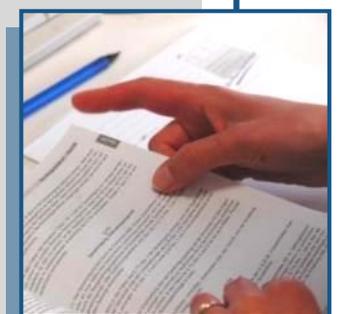
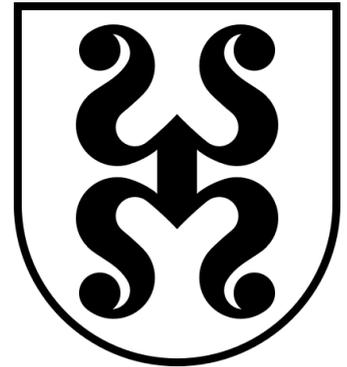


Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Kreisstadt Bad Dürkheim





Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Kreisstadt Bad Dürkheim

Beschlussfassung
vom 29.10.2024

Natalie Bauernschmitt (Bürgermeisterin)

ISU

Immissionsschutz, Städtebau, Umweltplanung
Hermine-Albers-Straße 3
54634 Bitburg

Telefon 06561/9449 01
Telefax 06561/9449 02

E-Mail info@i-s-u.de
Internet www.i-s-u.de



INHALTSVERZEICHNIS

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | EINFÜHRUNG | 3 |
| 1.1 | Ausgangssituation..... | 3 |
| 1.2 | Aufgabenstellung und Zielsetzung der Untersuchung..... | 3 |
| 1.3 | Nutzen eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes | 4 |
| 1.4 | Methodische Vorgehensweise | 5 |
| 2 | ÜBERGEORDNETE STANDORTRELEVANTE RAHMENBEDINGUNGEN..... | 7 |
| 2.1 | Allgemeine Entwicklung des Einzelhandels in den zurückliegenden Jahren | 7 |
| 2.2 | Aktuelle Entwicklungstrends im Einzelhandel | 8 |
| 2.3 | Vorgaben der Landesplanung | 15 |
| 2.4 | Vorgaben der Regionalplanung | 17 |
| 2.5 | Sonstige Vorgaben | 21 |
| 3 | BAD DÜRKHEIM ALS EINZELHANDELSSTANDORT IN DER REGION | 25 |
| 3.1 | Einwohnerzahlen | 26 |
| 3.2 | Siedlungsstruktur und verkehrliche Anbindung | 26 |
| 3.3 | Einzugsbereiche | 27 |
| 3.4 | Exkurs: Die Rolle der Stadt Bad Dürkheim in der Region und ihr Verhältnis zum Zentrale-Orte-System Rheinland-Pfalz | 29 |
| 4 | ANGEBOTSSITUATION DES EINZELHANDELS | 32 |
| 4.1 | Allgemeine Angebotssituation | 32 |
| 4.2 | Struktur des Einzelhandelsangebotes | 34 |
| 4.3 | Fazit der Angebotsanalyse | 41 |
| 5 | NACHFRAGESITUATION DES EINZELHANDELS..... | 43 |
| 5.1 | Allgemeines | 43 |
| 5.2 | Kaufkraftpotenzial | 43 |
| 5.3 | Kaufkraftbindung..... | 44 |
| 5.4 | Weitere Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Einzelhandels in Bad Dürkheim . | 47 |
| 6 | STÄDTEBAULICHE SITUATION DES EINZELHANDELS..... | 48 |
| 6.1 | Städtebauliche Rahmenbedingungen der Stadt Bad Dürkheim | 48 |
| 6.2 | Planungsrechtliche Vorgaben für die vorgenannten Bereiche | 51 |
| 6.3 | Fazit der städtebaulichen Analyse..... | 58 |
| 7 | GUTACHTERLICHE AUSWERTUNG..... | 60 |
| 7.1 | Räumlich-funktionale Entwicklungsspielräume | 60 |
| 7.2 | Fazit | 62 |
| 8 | MODELLE DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG | 63 |
| 8.1 | Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung..... | 63 |
| 8.2 | Steuerungsmodelle der Einzelhandelsentwicklung | 64 |
| 8.3 | Fazit | 67 |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 9 | EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT | 68 |
| 9.1 | Ziele und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung | 68 |
| 9.2 | Ausweisung der zukünftigen zentralen Versorgungsbereiche (ZVB) | 69 |
| 9.3 | Lokalspezifische Sortimentsliste | 73 |
| 9.4 | Verträglichkeitsanalyse zur Entwicklung eines Einzelhandelsstandortes im Wohngebiet „Fronhof II“ | 77 |
| 9.5 | Handlungsempfehlungen | 78 |
| 9.6 | Zentrenübergreifende Empfehlungen | 78 |
| 10 | PLANUNGSRECHTLICHE EMPFEHLUNGEN | 80 |
| 10.1 | Änderungserfordernis des Flächennutzungsplans | 81 |
| 10.2 | Änderungserfordernis bestehender Bebauungspläne | 81 |
| 10.3 | Empfehlung zur Neuaufstellung von Bebauungsplänen sowie Erweiterung bestehender Baurechte (planungsrechtliche ‚Pull-Maßnahmen‘) | 82 |
| 10.4 | Ergänzende Planungsrechtliche Empfehlungen | 83 |
| 11 | SCHLUSSWORT | 84 |
| | ANHANG | 85 |

1 EINFÜHRUNG

1.1 Ausgangssituation

Seit dem 25. November 2008 ist nach den Vorgaben des zu jenem Zeitpunkt in Kraft getretenen Landesentwicklungsprogramms (LEP IV) die Ansiedlung und die Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten nur noch in städtebaulich integrierten Bereichen zulässig. Hierzu zählen insbesondere die Kernbereiche von Städten und Gemeinden, d.h. deren Ortskerne (Städtebauliches Integrationsgebot). Diese städtebaulich integrierten Bereiche werden auch „Zentrale Versorgungsbereiche“ genannt. Sie sind von der Gemeinde in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. In diesem Zusammenhang ist auch eine Liste der für den jeweiligen Ort spezifischen innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimente zu erstellen. Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten ist dabei – ebenfalls in Abstimmung mit der Regionalplanung – auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig.

Ziel der vorgenannten Regelungen ist der Schutz der zentralen Versorgungsbereiche vor Beeinträchtigungen durch die Ansiedlung entsprechender Nutzungen an städtebaulich nicht integrierten Standorten. Diese Regelungen des LEP IV zielen sowohl auf die Standortgemeinde selbst als auch auf deren Verflechtungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) ab (Nichtbeeinträchtigungsgesamt). Die Zielaussagen des LEP IV sind bei der Bauleitplanung als „Ziele der Raumordnung“ von den Kommunen verbindlich zu beachten:

- Z 57: Zentralitätsgebot,
- Z 58: städtebauliches Integrationsgebot,
- Z 59: Ergänzungsstandorte,
- Z 60: Nichtbeeinträchtigungsgesamt,
- Z 61: Agglomerationsverbot.

Auf diese Ziele und Grundsätze wird im Kapitel 2.3 genauer eingegangen.

1.2 Aufgabenstellung und Zielsetzung der Untersuchung

Die Kreisstadt Bad Dürkheim beschäftigt sich seit einiger Zeit mit Fragen der Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet. Wechselnde Bedarfe der vorhandenen Betriebe und die allgemeine Einzelhandelssteuerung in den für die Versorgung der Bevölkerung maßgeblichen Bereichen sind dabei eine der Ursachen. Vor allem die Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs und die Bereitstellung und Sicherung von Angeboten des mittelfristigen Bedarfs spielen hierbei eine herausragende Rolle. Auch vor dem Hintergrund der Entwicklungen des Einzelhandels in der Region wird eine gezielte Steuerung des Einzelhandels durch die Stadt Bad Dürkheim angestrebt.

Der Einzelhandelsbesatz konzentriert sich innerhalb der Stadt Bad Dürkheim im Wesentlichen auf die Innenstadt sowie das Gewerbegebiet Bruch, wo sich teils großflächige Filialisten sowohl aus dem Bereich der Waren des täglichen Bedarfs wie auch der mittel- und langfristigen Bedarfe angesiedelt haben. Die weiteren Stadtteile verfügen nur vereinzelt über kleine Geschäfte für Waren des täglichen Bedarfs, wie Bäcker, sowie einen Discounter (Grethen/ Hausen) etc.

Um den Anforderungen aus dem LEP IV gerecht zu werden, ist nun ein **Einzelhandels- und Zentrenkonzept** zu erarbeiten, um die Einzelhandelsentwicklung in Bad Dürkheim entsprechend zu steuern und einen Rahmen für die künftige Eigenentwicklung setzen zu können.

Daher wurde mit der Stadtverwaltung vereinbart, dass zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ein solches Konzept aufgestellt werden soll, dass auf der Grundlage einer differenzierten Bestandserfassung die Bereiche beschreibt, in denen schon heute innenstadtrelevanter Einzelhandel existiert und gleichzeitig Flächen definiert, auf denen noch bestimmte nutzbare und städtebaulich verträgliche Entwicklungspotenziale vorhanden sind.

1.3 Nutzen eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

Ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als städtebauliches Entwicklungskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen.

Insofern dient ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept einer geordneten Entwicklung des Einzelhandels, sowohl zur gezielten Einzelhandelsansiedlungssteuerung als auch zur geordneten Entwicklung des Einzelhandelsbestandes. Es kann ungeordneten Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben entgegenwirken, welche langfristige negative Folgen für die städtebauliche Qualität einer Stadt und insbesondere eines Stadtzentrums mit sich bringen könnten. Gründe dafür könnten z.B. der innerstädtische Kaufkraftverlust durch Kundenstromverlagerungen zu einem neuen Standort sein.

An dieser Stelle greift das Einzelhandels- und Zentrenkonzept durch die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche sowie daran gekoppelter Sortimentslisten in Kombination mit, als Obergrenze zu verstehenden, noch für eine Entwicklung möglichen Flächenpotenzialen für die auf dem Markt vertretenen Warengruppen, und regelt so eine städtebaulich verträgliche Einzelhandelsentwicklung. Dies erfolgt dabei immer unter Berücksichtigung und Wahrung der städtebaulichen Qualität und einer langfristigen positiven Stadtentwicklung. Infolgedessen kann ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept eine positive Anstoßwirkung mit sich bringen – Erfahrungswerte bestätigen diesen Effekt – und eine Sicherung oder Wiederbelebung (z.B. durch Wiedernutzung von Leerständen im Stadtkern) der städtebaulichen Qualität eines Stadtzentrums unterstützen.

Des Weiteren dient das Konzept dazu, schädliche Auswirkungen im Sinne des § 34 Abs. 3 Baugesetzbuch (BauGB) bzw. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) auf die abgegrenzten Versorgungsbereiche zukünftig ausschließen zu können. Diese könnten wie bereits beschrieben sowohl durch ungeordnete Einzelhandelsansiedlungen innerhalb des Stadtgebietes erfolgen, sind jedoch auch durch Einzelhandelsansiedlungen in anderen umliegenden Gemeinden möglich. Durch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept und die darin festgelegten Inhalte steht der Stadt Bad Dürkheim diesbezüglich zukünftig die Möglichkeit offen auf die ausgewiesenen schutzwürdigen und durch Planungen anderer Städte und Gemeinden zu berücksichtigenden Versorgungsbereiche hinzuweisen und einen Verträglichkeitsnachweis zu fordern.

Die wichtigsten konzeptionellen Darstellungen für eine funktionsgerechte Zentrenstruktur sind dabei¹:

- Beschreibung und Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche (exakte räumliche Lage und Ausdehnung, konkrete Versorgungsfunktion, mögliche Weiterentwicklungen),
- Entwicklung eines räumlichen Zentrenmodells (hierarchische Darstellung, entsprechende Funktionszuweisungen),
- Darstellung sonstiger Einzelhandelsagglomerationen ohne umfassende Versorgungsfunktion,

¹ vgl. Kuschnerus, Ulrich; 2007: Der standortgerechte Einzelhandel, S.239

- Ermittlungen und Vorschläge für ortstypische Sortimentslisten sowie
- Maßnahmen und Handlungsempfehlungen für die Bauleitplanung

Das vorliegende Konzept entspricht diesen Empfehlungen.

1.4 Methodische Vorgehensweise

1.4.1 Grundlagendaten

Grundsätzlich werden bei der Datenerhebung zwei Methoden unterschieden:

- die statistische Erhebung von Primärdaten und
- die Auswertung von vorhandenen Informationen aus Sekundärdaten.

Bei der Primärdatenerhebung handelt es sich um eigens für die Untersuchung erhobene oder zu erhebende Daten, deren Auswertung speziell auf das jeweilige Konzept – hier also auf das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bad Dürkheim – bezogen sind.

Die Erhebung der Daten kann durch verschiedene Methoden erfolgen. Im vorliegenden Fall wurde als erster Baustein eine Analyse der aktuellen Situation, die die Berechnungsbasis für die Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht, durchgeführt. Hierzu wurde zunächst mittels einer Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen der Stadt (inkl. Leerstände) durch Bestandsaufnahme vor Ort, der sogenannten Angebotsanalyse, eine Datengrundlage zur Beurteilung des vorhandenen Einzelhandelsangebots in der gesamten Stadt zusammengestellt. Bei der Einzelhandelskartierung wurden die jeweils geführten Sortimente einzelner Warengruppen und die Verkaufsflächen ermittelt.

Da die Notwendigkeit besteht die Einzelhandelssituation städtebaulich zu erklären und zu begründen, wurden ergänzend die Angebote an Dienstleistungen, sowie die baulichen Strukturen der zentralen Bereiche (zentrale Versorgungsbereiche) erfasst und abgegrenzt. Dieser planungsrechtlich zwingend erforderliche Schritt muss dabei die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 Abs. 6 Nr. 4, 2 Abs. 2, 9 Abs. 2a und 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO erfüllen. Darauf aufbauend lassen sich wiederum Rückschlüsse auf die Angebotssituation und den Leistungsstand des Einzelhandels ziehen.

Neben den primär erhobenen Daten wird auf sekundärstatistische Daten (Statistiken, Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die basierend auf bestehenden Untersuchungen und Erhebungen weitere Aussagen zu den Themen Bevölkerung, Einzelhandelsstruktur und Kaufkraft, sowie Einzugsbereich und Angebotskonzentration bzw. -lücken ermöglichen. Die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern ermöglichen darüber hinaus einen kommunalen bzw. regionalen Vergleich, da hierfür stets die Zahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) zu Grunde gelegt werden, die bundesweit ermittelt werden und daher verifiziert und vergleichbar sind. So lassen sich Verflechtungsbereiche erkennen und charakterisieren. Dies bedeutet, dass sich die Untersuchungen nicht nur auf die Stadt selbst als zentralen Ort beschränken lassen. Die Einbeziehung der Kreisstadt sowie der benachbarten zentralen Orte und evtl. anderer Konkurrenzstandorte erlaubt einerseits negative Auswirkungen auf deren Verflechtungsbereiche zu beurteilen, andererseits aber auch Rückschlüsse auf Beeinträchtigungen des Handelsstandortes Bad Dürkheim durch diese Orte zu ziehen und negative Folgen künftig wirksam verhindern zu können. Um die Nachfragesituation in Bad Dürkheim realistisch abzubilden, ist es zudem nötig, vorhandene Statistiken auf das Kaufverhalten sowie die Kaufkraftbindung hin zu untersuchen. Entsprechende Daten bedürfen hierzu einer exakten Auswertung und einer Abgrenzung des

Bezugsraumes, welcher im Prinzip aber bereits durch den festgelegten maßgeblichen Einzugsbereich des zentralen Ortes festgelegt ist. Die Kombination quantitativstatistischer Bausteine mit qualitativstädttebaulichen Aussagen ergibt in der Synthese ein detailliertes Bild der Einkaufssituation in Bad Dürkheim.

1.4.2 Weiteres Vorgehen

Die erhobenen Daten werden zunächst zielgerichtet ausgewertet. Im Rahmen der städtebaulichen Analyse sollen dazu die einzelhandelsrelevanten Funktionen des gesamten Siedlungsraumes bezüglich ihrer räumlichen Lage untersucht werden. Neben der Lagekategorie ist vor allem die funktionale Vernetzung der Standorte von Bedeutung. Die unterschiedlichen Bereiche werden auf folgende Punkte hin untersucht:

- Lage im Stadt- / Gemeindegebiet,
- Struktur und Ausdehnung,
- Verkehrliche Erreichbarkeit / Stellplatzsituation,
- Bebauungsstruktur,
- Gestaltung des öffentlichen Raumes / Stadtbild sowie
- räumliche / synergetische Effekte und Erweiterungsmöglichkeiten.

In Kombination mit den vorangegangenen Daten erfolgt eine Analyse der gesamten Situation mit Schwerpunktsetzung auf das Stadtgebiet Bad Dürkheim. Diese Stärken-Schwächen-Analyse ist Voraussetzung, um die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und ggf. weiterer Versorgungsbereiche vornehmen zu können, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels zu identifizieren und städtebaulich-funktionale Maßnahmenvorschläge und Handlungsempfehlungen auszuarbeiten.

Die Abgrenzung von Zentren, im Hinblick auf die räumliche Ausdehnung genauso wie auf Sortimentsbeschränkungen, soll für die zukünftige kommunale Einzelhandelsentwicklung die rechtssicheren Grundlagen liefern. Daher sollen im Anschluss an die Datenauswertung und aufbauend auf der Ist-Situation für die Stadt Bad Dürkheim bezüglich aller Branchen Aussagen zu einer wünschenswerten Entwicklung getroffen werden. Diese werden dann konzeptionell in Form künftiger „zentraler Versorgungsbereiche“, möglicher „Versorgungsbereiche Lebensmittelnaheversorgung“ in den Stadtteilen sowie möglicher Ergänzungsstandorte (z.B. für nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel) festgelegt und zusammengefasst. Dabei sind neben den Ausmaßen des zukünftigen zusätzlichen Verkaufsflächenpotenzials vor allen Dingen realistische räumliche Entwicklungsmöglichkeiten im Siedlungsgebiet zu beachten. Außerdem werden spezifische Sortimentslisten mit innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten erarbeitet, damit das Konzept den Anforderungen des LEP IV gerecht wird.

Im letzten Schritt wird auf Grundlage der vorangegangenen Untersuchungen ein Maßnahmenprogramm erstellt, welches zum einen aus dem eigentlichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept und zum anderen aus überschlägigen planungsrechtlichen Empfehlungen besteht. Das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels umfasst einen systematischen Katalog für die funktionale Entwicklung im Stadtgebiet Bad Dürkheim.

2 ÜBERGEORDNETE STANDORTRELEVANTE RAHMENBEDINGUNGEN

2.1 Allgemeine Entwicklung des Einzelhandels in den zurückliegenden Jahren

Der Strukturwandel im Einzelhandel hält nach wie vor an, auch wenn bestimmte Entwicklungen zwischenzeitlich bereits mehrfach für beendet erklärt worden sind. Insbesondere während der vergangenen dreieinhalb Jahrzehnte haben sich dabei massive Veränderungen der Einzelhandelslandschaft ergeben, die das Gesicht unserer Städte und Gemeinden nachhaltig prägen.

Während in den 80er und 90er Jahren des vergangenen Jahrhunderts insbesondere Lebensmitteldiscounter und bestimmte Fachmärkte (z.B. aus dem Bereich „Bekleidung / Textilien“, „Schuhe / Lederwaren“ u.Ä.) auf die „grüne“ oder „graue Wiese“ drängten, ist immer noch eine weitergehende Diversifizierung der Sortimente und Betriebskonzepte festzustellen, die seit einigen Jahren dazu führt, dass sich mittlerweile auch Geschäfte, die früher ausschließlich in den Ortskernen zu finden waren, gerne neben „Magnetbetrieben“ des Lebensmitteleinzelhandels oder anderer Branchen ansiedeln. Dieser Trend führte zu einer immer stärker ausschließlich autokundenorientierten Standortwahl, die regelmäßig eine sehr große Anzahl an Stellplätzen forderte und damit zu einem erhöhten Flächenverbrauch führte.

Außerdem wurden preisaggressive Kernsortimente immer stärker durch gezielte, wöchentlich ein- oder zweimal wechselnde „Angebotsware“ ergänzt, die so günstig verkauft wird, dass dadurch der eingessene Einzelhandel der jeweils betroffenen Branche massiv unter Druck geriet. Lebensmitteldiscounter erreichten durch solche Sortimentsergänzungen mit Non-Food-Artikeln nicht selten Marktanteile von bis zu 50 % für den Angebotszeitraum und stellten somit eine erhebliche Konkurrenz zu den anderen Anbietern in den jeweiligen Warengruppen dar. Dieser Trend hält bis heute unvermindert an.

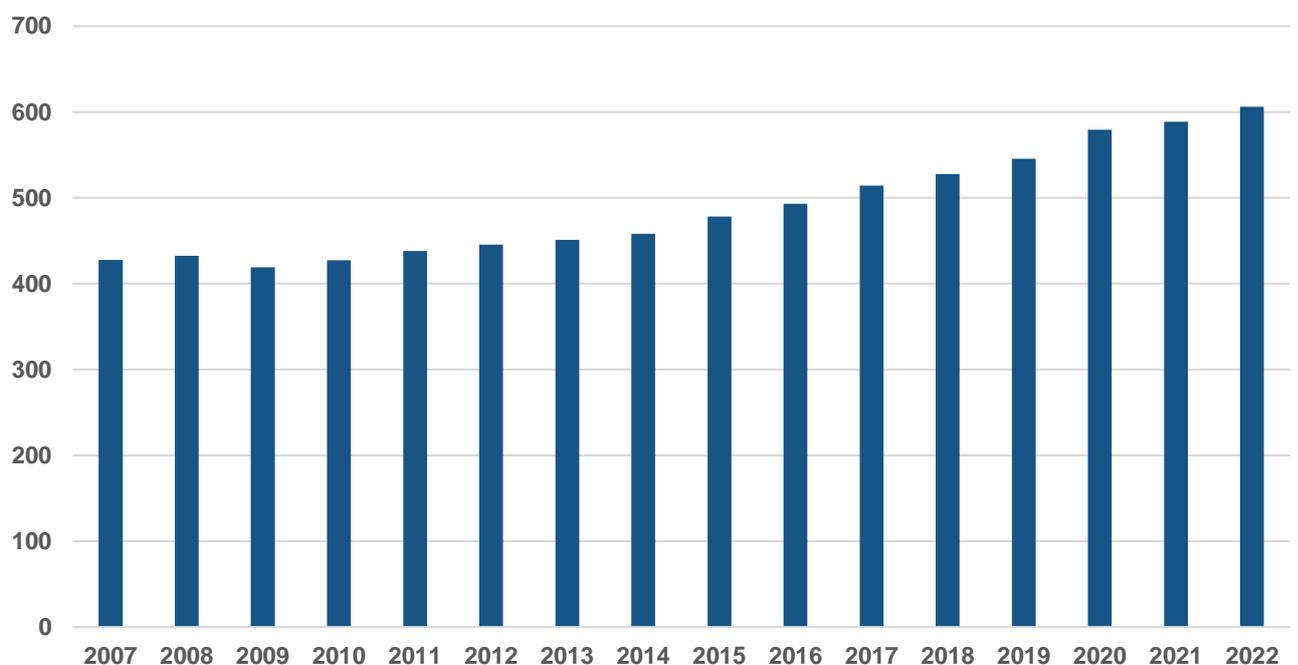


Abbildung 1: Einzelhandelsumsätze in Deutschland in Mrd. € seit 2007
(Quelle: einzelhandel.de | Umsatzentwicklung Einzelhandel | * Prognose für 2022 | Stand 2022 | Zugriff in 12.2022 | eigene Darstellung)

2.2 Aktuelle Entwicklungstrends im Einzelhandel

2.2.1 Allgemeine Entwicklung

Viele Städte und Gemeinden haben erkannt, dass eine gezielte Steuerung des Einzelhandels notwendig ist, um den aktuellen Entwicklungen entgegenzuwirken und die Anziehungskraft der Innenstädte zu erhalten und sie nach Möglichkeit zu attraktivieren. Auch anhand der Nachfragen durch Investoren, welche häufig im Zuge einer Wiederbelebung vorhandener Strukturen die innerstädtischen Potenziale nutzen möchten, lässt sich eine Rückbesinnung des Einzelhandels in die Städte erkennen.² Zwar ist diese Entwicklung grundsätzlich als positiv zu erachten, dennoch gilt es natürlich die damit einhergehenden Faktoren wie zum Beispiel gegebenenfalls steigende Lärm- oder Abgasimmissionen durch ein erhöhtes Verkehrsaufkommen zu berücksichtigen und in die Abwägung einzustellen, um nicht nur eine zentrale und bewohnerfreundliche Nahversorgungsstruktur zu fördern, sondern auch die weiteren öffentlichen Belange zu sichern und zu erhalten.

Zudem ist auch die Entwicklung von größeren Einzelhandelsstandorten außerhalb der gewachsenen Zentrenstrukturen, die in vielen Fällen zu einer Schwächung der Ortskerne führen können, noch nicht abgeschlossen. Zwar entstehen nur noch in den wenigsten Fällen Neuansiedlungen einzelner Discounter oder Vollsortimenter und es handelt sich eher um Betriebserweiterungen oder agglomerationsfördernde Ansiedlungen in Nebenzentren oder in Cityrandlagen, jedoch können die hier gegebenenfalls entstehenden, größeren „Fachmarktzentren“ mit einer Kombination von Märkten verschiedener Branchen³, häufig städtebauliche Risiken bergen. Die Gefahr des Attraktivitätsverlustes gewachsener Zentren besteht demzufolge nach wie vor; Geschäfte werden aufgegeben und durch zunehmende Leerstände beginnt ein „Teufelskreis“ an dessen Ende oft der „Tod“ der Innenstadt steht.

Problematisch ist neben diesen städtebaulichen Auswirkungen auch die unter anderem daraus resultierende Verschlechterung der wohnungsnahen Grundversorgung in vielen Gemeinden. Während in den 60er und 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts in nahezu jeder noch so kleinen Gemeinde ein „Tante-Emma-Laden“ existierte, und auch Vollsortimenter mit Verkaufsflächen um 400 m² zur Versorgung eines Stadt- oder Ortsteils keine Seltenheit waren, ist diese Kategorie heute nahezu gänzlich ausgestorben. Dies ist insbesondere für ältere, weniger mobile Menschen ein Problem und hinsichtlich des demografischen Wandels in Zukunft noch kritischer zu bewerten.

Da der Versorgungseinkauf fast nur noch mit dem Pkw erledigt wird, drängen immer noch Betriebe, die sich durch Kopplungskäufe eine Steigerung ihres Umsatzes versprechen (z.B. Blumen- oder Tabak- und Zeitschriftenläden, Apotheken, Optiker, ...), an die entsprechenden Standorte. Diese „Fachmarktzentren“ sind mit immer breiter gestreuten Angeboten ausgestattet, die oft durch zahlreiche kleine Läden und Dienstleister (z.B. Reinigung, Änderungsschneiderei, ...) in unmittelbarer Zuordnung „schleichend“ ergänzt werden. So können zahlreiche Erledigungen des täglichen Bedarfs „nebenher“ über das für die Kundschaft attraktive und von ihr erwünschte „One-Stop-Shopping“ erfolgen, was einen Besuch des Ortskerns zunehmend erübrigt.

² vgl. HWWI 2013: Handel im Wandel

³ In den meisten Fällen werden heute ein Vollsortimenter (z.B. EDEKA oder REWE) mit einem Lebensmitteldiscountmarkt (z.B. ALDI oder LIDL), einem Drogeriemarkt (z.B. DM oder ROSSMANN) und weiteren Discountmärkten verschiedener Branchen (z.B. KIK oder TAKKO aus dem Textilbereich, DEICHMANN oder SCHUHMARKE aus dem Bereich Schuhe / Lederwaren) und einigen kleineren Läden (Bäcker, Metzger, Tabak / Zeitschriften, ...) kombiniert. Vielfach tritt zur Abrundung des Sortiments noch ein Getränkemarkt hinzu. In größeren Städten wird nicht selten zusätzlich ein Elektrofachmarkt angesiedelt.

2.2.2 Verkehrliche Situation

In Bezug auf den Einzelhandel spielen neben der Erreichbarkeit eines Standortes für den motorisierten Individualverkehr (Pkw-Verkehr) auch die ÖPNV-Anbindung sowie die fußläufige oder fußläufige Erreichbarkeit eine immer wichtigere Rolle. Aufgrund eines erkennbaren ökologischen Umdenkens in der Gesellschaft kann dies künftig möglicherweise auch Einkaufsentscheidungen stärker als in der Vergangenheit beeinflussen, sodass hier voraussichtlich Einzelhandelsstandorte in Innenstadtlagen profitieren.

Die Stadt Bad Dürkheim hat bereits entsprechende Überlegungen hinsichtlich künftiger Mobilitätsformen angestellt und ein klimafreundliches Mobilitätskonzept „Bad Dürkheim – Nachhaltig mobil“⁴ aufgestellt, das ein Teilkonzept zum parallel erarbeiteten Klimaschutzkonzept darstellt. Hierin werden Ziele und Maßnahmen für die Mobilität in Bad Dürkheim bis zum Jahr 2030 aufgezeigt und auf die zukünftigen Herausforderungen ausgerichtet. Zwar trägt der Einzelhandel nur einen Teil zum Gesamtverkehrsaufkommen bei, dennoch ist es sinnvoll, ihn als integralen Bestandteil des Verkehrskonzeptes entsprechend einzubinden, denn die im Konzept im Einzelnen beschriebenen Ziele bilden das Grundgerüst für die zukünftige Ausrichtung der Verkehrspolitik in der Stadt.

Aus dem Konzept lassen sich auch sinnvolle oder erforderliche Maßnahmen in Bezug auf die unterschiedlichen Verkehrsträger ableiten. So sind in Bad Dürkheim aufgrund kurzer Distanzen fast alle Ziele fußläufig erreichbar, jedoch gibt es aufgrund der schmalen Straßenräume innerhalb des Stadtkerns, fehlender sicherer Querungsmöglichkeiten und nicht überall barrierefreier Ausstattungen noch einige Mängel in der Infrastruktur, so dass das Fußwegenetz weiter verbessert werden kann, um insbesondere die Innenstadt zu attraktivieren, was zu einer Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche beiträgt.

Auch die Fahrradinfrastruktur sollte in Zukunft deutlich verbessert werden, um auch Ziele außerhalb der Kernstadt schneller und sicherer erreichen zu können. In der Vergangenheit fehlte es vielerorts an der Umsetzung eines übergreifenden Konzepts zur Herstellung einer durchgängigen, sicheren und direkten Radwegführung. Die im Mobilitätskonzept enthaltenen Maßnahmenvorschläge können das Rad künftig konkurrenzfähiger machen und seine Akzeptanz erhöhen.

Auch das ÖPNV-Angebot sollte weiter verbessert werden, da insbesondere die Ortsteile in den Nebenzeiten zum Teil nur schlecht angebunden sind. Die Attraktivierung des öffentlichen Nahverkehrs spielt auch in Bezug auf den Einzelhandel eine wichtige Rolle. Erste Maßnahmen wurden hierzu bereits umgesetzt.

Was den fließenden Kfz-Verkehr angeht, so ist das Stadtgebiet zwar ausreichend erschlossen und die vorhandenen Bundes- und Landesstraßen bieten gute überregionale Verbindungen, der motorisierte Individualverkehr geht jedoch vielerorts zu Lasten anderer Verkehrsarten. Schwachpunkte zeigen sich nach den Ergebnissen des Mobilitätskonzeptes in der Raumaufteilung vieler Straßen mit zum Teil schmalen Geh- und Radwegen. Der Kfz-Verkehr wirkt daher in Bezug auf die Attraktivität der Stadt Bad Dürkheim als Einzelhandelsstandort sowohl positiv (gute Erreichbarkeit), als auch negativ (Beeinträchtigung von Fuß- und Radverkehr).

Auch hinsichtlich des ruhenden Verkehrs gibt es Licht und Schatten. So verfügt Bad Dürkheim insgesamt über eine sehr hohe Anzahl an öffentlichen Parkplätzen. Insbesondere große

⁴ PTV Transport Consult GmbH, 2019: Klimafreundliches Mobilitätskonzept Bad Dürkheim – nachhaltig mobil, Auftraggeber: Stadt Bad Dürkheim, Auftrags-Nr.: C822076

innenstadtnahe Parkplätze, wie z.B. am Wurstmarkt, haben meist ausreichende freie Kapazitäten, jedoch zeigt sich in der Innenstadt mit einem sehr hohen Parkdruck ein anderes Bild. Der ruhende Verkehr im öffentlichen Straßenraum beeinträchtigt vielerorts den Fuß- und Radverkehr und stört den Verkehrsfluss nicht unerheblich. Die Schaffung von zusammenhängenden Parkplätzen scheitert an der Flächenverfügbarkeit und würde zudem erhebliche Eingriffe in die gewachsene Stadtstruktur nach sich ziehen und das Stadtbild beeinträchtigen.

Diese Situation zeigt auch, dass die Ansiedlung größerer Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt mit ihren schmalen Straßen und Gassen nicht möglich ist, auch wenn die Stadt die im Mobilitätskonzept vorgeschlagenen neuen Mobilitätsformen und die Vernetzung der verschiedenen Verkehrsarten zeitnah umsetzt.

2.2.3 Entwicklung der Verkaufsflächen

Ein seit einiger Zeit erkennbarer Trend betrifft die Vergrößerung der Verkaufsflächen, die sich früher oft am seinerzeit geltenden Maßstab der Großflächigkeit orientierten und damit häufig unter 700 m² lagen.⁵ Durch Wünsche der Kunden nach mehr Übersichtlichkeit bei der Warenpräsentation sowie mehr Einkaufskomfort (z.B. breitere Gänge, Vermeidung hoher Regale, Erhöhung der Anzahl der Kassen u.Ä.) und durch immer strengere gesetzliche Anforderungen (z.B. Pfandrücknahmepflicht, Entsorgung von Batterien und Leuchtmitteln, Entsorgung von Verpackungsmaterial u.Ä.) beantragen daher heute selbst klassische Lebensmitteldiscounter wie ALDI, LIDL, PENNY u.a. zunehmend Verkaufsflächen von 1.200 m² bis zu 1.500 m² oder darüber hinaus und nähern sich so zunehmend den Vollsortimentern wie EDEKA, REWE, WASGAU u.a. an.

⁵ Im Jahr 2005 hatte sich das BVerwG mit der Fragestellung zu beschäftigen, ab welcher Größe ein Einzelhandelsbetrieb als „großflächig“ gilt. Bis dahin wurde meist davon ausgegangen, dass – obwohl eine feste Grenze nicht existierte – ein Schwellenwert von 700 m² nicht überschritten werden darf. Mit den Entscheidungen vom 24. November 2005 – 4 C 10/04 und 4 C 14/04 – wurde erstmalig eine verbindliche Grenze definiert, die seitdem bei 800 m² Verkaufsfläche liegt. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass heute auch verschiedene Flächenanteile (z.B. Kassenvorzone) zur Verkaufsfläche hinzuzurechnen sind, die früher bei deren Bestimmung gerne außen vorgelassen wurden.

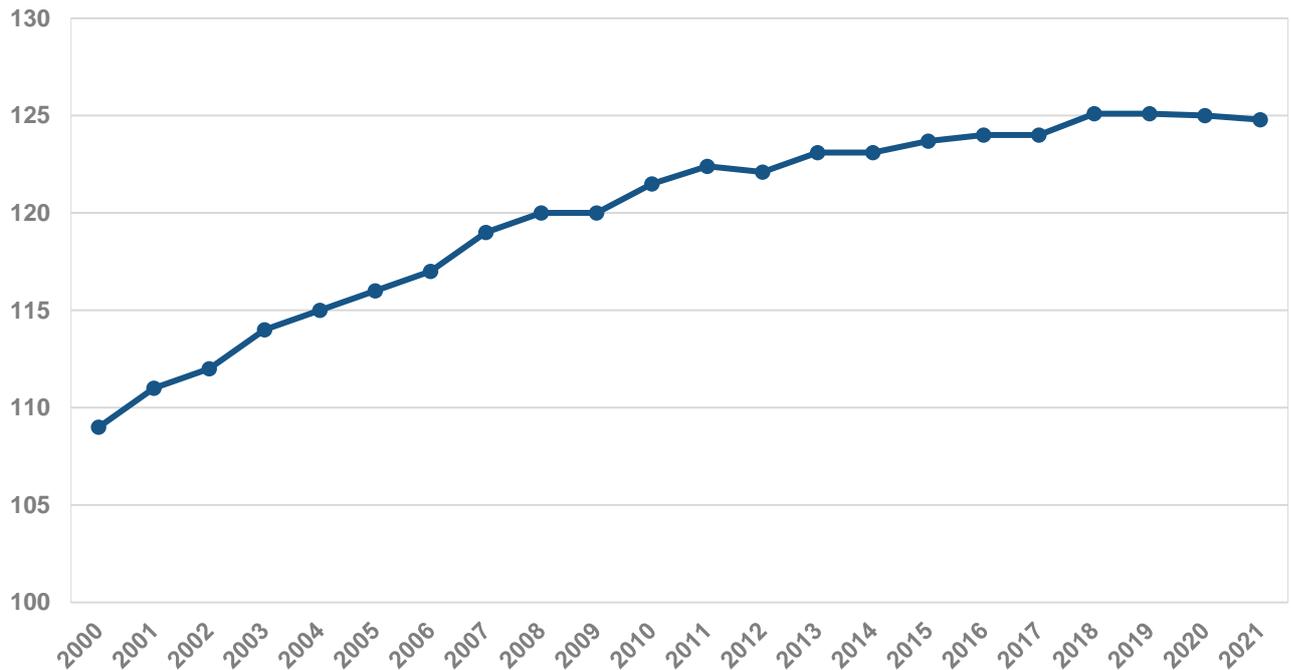


Abbildung 2: Entwicklung der Verkaufsflächen im Einzelhandel in Millionen Quadratmeter
 (Quelle: einzelhandel.de | Verkaufsflächenentwicklung Stand September 2022 | Zugriff in 12.12.22 | eigene Darstellung)

Diese benötigen teilweise sogar noch deutlich größere Flächen, da hier die angebotene Warenpalette erheblich breiter ist als bei den Discountern und meist noch Frischeprodukte u.Ä. hinzukommen. Die Ansiedlungen solcher großflächigen Betriebe auf der „grünen Wiese“ (dies betrifft Lebensmittelläden, Fachmärkte und Einkaufszentren) bedürfen großer Parkplätze und generieren somit eine erhöhte Flächenversiegelung. Zudem schwächt diese Ansiedlung am Stadtrand den zentral angesiedelten, gewachsenen Einzelhandel in den Innenstädten.

Aus diesen Gründen sind Lebensmittelgeschäfte in den Stadtkernen heute vielerorts nicht mehr oder nur noch vereinzelt zu finden. Auch Standorte, die erst vor wenigen Jahren eröffnet wurden, aber keine Erweiterungsmöglichkeiten mehr bieten, um den aktuellen Trends Rechnung zu tragen, werden aufgegeben. Dies betrifft sowohl Lagen im Stadtzentrum, als auch Ansiedlungen in den Randbereichen, die oft genug nur wenige Jahre betrieben werden. Viele inhabergeführte oder alteingesessene Betriebe müssen dem Wettbewerb nachgeben, sodass oft Leerstände entstehen. Die Problematik eines damit eventuell einhergehenden Trading-Down-Effektes gilt es zwingend zu vermeiden. Hierbei ist allerdings zu beachten, dass eine pauschale Beurteilung über die Innenstadtverträglichkeit eines Einkaufszentrums zu verneinen ist⁶ und einer Einzelfallprüfung bedarf.

Auf der anderen Seite ist ein neuer Trend „hin zur Innenstadt“ zu erkennen, auf den weiter unten noch näher eingegangen wird. Dieser zielt auf den „Erlebniseinkauf“ in meist sehr kleinteiligen Geschäften im Stadtkern, der meist mit einem längeren „flanieren“ und oft auch mit einem Besuch im Café, in der Eisdielen oder im Restaurant verbunden ist. Dieser Trend setzt sich gerade dann durch, wenn z.B. ein Wochenmarkt oder sonstige besondere Veranstaltungen geboten werden.

Auch wenn die pandemiebedingt geänderten Lebensumstände das Einkaufsverhalten der Konsumenten seit Beginn des Jahres 2020 teils dramatisch verändert haben und die Kunden

⁶ vgl. BMVBS 2013: Weißbuch Innenstadt – Umsetzung gestalten, S.10

momentan vermehrt Onlinekanäle nutzen, um nach Produkten zu suchen, bleibt zu hoffen, dass das bewusste Einkaufen in der Innenstadt mit der damit verbundenen Lebensqualität künftig wieder dazu führt, den „Erlebniseinkauf“ in der Innenstadt (im Gegensatz zum „Versorgungseinkauf“ am Stadtrand) zu fördern.

Es ist allerdings schwer, wenn nicht sogar unmöglich, hieraus eine verlässliche Prognose abzuleiten, da die Handelswelt zunehmend schnelllebig geworden ist. Dies zeigt sich z.B. im fehlgeschlagenen Versuch der Handelskette SCHLECKER, vor mehr als zehn Jahren über sogenannte XL-Märkte den Konkurrenten Paroli zu bieten. Die bis dato standortstärkste Drogeriemarktkette musste im Jahr 2012 Insolvenz anmelden und hat mit den damit verbundenen Ladenschließungen für eine Dynamik am Markt gesorgt, die zu massiven Veränderungen in der Grundversorgung im ländlichen Raum geführt hat. Während 2011 noch ca. 10.250 Drogeriefachmärkte in Deutschland existierten, wurden 2012 nur noch 3.855 Standorte verzeichnet⁷. Kleinere Orte, in denen SCHLECKER Filialen schlossen, konnten häufig keine Drogeriewaren mehr vorhalten. Nach der Insolvenz musste der Markt in der Warengruppe neu aufgeteilt werden, was insbesondere für die bereits existierenden Konkurrenzunternehmen interessant wurde.

Vor allem DM und Rossmann haben hier profitiert und ihr Standortnetz ausgebaut. Ein weiterer Profiteur ist die Kette MÜLLER; mit häufig kaufhausähnlichen Marktgrößen hat sich das Ulmer Unternehmen an dritter Stelle des bundesweiten Marktes etabliert. Jedoch zeigt das Beispiel des mittlerweile als viertem Player am Markt etablierten Unternehmens Budnikowsky, dass eine Rückbesinnung auf kleinere Standorte ebenfalls sinnvoll ist, um die durch die Schlecker Insolvenz entstandenen Versorgungslücken flächendeckend zu füllen⁸. Insgesamt betrachtet besteht jedoch nach wie vor Bedarf, um die ehemals als nahezu ideal zu bewertende Versorgungssituation in dieser nahversorgungsrelevanten Branche wiederherzustellen.

2.2.4 Faktor Online – Handel

Weitere Dynamik erhält der Einzelhandelsmarkt durch das rasante Wachstum des Einzelhandels im Online-Segment. So nimmt der Anteil des Online – Handels weiter zu. In 2012 mit einem Umsatz von etwa 28,0 Mrd. € noch bei ca. 6,3 % des Gesamtumsatzes in Deutschland, stieg der Umsatz, zum Teil bedingt durch die Corona-Pandemie, im Jahr 2020 auf 73 Mrd. € an.⁹

Eine Unterscheidung zwischen den Anteilen der Non-Food-Segmente (2020 ca. 18,4 %) und der Food-Segmente (2020 2 %) am Gesamtanteil des Online-Umsatzes ist hier allerdings dringend zu beachten¹⁰. In Folge der Gesamtstrukturentwicklung, welche stark durch den Wandel hin zum Online – Handel geprägt wird, ist vor allem der Fachhandel von rückläufigen Kundenzahlen betroffen. So schätzen 40 Prozent der an einer im Frühjahr 2014 durchgeführten Konjunkturumfrage teilnehmenden Einzelhändler¹¹ die Kundenfrequenzen als sinkend ein, 17 Prozent bewerten die Kundenfrequenzen sogar als deutlich sinkend. Die Folgen für die jeweiligen Branchen sowie die aus dieser Entwicklung resultierenden Umsatzverteilungen sind teilweise dramatisch.

⁷ Handelsdaten.de

⁸ Hahn Gruppe Research 2014 – Retail Real Estate Report Germany

⁹ vgl. HDE Handelsverband Deutschland: HDE Online-Monitor; Stand 2021

¹⁰ vgl. HDE: Online Monitor, 2021

¹¹ vgl. GfK 2014: Einzelhandel wächst 2014 nur durch Online.

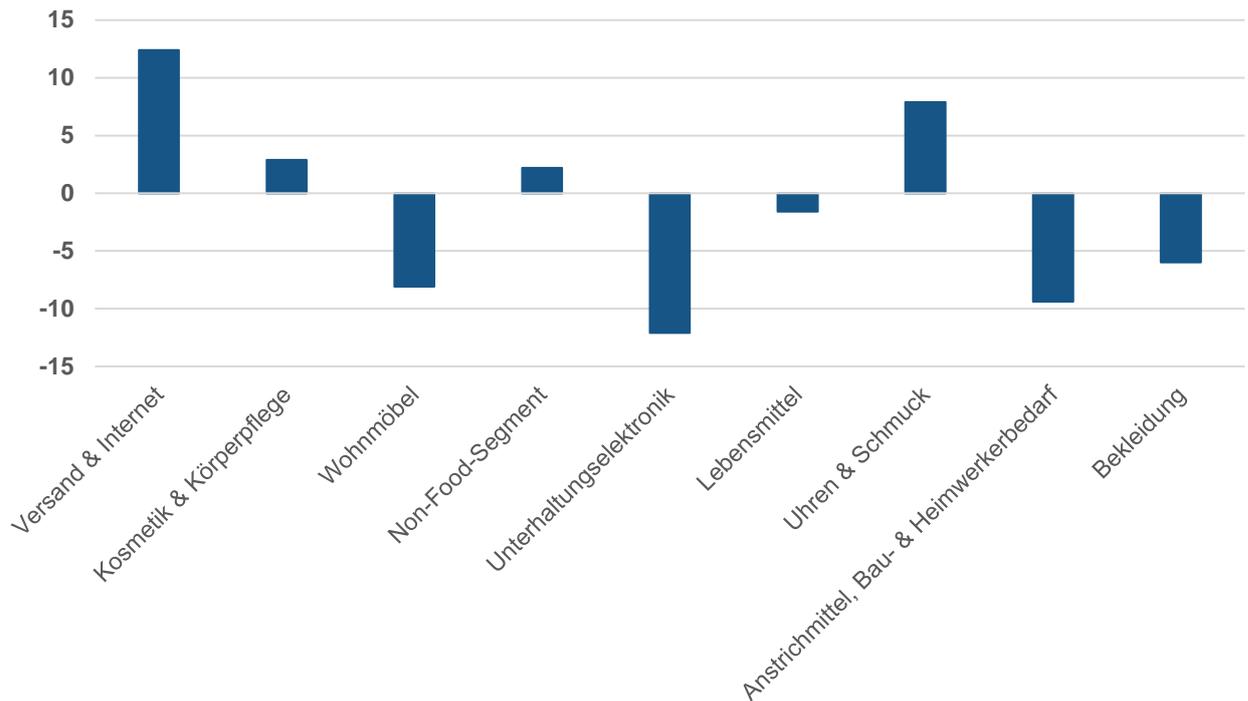


Abbildung 3: Umsatzveränderung im Einzelhandel nach Branchen 2021
(Quelle: einzelhandel.de | reale Veränderung zum Vorjahr in Prozent | Zugriff in 12.2022 | eigene Darstellung)

Bei einer „Real-Stagnation“ des Einzelhandelsumsatzes von +2,6 % seit 2009 (Tiefstwert der letzten 13 Jahre) ist eine Realprofitsteigerung um 6,6 %¹² im Versand- und Internethandel bei gleichzeitigen starken Verlusten in den weiteren Branchen mehr als bedenklich und bedarf gezielter Gegensteuerung. So sind beispielsweise die Sortimente Bücher, Spielwaren und Unterhaltungselektronik im Online – Handel als etabliert zu bezeichnen.¹³ Die Auswirkungen dieser Entwicklung machen sich bereits seit längerem in den Innenstädten sowohl durch die Schließung kleinerer privater Händler aber auch aktuell von Filialen großer Buchhandlungen bemerkbar. Setzt sich dieser Trend auch in den anderen Branchen fort, so ist die weitere Zunahme der Leerstände in den Innenstädten nur noch eine Frage der Zeit.

In Kombination mit den Auswirkungen des demografischen Wandels wächst der bereits jetzt vorhandene Druck auf den stationären, innerstädtischen Handel daher weiter an. Der demografische Wandel kann hier jedoch auch als Chance gesehen werden. So werden für die zukünftig wachsende Zielgruppe älterer Menschen in Zukunft eine gute fußläufige Erreichbarkeit, die Erreichbarkeit zum ÖPNV sowie bequeme Parkmöglichkeiten eine wichtige Rolle bei der Einkaufsentscheidung spielen und diese Aspekte folglich zu einem wichtigen Faktor im Wettbewerb um diese Zielgruppe im stationären Einzelhandel werden.¹⁴

Betrachtet man die generellen Auswirkungen der Dynamiken des Einzelhandels, bedarf es einer gezielten Steuerung der Ansiedlungsprozesse in einer Stadt oder Gemeinde, welche auch durch

¹² vgl. HDE Handelsverband Deutschland: Jahrespressekonferenz 2014

¹³ vgl. HDE: Online Monitor, 2018

¹⁴ vgl. HWWI 2013: Handel im Wandel

das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bad Dürkheim festgelegt, untermauert und umgesetzt werden sollte.

2.2.5 „Zurück zur Innenstadt“

Der beschriebenen Dynamik des Online-Handels entgegenzuwirken, ist Wunsch vieler Städte und Gemeinden. Der Online-Handel wird u.a. dafür verantwortlich gemacht, dass viele Ladengeschäfte deutschlandweit von der Schließung bedroht sind. Die Folgen für die Innenstädte sind vielseitig: Leerstand und damit einhergehend der Verlust von wohnortnahen Angeboten sowie attraktiven Innenstädten. Die Sicherung oder Wiederherstellung der Angebotsvielfalt von Innenstädten ist ein wichtiges Ziel in der kommunalen Planung. Studien zeigen, dass die wichtigsten Faktoren für eine positive Beurteilung der Attraktivität die Gestaltung der Innenstadt, das Ambiente und das Flair, der Erlebnischarakter sowie die Vielfalt und das Angebot der Geschäfte sind.¹⁵

Neben der Stärkung des Einzelhandelsangebotes in Konkurrenz zum Online-Handel spielen Innenstädte auch für die Freizeitgestaltung eine entscheidende Rolle. Hier kann durch attraktive Außenbereichsgestaltung (Aufenthaltsqualität, Sitzmöglichkeiten, Schattenspendler) in Kombination mit temporären Veranstaltungen im öffentlichen Raum ein wesentlicher Beitrag geleistet werden. Parallel hierzu sind auch Fragen z.B. zur Bereitstellung von ausreichend Stellplätzen zu behandeln.

Die Innenstadt, egal ob groß oder klein, ist das soziale und kommunikative Zentrum einer Stadt. Hier treffen sich Menschen, verbringen ihre Freizeit, versorgen sich mit Gütern und Dienstleistungen.

Viele Innenstädte haben es in der Vergangenheit versäumt, sich zukunftsfähig zu machen und stehen damit vor großen Herausforderungen. Der Konkurrenz durch Einkaufszentren, den Online-Handel und das pandemiebedingt veränderte Kundenverhalten gilt es durch neue Konzepte zu begegnen. Nur wenn ein Stadtzentrum lebendig und attraktiv ist, werden „Shoppen“ und Freizeitgestaltung eins und die Innenstadt kann wieder zu einem Erlebnisraum werden, in dem sich die Menschen sich gern und möglichst regelmäßig aufhalten.

Dazu gehören Geschäfte mit modernen Konzepten, ansprechende Restaurants, Cafés und Räume zum Verweilen. Auch Dienstleister wie Ärzte, Banken und Behörden gehören zum Rückgrat einer lebendigen Innenstadt. Digitale Technologien können dazu beitragen, Einkaufs- und Serviceangebote bis zu den „vernetzten Kunden“ zu transportieren. Wenn dies gelingt, hat die Innenstadt wieder eine echte Zukunft!

Doch allein mit digitalen Technologien wird keine Innenstadt zu einem Ort, an dem sich die Menschen gerne aufhalten. Hierzu gehört es auch, dass eine Stadt Flair oder Ambiente hat und Menschen begeistert in ihr einzukaufen und zu verweilen. Damit kommt einer „emotionalen Ansprache“ der Menschen der Stadt und aus der Umgebung ein sehr hoher Stellenwert zu.

Bereits heute hat ein entsprechendes Umdenken in vielen Städten und im Handel eingesetzt. Erste innovative Ideen zeigen ihre Wirkung. Diese positive Entwicklung kann jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass es in Bezug auf den Trend „Zurück zur Innenstadt“ noch immer viel zu tun gibt.

¹⁵ Vgl. Zukunft der Innenstadt Retail Report 2017, www.trendwelten.eu, Zugriff 18.02.2020.

2.3 Vorgaben der Landesplanung

Die Stadt Bad Dürkheim befindet sich gemäß Landesentwicklungsprogramm (LEP) IV in einem verdichteten Bereich mit disperser Siedlungsstruktur und einer hohen Zentrenreichbarkeit (Abb. 4). Bad Dürkheim wird als Mittelzentrum eingestuft. Mittelzentren übernehmen die Aufgabe die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfes zu sichern.

Um diesem Auftrag innerhalb des Mittelbereiches nachzukommen, wird das Konzept auf Grundlage der Vorgaben und Rahmenbedingungen für Mittelzentren mit entsprechender Zielsetzung entwickelt.

Dem LEP IV sind unter Kapitel 3.2.3 *Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)* folgende Zielaussagen zu entnehmen, die über die Bestimmungen des § 1 Abs. 4 Baugesetzbuch (BauGB) als „Ziele der Raumordnung“ bei der Aufstellung von Bauleitplänen verbindlich zu beachten sind:

- 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 städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (**Nichtbeeinträchtigungsgesetz**). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.
- Z 61** Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Grenze der Großflächigkeit überschreitet, sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln. Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzungen in der Bauleitplanung entgegenzuwirken (**Agglomerationsverbot**). Haben sich bereits Agglomerationsbereiche außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche gebildet, so sind diese als Sondergebiete des großflächigen Einzelhandels in der Bauleitplanung auszuweisen und in ihrem Bestand festzuschreiben.

Z 57 definiert eine absolute Obergrenze der Verkaufsflächen bzw. eine bindende Orientierung für großflächige Einzelhandelsbetriebe an der zentralörtlichen Funktion der Gemeinde. Für die Stadt

Bad Dürkheim ist diese Vorgabe demnach nicht von Bedeutung. Durch die zugewiesene mittelzentrale Bedeutung obliegt der Stadt das Recht, Betriebe mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche anzusiedeln.

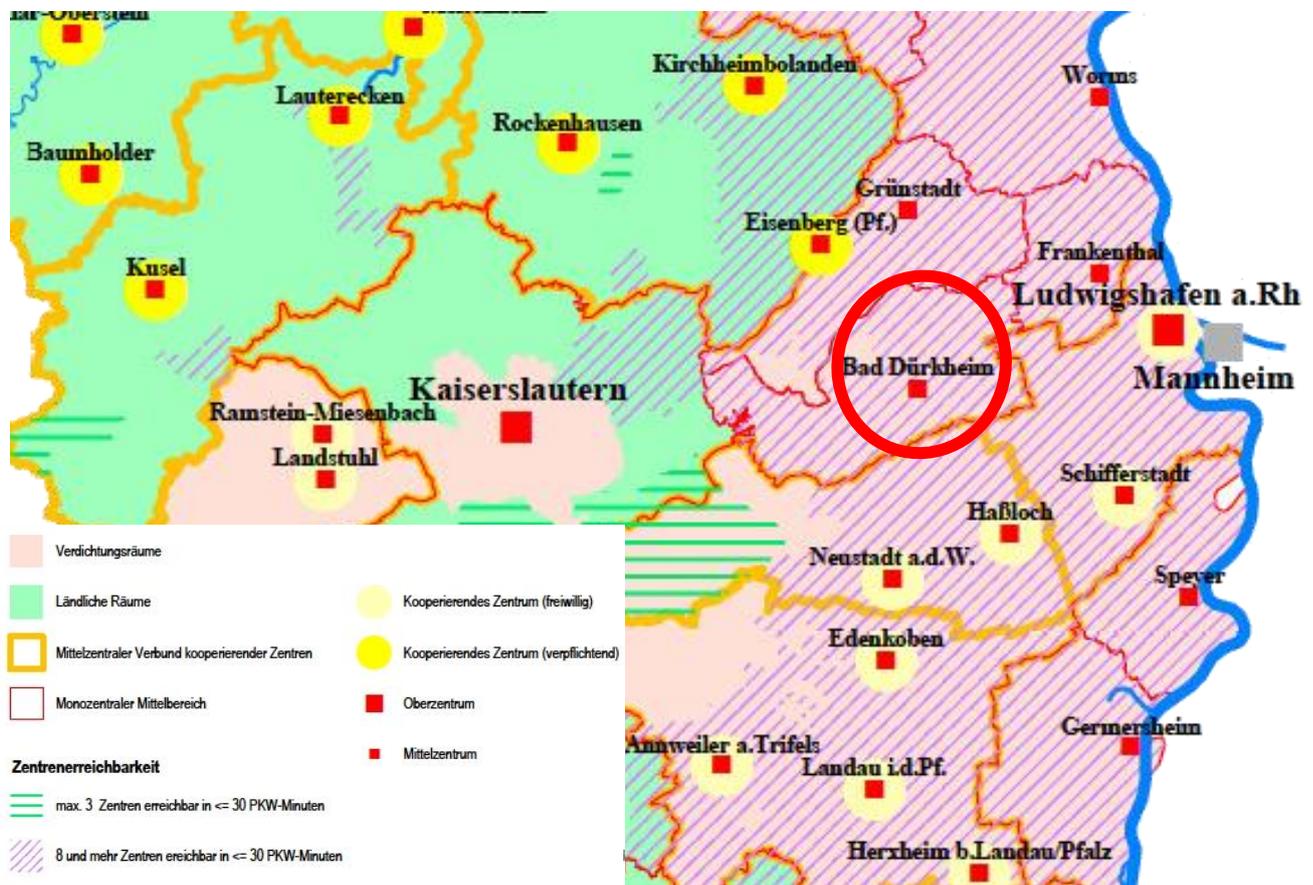


Abbildung 4: Leitbild Daseinsvorsorge – Zentrale Orte, Mittelbereiche und mittelzentrale Verbünde (Quelle: LEP IV, Karte 6 - Ausschnitt)

Z 58, das sogenannte „städtebauliche Integrationsgebot“, fordert bei Ansiedlungen großflächiger Betriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten – und hierum handelt es sich bei Betrieben aus den Bereichen „Nahrungs- und Genussmittel“, „Gesundheits- und Körperpflege“ u.Ä. mittlerweile regelmäßig – eine Lage innerhalb eines „zentralen Versorgungsbereiches“. Diese Bereiche sind insofern im Zuge der vorliegenden Aufstellung des Konzeptes entsprechend abzugrenzen und verbindlich festzulegen. Zu den diesbezüglichen Anforderungen wird auf die Ausführungen in den nachfolgenden Kapiteln verwiesen.

Z 59 definiert Vorgaben für die Ansiedlung von Betrieben mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten (z.B. Baumstoffmärkte u.Ä.), die aufgrund ihres Angebotes innenstadtrelevante Sortimente als Randsortimente in einem verträglichen Maße führen dürfen. Dieses Maß ist im Konzept ebenfalls zu bestimmen.

Z 60, das sogenannten „Nichtbeeinträchtigungsgebot“, bekräftigt, dass durch geplante Ansiedlungen großflächiger Betriebe weder die zentralen Versorgungsbereiche der Standortgemeinde selbst noch die benachbarter Kommunen – entsprechend dem jeweiligen Versorgungsauftrag, der sich aus der zentralörtlichen Funktionszuweisung ergibt – wesentlich beeinträchtigt werden dürfen, was insofern ebenfalls nachzuweisen sein wird. Hier werden die Erreichbarkeiten der einzelnen Standorte zu untersuchen sein.

Z 61 sieht vor, dass Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Grenze der Großflächigkeit überschreitet, wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln sind. Außerdem, dass für innenstadtrelevante Einzelhandelsbetriebe außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche keine räumlichen Häufungen, also sog. Agglomerationen, auftreten sollen. Dem ist durch entsprechende Flächenbeschränkungen Rechnung zu tragen. Bei bereits bestehenden Agglomerationen ist dieser Zustand als maximale Ausdehnung bauleitplanerisch zu sichern. Entsprechende Empfehlungen sollen Teil dieses Konzeptes sein.

Zudem sind gemäß §1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB die Ergebnisse eines von der Gemeinde beschlossenen, städtebaulichen Entwicklungskonzeptes oder einer von ihr beschlossenen sonstigen städtebaulichen Planung bei der Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen.

2.4 Vorgaben der Regionalplanung

Der Einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar (ERP) der Metropolregion umfasst Teilräume Baden-Württembergs, Hessens und Rheinland-Pfalz. Der ERP ist seit dem 15.12.2014 für den rheinland-pfälzischen Teil des Verbandsgebietes verbindlich. Mit Inkrafttreten der Satzung traten der Regionale Raumordnungsplan Rheinpfalz aus dem Jahr 2004 sowie die Teilfortschreibung, Plankapitel 4.2.2 Dienstleistungen, Handel aus dem Jahr 2006 außer Kraft.

Der ERP stellt, wie auch bereits der Regionale Raumordnungsplan Rheinpfalz, gemäß den Vorgaben der Landesplanung für seinen rheinland-pfälzischen Teilraum Bad Dürkheim als Mittelzentrum dar. Diese haben neben den überörtlichen Grundversorgungsaufgaben den gehobenen, spezialisierten Bedarf insbesondere an öffentlichen und privaten Dienstleistungen für den jeweiligen Verflechtungsbereich (Mittelbereich) sicher zu stellen.

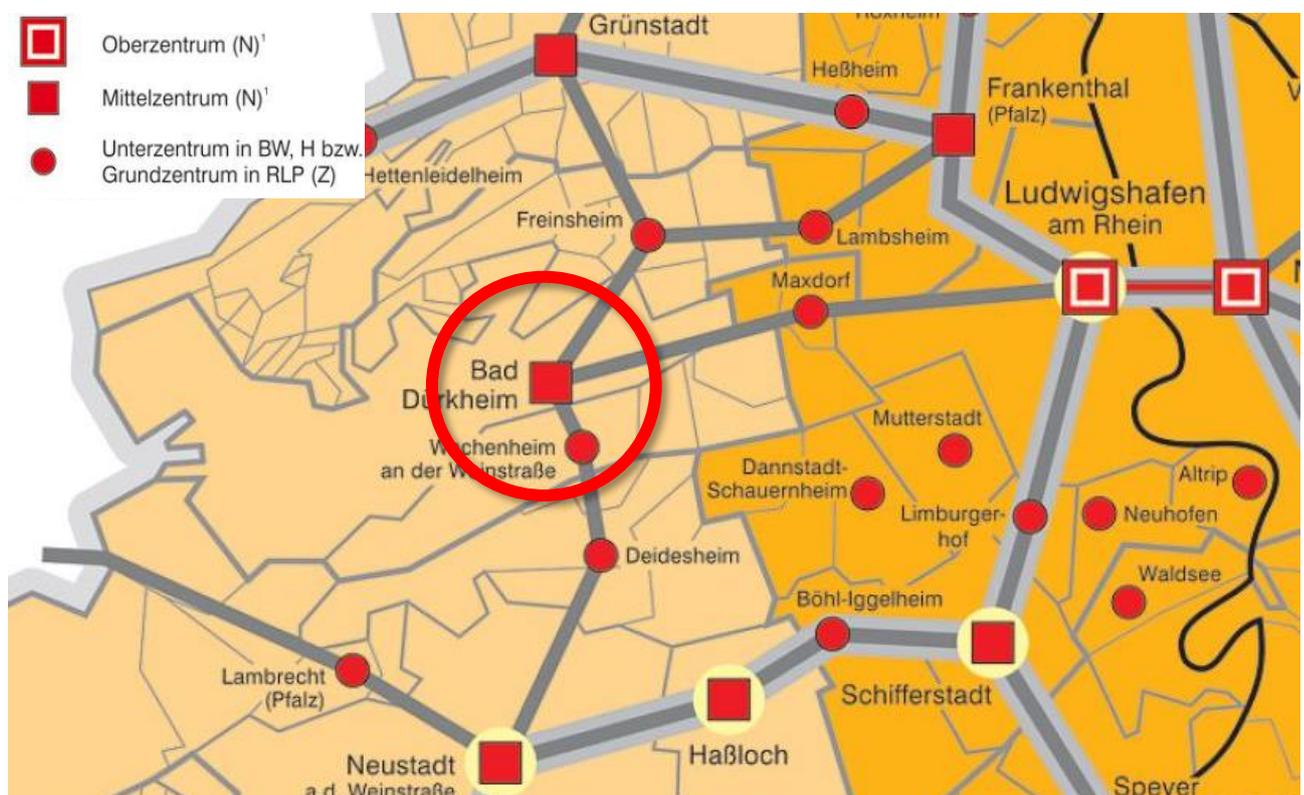


Abbildung 5: Ausschnitt aus der Raumstrukturkarte
(Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar | 2014)

Dezierte Aussagen zum Einzelhandel in der räumlichen Planung werden im **Kapitel 1.7** getroffen. Dabei wird Bezug genommen auf das zentralörtliche System der Region, welches maßgeblich die Funktion der Gemeinden auch im Hinblick auf den Versorgungsauftrag gegenüber der Bevölkerung regelt:

G 1.7.1.1 Die **verbrauchernahe Versorgung** (Nahversorgung) zur Deckung des kurzfristigen, täglichen Bedarfs (insbesondere mit Lebensmitteln) soll in allen Städten und Gemeinden der Metropolregion Rhein-Neckar gewährleistet und sichergestellt werden. Hierzu soll eine auf die örtliche Grundversorgung abgestimmte Ansiedlung und Sicherung von Einzelhandelsbetrieben in räumlicher und funktionaler Zuordnung zu den Stadt- und Ortsteilzentren angestrebt werden. 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 1.7.2.1 Die raumordnerische Verträglichkeit von Einzelhandelsgroßprojekten ist gemäß Z 1.7.2.2 bis Z 1.7.2.5 nachzuweisen.

Z 1.7.2.2 Einzelhandelsgroßprojekte sind in der Regel nur in den Ober-, Mittel- sowie in Baden-Württemberg in den Unterzentren zulässig (**Zentralitätsgebot**). 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. [...]

Z 1.7.2.3 Verkaufsfläche, Warensortiment und Einzugsbereich von Einzelhandelsgroßprojekten sind insbesondere auf die Einwohnerzahl der Standortgemeinde und deren Verflechtungsbereich sowie auf die zentralörtliche Funktionsstufe abzustimmen. Dabei darf der zentralörtliche Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschritten werden (**Kongruenzgebot**).

Z 1.7.2.4 Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde, anderer Zentraler Orte sowie die Nahversorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich **nicht wesentlich beeinträchtigen**.

Z 1.7.2.5 Einzelhandelsgroßprojekte sind an städtebaulich **integrierten Standorten** anzusiedeln. Ausnahmsweise kommen für Vorhaben mit nicht innenstadtrelevanten Warensortimenten (vgl. Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3) entsprechend Z 1.7.3.2. auch andere Standorte in Betracht.

Z 1.7.2.6 Hersteller-**Direktverkaufszentren** sind nur an integrierten Standorten von Oberzentren zulässig. Ausnahmsweise kommen hierfür auch Mittelzentren in Betracht, sofern die raumordnerischen Zielvorgaben gemäß Z 1.7.2.3 bis Z 1.7.2.5 eingehalten werden.

G 1.7.2.7 Neue Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte sollen mit einem entsprechend der Größe sowie dem Einzugsbereich des Vorhabens angemessenen **öffentlichen Personennahverkehr** (ÖPNV) erreichbar sein.

Z 1.7.3.1 In den Ober-, Mittel- sowie im baden-württembergischen Teilraum in den Unterzentren sind **Einzelhandelsgroßprojekte** in den in der Raumnutzungskarte gebiets-scharf festgelegten „**Zentralörtlichen Standortbereichen** für Einzelhandelsgroßprojekte“ anzusiedeln. Die Ausweisung,

Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit innenstadtrelevanten Sortimenten (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) ist nur in diesen Standortbereichen zulässig. **Einzelhandelsgroßprojekte** mit innenstadtrelevanten Sortimenten, die ausschließlich der Nahversorgung dienen (vgl. Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3) kommen ausnahmsweise auch an anderen integrierten Standorten in Betracht, sofern keine schädlichen Wirkungen insbesondere auf „zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB“ und die verbrauchernahe Versorgung der Standortgemeinde sowie anderer Gemeinden und deren Ortskerne zu erwarten sind.

Z 1.7.3.2 Einzelhandelsgroßprojekte mit **nicht-innenstadtrelevanten 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-innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ ausnahmsweise möglich, wenn in diesen keine geeigneten Flächen verfügbar sind, die raumordnerische Verträglichkeit entsprechend Z 1.7.2.1 nachgewiesen wird und sich das Vorhaben in ein kommunales Einzelhandelskonzept einfügt.

Z 1.7.3.3 **Innenstadtrelevante 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 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.

G 1.7.4.2 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.

G 1.7.4.3 Die Städte und Gemeinden in der Metropolregion Rhein-Neckar sollen zur Stabilisierung ihrer innerstädtischen Versorgungs- und Einzelhandelsstrukturen sowie zur Sicherung der Nahversorgung in Abstimmung mit der Regionalplanung **kommunale/interkommunale Einzelhandelskonzepte** erarbeiten. Auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten sollen alle Bebauungspläne mit GE- bzw. GI-Festsetzungen an die jeweils aktuelle Baunutzungsverordnung angepasst werden.

G 1.7.4.4 Bei Einzelhandelsgroßprojekten, die sich über Staats- und Landesgrenzen hinaus auswirken, soll eine frühzeitige Information und Abstimmung erfolgen.

Die Abbildung 6 zeigt die Raumnutzungskarte des ERP. Hier werden u.a. gemäß Z 1.7.3.1 die „Zentralörtlichen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte“ sowie die „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ gebietsscharf dargestellt. Für Bad Dürkheim wurde der Innenstadtbereich als „Zentralörtlicher Standortbereich für Einzelhandelsgroßprojekte“ definiert. „Ergänzungsstandorte [...]“ legt der ERP für Bad Dürkheim nicht fest. Die „Zentralörtlichen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekten“ entsprechen den „Zentralen Versorgungsbereichen“ im Sinne des BauGB. Einzelhandelsgroßprojekte mit innenstadtrelevanten Sortimenten

sind außerhalb der festgelegten „Zentralörtlichen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte“ grundsätzlich unzulässig.

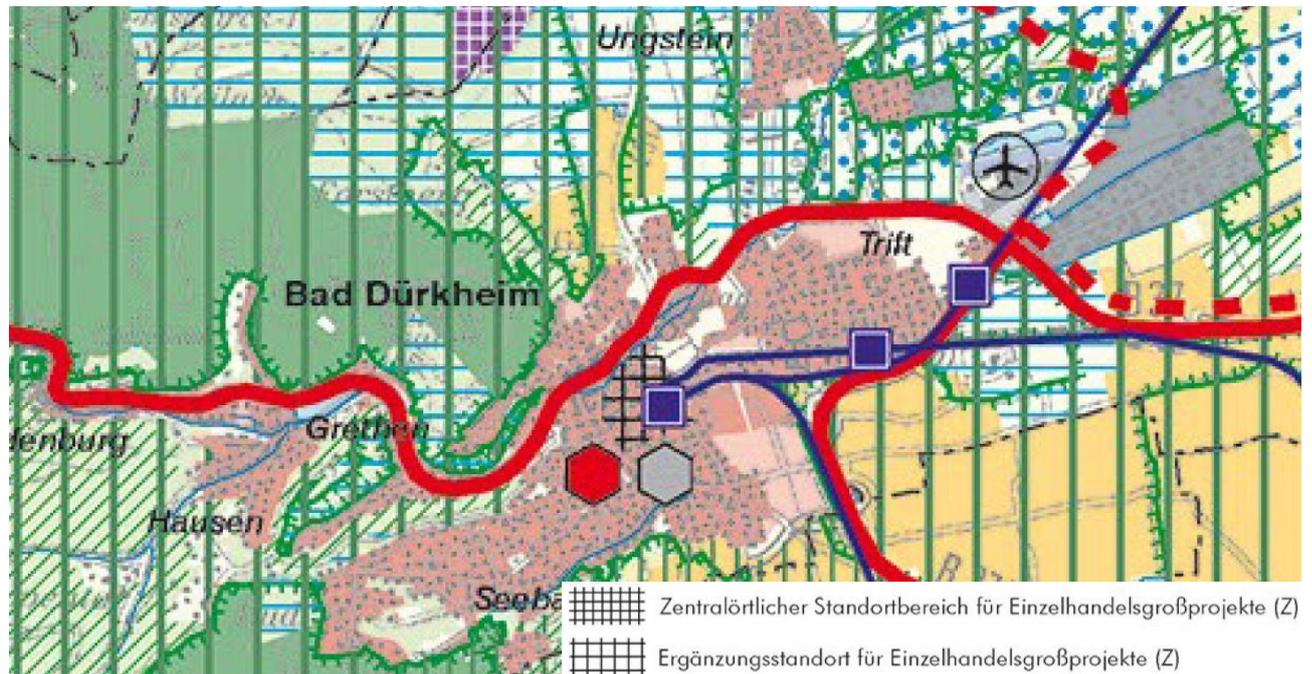


Abbildung 6: Ausschnitt aus der Raumnutzungskarte
(Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar | 2014)

Der ERP beinhaltet eine Sortimentsliste, die eine einheitliche Beurteilung der Zentrenrelevanz von Einzelhandelsvorhaben in der Metropolregion Rhein-Neckar gewährleisten soll:

Innenstadtrelevante Sortimente

- Bücher / Zeitschriften / Papier / Schreibwaren / Büroartikel
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Sportartikel
- Baby-/ Kinderartikel
- Unterhaltungselektronik / Computer / HiFi / Elektroartikel / Leuchten
- Foto / Optik
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche (ohne Teppichböden), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Haushaltswaren, Heimtextilien
- Musikalienhandel
- Uhren / Schmuck
- Spielwaren
- Kunst / Antiquitäten
- Schnittblumen
- Gesundheitsartikel / Sanitätswaren

Nahversorgungs- und innenstadtrelevante Sortimente

- Lebensmittel, Getränke
- Drogeriewaren, Kosmetikartikel

Auf Grundlage eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes kann in Einzelfällen in Abstimmung mit der Regionalplanung von dieser Sortimentsliste abgewichen werden.

Der ERP sieht es als seine wesentliche Aufgabe an, allen Teilräumen gleichwertige Lebensverhältnisse zu ermöglichen. Dies beinhaltet u.a. die wohnortnahe Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen. Dabei definiert der ERP v.a. die Sicherung der wohnortnahen und bedarfsgerechten Grundversorgung als zentrale Herausforderung. Hier müssen raumplanerische und bauleitplanerischen Instrumentarien zum Einsatz kommen, um ausgewogene Nahversorgungsstrukturen zu erhalten und zu entwickeln. Als bedeutende Planungsgrundlage werden die kommunalen bzw. interkommunalen Einzelhandelskonzepte hervorgehoben. Die Grundsätze und Ziele des ERP Rhein-Neckar fließen in die Erarbeitung dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ein.

2.5 Sonstige Vorgaben

Aus den o.g. Anforderungen der Landesplanung ergibt sich das Erfordernis, im Rahmen der Aufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes den oder die Versorgungsbereich(e) in der Stadt Bad Dürkheim festzulegen und ggf. auch Ergänzungsstandorte zu definieren, an denen sich die Einzelhandelsentwicklung künftig konzentrieren soll. Darüber hinaus ist eine Sortimentsliste mit den für die Stadt innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten aufzustellen, die Maßstab für die Zulässigkeit oder Unzulässigkeit bestimmter Ansiedlungen ist.

Nachfolgend soll zunächst der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs definiert und die sich aus der Rechtsprechung ergebenden Anforderungen an seine Abgrenzung benannt werden, da sich die Aufstellung des Konzeptes hieran zu orientieren hat.

→ Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs

Aus der Rechtsprechung ergibt sich folgende Definition:

„Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Sie können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben.“¹⁶

Diese Formulierung bezieht sich einerseits auf den faktischen Bestand (nämlich Bereiche, denen bereits eine bestimmte Versorgungsfunktion zukommt), als auch auf die planerische Steuerungsmöglichkeit einer Kommune, einen solchen Bereich auch erstmalig oder in Ergänzung und Erweiterung eines bereits vorhandenen Gebiets festzulegen. Ein geplanter zentraler Versorgungsbereich kann daher durchaus größer sein als der momentan vorhandene, sofern andere Zielvorgaben (z.B. das „Nichtbeeinträchtigungsgebot“) nicht verletzt werden.

Darüber hinaus sollte ein zentraler Versorgungsbereich nicht nur Einzelhandelsbetriebe vorweisen, sondern auch Dienstleistungsbetriebe beinhalten, welche nicht nur unschädlich für den Bereich selbst sondern zudem häufig erforderlich für die Identifizierung oder Festlegung eines Versorgungsbereiches sind. Dabei ist eine zwingende Mindestgröße des abzudeckenden Bereiches nicht festgelegt, obgleich eine Flächenabdeckung von <1.000 m² einen zentralen Versorgungsbereich eher unwahrscheinlich macht. Vielmehr ist die Funktion

¹⁶ BVerwG: Urteil vom 11. Oktober 2007, Aktenzeichen 4 C 7/07 – Leitsatz

des abzugrenzenden spezifischen räumlichen Gebietes für die Versorgung durch Einzelhandel und Dienstleistungen ausschlaggebend bei der Bewertung.¹⁷

→ **Die Schwelle der schädlichen Auswirkungen**

Was möglicherweise – bezogen auf das Stadtzentrum von Bad Dürkheim oder die umliegenden Orte sowie insbesondere auch auf die benachbarten zentralen Orte – „schädlich“ ist, ergibt sich ebenfalls aus der Rechtsprechung, die hierzu Folgendes ausführt:

„Schädlich‘ im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB sind Auswirkungen erst dann, wenn sie gravierender sind als solche, welche erst die interkommunale Abstimmungspflicht nach § 2 Abs. 2 Satz 1 BauGB auslösen.“¹⁸

Insofern ist – bezogen auf den konkreten Fall – zu untersuchen, ob die Ansiedlung neuer Betriebe oder eine Erweiterung zu Auswirkungen führt, die eine interkommunale Abstimmungspflicht auslösen. Bei Vergrößerungen von Betrieben wird dies regelmäßig nicht der Fall sein, sofern sie sich im Rahmen der Vorgaben des LEP IV sowie des Regionalen Raumordnungsplans bewegen.

Aus städtebaulicher Sicht ist dennoch Vorsicht geboten, denn nicht nur Betriebe, die sich auch auf die Versorgungssituation der benachbarten zentralen Orte auswirken, können im Einzelfall „schädlich“ im kleinräumigen Sinne sein. Schädlich sind sie im Einzelfall auch dann, wenn sie die Nahversorgungsfunktion eines bestimmten Ortsteils nachhaltig schwächen.

Zwar gibt es keine exakt definierte Grenze, was die Schädlichkeit anbelangt, jedoch hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) in diesem Zusammenhang geurteilt: *„Ein Vorhaben lässt schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche einer Standortgemeinde jedenfalls dann erwarten, wenn es deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig stört, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.“¹⁹*

Übertragen auf Bad Dürkheim bedeutet dies, dass z.B. die Neuansiedlung von Betrieben einer bestimmten Branche außerhalb eines Versorgungsbereiches in der Folge zu einer Schwächung der Innenstadt führen könnte, etwa dann, wenn dadurch ein in der Innenstadt befindlicher kleinerer Betrieb so in seiner Existenz bedroht wäre, dass er aufgeben müsste. In Folge dieser Geschäftsaufgabe würde die Innenstadt erneut geschwächt und gegebenenfalls zusätzliche negative Effekte – oder auch Trading-Down-Effekte – generiert. Diese Situation gilt es deshalb im Folgenden ebenfalls zu untersuchen.

Weiter urteilt das OVG Niedersachsen: *„Bei der Beurteilung der Schädlichkeit der Auswirkungen auf benachbarte Gemeinden kann in Anlehnung an § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB auch berücksichtigt werden, ob sich die „Vorhabengemeinde“ (Mittelzentrum) damit nur das an Umsatz „zurückholt“, was ihr im Vergleich zu Umlandgemeinden, die „nur“ Grundzentren darstellen, raumordnungsrechtlich an sich zusteht.“²⁰*

17 Kuschnerus, Ulrich; 2007: Der standortgerechte Einzelhandel, S. 79ff

18 OVG Niedersachsen: Urteil vom 17. Januar 2008, Aktenzeichen 1 LB 154/07

19 BVerwG: Urteil vom 11. Oktober 2007, Aktenzeichen 4 C 7/07 – Leitsatz

20 OVG Niedersachsen: Urteil vom 17. Januar 2008, Aktenzeichen 1 LB 154/07 – Leitsatz

Folglich ist im Detail die Einzelhandelsentwicklung einer Gemeinde – und damit auch die Steuerung innerhalb eines Mittelbereichs – differenziert zu betrachten. Die Prüfung von Ansiedlungen auf ihre Tragfähigkeit und Verträglichkeit unterliegt somit einer gewissen Abwägung. Hier spielt das Verhältnis zwischen den unterschiedlichen Versorgungsaufträgen der Gemeinden eine große Rolle. Einzelfallabstimmungen sind daher im Vorfeld von raumbedeutsamen Ansiedlungen unumgänglich.

Weiter lässt die Rechtsprechung keinen Zweifel daran, dass schädliche Auswirkungen nicht auf den Umsatz einzelner Betriebe bezogen werden dürfen, sondern, sofern die Maßnahme städtebaulich motiviert ist, auch nur schädliche Auswirkungen im städtebaulichen Sinne gemeint sein dürfen. Dies gilt auch dann, wenn zwar Auswirkungen auf andere Zentren festgestellt werden, deren Funktionsfähigkeit generell jedoch nicht unter der Konkurrenz einzelner Ladenlokale zum Vorhaben leidet. Damit sind nicht nur branchenspezifische Auswirkungen, sondern auch gesamtregionale Kaufkraftumlenkungseffekte für die Beurteilung eben dieser Auswirkungen darzustellen.²¹

Die schädlichen Auswirkungen eines Vorhabens beziehen sich jedoch nicht in jedem Fall auf die gleiche Schwellenbetrachtung, nämlich die des einschlägigen 10 %-Kriteriums, sondern sind im Falle der Prüfung für den zentralen Versorgungsbereich der eigenen Gemeinde selbst danach zu unterscheiden, ob das Vorhaben in einem integrierten Bereich angesiedelt werden soll. Hierzu sagt das OVG Rheinland-Pfalz:

„Die Beurteilung von innerkommunalen Umsatzumverteilungen als Folge der Bauleitplanung eines Einkaufszentrums sind grundsätzlich dem planerischen Ermessen der Gemeinde innerhalb der Ziele der Raumordnung und der Grenzen der abwägungserheblichen Belange überlassen. Eine ‚10 %-Grenze‘ für Umsatzverluste könnte allenfalls dann angenommen werden, wenn es sich bei der Neuplanung um einen nicht integrierten Standort handeln würde, der zulasten der Innenstadt Einzelhandelsumsatz absorbiert.“²²

Diese Aussage ist vom BVerwG in dieser Form bestätigt worden.²³

Die genannten Vorgaben sind natürlich auch im Hinblick auf die Ausarbeitung gesamtstädtischer Entwicklungspotenziale zu beachten.

→ **Die Anforderungen an die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche**

Für die räumliche Beschreibung und Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches, bestehen nach höchstrichterlicher Auffassung keine exakten Maßstäbe. Jedenfalls ist es nicht unbedingt erforderlich, eine parzellenscharfe Abgrenzung vorzunehmen. So bestätigt ein Urteil des BVerwG, dass bestimmte Unschärfen, speziell an den Rändern eines solchen Bereichs, nach gängiger Rechtsauffassung hinzunehmen sind. *„Das im Rechtsstaatsprinzip (Art. 20 Abs. 3 GG) begründete Gebot hinreichender Bestimmtheit von Gesetzen zwingt den Gesetzgeber nicht, den Tatbestand mit Maßstäben zu umschreiben, die so genau sind, dass es bei deren Auslegung und Anwendung keine Zweifelsfragen gibt.“²⁴* Kuschnerus hingegen

²¹ vgl. OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 15. November 2010, Aktenzeichen 1 C 10320/09.OVG

²² OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 20. Januar 2011, Aktenzeichen 1 C 11082/09

²³ vgl. BVerwG: Beschluss vom 03. August 2011, Aktenzeichen 4 BN 15.11

²⁴ BVerwG: Urteil vom 11. Oktober 2007, Aktenzeichen 4 C 7.07

schließt sich dieser Haltung nicht an, sobald es sich um planerisch erfasste zentrale Versorgungsbereiche handelt. Hier fordert er eine exakte Festlegung der Flächen, die für Einzelhandelsnutzungen und sonstige dem Versorgungsbereich zuzuschreibende Nutzungen angedacht sind. Mit einer exakten Festlegung ist dabei in diesem Fall tatsächlich eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung gemeint.²⁵ Somit ist es rechtlich nicht zwingend auferlegt eine parzellenscharfe Abgrenzung vorzunehmen, aus planerischer Sicht aber empfehlenswert, um etwaige Ungenauigkeiten und infolgedessen Konfliktszenarien zu vermeiden.

Zudem ist festzuhalten, dass die Rechtsprechung bereits den Entwicklungen jüngster Zeit Rechnung trägt und auch in den gewachsenen Strukturen größerer Städte mehrere Zentrale Versorgungsbereiche zulässt. Hierzu heißt es etwa in einem Leitsatz des BVerwG: *„In einer entsprechend großen Gemeinde können auch mehrere zentrale Versorgungsbereiche im Sinne von § 34 Abs. 3 BauGB bestehen. Diese können gegebenenfalls auch in (ein oder mehrere) Hauptzentren und Nebenzentren unterteilt werden.“*²⁶

Geeignet für die Festlegung erscheint z.B. die Ebene des Flächennutzungsplans einer Gemeinde. In diesem Zusammenhang können neben den zentralen Versorgungsbereichen auch bestimmte Nahversorgungszentren, Ergänzungsstandorte u.Ä. dargestellt werden. Zur konkreten (Fein-) Steuerung kommt natürlich auch die Ebene des Bebauungsplanes in Betracht. Ebenso ist die Abgrenzung in einem „Einzelhandels- und Zentrenkonzept“ möglich, das als informelles städtebauliches Konzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB gilt, sofern es vom zuständigen Gremium mit Selbstbindung beschlossen wird.

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und deren Abstimmung mit der Regionalplanung sind auch die auf den Ort bezogenen innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimente zu definieren und abzustimmen. Diese ortsspezifischen Sortimentslisten sind wichtig, um einerseits eine auf die konkrete Situation bezogene Grundlage für die Beurteilung dessen zu erhalten, was tatsächlich negative Auswirkungen auf das jeweilige Zentrum haben kann. Andererseits lassen sich so nach einer erfolgten Einzelfallprüfung auch Ergänzungsstandorte definieren, in denen nicht innenstadtrelevante Sortimente angeboten werden dürfen. Dabei ist jedoch stets auch der Anteil innenstadtrelevanter Randsortimente zu beachten, die bei bereits geringen Anteilen durchaus dazu führen können, dass an sich (bezogen auf den Ortskern) „unschädliche“ Ansiedlungen negative Auswirkungen auf die Innenstadt oder die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche haben können. Gemäß Z59 des LEP IV sollen dort innenstadtrelevante Randsortimente in der Regel nicht mehr als 10 % der Verkaufsflächen erfassen. Eine genaue Begrenzung der absoluten Größenordnung ist jedoch im Rahmen der raumordnerischen Prüfung von Vorhaben zu prüfen.

Gemäß statistischem Landesamt leben mit Stichtag 31.12.2021 18.576 Menschen in der Stadt Bad Dürkheim. Sie ist neben der VG Freinsheim und der VG Wachenheim an der Weinstraße einer von drei Nahbereichen im Mittelbereich Bad Dürkheim. Die Stadt als Sitz der Kreisverwaltung übernimmt als Mittelzentrum die mittelzentrale Versorgungsfunktion für den eigenen Verflechtungsbereich, der aktuell nach den Zahlen des statistischen Landesamts Rheinland-Pfalz (Stichtag 31.12.2021) 44.020 Einwohner zählt.

²⁵ vgl. Kuschnerus, Ulrich: Der standortgerechte Einzelhandel, S.81f RdNr.:151, S.241,RdNr.:482

²⁶ BVerwG: Beschluss vom 20.November 2006, Aktenzeichen 4 B 50/06 – Leitsatz

3 BAD DÜRKHEIM ALS EINZELHANDELSSTANDORT IN DER REGION

Aufgrund der zugewiesenen mittelzentralen Funktion und den bereits zuvor beschriebenen Zielaussagen zum Einzelhandel steht der Stadt Bad Dürkheim eine sinnvolle Entwicklung und Stärkung des Einzelhandels zu. Das hier zu entwickelnde Konzept soll diese Funktion manifestieren und als Grundstein für die zukünftige Entwicklung dienen. Dabei ist jedoch nicht alleine die Rolle der Stadt für die Versorgung der eigenen Bevölkerung zu prüfen, sondern ihre Bedeutung für die gesamte umgebende Region. Es gilt hier negative Einflüsse auf umliegende Versorgungsbereiche zu vermeiden und gleichzeitig Einflüsse umliegender Zentren auf Bad Dürkheim zu minimieren und somit den eigenen Standort unter Berücksichtigung der Bedürfnisse übriger Gemeinden zu stärken.

Um diese Anforderungen zu erfüllen, werden im Folgenden die Lage der Stadt Bad Dürkheim in der Region und ihre Einflussnahme auf die umliegenden Gemeinden dargestellt. Dabei wird berücksichtigt, dass sowohl die verkehrliche Anbindung der Stadt als auch die eigene Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung Einfluss auf die Rolle in der Region ausüben können. Neben diesen internen Faktoren werden auch die externen Faktoren in Form der Einflüsse umliegender Zentren anhand der gleichen Fragestellungen untersucht und bewertet.

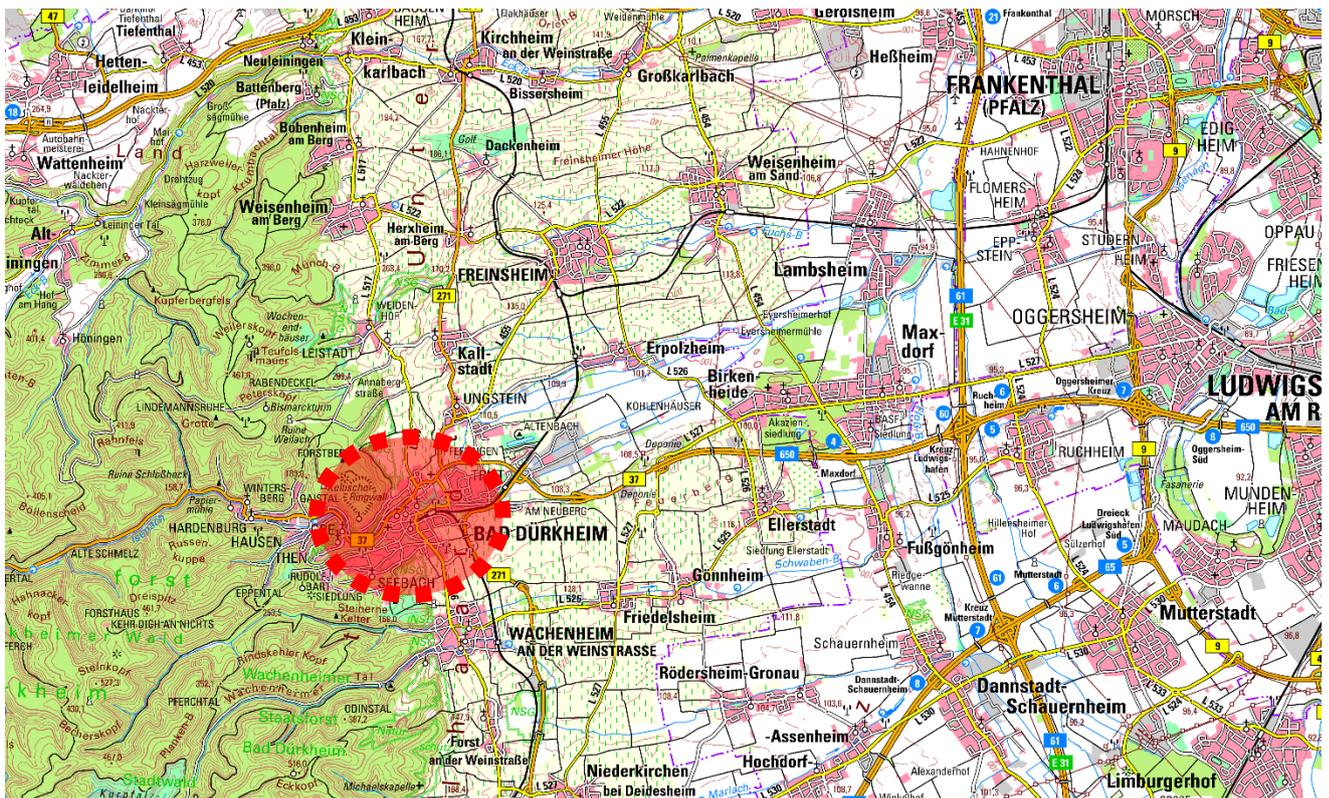


Abbildung 7: Lage der Stadt Bad Dürkheim im Raum
(Quelle: TK 100 ©GeoBasis-DE / LVermGeoRP 2018, dl-de/by-2-0, <http://www.lvermgeo.rlp.de> [10.2018] | ohne Maßstab | eigene Darstellung)

3.1 Einwohnerzahlen

Gemäß statistischem Landesamt lebten 2021 18.576 Menschen im Stadtgebiet, welches sich über eine Fläche von ca. 102,55 km² erstreckt. Im Landesentwicklungsprogramm IV (LEP IV) ist der Stadt Bad Dürkheim die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen.

3.2 Siedlungsstruktur und verkehrliche Anbindung

Die Stadt Bad Dürkheim ist eine Kur- und Kreisstadt und Verwaltungssitz des Landkreises Bad Dürkheim. Bad Dürkheim besteht aus der Innenstadt und den Stadtteilen Grethen/ Hausen, Hardenburg, Leistadt, Seebach und Ungstein mit Pfeffingen.

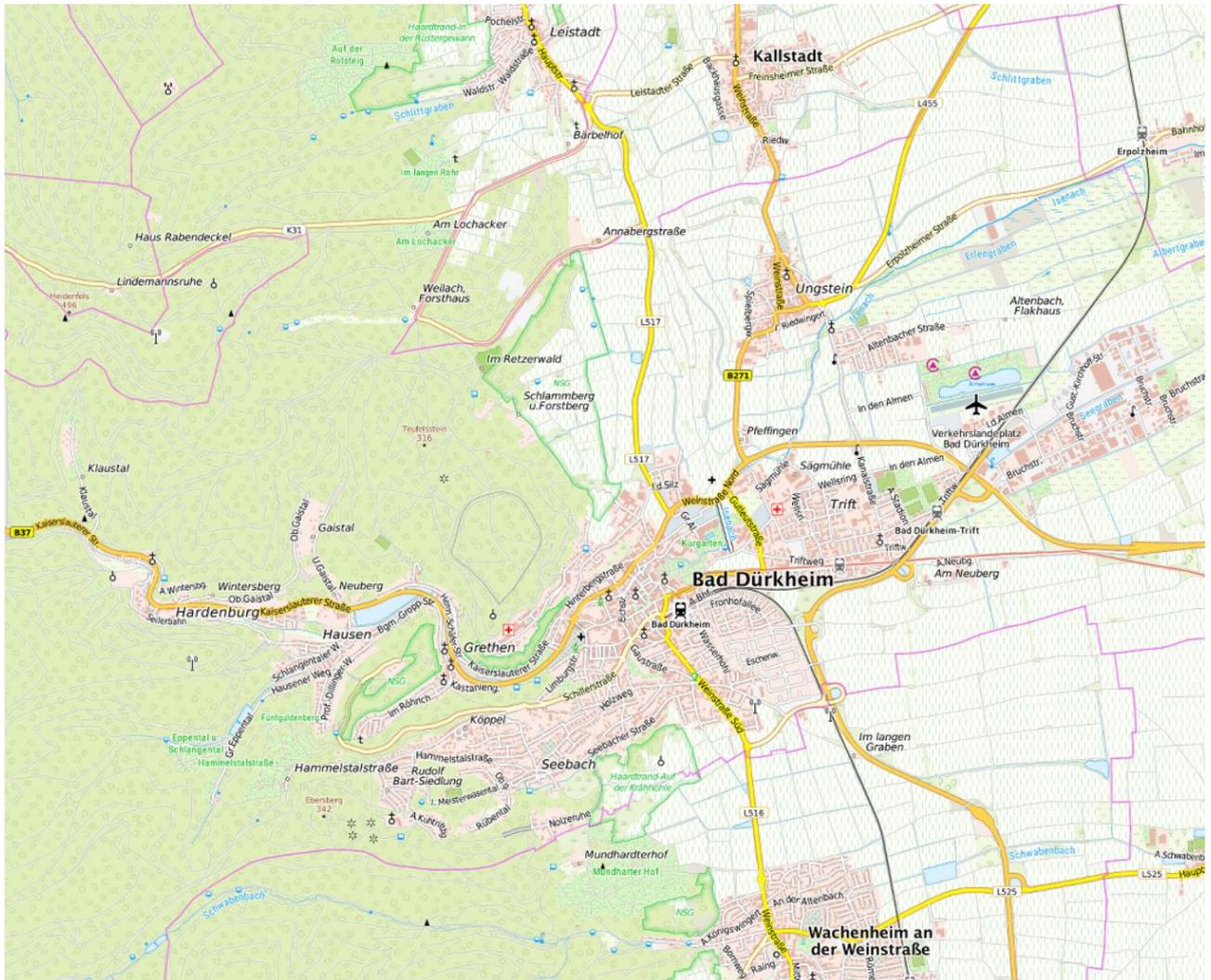


Abbildung 8: Bad Dürkheim und Umgebung
(Quelle: LANIS [09.2018] | ohne Maßstab)

Im Umkreis befinden sich zahlreiche Mittel- und Oberzentren von Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg. Laut LEP IV zeichnet sich die Region durch eine hohe Zentrenreichbarkeit und Zentrenauswahl aus. Es sind demnach zwischen 8 Oberzentren und 20 Mittelzentren in weniger als 30 Fahrminuten Entfernung erreichbar.

Das Oberzentrum Ludwigshafen am Rhein liegt mit dem PKW etwa 20 km bzw. etwa 20 Fahrminuten entfernt. Bis ins baden-württembergische Mannheim beträgt die Fahrzeit etwa 25 Minuten, was einer Entfernung von 24 km entspricht. Etwas weiter entfernt liegt das Oberzentrum Kaiserslautern mit 35 km bzw. 42 Fahrminuten. Das Mittelzentrum Neustadt an der Weinstraße liegt

rd. 19 km bzw. ca. 20 Fahrminuten südlich von Bad Dürkheim. Die Landeshauptstadt Mainz ist in etwa einer Stunde mit dem PKW zu erreichen und liegt ca. 80 km entfernt.

Wichtigste Verkehrsadern für die Anbindung der Stadt sind die umliegenden Bundesstraßen, welche eine gute überlokale Verbindung ermöglichen sowie die nahe gelegenen Autobahnen A 6 (Saarbrücken – Waishaus), A 61 (Venlo – Dreieck Hockenheim) und die A 65 (Ludwigshafen – Wörth am Rhein). Hierüber bestehen großräumige Verbindungen zu den Autobahnen und Oberzentren sowie darüber hinaus. Innerhalb der Stadt bestehen zahlreiche Verbindungen zwischen den Stadtteilen, die eine gute Erreichbarkeit gewährleisten.

Darüber hinaus weist Bad Dürkheim ein gutes ÖPNV-Angebot auf. Unter anderem finden sich Zugverbindungen in Form von zwei Haltepunkten der Deutschen Bahn AG mit Verbindungen nach Neustadt an der Weinstraße, Grünstadt und Frankenthal im Halbstundentakt, sowie eine Straßenbahnverbindung der Rhein – Neckar – Verkehr GmbH vom Bahnhof Bad Dürkheim über Ludwigshafen – Oggersheim zum Hauptbahnhof von Mannheim. Des Weiteren ist die Stadt durch den örtlichen Buslinienverkehr in den Verkehrsverbund Rhein – Neckar (VRN) eingebunden in dessen Rahmen auch ein Ruftaxi angeboten wird. Diese Einbindung des Busverkehrs ist aber insbesondere in den Nebenzeiten noch ausbaufähig, da manche Ortsteile zu diesen relativ schwer zu erreichen sind.

3.3 Einzugsbereiche

Die Einzugsbereiche der Stadt Bad Dürkheim lassen sich generell nach zwei Methoden ermitteln. Die erste zeigt auf, wie sich die verkehrliche Anbindung eines Standortes in Bezug auf die Erreichbarkeit für den Kunden mit dem Pkw (in Fahrminuten) darstellt. Dabei sind die verkehrliche Anbindung und die topografischen Verhältnisse von Bedeutung. Zudem kann aufgrund der Zahlen des statistischen Landesamtes auf einen hohen Motorisierungsgrad geschlossen werden. So existierten zum Stichtag 01.01.2022 im Landkreis 92.141 Pkw, was 693 Fahrzeugen pro 1.000 Einwohner*innen entspricht. Der Durchschnitt in Rheinland-Pfalz liegt mit 635 Fahrzeugen um rund 9 % niedriger.

Die „Einwohner in Fahrminuten“ sind jedoch nur bedingt aussagekräftig, da sich bei entsprechenden Berechnungen teils nicht unerhebliche Überschneidungen mit benachbarten Zentren ergeben können. Daher wird vorliegend ausschließlich auf die Vorgaben der Regional- und Landesplanung abgestellt.

Zur Abgrenzung des Einzugsbereichs für den Einzelhandel ist zu beachten, dass zwischen zwei unterschiedlichen Versorgungsaufträgen zentraler Orte unterschieden werden muss. So gibt es die Güter und Waren des kurzfristigen Bedarfs, welche durch Nahbereichsstandorte bereitgehalten werden sollen. Zudem gibt es die Güter und Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Diese sollen vorwiegend in den Mittel- und Oberzentren angeboten werden. Hieraus ergibt sich die Notwendigkeit den Versorgungsauftrag der Stadt Bad Dürkheim in die beiden Gruppen

- kurzfristiger Bedarf und
- mittel- bis langfristiger Bedarf

zu unterteilen. Zudem ist in Bad Dürkheim als Mittelzentrum davon auszugehen, dass auch die Versorgung mit Sortimenten des mittel- bis langfristigen Bedarfs gedeckt werden darf. Über die tatsächliche Rolle insbesondere der Stadt für die Versorgung in der Region wird im weiteren Konzeptverlauf eingegangen.

(Stand 31.12.2021; Quelle: statistisches Landesamt). Für die Berechnung der mittel- und langfristigen Sortimente wird die Einwohnerzahl des Mittelbereichs als Grundlage genommen.

3.4 Exkurs: Die Rolle der Stadt Bad Dürkheim in der Region und ihr Verhältnis zum Zentrale-Orte-System Rheinland-Pfalz

Die Stadt ist hinsichtlich der Nahversorgungsstruktur gut aufgestellt. Als ausgewiesenes Mittelzentrum erfüllt die Stadt Bad Dürkheim als Sitz der Kreisverwaltung ihre in diesem Umfang zugeschriebenen Aufgaben, hält allerdings hinsichtlich der Versorgung mit Waren des mittelfristigen Bedarfs keine umfangreichen Angebote in allen Warengruppen vor.

Eine besondere Bedeutung kommt der Stadt als einer der größten Kurstädte in Rheinland-Pfalz sowie als bedeutender Fremdenverkehrsort zu.

In Bezug auf die soziale und bildungsspezifische Infrastruktur ist die Stadt Bad Dürkheim gut ausgestattet. Es gibt neun Kindertagesstätten (davon zwei als kirchliche Einrichtungen) sowie fünf Grundschulen, drei Horteinrichtungen und zwei weiterführende Schulen (Realschule plus und Gymnasium). Darüber hinaus gibt es eine berufsbildende Schule, zwei Förderschulen und eine Volkshochschule.

Die vorhandene medizinische Versorgung aus den verschiedenen Fachbereichen bietet eine umfangreiche Versorgungsstruktur. Insgesamt befinden sich im Stadtgebiet vier Apotheken, zahlreiche praktizierende Ärztinnen und Ärzte, Praxen für Krankengymnastik und Physiotherapie, Hebammenpraxen, häuslicher Pflegedienst, ein Krankenhaus sowie fünf Kliniken, zahlreiche Augenoptiker, Sanitätshäuser und diverse Angebote für Senioren.

Auch besteht ein umfangreiches Angebot vereins-kultureller Art. In der Stadt sind eine Vielzahl von Sport, Musik- und Kulturvereinen sowie zahlreiche Fördervereine vertreten. Ergänzt wird das Angebot durch weitere Freizeitangebote (Minigolf, Reiten, Schwimmbad etc.).

Die Stadt Bad Dürkheim verfügt darüber hinaus über eine gute Vernetzung der Stadtteile untereinander und eine zentral auf den Verwaltungssitz des Landkreises ausgerichtete Verkehrslenkung mit einer guten Anbindung an überregionale Ziele wie Ludwigshafen, Mannheim, Worms und Speyer über die nördlich und südlich verlaufenden Autobahnen A 6 und A 65 oder die westlich führende A 61. Neben den Bundesstraßen B 37 und B 271, welche überörtliche eine gute Erreichbarkeit gewährleisten, ist auch die lokale Vernetzung über die Kreis- und Landesstraßen als gut zu bewerten.

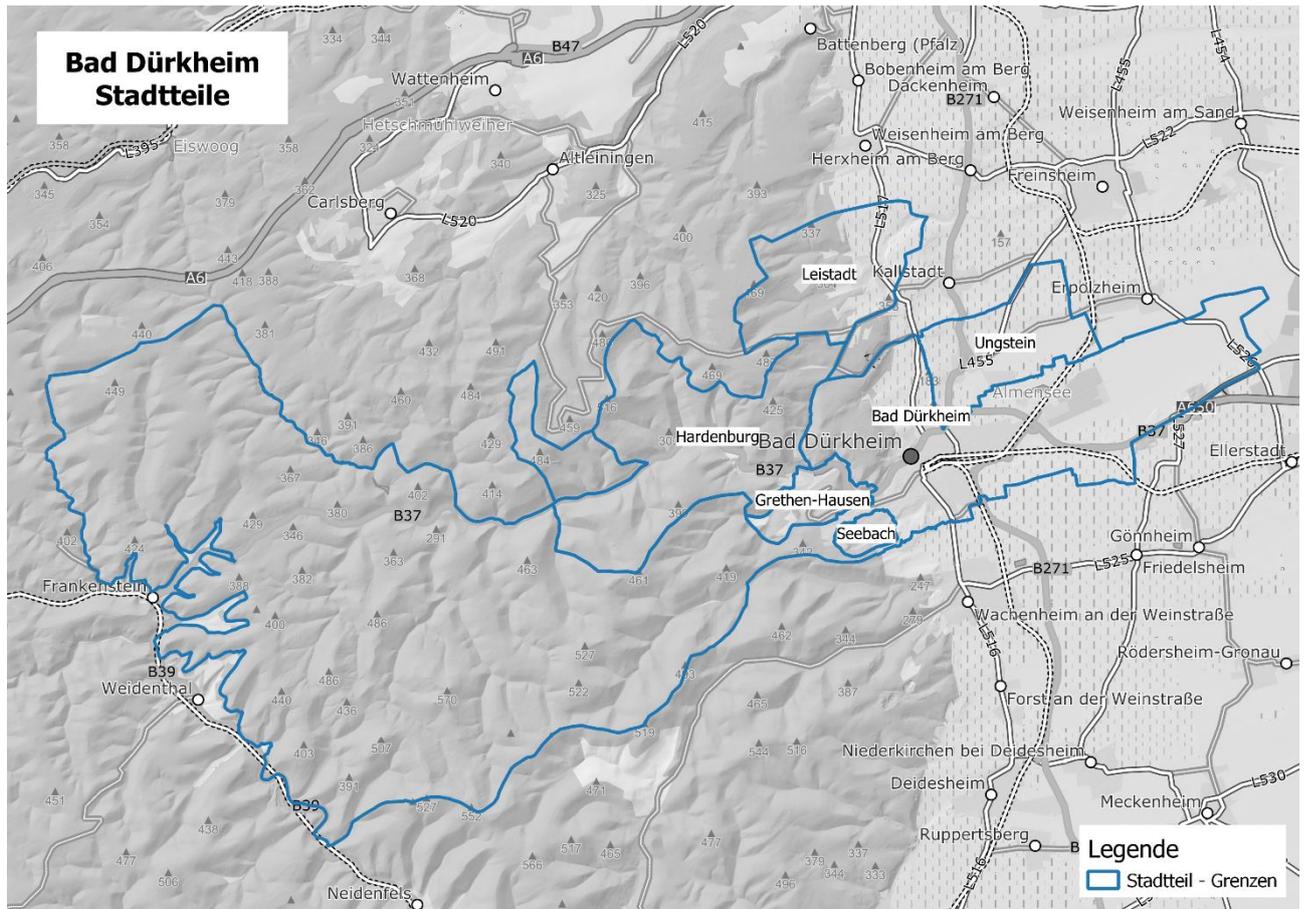


Abbildung 10: Grenzen der Stadtteile von Bad Dürkheim (Quelle: Karte RP © GeoBasis-DE / LVerGeoRP 2021 / Grenzen: geoportal.de 27.09.21)

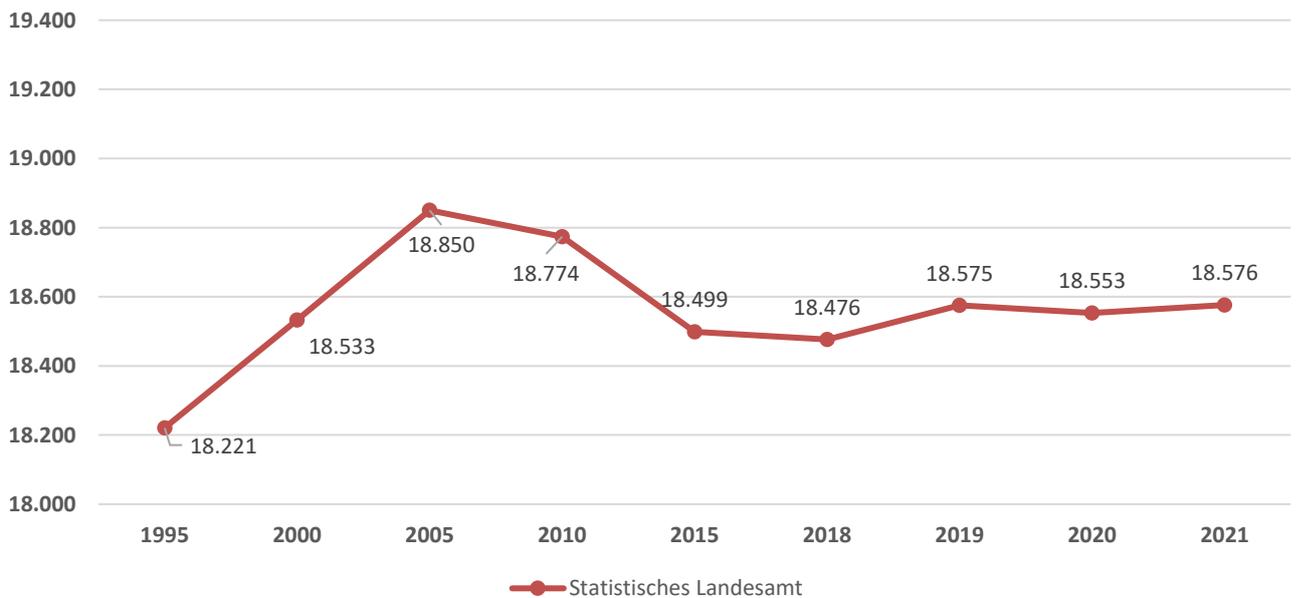


Abbildung 11: Bevölkerungsentwicklung: Kreisstadt Bad Dürkheim (Verbandsfreie Gemeinde) (Quelle: Statistisches Landesamt, Zugriff 10/2021 | eigene Darstellung)

In den Erhebungen des statistischen Landesamtes zur Bevölkerungsentwicklung der Stadt Bad Dürkheim ist von 1995 bis 2005 ein Anstieg der Bevölkerungszahlen zu verzeichnen. Zwischen 2005 und 2018 ist wiederum ein negativer Trend in der Bevölkerungsentwicklung zu erkennen. Der recht starke Sprung der Einwohnerzahlen zwischen 2010 und 2015 ist jedoch dadurch zu erklären, dass die Zahlen der Stadt Bad Dürkheim im Jahr 2011 auf Basis des Zensus 2011 generell nach unten korrigiert wurden. Seit dieser Anpassung bewegt sich die Einwohnerzahl in etwa auf gleichbleibendem Niveau. (vgl. Abb.11)

Einem Einwohnerverlust innerhalb der Stadt sollte durch eine stete Attraktivierung auch hinsichtlich der Versorgungsstruktur innerhalb der Stadt entgegengewirkt werden. Eine positive Bevölkerungsentwicklung gilt es zu fördern. Ein starker Auftritt der Stadt Bad Dürkheim und ein weiterer Ausbau der versorgungsstrukturellen Bereiche kann für die Stadt Bad Dürkheim als Mittelzentrum nur sinnvoll sein und muss unterstützt werden.

Unter Berücksichtigung der zuvor genannten und weiteren Faktoren nimmt der Kreis insbesondere über die gute Ausstattung Bad Dürkheims als Verwaltungssitz bereits heute eine breitgefächerte Funktion wahr, die bei der Konzeption zur weiteren Entwicklung Berücksichtigung finden muss. Daher sind die Entwicklungsabsichten der Stadt Bad Dürkheim unterstützenswert.

4 ANGEBOTSSITUATION DES EINZELHANDELS

4.1 Allgemeine Angebotssituation

Zur Erstellung des vorliegenden Konzeptes wurde im September 2018 im Gebiet der Stadt Bad Dürkheim eine detaillierte Bestandsaufnahme der Einzelhandelsituation durchgeführt. Hierbei wurde der gesamte Untersuchungsbereich durch eine Begehung aufgenommen. Aufgrund eines erhöhten Abstimmungsbedarfs hat sich die Ausarbeitung des Einzelhandelskonzeptes verzögert. Deshalb wurde der Einzelhandelsbestand im Jahr 2022 nochmals durch die Stadtverwaltung geprüft. Die Stadtverwaltung Bad Dürkheim kommt nach ausführlicher Überprüfung des Einzelhandelsbestands im Juni 2022 zu dem Schluss, dass der aktuelle Bestand der Einzelhandelsbetriebe sich nur unwesentlich vom Bestand des Jahres 2018 unterscheidet. Darüber hinaus wurde aus einer Datenauswertung der Einzelhandelsbestand in der Umgebung der Stadt berücksichtigt. Das Konzept stützt sich auf eine Gliederung der angebotenen Waren in Sortimente und Warengruppen. Letztere sind in die folgenden Kategorien eingeteilt:

| Warengruppen | |
|-------------------------------|--|
| Nahrungs- und Genussmittel | Foto / Optik |
| Gesundheits- und Körperpflege | Einrichtungsbedarf |
| Bücher / Schreibwaren | Informationstechnologie |
| Bekleidung | Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten |
| Schuhe / Lederwaren | Unterhaltungselektronik / elektronische Medien |
| Spielwaren / Hobby | Uhren / Schmuck |
| Sport / Camping | Telekommunikation |
| Glas / Porzellan / Keramik | Baumarktspezifische Waren |
| Baby- / Kinderartikel | |

Tabelle 1: Warengruppen als Grundlage für die Einzelhandelsuntersuchung. **Blau:** kurzfristiger Bedarf; **Grün:** mittelfristiger Bedarf; **Rot:** langfristiger Bedarf
(Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung GfK)

Die gewonnenen Daten wurden nach der Festlegung der Einzugsbereiche für dieses Konzept entsprechend angepasst, in die Warengruppen einsortiert und zur Bewertung der Einzelhandelsituation herangezogen. Im Folgenden wird daher unterschieden zwischen den Angeboten

→ im Stadtgebiet (entspricht dem Nahbereich) und

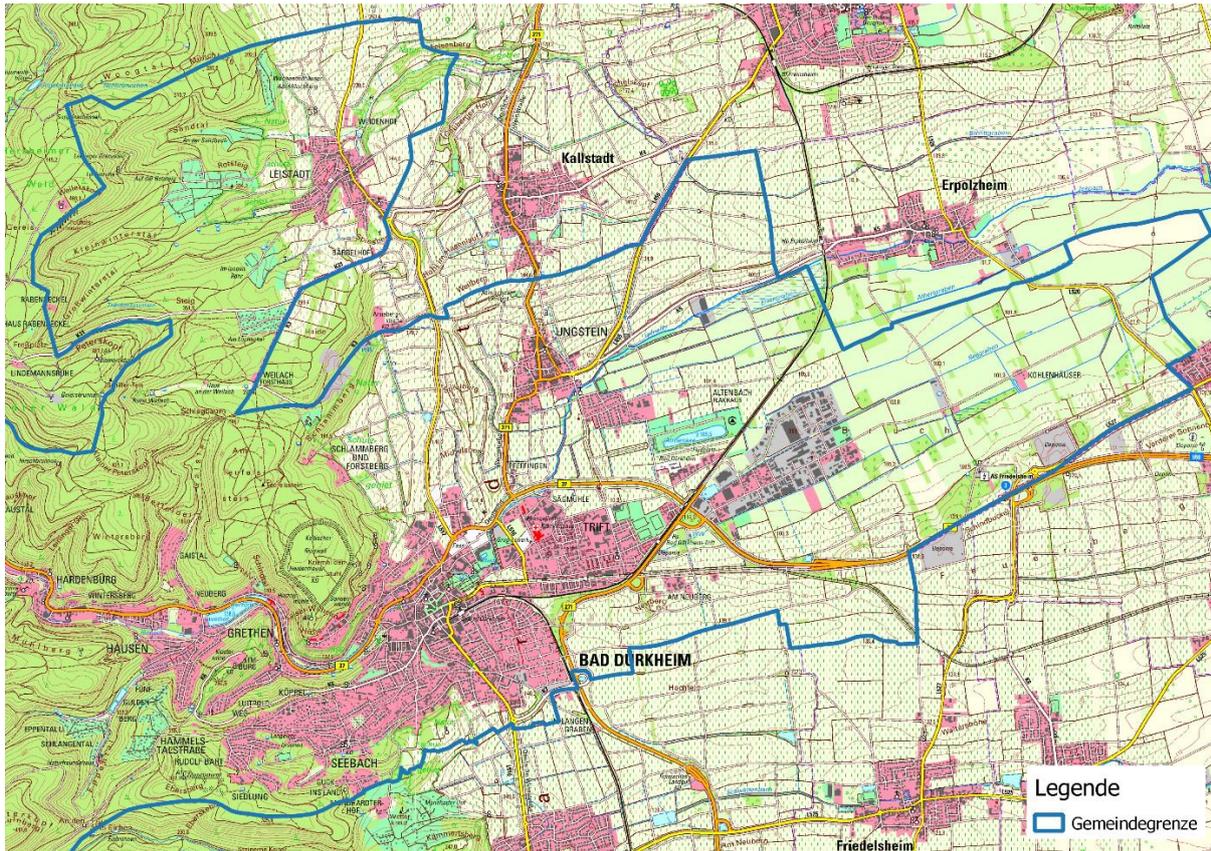


Abbildung 12: Stadtgebiet Bad Dürkheim
(Quelle: TK 25 ©GeoBasis-DE / LVermGeoRP<2019>, dl-de/by-2-0, <http://lvermgeo.rlp.de>, [03/2019])

→ in der Umgebung (Mittelbereich).

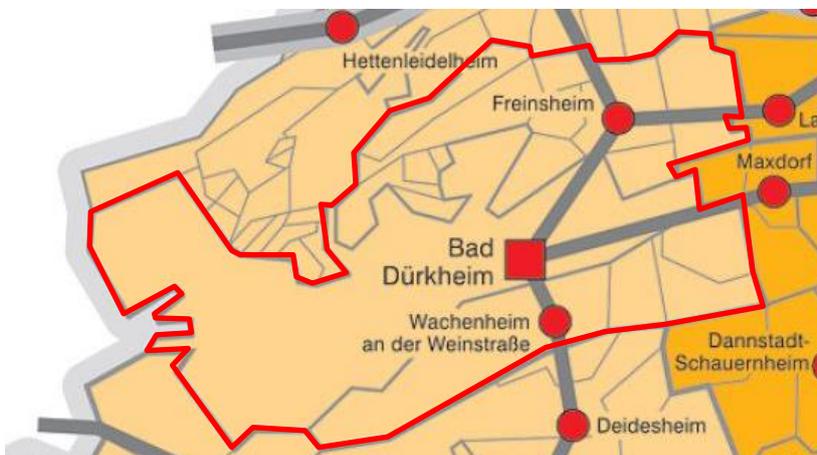


Abbildung 13: Ausschnitt aus der Raumstrukturkarte, Darstellung des Mittelbereichs
(Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar | 2014)

Des Weiteren unterscheidet die Konzeption zwischen den beiden typischen Bedarfsarten, nämlich den Angeboten zur Deckung

- des kurzfristigen Bedarfs (für den Nahbereich) und
- des mittel- bis langfristigen Bedarfs (für die Grundversorgung und im regionalen Kontext).

Die Sortimentsgruppen „Nahrungs- und Genussmittel“ sowie „Gesundheits- und Körperpflege“ sind dabei vollständig dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen. Hinzu kommen einige untergeordnete Einzelsortimente, wie etwa „Blumen“ und „Bücher / Zeitschriften“ aus anderen Warengruppen. Alle übrigen Sortimente gehören zum mittel- bis langfristigen Bedarf.

4.2 Struktur des Einzelhandelsangebotes

4.2.1 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes im Stadtgebiet

Für das Stadtgebiet als Nahbereich gilt die Versorgung mit Gütern des täglichen – also kurzfristigen Bedarfs – als maßgeblich.

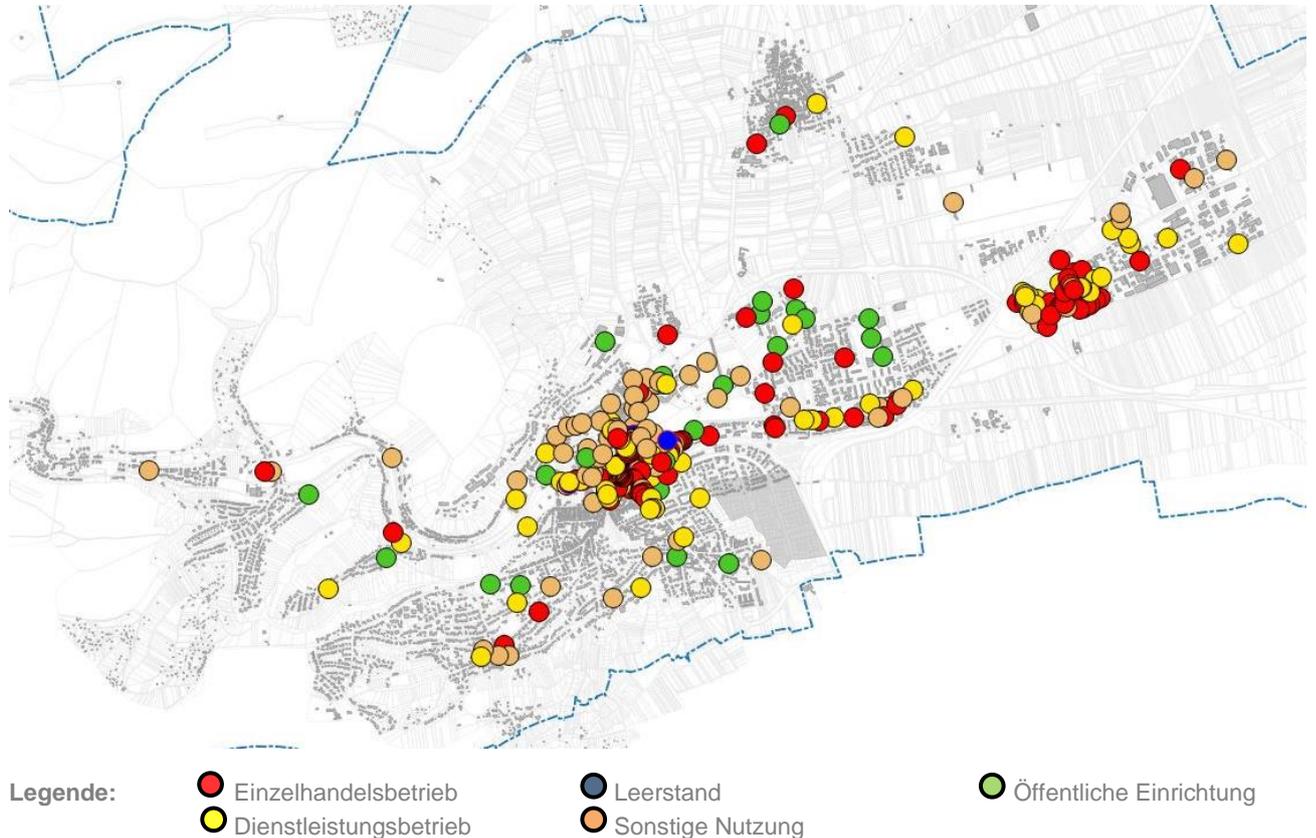


Abbildung 14: Ausschnitt: Bestandskartierung im Stadtgebiet Bad Dürkheim
(Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand November 2018)

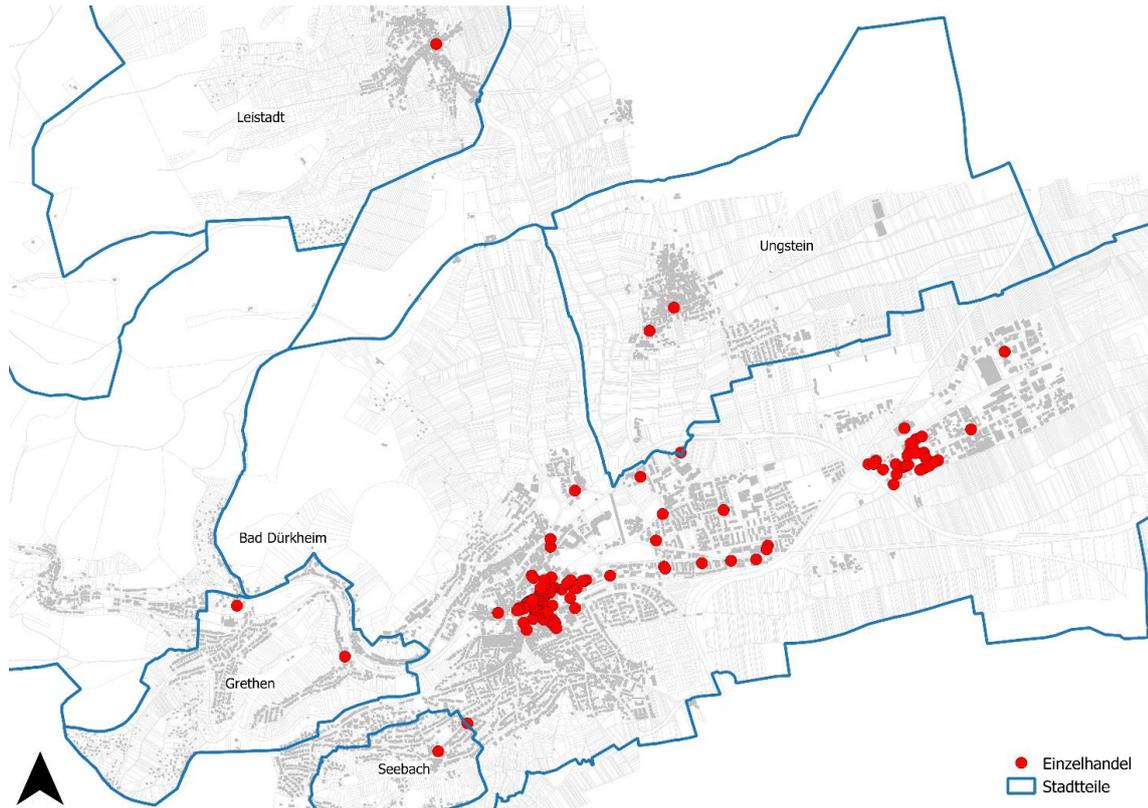


Abbildung 15: Ausschnitt: Bestandskartierung Einzelhandel im Stadtgebiet Bad Dürkheim
 (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand November 2018)

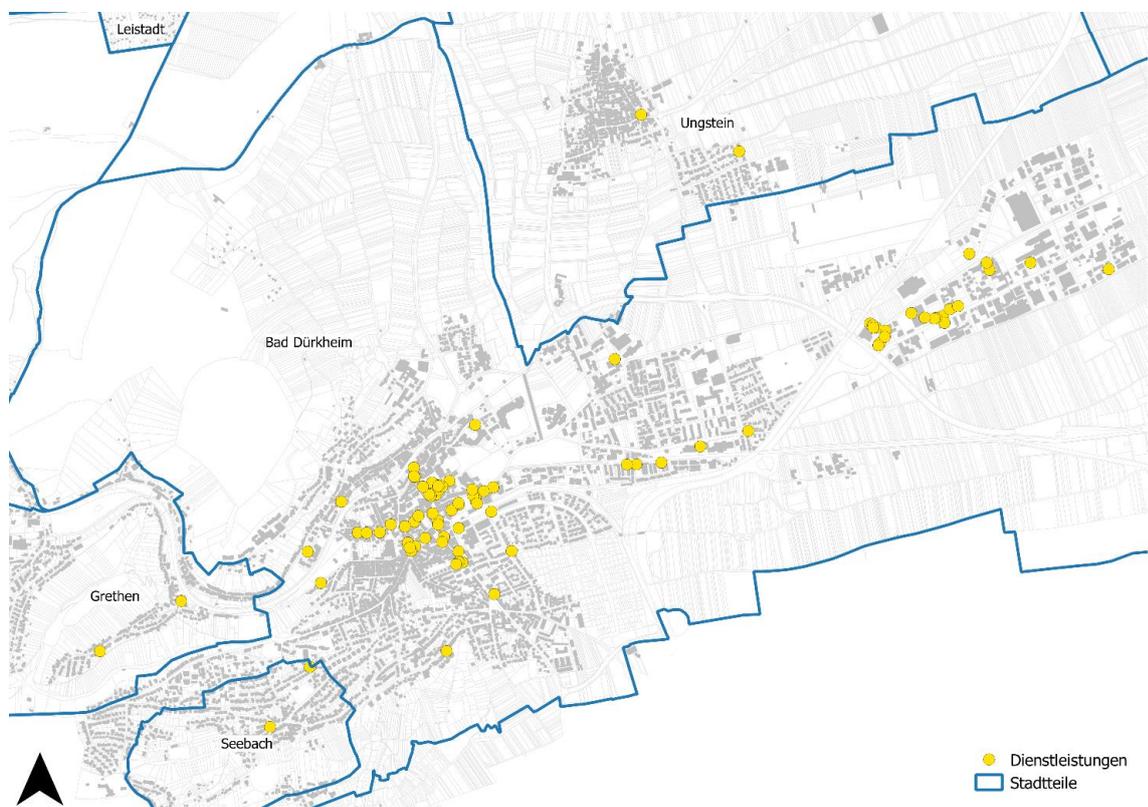


Abbildung 16: Ausschnitt: Bestandskartierung Dienstleistungsbetriebe im Stadtgebiet Bad Dürkheim
 (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand November 2018)

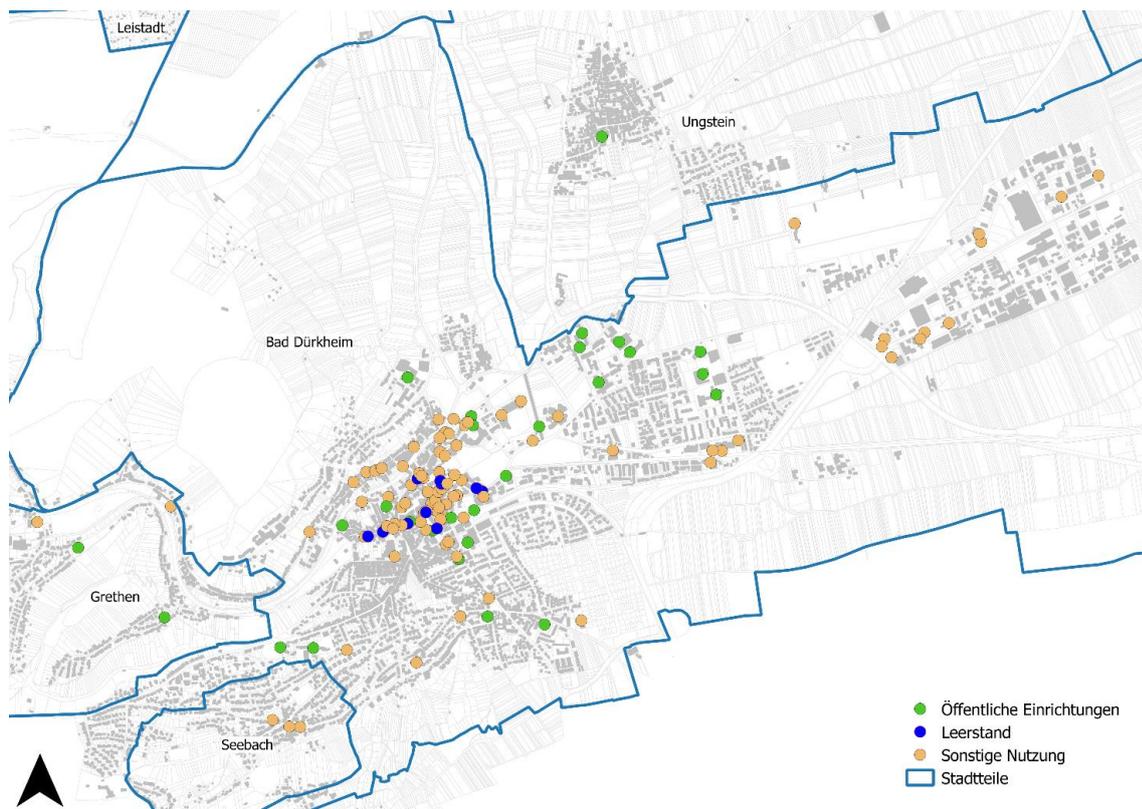


Abbildung 17: Ausschnitt: Bestandskartierung öffentliche Einrichtungen, Leerstand, sonstige Nutzung im Stadtgebiet Bad Dürkheim (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand November 2018)

Die Einzelhandels- wie auch die Dienstleistungsangebote verteilen sich über das Stadtgebiet mit Schwerpunkt in der Bad Dürkheimer Innenstadt und dem östlich der Siedlungsfläche anschließenden Gewerbegebiet Bruch.

Die vorhandenen Dienstleistungsbetriebe, Lokale, Leerstände, öffentliche Einrichtungen und sonstige Einrichtungen wurden ebenfalls kartiert, um zentrumsbildende Strukturen identifizieren zu können.

Unter „Sonstige Nutzungen“ fallen hierbei unter anderem: Gastronomien, Autohandel, Hotels oder kirchliche Einrichtungen.



Legende:

| | | |
|--|--|--|
| ● Einzelhandelsbetrieb | ● Leerstand | ● Öffentliche Einrichtung |
| ● Dienstleistungsbetrieb | ● Sonstige Nutzung | |

Abbildung 18: Ausschnitt: Bestandskartierung Innenstadt
(Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand November 2018)

Die Stadtteile verfügen über ein geringes Angebot an Dienstleistungen und Einzelhandel.

4.2.2 Nahversorgungsrelevantes Einzelhandelsangebot in der Kreisstadt

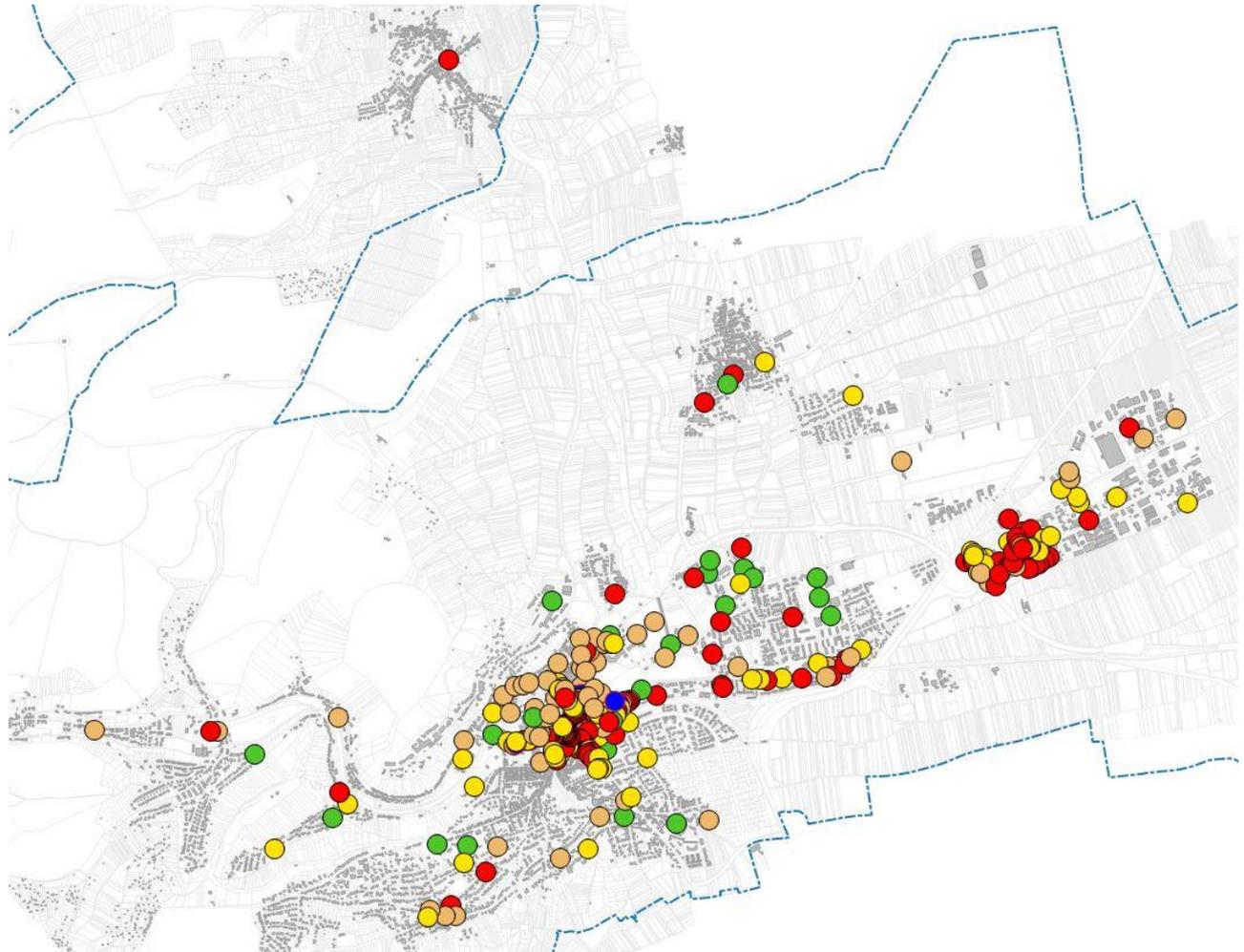
Details zu den ermittelten Nahversorgungsangeboten im Nahbereich sind den folgenden Tabellen zu entnehmen.

Die Angebotssituation im Stadtgebiet für den Bereich der Nahversorgung konzentriert sich auf die Innenstadt, das Gewerbegebiet Bruch sowie vereinzelte Ansiedlungen im übrigen Stadtgebiet. Eine deutliche Agglomeration großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist im östlichen Bereich der Stadt im Gewerbegebiet Bruch (östlich der B 271/37 entlang der Bruchstraße) zu verzeichnen.

Weiterer Einzelhandelsbesatz, ergänzt durch Dienstleistungen und sonstige Nutzungen, zieht sich entlang der Mannheimer Straße in Richtung Innenstadt.

Im Stadtzentrum von Bad Dürkheim dominieren, für Innenstädte typische, kleinflächige Filialisten und inhabergeführte Geschäfte das Angebot. Ergänzt wird auch dieser Standort durch Dienstleistungen und sonstige Nutzungen. Darüber hinaus sind auch einige wenige Leerstände im Stadtzentrum anzutreffen. Diese verteilen sich gleichmäßig über das Innenstadtgebiet.

Zusammenfassend ergibt sich aus den erfassten Daten für Waren des kurzfristigen Bedarfs im Stadtgebiet Bad Dürkheim eine Verkaufsfläche von **12.820 m²**.



Legende:

| | | |
|--|--|--|
| ● Einzelhandelsbetrieb | ● Leerstand | ● Öffentliche Einrichtung |
| ● Dienstleistungsbetrieb | ● Sonstige Nutzung | |

Abbildung 19: Versorgungsstruktur im Stadtgebiet
(Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand November 2018)

4.2.3 Einzelhandelsangebot für Waren des mittelfristigen Bedarfs in der Stadt

Neben der Nahversorgung hat die Stadt Bad Dürkheim einen Versorgungsauftrag für die Bedarfsdeckung mit Waren der mittelfristigen Bedarfe. Daher wurden auch alle anderen Sortimente betrachtet und in der örtlichen Bestandserhebung erfasst. Die vorhandenen Betriebe lassen sich mit den in Tabelle 3 verzeichneten Verkaufsflächensummen den einzelnen Warengruppen dieser Untersuchung zuteilen.

Eine Sicherung des Bestandes und ein Ausbau in einzelnen Bereichen mit regional oder lokal erkennbaren Schwächen sind daher für das Mittelzentrum anzustreben. In Abhängigkeit zu den landesplanerischen Zielen der Einzelhandelsentwicklung sollte diese Entwicklung in Bad Dürkheim

die Grenzwerte des LEP IV einhalten. Die im Zuge dieser Untersuchung ermittelten Bedarfe sind, wenn sich der Ausbau als regional verträglich darstellt und nicht bereits an anderer Stelle durch einen Konkurrenzstandort zur Entwicklung gebracht ist, durch gezielte Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu decken.

| Warengruppen | Verkaufsfläche innerhalb der Stadt Bad Dürkheim in m ² (ca.) |
|--|---|
| Baumarktspezifische Waren | 8.750 |
| Bekleidung | 5.546 |
| Einrichtungsbedarf | 960 |
| Bücher / Schreibwaren | 377 |
| Unterhaltungselektronik / elektronische Medien | 17 |
| Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten | 259 |
| Spielwaren / Hobby | 391 |
| Foto / Optik | 952 |
| Schuhe / Lederwaren | 1.350 |
| Informationstechnologie | 0 |
| Sport / Camping | 215 |
| Glas / Porzellan / Keramik | 291 |
| Uhren / Schmuck | 248 |
| Telekommunikation | 160 |
| Baby- / Kinderartikel | 304 |
| Summe | 19.820 |

Tabelle 2: Verkaufsflächen für Waren des mittelfristigen Bedarfs in der Stadt Bad Dürkheim
(Quelle: eigene Erhebung)

Der Einzelhandelsschwerpunkt bildet eindeutig die Innenstadt von Bad Dürkheim. In den Stadtteilen finden sich vereinzelt Einzelhandelsbetriebe. Dies sind meist ausschließlich den Stadtteilen dienende kleine, den notwendigsten Bedarf deckende, also nahversorgungsrelevante Betriebe. Waren des mittelfristigen Bedarfs finden sich ausschließlich in der Bad Dürkheimer Innenstadt sowie im Gewerbegebiet Bruch. Stark vertreten sind hierbei Baumarktspezifische Waren, Bekleidung sowie Schuhe und Lederwaren. Schwächen finden sich hingegen in den Bereichen der Elektronik wie z.B. Unterhaltungselektronik / elektronische Medien oder Informationstechnologie. Eine detaillierte Aufstellung aller in der Kreisstadt Bad Dürkheim erfassten Einzelhandelsbetriebe ist dem Anhang zu entnehmen.

Zusammenfassend ergibt sich aus den vorangestellten Daten eine Verkaufsfläche für Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs mit Bedeutung für den gesamten Mittelbereich von **19.820 m²**.

4.2.4 Einzelhandelsangebot in der Umgebung

Der Standort Bad Dürkheim ist stets in der Konkurrenz zu seinen umgebenden Handelsstandorten zu sehen. Grafisch aufbereitet ergibt sich die folgende Lage im Hinblick auf die Konkurrenzsituation durch das Aufzeigen einzelner raumbedeutsamer Angebote, die geeignet sind in ihrer Branche eine Magnetwirkung auszulösen. Hier stehen insbesondere die Branchen im Vordergrund, deren Angebot in Bad Dürkheim kaum oder nur in sehr geringem Maße vorhanden ist, wie z.B.: Elektronik, Sport / Camping oder Einrichtungsbedarf.

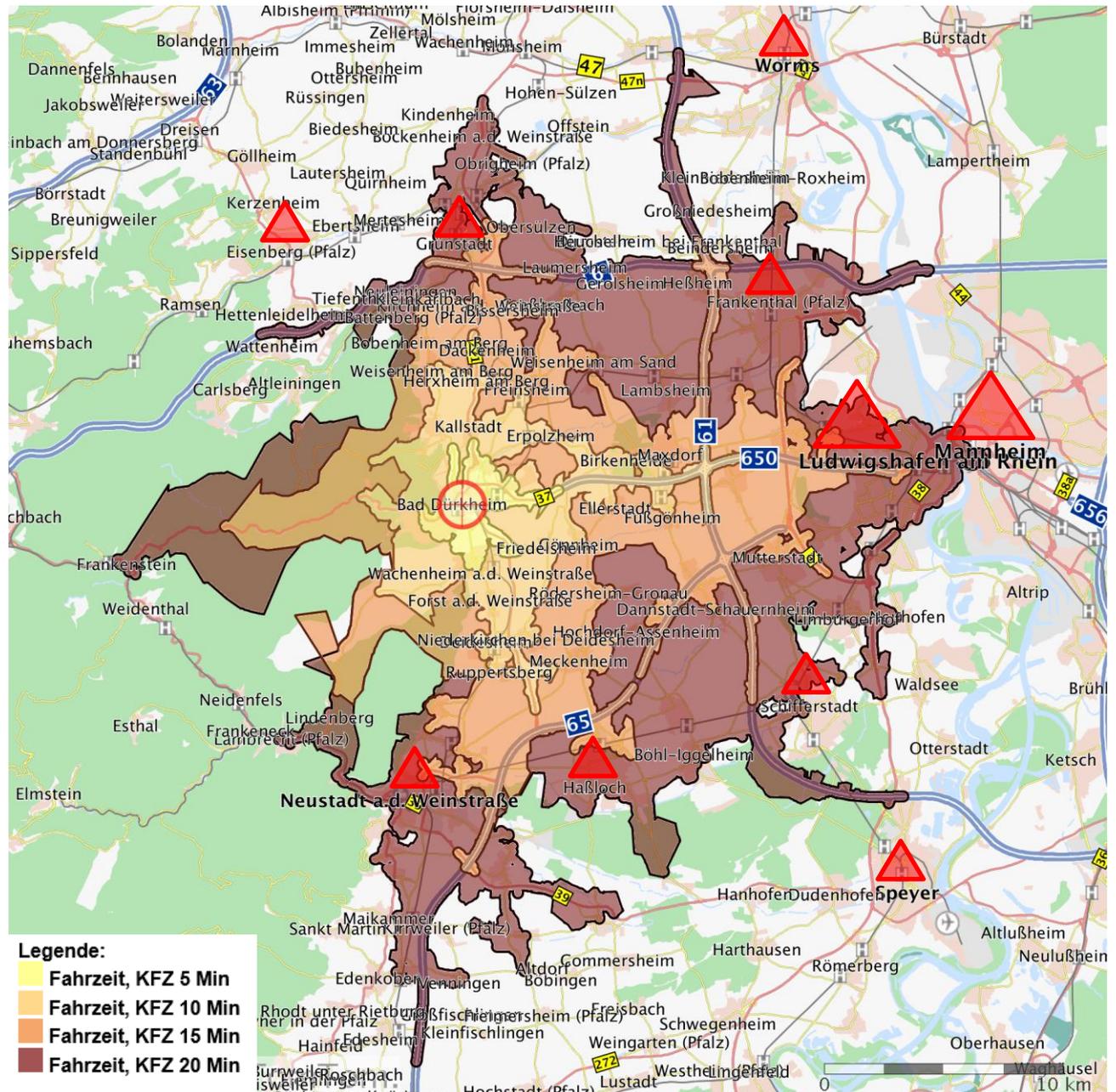


Abbildung 20: Raumbedeutsames Einzelhandelsangebot um die Kreisstadt Bad Dürkheim zur Darstellung vorläufig erkennbarer Konkurrenzstandorte. ▲ : Standorte mit Magnetwirkung (Quelle: Potenzialanalyse | on-geo AG | 22.10.2018)

4.3 Fazit der Angebotsanalyse

Aufgrund der vorliegenden Informationen kann aktuell davon ausgegangen werden, dass in der Kreisstadt Bad Dürkheim alle wesentlichen Sortimente vorhanden sind, aber im Einzugsbereich des Mittelzentrums nur eine maximal als befriedigend zu bezeichnende Versorgung gegeben ist, insbesondere im Bereich der Elektronik. Aber auch die Bereiche Sport / Camping; Uhren / Schmuck; Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten sowie Glas / Porzellan / Keramik sind noch ausbaufähig. Der Schwerpunkt der Versorgung liegt im Innenstadtbereich. Hier zwar mit vielen, aber eher kleineren Geschäften, die dementsprechend nur ein eingeschränktes Sortiment bieten können, aber durch ihre zentrale Lage für die Bewohner der Innenstadt auch fußläufig zu erreichen sind. Der Schwerpunkt für den großflächigen Einzelhandel hingegen liegt im Gewerbegebiet Bruch. In diesem sind eine Vielzahl größerer Betriebe für die kurz- und mittelfristige Versorgung anzutreffen. Eine wohnortnahe Versorgung für die notwendigsten Bedarfe ist aber trotzdem nur in einigen Stadtteilen gegeben.

Im weiteren Konzeptverlauf sind zum einen der Ausbau des Angebotes und zum anderen der Schutz des Bestandes, vor allem in den Stadtteilen, daher als wichtiges Ziel zu verstehen.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass die vorhandenen Angebote Lücken in nahezu sämtlichen Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs aufweisen. Zu berücksichtigen ist, dass vereinzelt Angebotslücken über Aktionswaren und Sonderangebote einzelner Händler sowie der Discounter abgedeckt werden können. Hierunter ist aber nicht eine flächendeckende für den Mittelbereich ausreichende Versorgung zu verstehen. Die Kreisstadt Bad Dürkheim kann demnach ein gewisses Entwicklungspotenzial für sich behaupten und ihr Zentrenkonzept entsprechend ausgestalten.

In der folgenden Tabelle sind die Anzahl der verschiedenen Einzelhandelsbetriebe für ein bestimmtes Sortiment, sowie deren Verkaufsfläche aufgelistet. Hierbei wurden pro Sortiment auch jeweils diejenigen Einzelhandelsbetriebe gezählt, die nur einen Anteil einer bestimmten Warengruppe in ihrem Sortiment führen. Die Verkaufsfläche wurde dabei nur anteilig, bezogen auf die tatsächliche Verkaufsfläche für das jeweilige Sortiment, einbezogen.

| Sortiment | Verkaufsfläche in m ² | Anzahl der Einzelhandelsbetriebe |
|--|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 11.545 | 24 |
| Gesundheits- und Körperpflege | 1090 | 7 |
| Baumarktspezifische Waren | 8.750 | 7 |
| Bekleidung | 5.546 | 38 |
| Einrichtungsbedarf | 960 | 13 |
| Bücher / Schreibwaren | 377 | 8 |
| Unterhaltungselektronik und elektronische Medien | 17 | 1 |
| Elektrohaushaltsgeräte und Leuchten | 259 | 7 |
| Spielwaren / Hobbys | 391 | 9 |
| Foto / Optik | 952 | 13 |

| | | |
|-------------------------|-------|----|
| Schuhe / Lederwaren | 1.350 | 5 |
| Sport / Camping | 215 | 3 |
| Informationstechnologie | 0 | 0 |
| Glas-Porzellan-Keramik | 291 | 9 |
| Uhren / Schmuck | 248 | 10 |
| Telekommunikation | 160 | 4 |
| Baby- / Kinderartikel | 304 | 5 |

Tabelle 3: Anzahl der Einzelhandelsbetriebe pro Sortiment im Stadtgebiet Bad Dürkheim
(Quelle: Eigene Erhebung)

5 NACHFRAGESITUATION DES EINZELHANDELS

5.1 Allgemeines

Die Darstellung der Nachfragesituation resultiert aus der gemeinsamen Betrachtung des Einzugsbereichs sowie statistisch ermittelten Werten zur Kaufkraft, in Verbindung mit den Berechnungsergebnissen zu Umsatz und Angebot der Einzelhandelsbetriebe im regionalplanerischen Einzugsbereich, hier der Stadt Bad Dürkheim. Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial wird aus Einwohnerzahl und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft ermittelt. Hierzu wird, basierend auf dem durchschnittlichen Einkommen, der Kaufkraftindex berechnet, welcher im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt die Kaufkraft für einzelne Warengruppen in Bad Dürkheim angibt.

Die Kaufkraftbindung (in % bzw. Mio. € Umsatz) beschreibt den Teil des Nachfrage- bzw. Kaufkraftpotenzials in einer Stadt und ihrem Einzugsbereich, der zum Untersuchungszeitpunkt tatsächlich dort gebunden wird. Die Berechnung erfolgt branchenspezifisch oder aggregiert. Basis ist dabei der tatsächlich erzielte Umsatz einer Branche dividiert durch das Nachfragepotenzial derselben Branche. Dabei ist es auch möglich, die Kaufkraftbindung für einen räumlich abgegrenzten Bereich zu ermitteln.

Die Kaufkraftbindung, bzw. der Kaufkraftzufluss und -abfluss, bieten neben dem Zentralitätswert einen weiteren Ansatz um einen Einkaufsstandort – hier Bad Dürkheim – im Hinblick auf seine Leistungsfähigkeit zu beurteilen. Für die Ermittlung der aktuellen vor Ort getätigten Umsätze werden zunächst die vorhandenen Verkaufsflächen pro Warengruppe sowie die bundesdurchschnittlichen Umsatzkennwerte (Flächenproduktivitäten je m²) herangezogen. Die durchschnittliche Flächenproduktivität wird dann für verschiedene Sortimente unter Berücksichtigung der tatsächlichen Angebotsstrukturen im Einzugsbereich sowie mit Hilfe regionalspezifischer Korrekturwerte (z.B. der Kaufkraftkennziffer) konkretisiert und zudem mit teilweise vorliegenden Angaben aus den ansässigen Betrieben verglichen und verifiziert.

Zur allgemeinen Bewertung des Einzelhandelsstandortes wird die Einzelhandelszentralität ermittelt. Diese errechnet sich aus den vor Ort erzielten Umsätzen und der zu erwartenden Kaufkraft der Bevölkerung am Bezugsort. Bei Bedarf kann dabei zwischen der Zentralität des Einzugsbereichs insgesamt und der Zentralität des Kernstandortes sowie einzelner Stadtteile oder Ortsgemeinden unterschieden werden.

5.2 Kaufkraftpotenzial

In der Bundesrepublik Deutschland liegt 2021 die einzelhandelsrelevante Kaufkraft einer Person bei durchschnittlich 6.467 € pro Jahr²⁷. Für die Stadt Bad Dürkheim gilt aufgrund der regionalspezifischen Einkommenssituation ein Kaufkraftindex von 108,8 %²⁸. Hieraus ergibt sich eine Kaufkraft von 7.036 € pro Person und Jahr für die Kreisstadt Bad Dürkheim. Hiervon sind ~3.943 € für die Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs anzusetzen. Die übrigen ~3.093 € pro Person und Jahr sind im zugeordneten Nahbereich für die mittel- bis langfristigen Warengruppen anzusetzen. Zur Ermittlung der tatsächlichen Kaufkraftbindung in den Warengruppen wird die

²⁷ vgl.: GfK Einzelhandelskaufkraft Deutschland 2021.

²⁸ vgl.: IHK Pfalz MB-Research Marktdaten, Deutschland 2021.

gesamte Kaufkraft für mittel- bis langfristige Sortimente im Mittelbereich in Ansatz gebracht. Diese Angaben werden im Folgenden den Berechnungen zu Grunde gelegt.

| Warengruppe | Kaufkraft in €* in € | Kaufkraft-index in % | Kaufkraft in der Stadt Bad Dürkheim in € | Kaufkraft im Mittelbereich in € |
|--|-------------------------|----------------------|--|---------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 2877 | 108,8 | 58.067.696 | - |
| Gesundheits- und Körperpflege | 501 | 108,8 | 10.111.605 | - |
| Bücher / Schreibwaren | 246 | 108,8 | 4.968.096 | 6.826.747 |
| Baby-/ Kinderartikel | 17 | 108,8 | 344.973 | 474.033 |
| Bekleidung | 351 | 108,8 | 7.075.277 | 9.722.261 |
| Glas / Porzellan / Keramik | 111 | 108,8 | 2.235.159 | 3.071.370 |
| Sport / Camping | 147 | 108,8 | 2.971.733 | 4.083.511 |
| Spielwaren / Hobbys | 128 | 108,8 | 2.585.380 | 3.552.615 |
| Schuhe / Lederwaren | 80 | 108,8 | 1.623.331 | 2.230.647 |
| Foto / Optik | 104 | 108,8 | 2.095.272 | 2.879.150 |
| Informationstechnologie | 125 | 108,8 | 2.528.658 | 3.474.673 |
| Unterhaltungselektronik und elektronische Medien | 173 | 108,8 | 3.492.120 | 4.798.583 |
| Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten | 257 | 108,8 | 5.186.908 | 7.127.421 |
| Uhren / Schmuck | 69 | 108,8 | 1.391.196 | 1.911.667 |
| Telekommunikation | 65 | 108,8 | 1.314.894 | 1.806.819 |
| Einrichtungsbedarf | 506 | 108,8 | 10.216.772 | 14.039.044 |
| Baumarktspezifische Waren | 710 | 108,8 | 14.335.455 | 19.698.598 |
| | | | 130.544.524 | 85.697.139 |
| | | | 216.241.663 | |

Tabelle 4: Kaufkraft im Einzugsbereich der Kreisstadt Bad Dürkheim.
Im Rahmen: Nahversorgungsrelevante Sortimente; **Blau:** kurzfristiger Bedarf; **Grün:** mittelfristiger Bedarf; **Rot:** langfristiger Bedarf
 (Quelle: eigene Berechnung)

Für die Stadt Bad Dürkheim ergibt sich somit ein Kaufkraftpotenzial von ca. 68,2 Mio. € für die Nahversorgung und ca. 148 Mio. € für die Versorgung mit Gütern des mittel- bis langfristigen Bedarfs in der Stadt und im Mittelbereich. Eine entsprechende Versorgung in diesem Umfang steht Bad Dürkheim hinsichtlich der Nahversorgung, um das Potenzial am Ort zu halten und eine adäquate Versorgung der eigenen Bevölkerung sicherzustellen, zu. Für den weiteren Bedarf steht der Stadt als Mittelzentrum ebenfalls ein Teil der vorhandenen Kaufkraft zu.

Insgesamt ergibt sich ein **Kaufkraftpotenzial** von rd. **216,2 Mio. €**.

5.3 Kaufkraftbindung

Zur Ermittlung der Bindung der festgestellten Kaufkraft werden die Verkaufsflächen der erhobenen Einzelhandelsbetriebe herangezogen. Hierbei wird auf die sogenannte Flächenproduktivität zurückgegriffen, die den Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche angibt. Diese wurde auf Basis vorliegender Daten anhand einer Mittelwertanalyse für die einzelnen Warengruppen bestimmt.²⁹ Aus den

²⁹ Die Mittelwertanalyse basiert auf Erfahrungswerten, verschiedenen konkreten Umsatzangaben der Betriebe und Filialisten und branchenspezifischen Angaben der IHK Pfalz 2021.

gewonnenen Zahlen wird der Umsatz für jede Warengruppe im gesamten Einzugsbereich errechnet. Dieser lässt sich – bezogen auf die vorhandene Kaufkraft – in eine Kaufkraftbindungsquote umrechnen, welche einzeln betrachtet erste Rückschlüsse auf die Versorgungssituation je Warengruppe und in der Gesamtbetrachtung darauf aufbauend Aussagen über die tatsächliche Versorgungssituation sowie die weiteren Potenziale von Bad Dürkheim ermöglichen.

| Warengruppe | Kaufkraft im Einzugsbereich in Mio. € | Umsatz nach Flächenproduktivität in Mio. € | Kaufkraftbindungsquote in % |
|--|---------------------------------------|--|-----------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 58,07 | 47,13 | 81,2 |
| Gesundheits- und Körperpflege | 10,11 | 8,02 | 79,3 |
| Bücher / Schreibwaren | 11,79 | 2,86 | 24,2 |
| Bekleidung | 16,80 | 15,81 | 94,1 |
| Glas / Porzellan / Keramik | 5,31 | 0,42 | 8,0 |
| Baby-/ Kinderartikel | 0,82 | 0,61 | 74,2 |
| Sport / Camping | 7,06 | 0,71 | 10,1 |
| Schuhe / Lederwaren | 3,85 | 3,51 | 91,1 |
| Spielwaren / Hobbys | 6,14 | 1,06 | 17,2 |
| Foto / Optik | 4,97 | 3,04 | 61,2 |
| Baumarktspezifische Waren | 34,03 | 12,76 | 37,5 |
| Informationstechnologie | 6,00 | 0,00 | 0,0 |
| Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten | 10,69 | 0,65 | 6,1 |
| Unterhaltungselektronik und elektronische Medien | 8,61 | 0,06 | 0,7 |
| Uhren / Schmuck | 3,30 | 1,29 | 39,0 |
| Telekommunikation | 3,12 | 0,40 | 12,8 |
| Einrichtungsbedarf | 24,26 | 2,48 | 10,2 |
| Summe | 216,24 | 100,80 | |

Tabelle 5: Kaufkraftbindung im Einzugsbereich. Im Rahmen: Nahversorgungsrelevante Sortimente; Blau: kurzfristiger Bedarf; Grün: mittelfristiger Bedarf; Rot: langfristiger Bedarf
(Quelle: eigene Berechnungen)

Die Bindungsquote in der Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel, die maßgeblich die Nahversorgung betrifft, liegt bei 81,2 % und damit sehr nahe am deutschen Durchschnitt von 82 %³⁰. Die zweite Gruppe der Nahversorgung, Gesundheits- und Körperpflege, weist eine Kaufkraftbindungsquote von 79,3 % auf und signalisiert damit eine leichte Abwanderung der Kaufkraft. Nach den obigen Zahlen ist davon auszugehen, dass im Bereich der mittelfristigen Sortimente und Warengruppen eine starke Abwanderung der Kaufkraft aus dem Einzugsbereich in umliegende Zentren erfolgt. Insbesondere die Warengruppen Einrichtungsbedarf; Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten; Sport / Camping; Glas / Porzellan / Keramik und Unterhaltungselektronik sind hiervon betroffen. Es ist davon auszugehen, dass diese Kaufkraft von den nahegelegenen Mittel- und Oberzentren gebunden wird. Bad Dürkheim kommt demnach nicht vollumfänglich seinem Versorgungsauftrag als Mittelzentrum gemäß dem zentralörtlichen System nach.

³⁰ IHK Karlsruhe: Einzelhandelszentralität 2022 im IHK-Bezirk Karlsruhe

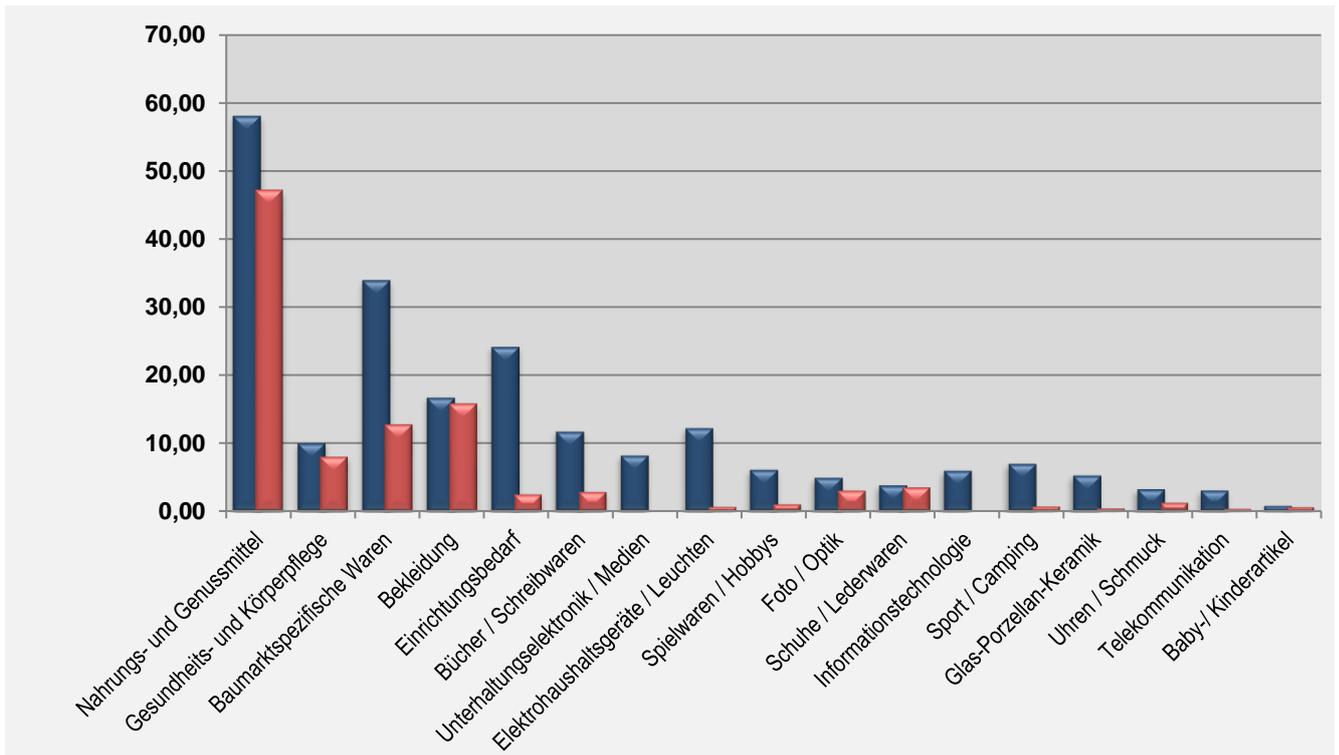


Abbildung 21: Kaufkraft (blau) und Umsätze (rot) in der Stadt Bad Dürkheim in Mio. €
(Quelle: eigene Darstellung)

Diese Berechnungsergebnisse zeigen, dass die Stadt Bad Dürkheim ihren Versorgungsauftrag in Bezug auf die Nahversorgung nur annähernd ausfüllt. Im Bereich der mittel- und langfristigen Waren ist bei einigen Sortimenten noch ein deutlicher Entwicklungsspielraum in den Zahlen zu erkennen. In den übrigen Warengruppen, Unterhaltungselektronik / Medien; Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten; Informationstechnologie; Glas / Porzellan / Keramik; Telekomunikation und Sport / Camping herrscht für ein Mittelzentrum eine eindeutige Unterversorgung vor.

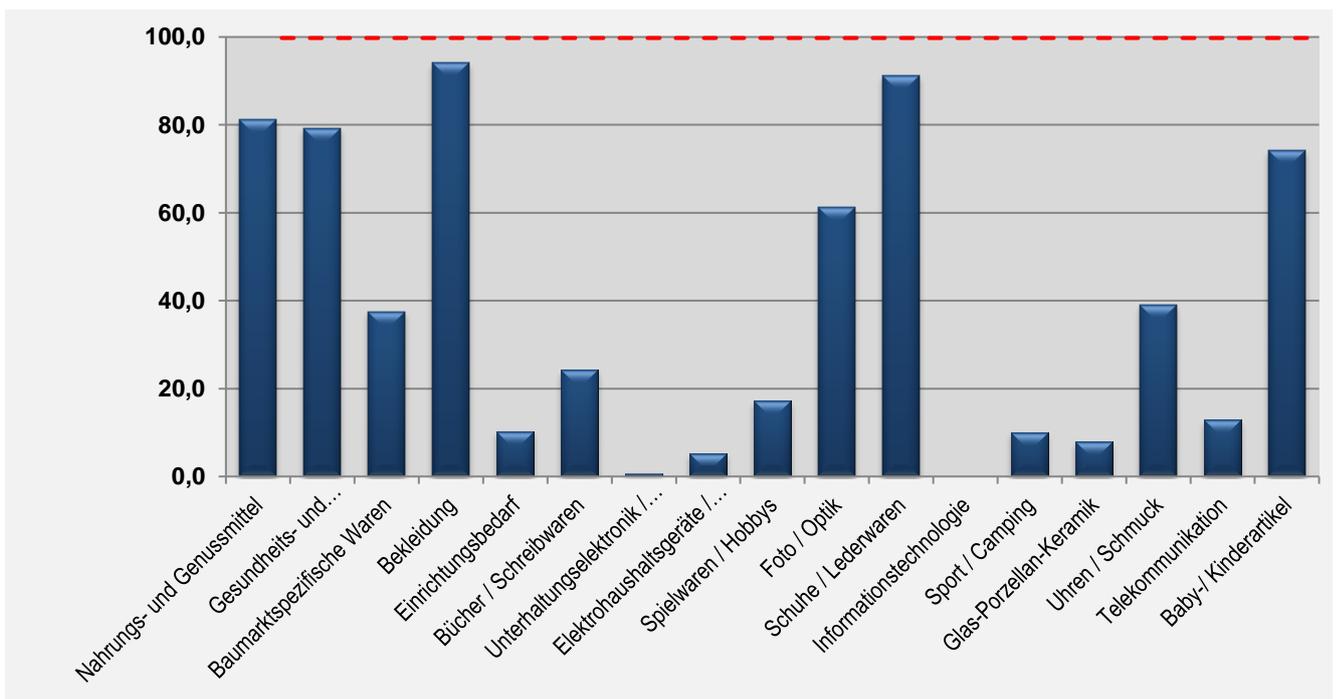


Abbildung 22: Bindungsquoten in %
(Quelle: eigene Darstellung)

Es muss allerdings gesagt werden, dass ein Teil dieser Unterversorgung der Größe Bad Dürkheims geschuldet ist. Durch seine Lage als Mittelzentrum bietet es eine zu geringe Attraktivität um Firmen mit großem Flächenbedarf wie z.B. große Einrichtungshäuser oder Elektronikmärkte anzuziehen.

Dennoch ist nicht ausgeschlossen, dass das Ansiedeln neuer großflächiger Einzelhandelsbetriebe dazu führt, die Kaufkraft aus anderen Regionen zu binden. Auch kann nicht garantiert werden, dass die Kaufkraft durch die Etablierung jener Betriebe zu 100 % an den Standort Bad Dürkheim gebunden wird.

Änderungen durch interne Umbaumaßnahmen, andere Gewichtungen innerhalb der angebotenen Waren, die Einrichtung von kurzfristigen Aktionsflächen u.Ä. müssen dagegen unberücksichtigt bleiben und bedingen eine gewisse Unschärfe. Diese fällt jedoch – bezogen auf den gesamten Einzugsbereich und alle hier vertretenen Betriebe – voraussichtlich nicht ins Gewicht.

Es gilt zudem zu bedenken, dass die hier errechnete Flächenproduktivität nur eine Annäherung an die Realität bilden kann. Abweichungen können vor allem bei unterschiedlichen Größen der Läden auftreten. Zudem spielt hier auch die jeweilige Branche des Ladens eine Rolle.

Es zeigt sich, dass das Angebot im Einzugsbereich im Stadtgebiet Bad Dürkheim gebündelt ist. Hierbei ist wesentlich, dass sich der Großteil der Angebote im Bereich des großflächigen Einzelhandels auf das Gewerbegebiet Bruch bezieht. Die Innenstadt bildet zwar einen weiteren Einzelhandelsschwerpunkt, jedoch sind hier aufgrund der Platzverhältnisse größtenteils kleine Einzelhandelsbetriebe zu finden. Auch in den zugehörigen Stadtteilen sind kaum großflächige Einzelhandelsbetriebe vorhanden, denn lediglich der Stadtteil Grethen / Hausen verfügt über einen großflächigen Netto-Markt. Nahversorgungsrelevante Angebote in Form von wohnortnahen Bäckereien oder Metzgereien sind nur vereinzelt gegeben.

5.4 Weitere Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Einzelhandels in Bad Dürkheim

Für die Entwicklung des Einzelhandels in der Region und in der Kreisstadt Bad Dürkheim sind neben den zuvor aufgezeigten Rahmenbedingungen auch andere Aspekte zu beachten. Sie sind zwar nicht in die Berechnungen zu Kaufkraft und Kaufkraftbindung einzubeziehen, machen aber in der Folge einige Entwicklungspotenziale einer kritischeren Betrachtung zugänglich. So sind die folgenden Themen für die Kreisstadt Bad Dürkheim in ihrer Gesamtentwicklung sehr wichtig und prägen das städtische Gefüge und gleichsam die Handelslandschaft im Stadtgebiet:

- Gewerbeschwerpunkt im Landkreis
- gute Bildungs- und Schulinfrastruktur
- gute lokale und überregionale verkehrliche Anbindung
- gute medizinische Versorgungsstruktur
- eine intakte städtebauliche Struktur mit erkennbaren, abgrenzbaren und funktionierenden zentralen Versorgungsbereichen sowie sinnvoll angesiedelten Standorten außerhalb des Stadtzentrums.
- Prädikat als Kurstadt mit damit verbundenem hohem Anteil an Tagestourismus

Diese vorhandenen Standortmerkmale fließen als wichtige Standortattraktivitätsmerkmale in die weitere Konzeptbetrachtung ein.

6 STÄDTEBAULICHE SITUATION DES EINZELHANDELS

Die städtebaulichen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelssteuerung und -entwicklung betreffen die Stadt Bad Dürkheim als zentralen Ort mit einer für das Versorgungssystem relevanten Einzelhandelsstruktur.

Zu den städtebaulichen Rahmenbedingungen zählen neben den topografischen und natürlichen Vorgaben und Grenzen auch die durch Planung und Nutzung definierten Realisierungsmöglichkeiten in den einzelnen Entwicklungs- und Bestandslagen des Stadtgebietes.

Es geht folglich darum, die Ergebnisse aus Berechnungen und Analysen auf die städtebauliche Situation zu projizieren und dadurch Entwicklungsmöglichkeiten zu identifizieren, die nur auf Grundlage des Zahlenwerks nicht erkennbar wären.

6.1 Städtebauliche Rahmenbedingungen der Stadt Bad Dürkheim

6.1.1 Allgemeines

Wichtige städtebauliche Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung können aus der gegebenen Lage der Stadt hergeleitet werden. Neu zu erschließende Flächen entwickeln sich meist an den für die vorgesehene Nutzung günstig gelegenen Standorten. So muss für größere Ansiedlungen nach geeigneten Flächen im Stadtgebiet gesucht werden, die aber auch in Abhängigkeit vom Sortiment dem städtebaulichen Integrationsgebot für den Einzelhandel nachkommen.

Insgesamt finden sich in der Kreisstadt Bad Dürkheim zwei Haupteinkaufsbereiche. Als Einkaufsbereich mit überwiegend großflächigem Einzelhandel kann das Gewerbegebiet Bruch am östlichen Stadtrand Bad Dürkheims bewertet werden. Der Übergang zu dem Einzelhandelsstandort Innenstadt erfolgt über die Mannheimer Straße, entlang der sich ebenfalls vereinzelt Einzelhandel und sonstige Dienstleistungen befinden. In der Innenstadt finden sich Einzelhandelsbetriebe, die abgesehen von einem Drogeriemarkt unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit liegen und innenstadttypische Angebotsstrukturen, wie Bäcker, Optiker, Bekleidung, Schmuck oder Buchhandlungen aufweisen.

Geeignete Flächenpotenziale für größere Einzelhandelsunternehmen sind ausschließlich innerhalb der Einzelhandelsagglomeration Bruch zu erkennen. In der Innenstadt bieten sich kaum Flächenpotenziale, auf denen großflächiger Einzelhandel städtebaulich verträglich ermöglicht werden könnte. Für kleine Einzelhandelsbetriebe eignen sich allerdings einige Leerstände im Zentrum zur Wiedernutzung.

6.1.2 Städtebauliche Situation in Hauptgeschäftsbereichen

Die identifizierten Hauptgeschäftsbereiche innerhalb der Kreisstadt bestehen aus der Innenstadt, sowie der Einzelhandelsagglomeration im östlichen Bereich der Stadt (Gewerbegebiet Bruch).

Die höchste Dichte an großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist im Gewerbegebiet Bruch auszumachen. In diesem Bereich sind Betriebe angesiedelt, die sowohl Waren der kurzfristigen wie auch der mittel- und langfristigen Bedarfe anbieten und aufgrund dessen eine überlokale Magnetwirkung ausüben. Der PKW-Verkehr ist an dieser Stelle auch aufgrund der Eingangssituation zur Kreisstadt Bad Dürkheim als sehr ausgeprägt zu bewerten. Eine klare Ausrichtung auf eine den PKW nutzende Kundschaft ist hier eindeutig zu identifizieren. Hierin ist der für die Deckung der Nahversorgung wichtigste Bereich und definitiv als Nahversorgungszentrum zu titulierende Bereich in der Stadt zu

erkennen. Die städtebauliche Struktur ist eindeutig zweckorientiert und die Ausrichtung der einzelnen Betriebe erfolgt zu einem eigenen Parkplatz.



Abbildung 23: Orthophoto des Gewerbegebiets Bruch (Quelle: Orthophoto © GeoBasis-DE / LVermGeoRP 2021)

Der unten beigefügte Schwarzplan zeigt gut die hohe Dichte der Bebauung der Altstadt im Gegensatz zur deutlich offeneren und grobkörnigeren Bauart der Randlagen, insbesondere des Gewerbegebiets Bruch.



Abbildung 24: Schwarzplan der Stadt Bad Dürkheim (Quelle: eigene Darstellung)

Eine klassische Fußgänger- und Aufenthaltszone ist im Hauptgeschäftsbereich, der Bad Dürkheimer Innenstadt, zu erkennen. Hier befindet sich die historisch gewachsene Baustruktur mit teils schmalen Straßenfluchten. Durch Platzgestaltung, Verkehrsberuhigung und ein umfassendes Angebot an Außengastronomie verfügt die Bad Dürkheimer Innenstadt über eine gute Aufenthaltsqualität. Das sich bietende Potenzial zur Stärkung einer attraktiven Aufenthaltszone kann stärker ausgebaut und genutzt werden. Zudem befinden sich hier vereinzelte Leerstände, welche das Stadtbild allerdings nicht prägnant herabsetzen. Eine gezielte Gegensteuerung zur Nachnutzung dieser Immobilien ist aber dennoch auch durch dieses Konzept anzustreben. Raum für großflächige Einzelhandelsangebote findet sich hier jedoch nicht.

6.1.3 Städtebauliche Situation in Streulagen

Streulagen sind Einzelhandelsstandorte außerhalb der Innenstadt, der Stadtteilzentren und der Sonderlagen, bei denen jeweils nur einige wenige Einzelhandelsbetriebe ansässig sind. Sie finden sich meist in Wohngebieten oder am Rande von Wohngebieten, werden jedoch nicht als Zentrum gesehen, sondern vielmehr als Ergänzung zu diesen. Solche Streulagen sind in Bad Dürkheim jedoch nicht vorzufinden.

6.1.4 Städtebauliche Situation in den übrigen Stadtteilen

Die übrigen Stadtteile verfügen nur in geringem Maß über eine eigene Versorgungsstruktur. Im Stadtteil Grethen/ Hausen befindet sich ein großflächiger Lebensmittelmarkt. Der Lebensmittelmarkt wurde im Jahr 2018 erweitert.

In den übrigen Stadtteilen finden sich maximal geringfügige Nahversorgungsmöglichkeiten, wie Bäckereien oder ein Dorfladen. Dabei ist besonders auffällig, dass auch aus den Sortimenten der Gesundheits- und Körperpflege keine Angebote vorhanden sind. Üblicherweise finden sich mindestens Apotheken in den Wohngebieten. Auch dies trifft in Bad Dürkheim nicht zu.

Aufgrund der vorliegenden Versorgungsstrukturen in Bad Dürkheim ist ein weiterer Ausbau der Einzelhandelsstruktur in den Stadtteilen als sinnvoll zu erachten. Hier sollte sich auf die wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs konzentriert werden. Insbesondere für die Stadtteile Seebach und Hardenburg besteht erhöhter Bedarf in diesem Bereich.

6.2 Planungsrechtliche Vorgaben für die vorgenannten Bereiche

6.2.1 Flächennutzungsplan

Der gültige Flächennutzungsplan der Kreisstadt Bad Dürkheim aus dem Jahr 1997 wird derzeit fortgeschrieben. Er stellt zwei Sonderbauflächen „Handel“ im Bestand sowie drei Sonderbauflächen „Handel“ in der Planung dar.

Alle Darstellungen befinden sich im Bereich des Gewerbegebietes Bruch.

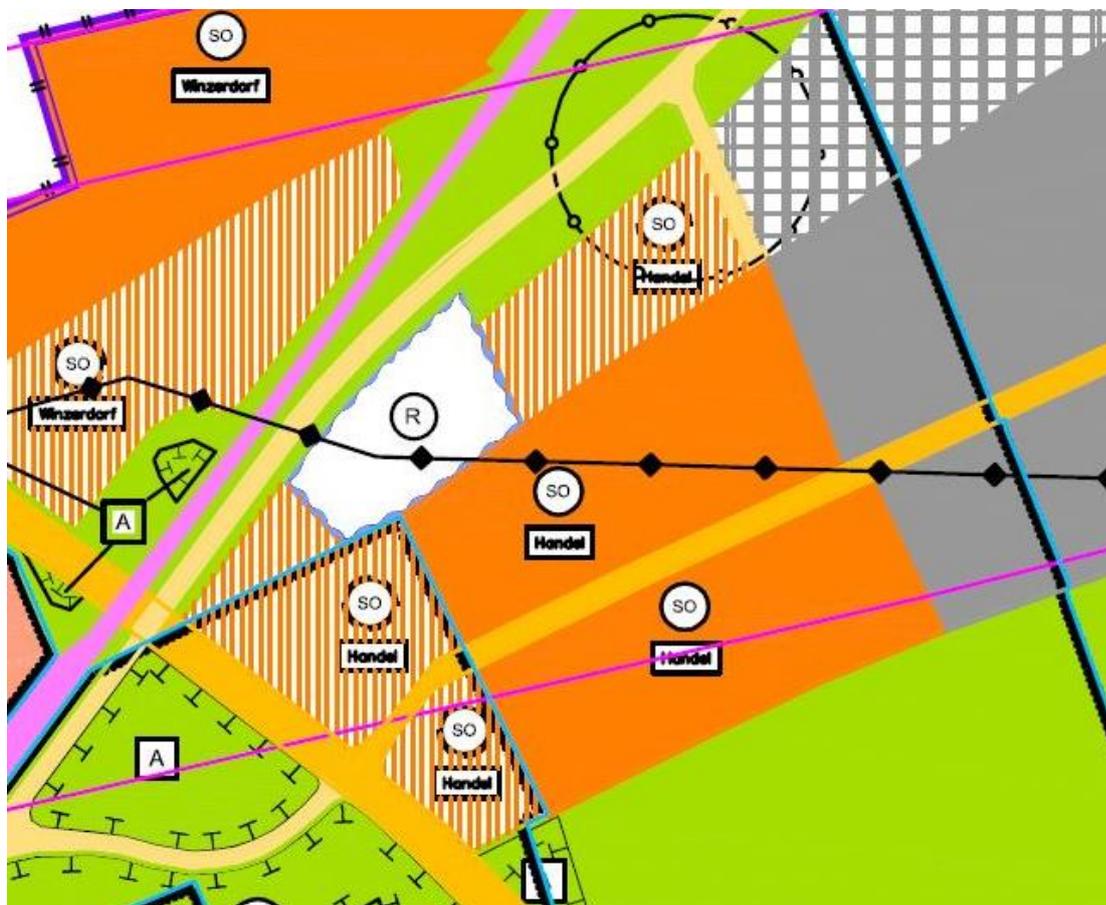


Abbildung 25: Ausschnitt aus dem Flächennutzungsplan der Kreisstadt Bad Dürkheim – Bruch
(Quelle: Stadt Bad Dürkheim Flächennutzungsplan – 1. Fortschreibung -, Dezember 1997)

Das Ergebnis der Bestandserhebung zeigt, dass es sich hier auch in der Realität bereits um einen Einzelhandelsschwerpunkt in der Stadt Bad Dürkheim handelt.

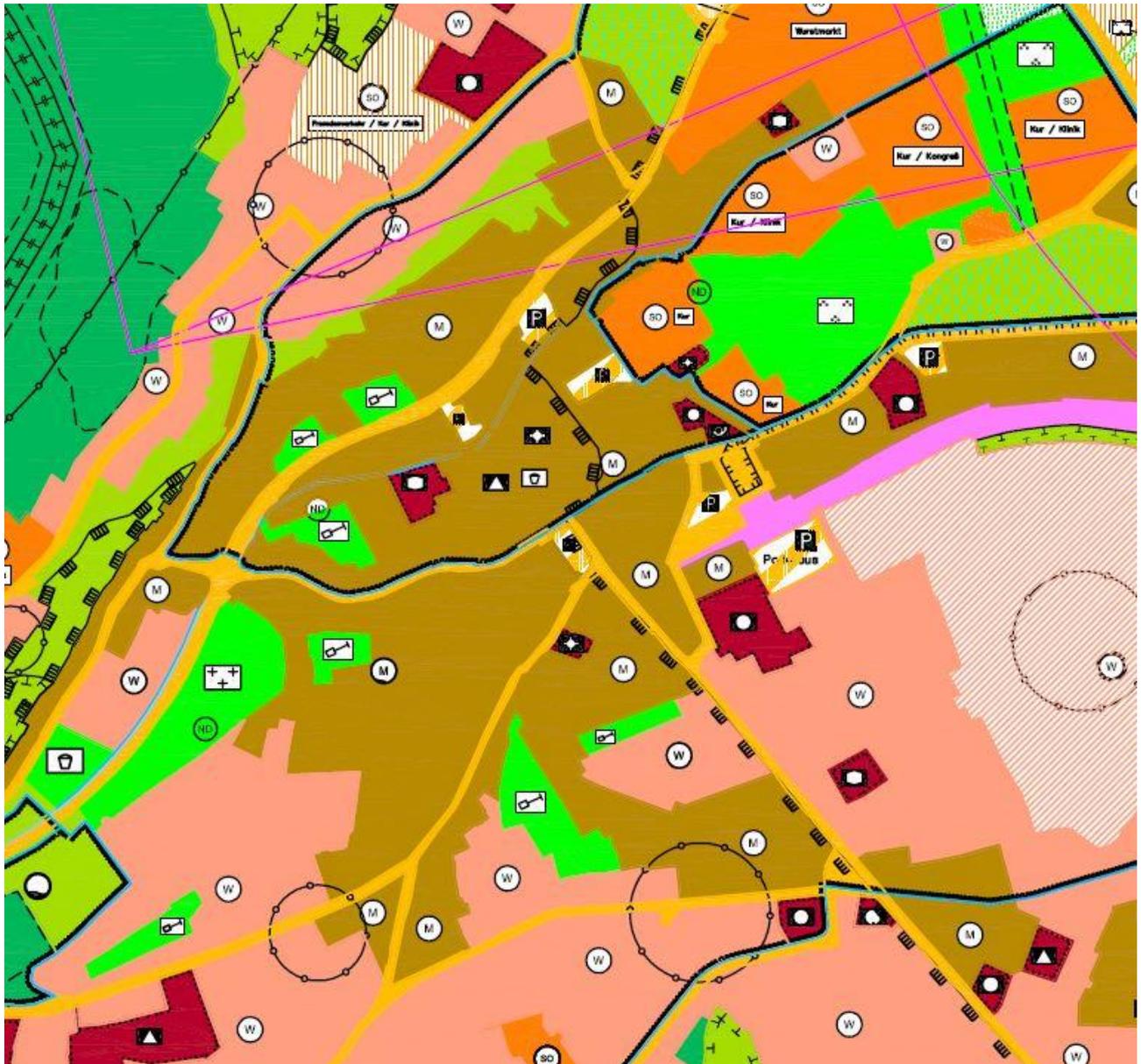


Abbildung 26: Ausschnitt aus dem Flächennutzungsplan der Stadt Bad Dürkheim – Innenstadt
(Quelle: Stadt Bad Dürkheim Flächennutzungsplan – 1. Fortschreibung -, Dezember 1997)

Die Bad Dürkheimer Innenstadt, die durch einen innenstadttypischen Besatz an Einzelhandel in Verbindung mit Dienstleistungen und sonstigen Einrichtungen gekennzeichnet ist, wird im Flächennutzungsplan überwiegend als gemischte Baufläche im Bestand dargestellt. An diese Flächen schließen sich Wohnbauflächen (Bestand und Planung) an. Verteilt auf das Stadtgebiet finden sich Flächen für Gemeinbedarf und Sonderbauflächen „Kur und Klinik“. Darüber hinaus ist der Siedlungsbereich Bad Dürkheims von Grünflächendarstellungen durchzogen.

Damit ist der Einzelhandel tendenziell in beiden Bereichen, also in der gemischten Baufläche wie auch in der Wohnbaufläche zulässig. Um unter anderem schädlichen Auswirkungen, wie z.B. ein erhöhtes Verkehrsaufkommen oder das drastische Senken der Kaufkraftbindungsquote eines bereits bestehenden Geschäftes entgegenzuwirken sollte die Bauleitplanung hier eine detaillierte Einzelhandelssteuerung vornehmen.

6.2.2 Bebauungspläne

Zur Analyse der bauplanungsrechtlichen Vorgaben für den Einzelhandel im Stadtgebiet sind die hierfür eventuell zu beachtenden Bebauungspläne grob zu untersuchen. Dabei wird insbesondere auf die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben und eventuelle Einschränkungen geachtet. Wichtige, zu beachtende überplante Gebiete sind Misch-, Kern-, Industrie- und Gewerbegebiete, für welche die Festsetzungen im Hinblick auf die Zulässigkeit von Einzelhandel nach den Vorgaben der BauNVO modifiziert werden können. Hier kann nach § 1 Abs. 5; 6; 9 BauNVO bestimmt werden, dass bestimmte Nutzungen die nach §§ 2-9 und § 13 BauNVO eigentlich zulässig wären, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können. Aber insbesondere die planungsrechtliche Festsetzung von Sondergebieten für den Einzelhandel ist im Sinne der städtebaulichen und gesamtstädtischen Steuerung relevant.

Für das Stadtgebiet liegen vier einzelhandelsrelevante Bebauungspläne vor, welche Aussagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung treffen.

→ Bebauungsplan „Gewerbe- und Industriegebiet Bruch – Änderungsplan I“

Der Bebauungsplan „Gewerbe- und Industriegebiet Bruch – Änderungsplan I“ stammt aus dem Jahr 1997 und setzt im westlichen Teil seines Geltungsbereiches Sondergebiete „Handel“ fest. Für den übrigen Geltungsbereich sind Gewerbe- und Industriegebiete festgesetzt.

Im Sondergebiet für Handelsbetriebe, gemäß § 11 BauNVO, sind folgende Betriebe zulässig:

- groß- und kleinflächige Einzelhandelsbetriebe,
- ein Shop-in-Shop-Bereich innerhalb der Verkaufsfläche einer wirtschaftlichen Einheit auf maximal 20 % der Verkaufsfläche, jedoch höchstens bis zu einer Fläche von maximal 200 m²,
- Großhandelsbetriebe.

Ausnahmsweise zulässig sind Schank- und Speisewirtschaften, sonstige Dienstleistungsbetriebe, die in einer Beziehung zum Einkaufen stehen (z.B. Reisebüro, Bankfiliale, Toto-Lotto-Annahmestelle).

Im Gewerbegebiet (GE) 1 sind ebenfalls Einzelhandelsbetriebe mit Waren des aperiodischen Bedarfs ausnahmsweise zulässig. Der aperiodische Bedarf wird durch den Bebauungsplan definiert als die Nachfrage nach hochwertigen Waren mit großem Einzugsbereich (Hochwertiger Bedarf und Luxusbedarf) sowie die Nachfrage nach nicht regelmäßigen Dienstleistungen. Sonstige Einzelhandelsbetriebe sind unzulässig.

Im Gewerbegebiet (GE) 2 sowie im Industriegebiet sind Einzelhandelsbetriebe unzulässig.

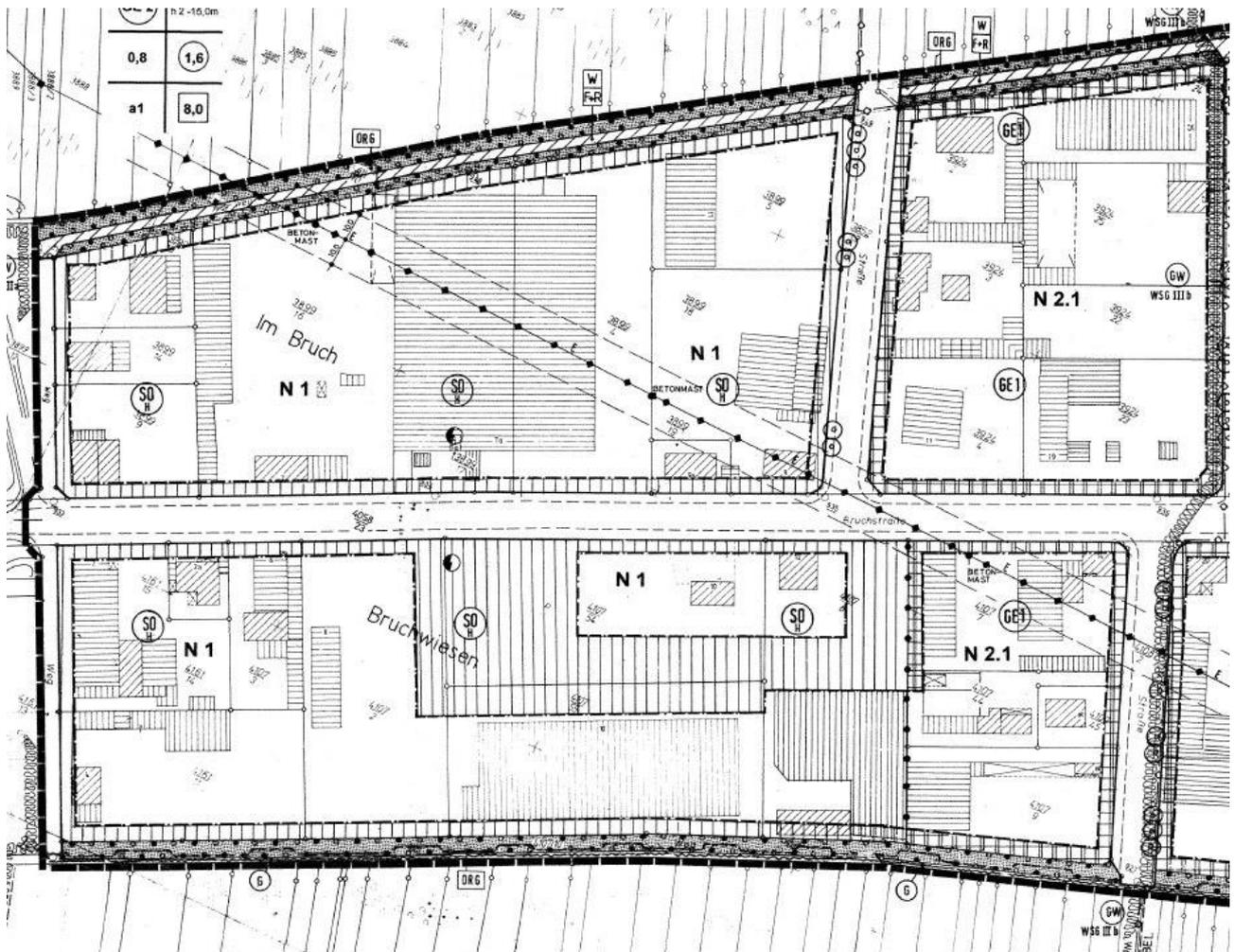


Abbildung 27: Ausschnitt aus dem rechtskräftigen B-Plan „Gewerbe- und Industriegebiet Bruch – Änderungsplan I“
(Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 1997, ohne Maßstab)

➔ Bebauungsplan „Westerweiterung Gewerbegebiet Bruch“

Der Bebauungsplan „Westerweiterung Gewerbegebiet Bruch“ stammt aus dem Jahr 1999 und setzt in seinem Geltungsbereich zwei Sondergebiete für Handelsbetriebe fest.

Im SO Handel 1 sind groß- und kleinflächige Einzelhandels- und Großhandelsbetriebe zulässig. In entsprechend gekennzeichneten Gebieten („B“) sind lediglich Betriebe mit einer Verkaufsfläche von mindestens 600 m² zulässig. Dienstleistungsbetriebe sind ausnahmsweise zulässig.

Im SO Handel 2 sind großflächige Einzelhandels- und Großhandelsbetriebe mit folgenden Sortimenten zulässig:

- Sanitärerzeugnisse und Bädereinrichtungen,
- Bauelemente (Türen, Fenster, Gitter, Zäune etc.) und Baustoffe,
- Werkzeuge,
- Eisenwaren,
- Beschläge,
- Holz und Holzmaterialien,
- Brennstoffe,
- Mineralölerzeugnisse,
- Farben- und Lacke,

- Fliesen,
- Markisen, Rollläden und Rollos,
- Pflanzen, Gartenbedarf und –zubehör,
- Bodenbeläge und Teppiche,
- Herde und Öfen,
- Küchen und Möbel,
- Elektrogroßgeräte,
- Campingartikel und großteilige Sportgeräte,
- Kraftfahrzeuge und Zubehör,
- Boote und Zubehör.

Die Zulässigkeit von Randsortimenten ist auf maximal 10 % der jeweiligen Verkaufsfläche begrenzt. Dienstleistungsbetriebe, Vergnügungsstätten, Tankstellen und Einrichtungen für Sport und Freizeit sind ausnahmsweise zulässig. Weitere Vorgaben betreffen den Bebauungsplan nicht, daher herrscht hier ggf. nachsteuerungsbedarf.



Abbildung 28: Ausschnitt aus dem rechtskräftigen B-Plan „Westerweiterung Gewerbegebiet Bruch“
(Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 1999, ohne Maßstab)

→ **Bebauungsplan „Norderweiterung Gewerbegebiet Bruch – Änderungsplan I“**

Der Ursprungsbebauungsplan stammt aus dem Jahr 2006 und wurde 2011 in seinem gesamten Geltungsbereich hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung geändert. Die 1. Änderung weist die Flächen innerhalb seines Geltungsbereichs als Sondergebiet für großflächige Handelbetriebe gemäß § 11 BauNVO sowie Gewerbegebiete gemäß § 8 BauNVO aus.

Im Sondergebiet sind großflächige Einzelhandels- und Großhandelsbetriebe mit folgenden Sortimenten zulässig:

- Sanitärerzeugnisse und Bädereinrichtungen,
- Bauelemente (Türen, Fenster, Gitter, Zäune etc.) und Baustoffe,
- Werkzeuge,
- Eisenwaren,
- Beschläge,
- Holz und Holzmaterialien,
- Brennstoffe,
- Mineralölerzeugnisse,
- Farben- und Lacke,
- Fliesen,
- Markisen, Rollläden und Rollos,
- Pflanzen, Gartenbedarf und –zubehör,
- Bodenbeläge und Teppiche,
- Herde und Öfen,
- Küchen und Möbel,
- Elektrogroßgeräte,
- Campingartikel und großteilige Sportgeräte,
- Kraftfahrzeuge und Zubehör,
- Boote und Zubehör.

Ausnahmsweise zulässig sind Schank- und Speisewirtschaften, Dienstleistungsbetriebe, Tankstellen und Einrichtungen für Sport und Freizeit.

In den Gewerbegebieten sind Einzelhandelsbetriebe unzulässig.

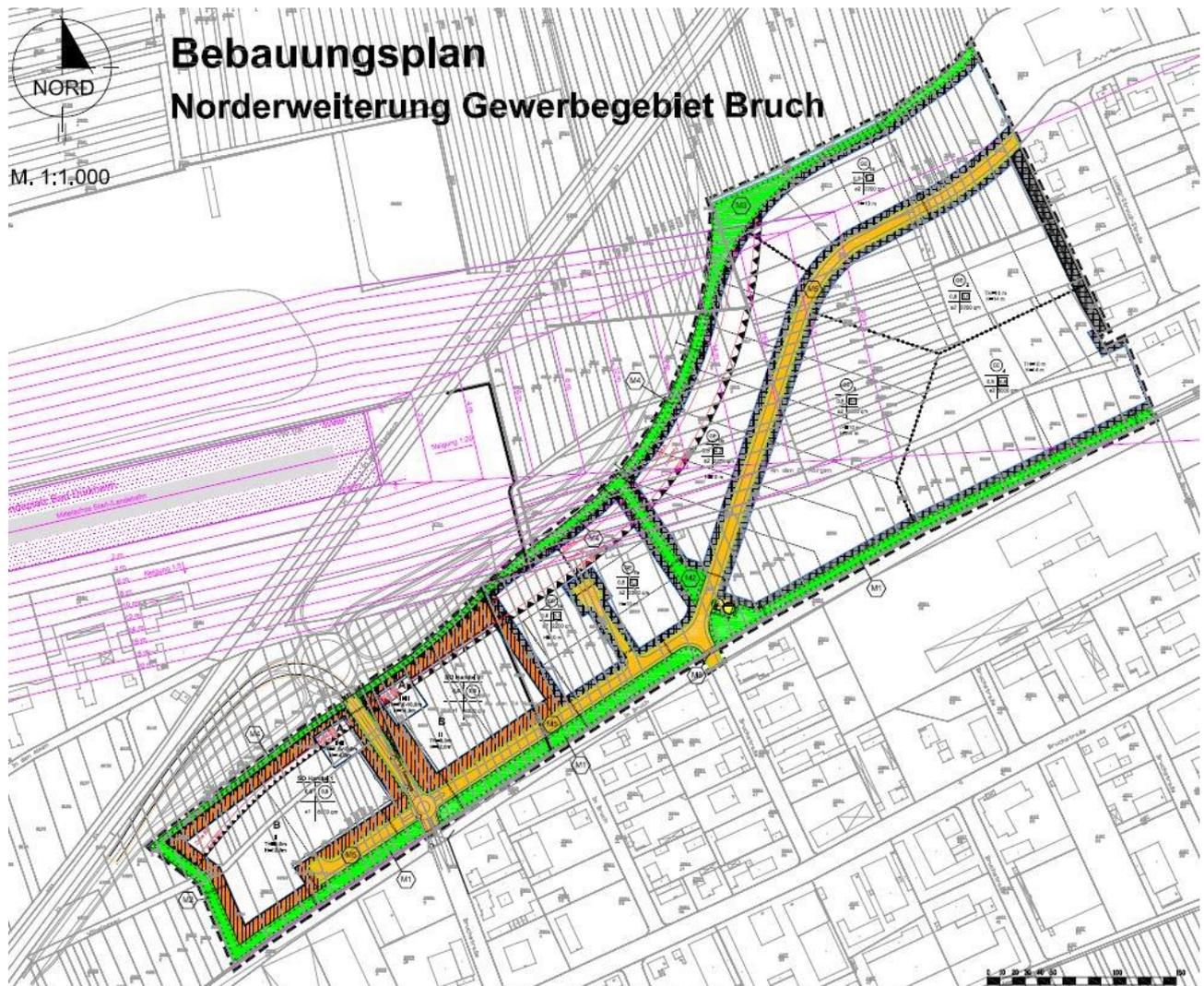


Abbildung 29: Ausschnitt aus dem rechtskräftigen B-Plan „Norderweiterung Gewerbegebiet Bruch“
(Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 2006, ohne Maßstab)

→ Vorhabenbezogener Bebauungsplan „Rustengut – Änderungsplan I“

Der vorhabenbezogene Bebauungsplan „Rustengut – Änderungsplan I“ aus dem Jahr 2011 setzt ein eingeschränktes Gewerbegebiet gemäß § 8 BauNVO sowie ein Allgemeines Wohngebiet gemäß § 4 BauNVO fest.

In dem eingeschränkten Gewerbegebiet ist Lebensmitteleinzelhandel mit einer Geschossfläche von max. 1.200 m² zulässig. Dieser umfasst den Einkaufsmarkt mit integriertem Backshop, Anlieferzone mit teilweise überdachter Rampe, Fahrgasse und Stellplätze.

Im Allgemeinen Wohngebiet sind die der Versorgung des Gebietes dienenden Läden unzulässig.

Als Mittelzentrum hat Bad Dürkheim in seinem Einzugsbereich und in der Region eine herausgehobene Bedeutung, so dass möglicherweise auch bestimmte, früher getroffene Entscheidungen nochmals hinterfragt werden müssen, wenn die Stadt die ihr zugewiesene Funktion auf Dauer wahrnehmen soll. Dies gilt auch im Lichte von in der Umgebung vorhandenen Konkurrenzstandorten und vor der sich stetig ändernden Landschaft des Einzelhandels und dessen Geschäftsmodellen, die auch eine sich verändernde Kundennachfrage mit sich bringen. Dem Motto „Handel ist Wandel“ muss auf planerischer Ebene begegnet werden, um die Stadt als Zentrum zu stärken und langfristig attraktiv für Kunden zu halten – was eine gewisse offene Entwicklungsmöglichkeit des Marktes bedingt – und gleichzeitig einen Rahmen zu setzen, der die Stadt selbst nicht übermäßig belastet, so dass sie ihre Rolle in der Region voll ausfüllen kann.

Um dem Gebot der verbrauchernahen Versorgung des Regionalplan Rhein-Neckar gerecht zu werden, ist die Nahversorgung in allen Bereichen der Stadt, und zwar sowohl in der Innenstadt, den Stadtteilen sowie in den Randlagen der Kernstadt, hier insbesondere im Bereich Fronhof durch planerische Maßnahmen zu unterstützen und auszubauen. Eine Stärkung der Innenstadt ist durch Schaffung attraktiver neuer Angebote, aber auch durch die Förderung der bereits bestehenden Betriebe anzustreben. Zudem sollte versucht werden neue Magnetbetriebe wie z.B. Elektronikmärkte, Einrichtungshäuser oder Fachmärkte für Sport und Camping anzusiedeln, um die vorhandenen Versorgungslücken zu schließen.

7 GUTACHTERLICHE AUSWERTUNG

7.1 Räumlich-funktionale Entwicklungsspielräume

Ziel der Untersuchung ist neben dem Aufzeigen von Potenzialen und der Steuerung von Ansiedlungen auch die Darstellung von Entwicklungsspielräumen. Aus der Sicht von Investoren wird diese bei der Standortsuche oftmals nicht berücksichtigt, da hier immer spezielle Anforderungen zu berücksichtigen sind. Es ist demnach sinnvoll den gesamten zugrunde zu legenden Einzugsbereich (Kernstadt und alle Stadtteile Bad Dürkheims) und im speziellen die Innenstadt von Bad Dürkheim auf geeignete Entwicklungsräume hin zu untersuchen. Damit kann die Stadt die proaktive Steuerung von Ansiedlungen stützen und Vorhabenanfragen zielgerichtet auswerten.

→ Innerstädtische Potenziale Bad Dürkheim

Zu den innerstädtischen Potenzialen zählen vor allem die Flächen und Leerstände³¹ in der Innenstadt Bad Dürkheims.

Im Folgenden wird eine kurze Bewertung der dargestellten und prinzipiell möglichen Standorte für eine weitere Entwicklung vorgenommen. Darauf aufbauend werden Empfehlungen zum planerischen Umgang mit den Flächen bezüglich einer möglichen Einzelhandelsentwicklung gegeben. Potenzialflächen für den großflächigen Einzelhandel finden sich dabei innerhalb der Innenstadt von Bad Dürkheim nicht.

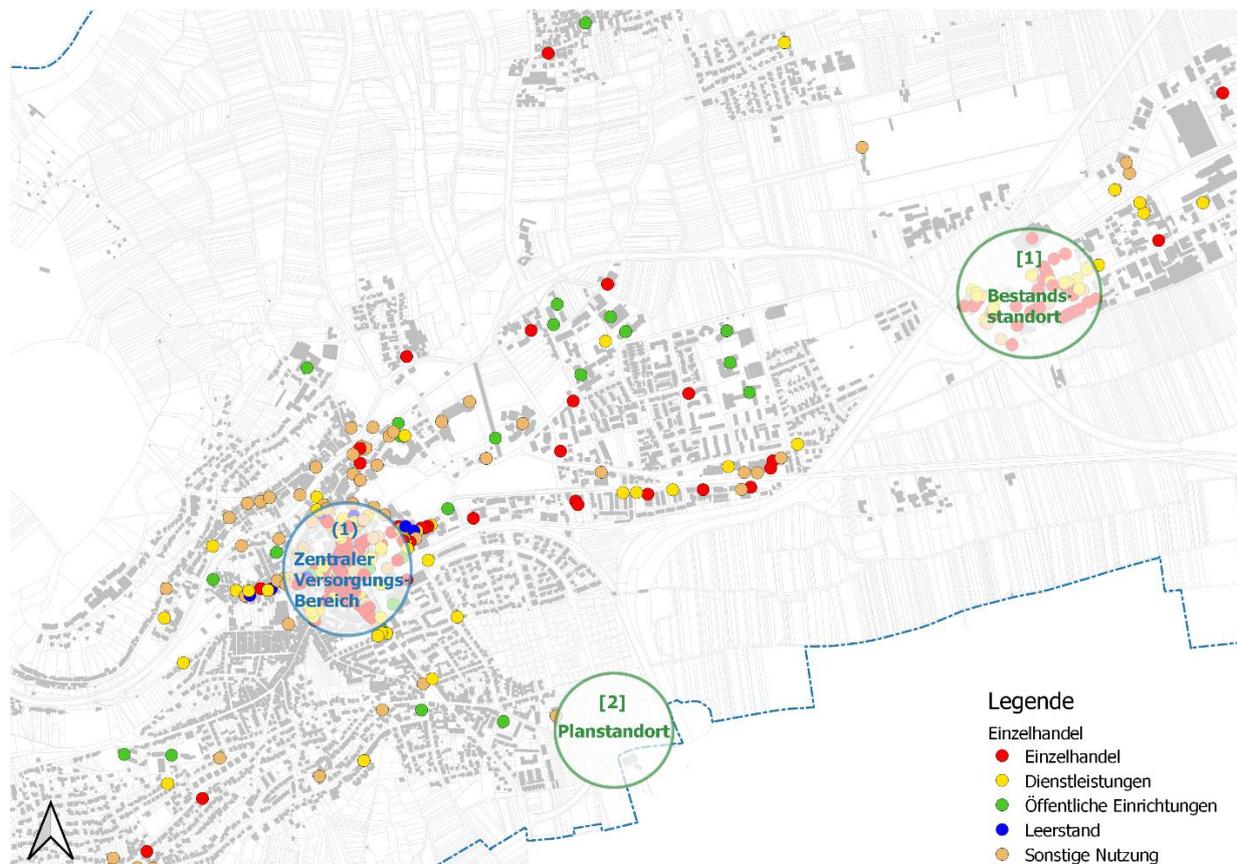


Abbildung 31: Entwicklungspotenziale und -flächen Bad Dürkheim
(Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand September 2018)

³¹ Eine Verortung der Leerstände ist der Kartendarstellung der Bestandsaufnahme im Anhang des Konzeptes zu entnehmen.

- (1) Als innerstädtische Potentialflächen können lediglich die Leerstände benannt werden. Diese sind nur vereinzelt vorhanden und verteilen sich relativ gleichmäßig im Stadtzentrum. Eine Stärkung dieser Bereiche basiert auf der Bestandsstruktur, sodass sich Ansiedlungen hier am günstigsten harmonisch in den Einzelhandelsbesatz einfügen. Eine Nutzung von Synergieeffekten ist hier wünschenswert. Daher sollte die Ansiedlung von kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben zielstrebig in diese Richtung gelenkt werden. Freiflächen, die im Zuge einer Nachverdichtung, bebaut werden könnten, sind in der Innenstadt nicht auszumachen. Aufgrund dieses beschränkten Platzangebots wäre die Ansiedlung des großflächigen Einzelhandels nur in Randbereichen wie z.B. dem zentralen Versorgungsstandort Bruch oder dem geplanten Nahversorgungsstandort Fronhof denkbar.

Aus der obigen Aufstellung der innerstädtischen Flächenpotenziale wird deutlich, dass ein weiterer Ausbau des Einzelhandels in der Innenstadt nur in sehr eingeschränktem Umfang möglich ist. Die gesamtstädtischen Potentiale sind vor diesem Hintergrund besonders zu beachten.

→ **Erhalt Bestandsstandort**

- [1] Eine weitere Potenzialfläche befindet sich im Gewerbegebiet Bruch direkt an der östlichen Siedlungsgrenze. Hier ist bereits ein Großteil der großflächigen städtischen Einzelhändler angesiedelt. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch Dienstleistungen und sonstige Nutzungen. An dieser Stelle sollen lediglich Ersatzansiedlungen oder Nutzungsänderungen und somit keine Entwicklung möglich sein.

→ **Gesamtstädtische Potenziale Bad Dürkheims**

Als gesamtstädtische Potenziale können all die Flächen bezeichnet werden, die zwar entwickelbar wären, jedoch nicht mehr zur direkten Innenstadtlage gezählt werden können. Dabei ist es unerheblich, ob sie in der Kernstadt oder einem Stadtteil liegen. Ihre Eignung für Einzelhandelsnutzungen ist vor dem städtebaulichen Ziel der Integration allerdings genauer zu untersuchen und zu bewerten.

- [2] Eine Potenzialfläche befindet sich aus gutachterlicher Sicht im südlich der Innenstadt gelegenen Stadtteil Fronhof. Hier entwickelt die Stadt Bad Dürkheim in mehreren Bauabschnitten Wohnbauflächen. Diese neu entstehenden Wohngebiete mit nahversorgungsrelevantem Einzelhandel zu versorgen ist städtebaulich sinnvoll. Wie bereits erwähnt, gibt es in Bad Dürkheim nur vereinzelt nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in den Wohngebieten. Es sollte daher angestrebt werden, bei dieser Entwicklungsmaßnahme die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs in die Planung zu integrieren.

→ **Potenziale im weiteren Stadtgebiet**

Die Stadtteile verfügen im Bestand kaum über Nahversorgungsstrukturen. Dieses geringe Angebot zu erhalten und den Ausbau zu ermöglichen muss als Ziel für die Entwicklung der wohnortnahen Nahversorgung gesehen werden. Die Nahversorgung konzentriert sich deutlich in der Innenstadt bzw. im Gewerbegebiet Bruch. Die Effekte der Unterversorgung in einzelnen Stadtteilen können abgemildert werden, wenn das aufgezeigte Potenzial zum Erhalt bzw. Ausbau des Versorgungsnetzes eingesetzt wird.

Natürlich sind auch für die Nahversorgung in den kleineren Stadtteilen die Ziele der Raumordnung verbindlich zu beachten.

Die Gewerbegebiete im übrigen Stadtgebiet sollten dem produzierenden Gewerbe vorbehalten bleiben. Eine Verdichtung des Einzelhandels mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der Nahversorgung wird in den Stadtteilen nicht empfohlen. Dies gilt in erster Linie für Bereiche, die im Falle einer angestrebten Entwicklung bauleitplanerisch begleitet werden müssten.

7.2 Fazit

Generell ist davon auszugehen, dass die Einzelhandelsentwicklung vornehmlich in der Innenstadt Bad Dürkheims stattfinden soll. Die bestehende Nah- und Grundversorgung innerhalb der Stadtteile ist zu erhalten und im Rahmen der wohnortnahen Versorgung zu stärken. Darüber hinaus ist den hier ansässigen Betrieben im Rahmen betriebstragfähigkeitsnotwendiger Erweiterungsabsichten ein angemessenes Erweiterungspotenzial zu genehmigen. Zudem ist zu empfehlen, im Süden der Stadt (Bereich Fronhof) eine angemessene Nahversorgung zu etablieren, um die dortigen Wohngebiete künftig besser und auf kürzerem Weg versorgen zu können.

Das Hauptaugenmerk ist jedoch auf die Stärkung des Einzelhandels in der Innenstadt Bad Dürkheims als Hauptversorgungsträger zu richten. Hier sind insbesondere Maßnahmen erforderlich, die das Einkaufen und Fortbewegen in der Innenstadt angenehmer und nachhaltiger gestalten, wie z.B. die Etablierung von Parkleitsystemen, Fahrradwegen, E – Bike Ladestationen oder Beschilderungssysteme für Fußgänger. Diese könnten gut in Einklang mit dem bereits bestehenden Mobilitätskonzept der Stadt Bad Dürkheim entwickelt werden und würden dem „Bummel in der Innenstadt“ einen deutlich moderneren Anstrich verpassen, und die bereits sehr attraktive Fußgängerzone Bad Dürkheims noch attraktiver machen.

Da der zentrale Nahversorgungsbereich in der Innenstadt aber aufgrund mangelnder Flächen nicht in der Lage ist die gesamte Kaufkraft für die Nahversorgungsrelevanten Güter abzudecken, spielt das Gewerbegebiet Bruch eine große Rolle für die Nahversorgung der Stadt Bad Dürkheim. Daher muss dieser Standort weiterhin erhalten und gestärkt werden, um die Nahversorgung der Stadt zu sichern. Hierbei ist aber durch Einschränkungen der Sortimentslisten und vorheriger Prüfung der Verträglichkeit darauf zu achten, dass eine Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben nicht zu einer Schwächung des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt führt. Dementsprechend soll im Gewerbegebiet Bruch als Bestandsstandort keine Neuansiedlung mit innenstadtrelevanten Sortimenten stattfinden, sondern nur Ersatzansiedlungen oder Nutzungsänderungen ermöglicht werden.

Die einzelnen Sortimente der Läden sollten dennoch so angepasst werden, dass sie den Schutz der Nahversorgung sowie der funktionierenden Innenstadt zum Ziel haben. Der Ausbau einzelner nicht innenstadtrelevanter Sortimente in Ergänzungsstandorten ist vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Funktion der Stadt Bad Dürkheim im Einzelfall zu prüfen.

8 MODELLE DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

8.1 Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung

Indikatoren für die zukünftigen Bedarfe und Realisierungschancen von Einzelhandelsbetrieben und Angeboten sind die Bevölkerungsentwicklung und eine daraus abzuleitende Prognose sowie eine Abschätzung der sich entwickelnden Kaufkraft pro Person und Jahr. Diese Aussagen können Grundlage für eine Herleitung von Steuerungsmodellen für Bad Dürkheim sein.

→ Bevölkerungsentwicklung

Da die Versorgung im ländlichen Raum jedoch stetig schwieriger wird und Versorgungsstandorte zunehmend konzentriert in Klein- und Mittelstädten vorzufinden sein werden, ist von einer Konzentration der Wohnbevölkerung in den Städten der ländlichen Regionen auszugehen. Von dieser Bewegung kann auch die Stadt Bad Dürkheim profitieren.

→ Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Die Ermittlung der lokalen und regionalen Kaufkraft erfolgt in der Regel durch deutschlandweit tätige Unternehmen oder Gutachter. Diese können auf Basis von Vergleichswerten des bundesdeutschen Durchschnitts sowie der einzelnen Regionen Aussagen über diese treffen. Dazu werden Daten ausgewertet, die auf die Kaufkraft pro Person und Jahr schließen lassen. Hierbei ist wichtig, dass eine hohe Kaufkraft nicht automatisch auch einen hohen Anteil dieser Kaufkraft für den Einzelhandel bedeutet. Vielmehr sind in den einzelnen Regionen neben den Einkommensverhältnissen auch Mietpreisspiegel und Grundstückspreise, Nebenkosten und Arbeitslosenquoten sowie Einkommensverhältnisse von Relevanz.

In der vorliegenden Untersuchung wird auf die Zahlen der GfK GeoMarketing GmbH zurückgegriffen, da diese für ganz Deutschland zur Verfügung stehen, somit verifiziert und infolgedessen vergleichbar sind. Diese Zahlen werden auch von der IHK für vergleichende Betrachtungen und Prognosen in der Wirtschaftlichkeitsberatung als Grundlage genutzt. Demnach wird neben der ermittelten Kaufkraft für den Einzelhandel auch die Aufteilung in die 17 Warengruppen der GfK für alle Berechnungen zu Grunde gelegt.

Ausgehend von den durchschnittlichen Werten für die Einzelhandelskaufkraft in Deutschland wird unter Zuhilfenahme des regionalen oder lokalen Kaufkraftindex die tatsächlich theoretisch vorhandene Kaufkraft im zu untersuchenden Gebiet errechnet. Sie dient als Grundlage für eine Anpassung der Beurteilung zur Unter- oder Überdeckung in den einzelnen Warengruppen an die realen Verhältnisse.

Da die Ermittlung der deutschlandweiten Kaufkraft jährlich starken Schwankungen unterliegen kann, ist eine direkte Vergleichbarkeit über mehrere Jahre hinweg jedoch nicht unmittelbar gegeben. So sank die Einzelhandelskaufkraft im bundesdeutschen Durchschnitt von 2008 bis 2010 und stieg seit 2011 wieder deutlich an. Diese Schwankung ließ sich aber nicht immer im gleichen Verhältnis in den einzelnen Warengruppen erkennen. Vielmehr gab es hier teilweise weniger starke oder auch stärkere Schwankungen, die sich teils wieder umkehrten.

→ Fazit

Da die Zahlen des statistischen Landesamtes eher einen Bevölkerungsrückgang als einen Zuwachs der Bevölkerung zeigen und bedingt durch die Corona Pandemie ein genereller Rückgang der

Kaufkraft pro Kopf für das Jahr 2020 zu verzeichnen ist, ist die Summe der Kaufkraft für die Stadt Bad Dürkheim im Jahr 2020 leicht fallend³². Da die Kaufkraft pro Kopf in Deutschland im Jahr 2021 bereits wieder um 1,6 % anstieg³³, steigt, bei einer in etwa gleichbleibenden Einwohnerzahl, dementsprechend auch die Kaufkraft für Bad Dürkheim wieder an.

8.2 Steuerungsmodelle der Einzelhandelsentwicklung

Zur gezielten Steuerung der künftigen Einzelhandelsentwicklung im Mittelzentrum Bad Dürkheim müssen verschiedene Szenarien mit unterschiedlichen politischen und planerischen Vorgaben betrachtet, analysiert und hinsichtlich ihrer planerischen, wirtschaftlichen und städtebaulichen Folgewirkungen bewertet werden.

Durch die unterschiedlichen Ansätze werden die Zusammenhänge der Zentren- und Versorgungsstruktur kenntlich gemacht und die Auswirkungen von Ansiedlung, Aus- oder Rückbau von Einzelhandelsstandorten beschrieben.

In den dargestellten Szenarien werden zentrale Versorgungsbereiche sowie die städtebaulich integrierten und nicht integrierten Einzelhandelsstandorte vereinfacht beschrieben, um unter idealtypischen Entwicklungsszenarien die Folgewirkungen der Standortentwicklung aufzuzeigen.

→ Szenario 1 | Freies Spiel der Kräfte

Diese, auch „Laissez-faire-Szenario“ genannte, Untersuchung basiert auf der Annahme, dass bei Einzelhandelsansiedlungen keine politischen und planerischen Restriktionen seitens der Kommune greifen. Dem Ansiedlungsdruck, meist auf nicht integrierte Standorte, wird nicht mit städtebaulich-funktionalen Steuerungen begegnet. Stattdessen entscheiden Investoren und Unternehmer über Ansiedlungsvorhaben, Verlagerungen und Erweiterungen ohne an ein (obligatorisches) übergeordnetes Steuerungsleitbild gebunden zu sein.

Die wahrscheinlichste Entwicklung ist die Ansiedlung von autokundenorientierten Einzelhandelsbetrieben auf preisgünstigen Grundstücken in bestehenden oder neuen städtebaulich nicht integrierten Lagen, dies belastet die bestehende hierarchische Zentrenstruktur. Die innenstadt-inhärenten, integrierten Betriebe werden durch den Kaufkraftabfluss geschwächt, was eine Reduzierung des Versorgungsangebotes nach sich zieht. Dies führt zu Geschäftsaufgaben und demzufolge zu vermehrten Leerständen von Ladenlokalen in der Innenstadt.

→ *Kurzbewertung:*

Die Standortplanung von Einzelhandelsunternehmen und die kommunale Entwicklungsplanung stehen häufig im Gegensatz zueinander, da das Interesse des Handels auf niedrige Betriebskosten und bei der Neuansiedlung auf möglichst geringe Erststellungs- und Baukosten (Grundstückspreis, Erschließung, Bauweise etc.) ausgerichtet ist. Das Interesse der Stadtentwicklung hingegen ist in erster Linie am Versorgungsbedarf der gesamten Bevölkerung orientiert (Gegensatz von betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Beurteilungsgrundsätzen). Es lässt sich daher mit hoher Wahrscheinlichkeit prognostizieren, dass hauptsächlich Standorte außerhalb der ausgewiesenen Zentren gesucht werden, an denen die Grundstückskosten niedrig sind, zugleich

³² Axiom.de: Kaufkraftkarte 2020

³³ Axiom.de: Kaufkraft in Deutschland 2021

aber eine gute Erreichbarkeit für den individuell motorisierten Verbraucher gegeben ist und möglichst extensive Parkmöglichkeiten geschaffen werden können.

In der Stadt Bad Dürkheim würde die freie Entfaltung der Kräfte des Marktes zu einer unkontrollierten Entwicklung im Bereich der nicht integrierten Standorte führen und die Entwicklung der Innenstadt stark gefährden. Diesem Szenario ist entschieden entgegenzuwirken. Durch mögliche freiwerdende Flächen aus gewerblichen Nutzungen bieten abgelegene Gewerbegebiete gute infrastrukturelle Eigenschaften, um problemlos Ansiedlungen zu realisieren. Dabei ist auch die unkontrollierte Erweiterung nicht integrierter Einzelhandelsbetriebe zu berücksichtigen, die eine eher schleichende Schwächung der Innenstadt zur Folge hätten.

Eine derartige „ungeordnete“ städtebauliche Entwicklung nutzt die bestehenden Zentren- und Stadtstrukturen nicht und beachtet darüber hinaus auch keine gestalterische Eingliederung. Im Stadtbild würde sich eine zunehmend diffuse Verteilung der Einzelhandelsbetriebe durchsetzen.

Durch die Ansiedlung großflächiger Betriebstypen besteht die Gefahr, dass im nicht integrierten Bereich Sortimente angeboten werden, die nach der lokalen Sortimentsliste innenstadtrelevant wären. Dabei würde mittel- bis langfristig auch der Tourismus unter einer solchen Entwicklung leiden, da die innerstädtische Einzelhandelsstruktur direkt mit der gastronomischen Struktur und damit auch mit der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt zusammenhängt. Demnach wäre ein ‚Trading-Down-Effekt‘ zu befürchten, welcher einen klaren Nachteil für den Standort insgesamt darstellen würde.

→ **Szenario 2 | Schwerpunkt Innenstadt**

In diesem Szenario wird die Einzelhandelsstruktur so gesteuert, dass die kleinteilige Geschäftsstruktur gefördert und ein attraktiver Angebotsmix erhalten bzw. entwickelt wird. Dabei gilt es innerhalb der kompakten Zentren Leerstände zu vermeiden und die vorhandenen Räumlichkeiten zu nutzen. Das übergeordnete Ziel dieses Szenarios ist die Sicherung und der Schutz der zentralen Versorgungsbereiche in der Innenstadt. Daher wird eine Verbesserung der Service-Leistungen („König Kunde“), eine Attraktivierung der zentralen Bereiche und eine Verbesserung der Infrastruktur angestrebt.

Die Sicherung der Nahversorgung in den unterschiedlichen Stadtteilen oder -quartieren durch eine gezielte Steuerung des Einzelhandels, ist ein weiteres wichtiges Ziel.

Kernpunkt ist somit die städtebaulich-funktionale Gliederung und Entwicklung bei einer gleichzeitigen hierarchischen Abstufung. Die Konzentration gilt dabei dem (gewachsenen) Stadtzentrum und weiteren ausgewählten Standorten. Dabei wird der Innenstadt die größte Bedeutung beigemessen. Sie zu entwickeln ist das maßgebliche Ziel bei der stetigen Optimierung der Einzelhandelsstruktur. Es wird dabei stets die Prämisse verfolgt alle Sortimente entsprechend der Nachfrage zu 100 % vorzuhalten. Eine völlige Deckung des Bedarfs nach Abstufung der Zentrenrelevanz gilt als optimale Einzelhandelsstruktur.

Eine Neuentwicklung von Standorten wird dabei nicht restriktiv untersagt, muss aber mit den Entwicklungen der derzeitigen Zentrenstruktur abgestimmt sein und sich zeitlich dieser Vollentwicklung unterwerfen. Eine Einzelhandelssteuerung unter diesen Voraussetzungen schafft einen klaren räumlichen und funktionalen Rahmen für derartige Entwicklungen. Die Einzelhandelsentwicklung wird zudem basierend auf Sortiments- und Größenstrukturen, sowie der funktionalen hierarchischen Eingliederung an bestimmte Standorte gebunden.

→ *Kurzbewertung:*

Durch die strikte städtebaulich-funktionale Zentrengliederung wird die Sicherung und Stärkung des Stadtzentrums ermöglicht. Da der Hauptfokus weiterer Einzelhandelsansiedlungen auf diesen zentralen Versorgungsbereich ausgerichtet ist und damit eine Steigerung der Attraktivität einhergeht, ist ein Anstieg der Kaufkraftbindung wahrscheinlich. Hier sind Potenziale vorhanden, die auch schon innerhalb der räumlich-funktionalen Entwicklungsspielräume diskutiert wurden. Die vorrangige Entwicklung der Innenstadt ist hier jedoch immer primär.

Auf Sonderwünsche von Investoren und Projektentwicklern kann bei dieser Optimierung nicht eingegangen werden. In der Folge können einige potenzielle Nutzungen nicht am Standort realisiert oder gehalten werden.

Die Fokussierung auf die Innenstadt kann dabei zu einem Nachteil für die weniger integrierten Flächenpotenziale führen, da mögliche Ansiedlungen an diesen Standorten erschwert werden und dadurch Chancen die Sortimentsstruktur am Standort generell qualitativ zu verbessern versiegen. Gleichzeitig würde in den Gewerbegebieten keine weitere Entwicklung stattfinden und ein Rückgang des dortigen Einzelhandels wäre eine vermutliche Folge, sodass wiederum die Vollversorgung im Einzugsbereich gefährdet wäre.

Jedoch wird nach einer vollständigen Entwicklung der Kernbereiche die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben auf die direkte Umgebung ausgeweitet, sodass einige der bereits genannten Flächen ebenfalls genutzt werden können. Dies ist immer an eine straffe Entwicklungshierarchie gekoppelt. Folglich grenzt sich das Stadtzentrum vom übrigen Stadtgebiet deutlich ab und schafft ein charakteristisches Einzelhandelsumfeld.

→ **Szenario 3 | Gezielte Einzelhandelssteuerung**

Im Gegensatz zum vorherigen Szenario werden bei der gezielten Einzelhandelssteuerung keine starren Prioritäten bei der Einzelhandelsansiedlung festgelegt. Vielmehr wird die Einzelhandelsentwicklung auch hier gezielt und nach klaren räumlich-funktionalen Vorgaben gesteuert. Dabei wird die Konzentration des Einzelhandels, unter Berücksichtigung der Sortiments- und Größenstrukturen sowie der funktionalen Rahmenbedingungen, auf ausgewählte Schwerpunktfelder fokussiert.

Darüber hinaus bestimmen die absatzwirtschaftlichen Potenziale die Marktentwicklung, d.h. die sortimentspezifischen Rahmenbedingungen legen Art und Umfang von Neuansiedlungen und Erweiterungen fest. Darauf aufbauend kann hier „gezielt“ reagiert werden. Unterrepräsentierte Sortimente werden dabei bevorzugt, während über eine Ansiedlung von Sortimenten, deren Kaufkraft nahezu ausgeschöpft ist, im Einzelfall entschieden wird.

Im Zuge bestimmter Umsiedlungs- und Ansiedlungsvorhaben gibt eine Einzelfallbeurteilung sowohl Aufschluss über die Tragfähigkeit des Vorhabens als auch die Verträglichkeit des selbigen am gewünschten Standort. Darüber hinaus können auch die Risiken und Gefahren – den vorherrschenden Sortimentsbestand und die derzeitige Zentrenstruktur betreffend – eingeschätzt und gezielt untersucht werden.

Einerseits wird versucht, die Vorgaben einer stringenten Steuerung umzusetzen, um eine zukunftsfähige räumlich-funktionale Entwicklung zu garantieren. Andererseits wird mit Einzelfällen gerechnet, die von der Steuerungspolitik abweichen und postulierte Leit- und Grundsätze nicht erfüllen können. Derartige Tatbestände werden nicht von vornherein ausgeschlossen, sondern

durchlaufen einen Prozess der Abwägung und Entscheidungsfindung, um herauszufinden, ob sie dem Zeitgeist entsprechend, das vorhandene Konzept aufwerten und unterstützen können.

So kann es in diesem Szenario, im Gegensatz zum „Schwerpunkt-Szenario“, zu einer einmaligen politisch motivierten Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs an einem präferierten, integrierten und durch ein Gutachten als unschädlich belegten sonstigen Standort kommen. Der Gemeinde werden dann Möglichkeiten eröffnet, die sich den aktuellen Gegebenheiten des Marktes anpassen.

→ *Kurzbewertung:*

Dieses Szenario verdeutlicht die Relevanz eines Rahmenkonzeptes für die Einzelhandelsentwicklung. Mit der vorliegenden qualitativen und quantitativen Analyse können sich zukünftige Projekte an formulierten Leitbildern orientieren. Den Entscheidungsträgern wird dadurch ein gezielter Eingriff in die Einzelhandelsentwicklung ermöglicht.

Die in Bad Dürkheim identifizierten Flächenpotenziale für die unterschiedlichen Warengruppen wurden bereits vorgestellt. Eine gezielte Einzelhandelssteuerung würde Flächen in der genannten Größenordnung zulassen. Geringe Abweichungen und Überschreitungen würden nach speziellen Untersuchungen zur Unschädlichkeit des Vorhabens ermöglicht werden. Demzufolge sind die Empfehlungen nur als Orientierungswerte anzusehen, die sich im Einzelfall – auch nach Veränderungen am Markt – stützen oder widerlegen lassen.

Die Verfolgung dieses Szenarios sorgt für eine bedarfsgerechte Entwicklung der Stadt sowie für die Sicherung des Versorgungsauftrags. Dabei werden sowohl die Rahmenbedingungen der Betriebe als auch die politischen Steuerungsmöglichkeiten gleichermaßen gewichtet. Eine ausgewogene Entwicklung im Sinne der Versorgung der Bevölkerung ist langfristig betrachtet möglich.

8.3 Fazit

Die aufgeführten Szenarien machen deutlich, dass die Entwicklung des Einzelhandels innerhalb der Stadt Bad Dürkheim durch eine aktive Steuerungspolitik massiv gelenkt werden kann. Weder eine zu strenge Regelung der Ansiedlungen noch das Gegenteil, eine ungesteuerte Entwicklung, sind dabei wünschenswert. Vielmehr ist die gezielte Steuerung der Einzelhandelsansiedlungen das geeignete Instrument, um auf die Entwicklungen des Marktes zu reagieren. Der Fokus sollte hierbei die Stärkung der Innenstadt sein, welche durch die zuvor genannten Maßnahmen und entsprechende Festsetzungen im Bebauungsplan erreicht werden kann. Des Weiteren sollten aber dennoch Vorhaben, nach dem Ausschluss schädlicher Auswirkungen, an sonstigen Standorten zugelassen werden, um Angebotslücken zu füllen und die Nahversorgung zu sichern.

Zudem lässt die Aufstellung eines Gesamtkonzeptes auch eine weitere Beobachtung des Marktes zu. Dies vor allem unter der Maßgabe, dass auch auf veränderte Rahmenbedingungen flexibel reagiert werden kann.

9 EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT

9.1 Ziele und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Bei der Aufstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist es nicht nur erforderlich, die Angebotsstrukturen quantitativ und räumlich darzustellen und die absatzwirtschaftlichen Spielräume zu ermitteln. Es ist insbesondere auch zu untersuchen, ob und wenn ja, welche Gebiete innerhalb der Gemeinde zukünftig für die Fortführung von Einzelhandelsnutzungen bzw. für zusätzliche Einzelhandelsansiedlungen geeignet erscheinen (potenzielle Entwicklungsbereiche) und welche übergeordneten Ziele diesen Entwicklungen zu Grunde gelegt werden.

9.1.1 Übergeordnete Ziele

Die übergeordneten Leitlinien ergeben sich aus der zuvor zusammengefassten einzelhandels- und zentrenspezifischen Situation der Stadt und des zugehörigen Nahbereiches, den daraus resultierenden Bewertungen sowie den weiteren allgemein formulierten Rahmenbedingungen. Für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung – sowohl in quantitativer, qualitativer sowie in räumlich-funktionaler Hinsicht – ist es erforderlich verbindliche Ziele zugrunde zu legen.

Als vorrangige Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bad Dürkheim werden von gutachterlicher Seite zum einen die **Sicherung und Stärkung der Innenstadt von Bad Dürkheim**, welches als Mittelzentrum den Versorgungsauftrag für den mittelzentralen Bereich erfüllen muss, zum anderen die **sinnvolle Sicherung der wohnortnahen Nahversorgung** in der Innenstadt, dem Gewerbegebiet Bruch, sowie in den einzelnen Stadtteilen gesehen. Auch eine Verbesserung der Nahversorgung im Süden der Stadt für die dortigen Wohnbaugebiete ist dringend zu empfehlen. Ein geeigneter Standort ist im Bereich Fronhof vorhanden. Dabei wird eine Fortentwicklung der zentrenunschädlichen Standorte zur weiteren Deckung des Bedarfs angestrebt, wobei hier darauf zu achten ist, die Randsortimente auf ein verträgliches Maß zu beschränken.

Zusammenfassend betrachtet ergibt sich aus den vorherigen Arbeitsschritten folgender übergeordneter Zielkatalog zur Einzelhandelsentwicklung in Bad Dürkheim als Mittelzentrum und Hauptversorgungsträger des zugewiesenen Nahbereiches:

- Sicherung und Stärkung der identifizierten Hauptgeschäftsbereiche sowie Entwicklung und Stärkung seiner Randbereiche (insbesondere bei Angebotslücken),
- Sicherung des Besatzes sowie Reduzierung und Vermeidung von Leerständen in zentralen Versorgungsbereichen von Bad Dürkheim,
- Erhaltung und Stärkung des identifizierten Nahversorgungsnetzes und der Schwerpunkte,
- Sicherung und Ausbau eines attraktiven und vielschichtigen Einzelhandelsangebotes sowie der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt,
- Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk, Dienstleistungen und produzierendes Gewerbe,
- Sicherung der mittelzentralen Funktion.

9.1.2 Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels

Im Hinblick auf eine den aufgeführten, übergeordneten Zielen entsprechende Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Bad Dürkheim sollen für die zukünftige räumliche Steuerung grundsätzliche Strategien entwickelt werden. Vor dem Hintergrund der o.g. Ziele und unter Berück-

sichtigung der Bewertung der Ausgangssituation einerseits sowie den zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren andererseits, sollen für Bad Dürkheim folgende Leitsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenstruktur gelten und durch entsprechende politische Beschlüsse festgelegt werden. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen beteiligten Akteuren Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu geben und vor dem Hintergrund einer weiteren Attraktivierung der Stadt die erstrebenswerte Magnetwirkung zu entfalten.

Dabei soll im Hinblick auf die zukünftige bauleitplanerische Umsetzung darauf hingewiesen werden, dass das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als abwägungsrelevantes, städtebauliches Konzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zwar eine wichtige Entscheidungsgrundlage darstellt, allerdings keine Rechtsverbindlichkeit im Hinblick auf die Steuerung von Einzelhandelsnutzungen entfaltet. Vielmehr gibt das Konzept Leitvorstellungen und Grundsätze vor, die mittels bauleitplanerischer Entscheidungen umgesetzt werden müssen. Somit wird die Stadt nicht von ihrer Pflicht entbunden, in jedem Einzelfall zu prüfen, welche bauleitplanerischen Festsetzungen städtebaulich gerechtfertigt und mit dem Abwägungsgebot vereinbar sind.

→ **Grundsatz 1: Stärkung der Innenstadt**

Der Bereich der Innenstadt ist zu stärken und zu attraktiveren. Dies ist durch die exklusive Zulassung eines zentrenrelevanten Hauptsortiments im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt zu erreichen. Außerdem soll die Attraktivität der Innenstadt durch das Ausbauen der Infrastruktur sowie Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität erhöht werden.

→ **Grundsatz 2: Erhaltung des Gewerbegebiets „Bruch“**

Das bereits bestehende Gewerbegebiet „Bruch“ spielt durch die vielen dort ansässigen großflächigen Einzelhandelsbetriebe nach wie vor eine wichtige Rolle in der kurz- und mittelfristigen Versorgung der Stadt Bad Dürkheim und ist daher zu erhalten. Dies ist zu erreichen, indem das Gewerbegebiet „Bruch“ als „Bestandsstandort (ohne Entwicklung)“ ausgewiesen wird und Einschränkungen im Sortiment erhält.

→ **Grundsatz 3: Erhaltung und Versorgung der Stadtteile**

Die Sicherung der Nahversorgung der einzelnen Stadtteile stellt eine der zentralen Aufgaben einer Stadt dar. In Bad Dürkheim ist diese nicht flächendeckend erfüllt. Zwar sind die Innenstadt und das Gewerbegebiet „Bruch“ gut abgedeckt, allerdings weisen die Stadtteile Seebach, Hardenburg, Leistadt und Ungstein teilweise große Defizite in diesem Bereich auf. Zudem sollte ein neuer Nahversorgungsstandort in der Randlage „Fronhof“ ausgewiesen werden, um die Nahversorgung für den südlichen Teil der Stadt zu sichern.

→ **Grundsatz 4: Begrenzung der Randsortimente**

Um schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt zu vermeiden, müssen die Sortimente der umliegenden Versorgungsbereiche eingeschränkt werden. Hierbei sind insbesondere die zentrenrelevanten Randsortimente so einzuschränken, dass sie nicht zu einer Abwanderung der Kaufkraft in der Innenstadt und damit verbundenen Schwächung der selbigen führen.

9.2 Ausweisung der zukünftigen zentralen Versorgungsbereiche (ZVB)

Ein zentraler Punkt des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, die für die Stadt Bad Dürkheim vorzunehmen ist. Diese basiert auf dem

aktuellen Bestand der Einzelhandelsangebote und der beschriebenen Steuerungsabsicht der Stadt für die weitere Entwicklung des Einzelhandels.

9.2.1 Verteilung der Einzelhandelsangebote

Als Grundlage für die Abgrenzung der Versorgungsbereiche dient die Darstellung der aktuellen Standorte des lokalen Einzelhandels (Bestandsanalyseergebnis). Dabei können verschiedene Kategorien von Angebotsclustern unterschieden werden, je nachdem wie sie vom Verbraucher vor Ort wahrgenommen werden. Damit stellt die folgende Betrachtung auf eine Magnetwirkung von Standorten ab, die für die Abgrenzung der Versorgungsbereiche gesondert untersucht und bewertet werden muss.

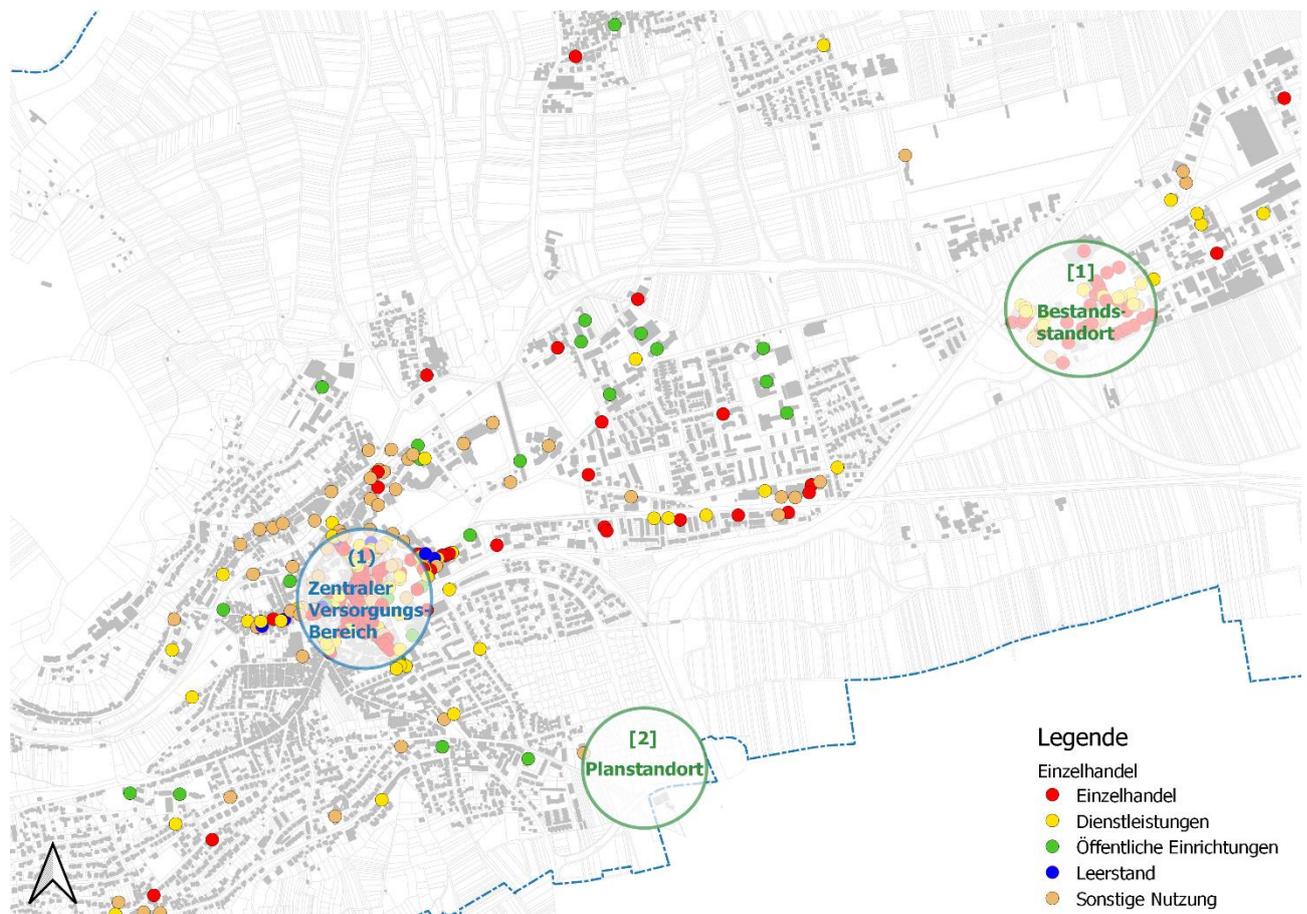


Abbildung 32: Angebotscluster des Einzelhandels in Bad Dürkheim
(Quelle: Grundkarte des Stadt Bad Dürkheim | Eigene Darstellung)

9.2.2 Versorgungsbereiche in der Stadt Bad Dürkheim

Aus der Darstellung der Geschäftsbereiche in der Stadt Bad Dürkheim lässt sich die genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ableiten. Die hier abgebildeten Einheiten sind dabei nicht als parzellenscharf zu verstehen. Sie dienen der Verortung der Entwicklung des Einzelhandels im Stadtgebiet und lassen geringe Unschärfen bei der späteren Entwicklung zu.

Klar erkennbar ist der **Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** als Haupteinkaufsbereich der gesamten Stadt Bad Dürkheim.

Der **Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** erstreckt sich über den historischen Stadtkern von Bad Dürkheim und umfasst nah- und mittelbereichsrelevante Angebote in zentraler Stadtlage. Die

dortigen Leerstände beschränken sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt auf ein Minimum und sind daher aktuell zu vernachlässigen. Eine weitere Entwicklung des Versorgungsbereichs, in Form von Ansiedlungen neuer Einzelhandelsbetriebe oder dem Ausbau der bereits bestehenden Betriebe, gestaltet sich aufgrund der sehr beengten Platzverhältnisse im Stadtkern Bad Dürkheims jedoch als schwierig, und wäre daher nur in den Randbereichen der Stadt realisierbar.

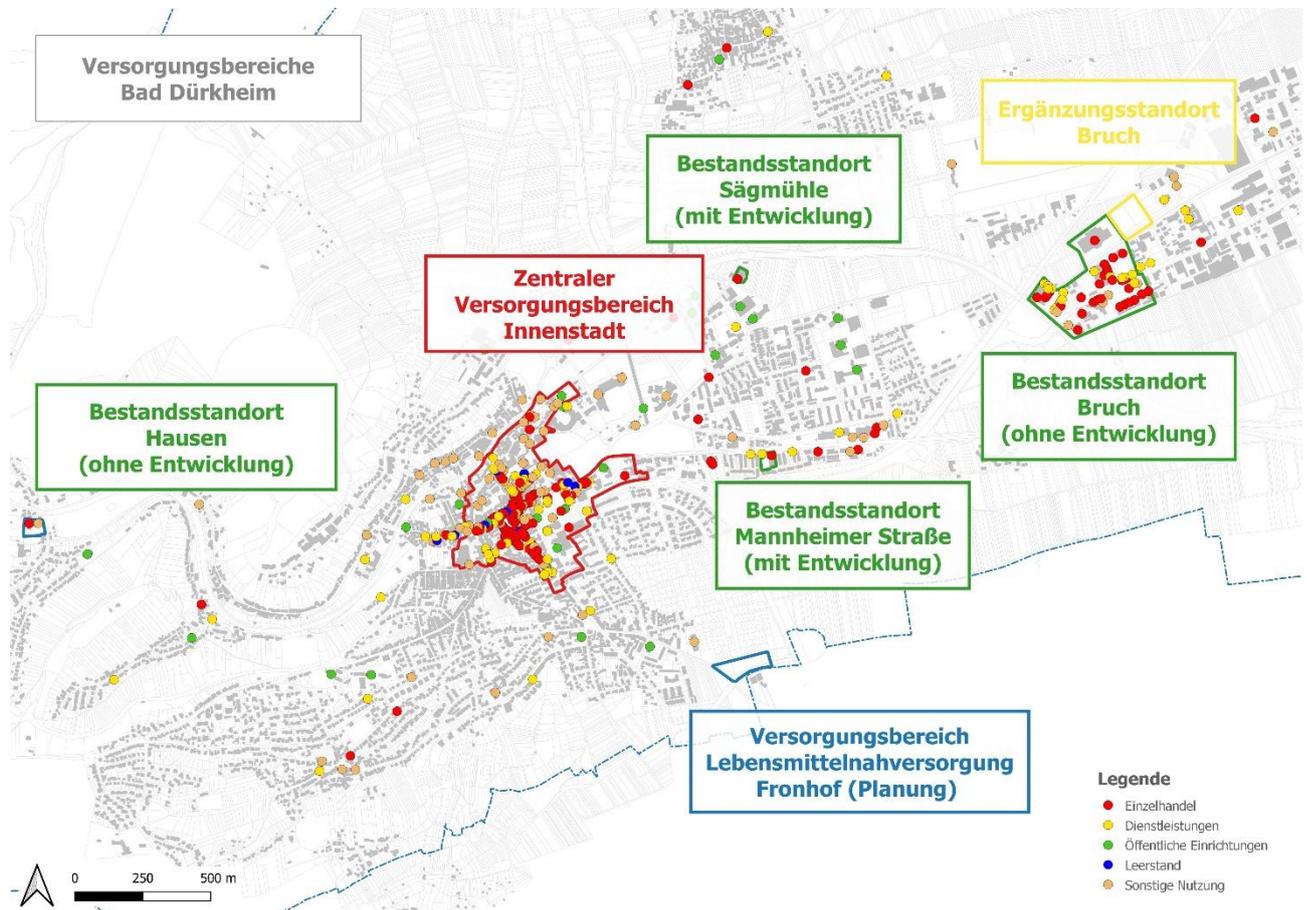


Abbildung 33: Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Bad Dürkheim
(Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand September 2018)

Eine besondere Rolle der weiteren Einzelhandels- sowie infolgedessen auch der gesamtstädtischen Entwicklung nimmt neben dem Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt der **Bestandsstandort Bruch (ohne Entwicklung)** ein. Dieser liegt östlich des städtischen Siedlungsbereichs und bildet eine Ansammlung zumeist großflächiger Betriebe mit nahversorgungs-, innenstadt- und nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten, und bietet den bereits vorhandenen Betrieben Bestandsschutz. Hier können Ansiedlungen zur nachhaltigen Erweiterung und Verbesserung der Versorgungsleistung Raum gegeben werden, welche in der Innenstadt aufgrund des fehlenden Platzangebots nicht möglich wären. Weitere Entwicklungen des Bestandsstandorts sind jedoch ausgeschlossen.

Die östlich an den Bestandsstandort Bruch angrenzende Fläche ist im Bebauungsplan „Norderweiterung Gewerbegebiet Bruch“ (vgl. Abb.29) bereits als Sondergebiet festgesetzt, und lässt auch nicht-innenstadtrelevante Sortimente zu. Daher bietet das Gelände Potenzial zur Ansiedlung eines attraktiven großflächigen Einzelhandels mit nicht-innenstadtrelevantem Sortiment, welcher im Zentrum von Bad Dürkheim, aber auch in den einzelnen Stadtteilen keinen Platz finden kann. Hierfür spricht sowohl die Lage als auch die verkehrliche Anbindung sowohl regional aber vor

allem auch lokal. Ein hier gegebenenfalls realisierbares Angebot kann auch eine breit gefächerte Nachverdichtung der Sortimentsstruktur mit sich bringen sowie als weiterer positiver Aspekt eine Magnetwirkung entfalten und den Gesamtstandort Bad Dürkheim stärken.

Es wird nicht gelingen, die Nahversorgung in Gänze in die Innenstadt zurückzuholen, da der hier entstandene Standort von der Bevölkerung gut angenommen wird und entsprechend geeignete Flächenreserven innerhalb der Stadt Bad Dürkheim nicht vorhanden sind. Die Bereichsausweisung orientiert sich am Bestand und ist wegen der Bedeutung der hiesigen Betriebe auch für die Umlandgemeinden als wichtiger Handelsbereich zu sehen. Die Anbindung an die überörtliche Verkehrsinfrastruktur unterstützt diese Funktion zusätzlich. Um den besagten Einzelhandelsbetrieben im **Bestandsstandort Bruch (ohne Entwicklung)** Raum zur Entwicklung geben zu können, und ggf. die Ansiedlung neuer Einzelhandelsbetriebe mit nicht - innenstadtrelevantem Sortiment zu ermöglichen, wird zusätzlich der **Ergänzungsstandort Bruch** ausgewiesen. Hier ist ausschließlich die Ansiedlung von Betrieben mit nicht-innenstadtrelevantem Sortiment gestattet.

Der westlich gelegene **Bestandsstandort (ohne Entwicklung) Hausen** umfasst nur einen einzigen großflächigen Einzelhandelsbetrieb, ist aber für die Nahversorgung der westlichen Stadtteile Grethen/Hausen und Hardenburg von großer Bedeutung und soll daher erhalten werden. Eine Entwicklung des Standortes soll ausgeschlossen werden, jedoch sollen Erneuerungen im bestehenden Umfang jederzeit möglich sein, um die Nahversorgung im Bereich Grethen und Hausen zu sichern.

Weiterhin soll durch die Ausweisung als **Bestandsstandort mit Entwicklung** zum einen der Netto - Markt in der Mannheimer Straße, und zum anderen der Leprima Biomarkt in der Sägmühle im Bestand geschützt werden, um die Nahversorgung in diesen Bereichen explizit zu sichern. Um diese Standorte auch längerfristig konkurrenzfähig zu halten, wird eine Entwicklung der Betriebe in Zukunft ermöglicht.

Südlich der Innenstadt wird ein **Versorgungsbereich Lebensmittelnaheversorgung Fronhof (Planung)** ausgewiesen. Hier soll die Möglichkeit bestehen einem Betrieb eine Ansiedlung zu ermöglichen, die als Nahversorgung die angrenzenden Wohngebiete versorgen.

Der **Versorgungsbereich Lebensmittelnaheversorgung Fronhof (Planung)** wird in seiner Funktion bezüglich der zulässigen Sortimente für die weitere Entwicklung künftig auf die Nahversorgung beschränkt. Hier befinden sich im südlichen Bereich des Neubaugebietes Freiflächen, die sich für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes anbieten. Die Stadt Bad Dürkheim sieht hier in Ergänzung zum vorhandenen Einzelhandel mit Waren des täglichen Bedarfs einen geeigneten Standort, neben der reinen Flächenverfügbarkeit, die Versorgung insbesondere der Bevölkerung der südlichen Stadtteile mit nahversorgungsrelevanten Angeboten zu sichern. Die Verkaufsfläche ist im Zuge einer Verträglichkeitsuntersuchung zu prüfen.

Es ist zu beachten, dass die hier beschriebenen Standorte **Bruch (Bestandsstandort ohne Entwicklung)** und **Fronhof (Nahversorgung)** nicht im ERP als zentralörtliche Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte dargestellt sind. Da es sich bei dem **Bestandsstandort Bruch** um einen faktischen Versorgungsbereich handelt, kommt dieses Konzept zu dem Ergebnis, dass abweichend von den Darstellungen des ERP diese Einzelhandelsagglomeration als Bestandsstandort ausgewiesen werden soll. Der **Versorgungsbereich Lebensmittelnaheversorgung Fronhof** dient,

wie bereits erwähnt, der Versorgung der umliegenden Wohngebiete mit Gütern des täglichen Bedarfs und ist aus städtebaulicher Sicht zur Stärkung der Nahversorgungsstruktur in dieses Konzept zu integrieren.

9.3 Lokalspezifische Sortimentsliste

9.3.1 System der Innenstadtrelevanz

Die Aufteilung der Sortimente und Warengruppen des Einzelhandels in Sortimentslisten führt zu unterschiedlich strengen Auflagen im Hinblick auf das zulässige Angebot am jeweiligen Standort. Die Innenstadtrelevanz einzelner Angebote lässt sich dabei nach den verschiedenen Versorgungsbereichen einer Gemeinde schichten. Nicht-innenstadtrelevante Sortimente sind dabei immer auch in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.



Abbildung 34: System der Innenstadtrelevanz (Quelle: eigene Darstellung)

Allgemein ist es möglich, nahversorgungsrelevante Sortimente, die eigentlich in den Schutz des Zentrums gehören, auch außerhalb des Zentrums anzubieten, um hier eine wohnortnahe Nahversorgung der Bevölkerung sicherstellen zu können. Hiervon ausgenommen ist die Zulässigkeit von Randsortimenten, durch die an einem Standort ohne innenstadtrelevantes Sortiment auch Angebote mit Innenstadtrelevanz zugelassen werden können. Dies bedarf allerdings einer bauleitplanerischen Steuerung zur Zulässigkeit nach Art und Maß dieser Angebote zum Kernsortiment.

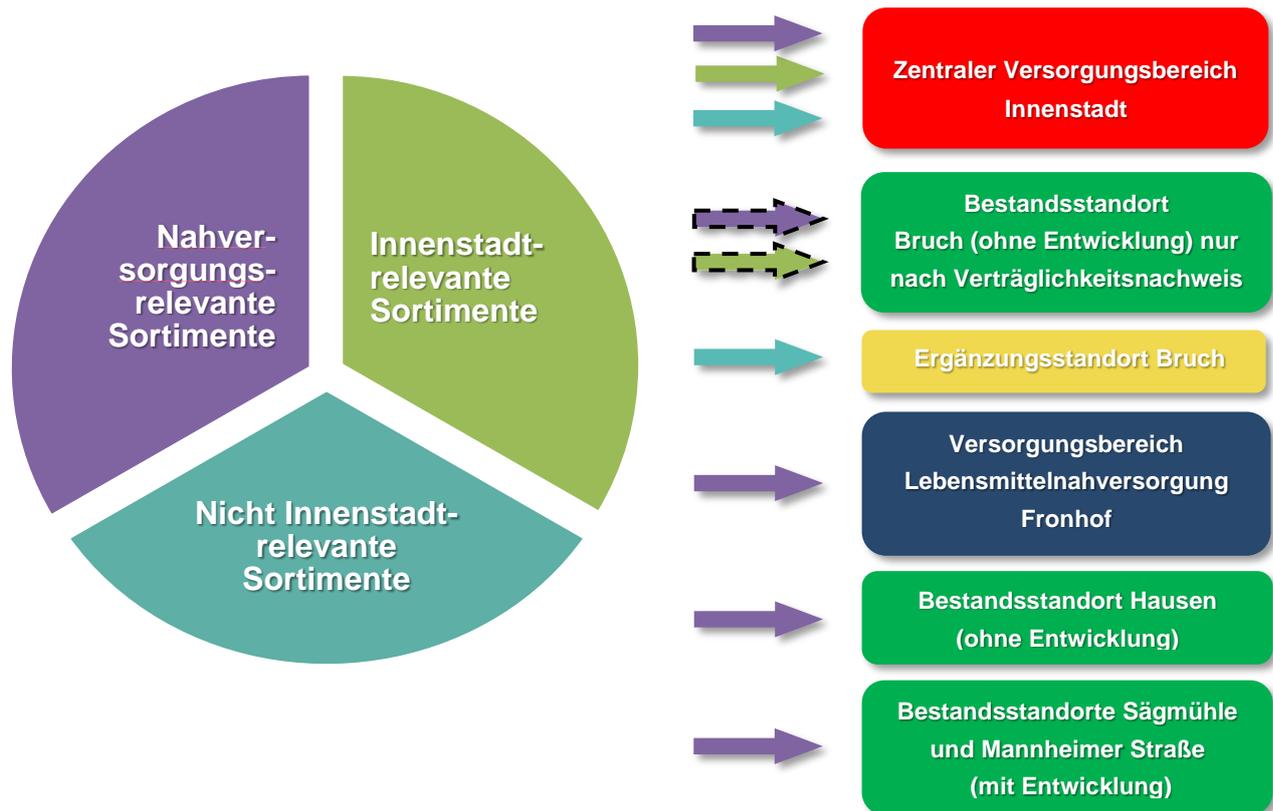


Abbildung 35: Zuordnungshierarchie von Sortimenten zu den unterschiedlichen Versorgungsbereichen (Quelle: eigene Darstellung)

9.3.2 Verteilung der Sortimente auf die Versorgungsbereiche

Wie in der obigen Grafik zu erkennen, werden die verschiedenen Versorgungsbereiche durch die unterschiedlichen Zulässigkeiten der drei Sortimente gesteuert. Im **Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** sind alle Sortimente zulässig. An den beiden **Standorten Hausen und Fronhof** sind nur nahversorgungsrelevante Sortimente zulässig, wobei am Standort Hausen auch eine weitere Entwicklung nicht vorgesehen ist. Die Zulässigkeiten für den **Bestandsstandort Bruch (ohne Entwicklung)** und den **Ergänzungsstandort Bruch** beschränken sich grundsätzlich auf nicht-innenstadtrelevante Sortimente. Im **Bestandsstandort Bruch (ohne Entwicklung)** können jedoch auch innenstadtrelevante- sowie nahversorgungsrelevante Sortimente zugelassen werden, sofern bei diesen, schädliche Auswirkungen auf den **Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** im Rahmen einer Verträglichkeitsprüfung ausgeschlossen werden können. Da hier eine Entwicklung grundsätzlich ausgeschlossen werden soll, ist die Etablierung solcher Sortimente nur im Falle des Abgangs eines bestehenden Betriebes möglich.

9.3.3 Sortimentsliste Bad Dürkheim

Aus dem ermittelten Einzelhandelsbestand in der Stadt Bad Dürkheim und den potenziellen Entwicklungsmöglichkeiten für die jeweiligen Versorgungsbereiche resultiert die folgende Liste der nahversorgungsrelevanten, innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimente für die Stadt Bad Dürkheim:

→ Nahversorgungs- und innenstadtrelevante Sortimente

| Warengruppe | Beispiele zur Erläuterung |
|---|---|
| Nahrungsmittel | Alle Arten von Lebens- und Genussmitteln (inkl. Kaffee, Tee, Tabakwaren, Reformhauswaren, etc.) frisches Obst und Gemüse, Back- und Konditoreiwaren, Metzgereiwaren |
| Drogeriewaren / Kosmetikartikel | Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Drogeriewaren, Putz- und Reinigungsmittel, Waschmittel, Parfümerieartikel, freiverkäufliche Apothekenwaren im Einzelfall gehören hierzu auch medizinische und orthopädische Artikel und Sanitätsbedarf |
| Blumen (als Randsortiment) | Schnittblumen, Topfpflanzen, Gestecke |
| Bücher / Schreibwaren (als Randsortiment) | Zeitungen und Zeitschriften |

→ innenstadtrelevante Sortimente

| Warengruppe | Beispiele zur Erläuterung |
|---|---|
| Bekleidung, Lederwaren, Schuhe | Bekleidung aller Art (inkl. Lederbekleidung, etc.), Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren, Unterwäsche und Miederwaren, Strümpfe und Strumpfwaren, Bademoden, Schuhe, Sandalen, Stiefel, Lederwaren aller Art, Taschen, Koffer, Schirme |
| Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche, Textilien/ Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe | Gardinen, Heimtextilien, Dekostoffe, Haus-, Bett- und Tischwäsche sowie Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen u.Ä., hochwertige Bodenbeläge (Einzelware, wie z.B. Orientteppiche), Antiquitäten, Wohneinrichtungsbedarf |
| Bücher / Zeitschriften, Papier / Schreibwaren | Schreibwaren und Büroartikel aller Art (außer Büroeinrichtung), Papier, Sortimentsbuchhandel, Zeitschriften |
| Unterhaltungselektronik / Computer, HiFi / Elektroartikel | Unterhaltungselektronik wie z.B. Rundfunk- und Fernsehgeräte, HiFi-Anlagen, Video- und Audiosysteme, Videokameras und Fotoartikel, Spielekonsolen, Unterhaltungssoftware, Computer- und Videospiele, Computer aller Art und Computerzubehör sowie Peripheriegeräte (Bildschirme, Drucker, Tastaturen und sonstige Eingabegeräte, Festplatten u.Ä.), Software einschl. Computerspiele, Navigationsgeräte |
| Spielwaren / Sportartikel / Musikalienhandel | Spielwaren aller Art, technisches Spielzeug, Hobby- und Bastelartikel im weitesten Sinne, Sammlerbriefmarken und Münzen, Musikinstrumente und Zubehör |
| Foto / Optik | Fotoapparate und Videokameras, Fotoartikel und –zubehör, optische Geräte, Ferngläser, Brillen, Hörgeräte u.Ä. |
| Kunst / Antiquitäten | Kunst, Antiquitäten |
| Haushaltswaren / Glas / Porzellan | Haushaltswaren aller Art (Töpfe, Pfannen, Schneidwaren und Bestecke, ...), Glas, Porzellan, Vasen und Feinkeramik, sonstiger Hausrat, Geschenkartikel und Souvenirs |
| Uhren / Schmuck | Uhren, Zubehör, Schmuck, Modeschmuck |
| Baby- / Kinderartikel | Babybekleidung, Babyspielwaren, Babymöbel, Kinderwagen |
| Blumen | Schnittblumen, Topfpflanzen, Gestecke |
| Gesundheitsartikel / Sanitätswaren | Salben, Bandagen, Gymnastikgeräte |

→ Nicht-innenstadtrelevante Sortimente

| Warengruppe | Beispiele zur Erläuterung |
|----------------------------|--|
| Nahrungs- und Genussmittel | Spirituosen, Getränke |
| Bekleidung | Bekleidung für berufliche Tätigkeiten, Arbeitsschutzbekleidung |

| | |
|-----------------------------------|--|
| Einrichtungsbedarf | Möbel (inkl. Büro-, Bad- und Küchenmöbel), Gartenmöbel und Polsterauflagen, Bettwaren, Matratzen, Bodenbeläge, Teppiche (Auslegeware) |
| Baumarktspezifische Waren | Maschinen und Werkzeuge, Bauelemente, Baustoffe (inkl. Fenster, Türen, ...), Eisenwaren, Beschläge, Elektroartikel und -installationsmaterial, Farben, Lacke, Fliesen und Zubehör, Sanitärbedarf, Gartenbedarf und Gartengeräte, einschl. Freilandpflanzen, Kamine und Kachelöfen, Pflanzen und Sämereien sowie sonstige baumarktspezifische Waren; Kfz- und Motorradzubehör |
| Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten | Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen...), und sonstige Elektrohaushaltsgeräte außer Elektrokleingeräte und „braune Ware“ |
| Sport / Camping | Camping- und Outdoorartikel, Zelte, Boote |
| Zooartikel, Tiernahrung, Tiere | Zoologischer Bedarf |

Tabelle 6: Sortimentslisten der Stadt Bad Dürkheim
(Quelle: eigene Darstellung)

Die Sortimentsliste regelt lediglich die Neuansiedlung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsbetrieben. Bestehende Betriebe sind im Bestand zunächst geschützt.

Die Liste ist bei weiteren Planungen innerhalb der Stadt Bad Dürkheim in der Bauleitplanung und auf Genehmigungsebene im Rahmen der Abwägung zu beachten und umzusetzen.

→ **Strukturierung der Verkaufsflächen in den Standortbereichen**

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Verkaufsflächen der einzelnen innenstadtrelevanten Sortimente in den verschiedenen Versorgungsbereichen bzw. Bestandsstandorten. Hierbei ist deutlich zu sehen, dass sich der Großteil der Verkaufsflächen für Nahrungsmittel im Bestandsstandort Bruch befindet. Der Zentrale Versorgungsbereich weist in diesem Sortiment eine ähnliche Größe wie der Bestandsstandort (ohne Entwicklung) Hausen auf. Weiterhin zeigt sich, dass die sonstigen innenstadtrelevanten Sortimente ausschließlich im Zentralen Versorgungsbereich sowie im Bestandsstandort Bruch zu finden sind bzw. nur als Randsortiment in den anderen Standortbereichen vertreten sind. Die nicht aufgeführten innenstadtrelevanten Sortimente wie z.B. Kunst / Antiquitäten; Haushaltswaren / Porzellan oder Baby- / Kinderartikel sind hingegen gar nicht, oder ausschließlich als Randsortiment vertreten.

| Verkaufsflächen in m ² | | | | | | | | | | | |
|---|----------------|------------------------------------|--------|--|---|---|--|--|-----------------|--------------------|--|
| Standortbereich / Sortiment | Nahrungsmittel | Drogeriewaren / Kosmetikartikel | Blumen | Bekleidung / Lederwaren / Schuhe | Einrichtung- zubehör / Textilien / Bastelartikel | Bücher / Zeitschriften / Schreibwaren | Unterhaltungs- elektronik / Computer / Elektroartikel | Spielwaren / Sportartikel / Musikalienhandel | Foto / Optik | Uhren / Schmuck | |
| Zentraler Versorgungsbereich | 1315 | 1330 | 75 | 1880 | 695 | 190 | 160 | 275 | 825 | 80 | |
| Bestandsstandort Bruch | 6530 | 550 | 50 | 4300 | 650 | 0 | 75 | 0 | 0 | 60 | |
| Bestandsstandort Sägmühle | 120 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Bestandsstandort Mannheimer Straße | 800 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung Häusen | 1080 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |

Tabelle 7: Verkaufsflächen (in m²) der innenstadtrelevanten Sortimente in den Standortbereichen (Quelle: eigene Berechnungen) ³⁴

→ Erläuterung zu den Abweichungen von der Sortimentsliste des Regionalplan Rhein - Neckar

Blumen, sowie Bücher und Schreibwaren werden häufig von großen Einzelhandelsketten (Aldi, Rewe, Lidl, etc.) als Randsortiment geführt. Damit dies auch an Nahversorgungsstandorten möglich ist, werden sie als Randsortiment unter den Nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimenten geführt.

Die Spirituosen und Getränke werden als nicht-innenstadtrelevant festgeschrieben, da sie vielfach nicht zu den Artikeln des „Handtaschenformates“ gehören (z.B. Getränkeboxen) und in der Regel mit dem PKW besorgt werden. Dies soll nicht zwangsläufig im Zentrum erfolgen müssen. Eine weitere Unterscheidung in diesen Sortimenten soll nicht erfolgen. Die Festlegung orientiert sich zudem an der Bestandsstruktur.

Die Sortimente Berufsbekleidung und Funktionsbekleidung werden aus der sonstigen Bekleidung herausgelöst und als nicht-innenstadtrelevant deklariert, da die Möglichkeit bestehen soll, sie im Verbund mit baumarktspezifischen Waren anzubieten.

Die als nicht-innenstadtrelevant aufgenommenen Artikel der Warengruppe Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten werden wegen der mangelnden Platzverhältnisse in der Stadtstruktur als nicht erforderlich für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt gesehen; daher diese Abweichung in der Sortimentsliste.

Bei der Abweichung im Hinblick auf die Sportgeräte (hier Sportgroßgeräte) ist auf die bestehende Struktur der Stadt hinzuweisen. Entsprechende Angebote sind derzeit in Bad Dürkheim nicht vorhanden. Hier besteht daher auch kein Bedürfnis zum Schutz von bestehenden Strukturen, allerdings auch kein Ansiedlungsbedarf.

9.4 **Verträglichkeitsanalyse zur Entwicklung eines Einzelhandelsstandortes im Wohngebiet „Fronhof II“**

Zum Nachweis der Verträglichkeit des Vorhabens wurde eine gesonderte Auswirkungsanalyse des Büros imakomm AKADEMIE (Oktober 2023) erarbeitet (siehe Anhang). Hierüber wurde nachgewiesen, dass bei einem Vollsortimenter am Standort „Fronhof II“ mit einer Verkaufsfläche von 1.800 m² die raumordnerischen Prüfkriterien eingehalten werden. Mit Schreiben vom 18.03.2024 stimmte die Obere Landesplanungsbehörde somit einer Ansiedlung eines Vollsortimenters am Standort Fronhof II mit einer Größenordnung von maximal 1.800 m² Verkaufsfläche zu. Der Standort soll als Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung ausgewiesen werden.

³⁴ Aufteilung nach Hauptwarengruppen, eine Differenzierung nach Randsortimenten wurde nicht vorgenommen

9.5 Handlungsempfehlungen

→ Handlungsempfehlungen für den Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen

Wie auch bei vielen anderen Städten bildet in Bad Dürkheim der (historische) Stadtkern den Knotenpunkt zwischen sozialen und wirtschaftlichen Beziehungen. Hier befindet sich relativ gleichmäßig der Besatz an Einzelhandel aber auch Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen. Eine behutsame quantitative und qualitative Verbesserung der Einzelhandelsstruktur in dem Bereich zur Sicherung und Stärkung ihrer Attraktivität steht infolgedessen im Vordergrund. Hierbei ist wichtig, die vorhandene Struktur zu erhalten, um möglichst hohe Synergieeffekte der einzelnen Funktionen untereinander zu erreichen.

Unter qualitativer Verbesserung ist z.B. die Durchsetzung hoher städtebaulicher und architektonischer Ansprüche sowie aktive Verhinderung des Entstehens und das Bekämpfen von Leerständen zu verstehen. In Bad Dürkheim verteilen sich die relativ wenigen Leerstände gleichmäßig in der Innenstadt. Hier sollte durch gezielte Ansiedlungspolitik versucht werden Angebote insbesondere aus den Warengruppen mit bisher schlechten Kundenbindungsquoten wie z.B. Unterhaltungselektronik und elektronische Medien; Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten; Informationstechnologie; Glas / Porzellan / Keramik oder Einrichtungsbedarf anzusiedeln.

Im Gewerbegebiet Bruch können auch Einzelhandelsvorhaben mit mittlerem, bis größerem Flächenbedarf realisiert werden, für welche im Bereich der Innenstadt kein Platz vorhanden ist. Jedoch kommt hierfür in den meisten Fällen nur der Ergänzungsstandort Bruch infrage, da der Bestandsstandort Bruch ohne Entwicklung festgesetzt wird. Somit sind hier nur Neuansiedlungen im Falle des Abgangs eines bereits bestehenden Betriebs und dem Nachweis der Verträglichkeit möglich.

→ Handlungsempfehlungen für den Einzelhandel zur Nahversorgung

Hier soll der Fokus auf die Sicherung und ggf. behutsame Erweiterung der bestehenden Einzelhandelsbetriebe gelegt werden, da sie wichtige Voraussetzungen zur flächendeckenden Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs bieten. Aufgrund der Kaufkraftbindungsquote von ca. 80 % sollte den Betrieben der Nahversorgung Erweiterungsmöglichkeiten gegeben werden, um die hiesige Versorgungsstruktur und die bestehenden Standorte auch zukünftig zu sichern. Besonderes Augenmerk sollte hierbei auf die wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs liegen.

Durch die verbindliche Bauleitplanung sollte in Bad Dürkheim sichergestellt werden, dass die Angebote zur Nahversorgung gesichert werden und gleichzeitig wesentliche Beeinträchtigungen auf andere vorhandene Nahversorger im Nahbereich, aber auch auf städtischer Ebene nicht zu erwarten sind. Alle anderen innenstadtrelevanten Sortimente sind ausschließlich nach der Definition der Sortimentsliste für Bad Dürkheim vorzuhalten. Regelungen zu Randsortimenten und Aktionswaren sind in der Bauleitplanung zu berücksichtigen.

9.6 Zentrenübergreifende Empfehlungen

→ Schließung von Angebotslücken

Die ermittelten Angebotslücken sollten nach den Vorgaben der lokalen Sortimentsliste bestmöglich geschlossen werden. Hierbei ist zu bedenken, dass eine Kaufkraftbindungsquote von 100 % nicht

in allen Warengruppen erreicht werden kann. Die Empfehlungen zur Ergänzung der verschiedenen Sortimente berücksichtigen diese Tatsache bereits angemessen.

Die Angebote in den technischen Warengruppen (Unterhaltungselektronik / Medien, Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten, Informationstechnologie, Telekommunikation) sind prioritär zu ergänzen, um Angebotslücken für die Einwohner zu schließen. Weitere nennenswerte Potenziale sind in den Warengruppen Einrichtungsbedarf, Sport/ Camping sowie Glas / Porzellan / Keramik vorhanden. Jedoch ist hier eine 100 % Quote nicht erstrebenswert. Eine Ausweitung des Angebotes kann aber in jedem Fall angestrebt werden.

→ **Attraktivierung der städtebaulichen Situation**

In den zentralen Versorgungsbereichen sollten die Ansiedlungen von Einzelhandelsangeboten sowie die Sicherung vorhandener Betriebe stets mit einer Verbesserung der städtebaulichen Situation einhergehen.

Dieses Ziel kann in Bad Dürkheim durch unterschiedlichste Maßnahmen verfolgt werden. Durch eine Vielzahl bereits erfolgter Maßnahmen wie z.B. Verkehrsberuhigung oder Freiraumgestaltung, ist die Bad Dürkheimer Innenstadt ein attraktiver und gut besuchter Standort. Diese Aufwertung muss jedoch begleitend zur Aufwertung des Besatzes auch weiterhin erfolgen. Dezieltere Maßnahmen zur Aufwertung der städtebaulichen Attraktivität sind jedoch nicht Bestandteil des vorliegenden Konzeptes und bedürfen einer andersartigen Erfassung der Ist-Situation sowie der Analyse und Zielvorstellung.

Jedoch ist der Aspekt der städtebaulichen (Re-) Qualifizierung stets Bestandteil der vorliegenden konzeptionellen Ausarbeitung.

10 PLANUNGSRECHTLICHE EMPFEHLUNGEN

Von entscheidender Bedeutung für eine unmittelbare räumliche Steuerungswirkung eines Einzelhandelskonzeptes ist die Kopplung an die Bauleitplanung und deren Rechtsinstrumente.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept selbst beschreibt dabei zunächst nur unverbindliche Rahmenbedingungen, ist aber für die Schaffung von Baurecht unverzichtbar und als „städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB“ für die Abwägung ohne Alternative.

Nach dem BauGB steht jeder Gemeinde ein umfangreiches Instrumentarium zur konzeptkonformen Erstellung von Bauleitplänen zur Verfügung. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist demnach in den Flächennutzungsplan zu integrieren, und die enthaltenen Aussagen in die verbindlich zu beachtenden Bebauungspläne einzuarbeiten. Als städtebauliches Konzept ist es ohnehin im Rahmen der Abwägung zu berücksichtigen. Nachfolgend werden daher einige Maßnahmen zur Verankerung empfohlen.

Die oberste Priorität liegt hierbei im Schutz und Stärken der Zentralen Versorgungsbereiche einer Stadt.

In diesem Zusammenhang ist eine proaktive Politik der Bebauungsplanänderung und der Neuaufstellung in bestimmten Teilbereichen sinnvoll, so dass das „Einsickern“ von unverträglichen Einzelhandelsnutzungen in ältere Bebauungsplangebiete verhindert bzw. in bisher nicht beplanten Bereichen nach § 34 BauGB deutlich eingeschränkt werden kann.

Um das Stadtgebiet flächendeckend vor unerwünschten Einzelhandelsansiedlungen zu schützen, ist es wichtig in Industrie- oder Gewerbegebieten ggf. vorhandene Baurechte für Einzelhandelsbetriebe einzuschränken oder zurückzunehmen und baurechtliche Unsicherheiten deutlich herauszustellen. Dies gilt sicher auch für einige Mischgebiete.

Ergänzend ist das Instrumentarium der Sortimentsdifferenzierung in „nahversorgungsrelevant“, „innenstadtrelevant“ und „nicht-innenstadtrelevant“ in die Bauleitplanung zu übernehmen. Dies sollte innerhalb der textlichen Festsetzungen eines entsprechenden Bebauungsplanes durch die Übernahme der jeweiligen, im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept festgelegten Sortimentslisten eindeutig verankert werden.

Grundsätzlich bestehen verschiedene Optionen zur rechtsförmlichen Umsetzung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in Bauleitplänen. Insgesamt sind durch Aufstellung, Ergänzung und Änderung von Bebauungsplänen bestehende „Schlupflöcher“ für Einzelhandelsansiedlungen, welche der planerischen Zielsetzung und der Inhalte dieses Konzeptes hinsichtlich der künftigen Siedlungs- und Einzelhandelsentwicklung widersprechen, zu schließen. Die konzeptionell festgelegten Zentrenbereiche in Bad Dürkheim sollten planungsrechtlich mit Kern- oder Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel unterlegt werden.

Bei der Neuausrichtung an Nutzungsrechten für den Einzelhandel ist grundsätzlich auf eine konsequente Ausschöpfung der Möglichkeiten zur detaillierten Sortiments- und Größensteuerung von Einzelhandelsbetrieben zu achten. Hierbei ist zu beachten, dass die Festsetzung einer Verkaufsflächenobergrenze nicht auf ein Baugrundstück bezogen erfolgen kann, sondern nur im direkten Betriebsbezug festgesetzt werden darf, um ein „Windhundrennen“ potenzieller Investoren um zur Verfügung stehende Flächenmengen zu unterbinden.

10.1 Änderungserfordernis des Flächennutzungsplans

Ein wichtiges Scharnier zwischen der vorbereitenden – den allgemeinabstrakten Rahmen setzenden – und der diesen Rahmen konkretisierend ausfüllenden Planungsstufe bei Einzelhandels- und Zentrenkonzepten, besteht in der räumlichen Abgrenzung und Aufnahme von „Zentrenbereichen“ und Baugebieten in den Flächennutzungsplan.

Um den räumlichen Abgrenzungen rechtsförmliche Verbindlichkeit zu verleihen, bietet es sich an, diese zunächst in den Flächennutzungsplan aufzunehmen. Dort ist das verfolgte Einzelhandelsstrukturmodell mit seinen unterschiedlichen Zentren räumlich konkretisiert zu verankern. Hierbei ist die Ausweisung von Sonderbauflächen bzw. Sondergebieten zur Vorbereitung der Festlegung zentraler Versorgungsbereiche denkbar³⁵.

Insofern ist in erster Linie die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in den Flächennutzungsplan aufzunehmen, sowie die Ausweisung des Sondergebiets für den geplanten Versorgungsbereich Lebensmittelnaheversorgung „Fronhof“. Dies kann im Rahmen der derzeit stattfindenden Fortschreibung des Flächennutzungsplanes eingearbeitet werden.

10.2 Änderungserfordernis bestehender Bebauungspläne

Um die Gefährdung der Funktionsfähigkeit und eine Schwächung der zentralen Versorgungsbereiche durch standortunverträgliche Einzelhandelsansiedlungen an anderer Stelle zu verhindern, müssen im Sinne eines Negativkatalogs Tabuflächen identifiziert und – wo es sich nach den verfolgten Zielsetzungen als notwendig erweist – bezogen auf den Einzelhandel derzeit bestehende baurechtliche Entwicklungsmöglichkeiten eingeschränkt bzw. zurückgenommen werden. Als bauleitplanerische Instrumente sind hierfür die Änderung bestehender Bebauungspläne sowie die Überplanung unbeplanter Bereiche geeignet.

Besondere Aufmerksamkeit sollten dabei Bebauungspläne für Kern-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebiete erfahren, die nach älteren Baunutzungsverordnungen (z.B. BauNVO 1962 bzw. 1968) erstellt wurden. Gleiches gilt für Einzelhandelssondergebiete für den großflächigen Einzelhandel, die ohne beschränkte Festsetzungen zu maximalen Flächengrößen oder zulässigen Sortimenten Rechtskraft erlangt haben. Regelungen zur Zulässigkeit von Sortimenten, die den Standards dieses Konzeptes angepasst werden müssten, sind ebenfalls genau zu prüfen. Zur Anpassung bestehender Baurechte, die im Widerspruch zum beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzept stehen, sollten frühzeitig entsprechende Bebauungsplanverfahren eingeleitet werden. Natürlich müssen hierbei auch mögliche Schadenersatzansprüche oder Planschadenfälle in den Blick genommen werden, so dass ggf. bestimmte wünschenswerte Änderungen nicht oder zumindest nicht kurzfristig umgesetzt werden können.

Darüber hinaus sollten die bisher unbeplanten Gebiete betrachtet und ggf. durch Neuaufstellung von Bebauungsplänen die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben hier vollständig (oder bestimmte Unterarten davon) ausgeschlossen werden. Auch die Aufstellung von Plänen zur gezielten Ansiedlung von Einzelhandel ist möglich. Dadurch kann erreicht werden, dass es an anderen Stellen im Gemeindegebiet gar nicht erst zu einer Eigenentwicklung kommt.

³⁵ vgl. Kuschnerus, Ulrich; 2007: Der standortgerechte Einzelhandel, S.90

Für die Entwicklung der Stadt Bad Dürkheim wird daher empfohlen, in den Bebauungsplänen die Ziele und Grundsätze dieses Konzeptes zu beachten und in die Regelungsinhalte einfließen zu lassen.

10.3 Empfehlung zur Neuaufstellung von Bebauungsplänen sowie Erweiterung bestehender Baurechte (planungsrechtliche ‚Pull-Maßnahmen‘)

Zur Lenkung von Einzelhandelsangeboten auf dafür geeigneten Flächen sind im Sinne von Positivplanungen aktiv Flächenangebote zu schaffen. Insofern ist an den dafür geeigneten Standorten Baurecht für die planungsrechtliche Zulässigkeit wünschenswerter Betriebe herzustellen. Als bauleitplanerische Instrumente stehen hierfür die Neuaufstellung von Bebauungsplänen sowie die differenzierte Festsetzung in Bebauungsplänen zur Gliederung der Gebiete zugunsten des Einzelhandels (§ 1 Abs. 4, 5 und 9 BauNVO) zur Verfügung.

Flächen, die bereits von großflächigen Einzelhandelsbetrieben beansprucht werden, sind als „Sondergebiet Handel / Einzelhandel / großflächiger Einzelhandel / EZH“ entsprechend § 11 Abs. 2 oder 3 BauNVO auszuweisen. In Sondergebieten sollte die Nutzungsart des großflächigen Einzelhandels hinsichtlich der Zweckbestimmung, maximal zulässiger Verkaufsfläche und / oder der Differenzierung zulässiger und nicht zulässiger Sortimente sowie der Randsortimente festgelegt werden. Insgesamt sollte den ansässigen Betrieben stets eine angemessene wirtschaftliche Entwicklung ermöglicht werden, was neben der Neuansiedlung auch Erweiterungen miteinschließt.

In Bad Dürkheim sollten die noch nicht mit Bebauungsplänen gesteuerten Bereiche mit potenziellen Einzelhandelsnutzungen (beispielsweise im Flächennutzungsplan als gewerbliche Baufläche ausgewiesen, aber noch ohne verbindliche bauleitplanerische Steuerung) zeitnah einer Steuerung unterzogen und damit planungsrechtlich geregelt werden. Damit lässt sich verhindern, dass im Falle einer Nutzungsaufgabe eine gleiche oder ähnliche Nutzung an dieser Stelle entsteht, deren Verträglichkeit im Zweifelsfall nicht nachgewiesen werden kann.

Für den Fall entsprechender Anfragen zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Innenstadt ist darauf hinzuweisen, dass im Innenstadtbereich von Bad Dürkheim kaum die dafür notwendigen Flächen vorhanden sind. In der Regel sind dazu Bebauungspläne mit Kern- oder Sondergebietsausweisungen aufzustellen. Eine Planung im Vorfeld einer möglichen Ansiedlung ist hier jedoch nicht sinnvoll, da die konkreten Anforderungen aus dem Projekt zu diesem Zeitpunkt noch nicht bekannt sein können und insofern ein Sondergebiet erst dann geplant werden kann, wenn das Vorhaben hinreichend genau bekannt ist.

Die gesamten Entwicklungen rund um die Innenstadt sind im Hinblick auf die umfassende integrierte Stadtentwicklung stets auch unter dem Aspekt einer optimierten Verkehrsführung inklusive der Regelung des ruhenden Verkehrs, einer Aufwertung des öffentlichen Raums und weiterer städtebaulicher Qualitätskriterien zu sehen. Insofern sind bei der Bauleitplanung immer auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen des Standortes selbst sowie die sich aus der Gesamtentwicklung ergebenden Anforderungen zu beachten. Die Planungen sollen daher generell auch gestalterische Ansätze und Zielsetzungen verfolgen, die im Einklang mit der Stadtentwicklung stehen und Aufenthaltsqualität für die Bürger und Kunden der einzelnen Bereiche schaffen.

10.4 Ergänzende Planungsrechtliche Empfehlungen

→ Sicherung der Versorgungsbereiche

Ein wichtiger Schritt zur Sicherung der Versorgungsbereiche kann die Aufstellung eines Bebauungsplans (oder mehrerer Bebauungspläne) mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB sein. In nachfolgenden Detailplanungen für bestimmte Teilbereiche können dann die weiteren Rahmenbedingungen definiert werden. Durch entsprechende rahmensetzende Pläne entsteht frühzeitig Planungssicherheit für die Gemeinde und potenzielle Investoren gleichermaßen. Letztere können auf einen Blick erfahren, welche Ansiedlungen an welchen Stellen möglich sind und wo sich detailliertere Planungsüberlegungen lohnen.

→ Festlegung von Kern- und Randsortimenten

Um den Angebotsstrukturen von Betrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten gerecht zu werden, sollte diesem Einzelhandelszweig auch weiterhin die Möglichkeit eingeräumt werden, branchenunübliche innenstadtrelevante Randsortimente anzubieten. Diese müssen gerade bei großflächigen Betrieben (insbesondere Möbelmärkte, Baumärkte, Gartenmärkte) aber regelmäßig auf zentrenverträgliche Größenanteile (z.B. 5 % oder 10 % der Gesamtverkaufsfläche) begrenzt werden. Hinsichtlich der Leerstandssituation innerhalb des *zentralen Versorgungsbereiches Bad Dürkheim* ist hier eine Begrenzung auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche anzuraten, um diese Bereiche nicht weiter zu schwächen und Sortimentsentwicklungen angemessen zu lenken.

Außerdem kann zusätzlich eine betriebsbezogene, maximale Flächenobergrenze bestimmt werden, da beispielsweise ein Randsortiment von 10 % bei einem Baumarkt mit über 10.000 m² Verkaufsfläche bereits oberhalb der Schwelle der Großflächigkeit liegen würde. Auch in Bad Dürkheim als Mittelzentrum sind bestimmte Obergrenzen (beispielsweise maximal 500 m² oder 800 m² Verkaufsfläche) sinnvoll, um eine Gefährdung der zentralen Versorgungsbereiche auszuschließen. Dies ist allerdings nicht auf der Ebene eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu bestimmen und muss daher im Rahmen der verbindlichen Bauleitplanung im Einzelfall entschieden und geregelt werden.

→ Sortimentsqualifizierung

Das Instrument der Sortimentsqualifizierung sollte konsequent in der Bauleitplanung angewendet werden. Die innerhalb des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erarbeitete lokale Sortimentsliste sollte mit ihrer Unterscheidung von nahversorgungs-, innenstadt- und nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten über das Instrumentarium der Feinsteuerung des § 1 BauNVO Bestandteil sämtlicher Bebauungspläne werden, welche die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben vorbereiten.

Hierbei ist jedoch darauf zu achten, dass eine einheitliche Steuerung in der Stadt Bad Dürkheim verfolgt wird und ihre Bebauungspläne entsprechend ausgestaltet werden.

11 SCHLUSSWORT

Mit dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept verfügt die Stadt Bad Dürkheim über eine gute Ausgangsbasis für die Sicherung der vorhandenen Einzelhandelsstandorte innerhalb der Stadt und ihren Stadtteilen. Zudem unterstützt das Konzept eine nachhaltige Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und der gewachsenen Strukturen.

Insbesondere die historisch gewachsene Innenstadt von Bad Dürkheim kann dadurch als bedeutender zentraler Versorgungsbereich langfristig entwickelt werden.

Die aufgezeigten Potenziale zur weiteren Einzelhandelsentwicklung lassen eine dynamische Zukunft in Bad Dürkheim erwarten und ermöglichen eine langfristige Sicherung und Entwicklung der Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Bad Dürkheim.

Zudem dient eine Sicherung der innerstädtischen Funktionen durch die Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs dem Schutz und Erhalt des Einzelhandels in der Stadt. Auch die derzeit maßgeblich im Gewerbegebiet Bruch stattfindende Versorgung wird im Konzept in angemessener Weise berücksichtigt.

Dieses bildet einen wichtigen Baustein im gesamten Einkaufsgeschehen der Stadt und spielt auch für die weitere Entwicklung des Einzelhandels, aufgrund der mangelnden Platzverhältnisse in der Innenstadt, eine zentrale Rolle. Es muss aber gewährleistet werden, dass der weitere Ausbau des Gewerbegebiets Bruch keine schädlichen Auswirkungen auf die Innenstadt hat. Diesen Kriterien wird, durch die Ausweisung des Gewerbegebiets Bruch als Bestandsstandort ohne Entwicklung in welchem nahversorgungs- und innenstadtrelevantes Sortiment ausschließlich nach voriger Verträglichkeitsprüfung zulässig sind, Rechnung getragen.

Das Konzept ist ein wichtiger Baustein der integrierten Entwicklung der gesamten Stadt Bad Dürkheim und bietet durch seine umfassenden, detaillierten Analysen, Empfehlungen und Anregungen den verantwortlichen Akteuren aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen, der zusammen mit der angemessenen bauleitplanerischen Absicherung die notwendige Rechtssicherheit vermittelt, um eine nachhaltige Einzelhandels- und Stadtentwicklungspolitik zu realisieren.

Durch den Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes durch den Stadtrat im Sinne einer Selbstbindung und der Zustimmung der zuständigen Genehmigungsbehörde werden die Empfehlungen in der künftigen Abwägung bindend. Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch größtmögliche Wirkung und erleichtern die Aufstellung oder Änderung von Bauleitplänen sowie die Beurteilung einzelner Vorhaben im Rahmen zukünftiger Baugenehmigungen.

Alle Behörden, aber auch Handelstreibende, Eigentümer und Investoren sind aufgefordert, die aufgezeigten Anregungen und Perspektiven zur Entwicklung des Einzelhandels zusammen mit der Verwaltung und den Gremien zu diskutieren und im Konsens eine zeitnahe Umsetzung der Empfehlungen zu forcieren. Dabei sollte jeder der beteiligten Akteure seine spezifischen Möglichkeiten in diesen Umsetzungsprozess einbringen, um eine darauf aufbauende bestmögliche Entwicklung zu fördern.

ANHANG

- Sortimentsliste des Einzelhandels
- Erfasste Einzelhandelsbetriebe der Stadt Bad Dürkheim im Jahr 2018
- Leerstände der Stadt Bad Dürkheim
- Glossar
- Flächenproduktivitäten
- Abbildungsverzeichnis
- Tabellenverzeichnis
- Raumordnerische und städtebauliche Auswirkungsanalyse Ansiedlungsvorhaben Lebensmittelmarkt am Standort Fronhof II, Bad Dürkheim; imakomm AKADEMIE; Oktober 2023

Sortimentsliste des Einzelhandels

| Warengruppe | Beispiele zur Erläuterung |
|--|--|
| Nahrungsmittel | alle Arten von Lebens- und Genussmitteln (inkl. Kaffee, Tee, Tabakwaren, Reformhauswaren etc.), frisches Obst und Gemüse, Back- und Konditoreiwaren, Metzgereiwaren sowie Getränke |
| Drogeriewaren / Kosmetikartikel | Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Drogeriewaren, Putz- und Reinigungsmittel, Waschmittel, Parfümerieartikel, freiverkäufliche Apothekenwaren; im Einzelfall gehören hierzu auch medizinische und orthopädische Artikel und Sanitätsbedarf |
| Baumarktspezifische Waren | Schnittblumen und Topfpflanzen sowie Gestecke; Maschinen und Werkzeuge, Bauelemente, Baustoffe (inkl. Fenster, Türen, ...), Eisenwaren, Beschläge, Elektroartikel und -installationsmaterial, Farben, Lacke, Fliesen und Zubehör, Sanitärbedarf, Gartenbedarf und Gartengeräte, einschl. Freilandpflanzen, Kamine und Kachelöfen, Zoologischer Bedarf, lebende Tiere, Tierfutter, Pflanzen und Sämereien sowie sonstige baumarktspezifische Waren; hierunter fallen aber auch: Kraftfahrzeuge und Fahrräder, Kfz-, Motorrad- und Fahrradzubehör |
| Bekleidung, Lederwaren, Schuhe | Bekleidung aller Art (inkl. Lederbekleidung, Berufsbekleidung etc.), Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren, Unterwäsche und Miederwaren, Strümpfe und Strumpfwaren, Bademoden, Schuhe, Sandalen, Stiefel, Lederwaren aller Art, Taschen, Koffer, Schirme |
| Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche, Textilien/Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe | Gardinen, Heimtextilien, Dekostoffe, Haus-, Bett- und Tischwäsche sowie Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen u.Ä., hochwertige Bodenbeläge (Einzelware, wie z.B. Orientteppiche), Antiquitäten; Möbel (inkl. Büro-, Bad- und Küchen-möbel), Gartenmöbel und Polsterauflagen, Bettwaren, Matratzen, Bodenbeläge, Teppiche (Auslegeware), Wohneinrichtungsbedarf |
| Bücher / Zeitschriften, Papier / Schreibwaren, Büroartikel | Schreibwaren und Büroartikel aller Art (außer Büroeinrichtung), Papier, Sortimentsbuchhandel, Zeitungen und Zeitschriften |
| Unterhaltungselektronik / Computer, HiFi / Elektroartikel | Unterhaltungselektronik wie z.B. Rundfunk- und Fernsehgeräte, HiFi-Anlagen, Video- und Audiosysteme, Videokameras und Fotoartikel, Spielekonsolen, Unterhaltungssoftware, Computer- und Videospiele |
| Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten | Elektrokleingeräte aller Art (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixergeräte, Bügeleisen, Rasierer, Zahnbürsten, ...), Leuchten, Lampen, Leuchtmittel u.Ä., Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen, ...) und sonstige Elektrohaushaltsgeräte (Staubsauger, Wäschemangeln, ...) außer Elektrokleingeräte und „braune Ware“ |
| Spielwaren / Sportartikel | Spielwaren aller Art, technisches Spielzeug, Hobby- und Bastelartikel im weitesten Sinne, Musikinstrumente und Zubehör, Sammlerbriefmarken und -münzen |
| Foto / Optik | Fotoapparate und Videokameras, Fotoartikel und -zubehör, optische Geräte, Ferngläser, Brillen, Hörgeräte u.Ä. |
| Informationstechnologie | Computer aller Art und Computerzubehör sowie Peripheriegeräte (Bildschirme, Drucker, Tastaturen und sonstige Eingabegeräte, Festplatten u.Ä.), Software einschl. Computerspiele, Navigationsgeräte |
| Haushaltswaren / Glas / Porzellan | Haushaltswaren aller Art (Töpfe, Pfannen, Schneidwaren und Bestecke, ...), Glas, Porzellan, Vasen und Feinkeramik, sonstiger Hausrat, Geschenkartikel und Souvenirs |
| Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Mofas | Sportbekleidung und -schuhe, Sportartikel und -kleingeräte (Bälle, Schläger, ...), Waffen, Angler- und Jagdbedarf; Camping- und Outdoorartikel, Zelte, Boote, Fahrräder und Zubehör |
| Uhren / Schmuck | |
| Telekommunikation | |
| Baby- / Kinderartikel | |
| Musikalienhandel | |
| Kunst / Antiquitäten | |

Erläuterung:

Die Liste lehnt sich an die Definition der Warengruppen und Sortimente des Einheitlichen Regional Plan Rhein – Neckar³⁶ an. Die in der rechten Spalte aufgeführten Beispiele dienen lediglich der Veranschaulichung und näheren Erläuterung dessen, was mit dem Sortiment gemeint ist.

Mit einer gutachterlich standortspezifischen Differenzierung der obigen Sortimentsliste soll eine einheitliche Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen innerhalb der jeweiligen Gemeinde ermöglicht werden. In Verbindung mit der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der ergänzenden Nahversorgungsstandorte ist somit eine klare und eindeutige Aussage möglich, welche Sortimente an welcher Stelle zulässig sind.

Basierend auf obiger Tabelle wird innerhalb des Gutachtens zwischen „innenstadtrelevanten“ und „nicht-innenstadtrelevanten“ Sortimenten unterschieden. Die Zentrenrelevanz ergibt sich dabei vor allem aus der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der betrachteten Gemeinde (Bestand) sowie einer städtebaulich wünschenswerten künftigen Entwicklung (Planung).

³⁶ GfK - Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung; Datenkatalog 2009; Deutschland

Erfasste Einzelhandelsbetriebe der Stadt Bad Dürkheim im Jahr 2018

| kurzfristiger Bedarf | |
|----------------------|--|
| Markname | Adresse |
| Aldi | Bruchstraße 1c Bad Dürkheim |
| DM | Bruchstraße 1d Bad Dürkheim |
| Getränke- markt | Bruchstraße 1d Bad Dürkheim |
| HIT-Markt | Bruchstraße 7a Bad Dürkheim |
| Apotheke im Bruch | Bruchstraße 11 Bad Dürkheim |
| Tankstelle bft | Bruchstraße 11 Bad Dürkheim |
| Lidl | Bruchstraße 10 Bad Dürkheim |
| Bäckerei | Bruchstraße 8 Bad Dürkheim |
| Tankstelle Aral | Mannheimer Straße 112 Bad Dürkheim |
| Netto | Mannheimer Straße 64 Bad Dürkheim |
| Tankstelle Jet | Gutleutstraße 10 Bad Dürkheim |
| Bäckerei Sippel | Im Nonnengarten Bad Dürkheim |
| Leprima Ökomarkt | Sägmühle 17 Bad Dürkheim |
| Drogerie Müller | Weinstraße Süd 17 |

| mittelfristiger Bedarf | |
|------------------------|---|
| Markname | Adresse |
| toom Baumarkt | Bruchstraße 11a Bad Dürkheim |
| Fressnapf | Bruchstraße 10 Bad Dürkheim |
| Gartencenter | Am Rathaus 7 Bad Dürkheim |
| Baufach-handel | Gutleutstraße 50 Bad Dürkheim |
| Kfz-Ersatz | Weinstraße Nord 48 Bad Dürkheim |
| Würth | Mannheimer Straße 68 Bad Dürkheim |
| Eisenhandel | Bruchstraße 49 Bad Dürkheim |
| AWG Mode Center | Bruchstraße 2d Bad Dürkheim |
| Ernstings Family | Bruchstraße 7a Bad Dürkheim |
| KiK | Bruchstraße 12a Bad Dürkheim |
| Tedi | Bruchstraße 10 Bad Dürkheim |
| Tedi | Weinstraße Süd 10 Bad Dürkheim |
| Miller & Monroe | Bruchstraße 2 Bad Dürkheim |
| Bekleidung | Mannheimer Straße 18 |

| | |
|-----------------------|--------------------------------------|
| | Bad Dürkheim |
| Apotheke am Obermarkt | Weinstraße Süd 15 Bad Dürkheim |
| Metzgerei Tempel | Leiningerstraße 11 Bad Dürkheim |
| Bäckerei Schall | Stadtplatz 1 Bad Dürkheim |
| Kur Apotheke | Bahnhofplatz Bad Dürkheim |
| Bäckerei | Weinstraße Nord 42 Bad Dürkheim |
| Tankstelle Agip | Weinstraße Nord 57 Bad Dürkheim |
| Metzgerei | Bruchstraße 8 Bad Dürkheim |
| Blumen | Salinenstraße 50 Bad Dürkheim |
| Brunnen-apotheke | Wasserhohl 16 Bad Dürkheim |
| Tabak & Zeitschriften | Mannheimer Straße 16 Bad Dürkheim |
| Bäckerei | Römerplatz 6 Bad Dürkheim |
| Wein-handlung | Römerplatz 9 Bad Dürkheim |
| Tabak | Römerplatz 7a Bad Dürkheim |
| Blumen | Stadtplatz 5 Bad Dürkheim |
| Bäckerei | Stadtplatz 9 Bad Dürkheim |

| | |
|------------------|---------------------|
| | Bad Dürkheim |
| | Römerplatz 2a |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Mannheimer Straße 4 |
| Herrenausstatter | Bad Dürkheim |
| | Römerplatz 11 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Römerplatz 7a |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 2 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 5 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Obermarkt 1 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Obermarkt 6 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 11 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 9 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 7 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 19 |
| NKD | Bad Dürkheim |
| | Stadtplatz 12 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Stadtplatz 10 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Stadtplatz 8 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |

| | |
|-------------------------|-----------------------|
| | Obermarkt 5 |
| Reformhaus | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 10 |
| Weltladen | Bad Dürkheim |
| | Leiningerstraße 8 |
| Obst & Gemüse | Bad Dürkheim |
| | Leiningerstraße 15 |
| Kaffee | Bad Dürkheim |
| | Stadtplatz 8 |
| Metzgerei | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße 16 |
| Biomarkt | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße |
| Metzgerei | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Nord 1 |
| Leonidas | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Nord 9 |
| Tee & Feinkost | Bad Dürkheim |
| | Hauptstraße 43 |
| Bäckerei | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 7a |
| HIT-Getränke- markt | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 7a |
| Blumen | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 7a |
| Feinkost | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 7a |
| Bäckerei | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 1 |
| Berschers Markthalle | Bad Dürkheim |
| Parfümerie | Römerplatz 7 |

| | |
|---------------------------|-------------------------|
| | Stadtplatz 2 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße 12 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße 10 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße 15 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Nord 2-4 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Kurgartenstraße 4 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Kurgartenstraße 14 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Kurgartenstraße 21 |
| Bekleidung Second-Hand | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Nord 11 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 1d |
| Takko | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße 16 |
| Bekleidung | Bad Dürkheim |
| | Leiningerstraße 14 |
| Bekleidung Kinder | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 17 |
| Müller Drogerie | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße 25 u. 28 |
| Sanitätshaus | Bad Dürkheim |
| | Obermarkt 2 |
| Sanitätshaus | Bad Dürkheim |
| Inneneinrichtung | Bruchstraße 6 |

| | |
|------------------|-------------------------------|
| | Bad Dürkheim |
| | Ludwig- Strauß-Straße 5 |
| Friseurbedarf | Bad Dürkheim |
| | Mannheimer Straße 11a |
| Post | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße 25 u. 28 |
| Sanitätshaus | Bad Dürkheim |
| | Obermarkt 2 |
| Sanitätshaus | Bad Dürkheim |
| | Obstmarkt |
| Nah und Gut | Bad Dürkheim |
| | Hausener Straße 2 |
| Netto | Bad Dürkheim |
| | Holzweg 141 |
| Blumen | Bad Dürkheim |
| | Holzweg 105 |
| Bäcker | Bad Dürkheim |
| | Triftweg 40 |
| Getränke Dehn | Bad Dürkheim |
| | Gaustraße 19 |
| Pfalzshop | |
| | Bahnhofplatz |
| Bäcker | |
| | Hauptstraße 43 |
| Bäcker | Leistadt |
| | Wormser Straße 2 |
| Bäcker | Ungstein |
| | Weinstraße 22 |
| Hofladen | Ungstein |

| | |
|--------------------------|-------------------------|
| | Bad Dürkheim |
| | Kurgartenstraße 12 |
| Dekoration | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Nord 11 |
| Dekoartikel | Bad Dürkheim |
| | Römerplatz 5 |
| Dekoartikel | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 12a |
| Dänisches Bettenlager | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 12a |
| KiK | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 10 |
| Tedi | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 10 |
| Tedi | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße 25 u. 28 |
| Sanitätshaus | Bad Dürkheim |
| | Obermarkt 2 |
| Sanitätshaus Horr | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße 14 |
| Buchhandel | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße 8 |
| Buchhandel | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 4 |
| Bürobedarf | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 10 |
| Tedi | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 10 |
| Tedi | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 17 |
| Müller Drogerie | Bad Dürkheim |

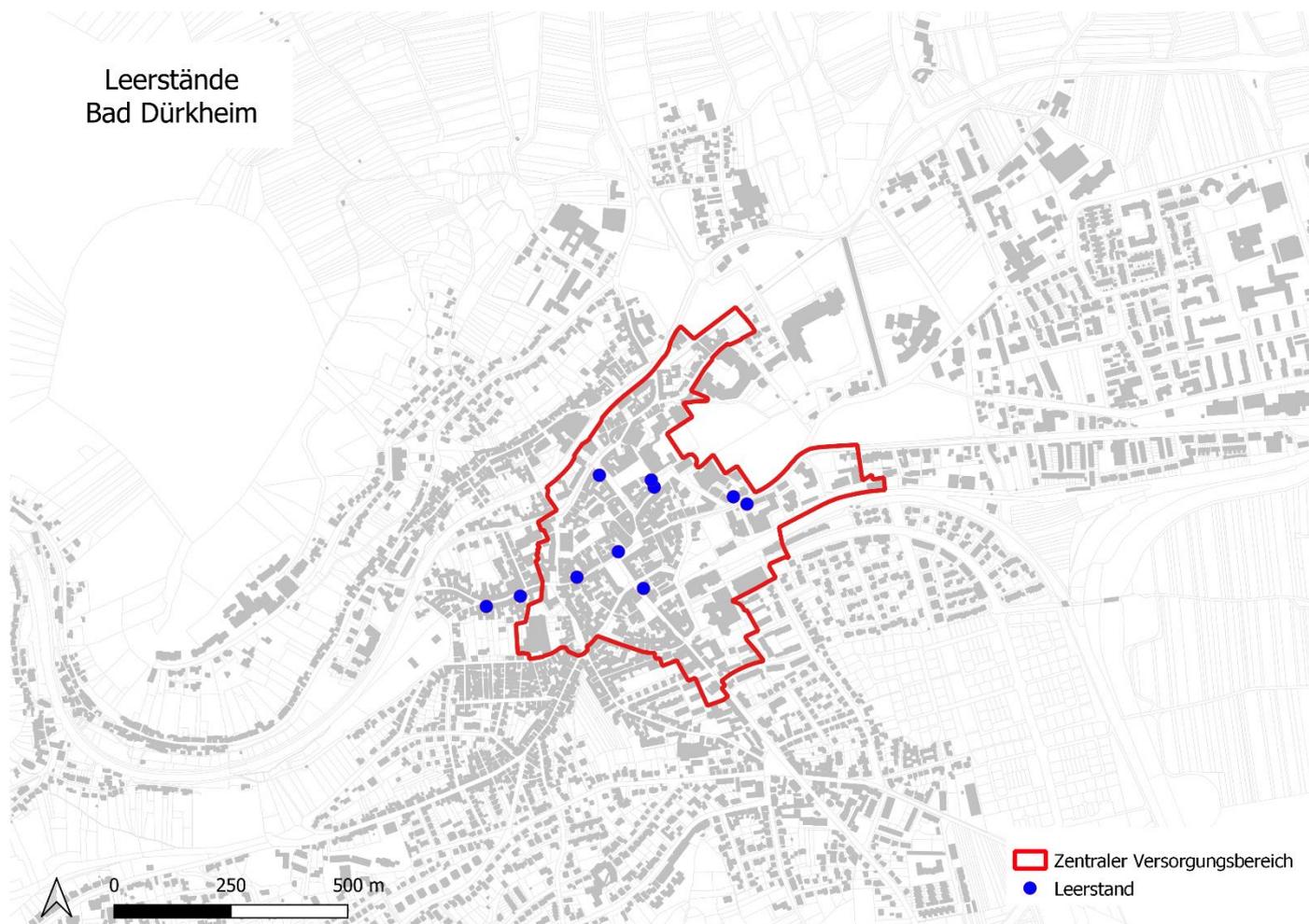
| | |
|-----------------------|-------------------------------|
| | Weinstraße Süd 4 |
| Büromarkt | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 17 |
| Müller Drogerie | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 1d |
| DM | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 10 |
| Tedi | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 10 |
| Tedi | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 17 |
| Müller Drogerie | Bad Dürkheim |
| | Friedrich-Ebert- Straße 24 |
| Elektrogeräte | Bad Dürkheim (Grethen) |
| | Leininger Straße 1 |
| Müller Elektronik | Bad Dürkheim |
| | Leininger Straße 7 |
| Elektro Faus | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße 17 |
| Bastelbedarf | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 12 |
| Musik- instrumente | Bad Dürkheim |
| | Leiningerstraße 14 |
| Spielzeug | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 10 |
| Tedi | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 10 |
| Tedi | Bad Dürkheim |
| | Römerstraße 18 |
| Waffengeschäft | Bad Dürkheim |

| | |
|-----------------|-------------------------|
| | Weinstraße Süd 17 |
| Müller Drogerie | Bad Dürkheim |
| | Mannheimer Straße 5 |
| Optiker | Bad Dürkheim |
| | Mannheimer Straße 3 |
| Optiker | Bad Dürkheim |
| | Mannheimer Straße 3 |
| Hörgeräte | Bad Dürkheim |
| | Mannheimer Straße 20 |
| Hörgeräte | Bad Dürkheim |
| | Mannheimer Straße 18 |
| Hörgeräte | Bad Dürkheim |
| | Römerplatz 3 |
| Optiker | Bad Dürkheim |
| | Römerplatz 8 |
| Optiker | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 1 |
| Optiker | Bad Dürkheim |
| | Stadtplatz 12 |
| Fotobedarf | Bad Dürkheim |
| | Stadtplatz 6 |
| Optiker | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 17 |
| Müller Drogerie | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 1d |
| DM | Bad Dürkheim |
| | Kanalstraße |
| Optiker | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 11 |
| Schuhcenter | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 1d |
| Deichmann | Bad Dürkheim |

| | |
|-----------------------|--------------------------------------|
| | Stadtplatz 7 |
| Schuhe | Bad Dürkheim |
| Orthopädische Schuhe | Leiningerstraße 13 Bad Dürkheim |
| Schuhe & Schmuck | Römerplatz 14 Bad Dürkheim |
| Fahrrad Tempel | Leininger Straße 5 Bad Dürkheim |
| Anglerbedarf | Mannheimer Straße 38 Bad Dürkheim |
| Takko | Bruchstraße 1d Bad Dürkheim |
| Dänisches Bettenlager | Bruchstraße 12a Bad Dürkheim |
| KIK | Bruchstraße 12a Bad Dürkheim |
| Tedi | Bruchstraße 10 Bad Dürkheim |
| Tedi | Weinstraße Süd 10 Bad Dürkheim |
| Müller Drogerie | Weinstraße Süd 17 Bad Dürkheim |
| Schmuckoase im Bruch | Bruchstraße 9a Bad Dürkheim |
| Juwelier | Gaustraße 27 Bad Dürkheim |
| Juwelier | Römerplatz 2 Bad Dürkheim |
| Juwelier | Kurgartenstraße 5 Bad Dürkheim |
| Schmuck | Römerplatz 14 Bad Dürkheim |

| | |
|-----------------|----------------------|
| | Bruchstraße 10 |
| Tedi | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 10 |
| Tedi | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 17 |
| Müller Drogerie | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 9a |
| Telekom | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 10 |
| Vodafone | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 2 |
| Vodafone | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 8 |
| Handybedarf | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 1d |
| DM | Bad Dürkheim |
| | Bruchstraße 10 |
| Tedi | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 10 |
| Tedi | Bad Dürkheim |
| | Weinstraße Süd 17 |
| Müller Drogerie | Bad Dürkheim |

Leerstände der Stadt Bad Dürkheim



(Erfassung nach eigener Kartierung 2018)

Glossar

| Begriff | Erläuterung |
|---|--|
| Annex-Handel | Verkauf der von Handwerks- und Gewerbetrieben selbst produzierten Waren in untergeordneten mit dem Hauptbetrieb zusammenhängenden Verkaufsflächen |
| Bindungsquote | Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial: Sie indiziert einen Zufluss (>100 %) oder einen Abfluss (<100 %). |
| Discounter | Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment, niedriger Artikelzahl und aggressive Marketing-Strategien aus. Ergänzt wird das Sortiment durch Non-Food-Artikel. |
| Einzelhandel | Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne Kraftfahrzeug-Handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren |
| Einzelhandelsrelevante Kaufkraft | Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Person. |
| Ergänzungsstandort | Gebiet, in dem auch großflächige Vorhaben realisiert werden können, die nicht-innenstadtrelevante Waren an Endverbraucher verkaufen |
| Hauptgeschäftsbereich | → Lagekategorie |
| Innenstadtbereich | → Lagekategorie |
| Integrierte Lage | → Lagekategorie |
| Kaufkraft | Kaufkraft der Bevölkerung (Global- oder auch Gesamtkaufkraft): Geldmittel, welche einer Person in einem räumlich abgegrenzten Gebiet für Konsum- oder andere Zwecke während einer Zeitperiode tatsächlich zur Verfügung stehen. Sie wird auf die einzelnen Warengruppen umgerechnet. |
| Kaufkraftbindung | Bindung der Kaufkraft (des Umsatzes) an den Standort / die Region; Er quantifiziert den Kaufkraftfluss: Ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil außerhalb der Region ausgegeben wird. Wenn Kaufkraftanteile aus Fremdregionen dem Marktgebiet zufließen, liegt ein Kaufkraftzufluss vor. |
| Kaufkraftindex / -kennziffer | Die Kaufkraftkennziffer einer Region gibt das Kaufkraftniveau pro Einwohner oder Haushalt im Vergleich zum nationalen Durchschnitt an. Sie zeigt an, ob die Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt liegt. |
| Kaufkraftpotenzial | sämtliche einem Haushalt zur Verfügung stehenden Geldmittel, einschließlich Transferzahlungen wie Familienbeihilfe oder Arbeitslosengeld, aber ohne Kreditaufnahme und Sparerträge. Das für Konsumausgaben verwendete Geld wird durch die Kaufkraft quantifiziert |
| Nahversorgungszentrum | → Lagekategorie |

| Begriff | Erläuterung |
|-------------------------------------|---|
| Nicht integrierte Lage | → Lagekategorie |
| Lagekategorie | <p>Man unterscheidet vier Lagekategorien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innenstadt- bzw. Hauptgeschäftsbereich: innerstädtisches Geschäftszentrum • Nahversorgungszentrum: kleineres, vorwiegend der Grundversorgung der Bevölkerung des Stadtteils dienendes Zentrum • integriert: sonstige, den Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar zugeordnete Standorte • nicht-integriert: Standorte ohne Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen (fehlende Einbettung), d.h. in der Regel Gewerbegebiete oder „Grüne-Wiese“-Standorte |
| Nebenzentrum | Stadt- und Ortsteilzentren die über einen hohen Besitz an Einzelhandelsgeschäften verfügen. Darüber hinaus weisen sie Zentrenfunktionen und städtebauliche Zentrenmerkmale auf. Es grenzt sich über die Nutzungsdichte und die Lage im Stadtgebiet ab. |
| One-Stop-Shopping | <p>Möglichkeit an einem Standort durch singulären Parkvorgang den Großteil des Einkaufsbedarfes zu befriedigen.</p> <p>z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • bei Einkaufszentren • an einem Standort mehrerer Einzelhandelsbetriebe (Hier: Saynbach Center) |
| Sortiment | <p>Artikelstruktur eines Einzelhandelsunternehmens; Unterschieden wird in Kern- und Randsortiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment, z.B. Gesundheits- und Körperpflege, mit dem der Hauptumsatz erzielt wird. In Ausnahmefällen kann ein Sortiment, das nicht als Kernsortiment betrachtet wird, den Hauptumsatz ausmachen, wenn sich dieser aus einer breiteren Aufstellung des Betriebes ergibt. • Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten. |
| Zentraler Versorgungsbereich | Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionale Zentren (Innenstadtzentrum, Nebenzentrum, Nahversorgungszentrum) Die Abgrenzung und der Schutz zentraler Versorgungsbereiche ist im § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO gesetzlich begründet. |
| Zentralität | Die Einzelhandelszentralität quantifiziert die regionale Bedeutung des Einzelhandels einer Stadt oder Gemeinde. Sie leitet sich aus dem Umsatz pro Einwohner und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner ab. Erreicht die Einzelhandelszentralität einen Wert von mehr als 100, bedeutet dies eine überdurchschnittliche Einzelhandelszentralität aufgrund von Kaufkraftzuflüssen; liegt der Wert unter 100, fließt einzelhandelsrelevante Kaufkraft ab. |

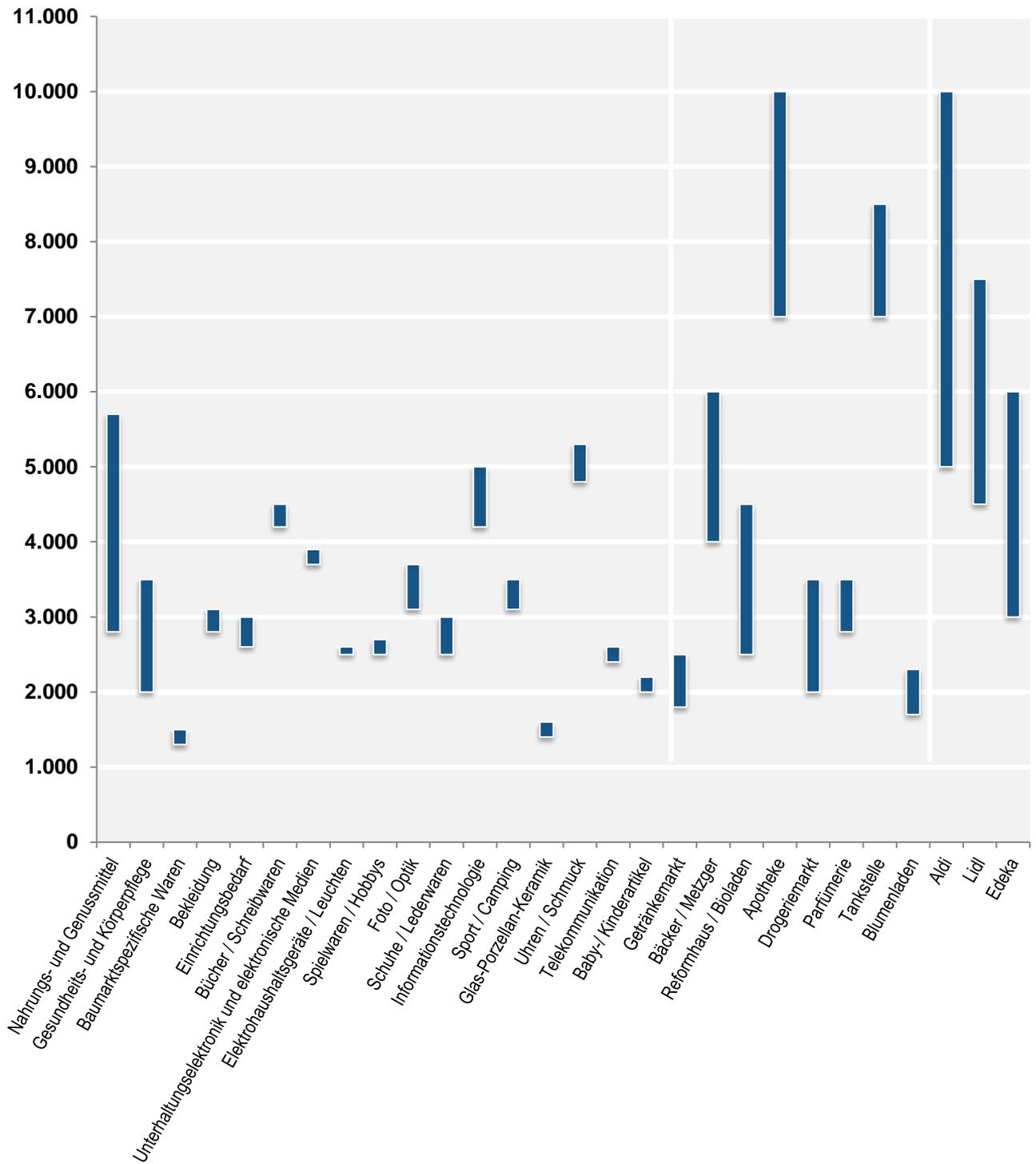
Flächenproduktivitäten

nach Betrieben und Warengruppen

Die folgenden Flächenproduktivitäten können für Berechnungen in Einzelhandelsuntersuchungen genutzt werden:

| Warengruppe | Betriebstyp | Betrieb | Produktivität in € / m ² | |
|--|-----------------------|---------|-------------------------------------|-----------------|
| | | | Minimum | Maximum |
| Nahrungs- und Genussmittel | | | 2.800 | 5.700 |
| Gesundheits- und Körperpflege | | | 2.000 | 3.500 |
| Baumarktspezifische Waren | | | 1.300 | 1.500 |
| Bekleidung | | | 2.800 | 3.100 |
| Einrichtungsbedarf | | | 2.600 | 3.000 |
| Bücher / Schreibwaren | | | 4.200 | 4.500 |
| Unterhaltungselektronik und elektronische Medien | | | 3.700 | 3.900 |
| Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten | | | 2.500 | 2.600 |
| Spielwaren / Hobbys | | | 2.500 | 2.700 |
| Foto / Optik | | | 3.100 | 3.700 |
| Schuhe / Lederwaren | | | 2.500 | 3.000 |
| Informationstechnologie | | | 4.200 | 5.000 |
| Sport / Camping | | | 3.100 | 3.500 |
| Glas / Porzellan / Keramik | | | 1.400 | 1.600 |
| Uhren / Schmuck | | | 4.800 | 5.300 |
| Telekommunikation | | | 2.400 | 2.600 |
| Baby- / Kinderartikel | | | 2.000 | 2.200 |
| | Getränkemarkt | | 1.800 | 2.500 |
| | Bäcker / Metzger | | 4.000 | 6.000 |
| | Reformhaus / Bioladen | | 2.500 | 4.500 (6000) |
| | Apotheke | | 7.000 | 10.000 |
| | Drogeriemarkt | | 2.000 | 3.500 (5000) |
| | Parfümerie | | 2.800 | 3.500 |
| | Tankstelle | | 7.000 (5000) | 8.500 |
| | Blumenladen | | 1.700 | 2.300 |
| | | Aldi | 5.000 | 10.000 |
| | | Lidl | 4.500 | 7.500 |
| | | Edeka | 3.000 | 6.000 |

Verhältnis der Flächenproduktivitäten



- (Quellen:**
- EHI-Handelsatlas 2008 / 2009 sowie 2009 / 2010
 - Angaben von Betrieben zu Einzeluntersuchungen
 - Erfahrungswerte aus Einzelhandelsuntersuchungen sowie Einzelhandels- und Zentrenkonzepten der ISU)

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|----------------------|---|----|
| Abbildung 1: | Einzelhandelsumsätze in Deutschland in Mrd. € seit 2007 (Quelle: einzelhandel.de Umsatzentwicklung Einzelhandel * Prognose für 2022 Stand 2022 Zugriff in 12.2022 eigene Darstellung) | 7 |
| Abbildung 2: | Entwicklung der Verkaufsflächen im Einzelhandel in Millionen Quadratmeter (Quelle: einzelhandel.de Verkaufsflächenentwicklung Stand September 2022 Zugriff in 12.12.22 eigene Darstellung)..... | 11 |
| Abbildung 3: | Umsatzveränderung im Einzelhandel nach Branchen 2021 (Quelle: einzelhandel.de reale Veränderung zum Vorjahr in Prozent Zugriff in 12.2022 eigene Darstellung) | 13 |
| Abbildung 4: | Leitbild Daseinsvorsorge – Zentrale Orte, Mittelbereiche und mittelzentrale Verbünde (Quelle: LEP IV, Karte 6 - Ausschnitt)..... | 16 |
| Abbildung 5: | Ausschnitt aus der Raumstrukturkarte (Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar 2014) | 17 |
| Abbildung 6: | Ausschnitt aus der Raumnutzungskarte (Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar 2014) | 20 |
| Abbildung 7: | Lage der Stadt Bad Dürkheim im Raum (Quelle: TK 100 ©GeoBasis-DE / LVermGeoRP 2018, dl-de/by-2-0, http://www.lvermgeo.rlp.de [10.2018] ohne Maßstab eigene Darstellung) | 25 |
| Abbildung 8: | Bad Dürkheim und Umgebung (Quelle: LANIS [09.2018] ohne Maßstab) | 26 |
| Abbildung 9: | Ausschnitt aus der Raumstrukturkarte, Darstellung des Mittelbereichs (Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar 2014)..... | 28 |
| Abbildung 10: | Grenzen der Stadtteile von Bad Dürkheim (Quelle: Karte RP © GeoBasis-DE / LVermGeoRP 2021 / Grenzen: geoportal.de 27.09.21) | 30 |
| Abbildung 11: | Bevölkerungsentwicklung: Kreisstadt Bad Dürkheim (Verbandsfreie Gemeinde) (Quelle: Statistisches Landesamt, Zugriff 10/2021 eigene Darstellung)..... | 30 |
| Abbildung 12: | Stadtgebiet Bad Dürkheim (Quelle: TK 25 ©GeoBasis-DE / LVermGeoRP<2019>, dl-de/by-2-0, http://lvermgeo.rlp.de , [03/2019]) | 33 |
| Abbildung 13: | Ausschnitt aus der Raumstrukturkarte, Darstellung des Mittelbereichs (Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar 2014)..... | 33 |
| Abbildung 14: | Ausschnitt: Bestandskartierung im Stadtgebiet Bad Dürkheim (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim eigene Darstellung Stand November 2018)..... | 34 |
| Abbildung 15: | Ausschnitt: Bestandskartierung Einzelhandel im Stadtgebiet Bad Dürkheim (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim eigene Darstellung Stand November 2018) | 35 |

| | | |
|----------------------|--|----|
| Abbildung 16: | Ausschnitt: Bestandskartierung Dienstleistungsbetriebe im Stadtgebiet Bad Dürkheim (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim eigene Darstellung Stand November 2018) | 35 |
| Abbildung 17: | Ausschnitt: Bestandskartierung öffentliche Einrichtungen, Leerstand, sonstige Nutzung im Stadtgebiet Bad Dürkheim (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim eigene Darstellung Stand November 2018)..... | 36 |
| Abbildung 18: | Ausschnitt: Bestandskartierung Innenstadt (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim eigene Darstellung Stand November 2018)..... | 37 |
| Abbildung 19: | Versorgungsstruktur im Stadtgebiet (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim eigene Darstellung Stand November 2018)..... | 38 |
| Abbildung 20: | Raumbedeutsames Einzelhandelsangebot um die Kreisstadt Bad Dürkheim zur Darstellung vorläufig erkennbarer Konkurrenzstandorte. : Standorte mit Magnetwirkung (Quelle: Potenzialanalyse on-geo AG 22.10.2018)..... | 40 |
| Abbildung 21: | Kaufkraft (blau) und Umsätze (rot) in der Stadt Bad Dürkheim in Mio. € (Quelle: eigene Darstellung)..... | 46 |
| Abbildung 22: | Bindungsquoten in % (Quelle: eigene Darstellung) | 46 |
| Abbildung 23: | Orthophoto des Gewerbegebiets Bruch (Quelle: Orthophoto © GeoBasis-DE / LVermGeoRP 2021) | 49 |
| Abbildung 24: | Schwarzplan der Stadt Bad Dürkheim (Quelle: eigene Darstellung) | 50 |
| Abbildung 25: | Ausschnitt aus dem Flächennutzungsplan der Kreisstadt Bad Dürkheim –Bruch (Quelle: Stadt Bad Dürkheim Flächennutzungsplan – 1. Fortschreibung -, Dezember 1997) | 51 |
| Abbildung 26: | Ausschnitt aus dem Flächennutzungsplan der Stadt Bad Dürkheim – Innenstadt (Quelle: Stadt Bad Dürkheim Flächennutzungsplan – 1. Fortschreibung -, Dezember 1997) | 52 |
| Abbildung 27: | Ausschnitt aus dem rechtskräftigen B-Plan „Gewerbe- und Industriegebiet Bruch – Änderungsplan I“ (Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 1997, ohne Maßstab) | 54 |
| Abbildung 28: | Ausschnitt aus dem rechtskräftigen B-Plan „Westerweiterung Gewerbegebiet Bruch“ (Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 1999, ohne Maßstab) | 55 |
| Abbildung 29: | Ausschnitt aus dem rechtskräftigen B-Plan „Norderweiterung Gewerbegebiet Bruch“ (Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 2006, ohne Maßstab) | 57 |
| Abbildung 30: | Ausschnitt aus dem rechtskräftigen vorhabenbezogenen B-Plan „Rustengut–Änderungsplan I“ (Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 2011, ohne Maßstab)..... | 58 |
| Abbildung 31: | Entwicklungspotenziale und -flächen Bad Dürkheim (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim eigene Darstellung Stand September 2018) | 60 |
| Abbildung 32: | Angebotscluster des Einzelhandels in Bad Dürkheim (Quelle: Grundkarte des Stadt Bad Dürkheim Eigene Darstellung) | 70 |
| Abbildung 33: | Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Bad Dürkheim (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim eigene Darstellung Stand September 2018) | 71 |

- Abbildung 34:** System der Innenstadtrelevanz (Quelle: eigene Darstellung).....73
- Abbildung 35:** Zuordnungshierarchie von Sortimenten zu den unterschiedlichen Versorgungsbereichen74
- Abbildung 36:** Topographische Karte von Bad Dürkheim mit Kennzeichnung der Lage des Vorhabenstandortes (Quelle: DTK25 | Geoportal RLP | Stand 2022)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 37:** Testentwurf eines Bebauungsplans „Fronhof II“ mit Eintragung eines möglichen Vorhabens „großflächiger Vollsortimenter“ (Quelle: Eigene Darstellung | 2012) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 38:** Ausschnitt aus dem Flächennutzungsplan der Stadt Bad Dürkheim (Quelle: Stadt Bad Dürkheim Flächennutzungsplan – 3 Änderung, Oktober 2011)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 39:** Ausschnitt aus dem rechtskräftigen Bebauungsplan „Fronhof II“ (Quelle: Bebauungsplan „Fronhof II“ der Stadt Bad Dürkheim | 2012)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 40:** Entwicklung der Einzelhandelskaufkraft pro Person / Jahr im bundesdeutschen Durchschnitt (Quelle: eigene Darstellung nach Daten der GfK GeoMarketing GmbH | 2021) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 41:** Realistisches Verlagerungspotenzial des Kfz – Binnenverkehrs auf den Fuß- und Radverkehr (Quelle: Mobilitätskonzept der Stadt Bad Dürkheim; 2019) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 42:** Fußläufige Erreichbarkeit des geplanten Standortes (Quelle: Geoport; 2022) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabellenverzeichnis

| | | |
|-------------------|--|---|
| Tabelle 1: | Warengruppen als Grundlage für die Einzelhandelsuntersuchung. (Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung GfK) | 32 |
| Tabelle 2: | Verkaufsflächen für Waren des mittelfristigen Bedarfs in der Stadt Bad Dürkheim (Quelle: eigene Erhebung) | 39 |
| Tabelle 3: | Anzahl der Einzelhandelsbetriebe pro Sortiment im Stadtgebiet Bad Dürkheim (Quelle: Eigene Erhebung)..... | 42 |
| Tabelle 4: | Kaufkraft im Einzugsbereich der Kreisstadt Bad Dürkheim (Quelle: eigene Berechnung) | 44 |
| Tabelle 5: | Kaufkraftbindung im Einzugsbereich. (Quelle: eigene Berechnungen) . | 45 |
| Tabelle 6: | Sortimentslisten der Stadt Bad Dürkheim (Quelle: eigene Darstellung) | 76 |
| Tabelle 7: | Verkaufsflächen (in m²) der innenstadtrelevanten Sortimente in den Standortbereichen (Quelle: eigene Berechnungen) | 77 |
| Tabelle 8: | Relevante Einzelhandelsbetriebe im Umkreis von Bad Dürkheim (Quelle: eigene Erhebung) | Fehler! Textmarke nicht definiert. |

Gutachterliche Stellungnahme zur Entwicklung eines Lebensmittelmarktes am Standort Fronhof II in Bad Dürkheim

Raumordnerische und städtebauliche Auswirkungsanalyse Ansiedlungsvorhaben Lebensmittelmarkt, Bad Dürkheim



Projektleitung: ppa. Matthias Prüller

Projektbearbeitung: B.Sc. Annika Dressler
M.Sc. Teresa Hafner

Aalen | Bad Dürkheim, im Oktober 2023



imakomm AKADEMIE GmbH
www.imakomm-akademie.de
www.xing.com/companies/imakommakademie
www.facebook.com/imakommakademie
www.linkedin.com/company/imakomm-akademie-gmbh

Büro Aalen: Ulmer Str. 130 | 73431 Aalen
Büro Stuttgart: Löffelstr. 22-24 | 70597 Stuttgart
Postadresse: Ulmer Str. 130 | 73431 Aalen

imakomm AKADEMIE: Mitgliedschaften u.a.:
vhw | Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V.
urbanicom | Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e.V.
bcsd | Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.

Vorbemerkungen

Die Stadt Bad Dürkheim hat die imakomm AKADEMIE im Juli 2023 mit der Erarbeitung einer gutachterlichen Stellungnahme zu einer möglichen Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (Vollsortiment) im Bebauungsplangebiet Fronhof II in Bad Dürkheim beauftragt.

Hintergrund:

Für Bad Dürkheim besteht die Möglichkeit der Entwicklung eines Lebensmittelvollsortimenters mit einer Verkaufsfläche von bis zu ca. 2.000 m² im Bebauungsplangebiet Fronhof II. Ein genaues Flächenlayout oder ein möglicher Anbieter stehen dabei noch nicht fest. Eine Zustimmung der Raumordnungsbehörden für eine Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² liegt bereits vor. Im Rahmen der nun geplanten größeren Verkaufsfläche besteht die Anforderung eine Auswirkungsanalyse zu erstellen und so die Raumverträglichkeit zu prüfen.

Ziel:

Aufgrund der Großflächigkeit des Vorhabens wird eine Prüfung gemäß den Prüfkriterien nach Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz sowie gemäß Einheitlichem Regionalplan Rhein-Neckar notwendig. **Ziel der Auswirkungsanalyse ist es daher, bezüglich des Hauptsortiments Nahrungs- und Genussmittel mögliche raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen auf Nahversorgungsstrukturen in Bad Dürkheim selbst, sowie auf zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstrukturen in Umlandgemeinden zu analysieren und zu bewerten.** Die einschlägigen Prüfkriterien sind Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Zentralitätsgebot und Nichtbeeinträchtigungsgesetz (Beeinträchtigungsverbot) sowie weitere Prüfkriterien gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO. Insbesondere sind mögliche Auswirkungen auf Bad Dürkheim sowie auf Nahversorgungsstandorte im Umland zu bewerten.

Da **noch kein konkretes Flächenlayout** vorliegt, wird die **maximal mögliche Verkaufsfläche ermittelt**, mit der die Einhaltung der einschlägigen Prüfkriterien gewährleistet wird (= Sensitivitätsanalyse). Im Ergebnis liegt dann eine umfängliche und belastbare Auswirkungsanalyse zur Bewertung des Vorhabens vor.

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Zentrale Ergebnisse | 4 |
| 2 | Die Rahmenbedingungen..... | 8 |
| 2.1 | Vorgaben der Raumordnung in Rheinland-Pfalz..... | 8 |
| 2.2 | Aussagen des Regionalplans | 9 |
| 2.3 | Übersicht zu zentralen Vorgaben der Raumordnung | 12 |
| 2.4 | Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes..... | 13 |
| 3 | Das Vorhaben | 15 |
| 3.1 | Daten zum Vorhaben..... | 15 |
| 3.2 | Der Planstandort..... | 16 |
| 3.3 | Einordnung des Planstandortes | 19 |
| 4 | Planobjektrelevante Nachfrage- und Angebotssituation | 21 |
| 4.1 | Einzugsgebiet des Vorhabens | 21 |
| 4.2 | Ist-Analyse der Nachfragesituation | 23 |
| 4.3 | Ist-Analyse der Angebotssituation..... | 25 |
| 5 | Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Vorhabens | 30 |
| 5.1 | Umsatz nach Flächenproduktivitäten | 31 |
| 5.2 | Umsatz nach Abschätzung von Marktanteilen | 32 |
| 6 | Bewertung des Vorhabens..... | 34 |
| 6.1 | Integrationsgebot..... | 34 |
| 6.2 | Zentralitätsgebot..... | 37 |
| 6.3 | Kongruenzgebot | 38 |
| 6.4 | Nichtbeeinträchtigungsgebot / Beeinträchtigungsverbot | 39 |
| 7 | Fazit | 51 |
| 8 | Hinweise zur Methodik..... | 52 |
| 8.1 | Methodischer Ansatz | 52 |
| 8.2 | Methodik der Kaufkraftberechnung: | 55 |
| 8.3 | Hinweise | 56 |

1 Zentrale Ergebnisse

Das Vorhaben – zentrale Hintergründe zur Standortentwicklung

In Bad Dürkheim ist die Entwicklung eines Lebensmittelmarktes am Standort Fronhof II geplant. Es liegt noch kein konkretes Flächenlayout für das Vorhaben vor. Gemäß ersten Planungen umfassen die wesentlichen Nutzungen einen Lebensmittelmarkt (Vollsortiment) sowie ggf. einen integrierten Bäcker mit einer Verkaufsfläche von bis zu ca. 2.000 m².

Im Rahmen einer Vorprüfung wurde festgestellt, dass eine maximal möglich Verkaufsfläche ermittelt werden muss, **für die raumordnerische Prüfkriterien** noch **eingehalten werden können**. Dies erfolgt **im Rahmen einer sogenannten Sensitivitätsanalyse**. Basis hierfür ist der maximal „verträgliche“ Umsatz.

Die Ergebnisse in Bezug auf die Verkaufsflächendimensionierung sind in nachfolgender Übersicht entsprechend bereits dargestellt.

Grafik: Zentrale Daten des geprüften Vorhabens

| Vorhaben | geprüfte Verkaufsfläche ¹ |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| Supermarkt (inkl. Backshop) | ca. 1.820 m² |
| davon Supermarkt | bis zu ca. 1.770 m ² |
| davon Nahrungs- und Genussmittel | bis zu ca. 1.590 m ² |
| davon Randsortimente | ca. 10%, damit ca. 180 m ² |
| davon Backshop | bis zu ca. 50 m ² |
| oder | |
| Supermarkt (ohne Backshop) | ca. 1.840 m² |
| davon Nahrungs- und Genussmittel | bis zu ca. 1.660 m ² |
| davon Randsortimente | ca. 10%, damit ca. 180 m ² |

** Hinweis: Gastronomisch genutzte Flächen des Backshops sind nicht als Einzelhandelsflächen zu bewerten. Die dargestellte Fläche stellt damit lediglich den eigentlichen Verkaufsraum des Backshops (vor und hinter der Verkaufstheke) dar.*

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

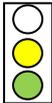
Das dargestellte Vorhaben wird im Rahmen der Auswirkungs- bzw. Sensitivitätsanalyse gemäß den Prüfkriterien nach Landesentwicklungsplan sowie gemäß Regionalplan geprüft.

¹ Verkaufsfläche inklusive Kassen- & Vorkassenbereich, Windfang / Eingangsbereich.

Bewertung des Vorhabens auf einen Blick:

Hinweis: Details sind den einzelnen Bewertungskapitel zu entnehmen.

Integrationsgebot:



Das Integrationsgebot ist für den Standort „Fronhof II“ erfüllt. Es besteht aus gutachterlicher Sicht in Bezug auf das Integrationsgebot eine Konstellation, die zur Raumverträglichkeit des Vorhabens führt:

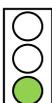
- **Der Standort befindet sich außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt“ wird aber im Einzelhandelskonzept explizit als Versorgungsstandort für das südliche Stadtgebiet empfohlen,**
- **keine städtebaulichen und verkehrlichen Beeinträchtigungen (die Zufahrtswege werden bereits heute zur Umfahrung Bad Dürkheims genutzt bzw. für den PKW-Verkehr in die umliegenden Wohngebiete hinein sowie für Versorgungsfahrten an andere Nahversorgungsstandorte),**
- **vorhandene verkehrliche Erschließung (PKW-, ÖPNV- und Fuß/Radverkehr. Andienung an den Standort bereits gegeben, von mehreren Seiten aus zu erreichen),**
- **Anschluss an Wohnbebauung im Norden und Osten,**
- **tatsächliche fußläufige Erreichbarkeit für das derzeit unterversorgte südliche Stadtgebiet.**
- **überwiegende Versorgungsfunktion für das südliche Stadtgebiet sowie den unterversorgten Stadtteil Seebach.**

Zentralitätsgebot:



Das Zentralitätsgebot wird für die geplante Ansiedlung eines Supermarktes mit Vollsortiment klar erfüllt, da die Kommune die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums aufweist.

Kongruenzgebot:



Das Kongruenzgebot wird für das Gesamtvorhaben Lebensmittelvollsortimenter am Standort Bad Dürkheim mit den errechneten Umsatzerwartungen nach dem Marktanteilkonzept formal und faktisch klar eingehalten. Es stammen ca. 77-78% der Umsätze aus Bad Dürkheim.

Nichtbeeinträchtigungsgebot (Beeinträchtigungsverbot):



Für Bad Dürkheim sind wettbewerbliche Umsatzverluste im Sortimentsbereich Lebensmittel nur für einen Standort in Gewerbegebietslage zu erwarten. Die Umverteilungen bewegen sich ansonsten bei einer Bewertung nach einzelnen Standortlagen in einem Bereich, wonach in den Standortlagen durch das Vorhaben keine städtebaulichen negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Zentrale Versorgungsbereiche und bestehende Nahversorgungslagen werden nicht gefährdet.

Im Einzugsgebiet des Vorhabens sowie im weiteren Umland sind keine negativen städtebaulichen bzw. raumordnerischen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche / Ortskerne zu erwarten. Auch werden bestehende Nahversorgungsstrukturen in den einzelnen Kommunen und deren Standortlagen nicht gefährdet.

Mit dem Vorhaben wird die Funktionsfähigkeit der zentralörtlichen Versorgungskerne der Standortgemeinde und der umliegenden Zentralen Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Vorhabens sowie auch im weiteren Umland nicht wesentlich beeinträchtigt. Das Nichtbeeinträchtigungsgebot (Beeinträchtigungsverbot) wird damit eingehalten.

Empfehlung:

Aus gutachterlicher Sicht bestehen keine raumordnerischen und städtebaulichen Bedenken zur Umsetzung des geplanten Vorhabens am Standort Fronhof II in Bad Dürkheim.

Die Einhaltung der dargestellten raumordnerischen Prüfkriterien bezieht sich auf eine **Gesamtverkaufsfläche eines Supermarkt (inkl. Backshop)** mit insgesamt **ca. 1.820 m² Verkaufsfläche**, wovon **ca. 1.590 m² auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel** im Supermarkt entfallen (zzgl. 50 m² Backshop).

Alternativ ist das Vorhaben Supermarkt ohne Backshop mit ca. 1.840 m² Gesamtverkaufsfläche mit einer Verkaufsfläche für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel mit ca. 1.660 m² umsetzbar.

2 Die Rahmenbedingungen

2.1 Vorgaben der Raumordnung in Rheinland-Pfalz

Liegt ein Einzelhandelsvorhaben vor, welches die raumordnerisch definierte Grenze zur Großflächigkeit überschreitet (derzeit ab 800 m² Verkaufsfläche des Vorhabens), ist auf Basis der Regelvermutung von § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen, welche Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Standortgemeinde (Gemeinde/Stadt, in welcher der Planstandort des Vorhabens liegt) sowie in Umlandgemeinden durch das Vorhaben zu erwarten sind.

Im Wesentlichen sind damit Vorgaben der Baunutzungsverordnung (§ 11 Abs. 3) sowie des Landesentwicklungsprogramms Rheinland-Pfalz sowie des Regionalplan „Einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar“ (siehe v.a. Regelungen zum so genannten Integrationsgebot, Zentralitätsgebot, Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot) zu prüfen. Bezogen auf Einzelhandelsgroßprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Einzelhandelsbetriebe für Endverbraucher) gelten demnach folgende **Prüfkriterien**:

Das Landesentwicklungsprogramm trifft in Kapitel 3.2.3 Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel) folgende relevante Aussagen:

„Ziele und Grundsätze

G 56

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

Z 57

Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betriebe mit mehr als 2.000 m² 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 städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nichtbeeinträchtigungsgebot). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober und Mittelzentren zu beachten.

Z 61

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

2.2 Aussagen des Regionalplans

Der Einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar 2014 trifft in Kapitel 1.7 (Einzelhandelsgroßprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe)) folgende relevante Aussagen:

1.7.2 Allgemeine Vorgaben

1.7.2.1 Raumordnerische Verträglichkeit (Z)

Die raumordnerische Verträglichkeit von Einzelhandelsgroßprojekten ist gemäß Z 1.7.2.2 bis Z 1.7.2.5 nachzuweisen.

1.7.2.2 Zentralitätsgebot (Z)

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 Standortgemeinden 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.

1.7.2.3 Kongruenzgebot (Z)

Verkaufsfläche, Warensortiment und Einzugsbereich von Einzelhandelsgroßprojekten

sind insbesondere auf die Einwohnerzahl der Standortgemeinde und deren Verflechtungsbereich sowie auf die zentralörtliche Funktionsstufe abzustimmen. Dabei darf der zentralörtliche Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschritten werden.

1.7.2.4 Beeinträchtigungsverbot (Z) (=Nichtbeeinträchtigungsgebot gemäß LEP R-P)

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.

1.7.2.5 Integrationsgebot (Z)

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.

1.7.2.7 Erreichbarkeit (G)

Neue Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte sollen mit einem entsprechend der Größe sowie dem Einzugsbereich des Vorhabens angemessenen öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) erreichbar sein.

1.7.3 Räumliche Zuordnung

1.7.3.1 Zentralörtliche Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte (Z)

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

Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten, die ausschließlich der Nahversorgung dienen (vgl. Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3) kommen ausnahmsweise auch an anderen integrierten Standorten in Betracht, sofern keine schädlichen Wirkungen insbesondere auf „zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB“ und die verbraucherernahe Versorgung der Standortgemeinde sowie anderer Gemeinden und deren Ortskerne zu erwarten sind.

1.7.3.2 Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte (Z)

Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sind auch in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten „Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte“ zulässig, sofern für solche Betriebe in den „Zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ keine geeigneten Flächen zur Verfügung stehen.

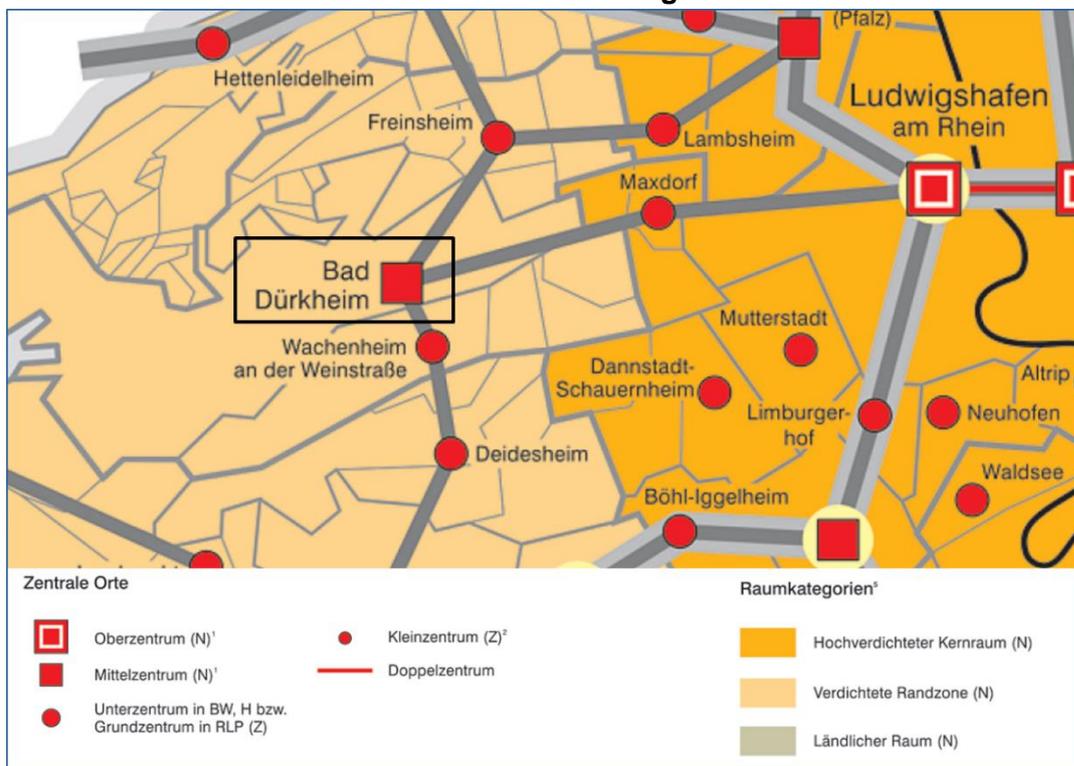
Im Einzelfall ist die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ ausnahmsweise möglich, wenn in diesen keine geeigneten Flächen verfügbar sind, die raumordnerische Verträglichkeit entsprechend Z 1.7.2.1 nachgewiesen wird und sich das Vorhaben in ein kommunales Einzelhandelskonzept einfügt.

1.7.3.3 Zentrenrelevante Randsortimente (Z)

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.

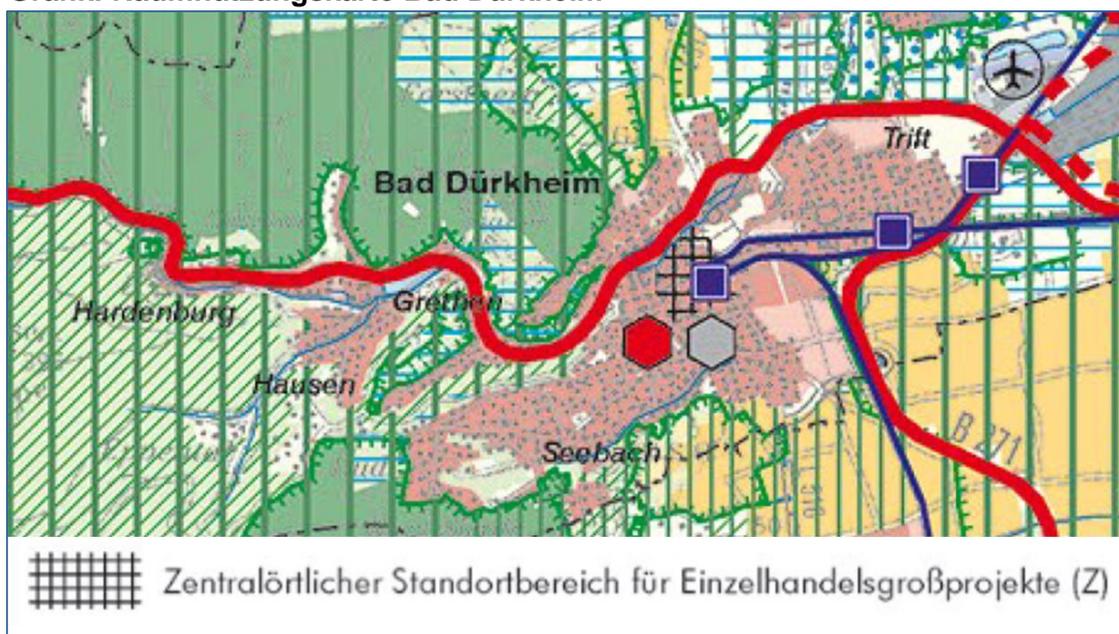
Bad Dürkheim ist gemäß Regionalplan Rhein-Neckar 2014 als Mittelzentrum ausgewiesen. Dem Mittelbereich sind die Nahbereiche der Unterzentren Wachenheim an der Weinstraße und Freinsheim zugeordnet, als eigener Nahbereich verbleibt damit das eigene Gemeindegebiet.

Grafik: Zentralörtliche Funktion und Raumkategorie



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023. Nach Regionalplan Metropolregion Rhein-Neckar 2014, Raumstrukturkarte. Stand: Dezember 2014.

Grafik: Raumnutzungskarte Bad Dürkheim



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023. Nach Regionalplan Metropolregion Rhein-Neckar 2014, Raumnutzungskarte. Stand: Dezember 2014.

2.3 Übersicht zu zentralen Vorgaben der Raumordnung

Grafik: Einschlägige Prüfkriterien gemäß Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz und des Regionalplan Rhein-Neckar

- Das **Integrationsgebot** zielt darauf ab, Einzelhandelsgroßprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten zu errichten. Letztlich soll dadurch ein möglicher Funktionsverlust, der meist durch Einzelhandel geprägten Innenstädte bzw. zentralörtlichen Funktionsbereiche verhindert werden. Das Integrationsgebot zielt explizit auf die verbrauchernahe Versorgung mit Gütern des mittelfristigen Bedarfs insbesondere für Innenstädte sowie auch des täglichen Bedarfes ab und berücksichtigt als Kriterium für eine verbrauchernahe Versorgung die Kriterien fußläufige Erreichbarkeit des Planstandortes bzw. Erreichbarkeit via ÖPNV.
- Das **Zentralitätsgebot** gibt vor, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe in der Regel nur in Zentralen Orten realisiert werden sollen (vgl. Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz, Plansatz 3.2.3). Betriebe mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche sind nur in Ober- und Mittelzentren möglich. 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.

Das **Kongruenzgebot** gemäß „Einheitlichem Regionalplan Rhein-Neckar“ fordert, dass sich ein Einzelhandelsgroßprojekt in das zentralörtliche System einfügen muss. Eine Verletzung des Kongruenzgebotes liegt vor, wenn der Einzugsbereich eines Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreiten würde. Hiervon wird in der Regel ausgegangen, wenn mehr als 30% des Umsatzes aus Räumen außerhalb des regionalplanerisch definierten Verflechtungsbereiches der Standortgemeinde generiert werden.

- Das **Nichtbeeinträchtigungsgesbot (Beeinträchtigungsverbot)** legt fest, dass weder durch die Lage noch durch die Größe oder Folgewirkungen des Einzelhandelsgroßprojektes sowohl das städtebauliche Gefüge als auch die Funktionsfähigkeit der Versorgungskerne sowie die verbrauchernahe Versorgung der Standortgemeinde wie auch anderer Orte beeinträchtigt werden dürfen. Gemäß Regionalplan ist von einer nicht unwesentlichen Beeinträchtigung auszugehen, wenn bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit einem Umsatzverlust ab 10% zu rechnen ist. Bei nicht zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegt dieser Schwellenwert bei 20%. (vgl. Begründung zu 1.7.2.4 im Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar).

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

2.4 Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

Für Bad Dürkheim erfolgt derzeit die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzept. Die Entwurfsfassung liegt bereits vor, ein Beschluss des Konzepts ist noch nicht erfolgt. Angenommen eines noch folgenden Beschlusses, werden im Folgenden die zentralen Aussagen zum projektrelevanten Sortimentsbereich aufgelistet:

9.1.2 Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels

Grundsatz 1: Stärkung der Innenstadt

Der Bereich der Innenstadt ist zu stärken und zu attraktiveren. Dies ist durch die exklusive Zulassung eines zentrenrelevanten Hauptsortiments im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt zu erreichen. Außerdem soll die Attraktivität der Innenstadt durch das Ausbauen der Infrastruktur sowie Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität erhöht werden.

Grundsatz 2: Erhaltung des Gewerbegebiets „Bruch“

Das bereits bestehende Gewerbegebiet „Bruch“ spielt durch die vielen dort ansässigen großflächigen Einzelhandelsbetriebe nach wie vor eine wichtige Rolle in der kurz- und mittelfristigen Versorgung der Stadt Bad Dürkheim und ist daher zu erhalten. Dies ist zu erreichen, indem das Gewerbegebiet „Bruch“ als „Bestandsstandort“ ausgewiesen wird und Einschränkungen im Sortiment erhält.

Grundsatz 3: Erhaltung und Versorgung der Stadtteile

*Die Sicherung der Nahversorgung der einzelnen Stadtteile stellt eine der zentralen Aufgaben einer Stadt dar. In Bad Dürkheim ist diese nicht flächendeckend erfüllt. Zwar sind die Innenstadt und das Gewerbegebiet „Bruch“ gut abgedeckt, allerdings weisen die Stadtteile Seebach, Hardenburg, Leistadt und Ungstein teilweise große Defizite in diesem Bereich auf. Zudem **sollte ein neuer Nahversorgungsstandort in der Randlage „Fronhof“ ausgewiesen werden**, um die Nahversorgung für den südlichen Teil der Stadt zu sichern.*

Grundsatz 4: Begrenzung der Randsortimente

Um schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt zu vermeiden, müssen die Sortimente der umliegenden Versorgungsbereiche eingeschränkt werden. Hierbei sind insbesondere die zentrenrelevanten Randsortimente so einzuschränken, dass sie nicht zu einer Abwanderung der Kaufkraft in der Innenstadt und damit verbundenen Schwächung der selbigen führen.

9.2 Ausweisung der zukünftigen zentralen Versorgungsbereiche (ZVB) (ENTWURF)

9.2.2 Versorgungsbereiche in der Stadt Bad Dürkheim

[...]

Südlich der Innenstadt wird ein Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung Fronhof (Planung) ausgewiesen. Hier soll die Möglichkeit bestehen einem Betrieb eine Ansiedlung zu ermöglichen, die als Nahversorgung die angrenzenden Wohngebiete versorgen.

Der Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung Fronhof (Planung) wird in seiner Funktion bezüglich der zulässigen Sortimente für die weitere Entwicklung künftig auf die Nahversorgung beschränkt. Hier befinden sich im südlichen Bereich des Neubaugebietes Freiflächen, die sich für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes anbieten. Die Stadt Bad Dürkheim sieht hier in Ergänzung zum vorhandenen Einzelhandel mit Waren des täglichen Bedarfs einen geeigneten Standort, neben der reinen Flächenverfügbarkeit, die Versorgung insbesondere der Bevölkerung der südlichen Stadtteile mit nahversorgungsrelevanten Angeboten zu sichern. Die Verkaufsfläche ist im Zuge einer Verträglichkeitsuntersuchung zu prüfen. [...]

3 Das Vorhaben

3.1 Daten zum Vorhaben

Es liegt noch kein konkretes Flächenlayout für das Vorhaben vor. Gemäß ersten Planungen umfassen die wesentlichen Nutzungen einen Lebensmittelmarkt (Vollsortiment) sowie ggf. einen integrierten Bäcker mit einer Verkaufsfläche von bis zu ca. 2.000 m².

Im Rahmen einer Vorprüfung wurde für das Vorhaben zunächst die maximale Verkaufsfläche pro Sortiment angesetzt (damit ca. 2.000 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel). Im Ergebnis zeigt sich, dass das **raumordnerische Prüfkriterium** Nichtbeeinträchtigungsgesetz (Beeinträchtigungsgesetz) **nicht mehr eingehalten** werden kann.

In Konsequenz bedeutet dies, dass eine maximal möglich Verkaufsfläche ermittelt werden muss, **für die raumordnerische Prüfkriterien** (siehe insbesondere Beeinträchtigungsgesetz und Kongruenzgesetz) noch **eingehalten werden können**. Dies erfolgt **im Rahmen einer sogenannten Sensitivitätsanalyse**. Basis hierfür ist der maximal „verträgliche“ Umsatz.

Die Ergebnisse in Bezug auf die Verkaufsflächendimensionierung sind in nachfolgender Übersicht entsprechend bereits dargestellt.

Grafik: Zentrale Daten des geprüften Vorhabens

| Vorhaben | geprüfte Verkaufsfläche ² |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| Supermarkt (inkl. Backshop) | ca. 1.820 m² |
| davon Supermarkt | bis zu ca. 1.770 m ² |
| davon Nahrungs- und Genussmittel | bis zu ca. 1.590 m ² |
| davon Randsortimente | ca. 10%, damit ca. 180 m ² |
| davon Backshop | bis zu ca. 50 m ² |
| oder | |
| Supermarkt (ohne Backshop) | ca. 1.840 m² |
| davon Nahrungs- und Genussmittel | bis zu ca. 1.660 m ² |
| davon Randsortimente | ca. 10%, damit ca. 180 m ² |

* Hinweis: Gastronomisch genutzte Flächen des Backshops sind nicht als Einzelhandelsflächen zu bewerten. Die dargestellte Fläche stellt damit lediglich den eigentlichen Verkaufsraum des Backshops (vor und hinter der Verkaufstheke) dar.

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

² Verkaufsfläche inklusive Kassen- & Vorkassenbereich, Windfang / Eingangsbereich.

3.2 Der Planstandort

Anhand der folgenden Grafik wird der Planstandort stichwortartig analysiert.

Grafik: Analyse des Planstandortes

| Ansiedlungsvorhaben Lebensmittelvollsortimenter | |
|---|--|
| Standort | Bebauungsplangebiet Fronhof II, Ecke K7 / Friedelsheimer Straße |
| Räumliche Lage | Lage am südlichen Ortsrand der Kernstadt In direktem Anschluss und räumlichem Zusammenhang an das Wohn-Neubaugebiet Fronhof II. |
| Erreichbarkeit | <u>via Pkw</u> : aufgrund der Andienung über die K7 und B271 sehr gute Erreichbarkeit gegeben. <u>via ÖPNV</u> : Andienung in fußläufiger Erreichbarkeit vorhanden (Bushaltestelle an der Fronhofallee). <u>fußläufig</u> : eine fußläufige Anbindung ist für die nördlich angrenzenden Wohngebietslagen gegeben. Diverse Fußwege führen bereits heute zum Planstandort und im Norden direkt entlang der Planungsfläche. Eine verkehrliche Anbindung ist über das bestehende Straßennetz möglich. Im fußläufigen Einzugsbereich von 500 m ist Richtung Norden und Westen eine vorrangige Wohnnutzung festzuhalten. |
| derzeitige Nutzung & Funktion des Standortes | Brachliegende Fläche in direktem Nutzungszusammenhang zum nördlichen Wohngebiet Standort weist eine ebene Fläche mit einer ausreichend großen Gesamtfläche auf. |
| Nutzungen im Standortumfeld | Vorwiegend Wohnfunktion im Norden und Westen; landwirtschaftliche Flächen im Süden und Osten Im Osten angrenzende Nutzung durch die Christliche Sozialstation und einen öffentlichen Basketball-Platz. |

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Grafik: Lage Planstandort in Bad Dürkheim



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Grafik: Planstandort mit Blickrichtung Westen aus der Fronhofallee



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Grafik: Lage (links im Bild) direkt angrenzend an das nördliche Wohngebiet



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Grafik: Derzeitige Einfahrt auf den Planstandort an der Friedelsheimer Straße, zwischen K7 und Fronhofallee



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Grafik: Bereits vorhandener Fußweg entlang des Planstandorts, Wegeführung aus dem Wohngebiet heraus



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

3.3 Einordnung des Planstandortes

Bereits nach Analyse des Planstandortes lassen sich folgende Aussagen für das Vorhaben ableiten:

Positive Standortfaktoren:

- Standort in einem derzeit mit Nahrungs- und Genussmitteln unterversorgten Teil der Stadt – Verbesserung der Versorgung für die angrenzenden Wohnlagen möglich
- sehr gute Einsehbarkeit
- fußläufig erreichbare Wohnbebauung unmittelbar im Umfeld im westlichen, etablierten Wohngebiet (Seebach) sowie dem direkt nördlich gelegenen Neubaugebiet Fronhof II. In diesem Gebiet werden aktuell noch letzte Baulücken geschlossen, ein Großteil der geplanten Wohnbebauung ist bereits fertiggestellt und bewohnt.
- gute infrastrukturelle Anbindung
 - sehr gute Erreichbarkeit per PKW, da direkt an einer Hauptverkehrsachse gelegen (B271 und K7)
 - ausreichende Parkierungsflächen aufgrund des Flächenzuschnitts möglich
 - Busanbindung in direkter Standortnähe, somit eine gute ÖPNV-Anbindung gewährleistet
- Standort wird im Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts als Versorgungsbereich empfohlen

Negative Standortfaktoren:

- Neuversiegelung derzeit ungenutzter Fläche erforderlich

Auf Basis dieser ersten Analyse ist es nun möglich den Planstandort in die Vorgaben der Regionalplanung (siehe ausgewiesenen Standorte für großflächige Vorhaben) und Vorgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes von Bad Dürkheim einzuordnen:

Lage des Standortes gemäß Regionalplan:

- Außerhalb des regionalplanerisch gebietsscharf abgegrenzten zentralörtlichen Standortbereichs für Einzelhandelsgroßprojekte

- **Allerdings:**
 - Einzelhandelsgroßprojekte, die der Nahversorgung dienen, sind gemäß Regionalplan auch ausnahmsweise an anderen, integrierten Standorten möglich, wenn keine schädlichen Auswirkungen auf die Standortgemeinde selbst sowie umliegende Kommunen zu erwarten sind
 - Somit gilt die formale Prüfung des Vorhabens mittels:
 - Räumliche Zuordnung zu Wohngebieten notwendig → **am Standort gegeben**
 - Städtebauliche Integration notwendig → **siehe Integrationsgebot**
 - Keine schädlichen Auswirkungen → **siehe Beeinträchtungsverbot**

Lage des Standortes gemäß Entwurf „Einzelhandels- und Zentrenkonzept“:

- außerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt
- Standort wird als künftiger Versorgungsbereich des südlichen Stadtgebiets empfohlen

- **Konsequenzen:**
 - Sonstige integrierte Lage notwendig → **am Standort gegeben**
 - dient überwiegend der Versorgung des Gebiets und standortgerechte Verkaufsflächendimensionierung → **zu prüfen, siehe Umsatzherkunft**

Der Standort ist sowohl gemäß Regionalplan als auch gemäß Einzelhandelskonzept möglich, soweit angeführte Bedingungen erfüllt werden können.

Inwieweit das geplante Vorhaben zu schädlichen Auswirkungen für bestehende Versorgungslagen führen könnte bzw. bis zu welcher Verkaufsflächengröße eben nicht von einer solchen Schädigung auszugehen ist, kann nur auf Basis der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation im planobjektrelevanten Sortimentsbereich bewertet werden. Diese wird im Folgenden betrachtet.

4 Planobjektrelevante Nachfrage- und Angebotssituation

4.1 Einzugsgebiet des Vorhabens

Das Einzugsgebiet wurde insbesondere auf Basis der vorhandenen Wettbewerbsstruktur, der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten und der verkehrlichen Erreichbarkeit des Planstandortes festgelegt.

Zum Einzugsgebiet des Planstandortes werden die Orte gezählt, die eine **mehr oder weniger klare Einkaufsorientierung zum Planstandort** – auch angesichts der aktuellen Wettbewerbssituation im planobjektrelevanten Sortimentsbereich – haben.

Aufgrund der genannten Einschätzungen kann von folgendem Einzugsgebiet der Vorhaben ausgegangen werden:

Grafik: Einzugsgebiet des Vorhabens sowie Untersuchungsraum

| Zone | Kommunen | Einwohner ³ |
|----------------------------------|---|------------------------|
| Zone 1 | Bad Dürkheim | 18.818 |
| | <i>davon Kerneinzugsgebiet:</i> - Fronhof I und II * - Ortsteil Seebach - Kernstadt | ca. 9.393 |
| | <i>davon erweitertes Einzugsgebiet:</i> - weitere Ortsteile | ca. 9.425 |
| Zone 2 | Nahes Umland (erweitertes Einzugsgebiet) Wachenheim a.d. Weinstraße | 4.561 |
| erweitertes Einzugsgebiet | | 33.336 |
| Zone 3 | Weiteres Umland Deidesheim, Forst a.d. Weinstraße, Friedelsheim, Gönnsheim, Niederkirchen | 9.957 |
| Untersuchungsraum | | 33.336 |

* Hinweis: Für das Wohnbaugebiet Fronhof I und II wird an dieser Stelle der Status Quo dargestellt. Für zusätzliche Wohneinheiten in Fronhof II können zusätzlich ca. 545 Einwohner eingerechnet werden. Diese werden nachfolgend im Rahmen der Berechnungen der Umsatzumverteilungen berücksichtigt.

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

³ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand: 31.12.2022, Datenabruf September 2023.

In Bad Dürkheim konzentriert sich das Einzugsgebiet vor allem auf das umliegenden Wohngebiet **Fronhof I und II** sowie die **Kernstadt** (v.a. weitere südliche Bereiche) und den im Westen liegenden **Stadtteil Seebach**, da hier wesentliche **verkehrliche Anbindungen** über die Seebacher Straße und Schillerstraße **nur in Richtung Kernstadt** und damit neben der Innenstadt auch in Richtung des Planstandortes ausgerichtet sind. Der Planstandort bildet damit den **nächstgelegenen verkehrlich gut erreichbaren Nahversorgungsstandort**.

Im **nahen Umland** ist die Stadt Wachenheim an der Weinstraße als Teil des Einzugsgebiets zur berücksichtigen, da die Zufahrt nach Bad Dürkheim über die L516 als auch die B271 in der Nähe des geplanten Vorhabenstandorts entlangführt. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass mögliche Kunden aus Wachenheim über die L516 zunächst am einzigen in Wachenheim bestehenden Lebensmittelvollversorger vorbeifahren müssen.

Weiter entfernt liegende Standorte können zwar noch Kaufkraftverflechtungen zum geplanten Standort aufgrund der Nähe des Planstandortes zur B271 aufweisen, sind aber nicht mehr zum Einzugsgebiet hinzuzurechnen (Zone 3). Hier bestehen insbesondere in Deidesheim sehr umfangreiche Angebote im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, welche räumlich näher zu erreichen sind (Forst an der Weinstraße, Niederkirchen, Deidesheim).

Aus Friedelsheim und Gönheim ist hinsichtlich der Fahrtstanz der Planstandort ebenso gut zu erreichen, wie andere Einkaufsstandorte in Bad Dürkheim selbst bzw. Einkaufsstandorte im weiteren Umland. Somit werden auch hier noch Kaufkraftverflechtungen möglich sein, zum Einzugsgebiet können diese Standorte aber nicht mehr gezählt werden. Hier bestehen im Gewerbegebiet Bruch umfangreichere Angebote mit einer größeren „Sogwirkung“.

4.2 Ist-Analyse der Nachfragesituation

Folgende Grafik zeigt die einzelhandelsrelevante Kaufkraftsituation in Bad Dürkheim auf:

Grafik: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

| | Kaufkraftkoeffizient | Kaufkraft ⁴ pro Einwohner im Jahr in € | Kaufkraft in Mio. € | Bewertung |
|--------------|----------------------|---|---------------------|----------------------|
| Bad Dürkheim | 107,1 | 6.995 | 131,6 | überdurchschnittlich |
| Deutschland | 100 | 6.531 | -- | -- |

Hinweis: Für das Wohnbaugebiet Fronhof I und II wird an dieser Stelle der Status Quo dargestellt. Für zusätzliche Wohneinheiten in Fronhof II können zusätzlich ca. 545 Einwohner eingerechnet werden. Diese werden nachfolgend im Rahmen der Berechnungen der Umsatzumverteilungen berücksichtigt.

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Vor diesem Hintergrund und auf Basis der Marktgebietzahlen ergeben sich folgende **Kennzahlen zur Nachfragesituation im Einzugsgebiet** im für das Vorhaben planobjektrelevanten Sortiment:

Grafik: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet nach Zonen

| Sortiment | Anteil an der Gesamtkaufkraft | Kaufkraft in Mio. € | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|---------------------|--------|---------------|--------|
| | | Zone 1 | Zone 2 | Einzugsgebiet | Zone 3 |
| Nahrungs- und Genussmittel | 43-44% | 57,5 | 13,9 | 71,4 | 30,4 |

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023. Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

⁴ Für die Kaufkraftberechnung wurde hier der Kaufkraftkoeffizient der IHK Pfalz / mb Research (2023) für den Landkreis Bad Dürkheim verwendet.

Differenziert nach Ortsteile ergeben sich für Bad Dürkheim folgende Kaufkraftkennzahlen nach Stadtteile:

| Stadtteile | Kaufkraft in Mio. € Nahrungs- und Genussmittel |
|--|---|
| Kernstadt | 20,7 |
| davon Fronhof I und II (Status Quo) | 4,1 |
| zzgl. Fronhof II - Erweiterung | 1,7 |
| Seebach | 7,9 |
| westliche Stadtteile (Grethen-Hausen, Hardenburg) | 12,6 |
| nördliche Stadtteile (Leistadt, Ungstein) | 16,2 |

4.3 Ist-Analyse der Angebotssituation

Angebotssituation in Bad Dürkheim:

In Bad Dürkheim ist der relevante Sortimentsbereich durch verschiedene Anbieter vertreten. Im Einzelnen sind dabei folgende Aspekte bezüglich der Ausstattung in den Sortimentsbereichen zu berücksichtigen:

Grafik: Angebotssituation in Bad Dürkheim – Nahrungs- und Genussmittel

| Betriebstyp | Beschreibung des Angebots |
|--|---|
| SB-Warenhaus / Großer Supermarkt (> 2.500 m ² Verkaufsfläche) | HIT Markt |
| Supermarkt (400- 2.500 m ² Verkaufsfläche) | Edeka Stiegler |
| Lebensmitteldiscounter | Aldi Süd, Lidl, Netto, Netto (Ortsteil Hausen) |
| Sonstige Angebote | Getränkemärkte, Bäcker, Metzger, Biolebensmittel, Markthalle, spezialisierte Lebensmittelbetriebe (u.a. Weinhändler, Obstladen, internationale Spezialitäten), Randsortimentsangebote |

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Damit ergeben sich für Bad Dürkheim folgende zentrale Ausstattungskennziffern:

Hinweis: Im Vergleich mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bad Dürkheim, sind Umsatz und Zentralität in dieser Analyse höher. Das Einzelhandelskonzept greift zur Umsatzermittlung auf branchenspezifische Mittelwerte der IHK Pfalz aus dem Jahr 2021 zurück, entsprechend sind Umsatzsteigerungen der vergangenen Jahre noch nicht berücksichtigt sowie auch anbieterspezifisch deutlich höhere Flächenproduktivitäten. In der vorliegenden Auswirkungsanalyse werden anbieterspezifische Werte genutzt, welche je nach Betriebstyp deutlich über den im Einzelhandelskonzept verwendeten Branchenmittelwerten liegen (Flächenproduktivität, z.B. Aldi Süd ca. 8.380 € / m² und Lidl 9.320 € / m² ungefähr doppelt so hoch! – siehe auch Hinweise zur Methodik im Anhang).

Grafik: Ausstattungskennziffern in Bad Dürkheim nach relevanten Sortimenten

| Sortiment | Umsatz in Mio. € | Zentralität | Kaufkraft- bindungs- quote | Bewertung |
|---------------------------------------|---------------------|-------------|----------------------------------|---|
| Nahrungs- und Genussmittel | 58,5 | 102% | 83-84% | vor Ort vorhandene Kaufkraft kann gebunden wer- den |

Hinweise zu den Ausstattungskennziffern:

Es werden sortimentsscharfe Verkaufsflächen verwendet. Das heißt es fließen nur Verkaufsflächen und Umsätze des untersuchten Sortiments pro Betrieb in die Kennzahlen ein.

Die Zentralitätskennziffer des Standortes gilt als ein Maß für die Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes¹. Sie gibt an, ob und wie stark Umsatzzuflüsse aus dem Umland einer Kommune die Umsatzabflüsse aus der Kommune (beispielsweise in nahe gelegene Mittel- bzw. Oberzentren) per Saldo überwiegen. Die Zentralitätskennziffer errechnet sich aus der Gegenüberstellung des am Standort umgesetzten Einzelhandelsumsatzes und der am Standort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Werte größer 100 geben somit an, dass dem jeweiligen Einzelhandelsstandort ein Bedeutungsüberschuss gegenüber seinem Umland zukommt. Rückschlüsse auf die Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes allein anhand dieser Kennziffer sind nur bedingt möglich, da nur die Einzelhandelsausstattung in Bezug auf die eigene Standortkommune wiedergespiegelt wird. Weist eine Kommune einen großen zugewiesenen Verflechtungsbereich auf (Gebiet das die Kommune aus raumordnerischer Sicht versorgen soll), kann selbst bei einer zunächst überdurchschnittlich wirkenden Zentralität die Umsatz-Kaufkraft-Relation für den Gesamttraum unterdurchschnittlich sein.

Die Kaufkraftbindungsquote ist ein Indikator dafür, in welchem Maß es dem Einzelhandel einer Kommune gelingt, die Einwohner der Kommune selbst (nicht des Umlandes!) an sich zu binden. Die Kaufkraftbindungsquote errechnet sich aus der Gegenüberstellung des (sortimentsspezifischen) Umsatzes aller Einzelhandelsbetriebe, den sie mit Einwohnern aus der Kommune erwirtschaften (Unterschied zur Zentralitätskennziffer, bei der der Gesamtumsatz mit allen Kunden, also auch Kunden aus dem Umland, verwendet wird), mit der einzelhandelsrelevanten (sortimentsspezifischen) Kaufkraft der Einwohner der Kommune. Die Kaufkraftbindung wurde durch eine Abschätzung der Umsatzherkunft der einzelnen relevanten Betriebe in der Standortkommune ermittelt. Das heißt anhand Größe, Angebot und Wettbewerbssituation nach Betriebsformen wurde abgeschätzt, welcher Kundenanteil von vor Ort stammt und welcher Umsatz von außen zufließt. Aus der Gesamtbetrachtung lässt sich daraus eine möglichst realistische Kaufkraftbindung ermitteln.

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

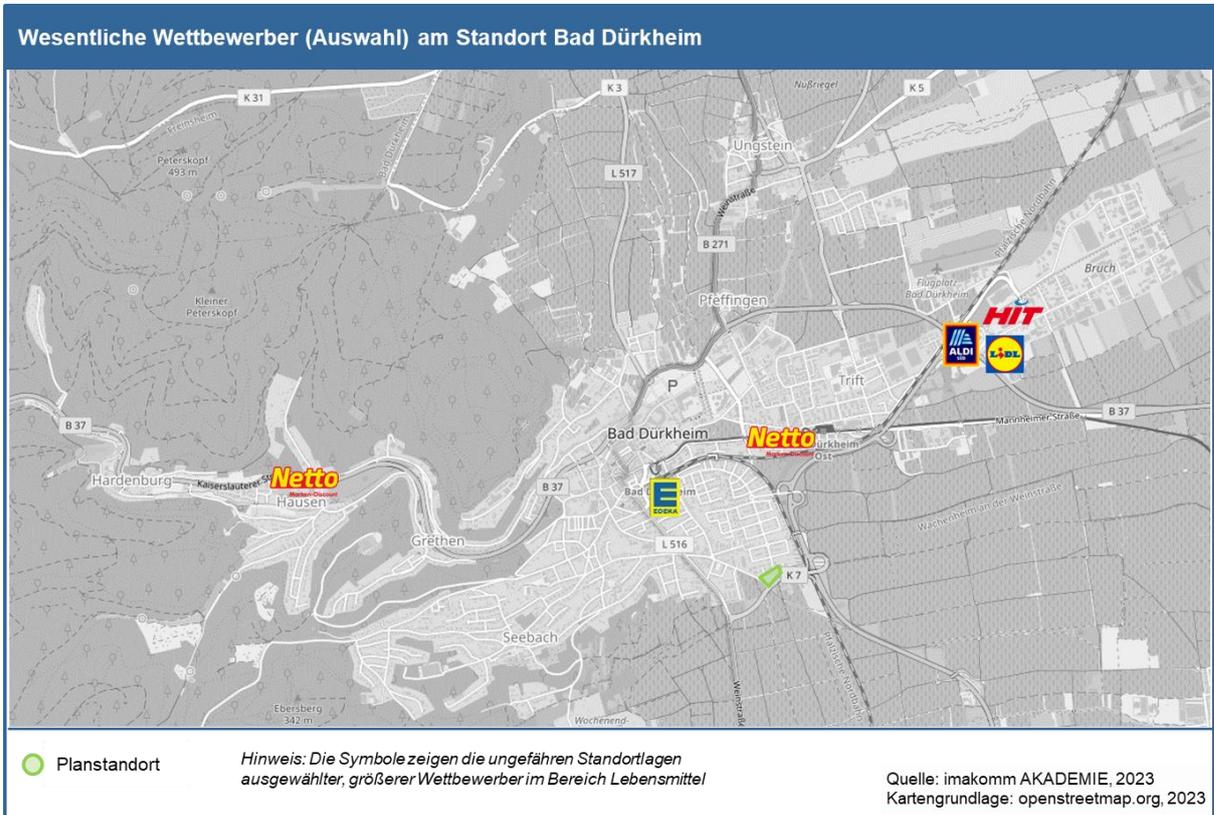
Im Rahmen der Entwicklung des Wohnbaugebiets **Fronhof II** ist mit **zusätzlich ca. 545 Einwohnern** zu rechnen. Dies bedeutet **eine zusätzlich zur Verfügung stehende Kaufkraft** im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel in Höhe von **ca. 1,7 Mio. €**. Unter Berücksichtigung dieser zusätzlichen Kaufkraft ist eine **Zentralität von insgesamt ca. 99% in Bad Dürkheim** festzustellen.

Insgesamt ist zudem auf ein räumliches Ungleichgewicht in der Versorgung zu verweisen. Die westlichen Ortsteile weisen einen Lebensmitteldiscounter auf, die Kernstadt besitzt im Zentralen Versorgungsbereich einen Supermarkt, die östliche Kernstadt einen weiteren Lebensmitteldiscounter. Die nördlichen Stadtteile sowie das südliche Stadtgebiet weisen aktuell kein eigenes Versorgungsangebot auf. Eine zentrale Rolle in der Lebensmittelversorgung übernimmt heute das aus allen Richtungen gut erreichbare Gewerbegebiet Bruch mit einem umfangreichen Angebot.

Ein klares **Versorgungsdefizit** besteht neben der **südlichen Kernstadt mit Fronhof I und II** auch im Ortsteil **Seebach**.

Folgende Grafik zeigt zudem die räumliche Lage der wesentlichen Wettbewerber.

Grafik: Zentrale Wettbewerber in Bad Dürkheim – Nahrungs- und Genussmittel



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Angebotssituation im Einzugsgebiet:

Grafik: Angebotssituation in Wachenheim – Nahrungs- und Genussmittel

| Zone | Umsatz in Mio. € | Zentra- lität | Beschreibung des Angebots | Bewertung |
|--------|---------------------|------------------|---|---|
| Zone 2 | 6,7 | 48% | <u>Betriebstypen:</u> Supermarkt, Bäcker, Metzger, speziali- sierte Lebensmittelbetriebe <u>Größere Anbieter:</u> Rewe (Wachenheim) | Kaufkraft fließt ab, Ver- sorgung noch ausbaufähig |

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

In Wachenheim ist ein **Kaufkraftabfluss** festzustellen. Zugleich zeigt sich damit auch, dass der bestehende **Lebensmittelvollversorger aktuell eigentlich vorhandene Kaufkraftpotenziale noch nicht ausreichend binden kann.**

Angebotssituation im Untersuchungsraum:

Grafik: Angebotssituation im Untersuchungsraum – Nahrungs- und Genussmittel

| Zone | Umsatz in Mio. € | Zentra- lität | Beschreibung des Angebots | Bewertung |
|--------|---------------------|------------------|---|---|
| Zone 3 | 30,1 | 99% | <u>Betriebstypen:</u> Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Bäcker, Hofladen <u>Größere Anbieter:</u> Aldi, Lidl, Wasgau (Deidesheim) | vor Ort vorhandene Kaufkraft kann gebun- den werden |

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Im weiteren Umland als Untersuchungsraum ist v.a. das Angebot in Deidesheim relevant. Deidesheim selbst weist im Lebensmittelbereich eine Zentralität in Höhe von ca. 248% auf und übernimmt damit eine klare überörtliche Versorgungsfunktion. Der Gesamttraum weist insgesamt eine Vollversorgung auf.

Gesamtbewertung der Wettbewerbssituation

Grafik: Zusammenfassende Bewertung der Ausstattung im Einzugsgebiet

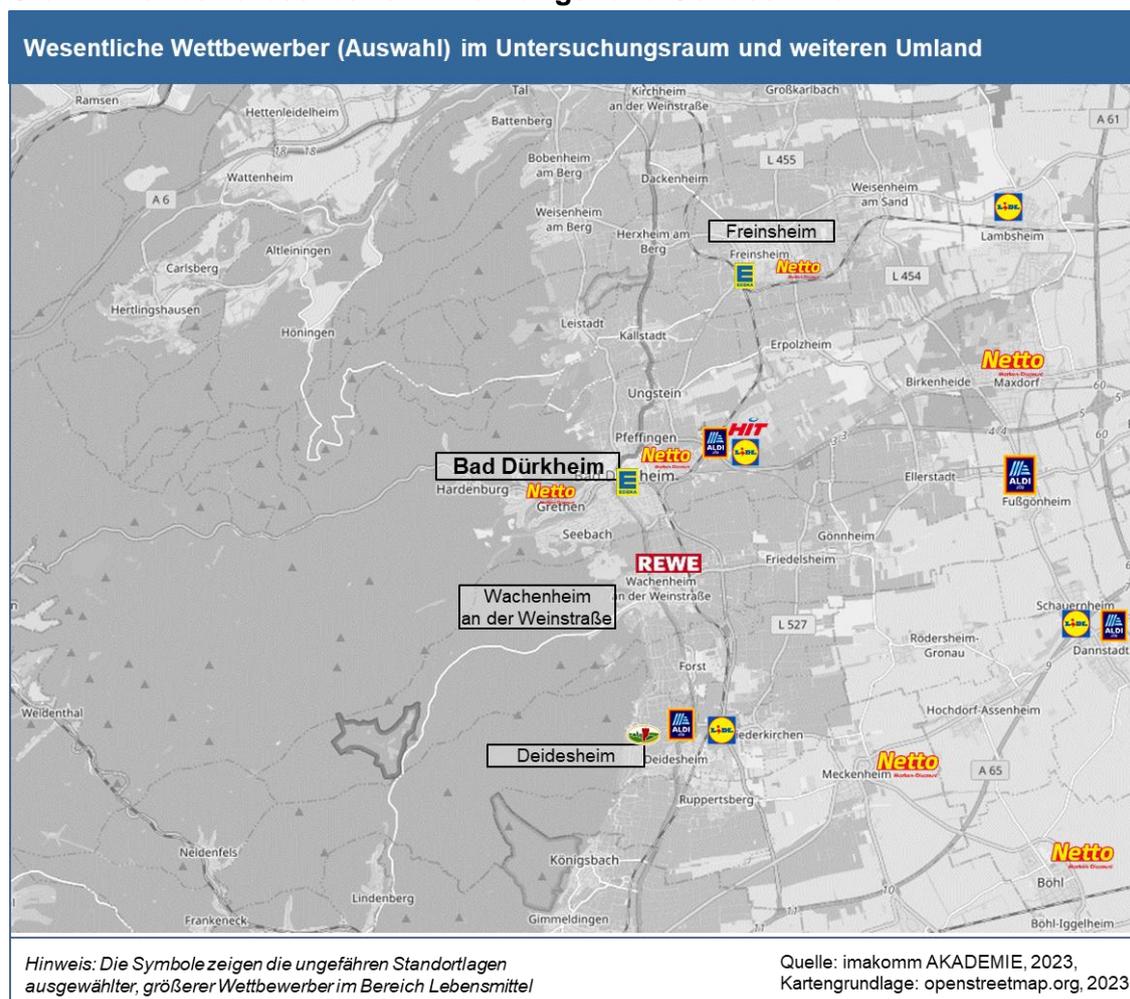
| Nahrungs- und Genussmittel | Zone 1 | Zone 2 | Zone 3 | Einzugsgebiet (Zone 1 und 2) | gesamter Untersuchungsraum |
|----------------------------|----------------|------------------|----------------|------------------------------|----------------------------|
| Zentralität | 102% | 48% | 99% | 91% | 94% |
| Kaufkraftverflechtungen | Vollversorgung | Kaufkraftabfluss | Vollversorgung | leichter Kaufkraftabfluss | leichter Kaufkraftabfluss |

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Es ist festzuhalten, dass Bad Dürkheim derzeit insgesamt ein **durchschnittliches Versorgungsniveau** im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel aufweist. Eine **überörtliche Versorgungsfunktion übernimmt das Mittelzentrum rechnerisch bisher kaum**.

Auch bei Betrachtung des gesamten Untersuchungsraums ist festzustellen, dass **noch kein erhöhter Wettbewerbsdruck** besteht.

Grafik: Wettbewerbssituation – Nahrungs- und Genussmittel



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

5 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Vorhabens

Für den Planstandort liegt noch kein konkretes Flächenlayout vor. Vor diesem Hintergrund wird eine so genannte **Sensitivitätsanalyse notwendig** – eine Auswirkungsanalyse für ein Gebiet (und eben nicht für ein detailliert schon feststehendes Flächenlayout). Die Vorgehensweise entspricht jener einer Auswirkungsanalyse (also beispielsweise Prüfung sämtlicher raumordnerischer und städtebaulicher Prüfkriterien), es werden aber im Unterschied dazu bei kritischer Verkaufsflächendimensionierung die gerade noch verträgliche Verkaufsflächendimensionierung definiert.

Im Rahmen der Sensitivitätsanalyse wurde für die Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel maximal mögliche Umsätze ermittelt, für die sowohl das Beeinträchtigungsverbot als auch das Kongruenzgebot noch eingehalten werden können.

Die **Ableitung dieser maximalen Umsätze** erfolgte anhand der **Umsatzherkünfte nach dem Marktanteilskonzept**. Diese wurden zugleich anhand der Berechnung der **Umsatzerwartungen nach Flächenproduktivitäten** auf Plausibilität überprüft.

Methodische Hinweise:

Die Marktanteilsabschätzung erfolgt über die Berücksichtigung branchenüblicher Marktanteile einzelner Betriebsformen laut offizieller Quellen wie EHI, anhand einer Annäherung über Verkaufsflächenrelationen sowie jeweils unter Berücksichtigung u.a. der Lage des Planstandortes und der Entfernung einzelner Marktgebietszonen zum Planstandort und der Wettbewerbssituation in den Marktgebietszonen.

Angesichts von teilweise sehr geringen absoluten Umsatzzahlen bei den Kaufkraftströmen bzw. beim umverteilungswirksamen Umsatz wird im Folgenden differenziert zwischen „weniger als 0,1 Mio. €“ (dargestellt mit „< 0,1 Mio. €“) und „deutlich weniger als 0,1 Mio. € (= „<< 0,1 Mio. €“, hierbei handelt es sich teilweise um Beträge von etwa 0,01 Mio. €!).

5.1 Umsatz nach Flächenproduktivitäten

Insgesamt konnte im Rahmen der **Sensitivitätsanalyse** als **maximaler Umsatz** für das Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel ca. 8,5 Mio. €** ermittelt werden:

Umgerechnet in Verkaufsfläche bedeutet dies dann pro Flächenlayout folgende zu erwartende Gesamtumsätze und maximale Verkaufsflächen. Als Randsortimentsanteil wird dabei ein für einen Lebensmittelvollsortimenter üblicher Anteil von ca. 10% angesetzt.

Grafik: Umsatzerwartung der Einzelvorhaben nach der Flächenproduktivität

| Anbieter | Verkaufsfläche in m ² | Flächenproduktivität ⁵ in € / m ² | erwarteter Verkaufsflächenanteil in % | Umsatz in Mio. € |
|--|-------------------------------------|--|--|---------------------|
| | 1=3/2 | 2 | | 3 |
| Supermarkt <u>mit</u> Backshop | ca. 1.820 | 5.170 | - | 9,4 |
| Supermarkt | ca. 1.770 | 5.130 | | 9,1 |
| davon Nahrungs- und Genussmittel | bis zu 1.590 | | ca. 90% | 8,2 |
| davon Randsortimente | ca. 180 | | ca. 10% | 0,9 |
| Backshop * | ca. 50 m² | 6.500 | | 0,3 |
| Supermarkt <u>ohne</u> Backshop | ca. 1.840 | 5.130 | -- | 9,4 |
| davon Nahrungs- und Genussmittel | bis zu 1.660 | | ca. 90% | 8,5 |
| davon Randsortimente | ca. 180 | | ca. 10% | 0,9 |

* Hinweis: Gastronomisch genutzte Flächen des Backshops sind nicht als Einzelhandelsflächen zu bewerten. Die dargestellte Fläche stellt damit lediglich den eigentlichen Verkaufsraum des Backshops (vor und hinter der Verkaufstheke) dar

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

⁵ Quelle: EHI Handelsdaten.de und Hahn Gruppe Real Estate Report 2022/2023. Für den geplanten Lebensmittelvollsortimenter wurde die Flächenproduktivität des auf den m² leistungsfähigeren Anbieters aus dem Supermarktbereich verwendet (damit Anbieter Edeka, welcher pro m² Verkaufsfläche als leistungsfähiger als beispielsweise Anbieter Rewe angegeben wird). Damit kann sichergestellt werden, dass unabhängig vom tatsächlichen Anbieter ausreichend Umsatzerwartungen angesetzt wurden (damit anbieterunabhängige Betrachtung). Für einen Bäcker kann von einem leistungsfähigen Anbieter ausgegangen werden, hierbei sind Umsätze von ca. 0,3 Mio. € für einen durchschnittlichen Bäcker in Umfeld eines Lebensmittelmarktes an einem frequentierten Standort anzusetzen (höherer Umsatz als in der Regel in einem Standort ohne zusätzliche Lebensmittelangebote erzielt werden kann).

5.2 Umsatz nach Abschätzung von Marktanteilen

Über das so genannte Marktanteilkonzept kann sowohl die **Umsatzerwartung** als auch die **Umsatzherkunft** des Vorhabens abgeschätzt werden. Hierbei werden die Marktanteile in der Standortkommune Bad Dürkheim selbst als auch im Einzugsgebiet sowie Umsätze aus dem Umland und weitere Streuumsätze berücksichtigt.

Grafik: Umsatzerwartung nach dem Marktanteilkonzept

| Einzugsgebiets- zonen: | Nahrungs- und Genussmittel | | | | | |
|--|--------------------------------------|---|---|---------------------------|-----------------------------------|---|
| | Kaufkraft- potenzial in Mio. € | Vorhandenes Angebot in der jeweiligen Zone (Zentralität) | Einkaufs- tendenz zum Plan- standort | Markt- anteile in % | Umsatzer- wartung in Mio. € | Umsatz- anteile am Planumsatz in % |
| Zone 1 | 59,1 | 99% ⁶ | + | 10-15 | 6,6 | 77-78 |
| davon Fronhof I und II (inkl. Erweiterung) | 5,8 | | ++ | 45-50% | 2,6 | 32-33% |
| davon sonstige Kernstadt | 16,6 | | o | 5-10% | 1,2 | 13-14% |
| davon Seebach | 7,9 | | + | 30-35% | 2,6 | 30-31% |
| davon sonstige Stadtteile | 16,2 | | -- | <1% | 0,1 | 1-2% |
| Zone 2 | 13,9 | 48% | o | 5-10 | 1,0 | 12-13 |
| weiteres Umland | | | | | 0,8 | ca. 10 |
| davon Zone 3 | 30,4 | 99% | - | <5 | 0,8 | 8-9 |
| davon Streuumsätze | Keine Angaben | Keine Angaben | -- | Keine Angaben | <0,1 | ca. 1 |
| Gesamtes Vorhaben: | | | | | 8,5 | 100 |
| ++ = sehr hoch / + = hoch / o = mittel / - = schwach / -- = sehr schwach | | | | | | |

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023. Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

⁶ Zentralität inkl. die zu erwartenden Bewohner des Wohnneugebiets Fronhof II - Erweiterung.

Grafik: Umsatzerwartung für die Randsortimente und das Gesamtvorhaben nach dem Marktanteilkonzept

| Einzugsgebietszonen | Randsortimente Gesamtumsatzanteil = ca. 10% | | Gesamtvorhaben | |
|---------------------------|--|-----------------------|------------------------------|-----------------------|
| | Umsatzerwartung in Mio. € | Umsatzanteile in % | Umsatzerwartung in Mio. € | Umsatzanteile in % |
| Zone 1 | 0,7 | 77-78 | 7,3 | 77-78 |
| Zone 2 | 0,1 | 12-13 | 1,2 | 12-13 |
| weiteres Umland | 0,1 | ca. 10 | 0,9 | ca. 10 |
| Gesamtes Vorhaben: | 0,9 | 100 | 9,4 | 100 |

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023. Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

Bei Betrachtung der Umsatzanteile nach einzelnen Stadtteilen wird deutlich, dass vom Standort eine **ganz wesentliche Nahversorgungsfunktion** ausgehen wird. Dies gilt dabei sowohl für das Wohngebiet **Fronhof I und II** als auch für den bisher nicht versorgten Stadtteil **Seebach** sowie ergänzend für **Teile der Kernstadt**. Insgesamt sind **aus diesen Bereichen ca. 76-77% der Umsätze** zu erwarten.

Damit kann festgehalten werden: **Der Standort dient überwiegend der Versorgung des umliegenden Gebiets sowie bisher in Bad Dürkheim unterversorgter Bereiche (siehe Seebach).**

Nach der Ermittlung des möglichen Planumsatzes ist neben der Prüfung des Integrationsgebotes und Zentralitätsgebots nun auch eine Prüfung des Vorhabens anhand der Prüfkriterien Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot gemäß der aufgezeigten raumordnerischen / planungsrechtlichen Vorgaben möglich.

6 Bewertung des Vorhabens

6.1 Integrationsgebot

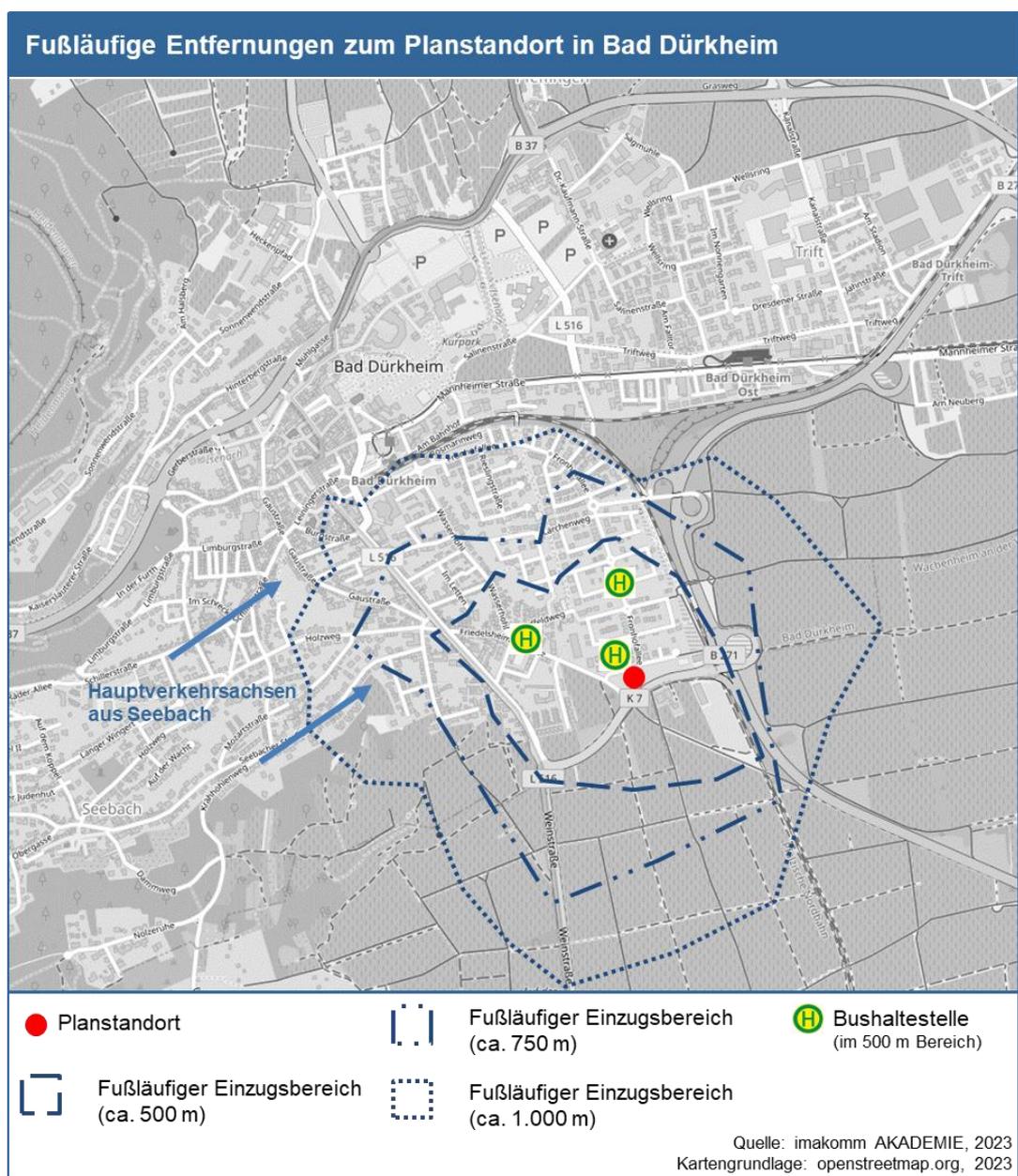
Nach dem als Soll-Ziel (Z 58) ausgestatteten Integrationsgebot in Plansatz 3.2.3 LEP 2008 sollen Einzelhandelsgroßprojekte vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.

Analyse:

- Der Planstandort befindet sich in Ortsrandlage und ist dabei **verkehrlich voll erschlossen**. Es besteht eine Andienung über die B271, welche vor allem Kundenströme aus dem nördlichen Stadtgebiet sowie dem südlichen Umland an den Planstandort führt. Über die K7 und L516 ist eine zügige Erreichbarkeit aus dem südlichen Umland gegeben sowie über die Südspange oder die Denisstraße / Friedelheimer Straße aus dem Stadtteil Seebach. Zudem ist eine direkte **Anbindung an den ÖPNV** nördlich am Standort gegeben (Bushaltestelle Thymianweg).
- Ein weiträumiges **fußläufiges Einzugsgebiet** kann erschlossen werden. Der Planstandort liegt mit Entwicklung des Gebiets Fronhof II künftig innerhalb eines Bebauungszusammenhangs und schließt in nördlicher und östlicher Richtung unmittelbar an Wohnbebauung an. Hier liegt das Neubaugebiet Fronhof II welches derzeit vervollständigt wird, weitere Wohneinheiten befinden sich im Bau. Im Osten des Planstandortes befindet sich die Christliche Sozialstation Bad Dürkheim sowie eine Freizeitfläche (Basketballplatz). Mit der Realisierung des Vorhabens kann die fußläufige Nahversorgung für das Gebiet deutlich verbessert werden.
- Die im Süden und Westen bestehenden Freiflächen werden landwirtschaftlich genutzt, ein landwirtschaftlicher Betrieb inklusive Wohngebäude befindet sich im Süden des Planstandortes.
- Aufgrund der städtebaulichen und funktionalen Struktur des Planstandortes und des unmittelbaren Umfeldes sowie aufgrund dessen Lage an einer Hauptverkehrsachse (B271 und K7) können **städtebauliche und verkehrliche Beeinträchtigungen mit Realisierung des Vorhabens ausgeschlossen** werden.

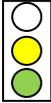
- Der Standort wird im Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts als Versorgungsbereich empfohlen
- Der Standort wird **überwiegend der Versorgung des umliegenden Gebiets** sowie des bisher **unterversorgten Stadtteils Seebach** dienen, dessen Verkehrsachsen nur in Richtung Kernstadt und damit auch dem Planstandort ausgerichtet sind. Damit gelingt eine Reduktion von zusätzlichen Verkehren durch das Stadtgebiet (u.a. auch in Richtung Gewerbegebiet Bruch)

Grafik: Fußläufige Entfernungen zum Planstandort



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Bewertung:



Das Integrationsgebot ist für den Standort „Fronhof II“ erfüllt. Es besteht aus gutachterlicher Sicht in Bezug auf das Integrationsgebot eine Konstellation, die zur Raumverträglichkeit des Vorhabens führt:

- **Der Standort befindet sich außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt“ wird aber im Einzelhandelskonzept explizit als Versorgungsstandort für das südliche Stadtgebiet empfohlen,**
- **keine städtebaulichen und verkehrlichen Beeinträchtigungen (die Zufahrtswege werden bereits heute zur Umfahrung Bad Dürkheims genutzt bzw. für den PKW-Verkehr in die umliegenden Wohngebiete hinein sowie für Versorgungsfahrten an andere Nahversorgungsstandorte),**
- **vorhandene verkehrliche Erschließung (PKW-, ÖPNV- und Fuß/Radverkehr. Andienung an den Standort bereits gegeben, von mehreren Seiten aus zu erreichen),**
- **Anschluss an Wohnbebauung im Norden und Osten,**
- **tatsächliche fußläufige Erreichbarkeit für das derzeit unterversorgte südliche Stadtgebiet.**
- **überwiegende Versorgungsfunktion für das südliche Stadtgebiet sowie den unterversorgten Stadtteil Seebach.**

6.2 Zentralitätsgebot

Analyse:

Im Regionalplan für die Region Rhein-Neckar (Kapitel 1.7.2) wird der Plansatz 3.2.3 des LEP Rheinland-Pfalz aufgegriffen, wonach großflächige Einzelhandelsbetriebe in der Regel nur in Ober- und Mittel- sowie in Baden-Württemberg auch in Unterzentren realisiert werden sollen. Da Bad Dürkheim die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums aufweist, kann das Zentralitätsgebot für das Planvorhaben klar eingehalten werden.

Bewertung:



Das Zentralitätsgebot wird für die geplante Ansiedlung eines Supermarktes mit Vollsortiment klar erfüllt, da die Kommune die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums aufweist.

6.3 Kongruenzgebot

Das Kongruenzgebot fordert, dass grundsätzlich **mindestens 70% des Planumsatzes** im betrachteten Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel **aus dem zentralörtlichen Verflechtungsbereich einer Kommune** stammen müssen. Bad Dürkheim ist ein **Mittelzentrum**, zu dessen **Nahbereich** nur die Standortkommune selbst zählt.

Grundsätzlich gilt: **Für die Bewertung nach dem Prüfkriterium Kongruenzgebot ist das Gesamtvorhaben relevant.**

Analyse:

- Die Umsatzherkünfte werden prozentual dargestellt. Sie ergeben sich aus der rechnerischen Gegenüberstellung der Umsatzerwartung aus einer Zone und dem gesamten möglichen Planumsatz. Zur Nachvollziehbarkeit dienen die Daten in den Tabellen des Kapitels „Umsatzerwartung und Umsatzherkunft“.
- Insgesamt werden dabei **ca. 77-78% der Umsätze des Gesamtvorhabens** (ca. 7,3 Mio. € von 9,4 Mio. €) **aus Bad Dürkheim** selbst erwartet.

Somit werden für das Gesamtvorhaben unter Berücksichtigung aller Sortimentsbereiche deutlich mehr als 70% der Umsätze innerhalb des zentralörtlichen Verflechtungsbereichs von Bad Dürkheim generiert.

Bewertung:



Das Kongruenzgebot wird für das Gesamtvorhaben Lebensmittelvollsortimenter am Standort Bad Dürkheim mit den errechneten Umsatzerwartungen nach dem Marktanteilkonzept formal und faktisch klar eingehalten. Es stammen ca. 77-78% der Umsätze aus Bad Dürkheim.

6.4 Nichtbeeinträchtigungsgebot / Beeinträchtigungsverbot

Bewertungsweg Kaufkraftströme und Auswirkungen:

In der folgenden Darstellung wird aufgezeigt, wie detailliert Kaufkraftströme und die daraus resultierenden Auswirkungen in den einzelnen Zonen berücksichtigt werden, sowie auch für die einzelnen Standortlagen. Die Ergebnisse sind in tabellarischer Form dargestellt.

Bei dem in der vorliegenden Auswirkungsanalyse betrachteten Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel handelt es sich um ein **nahversorgungsrelevantes Sortiment**. Damit ist von **nicht unwesentlichen Beeinträchtigungen bei einem Umsatzverlust ab ca. 10%** (Orientierungswert) auszugehen.

Insbesondere im Bereich der **Nahversorgung** findet eine differenzierte Betrachtung nach Standortlagen, die der Nahversorgung dienen, statt. Hier ist im Bereich Nahrungs- und Genussmittel zu unterscheiden zwischen dem regionalplanerisch abgegrenzten Versorgungskern sowie den weiteren Standortlagen, die der Nahversorgung dienen. Dabei findet eine detaillierte Betrachtung der vorhandenen Nahversorgungsstandorte im gesamten Einzugsgebiet statt.

Hinweis: Angesichts von teilweise sehr geringen absoluten Umsatzzahlen bei den Kaufkraftströmen bzw. beim umverteilungswirksamen Umsatz wird im Folgenden differenziert zwischen „weniger als 0,1 Mio. €“ (dargestellt in der tabellarischen Übersicht mit „< 0,1 Mio. €“) und „deutlich weniger als 0,1 Mio. € (= „<< 0,1 Mio. €“; hierbei handelt es sich teilweise um Beträge von etwa 0,01 Mio. €!). Dies führt dazu, dass in der folgenden Darstellung einzelne Umverteilungsquoten bei dieser „ca.-Darstellung“ zu hoch oder zu niedrig scheinen. Grund sind die damit verbundenen Rundungsdifferenzen aufgrund der Darstellung. Die Quoten wurden aber mit den genauen Werten errechnet.

Umsatzumverteilungen – Sortiment Nahrungs- und Genussmittel

Eine rechnerische Kaufkraftrückholung **Bad Dürkheimer** Kaufkraft ist in geringem Umfang zu erwarten. Diese wird aber ganz überwiegend auf zusätzliche Einwohner aus der Erweiterung des Wohnbaugebiets Fronhof II entfallen, welche damit nicht umverteilungswirksam einzustufen sind. Ergänzend werden sich Umsatzumverteilungen durch eine Kaufkraftrückholung vorwiegend gegen Standortlagen in Zone 2 richten, da hier ein vergleichbarer Anbieter im Norden Wachenheims liegt. Dieser Supermarkt wird heute lediglich von Bad Dürkheimer Kunden vorwiegend aus dem südlichen Kernstadtgebiet zur Nahversorgung genutzt, dies aber nur in geringem Umfang. Der Markt ist wenig zeitgemäß aufgestellt und weist keine überdurchschnittlichen Umsätze auf, obwohl eigentlich ausreichend Kaufkraftpotenziale alleine durch Wachenheimer Kaufkraft vorhanden sind. Im Umkehrschluss bedeutet dies auch, dass der Anreiz gezielt an den Standort zu fahren gering ist. Kaufkraftströme aus den südlichen Teilen von Bad Dürkheim fließen heute stärker an Standorte im Gewerbegebiet Bruch ab. Entsprechend werden Umsatzumverteilungen vor allem hier innerhalb von Bad Dürkheim zu erwarten sein. Der innerstädtische Nahversorgungsstandort in Bad Dürkheim ist weniger autokundenorientiert ausgerichtet, sondern profitiert von der guten fußläufigen Erreichbarkeit sowie der Nähe zum Bahnhof. Entsprechend werden hier verhältnismäßig wenig Wochen-einkäufe umverteilungswirksam werden, sondern vor allem Einkäufe, die aufgrund der Standortnähe getätigt werden.

In Wachenheim (Zone 2) sind Umsatzumverteilungen zu erwarten. Diese werden sich aber nicht nur gegen den bestehenden Lebensmittelstandort richten, sondern auch gegen Standorte in Bad Dürkheim selbst (siehe Gewerbegebiet Bruch) sowie auch gegen Standortlagen im Umland (siehe Deidesheim). Dies darauf zurückzuführen, dass der bestehende weniger leistungsfähige Markt, die vorhandenen Umsatzpotenziale aus Wachenheim selbst nicht umfassend binden kann. Entsprechend fließt von dort Kaufkraft an andere Standorte ab, die durch ein Angebot im Süden von Bad Dürkheim aufgrund der Standortnähe umgelenkt werden.

Umsätze aus dem weiteren Umland (siehe Zone 3), werden sich vorwiegend gegen die jeweils dort bestehenden Standortlagen richten, wobei vor allem der Standort Deidesheim betroffen ist, da hier ein entsprechend umfangreiches Angebot besteht auch mit einem in der Größe vergleichbaren Supermarkt. Umverteilungen sind hier vor allem aufgrund von vorhandenen Wegebeziehungen am geplanten Standort vorbei, zu erwarten und nur untergeordnet durch Zieleinkäufe (siehe eigenes, attraktives, räumlich näheres Angebot).

Weitere Umsätze durch Streuumsätze können nicht genauer räumlich verortet werden. Diese werden im Rechenmodell vollständig zu Lasten der benachbarten größeren Standorte gewertet umfassen aber absolut nur einen sehr geringen Umfang.

Tabellarische Übersicht – Sortiment Nahrungs- und Genussmittel

Die folgenden Übersichten zeigen die zentralen Kaufkraftströme und Auswirkungen für das Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel im Detail auf.

| Umsatzherkunft | | | | | <i>Angaben in Mio. €</i> |
|------------------------------------|---------------------------------|---|------------------------------------|---------------------|------------------------------|
| Umsatzerwartung | 8,5 | | | | |
| davon Umsatz aus | Zone 1 (Bad Dürkheim) | Zone 2 (Wachenheim) | Zone 3 (weiteres Umland) | Streuumsätze | |
| | 6,6 | 1,0 | 0,8 | <0,1 | |
| Kaufkraftströme | | | | | |
| Erhöhung Kaufkraftbindungsquote | | * Von der rein rechnerischen Erhöhung der Kaufkraftbindungsquote entfällt ein erheblicher Teil auf die zusätzlich durch die Erweiterung des Wohngebiets Fronhof II vorhandenen Kaufkraft (ca. 1,7 Mio. €). Diese ist dabei gegenüber bestehenden Standortlagen nicht umverteilungswirksam. Die tatsächlich vorhandene tatsächliche Kaufkraftrückholung wird weniger als 1% umfassen, da am Standort Bad Dürkheim bereits alle Betriebstypen vorhanden sind. | | | |
| von | 83-84% | | | | |
| auf | 87-88% | | | | |
| Kaufkraftrückholung | 2,0 * | | | | |
| davon aus | | | | | |
| Zone 1 * | 1,7* ⁷ | | | | |
| Zone 2 | 0,4 * | | | | |
| Zone 3 | -- | | | | |
| Umverteilungen gegen | Umsatz aus | | | | |
| | Zone 1 | Zone 2 | Zone 3 | Streuumsätze | |
| Zone 1 (Bad Dürkheim) | 4,6 | 0,6 | | | |
| Zone 2 (Wachenheim) | | 0,1 | | | |
| Zone 3 (weiteres Umland) | | 0,4 | 0,8 | <0,1 ⁸ | |

Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

⁷ Hinweis: rechnerisch in Mio. € $1,66 + 0,37 = 2,03$, damit gerundet: $1,7 + 0,4 = 2,0$

⁸ Streuumsätze sind räumlich nicht genauer zu verorten. Rechnerisch werden diese im Sinne einer kritischen Betrachtung dem weiteren Umland (Zone 3) zuaddiert.

| Umverteilungen | | | | | | Angaben in Mio. € |
|------------------------------------|----------------|----------------|----------------------|----------------------------|-----------------------------------|----------------------|
| Umverteilungen gegen | aus Zone 1 | aus Zone 2 | aus Zone 3 | durch Streu- umsätze | durch Kaufkraft- rückholung | GESAMT |
| Zone 1 (Bad Dürkheim) | 4,6 | 0,6 | | | | 5,2 |
| Zone 2 (Wachenheim) | | 0,1 | | | 0,4 | 0,5 |
| Zone 3 (weiteres Umland) | | 0,4 | 0,8 | <0,1 | | 1,2 |
| Umverteilungsquoten | | | | | | Angaben in Mio. € |
| Umverteilungen gegen | Umverteilungen | Umsatz vor Ort | Ø-Umverteilungsquote | | | |
| Zone 1 (Bad Dürkheim) | 5,2 | 58,5 | 8-9% | | | |
| Zone 2 (Wachenheim) | 0,5 | 6,7 | 7-8% | | | |
| Zone 3 (weiteres Umland) | 1,2 | 30,1 | 3-4% | | | |

Rundungsdifferenzen möglich: Bei der Addition der angegebenen gerundeten Werte kann sich eine andere Summe ergeben als sich dies durch die Summierung der genauen Werte mit mehreren Nachkommastellen (im Rahmen der Berechnungen angewendet) und einer anschließenden Rundung ergibt.

| Umverteilungsquoten im Detail | | | Angaben in Mio. € |
|--|----------------|--------------------|----------------------|
| Umverteilungen gegen | Umverteilungen | Umverteilungsquote | |
| Zone 1 (Bad Dürkheim) | 5,2 | 8-9% | |
| Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (ZVB) | 0,4 | 5-6% | |
| Nahversorgungsstandort Bahnhof v.a. Anbieter Edeka | 0,3 | 7-8% | |
| Sonstige Standortlagen im ZVB | 0,1 | 2-3% | |
| Kernstadt – integrierte Standortlagen | 0,3 | 5-6% | |
| Nahversorgungsstandort West (Mannheimer Straße) v.a. Anbieter Netto | 0,3 | 7-8% | |
| sonstige integrierte Standortlagen v.a. Lebensmittelhandwerk, Tankstellen | <0,1 | 1-2% | |
| nicht integrierte Standortlagen gesamt | 4,4 | 11-12% | |
| Gewerbegebiet Bruch v.a. Anbieter HIT, Aldi Süd, Lidl | 4,4 | 11-12% | |
| sonstige nicht integrierte Standortlagen | <0,1 | 3-4% | |
| Ortsteile | <0,1 | <1% | |
| Ortsteil Hausen v.a. Anbieter Netto | <0,1 | <1% | |
| Sonstige Ortsteile | <<0,1 | <1% | |

In Bad Dürkheim liegen die Umsatzumverteilungen gegenüber einzelnen Standortlagen über dem kritischen Schwellenwert von 10%. Dieser ist als Orientierungswert zu betrachten. Entsprechend werden nachfolgend alle Standortlagen mit Umsatzumverteilungen von mehr als 7% im Detail betrachtet.

Details zum Nahversorgungsstandort Bahnhof (Anbieter Edeka):

Der innerstädtische Supermarkt des Anbieters Edeka in Bad Dürkheim ist zentral gelegen, innerhalb des im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt.

Der Markt befindet sich im Bahnhofsumfeld, weist aber lediglich Parkierungsflächen über ein Parkhaus auf, was als Hemmnis für autokundenorientierte Wocheneinkäufe zu bewerten ist. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie den nördlich und südlich des Bahnhofs gelegenen Wohnlagen, stellt der Markt den einzigen größeren Nahversorger dar und erschließt somit ein umfassendes (auch fußläufig erreichbares Einzugsgebiet). Hier ist die gesamte Innenstadtlage (nördlich begrenzt durch die B37) bis zum Kurpark sowie die Wohnbereiche im Süden besonders zu nennen.

Der Markt weist zwar eine Verkaufsfläche von nur knapp unter 800 m² auf, ist aber im Innenbereich sehr zeitgemäß aufgestellt. Die Ladeninneneinrichtung, Warenpräsentation und Kundenlenkung sind modern und sauber. Neben einem gepflegten Frischobst- und Gemüsebereich weist der Markt auch eine Selbstbedientheke für Salate und Kaffee auf, welches eine ideale Möglichkeit der Versorgung zur Mittagszeit darstellt. Insgesamt sind im Markt verhältnismäßig hohe Kundenfrequenzen festzustellen.

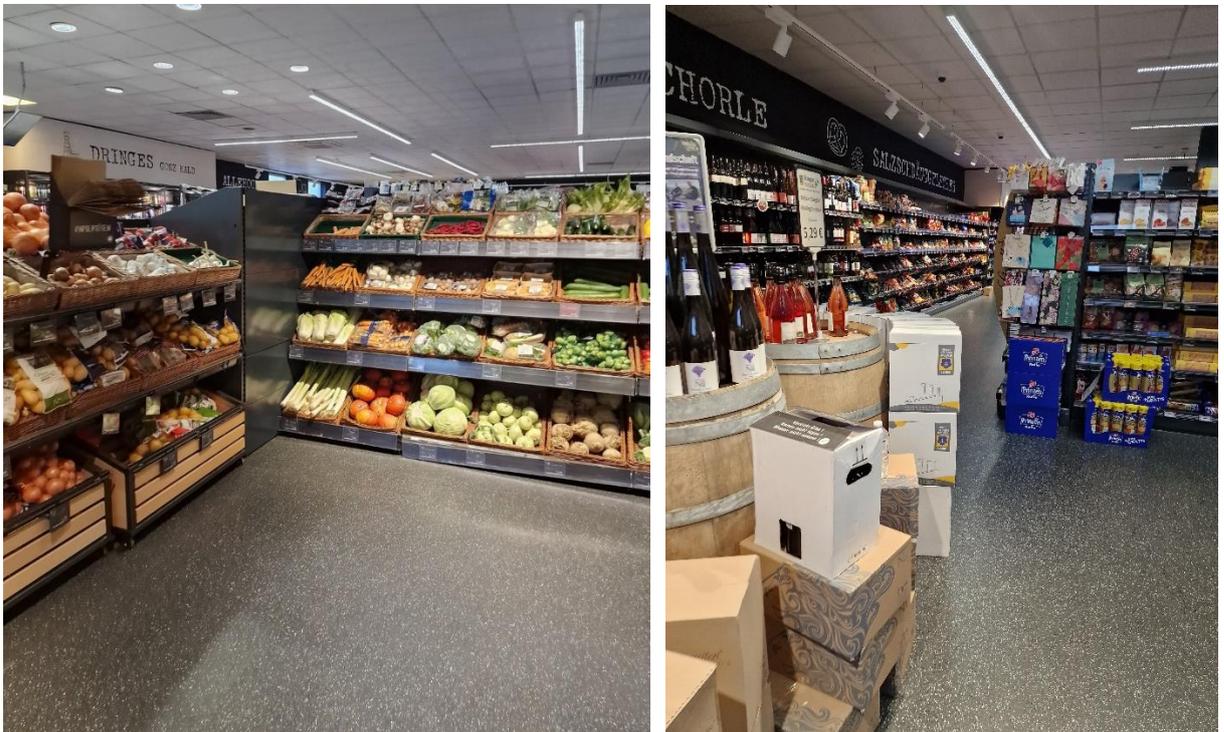
Der Markt kann trotz seiner geringen Größe als leistungsfähig und zeitgemäß aufgestellt eingestuft werden. Durch die zentrale Lage verfügt er über ein eigenes, fußläufiges Einzugsgebiet, welches den Markt auch weiterhin zu großen Teilen aufsuchen wird. Die Umverteilungen resultieren zu großen Teilen aus den wenigen PKW-orientierten Versorgungsfahrten aus den bisher unterversorgten Gebieten Seebach und Fronhof I und II. Hier werden geringfügig innerstädtische Verkehrsströme umgelenkt. Entsprechend ist bei den ermittelten Umsatzumverteilungsquoten in Höhe von ca. 7-8% auch tatsächlich nicht von schädlichen Auswirkungen gegenüber diesem Nahversorgungsstandort auszugehen. Die Funktionsfähigkeit des Zentralen Versorgungsbereichs mit einem auch weiterhin bestehenden Lebensmittelmarkt wird erhalten bleiben.

Grafik: Außenansicht des Edeka Marktes in der Innenstadt mit dem anschließenden Parkhaus



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Grafik: Innenansicht: moderne und zeitgemäße Inneneinrichtung



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Details zum Nahversorgungsstandort Mannheimer Straße, Anbieter Netto:

Der Lebensmitteldiscounter des Anbieters Netto im Osten von Bad Dürkheim liegt an der Mannheimer Straße, welche die direkte Zufahrt zur Innenstadt im Osten darstellt. Der Markt ist nördlich der Mannheimer Straße zwar durch die Bahngleise vom dortigen Wohngebiet getrennt, jedoch besteht eine fußläufige Querungshilfe der Gleise auf Höhe des Marktes sowie zwei Zufahrtstraßen jeweils westlich und östlich des Anbieters (ca. 250 m Entfernung im Westen Gutleutstraße, ca. 500m Entfernung im Osten Kanalstraße). Somit ist insgesamt eine gute Erreichbarkeit des gesamten nördlichen Wohngebiets gegeben.

Der Markt befindet sich trotz des vorhandenen fußläufigen Einzugsgebiets vorwiegend in autokundenorientierter Lage, da die Mannheimer Straße eine zentrale Verbindungsachse in die Innenstadt und wieder heraus darstellt. Die Lage ist zudem für den Pendelverkehr und damit verbundene Einkäufe gut gelegen. Die Andienung des vorhandenen Parkplatzes über die Mannheimer Straße ist gegeben.

Der Markt weist eine Verkaufsfläche von ca. 800 m² auf und ist der einzige große Lebensmittelanbieter in dieser Lage. Der Markt selbst weist eine zeitgemäße Aufstellung auf, die Marktgröße für den Betriebstyp Lebensmitteldiscounters insbesondere für den vorhandenen Anbieter nicht unüblich. Die Ladeninneneinrichtung, Warenpräsentation und Kundenlenkung sind insgesamt ordentlich aufgestellt. Ebenso befindet sich ein Backshop im Vorkassenbereich.

Umverteilungen werden vor allem durch autoorientierte Kaufkraftrückholungen an den Standort Fronhof ausgelöst, da der Standort über die B271 relativ schnell erreichbar ist. Im Vergleich zum Gewerbegebiet Bruch mit einem deutlich umfangreicheren Angebot, ist die heutige Einkaufstendenz durch Kunden aus dem Bereich Fronhof aber deutlich schwächer einzustufen.

Der Markt kann damit als **leistungsfähig und zeitgemäß auf-gestellt** eingestuft werden. Es wird auch künftig ein umfassendes Kundenpotenzial durch die Wohngebietslagen im Umfeld des Standortes am Standort gebunden werden können. Zudem werden durch die Lage an der Hauptverkehrsachse in Richtung Innenstadt auch weiterhin weitere Umsätze dem Standort zufließen. Entsprechend ist bei den ermittelten Umsatzumverteilungsquoten in Höhe von ca. 7-8% auch tatsächlich nicht von schädlichen Auswirkungen gegenüber diesem Nahversorgungsstandort auszugehen. Eine Gefährdung der Nahversorgungsfunktion ist nicht erkennbar.

Details zum Standort Gewerbegebiet Bruch:

Die Anbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel im Gewerbegebiet Bruch (v.a. Anbieter Aldi Süd, Lidl, HIT) verfügen über kein fußläufiges Einzugsgebiet. Der Standort stellt einen rein autoorientierten Versorgungsstandort dar. Eine Andienung über die B37 sowie die B 271 ist im Süden gegeben, das Gebiet verkehrlich voll erschlossen. Die Märkte befinden sich damit in autokundenorientierter Lage. **Wettbewerbliche Auswirkungen** sind in Summe am Standort zu erwarten (siehe Umverteilungsquoten in Höhe von ca. 11-12%), allerdings kann aufgrund der Leistungsfähigkeit und der attraktiven Angebotsstruktur am Standort nicht vom Wegfall einzelner Anbieter ausgegangen werden. **Das Nichtbeeinträchtigungsgebot / Beeinträchtigungsverbot umfasst ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz.** Eine Nahversorgungsfunktion kann am Standort durch seine räumliche Lage nicht gefährdet werden, die autoorientierte Versorgungsfunktion wird am Standort auch nach Umsetzung des Planstandortes erhalten bleiben.

Fazit:

Einzelne Nahversorgungstandorte werden im gesamten Stadtgebiet von Bad Dürkheim damit nicht gefährdet.

| Umverteilungsquoten im Detail | | Angaben in Mio. € | |
|---|--------------------|----------------------|--|
| Umverteilungen gegen | Umverteilungen | Umverteilungsquote | |
| Zone 2 | 0,5 | 7-8% | |
| Wachenheim | 0,5 | 7-8% | |
| Nahversorgungsstandort Ortsmitte v.a. Lebensmittelhandwerk | <<0,1 | 1-2% | |
| sonstige integrierte Lage v.a. Lebensmittelhandwerk, spezialisiertes Angebot | <0,1 | 2-3% | |
| Nahversorgungsstandort Weinstraße v.a. Anbieter REWE | 0,4 | 9-10% | |
| Zone 3 (weiteres Umland) | 1,1 | 3-4% | |
| Deidesheim | 1,2 | 4-5% | |
| Nahversorgungsstandort Ortsmitte v.a. Lebensmittelhandwerk | <<0,1 | <1% | |
| Nahversorgungsstandort Schlosswiese v.a. Anbieter Wasgau | 0,5 | 5-6% | |
| sonstige nicht integrierte Lage v.a. Anbieter Aldi Süd, Lidl | 0,7 | 3-4% | |
| Friedelsheim | <<0,1 | <1% | |
| Gönnheim | <<0,1 | <1% | |
| Niederkirchen | <<0,1 | <1% | |

In Wachenheim liegen die Umsatzumverteilungen gegenüber einzelnen Standortlagen noch unter dem kritischen Schwellenwert von 10%. Dieser ist als Orientierungswert zu betrachten. Entsprechend wird nachfolgend die betroffene Standortlage mit Umsatzumverteilungen von mehr als 7% im Detail betrachtet.

Details zum Nahversorgungsstandort Weinstraße in Wachenheim:

In **Wachenheim** handelt es sich beim **Nahversorgungsstandort Weinstraße** um den Standort eines Supermarktes (Anbieter REWE). Der Markt weist dabei mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.000 m² eine für den Betriebstyp geringe Verkaufsflächendimensionierung auf. Der Markt stellt allerdings nicht nur den einzigen großflächige Anbieter der Kommune dar, sondern überhaupt das einzige Angebot im Bereich des umfassenden Lebensmittelsortiments (Supermarkt- oder Discounterangebot).

Der Markt ist bezüglich des inneren Flächenlayouts, der Warenpräsentation und Atmosphäre **nicht vollständig zeitgemäß aufgestellt**. Ein **Kaufkraftabfluss** aus Wachenheim **an andere Versorgungsstandorte**, primär nach Bad Dürkheim und Deidesheim, ist aufgrund der gesamten Ausstattung des Marktes **heute schon gegeben**.

Betrachtet man die gesamte Marktsituation des Marktes zeigt sich allerdings, dass der **Standort Wachenheim ein sehr umfangreiches Kaufkraftpotenzial zur Weiterführung des Marktes auch bei einer Standortentwicklung des Planstandortes bietet**. Insgesamt weist Wachenheim ein Kaufkraftpotenzial im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel von ca. 13,9 Mio. € auf. Aktuell kann der Markt im Rahmen der angesetzten Umsätze ca. 30% der vorhandenen Kaufkraft binden.

Zum Vergleich: Supermärkte können im Vergleich zu andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels einen Umsatzanteil von in Deutschland durchschnittlich ca. 31,6% bei einer bestehenden Wettbewerbssituation binden.⁹ Weitere 10,8% werden durch Große Supermärkte abgedeckt. Damit wird deutlich, dass ein Lebensmittelmarkt des Betriebstyps Supermarkts, wenn er der einzige Lebensmittelmarkt am Standort ist, durchaus gut Marktanteile von mehr als 30% erreichen kann, auch wenn die Rahmenbedingungen einer sehr großen Verkaufsfläche nicht gegeben sind.

Insbesondere ist dabei darauf zu verweisen, dass **im gesamten Untersuchungsraum noch kein erhöhter Wettbewerbsdruck** festzustellen ist (siehe Zentralität im Untersuchungsraum aktuell bei ca. 94%, Zone 1 und 2 bei ca. 91%). Auch nach Realisierung des geplanten Standortes ist unter Berücksichtigung von Umsatzumverteilungen nur in Bad Dürkheim selbst noch kein erhöhter Wettbewerbsdruck im Umland festzustellen (Zentralität Untersuchungsraum ca. 97%, Zone 1 und 2 ca. 96%).

Auch ist darauf zu verweisen, dass in Friedelsheim und Gönningheim kein umfassendes Lebensmittelangebot vorhanden ist, hier somit zusätzlich Kaufkraftpotenziale (ca. 9,3 Mio. €) bei einer qualitativen Attraktivierung des Angebots gebunden werden können.

In Summe muss festgehalten: Für den bestehenden Supermarkt können Umsätze, die einem Marktanteil von 30-40% alleine aus Wachenheim entsprechen, auch nach Realisierung des Planvorhabens aufgrund der vorhandenen Kaufkraftpotenziale realistischweise erreicht werden. Dies entspricht dabei bereits durchschnittlichen bis überdurchschnittlichen Flächenproduktivitäten des Betriebstyps Supermarkt.

Bei den festgestellten Umsatzumverteilungsquoten ist damit **nicht von einer Bestandsgefährdung des Nahversorgungsstandortes in Wachenheim** auszugehen. Die Umsatzverluste können durch betriebliche Maßnahmen zur weiteren Verbesserung der Angebotsquali-

⁹ Quelle: EHI handelsdaten, 2023: Entwicklung der Umsatzanteile der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland in den Jahren 2012 bis 2022 nach Betriebsformen.

tät durch eine stärkere Marktdurchdringung am Standort Wachenheim selbst, aber auch im nahen Umland sogar kompensiert werden. Ein **ausreichendes Kaufkraftpotenzial** verbunden mit einem **nicht erhöhten Wettbewerbsdruck** ist gegeben.

Fazit:

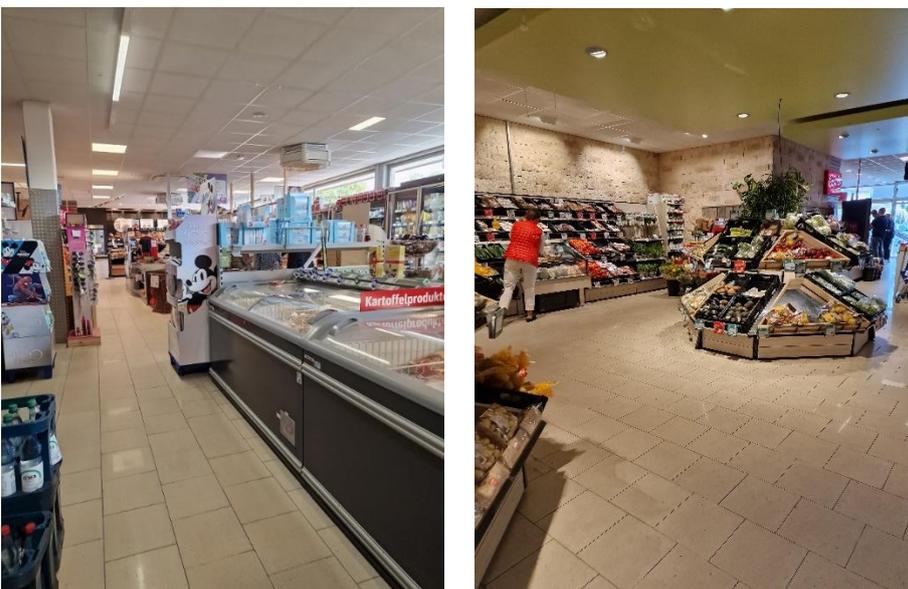
Einzelne Nahversorgungsstandorte werden sowohl in Wachenheim als auch im weiteren Umland nicht gefährdet. Bestehende Nahversorgungsstrukturen werden erhalten bleiben.

Grafik: REWE Markt in Wachenheim



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Grafik: Innenansicht: aktuelle Warenpräsentation im REWE Markt Wachenheim



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Bewertung:



Für Bad Dürkheim sind wettbewerbliche Umsatzverluste im Sortimentsbereich Lebensmittel nur für einen Standort in Gewerbegebietslage zu erwarten. Die Umverteilungen bewegen sich ansonsten bei einer Bewertung nach einzelnen Standortlagen in einem Bereich, wonach in den Standortlagen durch das Vorhaben keine städtebaulichen negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Zentrale Versorgungsbereiche und bestehende Nahversorgungslagen werden nicht gefährdet. Im Einzugsgebiet des Vorhabens sowie im weiteren Umland sind keine negativen städtebaulichen bzw. raumordnerischen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche / Ortskerne zu erwarten. Auch sind bestehende Nahversorgungsstrukturen in den einzelnen Kommunen und deren Standortlagen nicht gefährdet.

Bewertung der Randsortimente:

Der Betriebstyp Supermarkt bietet außer dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel in geringem Umfang wie dargestellt auch Non-Food-Artikel an. Insgesamt werden im Planobjekt im Bereich dieser Randsortimente ca. 0,9 Mio. Euro Umsatz erwartet. Im Vergleich zu anderen Angebotsformen im Lebensmittelbereich (siehe SB-Warenhaus, siehe Lebensmitteldiscounter umfassen die Randsortimentsangebote bei eine Supermarkt einen geringeren Umfang. Entsprechend werden hier die Umsatzumverteilungen prozentual niedriger ausfallen, als dies im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel der Fall ist.



Bei den Non-Food-Angeboten sind somit durch das Vorhaben keine Beeinträchtigungen der Versorgungsstrukturen in Bad Dürkheim, der Zone 2 sowie im Umland zu erwarten.

Bewertung Gesamtvorhaben:



Mit dem Vorhaben wird die Funktionsfähigkeit der zentralörtlichen Versorgungskerne der Standortgemeinde und der umliegenden Zentralen Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Vorhabens sowie auch im weiteren Umland nicht wesentlich beeinträchtigt. Das Beeinträchtigungsverbot wird damit eingehalten.

7 Fazit

Das Ansiedlungsvorhaben Lebensmittelmarkt am Standort Fronhof II in Bad Dürkheim wird eine deutliche Verbesserung der Nahversorgungssituation in der südlichen Kernstadt von Bad Dürkheim sowie auch für den Stadtteil Seebach mit sich bringen. Da aktuell eine klare Konzentration der Angebote im nordöstlichen Stadtgebiet in Gewerbegebietslage gegeben ist, kann aus strategischer Sicht dem Vorhaben zugestimmt werden. Die Nahversorgungssituation im südlichen Stadtgebiet wird dadurch deutlich verbessert und die Standortlage Fronhof I und II erhält eine tatsächliche Nahversorgung (wie auch der bisher unterversorgte Stadtteil Seebach).

Für Bad Dürkheim sind durch die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters im Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit dem abgeleiteten Planumsatz sowie der sich daraus ergebenden Verkaufsflächendimensionierung keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

Auch für das Einzugsgebiet sind für das Umland keine negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen in den einzelnen Kommunen und deren Standortlagen, die der Nahversorgung dienen, zu erwarten.

Die relevanten raumordnerischen Prüfkriterien Integrationsgebot, Zentralitätsgebot, Kongruenzgebot und Nichtbeeinträchtigungsgesetz (Beeinträchtigungsverbot) können eingehalten werden.

Das Vorhaben kann damit aus gutachterlicher Sicht befürwortet werden.

8 Hinweise zur Methodik

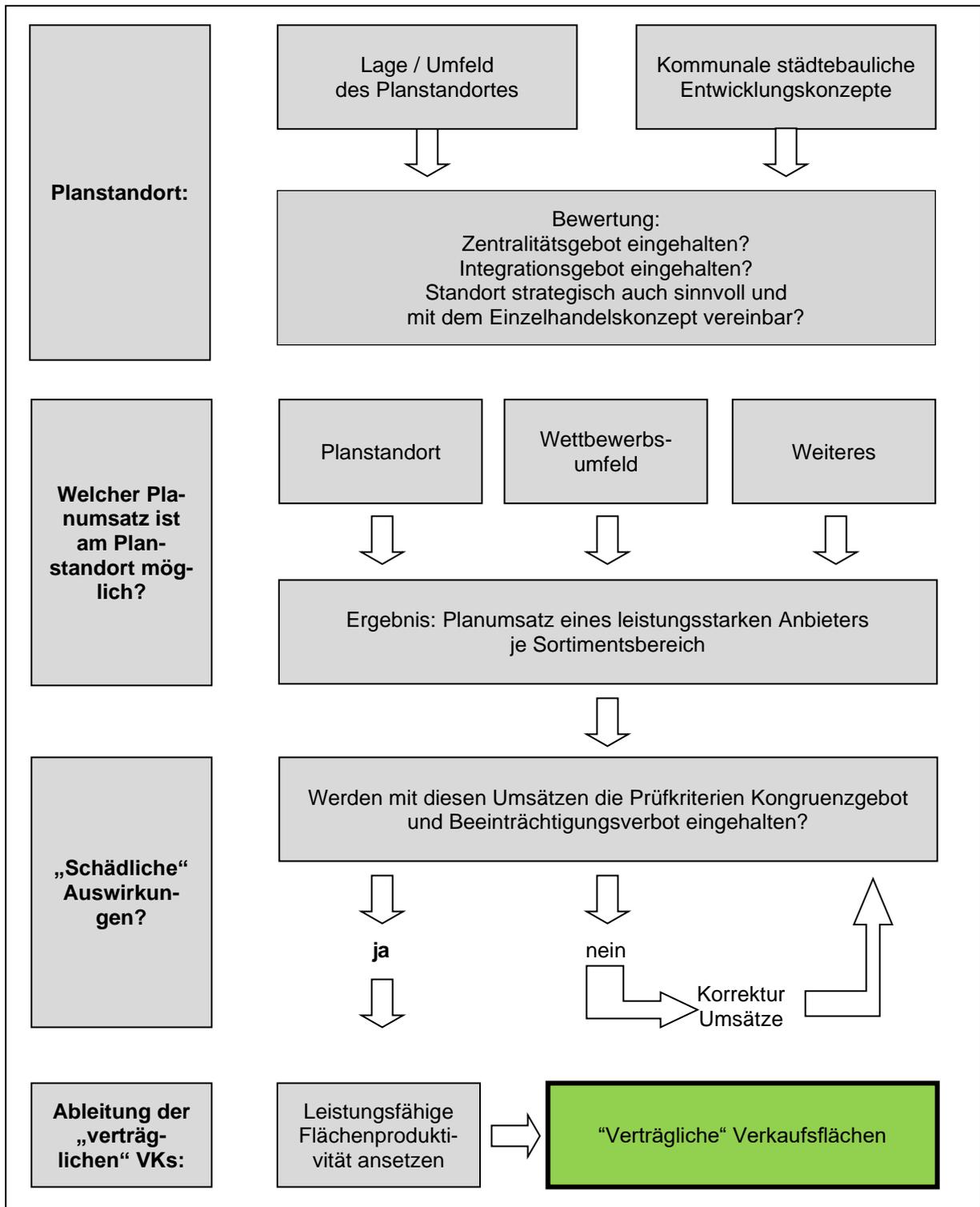
8.1 Methodischer Ansatz

Für eine valide und fundierte Bewertung der möglichen Auswirkungen sind insbesondere folgende **Schritte** vorzunehmen:

- Kurze Darstellung des Rechtsrahmens in Form von Vorgaben der Raumordnung und des Städtebaus,
- nähere Definition des Vorhabens (Daten zum Vorhaben, Planstandort),
- Begehung des Planstandortes und Erfassung Bestandsdaten / Wettbewerbssituation,
- Ist-Analyse der planobjektrelevanten Nachfrage- und Angebotssituation,
- Bewertung möglicher Auswirkungen des Vorhabens durch Analyse der Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Vorhabens sowie durch die Darstellung der möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen,
- Bewertung des Vorhabens gemäß der relevanten raumordnerischen Prüfkriterien.

Die folgende Übersicht stellt zudem den methodischen Ansatz und damit die Logik der Bearbeitungsschritte einer **Sensitivitätsanalyse** schematisch dar:

Grafik: Bearbeitungsschritte Sensitivitätsanalyse



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2023.

Daten und Unterlagen:

Für die Auswirkungsanalyse wurden v.a. folgende **Daten und Unterlagen** verwendet und berücksichtigt:

- „Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz“ als raumordnerische Bewertungsgrundlage (2008, v.a. Abschnitt 3.2.3),
- „Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar“ (2014, v.a. Abschnitt 1.7),
- „Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Kreisstadt Bad Dürkheim“ (Entwurfsfassung), isu (2023),
- „Retail Real Estate Report 2022/2023“ (anbieterspezifische Flächenproduktivitäten), Hahn Gruppe in Kooperation mit EHI, bulwiengesa, CBRE (2022)

Datengrundlage Bestandsdaten:

Quantitative und qualitative Erfassung der projektrelevanten Wettbewerber im gesamten Einzugsgebiet des Vorhabens sowie im nahen Umland als Untersuchungsraum. Erfassung der Angebotsstruktur im weiteren Umland auf Basis von Sekundärdaten gemäß vorliegender Einzelhandelskonzepte (siehe Bad Dürkheim) sowie gemäß Desktoprecherche.

Hinweise:

Die imakomm AKADEMIE wendet grundsätzlich das Verfahren einer sortimentsscharfen Bestandserhebung an, d.h. es werden bei einem Anbieter sowohl Haupt- als auch wesentliche Randsortimente erfasst. Diese gehen differenziert in die Bestandsdaten (Verkaufsflächen) ein. Ebenso wie im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept erfolgt durch die imakomm AKADEMIE eine sortimentsscharfe Bestandserfassung. Abweichungen bei den Bestandszahlen der Umsätze sind auf die Methodik zurückzuführen. Die imakomm AKADEMIE greift dabei auf anbieterspezifische Flächenproduktivitäten zurück, während im Einzelhandelskonzept die Umsatzermittlung gemäß einer Mittelwertanalyse gemäß branchenspezifischer Angaben IHK Pfalz aus dem Jahr 2021 durchgeführt wurde.

In Konsequenz sind damit sowohl in den letzten beiden Jahren erhebliche Steigerungen von Flächenproduktivitäten im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel nicht berücksichtigt als auch anbieterspezifisch vorhandene sehr hohe Flächenproduktivitäten. Beispielsweise werden für Nahrungs- und Genussmittel im Einzelhandelskonzept Flächenproduktivitäten im Bereich zwischen 2.800 -5.700 € / m² angegeben. Der Maximalwert ist dabei auch für

eine Großteil der Betriebstypen aktuell, einzelne Anbieter weisen aber deutlich höhere anbieterspezifische Flächenproduktivitäten auf (siehe beispielsweise Aldi Süd 8.380 € / m², Lidl 9.320 € / m²), wodurch ungefähr doppelt so hohe Umsätze alleine bei diesen Anbietern anzunehmen sind, wie dies gemäß von Durchschnittswerten der Fall wäre.

8.2 Methodik der Kaufkraftberechnung:

Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** eines Einzelhandelsstandortes sowie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dessen Marktgebiet lässt sich theoretisch aus der verfügbaren Kaufkraft (synonym: Verfügbares Einkommen) und letztlich der ungebundenen Kaufkraft ableiten. Das folgende Schema zeigt die **Zusammenhänge zwischen einzelnen Kaufkraftbegriffen**.

Grafik: Schematische Darstellung verschiedener Kaufkraftbegriffe

| | | | |
|---|---|---|--|
| Primäreinkommen | Transfer-einkommen | Vermögens-verbrauch | Konsumkredit-aufnahme |
| potenzielle Kaufkraft | | | |
| verfügbare Kaufkraft = verfügbares Einkommen | | | Steuern + Sozial-versicherungsbeiträge |
| Konsumtive Kaufkraft | | Ersparnis Kredittilgung Zinsaufwand | |
| ungebundene (freie) Kaufkraft | | gebundene Kaufkraft ¹⁰⁾ | |
| einzelhandels- relevante Kaufkraft | dienstleistungs- relevante Kaufkraft | | |

Quelle: Statistisches Landesamt, zur Verfügung gestellt von Referat 61, verändert.

Daten zur ungebundenen Kaufkraft sind beim Statistischen Landesamt Baden-Württemberg abrufbar. Daten zur **einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** werden von den statistischen Ämtern jedoch nicht erhoben. Hierfür werden in der Regel Erhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) oder von Michael Bauer Research (mbResearch) verwendet. Aufgrund methodischer Unterschiede in der Datenerhebung lässt sich aber die einzelhandelsrelevante Kaufkraft nicht unmittelbar aus der ungebundenen Kaufkraft ableiten. Die imakomm

¹⁰ Mieten, Wohnungsnebenkosten, Laufende Übertragungen an Dritte.

verwendet GfK-Daten, welche allgemein anerkannt sind und in der Regel leicht unter den Werten vom mbResearch liegen. Daher wird auch im Rahmen der vorliegenden Untersuchung auf diese Daten zurückgegriffen.

(Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist jedoch regional unterschiedlich verteilt. Dies wird anhand unterschiedlicher **Kaufkraftkoeffizienten** für die einzelnen Städte und Gemeinden berücksichtigt, die für sämtliche Städte und Gemeinden in Deutschland vorliegen und sowohl von der GfK als von mbResearch errechnet werden. Der durchschnittliche Kaufkraftkoeffizient in Deutschland pro Einwohner und Jahr beläuft sich somit auf 100,0. Ein Kaufkraftkoeffizient über 100,0 gibt an, dass in der entsprechenden Kommune eine überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner und damit auch insgesamt zur Verfügung steht. Ein Kaufkraftkoeffizient unter 100,0 gibt an, dass hier eine im Bundesvergleich nur unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft für Konsumausgaben in diesem Bereich zur Verfügung steht.

8.3 Hinweise

Hinweise zu Begrifflichkeiten:

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung werden die Begriffe „Lebensmittel“ bzw. Food-Bereich und „Nahrungs- und Genussmittel“ synonym verwendet. Gleiches gilt für die Begriffe „Gesundheit / Körperpflege“ und „Drogeriewaren“.

Hinweise zu Berechnungen:

Um eine Scheingenauigkeit zu vermeiden, wird praktisch an allen Stellen im Rahmen der Untersuchung mit „ca.-Werten“ gearbeitet. Rundungsdifferenzen sind somit nicht zu vermeiden, sie haben aber keinerlei Auswirkung auf die zentralen Ergebnisse / Aussagen.

Für sämtliche Berechnungen von Umsätzen (Planumsätze, Bestandsumsätze) werden grundsätzlich belastbare Durchschnittswerte v.a. folgender Quellen wie EHI (EuroHandels-Institut, Köln) und IfH (Institut für Handelsforschung) sowie BBE (Ermittlung zentraler Struktur- und Marktdaten für Baden-Württemberg und Bayern) verwendet. Diese Durchschnittswerte werden dann auf die jeweilige Vor-Ort-Situation angewandt und ggf. leicht korrigiert. Die verwendeten Quellen werden an entsprechender Stelle der Untersuchung dokumentiert.