **Zielzentralität** von **1,00** (ausgewogenes Verhältnis von erzieltm Einzelhandelsumsatz zu lokal vorhandener einzelhandelsrelevanter Kaufkraft) angenommen. Es zeigt sich, dass im Bereich des kurzfristigen Bedarfs diesbezüglich aus quantitativer Sicht keine Steigerung der vorhandenen in die Betrachtung eingehende Zentralität möglich ist.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** wird entsprechend der mittelzentralen Funktion der Stadt Landau in der Pfalz eine **Zielzentralität** von **1,5** angenommen.

Auch für die Warengruppen der **langfristigen Bedarfsstufe** wird eine Zielzentralität von **1,5** zu Grunde gelegt, die eine Erhöhung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Landau in einzelnen Warengruppen implizieren würde, aber dennoch den Anforderungen der Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums entspräche.

Insgesamt ist aufgrund der z.T. nur geringen Diskrepanz zwischen Ausgangs- und Zielzentralitäten aus rein quantitativer Sicht ein zusätzlicher Entwicklungsbedarf nur in geringem Umfang ablesbar. Rechnerische Entwicklungsspielräume ergeben sich marginal für die Warengruppen Wohneinrichtungsbedarf sowie Baumarktsortimente. In den übrigen Warengruppen sind aus rechnerischer Sicht keine Verkaufsflächenspielräume vorhanden.

Abbildung 5: Aktuelle und Ziel-Zentralitäten des Landauer Einzelhandels



Quelle: eigene Berechnungen

Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion der Stadt Landau in der Pfalz, dem Ziel der Sicherung der bestehenden Versorgungsstruktur und nicht zuletzt auch der regionalen Konkurrenzsituation sind die quantitativen Entwicklungsspielräume des Einzelhandels in Landau begrenzt. Das bedeutet aber nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann, sondern, dass es bei potenziellen Ansiedlungsvorhaben insbesondere in der Innenstadt oder im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung auf folgende Aspekte ankommt:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellt sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zugeordnete Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?
- Hinsichtlich der dargestellten Entwicklungsspielräume ist festzuhalten:

Das Angebot von Wohneinrichtungsbedarf steht oftmals im Zusammenhang mit großen Möbelanbietern (Randsortiment). Die Öffnung eines entsprechenden Betriebes mit einer im Vergleich zu einem Möbelmarkt deutlich geringen Verkaufsfläche stellt ein besonderes betriebliches Risiko dar, wenn dadurch nicht eine spezifische Angebotslücke geschlossen werden kann.

Das Baumarktsortiment ist vor allem auch im Hinblick auf die der Stadt Landau in der Pfalz aus landesplanerischer Sicht zugeordnete Versorgungsaufgabe und den regionalen Kontext zu betrachten. Die rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale reichen nicht aus, einen neuen Markt einer heute üblichen Größenordnung zu errichten, sondern sind vorrangig zur Bestandssicherung einzusetzen.

Es ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die in Abbildung 5 mit Pfeilen dargestellten quantitativen Entwicklungsmöglichkeiten, lediglich einen „Orientierungscharakter“ besitzen. Erst durch die **Abwägung der ermittelten Verkaufsflächenpotenziale mit der jeweiligen Veranschlagung der potenziellen Verkaufsfläche eines konkreten Planvorhabens** nach

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

kann die **absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit und städtebauliche Verträglichkeit** eines Vorhabens abgeschätzt werden.

Vor allem sind einer „zügellosen“ **Ausweitung von Verkaufsflächen** Grenzen gesetzt, da zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann. 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.

Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten können zur **Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebots**, insbesondere auch der Innenstadt, führen. Die Tatsache, dass dies zu Lasten weniger geeigneter Standorte geschieht, wird dabei in Kauf genommen. Jedoch muss in diese Überlegung auch einfließen, dass eine deutliche Überdimensionierung der Einzelhandelsentwicklung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sowohl zu einer zusätzlichen Gefährdung der wohnungsnahen Grundversorgung als auch zu Funktionsverlusten innerhalb des Zentrums führen kann. Zukünftige Entwicklungen müssen somit generell mit Blick auf die **Ziele** des Landauer Einzelhandelskonzeptes abgewogen werden. Für bisher nicht vertretene Spezialanbieter oder neuartige Anbieter können sich darüber hinaus auch dann Entwicklungsspielräume abzeichnen, wenn das übergeordnete Hauptsortiment bereits umfangreich vertreten ist und an sich kein zusätzlicher Verkaufsflächenspielraum besteht.

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

Generell gilt, dass das Ziel weniger der quantitative Ausbau als vielmehr die **Sicherung und Verbesserung der räumlich strukturellen Angebotssituation** sein sollte, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte, zusätzliche zentrenrelevante Sortimente sollten generell nur im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden.

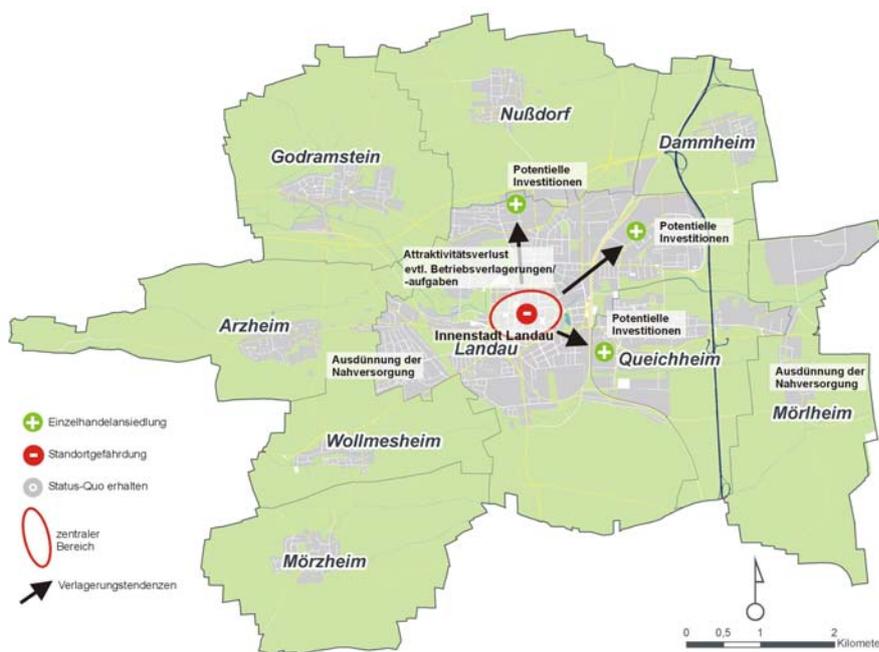
8 Entwicklungsperspektiven und -strategien

Welche Entwicklung die Stadt Landau in der Pfalz in Bezug auf die zukünftige Stadt- und Einzelhandelsentwicklung nehmen wird, hängt – neben den politisch motivierten Stadtentwicklungsvorstellungen – von dem „Schärfegrad“ der Anwendung des städtebaulichen und baurechtlichen Instrumentariums ab. Die folgenden Szenarien zeigen die Bandbreite der möglichen Entwicklungsoptionen mit Blick auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung auf. An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass die Szenarien bewusst überzeichnete Denkmodelle darstellen, die auf Grund hypothetischer Annahmen zur Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung mögliche Entwicklungsperspektiven darstellen. Gleichwohl finden sich einzelne Teilaspekte in gleicher oder ähnlicher Form sehr häufig in der Realität.

8.1 Szenario I: „Freies Spiel der Kräfte“

Die Entwicklung der Einzelhandelsansiedlungen ist in diesem Szenario gekennzeichnet durch geringe Steuerungsaktivitäten. Statt einer Ausrichtung weiterer Einzelhandelsentwicklungen auf die Landauer Innenstadt wird vorrangig dem Ansiedlungsdruck auf nicht integrierte bzw. teilintegrierte Lagen stattgegeben (z.B. Standorte in Gewerbegebieten). Ansiedlungsvorhaben, Verlagerungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben finden ohne eine ordnende Steuerung statt. Für Einzelhandel und Städtebau bedeutet das schließlich, dass zahlreiche neue Einzelhandelsstandorte i.d.R. außerhalb der Zentrenstruktur liegend realisiert werden.

Abbildung 6: Szenario I „Freies Spiel der Kräfte“ in der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

Negative städtebauliche Auswirkungen auf die Innenstadt bzw. bestehende Versorgungsstruktur in Landau durch Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender Einzelhandelsstandorte wären in diesem Szenario wahrscheinlich. Es kommt eventuell zu Betriebsverlagerungen und –aufgaben, gleichzeitig ist eine Standortattraktivität der Innenstadt für Investoren nicht länger gegeben, neue Ansiedlungen und damit ein Attraktivitätsgewinn werden so verhindert. Auch würde die bestehende wohnortnahe Grundversorgung gefährdet, da der Verdrängungswettbewerb deutlich zunehmen würde. Betriebsaufgaben wären die Folge und nicht zuletzt auch die Problematik der Folgenutzung an verlassenen Standorten. Die Akteure aus Politik und Verwaltung würden sich in diesem Szenario von bestehenden Planungskonzeptionen abwenden. Statt zu agieren, würden Politik und Stadtplanung lediglich auf Impulse von Außen reagieren. Auf der rechtlichen Seite bleibt festzuhalten, dass die Kommune ihre Planungshoheit zu großen Teilen aufgäbe. Es ist zudem nicht auszuschließen, dass es auch zu regionalen Klagen aufgrund negativer städtebaulicher Auswirkungen auf die Nachbarkommunen kommen könnte.

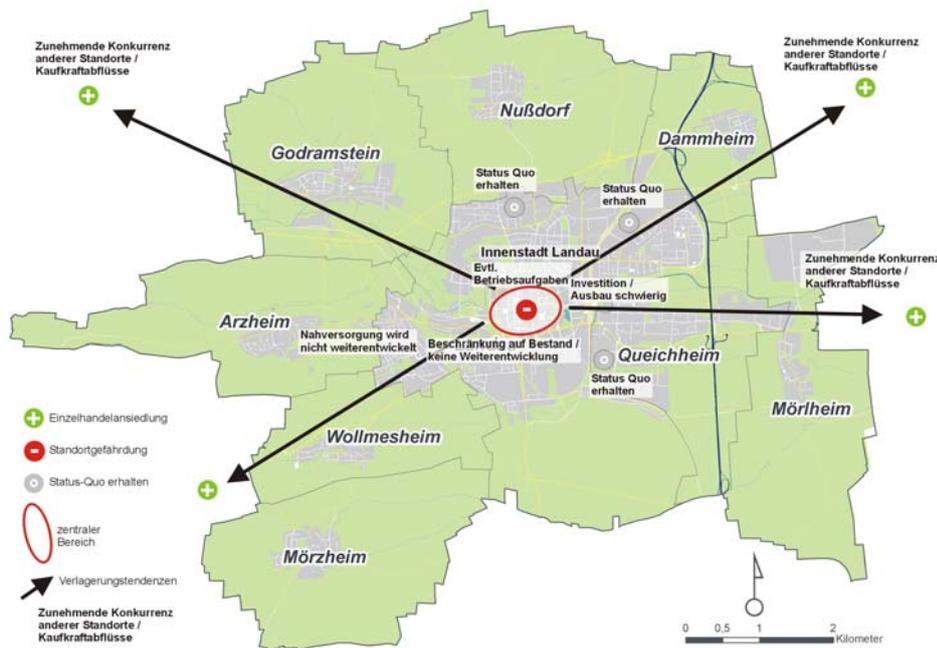
Bewertung

Dadurch, dass Politik und Verwaltung ihre Planungsziele bzw. -hoheit aufgäben, würden sie zum „Investorenspielball“. Grundsätzlich wäre nur eine geringe bzw. einseitige Akzeptanz dieses Szenarios zu erwarten. Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit gingen verloren. Gewachsene städtebauliche Strukturen könnten nicht beibehalten werden. Die Folge wäre eine Verunsicherung aller Akteure, da die Politik der Stadt Landau in der Pfalz kein verlässlicher Partner mehr für „alte“ und „neue“ Investoren wäre. Vor dem Hintergrund der aktuellen Gesetzeslage in Rheinland-Pfalz ist eine diesem Szenario entsprechende Entwicklungspolitik nicht realistisch.

8.2 Szenario II: „Bewahrung“

Die Einzelhandelsentwicklung im Rahmen dieses Szenarios ist durch eine sehr restriktive Steuerungspraxis charakterisiert, die – trotz der z.T. vorhandenen Verkaufsflächenpotenziale – den Fokus auf die „Bewahrung“ der vorhandenen Strukturen setzt. Weitere Einzelhandelsansiedlungen (insbesondere außerhalb der Zentren) werden nicht ermöglicht und nicht integrierte Lagen auf den Status quo festgeschrieben. Auch räumlich oder funktional sinnvolle bzw. notwendige Ergänzungen der Einzelhandelsstrukturen (z.B. Betriebserweiterungen zur Standortsicherung) sind somit nicht durchzusetzen.

Abbildung 7: Szenario II „Bewahrung“ in der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

Die Folgen dieses Szenarios wären unter anderem Betriebsaufgaben und eine Abnahme der Einkaufsattraktivität. Der Einzelhandelsstandort Landau würde wirtschaftlich uninteressant für potenzielle Investoren auf Standortsuche. Die Kernstadt, insbesondere die Innenstadt, würde geschwächt und die Entwicklung von (zusätzlichen) Standorten zur Verbesserung der Grundversorgungssituation würde verhindert. Andere Standorte und Nachbarkommunen würden dagegen an Attraktivität gewinnen, was zu einer Erhöhung der Kaufkraftverluste führen würde.

Die skizzierte „Käseglockenpolitik“ würde somit einen starken Eingriff ins Marktgeschehen darstellen und notwendige Impulse für eine zeitgemäße und nachfragegerechte Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in Landau verhindern. Die Akteure aus Politik und Verwaltung behielten zwar ihre aktive Rolle, die resultierende Planungssicherheit wäre allerdings durch einen Stillstand gekennzeichnet. Auf der rechtlichen Seite würden die umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten vollständig ausgeschöpft. Anfragen und Veränderungsanliegen könnten ggf. nur noch gerichtlich geklärt werden.

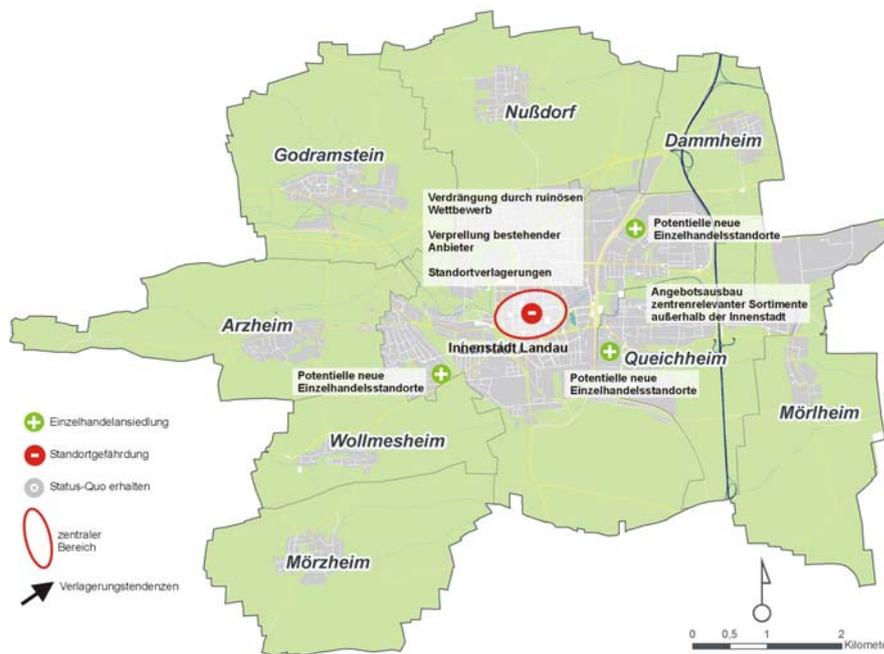
Bewertung

Das Szenario ist zwar in sich konsequent, führt allerdings insgesamt nicht zu positiven Effekten im Rahmen der Stadtentwicklung, da Innovationen und Investitionen massiv erschwert werden.

8.3 Szenario III: „Steuerung mit Ausnahmen“

Diesem Szenario liegt die Annahme zu Grunde, dass die Einzelhandelsentwicklung zwar grundsätzlich gezielt von Politik und Verwaltung gesteuert wird, in Einzelfällen allerdings Ausnahmen formuliert werden, die den zuvor abgestimmten Zielen und Grundsätzen der Einzelhandelsentwicklung widersprechen. In Landau sind somit prinzipiell im gesamten Stadtgebiet Einzelhandelsansiedlungen möglich, was auch zu einer Einzelhandelsentwicklung in nicht integrierten Lagen führen kann.

Abbildung 8: Szenario III „Steuerung mit Ausnahmen“



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

Die Folgen der umstrittenen Einzelhandelssteuerung im Rahmen dieses Szenarios wären unter anderem Betriebsaufgaben und eine Abnahme der Einkaufsattraktivität in der Innenstadt, da potenzielle Investitionen und ein übermäßiger Ausbau in zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an anderen Einzelhandelsstandorten in der Stadt möglich sind und insbesondere in Gewerbegebieten forciert werden würden. Der Einzelhandelsstandort Landau würde mittel- bis langfristig wirtschaftlich uninteressant für potenzielle Investoren auf Standortsuche.

Eine Investitionssicherheit wäre aufgrund der unsicheren und vor allem kaum transparenten Planungs- und Entscheidungspraxis weder für bereits ansässige Betriebe noch für ansiedlungsinteressierte Einzelhandelsbetriebe gegeben, wodurch der Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten von Zentren und ausgewiesenen Sonderstandorten gefährdet würden. Es käme zu absehbaren Kaufkraftverlusten in der Stadt durch fehlende wirtschaftliche Impulse.

Aus politischer und planerischer Sicht käme es zu einem Widerspruch durch Inkonsistenz in den Entscheidungen. Ein freies Spiel des Marktes in Teilbereichen bzw. Einzelfällen steht einer ansonsten konsequenten Steuerung gegenüber, wodurch keine verlässliche politische Steuerung gegeben wäre. Diese (für ausgewählte Investoren) freundliche Steuerungspraxis ermöglicht den Ausbau einzelner Einzelhandelsstandorte, bei dem die Gefahr besteht, die Zentrenentwicklung zu unterwandern und einen Attraktivitätsverlust der Versorgungsstrukturen in den Stadtteilen zu bewirken. Investorenwünsche an anderen Standorten, die aber nicht über die gleichen „Proteges“ verfügen, wären an dieser Stelle argumentativ nicht zu widerlegen, was ein Messen mit zweierlei Maß bedeuten würde.

Aus rechtlicher Sicht entstünden dadurch eine Vielzahl von Problemen wie beispielsweise die Einschränkung der rechtlichen Eingriffsmöglichkeiten und Widersprüche zur Landesgesetzgebung. Zudem bestünde die Gefahr kommunaler oder auch regionaler Klagen. Die kommunale Planungshoheit würde nicht ausgeschöpft und Anfragen an anderen Orten wären nur schwer zu verhindern.

Bewertung

Das Szenario ist insgesamt inkonsequent und gefährdet die Einzelhandels-, Zentren- und Stadtstrukturen. Zudem kann es zu einer Verunsicherung oder sogar Verprellung von Betreibern und Investoren kommen.

Fazit Szenarien

Die beschriebenen Szenarien stellen – bewusst in Form überzogener Modelle – extreme Gegenpole der Einzelhandels- und letztendlich auch der Stadtentwicklung dar, die allerdings so oder in ähnlicher Form an anderen Stellen diskutiert werden bzw. in der Realität auch existieren (insbesondere die „Steuerung mit Ausnahmen“ ist gängige Praxis in vielen Kommunen). **Die alleinige Realisierung eines dieser Szenarien ist daher unwahrscheinlich und somit nicht zu empfehlen.**

Jedoch liefern die einzelnen Szenarien wichtige „Inputs“ für eine letztendlich für Landau geeignete Entwicklungsstrategie; denn wenngleich oder gerade weil die einzelnen diskutierten Szenarien am jeweiligen „extremen“ Ende möglicher Entwicklungsrichtungen stehen, beinhalten sie Aspekte, die die jeweiligen (primären) Interessenslagen verschiedener – an der Einzelhandelsentwicklung beteiligter – Akteure (insbesondere alte und neue Investoren, Stadtplanung, Politik) widerspiegeln. Diese müssen im Rahmen eines künftigen Leitbildes dringend berücksichtigt werden (vgl. Kapitel 8.4).

Die folgende Empfehlung, die eine strukturierte Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Landau in der Pfalz aufgreift, verfolgt die allgemeinen Ziele der Einzelhandels- und Stadtentwicklung in Landau im Hinblick auf den Aufbau bzw. die Sicherung einer funktionsfähigen Versorgungsstruktur vor dem Hintergrund der gesetzlichen Rahmenbedingungen. Diese übergeordnete Entwicklungsstrategie soll eine Orientierung für die zukünftige Planungs- und Steuerungspraxis der Stadt Landau in der Pfalz darstellen. Als vorrangige Aufgaben hat sie sowohl die Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs sowie die Gewährleistung der wohnortnahen Grundversorgung zum Ziel und entspricht somit auch den gesetzlichen Rahmenbedingungen gemäß Baugesetzbuch bzw. Baunutzungsverordnung.

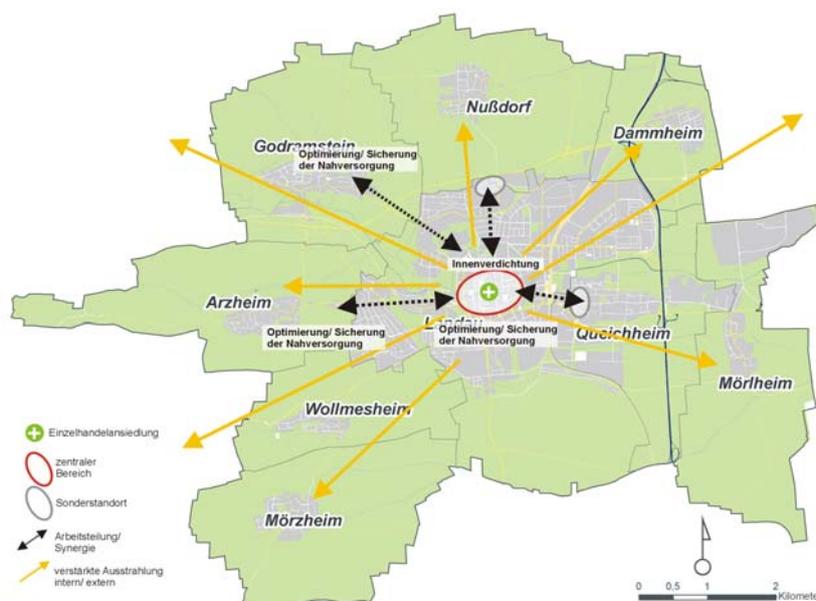
8.4 Leitbild zur strukturierten Entwicklung in der Stadt Landau in der Pfalz

Es wird eine **stadtentwicklungspolitische Strategie (Leitbild)** empfohlen, die im Hinblick auf die künftige Einzelhandelsentwicklung durch eine **stringente Planungspraxis** gekennzeichnet ist:

Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen sowie den zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen in gegenseitiger funktionaler Ergänzung auf bestimmte Standorte im Stadtgebiet Landau konzentriert.

Der Schwerpunkt der Planungen und damit die Ziele mit der obersten Priorität sind hierbei die Sicherung und Stärkung der Landauer Innenstadt sowie die Sicherung der sonstigen bestehenden Einzelhandelsstandorte. Integrierte Ergänzungsstandorte sind dabei ebenfalls möglich, soweit davon keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Zentren- bzw. Versorgungsstruktur ausgehen. Für Einzelhandel und Städtebau bedeutet dies, dass das Investitions- und Ansiedlungsinteresse vornehmlich auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gelenkt wird, was zu einer Sicherung bzw. zum Ausbau und Stärkung dieses Einzelhandelsstandortes führt. Ein ruinöser Wettbewerb kann dadurch verhindert und „Verwerfungen“ können reduziert werden. Im Sinne einer verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung können die in der Landauer Innenstadt nicht realisierbaren Angebote an Ergänzungsstandorten verwirklicht werden, ohne den Stadtkern zu schwächen bzw. zu gefährden. Einzelhandelsfunktionen werden nicht zersplittert (insbesondere auch im nicht zentrenprägenden Angebotsbereich).

Abbildung 9: Künftiges Entwicklungsleitbild der Stadt Landau in der Pfalz



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

Die Stadt Landau in der Pfalz kann auf diesem Weg durch eine stringente Planungs- und Steuerungspraxis gezielt Entwicklungsimpulse setzen und die Einzelhandelsentwicklung steuern. Die

Akteure aus Politik und Verwaltung erhalten ihre aktive Rolle und schaffen Planungssicherheit. Es werden im Hinblick auf Investoren positive Signale nach innen und außen gesetzt. Einzelinteressen werden der gesamtstädtischen Stadtentwicklung nachgeordnet betrachtet. Rechtlich bedeutet dies, dass Planungs- und Rechtsicherheit gegeben sind. Umfangreiche gesetzliche Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten werden vollständig ausgeschöpft.

Bewertung

Mit dem strukturierten Entwicklungsleitbild der Stadt Landau in der Pfalz wird eine räumlich-funktionalen Gliederung der Einzelhandelsstruktur aufgegriffen. Die dahinter stehende Strategie ist in sich konsequent und zeigt klare räumliche Zuordnungen für den Einzelhandel auf. Gleichzeitig ist eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren unter Beibehaltung der Planungshoheit möglich.

Die Verfolgung einer Strategie (Leitbild), die eine strukturierte Entwicklung des Einzelhandels im Besonderen und der Stadt im Allgemeinen aufgreift, ist zu empfehlen, da es sich hierbei um ein dynamisches Modell handelt, das als Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels zur Erlangung gemeinschaftlich getragener stadtentwicklungspolitischer Ziele für die Stadt Landau in der Pfalz am besten geeignet ist!

9 Einzelhandelskonzept für die Stadt Landau in der Pfalz

Die vorangegangenen Analysen, Betrachtungen zu Entwicklungsspielräumen und Szenarien sowie die daraus entwickelte Strategie der räumlich-funktionalen Gliederung stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Diese verfolgen das Ziel, den Einzelhandelsstandort Landau in der Pfalz zu sichern und zu stärken. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die Grundversorgung zu erhalten und zu stärken sowie funktionale Ergänzungsstandorte zu ermöglichen.

Folgende strategische Bausteine stellen die wichtigen Grundpfeiler des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Landau in der Pfalz dar:

- den übergeordneten Zielen,
- der Standortstruktur,
- der Landauer Sortimentsliste,
- der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und der Sonderstandorte sowie
- seinen planungsrechtlichen Empfehlungen und Grundsätzen zur Umsetzung.

9.1 Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Landau in der Pfalz

Die übergeordneten zukünftigen Ziele zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Landau in der Pfalz leiten sich aus der einzelhandelsspezifischen 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 Einzelhandelsuntersuchung und Einzelhandelskonzeption für die Stadt Landau in der Pfalz (2000) formulierten Leitlinien¹⁷ zur

- Sicherung der historischen städtebaulichen und architektonischen Qualitäten der Stadt Landau in der Pfalz durch eine einvernehmliche Weiterentwicklung vorhandener und zu integrierender moderner architektonischer Highlights.
- Stärkung der Zentralität Landaus und der Funktionsfähigkeit des Hauptgeschäftszentrums durch
 - Konzentration zentrenrelevanter Sortimente in der Innenstadt
 - Ansiedlung nicht- zentrenrelevanter Sortimente unter Berücksichtigung der Randsortimente und der städtebaulichen Verträglichkeit

¹⁷ vgl. dazu Einzelhandelsuntersuchung und Einzelhandelskonzeption Landau in der Pfalz 2000, S. 122 ff

- **Sicherung der wohnungsnahen Versorgungsfunktion durch Zuordnung nahversorgungsrelevanter Sortimente zu Siedlungsbereichen**

Auf dieser Grundlage werden 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 kommt der Stadt Landau in der Pfalz im mittelfentralen Verbund mit den kooperierenden Zentren Annweiler, Edenkoben und Herxheim eine Versorgungsfunktion zum einen für die eigene Bevölkerung aber auf der anderen 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 **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 Betriebsgrößenzuordnungen). 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 zentrenrelevanter 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 Stadtentwicklungs-

politik. 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 Focus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten 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 somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung 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 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 vorhande-

ne 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 konterkarierender 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.

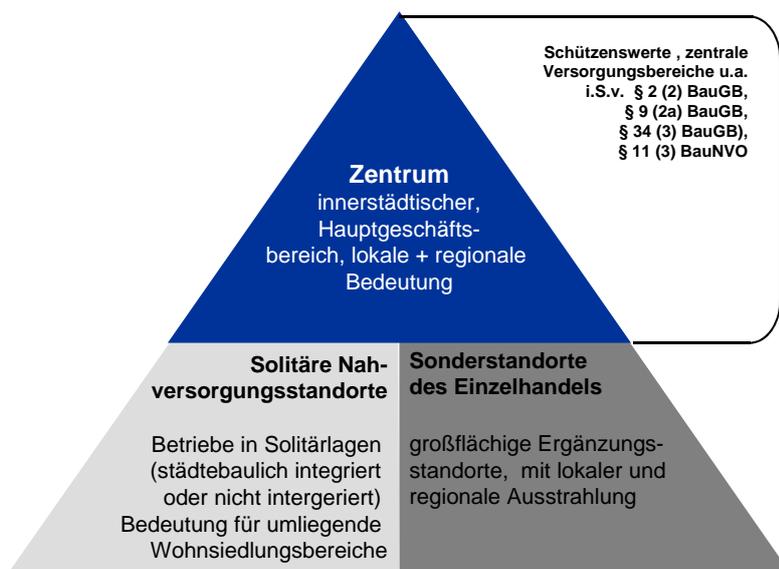
9.2 Standortstruktur

Auf Grundlage der Erkenntnisse aus der Angebots- und Nachfrageanalyse und der Entwicklungsstrategie für die Stadt Landau in der Pfalz sowie unter Berücksichtigung bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen wurden die verschiedenen Einzelhandelsstandorte der Stadt unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten in ein arbeitsteiliges, hierarchisches **Standortstrukturmodell** (Abbildung 10) eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereichs in das Standortprofil hat das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestaltung.

Daneben sind städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellungen zu berücksichtigen. Dazu zählt zum Beispiel auch die Zielvorstellung einer tragfähigen, wohnortnahen Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann.

Abbildung 10: Standortstrukturmodell der Stadt Landau in der Pfalz



Quelle: eigene Darstellung

Folgende Einordnungskriterien sind für die einzelnen Standortbereiche in der Stadt Landau in der Pfalz relevant:

Die Innenstadt (Zentraler Versorgungsbereich im Sinne des BauGB¹⁸)

Dieser Zentrentyp zeichnet sich durch folgende Merkmale aus:

- gesamtstädtische ggf. regionale Versorgungsbedeutung,
- 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 Einrichtungen.

Die Nahversorgungsstandorte

mit einer Versorgungsbedeutung für umliegende Wohngebiete und folgenden Merkmalen

- Vorhandensein eines strukturprägenden Betriebs im kurzfristigen Bedarfsbereich (v.a. Lebensmittelbereich), Randsortimente im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, ggf. ergänzendes Lebensmittelhandwerk (Bäckerei, Fleischerei) in betrieblicher Einheit,
- kein Wettbewerb am Standort,
- sehr selten ergänzendes, stark eingeschränktes Dienstleistungsangebot (ein oder wenige Anbieter).

Die Ergänzungsstandorte (großflächiger Einzelhandel)

mit gesamtstädtischem(r) und überörtlichem(r) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung. Dazu zählen der Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann und Gilletstraße. Folgende Kennzeichen sind anzuführen

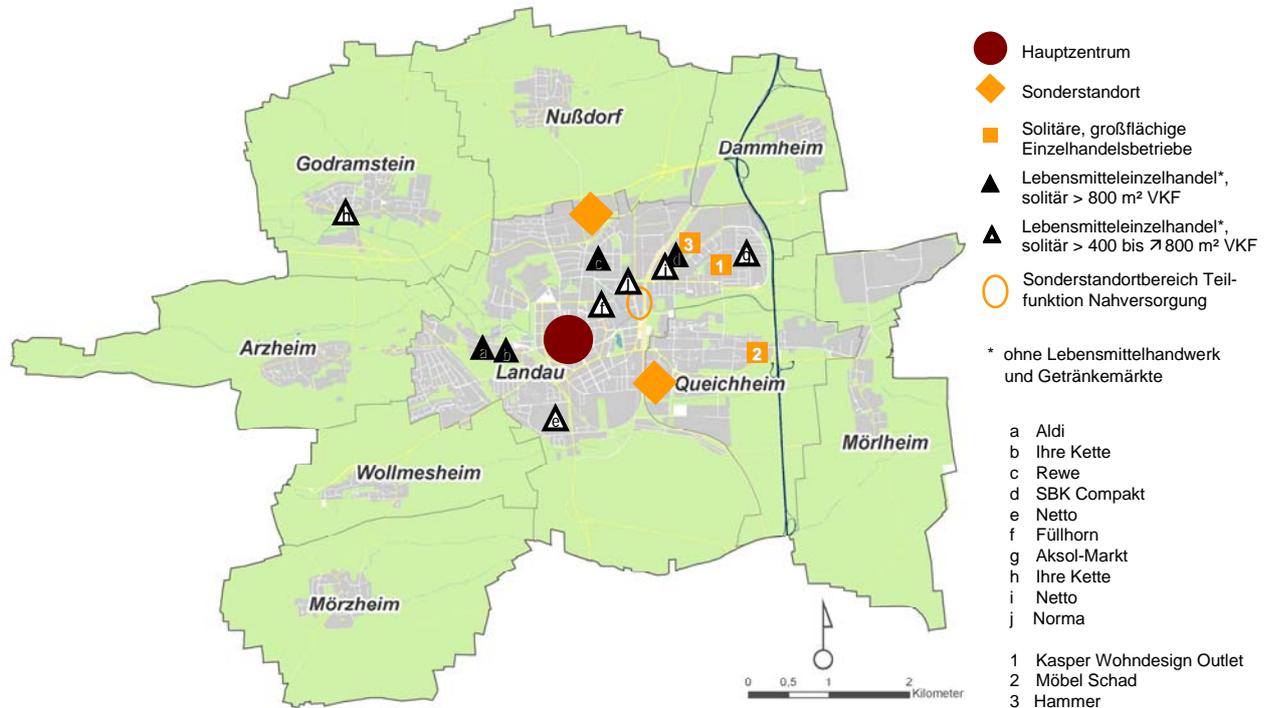
- solitär oder Standortgemeinschaft (Sonderstandort),
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, hoher Anteil nicht zentrenprägenden Einzelhandels,
- nur vereinzelt Wettbewerb gegeben,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i.d.R. kein oder nur geringes Dienstleistungsangebot.

Ausgehend von diesen Einordnungskriterien der einzelnen versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche ergibt sich für die Stadt Landau in der Pfalz folgende räumlich konkretisierte

¹⁸ vgl. dazu auch LEP IV, RLP (2008), S. 96

Standortstruktur (vgl. Karte 15):

Karte 15: Standortstruktur



Quelle: eigene Darstellung

Neben dem Hauptzentrum Innenstadt und den prägenden Ergänzungsstandorten (Standortbereiche Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann und Gilletstraße) des großflächigen Einzelhandels existieren in vornehmlich städtebaulich integrierter Lage folgende **solitäre Nahversorgungsstandorte** (mit einer Betriebsgröße > 200 m² Verkaufsfläche) im Stadtgebiet:

- Ihre Kette, Godramsteiner Hauptstraße, (500 m² Verkaufsfläche)
- Aldi, Annweiler Straße, (1.000 m² Verkaufsfläche)
- Ihre Kette, Annweiler Straße, (1.000 m² Verkaufsfläche)
- Netto, Charles-de-Gaulles-Straße, (700 m² Verkaufsfläche)
- Füllhorn, Am Großmarkt, (500 m² Verkaufsfläche)
- Rewe, Haardtstraße, (1.300 m² Verkaufsfläche)
- Aksol-Markt, Danziger Platz, (400 m² Verkaufsfläche)
- SBK Compact, Taubensuhlstraße, (1.300 m² Verkaufsfläche)
- Netto, Horstring, (600 m² Verkaufsfläche)
- Norma, Horststraße, (800 m² Verkaufsfläche)

Diese Nahversorgungsstandorte dienen heute der ergänzenden wohnortnahen Grundversorgung, die nicht allein durch das Zentrum geleistet werden kann. Solche Standorte, die sich in städtebaulich integrierter Lage befinden, erhalten rechtlichen Schutz, da sie bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig ob innerhalb oder außerhalb Landaus – bei einer Verträglichkeitsprüfung im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen sind.

Darüber hinaus ist der Standortbereich Dammühlstraße mit großflächigen Lebensmittelmärkten mit einer Teilfunktion Nahversorgung ein prägender Bestandteil der Standortstruktur in Landau. Hier befinden sich neben dem SB-Warenhaus Real (6.000 m² Verkaufsfläche) mit Getränkemarkt die Lebensmitteldiscounter Aldi (800 m² Verkaufsfläche) und Lidl (1.200 m² Verkaufsfläche).

Ergänzungsstandorte mit vorwiegend nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten stellen folgende Bereiche dar:

- Kasper Wohndesign Outlet, Helmachstraße (1.500 m² Verkaufsfläche)
- Möbel Schad, Queichheimer Hauptstraße (10.000 m² Verkaufsfläche)
- Hammer, Horstring, (2.300 m² Verkaufsfläche)

Diese Standorte besitzen im Sinne der Ziele und Grundsätze des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Bestandsschutz. Erweiterungen der Verkaufsfläche sind unter Ausschluss negativer städtebaulicher Auswirkungen auf die Zentren bzw. die Versorgungsstruktur in den Nachbarkommunen (§ 11 (3) BauNVO) und unter Berücksichtigung der Zielsetzungen des (LEP IV RLP), insbesondere hinsichtlich des Nichtbeeinträchtigungsgebotes und der Begrenzung zentrenrelevanter Randsortimente, möglich¹⁹.

9.3 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Im Gegensatz zu den Sonderstandortbereichen (in Landau: Standortbereich Johannes-Koppstraße / Guldengewann und Gilletstraße), welche im Hinblick auf ihre Lage und Ausstattung im Analyseteil dargestellt wurden, ist es im Hinblick auf eine Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung unabdingbar zentrale Versorgungsbereiche im Stadtgebiet zu definieren und gleichsam parzellenscharf abzugrenzen. Im folgenden wird nach einer Erläuterung der notwendigen Abgrenzungskriterien die Innenstadt, als einziger zentraler Versorgungsbereich in der Stadt Landau in der Pfalz, behandelt.

9.3.1 Abgrenzungskriterien

Ein zentraler Versorgungsbereich stellt grundsätzlich einen künftigen Entwicklungsbereich insbesondere für den nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandel dar.

¹⁹ vgl. dazu LEP IV RLP (2008), S. 96

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition der zentralen Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 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 einer funktional gegliederten Zentrenhierarchie unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Zentrenstrukturen.

Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereichs ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Dabei ist die **Abgrenzung** eines zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung funktionaler **und** städtebaulicher Kriterien vorzunehmen. Als Grundlage dazu dient nicht zuletzt die ausführliche einzelhandelsrelevante und städtebauliche Bestandsanalyse (Kapitel 5). Im Wesentlichen sind folgende Kriterien zu berücksichtigen:

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte
- Passantenfrequenz
- Verkehrliche Erreichbarkeit (ÖPNV, Pkw, Radfahrer, Fußgänger)
- Multifunktionalität (öffentliche und private Dienstleistungen, Gastronomieanbieter)

Städtebauliche Kriterien

- Städtebauliche Einheit
- Bebauungsstruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur
- Barrieren (Straße, Bahnlinie)
- Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung, etc.)
- Ladengestaltung und –präsentation

Schließlich geschieht die räumliche Abgrenzung eines künftigen zentralen Versorgungsbereichs anhand der o.g. Kriterien bzw. der Berücksichtigung des Bestandes sowie möglicher Entwicklungsperspektiven gleichsam parzellenscharf.

9.3.2 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

Auf Grundlage der Analyse (vgl. dazu Kapitel 5.2.1) wurde ein Vorschlag für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (i.S. der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO) erarbeitet, der in der folgenden Karte dargestellt wird.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt der Stadt Landau in der Pfalz ist aufgrund seiner Größe und dem angebotenen Warensortiment hinsichtlich Quantität und Qualität sowie Breite

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. Im Westen im Bereich der Westbahnstraße stellen das Möbelhaus Müller bzw. der Westbahnhof den Endpunkt dieses linearen Ausläufers des zentralen Versorgungsbereiches dar. Der nordöstliche sowie südwestliche Teil des Ergänzungsbereiches werden durch den sogenannten Altstadt-ring begrenzt.

Im Hinblick auf die künftige Steuerung des (zentrenrelevanten, 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 zentrenrelevanten 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 städtebaulich 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, zentrenrelevanten Einzelhandels herauszustellen:

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

Der innerstädtische **Ergänzungsbereich** (gelb) 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 zentrenrelevanten Sortimenten bis zu einer maximalen Verkaufsfläche von 800 m². Größere Betriebseinheiten mit nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanten 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.

9.3.3 Ergänzende städtebauliche Empfehlungen für die Landauer Innenstadt

Zur Stärkung der Landauer Innenstadt ist es sinnvoll, zentrenrelevante 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 (insbesondere mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) in Siedlungsrandlagen ist daher 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 städtebauliche 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 Entwicklungspotenziale 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.

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, so ist der öffentliche Raum und die gewachsene Stadtstruktur häufig einziges Unterscheidungsmerkmal, das innerstädtische Geschäftslagen von einander abgrenzt und damit im gegenseitigen Städtevergleich zu positionieren hilft. Für jede Stadt ist es in diesem Zusammenhang von besondere Bedeutung, die eigenen Stärken zu erkennen und für Einwohner wie Besucher erleb- und erfahrbar herauszuarbeiten. Die Stadt Landau befindet sich diesbezüglich

auf einem guten Weg, der fortgeführt werden sollte.

Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels!

Die Außendarstellung ist das erste sichtbare Zeichen eines Geschäftes für den potenziellen Kunden. Zumeist treten auskragende 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 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. Insgesamt soll so durch die Stärkung und Aufwertung das Erscheinungsbild verbessert und ein Imagegewinn für die gesamte Innenstadt von Landau erwirkt werden.

Darüber hinaus ist darauf hinzuweisen, dass die Handlungsempfehlungen der Einzelhandelskonzeption der Stadt Landau in der Pfalz (2000) bei der Stadtentwicklung auch künftig - soweit noch nicht umgesetzt - berücksichtigt werden sollten (vgl. dazu Einzelhandelskonzeption der Stadt Landau in der Pfalz (2000) Kapitel 10).

9.4 Sicherung der Grund- und Nahversorgung in der Stadt Landau in der Pfalz

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, kleinmaschigen Nahversorgung im Landauer Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Landau in der Pfalz und rechtfertigt die räumliche Lenkung der entsprechenden Investitionen an städtebaulich geeignete 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 alle Einwohner möglich und zumutbar ist.** Voraussetzung für die Sicherstellung einer tragfähigen Nahversorgungsinfrastruktur ist jedoch, dass

- das Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung für den täglichen Bedarf nicht von zentralisierten Anbietern des großflächigen Einzelhandels in einem Maß gebunden wird, dass das Betreiben kleinerer Einheiten zur Nahversorgung nicht mehr rentabel ist,
- die Stadt Landau in der Pfalz städtebauliche und verkehrliche Rahmenbedingungen schafft, die einen gewünschten Nahversorgungsstandort auch aus Betreibersicht mit den

wichtigsten Standortfaktoren ausstattet,

- Betreibern und Konzepten Vorrang eingeräumt wird, die aktiv mit den Herausforderungen der im Wandel befindlichen Einzelhandelslandschaft umgehen wollen und können.

Für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in Landau lassen sich folgende Empfehlungen ableiten.

- **Lokale Versorgungslücken identifizieren und beseitigen:**
Auch Anbieter mit Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit haben eine Chance, als dezentrale Nahversorger zu funktionieren. Es sollte daher möglich sein, dass auch Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche umgesetzt werden können, sofern sie bestimmte Kriterien erfüllen (vgl. im Detail hierzu auch Grundsatz 1 in Kapitel 9.7). Wichtiger Bestandteil sollte daher die Entwicklung praktikabler Lösungen zur Erreichung dieses Ziels sein. Dazu zählen insbesondere die aktive Erschließung und Vermarktung geeigneter Grundstücke, die regelmäßige Erfassung von Angebots- und Nachfragestrukturen auf Stadtteilebene und die Hilfestellung für Inhaber bei Investitionsentscheidungen und Nachfolgeregelungen. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen.
- **Erreichbarkeit verbessern:**
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.
- **Einzelhandelsbetriebe zu Nahversorgungszentren ausbauen:**
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 (z.B. Bürgerbüro) oder Dienstleistungen (z.B. Post, Bank) zu 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.
- **Märkte unterstützen:**
Der Wochenmarkt in Landau hat Tradition und profitiert von der Nähe zu Produzenten (v.a. ländliches Umland). Abgesehen von ihrer Bedeutung für die hochwertige Nahversorgung der Bevölkerung, eignen sich Märkte hervorragend zur Steigerung der Kundenfrequenz.
- **Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung**
Der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel drückt sich insbesondere in einer deutlich sinkenden Zahl von Betriebsstätten sowie in einem tendenziellen Rückzug insbeson-

dere 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. **Ziel der Stadt Landau in der Pfalz ist deshalb die nachhaltige Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf die Innenstadt sowie die integrierten Nahversorgungsstandorte stützt.** Das Einzelhandelskonzept dient der Umsetzung dieses Ziels.

9.5 Tabubereiche für den Einzelhandel in Landau

Tabubereiche sind notwendig, um eine geordnete Stadtentwicklung mit klaren räumlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten. Grundsätzlich umfassen die **Tabubereiche für den Einzelhandel alle Gebiete, die nicht im Zusammenhang durch Wohnen geprägt oder als zentraler Versorgungsbereich definiert sind.** Insbesondere für den großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel ergeben sich Restriktionen auf Basis von zu geringer Siedlungsdichte bzw. Mantelbevölkerung im Stadtgebiet. **Gewerbe- und Industriegebiete bzw. entsprechende Alternativstandorte ohne Einzelhandelsvorprägung sind für jeglichen großflächigen Einzelhandel auszuschließen.**

Die Ansiedlung von Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Bereich der Einfallstraßen (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche) ist zum Schutz bestehender Zentren und im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung grundsätzlich auszuschließen. Die Ansiedlung von Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment im Bereich der Einfallstraßen (außerhalb integrierter Siedlungsbereiche²⁰) ist zum Schutz bestehender Zentren und einer ausgewogenen Nahversorgungsstruktur auszuschließen.

²⁰ Vergleiche dazu insbesondere auch Kapitel 9.8.1 (Grundsätze zur Einzelhandelssteuerung).

9.6 Landauer Sortimentsliste²¹

Exkurs: Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

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 definierten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB sowie § 11 (3)) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten) und bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO relevant. Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrenggefüge geschützt werden²². Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, 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 oder auch der Verweis auf andere Listen (z.B. Trierer Liste) im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft²³.

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und - zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen - auch nicht-zentrenrelevanter Sortimente empfohlen wird²⁴.

Begriffsdefinition

Im Hinblick auf die in der Praxis übliche Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Gruppen. Vorab wird zur Erläuterung der Begriffe zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente eine Zuordnung der unterschiedlichen Merkmale nach folgendem Kriterienkatalog vorgenommen:

²¹ Hinweis die Begriffe innenstadtrelevant und zentrenrelevant werden gleichbedeutend verwendet.

²² Vgl. dazu Urteil des Oberverwaltungsgerichts NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

²³ Bestätigt durch zahlreiche Urteile des OVG Münster 2004 und 2005.

²⁴ vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485

Kriterium	Merkmale	
	Zentrenrelevanter Sortimente	Nicht zentrenrelevanter Sortimente
Städtebauliche und Einzelhandelsstruktur	notwendig für einen attraktiven Branchenmix 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
Besucherfrequenz	erzeugen und benötigen hohe Besucherfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besucherfrequenz
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 Koppelungen 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

Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- und Grundversorgungszentren zentrenprägende Funktion ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Sie sind somit nicht stets, sondern gegebenenfalls als zentrenrelevant einzustufen. 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 betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

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 zentrenrelevant sind“ nicht gibt, auch nimmt das Landesentwicklungsprogramm Rheinland Pfalz (LEP IV, 2008) nicht für sich in Anspruch, die Zentrenrelevanz 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“²⁵.

²⁵ Kuschnerus 2007, Rd.Nr. 528 sowie Urteil des OVG NRW vom 03.06.2002 (AZ 7 a D 92/00.NE)

In Rheinland-Pfalz liefert das Landesentwicklungsprogramm (LEP IV, 2008) eine Grundlage für die Erstellung und die Inhalte von Sortimentslisten von der „im Rahmen von kommunalen Einzelhandelskonzepten [...] im begründeten Einzelfall“²⁶ abgewichen werden kann

Die **innenstadtrelevanten Sortimente gemäß Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz** sind im Folgenden aufgeführt:

- 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.

²⁶ vgl. Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), 2008

9.7 Herleitung der Landauer Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus²⁷ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

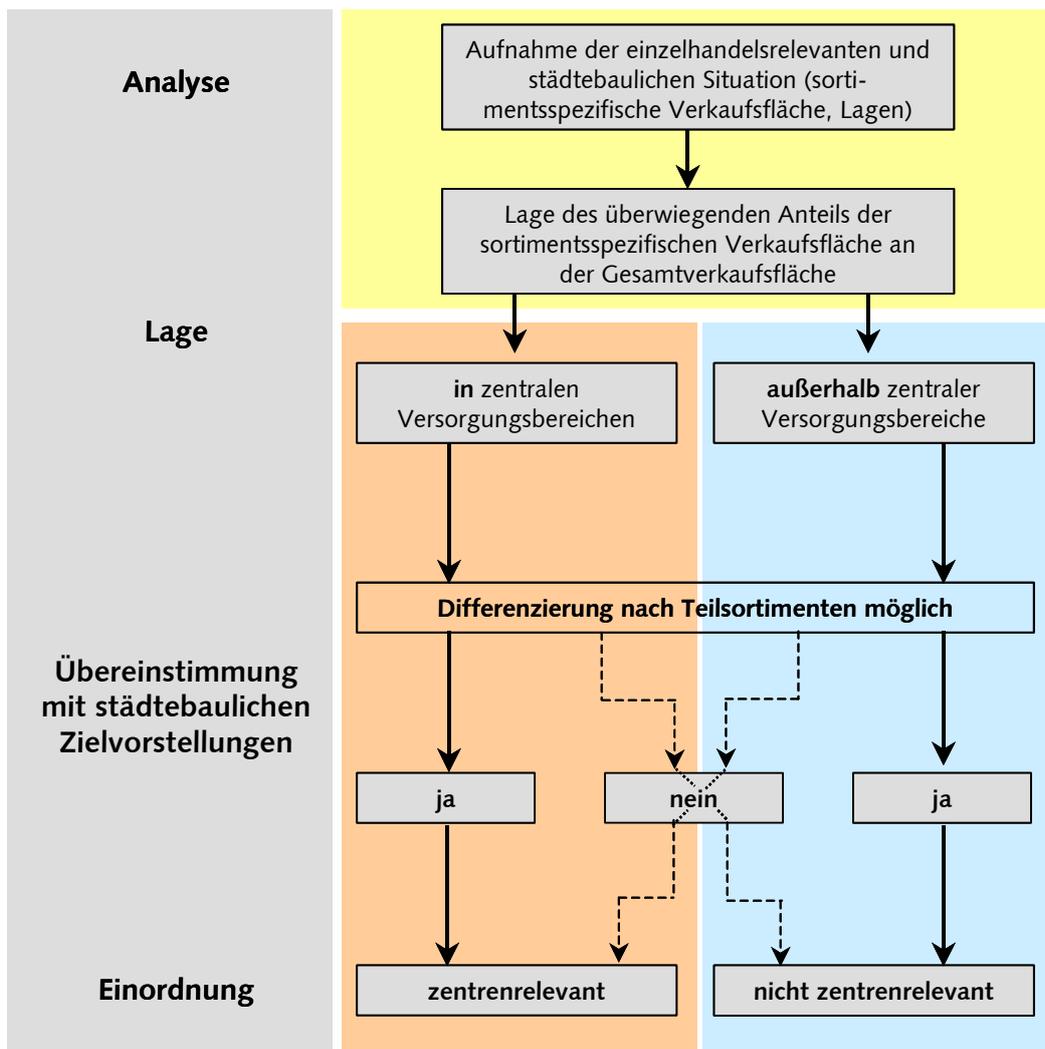
- Im Rahmen der Aufstellung eines gemeindlichen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Der Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegen regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot diese Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumstbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Stadtgebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die stadtspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandelskonzept 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.

Das Vorgehen bei der Bestimmung der Zentrenrelevanz der Sortimente im Landauer Stadtgebiet ist in dem folgenden Schaubild dargestellt:

²⁷ Vgl. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 530

Abbildung 11: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in der Stadt Landau in der Pfalz sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in Landau aufgeteilt. Unter Berücksichtigung des LEP IV RP, 2008 und künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Landau ergibt sich die im Folgenden dargestellte Landauer Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 14: Landauer Sortimentsliste²⁸

Zentrenrelevante Sortimente	
<i>hiervon nahversorgungsrelevant</i>	
Backwaren Fleischwaren Drogeriewaren Getränke ¹² Nahrungs- und Genussmittel ¹³ Parfümerie- und Kosmetikartikel pharmazeutische Artikel ¹⁴ Reformwaren Schnittblumen Zeitungen, Zeitschriften	Geschenkartikel Glas/Porzellan/Keramik ¹ Handarbeitsartikel, Kurzwaren, Meterware, Stoffe, Wolle Haushaltswaren ² Hörgeräte Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme Musikinstrumente und Zubehör Optik, Augenoptik Papier, Bürobedarf, Schreibwaren Sanitätsbedarf Schuhe Spielwaren Sportartikel und –geräte (ohne Sportgroßgeräte) Sportbekleidung Sportschuhe Telekommunikation und Zubehör Uhren / Schmuck Unterhaltungselektronik und Zubehör
Angler- und Jagdbedarf ¹⁵ Bekleidung Bettwäsche Bild- und Tonträger Bücher Büromaschinen ¹¹ Computer und Zubehör Dekostoffe, Haus- und Tischwäsche Elektrokleingeräte Fahrräder und technisches Zubehör Foto	
Nicht zentrenrelevante Sortimente	
Bauelemente, Baustoffe ¹⁶ Berufsbekleidung und –schuhe Bodenbeläge, Teppiche (Ausleg- und Einzelware) Campingartikel (ohne Bekleidung und Schuhe) ³ Eisenwaren und Beschläge Elektrogroßgeräte Elektroinstallationsmaterial Erotikartikel Farben / Lacke Fliesen Gardinen und Heimtextilien Gartenartikel und –geräte ⁴ Kamine, Kachelöfen	Kfz- ⁵ , Caravan- ⁶ und Motorradzubehör Kinderwagen Lampen, Leuchten, Leuchtmittel Maschinen / Werkzeuge Matratzen / Bettwaren ⁷ Möbel ⁸ Pflanzen, Samen Reitsportartikel Rollläden, Markisen Sportgroßgeräte ⁹ Sanitärartikel Tapeten Waffen Zoologische Artikel, lebende Tiere (Kraftfahrzeug- und Motorradhandel ¹⁰)

²⁸ Erläuterungen siehe Anhang

Bei der Einordnung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten ergeben sich für einzelne Sortimente Abweichungen von der Bestandssituation. Dabei lassen sich grundsätzlich drei Kategorien beschreiben:

- **Sortimente bzw. Sortimentsgruppen, deren Verkaufsflächen überwiegend außerhalb der Zentren liegen (Anteil der sortimentspezifischen Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich < 55 %) und in der Landauer Sortimentsliste als nahversorgungsrelevant eingestuft sind.**

Nahversorgungsrelevante Sortimente übernehmen im zentralen Versorgungsbereich, insbesondere in den Wohnsiedlungsbereichen im Landauer Stadtgebiet eine prägende Funktion im Rahmen der kurzfristigen Bedarfsdeckung. Teile der Verkaufsflächen einiger nahversorgungsrelevanter Sortimente liegen außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche. Insbesondere die Warengruppen Blumen (80% außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche), Getränke (100% außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche), Nahrungs- und Genussmittel (82% außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche) und Zeitungen / Zeitschriften (71% außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche) halten den überwiegenden Anteil ihrer Verkaufsfläche außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vor. Im Sinne der Zielvorstellung zur künftigen Stadtentwicklung und Einzelhandelssteuerung in der Stadt Landau, insbesondere Sicherung und Stärkung der Innenstadt und der Nahversorgungsstrukturen sind diese Sortimente als nahversorgungsrelevant bzw. ggf. zentrenrelevant einzustufen.

- **Sortimente bzw. Sortimentsgruppen, deren Verkaufsflächen überwiegend außerhalb der Zentren liegen (Anteil der sortimentspezifischen Verkaufsfläche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches > 55 %) und in der Landauer Sortimentsliste aufgrund stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen und auf Grundlage des LEP IV RP, 2008 als zentrenrelevant eingestuft sind.**

Auch wenn die entsprechende Warengruppe möglicherweise derzeit nicht oder nur zu einem geringen Anteil in der Landauer Innenstadt angesiedelt ist, sie aber für die Attraktivität (v.a. ein ausgewogener Branchenmix) und Lebensfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches einen wichtigen Beitrag leisten kann, kann eine Warengruppe im Sinne stadtentwicklungspolitischer Zielsetzungen als zentrenrelevant definiert werden. Dies trifft insbesondere auf die folgenden Sortimente zu: Bild- und Tonträger (57% außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche), Computer und Zubehör (75% außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche), Elektrokleingeräte (73% außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche), Foto (60% außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche), Kunstgewerbe / Bilder (61% außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche), Sportartikel (55 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche), Fahrräder und technisches Zubehör, Mofas (59 % der Verkaufsfläche liegt außerhalb zentraler Lagen), Unterhaltungselektronik (56% außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche). Diese werden als zentrenrelevant eingestuft.

Zukünftig sollten diese Sortimentsgruppen im Sinne des vorliegenden Konzeptes und im Hinblick auf einen vielfältigen Branchenmix gezielt in die Landauer Innenstadt gelenkt werden.

- **Sortimente bzw. Sortimentsgruppen, die hinsichtlich ihrer Einordnung nach zentrenrelevanten Sortimenten im LEP IV RP , 2008 als innenstadtrelevant aufgeführt sind und aufgrund ihrer Bestandssituation (Anteil der sortimentspezifischen Verkaufsfläche außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs > 55 %) als nicht zentrenrelevant eingestuft worden sind.**

Dieser Sachverhalt trifft vor allem für Warengruppen zu, die sich aus verschiedenen Teilsortimenten zusammensetzen. In Abhängigkeit von der Bestandssituation sowie den Eigenschaften der Einzelsortimente (z.B. Flächenbedarf) und städtebaulichen Zielvorstellungen werden diese im Einzelfall als nicht zentrenrelevant eingestuft. Dies trifft für die Stadt Landau in der Pfalz auf die Warengruppe Einrichtungszubehör mit den Teilsortimenten Bettwaren / Matratzen (85 % der Verkaufsfläche liegt außerhalb zentraler Lagen), Lampen / Leuchten / Leuchtmittel (70 % der Verkaufsfläche liegt außerhalb zentraler Lagen), Gardinen (79% außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche), Heimtextilien, Dekostoffe, Haus- und Tischwäsche (64% außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche) und Teppiche (Roll- und Einzelware) (89 % der Verkaufsfläche liegt außerhalb zentraler Lagen), die Warengruppe Sportartikel mit den Teilsortimenten Campingartikel (75 % der Verkaufsfläche liegt außerhalb zentraler Lagen), und Sportgroßgeräte (nicht einzeln aufgenommen) und die Warengruppe Zooartikel, Tiernahrung, lebende Tiere (97 % der Verkaufsfläche liegt außerhalb zentraler Lagen) zu. Die Teilsortimente werden in der Landauer Sortimentsliste als nicht zentrenrelevant aufgeführt.

Zur Warengruppe Zooartikel, Tiernahrung, lebende Tiere ist festzuhalten: Städtebauliche Zielvorstellungen wie Überlegungen hinsichtlich einer gezielten Stärkung der Zentren führen häufig dazu, dieses Sortiment als zentrenrelevant einzustufen. Es ist jedoch zu beobachten, dass ein hoher Anteil der sortiments-spezifischen Verkaufsfläche in Landau bereits heute außerhalb der Innenstadt vorhanden ist. Daneben erfüllt dieses Sortiment nur zu einem geringen Teil die Definitionskriterien zentrenrelevanter Sortimente. Im Allgemeinen ist davon auszugehen, dass Betriebe mit einem Kernsortiment Zoologischer Bedarf einen zentralen Versorgungsbereich nicht wesentlich prägen und ggf. auch ein flächen-intensives Angebot umfassen können (z.B. Futter in Großgebinden). Unter diesen Voraussetzungen ist eine Einordnung als nicht zentrenrelevantes Sortiment erfolgt.

Abschließend sei noch ein Hinweis auf den Umgang mit der vielfach als eigene Kategorie angeführte Warengruppe Baby- und Kinderartikel gegeben: Sie ist im LEP IV RP, 2008 als innenstadtrelevant aufgeführt und setzt sich aus Teilsortimenten zusammen (u.a. Drogerieartikel, Spielwaren, Möbel, Kindersitze, Kinderwagen, Bekleidung), welche den übergeordneten Warengruppen zugeordnet werden sollten. Näher zu betrachten sind Kindersitze (als Teil des Kfz-Bedarfs) und Kinderwagen die einen vergleichsweise hohen Flächenanspruch haben und daher als nicht innenstadtrelevantes Sortiment eingestuft werden.

9.8 Grundsätze der Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Landau in der Pfalz

Die z.T. geringen absatzwirtschaftlichen Spielräume vor dem Hintergrund des Schutzes bestehender Versorgungsstrukturen implizieren, dass weniger ein quantitativer Ausbau als vielmehr die räumlich-strukturelle Verbesserung der Angebotsituation die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Landau sicherstellen können. Für die Stadt Landau in der Pfalz bedeutet dies, dass zusätzliche Verkaufsflächen, durch neue Anbieter oder Erweiterungen bestehender Betriebe, bewusst mit Blick auf die künftige Entwicklung der Stadt bzw. der Innenstadt, also an städtebaulich sinnvollen Standorten, errichtet werden sollten. Dies setzt eine eingehende Prüfung sowohl des Angebotsschwerpunktes als auch der Verkaufsflächendimensionierung zusätzlicher Anbieter im Hinblick auf mögliche kommunale wie auch ggf. regionale städtebauliche Auswirkungen voraus. Aus städtebaulicher Sicht ist eine Neuansiedlung, Verlagerung, Umnutzung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben dann sinnvoll, wenn sie zur Stärkung des Hauptzentrums, der räumlichen Konzentration des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels an den Sonderstandorten oder zur Sicherung der Nahversorgung in den Siedlungsbereichen beitragen.

Im Hinblick auf eine langfristige Sicherung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Landau in der Pfalz sollten für die zukünftige räumliche Einzelhandelsentwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden, die einen Entscheidungsrahmen für die Neuansiedlung, Verlagerung, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsbetrieben darstellen. Vor dem Hintergrund der Ziele des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz und unter Berücksichtigung der Bewertung der Ausgangssituation einerseits sowie der zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren andererseits sollen daher für Landau die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gelten und durch entsprechende politische Beschlüsse manifestiert werden. So können sowohl intern (Selbstbindung; zukünftige Bauleitplanverfahren) als auch extern (für vorhandene Gewerbetreibende und potenzielle zukünftige Investoren) deutliche Signale gesetzt werden. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen Beteiligten, insbesondere Politik, Verwaltung, Einzelhändlern und Investoren, Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu gewährleisten.

Dabei ergibt sich aber nicht nur für den großflächigen Einzelhandel, sondern auch für Einzelhandelsbetriebe, die mit ihrer Verkaufsflächengröße unterhalb der Großflächigkeit angesiedelt sind, ein Steuerungserfordernis, dem die formulierten Grundsätze Rechnung tragen.

Bestehende bzw. genehmigte Betriebe, die aufgrund ihrer Nutzung und Größenordnung nicht den formulierten Grundsätzen entsprechen, d.h. die gemäß dieser Regelungen an einem Standort nicht mehr zulässig wären, genießen den sogenannten „passiven“ **Bestandsschutz**. Dieser ist begrenzt auf den genehmigten Bestand und die genehmigte Funktion. Er erlischt bei Zerstörung oder erheblicher Änderung des Objektes, bei Aufnahme einer anderen Nutzung sowie bei Nichtausübung der genehmigten Nutzung i.d.R. nach frühestens zwei und höchstens drei Jahren²⁹. In einzelnen – nachfolgend explizit aufgeführten – Fällen kann durch entsprechende bau-

²⁹ vgl. dazu auch: Kuschnerus, Ulrich; „Der sachgerechte Bebauungsplan – Handreichungen für die kommunale Planung“; Münster; 2004

leitplanerische Festsetzungen auch abweichend ein erweiterter bzw. aktiver Bestandsschutz festgesetzt werden, der maßvolle Erweiterungen bzw. Nutzungsänderungen über den derzeitigen Bestand hinaus gewährleistet.

Die Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Landau werden im Folgenden dargestellt. Es werden insgesamt sechs Fallkonstellationen zur Steuerung des Einzelhandels unterschieden, die unter Berücksichtigung der allgemeinen Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes sowie der gesetzlichen Rahmenbedingungen dargestellt werden:

Tabelle 15: 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 ab 800 m ² Verkaufsfläche	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter
Grundsatz 2	zentrenrelevant	3	kleinflächig, • 800 m ² Verkaufsfläche	Textilfachgeschäft oder -discounter, Schuhfachgeschäft oder -fachmarkt, Musikfachgeschäft
		4	großflächig ab 800 m ² Verkaufsfläche	Textilkaufhaus, Schuhfachmarkt, Elektronikfachmarkt, Sportfachmarkt
Grundsatz 3	Nicht zentrenrelevant	5	kleinflächig, • 800 m ² Verkaufsfläche	Tapeten- und Teppichbodenfachmarkt, Zoofachmarkt
		6	großflächig ab 800 m ² Verkaufsfläche	Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter

9.8.1 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.



Landesgesetzgebung:

Das Landesentwicklungsprogramm Rheinland Pfalz (LEP IV, 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, 2008 als innenstadtrelevant eingestuft werden und die Deckung der Grundversorgung, insbesondere an Nahrungs- und Genussmitteln, möglichst wohnungsnah und barrierefrei erfolgen soll.



Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

- a. Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen **im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt)** liegen.
- b. Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen vorrangig **im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt)** liegen.
- c. Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden (Mögliche Ausnahme: Tankstellenshop, Kiosk).

Ausnahme 1

Bei atypischer Fallgestaltung können im begründeten Einzelfall großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig sein (Nachweis im Einzelfall unter Berücksichtigung der landesplanerischen Ziele, bauplanungsrechtliche Steuerung).

Ausnahme 2

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe können außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in städtebaulich integrierten Lagen (z.B. in Mischgebieten und Allgemeinen Wohngebieten), nur wenn sie der Nahversorgung dienen, angesiedelt werden. Negative städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und wohnortnahe Versorgungsstrukturen sind ebenso wie Agglomerationen (auch kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe) auszuschließen (Nachweis im Einzelfall, bauplanungsrechtliche Steuerung).

Ausnahme 3

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- 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 Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

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 im zentralen Versorgungsbereich, der Innenstadt von Landau** liegen. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden (Ausnahme: Tankstellenshops, Kioske), um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten und für gewerbliche Nutzungen vorzuhalten.

Folgende Ausnahmen sind im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung im Einzelfall zu prüfen. Sie gelten ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten und dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

Ausnahme 1

An solitären Standorten außerhalb des räumlich definierten zentralen Versorgungsbereichs können großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten dann sinnvoll und zulässig sein, wenn sie einer **atypischen Fallgestaltung** entsprechen. Diese liegt vor, wenn der Einzelhandelsbetrieb aufgrund betrieblicher Besonderheiten oder der besonderen städtebaulichen Situation nicht zu der Art Betriebe gehört, die von der Regelvermutung gemäß § 11 Absatz 3 BauNVO erfasst und eine Nahversorgungsfunktion nachgewiesen werden.

Betriebliche Besonderheiten, die von der typischen Fallgestaltung abweichen können, sind gegeben

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d.h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche wesentlich unter 2/3 der Geschossfläche liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment,
- bei Artikeln, die üblicherweise mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z.B. Kfz-Handel mit Werkstatt),
- bei Artikeln, die in einer gewissen Beziehung zu gewerblichen Nutzungen stehen.

Abweichungen der **konkreten städtebaulichen Situation** von der typischen Fallgestaltung gemäß § 11 Absatz 3 BauNVO bestehen beispielsweise darin,

- dass der Einzugsbereich des Betriebes im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereiches des Betriebes zentrale Versorgungsbereiche an anderen Standorten (i.S.d. Einzelhandelskonzeptes) nicht vorgesehen sind oder
- der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll, jedoch nur wenn er der Standort- bzw. Versorgungsstruktur (i.S.d. Einzelhandelskonzeptes) entspricht.

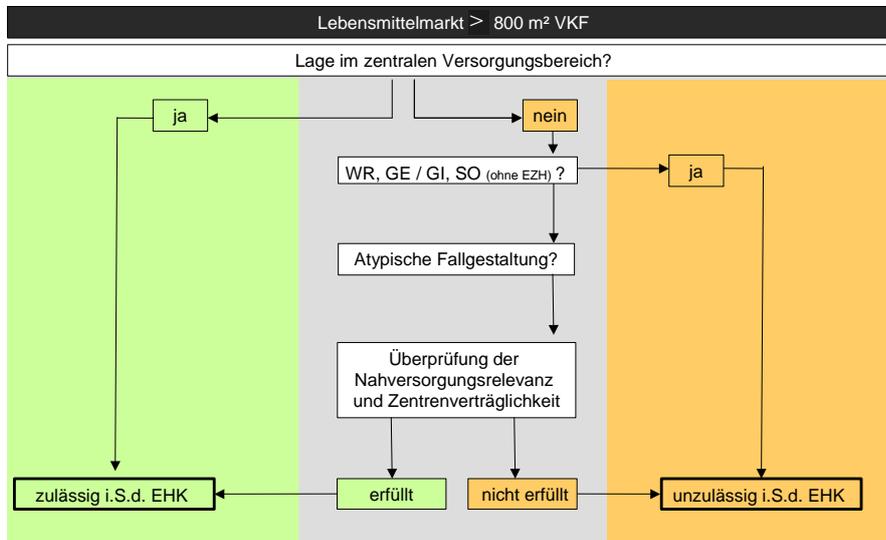
Von einer **Nahversorgungsfunktion** ist auszugehen, wenn

- die sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens in einem fußläufigen 600 m Radius an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von 35 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel)³⁰ der Bevölkerung nicht überschreitet und
- keine mehr als unwesentliche (>10 %) Überschneidung des 600 m Radius mit dem 600 m Radius des / der nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche(s) besteht.
- Das bedeutet: Moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung von rd. 800 m² Verkaufsfläche (Lebensmitteldiscounter) bzw. 1.200 m² Verkaufsfläche (Lebensmittel-

³⁰ Diese liegt derzeit bei rund 1.955 Euro pro Einwohner (BBE Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2008)

vollsortimenter) wären auf eine Mantelbevölkerung von mindestens rund 5.500 bis 6.000 Einwohner innerhalb eines 600 m Radius angewiesen³¹.

Abbildung 12: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben großflächiger Lebensmittelmärkte (> 800 m² VKF)



Quelle: eigene Darstellung

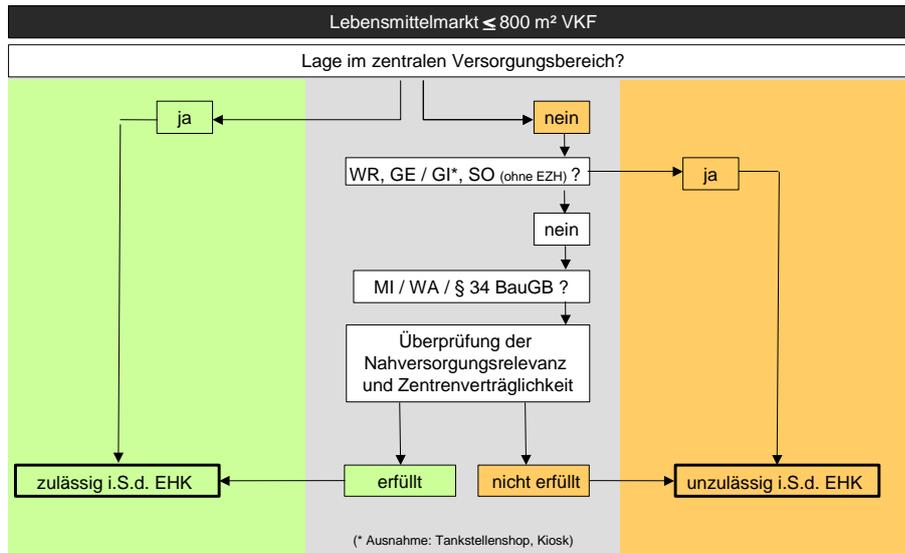
VKF= Verkaufsfläche, EZH= Einzelhandel, EHK= Einzelhandelskonzept

Ausnahme 2

In Baugebieten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche (u.a. MI, WA, unbeplanter Innenbereich § 34 BauGB) können Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten bis zur Großflächigkeit in Ausnahmefällen zugelassen werden, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Im Einzelfall sollte zum einen die Nahversorgungsfunktion nachgewiesen werden und zum anderen dargestellt werden, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die Standortstruktur bzw. den zentralen Versorgungsbereich ausgehen.

³¹ Bei einer Flächenproduktivität von 4.000 Euro/m² für Lebensmittelvollsortimenter bzw. 6.000 Euro/m² für Lebensmitteldiscounter und einem Flächenanteil für (nicht nahversorgungsrelevante) Randsortimente von rd. 15-20 %.

Abbildung 13: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben kleinflächiger Lebensmittelmärkte ($\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche)



Quelle: eigene Darstellung

VKF= Verkaufsfläche, EZH= Einzelhandel, EHK= Einzelhandelskonzept

Im Sinne der Ausnahme 3 ist in Gewerbe- und Industriegebieten die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das sogenannte „Handwerkerprivileg“.

9.8.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten 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.



Landesgesetzgebung:

Das Landesentwicklungsprogramm Rheinland Pfalz (LEP IV, 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 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 RLP 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 5.2.1 und 9.6).



Grundsatz 2: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

- a. Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (sowohl großflächige als auch kleinflächige bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m²) sollen **im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich** liegen.
- b. Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen **nicht in Gewerbe- und Industriegebieten** angesiedelt werden.

Ausnahme 1

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (z.B. in MI-Gebieten oder in den Dörfern) sollen kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur nach entsprechender Einzelfallprüfung zugelassen werden, wenn sie der Versorgung der im Nahbereich wohnenden Bevölkerung dienen und keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

Ausnahme 2

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- 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 Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

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 zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem 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 9.3.2: Kernbereich und Ergänzungsbereich) Einzelhandelsnutzungen jeder Art möglich. Im Sinne stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen sind jedoch folgende Empfehlungen zu einer inneren Gliederung bzw. Steuerung, insbesondere des großflächigen, zentrenrelevanten Einzelhandels herauszustellen:

Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten 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 zentrenrelevante 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 zentrenrelevanten Sortimenten bis zu einer maximalen Verkaufsfläche von 800 m². Größere Betriebseinheiten mit nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanten 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 Einzelhandelsbe-**

etrieben mit zentrenrelevanten 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 Erforderlichkeit - stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete**³² 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 zentrenrelevanten 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 zentrenrelevanten 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.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten (vgl. Grundsatz 3) führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten 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 zentrenrelevanten 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 RLP, 2008 (Z 59) sind innenstadtrelevante Randsortimenten 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 zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte außerdem sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen oder einigen

³² 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.“

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.

In Gewerbe- und Industriegebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“ (entsprechend der Ausnahme 2).

9.8.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten



Ziel:

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



Landesgesetzgebung:

Das Landesentwicklungsprogramm Rheinland Pfalz (LEP IV, 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 zentrenrelevanten (großflächigen) Einzelhandels folgende Ziele (Z 57- 61) zu berücksichtigen

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

Gemäß den Zielsetzungen des LEP IV RLP, 2008 ist die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten 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).



Grundsatz 3: Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

- a. Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können im zentralen Versorgungsbereich liegen.
- b. Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sollen Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten an den definierten Sonderstandorten liegen.
- c. Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können vorrangig im zentralen Versorgungsbereich und an definierten Sonderstandorten liegen. Nach einer entsprechenden Einzelfallprüfung sind sie ggf. auch an anderen Standorten möglich.

Ausnahme 1

Es bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- 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 Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

Ausnahme 2

Kfz- und Motorradhandel kann ausnahmsweise außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche zulässig sein (Einzelfallprüfung, gebietsbezogene Regelung nach Bebauungsplan).

Erläuterung

Nicht zentrenrelevanter 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 zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und kleinflächig) räumlich gelenkt werden.**

Im Bereich der typischen, nicht zentrenrelevanten Sortimente (Bau- und Gartenmarktsortimente und Möbel) konnten im Rahmen der Potenzialbetrachtungen keine oder nur vergleichsweise geringe Entwicklungsspielräume ermittelt werden. Eine Ausweisung neuer spezieller Sonderstandorte für nicht zentrenrelevante Einzelhandelsansiedlungen ist daher z.Zt. nicht sinnvoll. Demzufolge gelten **bestehende Sonderstandorte als Vorrangstandorte für solche Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsvorhaben.**

Im Besonderen ist auch zu berücksichtigen, dass die Ansiedlung weiterer großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten 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) zentrenrelevante 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 Sonderstandorten ist daher der Ausweisung neuer Sonderstandorte vorzuziehen.

In bestehenden Gewerbe- und Industriegebieten ohne Einzelhandelsvorprägung ist der Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten 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.

9.8.4 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**.

Erläuterungen zur Tabelle 16:

- + 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 zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.
- ** Vorrangstandort für großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel, Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente verträglich gestalten.

Tabelle 16: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)

Einzelhandelsbetrieb			Lage			
Kernsortiment	Verkaufsfläche	Beispiel	ZVB	außerhalb ZVB	SO (Ergänzungsstandort)	GE / GI
nah- versorgungs- relevant	• 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	-	- Ausnahme: Einzelfallprüfung: Handwerkerprivileg
	> 800 m ²	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter	+	- Ausnahme: Einzelfallprüfung: Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit	-	-
zentren- relevant	• 800 m ²	Textilfachgeschäft oder -discounter, Schuhfachgeschäft oder -fachmarkt, Musikfachgeschäft	+	- Ausnahme: Einzelfallprüfung (insb. in MI/WA/§ 34-Gebieten): Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit	-	- Ausnahme: Einzelfallprüfung: Handwerkerprivileg
	> 800 m ²	Textilkaufhaus, Schuhfachmarkt, Elektronikfachmarkt, Sportfachmarkt	+	-	-	-
nicht zentren- relevant	• 800 m ²	Tapeten- und Teppichbodenfachmarkt, Zoofachmarkt	+	+	+	- Einzelfallprüfung: Handwerkerprivileg Kfz-Handel
	> 800 m ²	Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter	+	+*	+**	-

Quelle: eigene Darstellung

10 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),
- sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern (Quelle: u.a. BBE Retail Experts GmbH & Co. KG, 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 zentrenrelevant betrachteten Sortimente,
- Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches.

11 Schlusswort

Die aufgezeigte, zielgerichtete Weiter- und Neuentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Landau in der Pfalz bietet gute Chancen, ein auch weiterhin attraktives, konzentriertes und hinsichtlich der wohnungsnahen Grundversorgung engmaschiges Versorgungsnetz bereit zu halten bzw. zu schaffen, welches einen Kompromiss zwischen den betrieblichen Notwendigkeiten und den städtebaulich wünschenswerten Entwicklungen darstellt.

Mit dem vorgelegten Einzelhandelskonzept liegt nunmehr ein Baustein für die künftige Stadtentwicklung vor, der auch als Fortschreibung des bestehenden Entwicklungsleitbildes, den verantwortlichen Akteuren aus Einzelhandel, Verwaltung, Politik sowie weiteren Institutionen einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen liefert.

Der Umfang und die Komplexität der zu ergreifenden Maßnahmen machen ein zielgerichtetes und möglichst abgestimmtes Engagement aller Akteure erforderlich. Nur im Konsens ist eine Umsetzung der Empfehlungen zeitnah möglich. Dabei sollte jeder der beteiligten Akteure seine spezifischen Möglichkeiten einbringen.

Einzelhändler, Eigentümer und Investoren sind aufgefordert, die aufgezeigten Perspektiven sowohl quantitativ als auch qualitativ zu prüfen und, soweit vertretbar, umzusetzen. Insbesondere das Erreichen eines angemessenen Standards hinsichtlich der Verkaufsflächen und Außenpräsentation ist hier von Bedeutung.

Die Verwaltung der Stadt Landau in der Pfalz wird angesprochen, die planerischen und planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Umsetzung der aufgeführten Empfehlungen und Anregungen zu schaffen und relevante Maßnahmen im öffentlichen Raum zu forcieren.

Zudem sind alle Akteure aufgefordert, das Einzelhandelskonzept für Landau fortzuschreiben, um neue Entwicklungen der Rahmenbedingungen mit berücksichtigen zu können. Dazu zählen insbesondere größere Veränderungen in der Landauer Angebotsstruktur (z.B. Veränderungen im Verkaufsflächenangebot), die Veränderungen der wirtschaftlichen Situation oder Entwicklungen im Landauer Umland.

Abschließend wird darauf hingewiesen, dass die Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Landau in der Pfalz durch Beschlussfassung im Rat der Stadt politisch manifestiert werden sollte. So wird eine Akzeptanz von allen Beteiligten sowie Handlungssicherheit für alle Akteure erlangt und die künftige städtebauliche und einzelhandelsrelevante Entwicklung optimal gesichert und gestärkt.

12 Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau	36
Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Landau in der Pfalz.....	40
Abbildung 3: Angebotssituation im Landauer Stadtgebiet nach Warengruppen	43
Abbildung 4: Bevölkerungsentwicklung in der kreisfreien Stadt Landau in der Pfalz 2000-2050	74
Abbildung 5: Aktuelle und Ziel-Zentralitäten des Landauer Einzelhandels	76
Abbildung 6: Szenario I „Freies Spiel der Kräfte“ in der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung	78
Abbildung 7: Szenario II „Bewahrung“ in der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung.....	80
Abbildung 8: Szenario III „Steuerung mit Ausnahmen“	81
Abbildung 9: Künftiges Entwicklungsleitbild der Stadt Landau in der Pfalz „Räumlich-funktionale Gliederung“	83

Karten

Karte 1: Erhebungseinheiten in der Stadt Landau in der Pfalz.....	33
Karte 2: Lage im Raum	37
Karte 3: Landesplanerische Einordnung der Stadt Landau in der Pfalz	38
Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2008	41
Karte 5: Großflächige Betriebe im Stadtgebiet Landau	48
Karte 6: Lage der Einzelhandelsbetriebe im Landauer Stadtgebiet	49
Karte 7: Landauer Innenstadt.....	50
Karte 8: Einzelhandelsbetriebe in der Landauer Innenstadt.....	53
Karte 9: Einzelhandelsdichten in der Landauer Innenstadt.....	54
Karte 10: Innenstadt mit Lagequalitäten des Geschäftsbereiches	55
Karte 11: Standortbereich Johannes-Kopp-Straße / Guldengewann (D9)	56
Karte 12: Standortbereich Gewerbegebiet Nord.....	57
Karte 13: Fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten	62
Karte 14: Räumliches Standortprofil der Stadt Landau in der Pfalz.....	63

Karte 15:	Standortstruktur	90
Karte 16:	Vorschlag zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.....	93

Tabellen

Tabelle 1:	Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung.....	30
Tabelle 2:	Einwohner der Stadt Landau in der Pfalz nach Stadtteilen	40
Tabelle 3:	Verkaufsflächenangebot des Landauer Einzelhandels nach Warengruppen	44
Tabelle 4:	Kennwerte des Landauer Einzelhandels im Vergleich 1999 zu 2009	46
Tabelle 5:	Kennwerte des Landauer Einzelhandels im Vergleich mit anderen Kommunen	47
Tabelle 6:	Verkaufsflächen im Stadtkern unter Berücksichtigung der zentralen Lage	52
Tabelle 7:	Angebotsbausteine wohnungsnahe Grundversorgung	58
Tabelle 8:	Kennwerte der Grundversorgung in den Landauer Stadtteilen	59
Tabelle 9:	Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel	60
Tabelle 10:	Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel	60
Tabelle 11:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Landau in der Pfalz.....	68
Tabelle 12:	Branchenspezifischen Zentralität des Landauer Einzelhandels	71
Tabelle 13:	Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen	75
Tabelle 14:	Landauer Sortimentsliste.....	104
Tabelle 15:	Systematik der Grundsätze zur Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Landau in der Pfalz.....	108
Tabelle 16:	Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)	120

Anhang

13 Abkürzungsverzeichnis

B	Bundesstraße
BAB	Bundesautobahn
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
DGK	Deutsche Grundkarte
d.h.	das heißt
GE / GI	Baugebiet für gewerbliche / industrielle Nutzung (Bauleitplanung)
GPK	Glas / Porzellan / Keramik
i.S.v.	im Sinne von
IT	Informationstechnologie
LEP IV RP	Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz
LM	Lebensmittel
MI	Mischgebiet gemäß § 6 BauNVO
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
OVG	Oberverwaltungsgericht
PBS	Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
SB	Selbstbedienung
SO	Sondergebiet
VKF	Verkaufsfläche
vgl.	Vergleiche
WA	Allgemeines Wohngebiet gemäß § 4 BauNVO
z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil
ZVB	Zentraler Versorgungsbereich

14 Zentralität der Innenstadt

	Hauptbranche	Verkaufs- fläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Anteil an Gesamtumsatz in %	Zentralität
Innenstadt	Nahrungs- und Genussmittel	3.450	16,8	18	0,2
	Blumen / Zoo	140	0,2	5	0,1
	Gesundheits- und Körperpflegeartikel	2.580	10,2	53	0,7
	Schreibwaren / Papier / Bücher	2.170	9,5	74	1,1
	überwiegend kurzfristiger Bedarf	8.340	36,7	29	0,3
	Bekleidung / Wäsche	17.830	60,5	86	2,9
	Schuhe / Lederwaren	3.720	12,2	86	2,5
	Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel	1.800	6,0	50	1,8
	Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	2.730	9,3	83	1,9
	Sportartikel / Fahrräder / Camping	2.350	7,5	60	2,0
	überwiegend mittelfristiger Bedarf	28.430	95,4	80	2,5
	Wohneinrichtungsbedarf	1.450	2,1	30	0,4
	Möbel	2.830	4,2	9	0,3
	Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte	730	1,9	17	0,3
	Unterhaltungselektronik / Musik / Video / IT / Kommunikation /Foto	1.810	12,7	41	0,8
	medizinische und orthopädische Artikel	1.480	8,9	88	2,8
	Uhren / Schmuck	780	5,0	98	2,1
	Baumarktsortimente	870	1,1	4	0,1
	Gartenmarktsortimente	220	0,2	2	0,1
	überwiegend langfristiger Bedarf	10.160	36,3	24	0,5
	Aktionswaren / Sonstiges	540	1,0	72	0,5
	Summe	47.500	169,4	42	0,7

15 Legenden

Grundversorgung

-  SB-Warenhaus (ab 5.000 m²)
-  Supermarkt (800 - 1.499 m²)
-  Supermarkt (400 - 799 m²)
-  Lebensmitteldiscounter (> 800 m²)
-  Lebensmitteldiscounter (< 800 m²)
-  Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m²)
-  Lebensmittelmarkt (200 - 399 m²)
-  Lebensmittelladen (< 200 m²)
-  Getränkemarkt
-  Kiosk
-  Einzugsradius Lebensmitteleinzelhandel (600 m)
-  Einzugsradius Lebensmitteldiscounter (600 m)

Einzelhandelsdichte

-  1 bis 24 %
-  25 bis 49 %
-  50 bis 74 %
-  75 bis 89 %
-  90 bis 100 %

Zentraler Versorgungsbereich

Sonstiger Einzelhandel (< 800 m²)

- 400 - 799 m² Verkaufsfläche
- 200 - 399 m² Verkaufsfläche
- 100 - 199 m² Verkaufsfläche
- < 100 m² Verkaufsfläche

Darstellung der Bedarfsstufen

-  kurzfristiger Bedarf
-  mittelfristiger Bedarf
-  langfristiger Bedarf

Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m²)

-  Bau- / Gartenmarkt
-  Warenhaus
-  Lebensmittelmarkt
-  Möbelmarkt
-  sonstige

16 Erläuterungen zur Sortimentsliste

1. Glas / Porzellan / Keramik ohne Pflanzgefäße
2. Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und –geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
3. zu Campingartikeln zählen u.a. Zelte, Isomatten, Schlafsäcke; (ohne Wohnwagenzubehör, Bekleidung und Schuhe)
4. Gartenartikel /-geräte beinhaltet auch Pflanzgefäße (Terrakotta) und Gartenhäuser
5. Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
6. zum Caravanzubehör zählen u.a. Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
7. Bettwaren / Matratzen ohne Bettwäsche; Bettwaren umfassen u.a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
8. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen
9. Sportgroßgeräte umfassen u.a. Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel, Boote
10. Es ist darauf hinzuweisen, dass der Handel mit Kraftfahrzeugen und Motorrädern per Definition nicht zum Einzelhandel im engeren Sinne gehört. Im Rahmen der Landauer Sortimentsliste wurde er unter den nicht zentrenrelevanten Sortimenten aufgenommen, da er bauplanungsrechtlich als einzelhandelsrelevante Vorprägung einzustufen ist. Der Handel mit Kraftfahrzeugen und Motorrädern ist dabei jedoch nicht sondergebietspflichtig.
11. Büromaschinen umfassen u.a. Aktenvernichter, Beschriftungssysteme, Bindegeräte, Diktiergeräte, Falzmaschinen, Kopiergeräte, Schreibmaschinen, Tisch- und Taschenrechner
12. inkl. Wein / Sekt / Spirituosen
13. inkl. Kaffee / Tee / Tabakwaren
14. nur freiverkäufliche Pharmazeutika
15. bei Einordnung als nicht zentrenrelevant mit Zusatz: ohne Schuhe und Bekleidung
16. inkl. Holz

17 Glossar – Definition einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
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 letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u.a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, SB-Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs 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 wie die BBE Retail Experts GmbH & Co. KG, Köln oder die Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.
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 BBE Retail Experts GmbH & Co. KG, Köln ermittelt und jährlich aktualisiert. Daneben kann auch auf von der GfK oder MB Research ermittelte Kennziffern zurückgegriffen werden.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein maßgebliches Gütekriterium 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 Stadt / Region.
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 Leistungsstärke hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin.

Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder mehrere 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.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zuwiderlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
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 eines Ortes, der von den Anbietern gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Lebensmitteldiscounter	Ähnlich dem Supermarkt, jedoch Discountcharakter und i.d.R. keine Käse- oder Wursttheke (mit Bedienung), z.B. Aldi, Penny, Lidl. Verkaufsfläche i.d.R. 800 - 1.000 m ² , Selbstbedienung.
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind i.d.R. auch innenstadt- bzw. zentrenrelevant.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Handelsstandort, bestehend aus einem Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmittel-discounter. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit kein Zentrum). Ein Nahversorgungsstandort ist sowohl in städtebaulich integrierten als auch nicht-integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z.B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.

SB-Warenhaus	Nach dem Discountprinzip arbeitender Einzelhandelsgroßbetrieb, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mindestens 3.000 m ² bzw. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> / Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real).
Sonderstandort	Sonderstandorte des Einzelhandels sind Standorte des großflächigen Einzelhandels. Vorrangig handelt es sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe aus dem nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.
Stadtteilzentrum	Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter (z.T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Handelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z.T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z.B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie) vorhanden.
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	Verkaufsfläche mind. 400 m ² bis max. 1.500 m ² , Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, vorwiegend Selbstbedienung.
Umsatzkennziffer	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.
Verbrauchermarkt	Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m ² , breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.

<p>Verkaufsfläche</p>	<p>Gemäß Ziffer 2.4 des „Einzelhandelserlasses NRW“ vom 22.09.2008 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.</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 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, abwägt und verpackt. ■ Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (Einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials). ■ 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 (BVerwG, 24.11.2005, 4 C 10.04). ■ Flächen für die Pfandrücknahme sind ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche. ■ Flächen für Einkaufswagen gehören, sowohl innerhalb als auch außerhalb des Gebäudes gelegen, grundsätzlich zur Verkaufsfläche.
<p>Verkaufsflächenausstattung je Einwohner</p>	<p>Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl ist ein quantitativer Versorgungsindeikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.</p>
<p>Zentraler Versorgungsbereich</p>	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne des §2(2) BauGB, §9 (2a) BauGB, § 34 (3) BauGB, §11(3) BauNVO und §24a LEPro NRW) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben- oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Handel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p>

	<p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie).</p> <p>Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung, -präsentation.</p>
Zentrenrelevante Sortimente	<p>Zentrenrelevante Warengruppen zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit („Handtaschensortimente“) aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz 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 zentrenrelevanten 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 zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung 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 Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten).</p>