

Konzept

12/2020

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Neustadt an der Weinstraße



Impressum

AUFTRAGNEHMER

**Stadt + Handel Beckmann und
Führer Stadtplaner PartGmbH**
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Essen
Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER

Stadt Neustadt a. d. W.
Fachbereich Stadtentwicklung und
Bauwesen
Amalienstraße 6
67434 Neustadt a. d. W.

**BESCHLOSSEN DURCH DEN
STADTRAT NEUSTADT AN DER
WEINSTRASSE
AM 15.DEZEMBER 2020**

VERFASSER

**Dipl.-Ing. Marc Führer
M.A. Jens Nußbaum
Geogr. M.A. Andreas Q. Schuder
M.Sc. Lena Dehof
M.Sc. Marcel Lessmann (GbR)**

Karlsruhe, den 16.12.2020

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Die Stadt + Handel Beckmann und Führer Stadtplaner PartGmbH hat bei der Umsetzung des vorliegenden Projektes mit der Stadt + Handel Dienstleistungen GbR (Hörder Hafenstraße 11, 44263 Dortmund) zusammengearbeitet. Mögliche Mitarbeiter der Stadt + Handel Dienstleistungen GbR sind bei den Verfasserangaben mit dem Zusatz „GbR“ gekennzeichnet.

Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
1	Einführung	5
2	Rechtliche Rahmenvorgaben	8
2.1	Rechtliche Einordnung von Einzelhandelskonzepten	8
2.2	Raumordnerische Regelungen	9
3	Methodik	13
4	Markt- und Standortanalyse	16
4.1	Trends im Einzelhandel	16
4.2	Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen	23
4.3	Gesamtstädtische Nachfrageanalyse	25
4.4	Gesamtstädtische Angebotsanalyse	28
4.5	Städtebauliche Analyse	34
4.6	Nahversorgungsanalyse	40
4.7	Zwischenfazit	45
5	Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung	49
5.1	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	49
5.2	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Neustadt a. d. W.	60
6	Einzelhandelskonzept für Neustadt a. d. W.	62
6.1	Zentrenkonzept	62
6.2	Nahversorgungskonzept	73
6.3	Ergänzungsstandortkonzept	91
7	Sortimentsliste	94
7.1	Methodische Herleitung	94
7.2	Sortimentsliste für Neustadt a. d. W.	95
8	Steuerungsleitsätze	101
8.1	Einordnung und Begründung der Steuerungsleitsätze	101
8.2	Steuerungsleitsätze für Neustadt a. d. W.	101
9	Schlusswort	106
	Exkurs: Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Einzelhandel in Neustadt und das Einzelhandelskonzept	109
	Ausgangssituation	109
	Szenarien für den Einzelhandel und die Innenstädte	110
	Handlungserfordernisse und Lösungswege	112

Die Einzelhandelsentwicklung unterliegt bundesweit einer deutlichen Dynamik mit erheblichen Auswirkungen auf städtische Strukturen und Funktionen. Diese Wirkungen sind auch in der Stadt Neustadt an der Weinstraße¹ zu erkennen: Veränderte Rahmenbedingungen auf der Angebotsseite (z. B. anhaltende Konzentrationsprozesse, Entwicklung neuer Betriebstypen und des Online-Handels, steigende Standortanforderungen) und der Nachfrageseite (z. B. demografischer Wandel, Individualisierungsprozesse, Änderungen im Konsumverhalten) äußern sich in Mittelstädten wie Neustadt a. d. W. in Form von Betriebsaufgaben kleinerer, inhabergeführter Geschäfte auf der einen Seite und Einzelhandelsansiedlungen bzw. -verlagerungen von meist flächenintensiven, filialisierten Betrieben auf der anderen Seite.

Den größtenteils betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsunternehmen sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Zusätzlich sind lokale und regionale Strukturmerkmale zu berücksichtigen. Die Stadt Neustadt a. d. W. hat in der Funktion als Mittelzentrum in Bezug auf den Einzelhandel vornehmlich die Versorgung für den qualifizierten Grundbedarf sowie zusätzlich für den gehobenen Bedarf für ihre Bürger und den Mittelbereich zu übernehmen. Die Sicherung und Weiterentwicklung eines leistungsfähigen und gleichzeitig städtebaulich zielführenden Nahversorgungsangebotes und entsprechender Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs zählt somit, insbesondere vor dem Hintergrund der demografischen und gesellschaftlichen Veränderungen, zu den Zukunftsaufgaben Neustadts. Des Weiteren steht Neustadt a. d. W. in einem durchaus starken Wettbewerbsumfeld in der Region Rhein-Neckar, so dass die Sicherung und Stärkung der Bedeutung als Einzelhandelsstandort ein erklärtes stadtentwicklungspolitisches Ziel der Stadt Neustadt a. d. W. ist.

Gleichzeitig gilt es, das Innenstadtzentrum in seiner Funktion als städtebauliche, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Mitte der Stadt zu sichern und weiterzuentwickeln, wie auch die Nahversorgungsstandorte hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielstellungen der Stadt Neustadt a. d. W. eine bedeutende Rolle. Inwiefern der Einzelhandel einen Beitrag zu diesem Ziel zu leisten vermag, wird im folgenden Konzept spezifiziert.

Im Jahr 2011 fand im Auftrag der Stadt Neustadt a. d. W. bereits eine Untersuchung der Angebots- und Nachfragestrukturen des Einzelhandelsbestands im Zusammenhang mit der Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes² für die Stadt Neustadt a. d. W. statt. Angesichts der oben beschriebenen Dynamik im Einzelhandel wird nach nunmehr acht Jahren nach der ersten Konzepterstellung die Notwen-

¹ Im Folgenden als Neustadt a.d.W. abgekürzt.

² Im Folgenden als EHK abgekürzt.

digkeit gesehen, das Einzelhandelskonzept fortzuschreiben. Auch die zwischenzeitlich angepassten rechtlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen erfordern eine Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes.

Die Stadt Neustadt a. d. W. beabsichtigt daher, die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Zentren- und Standortstruktur auf eine entsprechend tragfähige, städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die Leitfunktion des Einzelhandels in der Innenstadt stabilisiert bzw. ausgebaut und dadurch auch die Vitalität und Attraktivität gesichert werden. Nicht zuletzt wird durch die Gesamtkonzeption eine funktionierende, wohnortnahe Grundversorgung gesichert und optimiert. Dabei werden die folgenden Schwerpunkte gesetzt:

- Überprüfung und Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze der Landesplanung sowie der regionalplanerischen Vorgaben.
- Markt- und Standortanalyse der aktuellen Einzelhandelssituation in Neustadt a. d. W. inkl. Aufzeigen der Entwicklung seit der letzten Einzelhandelsbestandserhebung im Jahr 2011 sowie einer dezidierten Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Neustadt a. d. W. unter Berücksichtigung der Nahversorgungsstrukturen.
- Darstellung der zukünftigen absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale vor dem Hintergrund der Bevölkerungsentwicklung, den allgemeinen angebots- und nachfrageseitigen Trends im Einzelhandel sowie dem Versorgungsauftrag der Stadt Neustadt a. d. W.
- Ableitung übergeordneter Entwicklungszielstellungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Neustadt a. d. W.
- Überprüfung, Abgrenzung, Beschreibung und Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs von Neustadt a. d. W. sowie Darstellung der städtebaulich-funktionalen Stärken und Schwächen.
- Empfehlungen und Maßnahmen zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. sowie zur Sicherung und Weiterentwicklung einer ausgewogenen Nahversorgungsstruktur in der Kernstadt und an den Nahversorgungsstandorten.
- Überarbeitung der Neustadter Sortimentsliste und Anpassung an aktuelle Einzelhandelsentwicklungen sowie die Rechtsprechung.
- Steuerungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzung ermöglichen.

Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Neustadt a. d. W. zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung sowie Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern zur Verfügung. Zudem enthält das Einzelhandelskonzept auch Inhalte und Empfehlungen, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: die Wirtschaftsförderung, die örtliche Händlergemeinschaft, das Stadtmarketing sowie die Bürger aus Kunden- und Besucherperspektive.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden alle wichtigen Zwischenschritte und erarbeiteten Empfehlungen eng zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt und zusätzlich in einem begleitenden Arbeitskreis erörtert. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten in Neustadt a. d. W. Berücksichtigung finden.

Das Einzelhandelskonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung und den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzepts ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die relevanten landes- und regionalplanerischen Vorgaben skizziert. Weitere rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. zur Abgrenzung und Schutzfunktion von zentralen Versorgungsbereichen, zu Nahversorgungsstandorten und zur Sortimentsliste) finden sich in den einzelnen Teilkapiteln in inhaltlicher Zuordnung zu den jeweiligen Themenbereichen.

2.1 RECHTLICHE EINORDNUNG VON EINZELHANDELSKONZEPTEN

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: Durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtischer gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger sowie Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in Neben- oder Stadtteilzentren und an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets raumordnerische oder städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (ZVB) gehört.

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung³. Der Bundesgesetzgeber hat mit den Novellen des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. Die Bedeutung von kommunalen Einzelhandelskonzepten für die Rechtfertigung der Planung hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) deutlich hervorgehoben.⁴

Darüber hinaus gewährleistet das vorliegende Einzelhandelskonzept eine Konformität zu den Zielen und Grundsätzen der Landes- und Regionalplanung.

³ Vgl. zahlreiche Urteile zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. OVG NRW Urteil vom 19.06.2008 – AZ: 7 A 1392/07, bestätigt das BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – AZ: 4 C 2.08; OVG NRW Urteil vom 15.02.2012 – AZ: 10 D 32/11.NE).

⁴ Vgl. BVerwG Urteile vom 27.03.2013 – AZ: 4 CN 6/11, 4 CN 7/11, 4 C 13/11.

Das Einzelhandelskonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzeptes ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, damit es in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist.

2.2 RAUMORDNERISCHE REGELUNGEN

Eine wichtige Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden, trotz der kommunalen Planungshoheit, die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend der lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Neustadt a. d. W. wesentlichen Vorgaben aus der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

Landesplanerische Vorgaben

In Rheinland-Pfalz gilt seit Oktober 2008 das Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), in dem landesplanerische Vorgaben für großflächige Einzelhandelsvorhaben formuliert werden. Der Ministerrat hat in seiner Sitzung am 21. Juli 2015 die Zweite Teilfortschreibung des Landesentwicklungsprogramms (LEP IV) beschlossen. Die entsprechende Zweite Landesverordnung zur Änderung des Landesentwicklungsprogramms (hier relevant Änderung Z 61) ist am 22. August 2015 in Kraft getreten. Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug auf Einzelhandelsstandorte sind in Kapitel 3 des LEP IV niedergelegt:

- **[G 56]** „Die Sicherung einer wohnortnahen und qualitativen Versorgung der Bevölkerung mit öffentlichen und privaten Einrichtungen und Dienstleistungen soll durch die zentralen Orte in den Mittelbereichen und in Aufgabenteilung in den mittelzentralen Verbänden wahrgenommen werden.“
- **[Z 57]** „Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betriebe mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m² Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung erforderlich ist.“
- **[Z 58]** „Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, zulässig (städtebauliches Integrationsgebot). Die städtebaulich integrierten Bereiche („zentrale Versorgungsbereiche“ im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.“

- [Z 59] „Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig. Diese sind ebenfalls von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.“
- [Z 60] „Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulichen integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nichtbeeinträchtigungsgebot). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.“
- [Z 61] „Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzungen in der Bauleitplanung entgegenzuwirken (Agglomerationsverbot). Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Grenze der Großflächigkeit überschreitet, sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln. Haben sich bereits Agglomerationsbereiche außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche gebildet, so sind diese als Sondergebiete des großflächigen Einzelhandels in der Bauleitplanung auszuweisen und in ihrem Bestand festzuschreiben.“
- [G 62] „Die Ergänzungsstandorte, die außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche eines zentralen Ortes liegen, sollen in örtliche bzw. regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden.“
- [G 63] „Um wesentliche Versorgungsschwächen im ländlichen Raum zu vermeiden, sollen Modelle erprobt und bei erfolgreichem Einsatz fortgesetzt werden, die den Einzelhandel mit Zusatzfunktionen (Post/-Bank/Dienstleistungen) – auch als mobile Einrichtungen - verknüpfen.“

Neben den Zielen und Grundsätzen ist die zentralörtliche Gliederung des Landes eine wichtige Grundlage für die Bewertung und Konzeption von relevanten Einzelhandelsstandorten, da sie das Spiegelbild überörtlicher Verflechtungen, Aufgabenteilungen und Versorgungsfunktionen ist (vgl. LEP IV, Kapitel Zentrale-Orte-Struktur).

Regionalplanerische Vorgaben

Der einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar (Stand 2014) beinhaltet die überörtliche, überfachliche und zusammenfassende Landesplanung im Gebiet der Planungsregion Rhein-Neckar. Der regionale Raumordnungsplan vertieft und konkretisiert das Landesentwicklungsprogramm und enthält Ziele und Grundsätze, die gemäß § 1 (4) BauGB in der Bauleitplanung sowie in den Fachplanungen zu beachten bzw. zu berücksichtigen sind.

- **Z 1.7.1.1 Gebot der verbrauchernahen Versorgung**
Die verbrauchernahe Versorgung (Nahversorgung) zur Deckung des kurzfristigen, täglichen Bedarfs (insbesondere mit Lebensmitteln) soll in allen Städten und Gemeinden der Metropolregion Rhein-Neckar gewährleistet

und sichergestellt werden. Hierzu soll eine auf die örtliche Grundversorgung abgestimmte Ansiedlung und Sicherung von Einzelhandelsbetrieben in räumlicher und funktionaler Zuordnung zu den Stadt- und Ortsteilzentren angestrebt werden. Die für den Fußgänger- und Fahrradverkehr gut erschlossenen sowie mit dem öffentlichen Personennahverkehr erreichbaren integrierten Standorte sollen gefördert und gesichert werden. Dabei sollen die Belange von nicht motorisierten und in ihrer Mobilität eingeschränkten Personen, Familien mit Kindern, Personen, die Beruf und Familie vereinbaren, älteren und betagten Menschen und Menschen mit Behinderungen berücksichtigt werden.

- **Z 1.7.1.2 Zentralitätsgebot**

Einzelhandelsgroßprojekte sind in der Regel nur in den Ober-, Mittel- sowie in Baden-Württemberg in den Unterzentren zulässig. In Rheinland-Pfalz gilt dies auch in den Grundzentren für Vorhaben bis max. 2.000 m² Verkaufsfläche. Ausnahmsweise kommen für Einzelhandelsgroßprojekte auch andere Standortgemeinden in Betracht, wenn dies ausschließlich zur Sicherung der Nahversorgung geboten ist und keine negativen Auswirkungen auf Ziele der Raumordnung zu erwarten sind. Für den baden-württembergischen Teil gilt die Ausnahmeregelung für andere Standortgemeinden⁵ auch dann, wenn diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind. Z 1.7.2.3 bis Z 1.7.2.5 gelten entsprechend.

- **Z 1.7.2.4 Beeinträchtungsverbot**

Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde, anderer Zentraler Orte sowie die Nahversorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich nicht wesentlich beeinträchtigen.

- **Z 1.7.2.5 Integrationsgebot**

Einzelhandelsgroßprojekte sind an städtebaulich integrierten Standorten anzusiedeln. Ausnahmsweise kommen für Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Warensortimenten (vgl. Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3) entsprechend Z 1.7.3.2. auch andere Standorte in Betracht.

- **Z 1.7.3.1 Zentralörtliche Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte**

In den Ober-, Mittel- sowie im baden-württembergischen Teilraum in den Unterzentren sind Einzelhandelsgroßprojekte in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten „Zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ anzusiedeln. Die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten Sortimenten (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) ist nur in diesen Standortbereichen zulässig.

Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten, die ausschließlich der Nahversorgung dienen (vgl. Sortimentsliste; Begründung zu

⁵ Diese Standortgemeinden sind: in Baden-Württemberg Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion gemäß Plansatz (Z) 3.3.7 sowie (Z) 2.5.11 des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg vom 23. Juli 2002, in Hessen die zentralen Ortsteile der Grundzentren (Unter- und Kleinzentren) gemäß Plansatz (Z) 4.1.2 des Landesentwicklungsplans Hessen vom 13. Dezember 2000 und in Rheinland-Pfalz Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnern bis max. 1.600 m² Verkaufsfläche gemäß (Z) 57 des Landesentwicklungsprogramms Rheinland-Pfalz (LEP IV) vom 7. Oktober 2008.

Z 1.7.3.3) kommen ausnahmsweise auch an anderen integrierten Standorten in Betracht, sofern keine schädlichen Wirkungen insbesondere auf „zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB“ und die verbraucher-nahe Versorgung der Standortgemeinde sowie anderer Gemeinden und deren Ortskerne zu erwarten sind.

- **Z 1.7.3.2 Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte**

Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sind auch in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten „Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte“ zulässig, sofern für solche Betriebe in den „Zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ keine geeigneten Flächen zur Verfügung stehen. Im Einzelfall ist die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ ausnahmsweise möglich, wenn in diesen keine geeigneten Flächen verfügbar sind, die raumordnerische Verträglichkeit Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte Z 38 entsprechend Z 1.7.2.1 nachgewiesen wird und sich das Vorhaben in ein kommunales Einzelhandelskonzept einfügt.

- **Z 1.7.3.3 Zentrenrelevante Randsortimente**

Zentrenrelevante Randsortimente sind in den „Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte“ sowie in den unter Z 1.7.3.2 definierten Ausnahmefällen zulässig, sofern sie gemäß Z 1.7.2.1 raumordnerisch abgestimmt sind. Sie sind auf insgesamt maximal zehn Prozent der Gesamtverkaufsfläche, höchstens jedoch 800 m² Verkaufsfläche zu begrenzen.

- **Z 1.7.4.1 Einzelhandelsagglomeration**

Mehrere nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, bei denen auf Grund ihrer engen räumlichen und funktionalen Verknüpfung negative raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen zu erwarten sind (Agglomeration), sind zu vermeiden und raumordnerisch wie ein Einzelhandelsgroßprojekt zu beurteilen.

- **Z 1.7.4.2 Bestandsschutz von Einzelhandelsgroßprojekten**

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe an Standorten außerhalb der „Zentralörtlichen Standortbereiche und der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ genießen Bestandsschutz. Bestandsorientierte Modernisierungen sollen unter Beachtung der vorstehenden Plansätze auf ihre Raumverträglichkeit geprüft werden. Eingetretene raumordnerische und städtebauliche Fehlentwicklungen dürfen dabei nicht weiter verfestigt werden.

Die regionalen Rahmenvorgaben zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Neustadt a. d. W. sind im vorliegenden Einzelhandelskonzept entsprechend berücksichtigt worden. Das kommunale Einzelhandelskonzept konkretisiert diese Zielstellungen auf der gesamtstädtischen Ebene und ist künftig als die entscheidende Abwägungsgrundlage im Rahmen der Bauleitplanung zu berücksichtigen.

3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem Einzelhandelskonzept zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische, empirische Erhebungen zurückgreifen.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes folgende Leistungsbausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

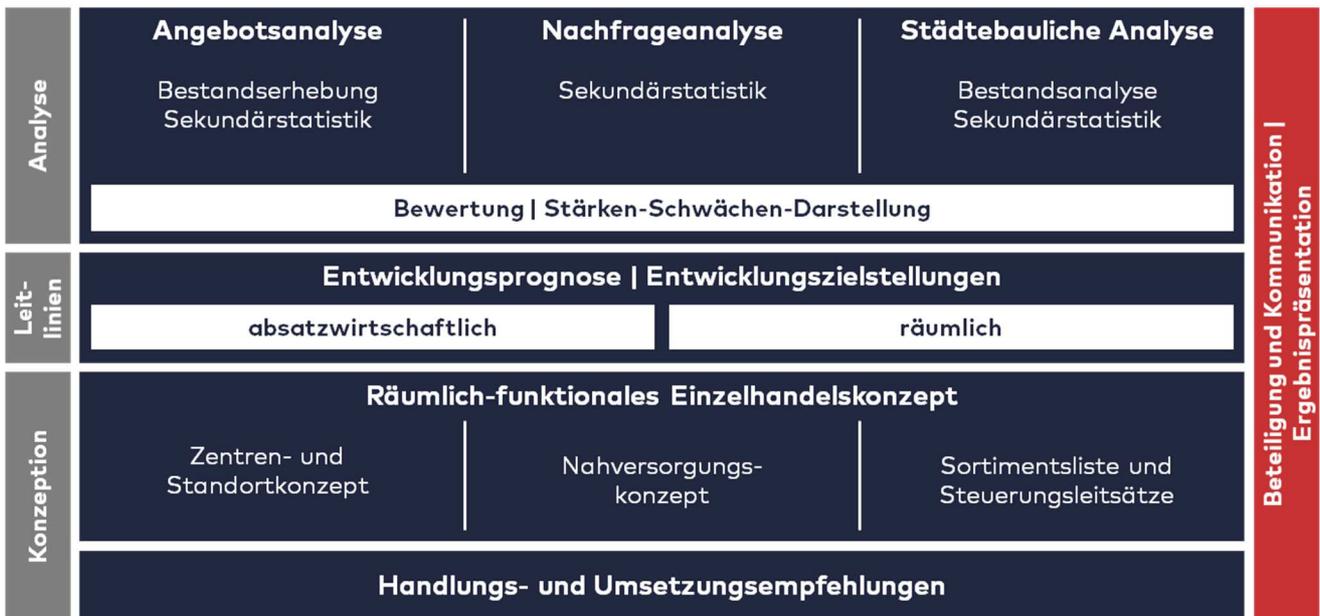


Abbildung 1: Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Städtebauliche Analyse

Für zentrale Versorgungsbereiche und sonstige durch Einzelhandelsagglomerationen geprägte Standorte erfolgt eine städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

Begriff der städtebaulich integrierten Lage

In diesem Bericht werden Lagebereiche hinsichtlich ihrer städtebaulichen Integration (d. h. hinsichtlich ihres räumlich-funktionalen Zusammenhangs zu Wohnbebauung und ihrer fußläufigen Erreichbarkeit) bewertet. Diese ist oftmals gegeben, wenn Einzelbetriebe oder Ansammlungen kleiner, weniger Betriebe in Wohnbereiche eingebettet und an den ÖPNV angebunden sind, aber die Dichte der Bebauung und des Einzelhandels keine Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches rechtfertigen.

Empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kommen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung:

Tabelle 1: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestands- erhebung	Erhebung durch Stadt + Handel	07/2019	Flächendeckende Vollerhebung	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse, zentrenergän- zende Funktionen, Leerstände
Sekundär- statistische Analysen	Kaufkraftzahlen IFH Retail Consul- tants GmbH	2019	Berechnung der Umsatzwerte durch Stadt + Handel auf Basis bran- chen- und betriebsüblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus Un- ternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Hahn Retail Real Estate Report, IFH/BBE Struktur- und Marktdaten)	
Arbeits- kreissitzun- gen	Durchführung durch Stadt + Handel	09/2019 11/2019	Prozessbegleitender Facharbeitskreis (Teilnahme: Verwaltung, Poli- tik, Multiplikatoren, Einzelhan- delsvertreter, Landesplanung)	Diskussion der Ergebnisse der Analyse- phase sowie der konzeptionellen Bau- steine des Einzelhandelskonzeptes

Quelle: Darstellung Stadt+Handel.

Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe wurde im Juli 2019 im Neu-
stadter Stadtgebiet flächendeckend durchgeführt. Wegen der grundsätzlichen
Bedeutung für die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Untersuchungen
sind neben dem Ladeneinzelhandel auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks
(z. B. Fleischer, Bäcker), Tankstellenshops sowie Kioske erfasst worden. Darüber
hinaus sind Ladenleerstände – soweit eine vorherige Einzelhandels- oder laden-
ähnliche Dienstleistungsnutzung erkennbar war – als wichtiger Indikator der Ein-
zelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen in zentralen Bereichen auf-
genommen worden. Im Juli 2019 wurden außerdem die zentrenergänzenden
Funktionen in der Innenstadt erhoben, da Art und Dichte ergänzender öffentlicher
wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastro-
nomie, Bildung und Kultur etc.) Bestandteile von zentralen Versorgungsbereichen
sind.

Bei der von Stadt + Handel durchgeführten Erhebung wurden neben der Lage der
Betriebe zwei zentrale Messgrößen erfasst: Zum einen wurden die Verkaufsflä-
chen der einzelnen Anbieter erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse
sowohl der Kern- als auch Nebensortimente realitätsnah abbilden zu können. Zum
anderen wurden die Warensortimente differenzierter aufgeschlüsselt und ermög-
lichen so – mit Blick auf die Identifizierung innenstadtrelevanter Sortimente – eine
hinreichend konkrete Steuerung des Einzelhandels.

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt wor-
den; die Gesamtverkaufsfläche (VKF) ist differenziert nach innen und außen lie-
gender VKF ermittelt worden. Dabei ist je nach Situation entweder die eigenstän-
dige Vermessung der VKF oder die persönliche Befragung des Personals bzw. des

Inhabers/Geschäftsführers in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes findet dabei Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen worden und entsprechend kenntlich gemacht, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen aufgrund von Betriebsaufgaben).

Ergänzend zu den Sortimenten und der Verkaufsfläche wurde außerdem die städtebauliche Lage jedes Betriebs erfasst. Diese Daten sind zur Bewertung der Einzelhandelsstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstruktur in Neustadt a. d. W. Einführend werden zunächst die relevanten Trends im Einzelhandel sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

4.1 TRENDS IM EINZELHANDEL

Der Einzelhandel unterliegt als dynamischer Wirtschaftsbereich einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei bundesweite Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucherverhalten determinieren sich dabei wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder“ und „Folgeeffekt“ nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist. Neben der Skizzierung dieser wechselseitigen Trends werden ebenso die aus den dargestellten Trends emergierenden Herausforderungen für die Stadt Neustadt a. d. W. als Mittelzentrum sowie Rückschlüsse auf die örtliche Zentrenstruktur dargelegt.

4.1.1 Nachfrageseitige Aspekte

Wertewandel: Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit⁶, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen.

Individualisierung: Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert.⁷ Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

Demografischer Wandel: Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu.⁸ Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Be-

⁶ LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)

⁷ 2016: rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41 % Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56 % Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).

⁸ 2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

deutung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Zudem steigt das Interesse an innerstädtischem Wohnen insbesondere auch bei den jungen Alten.

Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Bringdienste).

Online-/Sharing-Affinität: Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen“) wird auf Konsumentenseite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv und unterscheiden sich deutlich zwischen den Warengruppen.

Für die Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs ist derzeit von eher geringen Auswirkungen des Online-Handels auf den stationären Einzelhandel auszugehen. Im Gegensatz dazu sind in den innenstadtrelevanten Warengruppen bereits heute schon hohe Umsatzanteile in den Online-Handel abgeflossen. Prognosen sehen dabei in ausgewählten Warengruppen (insb. Bekleidung, Schuhe) in den nächsten fünf Jahren Umsatzanteile von mehr als einem Drittel bis zu der Hälfte der Umsätze in den Online-Handel abfließen. Ebenfalls ist die Sharing-Affinität in den nicht verbrauchbaren Warengruppen höher, wobei sich dies insbesondere im Bereich Neue Medien/Unterhaltungselektronik im Bereich des Musik- und Videostreamings zeigt.

Insbesondere die Innenstadtzentren von Mittelzentren befinden sich deshalb in stärkerer Konkurrenz zum Online-Handel. Im Gegensatz zu den Grundzentren weisen sie hohe Angebote in stark vom Online-Handel betroffenen Warengruppen auf (u. a. Bekleidung, Schuhe, Neue Medien/Unterhaltungselektronik). Im Vergleich zu Großstädten verfügen Mittelzentren allerdings nicht im gleichen Maße über wirksame Wettbewerbsvorteile, wie z. B. eine starke Erlebnisorientierung bzw. hohe Kopplungseffekte. Umso wichtiger ist daher vielerorts eine auf die jeweilige Innenstadt individuell abgestimmte Positionierungsstrategie.



Abbildung 2: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse

Quelle: Fotos (von links nach rechts) Fotos © M-SUR/Fotolia, © Worawut/AdobeStock, © oneinchpunch/Fotolia, © zapp2photo/Fotolia.

Kopplung und Entkopplung von Konsum: Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender

Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte“ Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte *one-stop-shopping* begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundensicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch“ ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben.

Erlebnisorientierung: Der Erlebniseinkauf spielt nicht nur beim klassischen „Einkaufsbummel“ eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Insbesondere für Mittelstädte besteht aber die Gefahr, zwischen dem vielfältigen, spezialisierten und emotional aufgeladenem Angebot in Großstädten und der pragmatisch-räumlichen Nähe grundlegender Handels- und Dienstleistungsnutzungen in Kleinstädten aufgerieben zu werden. Zielgruppenorientierte attraktive Konsum- und Erlebniswelten in Shopping Centern einerseits und ein breites preissensibles Warenangebot in großen Fachmarktzentren andererseits verstärken die Wettbewerbsintensität deutlich.

Segmentierung der Nachfragemärkte: Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: Erlebniseinkauf (*lifestyle shopping*), Bequemlichkeitseinkauf (*convenience shopping*), Preiseinkauf (*discount shopping*) und Schnäppcheneinkauf (*smart shopping*). Neben dem für den Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher“ je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen.

Preis-/Zielgruppenpolarisierung: Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck. Dabei ist auch die Insolvenz mehrerer Warenhausketten ein Indiz für die zunehmende Preis- und Zielgruppenpolarisierung.

In Mittelstädten sind in den Innenstädten zum Teil qualitativ höherwertige Angebote vorzufinden, welche sich jedoch z. T. auf den Bereich Nahrungs- und Genussmittel beschränken. Neben den qualitativ höherwertigen Angebotsstrukturen fungieren discountorientierte Angebote (z. B. Lebensmitteldiscounter, Non-Food-Discounter, Sonderpostenmärkte, Bekleidungsfachmärkte mit Discount-Charakter) als Ankerbetriebe. Ein klarer Zielgruppenfokus ist oftmals nicht mehr gegeben. Bei eingeschränkter Warenvielfalt und fehlender, zielgruppenspezifischer Positionierung stehen zudem nachgeordnete zentrale Versorgungsbereiche nicht mehr oder nur nachrangig im Fokus von Einzelhandelsentwicklungen. Die Folge ist ein möglicher Verlust der Versorgungsfunktion und damit einhergehende Trading-Down-Prozesse.

4.1.2 Angebotsseitige Aspekte

Filialisierung/Konzentration: Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig – besonders deutlich wird dies insbesondere in Klein- und Mittelstädten. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer stark ausgeprägten Filialisierung sprechen. Dies betrifft im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel (siehe Abbildung 3).

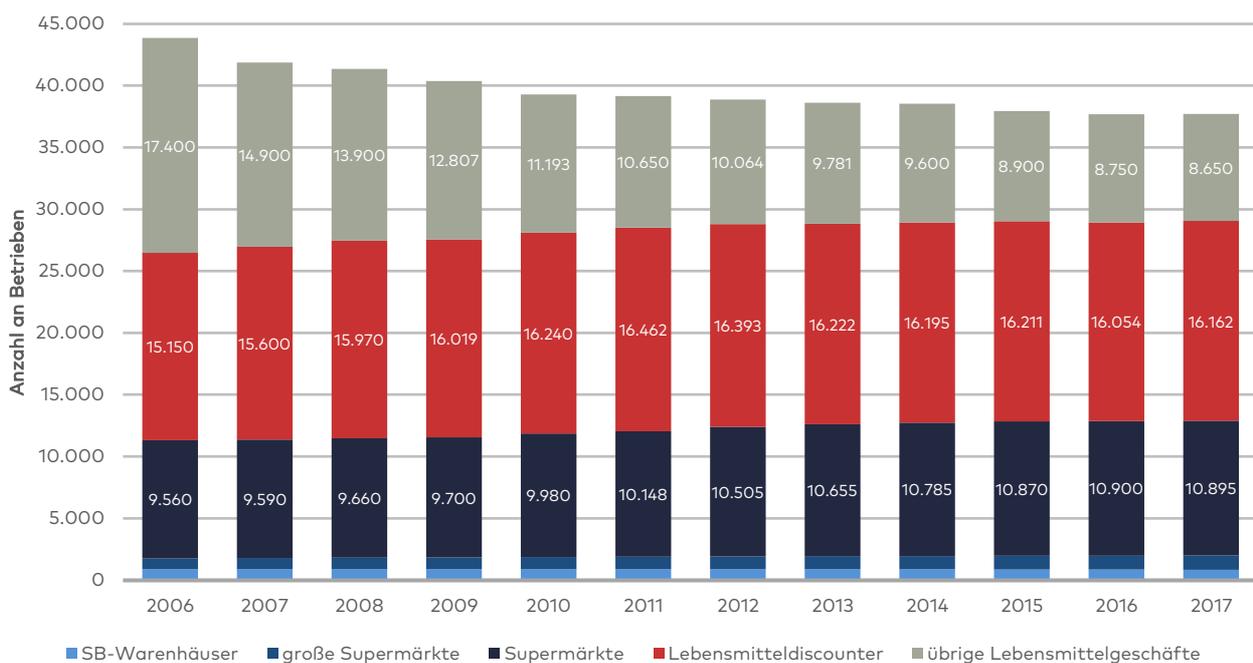


Abbildung 3: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Bei Drogeriefachmärkten lässt sich aktuell als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen ein lebhaftes Expansionsgeschehen beobachten, welches sich im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung fokussiert.

Im Rahmen der Standortpräferenzen der Einzelhandelsunternehmen geht dies mit einer Orientierung auf autokundenorientierte, meist städtebaulich nicht integrierte Standorte einher. Daneben liegen die Innenstädte der Großstädte im Fokus der Expansionsabteilungen. In Mittelzentren hingegen ist ein deutlich geringe-

res Expansionsbestreben zu erkennen. Dieser ist kleinräumig neben den Innenstädten auf Fachmarktzentren und nachgelagert auf Shopping-Center fokussiert.

Wandel der Betriebsformen: Neben dem Entstehen und dem Bedeutungsgewinn meist großflächiger Betriebsformen von städtebaulicher Bedeutung, wie z. B. Shopping-Center, Factory-Outlet-Center und Fachmarktzentren, verlieren andere Handelsformate (z. B. Warenhäuser) unter anderem aufgrund ihrer undifferenzierten Zielgruppenansprache und der Einkommens- und Zielgruppenpolarisierung bei den Verbrauchern an Bedeutung. Eindrucksvoll belegt wird diese Entwicklung durch die zahlreichen Schließungen von Warenhäusern (u. a. Hertie, Karstadt). Moderne Handelsformate weisen in vielen Fällen ein hohes Maß an Spezialisierung (z. B. Bio-Supermärkte, Mode-Geschäfte für spezielle Zielgruppen) und vertikalisierte Wertschöpfungsketten (z. B. Fast-Fashion-Anbieter) auf und haben das kundenseitige Bedürfnis nach Emotionalität, Multikontextualität und multisensorischer Erfahrung erkannt. Insbesondere Shopping-Center investieren verstärkt in Branchenmix, Verweilqualität und Nutzungsvielfalt jenseits des Einzelhandels, v. a. in Gastronomieangebote. Sie entwickeln sich systematisch zu sozialen Orten und vermarkten sich als „Ort der Überraschung“. Die Aufgabe von mittelzentralen Innenstädten wird es zukünftig sein, eine von Kunden angenommene Positionierung zu finden neben den hochgradig attraktiven Shopping-Konzepten und den oberzentralen Innenstädten mit einem Mix aus Einkauf, Erlebnis, Gastronomie, Kultur und Entertainment.

Im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen festzustellen. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (Betriebe und Umsatz) ergeben sich insbesondere für (große) Supermärkte, welche maßgeblich vom Wertewandel profitieren. Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmitteldiscounter nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und 2000er Jahren im Übergang zur Reifephase. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes infolge eines Trading-Up-Prozesses sowie einer Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen. Auch Drogeriefachmärkte stellen zunehmend hybride Betriebskonzepte dar und positionieren sich als „Kleinkaufhäuser“ mit einem entsprechend großen Warenspektrum. Die somit gleichermaßen hohe Bedeutung für die Nahversorgung und für die zentralen Versorgungsbereiche gilt es daher verstärkt und sorgfältig abzuwägen.

Umsatzentwicklung: Der bis 2009 zu beobachtende Trend zurückgehender Flächenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen stationärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben einem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die weiter oben beschriebenen Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bedingt.⁹ Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre) Umsätze und Flächenproduktivitäten vieler Betriebe v. a. bedingt durch den Online-Handel sowie mit räumlichem Fokus auf Klein- und Mittelstädte.

⁹ In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren wird rd. 49 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet (vgl. EHI Retail Institute 2017).

Verkaufsflächen- und Standortansprüche: Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist sowohl im Lebensmittel- als auch im Drogeriewarenhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpassungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen sowie einer steigenden Sortimentsbreite und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen) ergibt.¹⁰ Auch wenn es für Supermärkte (und neuerdings auch verstärkt für Lebensmitteldiscounter) kleinere City- und Metropolfilialkonzepte gibt, sind diese Entwicklungen in Mittelstädten aufgrund geringerer Passantenfrequenzen aktuell noch nicht zu realisieren. Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch zunehmend bereit, von ihren standardisierten Marktkonzepten abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Parkplatzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadtregionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen.

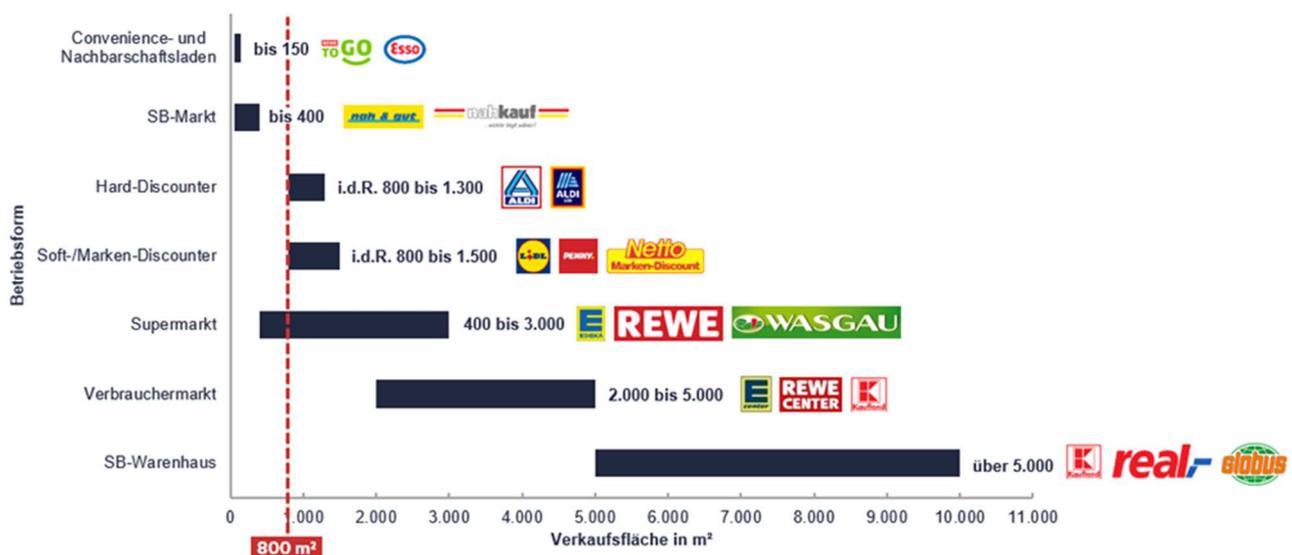


Abbildung 4: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis ILG Gruppe 2019 (leicht modifiziert und ergänzt).

Neue Handelsformen und -formate: Mit Blick auf die einzelhandelsspezifischen Entwicklungen zeigt sich eine Ausdifferenzierung hinsichtlich des Aufkommens neuer Handelsformen. Neben dem Entstehen und dem Bedeutungsgewinn meist großflächiger Betriebsformen von städtebaulicher Bedeutung, wie Shopping-

¹⁰ Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche: Lebensmitteldiscounter 2006 rd. 706 m², 2016 rd. 804 m² (+14 %); (große) Supermärkte 2006 rd. 1.063 m², 2016 rd. 1.245 m² (+17 %).

Centern und Fachmarktzentren, verlieren andere Handelsformate (z. B. Warenhäuser) unter anderem aufgrund ihrer undifferenzierten Zielgruppenansprache und der Einkommens- und Zielgruppenpolarisierung bei den Verbrauchern an Bedeutung. Eindrucksvoll belegt wird diese Entwicklung durch die zahlreichen Schließungen von Warenhäusern (u. a. Hertie, Karstadt). Moderne Handelsformate weisen in vielen Fällen ein hohes Maß an Spezialisierung (z. B. Bio-Supermärkte, Mode-Geschäfte für spezielle Zielgruppen) und vertikalisierte Wertschöpfungsketten (z. B. Fast-Fashion-Anbieter) auf und haben das kundenseitige Bedürfnis nach Emotionalität, Multikontextualität und multisensorischer Erfahrung erkannt. Die Initiierung jener neuen Handelskonzepte als Antwort auf den anhaltenden Strukturwandel im Einzelhandel zielen auf den Aufbau dieses faszinierenden und emotional aufgeladenen Einkaufserlebnisses ab und zeigen sich in innovativen Store-Design-Lösungen, zum Beispiel einem freiem Internetzugang, dem Einsatz von Touch-Screens und Info-Kiosken, der Anwendung von Multimedia-Elementen sowie innovativen Dienstleistungen wie ‚Click & Collect‘. An dieser Stelle ist nun zu konstatieren, dass diese innovativen, neuartigen Handelsformate in Folge des hohen Kostenaufwands oftmals nur in großstädtischen Innenstädten mit hohen Kundenfrequenzen vorgehalten werden können. Als Folge gehen Investitionen in Mittelstädten insbesondere durch große Handelsunternehmen stetig zurück und verschärfen die Auswirkungen des Strukturwandels im Einzelhandel für Mittelstädte in beträchtlichem Maß. Fehlende Flächenverfügbarkeiten in den gewachsenen Lagen der Mittelstädte erschweren zusätzlich die Ansiedlungen attraktiver frequenzerzeugender Betriebskonzepte, welche regelmäßig innerstädtische Flächen jenseits von 800 m² nachfragen. Weiterhin verschärft wird die Gefahr einer Verödung der Handelslandschaft in den Mittelstädten durch den anhaltenden Rückgang der kleinteiligen eigentümergeführten Einzelhandelsbetriebe. Es sind solche Ladengeschäfte, welche durch ihre individuelle Ausgestaltung im Gegensatz zu den meist einheitlich wirkenden filialisierten Konzepte die Innenstädte prägen und der zunehmenden Tendenz der Uniformität innerstädtischer Bereiche entgegenstehen können. Für zahlreiche Mittelstädte wie Neustadt a. d. W., welche sich in einem Spannungsfeld zwischen den vielfältigen und spezialisierten Angeboten der Großstädte auf der einen Seite und den pragmatisch-räumlichen, den Grundbedarf abdeckenden Handels- und Dienstleistungsnutzungen in Kleinstädten auf der anderen Seite wiederfinden, wird es daher zukünftig alternativlos sein, einen für Besucher attraktiven Mix aus Einkauf, Erlebnis, Gastronomie, Kultur und Entertainment sicherzustellen.

Digitalisierung: Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und wird laut Prognosen im Jahr 2018 bei rd. 53,4 Mio. Euro (rd. 10,2 % des Einzelhandelsumsatzes) liegen (siehe Abbildung 5). Es sind allerdings sortimentspezifisch große Unterschiede festzustellen. So sind insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Unterhaltungselektronik die Marktanteile des Online-Handels sprunghaft angestiegen und weisen bereits heute signifikante Marktanteile von über einem Viertel der Umsätze auf.

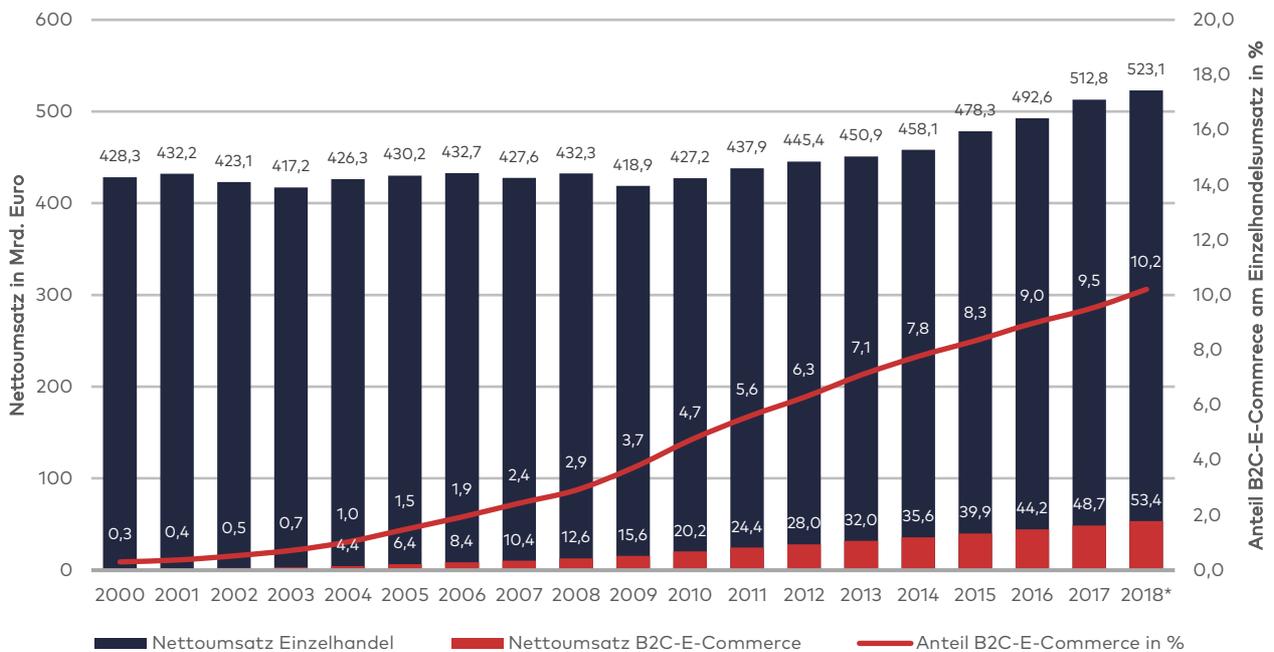


Abbildung 5: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); *Prognose.

Während der Online-Umsatzanteil v. a. in innenstadtaffinen Warengruppen am höchsten ist¹¹, sind im Bereich des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels bislang mit rd. 1,7 % noch vergleichsweise geringe Online-Umsatzanteile festzustellen¹² (siehe dazu auch Kapitel 4.1.1). Auch wenn dieses Segment langfristig an Dynamik gewinnen wird, so konzentrieren sich erste Entwicklungen auf Metropolen und Ballungsräume, in denen aktuell bereits erfolgsversprechende Modelle zur Online-Bestellung von Lebensmitteln umgesetzt werden.

Für Städte wie Neustadt a. d. W. werden sich mittelfristig voraussichtlich nur geringe onlinebedingte, strukturprägende Veränderungen im Bereich des qualifizierten Grundbedarfs ergeben. Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich entfaltet die Digitalisierung allerdings eine bereits jetzt erkennbare, disruptive Wirkung. Neben einem erhöhten (und für kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte oftmals nicht wirtschaftlichen) Wettbewerb gegenüber Online-Vertriebsformen, kann die Digitalisierung jedoch auch gewisse Chancen bieten (u. a. Erhöhung der Sichtbarkeit/Erreichbarkeit, Realisierung von Liebhaber- und Spezialhandelsgeschäften mit sehr spitzen Zielgruppen, Multi- und Cross-Channel-Marketingstrategien).

4.2 SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Im Folgenden werden die relevanten siedlungsräumlichen Faktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur vorgestellt. Eine Darstellung weiterer relevanter angebots- und nachfrageseitiger Parameter folgt in den Kapiteln 4.3 bis 4.6.

¹¹ Unterhaltungselektronik rd. 25,7 %, Fashion & Accessoires rd. 23,5 %, Freizeit & Hobby rd. 22,9 %, Büro & Schreibwaren rd. 22,8 % (vgl. HDE/IFH 2017).

¹² Vgl. HDE/IFH 2017.

Als Mittelzentrum im zentralörtlichen Gefüge von Rheinland-Pfalz zählt die Stadt Neustadt a. d. W. 53.148 Einwohner¹³ wovon 28.760 Einwohner¹⁴ (rd. 54 %) in der Kernstadt wohnen. Für Neustadt a. d. W. wird bis zum Prognosejahr 2025¹⁵ eine obere und untere Variante der Bevölkerungsentwicklung festgelegt, welche von -0,6 % bis +1 % reicht. Siedlungsstrukturell gliedert sich die Stadt Neustadt a. d. W. in 7 Stadtteile und weitere 9 Ortsteile. Die drei bevölkerungsreichsten Ortsteile sind Lachen-Speyerdorf (5.120 Einwohner), Hambach (4.706 Einwohner) und Mußbach (3.810 Einwohner).

Das Umland der Stadt Neustadt a. d. W. ist geprägt von einer Vielzahl an umliegenden Mittelzentren sowie Oberzentren. Dabei befindet sich die Stadt Neustadt a. d. W. in einem Übergangsbereich zwischen zwei unterschiedlichen Strukturregionen. In westlicher Richtung erstreckt sich überwiegend die strukturschwächere Westpfalz bis zum Oberzentrum Kaiserslautern. Im Osten schließt die dicht besiedelte Region Rhein-Neckar mit den Oberzentren Ludwigshafen und auf baden-württembergischer Seite Mannheim in räumlicher Nähe an. In geringer Entfernung zum Neustadter Stadtgebiet schließen im Norden die Städte Bad Dürkheim, östlich Haßloch sowie Speyer und südlich Edenkoben sowie Landau als umliegende Mittelzentren an (vgl. Abbildung 6).

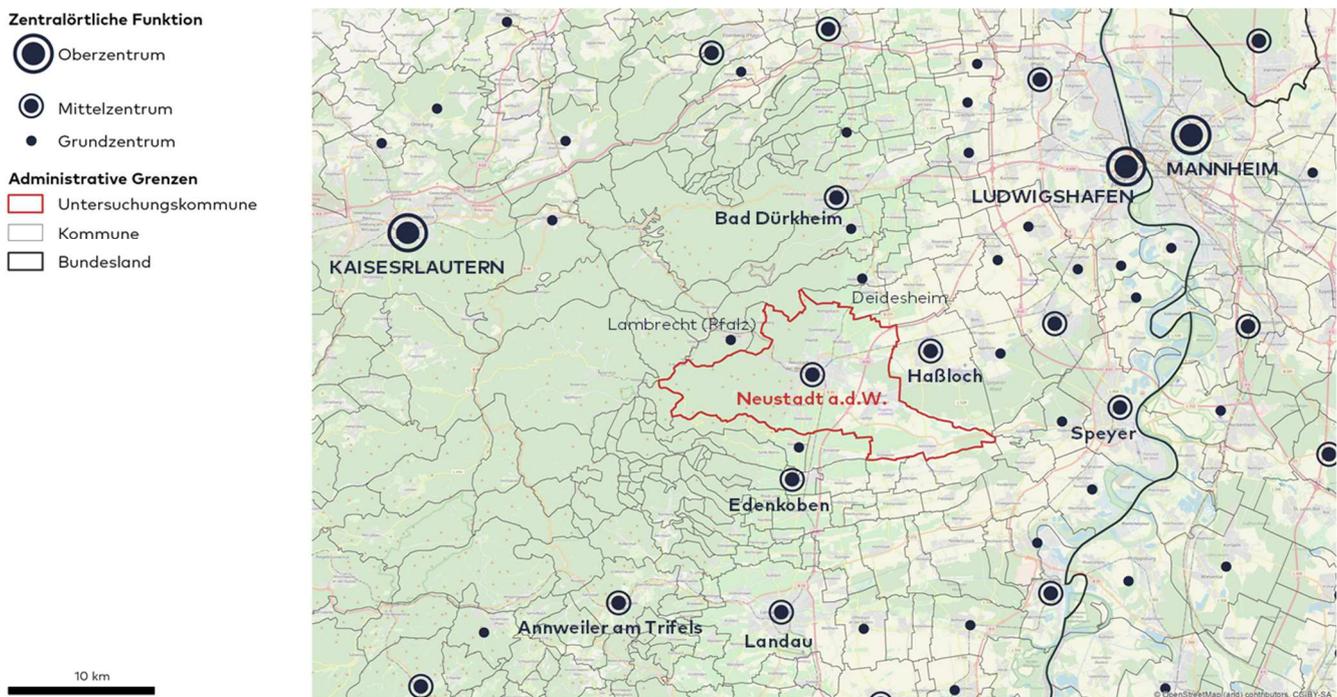


Abbildung 6: Zentralörtliche Funktion Neustadt a. d. W.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Im Hinblick auf die siedlungsräumlichen Rahmenbedingungen ergibt sich aus dem dargestellten dichten Zentrengefüge ein ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld für die Stadt Neustadt a. d. W. So beträgt die Pkw-Fahrzeit zu den nächstgelegenen größeren Mittelzentren Bad Dürkheim, Speyer und Landau unter 30 Minuten. Ebenso sind die leistungsstarken Oberzentren Kaiserslautern, Ludwigshafen und Mannheim in Fahrzeiten von 30 bis 45 Minuten mit dem PKW erreichbar.

¹³ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (Stand 31.12.2018).

¹⁴ s.o. (vgl. Fußnote 13).

¹⁵ Prognose 2025 – zur genaueren Erläuterung vgl. Kapitel 5.1.25.1.3.

Dabei begünstigt die gute verkehrliche Anbindung über die B 39 und A 65 zusätzlich die ausgeprägte Wettbewerbssituation mit welcher sich die Stadt Neustadt a. d. W. konfrontiert sieht. Hinsichtlich der Einbindung an den öffentlichen Personennahverkehr besteht sowohl eine Anbindung an das Busliniennetz (u. a. Speyer und Landau). als auch ein Anschluss an das regionale und überregionale Bahnnetz.

4.3 GESAMTSTÄDTISCHE NACHFRAGEANALYSE

Neben den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung auf sekundärstatistische Rahmendaten der statistischen Ämter des Bundes und der Länder, der Bundesagentur für Arbeit sowie der IFH Retail Consultants GmbH zurückgegriffen.

Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die folgende Tabelle stellt die sozioökonomischen Rahmendaten der Stadt Neustadt a. d. W. im Verlauf der letzten Jahre dar. Diese stellen neben der Kaufkraft der Wohnortbevölkerung einen wichtigen Indikator dar, um das Versorgungsgebiet von Neustadt a. d. W. und daraus resultierende Kaufkraftströme abzuleiten.

Tabelle 2: Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Neustadt a. d. W.

Neustadt an der Weinstraße	2016	2017	2018	Entwicklung 2016-2018
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	17.149	17.285	17.438	1,7 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	19.406	19.914	20.191	4,0 %
Einpendler Arbeitsort (Einpendlerquote)	9.730 (57 %)	9.670 (56 %)	9.750 (56 %)	0,2 %
Auspendler Wohnort (Auspendlerquote)	11.997 (62 %)	12.307 (62 %)	12.508 (62 %)	4,3 %
Pendlersaldo	-2.267	-2.637	-2.758	-21,7 %

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (Stichtag: 30.06.).

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sowohl am Wohn- als auch am Arbeitsort ist in Neustadt a. d. W. im Untersuchungszeitraum leicht gestiegen. Die wirtschaftliche Entwicklung in Neustadt a. d. W. ist damit als leicht überdurchschnittlich zu bezeichnen. Das zunehmend negative Pendlersaldo von Neustadt a. d. W. deutet wiederum darauf hin, dass die Bedeutung von Neustadt a. d. W. als Arbeitsort in den letzten Jahren leicht abgenommen hat. Die Mobilität der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist – bezogen auf die Pendlerzahlen – relativ hoch wie auch die Ein- als auch die Auspendlerquote mit rd. 56 % bzw. rd. 62 %.

Bedeutung als Erholungsort

Der Tourismus in Neustadt a. d. W. verzeichnet in den letzten Jahren ein stetiges Wachstum. Insgesamt gab es im Jahr 2018 rd. 250 Tsd. Übernachtungen und rd. 113 Tsd. Gäste. Entsprechend verzeichnet die Stadt Neustadt a. d. W. bei den Gästen eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,2 Tagen.

Im Vergleich zu den umliegenden Mittelzentren Landau und Speyer weist Neustadt a. d. W. eine deutlich erhöhte durchschnittliche Aufenthaltsdauer auf (vgl. nachfolgende Tabelle). Die Anzahl der Gäste und Übernachtungen fällt jedoch im Vergleich zu Speyer etwas geringfügiger aus. Der Vergleich spiegelt dennoch wider, dass Neustadt a. d. W. im Gegensatz zu den anderen Städten ein attraktiveres Umfeld für einen längeren Aufenthalt zu bieten hat. Diese hohe Bedeutung von Neustadt a. d. W. als Erholungsort kann auch für den Einzelhandel genutzt werden.

Tabelle 3: Tourismuskennzahlen der Stadt Neustadt a. d. W. im Vergleich

2018*	Gäste	Übernachtungen	Aufenthaltsdauer
Neustadt a. d. W.	113.435	250.543	2,2
Landau	56.011	106.040	1,9
Speyer	155.565	262.922	1,7

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; *Angaben ohne Campingplätze

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Stadt Neustadt a. d. W. verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 362,1 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 6.812 Euro je Einwohner, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit rd. 2.587 Euro je Einwohner auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Back-/Fleischwaren und Getränke) entfällt.

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Euro	Kaufkraft je Einwohner
Nahrungs- und Genussmittel	137,5	2.587
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	20,5	386
Blumen, zoologischer Bedarf	6,3	119
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	9,7	183
Kurzfristiger Bedarfsbereich	174,1	3.275
Bekleidung	30,5	575
Schuhe/Lederwaren	8,8	165
Pflanzen/Gartenbedarf	6,0	113
Baumarktsortiment i. e. S.	26,2	493
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	4,0	75
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	7,7	145
Sportartikel/Fahrräder/Camping	8,9	167
Mittelfristiger Bedarfsbereich	92,1	1.733
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	8,4	159
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	3,8	72
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	3,4	63
Möbel	19,4	365
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	11,1	209
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	22,4	422
Uhren/Schmuck	4,3	80
Sonstiges	23,1	434
Langfristiger Bedarfsbereich	95,9	1.804
Gesamt	362,1	6.812

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glast, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Briefmarken, Münzen; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer¹⁶ beträgt in Neustadt a. d. W. rd. 105 und liegt damit sowohl über dem Durchschnitt von Rheinland-Pfalz (rd. 99) als auch über dem Bundesdurchschnitt von 100. Auch die Nachbarkommunen, mit

¹⁶ Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

Ausnahme der im Westen angrenzenden Kommunen, verfügen über ein eher überdurchschnittliches Kaufkraftniveau (siehe Abbildung 7).

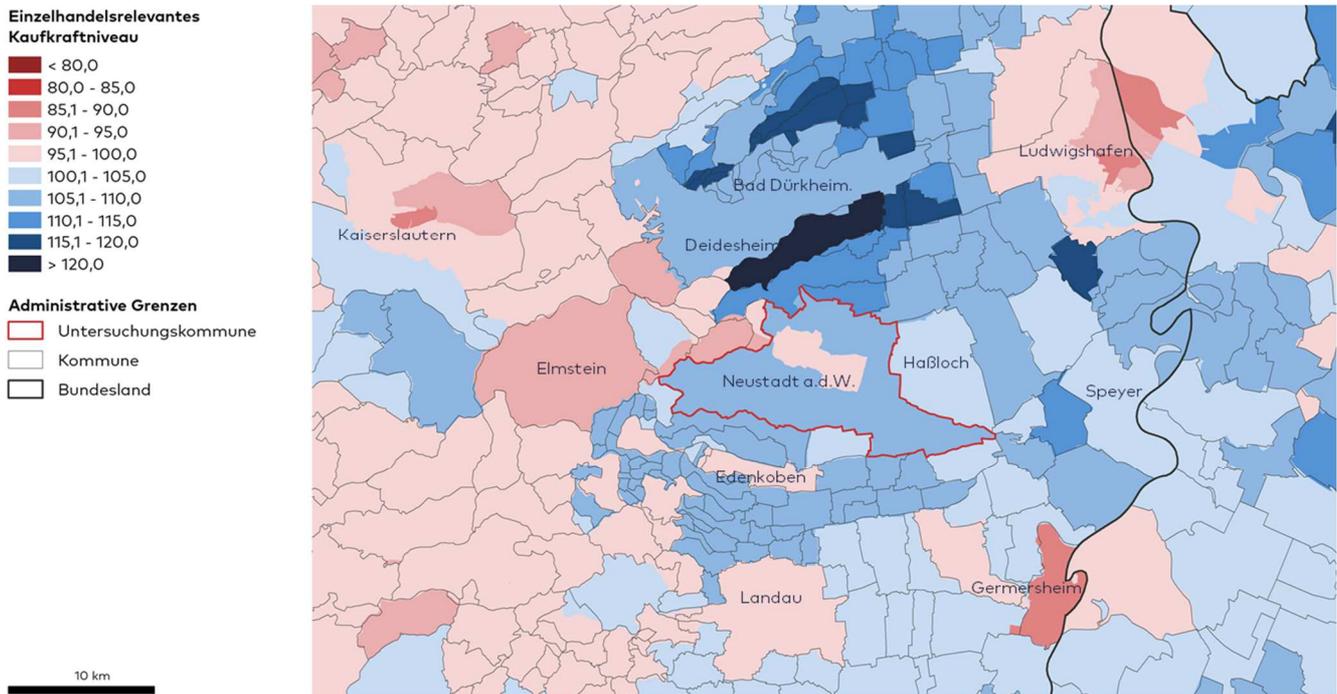


Abbildung 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Neustadt a. d. W. und Umgebung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, Digital Data Services GmbH (DDS) 2014.

4.4 GESAMTSTÄDTISCHE ANGEBOTSANALYSE

Im Stadtgebiet von Neustadt a. d. W. wurden im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung (07/2019) insgesamt 316 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 112.100 m² verfügen (siehe Tabelle 5). Um eine Bewertung vornehmen zu können, wird die Gesamtverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass Neustadt a. d. W. mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 2,11 m² je Einwohner über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,50 m² VKF/Einwohner¹⁷) liegt.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand in Neustadt a. d. W.

Strukturdaten	Erhebung 07/2019
Einwohner	53.148
Anzahl der Betriebe	316
Gesamtverkaufsfläche in m ²	112.100
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	2,11

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Einwohner: Stadt Neustadt a. d. W. (Stand: 31.12.2017); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet. Angaben ohne Leerstände.

Die Einzelhandelsbetriebe konzentrieren sich zu einem großen Teil auf städtebaulich nicht integrierte Lagen. Rd. 62 % des gesamten Verkaufsflächenanteils sind in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet. Bei einer weiteren Differenzierung nach Lagen wird deutlich, dass in Neustadt a. d. W. Einzelhandelsbetriebe

¹⁷ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

mit rd. 38 % der Verkaufsfläche in städtebaulich integrierten Lagen, davon rd. 23 % im ZVB und rd. 15 % in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind. Abbildung 8 stellt die in Neustadt a. d. W. erfasste Verkaufsfläche differenziert nach Warengruppen und Lagebereichen dar.

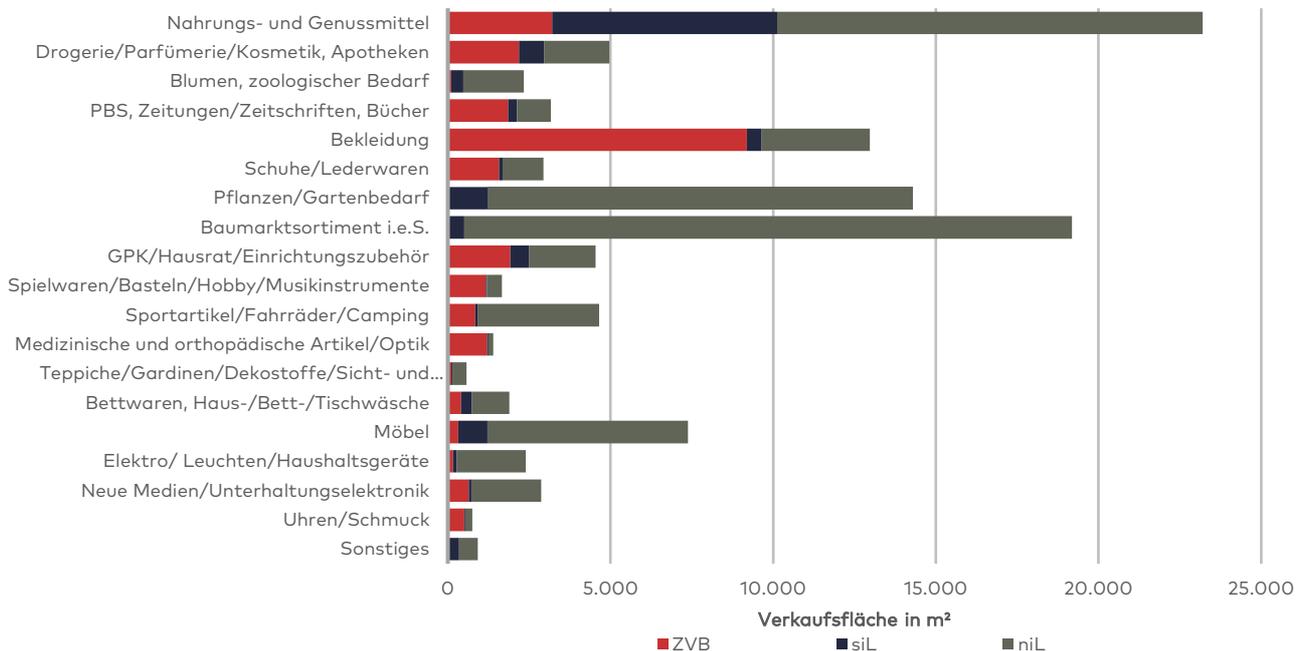


Abbildung 8: Einzelhandelsbestand in Neustadt a. d. W. nach Warengruppen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; ZVB-Abgrenzung: EHK Neustadt a. d. W. 2011; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Hinsichtlich der sortimentspezifischen Verkaufsfläche und deren städtebaulicher Integration sind insbesondere die folgenden Punkte von höherer Relevanz für die weiteren konzeptionellen Empfehlungen:

- Das Einzelhandelsangebot in Neustadt a. d. W. ist hinsichtlich der Verkaufsfläche überwiegend geprägt durch die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Baumarktsortiment i. e. S. Dies begründet sich v. a. durch mehrere großflächige Angebotsformen (u. a. Globus, Rewe, Lidl sowie Globus Baumarkt und Hela Profi Zentrum), die vorrangig am Ergänzungsstandort Weinstraßenzentrum angesiedelt sind. Zudem finden sich an diesem Standort erhebliche Verkaufsflächenanteile in den Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf.
- In den klassischen innerstädtischen Leitsortimenten (insb. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör) ist sowohl absolut als auch relativ betrachtet ein leicht höherer Anteil der Verkaufsfläche im ZVB Innenstadt Neustadt a. d. W. verortet. Gleichzeitig ist auch ein nicht unerheblicher Verkaufsflächenanteil der zuvor genannten innenstadtaffinen Warengruppen außerhalb der Innenstadt zu konstatieren.
- Das Verkaufsflächenangebot in städtebaulich nicht integrierten Lagen besteht überwiegend aus den Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf, Baumarktsortiment i.e.S. und Möbel. Betriebe mit diesen Sortimenten sind aufgrund ihres flächenintensiven Charakters i.d.R. weder für eine Ansiedlung in zentralen Versorgungsbereichen geeignet noch sind diese Branchen in funktionaler Hinsicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche.

- Allerdings werden an Standorten in städtebaulich nicht integrierter Lage in einem nicht unerheblichen Umfang auch Waren aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Bekleidung und Sportartikel/Fahrräder/Camping angeboten. Innerhalb dieser Warengruppen ist von Wettbewerbsbeziehungen insbesondere zwischen dem ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. bzw. den städtebaulich integrierten Lagen und den Standorten in städtebaulich nicht integrierter Lage auszugehen.
- Der hohe Verkaufsflächenanteil in städtebaulich nicht integrierter Lage in der Warengruppe Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren ist auf das Weinstraßenzentrum zurückzuführen, in welchem strukturprägende Betriebe wie die beiden Schuhfachmärkte Bödeker und Mühlenz sowie der Adler Modemarkt¹⁸ angesiedelt sind.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass das Einzelhandelsangebot in Neustadt a. d. W. hinsichtlich Anzahl der Betriebe und der gesamtstädtischen Verkaufsfläche als durchschnittlich für ein Mittelzentrum zu bewerten ist. Die städtebauliche Integration der Einzelhandelsbetriebe in den besonders relevanten Warengruppen ist nicht durchgehend positiv zu bewerten, was v. a. auf den Anteil innerstädtische Leitsortimente wie Bekleidung, Schuhe/Lederwaren an nicht städtebaulich integrierten Standorten zurückzuführen ist.

Umsatzschätzung und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze¹⁹ im Einzelhandel von Neustadt a. d. W. basiert auf allgemeinen für die Stadt Neustadt a. d. W. spezifizierten angebots- und nachfrageseitigen Eingangsparametern.

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden grundlegende **nachfragegeseitige Rahmenbedingungen** (siehe dazu Kapitel 4.3) berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft sowie sozioökonomische Strukturdaten (insb. die Bedeutung von Neustadt a. d. W. als Arbeitsort in der Region).
- Im Rahmen eines Desk-Researchs werden die **relevanten Wettbewerbsstrukturen im engeren und weiteren Umfeld** identifiziert und hinsichtlich ihrer Wechselwirkung mit den Angeboten in Neustadt a. d. W. beurteilt. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen im engeren Umfeld sowie die großflächigen Einzelhandelsstandorte und Innenstädte der Nachbarkommunen im weiteren Umfeld von besonderer Bedeutung.
- Auf Grundlage der oben genannten Punkte wird ein **Einzugsgebiet** der Stadt Neustadt a. d. W. abgegrenzt, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil von Neustadt a. d. W. stammt.
- Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortimentspezifischen Umsätze werden abschließend mit Hilfe von Stadt + Handel vorliegenden **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifische Kennwerte einzelner Anbieter** plausibilisiert.

¹⁸ Zum Zeitpunkt der flächendeckenden Vollerhebung (07/2019) war der Adler Modemarkt noch im Weinstraßenzentrum angesiedelt. Dieser hat jedoch zum Jahresende 2019 seinen Betrieb eingestellt. Der Schuhfachmarkt Bödeker übernimmt die Räumlichkeiten und wird zusätzlich zum Sortiment Schuhe auch einen Großteil an Bekleidung anbieten (Eröffnung 03/2020).

¹⁹ Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

Das umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend um entsprechen Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.

- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die **konkrete Situation vor Ort** berücksichtigt werden. So fließen in Einzelfällen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die, mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage, in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rd. 397,7 Mio. Euro brutto je Jahr ermitteln. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 362,1 Mio. Euro ergibt sich somit eine Einzelhandelszentralität²⁰ von rd. 110. Diese ist angesichts der zentralörtlichen Funktion der Stadt Neustadt a. d. W. als Mittelzentrum und trotz der unmittelbaren räumlichen Nähe zu weiteren leistungsstarken Mittel- und Oberzentren als noch ausreichend zu bewerten. Wie Tabelle 6 zu entnehmen ist, fällt die Zentralität in Neustadt a. d. W. je nach Warengruppe sehr differenziert aus.

²⁰ Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) gibt das Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 100 ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 100 ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

Tabelle 6: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Neustadt a. d. W.

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	23.200	154,0	137,5	112
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	5.000	27,7	20,5	135
Blumen, zoologischer Bedarf	2.300	8,3	6,3	132
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	3.200	9,5	9,7	98
Kurzfristiger Bedarfsbereich	33.700	199,6	174,1	115
Bekleidung	13.000	29,3	30,5	96
Schuhe/Lederwaren	2.900	7,9	8,8	90
Pflanzen/Gartenbedarf	14.300	12,4	6,0	206
Baumarktsortiment i. e. S.	19.200	46,1	26,2	176
GPK/Hausrat/Einrichtungszu- behör	4.500	7,5	4,0	189
Spielwaren/Basteln/Hobby/Mu- sikinstrumente	1.600	5,8	7,7	75
Sportartikel/Fahrräder/Cam- ping	4.600	13,9	8,9	156
Mittelfristiger Bedarfsbereich	60.200	122,9	92,1	133
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	1.400	13,4	8,4	159
Teppiche/Gardinen/Deko- stoffe/Sicht- und Sonnenschutz	600	0,8	3,8	22
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tisch- wäsche	1.900	4,3	3,4	129
Möbel	7.400	9,9	19,4	51
Elektro/Leuchten/Haushaltsge- räte	2.400	13,1	11,1	118
Neue Medien/Unterhaltungs- elektronik	2.900	24,4	22,4	109
Uhren/Schmuck	700	6,9	4,3	162
Sonstiges	900	2,3	23,1	10
Langfristiger Bedarfsbereich	18.200	75,2	95,9	78
Gesamt	112.100	397,7	362,1	110

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 07/2019; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Im kurzfristigen Bedarfsbereich ergibt sich für die Stadt Neustadt a. d. W. eine Zentralität von rd. 115, was einen Kaufkraftzufluss bedeutet. Differenziert nach den verschiedenen Warengruppen ergibt sich für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eine Zentralität von rd. 112.

In den Warengruppen Drogeriewaren/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken und Blumen, zoologischer Bedarf können mit Zentralitäten von rd. 135 bzw. rd. 132 deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Einzugsgebiet bzw. eine fast vollständige Bindung der eigenen Kaufkraft festgestellt werden (vgl. Tabelle 6). Die einzige Warengruppe welche im kurzfristigen Bedarfsbereich mit rd. 98 leicht unter dem Durchschnitt von 100 liegt ist die Warengruppe PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher.

Neustadt a. d. W. erfüllt somit durch seine über die Stadtgrenzen hinausgehende Versorgungsfunktion im Bereich des Grundbedarfs seinen mittelzentralen Versorgungsauftrag.

Im Bereich des mittelfristigen Bedarfsbereiches weist Neustadt a. d. W. eine durchschnittliche Zentralität von 133 auf. Dies ist vor dem Hintergrund der in Kapitel 4.1.1 skizzierten Rahmenbedingungen überdurchschnittlich. Die höchsten Werte werden dabei in den Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf (rd. 206), GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör (189) und Baumarktsortiment i. e. S. (rd. 176) erreicht und sind auf entsprechend ausgeprägte großflächige Angebotsstrukturen zurückzuführen. Allerdings ergeben sich für die innerstädtischen Leitsortimente wie Bekleidung und Schuhe/Lederwaren mit Zentralitäten von 96 bzw. 90 nur unterdurchschnittliche Werte. Der niedrigste Wert im mittelfristigen Bedarfsbereich entfällt mit einer Zentralität von 75 auf die Warengruppe Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente.

Die Zentralitäten in Bezug auf die langfristigen Bedarfsbereiche (gesamt 78) stellen sich wie auch im mittelfristigen Bedarfsbereich deutlich differenziert dar. Während im Bereich Uhren/Schmuck (rd. 162) und der medizinischen und orthopädischen Artikel/Optik (rd. 159) sowie Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche (rd. 129) sehr hohe Werte erreicht werden und es zu deutlichen Kaufkraftzuflüssen kommt, kommt es in den Warengruppen Möbel (rd. 51) und Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz (rd. 22) zu deutlichen Kaufkraftabflüssen aufgrund fehlender Angebotsstrukturen.

Benchmarking: Gesamtstädtische Kennwerte

Im Folgenden werden die gesamtstädtischen Kennwerte der Stadt Neustadt a. d. W. mit Daten vergleichbarer Kommunen in der Region im Rahmen eines Benchmarkings verglichen (siehe Tabelle 7). Bei der Auswahl der Vergleichskommunen wurde u. a. die Einwohnerzahl, die zentralörtliche Funktion, die siedlungsräumliche Dichte und Lage²¹ sowie die räumliche Nähe berücksichtigt.

²¹ Grundlage für die Auswahl bilden u. a. die vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt - und Raumforschung (BBSR) definierten Raumtypen 2010, die sich aus Bevölkerungsdichte, Siedlungsflächenanteil und potenziell erreichbarer Tagesbevölkerung ergeben.

Tabelle 7: Gesamtstädtische Kennwerte im Vergleich

Strukturdaten	Neustadt a. d. W.	Landau	Speyer	Frankenthal
Veröffentlichungsjahr	2019	2018	2018	2019
Einwohner	53.148	47.100	51.308	49.028
Anzahl der Betriebe Gesamtstadt	316	406	359	236
Gesamtverkaufsfläche in m ²	112.100	144.800	133.700	88.300
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	2,11	3,07	2,61	1,80
Zentralität	110	162	136	95

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: laufend aktualisierte Datenbank Stadt + Handel (beinhaltet auch Fremdgutachten); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Das Benchmarking bestätigt die im Bundesvergleich bereits als leicht überdurchschnittlich bewertete Verkaufsflächenausstattung. Im Verhältnis zu den umliegenden leistungsstarken Mittelzentren in der Region, v.a. Landau und Speyer, verfügt Neustadt a. d. W. über eine geringere Verkaufsflächenausstattung je Einwohner. Im unmittelbaren Vergleich mit den Mittelzentren, welche über eine ähnliche Einwohnerzahl wie die Stadt Neustadt a. d. W. verfügen, zeigen sich z. T. deutliche Unterschiede in Bezug auf Gesamtverkaufsfläche und Betriebsanzahl.

Die Zentralität lässt sich aufgrund methodischer Unterschiede (z. B. unterschiedliche Kaufkraftdaten, Berücksichtigung des Online-Handels, unterschiedliches Alter der Konzepte) nur bedingt miteinander vergleichen.

4.5 STÄDTEBAULICHE ANALYSE

Im Rahmen der Markt- und Standortanalyse sowie unter Berücksichtigung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Neustadt a. d. W. aus dem Jahr 2011 kann nachfolgend der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt und das Weinstraßenzentrum, als weiterer wichtiger Standort identifiziert werden. Der zentrale Versorgungsbereich aus dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Neustadt a. d. W. aus dem Jahr 2011 wird im Folgenden hinsichtlich seiner städtebaulich-funktionalen Aspekte analysiert und angepasst.

ZVB INNENSTADTZENTRUM NEUSTADT A. D. W.

Räumliche Analyse

Versorgungsfunktion

gesamtstädtisch und z.T. überörtliche

Funktion

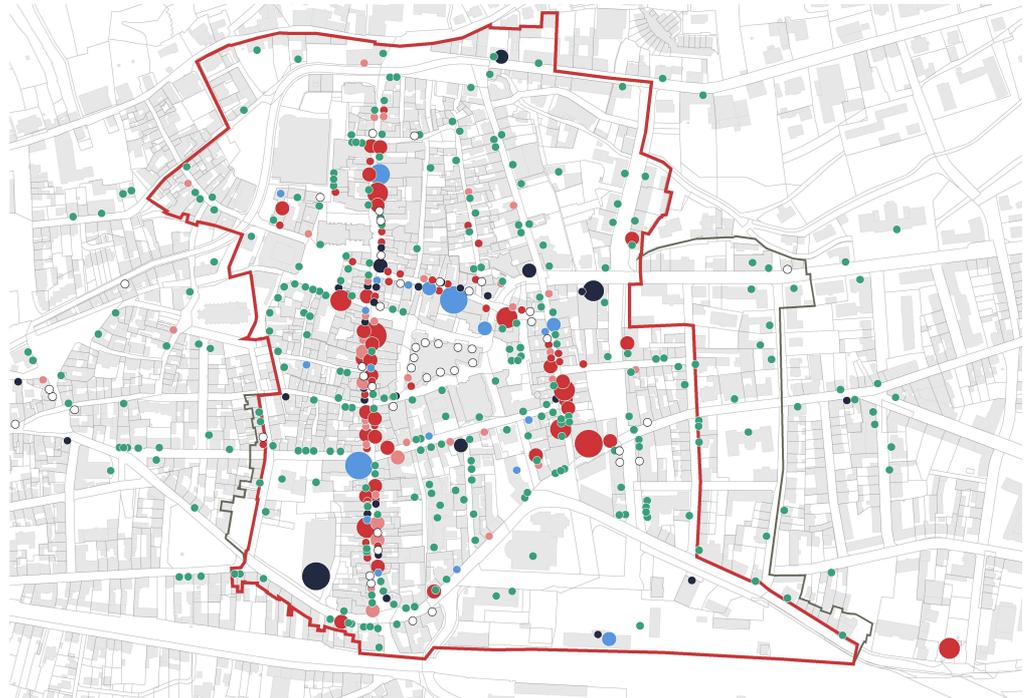
- Nahrungs- und Genussmittel
- Kurzfristiger Bedarf
- Mittelfristiger Bedarf
- Langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

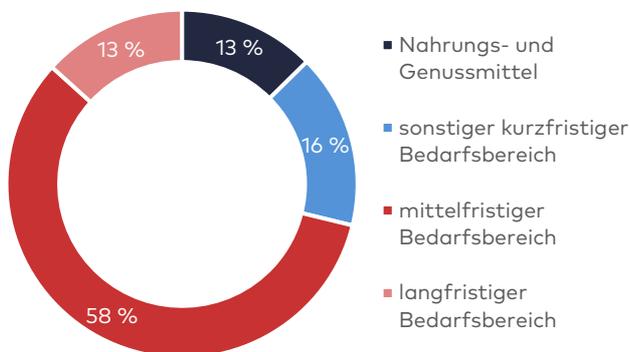
- 0 - 99 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 3.999 m²
- ab 4.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ZVB-Abgrenzung EHK 2011
- ZVB Abgrenzung EHK 2019



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtstadt)	53.148
Rel. Einwohnerentwicklung bis 2025	-0,4 bis +1,1 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	171	54 %
Gesamtverkaufsfläche in m ² *	25.500	23 %
Anzahl der Leerstände**	39	19%
Zentrenergänzende Funktionen	272	-

Magnetbetriebe

Müller, TK Maxx, dm, Osiander, Modehaus Jacob

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Einwohner: StoLa RLP (Stand: 31.12.2018); Kartengrundlage: Stadt Neustadt a. d. W.; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich

ZVB INNENSTADTZENTRUM NEUSTADT A. D. W.

Räumliche Integration



Überwiegend eingebettet in den Standortbereich zwischen den Verlauf der B 38 und B 39 im Norden und Süden; im Westen und Osten hauptsächlich von Wohnbebauung und zentrenergänzenden Funktionen umschlossen; makroräumlich zentral im Neustadter Stadtgebiet gelegen; ZVB städtebaulich in umgebende Strukturen integriert; gleichzeitig hoch frequentierte angrenzende Straßen mit städtebaulicher Barrierewirkung.

Verkehrliche Erreichbarkeit



Äußere PKW-Erreichbarkeit über Maximilianstraße (B38), Landauer Straße (B39) und Karl-Helfferich-Straße/Exterstraße als wichtige Verbindungsachsen zum ZVB; Parkflächen entlang der Exterstraße und Maximilianstraße; weitere z.T. großflächigere Parkmöglichkeiten auf dem Parkplatz an der Friedrichstraße sowie dem Parkplatz Bachgängl und dem zentral im ZVB gelegenen Parkhaus am Klemmhof und der Hetzelgalerie; ÖPNV-Haltepunkte entlang der Karl-Helfferich-Straße und der Schütt; Defizite bei Radwegeverbindungen im ZVB, beim Parkleitsystem sowie bei der fußläufigen Anbindung an den Hauptbahnhof mit Übergang zum Bahnverkehr.

Versorgungsfunktion



Übernahme der Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und z. T. überörtliche Versorgungsfunktion; eher mäßiges städtebauliches Gewicht in Bezug auf die Verkaufsflächenausstattung (rd. 23 %); Wechselwirkung mit Ergänzungsort Weinstraßenzentrum; Problematik von teilweise sehr kleinteiligen Ladenlokalen in z. T. denkmalgeschützten Gebäuden.

Einzelhandelsbesatz



LIDL, dm und Drogeriefachmarkt Müller als Nahversorger im Innenstadtzentrum mit Magnetfunktion; höchste Einzelhandelsdichte entlang der Haupt-/Kellerei- und Friedrichstraße mit weiteren Magnetbetrieben wie Modehaus Jacob, Buchhandlung Osiander oder TK Maxx; Verlängerung der Hauptstraße als Nebenlage mit Nutzungsmix aus Einzelhandel und Gastronomie; z. T. schwächer ausgeprägter städtebaulich-funktionaler Zusammenhang; teilweise Leerstände in Hauptfrequenzlage wie Haupt- und Kellereistraße; weitere Leerstände insb. in der Klemmhof-Passage als prägnanter Leerstand; zudem teilweise fehlende und spezialisierte Angebote; z. T. gestalterische Defizite hinsichtlich Modernität der Ladenlokale und der Gebäude; Wochenmarkt auf Marktplatz (zweimal wöchentlich).

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Hohe Anzahl an kleinteiligen Betriebsgrößen; Magnetbetriebe in allen drei Straßen der Hauptlage verortet mit innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Angebotsschwerpunkt; guter Branchenmix durch Angebotsqualität der Leitsortiment-Filialisten in Ergänzung durch inhabergeführte Fachgeschäfte

Zentrenergänzende Funktionen



Zentrenergänzende Funktionen in allen Lagen des ZVB verortet; sowohl Banken, verschiedene Dienstleistungen als auch gastronomische Angebote in allen Preissegmenten; gastronomischer Schwerpunkt mit höchster Funktionsdichte rund um den Marktplatz und angrenzenden Straßenabschnitten.

Städtebauliche Struktur



Kein spürbares topographisches Gefälle in Nord-Süd-Richtung entlang der Haupt- und Friedrichstraße sowie keine Einschränkung in Bezug auf Sichtachsen; fehlender städtebaulich-funktionaler Zusammenhang zwischen städtebaulich isoliertem Klemmhof und den anschließenden Hauptlagen der Haupt- und Friedrichstraße; attraktives südöstliches Eingangstor in die Friedrichstraße durch Platzsituation rund um den Saalbau jedoch Barrierewirkung durch Unterführung und verkehrliche Belastung der B 39; zugleich unattraktive südliche Eingangssituation über Hauptstraße durch architektonische, städtebauliche und funktionale Defizite sowie die Barrierewirkung im Kreuzungsbereich Hauptstraße/Talstraße

Städtebauliches Erscheinungsbild



Vereinzelte sanierungsbedürftige Bausubstanz und Gebäudefassaden (z.B. im Bereich Marstall); Bausubstanz/Architektur in diesem Bereich überwiegend aus den 70er Jahren; rund um den Marktplatz und entlang der Hauptstraße ansprechendes Erscheinungsbild durch teilweise historische Gebäude (Fachwerkstil); ansprechend gestaltete Platzsituation am Marktplatz mit Stadtmobiliar und Begleitgrün

Markante Entwicklungen seit 2011



Deutlicher Rückgang der Betriebszahl im ZVB Innenstadtzentrum bei nur leicht sinkender Gesamtverkaufsfläche in der Neustadter Innenstadt; im Wechsel jedoch signifikante Zunahme an zentrenergänzenden Funktionen > Strukturwandel; gleichbleibende Leerstandsquote im ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W.



Aktuell hinsichtlich der Verkaufsfläche und Angebotsstrukturen in Teilen unterdimensioniert aufgrund des starken Ergänzungsstandortes Weinstraßenzentrum mit innenstadtrelevantem Sortiment; aber zukünftiges Entwicklungspotenzial durch die Entwicklung des ehemaligen Hertie Gebäudes, welches zur funktionalen Stärkung und Ergänzung des ZVB beitragen kann. Perspektivisch ergibt sich im Bereich des Bahnhofareals noch eine weitere Potenzialfläche für die Entwicklung großflächiger Einzelhandelsformate, welche jedoch an bestimmte Bedingungen geknüpft ist (vgl. hierzu Kapitel 6.1.2).

Neben der ausführlichen Analyse des ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. erfolgt im nachfolgenden Steckbrief die Analyse des Ergänzungsstandortes Weinstraßenzentrum als weiterer strukturprägender Einzelhandelsstandort der Stadt Neustadt a. d. W.

ERGÄNZUNGSSTANDORT WEINSTRABENZENTRUM

Räumliche Analyse

Versorgungsfunktion

gesamtstädtisch und z. T überörtlich

Funktion

- Nahrungs- und Genussmittel
- Kurzfristiger Bedarf
- Mittelfristiger Bedarf
- Langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

- 0 - 99 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 3.999 m²
- ab 4.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

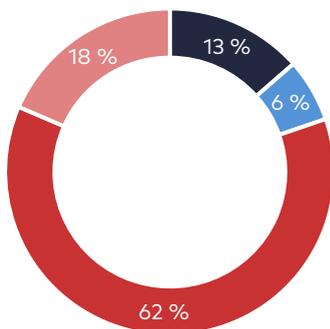
- Ergänzungsstandort-Abgrenzung EHK 2011

Administrative Grenzen

- Ortsbezirke



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtstadt)	53.148
Rel. Einwohnerentwicklung bis 2025	-0,4 bis +1,1 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	28	9 %
Gesamtverkaufsfläche in m ² *	48.400	43 %

Magnetbetriebe

Globus und Globus Baumarkt, **hela Profi Zentrum Baumarkt**, Media Markt, Dehner Gartencenter, Bödeker und Mühlenz Schuhfachmarkt

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Einwohner: StaLa RLP (Stand: 31.12.2018); Kartengrundlage: Stadt Neustadt a. d. W.; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt.

Bewertung der Entwicklung seit 2011

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Veränderungen, welche sich seit der Aufstellung des ersten Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2011 ergeben haben.

Tabelle 8: Vergleich Strukturdaten altes und neues EHK

Strukturdaten	2011	2019	Entwicklung	
Einwohner	53.180	53.148	- 0,1 %	↔
Anzahl der Betriebe (gesamstädtisch)	454	316	- 30,4 %	↓
Anzahl der Betriebe (ZVB)	232	171	- 26,3 %	↓
Gesamtverkaufsfläche in m ²	122.400	112.100	- 8,4 %	↓
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	2,30	2,11	- 0,19	↓
Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in m ²	20.800	23,200	+11,5 %	↑
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in m ² je Einwohner	0,39	0,44	0,05	↑
Kaufkraft in Mio. Euro	280,5	362,1	+ 29,0 %	↑
Kaufkraftniveau	105	105	-	↔
Umsatz in Mio. Euro	366,1	397,7	+ 8,6 %	↑
Zentralität	1,31	1,10	- 0,21	↓
Zentralität in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	1,16	1,12	0,04	↓
Zentrenergänzende Funktionen im ZVB	237	293	+ 23,6 %	↑

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019, Einwohner Neustadt a. d. W. (Stand: 31.12.2017), IFH Retail Consultants GmbH 2019; EHK Neustadt a. d. W. 2011; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet.

Zum Teil werden durch die Gegenüberstellung der Strukturdaten aus den Einzelhandelskonzepten aus den Jahren 2011 und 2019 signifikante Veränderungen deutlich, welche nachfolgend kurz erläutert werden.

- Der deutliche Rückgang der Betriebsanzahl (gesamstädtisch) sowie der Rückgang der Gesamtverkaufsfläche in m² sind im Wesentlichen auf eine **veränderte Erhebungsmethodik** zurückzuführen.
- Des Weiteren wird durch den Rückgang der Betriebsanzahl im ZVB Innenstadtzentrum und einer wiederum signifikanten Zunahme der Anzahl zentrenergänzender Funktionen im ZVB ein **Strukturwandel von Einzelhandel hin zu Dienstleistungen** deutlich.

- Positiv zu bewerten ist die deutliche **Zunahme der Verkaufsflächenausstattung der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel**, die um rd. 11,5 % angestiegen ist. Durch die Zunahme der Verkaufsfläche ist auch das Verhältnis zwischen m² VKF/EW deutlich angestiegen, wodurch im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt²² eine leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung von 0,44 m² VKF/EW erreicht wird.
- Die Zentralität spiegelt das Verhältnis zwischen Kaufkraft und Umsatz in Mio. Euro wider und ist im betrachteten Zeitraum deutlich gesunken. Der Umsatz, welcher sich durch die nachfrageseitigen Rahmenbedingungen ergibt, steigt verhältnismäßig im ausgewählten Zeitraum (+ 8,6 %) nicht so stark an wie die Kaufkraft in Mio. Euro (+ 29 %), wodurch sich eine geringere Zentralität ergibt. Dies bedeutet, dass die gestiegene Kaufkraft nicht durch die Angebotsstrukturen vor Ort gebunden werden kann, so dass Kaufkraft an Wettbewerbsstandorte wie auch ins Internet abfließt.

4.6 NAHVERSORGUNGSANALYSE

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger, wird die Nahversorgungsstruktur von Neustadt im Folgenden vertieft analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung **quantitativ, qualitativ** und **räumlich** gewährleistet wird. Zu den Trends im Bereich der Nahversorgung sei auf Kapitel 4.1 verwiesen.

Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Neustadt a. d. W.

Neustadt a. d. W. weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 23.200 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. von rd. 5.000 m² in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken²³ auf, was einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,44 m² je Einwohner (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. rd. 0,08 m² je Einwohner (Drogeriewaren) entspricht. Mit diesem quantitativen Ausstattungsniveau liegt die Stadt Neustadt a. d. W. im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel über dem Bundesdurchschnitt von rd. 0,41 m² je Einwohner²⁴ und im Bereich der Drogeriewaren etwa auf dem Niveau des Bundesdurchschnitts von rd. 0,08 m² je Einwohner²⁵.

Die Zentralitäten von rd. 112 im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 135 im Bereich Drogeriewaren zeigen, dass die lokale Kaufkraft in beiden Warengruppen rechnerisch vollständig im eigenen Stadtgebiet gebunden werden kann und zusätzlich Kaufkraft aus dem Umland zufließt. Tabelle 9 fasst die relevanten Rahmenbedingungen zusammen und schließt mit einer Bewertung der quantitativen und qualitativen Nahversorgungssituation in Form einer Ampel ab.

²² Bundesdeutscher Durchschnitt bei 0,41 m² VKF/EW

²³ Die Warengruppe wird in diesem Kapitel aufgrund der Lesbarkeit im Folgenden mit Drogeriewaren abgekürzt.

²⁴ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m²); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.

²⁵ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Erhebungen.

Tabelle 9: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Neustadt a. d. W.

Ausstattungsmerkmal	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren		
Einwohner (inkl. Entwicklung bis 2025)	53.148 (-0,4 bis +1 %)					
Sortimentspezifische Verkaufsfläche in m ²	23.200			5.000		
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	0,44			0,09		
Sortimentspezifische Zentralität	112			135		
Verkaufsfläche nach Lagebereich	14 % ZVB	44 % siL	43 % niL	44 % ZVB	22 % siL	34 % niL
Betriebstypenmix	1x	Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus		3x	Drogeriefachmarkt	
	6x	Lebensmittelsupermarkt (1x ethnisch geprägt)		3x	Parfümerien	
	8x	Lebensmitteldiscounter		14x	Apotheken	
	2x	Getränkemärkte				
Quantitative Nahversorgungssituation						
Qualitative Nahversorgungssituation						

Quelle: Stadt + Handel; Bestandsdaten Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Einwohner: Statistisches Landesamt RLP (Stand: 31.12.2018); ZVB-Abgrenzung: EHK Neustadt a. d. W. 2011; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Insgesamt sind im Stadtgebiet 15 strukturprägende Lebensmittelmärkte (VKF > 400 m²)²⁶ vorhanden. Davon sind acht Betriebe Lebensmitteldiscounter, bei fünf Betrieben handelt es sich um Supermärkte. Zusätzlich wird das Angebot durch ein SB-Warenhaus sowie einem ethnischen Supermarkt im Stadtgebiet von Neustadt a. d. W. abgerundet. Ergänzt wird das Angebot an strukturprägenden Märkten zudem durch zwei Getränkemärkte, wovon einer dem SB-Warenhaus zugeordnet ist. Bedingt durch die vorhandenen Anbieter ist das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln in Neustadt a. d. W. hinsichtlich des Betriebstypenmixes als ausgewogen zu bewerten. Dies wird auch durch die Verkaufsflächenrelation (siehe dazu Abbildung 9) und die Verkaufsflächenausstattung nach Betriebstyp deutlich. Neben den strukturprägenden Märkten wird auch das Angebot an Fachgeschäften und kleinteiligeren Lebensmittelmärkten eine ausreichende Nahversorgung gewährleistet²⁷.

²⁶ Aus fachgutachterlicher Sicht sind i. d. R. Lebensmittelmärkten ab 400 m² VKF in der Lage, ein ausreichendes Warensortiment – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – handelsseitig bereitstellen zu können. Diese Betriebe werden im Folgenden im Kontext der Nahversorgung als strukturprägende Lebensmittelmärkte bzw. Betriebe bezeichnet, wohingegen kleinere Betriebe (< 400 m² VKF) infolgedessen nicht aufgeführt werden.

²⁷ Zu den angesprochenen kleinteiligeren Lebensmittelmärkten zählen die im Stadtgebiet der Stadt Neustadt verorteten Betriebe „Asia Markt“ und „Besel Supermarkt“, welche das vorhandene Angebot arrondieren, v. a. im ethnischen Bereich.

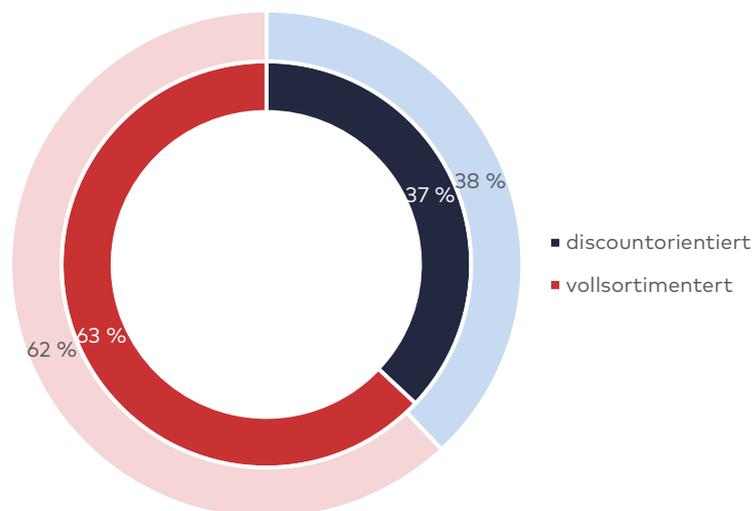


Abbildung 9: Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 11/2018, EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen; innerer Ring: Stadt Neustadt a. d. W.; äußerer Ring: Bundesdurchschnitt.

Beide Verkaufsflächenausstattungen sowohl für Lebensmitteldiscounter als auch für Vollsortimenter liegen mit rd. 0,15 m² VKF/Einwohner bzw. 0,26 m² VKF/Einwohner im bundesweiten Durchschnitt(siehe Abbildung 10)²⁸, so dass der Stadt Neustadt a. d. W. eine angemessene VKF-Ausstattung zu konstatieren ist.

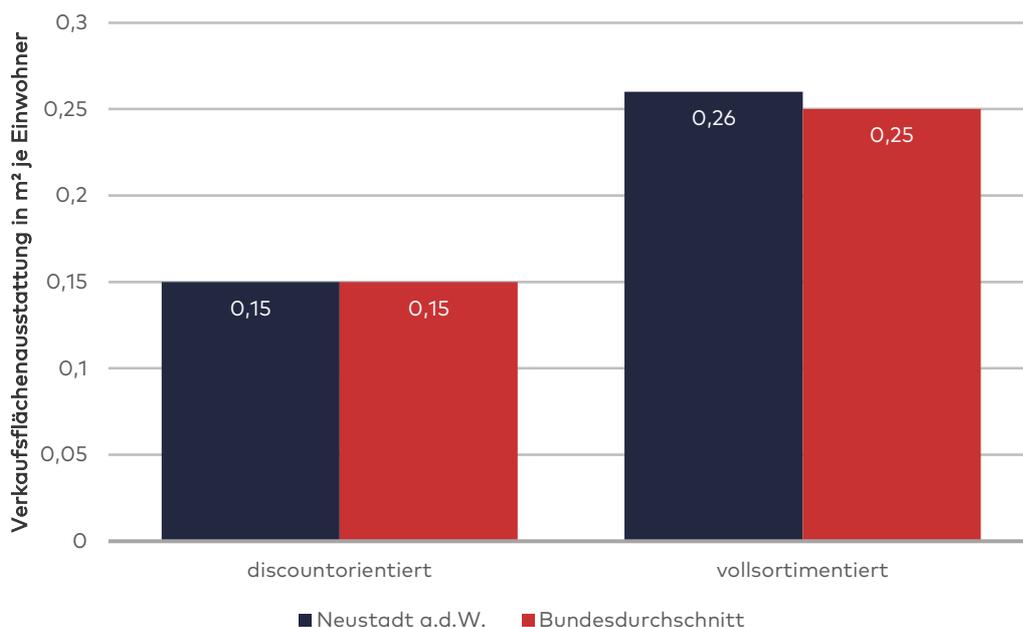


Abbildung 10: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 11/2018, EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen.

Die Versorgung im Sortimentsbereich Drogeriewaren wird neben den oben genannten Lebensmittelmärkten (hier jedoch nur als Randsortiment) v. a. durch drei Drogeriefachmärkte sowie zusätzlich durch drei Parfümerien im Stadtgebiet sichergestellt. Bei 14 weiteren Einzelhandelsbetrieben mit einem entsprechenden Hauptsortiment handelt es sich um Apotheken. Die Verkaufsflächenrelation und die Verkaufsflächenausstattung resultieren hier direkt aus den in Neustadt a. d. W. vorhandenen Anbietern im Sortimentsbereich Drogeriewaren. Somit

²⁸ Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; inkl. Non-Food-Flächen.

kann der Stadt Neustadt a. d. W. eine gute Versorgung im Bereich Drogeriewaren konstatiert werden.

Die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in der Stadt Neustadt a. d. W. ist demnach insgesamt als **gut** zu bezeichnen.

Räumliche Nahversorgungssituation in Neustadt a. d. W.

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden Lebensmittelmärkte ab 400 m² VKF (= strukturprägenden Lebensmittelmärkte) dargestellt, da ab dieser Betriebsgröße i. d. R. ein ausreichendes Warensortiment – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – handelsseitig bereitgestellt werden kann.

Um die Versorgungsqualität und die **räumliche Erreichbarkeit** der Angebote zu verdeutlichen wird eine Gehzeit von rd. 10 min als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung angenommen²⁹. Um möglichen topografischen Gegebenheiten und der individuellen Mobilität Rechnung zu tragen, wird dieser Nahbereich nicht nur für rd. 10 Gehminuten, sondern auch für rd. 8 und rd. 12 Gehminuten dargestellt (siehe Abbildung 11). Damit soll ferner verdeutlicht werden, dass die Nahversorgungsfunktion von Lebensmittelmärkten nicht schlagartig hinter einer „roten Linie“ endet, sondern die Qualität der fußläufigen Nahversorgung mit zunehmender Entfernung zum nächsten Lebensmittelmarkt sukzessive abnimmt. In Siedlungsgebieten jenseits der dargestellten Nahbereiche ist somit die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bezeichnen.

In Abhängigkeit von der Dichte der Wohnbebauung, topografischen Gegebenheiten, städtebaulichen/naturräumlichen Barrieren, der Attraktivität der Fußwegetze sowie dem Wettbewerbsumfeld sollte für die einzelfallbezogene Betrachtung jedoch ein an den örtlichen Gegebenheiten orientierter **situativer Nahbereich** abgegrenzt werden. Für Neustadt a. d. W. ist die Darstellung der Gehzeitisochronen daher lediglich als erste Einschätzungshilfe zu verstehen. So kann z. B. auch die Ausweisung eines deutlich über den **wohnungsnahen Bereiches** (rd. 10 min Gehzeit) hinausgehenden Nahbereiches in begründeten Ausnahmefällen zielführend sein, um bislang und auch zukünftig dauerhaft nicht optimal fußläufig erreichbare Siedlungslagen (z. B. aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung) einzuschließen, die im Einzugsbereich eines entsprechenden Lebensmittelmarktes liegen. Solche **wohnstandortnahen Bereiche** umfassen i. d. R. bis zu 10 min Fahrzeit mit dem Fahrrad oder annähernd 2 km Radfahrdistanz und orientieren sich an siedlungsräumlichen Zusammenhängen, Radwegenetzen sowie städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren.

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden alle strukturprägenden, filialisierten Lebensmittelmärkte dargestellt.

Weitere konzeptionelle Empfehlungen leiten sich aus den **quantitativen und qualitativen Versorgungskriterien** ab, die u. a. folgende Aspekte berücksichtigen können:

- Verkaufsfläche in m²
- Gesamtstädtische Zentralität
- Verkaufsflächenausstattung (in m² je Einwohner)

²⁹ Auf Grundlage einer durchschnittlichen Fußgängergeschwindigkeit von 5 km/h.

- Verkaufsflächenanteile nach Lagebereich (ZVB, sonstige städtebaulich integrierte Lage, städtebaulich nicht integrierte Lage)
- Betriebstypenmix

Auch diese Qualitätskriterien werden bei der Ausweisung von Standorttypen und Entwicklungszielen der Nahversorgung berücksichtigt. So kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmitteldiscounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (geringer) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern.³⁰

Die nachfolgende Abbildung 11 gibt einen Überblick über das Grundgerüst der derzeitigen Nahversorgungsstruktur in Neustadt a. d. W. Die Abbildung verdeutlicht, dass v. a. im Kernsiedlungsbereich strukturprägende Lebensmittelmärkte vorhanden sind. Dabei ist eine überwiegend fußläufige Erreichbarkeit, teilweise sogar über mehrere Versorger gegeben. Ausnahme einer fehlenden fußläufigen Erreichbarkeit im Kernsiedlungsbereich der Stadt bildet der Siedlungsbereich Neustadt West. Gleichzeitig ist neben dem aufgeführten Angebot im Kernsiedlungsbereich der Stadt Neustadt a. d. W. auch in den umliegenden Ortsteilen, zumindest in Teilen, eine fußläufige Erreichbarkeit festzustellen. Defizite sind jedoch im südlichen Bereich des Ortsteils Lachen-Speyerdorf und im Bereich Hambach/Diedesfeld festzustellen. In weiteren Ortsteilen wie beispielsweise Gimmeldingen, Königsbach und Duttweiler ist eine gänzlich fehlende Nahversorgung zu konstatieren. Diese Siedlungsbereiche verfügen jedoch über eine nicht ausreichende Mantelbevölkerung und werden z. T. durch die strukturprägenden Nahversorgungsbetriebe in den Nachbargemeinden mitversorgt.

³⁰ Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.

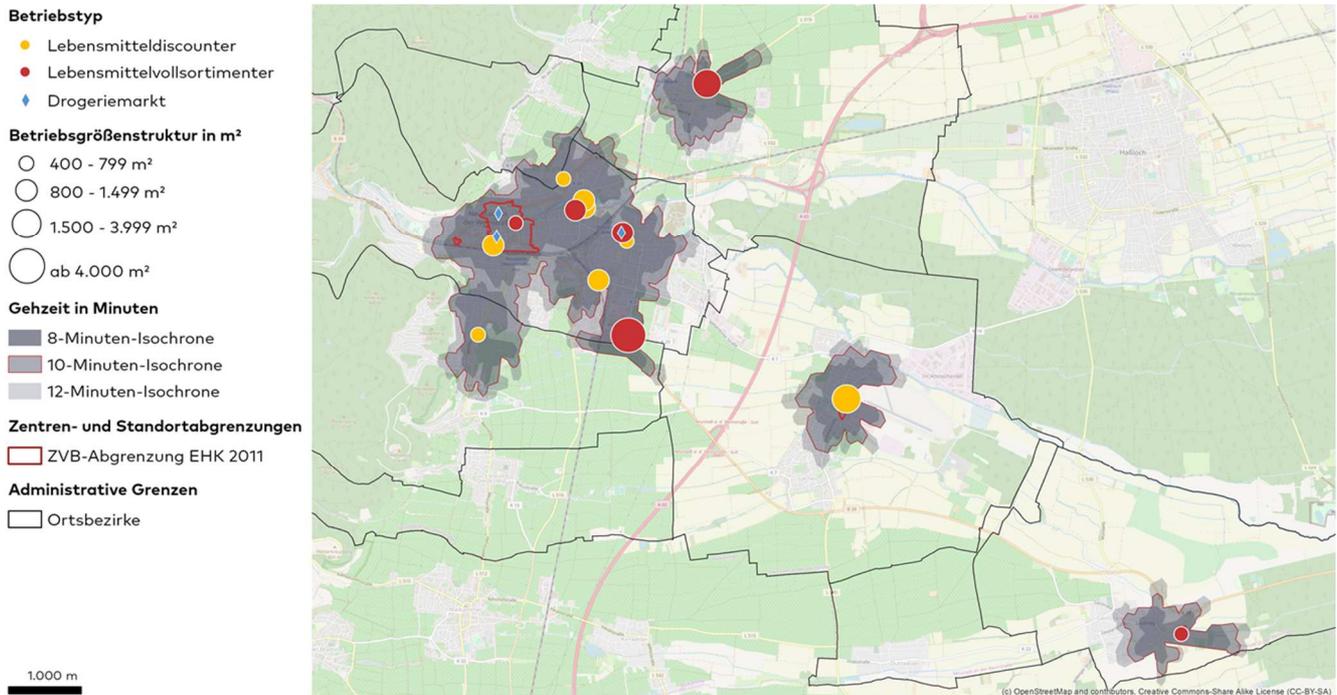


Abbildung 11: Räumliche Nahversorgungssituation von Neustadt a. d. W.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL

4.7 ZWISCHENFAZIT

Hinsichtlich der Analyse der gesamtstädtischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sind folgende wesentlichen Erkenntnisse festzuhalten, die im weiteren Verlauf als Grundlage für die Ableitung von konzeptionellen Handlungsansätzen zur Fortentwicklung der Einzelhandelsstruktur in Neustadt a. d. W. dienen.

Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

- Die Stadt Neustadt a. d. W. übernimmt als **Mittelzentrum** die Versorgungsfunktion für 53.148 Einwohner im eigenen Stadtgebiet. Darüber hinaus versorgt die Stadt umliegende Siedlungsbereiche mit Waren aus den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichen.
- Die Stadt Neustadt a. d. W. ist neben dem Bereich der Kernstadt, welche sich in sieben Stadtteile untergliedert, **noch in neun weitere Ortsteile aufgeteilt**. In der Neustadter Kernstadt wohnen rd. 54 % der gesamten Einwohner.
- Die Stadt Neustadt a. d. W. nimmt eine Lage im östlichen Bereich der Metropolregion Rhein-Neckar ein.
- Zudem ist Neustadt a. d. W. von mehreren Mittelzentren (u. a. Landau, Speyer, Bad Dürkheim) umgeben. Die nächsten Oberzentren sind Kaiserslautern und Ludwigshafen/Mannheim in rd. 30 -45 min Pkw-Fahrzeit. In Verbindung mit der guten verkehrlichen Erreichbarkeit über die A 65 ist von einem **überdurchschnittlichen regionalen Wettbewerbsumfeld** auszugehen.

Gesamtstädtische Nachfragesituation

- Die wirtschaftliche Entwicklung in Neustadt a. d. W. ist hinsichtlich der sozioökonomischen Rahmendaten als **leicht überdurchschnittlich** im Verhältnis zum restlichen Bundesland, aber im Vergleich zur Region Rhein-Neckar als durchschnittlich einzustufen.
- Dies wird durch die einzelhandelsrelevante **Kaufkraftkennziffer von rd. 105** bestätigt, die sowohl über dem Durchschnitt von Rheinland-Pfalz (rd. 99) als auch über dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt.
- Das **Einzugsgebiet** von Neustadt a. d. W. umfasst im Wesentlichen die Stadt Neustadt selbst und angrenzenden Kommunen. Zudem können durch die Touristenfrequenz (vgl. Kapitel 4.3) zusätzliche Kaufkraftzuflüsse generiert werden.

Gesamtstädtische Angebotssituation

- Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rd. 2,11 m² VKF/Einwohner **über dem Bundesdurchschnitt** von rd. 1,50 m² VKF/Einwohner.
- Der Großteil der Verkaufsflächen in Neustadt a. d. W. ist **überwiegend nicht städtebaulich integriert**. Während 62 % der Verkaufsfläche nicht verortet ist, befinden sich rd. 23 % der Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich und 15 % in städtebaulich integrierten Lagen. In Bezug auf die Anzahl der Betriebe ist mehr als die Hälfte, rd. 54 %, im ZVB Innenstadtzentrum verortet.
- Das Einzelhandelsangebot in Neustadt a. d. W. ist insgesamt hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und der gesamtstädtischen Verkaufsfläche als **durchschnittlich** für ein Mittelzentrum zu bewerten.
- Die **Einzelhandelszentralität** für ein Mittelzentrum beträgt rd. 110, fällt jedoch je nach Warengruppe sehr differenziert aus.
- In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken werden Zentralitäten von rd. 112 bzw. rd. 135 erreicht, was auf **Kaufkraftzuflüsse** sowie **eine vollständige Bindung der eigenen Kaufkraft** schließen lässt.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich ist mit einer rechnerisch durchschnittlichen Einzelhandelszentralität von rd. 113 ein **deutlicher Kaufkraftzufluss** zu verzeichnen, wohingegen die Zentralität im langfristigen Bedarfsbereich mit rd. 78 für ein Mittelzentrum als deutlich **unterdurchschnittlich** beurteilt werden kann. Allerdings fallen die Zentralitäten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs je nach Warengruppe deutlich unterschiedlich aus. Im mittelfristigen Bereich werden durch die Warengruppen Baumarkt i. e. S. und Pflanzen/Gartenbedarf mit Zentralitäten von 176 und 206 deutlich überdurchschnittliche Werte erreicht, wohingegen die Warengruppen Bekleidung und Schuhe/Lederwaren mit Zentralitäten von 96 und 90 deutlich geringer ausfallen. Vergleichsweise lassen sich auch im langfristigen Bedarfsbereich signifikante Unterschiede feststellen. In der Warengruppe Uhren/Schmuck ergibt sich mit rd. 162 eine hohe Zentralität im Vergleich zur Warengruppe Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz mit einer Zentralität von 22.

ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W.

- In der Neustadter Innenstadt sind insgesamt **171 Einzelhandelsbetriebe** (rd. 54 % gesamtstädtisch) mit einer Verkaufsfläche von rd. **25.500 m²** (rd. 23 % gesamtstädtisch) angesiedelt. Neben den Einzelhandelsbetrieben sind **272 weitere zentrenergänzende Funktionen** im ZVB verortet, so dass die Innenstadt Neustadt ein **strukturprägender Standortbereich** für seine Umlandkommunen darstellt.
- Die Neustadter Innenstadt ist im Wesentlichen geprägt durch die Verbindungslage zwischen **Hauptstraße (inkl. angrenzendem Marktplatz), Kellereistraße und Friedrichstraße** als Hauptfrequenzlage mit einem hohen städtebaulich-funktionalem Zusammenhang. Die **Verlängerung der Hauptstraße** bildet die Nebenlage mit vereinzelt strukturprägenden Einzelhandelsnutzungen. Der verbleibende Bereich bildet den Ergänzungsbe- reich als funktionale Ergänzung zur Haupt- und Nebenlage.
- Stadtstrukturell prägend für das Neustadter Innenstadtzentrum sind die historisch, teilweise sehr kleinteilig, gewachsenen Gebäudestrukturen im Kernbereich des ZVB. Neben den historisch gewachsenen Gebäudestrukturen ist auch der Verlauf der beiden Bundesstraßen 38 und 39 prägend für die Stadtstruktur. Durch die teilweise **stark befahrenen Straßen** wird der ZVB in seiner Struktur Richtung Norden und Süden deutlich begrenzt. Einerseits ergibt sich durch den Verlauf der Bundesstraßen eine damit verbundene gute MIV-Erreichbarkeit. Aus der teilweise hohen Verkehrsbelastung ergeben sich andererseits Einschränkungen bzgl. der Wegeführung (Barrierewirkung) und Aufenthaltsqualität, vor allem entlang der südlichen Grenze des Innenstadtzentrums.
- Die Leerstandquote im Innenstadtzentrum ist mit rd. 19 % als leicht über- durchschnittlich zu beurteilen. Ein Großteil der Leerstände konzentriert sich dabei auf die Klemmhof-Passage, welche im Weiteren als Potenzialbereich zur Stärkung des ZVB empfohlen wird.

Nahversorgungssituation

- Die quantitative Nahversorgungssituation in der Stadt Neustadt a. d. W. ist mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,44 m² je Einwohner im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 0,09 m² im Bereich Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken als **gut** zu bezeichnen.
- Die qualitative Nahversorgungssituation ist hinsichtlich der Vielfalt der Betriebsstrukturen (u. a. SB-Warenhaus, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Getränkemärkte, Drogeriefachmärkte) als **sehr ausgewogen** zu bewerten.
- Hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation ist in Neustadt a. d. W. ein **gewisses Optimierungspotenzial** zu erkennen. Zwar lassen sich vereinzelt Bereiche in siedlungsräumlichen Randlagen identifizieren, welche nicht über eine ausreichende Mantelbevölkerung zur Ansiedlung gängiger Betriebstypen verfügen. Gleichzeitig stellt sich besonders in Siedlungsbereichen der Weststadt, des Ortsteils Lachen-Speyerdorf sowie im Bereich der Ortsteile Hambach/Diedesfeld ein räumliches Optimierungspotenzial zur Herstellung einer fußläufigen Nahversorgung dar.

Der Einzelhandel kann als wesentlicher (jedoch nicht einziger) Frequenzbringer durch eine konsequente und zielführende bauleitplanerische Steuerung einen Beitrag zur Sicherung, Stärkung und Weiterentwicklung der Stadt Neustadt a. d. W. leisten. Der Anspruch an eine entsprechende konzeptionelle Grundlage steigt dabei weiter. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund fortschreitender Konzentrations- und Filialisierungsprozesse, der Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel, dem Online-Handel und geänderten Konsumverhaltensmustern.

Entsprechende Handlungs- und Lösungsansätze sind in den nachfolgenden Teilbausteinen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes sowohl aus funktionaler als auch aus städtebaulicher Sicht zu erarbeiten.

5

Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse konkrete Instrumente zur konzeptionellen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vorgestellt werden können, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen und die daraus resultierenden übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Neustadt a. d. W. zu erarbeiten.

5.1 ABSATZWIRTSCHAFTLICHER ENTWICKLUNGSRAHMEN

Die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. Im Entwicklungsrahmen werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht.

5.1.1 Vorbemerkung zum ermittelten Entwicklungsrahmen

- Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen kann und soll aufgrund seines mit Unsicherheiten behafteten Prognosecharakters grundsätzlich **keine „Grenze der Entwicklung“** (etwa als oberer Grenzwert) darstellen. Er ist vielmehr eine von mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels.
- Auch Vorhaben, die den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen **überschreiten**, können im Einzelfall zur gewünschten Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebotes beitragen, sofern sie mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Neustadt a. d. W. korrespondieren. Dies kann der Fall sein, wenn eine Ansiedlung an einem stadtentwicklungspolitisch gewünschten und konzeptionell konformen Standort (z. B. Innenstadtzentrum) erfolgen soll.
- Vorhaben, die diesen Zielen und dem vorliegenden Konzept jedoch nicht entsprechen und die sich aufgrund ihrer Dimensionierung nicht in den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen einfügen, können das städtebaulich präferierte Zentrum und weitere Standorte durch verhältnismäßig hohe **Umsatzumverteilungseffekte** im Einzelfall gefährden.
- Dies impliziert, dass der hier beschriebene absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen im engen Kontext mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen und dem Zentren- und Standortkonzept zu sehen ist. Erst im Kontext des **räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds** kann der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind darüber hinaus Entwicklungsspielräume auch oberhalb der hier dargestellten Angaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse

noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb der Stadt Neustadt a. d. W. gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial größtenteils neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

5.1.2 Methodik und Berechnung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs die vergangenen, gegenwärtigen und prognostizierten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie die versorgungsstrukturellen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Neustadt a. d. W. werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt.

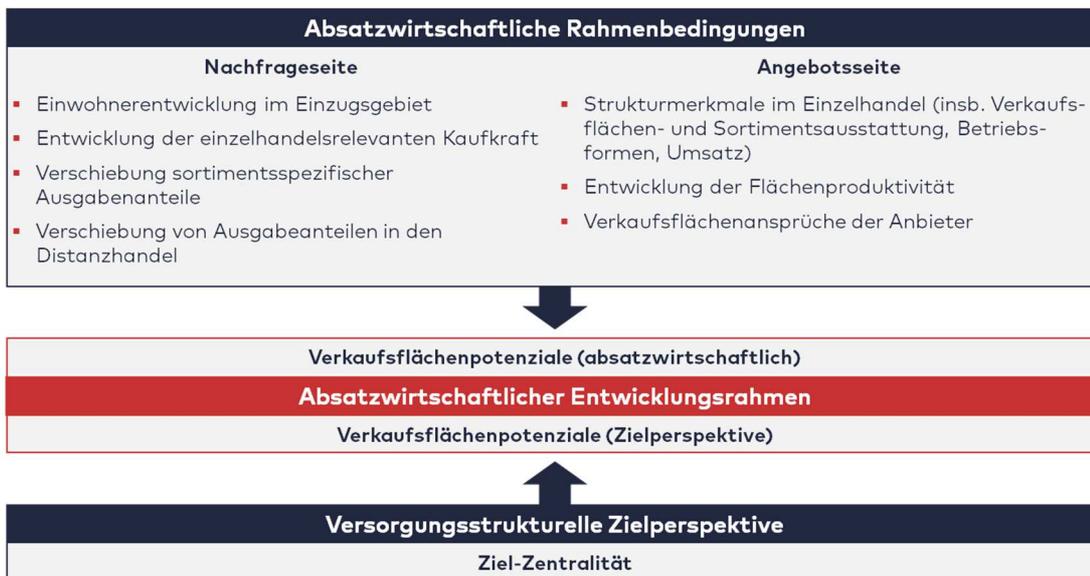


Abbildung 12: Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens

Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Landes- und Regionalplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in der Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren z. B. breit gefächerte Einzelhandelsangebote auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt die wohnstandortnahe Versorgung mit dem qualifizierten Grundbedarf zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag wird hier als so genannte Ziel-Zentralität aufgegriffen.

Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen wird für einen Zeitraum von rd. fünf Jahren ermittelt, um realistische Eingangsparameter zu verwenden und die Möglichkeit von Scheingenauigkeiten zu minimieren. Im Folgenden werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für das **Prognosejahr 2025** einzeln erläutert.

Einwohnerentwicklung im Einzugsgebiet

Zur Untersuchung der zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Neustadt a. d. W. werden Prognosedaten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz in einer Oberen und Unteren Variante zugrunde gelegt. Die Untere Variante des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz berücksichtigt einen Bevölkerungsrückgang um rd. -0,43 % bis zum Prognosejahr 2025. Die Berechnung der Oberen Variante prognostiziert eine positive Bevölkerungsentwicklung um rd. 1,12 % Für die Ermittlung der Verkaufsflächenpotenziale wird dementsprechend mit zwei verschiedenen Szenarien gearbeitet.

Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung sind in Abhängigkeit vom jeweiligen Szenario unterschiedliche Impulse zu erwarten.

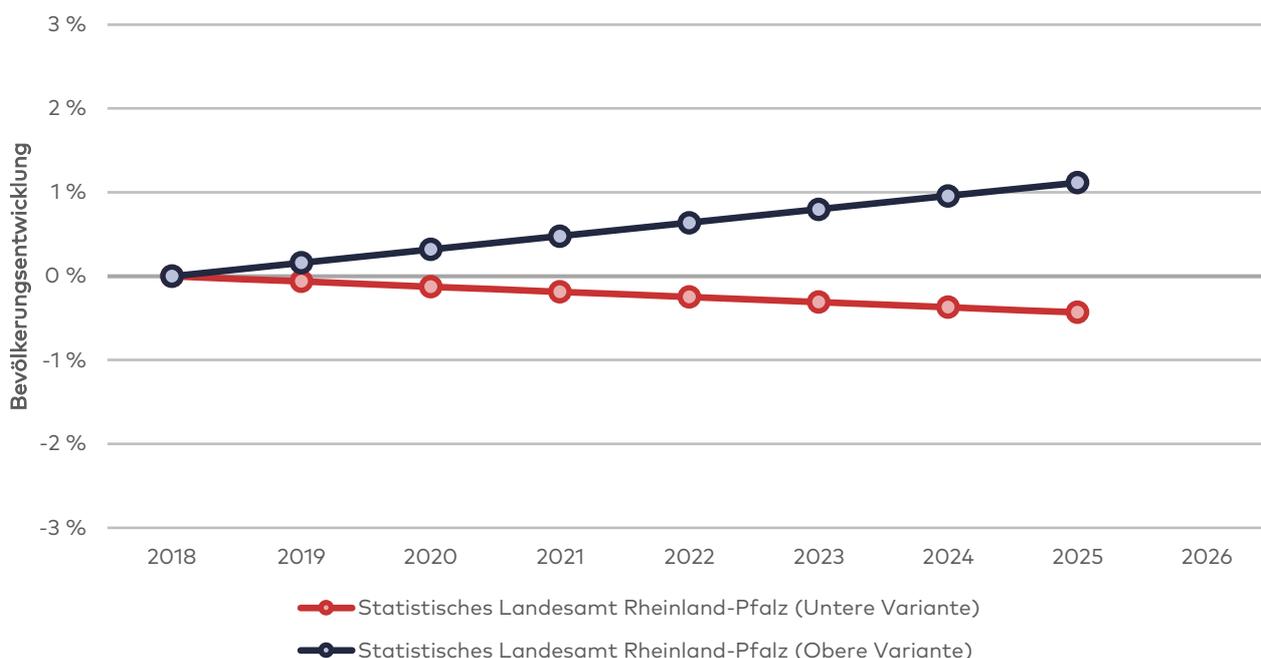


Abbildung 13: Einwohnerprognose in Neustadt a. d. W.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohnerprognose: siehe Legende.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Der Nettoumsatz im Einzelhandel stagnierte zwischen den Jahren 2000 und 2010 bei knapp über 400 Mrd. Euro pro Jahr. Seit etwa 2010 ist ein spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, sodass diese im Jahr 2017 bei rd. 512,8 Mrd. Euro liegen. Dies entspricht einem Wachstum von rd. 15 % in den letzten fünf Jahren. Im Gegensatz dazu sind die allgemeinen Konsumausgaben in den letzten fünf Jahren lediglich um rd. 12 % gestiegen. Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt nach deutlichen Rückgängen in den 2000er Jahren seit 2010 insgesamt relativ stabil bei rd. 31 %. Der spürbar gestiegene Einzelhandelsumsatz ist u. a. auf eine höhere Ausgabebereitschaft bei Lebensmitteln, hohen Umsatzsteigerungen im Online-Handel und auf das insgesamt positive Konsumklima der letzten Jahre zurückzuführen. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Nettoumsatz im Einzelhandel sowohl den stationären als auch den Online-Einzelhandelsumsatz beschreibt. Die Online-Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. u.).

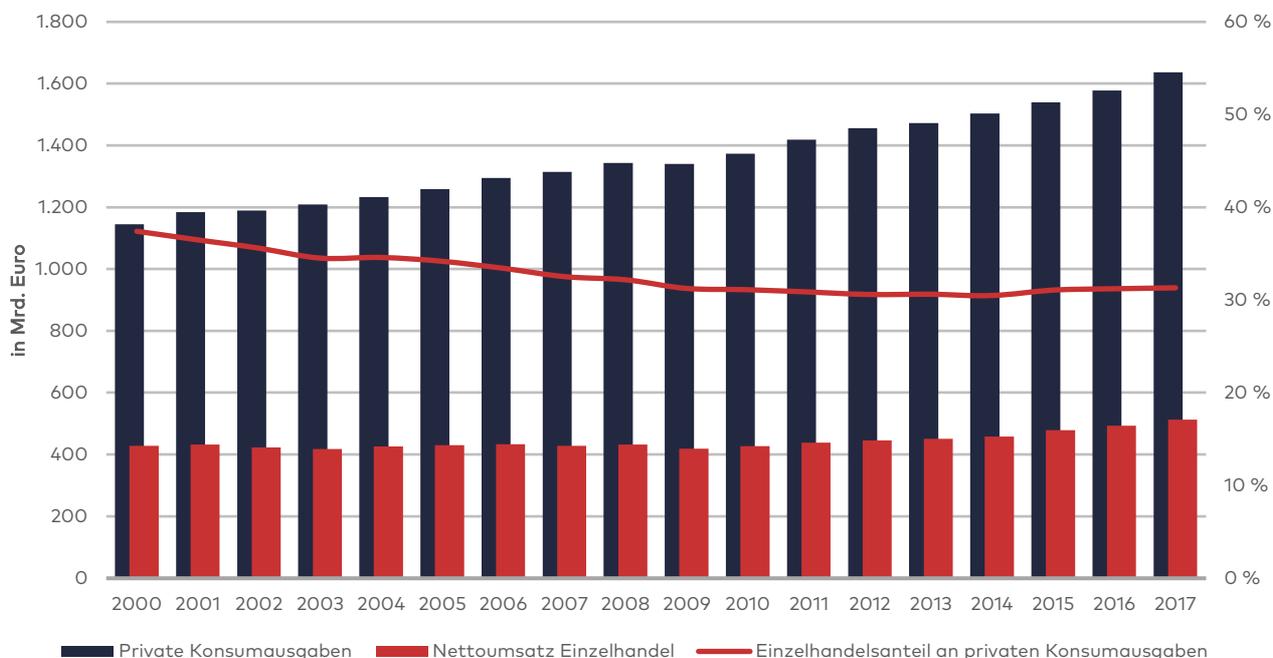


Abbildung 14: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

In der Summe ist somit eine moderate Steigerung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben zu verzeichnen. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts aktueller Unsicherheiten in der Entwicklung des stationären Einzelhandels nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens wird daher für die nächsten Jahre eine insgesamt stagnierende Entwicklung der stationär relevanten Kaufkraft mit sortimentspezifischen Unterschieden angenommen. Für einzelne Sortimente ergeben sich allerdings deutliche Unterschiede. Während die stationär relevante Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel z. B. in den nächsten Jahren aufgrund der nur moderat zu erwartenden Steigerung des Online-Anteils, der Preisentwicklung sowie dem veränderten Konsumverhalten weiter deutlich ansteigt, ist insbesondere bei innenstadtaffinen Sortimenten (z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik) von einem weiteren Rückgang der stationär relevanten Kaufkraft (insb. aufgrund des weiter zunehmenden Online-Anteils) auszugehen.

Entwicklung der Flächenproduktivität

In der Zeit von 2000 bis 2014 war bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben zu beobachten. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, sodass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm. Das Verkaufsflächenwachstum hat sich in den letzten Jahren allerdings abgeschwächt. Eine Fortsetzung des Trends zum Verkaufsflächenwachstum ist nicht zuletzt aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels (s. u.) unwahrscheinlich. Der stationäre Einzelhandelsumsatz (und damit auch die Flächenproduktivität) ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. umgekehrt, sodass die Flächenproduktivität aktuell wieder ansteigt (vgl. Abbildung 15).

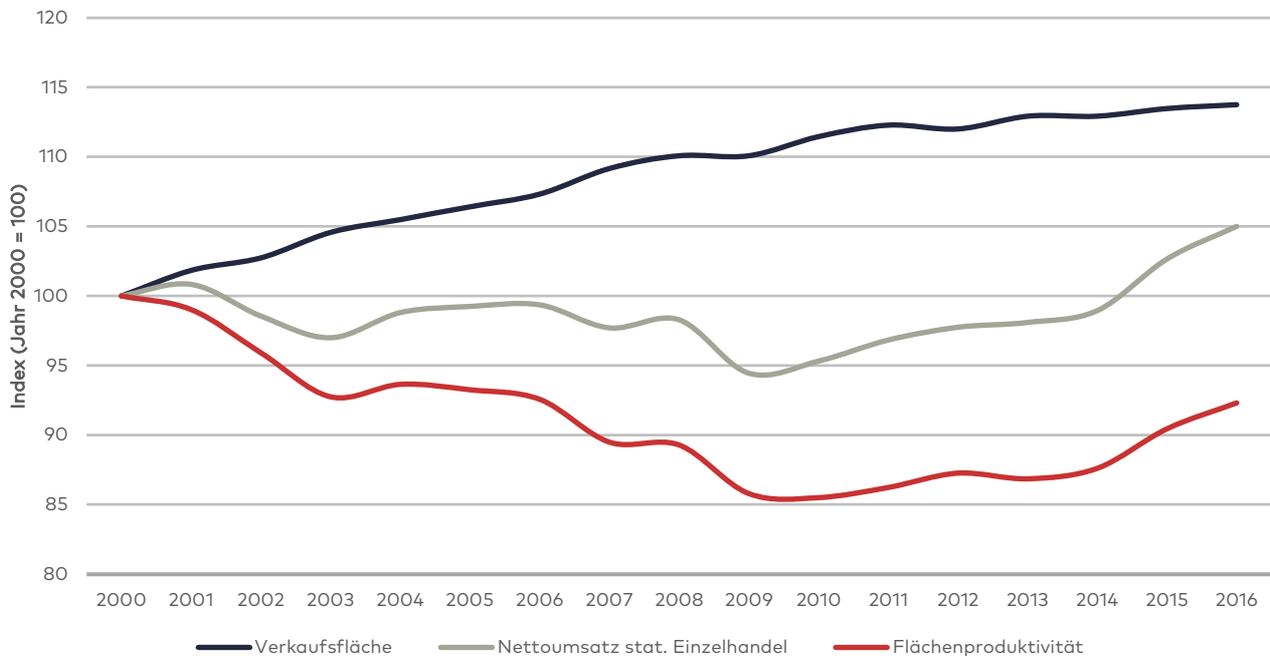


Abbildung 15: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Zukünftig kann daher von deutlichen Unterschieden bei der Entwicklung der Raumleistung ausgegangen werden. Dabei sind selbst in der gleichen Warengruppe je nach Betreiber gegensätzliche Entwicklungen zu konstatieren.

Entwicklung des Online-Handels

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre stetig angewachsen ist. So wird für das Jahr 2018 im Online-Segment ein Einzelhandelsumsatz von rd. 53,4 Mrd. Euro (rd. 10,2 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes) prognostiziert.

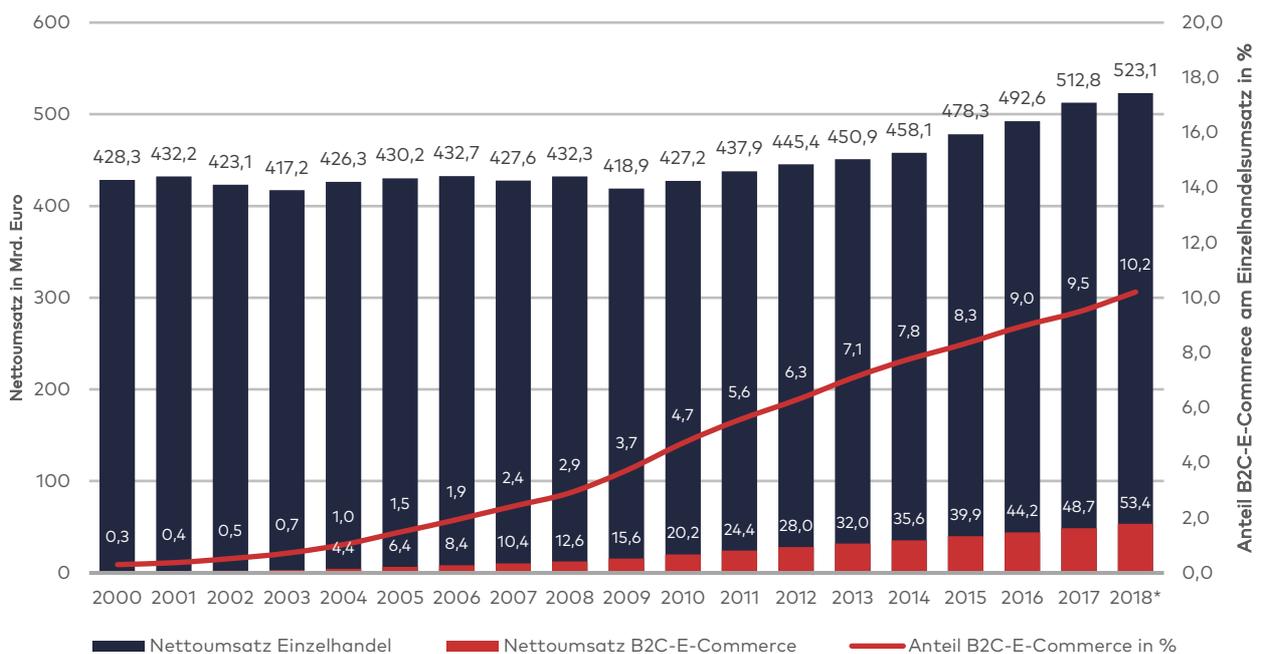


Abbildung 16: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); *Prognose.

Der Anteil ist sortimentspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik nimmt der Online-Anteil am Gesamtumsatz im Einzelhandel stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente und im besonderen Maße innerstädtische Leitsortimente betroffen.

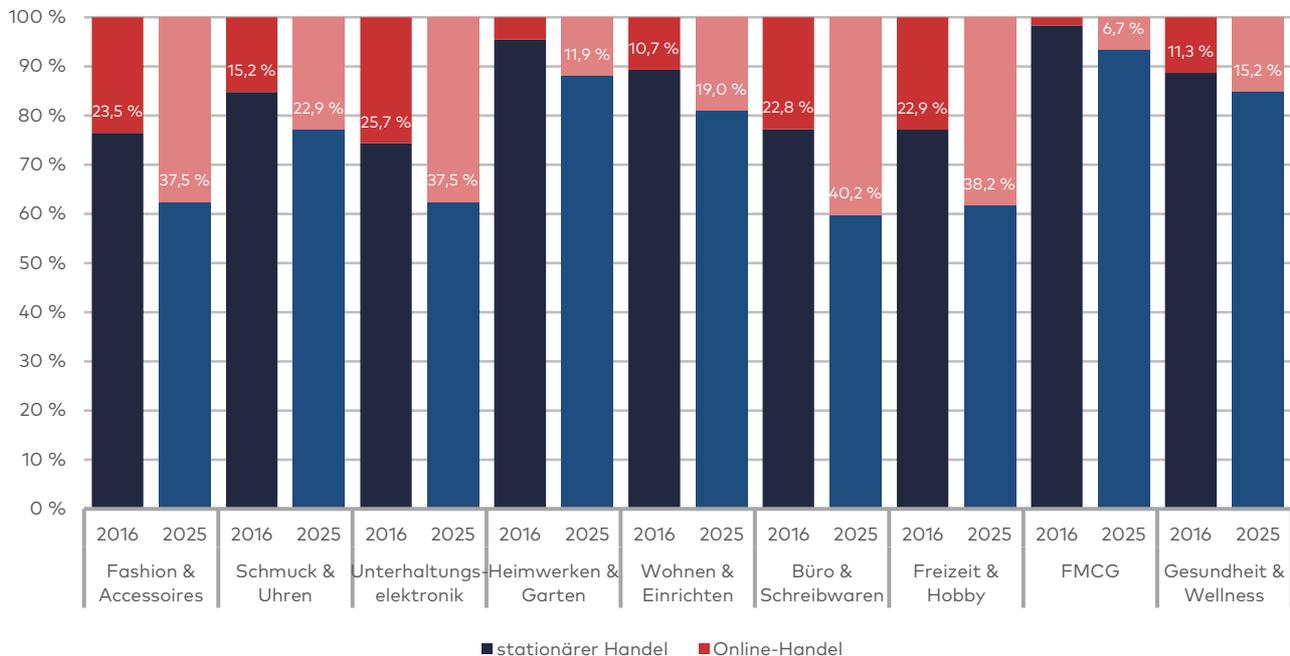


Abbildung 17: Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2016 und 2025 (Prognose)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Handelsverband Deutschland (HDE), IFH Retail Consultants GmbH 2017, BBSR 2017; Prognose: BBE/elaboratum; FMCG = Fast Moving Consumer Goods (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren).

Ob oder in welchem Maße dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist derzeit allerdings nicht präzise vorherzusagen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen davon aus, dass der Online-Anteil im Jahr 2025 je nach Sortiment zwischen rd. 6,7 % und rd. 40,2 % liegen wird.

Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (zentren- und nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen (Flächenangebot) und verkehrsseitigen (mikro- und makroräumliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) Aspekten in erster Linie absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Einwohnerentwicklung, Siedlungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um Kopplungseinkäufe zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

Ziel-Zentralität

Die heutige Einzelhandelszentralität der Stadt Neustadt a. d. W. beträgt rd. 110, wobei sortimentspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind, wie in Kapitel

4.4 dargelegt wurde. Hieraus erwachsen für einige Warengruppen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale bis zur jeweiligen Ziel-Zentralität.

Für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs ist aus fachgutachterlicher Sicht sowie auf Grundlage der Bestandsstrukturen eine Ziel-Zentralität von 110 stadtentwicklungspolitisch und hinsichtlich des landesplanerischen Versorgungsauftrages für ein Mittelzentrum plausibel. Diese Sortimente sollen grundsätzlich von allen Kommunen gemessen an der jeweiligen vor Ort verfügbaren Kaufkraft im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung vollständig zur Verfügung gestellt werden und umliegende Siedlungsbereiche mitversorgen.

Für die Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereichs wird eine Ziel-Zentralität von 120 und für den langfristigen Bedarfsbereiches eine Ziel-Zentralität von 100 als stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell angemessen erachtet. Eine höhere Ziel-Zentralität kann aufgrund des landesplanerischen Versorgungsauftrages als Mittelzentrum, der leistungsstarken Mittelzentren im engeren Umfeld (z.B. Landau und Speyer) und der attraktiven Oberzentren im weiteren Umfeld sowie des geänderten Konsumverhaltens der Verbraucher nicht als realistische Prognosevariante zugrunde gelegt werden.

Aus den dargestellten Ziel-Zentralitäten (siehe Abbildung 18) ergeben sich gewisse Entwicklungspotenziale für bestimmte Warengruppen, v. a. im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich. Es ist dabei jedoch zu berücksichtigen, dass aufgrund der Entwicklungen im Online-Handel bereits das Erreichen des „stationären Anteils“ der Ziel-Zentralität (d. h. abzüglich des Online-Anteils im Prognosejahr) als Erfüllung des stadtentwicklungspolitischen und landesplanerischen Versorgungsauftrages bewertet werden kann.

Liegt die aktuelle sortimentspezifische Zentralität bereits über der abgeleiteten Ziel-Zentralität bedeutet dies, dass von der Ziel-Zentralität keine Impulse für Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale hervorgehen.

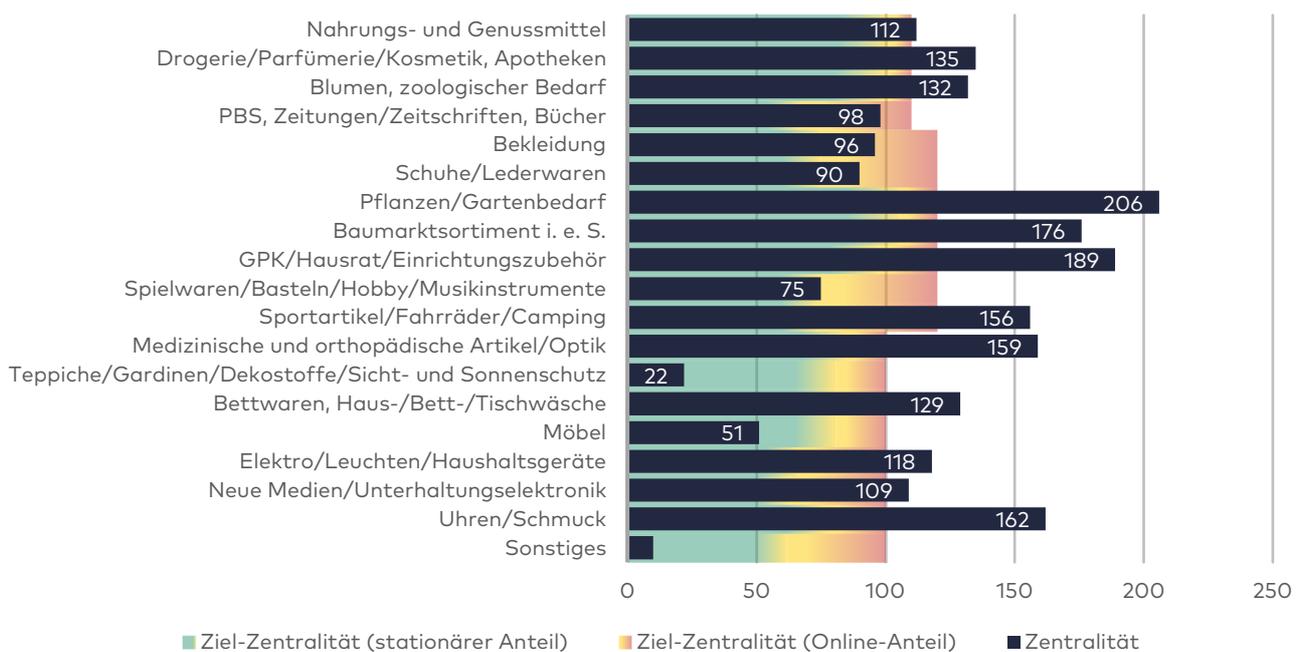


Abbildung 18: Sortimentspezifische Zentralität und Ziel-Zentralität

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik, Sonstiges = u.a. Kfz-Zubehör.

Für die Stadt Neustadt a. d. W. ergeben sich damit stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell begründbare Entwicklungspotenziale v. a. in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente, Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz sowie in der Warengruppe Möbel.

Zusammenfassung der relevanten Rahmenbedingungen

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der für den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zugrunde gelegten Parameter ist Tabelle 10 zu entnehmen.

Tabelle 10: Relevante Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Neustadt a. d. W.

Rahmenbedingung	Impuls	Entwicklungsperspektive für Neustadt a. d. W. bis 2025
Demografische Entwicklung		leicht rückläufige bis teilweise steigende Einwohnerentwicklung bei zunehmend höherem Anteil älterer Menschen
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft		moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)
Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der Anbieter		leichte Impulse bei Filialisten insbesondere im periodischen Bedarfsbereich
Entwicklung der Flächenproduktivität		insgesamt stagnierend bis leicht zunehmend mit deutlichen sortimentspezifischen Unterschieden
Entwicklung des Online-Handels		konstant steigender Online-Anteil mit deutlichen sortimentspezifischen Unterschieden
Versorgungsauftrag (Ziel-Zentralität)		sortimentspezifische Entwicklungspotenziale im Rahmen des mittelzentralen Versorgungsauftrages

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

5.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Neustadt a. d. W.

Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie der Ziel-Zentralitäten ergeben sich für die Stadt Neustadt a. d. W. bis 2025 absatzwirtschaftliche Entwicklungspotenziale, die in der Tabelle 11 in qualitativer Form dargestellt werden.

Tabelle 11: Verkaufsflächenpotenziale für die Stadt Neustadt a. d. W. bis 2025

Warengruppe	Arrondie- rungsspiel-	Fachgeschäft	kleiner Fachmarkt	großer Fachmarkt
Nahrungs- und Genussmittel	■	□	□	□
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	□	□	□	□
Blumen, zoologischer Bedarf	□	□	□	□
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	■	■	□	□
Bekleidung	■	■	■	■
Schuhe/Lederwaren	■	■	■	■
Pflanzen/Gartenbedarf	□	□	□	□
Baumarktsortiment i. e. S.	□	□	□	□
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	□	□	□	□
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstru- mente	■	■	■	□
Sportartikel/Fahrräder/Camping	□	□	□	□
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	□	□	□	□
T Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	■	■	■	■
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	□	□	□	□
Möbel	■	■	■	□
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	□	□	□	□
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	□	□	□	□
Uhren/Schmuck	□	□	□	□

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ■ = absatzwirtschaftliches Potenzial vorhanden; □ = kein absatzwirtschaftliches Potenzial vorhanden.

Unterschieden wird nach den Ansiedlungsfällen „Fachgeschäft“, „kleiner Fachmarkt“ und „großer Fachmarkt“. Während bei einem **Fachgeschäft** i. d. R. eine sortimentspezifische Verkaufsfläche von 50 bis 100 m² (in Ausnahmefällen wie z. B. Möbelfachgeschäften auch mehr) angenommen wird, so ist bei einem **kleinen Fachmarkt** i. d. R. je nach Warengruppe von einer sortimentspezifischen Verkaufsfläche von 300 m² (z. B. Bekleidungsfachmarkt) bis 800 m² (z. B. kleiner Lebensmitteldiscounter) auszugehen. Auch hier können flächenintensive Betriebstypen (z. B. kleine Garten-, Bau- und Möbelmärkte) deutlich höhere sortimentspezifischen Verkaufsflächen (bis zu 5.000 m²) umfassen und sind dementsprechend in der Berechnung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens berücksichtigt worden. **Große Fachmärkte** beginnen i. d. R. je nach Warengruppe bei einer sortimentspezifischen Verkaufsfläche von 800 m² (z. B. Drogeriefachmärkte)

bis 1.200 m² (z. B. große Lebensmitteldiscounter). Flächenintensivere Betriebstypen beginnen hingegen bei 5.000 m² (z. B. Garten- und Baumärkte) bzw. bei rd. 20.000 m² (z. B. Möbelhäuser) Verkaufsfläche. Entwicklungspotenziale die unterhalb des Niveaus eines Fachgeschäftes liegen sind in Tabelle 11 als **Arrondierungsspielraum** ausgewiesen.

Die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale verdeutlicht Entwicklungsspielräume in verschiedenen Warengruppen. Die Stadt Neustadt a. d. W. übernimmt als Mittelzentrum eine Versorgungsfunktion im Bereich des qualifizierten Grundbedarfs. Dieser Aufgabe wird Neustadt a. d. W. im kurzfristigen Bedarfsbereich fast vollumfänglich gerecht.

Die ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale im Sortimentsbereich **Nahrungs- und Genussmittel** reichen im Hinblick auf die Verkaufsflächenpotenziale nicht für eine Ansiedlung eines über den Arrondierungsspielraum hinausgehenden Betriebs. Jedoch werden in Kapitel 6.2.3 im Rahmen des Nahversorgungskonzepts zwei stadtentwicklungspolitisch und konzeptionell gewünschte Potenzialstandorte untersucht, die die Nahversorgungssituation, v. a. in deutlich unterversorgten Bereichen verbessern würden. Aufgrund großflächiger Einzelhandelsangebote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, bspw. durch das SB-Warenhaus Globus am Ergänzungsstandort Weinstraßenzentrum, werden rechnerische Potenziale deutlich beschränkt bzw. sind aktuell nur in Form von Arrondierungsspielräumen gegeben. In Kapitel 6.2.3 wird nochmals vertiefend auf die absatzwirtschaftlichen Potenziale des Bereichs Nahrungs- und Genussmittel im Kontext der konzeptionell angestrebten räumlichen Nahversorgungsstrukturen eingegangen.

In den sonstigen Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfsbereiches** besteht für die Warengruppe **PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher** darüber hinaus ein gewisses Entwicklungspotenzial im Rahmen der Ansiedlung eines Fachgeschäftes.

In den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** – insbesondere **Bekleidung** und **Schuhe/Lederwaren** bestehen Entwicklungspotenziale sowohl für die Ansiedlung kleinerer Märkte als auch großer Fachmärkte³¹. Im Bereich **Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente** ist darüber hinaus die Ansiedlung bis hin zu einem kleinen Fachmarkt möglich. Als Suchbereich für entsprechende Ansiedlungen empfiehlt sich zur funktionalen Zentrenstärkung eine Realisierung im Bereich des ZVB Neustadt, wobei aufgrund der perspektivischen Flächenverfügbarkeiten die Potenzialfläche des ehemaligen Hertie Kaufhauses sowie Teile der Klemmhof Passage als primärer Ansiedlungsraum zu prüfen ist.

Zudem reichen die ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale der Warengruppe **Teppiche/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz** für einen großen Fachmarkt mit entsprechendem Hauptsortiment oder für zusätzliche Ergänzungen in Baumärkten. In der Warengruppe **Möbel** besteht darüber hinaus das Potenzial für die Ansiedlung eines kleinen Fachmarkts.

³¹ Am Ergänzungsstandort Weinstraßenzentrum hat der Fachmarkt BÖ Schuhe & Fashion unter Einbezug der Verkaufsflächen des Fachmarkts Adler auf rd. 3.600 m² VKF vorrangig im Sortimentsbereich Bekleidung erweitert. Hierbei handelt es sich um eine Entwicklung, die zum Zeitpunkt der Ermittlung des oben dargestellten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens noch nicht abzusehen war. Trotz der Erweiterung des Fachmarktes BÖ Schuhe & Fashion am Ergänzungsstandort Weinstraßenzentrum bestehen weiterhin deutliche Entwicklungspotenziale für kleinerer Märkte als auch große Fachmärkte im Sortimentsbereich Bekleidung.

Durch den für Ende 2020 geplanten Marktaustritt des Baumarkts Hela Profi Zentrum Neustadt sind im Sortimentsbereich **Baumarktsortiment i. e. S** sowie nachgeordnet im Sortiment **Pflanzen/Gartenbedarf** Entwicklungspotenziale zu erwarten. Der Marktaustritt des genannten Betriebs war bei der Ermittlung des oben dargestellten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens noch nicht abzusehen. Die entsprechenden Entwicklungspotenziale dürften deutlich kleiner ausfallen, als die entsprechenden abgehenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen des genannten Betriebs. Da es sich bei den beiden Hauptsortimenten des genannten Betriebs - Baumarktsortiment i. e. S sowie Pflanzen/Gartenbedarf - um nicht innenstadtrelevante Sortimente (s. Kapitel 7.2) handelt, wären bei entsprechenden Ansiedlungsvorhaben insbesondere die städtebaulichen Auswirkungen auf die konzeptionellen Zielstellungen für den Ergänzungsstandort Weinstraßenzentrum zu prüfen.

Für Neustadt a. d. W. bedeuten die Prognoseergebnisse zum absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen, dass

- die landesplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion von Neustadt a. d. W. in einigen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden kann,
- in den Warengruppen ohne ein nennenswertes quantitatives Entwicklungspotenzial neue Angebote und Verkaufsflächen mit höherer Wahrscheinlichkeit durch stärkere Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern allerdings nur bedingt zu),
- bei einer deutlichen Überschreitung des ermittelten Entwicklungsrahmens sowie bei Realisierung von Einzelhandelsvorhaben an nicht konzeptkonformen Standorten ein stadtentwicklungspolitisch nicht zielführender Wettbewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für den zentralen Versorgungsbereich von Neustadt einerseits und die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert und
- bei Warengruppen mit begrenzten Entwicklungspotenzialen der Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beizumessen ist.

Darüber hinaus legen Handelsunternehmen generell für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht berücksichtigte Marktfaktoren zugrunde. Diese können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die vom hier ermittelten Entwicklungsrahmen ggf. abweichen und städtebaulich nicht zwangsläufig verträglich sind. Im aktuellen Marktgeschehen kann v. a. die Entwicklung in Form von Fachmärkten nachverfolgt werden. Oftmals handelt es sich hierbei um spezialisierte Fachmarktkonzepte. Das Innenstadtzentrum (s. Kapitel 6.1.3) stellt i. d. R. den konzeptionell gewünschten Standort für entsprechend expansive Betriebsformate dar. Die Größe der Geschäfte, ob beispielsweise in Fachgeschäfts- oder Fachmarktausprägung, ergibt sich jedoch, wie bereits dargestellt, in Abhängigkeit von unternehmerischen Ansiedlungsplanungen bzw. den entsprechenden betreiberseitigen (Standort-)Anforderungen.

Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die **Prognosewerte keine „Grenze der Entwicklung“** darstellen, sondern vielmehr als **Orientierungswert** verstanden werden. Auch Vorhaben, die das absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungspotenzial überschreiten, können zur Verbesserung des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Neustadt a. d. W. korrespondieren und sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

5.2 ÜBERGEORDNETE ENTWICKLUNGSZIELSTELLUNGEN FÜR NEUSTADT A. D. W.

Als optimal und den Entwicklungszielen der Stadt Neustadt a. d. W. bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte, übergeordnete Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung angestrebt werden:

1. **Stärkung der mittelzentralen Funktion:** Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion sowie der Einzelhandelszentralität der Stadt Neustadt a. d. W. im regionalen Kontext durch die Erhöhung der Einkaufsqualität sowie die Ausschöpfung der ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale.
2. **Stärkung und Weiterentwicklung des ZVB Innenstadt:** Stärkung des ZVB durch Ergänzung des Angebots und Etablierung leistungsfähiger Strukturen, welche die Frequenz erhöhen.
3. **Sicherung und Stärkung der Nahversorgung:** Erhalt und Stärkung des Nahversorgungsangebots im ZVB sowie an den Bestandsstandorten LMNV sichern und weiterentwickeln im Kontext ihrer jeweiligen Versorgungsfunktion bei gleichzeitiger Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf den ZVB Innenstadt.
4. **Bereitstellung von Ergänzungsstandorten:** Bereitstellung von Flächen für den großflächigen nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel mit restriktiver Handhabung innenstadtrelevanter Sortimente zur Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf den ZVB und die Nahversorgung.

Die nachfolgende Abbildung 19 veranschaulicht zusammenfassend die übergeordneten Entwicklungsziele für die Stadt Neustadt a. d. W.

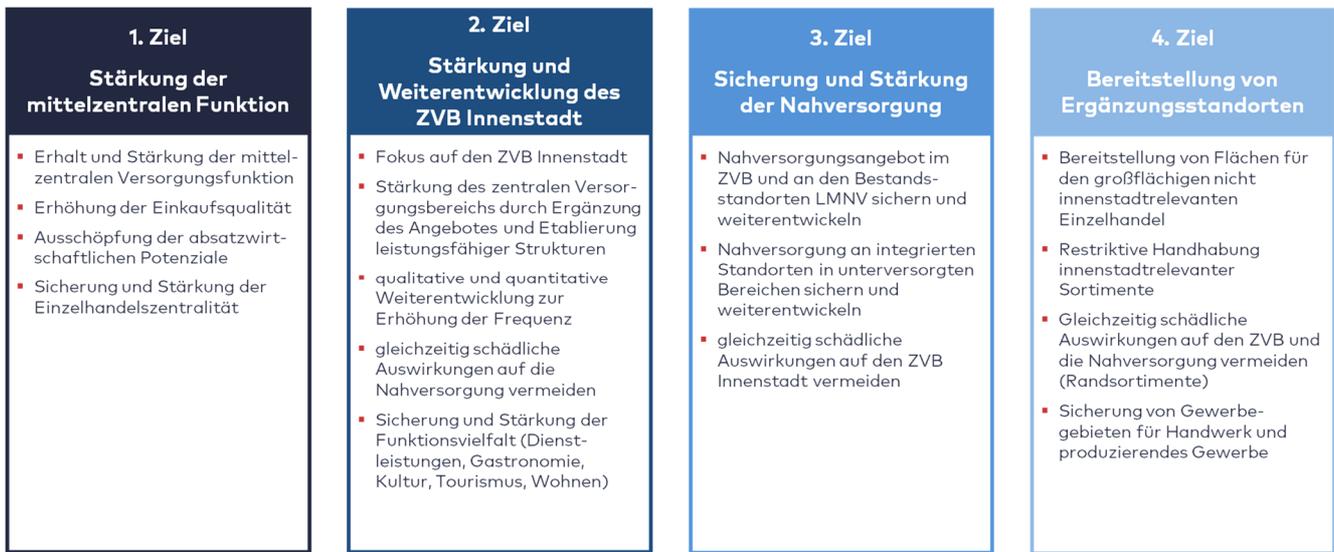


Abbildung 19: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Neustadt a. d. W.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Zwischen den jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend eine präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, sodass die Verfolgung des einen Ziels nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet. Vor diesem Hintergrund erfolgt in den nächsten Schritten eine räumliche und inhaltliche Konkretisierung der übergeordneten Entwicklungszielstellungen in Form eines Zentren- und Standortkonzeptes, einer Liste innenstadt- und innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente (Sortimentsliste für Neustadt a. d. W.) sowie in Form von bei Standortfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätzen.

6 Einzelhandelskonzept für Neustadt a. d. W.

Aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse und abgeleitet aus den Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung werden im Folgenden ein Zentren- und Standortkonzept, eine Liste innenstadt- und innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sowie die bei Standortanfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze für die Stadt Neustadt a. d. W. entwickelt.

6.1 ZENTRENKONZEPT

Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzeptes ist die räumliche und funktionale Festlegung des zu empfehlenden zentralen Versorgungsbereichs. Die hierbei zugrunde zulegenden Kriterien werden nachfolgend detailliert vorgestellt.

6.1.1 Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von zentralen Versorgungsbereichen

Die Innenstädte und Ortszentren sowie die Nebenzentren und Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Zentrale Versorgungsbereiche bilden die essentielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB. Darüber hinaus sieht § 5 Abs. 2 BauGB vor, dass im Flächennutzungsplan die Ausstattung des Stadtgebiets mit zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden kann, um Einzelhandelskonzepten als informelles Planungsinstrument stärkeres rechtliches Gewicht zu verleihen. Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG) eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentren- und Standortdefinition ergibt sich, je nach Größe und Struktur einer Kommune, ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum, aus Neben- oder Stadtteilzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (siehe Abbildung 20). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

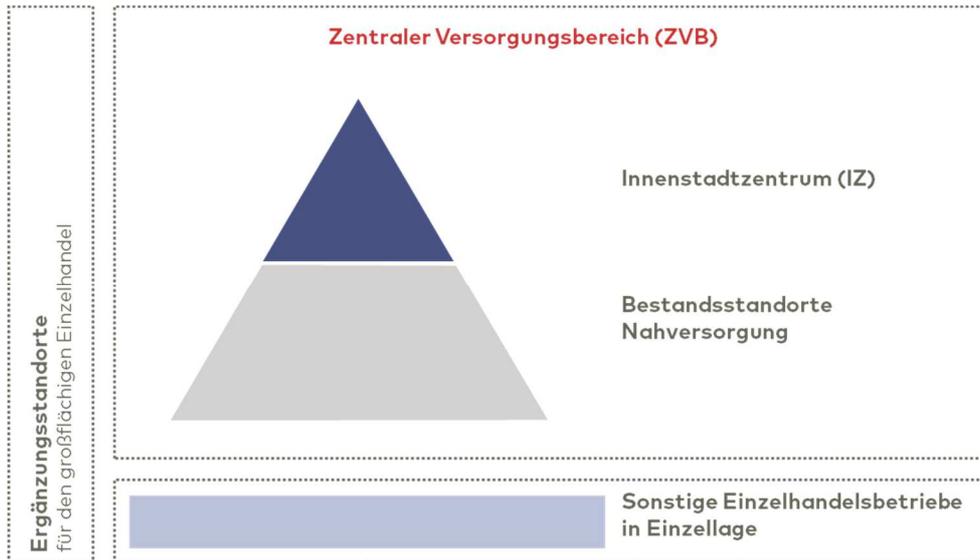


Abbildung 20: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die einzelnen Zentren- und Standorttypen unterscheiden sich hinsichtlich der Tiefe und der Breite der Versorgungsfunktion:³²

1. **Innenstadtzentren** verfügen über einen großen Einzugsbereich (i. d. R. gesamtes Stadtgebiet, ggf. weiteres Umland) und bieten regelmäßig ein breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.
2. **Bestandsstandorte Lebensmittelnahversorgung** sind in städtebaulich integrierten Lagen verortet und verfügen über einen kleinen Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Quartiere bzw. Wohnsiedlungsbereiche) und bieten insbesondere ein nahversorgungsrelevantes Angebot sowie deutlich nachgeordnet zum Teil Waren des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.³³

³² Vgl. Kuschnerus/Bischopink/Wirth 2018, S. 101.

³³ Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.³⁴

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen.³⁵

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt.³⁶

EIN ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH IST EIN

- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
- eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung – häufig ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote – geprägt ist.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.³⁷

In der Planungspraxis ist die Beurteilung, ob bestimmte Lagen noch als zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Grund- oder Nahversorgungszentrums einzustufen sind zuweilen überaus anspruchsvoll. Regelmäßig ergeben sich Streitfälle bei zwar städtebaulich integrierten Bereichen mit einer historischen Zentrenfunktion, die aber nur über eine eingeschränkte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus verfügen. Standortbereiche, die nicht über eine ausreichende Größe und ein Spektrum von Waren und Dienstleistungen sowie keinen marktgängigen Lebensmittelmarkt verfügen, können gemäß aktueller

³⁴ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

³⁵ Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.

³⁶ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

³⁷ Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

Rechtsprechung keine zentrale Versorgungsfunktion in größeren Städten übernehmen und sind somit bei fehlender Entwicklungsperspektive (z. B. in Form konkreter Potenzialflächen) nicht als zentraler Versorgungsbereich einzustufen.³⁸

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Abbildung 21 veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Bestandsstruktur hinausgeht.

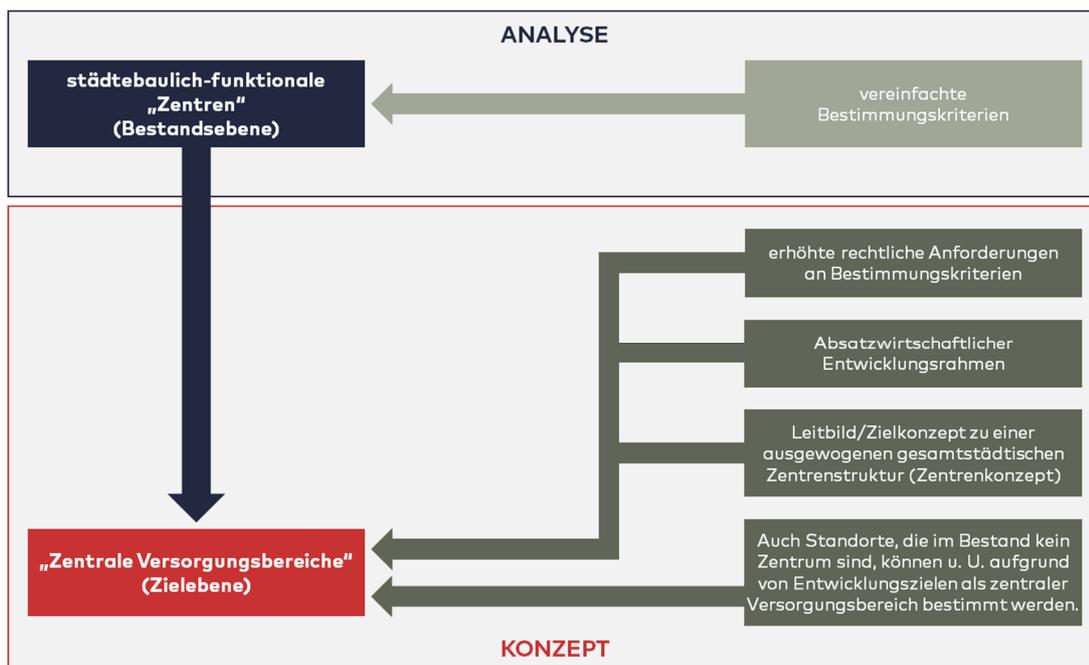


Abbildung 21: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:

³⁸ Vgl. OVG NRW Urteil 15. Februar 2012 – AZ: 10 A 1770/09.

FESTLEGUNGSKRITERIEN FÜR ZENTRALE VERSORGBEREICHE

Aspekte des Einzelhandels

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).

Sonstige Aspekte

- Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.),
- städtebauliche Gestaltung und Dichte, stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums,
- integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets,
- verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen,
- ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.³⁹

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches als Ganzem beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.⁴⁰

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),
- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl

³⁹ Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG NRW bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07).

⁴⁰ Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten oder

- wenn potenzielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

Zentrale Versorgungsbereiche sind gemäß Ziel 58 des LEP IV in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen.

6.1.2 Zentrenstruktur von Neustadt a. d. W.

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Neustadt a. d. W. aus dem Jahr 2011 definiert mit dem ZVB Innenstadt Neustadt einen zentralen Versorgungsbereich innerhalb des Stadtgebiets.

Darüber hinaus lassen mehrere Standorte gewissen Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelsschicht zu bewertende Agglomeration erkennen und weisen somit die erforderlichen Merkmale für die Ausweisung eines Bestandsstandortes Lebensmittelnahversorgung auf. Außerdem finden sich verschiedene Standorte im Stadtgebiet, die durchaus gewisse Versorgungsfunktionen übernehmen können und sollten – etwa Versorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich. Diese werden ebenso wie die Bestandsstandorte Nahversorgung im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes behandelt (siehe Kapitel 6.2).

6.1.3 Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. umfasst diejenigen Bereiche der Innenstadt mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere die Bereiche mit relevanten Kundenläufen sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen. Die Festlegungsempfehlung orientiert sich im Wesentlichen an den bestehenden Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereichs aus dem EHK 2011 und den vorhandenen Bestandsstrukturen unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielstellungen für die Stadt Neustadt a. d. W.

Es ergibt sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien (siehe Kapitel 6.1.1) begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W.:

- Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. erstreckt sich v.a. um die von Nord nach Süd verlaufenden Hauptlagen der Hauptstraße sowie der Friedrichstraße. Den Schwerpunkt bildet der Bereich zwischen Marktplatz und Drogeriefachmarkt Müller entlang der Hauptstraße sowie der Bereich nördlich des Hetzelplatzes.
- Der ZVB wird im Norden durch die Bundesstraße 38 begrenzt. Im westlichen Bereich bildet die Hetzelstraße die Grenze.
- Im südlichen Bereich bildet die Bundesstraße 39 die Grenze des ZVB, welche im weiteren Verlauf Richtung Osten noch den Bahnhofsvorplatz sowie die angrenzende, aktuell als Parkplatz genutzte Fläche miteinbezieht. Im östlichen Bereich verläuft der ZVB entlang der Hohenzollernstraße und weiter nördlich entlang der Karl-Helfferich-Straße.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs erforderlich. Diese wird in der folgenden Abbildung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Neustadt a. d. W. dargestellt.

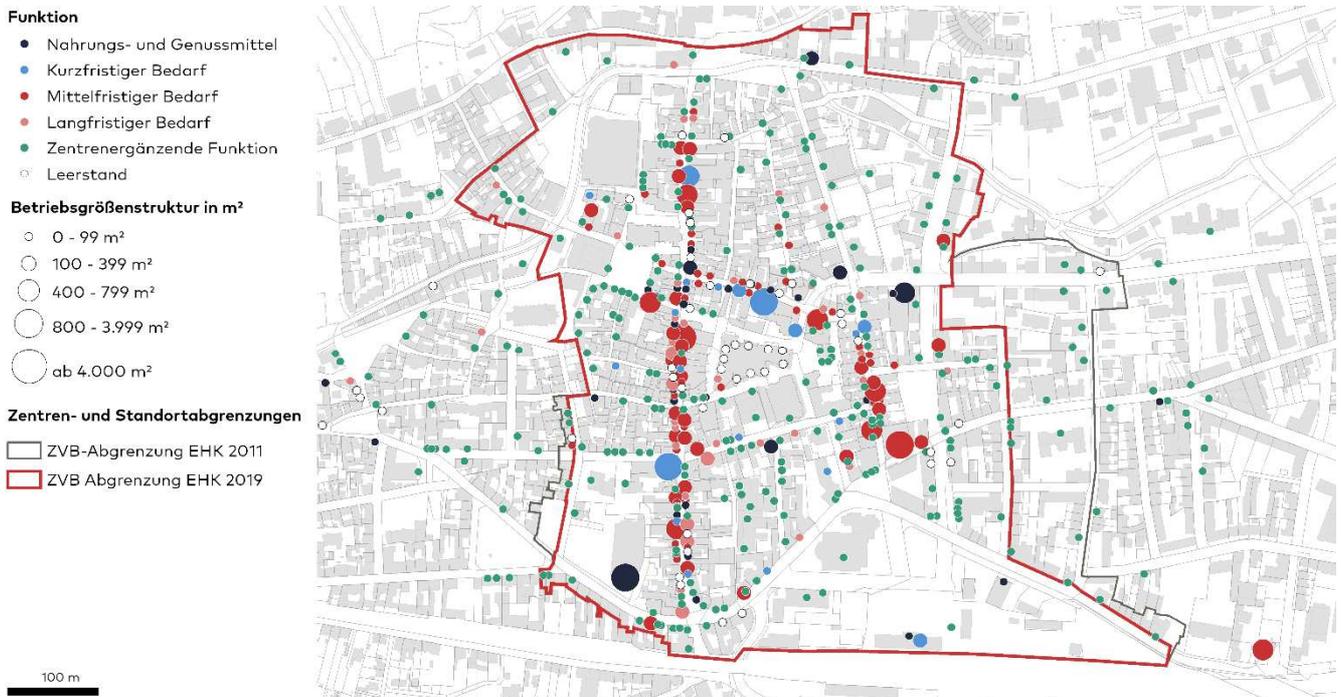


Abbildung 22: Abgrenzung ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. 2019

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2019; Kartengrundlage: Stadt Neustadt a. d. W.

Die im EHK 2011 empfohlene Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt wird weitestgehend fortgeschrieben, wird aber im Rahmen der Fortschreibung um bestimmte Randlagen reduziert. Gegenüber der Abgrenzungsempfehlung aus dem Jahr 2011 wird der zentrale Versorgungsbereich um die Flurstücke im Bereich entlang der Konrad-Adenauer-Straße sowie im Bereich zwischen Hohenzollern- und Moltkestraße reduziert. Ebenso wird der Bereich im Westen auf den Verlauf der Hetzelstraße beschränkt. Im nördlichen und südlichen Bereich bleibt die Abgrenzung aus dem Jahr 2011 bestehen. Die Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Neustadt a. d. W. gründet auf der Konzentration der Einzelhandelsfunktion entlang der Haupt- und Friedrichstraße. In den herausgenommenen Gebieten, v.a. im östlichen Bereich ist keine Einzelhandelsdichte gegeben. Lediglich vereinzelte zentrenergänzende Funktionen sind in diesem Bereich vorhanden. Eine perspektivische Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in diesem Bereich kann i. S. der zu empfehlenden Konzentration auf die Hauptlagen nicht empfohlen werden.

Innere Organisation

Das Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. ist nicht homogen ausgebildet, sondern kann in verschiedene Lagekategorien differenziert werden. Zur inneren Gliederung des zentralen Versorgungsbereiches werden Hauptlage, Nebenlage, Ergänzungsbereiche sowie vorliegende Potenzialfläche im Folgenden näher betrachtet. Die Einordnung erfolgt dabei anhand der baulichen und handelsprägenden Strukturen der verschiedenen Lagebereiche. Die innere Gliederung des Innenstadtzentrums Neustadt a. d. W. wird gemäß Zielperspektive in der nachfolgenden Abbildung dargestellt.

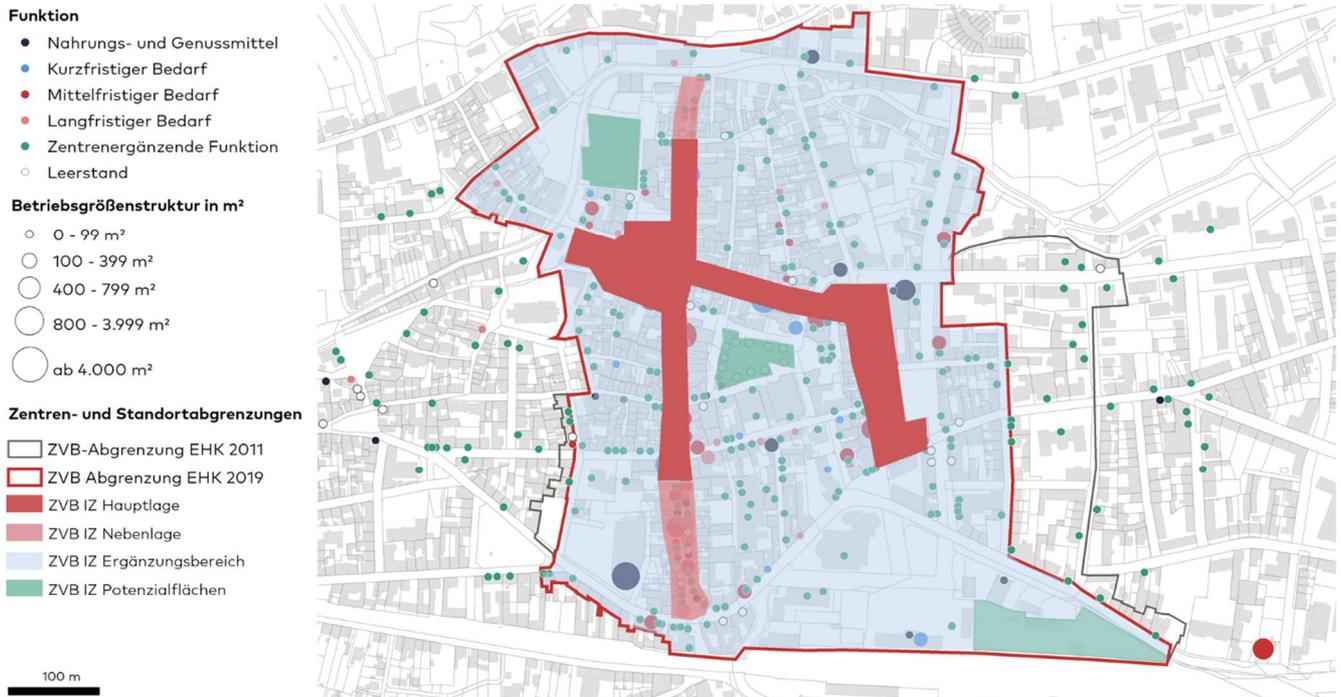


Abbildung 23: Innere Organisation des Innenstadtzentrums Neustadt a. d. W.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2019; Karten-
grundlage: Stadt Neustadt a. d. W.

Die **Hauptlage** erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Hauptstraße zwischen dem Kreuzungsbereich Hauptstraße/Schütt im Süden bis zum Kreuzungsbereich Hauptstraße/Turmstraße im Norden. Durch dessen zentrale Lage im Stadtkern sowie zahlreichen zentrenergänzenden Funktionen ist auch der Marktplatz zur Hauptlage hinzuzuzählen. In Anbindung an die Hauptstraße verläuft die Hauptlage in Richtung Osten entlang der Kellereistraße. Im Kreuzungsbereich Kellereistraße/Friedrichstraße verläuft die Hauptlage noch in südliche Richtung bis hin zum Hetzelpfad, wodurch eine Knochenstruktur identifiziert werden kann. Die Hauptlage ist geprägt durch eine Bündelung von strukturprägenden Einzelhandelsnutzungen, aber auch durch inhabergeführte Fachgeschäfte, v.a. entlang der Kellereistraße. Vereinzelt sind Leerstände vorhanden. Positiv ist der hohe städtebaulich-funktionale Zusammenhang hervorzuheben und die ansprechende Fassadengestaltung, speziell die der Fachwerkhäuser rund um den Marktplatz.

LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNG: HAUPTLAGE

- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktion
- Entwicklung von frequenzabhängigen und frequenzüberzeugenden Einzelhandels- und Gastronomiebetrieben, insbesondere im Sortimentsbereich Bekleidung und Schuhe
- Erhaltung und Stärkung der ausgeprägten zentrenergänzenden Funktionen und Funktionsvielfalt
- Reduzierung der Leerstände
- **Zielperspektive:** Schwerpunktum für klassische Handelsnutzungen – Potenzial als Hauptlage des Innenstadtzentrums folgerichtig nutzen

Die Nebenlage des Neustadter Innenstadtzentrums erstreckt sich im Norden und Süden entlang der Hauptstraße im Bereich zwischen Hauptlage und Grenze des ZVB. In beiden Teilbereichen, v.a. jedoch im südlichen Bereich der Hauptstraße sind eine erhöhte Leerstandszahl sowie ein schwächerer städtebaulich-funktionaler

Zusammenhang zu konstatieren. Gleichzeitig sind diese Bereiche auch durch einen höheren Anteil an kleinteiligen, oft weniger frequenzbedeutsame Einzelhandelsbetrieben und zentrenergänzenden Funktionen geprägt.

LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNG: NEBENLAGE

- Stärkung der etwas schwächer ausgeprägten Handelsfunktion
- sofern möglich: Ansiedlung von Ankernutzungen (auch jenseits des Einzelhandels) zu Erhalt und Stärkung der Funktionsvielfalt, bestenfalls am nördlichen bzw. südlichen Ende
- Entwicklung von frequenzunabhängigen Einzelhandels- und Gastronomiebetrieben mit hohem identitätsstiftenden Potenzial
- **Zielperspektive:** Reduzierung der Leerstände und bessere funktionale Anknüpfung an die Hauptlage

Der restliche ergänzende Bereich des ZVB, somit alle Lagen mit Ausnahme der Haupt- und Nebenlagen sowie der Potenzialflächen wird als Ergänzungsbereich des Neustadter Innenstadtzentrums festgelegt. Dieser hat gegenüber den anderen Lagen eine deutlich untergeordnete Zentrenfunktion und weist ein deutliches Übergewicht der zentrenergänzenden Funktionen gegenüber dem Einzelhandel auf.

LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNG: ERGÄNZUNGSBEREICH

- funktionale Stärkung und Ergänzung des Innenstadtzentrums
- Sicherung und Weiterentwicklung der Angebote im innenstadtrelevanten und innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich (insb. Nutzungen mit höherem Flächenbedarf)
- **Zielperspektive:** Schwerpunkttraum für zentrenergänzende Funktionen und geeignete Handlungsnutzungen in Ergänzung zur Haupt- und Nebenlage

Neben den Haupt-, Neben- und Ergänzungslagen verfügt der Innenstadtbereich der Stadt Neustadt a. d. W. über drei Potenzialflächen, die sich vom nördlichen bis in den südlichen Bereich über das Gebiet des zentralen Versorgungsbereichs verteilen. Für die einzelnen Lagen ist es im Allgemeinen wichtig, diese an die bestehenden Lagen anzuknüpfen um entsprechende Anschlussbeziehungen i. S. einer Stärkung des Innenstadtzentrums als Ganzes zu erreichen und diese Bereiche zur Fortentwicklung des Einzelhandelsangebots bestenfalls mit Magnet-/Ankerbetrieben zu entwickeln.

Lagespezifische Empfehlung und Zielperspektive „Hertie“:

Das ehemalige Hertie-Kaufhaus bildet eine Potenzialfläche im nordwestlichen Bereich des ZVB für die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben auf einer Verkaufsfläche von perspektivisch rd. 8.300 m²⁴¹. Ziel für die Potenzialfläche am nordwestlichen Rand des ZVB sollte es sein, einen Angebotsschwerpunkt für innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente zu realisieren und gleichzeitig negative Auswirkungen auf Haupt- und Nebenlage sowie Nahversorgungsstandorte zu vermeiden. Durch die Schaffung des neuen Ankerpunktes soll die Hauptlage bis in diesen Bereich ausgeweitet und ggf. aufgewertet werden.

⁴¹ Angabe Stadt Neustadt 2019 – aktueller Stand der Planung.

Lagespezifische Empfehlung und Zielperspektive „Klemmhof Passage“:

Die „Klemmhof Passage“ liegt im Zentrum des Innenstadtbereichs und bildet neben der Kellereistraße einen weiteren Verbindungsbereich zwischen Haupt- und Friedrichstraße. Aktuell zeichnet sich die Klemmhof-Passage bzw. der gesamte Gebäudekomplex v. a. durch dessen Architektur aus den 70er Jahren aus. Neben der vereinzelt sanierungsbedürftigen Gebäudesubstanz konzentrieren sich im Erdgeschoss des Klemmhofs eine hohe Anzahl an Leerständen. Die Zielperspektive der „Klemmhof Passage“ sollte ein Angebotsschwerpunkt für innenstadtrelevante Sortimente inkl. arrondierender Nutzungen oder frequenzstarke Dienstleistungseinrichtungen bzw. Einrichtungen der öffentlichen Hand sein. Durch eine entsprechende Entwicklung der Passage kann aufgrund ihrer zentralen Lage die Laufwegeverbindung und Austauschbeziehungen von West nach Ost bzw. zu den beiden Hauptlagen deutlich gestärkt werden.

Lagespezifische Empfehlung und Zielperspektive „Bahnhofsareal“:

Das Bahnhofsareal befindet sich am südöstlichen Rand des ZVB. Es liegt östlich des Bahnhofsgebäudes und rückwärtig zum Bundespolizeirevier. Aktuell wird die rd. 3.000 m² große Fläche als Parkplatz genutzt. Die Fläche des Bahnhofsareals kann perspektivisch für die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels (>800 m²) zur Verfügung stehen, jedoch ist die Entwicklung des genannten Standortbereichs an die nachfolgenden Bedingungen geknüpft bzw. ergibt sich hieraus eine zeitliche Entwicklungsreihenfolge:

- Bevor das Bahnhofsareal entwickelt werden kann, ist eine abgeschlossene Entwicklung des ehemaligen Hertie-Gebäudes im ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. zu priorisieren.
- Darauf nachfolgend sollte im Zuge einer potenziellen Entwicklung des Bahnhofsareals ein städtebaulich-funktionales (Entwicklungs-)Konzept für den Standortbereich erarbeitet werden, in welchem u. a. eine verbesserte fußläufige Anbindung des Standortbereichs an den nächstgelegenen einzelhandelsrelevanten Bereich Hetzelplatz/Friedrichstraße zum Ausbau bzw. zur Sicherung von Austauschbeziehungen mit den aktuellen Hauptlagen des Innenstadtzentrums thematisiert werden sollte.

Der Standortbereich „Bahnhofsareal“ bietet sich für die Ansiedlung von größeren einzelhandelsrelevanten Formaten an, da an diesem Standort eine von Grund auf neue Entwicklung großflächiger Einzelhandelsformate stattfinden kann. Grundsätzlich können am Standortbereich „Bahnhofsareal“ alle innenstadtrelevanten Sortimente (gleichzeitig auch nahversorgungsrelevant) angesiedelt werden. Beispielsweise könnte der Standort eine Entwicklungsoption, für einen Babyfachmarkt oder andere unterrepräsentierte Sortimente, die einen höheren Flächenbedarf aufweisen, darstellen. Im Rahmen einer sich konkretisierenden Entwicklung sollten entsprechende Nutzungsmöglichkeiten und ihre Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen der Innenstadt wie auch der Nahversorgung abgestimmt, konkretisiert und dezidiert geprüft werden. Dieser Vorgang dient zum Schutz kleinteiliger und bereits vorhandener Angebotsstrukturen im ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W., so dass aus einer entsprechenden Entwicklung keine Verlagerung von wichtigen Magnetbetrieben aus den Hauptlagen oder Schädigungen der Hauptlagen resultieren. Insbesondere die Warengruppen Bekleidung sowie

Schuhe/Lederwaren sind hierbei als kritisch einzustufen und sollten für eine potenzielle Entwicklung am Standort „Bahnhofsareal“ kritisch geprüft und präzise untersucht werden. Im Zuge der Entwicklung des Areals sind die getroffenen Annahmen zu prüfen. Auch ein städtebaulich-funktionales Konzept zur Verknüpfung des Standortes mit den bestehenden Einzelhandelslagen des Innenstadtzentrums ist dringend zu empfehlen und sollte im Zuge der perspektivischen Entwicklung des Areals parallel erarbeitet werden.

Flächenzusammenlegung

Die Entwicklungsziele umfassen auch die Empfehlung zur Prüfung von Möglichkeiten zur Flächenzusammenlegung von getrennten Ladenlokalen. Das Innenstadtzentrum in Neustadt a. d. W. ist geprägt durch überwiegend kleinteilige Verkaufsflächengrößen der einzelnen Ladenlokale. Aktuelle Betriebskonzepte fragen regelmäßig deutlich größere Ladenflächen nach. Um hier marktadäquate und moderne Verkaufsflächeneinheiten zu schaffen und somit das Innenstadtzentrum entsprechend der ausgesprochenen Empfehlungen nachhaltig zu stärken, sollte das Zusammenlegen von Ladenlokalen geprüft und umgesetzt werden. Infolge dieser Maßnahmen sind größere Ladeneinheiten für gängige Filialkonzepte nutzbar. Voraussetzung ist jedoch eine Sensibilisierung von Immobilieneigentümern von geeigneten Objekten. Die Stadtverwaltung selbst kann in solchen Prozessen lediglich unterstützend steuernd und ggf. moderierend tätig sein.

Als Beispiel für eine erfolgreiche Flächenzusammenlegung sei auf zwei in der nachfolgenden Abbildung dargestellten Projekten aus der Stadt Plauen verwiesen. Dort sind jeweils zwei zuvor getrennte Ladenflächen zusammengelegt worden, sodass ein zusammenhängendes größeres Ladenlokal entstanden ist. Er-sichtlich wird, dass eine Flächenzusammenlegung sowohl von nebeneinander als auch hintereinander gelegenen Verkaufsräumen erfolgen kann. In Neustadt a. d. W. bieten sich insbesondere Ladenlokale in der „Klemmhof-Passage“ für diese Maßnahme an.

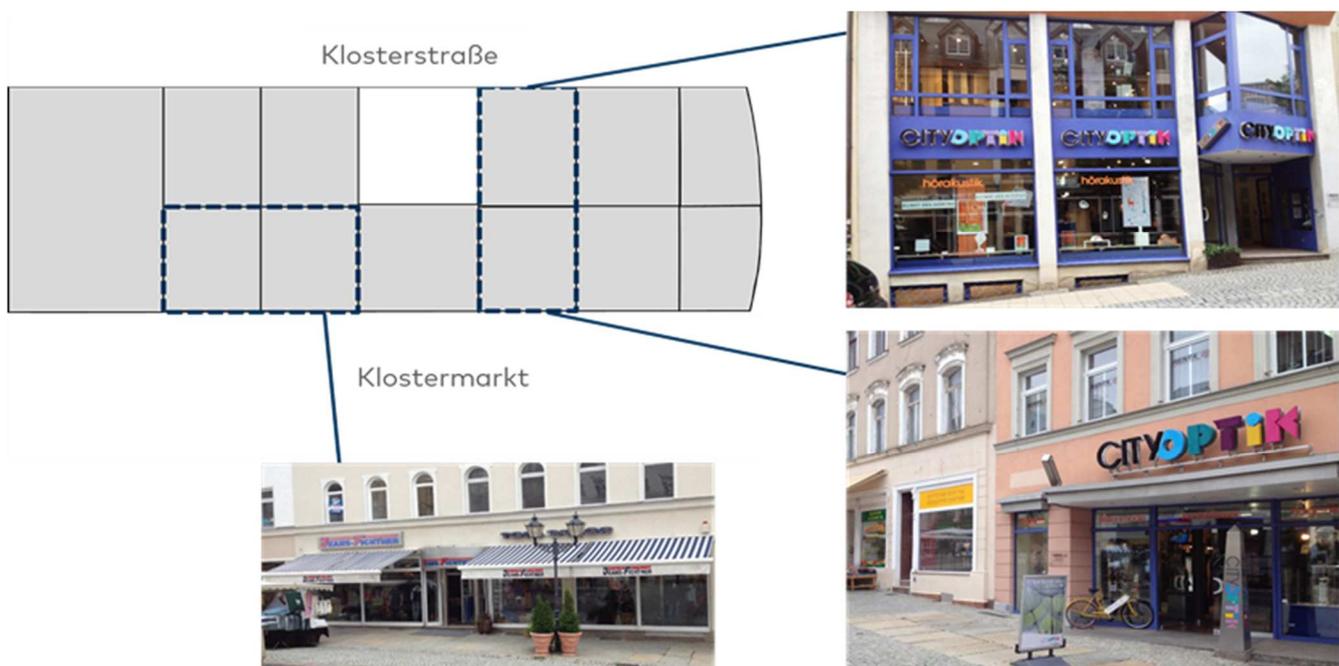


Abbildung 24: Beispiele für Flächenzusammenlegungen aus der Stadt Plauen

Quelle: Darstellung und Fotos Stadt + Handel.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Aufgrund der Versorgungsfunktion der Neustadter Innenstadt für die Gesamtstadt ist vor allem die Sicherung und Weiterentwicklung im Sinne einer mittelzentralen Versorgungsfunktion eine künftige Herausforderung, aus welcher nachfolgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele abgeleitet werden. Diese sollen in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Neustadt a. d. W., die einen Bezug zum Hauptzentrum aufweisen, berücksichtigt werden.

ENTWICKLUNGSZIELE ZVB INNENSTADT NEUSTADT A. D. W.

- Stärkung des ZVB durch Ergänzung des Angebots
- Qualitative und nach Möglichkeit quantitative Weiterentwicklung des Einzelhandelsbesatzes, hier v. a. die Entwicklung des ehemaligen Hertie als potenzieller neuer Ankerpunkt in der Innenstadt
- Angesprochene Weiterentwicklung v. a. auch durch Reduzierung der Anzahl der Leerstände, hier speziell die Ladeneinheiten in der Hauptlage
- Sicherung und Stärkung der Funktionsvielfalt, auch im Hinblick auf die Funktion Neustadts als Mittelzentrum
- Ausgewiesene Potenzialflächen nutzen und zielführend in die weitere Entwicklung einbeziehen

Wie sich aus der Analyse des Innenstadtzentrums und auch aus den dazu intensiv geführten Diskussionen in den beiden projektbegleitenden Arbeitskreisen herausgestellt hat, gilt es den ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. in seiner Funktion als zentralen Einzelhandelsstandort zu stärken.

Grundsätzlich gilt es die Stärken des ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. zu erkennen, herauszustellen, zu qualifizieren und zu kommunizieren sowie einen funktional und städtebaulich attraktiven „Rahmen“ für zukünftige Formate bereitzustellen. Hierfür empfiehlt sich ein **ganzheitlicher Planungsansatz** zur Stärkung, Positionierung und Profilierung, der neben einer angemessenen, qualitätsvollen Entwicklung des Einzelhandelsbestands auch einen ausgewogenen Mix aus Freizeit-, Kultur- und Erholungsangeboten mit hohen Aufenthaltsqualitäten sowie ein geeignetes Wohnangebot umfassen sollte. Eine genauere Darstellung potenzieller Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt findet sich in Kapitel 9.

6.2 NAHVERSORGUNGSKONZEPT

Aufgrund der hohen Bedeutung von Angeboten des täglichen Bedarfs werden nachfolgend die Nahversorgungsstrukturen in Neustadt a. d. W. analysiert und darauf aufbauend konzeptionelle Empfehlungen in Form von räumlichen Steuerungsinstrumenten (Kategorisierung von Standortbereichen) sowie allgemeinen und stadtteilspezifischen Entwicklungszielen erarbeitet. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung, insbesondere in den Wohngebieten, flächendeckend gewährleistet werden kann.

Die Analyse und Bewertung sowie die konzeptionellen Empfehlungen behandeln neben den räumlichen Rahmenbedingungen auch quantitative, qualitative und absatzwirtschaftliche Aspekte.

6.2.1 Versorgungskriterien und Standorttypen der Nahversorgung

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgung für die Bevölkerung Neustadts ist die Steuerung von nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsstrukturen ein wichtiger Teilaspekt des Einzelhandelskonzepts. Ein effektives, konsistentes, städtebaulich zielführendes und gleichzeitig die Markterfordernisse berücksichtigendes Nahversorgungskonzept ist allerdings auf ein entsprechend ausdifferenziertes Standortmodell angewiesen, das im Folgenden vorgestellt werden soll. Die hier definierten Standorttypen der Nahversorgung ergeben sich dabei überwiegend aus den jeweiligen Versorgungskriterien.

Versorgungskriterien der Nahversorgung

Um die Versorgungsqualität und die **räumliche Erreichbarkeit** der Angebote zu verdeutlichen, wird i. d. R. eine Gehzeit von rd. 10 min bzw. eine fußläufige Entfernung von 700 bis 1.000 m als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung in Kernsiedlungsbereichen angenommen. In der nachfolgenden Analyse der Nahversorgungsstruktur sind die Nahbereiche der filialisierten Lebensmittelmärkte durch Radien von 500 m und 700 m Luftlinie um den Angebotsstandort herum gekennzeichnet. Sofern Siedlungsbereiche innerhalb eines solchen Radius liegen, kann dort von einer ausreichenden fußläufigen Nahversorgung ausgegangen werden. In Gebieten außerhalb dieser gekennzeichneten Bereiche ist die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bewerten.

Diese generalisierte Luftlinienentfernung entspricht allerdings lediglich einer Annäherung an die realen Bedingungen vor Ort. In Abhängigkeit von der Dichte der Wohnbebauung, topografischen Gegebenheiten, städtebaulichen/naturräumlichen Barrieren, dem Verlauf der Fußwegenetze sowie dem Wettbewerbsumfeld sollte für die einzelfallbezogene Betrachtung ein an den örtlichen Gegebenheiten orientierter **situativer Nahbereich** abgegrenzt werden, der sich an den oben genannten Faktoren orientiert.

Für Neustadt a. d. W. ist die generalisierte Darstellung der Nahversorgungsradien daher lediglich als erste Einschätzungshilfe zu verstehen. So kann z. B. auch die Ausweisung eines deutlich über den **wohnungsnahen Bereich** (rd. 10 min Gehzeit) hinausgehender Nahbereiches in begründeten Ausnahmefällen zielführend sein, um bislang und auch zukünftig dauerhaft unterversorgte Siedlungslagen (z. B. aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung) einzuschließen, die im Einzugsbereich des Vorhabenbetriebs liegen.

In die Analyse der räumlichen Nahversorgungsstruktur werden alle filialisierten Lebensmittelmärkte mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel und mehr als 400 m² Verkaufsfläche eingestellt. Es wird zudem zwischen den Betriebstypen SB-Warenhaus/Verbrauchermarkt, Supermarkt und Lebensmittel-discounter unterschieden.

Weitere konzeptionelle Empfehlungen leiten sich aus den **quantitativen und qualitativen Versorgungskriterien** ab, die u. a. folgende Aspekte berücksichtigen können:

- Verkaufsfläche in m²
- Zentralität
- Verkaufsflächenausstattung (in m² je Einwohner)

- Verkaufsflächenanteile nach Lagebereich (ZVB, sonstige städtebaulich integrierte Lage, städtebaulich nicht integrierte Lage)
- Betriebstypenmix
- Verkaufsflächenrelation nach Betriebstyp
- Verkaufsflächenausstattung (in m² je Einwohner) nach Betriebstyp

Auch diese Qualitätskriterien wurden bei der Ausweisung von Standorttypen und Entwicklungszielen der Nahversorgung berücksichtigt. So kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmitteldiscounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (leichter) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern⁴².

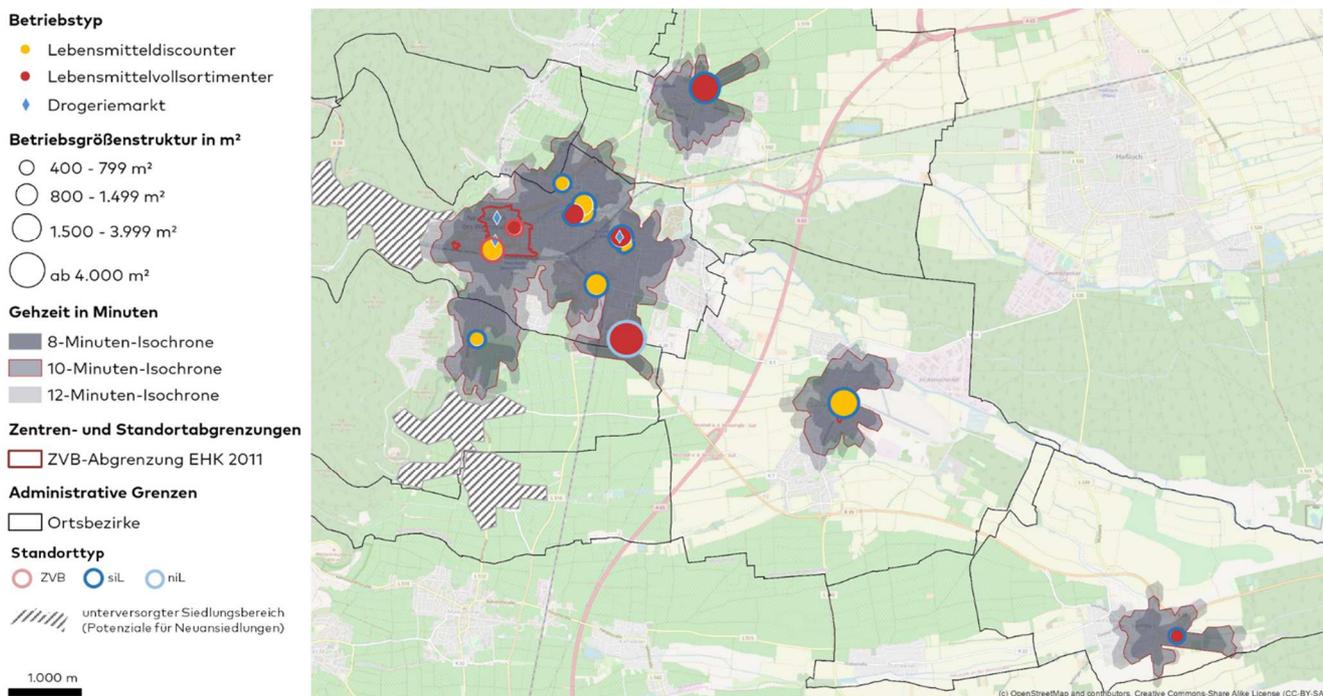


Abbildung 25: Räumliche Nahversorgungssituation in Neustadt a. d. W. mit Standorttypen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL

6.2.2 Bestandsstandorte Nahversorgung

In Neustadt a. d. W. wird zur langfristigen Sicherung und der geordneten Weiterentwicklung und Ergänzung der wohnortnahen Versorgung die Ausweisung von Bestandsstandorten Nahversorgung als gebietscharfe Abgrenzung vorgesehen. In den Bestandsstandorten Nahversorgung soll zukünftig die Ansiedlung und Entwicklung von Nahversorgungsbetrieben (auch großflächigen) mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittelmärkte) – auch außerhalb des

⁴² Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.

zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum – zur Versorgung des umliegenden Gebiets möglich sein. Als Bestandsstandorte Nahversorgung werden die nachstehenden Standortbereiche geprüft.

- Standortbereich Martin-Luther-Straße
- Standortbereich IBAG-Gelände/Roßlaufstraße
- Standortbereich Speyerdorfer Straße
- Standortbereich REWE Mußbach
- Standortbereich Flugplatz/Kaserne Lachen-Speyerdorf
- Standortbereich Gäustraße Geinsheim
- Standortbereich NORMA Gimmeldinger Straße

Bestandsstandorte Nahversorgung beschränken sich auf die Aufgabe der Nahversorgung der näheren Umgebung. Die Ausweisung von Bestandsstandorten Nahversorgung basiert auf der Bestandsanalyse im Rahmen der Konzepterstellung. Es ist perspektivisch möglich, weitere Standortbereiche im Zuge sinnvoller Planvorhaben als Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung auszuweisen (siehe Kapitel 6.2.3). Dazu müssen, wie auch für die Ausweisung im vorliegenden Konzept, die nachfolgend aufgeführten Voraussetzungen erfüllt werden.

KRITERIEN FÜR BESTANDSSTANDORTE NAHVERSORGUNG

- Der Standort ist **städtebaulich integriert**, d. h. von mindestens zwei (besser drei) Seiten von Wohnbebauung umgeben und fußläufig erreichbar. (**Integrationsgebot**)⁴³.
- Der Standort trägt wesentlich zur Sicherung und/oder Optimierung der Nahversorgung bei:
 - **räumliche Nahversorgungsfunktion**: Die aktuelle Versorgungsfunktion geht über den unmittelbaren Nahbereich hinaus.
 - **Quantitative/qualitative Nahversorgung**: Der Standortbereich verfügt aktuell über mindestens einen größeren Nahversorgungsbetrieb.
- Der Standort ist in das **Netz des ÖPNV** eingebunden (d. h. es befindet sich ein regelmäßig frequentierter Haltepunkt des ÖPNV in unmittelbarer Nähe, mindestens jedoch in 300 m Entfernung).
- Der Standort verfügt über **räumliches Entwicklungspotenzial**, d. h. es stehen Flächen für Bestandserweiterungen oder Neuansiedlungen zur Verfügung.

Standortbereich Martin-Luther-Straße

Der Standortbereich Martin-Luther-Straße ist als städtebaulich integriert zu bewerten und liegt rd. 1,2 km östlich des ZVB. Der Bereich weist vier Magnetbetriebe des kurzfristigen Bedarfsbereichs auf (REWE, REWE Getränkemarkt, ALDI Süd und LIDL) und übernimmt somit eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die nördlichen gelegenen Stadtgebiete sowie für die darüber hinaus angrenzenden Ortsteile⁴⁴.

⁴³ Z 58 LEP IV Rheinland-Pfalz

⁴⁴ Die in räumlicher Nähe zum Standortbereich Martin-Luther-Straße gelegenen Bestandsbetriebe Mix-Markt und Besel Supermarkt werden nicht als eigenständige Bestandsstandorte Nahversorgung ausgewiesen, da der Standortbereich Martin-Luther-Straße teilweise vollständig (siehe Mix-Markt) oder in Teilen (siehe Besel Supermarkt) bereits die Nahversorgung für die umliegenden Siedlungsbereiche übernimmt. Des Weiteren weist der Besel Supermarkt eine zu geringe VKF-Ausstattung auf (kein strukturprägender Lebensmittelmarkt), weshalb in diesem Zusammenhang auch keine Ausweisung erfolgt.

Die verkehrliche Anbindung erfolgt über die Martin-Luther-Straße (K 23) als wichtige Nord-Süd-Verbindung durch das Stadtgebiet von Neustadt a. d. W. Haltstellen des ÖPNV befinden sich in fußläufiger Nähe, wodurch die Anbindung als gut zu bezeichnen ist.

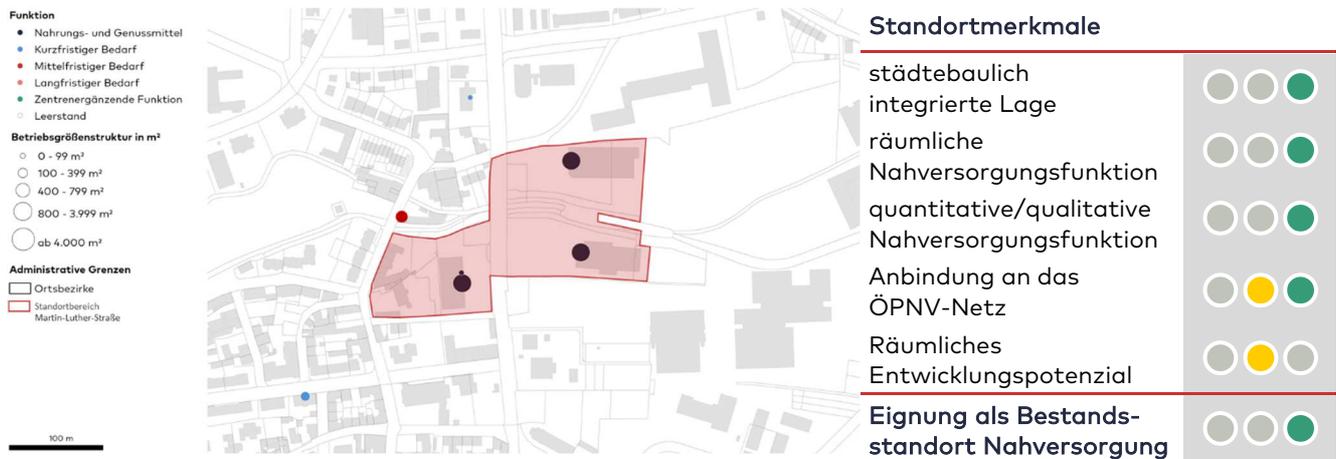


Abbildung 26: Bewertung des Standortbereichs Martin-Luther-Straße

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Kartengrundlage: Stadt Neustadt a. d. W.

Der Standortbereich Martin-Luther-Straße verfügt durch die bestehenden Märkte über eine räumlich sowie qualitativ als auch quantitativ gut zu bewertende Nahversorgungsfunktion. Seit dem EHK 2011 hat sich der Lebensmitteldiscounter ALDI Süd als auch der LIDL umstrukturiert und neu aufgestellt. Für den Lebensmittelsupermarkt REWE ist ebenso ein bedarfsgerechter Ausbau geplant. Entsprechend wird der Standortbereich als Bestandsstandort Nahversorgung ausgewiesen, welchem eine Entwicklungsperspektive in Bezug auf den Vollsortimenter REWE eingeräumt wird.

Aktuell ist der Standortbereich bauleitplanerisch durch einen Bebauungsplan der Stadt Neustadt a. d. W. in Teilen als Sondergebiet „Einzelhandel Nahversorgung“ und als Mischgebiet nach §13a BauGB gefasst (B-Plan „Im Böbig – IV Änderung 2015 – im beschleunigten Verfahren“). Der Bereich westlich des Lebensmittelsupermarkts REWE ist als Mischgebiet festgesetzt. Die mögliche überbaubare Grundstücksfläche unterscheidet sich je nach Gebäude.

Vor diesem Hintergrund werden folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert:

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als Bestandsstandort Nahversorgung
- Bestandssicherung und bedarfsgerechter Ausbau (REWE)
- Keine Ansiedlung von weiteren innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben

Standortbereich IBAG Gelände (Roßlaufstraße)

Der Standortbereich IBAG-Gelände liegt im Kreuzungsbereich Branchweilerhof- und Roßlaufstraße. Der Standort ist durch umliegende Wohn- und teilweise Dienstleistungseinrichtungen siedlungsräumlich integriert und übernimmt durch die Lebensmittelanbieter sowie den ansässigen Drogeriefachmarkt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für das gesamte östliche Stadtgebiet.

Der Standort ist durch seine Lage an der Branchweilerhofstraße sehr gut vom Stadtzentrum als auch von der Bundesstraße 38 zu erreichen. Die ÖPNV Anbindung wird über die Bushaltestelle Kolpingstraße geregelt, welche sich in rd. 300 m Entfernung zum Standortbereich befindet.



Abbildung 27: Bewertung des Standortbereichs IBAG-Gelände (Roßlaufstraße)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Kartengrundlage: Stadt Neustadt a. d. W.

Der Standortbereich IBAG-Gelände ist durch drei strukturprägende Betriebe geprägt, sodass die Nahversorgungsfunktion, v. a. im qualitativen Bereich, durch einen Lebensmittelvollsortimenter, einen Lebensmitteldiscounter sowie einen Drogeriefachmarkt, als sehr gut zu bezeichnen ist⁴⁵. Die Versorgungsfunktion geht deutlich über den unmittelbaren Nahbereich hinaus. Sofern es zur Sicherung notwendig ist kann der Standortbereich bzw. die Betriebe (vorrangig PENNY) bedarfsgerecht ausgebaut werden. Folglich wird der Standortbereich als Bestandsstandort Nahversorgung ausgewiesen.

Aktuell ist der Standortbereich rund um den Lebensmittelsupermarkt EDEKA sowie dem Drogeriemarkt dm bauleitplanerisch durch einen Bebauungsplan der Stadt Neustadt a. d. W. als Sondergebiet des großflächigen Einzelhandels gemäß §11 Abs.3 BauNVO gefasst (B-Plan „Roßlaufstraße-Südwest“ 2013). Der vorgelagerte Bereich an der Branchweilerhofstraße, welcher den Lebensmitteldiscounter PENNY umfasst ist aktuell bauleitplanerisch nicht gefasst.

Im Rahmen einer Entwicklung des Standortbereichs bzw. der dort aktuell bzw. perspektivisch verorteten Betriebe empfiehlt sich die Ausweisung eines zusammenhängenden Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO.

In diesem Sinne werden folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert:

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als Bestandsstandort Nahversorgung
- Bestandssicherung und bedarfsgerechter Ausbau (vorrangig PENNY), sofern dieser zur Bestandssicherung notwendig ist

⁴⁵ Der gegenüber des Lebensmitteldiscounters PENNY gelegene Asia Markt wird nicht mehr zum Standortbereich IBAG-Gelände hinzugezählt. Bei dem Betrieb handelt es sich um einen sehr kleinteiligen Lebensmittelanbieter (< 100 m²), welcher lediglich als Ergänzung zum Bestandsstandort Nahversorgung dient, da er kein wesentliches städtebauliches Gewicht sowie keine nennenswerte Nahversorgungsfunktion vorzuweisen hat.

- Keine Ansiedlung von weiteren innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben

Standortbereich Speyerdorfer Straße

Der Standortbereich Speyerdorfer Straße weist eine städtebaulich integrierte Solitärlage im östlichen Stadtgebiet, Nähe des Ergänzungsstandortes Weinstraßenzentrum auf. Der Bereich weist mit dem Lebensmitteldiscounter ALDI Süd nur einen Magnetbetrieb des kurzfristigen Bedarfsbereichs auf, übernimmt aber für den umliegenden Siedlungsbereich eine wichtige Nahversorgungsfunktion.

Durch die direkte Lage des Standortes an der aus Richtung Osten in das Stadtgebiet verlaufende Speyerdorfer Straße (K 1), ist die Anbindung mittels MIV als sehr gut zu bezeichnen. Gegenüber des Standortbereichs findet sich zudem eine ÖPNV Haltestelle sowie in rd. 700 m Entfernung der Bahnhaltepunkt „Neustadt Süd“.



Abbildung 28: Bewertung des Standortbereichs Speyerdorfer Straße

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Kartengrundlage: Stadt Neustadt a. d. W.

Der Ende September 2019 neu eröffnete Lebensmitteldiscounter ALDI Süd hat im Zuge der Umgestaltung des ehemaligen SULO Geländes an den aktuellen Standort verlagert. Zur Sicherung der Nahversorgungsfunktion im östlichen Stadtgebiet, sowie der angrenzenden neu gestalteten Siedlungsbereiche, wurde der Betrieb an den Standortbereich zwischen Speyerdorfer und Eugenie-Abresch-Straße verlegt und funktions- und bedarfsgerecht ausgebaut. Der Standortbereich wird als Bestandsstandort Nahversorgung ausgewiesen.

Der neu entstandene Standortbereich ist bauleitplanerisch durch einen Bebauungsplan der Stadt Neustadt a. d. W. als Sondergebiet „Zweckbestimmung großflächiger Lebensmitteleinzelhandel“ gemäß §11 Abs. 3 BauNVO gefasst (B-Plan „Schlachthof – Speyerdorfer Straße, II. Änderung“). Der B-Plan sieht eine Verkaufsfläche von max. 1.250 m² vor.

Folglich werden für diesen Standortbereich folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert:

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als Bestandsstandort Nahversorgung
- Keine Ansiedlung von weiteren innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben, allenfalls von kleinflächigen Anbietern zur Versorgung des Gebiets (z. B. Bäckerei)

Standortbereich REWE Mußbach

Der Standortbereich REWE im nördlich gelegenen Ortsteil Mußbach befindet sich am nördlichen Ortsausgang und ist als städtebaulich integriert zu bewerten. Der Lebensmittelsupermarkt stellt für den Ortsteil Mußbach sowie die angrenzenden Ortsteile Gimmeldingen und Königsbach den einzigen strukturprägenden Nahversorger nördlich der Kernstadt dar. Aufgrund dessen übernimmt der Lebensmittelsupermarkt REWE für diesen Bereich eine wichtige Nahversorgungsfunktion.

Verkehrlich ist der Einzelhandelsbetrieb durch seine Lage im Mündungsbereich zwischen Meckenheimer Straße (L 519) und An der Eselshaut (L 516) sehr gut erreichbar. Neben der guten Erreichbarkeit für den MIV ist auch die Erreichbarkeit mittels ÖPNV, durch den Bushaltepunkt „Mußbach, Hellmer“ als sehr gut zu bewerten.

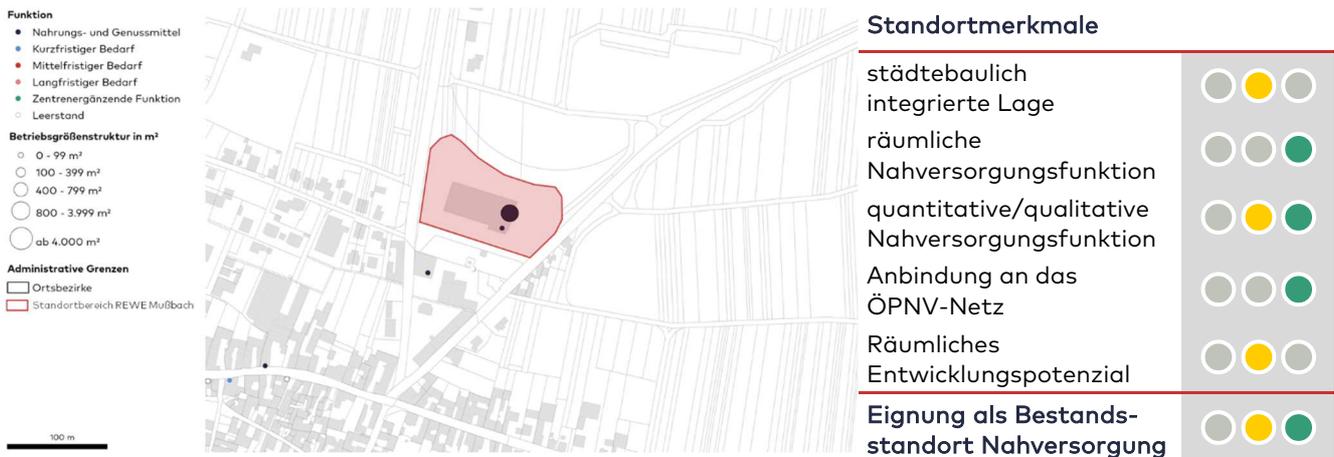


Abbildung 29: Bewertung des Standortbereichs REWE Mußbach

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Kartengrundlage: Stadt Neustadt a. d. W.

Der Standortbereich in Mußbach verfügt durch den großflächig dimensionierten Anbieter REWE zzgl. einer integrierten Bäckerei über einen wichtigen Nachversorger für den eigenen Ortsteil sowie für die umliegenden Ortsteile Gimmeldingen und Königsbach. Die Versorgungsfunktion des Betriebs geht, v.a. auch durch die gute Verkehrsanbindung über die Ortsgrenzen hinaus.

Aktuell ist der Standortbereich bauleitplanerisch durch einen Bebauungsplan der Stadt Neustadt a. d. W. im Ortsbezirk Mußbach als Sondergebiet des großflächigen Einzelhandels nach §11 Abs.3 BauNVO gefasst (B-Plan „An der Meckenheimer Straße – 1.Änderung 2015). In diesem Zusammenhang wird als Art der baulichen Nutzung der Bereich als großflächiger Einzelhandel - Lebensmittelmarkt festgelegt. Die mögliche überbaubare Grundstücksfläche sieht eine Größenordnung von max. 2.400 m² Geschossfläche vor.

Nachfolgend werden für diesen Standortbereich die aufgelisteten Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert:

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als Bestandsstandort Nahversorgung
- Bestandsschutz
- Keine Ansiedlung von weiteren innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben

Standortbereich Flugplatz/Kaserne Lachen-Speyerdorf

Der Standortbereich Flugplatz/Kaserne befindet sich an der Haßlocher Straße im Zentrum des östlich der Kernstadt gelegenen Ortsteils Lachen-Speyerdorf. Der dort verortete Lebensmitteldiscounter LIDL stellt für den Ortsteil einen wichtigen Nahversorger dar und fungiert zudem als zusätzlicher Versorger für die östlichen Ortsbereiche zwischen den Angeboten der Kernstadt und dem am östlichen Rand gelegenen Ortsteil Geinsheim (Wasgau).

Der Standort ist verkehrlich gut an einem Kreisverkehr gelegen, welcher die Goethestraße im Süden mit der Flugplatzstraße im Norden verkehrlich verknüpft, so dass eine Nord-Süd-Verbindung mit Anschluss an die Bundesstraße 39 gegeben ist. Durch die Bushaltepunkte „Flugplatz“ und „Wäscherei“ ist der Standortbereich sowohl für den MIV als auch für den ÖPNV als gut erreichbar zu bewerten.

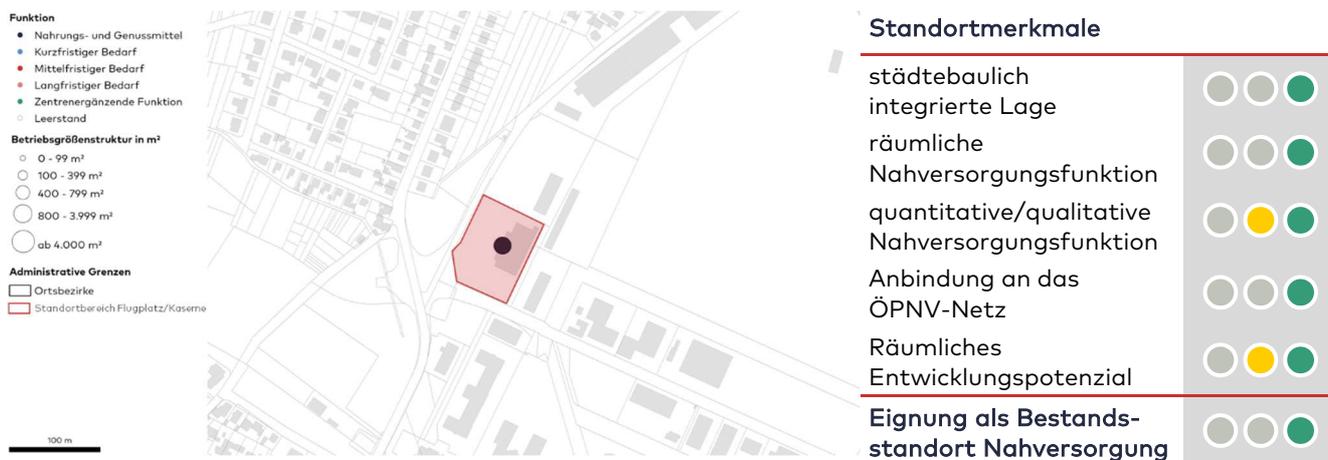


Abbildung 30: Bewertung des Standortbereichs Flugplatz/Kaserne Lachen-Speyerdorf

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Kartengrundlage: Stadt Neustadt a. d. W.

Der Lebensmitteldiscounter LIDL ist der einzige strukturprägende Nahversorgungsanbieter im Ortsteil Lachen-Speyerdorf. Aufgrund der hohen Einwohnerzahl des Ortsteils, sowie dessen Versorgungsfunktion über die Ortsgrenzen hinaus, bspw. für die angrenzenden Ortsteile Duttweiler und Geinsheim, wäre eine Ergänzung des nahversorgungsrelevanten Angebots, i. S. eines Lebensmittelsupermarkts, sinnvoll. Eine Ergänzung in direkter räumlicher Nähe oder in einer städtebaulich integrierten Lage würde die Nahversorgung in Lachen-Speyerdorf deutlich verbessern.

Der Standortbereich ist bauleitplanerisch durch einen Bebauungsplan der Stadt Neustadt a. d. W. im Ortsbezirk Lachen-Speyerdorf als Sondergebiet gefasst (B-Plan „Flugplatz Abschnitt West – 1.Änderung“ 2006). In diesem Zusammenhang wird als Art der baulichen Nutzung der Bereich als Sondergebiet des großflächigen Einzelhandels – Lebensmittelmarkt festgesetzt. Die mögliche überbaubare Grundstücksfläche sieht eine Größenordnung von max. 2.000 m² Geschossfläche vor.

Dem Standortbereich Flugplatz/Kaserne entsprechend werden folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert:

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als Bestandsstandort Nahversorgung
- Bestandssicherung und funktions- bzw. bedarfsgerechter Ausbau zur Sicherung des Nahversorgungsangebots im Ortsteil
- Ggf. Ergänzung des nahversorgungsrelevanten Angebots durch einen Lebensmittelvollsortimenter

Standortbereich Gäustraße Geinsheim

Der Standortbereich Gäustraße liegt am östlichen Ortsausgang von Geinsheim an der Einmündung in Bundesstraße 39. Der Betrieb Wasgau stellt den einzigen Lebensmittelnahversorger im Ortsteil Geinsheim dar.

Durch die direkte Anbindung an die Bundesstraße 39 ist der Standort für den MIV als gut erreichbar einzuordnen. Der nächstgelegene Bushaltepunkt „Geinsheim Kreuz“ befindet sich in rd. 300 m fußläufiger Entfernung.

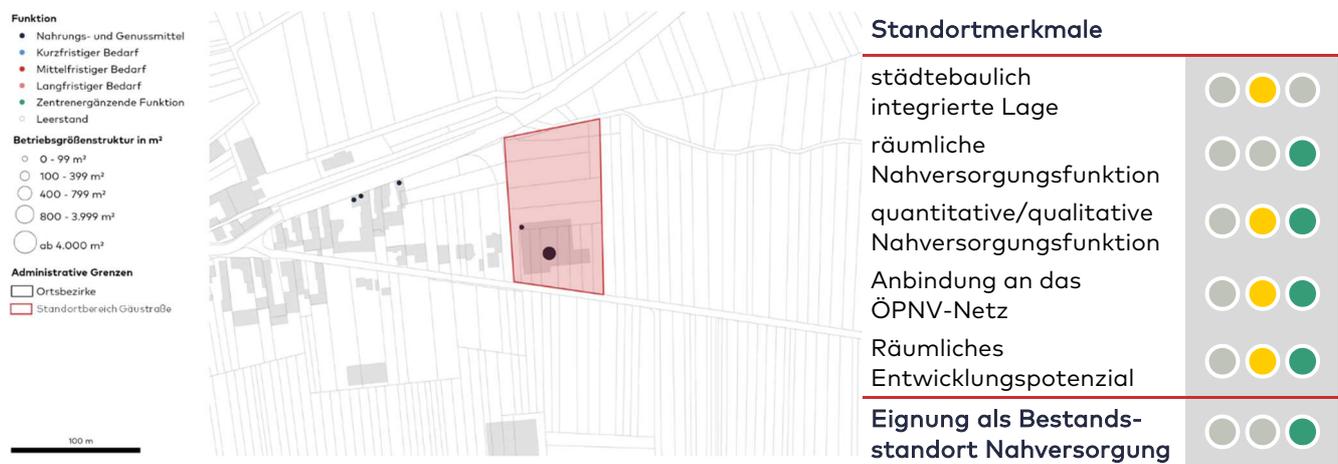


Abbildung 31: Bewertung des Standortbereichs Gäustraße Geinsheim

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Kartengrundlage: Stadt Neustadt a. d. W.

Der Standortbereich Gäustraße ist durch den Wasgau als einzigen strukturprägenden Betrieb im Ortsteil Geinsheim geprägt. Das Angebot durch den Lebensmittelsupermarkt wird durch eine Bäckerei arrondiert, sowie durch einen kleinen Gemüsehändler, welcher sich auf dem Parkplatz vor dem Supermarkt wiederfindet. Der Standortbereich übernimmt folglich eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die Ortsteile Geinsheim sowie Duttweiler und weitere angrenzende Ortsgemeinden (Verbandsgemeinde Edenkoben). Entsprechend wird der Standortbereich als Bestandsstandort Nahversorgung ausgewiesen⁴⁶.

Aktuell ist der Standortbereich bauleitplanerisch durch einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan der Stadt Neustadt a. d. W. im Ortsbezirk Geinsheim als sonstiges Sondergebiet nach §11 BauNVO gefasst (B-Plan „Gäustraße-Südost“ 2010). In diesem Zusammenhang wird als Art der baulichen Nutzung der Bereich als sonstiges Sondergebiet Einzelhandel festgelegt.

Vor diesem Hintergrund werden folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert:

⁴⁶ Die Funktion des Wasgau Standortes als einziger strukturprägender Nahversorger im Ortsteil Geinsheim wird durch weitere kleinteiligere Strukturen des Lebensmittelhandwerks sowie durch die umliegenden Hofläden im Ortsteil gestärkt und ergänzt.

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als Bestandsstandort Nahversorgung
- Bestandssicherung und funktions- bzw. bedarfsgerechter Ausbau zur Sicherung des Nahversorgungsangebots im Ortsteil
- Keine Ansiedlung von weiteren innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben

Standortbereich NORMA Gimmeldinger Straße

Der Standortbereich NORMA befindet sich im nördlichen Kernsiedlungsbereich der Stadt Neustadt a. d. W. in Angrenzung an den Ortsteil Haardt. Der Standortbereich des Lebensmitteldiscounters NORMA ist durch seine Lage an der Gimmeldinger Straße und die dort vorhandene Wohnbebauung als städtebaulich integriert zu bezeichnen.

Durch eine gute verkehrliche Anbindung des Standortes sowohl an die Gimmeldinger Straße als auch an die Villenstraße in Verbindung zur Bundesstraße 39, ist der Standort als sehr gut erreichbar zu bewerten. Neben der Anbindung an den MIV befindet sich auch in rd. 150 m Entfernung der Bushaltepunkt „Rosengarten“.



Abbildung 32: Bewertung des Standortbereichs NORMA Gimmeldinger Straße

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Kartengrundlage: Stadt Neustadt a. d. W.

Der Lebensmitteldiscounter NORMA befindet sich in einer Solitärlage und dient der Versorgung des näheren Wohnumfeldes. Durch die direkte Lage an der Villen- und Gimmeldinger Straße, sowie durch die angrenzende Wohnbebauung, ergibt sich für den Nahversorger aktuell keine ersichtliche bauliche Entwicklungsmöglichkeit. Zudem befindet sich in nur rd. 600 m Entfernung befindet sich der Bestandsstandort Nahversorgung Martin-Luther-Straße.

Der Standortbereich ist bauleitplanerisch durch einen Bebauungsplan der Stadt Neustadt a. d. W. als Mischgebiet gemäß §6 BauNVO gefasst (B-Plan „Wachenheimer Straße – Teilgebiet B“ 1986).

In diesem Sinne werden folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert:

ENTWICKLUNGSZIELE UND –EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als Bestandsstandort Nahversorgung
- Bestandsschutz
- Keine Ansiedlung von weiteren zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben

6.2.3 Nahversorgungssituation in der Stadt Neustadt a. d. W.

Die Umsatzentwicklung, Zentralität sowie Einwohnerentwicklung in der Stadt Neustadt a. d. W. bedingen die Ausstattungssituation und somit auch die Potenziale der nahversorgungsrelevanten Warengruppen. Insgesamt wird für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bis 2025 ein deutlich positives Umsatzwachstum prognostiziert, wodurch sich in Verbindung mit der leicht positiven Bevölkerungsentwicklung Potenziale für die zukünftige Entwicklung ergeben.

Die Stadt Neustadt a. d. W. weist gegenüber des Bundesdurchschnitts von 0,41 m² VKF pro Einwohner eine leicht höhere Verkaufsflächenausstattung von 0,44 m² VKF pro Einwohner im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel auf. Es liegt eine breite Angebotsausstattung vor, die sich überwiegend in städtebaulich integrierten Lagen befindet. Neben einem Lebensmitteldiscounter und einem etwas kleiner dimensionierten Lebensmittelsupermarkt (<800 m²) im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt besitzen sieben weitere Standortbereiche die Funktion eines Bestandsstandort Nahversorgung. Hinzu kommt ein weiterer strukturprägender Betrieb im Ortsteil Hambach.

Im Stadtgebiet der Stadt Neustadt a. d. W. lassen sich zwei Bereiche identifizieren, in denen aufgrund der unzureichenden Nahversorgungssituation Potenziale für Neuansiedlungen bestehen (siehe Abbildung 25). Dazu zählen der westliche Siedlungsbereich der Kernstadt sowie der Südosten des Ortsteils Hambach und der angrenzende Ortsteil Diedesfeld. In beiden Siedlungsbereichen bestehen aktuell Entwicklungsnotwendigkeiten⁴⁷ zur Verbesserung der fußläufigen bzw. wohnortnahen Nahversorgung. Nach dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel bestehen auf gesamtstädtischer Ebene nur noch Potenziale für Arrondierungsspielräume⁴⁸ (s. Kapitel 5.1.3). Gleichwohl ist die Sicherung und Stärkung der Nahversorgung ein erklärtes stadtentwicklungspolitisches Ziel der Stadt Neustadt a. d. W. (s. Kapitel 5.2 Ziel 3). Der Ausbau bzw. die Herstellung der fußläufigen bzw. wohnortnahen Nahversorgung in den beiden Siedlungsbereichen ist somit konform zur entsprechenden Zielstellung dieses Konzepts, welches die entsprechende stadtentwicklungspolitische Zielstellung der Stadt Neustadt a. d. W. abbildet.

Nahversorgungssituation Weststadt

Im Rahmen des Nahversorgungskonzepts wurden im westlichen Kernsiedlungsbereich der Stadt Neustadt a. d. W. drei Standorte für die Ausweisung als Nahversorgungsstandorte geprüft. Diese wurden anhand verschiedener Prüfkriterien, welche maßgebend für die Ausweisung eines Nahversorgungsstandortes sind, beurteilt (vgl. Abbildung 33). Wie zuvor aus Abbildung 11 ersichtlich wurde, befindet

⁴⁷ Entsprechende Größenordnungen sind im Bedarfsfall im Sinne der nahzuversorgenden Bevölkerung abzuleiten und zu prüfen.

⁴⁸ Hier ist gleichwohl zu berücksichtigen, dass die rechnerischen Potenziale durch großflächige Einzelhandelsangebote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, v. a. durch das in nicht integrierter Lage befindliche SB-Warenhaus Globus limitiert werden.

sich im Bereich der Weststadt aktuell kein nahversorgungsrelevanter Betrieb, wodurch eine Unterversorgung in diesem Gebiet erkennbar ist. Einer der drei perspektivisch ausgewählten Potenzialstandorte würde in Kombination mit dem Lebensmitteldiscounter LIDL im südwestlichen Bereich des ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. zur deutlichen Verbesserung der Nahversorgung im ZVB Neustadt sowie im westlichen Bereich beitragen.

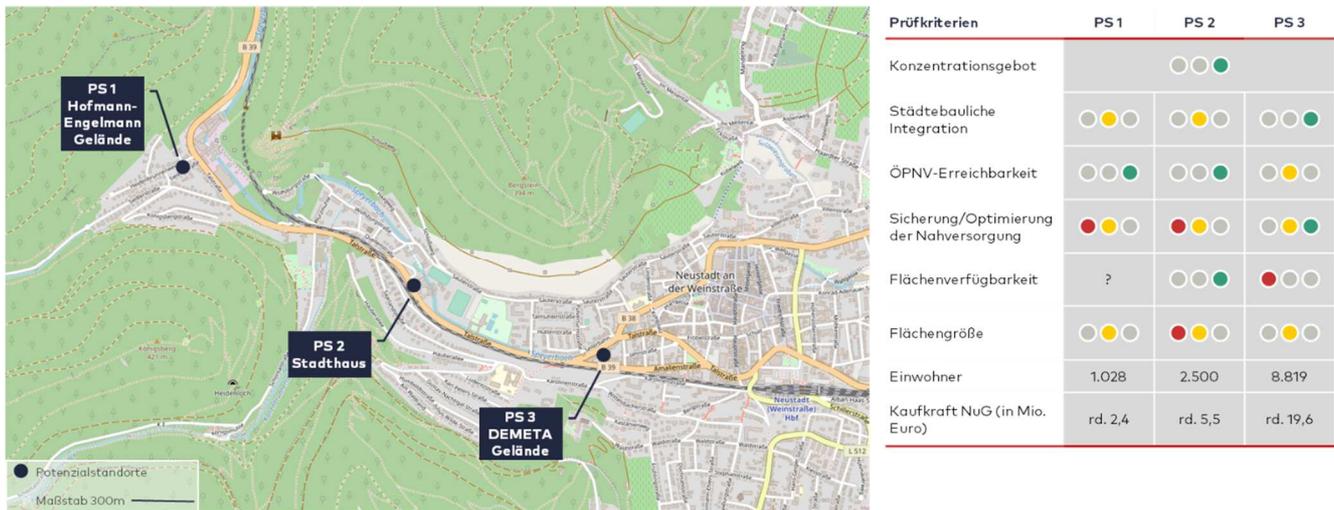


Abbildung 33: Potenzialstandorte Nahversorgung Weststadt/Schöntal

Quelle: Darstellung und Bewertung Stadt + Handel; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Anhand der Prüfkriterien der Potenzialstandorte, allen voran anhand der Kriterien Sicherung/Optimierung der Nahversorgung und Einwohner (Mantelbevölkerung) sowie das sich daraus ergebende Kaufkraftpotenzial im Nahbereich, eignen sich aus fachgutachterlicher Sicht die Potenzialstandorte DEMETA Gelände und Stadthaus als potenzielle Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung. Diese könnten dazu beitragen, die Nahversorgungsstrukturen im westlichen Siedlungsbereich zu ergänzen bzw. zu verbessern. Der in Abbildung 33 ausgewiesene erste Potenzialstandort Hofmann-Engelmann-Gelände scheidet aufgrund seiner geringen Mantelbevölkerung (rd. 1.000 Einwohner⁴⁹) als Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung aus.

Die Potenzialstandorte zwei und drei werden als potenzielle Versorgungsbereiche in das Konzept mitaufgenommen. Konzeptionell ist zur Sicherung bzw. zum Ausbau der Nahversorgung jedoch nur die Realisierung von einem der beiden Standorte sinnvoll. Dies bedeutet, dass wenn einer der beiden potenziellen Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung realisiert werden soll, der zweite Standort sodann seine Perspektive als potenzieller Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung verliert.

Der Standort des DEMETA Geländes wurde bereits im EHK 2011 als Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung ausgewiesen, um eine dortige Entwicklung im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels zu ermöglichen und die Nahversorgungslücke im Bereich der Weststadt schließen zu können. In Bezug auf die abgeleitete Mantelbevölkerung und das Kaufkraftpotenzial werden am Standort DEMETA die höchsten Werte erreicht (vgl. Abbildung 33). Bis zur aktuellen Fortschreibung des EHK 2011 konnte die Fläche jedoch nicht für eine entsprechende

⁴⁹ Eigene Berechnung Stadt + Handel auf Basis GfK und Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (Stand 31.12.2018).

Nutzung aktiviert werden. Um eine wohnort- und wohnungsnahe Versorgung im Bereich der Weststadt perspektivisch ermöglichen zu können, wird daher als Alternative zum DEMETA Gelände der zweite Potenzialstandort Stadthaus genauer dargelegt und als zweiter potenzieller Versorgungsbereich Lebensmittelnaheversorgung im Konzept ausgewiesen.

Für den Potenzialstandort Stadthaus ergibt sich in einem Radius von rd. 10 Min. Gehzeit, welcher einem wohnungsnahen Bereich entspricht, eine Bevölkerungsanzahl von rd. 2.500 Einwohnern.

Der Standort selbst befindet sich im Stadtteil Schöntal an der Talstraße (B 39), welche die Verbindungsstraße zwischen der Stadt Neustadt a. d. W. und der westlich gelegenen Verbandsgemeinde Lambrecht darstellt. Neben der autokundenorientierten Lage ist die Erreichbarkeit des Standortes auch durch den ÖPNV gesichert. Durch die Bushaltestellen „Schöntalschule“ und „Stadthaus 2“ ist die Anbindung als sehr gut zu bezeichnen. Der Standort umfasst das Betriebsgelände des Eigenbetriebs Stadtentsorgung Neustadt (ESN) und setzt sich aus mehreren Flurstücken zusammen, die für die Bebauung mit einem Nahversorgungsbetrieb in Frage kommen. Insgesamt ergibt sich durch die Zusammenlegung der verschiedenen Flurstücke, welche sich alle im Besitz der Stadt Neustadt a. d. W. befinden, eine Gesamtfläche von rd. 5.900 m², welche für eine entsprechende Nahversorgungsentwicklung zur Verfügung gestellt werden könnten.

Auf Basis der vorliegenden Ausgangswerte für den Standort Stadthaus aus Abbildung 33 ergibt sich unter der Festlegung einer Spannweite der Flächenproduktivität von 3.700 -5.000 Euro/m²⁵⁰ eine potenzielle Gesamtverkaufsfläche von rd. 800 m². Aufgrund der Lage des Standortes an einer stark befahrenen Durchgangsstraße, ist hier mit zusätzlichen Autokunden zu rechnen. In der Siedlungsentwicklung von Neustadt a. d. W. sind darüber hinaus einige Wohnbauflächenpotenziale vorhanden, die kurz- bis mittelfristigen im westlichen Siedlungsbereich zu einer zusätzlichen Wohnbauflächenausweisung und damit mehr Einwohnern im Einzugsbereich führen werden.

Ob und wie weit die genannte Gesamtverkaufsfläche sich als verträglich gegenüber den bereits bestehenden nahversorgungsrelevanten Strukturen im Stadtgebiet von Neustadt a. d. W. darstellt, kann nur durch ein dezidiertes Verträglichkeitsgutachten nachgewiesen werden. Vorher können mögliche städtebauliche und absatzwirtschaftliche Auswirkungen nicht explizit ausgeschlossen werden.

Im Rahmen einer potenziellen Entwicklung von einem der beiden potenziellen Versorgungsbereiche Lebensmittelnaheversorgung empfiehlt sich für beide Standorte die Ausweisung eines Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO.

Nahversorgungssituation Ortsteil Hambach

Im Zusammenhang mit der Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation ergibt sich neben dem westlichen Kernsiedlungsbereich von Neustadt a. d. W. auch Handlungsbedarf in den Neustädter Ortsteilen Hambach und Diedesfeld (s.

⁵⁰ BBE-Studie Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2018/2019; durchschnittliche Raumleistung eines Supermarktes und eines Discounters.

Kapitel 4.6 sowie Abbildung 11). Bereits im EHK 2011 wurde die räumliche Nahversorgungslücke in den beiden Ortsteilen thematisiert. Ein entsprechender Standort zu Behebung der räumlichen Nahversorgungslücke konnte im Rahmen der Erstellung des EHK 2011 trotz intensiver Standortsuche nicht identifiziert werden. Im EHK 2011 wurde jedoch bereits festgelegt, dass bei einer Fortschreibung des Konzeptes, wie sie aktuell erfolgt, die Nahversorgungssituation in den Ortsteilen Hambach und Diedesfeld nochmals dezidiert geprüft und für diese - sofern möglich - auch konzeptionelle Verbesserungsmöglichkeiten angestrebt werden sollten. Zwischenzeitlich hat sich im Rahmen eines konkreten Ansiedlungsbegehrens für einen Lebensmittelmarkt in Hambach der Planstandort im Bereich des Feuerwehrgerätehauses am Diedesfelder Weg als potenzieller Standort für die Verbesserung der räumlichen Nahversorgung in Hambach und Diedesfeld herauskristallisiert. Alternative Standorte konnten im Rahmen der Fortschreibung des Konzeptes, trotz einer intensiven Standortanalyse, nicht identifiziert werden. Seitens der Stadt Neustadt a. d. W. konnte ein Erwerb von Grundstücken zur Schaffung eines besser integriert liegenden Nahversorgungsstandortes nicht zielführend zum Abschluss gebracht werden.

Der Planstandort am Diedesfelder Weg bietet sowohl eine gute Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr aus beiden Ortsteilen sowie auch für Fußgänger aus Hambach. Für Fahrradfahrer ist der Standort aus beiden Ortsteilen gut erreichbar (siehe Abbildung 34). Wenngleich der Standort aus dem südlichen Teil Diedesfelds nicht innerhalb der fußläufigen Erreichbarkeit liegt, kann er dennoch zur Nahversorgung des Ortsteils dienen, da die Ansiedlung eines marktgängigen Lebensmittelmarktes zur Sicherung der Nahversorgung in Diedesfeld vor dem Hintergrund des eingeschränkten Bevölkerungspotenzials des Ortsteils nicht realistisch erscheint. Somit ist der Standort grundsätzlich dazu geeignet, die Nahversorgung für beide Ortsteile sicher- bzw. herzustellen. Beide Ortsteile sind demnach dem Standort aus konzeptioneller Sicht als zu versorgender Bereich zuzuordnen.

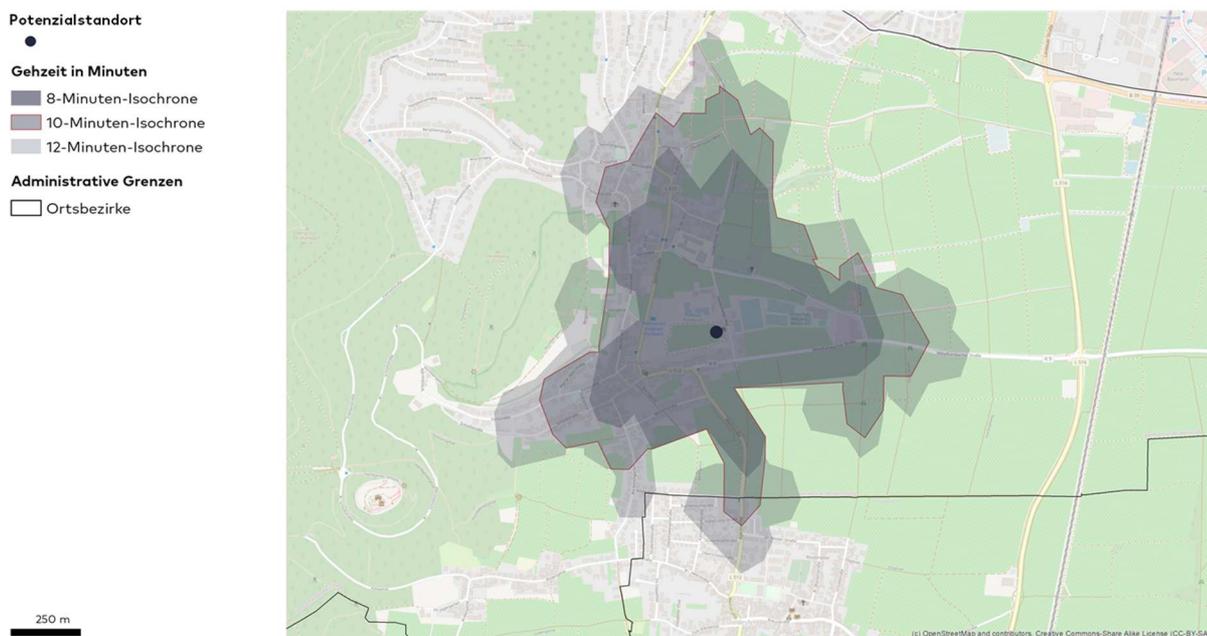


Abbildung 34: Standortbereich Diedesfelder Weg

Quelle: Darstellung und Bewertung Stadt + Handel; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Mit Ausnahme des NETTO-City (>600 m²)⁵¹ im nördlichen Siedlungsbereich des Ortsteils Hambach sind in beiden Ortsteilen keine weiteren strukturprägenden Lebensmittelmärkte vorhanden. Der bestehende Lebensmitteldiscounter NETTO-City weist im Vergleich zu anderen Discountern in Neustadt a. d. W. eine deutlich unterdurchschnittliche Verkaufsfläche auf. Zudem ist für den NETTO-City an seinem jetzigen Standort an der Weinstraße keine Erweiterungsmöglichkeit erkennbar, welche genutzt werden könnten, um den Betrieb zu vergrößern und markadäquat aufstellen. Der Standortbereich Diedesfelder Weg bietet daher die Möglichkeit, das Nahversorgungsdefizit in Hambach und Diedesfeld durch die Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelvollsortimenters anzugehen. Dieser könnte in Ergänzung zum bestehenden Lebensmitteldiscounter NETTO City dazu beitragen, die Nahversorgung in beiden Ortsteilen zu stärken und die wohnungs- und wohnortnahe Nahversorgung sicherzustellen.

In Tabelle 12 erfolgt die Prüfung, welche Verkaufsfläche i. S. der Herstellung und Sicherung der Nahversorgung für die beiden Ortsteile Hambach und Diedesfeld aus fachgutachterlicher Perspektive sowie konzeptionell max. tragfähig wäre.

Berücksichtigung finden hierbei die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung bis 2025 in den beiden durch den Planstandort zu versorgenden Ortsteilen Hambach und Diedesfeld. Für die Kaufkraftabschöpfung durch das Planvorhaben zur Sicherung bzw. Herstellung der Nahversorgung in den beiden Ortsteilen Hambach und Diedesfeld sind die siedlungsräumlichen Strukturen und die jeweilige Entfernung zu den wesentlichen Wettbewerbsstrukturen (v. a. die des Weinstraßenzentrums mit dem SB-Warenhaus Globus) sowie des Lebensmitteldiscounters NETTO-City im Norden des Ortsteils Hambach zu berücksichtigen. Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass der Planstandort aus großen Teilen des Ortsteils Hambach fußläufig erreichbar ist, jedoch nur aus einem kleinen Teilbereich des Ortsteils Diedesfeld (s. Abbildung 34). Somit kann der Standort für große Teile des Ortsteils Hambach die wohnungsnahe Nahversorgung gewährleisten, für den Ortsteils Diedesfeld jedoch zum größten Teil nur die wohnortnahe Nahversorgung. Daher erscheint es aus fachgutachterlicher Sicht geboten, bei der Ableitung einer Verkaufsfläche, die der Herstellung und Sicherung der Nahversorgung der beiden Ortsteile dienen soll, ortsteilspezifische Kaufkraftabschöpfungen anzunehmen. Eine Kaufkraftabschöpfung durch das Planvorhaben i. H. v. rd. 35 %⁵² aus Hambach und i. H. v. rd. 20 % aus Diedesfeld erscheint aus fachgutachterlicher Sicht zur Sicherung bzw. Herstellung der Nahversorgung realistisch sowie konzeptionell begründbar.

⁵¹ Erhebung Stadt + Handel 07/2019; VKF-Angabe auf 100 m² gerundet.

⁵² In der Fachdiskussion wird üblicherweise davon ausgegangen, dass Lebensmittelvorhaben, die der Nahversorgung dienen sollen, eine rechnerische Kaufkraftabschöpfung von rd. 35 - 50 % aus dem zugeordneten (i. d. R. fußläufigen) Versorgungsbereich erreichen dürfen.

Tabelle 12: Konzeptionelle vertretbare Verkaufsflächendimensionierung des Lebensmittelvollsortiments zur Sicherung der Nahversorgung in den Ortsteilen Hambach und Diedesfeld

	2019		2025	
	Hambach	Diedesfeld	Hambach	Diedesfeld
Einwohner (Ortsteile Hambach und Diedesfeld)	4.705	2.127	4.752	2.149
Kaufkraft NuG pro Person	2.668		2.804	
Kaufkraft NuG gesamt in Mio. Euro	12,6	5,7	13,3	6,0
Ableitung VKF eines Lebensmittelvollsortimenters (Prognosejahr 2025)				
Städtebaulich angemessene Zielzentralität bzw. Kaufkraftabschöpfung	Hambach		Diedesfeld	
	rd. 35 %		rd. 20 %	
	4,7		1,2	
	rd. 5,9 Mio. Euro			
Flächenproduktivität	4.450 Euro/m ²			
Ableitung VKF NuG (80% GVKF)*	1.300 m ²			
Ableitung GVKF gesamt*	1.600 m ²			

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel. Einwohner/Einwohnerprognose: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (Stand 31.12.2018). Daten: Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019. Prognose: Handelsverband Deutschland (HDE), IFH Retail Consultants GmbH 2017, BBSR 2017, BBE/elaboratum. Flächenproduktivitäten: Hahn Retail Estate Report 2020/2021 (Wert Edeka).

* Werte auf 100 m² VKF gerundet.

Aus Tabelle 12 ergibt sich zur Herstellung und Sicherung der Nahversorgung für die beiden Ortsteile Hambach und Diedesfeld unter Berücksichtigung der bundesdurchschnittlichen Flächenproduktivität des Betreibers Edeka⁵³ eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.600 m².

Somit könnte ein marktgängiger Lebensmittelvollsortimenter mit einer VKF von rd. 1.300 m² im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel bzw. einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.600 m² die Nahversorgung quantitativ wie auch qualitativ für die beiden Ortsteile Hambach und Diedesfeld sicherstellen.

Entsprechend der vorangegangenen Erläuterungen wird der Standortbereich Diedesfelder Weg als **Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung Diedesfelder Weg** ausgewiesen.

Mit Ausnahme einer potenziellen kleinflächigen Bäckerei (additiv bis zu 30 m² VKF) im Vorkassenbereich eines Lebensmittelvollsortimenters sind keine weiteren Betriebe - insbesondere großflächige Nahversorgungsbetriebe oder Betriebe mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment - zur Herstellung und Sicherung der Nahversorgung in Hambach und Diedesfeld notwendig und somit konzeptionell am **Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung Diedesfelder Weg** nicht begründbar.

Im Rahmen einer Entwicklung am Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung Diedesfelder Weg empfiehlt sich die Ausweisung eines Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO.

⁵³ Hahn Retail Estate Report 2019/2020 (Spannweite Rewe - Edeka).

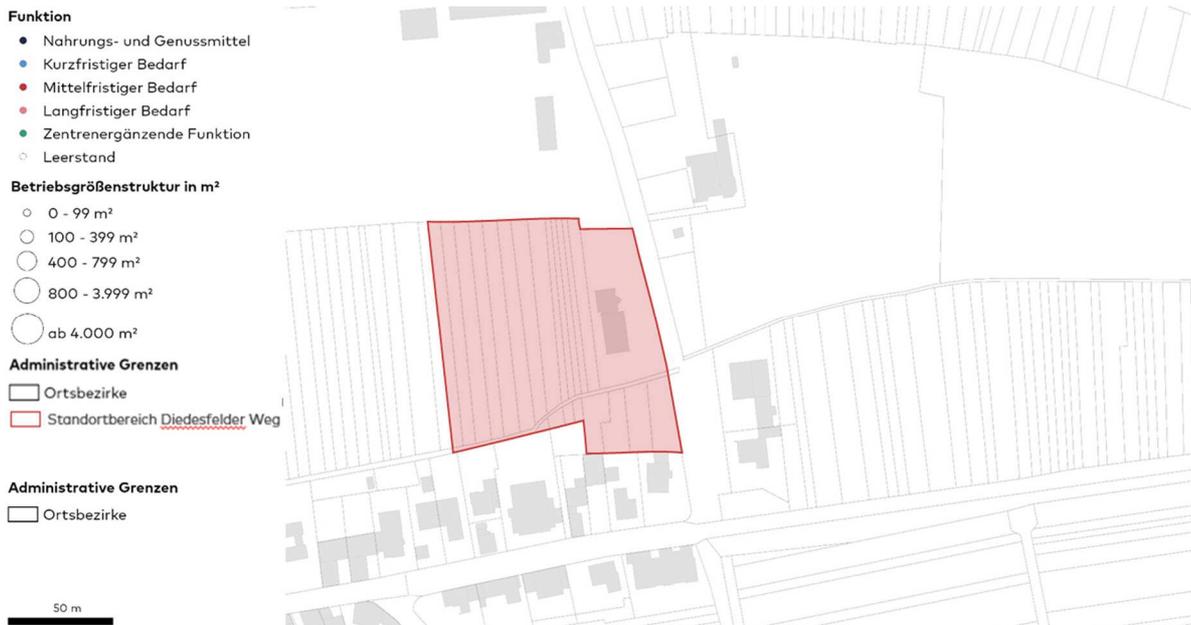


Abbildung 35: Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung Diedesfelder Weg

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Kartengrundlage: Stadt Neustadt a. d. W.

6.2.4 Gesamtstädtische Handlungsprioritäten

Zusätzliches Ansiedlungspotenzial für Nahrungs- und Genussmittel ist in Neustadt a. d. W. rechnerisch nicht gegeben (siehe Kapitel 5.1). Da das Überschreiten des nicht gegebenen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielraums gesamtstädtische oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevanter Größenordnungen auslösen kann, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-Down-Effekten bzw. negative Beeinträchtigungen der Nahversorgungsstandorte einhergehen können, sollten die zukünftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Neustadt a. d. W. aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

EMPFEHLUNGEN ZUR NAHVERSORGUNG IN NEUSTADT A. D. W.

Ziel 1: Nahversorgung im ZVB, an den Bestandsstandorten Nahversorgung und Versorgungsbereichen Lebensmittelnahversorgung sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln

- Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung, insbesondere die der fußläufigen Erreichbarkeit der Lebensmitteldiscounter und Supermärkte
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

Ziel 2: Nahversorgung an integrierten Standorten in unterversorgten Bereichen sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln

- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

Ziel 3: Keine Ansiedlung sowie restriktiver Umgang mit Erweiterungen in städtebaulich nicht integrierten Lagen

- Vermeidung von Funktionsverlusten, die ggf. durch neue Ansiedlungen und Erweiterungen resultieren könnten

Sonstige Empfehlungen:

- Grundsätzlich: Neuansiedlungen/Verlagerungen zur Versorgung des Gebietes wenn keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Bestandsstandorte Nahversorgung zu erwarten sind
- Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze und Service
- Ansonsten konsequenter Ausschluss von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Steuerungsleitsätze (siehe Kapitel 8), die ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl der zentralen Versorgungsbereiche als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche beinhalten. Zudem wird empfohlen, die vorstehenden Entwicklungsziele durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen umzusetzen.

Vor dem Hintergrund des Ziels der Gewährleistung einer weitestgehend flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung, gewinnt eine optimierte räumliche Verteilung der Betriebe an Bedeutung. Im Zuge der Bestandserhebung im Juli 2019 sind zwei Bereiche der Stadt herausgearbeitet worden in denen aktuell eine unzureichende Nahversorgungssituation vorherrscht.

6.3 ERGÄNZUNGSSTANDORTKONZEPT

Neben dem zentralen Versorgungsbereich besteht in Neustadt a. d. W. eine weitere strukturprägende Einzelhandelsagglomeration mit einem gewissen Standortgewicht, das Weinstraßenzentrum⁵⁴. Im folgenden Kapitel wird zunächst erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für diesen Ergänzungsstandort grundsätzlich erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind. Darauf aufbauend wird die strukturprägende Einzelhandelsagglomeration analysiert und Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung des Standortes gegeben.

6.3.1 Ergänzungsstandorte (i.S.v. Ziel 59 des LEP IV)

Im Sinne dieser gesamtstädtischen Standortbalance und der übergeordneten Entwicklungszielstellung zur Einzelhandelsentwicklung in Neustadt a. d. W. (vgl. Kapitel 5.2) ist eine Zielstellung mit der Weiterentwicklung des Ergänzungsstandortes verbunden.

Ergänzungsstandorte im Sinne von Ziel 59 des Landesentwicklungsprogramms IV sind in der Zielstellung grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den großflächigen Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevanten Hauptsortimenten⁵⁵ zu verstehen. Sie dienen der Ergänzung des Innenstadteinzelhandels, indem sie Einzelhandelsbetriebe aufnehmen,

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen,
- die in der Innenstadt räumlich schlecht anzusiedeln wären,

⁵⁴ bereits im EHK 2011 als Ergänzungsstandort ausgewiesen.

⁵⁵ Unter Beachtung der örtlichen Gegebenheiten werden innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente als Untergruppe der innenstadtrelevanten Sortimente ausgewiesen (s. Kapitel 7.2)
Die nicht innenstadtrelevanten Sortimente sind zugleich als nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevant zu verstehen und werden im Folgendem aus Gründen der Lesbarkeit als nicht innenstadtrelevant abgekürzt.

- die Sortimente führen, die den zentralen Versorgungsbereich wie auch die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Primär sollten an den Ergänzungsstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung von Ergänzungsstandorten und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben sehr kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die realen Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann,
- ihre Leistungsfähigkeit gezielt optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen,
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden,
- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumlich klare Fassung der jeweiligen Ergänzungsstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenen Bodenpreisgefüge, der von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte, geschützt werden. Dieses wird insbesondere den auf günstige Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugutekommen.

Eine gesamtstädtische Konzentration auf einige wenige, aber dafür leistungsfähige Ergänzungsstandorte ist aus städtebaulicher Sicht sinnvoll, weil eine solche Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere und damit auch für das überörtliche Nachfragepotenzial im mittelzentralen Einzugsgebiet interessantere Standorte schafft. Die Standortkonzentration kann also zur Sicherung und zum Ausbau der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland beitragen.

6.3.2 Beurteilung des strukturprägenden Ergänzungsstandortes Weinstraßenzentrum in Neustadt a. d. W.

Im Zuge des vorliegenden Konzeptes wird der Ergänzungsstandort Weinstraßenzentrum geprüft. Nachfolgend wird der Ergänzungsstandort mit den wesentlichen Rahmenbedingungen sowie spezifischen Entwicklungsempfehlungen dargestellt.

Der im EHK 2011 als Ergänzungsstandort ausgewiesene Standortbereich Weinstraßenzentrum wird vornehmlich durch das im Südosten verortete SB-Warenhaus Globus mit weiteren kleinteilig organisierten Anbietern im innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment geprägt. Daneben finden sich noch zwei Baumärkte sowie ein Elektronikfachmarkt, welche die Angebotsstruktur am Ergänzungsstandort erweitern. Des Weiteren verfügt der Standortbereich über einen bedeutenden Anteil an innenstadtrelevanten Sortimenten wie Bekleidung und Schuhe, die durch Fachmärkte am Ergänzungsstandort bereitgestellt werden. Zusätzlich wird das Angebot durch Betreiber des nicht innenstadtrelevanten Einzelhandels (z.B. Globus Baumarkt) ergänzt.



Abbildung 36: Ergänzungsstandort Weinstraßenzentrum

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2019; Kartengrundlage: Stadt Neustadt a. d. W.

Der Ergänzungsstandort befindet sich nördlich der Bundesstraße 39 ist folglich gut zu erreichen. Neben dem Bushaltepunkt „Neustadt Globus“ besteht zudem die Möglichkeit den Standort über den Bahnhofsteilpunkt Neustadt-Süd zu erreichen, wodurch die Erreichbarkeit mittels ÖPNV als sehr gut zu bewerten ist.

Der Ergänzungsstandort Weinstraßenzentrum ist bauleitplanerisch durch den Bebauungsplan *„Chemnitzer Straße“, Neufassung und Erweiterung, Teil West* (24.07.1997) gefasst. Im Bebauungsplangebiet sind verschiedene Gebietskategorien (Sondergebiete sowie Gewerbegebiete) festgesetzt, die jeweils unterschiedliche Festsetzungen bzgl. der Steuerung des Einzelhandels aufweisen. Konkrete Begrenzungen einzelhandelsrelevanter Verkaufsflächen sind nur für drei Gewerbegebiete (GE 2, GE 3, GE 4) festgesetzt. Die zulässigen einzelhandelsrelevanten Sortimente unterscheiden sich je nach Gebietsfestsetzung.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Standortbereich Weinstraßenzentrum folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen werden:

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Fortschreibung als Ergänzungsstandort
- Im Sinne der Zielstellungen dieses Einzelhandelskonzepts: Überarbeitung des Bebauungsplans *„Chemnitzer Straße“, Neufassung und Erweiterung, Teil West* (24.07.1997), um dort zukünftig innenstadtrelevanten und innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel (s. Sortimentsliste Kapitel 7.2) auszuschließen.
- Verkaufsflächenanteil für innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente langfristig reduzieren
- Keine Neuansiedlung von innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Betriebe sowie restriktiver Umgang mit entsprechenden Randsortimenten
- Keine weiteren Maßnahmen zur Steigerung der Standortattraktivität gegenüber des zentralen Versorgungsbereichs

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Neustadt a. d. W. als innenstadt- und nicht innenstadtrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Steuerungsleitsätzen festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzeptes entsprechen. Die Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept 2011 ist plausibel und hat sich im Grundsatz bewährt. Gleichwohl wird im Zuge der Konzeptfortschreibung eine gezielte Überprüfung bestimmter Sortimente unternommen. Die Fortschreibung der Neustadter Sortimentsliste erfolgt dabei analog zum Warenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes (WZ-Code). In diesem Zusammenhang können Modifizierungen der Benennungen und Gruppierungen von Sortimenten vorgenommen werden.

Im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung werden zudem innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente als Untergruppe der innenstadtrelevanten Sortimente ausgewiesen. Die Sortimentsliste soll so eine differenzierte Steuerung von Einzelhandelsvorhaben ermöglichen.

7.1 METHODISCHE HERLEITUNG

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzeptes zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Innenstadtrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als innenstadtrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Innenstadtrelevanz oder Innenstadt- und Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

BEURTEILUNGSKRITERIEN FÜR DIE ZENTRENRELEVANZ VON SORTIMENTEN

Innenstadtrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,

- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können und
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollen.

Innenstadt- und nahversorgungsrelevant⁵⁶ sind in der Regel Sortimente,

- die den Merkmalen der Innenstadtrelevanz entsprechen und
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestandes auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht innenstadtrelevant⁵⁷ sind in der Regel Sortimente,

- die Innenstadtlagen nicht prägen und
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen eignen.

Neben den rechtlichen Anforderungen, den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen sowie der bewährten Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011 ergibt sich die folgende Liste innenstadtrelevanter bzw. innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Neustadt a. d. W. als sog. „Neustadter Liste“.

7.2 SORTIMENTSLISTE FÜR NEUSTADT A. D. W.

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen, der methodischen Herleitung sowie auf Basis der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen und der dargestellten städtebaulichen Zielstellungen ergibt sich die folgende zu empfehlende Liste innenstadtrelevanter sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Neustadt a. d. W. Für die ausführliche Sortimentsliste mit Bezug zum Warenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes sei auf den Anhang verwiesen.

⁵⁶ Unter Beachtung der örtlichen Gegebenheiten werden innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente als Untergruppe der innenstadtrelevanten Sortimente ausgewiesen.

⁵⁷ Die nicht innenstadtrelevanten Sortimente sind zugleich als nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevant zu verstehen und werden im Folgendem aus Gründen der Lesbarkeit als nicht innenstadtrelevant abgekürzt.

Tabelle 13: Sortimentsliste für die Stadt Neustadt a. d. W. (Kurzfassung)

innenstadtrelevante Sortimente*	nicht innenstadtrelevante Sortimente**
Augenoptik	Arbeitsbekleidung
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	Baumarktsortiment i. e. S.
Bettwaren/Matratzen	Elektrogroßgeräte
(Schnitt-)Blumen*	Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)
Briefmarken und Münzen	Fahrräder und Zubehör
Bücher	Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika)*	Pflanzen/Pflanzartikel
Elektrokleingeräte	Reitsportartikel
Glas/Porzellan/Keramik	Sportgroßgeräte
Haus-/Bett-/Tischwäsche	Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere
Haushaltswaren (Hausrat)	
Heimtextilien (Gardinen und Zubehör)	
Kinderwagen	
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	
Lampen/Leuchten	
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	
Musikinstrumente und Musikalien	
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)*	
Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)	
Papier/Büroartikel/Schreibwaren*	
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)*	
Schuhe, Lederwaren	
Spielwaren und Bastelbedarf	
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	
Uhren/Schmuck	
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	
Teppiche (Einzelware)	
Zeitungen/Zeitschriften*	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; *als Untergruppe der innenstadtrelevanten Sortimente, gleichzeitig auch nahversorgungsrelevant ** gleichzeitig auch nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevant. Die Aufführung der nicht innenstadtrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelskonzepts der Stadt Neustadt a. d. W. als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend.

Gegenüber der Sortimentsliste des Einzelhandelskonzepts 2011 ergeben sich somit folgende Modifizierungen:

- Zusammenlegung der Sortimente Computer (PC-Hardware und -Software), Foto und optische Erzeugnisse, Telekommunikationsartikel sowie Unterhaltungselektronik (inkl. Ton- und Bildträger) in ein Sortiment **Neue Medien/Unterhaltungselektronik** (inkl. Ton- und Bildträger).
- Neu ausgewiesen als einzelne Sortimente werden zusätzlich **Arbeitsbekleidung, Reitsportartikel und Sportgroßgeräte** (bisher nicht einzeln berücksichtigt), um den Differenzierungsgrad der Sortimentsliste innerhalb dieser Bereiche in Anbetracht der betrieblichen Realitäten sinnvoll zu erweitern (Einstufung als nicht innenstadtrelevant).

- Die Warengruppe Baby- und Kinderartikel wird aufgrund unterschiedlicher Sortimentseigenschaften auf die Warengruppen **Spielwaren, Bekleidung, Kinderwagen, Kfz-Zubehör** (Kinderautositze, Maxi Cosi) etc. aufgeteilt.
- Die Sortimente Kunstgewerbe, Geschenkartikel und Antiquitäten sind in der Warengruppe **Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände** subsummiert.
- Die Sortimente Elektroinstallationsbedarf, Teppiche⁵⁸/Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten, Malereibedarf, Baustoffe, Bauelemente, Installationsbedarf, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Badeinrichtungen und -ausstattung (keine Textilien/Accessoires), Sanitär/Fliesen Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen, Holz, Bauelemente wie z.B. Fenster, Türen, Brennstoffe/Mineralölerzeugnisse werden zu einer Warengruppe **Baumarktsortiment i. e. S.** zusammengefasst.

Neben den aufgelisteten Modifizierungen ergeben sich gegenüber des Einzelhandelskonzepts 2011 noch weitere Änderungen. Resultierend aus der städtebaulichen Verortung der sortimentspezifischen Verkaufsflächen in Neustadt a. d. W. sowie der Berücksichtigung der regionalplanerischen Empfehlungen erfolgt für die nachfolgenden Sortimente eine entsprechende Neuzuteilung (vgl. Tabelle 14)

Tabelle 14: Sortimentsliste – Änderung gegenüber EHK Altkonzept 2011

Kurzbezeichnung Sortiment	Innenstadtrelevant	nicht innenstadtrelevant**
Musikinstrumente und Musikalien	■	EHK 2011 Musikinstrumente
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	EHK 2011 / ■*	□
Zeitungen/Zeitschriften	EHK 2011 / ■*	□
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	EHK 2011	■
Fahrräder und Zubehör	□	EHK 2011 / ■

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * gleichzeitig auch nahversorgungsrelevant; ** gleichzeitig auch nicht nahversorgungsrelevant; erläuternd, aber nicht abschließend.

Das Sortiment **Arbeitsbekleidung** wurde in der Sortimentsliste des EHK 2011 nicht ausgewiesen. Die Ausweisung des Sortiments in der Sortimentsliste erfolgt unter Berücksichtigung eines Differenzierungsgrads der Sortimentsliste und in Anbetracht der betrieblichen Realitäten.

Das Sortiment wird i. d. R. vorrangig in Bau- und Gartenfachmärkten als Randsortiment (Handwerks- und Gartenarbeitsbekleidung) sowie in einzelnen Fachgeschäften bzw. Fachmärkten⁵⁹ angeboten, jedoch dominieren in diesem Sortiment insbesondere der Großhandel sowie Online- und Versandvertriebswege. Für das

⁵⁸ Nicht Einzelware.

⁵⁹ I. d. R. mit einem spezialisierten oder vollumfänglichen Arbeitsbekleidungsangebot (z. B. für Pflege-/ Küchenpersonal). Diese Betriebe sind deutschlandweit sehr vereinzelt und nicht in jeder Mittel-/Großstadt ansässig.

Sortiment Arbeitsbekleidung ist derzeit kein Ansiedlungsdruck im ZVB Innenstadtzentrum Neustadt erkennbar.

In Neustadt a. d. W. wird das Sortiment aktuell ausschließlich in dezentralen Lagen durch Bau- und Gartenfachmärkte offeriert. Vor dem Hintergrund der oben dargestellten aktuellen Entwicklungen sind für das ZVB Innenstadtzentrum in diesem Sortimentsbereich keine Entwicklungsperspektiven gegeben.

Vor diesem Hintergrund erfolgt die Einordnung des Sortiments Arbeitsbekleidung als nicht innenstadtrelevant in der Sortimentsliste der Stadt Neustadt a. d. W. Dies schließt im Gegenzug nicht aus, dass sich spezialisierte Fachgeschäfte dennoch im ZVB Innenstadtzentrum ansiedeln.

Das Sortiment **Fahrräder und Zubehör** wurde bereits im EHK 2011 als nicht innenstadtrelevant eingestuft.

Der Fahrrad Einzelhandel kann vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie als einer der wenigen Einzelhandelsbereiche Umsatzzuwächse verzeichnen. Neben den für den Fahrrad Einzelhandel ‚positiven‘ Auswirkungen der Corona-Pandemie (Umstieg ÖPNV auf das Fahrrad, Gesundheit etc.) und der Diskussion um den Klimawandel fungiert vor allem das Segment der motorisierten Zweiräder (bspw. E-Bikes und Pedelecs) aktuell als Wachstumstreiber. Derzeit verfügt der traditionelle Fahrradfachhandel (Fachgeschäfte und Fachmärkte) noch über eine starke Position gegenüber fachfremden Vertriebskanälen (z. B. Baumärkte) und eine (noch) vergleichsweise hohe Bedeutung gegenüber nicht-stationären Vertriebskanälen. Die allerdings auch im Fahrradsegment wachsende Bedeutung des Online- und Versandvertriebswegs bewirkt dennoch einen Anpassungsbedarf im stationären Fachhandel. Perspektivisch werden das „Einkaufserlebnis“ und die Service-/Reparaturleistungen in Ladengeschäften zu einem wichtigen Abgrenzungskriterium gegenüber den nicht-stationären Vertriebswegen. Dementsprechend sind aktuell Anpassungen in der Sortimentsstruktur und der Kundenansprache (Verkaufsflächenerweiterung, Warendarbietung, Einkaufserlebnis, Teststrecken etc.) wie auch sukzessive ein nachholender Strukturwandel mit zunehmenden Konzentrationserscheinungen zu beobachten. Diese sind - im Vergleich zu anderen Branchen des Einzelhandels – zwar deutlich geringer ausgeprägt, bewirken aber einen Handlungsdruck auf herkömmliche Fachgeschäfte und Fachmarktkonzepte hinsichtlich der Modernisierung von Betriebsstrukturen. Somit sind im Fahrrad Einzelhandel aktuell insbesondere zwei Entwicklungen zu beobachten: Einerseits eine Stärkung der kleinteiligen, spezialisierten Fachgeschäfte (v. a. Zielgruppenspezialisierung (z. B. Rennräder), Ausbau der Service-/Reparaturleistungen) sowie andererseits Expansion der Betriebsform Fahrradfachmarkt bzw. Umwandlung von Fachgeschäften zu Fachmärkten (durch Erweiterung, oftmals mit Standortverlagerung verbunden).

In Neustadt a. d. W. hat sich – trotz der Ausweisung des Sortiments Fahrräder und Zubehör im EHK 2011 als nicht innenstadtrelevant – ein Fachgeschäft im ZVB Innenstadtzentrum neu angesiedelt. Gleichwohl befinden sich nur rd. 10 % der gesamten Verkaufsfläche des Sortiments im ZVB Innenstadtzentrum, dahingegen rd. 90 % in dezentralen Lagen. Der Einkauf von Fahrrädern findet in der Regel als Zieleinkauf statt, d. h. die entsprechenden Betriebe werden von Kunden gezielt aufgesucht, so dass von diesen keine wesentlichen Frequenzaustauschbeziehungen ausgehen. Insbesondere das expansive Segment der Fahrradfachmärkte hat

einen entsprechenden Flächenanspruch, dem i. d. R. nicht in zentralen Versorgungsbereichen entsprochen werden kann. I. d. R. tragen diese Betriebsformate auch nicht zur Funktionalität von Zentren bei bzw. entsprechen auch nicht den Ansprüchen an eine in Zentren zu erwartende ansprechende städtebauliche Ausprägung.

In der Sortimentsliste des einheitlichen Regionalplans Rhein-Neckar (Stand 2014) wird das Sortiment nicht als zentrenrelevant (= innenstadtrelevant in Rheinland-Pfalz) eingestuft (vgl. ebenda S. 46). Auch in den Sortimentslisten der Städte Landau und Speyer ist das Sortiment als nicht innenstadtrelevant eingeordnet. Vor diesem Hintergrund erfolgt die Einordnung des Sortiments Fahrräder und Zubehör als nicht innenstadtrelevant in der Sortimentsliste der Stadt Neustadt a. d. W.⁶⁰ Dies schließt im Gegenzug nicht aus, dass sich spezialisierte Fachgeschäfte dennoch im ZVB Innenstadtzentrum ansiedeln, wie bereits erfolgt (s. o.).

Das Sortiment **Reitsportartikel** wurde im EHK 2011 nicht als eigenständiges Sortiment ausgewiesen. Das Sortiment Reitsportartikel lässt sich als Untergruppe des Sortiments Sportartikel (inkl. Sportbekleidung) eindeutig definieren und abgrenzen. Das Sortiment Reitsportartikel wird als nicht innenstadtrelevant definiert.

Reitsportmärkte offerieren ein relativ schmales und äußerst spezialisiertes Sortiment (Reitsportartikel (inkl. Reitsportfunktionsbekleidung)) und richten ihr Angebot an eine eng definierte Kundenzielgruppe. Aus der Angebotsspezialisierung und der damit einhergehenden hoch spezialisierten Kundenzielgruppe ergibt sich insgesamt eine nur eingeschränkte Attraktivität für gewachsene Zentrenlagen wie das Innenstadtzentrum Neustadt. Zudem sind derzeit vor allem Reitsportfachmarktkonzepte expansiv am Markt tätig, die aufgrund des Flächenbedarfs i. d. R. nicht in zentrale Versorgungsbereiche integriert werden können.

In Neustadt a. d. W. wird das Sortiment derzeit ausschließlich als sehr beschränktes Randsortiment in einem dezentral gelegenen Sportfachmarkt offeriert.

Aufgrund eines größeren Flächenbedarfs zur Ansiedlung eines Reitsportfachmarktes und des damit verbundenen Bedarfs an größeren Entwicklungsflächen ist perspektivisch nicht von einer strukturprägenden Ansiedlung im Innenstadtzentrum Neustadt auszugehen.

Im LEP IV wird das Sortiment **zoologischer Bedarf und lebendige Tiere** als innenstadtrelevant eingestuft, ebenso war es im EHK 2011 in Neustadt a. d. W. als innenstadtrelevant definiert. Das Sortiment zoologischer Bedarf und lebendige Tiere wird als nicht innenstadtrelevant definiert.

Im Sortiment zoologischer Bedarf und lebendige Tiere beschränkt sich die aktuelle Marktentwicklung fast nur noch ausnahmslos auf großformatige, autokundenorientierte Fachmarktkonzepte, wie beispielsweise den am Ergänzungsstandort Weinstraßenzentrum angesiedelten Fachmarkt Fressnapf. Ergänzend findet sich das Sortiment auch als Randsortiment in Bau- und Gartenfachmärkten. Entwicklungen im Fachgeschäftsbereich in Innenstädten sind nahezu vollständig zum Erliegen gekommen. Entsprechend expansive Fachmarktkonzepte sind autokundenorientiert ausgerichtet und werden i. d. R. im Rahmen von Ziel- und Versorgungseinkäufen von Kunden gezielt aufgesucht, so dass von diesen Betrieben keine wesentlichen Frequenzaustauschbeziehungen ausgehen. Der Marktauftritt

⁶⁰ Nach Ziel 58 des LEP IV kann „Im Rahmen von kommunalen Einzelhandelskonzepten [kann] im begründeten Einzelfall eine Erweiterung bzw. Reduzierung dieses Katalogs vorgenommen werden.“

bzw. die übliche Betriebsausprägung der Fachmärkte ist i. d. R. funktional sowie ohne städtebaulichen Anspruch (Fachmarktkonzept) und weist einen entsprechenden Flächenbedarf (Betriebsgebäude, Parkplätze) auf, so dass diese i. d. R. auch nicht zur Funktionalität von Zentren beitragen bzw. auch nicht den Ansprüchen an eine entsprechende städtebauliche Gestaltung in Zentren genügen.

In Neustadt a. d. W. befinden sich rd. 95 % der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche außerhalb des ZVB Innenstadtzentrum, rd. 89 % in städtebaulich nicht integrierten Lagen. Demnach ist keine Vorprägung des ZVB Innenstadtzentrum durch das Sortiment gegeben. Vor dem Hintergrund der oben dargestellten aktuellen Entwicklungen sind für das ZVB Innenstadtzentrum in diesem Sortimentsbereich keine Entwicklungsperspektiven gegeben.

In der Sortimentsliste des einheitlichen Regionalplans Rhein-Neckar (Stand 2014) wird das Sortiment nicht als zentrenrelevant (= innenstadtrelevant in Rheinland-Pfalz) eingestuft (vgl. ebenda S. 46). Auch in den Sortimentslisten der Städte Landau und Speyer ist das Sortiment als nicht innenstadtrelevant eingeordnet. Vor diesem Hintergrund erfolgt die Einordnung des Sortiments zoologischer Bedarf und lebendige Tiere als nicht innenstadtrelevant in der Sortimentsliste der Stadt Neustadt a. d. W.⁶¹ Dies schließt im Gegenzug nicht aus, dass sich spezialisierte Fachgeschäfte dennoch im ZVB Innenstadtzentrum ansiedeln.

Gegenüber der Sortimentsliste des EHK 2011 werden sowohl **Musikalien als auch Musikinstrumente** als innenstadtrelevantes Sortiment eingestuft. Aktuell ist keine sortimentsspezifische VKF bzw. kein Betrieb mit entsprechenden Sortimentsangeboten im ZVB Innenstadtzentrum angesiedelt. Für das Sortiment Musikinstrumente und Musikalien gibt es durchaus innenstadtaffine Betriebsformate, wodurch Frequenzen im Innenstadtzentrum ausgelöst werden und zu dessen Stärkung beitragen können.

⁶¹ Nach Ziel 58 des LEP IV kann „Im Rahmen von kommunalen Einzelhandelskonzepten [kann] im begründeten Einzelfall eine Erweiterung bzw. Reduzierung dieses Katalogs vorgenommen werden.“

8

Steuerungsleitsätze

Die Steuerungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Neustadt a. d. W. und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

8.1 EINORDNUNG UND BEGRÜNDUNG DER STEUERUNGSLEITSÄTZE

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von übergeordneten Entwicklungszielstellungen, absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen, der Zentren- und Standortsteuerung des künftigen Einzelhandelskonzeptes sowie einer Spezifizierung der innenstadtrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Konzeptbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Steuerungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Die Steuerungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Neustadt a. d. W. insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Steuerungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei. Sie garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber noch nicht in der Stadt Neustadt a. d. W. ansässiger Einzelhandelsbetriebe.

Die Steuerungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden. Der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

8.2 STEUERUNGSLEITSÄTZE FÜR NEUSTADT A. D. W.

Folgende Steuerungsleitsätze werden für Neustadt a. d. W. empfohlen:

Leitsatz I: Einzelhandel mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment soll auf den zentralen Versorgungsbereich konzentriert werden.

- Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig primär und ohne Verkaufsflächenbegrenzung⁶² auf den ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. konzentriert werden (klein- und großflächig), um eine weitere Attraktivierung, Spezialisierung und Qualifizierung der Innenstadt zu begünstigen.
- An den hierarchisch nachgeordneten Bestandsstandorten Nahversorgung nur zur Versorgung des „engeren Gebiets“ (kleinflächig).
- Geringfügige Verkaufsflächenerweiterungen können nach Leitsatz IV möglich sein.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen im ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für das Innenstadtzentrum daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich beim Innenstadtzentrum um einen stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Die Begrenzung der Ansiedlung bzw. des Ausbaus von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment in den Bestandsstandorten Nahversorgung begründet sich aus dem Schutz des Innenstadtzentrums vor einem zu deutlichen Standortgewicht in den hierarchisch nachgeordneten Bestandsstandorten Nahversorgung sofern die Empfehlungen für diese Standorte entsprechende Nutzungen nicht ausschließt (siehe Kapitel 6.2). Es bleibt jedoch gleichzeitig ein der Bedeutung der Bestandsstandorte Nahversorgung angemessener Entwicklungsrahmen erhalten. Im Rahmen der Bauleitplanung ist im Einzelfall der Nachweis zu erbringen, dass das geplante Vorhaben vorrangig der Versorgungsfunktion des „engeren Gebietes“ der Bestandsstandorten Nahversorgung dient und keine negativen Auswirkungen auf das Innenstadtzentrum oder zentrale Versorgungsbereiche der Nachbarkommunen entstehen.

Betriebe mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment sollen grundsätzlich auf den zentralen Versorgungsbereich konzentriert werden, um diesen in seiner Versorgungsfunktion zu sichern und zu stärken. Bei der Umsetzung dieser Empfehlung sollte jedoch stets die bisherige und zukünftige bauleitplanerische und baugenehmigungsrechtliche Planungspraxis der Stadt Neustadt a. d. W. Berücksichtigung finden.

Leitsatz II: Innenstadt- und nahversorgungsrelevanter⁶³ Einzelhandel als Hauptsortiment soll zukünftig primär im zentralen Versorgungsbereich und zur Gewährleistung der Nahversorgung sekundär auch an Bestandsstandorten Nahversorgung sowie an Versorgungsbereichen Lebensmittelnahversorgung vorgesehen werden.

Aufgrund der hohen Bedeutung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen, sollen Einzelhandelsvorhaben mit innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment primär im zentralen Versorgungsbereich sowie nachrangig an den Bestandsstandorten

⁶² Sofern landesplanerische und städtebauliche Gründe (Schutz von ZVBs, Nachbarkommunen etc.) nicht entgegenstehen.

⁶³ Unter Beachtung der örtlichen Gegebenheiten werden innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente als Untergruppe der innenstadtrelevanten Sortimente ausgewiesen (s. Kapitel 7.2)

Nahversorgung sowie Versorgungsbereichen Lebensmittelnahversorgung zur Sicherung und zum Ausbau der Nahversorgung angesiedelt werden:

- Ansiedlungen und Flächenarrondierungen im Bestand im ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. ohne Verkaufsflächenbegrenzung⁶⁴
- Zur Sicherung bzw. Optimierung der Nahversorgung können sekundär auch an **Bestandsstandorten Nahversorgung** sowie an den **Versorgungsbereichen Lebensmittelnahversorgung** Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe vorgesehen werden, sofern negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden und sie konzeptkonform sind.
- In **sonstigen städtebaulich integrierten Lagen** sind Betriebe (Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel) zur Sicherung bzw. bedarfsgerechten Optimierung der räumlichen Nahversorgung ausnahmsweise zulässig, sofern negative Auswirkungen auf den ZVB, die Bestandsstandorte Nahversorgung und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden.
- In **städtebaulich nicht integrierten Lagen** soll kein Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem⁶⁵ Hauptsortiment vorgesehen werden (Ausnahmen: Tankstellenshops, Kioske). Geringfügige Verkaufsflächenenerweiterungen können nach Leitsatz IV möglich sein.

Leitsatz III: Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevantem⁶⁶ Hauptsortiment sollte primär am Ergänzungsstandort Weinstraßenzentrum angesiedelt werden.

- Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment können zukünftig grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet vorgesehen werden, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegen sprechen.
- Die Verkaufsfläche der innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente ist auf **max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche** eines Vorhabens zu begrenzen (max. 800 m² VKF) – eine ausdifferenzierte Begrenzung der Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.
- Es soll stets eine deutliche **inhaltliche Zuordnung des Randsortiments** zum Hauptsortiment gegeben sein.

Aus städtebaulichen Gründen ist eine Fokussierung auf den Ergänzungsstandort ratsam, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und eine Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges, auch im Interesse der Standortssicherung für Handwerksbetriebe sowie Betriebe des produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbes, entgegenzuwirken.

Zudem soll stets eine deutliche Zuordnung des Randsortimentes zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungszubehör als Randsortiment in Möbelmärkten, Zooartikel als Randsortiment in Gartenmärkten, Berufsbekleidung als

⁶⁴ sofern nicht landesplanerische und städtebauliche Gründe (Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen) nicht entgegen

⁶⁵ gleichzeitig auch innenstadtrelevant

⁶⁶ Die nicht innenstadtrelevanten Sortimente sind zugleich als nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevant zu verstehen und werden im Folgendem aus Gründen der Lesbarkeit als nicht innenstadtrelevant abgekürzt.

Randsortiment in Baumärkten, nicht jedoch Bekleidung generell oder Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits der zentralen Versorgungsbereiche vermieden.

Leitsatz IV: Bestehenden Einzelhandelsbetrieben kann ausnahmsweise im Sinne des Bestandsschutzes eine einmalige, geringfügige Verkaufsflächenerweiterung innerhalb der Geltungsdauer des Konzeptes gewährt werden.

- Im Sinne des Bestandsschutzes wird somit auch der wirtschaftliche Fortbestand von Einzelhandelsbetrieben gewährleistet, die nicht den konzeptionellen Anforderungen entsprechen.
- Eine solche geringfügige Verkaufsflächenerweiterung kann **einmalig** innerhalb der Geltungsdauer des Einzelhandelskonzeptes durchgeführt werden und bedarf zusätzlich einer **Einzelfallprüfung** des Gesamtvorhabens anhand:
 - städtebaulicher/stadtentwicklungspolitischer (Ziele/Grundsätze des EZK),
 - auswirkungsbezogener (absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen),
 - landesplanerischer (LEP IV Rheinland-Pfalz),
 - rechtlicher (siehe Urteil OVG NRW vom 08.10.2018, AZ.: 10 D 56/18.NE)
 - und betreiberseitiger Anforderungen, um geringfügige Verkaufsflächenanpassungen zu begründen.
- Eine geringfügige Verkaufsflächenerweiterung ist primär dazu gedacht, interne Betriebsabläufe zu optimieren oder Modernisierungen durchzuführen. Unter einer geringfügigen Verkaufsflächenerweiterung ist i. d. R. eine Erhöhung der Verkaufsfläche **um bis zu 5 %⁶⁷** zu verstehen.
- Es dürfen keine negativen Auswirkungen auf den ZVB, die Bestandsstandorte Nahversorgung oder die wohnortnahe Grundversorgung entstehen.

Leitsatz V: Ausnahmsweise zulässig sind Verkaufsstätten von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben („Annexhandel“), wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb **räumlich zugeordnet** ist,
- in **betrieblichem Zusammenhang** errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig **deutlich untergeordnet** ist sowie eine **sortimentsbezogene Zuordnung** zum Hauptbetrieb besteht und
- eine Verkaufsflächenobergrenze von **max. 800 m²** nicht überschreitet.
- Entsprechende Ausnahmeregelungen für den „Annexhandel“ auf Grundlage des §31 Abs. 1 BauGB sind sorgfältig im Hinblick auf die Anforderungen an die Bestimmtheit auszuarbeiten.
- Für landwirtschaftliche Betriebe im Außenbereich ergeben sich die Bestimmungen über die Regelungsinhalte des **§35 BauGB bzw. 201 BauGB**.

Eine Begrenzung der innenstadtrelevanten und innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung

⁶⁷ bei einem angenommenen Fortschreiberhythmus von 5-10 Jahren.

möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Stadt Neustadt a. d. W. künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

9 Schlusswort

Die Stadt Neustadt a. d. W. verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und der städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorte mit klar definierten Versorgungsaufgaben. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und den parallel abgehaltenen Arbeitskreisen – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten formuliert und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB). Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen zu gewährleisten (siehe Abbildung 37).

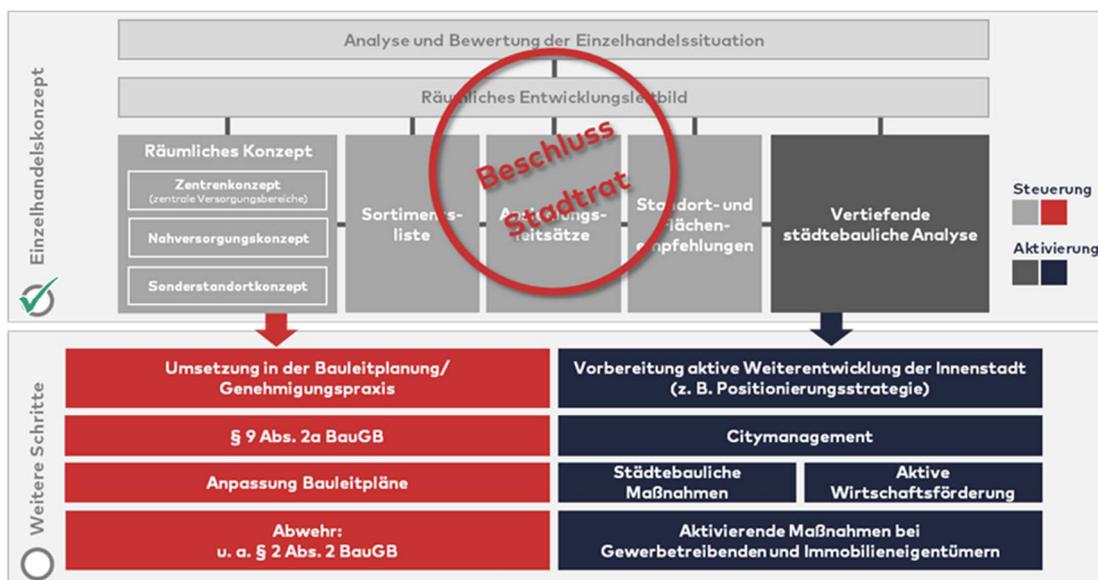


Abbildung 37: Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Wie unter Kapitel 6.1.3 bereits angemerkt wurde, ist es für die Entwicklung des ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. von grundlegender Bedeutung, deren Stärken zu erkennen, herauszustellen, zu qualifizieren und zu kommunizieren. In diesem Zusammenhang ist es wichtig, einen funktional und städtebaulich attraktiven Rahmen für die zukünftige Entwicklung zu schaffen. Es empfiehlt sich hierfür einen **ganzheitlichen Planungsansatz** zur Stärkung, Positionierung und Profilierung des Innenstadtzentrums zu verfolgen.

Obschon dieses Einzelhandelskonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung oder des Citymanagements. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben (etwa im den zentralen Versorgungsbereich), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa dem Branchenmix) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung. Insbesondere kann das Einzelhandelskonzept erste Erkenntnisse für eine aktive Weiterentwicklung der Innenstadt bieten, die sich stärker gegenüber Konkurrenzstandorten, wie z.B. benachbarte Mittelzentren sowie dem Online-Handel positionieren sollte. Eine entsprechende Positionierungsstrategie (vgl. dazu das Produktportfolio von Stadt + Handel) ist als umsetzungsorientierter Folgebaustein und in starker inhaltlicher Verknüpfung mit diesem Konzept zu empfehlen. Die Entwicklung einer entsprechenden **Positionierungsstrategie** für die Umsetzung bestimmter Entwicklungsvorhaben, zur Stärkung und Weiterentwicklung urban Qualitäten der Innenstadt, ergibt sich aus der nachfolgenden Abbildung 38.



Abbildung 38: Projektphasen Offline-Strategien

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die Strategien, die zu einer aktiven Mit- und Umgestaltung des städtischen Umfelds, allen voran für zu einer Stärkung, gezielten Positionierung und Profilierung des Innenstadtzentrums beitragen, gliedern sich konkret in drei Phasen. Die Phasen bauen jeweils aufeinander auf und sollten folglich nacheinander beauftragt und bearbeitet werden. Nach Erfassung der wesentlichen Rahmenbedingungen sowie der gewünschten Ziele (bspw. durch den in Phase 1 genannten Input), können im Nachgang die wichtigsten Handlungsfelder identifiziert und in einem Maßnahmenkatalog individuell zusammengestellt und aufbereitet werden. Die Erarbeitung eines solchen Maßnahmenkatalogs sollte immer in einem gemeinschaftlichen und iterativen Prozess (vgl. Abbildung 38 - Phase 2) erfolgen.

Die Maßnahmen und deren Beschreibung leiten sich aus den in Phase 2 erarbeiteten Bausteinen ab und werden zusammenfassend in der nachfolgenden Tabelle

15 dargestellt. Beispielhaft können sich für die Stadt Neustadt a. d. W., auf Grundlage der Ergebnisse des EHK 2019, folgende Maßnahmen ergeben, die für eine Stärkung, Weiterentwicklung und bessere Positionierung der Stadt Neustadt a. d. W. zielführend sind:

Tabelle 15: Konkrete Maßnahmen und -beschreibung – abgeleitet aus der Analyse des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Neustadt a. d. W. 2019

Maßnahmen	Maßnahmenbeschreibung
Potenzialfinder	Leerstände, Mindernutzungen identifizieren > Ableitung und Empfehlung von Flächenpotenzialen
Markenportfolioanalyse	Branchen- und Nutzungsmix herausstellen > Ableitung und Empfehlung von Ansiedlungspotenzialen
Nutzungsqualitätscheck	Nutzungsqualitäten herausarbeiten > Außendarstellung und Marktauftritt anpassen und verbessern
Innenstadtqualitätscheck	Städtebau und Stadtgestaltung untersuchen und bewerten > Defizite ausfindig machen und Empfehlungen zur Verbesserung geben
City-Kompass	Verkehrsführung (zzgl. Parkleitsystem) > Untersuchung und ggf. Verbesserung der Erreichbarkeit und Besucherinformation
Online Check	Digitale Sichtbarkeit untersuchen > Bereitstellung von digitale Services (z.B. frei zugängliches WLAN)
Marketing Check	Image, Vermarktung, Events

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Stadt + Handel begleitet bundesweit zahlreiche Kommunen im Prozess der genannten sowie weiterer innenstadtbezogener Maßnahmen.

Neben den einerseits, speziell zur Stärkung und Profilierung der Innenstadt, aufgezeigten Maßnahmen, bedürfen andererseits insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Konzepts einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Ob ein solcher Bedarf zur Fortschreibung erkennbar ist, sollte erfahrungsgemäß alle fünf Jahre bewertet werden. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen sollte.

Exkurs: Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Einzelhandel in Neustadt und das Einzelhandelskonzept

AUSGANGSSITUATION

Die Corona-Pandemie nimmt seit März des Jahres 2020 in vielerlei Hinsicht Einfluss auf unser alltägliches Leben. Auch der stationäre Einzelhandel war und ist durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie deutlich betroffen. Der deutschlandweite Lockdown Mitte März inkl. Ladenschließungen, die anschließend verhängten Zugangsbeschränkungen und z. T. veränderte Öffnungszeiten, die Maskenpflicht und auch das Abwandern großer Teile der Kunden in den Online-Handel wirkten und wirken sich seit März 2020 in unterschiedlicher Weise auf den stationären Einzelhandel aus.

Dabei waren und sind nicht alle Segmente des stationären Einzelhandels von den Auswirkungen in gleichem Ausmaß betroffen: während insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel und u. a. auch Baumärkte sowie der Fahrradeinzelhandel Umsatzzuwächse durch eine erhöhte Nachfrage im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen konnten, mussten insbesondere die klassischen innerstädtischen Branchen wie Bekleidung und Schuhe massive Umsatzverluste hinnehmen⁶⁸. Diese besonders stark betroffenen Branchen konnten sich bis dato auch nicht von diesen Umsatzverlusten erholen, denn nach wie vor bleiben viele in den Online-Handel abgewanderte Kunden den Betrieben und den Innenstädten fern. Gleichwohl ist hier die Corona-Pandemie nicht als originärer Auslöser dieser Entwicklungen zu sehen. Vielmehr hat die Pandemie entsprechende, bereits vor Corona zu beobachtende strukturelle Entwicklungen forciert und weiter beschleunigt: die seit Jahren fortschreitende Transformation unserer Innenstädte und Einzelhandelsstrukturen, die Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel sowie die in Konsequenz daraus resultierenden Leerstands- und Trading-Down-Entwicklungen sowie nicht zu Letzt die stetig zunehmende Bedeutung und die steigenden Marktanteile des Online-Handels treten durch die Corona-Pandemie noch deutlicher hervor. Bis zum Ende der Pandemie wird die Magnet- und Leitfunktion des stationären Einzelhandels, welche dieser bisher (noch) für unsere Innenstädte wahrgenommen hat, weiter abnehmen. Auch die mit massiven Unsicherheiten behaftete gesamtwirtschaftliche Lage wirkt sich negativ auf das Konsumverhalten aus und trägt damit nochmals zu einer Verschärfung der Problemlage des stationären Einzelhandels bei.

Angesichts dieser mit Unsicherheiten behafteten Ausgangslage wächst der Handlungsdruck für Innenstädte und Zentren als Standorte des Einzelhandels gegenüber Vor-Pandemie-Zeiten weiter an: damit die Innenstädte auch noch zukünftig ihre Funktion als attraktive und lebendige Stadtzentren sowie Mittelpunkt des öf-

⁶⁸ vgl. Statistisches Bundesamt 2020: Pressemitteilung Nr.317 vom 20. August 2020.

fentlichen Lebens - auch mit einem ansprechenden Einzelhandelsangebot - erfüllen können, erscheinen deutliche, zusätzliche Anstrengungen seitens der Kommunen notwendig.

Vor diesem Hintergrund werden nachfolgend drei mögliche Entwicklungsszenarien für den Einzelhandel und dessen Bedeutung für Innenstädten und Zentren abgeleitet. Auf dieser Grundlage werden sodann für Neustadt a. d. W. Lösungs- und Handlungsansätze aufgezeigt, so dass die negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie abgefedert und zugleich auch als Chance für die zukunftsfähige Fortentwicklung des Einzelhandels in Neustadt a. d. W. genutzt werden können.

SZENARIEN FÜR DEN EINZELHANDEL UND DIE INNENSTÄDTE

Da eine fundierte und abschließende Abschätzung der Auswirkungen der Corona-Pandemie für den stationären Einzelhandel zum aktuellen Zeitpunkt nicht möglich ist, werden im Folgenden drei grundsätzlich denkbare Entwicklungsszenarien betrachtet.

Entwicklungsszenario 1: Die neue Lust am Innenstadterlebnis

Das erste Entwicklungsszenario geht von einer neuen, nach Corona wiederentdeckten Lust am stationären Einzelhandel und am Innenstadtbesuch aus. Die Konsumenten leben den Trend „buy local“ wieder verstärkt aus, die Defizite des Online-Handels (z. B. individuelle Beratung, persönlicher Kontakt, verständliche Informationen, Haptik etc.) lenken die Konsumenten in Verbindung mit dem Wunsch nach einem umfassenden Einkaufs- und Innenstadterlebnis wieder zurück in die klassischen Einkaufslagen der Innenstädte. Die während der Corona-Pandemie erlittenen z. T. erheblichen Umsatzeinbußen können durch Mehrausgaben nach der Pandemie relativiert werden. Eine weiter verstärkte Nachfrageverschiebung zugunsten des Online-Handels findet in diesem Szenario nicht statt. Somit geht dieses Szenario von einem Boom der Innenstädte nach dem Ende der Corona-Pandemie aus.

Entwicklungsszenario 2: Boost des Online-Handels

Das Entwicklungsszenario geht von einer Verschiebung der Nachfrage vom stationären Einzelhandel zum Online-Handel aus. Die Einkäufe, die bislang im lokalen und stationären Einzelhandel getätigt wurden, werden nun - verstärkt durch die Corona-Pandemie - online nachgefragt. Die Konsumenten behalten das während der Corona-Pandemie angeeignete online-Einkaufsverhalten bei und bauen dieses weiter aus. Durch die Neuorientierung der Konsumenten auf den Online-Handel bricht die Nachfrage im stationären Einzelhandel weiter ein und stellt die stationären Einzelhändler und traditionellen Einkaufslagen vor große Herausforderungen. Es ist mit vermehrten Betriebsaufgaben nicht mehr wettbewerbsfähiger Betriebe sowie vermehrten Insolvenzen in den durch den Online-Handel besonders betroffenen Sortimentsbereichen (v. a. Mode, Elektronik) sowie Sortimentssegmenten (v. a. indifferentes mittleres Preissegment) zu rechnen. Das Bild der Innenstädte wird sich in Folge dieser Entwicklungen stark verändern: insbesondere nicht mehr wettbewerbsfähige inhabergeführte Betriebe, Kauf- und Warenhäu-

ser sowie Filialisten des indifferenten mittleren Preissegments werden dem Wettbewerbsdruck nicht mehr standhalten können und vom Markt abgehen. Hierdurch werden sich die Stadtstrukturen massiv verändern. Es ist mit einer Konzentration der am Markt verbleibenden Einzelhandelsbetriebe auf die starken Lagen von starken Zentren zu rechnen, schwache Neben- und Randlagen sowie schwächere Zentren werden ihre Bedeutung als Einzelhandelsstandort z. T. in Gänze verlieren.

Entwicklungsszenario 3: Zunahme des Online-Handels und Verschiebung der Nachfrage im stationären Einzelhandel

Das dritte Entwicklungsszenario geht von einem Mittelweg zwischen einem weiteren Bedeutungszuwachs des Online-Handels (allerdings in einem moderateren Verhältnis als das zweite Entwicklungsszenario) sowie einer parallelen Reorientierung auf die Angebote des stationären Einzelhandels aus. Aus fachgutachterlicher Perspektive ist dieses Entwicklungsszenario als realistisch einzuschätzen. Von der Reorientierung auf den stationären Einzelhandel profitieren insbesondere Metropolen und starke Oberzentren, welche durch ihre Qualitäten im Bereich des Erlebniseinkaufes wie auch des umfassenden Innenstadterlebnisses profitieren können, wenngleich auch diese aktuell mit einem nahezu zum Erliegen gekommenen Städtetourismus, sinkenden Frequenzen in den Einkaufslagen und ebenfalls wegbrechenden Handelsstrukturen zu kämpfen haben. Aber auch der stationäre Einzelhandel in Kleinstädten und Stadtteilzentren erfährt in diesem Szenario eine Stabilisierung, da hier vorwiegend Versorgungseinkäufe in vertrautem Umfeld getätigt werden sowie die wohnortnahe Versorgung sichergestellt wird. Der stationäre Einzelhandel in Mittelstädten wird in diesem Entwicklungsszenario hingegen überproportional von Umsatzeinbußen betroffen sein, da sich die Nachfrage sowohl in den Online-Handel als auch in kleinere Städte bzw. Stadtteilzentren und zukünftig auch wieder in die Metropolen bzw. in die starken Oberzentren verlagert. Somit werden die Mittelstädte und ihre Innenstädte an Bedeutung als Einzelhandelsstandort verlieren, wenn sie nicht dem Bedeutungsverlust mit geeigneten Mitteln entgegen steuern.

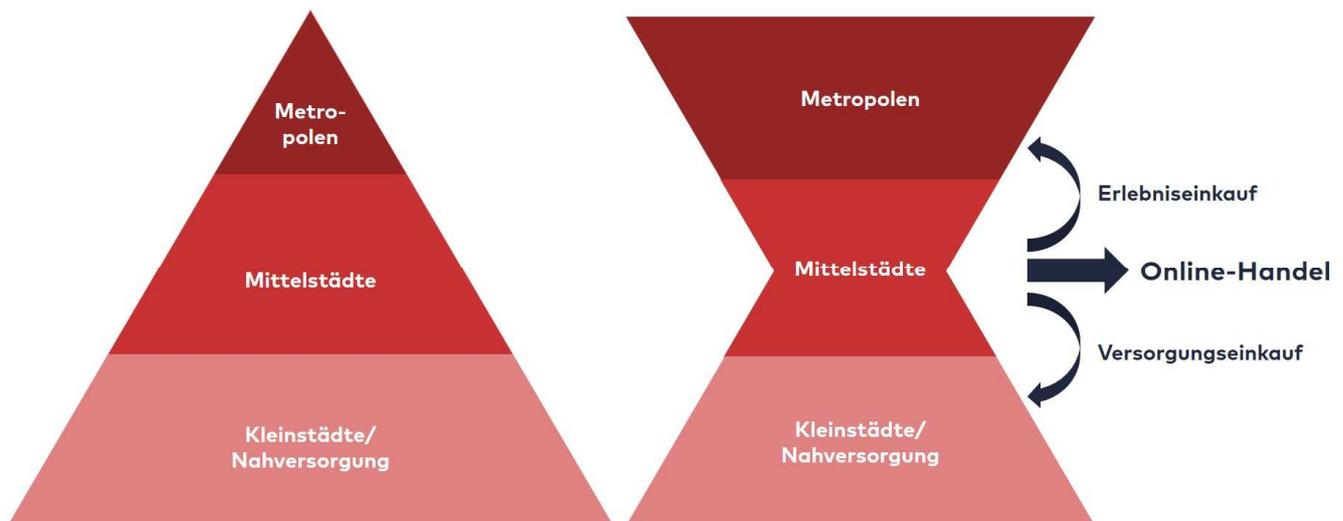


Abbildung 39: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

HANDLUNGSERFORDERNISSE UND LÖSUNGSWEGE

In der Konsequenz aller drei voranstehenden denkbaren Entwicklungsszenarien erwachsen den Städten und Kommunen nach der Corona-Pandemie Handlungserfordernisse, sofern sie dem Bedeutungsverlust als Einzelhandelsstandort und auch dem Verlust der Einzelhandelsfunktion ihrer Innenstädte entgegen wirken wollen. Das aus fachgutachterlicher Perspektive als realistisch zu erwartende Entwicklungsszenario 3 bietet den Städten und Kommunen neben all den negativen Auswirkungen, die durch die Corona-Pandemie ausgelöst werden, jedoch auch Chancen und Ansätze, sich zukunftsfähig als Einzelhandelsstandort nach der Corona-Pandemie aufzustellen bzw. zu repositionieren.

Neben den nachfolgend dargestellten Ansätzen für eine (Re-)Positionierungsstrategie für die Innenstadt von Neustadt, sind aktuell ohne Frage Sofortmaßnahmen zur Unterstützung der innerstädtischen Gewerbetreibenden notwendig. Diese werden bereits in verschiedenen Ausprägungen durch die Politik, Verwaltung, Wirtschaftsförderung, die lokale Einzelhändlervereinigung sowie Institutionen etc. erbracht und stellen einen wertvollen Beitrag zur Akuthilfe für die innerstädtischen Gewerbetreibenden dar.

Funktion des Einzelhandelskonzepts im Kontext der Corona-Pandemie

Die in diesem Einzelhandelskonzept für die Stadt Neustadt a. d. W. formulierten Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien münden in stringenten Instrumenten zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels. Die in diesem Konzept enthaltenen zentralen Steuerungselemente wie

- das Zentrenkonzept (s. Kapitel 6.1),
- das Nahversorgungskonzept (s. Kapitel 6.2),
- das Ergänzungsstandortkonzept (s. Kapitel 6.3),
- die Sortimentsliste (s. Kapitel 7) sowie
- die Steuerungsleitsätze (s. Kapitel 8)

ermöglichen eine stadtentwicklungspolitisch sinnvolle Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels. Dieses Steuerungsregime ist gerade vor dem Hintergrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie weiterhin als grundlegend und zielführend für die Steuerung des Einzelhandels in Neustadt a. d. W. einzuordnen. Insbesondere da das Innenstadtzentrum und dessen Einzelhandelsbestand durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie besonders vulnerabel sind, erscheint die stringente Steuerung des Einzelhandels in Neustadt a. d. W. zwingend geboten. Das Einzelhandelskonzept sollte daher durch das zuständige kommunalpolitische Gremium beschlossen werden. Gleichwohl sind im Einzelhandelskonzept auch Elemente enthalten, die durch die Corona-Pandemie und ihre Auswirkungen differenzierter einzuordnen sind. Hierbei handelt es sich vorrangig um den in Kapitel 5.1 ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen. Wenngleich dieser keinen unmittelbaren Einfluss auf das Steuerungsregime des Einzelhandelskonzepts entfaltet, sind die in diesem ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale durch die Corona-Pandemie und die damit verbundenen gesamtwirtschaftlichen Verwerfungen mit großen Unsicherheiten belastet. So dürften die ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale insbesondere in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Baumarktsortiment sowie Fahrräder und Zubehör ggf. positiver ausfallen, als in Kapitel 5.1 dargestellt. Im

Gegenzug dürften insbesondere für die Sortimente Bekleidung sowie Schuhe/Le-
derwaren geringere Entwicklungsimpulse zu erwarten sein.

Um individuell auf die Erfordernisse vor Ort reagieren zu können, ist es von oberster
Priorität, die Entwicklung des Einzelhandels in Neustadt a. d. W. fortlaufend
zu analysieren, um die durch die Corona-Pandemie ausgelösten Entwicklungen
und Verwerfungen im Einzelhandelsbesatz der Stadt Neustadt a. d. W. beobach-
ten und beurteilen zu können. Damit das Einzelhandelskonzept langfristig zur
Steuerung des stationären Einzelhandels angewendet werden kann bzw. vor dem
Hintergrund von coronabedingten Entwicklungen ggf. angepasst werden kann,
erscheint eine **Evaluation des Einzelhandelskonzeptes nach rund einem Jahr
nach der Erstellung oder nach Ende der Corona-Pandemie** empfehlenswert.

(Re-)Positionierungsstrategie für die Innenstadt von Neustadt a. d. W.

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Neustadt a. d. W. stellt ein primär stadt-
planerisches Instrumentarium zur Steuerung und Weiterentwicklung des Einzel-
handels und der Innenstadt von Neustadt a. d. W. als Einzelhandelsstandort dar.
Im Kontext der Corona-Pandemie erscheint insbesondere vor dem Hintergrund
der Auswirkungen auf das Innenstadtzentrum eine umfassende (Re-)Positionie-
rungsstrategie für die Innenstadt und eine aktive Weiterentwicklung derselben
geboten. Dies, um sich einerseits gegenüber Konkurrenzstandorten wie benach-
barten Mittel- und Oberzentren, insbesondere aber auch gegenüber dem Online-
Handel zukunftsfähig zu (re-)positionieren. Hierbei sollte nicht nur der Einzelhan-
del im Fokus entsprechender Betrachtungen stehen, sondern die Innenstadt in ih-
rer Komplexität und Multifunktionalität gesamtheitlich betrachtet werden:

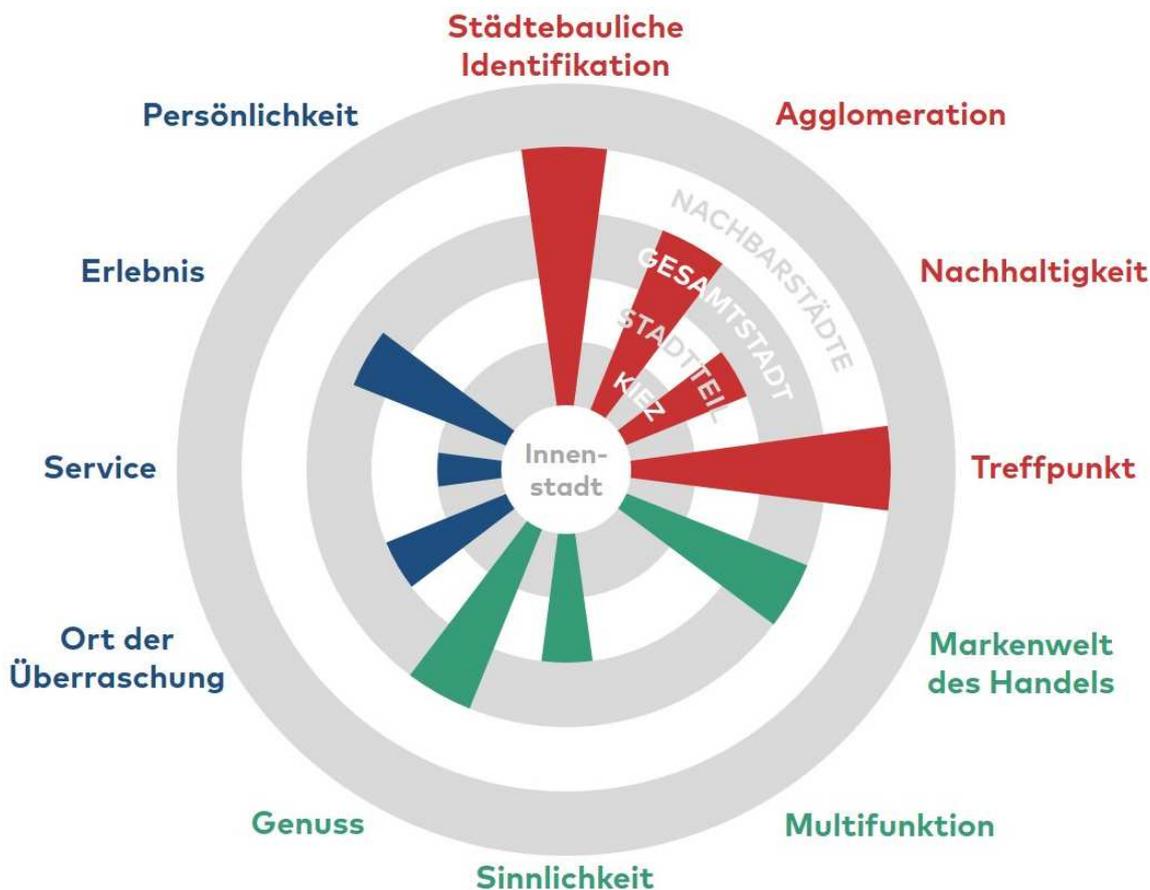


Abbildung 40: Komplexität und Multifunktionalität einer Innenstadt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Entsprechende Profilierungsmodule einer (Re-)Positionierungsstrategie können folgende darstellen:

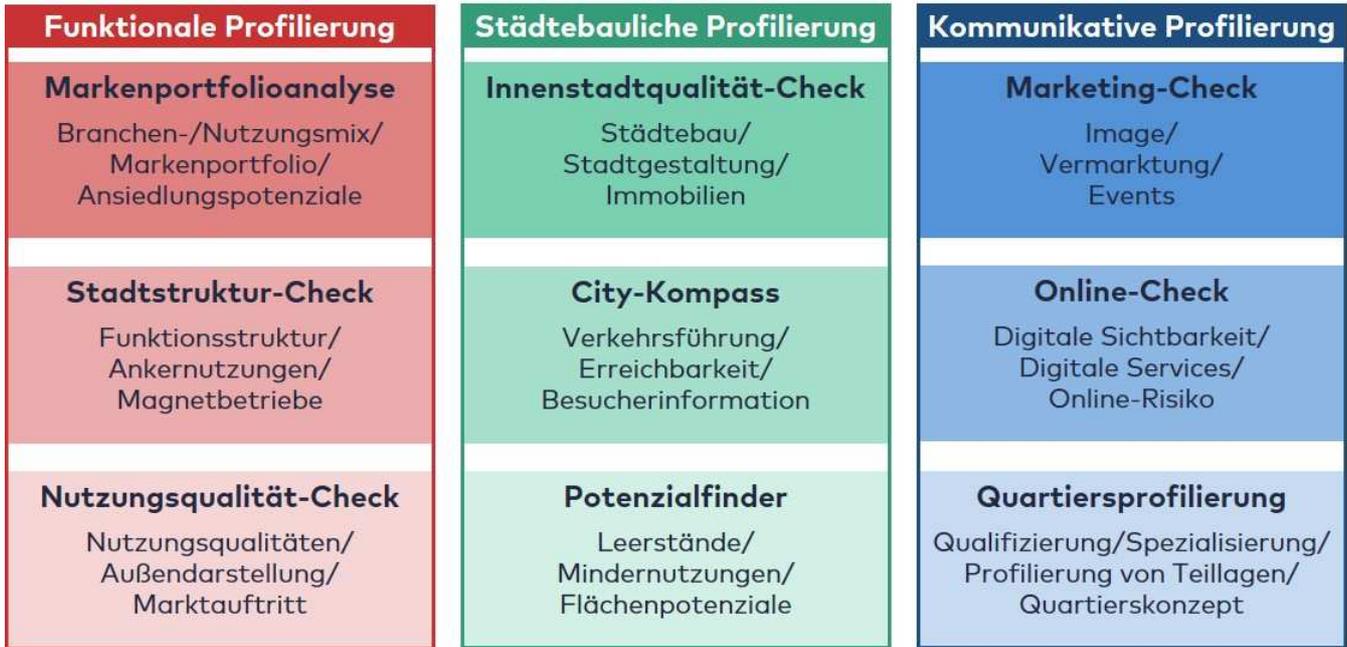


Abbildung 41: Profilierungsmodule
 Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die beispielhaft dargestellten Profilierungsmodule einer Positionierungsstrategie (vgl. dazu das Produktportfolio von Stadt + Handel) sind im Kontext der Corona-Pandemie als umsetzungsorientierte Folgebausteine und in starker inhaltlicher Verknüpfung mit dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Neustadt a. d. W. zu empfehlen. Im Kontext der pandemiebedingten Vulnerabilität des innerstädtischen Einzelhandels erscheint ein zeitnahes Handeln angebracht, damit die Bestandsstrukturen der Innenstadt von Neustadt a. d. W. zunächst gesichert und ggf. gestärkt aus der Corona-Pandemie hervorgehen können.

Literatur- und Quellenverzeichnis

LITERATUR

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (Hrsg.) (2017): Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren. Bonn.

Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2017): Retail Real Estate Report Germany 2017/2018. Bergisch Gladbach.

Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2018): Retail Real Estate Report Germany 2018/2019. Bergisch Gladbach.

Handelsverband Deutschland (HDE) / IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2017): Online-Monitor 2017. Berlin.

ILG Gruppe (Hrsg.) (2016): Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2016/2017. München.

ILG Gruppe (Hrsg.) (2017): Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2017/2018. München.

IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2019): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2019. Köln.

Kuschnerus, Ulrich / Bishopink, Olaf / Wirth, Alexander (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2015): Bevölkerung Deutschlands bis 2060 – 13. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung. Wiesbaden.

DATENBANKEN

EHI Retail Institute (Hrsg.): handelsdaten.de

Handelsverband Deutschland (Hrsg.): einzelhandel.de

Statistische Ämter der Länder und des Bundes (Hrsg.): regionalstatistik.de

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): destatis.de

Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (Hrsg.): statistik.rlp.de

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG	SEITE
Abbildung 1:	Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes.....13
Abbildung 2:	Gesellschaftliche Wandlungsprozesse.....17
Abbildung 3:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel19
Abbildung 4:	Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten.....21
Abbildung 5:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz 23
Abbildung 6:	Zentralörtliche Funktion Neustadt a. d. W. 24
Abbildung 7:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Neustadt a. d. W. und Umgebung 28
Abbildung 8:	Einzelhandelsbestand in Neustadt a. d. W. nach Warengruppen..... 29
Abbildung 9:	Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt..... 42
Abbildung 10:	Verkaufsflächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt..... 42
Abbildung 11:	Räumliche Nahversorgungssituation von Neustadt a. d. W..... 45
Abbildung 12:	Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens.....50
Abbildung 13:	Einwohnerprognose in Neustadt a. d. W.....51
Abbildung 14:	Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland.... 52
Abbildung 15:	Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel 53
Abbildung 16:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz 53
Abbildung 17:	Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2016 und 2025 (Prognose) 54
Abbildung 18:	Sortimentspezifische Zentralität und Ziel-Zentralität..... 55
Abbildung 19:	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Neustadt a. d. W. 61
Abbildung 20:	Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortssystem (modelhaft)..... 63
Abbildung 21:	Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen 65
Abbildung 22:	Abgrenzung ZVB Innenstadtzentrum Neustadt a. d. W. 2019 68
Abbildung 23:	Innere Organisation des Innenstadtzentrums Neustadt a. d. W. 69

Abbildung 24:	Beispiele für Flächenzusammenlegungen aus der Stadt Plauen.....	72
Abbildung 25:	Räumliche Nahversorgungssituation in Neustadt a. d. W. mit Standorttypen	75
Abbildung 26:	Bewertung des Standortbereichs Martin-Luther-Straße.....	77
Abbildung 27:	Bewertung des Standortbereichs IBAG-Gelände (Roßlaufstraße).....	78
Abbildung 28:	Bewertung des Standortbereichs Speyerdorfer Straße	79
Abbildung 29:	Bewertung des Standortbereichs REWE Mußbach	80
Abbildung 30:	Bewertung des Standortbereichs Flugplatz/Kaserne Lachen-Speyerdorf	81
Abbildung 31:	Bewertung des Standortbereichs Gäustraße Geinsheim	82
Abbildung 32:	Bewertung des Standortbereichs NORMA Gimmeldinger Straße.....	83
Abbildung 33:	Potenzialstandorte Nahversorgung Weststadt/Schöntal	85
Abbildung 34:	Standortbereich Diedesfelder Weg	87
Abbildung 35:	Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung Diedesfelder Weg	90
Abbildung 36:	Ergänzungsstandort Weinstraßenzentrum.....	93
Abbildung 37:	Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik	106
Abbildung 38:	Projektphasen Offline-Strategien.....	107
Abbildung 39:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel	111
Abbildung 40:	Komplexität und Multifunktionalität einer Innenstadt.....	113
Abbildung 41:	Profilierungsmodule	114

Tabellenverzeichnis

TABELLE	SEITE
Tabelle 1:	Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen 14
Tabelle 2:	Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Neustadt a. d. W. 25
Tabelle 3:	Tourismuskennzahlen der Stadt Neustadt a. d. W. im Vergleich 26
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen 27
Tabelle 5 :	Einzelhandelsbestand in Neustadt a. d. W. 28
Tabelle 6:	Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Neustadt a. d. W. 32
Tabelle 7:	Gesamtstädtische Kennwerte im Vergleich 34
Tabelle 8:	Vergleich Strukturdaten altes und neues EHK 39
Tabelle 9:	Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Neustadt a. d. W. 41
Tabelle 10:	Relevante Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Neustadt a. d. W. 56
Tabelle 11:	Verkaufsflächenpotenziale für die Stadt Neustadt a. d. W. bis 2025 57
Tabelle 12:	Konzeptionelle vertretbare Verkaufsflächendimensionierung des Lebensmittelvollsortiments zur Sicherung der Nahversorgung in den Ortsteilen Hambach und Diedesfeld 89
Tabelle 13:	Sortimentsliste für die Stadt Neustadt a. d. W. (Kurzfassung) 96
Tabelle 14:	Sortimentsliste – Änderung gegenüber EHK Altkonzept 2011 97
Tabelle 15:	Konkrete Maßnahmen und -beschreibung – abgeleitet aus der Analyse des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Neustadt a. d. W. 2019 108
Tabelle 16:	Sortimentsliste für die Stadt Neustadt a. d. W. (Langfassung) 120

Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch	LEP	Landesentwicklungsprogramm
BauNVO	Baunutzungsverordnung	MIV	motorisierter Individualverkehr
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung	niL	städtebaulich nicht integrierte Lage
BGF	Bruttogeschossfläche	NuG	Nahrungs- und Genussmittel
BVerfGH	Bundesverfassungsgerichtshof	ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht	OVG	Oberverwaltungsgericht
Drog	Drogeriewaren	siL	städtebaulich integrierte Lage
EH	Einzelhandel	VG	Verwaltungsgericht
EHK	Einzelhandelskonzept	VKF	Verkaufsfläche
EuGH	Europäischer Gerichtshof	ZVB	zentraler Versorgungsbereich
EW	Einwohner		
GVKF	Gesamtverkaufsfläche		
IZ	Innenstadtzentrum		

Tabelle 16: Sortimentsliste für die Stadt Neustadt a. d. W. (Langfassung)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
innenstadtrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung (daraus NICHT: Arbeitsbekleidung)
Bettwaren/Matratzen	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett-/Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Hausrat/Haushaltswaren	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)	aus 47.53 aus 47.51	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen) Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche und Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen o. ä.)
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Künstler- und Bastelbedarf	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Künstler- und Bastelbedarf)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Lampen/Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	47.41 47.42 47.43 47.63 47.78.2	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen
Schuhe/Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Einzelhandel mit Campingartikeln, Anglerbedarf, Reitsportartikeln und Booten)
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.7 8.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition) Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Anglerbedarf)
Wohnrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	aus 47.78.3 aus 47.59.9 aus 47.62.2	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Korb- und Flechtwaren) Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Postern)
Teppiche (Einzelware)	47.53	Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern

Fortsetzung Tabelle 16

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente		
(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Blumen)
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	aus 47.75 aus 47.78.9	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen) Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wasch- und Putzmittel)
Parfümerieartikel und Kosmetika	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	aus 47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Postern sowie Künstler- und Bastelbedarf)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
nicht innenstadtrelevante und nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente**		
Arbeitsbekleidung	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung (daraus NUR: Arbeitsbekleidung)
Baumarktsortiment i. e. S.***	aus 47.52.1 47.52.3 aus 47.53 aus 47.59.9 aus 47.78.9	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten) Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore) Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kohle und Holz)
Campingmöbel	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Campingmöbel
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9 aus 47.52.1	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten) Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32 aus 45.40	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1 47.79.1 aus 47.59.9	Einzelhandel mit Wohnmöbeln Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)
Pflanzen/Samen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Reitsportartikel	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Reitsportartikel)
Sportgroßgeräte	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Sportgroßgeräten)
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008; ** Die Aufführung der nicht innenstadtrelevanten und nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelskonzepts der Stadt Speyer als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend; *** umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parkett/Fliesen.

KONTAKT

Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbB

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen

Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496

Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43