



Bebauungsplan

**„Maxstraße - Pariser Straße - Humboldtstraße - Königstraße“**

und

Bebauungsplan

**„Burgstraße - Fruchthallstraße“**



# VERTRÄGLICHKEITSUNTERSUCHUNG EINZELHANDEL

Stadtgalerie Kaiserslautern



Charlottenburg HRB 95407 B • HypoVereinsbank München: Konto 441 043 30 58, BLZ 700 202 70  
Vorstand: Ralf-Peter Koschny, Andreas Schulten, Thomas Voßkamp • Vorsitzender des Aufsichtsrates: Hartmut Bulwien  
◆ Förderndes Mitglied der gif e. V., Plan 4.21 Member of Plan 4 21, ◆ Member of GCSC e. V., RICS

Nymphenburger Straße 5  
80335 München  
Tel. (089) 23 23 76-0  
Fax (089) 23 23 76-76  
info@bulwiengesa.de  
www.bulwiengesa.de



erstellt für: Stadt Kaiserslautern  
Willy-Brandt-Platz 1, 67657 Kaiserslautern

Projekt-Nr.: 105924

München, 9. November 2011



## INHALTSVERZEICHNIS

	Seite		Seite
1 VORBEMERKUNG	1	5 PROJEKTANALYSE PLANVORHABEN "KARSTADT/	
1.1 Auftraggeber und Problemstellung	1	ALTES PFALZTHEATER"	44
1.2 Untersuchungsinhalt	2	5.1 Mikrostandort Karstadt/Altes Pfalztheater	44
		5.2 Verkehrsanbindung	47
2 METHODIK UND VORGEHENSWEISE	4	5.3 Grundsätzliche Eignung der vorgelegten Planung	
		für ein Shoppingcenter	47
3 MAKROSTANDORT KAISERSLAUTERN	7	5.4 Städtebauliche Integration	48
3.1 Lage, zentralörtliche Funktion und Distanzen	7		
3.2 Siedlungsstruktur	8	6 UMSATZ- UND WIRKUNGSANALYSE	49
3.3 Verkehrsanbindung	8	6.1 Vorbemerkung Karstadt-Warenhaus	49
3.4 Einwohnerentwicklung im regionalen Vergleich	9	6.2 Umsatzableitung	50
3.5 Haushaltsstruktur und Kaufkraft	11		
3.6 Erwerbstätigkeit und Pendlerverflechtungen	12	7 PROJEKTWIRKUNGEN IM STADTGEBIET KAISERS-	
3.7 Fazit	13	LAUTERN UND GUTACHTERLICHE BEWERTUNG	57
		7.1 Überblick	57
4 KAISERSLAUTERN ALS EINZELHANDELSSTANDORT	14	7.2 Projektwirkungen auf die Innenstadt	57
4.1 Standorte und Leistungsdaten im Überblick	14	7.4 Fazit	61
4.2 Innenstadt Kaiserslautern als Einzelhandelsstandort	15		
4.3 Innenstadt und Einzelhandel in Kaiserslautern aus der		8 PROJEKTWIRKUNGEN IN DEN ZENTREN DES	
Konsumentenperspektive – Ergebnisse einer		EINZUGSGEBIETS UND DER PERIPHERIE	62
repräsentativen telefonischen Haushaltsbefragung	20	8.1 Überblick	62
4.4 Einzugsgebiet und Nachfrage	23	8.2 Projektwirkungen auf die Zentren des Einzugsgebiets	
4.5 Umland-Wettbewerb	28	(Zone 2)	63
4.6 Einzelhandelszentralität und Kaufkraftbindung in		8.3 Projektwirkungen in der Peripherie des Einzugsgebiets	
Kaiserslautern	40	(Zone 3)	65
4.6.1 Einzelhandelszentralität	40	8.4 Wirkungen außerhalb des Marktgebiets	67
4.6.2 Kaufkraftbindung in Kaiserslautern	41		

## INHALTSVERZEICHNIS

9	VORSCHLÄGE FÜR DAS WEITERE VORGEHEN ZUR INTEGRATION DER STADTGALERIE IN DEN STADTRAUM	68
10	FAZIT, RAUMORDNERISCHE UND STÄDTEBAULICHE GESAMTBEURTEILUNG	70



## 1 VORBEMERKUNG

### 1.1 Auftraggeber und Problemstellung

Für die Stadt Kaiserslautern wurde durch BulwienGesa ein Gutachten zur Einzelhandelsverträglichkeit für verschiedene Varianten eines innerstädtischen Einkaufszentrums erstellt. Dieses Gutachten wurde am 14. Dezember 2010 durch Bulwien Gesa auf der Basis eines Leistungsprofils mit sechs Leistungsphasen vorgelegt.

Für die zu untersuchenden Verkaufsflächengrößen von 24.000 qm und 28.000 qm wurde der BulwienGesa AG eine Sortimentsstruktur geliefert, in der die zu untersuchenden Teilsortimente wie folgt abgegrenzt worden sind:

Planungsfall Gesamtverkaufsfläche 24.000 qm

Bekleidung, Schuhe	14.000 qm
Hartwaren, Elektro/Technik	7.500 – 9.000 qm
Lebensmittel	500 – 2.000 qm
Gesundheit	1.300 – 1.800 qm

Planungsfall Gesamtverkaufsfläche 28.000 qm

Bekleidung, Schuhe	14.000 – 16.000 qm
Hartwaren, Elektro/Technik	8.500 – 10.000 qm
Lebensmittel	1.500 – 3.000 qm
Gesundheit	1.500 – 2.500 qm

BulwienGesa hat aus datentechnischen Gründen den Bereich Lebensmittel und Gesundheit zu einer Gruppe „Periodischer Bedarf“ zusammengefasst.

Für die Varianten mit 28.000 und 24.000 qm waren die Sortimentsstrukturen wie vorgegeben zu Grunde zu legen, für die Varianten 19.000 und 15.000 qm Verkaufsfläche hatte die BulwienGesa AG sachverständige Annahmen zu treffen. In allen Fällen war der Bestandsschutz des bestehenden Karstadt-Gebäudes mit 12.000 qm Verkaufsfläche zu berücksichtigen.

Im Ergebnis des Gutachtens vom 14. Dezember 2010 ist BulwienGesa für eine Verkaufsfläche von 28.000 qm zum Ergebnis gelangt, dass bei einer Planungsvariante mit Teilflächen in Höhe von

- 4.200 qm Periodischer Bedarf (Lebensmittel und Gesundheit),
- 15.000 qm Modischer Bedarf und
- 8.800 qm Hartwaren, Elektro/Technik

Umsatzumverteilungen gegenüber dem innerstädtischen Einzelhandel mit Berücksichtigung des Bestandsschutzes von Karstadt zwischen 7,7 und 8,5 % und ohne Berücksichtigung des Bestandsschutzes von Karstadt zwischen 10,5 und 19,1 % als voraussichtliche städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO in Verbindung mit den landes- und regionalplanerischen Bestimmungen des Landes Rheinland-Pfalz zu erwarten sind.

Nach der Erstellung des Gutachtens fanden im politischen Raum Verhandlungen statt, die darauf abgezielt haben, die auch als verträglich beurteilte Verkaufsfläche von 28.000 qm zu reduzieren. Im Ergebnis wurde sich darauf verständigt, die Verkaufsfläche auf 20.900 qm zu verringern. Aussagen zur veränderten Flächengröße der Einzelsortimente wurden nicht getroffen.



Zur Feststellung der Anforderungen von § 11 Abs. 3 Nr. 2 im BauNVO und den weiteren rechtlichen Regelungen hat die Stadt Kaiserslautern BulwienGesa mit einer Ergänzungsuntersuchung von 20.900 qm Verkaufsfläche als eine deduktive Überprüfung der für 28.000 qm Verkaufsfläche als verträglich festgestellten Sortimentsverkaufsflächen in Höhe von 4.200 qm periodischer Bedarf, 15.000 qm modischer Bedarf und 8.800 qm Hartwaren, Elektro/Technik beauftragt.

Zusätzlich wurde beauftragt im Hinblick auf die beabsichtigte Ansiedlung für den Bereich modischer Bedarf ein Wert von 15.500 qm Verkaufsfläche zu untersuchen.

## 1.2 Untersuchungsinhalt

Gemäß der Beauftragung sind folgende Bausteine zu bearbeiten:

### *Baustein 1: Ausgangsgrößen des Vorhabens und Standort*

- Beschreibung des Vorhabens und Analyse der Zentren- und Nahversorgungsrelevanz eines Shoppingcenters mit einer geplanten Verkaufsflächengröße von 20.900 qm.
- Zu prüfende Hauptwarengruppen sind mindestens:
  - Periodischer Bedarf (v. a. Lebensmittel, Drogerieartikel)<sup>1</sup>
  - Modischer Bedarf (v. a. Bekleidung, Schuhe, Lederwaren)
  - Elektro/Technik (Elektro, HiFi, EDV, Telekommunikation, Foto), Hartwaren (v. a. innenstadtrelevante Sortimente: Bü-

cher, Schreibwaren, Spielwaren, Uhren/Schmuck, Haushaltswaren etc.)

- Rechnerische Berücksichtigung von warengruppenbezogenen Maximalflächen als Obergrenze in Höhe von:
  - 4.200 qm: Periodischer Bedarf und Gesundheit
  - 15.000 qm/15.500 qm: Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren
  - 8.800 qm: Hartwaren, Elektro- und Technikartikeln
- Ermittlung der sozioökonomischen Rahmendaten und Analyse der vorhabenrelevante Angebots- und Nachfragesituation.
- Bewertung der Vorhabenstandorte auf grundsätzliche Eignung und städtebauliche Integration.

### *Baustein 2: Bestandserhebung und Bewertung der Mittel- und Oberzentren im voraussichtlichen Einzugsgebiet des Vorhabens*

- Abgrenzung des Einzugsgebiets unter besonderer Berücksichtigung der auswirkungsrelevanten Städte und Gemeinden (Bestandserhebung und Bewertung).
- Evaluierung der Ausgangssituation im Einzelhandelsbestand der Stadt Kaiserslautern (qualitative und quantitative Auswertung) unter besonderer Berücksichtigung des Einzelhandelskatasters der Stadt Kaiserslautern vom 1.7.2010.

<sup>1</sup> Die Segmente Lebensmittel und Gesundheit wurden als periodischer Bedarf zusammengefasst, da diese Bereiche in Lebensmittelmärkten und Drogeriemärkten eindeutig den kurzfristigen Bedarf darstellen. Apothekenumsätze werden anteilig berücksichtigt.



*Baustein 3: Telefonische Haushaltsbefragung*

Berücksichtigung der Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung vom Oktober 2010 in der Stadt Kaiserslautern und im voraussichtlichen Einzugsgebiet des Vorhabens zur Ermittlung von Einkaufsorientierungen, Nachfrageverflechtungen unter besonderer Berücksichtigung sozioökonomischer Faktoren.

*Baustein 4: Prognose Planungsfall bei Verwirklichung des Vorhabens mit einer Verkaufsfläche von 20.900 qm*

Für die Projektplanung sind die absatzwirtschaftlichen Eckdaten, aufbauend auf einer Sortimentsstruktur in den zu prüfenden drei Hauptwarengruppen, und die Auswirkungen im Rahmen einer Wirkungsprognose (Umsatzverlagerungen) auf städtische Lagen und zentrale Versorgungsbereiche der Gemeinden im Einzugsgebiet anzufertigen.

Bei beiden Varianten ist hinsichtlich der wirkungsanalytischen Be- trachtung der Bestandsschutz des Gebäudes Karstadt methodisch zu berücksichtigen.

Sämtliche Auswirkungen sind im Sinne von § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO in Verbindung mit den landesplanerischen Bestimmungen und ihren städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen unter besonderer Berücksichtigung der Nahversorgungssituation in der Stadt Kaiserslautern und in den Zentren des Einzugsgebiets (Ober- und Mittelzentren) zu untersuchen.

*Baustein 5: Vorschläge für das weitere Verfahren*

- Bei Unverträglichkeiten, insbesondere Empfehlungen für Flächenanpassungen.
- Vorschläge zur funktionalen Integration des Einkaufszentrums in die Einzelhandelsumgebung (flankierende Maßnahmen).

Interpretiert und bewertet werden die Ergebnisse vor dem Hintergrund der Erfahrungen der BulwienGesa AG in ihrer deutschland- und europaweiten Forschungs- und Beratungstätigkeit.



## 2 METHODIK UND VORGEHENSWEISE

### *Untersuchung Ausgangs-Marktlage in Kaiserslautern*

- Kurzabriss des Makrostandorts:  
Siedlungsstruktur, raumordnerische Funktion, Bevölkerungsentwicklung, soziodemografische und -ökonomische Grundzüge, Pendlerverflechtungen, Verkehrsanbindung
- Einzelhandelsstruktur:
  - Auf Grundlage der Einzelhandelserhebung der relevanten Warengruppen aus Herbst 2010 Bewertung der Einzelhandelsausstattung in Kaiserslautern unter Heranziehung und Aktualisierung der zur Verfügung gestellten Rohdaten. Gliederung nach Lagebereichen und Hauptwarengruppen.  
Folgende Hauptwarengruppen werden erhoben:
    - Periodischer Bedarf (Lebensmittel, Drogerieartikel, Zeitschriften, Heimtiernahrung, Arzneimittel) bildet das naheversorgungsrelevante Sortiment ab.
    - Modischer Bedarf (Bekleidung, Schuhe, Lederwaren);
    - Elektro/Technik (Elektrogeräte, HiFi, EDV, Telekommunikation, Foto)
    - Sonstige Hartwaren (Bücher, Schreibwaren, Spielwaren, Uhren/Schmuck, Optik/Hörgeräteakustik/Sanitätsbedarf, Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Geschenkartikel etc.)
  - Die Schätzung des Umsatzpotenzials für den erhobenen Handelsbestand erfolgt durch die Gewichtung der Verkaufsflächen mit betreiber-, betriebstypen- und sortimentsspezifischen Flächenproduktivitäten, ggf. modifiziert um besondere Objekt- und Lagemerkmale.
  - Berechnung der innerörtlichen Marktverteilung.

- Kurzprofil der Innenstadt als Einzelhandelsstandort.
- Ableitung Einzugsgebiet und Gliederung in Marktzonen unter Heranziehung der Kundenbefragung, Berechnung des Nachfragevolumens und der Einzelhandelszentralität nach Hauptwarengruppen in der Ausgangslage. Kurzcharakterisierung der regionalen Wettbewerbssituation.
- Berücksichtigung der Ergebnisse der repräsentativen Haushaltbefragung in Kaiserslautern und Umgebung:  
In Kaiserslautern und angrenzenden Gemeinden wurden vom 27.9.2010 bis zum 1.10.2010 1.000 zufällig ausgewählte haushaltführende und hauptsächlich einkaufende Personen mit Telefonanschluss nach ihren Einkaufsorientierungen sowie Einstellungen und Meinungen zur Kaiserslauterer Innenstadt befragt.  
Die Gewichtung der Stichprobe erfolgte proportional zur Einwohnerzahl der enthaltenen Gemeinden bzw. Stadtteile. Die Aussagen werden für die Validierung des Einzugsgebiets und zur Bewertung der Kundennachfrage ausgewertet.

### *Projektanalyse Shoppingcenter auf Karstadt-Areal und Parkplatz*

- Bewertung Standortcharakteristik, Lagequalität und Umfeld
- Darstellung Verkehrserschließung, Werbesichtsanbindung und Stellplatzausstattung
- Charakterisierung des Innenstadtbezugs
- Einbettung in Umfeld-Planungen
- Funktionsanalyse Einzelhandelsteil
- Ableitung bzw. Übernahme des zur Verfügung gestellten Branchenmixes, Flächen- und Umsatzbilanz
- Überprüfung Tragfähigkeit



### Wirkungsanalyse Shoppingcenter mit 20.900 qm Verkaufsfläche

- Simulation des Markteintritts des Planvorhabens in den lokalen und regionalen Einzelhandelsmarkt mit Hilfe einer umfassenden Kaufkraftstrom-Modellrechnung für die wesentlichen im Projekt vertretenen Hauptwarengruppen (d. h. ausgenommen Einrichtungsbedarf, Do It Yourself/Garten- und Freizeitbedarf).
- Als Eingangsflächengrößen werden Flächen der Warengruppen zugrunde gelegt, die rechnerisch eine Flächengröße von 28.500 qm Verkaufsfläche (Flächenobergrenze unter Einbezug des Maximalwertes für den modischen Bedarf in Höhe von 15.500 qm) ergeben. Im Einzelnen ergeben sich folgende Warengruppenanteile:
  - Periodischer Bedarf, Gesundheit: 4.200 qm Verkaufsfläche (Anteil: 15 %)
  - Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren: 15.500 qm Verkaufsfläche (Anteil: 54 %)
  - Hartwaren, Elektro, Technik: 8.800 qm Verkaufsfläche (Anteil: 31 %)

Es wird unterstellt, dass bei Feststellung der Verträglichkeit der großen Flächenanteile auch die im Rahmen der verbindlichen Verkaufsflächenobergrenze von 20.900 qm situierten Verkaufsflächen verträglich sind. Mit diesem Vorgehen hat der Vermieter der Flächen etwas mehr Spielraum zur Optimierung des Branchen- und Sortimentsmixes. Die Obergrenze der Gesamtverkaufsfläche bleibt bei 20.900 qm, die Teilsortimente der Warengruppen sind dementsprechend zu beschränken. Bspw. würde die Realisierung von Verkaufsflächen mit modischen Sortimenten mit der Maximalgröße von 15.500 qm und die Realisierung von Sortimenten des periodischen Bedarfs mit 3.000 qm Verkaufsfläche eine zusätzli-

che Fläche mit Sortimenten der Warengruppe Hartwaren, Elektro, Technik von nur noch maximal 2.400 qm zulassen.

- Ableitung und Bewertung der projektinduzierten Verdrängungs- und Umschichtungswirkungen auf Versorgungsfunktion und Entwicklungsfähigkeit zentraler Standorte des Einzelhandels bzw. das Nahversorgungsnetz in Kaiserslautern und das potenzielle Einzugsgebiet vor dem Hintergrund der Raumordnungsgesetzgebung.
- Aktualisierte Darstellung der städtischen Leistungsbilanz nach Markteintritt des Planvorhabens.

#### *Methode zur Berechnung der Umverteilungsquoten anhand der Marktverteilungsrechnung*

Der Rechenweg berücksichtigt die Umverteilung der Karstadt-Umsätze auf den Bestand und simuliert dann den Markteintritt des gesamten Shoppingcenters mit 20.900 qm Verkaufsfläche.

Der Rechengang basiert auf dem Wunsch der Stadt Kaiserslautern, das gesamte Vorhaben hinsichtlich seiner Auswirkung analog des Urteils des BVerwG 4 B 72.05 BRS 69 Nr. 77 zu überprüfen. Daraus resultieren zunächst hohe Umverteilungseffekte, die dann um die "neutralen", also nicht umverteilungsrelevanten Umsätze von Karstadt bereinigt werden müssen.



Vor diesem Hintergrund geben wir folgenden Hinweis zur Berechnung der Marktverteilung und Umverteilung:

Bei der Marktverteilungsrechnung werden die im Marktgebiet (Zone 1 bis 3) getätigten Umsätze den einzelnen Standortbereichen zugeordnet. Die Einschätzung der Umsätze basiert auf Vor-Ort Begehungen, der Kompetenz und Stärke des individuellen Einzelhändlers und den Standortrahmenbedingungen.

Die durch die Schließung des Karstadt-Hauses frei werdenden Umsätze werden auf das Marktgebiet verteilt. Das bedeutet, dass dadurch mehr Umsatz in der Innenstadt gebunden wird, der Innenstadt-Handel insgesamt aber bei der Umverteilung belastbarer ist. Bei dieser Berechnung wird dann der gesamte Shoppingcenter-Umsatz in die Umverteilungsrechnung einbezogen. Bei Ansetzung der Raumleistung wurde berücksichtigt, dass die Umsätze auf den neuen Flächen höher als die Umsätze auf den Karstadt-Bestandsflächen anzusetzen sind.

#### *Einschätzung der Alt-Umsätze Karstadt*

Das Karstadt-Haus mit ca. 12.000 qm Verkaufsfläche wurde im März 2010 geschlossen. Die getätigten Umsätze sind der BulwienGesa nicht bekannt. Warenhausumsätze in Deutschland bewegen sich zwischen 2.000 und 8.000 Euro/qm Verkaufsfläche. Mit ca. 2.900 Euro/qm Verkaufsfläche setzen wir einen Wert an, der deutlich unter dem Mittelwert liegt.

Wir haben darüber hinaus der Situation Rechnung getragen, dass sich das Karstadt-Haus in einem attraktiven Oberzentrum befindet

und die Stadt Kaiserslautern auf ein weiträumiges Einzugsgebiet zurückgreifen kann.<sup>2</sup>

#### *Gesamtbewertung des Projekts*

Gesamtbewertung unter marktseitigen, städtebaulichen und raumordnerischen Aspekten.

#### *Datengrundlagen*

Die Untersuchung basiert auf umfangreichen Vor-Ort-Recherchen, insbesondere einer vollständigen Begehung und Erhebung des vorhandenen shoppingcenterrelevanten Einzelhandels in Kaiserslautern und im projektrelevanten Einzugsgebiet im Herbst 2010.

Aktuelle und hinsichtlich ihres Markteintritts gesicherte Plan- und Bauvorhaben sind in die Ausgangsmodellrechnung eingearbeitet. Hinzu kommen Auszüge aus eigenen Datenbanken, insbesondere der RIWIS Regionaldatenbank, Kennzahlen der Arbeitsagentur, Daten des statistischen Landesamts Rheinland Pfalz, der IHK sowie Unterlagen der Stadtverwaltung Kaiserslautern.

Die in diesem Gutachten wiedergegebenen Umsätze sind Bruttoumsätze inkl. der jeweiligen Mehrwertsteuer.

<sup>2</sup> siehe hierzu insbesondere Kapitel 6.1



### 3 MAKROSTANDORT KAISERSLAUTERN

#### 3.1 Lage, zentralörtliche Funktion und Distanzen

Die im Süden des Bundeslandes Rheinland-Pfalz am nordwestlichen Rand des Pfälzer Waldes gelegene kreisfreie Stadt Kaiserslautern hat eine Gebietsfläche von 139,72 qkm.

Gemäß dem rheinland-pfälzischen Landesentwicklungsplan IV, als Rahmen für die räumliche Entwicklung aller Teilläume eines Landes, erfüllt die rund 100.000 Einwohner zählende Stadt Kaiserslautern die zentralörtliche Funktion eines Oberzentrums. Neben dem Grundbedarf und dem periodischen Bedarf kann in einem Oberzentrum auch der spezifische Bedarf gedeckt werden. Dies umfasst neben dem Infrastruktur- und Dienstleistungsangebot der Unter- und Mittelzentren insbesondere großflächige Warenhäuser, spezialisierte Fachgeschäfte für den aperiodischen Bedarf, Fach- und Bildungsinstitute, Regionalbehörden ebenso wie kulturelle Einrichtungen.

Die nächstgelegenen Oberzentren und Mittelzentren mit oberzentralen Teifunktionen in der Region befinden sich in:

- Ludwigshafen am Rhein 55 km östlich
- Mannheim 56 km östlich
- Worms 58 km östlich
- Saarbrücken 67 km südwestlich
- Mainz 80 km nordöstlich
- Karlsruhe 89 km westlich
- Trier 112 km nordwestlich
- Koblenz 144 km nördlich

Die nächstgelegenen Mittelzentren und Mittelzentrale Verbünde (40 KM-Radius) im Bundesland sind:

- Landstuhl 14 km
- Ramstein-Miesenbach 19 km
- Eisenberg 29 km
- Rockenhausen 31 km
- Bad Dürkheim 34 km
- Pirmasens 35 km
- Kirchheimbolanden 37 km
- Grünstadt 37 km
- Kusel 40 km

Die angegebenen Distanzen wurden in Straßenkilometer von Stadtkern zu Stadtkern unter Berücksichtigung der kürzesten Route berechnet.



### 3.2 Siedlungsstruktur

Das Zentrum Kaiserslauterns ist, wie für die Innenstadt eines Oberzentrums typisch, Knotenpunkt der Infrastruktur und zeichnet sich aus durch zahlreiche Büro-, Handels- und Dienstleistungsflächen sowie gemeinnützige, öffentliche und administrative Einrichtungen. Zudem weist das Zentrum eine ausgedehnte Fußgängerzone auf.

An das Kerngebiet radial anschließend, beginnt in alle Richtungen die Wohnnutzung. Hier lässt sich feststellen, dass der Bereich nördlich der Innenstadt deutlich aufgelockerte Bebauungsstrukturen aufweist als der Rest der Stadt.

Nordwestlich der Innenstadt befindet sich mit dem Kaiserberg ein großes Areal, welches durch Wald- und Grünflächen geprägt ist.

In den nordöstlichen und westlichen Außenbezirken befinden sich großflächige Industrie- und Gewerbegebiete.

Durch die topografischen Gegebenheiten in Kaiserslautern erfolgte die Stadtentwicklung vornehmlich in westlicher bzw. östlicher Richtung. Als Folge hiervon ist die westöstliche Ausdehnung der Stadt mit 17,6 km deutlich größer als die Ausdehnung von Nord nach Süd mit 15,4 km.

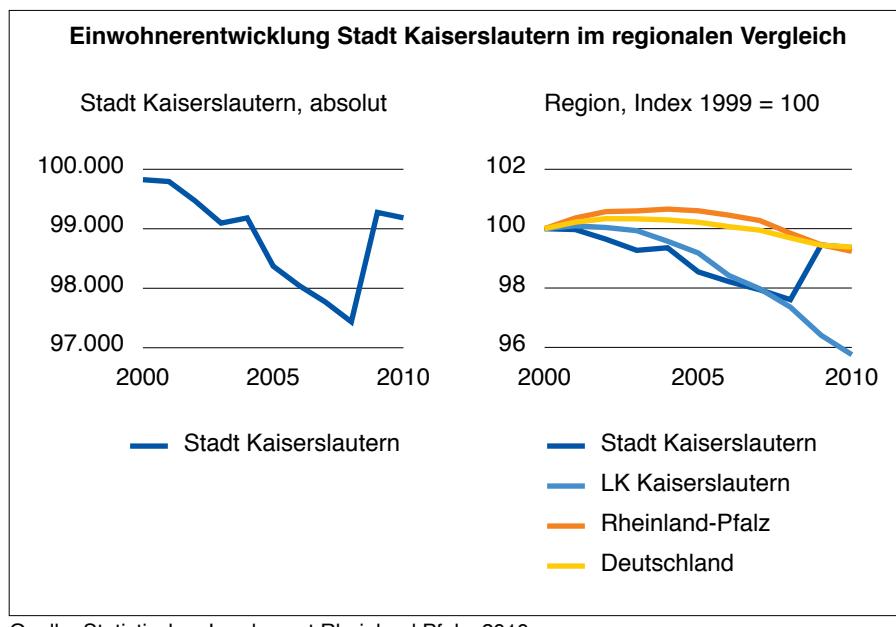
### 3.3 Verkehrsanbindung

Die kreisfreie Stadt Kaiserslautern ist gut an das überregionale Verkehrsnetz angeschlossen. Sie wird im Norden von der westöstlich verlaufenden Bundesautobahn 6 (Saarbrücken–Mannheim–Nürnberg) tangiert und ermöglicht so eine schnelle Verbindung zu weiteren deutschen Autobahnen. Ferner ist die Bundesautobahn 6 Teilstück der Europastraße 50, die u. a. von Paris nach Prag führt. Zudem ist die Stadt Kaiserslautern Ausgangspunkt der in nordöstlicher Richtung verlaufenden A 63, die Kaiserslautern mit der Landeshauptstadt Mainz verbindet und einen wichtigen Beitrag zur regionalen Erreichbarkeit im Rhein-Main Gebiet leistet. Rund 20 km westlich der Stadt verläuft die A 62, welche als Verbindungsautobahn zwischen der A 1 und der A 6 genutzt wird und den überregionalen Anschluss in nordwestlicher Richtung optimiert. Das Straßenverkehrsnetz in Kaiserslautern wird durch die Bundesstraßen B 37 in Richtung Bad Dürkheim, die B 270 in Richtung Pirmasens und die B 40 in Richtung Börrstadt ergänzt. Das überregionale Fernstraßennetz wird durch zahlreiche Kreis-, Land- bzw. Gemeindestraßen optimiert. Durch den Fernbahnhof Kaiserslautern (ICE, IC, EC) existiert zudem ein überregionaler Anschluss an das Schienennetz. Der öffentliche Personennahverkehr im Stadtgebiet Kaiserslautern ist charakterisiert durch ein gut ausgebauten Bahn- und Busnetz. Die nächstgelegenen Flughäfen befinden sich in Saarbrücken (55 km) und Frankfurt-Hahn (70 km).



### 3.4 Einwohnerentwicklung im regionalen Vergleich

#### Einwohnerentwicklung

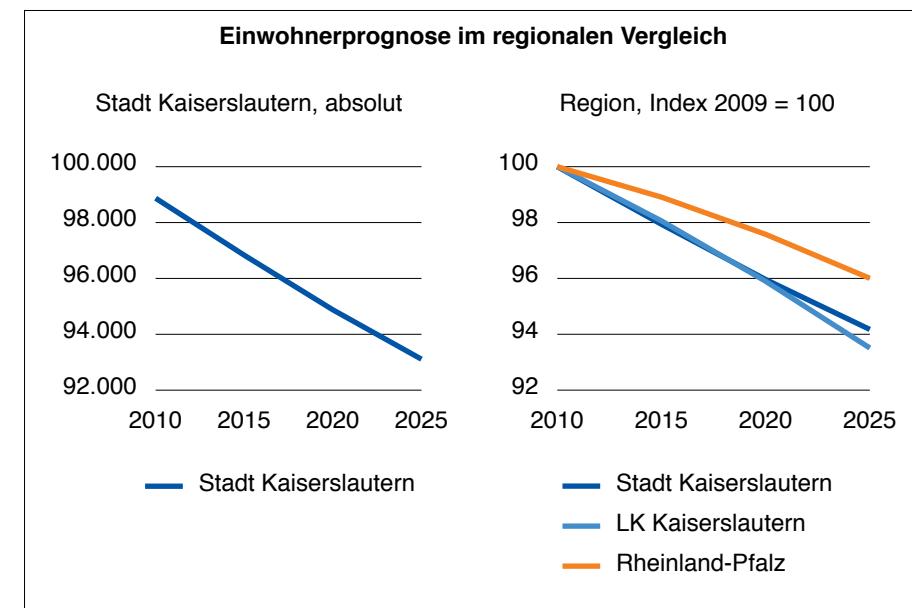


Die Stadt Kaiserslautern hatte zum 31.12.2010 lt. statistischem Landesamt Rheinland-Pfalz 99.184 Einwohner. Von 2000 bis 2010 lässt sich ein geringer Rückgang der Wohnbevölkerung um 0,7 % von 100.025 auf 99.184 Einwohner feststellen. Der auffallend starke Bevölkerungsanstieg von 2008 auf 2009 ist durch die Einführung der Zweitwohnsitzsteuer in der Stadt Kaiserslautern begründet.

Die Einwohnerentwicklung des Landkreises Kaiserslautern sowie des Bundeslandes Rheinland-Pfalz ist gekennzeichnet durch einen Bevölkerungsrückgang um -4,3 % innerhalb der letzten zehn Jahre von 110.142 auf 105.428 auf Landkreisebene und von 4.030.773 auf 4.003.745 (-0,4 %) auf Bundeslandebene.

Auf einer Fläche von 139,72 qkm leben in Kaiserslautern 711 Einwohner pro qkm. Die Stadt liegt damit über dem Kreisdurchschnitt von 166 bzw. dem Niveau von Rheinland-Pfalz mit 202 Einwohnern pro qkm.

#### Einwohnerprognose





Das Land Rheinland Pfalz veröffentlicht Bevölkerungsprognosen, die auf den koordinierten Prognosen des Bundesamts für Statistik und Datenverarbeitung aufsetzen, dennoch aber eigene Trends rechnerisch berücksichtigen (2. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung 2006 auf Basis der 11. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung). Die BulwienGesa AG passt diese Bevölkerungsvorausberechnung an die aktuellen Einwohnerzahlen an und korrigiert die Projektion mittels eines Korrekturfaktors.

Bis 2025 wird ein weiterer Rückgang der Bevölkerung um 6,2 % von 99.275 im Jahre 2009 auf 93.109 im Jahre 2025 prognostiziert. Auf Landkreisebene ist der Bevölkerungsrückgang mit einem Rückgang von 109.637 auf 98.899 (-9,8 %) noch ausgeprägter. Im Gegensatz dazu wird für Rheinland-Pfalz ein relativ geringer Bevölkerungsrückgang von -4,2 % auf 3.844.815 Einwohner in 2025 prognostiziert. Aus Einzelhandelssicht bedeutet dies langfristig, dass es zu einem Rückgang bei der lokal verfügbaren Kaufkraft kommt. Dieser wird nach einer prognostischen Berechnung unter Annahme der Verbrauchsausgaben für einzelhandelsrelevante Ausgaben inklusive Apothekenausgaben auf Basis 2010 (-6,1 Mio. Einwohner, 5.290 Euro/Verbraucher p. a.) bis 2025 rund -30 Mio. Euro betragen.

#### *Einwohnerentwicklung in den Stadtteilen*

Mit Ausnahme des Stadtbezirks Innenstadt Ost können alle in der Innenstadt der Stadt Kaiserslautern befindlichen Stadtbezirke innerhalb der letzten zehn Jahre positive Zuwachsraten von 3,8 bis 15,6 % vorweisen. Auch der südlich der Innenstadt gelegene Stadtbezirk Lämmchesberg/Uniwohnstadt weist innerhalb der letzten Dekade einen deutlichen Bevölkerungsanstieg von 12,9 % auf, der Stadtbezirk Einsiedlerhof verdoppelte seine Einwohnerzahl in dieser Dekade.

Die Stadtbezirke, welche in diesem Zeitraum die größten Rückgänge der Wohnbevölkerung zu verzeichnen hatten, sind die Stadtbezirke Hohenecken mit -36,4 % und mit weitem Abstand Erlenbach mit -3,6 % sowie Bännjerrück/Karl-Pfaff-Siedlung mit -4,4 %.

Bevölkerungsentwicklung in den Stadtbezirken 1999-2009							
	2001	2003	2005	2007	2009	2011	Veränd. 2001-2011
Innenstadt Ost	10.748	10.587	10.572	10.444	10.546	10.712	-0,3 %
Innenstadt Südwest	7.642	7.540	7.566	7.634	8.067	8.094	5,9 %
Innenstadt West/ Kotten	8.942	9.113	9.083	9.153	9.313	10.333	15,6 %
Innenstadt Nord/ Kaiserberg	7.946	7.907	8.069	8.022	8.191	8.249	3,8 %
Grübentälchen/ Volkspark	9.813	9.710	9.707	9.527	9.455	9.532	-2,9 %
Betzenberg	4.767	4.692	4.600	4.528	4.730	4.639	-2,7 %
Lämmchesberg/ Uniwohnstadt	9.181	9.924	9.156	9.432	10.183	10.367	12,9 %
Bännjerrück/ Karl-Pfaff-Siedlung	5.544	5.537	5.426	5.443	5.487	5.298	-4,4 %
Kaiserslautern-West	9.067	8.965	8.759	8.597	8.411	8.344	-8,0 %
Erzhütten/ Wiesenthalerhof	2.871	2.839	2.846	2.842	2.826	2.767	-3,6 %
Einsiedlerhof	624	744	844	1.019	1.307	1.282	105,4 %
Morlautern	3.091	3.126	3.138	3.119	3.128	3.099	0,3 %
Erlenbach	2.406	2.358	2.292	2.268	2.243	2.243	-6,8 %
Mölschbach	1.274	1.254	1.230	1.234	1.227	1.212	-4,9 %
Dansenberg	2.678	2.681	2.613	2.561	2.525	2.525	-5,7 %
Hohenecken	3.907	3.912	3.671	3.584	3.602	2.483	-36,4 %
Siegelbach	2.603	2.623	2.550	2.480	2.542	3.539	36,0 %
Erfenbach	2.937	2.982	2.964	2.923	2.954	2.891	-1,6 %

Quelle: Stadtverwaltung Kaiserslautern 2011, nur Hauptwohnsitz



## Altersstruktur

Die Altersstruktur der kreisfreien Stadt Kaiserslautern weist leichte Abweichungen gegenüber der Struktur im Landkreis und des Landes Rheinland-Pfalz auf. Es lässt sich festhalten, dass der Anteil der 20- bis 65-Jährigen in der kreisfreien Stadt Kaiserslautern mit 63,4 % im regionalen Vergleich deutlich über dem Niveau auf Landkreis- und Bundesebene mit 59,7 bzw. 60,3 % liegt. Im Gegensatz dazu liegt der Anteil der unter 20-Jährigen mit 16,6 % deutlich unter dem Wert des Landkreises Kaiserslautern und des Bundeslandes Rheinland-Pfalz. Die Altersgruppe der über 65-Jährigen in der Stadt Kaiserslautern liegt mit einem Anteil von 20,0 % etwas niedriger als auf Landkreis- und Bundeslandebene mit einem Anteil von 20,4 bzw. 20,7 %.

Altersstruktur 2010 im regionalen Vergleich			
Altersgruppe	Stadt Kaiserslautern	LK Kaiserslautern	Rheinland-Pfalz
bis 20 Jahre	16,6 %	19,9 %	19,0 %
20 bis 65 Jahre	63,4 %	59,7 %	60,3 %
über 65 Jahre	20,0 %	20,4 %	20,7 %

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland Pfalz, 2010

## Ausländeranteil

Der Anteil der ausländischen Bürger an der Wohnbevölkerung liegt in der Stadt Kaiserslautern am 31.12.2009 mit 14,3 % deutlich über dem Landkreis- und Bundeslandsdurchschnitt von jeweils 7,7 %.

## 3.5 Haushaltsstruktur und Kaufkraft

### Haushaltsstruktur

Bei Betrachtung der Haushaltsstrukturen in Relation zum Landkreis Kaiserslautern bzw. Bundesland Rheinland-Pfalz fällt der leicht höhere Anteil von 36,5 % an 1-Personen-Haushalten und 36,5 % an 2-Personen-Haushalten in der Stadt Kaiserslautern auf. Dagegen sind die Haushalte mit drei oder mehr Personen gegenüber den Werten auf Landkreis- und Bundeslandebene leicht unterrepräsentiert (Ausnahme 3-Personenhaushalte). Mit einer durchschnittlichen Haushaltsgröße von 2,1 Personen liegt die Stadt Kaiserslautern in der Spannweite der Vergleichswerte des Landkreises und des Bundeslands mit durchschnittlich jeweils 2,0 bzw. 2,1 Personen pro Haushalt.

Haushaltsstruktur 2010 im regionalen Vergleich					
Haushalte mit ... Personen	1	2	3	4	5 +
Stadt Kaiserslautern	36,5 %	36,5 %	13,8 %	9,9 %	3,1 %
LK Kaiserslautern	34,1 %	35,9 %	15,8 %	10,3 %	3,9 %
Rheinland-Pfalz	34,0 %	34,1 %	12,7 %	10,2 %	3,5 %

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland Pfalz, 2010

### Kaufkraft

Der Kaufkraftindex im Jahre 2010 liegt in der Stadt Kaiserslautern mit einem Wert von 91,2 sowohl unter dem Niveau des Landkreises Kaiserslautern mit 96,4 als auch unter dem des Bundeslands Rheinland-Pfalz mit 99,6. Mit einem Kaufkraftindex von 111,3 liegt die Landeshauptstadt Mainz an der Spitzenposition im regionalen Vergleich.



### 3.6 Erwerbstätigkeit und Pendlerverflechtungen

#### Arbeitslosenquote

Die Arbeitslosenquote aller zivilen Erwerbstätigen liegt in der Stadt Kaiserslautern mit 10,4 % deutlich über dem Wert des Landkreises (5,4 %) und des Bundes von 7,0 % (Agentur für Arbeit, August 2011).

#### Ein- und Auspendler

Die Stadt Kaiserslautern hatte 2010 einen positiven Pendlersaldo (+ 19.317), der Landkreis Kaiserslautern einen negativen (-14.712). Deutlich höhere Pendlersalden als Kaiserslautern haben Koblenz, Trier und Mainz.

Ein- und Auspendler 2010 im regionalen Vergleich			
	Einpendler	Auspendler	Saldo
Stadt Kaiserslautern	29.468	10.151	19.317
LK Kaiserslautern	9.692	24.404	-14.712
Stadt Koblenz	43.511	12.306	31.205
Stadt Mainz	64.471	31.257	33.214
Stadt Trier	30.197	6.898	23.299

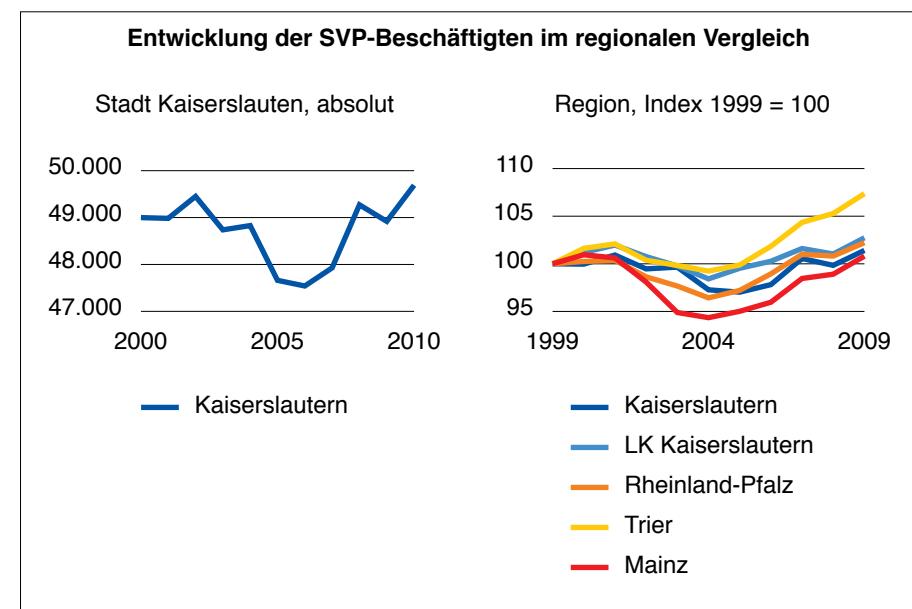
Quelle: Statistisches Landesamt, Rheinland Pfalz, 2010

#### Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Stadt Kaiserslautern hat sich im Vergleich zu vor 10 Jahren kaum geändert, unterlag in diesem Zeitraum jedoch starken Schwankungen. Die höchste Anzahl an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten wurde

2002 mit 49.451 registriert, die niedrigste 2006 mit 47.541 Beschäftigten. Seitdem stiegen die Beschäftigtenzahlen wieder an und erreichten 2010 einen Stand von 49.690 Beschäftigten.

Im regionalen Vergleich zeigt sich, dass vor allem der Landkreis Kaiserslautern ein deutlich höheres Wachstum der Beschäftigtenzahlen seit 1999 vorweisen kann. Auch die Stadt Trier und das Bundesland Rheinland-Pfalz zeigen für diesen Zeitraum höhere Wachstumsraten. Auf allen Ebenen lassen sich in ähnlichem Ausmaß die starken Rückgänge der Beschäftigtenzahlen zwischen 2003 und 2006, bedingt durch die angespannte Wirtschaftslage, erkennen.





### 3.7 Fazit

*Der Einzelhandel in Kaiserslautern kann mittelfristig im Verflechtungsbereich und im weiteren Einzugsgebiet auf eine solide Nachfragebasis aufbauen.*

*Für die Entwicklung und Ausstattung der Einzelhandelslagen ist besonders relevant, dass die Innenstadt in der Gunst der Bürger als Wohnstandort deutlich gewonnen hat. Bei Betrachtung der Stadtbezirke kann die Innenstadt, bis auf die Lage Innenstadt-Ost, mit Bevölkerungszuwächsen punkten. Demgegenüber sind die Bevölkerungszahlen an den Fachmarktstandorten, bspw. in Kaiserslautern-West und in Hohenecken, eher rückläufig. Bei der Entwicklung von Versorgungsangeboten ist diese Tendenz zu berücksichtigen.*

*Langfristig kommt es nach den Prognosenrechnungen zu einem Rückgang der Bevölkerung. Die Quote fällt jedoch mit durchschnittlich ca. -0,4 % pro Jahr so aus, dass Potenzialverluste durch die zu erwartenden Preis- und Einkommenssteigerungen (Ø ca. 0,5 % p. a.) noch ausgeglichen werden können. Bei der zukünftigen Nachfrageentwicklung können lediglich geringe Zuwächse erwartet werden.*

*Auch wenn die Einkommenssituation (Kaufkraftkennziffer) in Kaiserslautern und im Verflechtungsbereich leicht unterdurchschnittlich ausfällt, kann der Einzelhandel in der Stadt jedoch von einem großen, teils ländlich strukturierten Einzugsgebiet profitieren. Die Orientierung aus dem Verflechtungsbereich in die Stadt Kaiserslautern wird durch die Arbeitspendler gefördert. Der hohe positive Einpendlersaldo von über 19.300 Personen schafft, in Abhängigkeit von der Arbeitsplatzentwicklung, einen umfangreichen Kaufkraftzufluss.*

*Kaiserslautern hat einen Wandel von der Industriestadt zum modernen Dienstleistungsstandort mit einer besonderen Prägung als Hochschul- und Technologiestandort vollzogen. Dies hat sich auch auf die Haushaltsstruktur ausgewirkt, die einen hohen Anteil von Einpersonenhaushalten aufweist. Die Stadt versucht im Rahmen ihrer Steuerungsmöglichkeiten bei der Planung der Grund- und Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung diese veränderten Haushaltsstrukturen aufzugreifen.*

*Die relativ hohe Zahl der Ein- und Zweipersonenhaushalte lässt sich aus Handelsicht eher als eine positive Nachfrageplattform für das mittel- bis langfristige Bedarfssegment charakterisieren. Es kann unterstellt werden, dass bei diesen Haushaltsgrößen die Anteile der Verbrauchsausgaben für Nahrungs- und Genussmittel an den gesamten einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben geringer ausfällt als bei einer Familie mit Kindern.*



## 4 KAISERSLAUTERN ALS EINZELHANDELS-STANDORT

### 4.1 Standorte und Leistungsdaten im Überblick

#### Vorbemerkung

Die Stadt Kaiserslautern hat dem Auftragnehmer BulwienGesa AG einen "Einzelhandelskataster Kaiserslautern, Stand 1.7.2010" zur Verfügung gestellt. In diesem Kataster sind alle Flächen der Innenstadt aufgeführt. Die BulwienGesa AG hat dieses Flächenkataster als Grundlage für eine eigene Flächenaufnahme Anfang Oktober 2010 herangezogen und überarbeitet. Gegenüber dem Flächenkataster der Stadt Kaiserslautern ergaben sich Abweichungen. Insbesondere, weil eine unterschiedliche Abgrenzung zu Grunde liegt. Das Flächenkataster berücksichtigt alle Sortimentsgruppen inklusive der nicht zentrenrelevanten Hauptwarengruppen Einrichtungsbedarf (insbesondere Möbel) und DIY/Garten/Freizeit (insbesondere Baumarktartikel, Eisenwaren, Camping- und Caravanartikel). Die Bulwien-Gesa AG hat nur Verkaufsflächen aufgenommen, die gemäß Warengruppensystematik (siehe Anhang) den zentrenrelevanten Warengruppen periodischer Bedarf (inkl. Gesundheit), modischer Bedarf, Elektro/Technik und sonstige Hartwaren zuzuordnen sind und damit den Warengruppen entsprechen, die später im Einkaufszentrum angesiedelt werden könnten.

Generell werden nur die für den Kunden zugänglichen Flächen als Handelsverkaufsflächen erhoben, zzgl. auch der Thekenflächen. Die Verkaufsflächenerhebung wurde durch eigens geschulte Mitarbeiter der BulwienGesa AG im Zeitraum vom 5.10. bis 8.10. 2010 durchgeführt, die zugänglichen Flächen wurden dabei begangen. Erhoben wurden nur die für das Vorhaben relevanten Sortimente innerhalb der Warengruppen.

Rund 77 % des Kaiserslauterer Einzelhandels entfallen auf vier großflächige Standorte und die restlichen 23 % verteilen sich gleichmäßig über das Stadtgebiet. Allein die Innenstadt weist immer noch 35,6 % der Verkaufsfläche in Kaiserslautern auf, obwohl das geschlossene Karstadt-Warenhaus (ca. 12.000 qm) nicht mehr enthalten ist. Als zweitgrößter Angebotskomplex hat sich die Fachmarktagglomeration entlang der Merkurstraße (Gewerbegebiet West) etabliert. Die Fachmarktagglomeration Merkurstraße liegt im Osten Kaiserslauterns in einem Gewerbegebiet, das durch die Lage zwischen der A 6 und B 40 verkehrlich sehr gut durch den Individualverkehr erreichbar ist.

Verkaufsflächenverteilung in Kaiserslautern nach Warengruppen und relevanten Sortimenten (in qm)				
	Periodischer Bedarf	Mode	sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	Gesamt
Innenstadt	13.390	24.050	17.670	55.110
Fachmarktstandorte	24.795	20.350	19.415	64.560
Sonstige Stadtbereiche/Streulagen	25.450	1.090	8.450	34.990
<b>Gesamt</b>	<b>63.635</b>	<b>45.490</b>	<b>45.535</b>	<b>154.660</b>

In den zentrenrelevanten Warengruppen ist nach Einschätzung von BulwienGesa ein Umsatz von knapp 632 Mio. Euro im Jahr gebunden. Bezogen auf die ermittelte Verkaufsfläche von ca. 154.660 qm ergibt sich, unter Berücksichtigung der durch die Schließung von Karstadt durch andere Anbieter kompensierten Umsätze, eine durchschnittliche Raumleistung bei 4.085 Euro/qm. Die Innenstadt hat davon am stärksten profitiert und erzielt in den betrachteten Warengruppen eine Flächenleistung von rd. 4.400 Euro/qm. Der höchste Auslastungswert wird in Streulagen erzielt, deren Angebot ausgeprägt im periodischen Bedarfsbereich angesiedelt ist.



Umsatzverteilung* in Kaiserslautern nach Warengruppen (in Mio. Euro)					
	Peri- discher Bedarf**	Mode	Sonstige Hartwaren/ Elektro	Gesamt	Ø-Raum- leistung (Euro/qm)
Innenstadt	83,3	90,3	68,0	241,6	4.384
Fachmarktstandorte	121,9	42,3	68,4	232,6	3.603
Sonstige Stadtberei- che und Streulagen	117,3	1,6	38,8	157,7	4.507
<b>Gesamt</b>	<b>322,5</b>	<b>134,2</b>	<b>175,2</b>	<b>631,9</b>	<b>4.085</b>

\* Umsatzverteilung mit Berücksichtigung der Schließung von Karstadt

\*\* Apothekenumsatz voll

Der Innenstadtumsatz, der auf den ersten Blick recht hoch erscheint, berücksichtigt die Schließung des Karstadt-Hauses. Die Einschätzung der Umsätze basiert auf der in Kapitel 2 geschilderten Methode.

## 4.2 Innenstadt Kaiserslautern als Einzelhandelsstandort

### *Innenstadtabgrenzung*

Die Innenstadt von Kaiserslautern für diese Untersuchung lässt sich wie folgt abgrenzen:

- Im Norden durch die Ludwigstraße, Lauterstraße, Mühlstraße, Kennelstraße und Pariser Straße.
- Im Süden durch Barbarossa/Bahnhofstraße bzw. den Bahnhof.
- Im Osten durch die Wilhelm-, Albrecht- und Wormser Straße.
- Im Westen verläuft die Abgrenzung westlich der Rudolf-Breitscheid-Straße und geht entlang der Pariser Straße noch bis zur Einmündung Waldstraße/Hellmut-Hartl-Straße.

Diese hier gewählte Abgrenzung umfasst den zentralen Versorgungsbereich als auch die angrenzenden City-Ergänzungsbereiche (Abgrenzung siehe Einzelhandelskonzeption der Stadt Kaiserslautern) sowie Randbereiche mit Einzelhandelsbesatz. Die Verkaufsfläche in diesem Bereich<sup>3</sup> liegt bei rd. 67.110 qm.

### *Hauptgeschäftslage*

Key-Facts der 1a-Lage in Kaiserslautern				
Jahr	Ladeneinheiten	Filialisierungsgrad	Leerstand	Wechsel
2007	104	68,3 %	2,9 %	5,8 %
2008	104	67,3 %	0,0 %	4,8 %
2009	103	68,9 %	1,0 %	15,5 %
2010	103	69,9 %	2,9 %	7,8 %

Quelle: Lührmann City-Reports

<sup>3</sup> Berücksichtigt wurden nur die relevanten Sortimente für das geplante Shoppingcenter



Die 1a-Lage befindet sich im Bereich Riesen-/Fackelstraße und im Bereich Markt-/Kerststraße. Diese Straßen sind als Fußgängerzonen ausgewiesen und haben einen durchgängigen Einzelhandelsbesatz. Hier sind auch die großflächigen Ankerbetriebe P & C, H & M, Thalia Bücher und Betten Ziegler zu finden.

Der Filialisierungsgrad, d. h. der Anteil der filialisierenden Betriebe an der Anzahl der Gesamtbetriebe, liegt hier durchschnittlich bei knapp unter 70 % und die Wechselrate lag in den letzten 4 Jahren bei moderaten 8,5 %.

In den letzten 5 Jahren gab es auch einige Investments in gemischtgenutzten Geschäftshäusern in der Hauptgeschäftslage Kaiserslauterns, was für die Stärke und das Vertrauen in den vorhandenen Einzelhandelsmarkt spricht.

#### Neben- und Randlagen

Eine wichtige Einkaufsstraße in der Innenstadt ist die Schneider-/Eisenbahnstraße, trotz ihrer Funktion als Verbindungsstraße zum Bahnhof. In den Erdgeschossen ist eine durchgängige Einzelhandelsnutzung vorhanden.

Neben kleinfächigen Ladeneinheiten gibt es mit C & A, Drogeriemarkt Müller und Aldi auch großflächige Magnetbetriebe.

Abseits der 1a-Lage nimmt die Passantenfrequenz in den restlichen Bereichen der Fußgängerzone (z. B. Mühlstraße, Klosterstraße, Steinstraße) rapide ab, was u. a. auch an der Verkehrsführung liegt.

In den Nebenlagen ist der Fachgeschäftsanteil sehr hoch. Die Wertigkeit des Angebots und die Qualität des Besatzes ist – zumindest in

Teilabschnitten – jedoch niedrig, was sich in der Häufung von Piercing- und 1 Euro-Shops, gepaart mit einem Beate Uhse Laden wider spiegelt.

Eine ergänzende Wirkung für den Einzelhandel erfüllen Gastronomie und Dienstleistungen, die abseits der 1a-Lage häufig die Erdgeschossflächen der Gebäude nutzen (z. B. Mühlstraße, Marktstraße, Am Altenhof).

#### Umsatz- und Sortimentsverteilung

Verkaufsfläche und Umsatz in der Kaiserslauterer Innenstadt					
	Verkaufsfläche qm	Anteil	Umsatz Mio. Euro	Anteil	Ø-Raumleistung Euro/qm VKF
Periodischer Bedarf*	13.390	24,3 %	83,3	34,6 %	6.221
Mode	24.050	43,6 %	90,3	37,3 %	3.754
Sonstige Hartwaren/ Elektro	17.670	32,1 %	68,0	28,1 %	3.582
Gesamt	55.110	100,0 %	241,6	100,0 %	4.384

Rundungsdifferenzen, \* Apothekenumsatz voll

Rund 44 % der Verkaufsfläche in der Kaiserslauterer Innenstadt entfällt auf den modischen Bereich, der am Umsatz rund 37 % des geschätzten Einzelhandelsumsatzes in der Innenstadt ausmacht. Somit ist das Modesegment die Leitbranche in der Innenstadt.

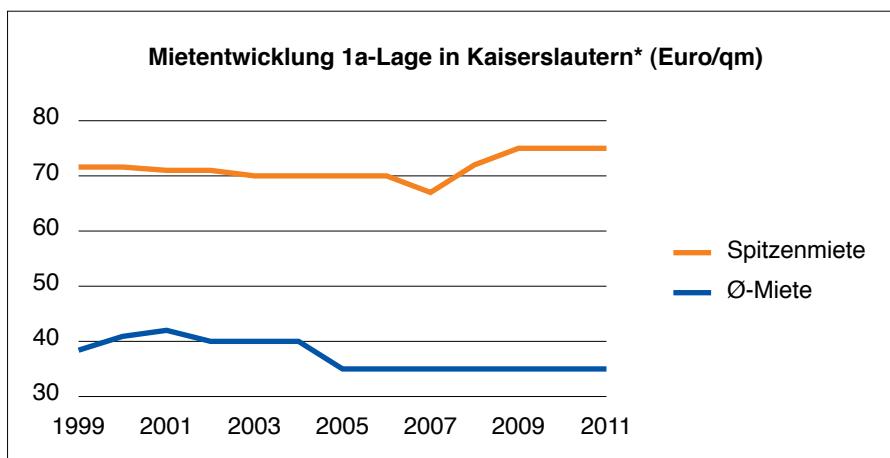
Der periodische Bedarf hat einen Flächenanteil von 24,3 % und durch die Präsenz von zwei Supermärkten und zwei Discountern ist eine ausreichende Nahversorgung der innerstädtischen Bevölkerung gewährleistet. Der periodische Bedarf hat durch seine hohe Raumleistung einen ca. 35%igen Anteil am Einzelhandelsumsatz in der In-



nenstadt, der neben den Filialisten im Wesentlichen durch das umsatzstarke Lebensmittelhandwerk sowie Drogerien und Apotheken (voll berücksichtigt) getragen wird.

### Ladenmieten und Leerstände

Sowohl die Spitzen- als auch die Durchschnittsmiete in der Kaiserslauterer 1a-Lage hat sich in den vergangenen Jahren relativ stabil entwickelt. Von 1999 bis 2007 gab es einen leichten Rückgang bei der Spitzenmiete, der aber in den letzten beiden Jahren mehr als kompensiert wurde, das Mietniveau 2009 liegt mit 75 Euro/qm 4,7 % über dem Wert von 1999. Die Durchschnittsmiete stieg um die Jahrtausendwende leicht an, erlebte aber in 2005 einen Rückgang um 5 auf 35 Euro/qm, seitdem blieb die Miete bei diesem Wert stabil.



Quelle: RIWIS, \* Standardladenlokal: 100 qm Verkaufsfläche, gleichbleibendes Flächenniveau, stufenfreier Zugang, 6 m Schaufensterlänge, gehobener Bauzustand

Vergleichsmieten 1a-Lage in weiteren Oberzentren			
Oberzentrum	Einwohner	Miete in Euro/qm	
		Spitze	Durchschnitt
Kaiserslautern	99.184	75	35
Trier	105.260	90	45
Saarbrücken	175.741	85	40
Mainz	199.237	110	55
Mannheim	313.174	130	75

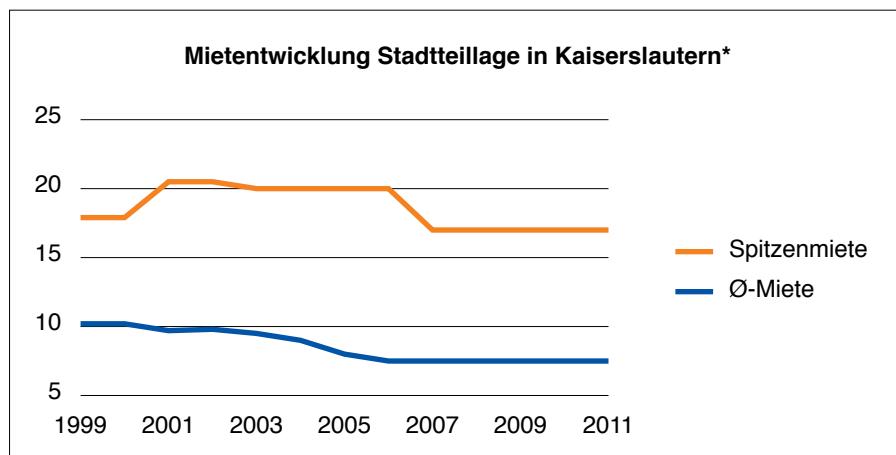
Quelle: RIWIS (RIWIS ist eine von BulwienGesa betriebene immobilienbezogene Datenbank, die u. a. von der Bundesbank genutzt wird)

Im direkten Vergleich der Spitzenmiete mit anderen Oberzentren, auch im benachbarten Bundesland Saarland, rangiert die Spitzenmiete am unteren Ende. Bei Berücksichtigung der Einwohnerzahl und der derzeit erzielten Zentralität der Stadt fällt die Spitzenmiete dennoch relativ hoch aus.



Die Spitzenmiete lag in den Stadtteillagen zwischen 2001 und 2006 auf einem Niveau knapp über 20 Euro/qm, ging aber 2007 zurück auf 17,50 Euro/qm. Die Durchschnittsmiete in den Stadtteillagen ging seit 1999 kontinuierlich zurück und liegt 2010 bei 7,50 Euro/qm.

Während es in der 1a-Lage mit 2,9 % fast keinen Leerstand<sup>4</sup> gibt, ist die Situation in der weiteren Innenstadt etwas angespannter, da hier der Leerstand bei rd. 20 % liegt. Betroffen sind vor allem Ladenlokale, die in Seitenstraßen liegen und eine geringe Passantenfrequenz aufweisen.



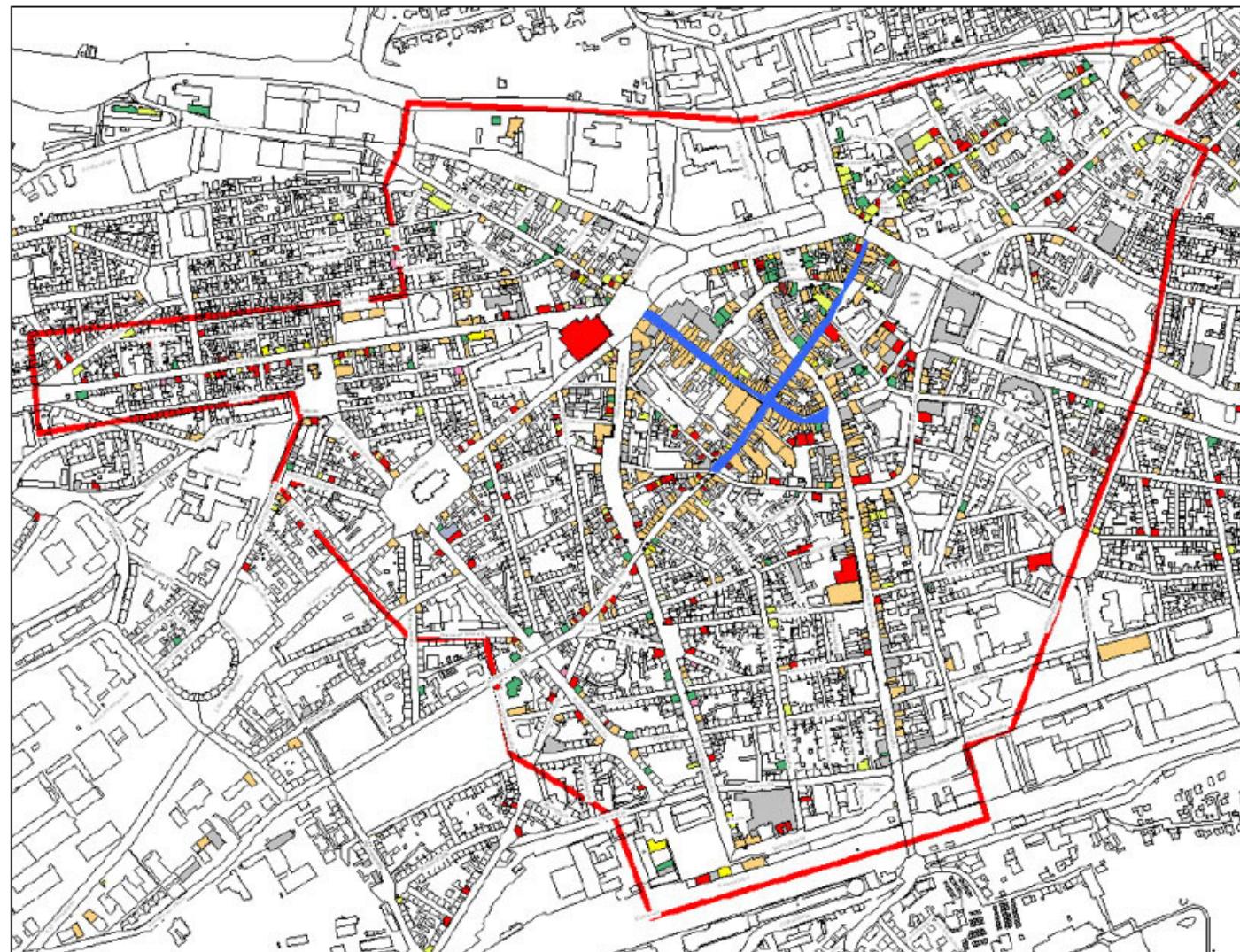
<sup>4</sup> Die Quote bezieht sich hier auf die Anzahl der Leerstände und nicht auf die Flächen.

### Gutachterliche Bewertung der Innenstadt

Die Stadt Kaiserslautern weist Angebotsstrukturen auf, die für ein Oberzentrum eher uncharakteristisch und hinsichtlich der Qualität, Attraktivität und Ausstrahlung steigerbar sind. So fehlen z. B. hochwertige Handelsanbieter<sup>5</sup> und sich neu am deutschen Markt etablierende Betriebe (z. B. Abercrombie & Fitch, Hollister). Dies liegt unter Umständen an der sehr kleinteiligen Flächenstruktur. Das Angebotsgenre ist sehr konsumlastig, dieses ist sicherlich auch der im Vergleich zu den Oberzentren Mannheim/Ludwigshafen oder Mainz, niedrigeren Einkommensstruktur geschuldet. Augenfällig ist zum Teil auch ein doch deutlicher Angebots- und Qualitätsabfall des Besatzes in den B-Lagen. Andere Lagen (heutige C-Lagen) erfüllen nur noch rudimentär den Anspruch an gewachsene Handelslagen. Eine deutliche Zäsur ergibt sich durch die leerstehende Karstadt-Immobilie am Alten Stadttheater/Fackelrondell und durch die Verkehrsführung in diesem Bereich. Der Frequenzsprung in die Mühlstraße gelingt derzeit nicht.



Abgrenzung des innerstädtischen  
Einzelhandelsbereiches



- Ladengeschäfte
- Dienstleistungsbetriebe
- Ladenleerstände
- Gastronomie
- Straßencafe-/gaststätte
- 1a-Lage

Kartengrundlage: Einzelhandelskataster  
der Stadt Kaiserslautern

Quelle: Referat Stadtentwicklung,  
Abteilung Stadtplanung der Stadt  
Kaiserslautern



#### **4.3 Innenstadt und Einzelhandel in Kaiserslautern aus der Konsumentenperspektive – Ergebnisse einer repräsentativen telefonischen Haushaltsbefragung**

##### *Untersuchungsdesign der Kundenbefragung*

Im Zeitraum vom 27. September bis 21. Oktober wurden insgesamt 1.000 zufällig ausgewählte haushaltführende und einkaufende Personen in der Stadt Kaiserslautern, dem Landkreis Kaiserslautern sowie den angrenzenden Gemeinden im Umland befragt. Im Fokus der Befragung standen dabei die Einkaufsorientierungen in den Haushalten sowie Themen zur Einkaufsattraktivität der Kaiserslauterer Innenstadt. Bei der Befragung wurden überwiegend gestützte Fragen mit Antwortvorgaben verwendet. Die Anzahl der Befragungen und die Durchführung sind repräsentativ. Mehrfachnennungen waren möglich.

##### *Kundenherkunft und Ableitung des Untersuchungsgebiets*

Von den 1.000 interviewten Personen kamen 360 Personen aus der Stadt Kaiserslautern, 387 Personen aus dem Landkreis Kaiserslautern und 253 Personen aus den umliegenden Gemeinden außerhalb des Landkreises Kaiserslautern.

##### *Soziodemografische Merkmale*

Insgesamt wurden 328 männliche und 672 weibliche haushaltführende und einkaufende Personen befragt. In Bezug auf die Haushaltsstruktur lässt sich festhalten, dass 687 befragte Haushalte kinderlos waren und 275 Haushalte mindestens ein Kind hatten. 38 Personen wollten sich hierzu nicht äußern.

Ferner waren 23,2 % der befragten Haushalte Single-Haushalte. 39,0 % der Haushalte bestanden aus zwei Personen und 37,8 % der Haushalte aus drei oder mehr Personen.

Die Altersstruktur der Befragten weist folgende Merkmale auf: 61 Befragte waren 18 bis 25 Jahre alt, 281 Befragte waren zwischen 26 und 40 Jahre alt, 412 Befragte waren 41 bis 60 Jahre alt und 246 der Befragten waren älter als 60 Jahre.

Bezogen auf die Gesamtstichprobe waren 52,5 % der befragten Personen berufstätig. Damit wurden viele Berufstätige erreicht. Im Durchschnitt der bisher von BulwienGesa durchgeföhrten Befragungen liegt dieser Wert bei 42,9 %. Davon waren jeweils wiederum knapp die Hälfte in (24,7 %) bzw. außerhalb (27,8 %) von Kaiserslautern beschäftigt. Keiner Beschäftigung gingen zu diesem Zeitpunkt 47,1 % der befragten haushaltführenden Personen nach (Hausfrau/Hausmann). 4 befragte Personen wollten sich hierzu nicht äußern.

76,9 % der Befragten stand uneingeschränkt ein Pkw zur Verfügung, 11,7 % konnten zumindest zeitweise auf einen zurückgreifen und 10,9 % hatten keinen Pkw zu ihrer Verfügung. 5 Personen wollten sich hierzu nicht äußern.

Es bleibt festzuhalten, dass mit dieser Stichprobe ein repräsentativer Querschnitt der Befragten erfasst wurde. Insbesondere durch den hohen Anteil der konsumstärksten Bevölkerungsgruppe der 41- bis 60-Jährigen lassen sich repräsentative Ergebnisse zu den Einkaufsgewohnheiten in Kaiserslautern erwarten.



### *Einkaufsverhalten in der Innenstadt*

21,7 % der befragten Haushalte geben an, einmal pro Woche bis täglich in der Fußgängerzone einzukaufen (siehe Befragungsergebnisse). Alle 14 Tage kaufen nur noch 14,8 % der Befragten hier ein. Für eine Fußgängerzone eines Oberzentrums sind dies relativ niedrige Werte. Immerhin 30 % der Befragten kaufen selten oder nie in der Fußgängerzone ein.

Über 30 % kaufen einmal pro Woche bis täglich in der sonstigen Innenstadt ein. 13 % der Befragten tun dies immerhin noch alle 14 Tage. Diese Lage kann bei den Konsumenten also aktuell mit der Fußgängerzone konkurrieren. Im Vergleich mit anderen Zentren kommt diesen Standortlagen jedoch in der Regel weniger Bedeutung zu.

Immerhin noch 17,1 % kaufen einmal pro Woche bis täglich im Gewerbegebiet West ein. Ebenfalls 17,1 % besuchen diese Lage alle 14 Tage. Andere Gewerbegebietslagen (Zollamtstraße, Hohenecker Straße, Mannheimer Straße) werden deutlich weniger frequentiert.

Es lässt sich festhalten, dass die Fußgängerzone eine vergleichsweise geringe Bedeutung aus Sicht der Konsumenten aufzeigt. Sie konkurriert mit den Angeboten in den sonstigen Stadtteilbereichen und kann sich nur schwer im Wettbewerbsfeld mit den Gewerbegebieten und den Stadtteillagen positionieren.

Im Vergleich zu vor 3 Jahren kaufen 37,8 % der Befragten aus der Stadt Kaiserslautern nun seltener in der Innenstadt ein (siehe Befragungsergebnisse). Bei 50,6 % der Befragten hat sich das Kaufverhalten hingegen nicht geändert. Lediglich 9,2 % der Befragten aus der Stadt Kaiserslautern kaufen heute häufiger als noch vor drei Jahren in der Innenstadt ein.

31 % der Haushalte aus dem Landkreis Kaiserslautern suchen im Vergleich zu vor 3 Jahren seltener die Innenstadt Kaiserslautern zum Einkaufen auf. Bei 56,1 % der Haushalte hat sich das Einkaufsverhalten nicht geändert. 10,9 % kaufen nun häufiger in der Innenstadt ein.

15,8 % der befragten Kunden aus dem Umland geben an, nun seltener die Innenstadt aufzusuchen. 69,2 % der Befragten aus dieser Zone geben an, ihr Kaufverhalten nicht verändert zu haben. 11,1 % der Befragten kaufen dort heute häufiger als noch vor 3 Jahren ein.

Dies zeigt, dass die Haushalte in Kaiserslautern und im Umland im Vergleich zu vor 3 Jahren heute deutlich weniger in der Innenstadt einkaufen und auch ihr Einkaufsverhalten geändert haben.

Die am häufigsten genannten Gründe dafür, dass immer seltener in der Innenstadt eingekauft wird (siehe Befragungsergebnisse):

- Schlechtes Angebot und geringe Auswahl (29 %)
- Der fehlende Karstadt (17 %)
- Wohnort- und Arbeitsplatzwechsel (15 %)
- Besseres Angebot im Umland (10 %)
- Veränderung im Bedarf (12 %)

Die Hälfte aller Befragten würde jedoch die Innenstadt von Kaiserslautern wieder häufiger aufsuchen, wenn folgende Punkte geändert, ergänzt oder verbessert werden (siehe Befragungsergebnisse):

- Magneten in der Innenstadt ansiedeln (37,7 %)
- Bekleidungsangebot ausbauen (31,8 %)
- Zusätzliche Parkplätze schaffen (29,4 %)
- Kürzere Wege/attraktivere Gestaltung (24,5 %)
- Überdachter, witterungsunabhängiger Einkaufsbereich (23,9 %)



- Ansiedlung eines Sport- und/oder Elektrofachmarkts (17,8 %)
- Diverse Defizite im Einzelhandel beseitigen (10,0 %)

Auf die Frage, wo und in welchen Einrichtungen stattdessen häufiger eingekauft wird, ergaben sich deutliche Hinweise auf Einkaufsorientierungen nach Westen zu den Angeboten nach Saarbrücken und Neunkirchen und nach Osten, insbesondere nach Mannheim (siehe Befragungsergebnisse). Ludwigshafen wurde noch nicht häufig genannt. Aufgrund der am Ende des Befragungszeitraums vollzogenen Eröffnung der Rheingalerie in Ludwigshafen ist aber davon auszugehen, dass die Kundenpräferenzen zukünftig auch stärker auf diesen Standort ausgerichtet sein werden.

Laut Ergebnis der Befragung würden mehr Kaiserslauterer die Innenstadt aufsuchen, wenn ein Magnetanbieter vorhanden wäre. Anders sieht das bei den Befragten aus dem Umland aus. Dies unterstreicht einerseits die Bedeutung von Karstadt, andererseits steht den Umlandkunden das klassische Karstadtangebot auch an anderen Standorten zur Verfügung.

Das Factory Outlet Center in Zweibrücken wurde wider Erwarten nur von 6 % der Befragten als neuer Einkaufsort genannt und konkurriert damit sogar mit Standorten wie Pirmasens und Homburg.

Mehr als ein Viertel der Befragten (26 %) nutzt häufiger andere Vertriebswege wie den Versandhandel, E-Commerce oder Teleshopping.

Die Ergebnisse zeigen somit, dass die Innenstadt in der Wahrnehmung der Befragten nach Schließung von Karstadt deutlich an Attraktivität verloren hat. Die Wünsche der Befragten nach einem Magnet in der Innenstadt und nach Bekleidung und Unterhaltungselektronik deuten auf bestehende Angebotsdefizite. Der dadurch bedingte Kauf-

kraftabfluss richtet sich vermehrt auf die Oberzentren Mannheim und Saarbrücken, berücksichtigt aber auch die weiteren Lagen (Gewerbegebiet West) in Kaiserslautern.

*Das Einkaufen in der Kaiserslauterer Innenstadt im Meinungsbild der Kunden und Bürger*

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden die Interviewten gebeten 7 verschiedene Leistungsparameter und Standortfaktoren in Bezug auf die Kaiserslauterer Innenstadt mit Schulnoten von 1 (= sehr gut) bis 6 (= ungenügend) zu bewerten (siehe Befragungsergebnisse).

Mit einer Durchschnittsnote von 2,4 wurde das Gastronomieangebot in der Innenstadt von Kaiserslautern am besten bewertet. An zweiter Stelle folgen jeweils mit 2,5 die Sauberkeit in der Innenstadt sowie deren Erreichbarkeit. Am schlechtesten bewertet wurde die Parkplatzsituation (3,1) und das Angebot (2,8). Das Preis-Leistungs-Verhältnis in der Innenstadt und deren Erscheinungsbild wurden jeweils mit 2,7 bewertet.

Grundsätzlich wurden die Faktoren und Leistungsmerkmale befriedigend bewertet. Kaiserslautern steht allerdings in einem erheblichen Wettbewerb mit den anderen Oberzentren und auch einigen Mittelzentren. Vor diesem Hintergrund und unter Berücksichtigung der besonderen zentralörtlichen Funktion der Stadt als Oberzentrum ist das Ergebnis Verbesserungswürdig.

Zur Verdeutlichung erfolgt ein Vergleich mit anderen von BulwienGesa durchgeföhrten Haushaltsbefragungen:



Vergleich Haushaltsbefragungen		
Kriterium	Durchschnitt BulwienGesa	Kaiserslautern
Gastronomie	2,8	2,4
Sauberkeit	2,9	2,5
Erreichbarkeit	2,2	2,5
Parken	2,8	3,1
Auswahl/Vielfalt	2,9	2,8
Angebotsniveau/-attraktivität	3	
Preis/Leistung	2,9	2,7
Erscheinungsbild	2,6	2,7

## Fazit

*Das Oberzentrum und die Innenstadt Kaiserslautern erfuhren durch die Schließung von Karstadt einen Zentralitätsverlust in der Kundenwahrnehmung. Dieses lässt sich durch das Kundenverhalten (Ausweichen auf andere Standorte) und die Kundenwünsche (Nachfragewünsche nach Bekleidung und Unterhaltungselektronik) dokumentieren.*

*Besonders auffällig ist, dass das Einkaufen in den sonstigen Stadtbereichen und den Fachmarktlagen einen ähnlich hohen Attraktivitätswert erfährt wie das Einkaufen in der Fußgängerzone der Innenstadt.*

*Bemerkenswert ist, dass die Innenstadt mit ihrem jetzigen Angebot und Branchenmix es nicht schafft, sich besser gegenüber den betrachteten Standorten in Kaiserslautern und im Einzugsgebiet zu positionieren. Die Angebotslücke mit dem Branchen- und Sortimentsmix des Warenhauses Karstadt konnte aus Sicht der Kunden durch andere Anbieter in Kaiserslautern nicht kompensiert werden. Die akute Wahrnehmung von Angebotsdefiziten führt zu Einkäufen außerhalb der Innenstadt und auch außerhalb Kaiserslauterns.*

## 4.4 Einzugsgebiet und Nachfrage

Die Stadt Kaiserslautern ist als Oberzentrum eingestuft und agiert in einer mehrstufigen Versorgungslandschaft. Die Zuordnung zu den einzelnen Hierarchiestufen begründet sich mit dem jeweils unterschiedlichen Leistungs- und Angebotsumfang. Für die Abgrenzung des erfassbaren Marktgebiets ist deshalb nicht ausschließlich das Handelsangebot maßgebend, sondern auch darüber hinausgehende standortspezifische Einrichtungen. Das unterschiedliche Leistungsniveau führt letztlich dazu, dass höherwertige Zentren die jeweils nachgeordneten überlagern. Das Einzugsgebiet von Oberzentren ist deshalb relativ großräumig abzugrenzen, in Abhängigkeit von benachbarten Oberzentren und deren Einflussgebiet. Der Handel, als ein wesentlicher Bestandteil des städtischen Leistungsangebots, kann deshalb vom gesamten städtischen Umfeld profitieren.

Die für Kaiserslautern vorgenommene Abgrenzung basiert auf den von der Stadt Kaiserslautern übergebenen Grundlagen. Diese wurden leicht modifiziert, so dass das von der BulwienGesa AG abgegrenzte Einzugsgebiet um ca. 25.000 Einwohner größer ist. Insgesamt ist von einem nach Kaiserslautern orientierten Marktgebiet mit ca. 468.000 Einwohnern auszugehen.

Der größte Einwohneranteil wird durch die Städte und Gemeinden Pirmasens, Homburg, Kusel und den Mittelzentren Rockenhausen, Kirchheimbolanden, Eisenberg und Grünstadt in der Zone 3 sowie den Einwohnern aus den sonstigen Unterzentren in dieser Zone mit 259.126 Einwohner gebildet. In der Zone 2 leben im Landkreis Kaiserslautern 111.461 Einwohner, die zum Einzugsgebiet zuzurechnen sind. Die Versorgungsbeziehung zu Kaiserslautern ist stärker ausgeprägt als die der Städte und Gemeinden in der Zone 3. Dem Oberzen-



trum Kaiserslautern ist der Landkreis als Verflechtungsgebiet zugeordnet (Mittelbereich).

Die Zone 1 umfasst somit "nur" alle Einwohner der Stadt Kaiserslautern, in der Summe 97.528 Einwohner.

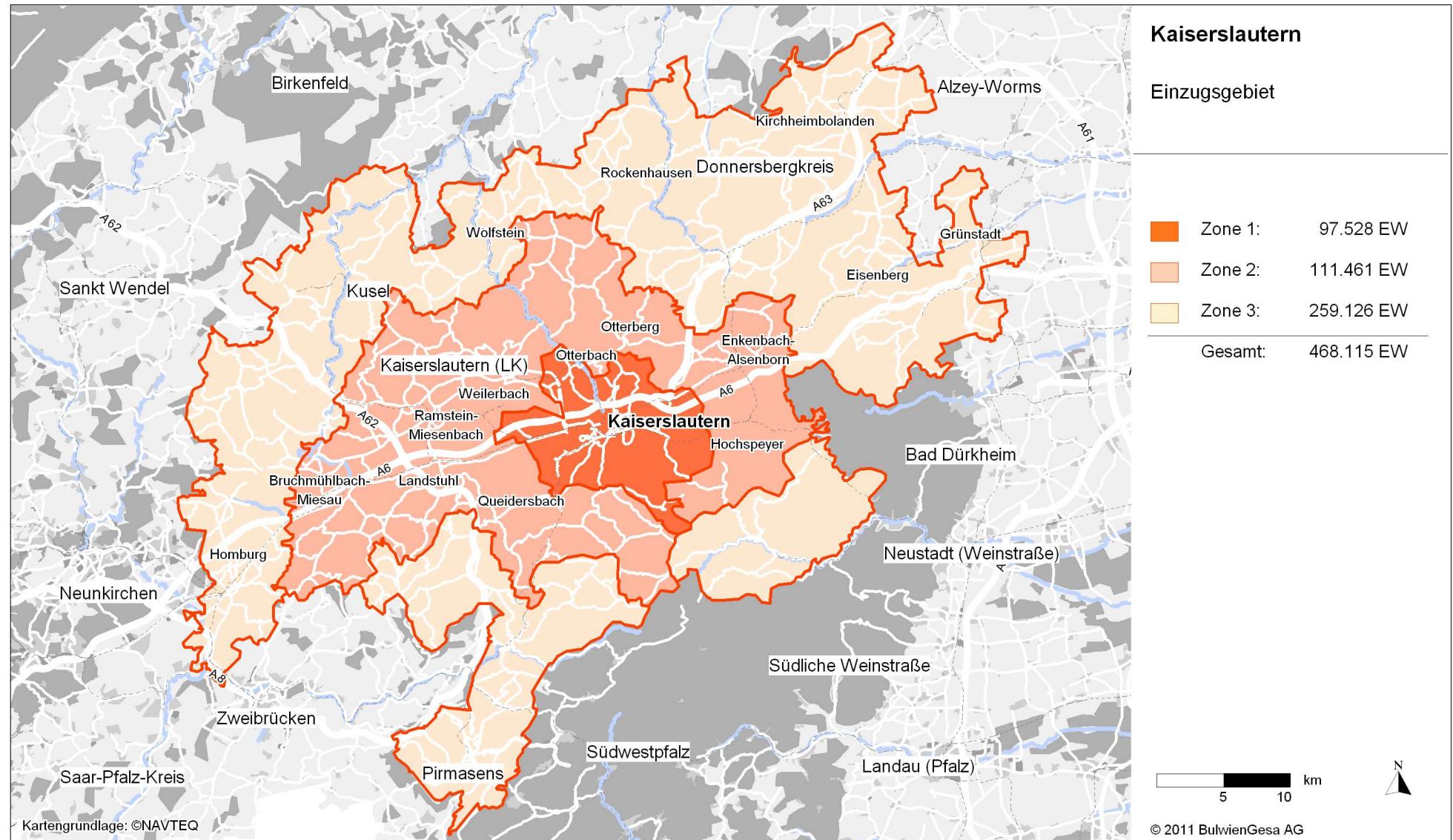
Gebietsgliederung des potenziellen Einzugsgebiets, Einwohnerverteilung				
Stadtteil, Gemeinde, Marktzone	Einwohner (2010)	Einwohneranteil gesamt	Einwohneranteil je Zone	Kaufkraft-index* (2011)
Kaiserslautern	97.528	20,8 %	100,0 %	90,4
<b>Zone 1 Kaiserslautern</b>	<b>97.528</b>	<b>20,8 %</b>	<b>100,0 %</b>	<b>90,4</b>
Landstuhl	8.572	1,8 %	7,7 %	90,1
Otterbach	4.048	0,9 %	3,6 %	99,6
Otterberg	5.189	1,1 %	4,7 %	95,9
Enkenbach-Alsenborn	6.935	1,5 %	6,2 %	99,6
Hochspeyer	4.536	1,0 %	4,1 %	99,1
Bruchmühlbach-Miesau	7.350	1,6 %	6,6 %	88,8
Ramstein-Miesenbach (VG)	7.492	1,6 %	6,7 %	87,6
Weilerbach	6.928	1,5 %	6,2 %	96,0
Sonstige verbandsgemeinschaftsangehörige Gemeinden im Landkreis	60.411	12,9 %	54,2 %	99,0
<b>Zone 2 Unter-/Mittelzentren</b>	<b>111.461</b>	<b>23,8 %</b>	<b>100,0 %</b>	<b>96,6</b>
Pirmasens	40.311	8,6 %	15,6 %	90,1
Homburg	43.256	9,2 %	16,7 %	98,4
Kusel	6.291	1,3 %	2,4 %	93,9
Rockenhausen	6.426	1,4 %	2,5 %	98,4
Kirchheimbolanden	7.797	1,7 %	3,0 %	96,9
Eisenberg	11.648	2,5 %	4,5 %	88,6
Grünstadt	13.059	2,8 %	5,0 %	108,3
Sonstige Gemeinden im östlichen Marktgebiet	130.338	27,8 %	50,3 %	97,0
<b>Zone 3 Mittelzentren</b>	<b>259.126</b>	<b>55,4 %</b>	<b>100,0 %</b>	<b>96,3</b>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>468.115</b>	<b>100,0 %</b>		<b>95,1</b>

\* vergleiche auch Anhang 3

Das für die Kaiserslauterer Innenstadt bei Umsetzung der Shopping-Galerie abgegrenzte Einzugsgebiet wurde zusätzlich empirisch aus der Kundenbefragung überprüft und bestätigt. Es umfasst das Stadtgebiet Kaiserslautern (Zone 1), alle Gemeinden des Landkreises Kaiserslautern (Zone 2) sowie Städte und Gemeinden, die noch Einkaufsbeziehungen nach Kaiserslautern aufweisen. Gemeinden außerhalb und die nicht in den Einwohnerstatistiken auftauchenden amerikanischen Soldaten wurden unter dem Begriff externe Zuflüsse in der Kaufkraftstrommodellrechnung berücksichtigt.

Innerhalb der Zonen wurde mit unterschiedlichen Abschöpfungsquoten gearbeitet (siehe Marktverteilungsrechnung IST im Anhang). So sind z. B. Abschöpfungsquoten eines prospektiven Shoppingcenters in Kaiserslautern in Zone 3 deutlich niedriger als in Zone 2. Die Quoten wurden entsprechend dem Wettbewerb in den jeweiligen Zonen bestimmt. Orte, die nahe Ludwigshafen ( bspw. Grünstadt/Eisenberg) oder Saarbrücken ( bspw. Pirmasens und Homburg) liegen, haben z. B. entsprechend geringe Einkaufsbeziehungen nach Kaiserslautern, wenngleich diese jedoch partiell durchaus bestehen. Insbesondere die Gemeinden der Zone 3, die in den Randbereichen liegen, wurden aufgrund ihrer Nähe zu Konkurrenzzentren und geringeren Einkaufsbeziehungen zu Kaiserslautern mit geringeren Abschöpfungsquoten (Bindungsquoten) versehen.

Insgesamt orientiert sich die Dimensionierung des Einzugsgebiets an einem Zeit-/Weg-Radius von 30 Minuten und berücksichtigt zusätzlich topografische, natürliche und verkehrliche Rahmenbedingungen (insbesondere die Tangente der A 6 und den im Süden angrenzenden Naturraum Naturpark Pfälzer Wald).





### *Nachfragevolumen im Einzugsgebiet*

Die Berechnung des Nachfragevolumens erfolgt durch die Multiplikation der Einwohner mit durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für den stationären Ladenhandel, gewichtet um den jeweiligen Kaufkraftindex des Wohnorts.

Die Kaufkraftanpassung erfolgt unter Berücksichtigung sortimentsspezifischer Einkommenselastizitäten. Für die gesamten ladenhandelsrelevanten Konsumausgaben beträgt der Elastizitätskoeffizient zur Zeit 0,87, was bedeutet: Je 1 % Kaufkraftsteigerung erhöhen sich die ladenhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben um 0,87 %. Sie reagieren also leicht unterproportional auf Einkommensveränderungen.

Alles in allem beläuft sich das ladenhandelsrelevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet auf etwa 2.372 Mio. Euro p. a.

Der Hauptanteil von über 1.263 Mio. Euro p. a. entfällt auf Lebensmittel und Verbrauchsgüter (Periodischer Bedarf inkl. Apotheken). Dieser auch als "nahversorgungsrelevant" titulierte Nachfrageblock wird vorzugsweise wohnortnah bei Lebensmittelmärkten, Discountern und im Kleinhandel umgesetzt.

Weitere rund 244 Mio. Euro für Heimwerker- und Gartenbedarf, Camping- und Sportartikel sowie Kfz-Zubehör werden typischerweise in Fachmärkten und Fachbetrieben in Streu- und Gewerbegebietslagen ausgegeben. Diese Warengruppe spielt für Shoppingcenter im Regelfall nur für Zusatzsortimente eine nachgeordnete Rolle.

Ähnliches gilt für den Einrichtungsbedarf, auf den jährlich etwa 217 Mio. Euro des Nachfragevolumens entfallen. Die Nachfrage hierfür konzentriert sich zunehmend auf großflächige Wohnkaufhäuser.

Letztlich stehen insgesamt knapp 650 Mio. Euro p. a. für die innenstadtypischen Warengruppen Modischer Bedarf, Elektro/Technik und Hartwaren/Persönlicher Bedarf in besonderem Maße für das Planvorhaben zur Verfügung. Dies entspricht einem Anteil von 27,3 % am Gesamtnachfragevolumen.

Aufgrund der um über 6 Prozentpunkte stärkeren Kaufkraft im Landkreis liegt das Gesamtnachfragevolumen in Zone 2 (Landkreis Kaiserslautern) um knapp 100 Mio. Euro höher als in Zone 1 (Kaiserslautern).

Für Zone 3 kommt dann die massiv anwachsende Einwohnerzahl zum Tragen. Das Nachfragevolumen umfasst gut 1,3 Mrd. Euro.

Es bleibt festzuhalten, dass trotz unterdurchschnittlicher Kaufkraftkennziffern aufgrund des großen und bevölkerungsstarken Einzugsgebiets ein mehr als ausreichend bindungsfähiges Nachfragepotenzial für den Handel in Kaiserslautern zur Verfügung steht. In der Größe dieses Potenzials sind auch ausreichende Deckungsbeiträge für den Betrieb eines größeren Centers gegeben.

Nachtrag: Die zusätzlich zu prognostizierenden Ausgaben der amerikanischen Soldaten in dieser Region sind in den Verbrauchsausgaben nicht erfasst und somit nicht im Nachfragepotenzial enthalten. Es ist zu unterstellen, dass hier nicht unerhebliche weitere Kaufkraftzuflüsse enthalten sind, die wirkungsseitig aber nicht quantifiziert werden können.



Ladenhandelsrelevante Nachfragevolumina im Einzugsgebiet								
	Zone 1 Stadt Kaiserslautern		Zone 2 Landkreis Kaiserslautern		Zone 3 erweitertes Einzugsgebiet		Zone 3 erweitertes Einzugsgebiet	Einzugsgebiet gesamt
Einwohner	97.528		111.461		259.126		468.115	
Kaufkraftkennziffer	90,4		96,6		96,3		95,1	
Verbrauchsausgaben p. a.								
Warengruppen	Euro/Einwohner	Mio. Euro	Euro/Einwohner	Mio. Euro	Euro/Einwohner	Mio. Euro	Mio. Euro	Anteil
Periodischer Bedarf	2.663	259,7	2.710	302,1	2.708	701,7	1.263,4	53,3 %
Modischer Bedarf	543	53,0	588	65,6	586	151,9	270,5	11,4 %
Elektro/Technik	348	34,0	381	42,4	379	98,3	174,7	7,4 %
DIY, Garten, Freizeit	477	46,5	536	59,7	533	138,1	244,3	10,3 %
Einrichtungsbedarf	418	40,7	478	53,3	475	123,1	217,2	9,2 %
Sonstige Hartwaren	399	38,9	441	49,2	439	113,8	201,9	8,5 %
<b>Nachfrage gesamt</b>	<b>4.848</b>	<b>472,9</b>	<b>5.134</b>	<b>572,3</b>	<b>5.120</b>	<b>1.326,8</b>	<b>2.372,0</b>	<b>100,0 %</b>
Anteil	19,9 %		24,1 %		55,9 %		100,0 %	

Voller Ansatz: Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen berücksichtigt sämtliche Teilsortimente innerhalb der Warengruppen, auch jene, die nicht für das Angebot in einem Shoppingcenter relevant sind (z. B. Eisenwaren, Gartenbedarf, Lebendtiere etc.).



#### 4.5 Umland-Wettbewerb

Im nächsten Bearbeitungspunkt erfolgt eine absatzwirtschaftliche Bewertung der zentralen Orte im Einzugsbereich. Analysiert werden Unter- und Mittelzentren in der Einzugsgebietszone 2. Die Unterzentren wurden deshalb aufgeführt, da sie sehr nahe an Kaiserslautern liegen und sie dadurch bei einer Umverteilung stärker betroffen sein könnten. Dieses wird in der Kaufkraftstrommodellrechnung überprüft.

In Zone 3 werden die Mittelzentren erfasst und relevante Unterzentren zusammengefasst.

Außerhalb des Einzugsgebiets beschränken wir uns auf die Analyse der Hauptkonkurrenzstandorte Ludwigshafen, Saarbrücken und Mannheim. Die Einschätzung dieser Zentren dient in erster Linie zur Bestimmung der Abschöpfungsquoten in den jeweiligen Einzugsgebietszonen. Mit anderen Worten: Je stärker diese Zentren im Wettbewerb zu Kaiserslautern stehen, desto stärker strahlen sie in das Einzugsgebiet hinein.

Im gesamten Einzugsgebiet ist Kaiserslautern das einzige Oberzentrum mit einem Verflechtungsbereich, der den Landkreis Kaiserslautern ohne Landstuhl und Ramstein-Miesenbach umfasst. Im Osten wird das Einzugsgebiet durch die Oberzentren Ludwigshafen und Mannheim begrenzt, im Westen erschließt das Oberzentrum Saarbrücken ein eigenes großes Einzugsgebiet.

Bedeutende Einzelhandelsagglomerationen finden sich in Zone 2 in Landstuhl und in Zone 3 in den Mittelzentren und kreisfreien Städten Pirmasens, Homburg und Kusel sowie in Grünstadt, Kirchheimbolanden, Eisenberg und Rockenhausen. Die Versorgungsstrukturen in den Unterzentren im Marktgebiet sind weitestgehend durch Nahversor-

gungseinrichtungen und weitere Angebote des kurzfristigen Bedarfs gekennzeichnet.

Neben der Stadt Kaiserslautern verfügen die Mittelzentren und Städte Pirmasens und Rockenhausen über Einzelhandels- bzw. Stadtentwicklungskonzepte zur Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung, in denen auch die zentralen Versorgungsbereiche abgegrenzt worden sind.

Die Mittelzentren Zweibrücken, Bad Dürkheim und Neunkirchen strahlen nicht stark in das Einzugsgebiet hinein. Dennoch werden sie in der Kaufkraftstrommodellrechnung partiell berücksichtigt (externe Zuflüsse). Das Gleiche gilt für die Oberzentren Mainz und Trier, die außerhalb des Einzugsgebiets liegen, aber bei den Zuflüssen berücksichtigt werden.



Wettbewerb innerhalb des Einzugsgebiets bzw. an dessen unmittelbarer Peripherie	
<b>Zone 2: Landstuhl</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Mittelzentrum. Sitz und Teil der Verbandsgemeinde Landstuhl im Landkreis Kaiserslautern.
Verkehrsanbindung:	Landstuhl ist durch die Bundesautobahnen A 6 und A 62 überregional angebunden. In unmittelbarer Nähe befindet sich das Autobahndreieck der A 6/A 62 Landstuhl-West. Landstuhl ist IC-Halt und eingebunden in den S-Bahnverbund Rhein-Neckar.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	19,7 km (20 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	8.572
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	216,0
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	90,1
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	95,0
darunter: Periodischer Bedarf	50,5
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	10,1
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	11,6
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Fachmarktagglomeration Torfstraße (u. a. Kaufland, toom, KiK, dm), Fachmarktagglomeration Bahnstraße (Vögele, E-Center)
<b>Zone 2: Otterbach</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Sitz und Teil der Verbandsgemeinde Otterbach im Landkreis Kaiserslautern.
Verkehrsanbindung:	Otterbach ist durch die B 270 an das überregionale Verkehrsnetz angebunden. Ebenso hält am Bahnhof Lampertsmühle-Otterbach die Regionalbahn Lautertalbahn, die zwischen Kaiserslautern und Lauterecken-Grumbach verkehrt.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	7 km (12 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	4.048
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	76,0
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	99,6
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	19,9
darunter: Periodischer Bedarf	18,1
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	0,3
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	1,2
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Penny, Wasgau, Aldi, Lidl



<b>Zone 2: Otterberg</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Sitz und Teil der Verbandsgemeinde Otterberg im Landkreis Kaiserslautern.
Verkehrsanbindung:	Anschluss über die A 6 und die A 63 an den überregionalen Fernverkehr. Einbindung über den Saar-Pfalz-Bus in das regionale ÖPNV-Netz.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	10 km (16 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	5.189
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	84,1
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	95,9
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	26,9
darunter: Periodischer Bedarf	21,5
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	2,1
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	2,8
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Penny, Wasgau, Aldi, Lidl, KiK
<b>Zone 2: Enkenbach-Alsenborn</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Sitz und Teil der Verbandsgemeinde Enkenbach-Alsenborn im Landkreis Kaiserslautern.
Verkehrsanbindung:	Anschluss über die A 6.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	13 km (16 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	6.935
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	73,2
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	99,6
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	27,9
darunter: Periodischer Bedarf	21,0
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	2,6
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	3,9
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Penny, E-Aktiv, Wasgau, Lidl, Aldi, Netto
Kurzbeschreibung:	
Disperse Angebotsstrukturen mit Großflächen auf der Gewerbestraße und Otterstraße und einem Lebensmittel-Discounter auf der Hauptstraße. Aperiodischer Bedarfsbereich ist kaum vertreten und dünn im Angebot.	



<b>Zone 2: Hochspeyer</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Sitz und Teil der Verbandsgemeinde Hochspeyer im Landkreis Kaiserslautern.
Verkehrsanbindung:	Anschluss über die B 38 und B 47 an die A 6.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	10 km (14 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	4.536
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	58,4
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	99,1
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	14,4
darunter: Periodischer Bedarf	9,0
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	1,2
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	1,6
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Penny, Netto
<b>Zone 2: Queidersbach (Kaiserslautern-Süd)</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Ortsgemeinde im Landkreis Kaiserslautern und Hauptort der Verbandsgemeinde Kaiserslautern-Süd.
Verkehrsanbindung:	Anschluss an A 62 bei Landstuhl-Alzey.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	15,7 km (23 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	2.842
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	44,1
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	98,1
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	6,2
darunter: Periodischer Bedarf	5,0
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	0,1
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	0,5
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Wasgau
Kurzbeschreibung:	
Im Wesentlichen Angebote aus dem periodischen Bedarf. Keine ausgeprägten Handelslagen und eher disperse Angebotsstrukturen.	
Kurzbeschreibung:	
Im Wesentlichen nur Angebote aus dem Lebensmittelhandwerk und ein Supermarkt. Sehr geringe Zentralität.	



<b>Zone 2: Bruchmühlbach-Miesau</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Sitz und Teil der Verbandsgemeinde Bruchmühlbach-Miesau im Landkreis Kaiserslautern.
Verkehrsanbindung:	Eigener Autobahnanschluss an die A 6.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	29,6 km (25 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	7.350
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	56,5
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	88,8
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	21,2
darunter: Periodischer Bedarf	18,3
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	0,1
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	0,8
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Penny, Wasgau, E-Aktiv
<b>Zone 2: Ramstein-Miesenbach (Stadt)</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Mittelzentrum. Sitz und Teil der Verbandsgemeinde Ramstein-Miesenbach im Landkreis Kaiserslautern.
Verkehrsanbindung:	Eigener Autobahnanschluss an die A 6.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	21 km (23 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	7.492
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	127,7
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	87,6
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	48,8
darunter: Periodischer Bedarf	29,0
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	7,3
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	4,3
Bedeutende Lagen und Anbieter:	SB-Warenhaus SBK, Edeka, Penny, NKD, KiK
Kurzbeschreibung:	
Es überwiegen Nahversorgungsstrukturen.	
Kurzbeschreibung:	
Größte amerikanische Airforce-Base in Deutschland. Potenziale der US-Amerikaner bedingen ein hohes Umsatzvolumen. Disperse Versorgungsstrukturen mit einem rund 4.000 qm großen SB-Warenhaus in der Ortsmitte am Rathausring. Gegenüber den anderen Wettbewerbsstandorten im Landkreis etwas stärkerer Be- satz mit aperiodischen Sortimenten.	



<b>Zone 2: Weilerbach</b>		Kurzbeschreibung:  Gewerbelage mit Discounter und Supermarkt an der Umgehungsstraße. Handelsmischstrukturen auf der Hauptstraße mit inhabergeführtem Baumarkt, Schlecker, Textilanbietern und Lebensmittelhandwerk sowie Foto und Optik. Kein durchgehender Geschäftsbesatz.	
Zentralörtliche Bedeutung:	Ortsgemeinde im Landkreis Kaiserslautern.		
Verkehrsanbindung:	Über Anschlussstelle Kaiserslautern-West.		
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	13,7 km (16 Minuten)		
Einwohner zum 31.12.2010	6.928		
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	63,7		
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	96,0		
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	23,8		
darunter: Periodischer Bedarf	13,3		
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	3,3		
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	3,1		
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Profit-Markt, Schlecker, Baumarkt Hubing, Wasgau, Penny		
<b>Fazit Angebotsstrukturen im Landkreis Kaiserslautern (Zone 2):</b>			
Die Angebotsstrukturen sind weitestgehend auf die Grund- und Nahversorgung ausgerichtet. Nennenswerter aperiodischer Bedarf mit Schwerpunkten in innerstädtischen Leitbranchen Mode und Schuhe ist weitestgehend nicht vorhanden. Landstuhl und Ramstein-Miesenbach weisen diese Sortimentsstrukturen noch am ehesten auf, die in Landstuhl insbesondere durch die Fachmarktlage in der Torfstraße getragen wird. Großflächige Betriebsstrukturen reduzieren sich auf Fachmarktlagen. Es kann grundsätzlich unterstellt werden, dass eine starke Einkaufsorientierung aus dieser Zone auf Kaiserslautern gerichtet ist.			



Angebotsstrukturen im sonstigen Einzugsgebiet (Zone 3)	
<b>Zone 3: Pirmasens</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Mittelzentrum. Kreisfreie Stadt und Verwaltungssitz des Landkreises Südwestpfalz.
Verkehrsanbindung:	Über die B 10 Anschluss an die A 62 (Anschlussstelle Pirmasens). An Kaiserslautern ist Pirmasens mit dem ÖPNV auch über die Biebermühlbahn angebunden.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	36 km (37 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	40.311
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	156,3
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	90,1
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	329,7
darunter: Periodischer Bedarf	97,7
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	39,4
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	51,2
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Fußgängerzone im Bereich Hauptstraße (u. a. C & A), Fachmarktagglomeration Wiesenstraße (Kaufland), Fachmarktagglomeration Zweibrücker Straße (u. a. Real, Rofu, Hornbach)
<b>Zone 3: Homburg</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Mittelzentrum, Kreisstadt des Saarpfalzkreises im Saarland
Verkehrsanbindung:	Anschluss über A 6 und A 8 an das überregionale Straßen- und Verkehrsnetz. Über die pfälzische Ludwigsbahn ist Homburg im Schienenregionalverkehr mit Kaiserslautern und Saarbrücken verbunden.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	42 km (32 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2009	43.256
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	182,4
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	98,4
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	420,7
darunter: Periodischer Bedarf	90,9
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	51,8
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	73,0
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Saarpfalzcenter in der Talstraße (Innenstadt): u. a. C & A Kid's Store, Media Markt, Mode Brinkmann), Fachmarktagglomeration Robert-Bosch-Straße: u. a. Real, Rofu, Tedi, Dehner, Tedox
Kurzbeschreibung:	Gemäß Stadtentwicklungskonzept Pirmasens erstreckt sich die Innenstadt von der Gärtnerstraße im Norden in südlicher Richtung entlang der Schloßstraße und Hauptstraße bis zum Landauer Tor im Süden. In westlicher Richtung gehört der Abschnitt der Bahnhofstraße zwischen Gärtnerstraße und Hauptstraße zur Innenstadt. Die Hauptstraße ist in Teilen als Fußgängerzone ausgebaut. Anbieter mit großen Flächen sind in der Innenstadt C & A, Woolworth, Drogeriemarkt Müller, Baby Waltz und Möbel Zimmermann. In der Waisenhausstraße ist eine Fachmarktagglomeration situiert mit Aldi, Lidl, Netto und Wasgau, einem Restpostenmarkt und dem Schuhfilialisten Deichmann. Mit rund 25.000 qm findet sich im Verlauf der Zweibrücker Straße die größte Fachmarktagglomeration mit den Anbietern Real, Hornbach, Media Markt, Rofu, Vögele, dm, Takko, Aldi, Lidl, Matratzen Concord und andere. Die hohe Zentralitätskennziffer verdeutlicht die hohe Versorgungsbedeutung von Pirmasens für die Südwestpfalz.



<b>Zone 3: Kusel</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Mittelzentrum. Kreisstadt des Landkreises Kusel und Verwaltungssitz der Verbandsgemeinde Kusel.
Verkehrsanbindung:	Kusel ist über die B 420 an die A 62 angeschlossen (ca. 7 km). Über die Glantalbahn ist Kusel über den ÖPNV mit Kaiserslautern verbunden.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	44 km (37 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	6.291
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	227,6
Kaufkraftkennziffer 2009 (Index D=100)	93,9
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	73,0
darunter: Periodischer Bedarf	37,5
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	11,9
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	10,8
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Fachmarktagglomeration in der Industriestraße (u. a. Wasgau, Lidl, KiK).
<b>Zone 3: Rockenhausen</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Stadt im Donnersbergkreis und Sitz der Verbandsgemeinde Rockenhausen, Mittelzentrum.
Verkehrsanbindung:	Rockenhausen ist über die B 48 an die A 63 (Auffahrt Winnweiler) angeschlossen. Es besteht eine Zugverbindung im Stundentakt nach Kaiserslautern.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	31 km (30 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	6.540
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	82,2
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	98,4
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	53,0
darunter: Periodischer Bedarf	31,1
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	5,4
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	7,9
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Fachmarktagglomeration Kaiserslauterner Straße mit Rewe, KiK, Penny, NKD. Solitärstandort Aldi An der Linde und Lidl an der Donnersbergstraße/Lindenhof.
Kurzbeschreibung:	
Innerstädtische Angebotsstrukturen finden sich im Bereich der Bahnhofstraße, Marktstraße und Trierer Straße. Der größte Anbieter ist mit dem Textilhaus Engler mit rund 700 qm (auf 2 Etagen) in der Bahnhofstraße situiert. Ansonsten finden sich im innerstädtischen Bereich eher kleinfächige Einzelhandelsstrukturen, die aber einige wenige namhafte Filialisten aufweisen (u. a. Ernsting's Family, Schlecker, Ihr Platz, NKD). In der Industriestraße finden sich übliche Fachmarktbetreiber (dm, Fressnapf, KiK, Takko) und als größter Leitbetrieb ein Verbrauchermarkt des Betreibers Wasgau und die Discounter Lidl und Aldi.	



<b>Zone 3: Kirchheimbolanden</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Kreisstadt im Donnersbergkreis und Sitz der Verwaltungsgemeinde Kirchheimbolanden, Mittelzentrum.
Verkehrsanbindung:	Kirchheimbolanden ist unmittelbar mit eigener Auffahrt an die A 63 angebunden.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	37 km (30 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	7.797
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	157,3
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	96,9
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	65,0
darunter: Periodischer Bedarf	43,7
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	10,8
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	7,0
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Fachmarktagglomeration in der Mühlstraße mit einem E-Aktiv-Markt, Netto, AWG.
<b>Zone 3: Eisenberg</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Stadt im Donnersbergkreis und Sitz der gleichnamigen Verbandsgemeindeverwaltung, Mittelzentrum.
Verkehrsanbindung:	Über die K 35 besteht Anschluss an die A 6 bei Wattenheim.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	31 km (26 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	11.648
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	82,2
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	88,6
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	49,7
darunter: Periodischer Bedarf	31,5
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	6,6
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	5,0
Bedeutende Lagen und Anbieter:	HIT (Konrad-Adenauer Straße), Fachmarktagglomeration In den Geldäckern mit Lidl, AWG, K+K Schuhcenter, dm.
Kurzbeschreibung:	
Innerstädtische Einzelhandelslagen im Bereich der Uhlandstraße, Vorstadt, Edenbornstraße und Schloßstraße mit kleinteiligem Facheinzelhandel. Zwei Fachmarktagglomerationen mit den Ankermiern E-Aktiv bzw. HIT in der Hitzfeldstraße.	
Kurzbeschreibung:	
Im Verlauf der Kerzenheimer Straße finden sich innerstädtische kleinteilige Facheinzelhandelsbetriebe, ohne nennenswerte Ankermieter. Arrondierender Handelsbesatz findet sich in Streulagen (Konrad-Adenauer-Straße) und u. a. in der Philip-Mayer Straße (Edeka).	



<b>Zone 3: Grünstadt</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Verbandsfreie Stadt im Landkreis Bad Dürkheim, Mittelzentrum.
Verkehrsanbindung:	Direkte Anbindung über die A 6.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	37 km (30 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	13.059
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	227,0
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	108,3
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	170,0
darunter: Periodischer Bedarf	78,4
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	20,0
Sonstige Hartwaren, Elektro/Technik	13,5
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Globus SB-Warenhaus im Gewerbegebiet Im Hahnenthal, Kaufland, DM, Rewe, Toom-BM in der Fachmarktagglomeration Kirchheimer Straße, Fachmarktagglomeration Carl-Zeiss-Straße mit Aldi, Tedi, Deichmann, KiK.
Sonstige Unterzentren und Kleinzentren im Einzugsgebiet weisen überwiegend nur Nahversorgungsstrukturen mit vereinzelten Betrieben des Lebensmittelhandwerks auf und werden nicht näher erläutert. Diese sind in der Marktverteilungsrechnung (Unterzentren im Landkreis Pirmasens, sonstige Unterzentren im östlichen Marktgebiet) zusammengefasst worden.	



Wettbewerbsstandorte außerhalb des Einzugsgebiets	
<b>Ludwigshafen</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Kreisfreies Oberzentrum und nach Mainz die zweitgrößte Stadt in Rheinland Pfalz.
Verkehrsanbindung:	Anbindung über die A 650 an die weiteren überregionalen Autobahnen (A 61, A 6).
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	63 km (42 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	162.790
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	111,4
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	92,8
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	936,8
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Haupthandelslagen in der Innenstadt (1a-Lage) ist die Bismarckstraße. Shoppingcenter: Rathaus-Center (rd. 30.000 qm Verkaufsfläche, Ankermieter u. a. Rewe, Reno, Deichmann, Saturn, TK-maxx), Walzmühle (rd. 15.000 qm Mietfläche, Ankermieter u. a. Real, Tedi, KiK), Rhein-Galerie (rd. 35.500 qm Mietfläche, Ankermieter u. a. C & A, H & M, Hollister, Roland), diverse Fachmarktlagen.
Kurzbeschreibung:	
Ludwigshafen bildet eines der insgesamt fünf Oberzentren in Rheinland-Pfalz. Durch die Lage im Ballungsraum Rhein-Neckar ist ein Einzugsbereich von ca. 600.000 Einwohnern gegeben. Dieser ist durch die große Konkurrenz der benachbarten Städte Mannheim und Heidelberg stark begrenzt. Dies wird durch die im Vergleich mit anderen Großstädten relativ niedrige Zentralität abgebildet. Das Kaufkraftniveau liegt mit 92,7 (2009) sichtbar unter dem Landes- und Bundesdurchschnitt und zeigt seit Ende der 1990er Jahre rückläufige Tendenzen. Das sinkende Kaufkraftniveau korrespondiert mit einem im Vergleich hohen Arbeitslosenniveau, das mit 10,2 % (2008) deutlich über dem Landes-, wie auch dem Bundesdurchschnitt liegt. Die Umsetzung der Rhein-Galerie auf dem Gelände des ehemaligen Zollhofhafens wird den Standort zusätzlich aufwerten. Seit 2006 ist eine Belebung des Handels sichtbar, der sich in steigenden Spitzenmieten bei den kleinen Flächen (bis 100 qm) ausdrückt. Diese erreichen mit 40 Euro/qm seit 2007 wieder das Niveau Ende der 1990er Jahre.	
<b>Mannheim</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Das Oberzentrum Mannheim ist die zweitgrößte Stadt Baden-Württembergs.
Verkehrsanbindung:	A 6, A 61, A 650
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	66 km (46 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	310.335
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	147,2
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	96,2
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	2.393,0
Bedeutende Lagen und Anbieter:	Haupthandelslagen in der Innenstadt (1a-Lage) ist die Kurpfalzstraße, Planken, Mannheimer Fressgass. Shoppingcenter: Seilwolff-Center (Ankermieter Edeka, AWG, Rossmann), diverse Fachmarktlagen.
Kurzbeschreibung:	
Mannheim gehört zu den 10 Oberzentren in Baden-Württemberg und bildet mit einem Einzugsbereich von ca. 1,5 Mio. Einwohnern das wichtigste Einzelhandelszentrum im Rhein-Neckar-Raum. Die überdurchschnittlich hohe Zentralitätskennziffer unterstreicht die hohe Bedeutung für das Umland. Mannheim weist mit 61 % für einen Ballungsraum einen leicht unterdurchschnittlichen Filialisierungsgrad auf. Das innerstädtische Einzelhandelsgeschehen zeigt eine positive Entwicklung auf, was durch geringe Leerstände, stabile Spitzenmieten und Renditen in den zentralen Lagen (Planken, Kurpfalzstraße) dokumentiert wird. Die Spitzenmieten in 1a-Lage liegen bei 120 bis 125 Euro/qm, die Nettoanfangsrenditen bei 6,3 %. Die Realisierung verschiedener Projekte in der Innenstadt, wie das Kaufhaus Peek & Cloppenburg oder die Engelhornhäuser, haben den Einzelhandelsstandort in den vergangenen Jahren weiter aufgewertet. Mit Engelhorn und vielen internationalen Filialisten hat die Innenstadt ein überdurchschnittliches Angebot im Textilbereich. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau ist seit 2004 rückläufig und liegt mit ca. 96,4 Punkten unter dem Landes- bzw. unter dem Bundesdurchschnitt.	



<b>Saarbrücken</b>	
Zentralörtliche Bedeutung:	Landeshauptstadt des Saarlandes, Oberzentrum.
Verkehrsanbindung:	Direkte Anbindung über die A 6.
Distanz/Fahrtzeit zum Projektstandort:	71 km (46 Minuten)
Einwohner zum 31.12.2010	174.660
Zentralitätskennziffer 2009 (Index D=100)	158,4
Kaufkraftkennziffer 2010 (Index D=100)	95,7
EH-Umsatz 2009 (Mio. Euro)	1.452,3
Bedeutende Lagen und Anbieter:	<p>Haupthandelslagen in der Innenstadt (1a-Lage) ist die Bahnhofstraße. Shoppingcenter: Saarbasar (rd. 32.000 qm Mietfläche, Ankermieter u. a. real, Media Markt, Adler), Europa-Galerie (rd. 25.000 qm Verkaufsfläche, Ankermieter u. a. Rewe, Saturn, H &amp; M, Thalia), diverse Fachmarktlagen.</p>
	Kurzbeschreibung:
	<p>Saarbrücken erfüllt die Funktion eines Oberzentrums mit überregionaler Bedeutung. Es nimmt Versorgungsfunktionen sowohl für das Saarland und weite Teile der Pfalz als auch für das angrenzende französische Gebiet wahr. Saarbrücken weist einen überdurchschnittlich hohen Zentralitätsgrad auf, was die hohe Bedeutung als Einzelhandelsstandort für das Umland verdeutlicht. Das innerstädtische Einzelhandelsgeschehen ist als relativ stabil anzusehen, was die konstante Mietentwicklung seit Mitte der 1990er Jahre belegt. Das Kaufkraftniveau liegt mit 95,0 Punkten (2010) in etwa auf dem Landes-, jedoch deutlich unter dem Bundesdurchschnitt. Hierin spiegelt sich ein hoher Anteil an Studierenden sowie Senioren, gemessen an der Gesamtbevölkerung, wieder. Das Niveau nimmt durch die anhaltend überdurchschnittlich hohe Arbeitslosigkeit (11,6 % für den Regionalverband in 2008) seit 2004 kontinuierlich ab und übt durch die sinkende Nachfrage einen gewissen Druck auf die Mieten aus. Die Mieten haben sich seit Ende der 1990er Jahre weitestgehend stabil auf einem Niveau von 80 bis 85 Euro/qm entwickelt. Das bereits fertiggestellte Fachmarktzentrum Saarbasar sowie das Shoppingcenter Europa-Galerie beleben das innerstädtische Einzelhandelsgeschehen und erhöhen zusätzlich die Attraktivität als Einzelhandelsstandort.</p>



## 4.6 Einzelhandelszentralität und Kaufkraftbindung in Kaiserslautern

### 4.6.1 Einzelhandelszentralität

#### Definition

Die Einzelhandelszentralität ist eine Handelskennzahl, die den Saldo aus dem am Ort getätigten Umsatz im stationären Einzelhandel und der am gleichen Ort ansässigen ladenhandelsrelevanten Nachfrage abbildet.

Sie errechnet sich wie folgt: Umsatz/Nachfrage x 100

Liegt die Kennzahl unter 100, fließt per Saldo Kaufkraft aus der Kommune ab. Ein Wert über 100 zeigt dementsprechend per Saldo einen Kaufkraftzufluss an, die Gemeinde zieht also mehr Nachfrage aus dem Umland an, als sie dorthin abgibt.

Für die Bewertung der Einzelhandelszentralität und der Kaufkraftbindung in Kaiserslautern wurden die drei Hauptwarenguppen periodischer Bedarf, modischer Bedarf und die Sammelwarenguppe sonstige Hartwaren, Elektro/Technik hinsichtlich des Nachfragevolumens und des Umsatzvolumens bewertet.

#### Einzelhandelszentralität in Kaiserslautern gesamt

Der in Kaiserslautern in den drei Hauptwarenguppen ansässigen ladenhandelsrelevanten Gesamtnachfrage in Höhe von 385,6 Mio. Euro p. a. steht ein geschätzter Umsatz von rund 632 Mio. Euro gegenüber. Daraus errechnet sich eine Zentralitätskennziffer von 164. Über alle

Warenguppen betrachtet, beträgt die Zentralitätskennziffer 157. Dieser Wert ist für ein Oberzentrum, auch vor dem Hintergrund der schwachen Versorgungsstruktur im Landkreis, voll ausreichend und gut.

#### Einzelhandelszentralität bei alleiniger Berücksichtigung der Innenstadt von Kaiserslautern<sup>6</sup>

Einzelhandelszentralitäten in Kaiserslautern – Innenstadt				
	Periodischer Bedarf	Modischer Bedarf	Sonst. Hartwaren, Elektro/Technik	Gesamt
Nachfrage Zone 1 (Mio. Euro)	259,7	53,0	72,9	385,6
Umsatz (Mio. Euro)	83,3	90,3	68,0	241,6
Kaufkraftstrom saldiert (Mio. Euro)	-176,4	37,3	-4,9	-144,0
Zentralitätsmaß	32	170	93	63

Bei alleiniger Betrachtung der Innenstadt von Kaiserslautern im Verhältnis zum relevanten Gesamt-Nachfragepotenzial der Stadt (Zone 1) wird deutlich, dass die Innenstadt eine niedrige Zentralität im Bereich periodischer Bedarf aufweist und eine für ein Oberzentrum unterdurchschnittliche Zentralität im Segment sonstige Hartwaren, Elektro/Technik zeigt. Zum Vergleich: Die Innenstadt von Mannheim weist in dieser Warenguppe ein Zentralitätsmaß von 150 auf.

Anmerkung: Der Innenstadtumsatz beinhaltet diejenigen Umsätze, die sich nach der Karstadtschließung auf die Innenstadtanbieter verteilt haben.

<sup>6</sup> Nur die vorhabenrelevanten Umsätze der Warenguppen sind aufgeführt.



## 4.6.2 Kaufkraftbindung in Kaiserslautern

### Methodik

Die Analyse der Zentralitätsindices weist bereits auf die Bedeutung von Kaiserslautern als Einkaufs- und Versorgungsstandort hin. Einen genaueren Aufschluss über den Umfang möglicher Kaufkraftabflüsse in das Umland gibt die Ermittlung der tatsächlichen Kaufkraftbindung.

Im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung werden für alle Standortbereiche die Umsatzherkunft simuliert und dabei Abflüsse in die umliegenden Wettbewerbsstandorte berücksichtigt. Aus umgekehrter Perspektive werden im Rahmen einer Plausibilitätsüberprüfung auch die Umsatzherkünfte der Umland-Standorte bestimmt. Hierfür werden bevorzugt auch eigene empirische Befunde zum Einkaufsverhalten und zur Kundenschichtung in der Kaiserslauterer Innenstadt und in den sonstigen Standortbereichen, gestützt durch die Erkenntnisse aus der repräsentativen Haushaltsbefragung herangezogen.

Im Ergebnis entsteht eine schlüssige Modellrechnung, in der

- zum einen die Umsatzhöhe und -herkunft aller im Untersuchungsgebiet enthaltenen Standortbereiche des Einzelhandels schlüssig erklärt werden und
- zum anderen der Verbleib der im Untersuchungsraum ansässigen Nachfrage ebenso schlüssig dargelegt ist.

Die Modellrechnung bildet insoweit auch die gegenseitigen Kaufkraftverflechtungen zwischen den Standorten des Untersuchungsraums ab.

Sie wurde differenziert für die folgenden, in besonderem Maße projektrelevanten Warengruppen durchgeführt:

- Periodischer Bedarf und Gesundheit
- Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren
- Hartwaren, Elektro/Technik

Die Marktverteilungsrechnungen finden sich im Anhang.

### *Kaufkraftbindung im periodischen Bedarf in Zone 1*

Innerhalb des definierten Einzugsgebiets wurde im periodischen Bedarf ein Nachfragevolumen von rd. 1,26 Mrd. Euro ermittelt. Davon wird knapp ein Viertel (rd. 309 Mio. Euro) durch die in der Stadt Kaiserslautern etablierten Betriebe gebunden. Zusätzlich ist nach unserer gutachterlichen Einschätzung ein externer Kaufkraftzufluss (Touristen, Tagesbesucher, angrenzendes Umland, amerikanische Soldaten) von rd. 13,6 Mio. Euro zu berücksichtigen, wodurch sich das im Sortimentsbereich gebundene Umsatzvolumen auf 322,5 Mio. Euro erhöht. Darauf bezogen entspricht der Zufluss einem Anteil von ca. 4 % des Umsatzes.

Das ermittelte Umsatzvolumen rekrutiert sich bei nachfolgenden Bindungsstrukturen. In der Stadt Kaiserslautern (Zone 1) erreicht der Bindungswert mit ca. 91,2 % eine rechnerische Vollbindung der Kaufkraft, da vagabundierende Kaufkraftanteile zu berücksichtigen sind.

Aus der Marktzone 2 orientieren sich durchschnittlich knapp 17 % des Nachfragevolumens in das Stadtgebiet von Kaiserslautern. Die innerhalb der Marktzone etablierten Versorgungszentren sind in ihrer Angebotsstruktur hauptsächlich auf das periodische Segment ausgerichtet,



so dass sich die Bindungsmöglichkeiten in Kaiserslautern auf die besagte Größe begrenzen. Hauptversorger sind die großflächige Fachmarktstandorte, die knapp die Hälfte der zufließenden Kaufkraft binden. In die Innenstadt ist gut ein Drittel der Kaufkraft orientiert und wird im Schwerpunkt durch Drogeriemärkte und Apotheken gebunden. Aber auch die Nahversorgungs- und Streulagen können noch knapp 20 % der Zuflüsse auf sich vereinigen. Damit wird deutlich, dass die Stadt für die Landkreisbevölkerung eine Bedeutung in der Nah- und Grundversorgung hat (über 51 Mio. Euro werden mit Landkreiskunden umgesetzt).

Die in Zone 3 erfassten Städte und Gemeinden können mehr als drei Viertel ihres Nachfragepotenzials selbst binden. Kaiserslautern ist lediglich eine von mehreren erreichbaren Versorgungsalternativen, wodurch sich die Bindungsmöglichkeiten auf ca. 3 % des Nachfragevolumens begrenzen. Trotzdem fließt noch ein jährliches Volumen von rd. 21 Mio. Euro ins Stadtgebiet.

Vereinfachte Kaufkraftbilanz periodischer Bedarf*				
	Nachfragevolumen aus/von	Kaufkraftbindung	Gebundener Umsatz	Umsatz stammt aus
Marktzone	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.	%
Spalte/Rechengang	(1)	(2)	(3)=1x2/100	(4)=(3)/Σ3/100
Zone 1	259,7	91,2	236,9	73,5
Zone 2	302,1	16,9	51,2	15,9
Zone 3	701,7	3,0	20,8	6,5
Summe	1.263,4	24,4	308,9	95,8
Externer Zufluss			13,6	4,2
<b>Gesamtumsatz</b>			<b>322,5</b>	<b>100,0</b>

\*Vgl. Anhang, MV Ist periodischer Bedarf, S. 71, Kaufkraftbindung = Zeile Kaiserslautern gesamt und Spalten 3, 5 und 7: gebundener Umsatz = Spalten 2, 4 und 6 der Zeile Kaiserslautern gesamt

### Kaufkraftbindung modischer Bedarf

In der Warengruppe Mode ist im Marktgebiet der Stadt Kaiserslautern ein Nachfragevolumen von rd. 270 Mio. Euro p. a. vorhanden. Das Oberzentrum bindet aus dem ermittelten Potenzial knapp 117 Mio. Euro oder gut 43 %. Zusätzlich sind sporadische Kaufkraftzuflüsse von außerhalb bzw. nicht erfasste Potenziale zu berücksichtigen, die auf gut 17 Mio. Euro im Jahr zu veranschlagen sind. Damit ergibt sich in Kaiserslautern ein warengruppenspezifischer Jahresumsatz von rd. 134 Mio. Euro.

Innerhalb der einzelnen Marktzentren sind nachfolgende Bindungsquoten angesetzt: Die städtische Kaufkraft verbleibt nahezu vollständig im Stadtgebiet Kaiserslautern. Versandhandel und E-Commerce sind aus den verwendeten Verbrauchsausgaben herausgerechnet, so dass lediglich noch zu anderen Zentren vagabundierende Kaufkraft zu berücksichtigen ist. Dementsprechend ist die städtische Bindungsquote mit 94,5 % des Nachfragevolumens anzusetzen.

Die in der Marktzone 2 bestehenden Versorgungszentren können lediglich eine begrenzte Grundversorgung abdecken. Bei der räumlich günstigen Zuordnung zur Stadt Kaiserslautern ist von einer ausgeprägten Orientierung auszugehen. Die Versorgungsbedeutung von Kaiserslautern für die Landkreisbevölkerung äußert sich in einem Bindungswert, der mit 51,8 % über die Hälfte der vorhandenen Nachfrage umfasst.

In der Marktzone 3 sind dagegen leistungsstarke Mittelzentren enthalten, die eine ausgeprägte Eigenbindung und Umlandversorgung haben. Kaiserslautern ist allerdings eine günstig zu erreichende und besser ausgestattete Versorgungsalternative, die noch stark frequentiert



wird. Bindungsmäßig drückt sich das in einer Quote von rd. 21,5 % des Nachfragevolumens aus.

Vereinfachte Kaufkraftbilanz modischer Bedarf				
	Nachfragevolumen aus/von	Kaufkraft-bindung	Gebundener Umsatz	Umsatz stammt aus
Marktzone	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.	%
Spalte/Rechengang	(1)	(2)	(3)=1x2/100	(4)=(3)/Σ3/100
Zone 1	53,0	94,5	50,1	37,3
Zone 2	65,6	51,8	34,0	25,3
Zone 3	151,9	21,5	32,7	24,3
Summe	270,5	43,2	116,8	87,0
Externer Zufluss			17,5	13,0
<b>Gesamtumsatz</b>			<b>134,3</b>	<b>100,0</b>

#### Kaufkraftbindung sonstige Hartwaren, Elektro/Technik

Die Nachfrage- und Bindungsstrukturen sind bei dieser Hauptwarengruppe ähnlich wie bei der vorher beschriebenen Hauptwarengruppe Mode. Innerhalb des Marktgebiets ist ein Nachfragevolumen von über 376 Mio. Euro präsent. Davon sind im Oberzentrum Kaiserslautern gut 152 Mio. Euro (40,5 %) gebunden. Die externen und sporadischen Kaufkraftzuflüsse belaufen sich auf rd. 23 Mio. Euro p. a. oder 13,1 % des sich auf gut 175 Mio. Euro belaufenden Umsatzvolumens.

Innerhalb der Marktzone 1 (Stadt Kaiserslautern) ist die Bindungsquote mit über 90 % des Nachfragevolumens angesetzt.

Da auch in diesen Sortimenten eine schwache Eigenversorgung in den Zentren der Marktzone 2 gegeben ist, orientiert sich mehr als die Hälfte der Nachfrage in das benachbarte Oberzentrum.

Die innerhalb der Marktzone 3 liegenden Zentren binden mit ihrem Versorgungsangebot erhebliche Kaufkraftanteile, so dass Kaiserslautern als Einkaufsalternative eine Bindung von rd. 18 % durchsetzen kann.

Vereinfachte Kaufkraftbilanz Warengruppe Sonstige Hartwaren/Elektro				
	Nachfragevolumen aus/von	Kaufkraft-bindung	Gebundener Umsatz	Umsatz stammt aus
Marktzone	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.	%
Spalte/Rechengang	(1)	(2)	(3)=1x2/100	(4)=(3)/Σ3/100
Zone 1	72,9	90,5	66,0	37,6
Zone 2	91,6	52,6	48,2	27,5
Zone 3	212,1	18,0	38,2	21,8
Summe	376,6	40,5	152,4	86,9
Externer Zufluss			23,0	13,1
<b>Gesamtumsatz</b>			<b>175,4</b>	<b>100,0</b>

#### Fazit

Über alle drei Warengruppen hinweg sind im Oberzentrum Kaiserslautern rd. 632 Mio. Euro Jahresumsatz gebunden. Bezogen auf das Nachfragepotenzial (1,9 Mrd. Euro) sind durchschnittlich gut 30 % im Oberzentrum gebunden, als sporadische und externe Zuflüsse kommen rd. 54 Mio. Euro (= 8,6 % des Gesamtumsatzes) zusammen.



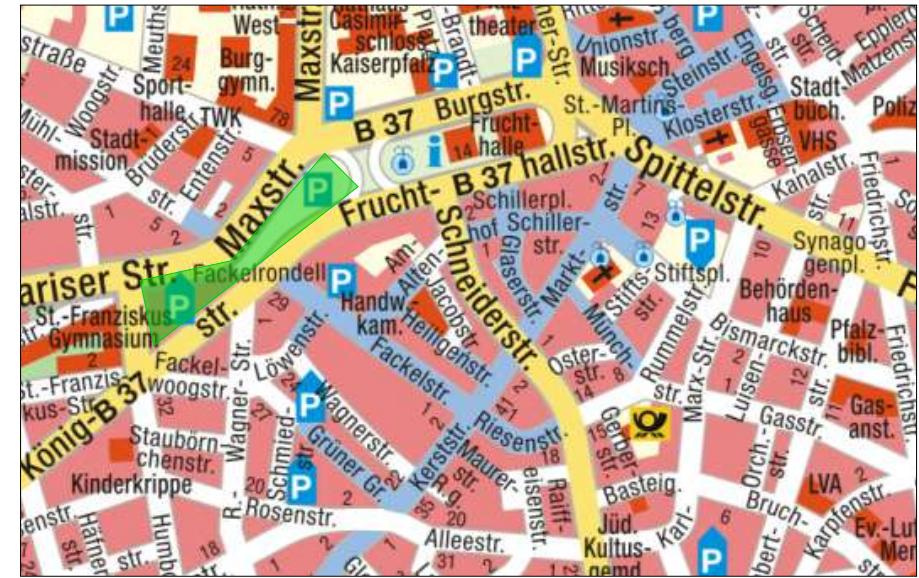
## 5 PROJEKTANALYSE PLANVORHABEN "KARSTADT/ALTES PFALZTHEATER"

Nachdem die Standortlage des Gesamtvorhabens hinlänglich durch die Medien und die Stadt Kaiserslautern der Öffentlichkeit präsentiert worden ist, beschränken sich die Ausführungen zum Standort, zu den Konzeptskizzen und zur verkehrlichen Einbindung nur auf die wesentlichen Merkmale. Zudem ist hinsichtlich der Verkehrseinbindung des Vorhabens ein externes Büro mit einer Machbarkeitsstudie, insbesondere zur Abwicklung des ruhenden Verkehrs, beauftragt.

Die zu beplanende Gesamtfläche liegt am nordwestlichen Ende der Fackelstraße am Ende der Fußgängerzone am Fackelrondell. Die B 37 bildet im Verlauf der Königstraße und der Fruchthallstraße eine deutliche Zäsur und begrenzt mit der im Norden der Fläche verlaufenden Pariser Straße bzw. Maxstraße das Areal. Die derzeitige Nutzung besteht auf der westlichen Seite aus der leerstehenden Karstadt-Immobilie, der östliche Teil wird als öffentlicher Parkraum genutzt.

Die Fußgängerfrequenz in der Fackelstraße bricht in der gegenüberliegenden Mühlstraße deutlich ab. Die Leitnutzungen im Erdgeschoss in der Mühlstraße sind stark gastronomisch orientiert und weisen nicht mehr die Vielfältigkeit im Branchenmix auf, wie beispielsweise in der Fackelstraße und den weiteren Haupthandelsbereichen in der Fußgängerzone (insbesondere auch Riesenstraße, Kerststraße und Marktstraße).

### 5.1 Mikrostandort Karstadt/Altes Pfalztheater



Kartengrundlage: Stadt Kaiserslautern

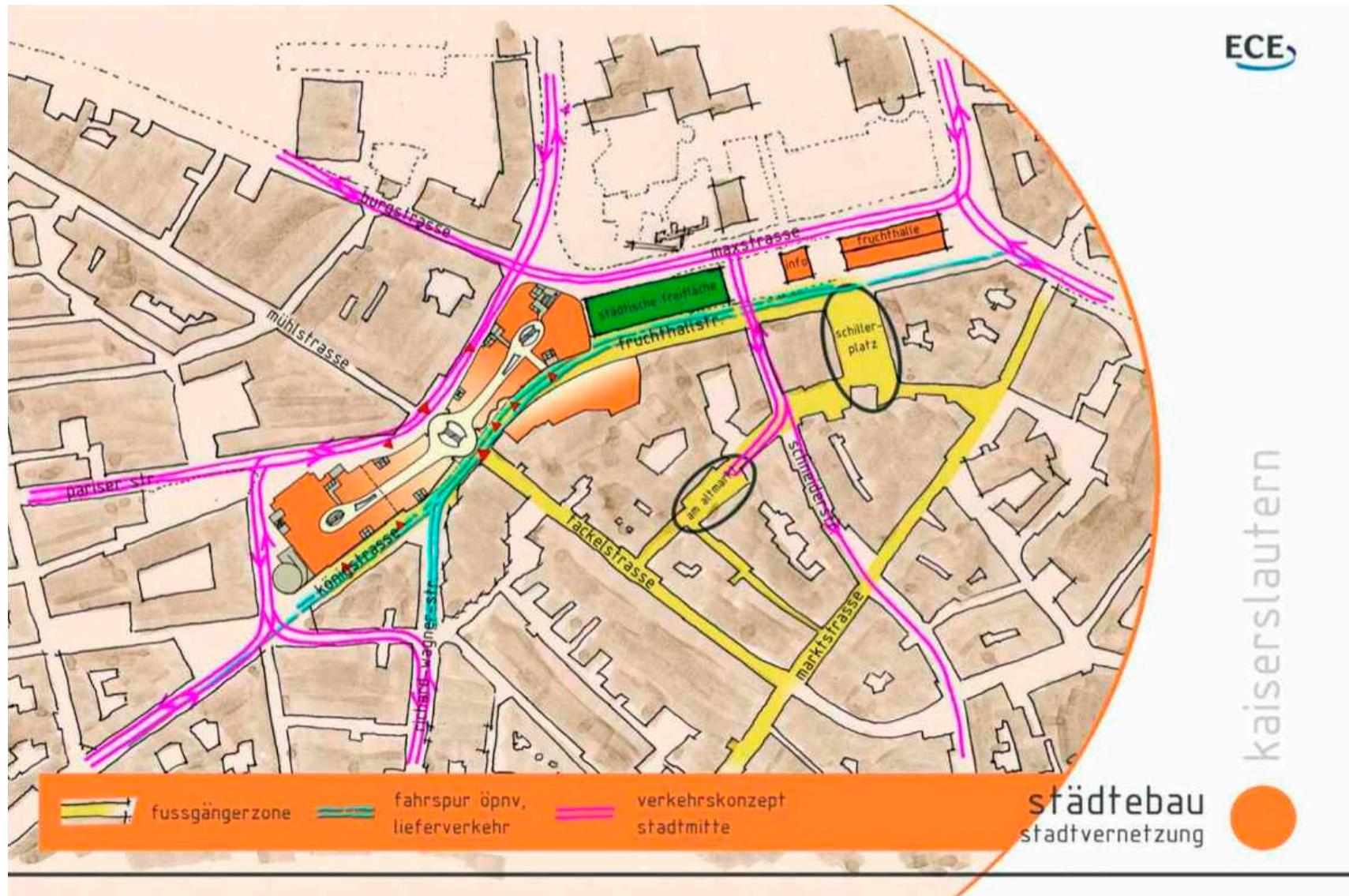
Außerhalb der Fußgängerzone gibt es am Mikrostandort aus Handelsicht deutliche Anzeichen eines Lagenverfalls. V. a. im Verlauf der Richard-Wagner-Straße, Königstraße ist eine deutliche Abwertung des Angebotsbesatzes durch Sex-Shops, Spielhallen und Nachtclubs festzustellen. Der Handelsbesatz in diesen Lagen wird deutlich durch Dienstleistungsangebote und Büro-/Wohnnutzungen durchbrochen.

Gemäß Bestandsanalyse der Stadt Kaiserslautern gibt es derzeit in den C-Lagen (Randlagen) Leerstände. Ursachen können ein massiven Innovationsstau und Probleme bei der Nachfolgeregelung bei den Bestandsanbietern sein.



kaiserslautern

städtebau  
luftbild





## 5.2 Verkehrsanbindung

Die Fläche wird sowohl durch die B 37 (Königstraße, Fruchthallstraße) im Süden, als auch die Pariser Straße, Maxstraße im Norden eingegrenzt. Auf der Königstraße und Fruchthallstraße fließt der Verkehr nur nach Osten, auf der Maxstraße fließt der Verkehr nach Westen. Der östliche Bereich des Rondells mit der Parkfläche kann umfahren werden. Eine weitere Wendemöglichkeit besteht am St.-Martins-Platz.

Auf der Königstraße befindet sich an der Altimmobilie Karstadt die Bushaltestelle Fackelwoogstraße der Buslinie 872. Etwas weiter östlich befindet sich ferner die Bushaltestelle Fackelbrunnen der Linie 2652 in Nähe der Parkflächen Altes Pfalztheater.

Von der Fackelstraße ist eine unterirdische Querung der viel befahrenen B 37 in Richtung Mühlstraße unmittelbar am Fackelrondell möglich.

Parkmöglichkeiten bestehen neben dem derzeit geschlossenen Parkhaus von Karstadt am Parkplatz Altes Pfalztheater unmittelbar auf der Projektfläche. In der Nähe befinden sich die Parkplätze in der Pariser Straße, die Tiefgarage Pfalztheater, die Tiefgarage der Kreissparkasse Am Altenhof sowie das Parkhaus City in der Löwenstraße.

## 5.3 Grundsätzliche Eignung der vorgelegten Planung für ein Shoppingcenter

Seitens des Hamburger Shoppingcenter-Betreibers ECE liegt eine konkrete Planung für ein 20.900 qm großes Shoppingcenter zzgl. Gastronomie- und Dienstleistungsflächen vor, welches im Folgenden hinsichtlich der Auswirkungen auf das Bestandsgefüge in Kaiserslautern weiter untersucht wird. Der Branchenmix der Hauptwarengruppen basiert auf von der Stadt Kaiserslautern an BulwienGesa übergebenen ECE-Angaben.

Die Altimobilie Karstadt soll vollumfänglich in die Planung für das Shoppingcenter (Stadtgalerie Kaiserslautern) einbezogen werden. Eine vollflächige Bebauung wird seitens des Investors als Grundbedingung für das Funktionieren des Shoppingcenters gesehen.

Die großflächigen Ankermieter befinden sich an den Enden der Galerie. In der engen baulichen Situation im mittleren Bereich in der Verbindung Fackelstraße/Mühlstraße sind Übergänge und Lichthöfe vorgesehen. Zum Fußgängerbereich wird die Galerie somit geöffnet.

### *Bauliches Konzept*

Das bauliche Konzept hat sich durch die städtebaulich und verkehrlich bedingte "Einschnürung" der Fläche im Bereich Fackelrondell und der insgesamt begrenzten räumlichen Lage der Erweiterungsfläche "Altes Pfalztheater" an diese Flächenvorgaben zu richten.

Wie aus den Skizzen ersichtlich, besteht das Konzept aus zwei Gebäudeteilen, die über ein durchlässiges Atrium auf der Höhe Einmündung Fackelstraße und Mühlstraße miteinander verbunden sind. Der westliche Gebäudeteil umfasst die Altimobilie Karstadt, der östliche



Gebäudeteil überbaut die jetzt als Parkplatzfläche genutzte Fläche des "Alten Pfalztheaters". Die Bestandshöhen des Karstadt-Gebäudes werden übernommen und als höchstes Baumaß nicht überschritten. Die Shopping-Galerie soll im Bereich des Atriums mit einer Glasfront versehen werden, die zu beiden Seiten des Atriums in den Richtungen Fackelstraße und Mühlstraße durchlässig ist. Die Durchlässigkeit soll nach dem Willen der Stadt Kaiserslautern ganztägig auch außerhalb der Öffnungszeiten gewährleistet sein. Als möglicher Baubeginn wird, vorbehaltlich der Schaffung des Baurechts, das Frühjahr 2012 genannt. Die Eröffnung der Stadtgalerie ist für 2014 geplant.

#### *Flächenstruktur, Branchenmix und Stellplatzausstattung*

Es sind insgesamt 4 Handelsgeschosse (Basement bis 2. Obergeschoss) vorgesehen und 2 weitere Geschosse für Parken und weitere Serviceeinrichtungen. Nach Auskunft des Betreibers und Investors ECE sollen neben dem allgemeinen Ladenbesatz insbesondere großflächige Ankerbetriebe mit textilen Sortimenten und Unterhaltungselektronik als Mieter für die Stadtgalerie gewonnen werden.

Unter Einbeziehung der Karstadt-Flächen gehen wir von einem Branchenmix aus, der rund 54 % Bedarfsgüter aus dem modischen Bedarf, 32 % aus dem Bedarfsbereich Hartwaren, Elektro/Technik und 14 % aus dem periodischem Bedarf und Gesundheit aufweisen wird. Somit erwarten wir die stärkste Positionierung im Bereich textile Sortimente. Es werden zusätzlich noch gastronomische Angebote und Dienstleistungsflächen zum Angebot in der Stadtgalerie gehören.

Das bestehende Parkrondell der Karstadt-Immobilie wird in das neue Konzept mit einbezogen. Auf drei Parkebenen auf dem Dach sind insgesamt 500 Stellplätze vorgesehen.

#### **5.4 Städtebauliche Integration**

Das Projekt befindet sich im Anschluss an die 1a-Lage und unmittelbar neben dem leergezogenen Karstadt-Haus. Es ist entlang der Königstraße/Fruchthallstraße und entlang der Pariser Straße sowie westlich des Karstadt-Hauses baulich eingefasst. In Richtung Rathaus und nördlich der Fruchthallstraße gibt es Freiräume. Insgesamt handelt es sich um einen voll integrierten Standort.

Eine weitere städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist nicht Gegenstand der Einzelhandelsverträglichkeitsprüfung.



## 6 UMSATZ- UND WIRKUNGSANALYSE

### 6.1 Vorbemerkung Karstadt-Warenhaus

Das in Kaiserslautern betriebene Karstadt-Warenhaus wurde im Frühjahr 2009 geschlossen und seine Immobilie steht seitdem leer. Der mehrgeschossige Komplex verfügte über eine Verkaufsfläche von insgesamt rd. 12.000 qm. Das Objekt und seine Grundfläche sind Bestandteil des genehmigten Einkaufszentrums und die Handelsfläche wird auf die genehmigte Größe von insgesamt 20.900 qm erweitert. Damit kommt es in Verbindung mit dem Einkaufszentrum-Projekt in der Innenstadt von Kaiserslautern zu einem Flächenzuwachs von ca. 8.900 qm.

Da es sich bei dem Karstadt-Warenhaus um eine genehmigte Verkaufsfläche handelt, die mit einem interessierten Betreiber jederzeit wieder in Betrieb gehen könnte, sind lediglich die mit der Nutzungsänderung und der Erweiterung verbundenen Wirkungen für das Genehmigungsverfahren von Bedeutung.

Es wird zunächst methodisch in einem ersten Schritt das Gesamtobjekt in seiner wahrscheinlichen Flächennutzung beurteilt. Dabei orientieren wir uns in der folgenden Bewertung auf das Einkaufszentrum im Gesamten mit einer centerüblichen Flächennutzung. Die dafür berechneten Umsätze werden in ihrer Zusammensetzung wirkungsanalytisch betrachtet.

In einem weiteren Schritt werden die anzunehmenden Karstadtumsätze und die nach der Schließung erfolgte Verteilung auf die Versorgungsbereiche in Kaiserslautern von den berechneten Veränderungsvoluminas abgezogen, um so eine ausschließlich durch die Nutzungsänderung und Erweiterung hervorgerufene Wirkung herzuleiten.

### Karstadt-Umsatz:

Die Höhe des Karstadt-Umsatzes ist ebensowenig bekannt, wie seine warengruppenspezifische Zusammensetzung. Deshalb sind Hilfskonstrukte erforderlich, um das erzielte Umsatzvolumen einzuschränken. Nach der Branchenstatistik erzielen Warenhäuser in den relevanten Warengruppen durchschnittliche Flächenleistungen von ca. 3.500 Euro/qm, mit der ein tragfähiger Betrieb möglich ist.

Die fehlende Tragfähigkeit von Karstadt hat vermutlich die Schließung des Hauses initiiert. Diese kann durch mangelhafte Umsatzleistung einerseits, aber auch durch zu hohen Kosten<sup>7</sup> andererseits verursacht sein.

In der Bewertung gehen wir deshalb von unterdurchschnittlichen Flächenleistungen aus. Nach folgendem Ansatz ermittelt sich ein Gesamtvolumen von ca. 35,6 Mio. Euro in nachfolgender warengruppenspezifischer Zusammensetzung. Damit liegt die standortspezifische Flächenleistung rd. 15 % unterhalb des Branchendurchschnitts.

Flächen und Umsätze Betreiber Karstadt			
Besatz	Verkaufsfläche (qm)	Raumleistung p. a. (Euro/qm)	Umsatz p. a. (Mio. Euro)
Periodischer Bedarf und Gesundheit	1.200	4.300	5,2
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	8.000	2.900	23,2
Hartwaren, Elektro/Technik	2.800	2.600	7,3
<b>Summe</b>	<b>12.000</b>	<b>2.970</b>	<b>35,6</b>

Rundungsdifferenzen möglich

<sup>7</sup> Aus der Presse ist bekannt, dass Karstadt erheblich überhöhte Mietkonditionen zu tragen hatte.



Das Karstadt-Warenhaus war Teil der Kaiserslauterer Innenstadt. Mit seiner Schließung ist das Umsatzvolumen mangels vergleichbarer Einkaufsalternativen im Stadt- und Marktgebiet nicht verloren gegangen, sondern hat sich zumindest teilweise auf die Betriebe in der Innenstadt bzw. im restlichen Stadtgebiet verteilt.

In der Bewertung gehen wir davon aus, dass rd. 60 % des Karstadt-Umsatzes (ca. 22,0 Mio. Euro) im Stadtgebiet Kaiserslautern verblieben sind. Die restlichen 40 % sind im weiteren Einzugsgebiet verblieben und konnten nicht durch Anbieter erneut in der Stadt gebunden werden.

Aufgrund des weitgehend identischen Versorgungsangebotes in der Innenstadt im Vergleich zum Branchen- und Sortimentsmix im Karstadt Warenhaus mit einem Schwerpunkt in der Leistungsbandreite mit textilen Sortimenten unterstellen wir ein im Innenstadtgebiet von Kaiserslautern gebundenen Umsatz in Höhe von ca. zwei Dritteln (14,6 Mio. Euro).

Die Anbieter in den Fachmarktlagen haben aufgrund ihres deutlich schwächeren, preisorientierteren und verengterem Sortiments in einem geringeren Rahmen von der Schließung des Warenhauses profitieren können. Nach gutachterlicher Einschätzung liegt dieser zwischen 25 % bis 30 % und beträgt für die Fachmärkte in Kaiserslautern absolut 5,9 Mio. Euro (27 %). Die verbleibenden 1,5 Mio. Euro können den Märkten in den weiteren Nahversorgungs- und Streulagen zugeschrieben werden.

## 6.2 Umsatzableitung

### *Vorbemerkung*

Grundlage der Bewertung sind die warengruppenspezifisch definierten Entwicklungsgrenzen des Einkaufszentrums. Diese sind für die Warengruppen Periodischer Bedarf mit 4.200 qm, Textil mit 15.500 qm und Sonstige Hartwaren/Elektro, Technik mit 8.800 qm fixiert. Die Summe der Einzelflächen addiert sich zu einer Gesamtverkaufsfläche von 28.500 qm. Da der genehmigte Flächenrahmen jedoch auf 20.900 qm begrenzt ist, setzt das Erreichen der Entwicklungsgrenze in einer Warengruppe entsprechende Kürzungen in den anderen Warengruppen voraus, um den Gesamtflächenrahmen nicht zu überschreiten. Da Fläche und Umsatzerwartung miteinander korrelieren, erfolgt durch die notwendigen Anpassungen eine Absenkung des Objektumsatzes. Insgesamt liegt der in der Berechnung ermittelte Prognosewert also erheblich über dem vom Einkaufszentrum erzielbaren Umsatzvolumen. Ist dieses überhöhte Umsatzvolumen nach den Berechnungen<sup>8</sup> und den anzulegenden Maßstäben verträglich, so sind auch alle davon abweichenden kleineren Versionen als verträglich zu bewerten.

### *Gesamtumsatz*

Das Gesamtumsatzpotenzial der Stadtgalerie wird, wenn die Hauptwarengruppen jeweils mit ihrer Verkaufsfläche an der fixierten Obergrenze agieren, auf knapp über 100 Mio. Euro p. a. taxiert und resultiert aus der Aggregation der Einzelschätzungen gemäß nachfolgender Übersicht.

<sup>8</sup> vgl. Marktverteilungsrechnungen im Anhang



### *Auslastung und Prämissen für die Umsatzschätzung*

Die Stadtgalerie kann bei einer bewerteten Gesamtverkaufsfläche von 28.500 qm (Erreichen der Entwicklungsobergrenze je Warengruppe), der Standort- und Angebotssituation im Stadt- und Marktgebiet ein Umsatzvolumen von rd. 101,3 Mio. Euro p. a. erreichen. Die durchschnittliche Flächenleistung<sup>9</sup> erreicht rund 3.554 Euro/qm Verkaufsfläche. Die Begrenzung der Gesamtverkaufsfläche auf 20.900 qm bedingt eine Absenkung der Umsatzerwartung. Hierbei verharrt die Flächenleistung nicht auf dem ermittelten Niveau, sondern erhöht sich anteilig, denn generell sind im Handel kleinere Flächen höher auszulasten als größere Objekte. Trotzdem ist die Stadtgalerie mit dem ermittelten Auslastungswert marktseitig als grundsätzlich tragfähig zu bewerten.

### *Prämissen der Umsatzschätzung*

1. Der Branchenmix soll sich in einem insgesamt mittleren bis gehobenen Genre bewegen und kann dadurch überörtliche Ausstrahlung entfalten sowie in umliegende Zentren abfließende Nachfrage zurückorientieren. Mit niedrigschwellingen Fachmärkten oder gar Discountern ist dies v. a. im modischen Segment kaum möglich. Das Einstiegsgenre im Center sollte im modischen, konsumigen Segment liegen.
2. Als Betreiber sind leistungsfähige regionale Betreiber und namhafte Filialisten anzusiedeln, die möglichst neu in Kaiserslautern in den Markt eintreten.

<sup>9</sup> Die aus der Umsatzprognose hergeleiteten Raumleistungen sind unterhalb der derzeit in Kaiserslautern ermittelten Werten anzusiedeln, da das Shoppingcenter mit seiner Verkaufsfläche neu in den Markt eintritt. Eine Ausweitung der Angebotsfläche führt generell zu einem Absinken der Raumleistung. Im Beurteilungsfall kommt dies noch stärker zum Tragen, da die jeweiligen Entwicklungsobergrenzen in der Betrachtung zu berücksichtigen sind.

3. Die Umsatzschätzung erfolgt vor dem Hintergrund der aktuellen Nachfrage- und Wettbewerbssituation. Während für die Nachfrageseite ein mittelfristig stabiler Korridor angenommen werden kann, ist die Wettbewerbskomponente differenzierter zu bewerten. Kaiserslautern befindet sich als Gesamtstandort im Wettbewerb mit der Region und großformatige Planvorhaben beeinflussen das Gesamtmarktgefüge. Die hier getroffene Umsatzschätzung impliziert bereits verschärfte Rahmenbedingungen, wie die junge Eröffnung der Rheingalerie in Ludwigshafen.

### *Umsätze nach Warengruppen*

Die höchste Einzelposition entfällt mit rund 45,5 Mio. Euro p. a. auf die innerstädtische Leitbranche Modischer Bedarf<sup>10</sup>, die auch in der Dimensionierung (15.500 qm) eindeutig dominiert. In der Warengruppe Sonstige Hartwaren/Elektro, Technik (8.800 qm) sind ca. 32,2 Mio. Euro p. a. berücksichtigt und im Periodischen Bedarf (4.200 qm) können rd. 23,6 Mio. Euro p. a. erzielt werden.

<sup>10</sup> Zum Vergleich: Das FFH-Institut Berlin nennt in seinem BTE Jahresbetriebsvergleich in den betrieblichen Kennziffern für den mittelständischen Textilfacheinzelhandel einen Bruttoumsatz je Geschäftsfläche in Höhe von 2.712 Euro/qm (FFH-Institut Berlin, BTE-Jahresbetriebsvergleich 2009, aktualisiert 21. Januar 2011, Berlin 2011)



Umsatz nach Warengruppen (jeweilige Entwicklungsobergrenze)			
Besatz	Verkaufsfläche (qm)	Raumleistung p. a*. (Euro/qm)	Umsatz p. a. (Mio. Euro)
Periodischer Bedarf und Gesundheit	4.200	5.619	23,6
Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	15.500	2.935	45,5
Hartwaren, Elektro/Technik	8.800	3.659	32,2
<b>Summe</b>	<b>28.500</b>	<b>3.554</b>	<b>101,3</b>

Rundungsdifferenzen möglich

### Kaufkraftbindung der "Stadtgalerie"

Mit dem Einstellen des zu bewertenden Shoppingcenters "Stadtgalerie" in die regionale Kaufkraftstrom-Modellrechnung werden die Schätzumsätze auf Plausibilität geprüft, die erforderlichen Kaufkraftbindungen ermittelt und letztlich auch die mit dem Markteintritt abzusehenden Umsatzverlagerungen aus Wettbewerbsstandorten berechnet. Es ist zu beachten, dass sich durch Distanzwirkung die Bindung in den jeweiligen Marktzentren verringert. Insoweit bildet diese Berechnung die Basis für die städtebauliche und raumordnerische Gesamtbewertung des Vorhabens.

Zur vertiefenden Erläuterung:

Die Bindungsmöglichkeiten im Oberzentrum Kaiserslautern sind neben der Eigenbindung der im Marktgebiet etablierten Mittelzentren auch von der Angebotssituation/-leistung in Kaiserslautern abhängig.

Ausgehend von der Tatsache, dass eine vollständige Kaufkraftbindung zu 100 % (wegen Urlaub- und Freizeitverhalten, alternative Einkaufsquellen u. a.) nicht möglich ist, sind Abstufungen erforderlich. Diese erfolgen vor dem Hintergrund des Angebotsbestands in Kaiserslautern und dem Leistungsvermögen aller örtlichen Anbieter. In der Bewertung führten die getroffenen Einschätzungen zu nachfolgenden Abstufungen (siehe Anhang Marktverteilung IST-Situation-Umsätze Wettbewerbsgebiet Gesamt pro Anbieter nach Zonen, S. 80, Zeile Zone 1 Kaiserslautern gesamt):

Zone 1 91,5 % Kaufkraftbindung vom Nachfragepotenzial der Zone  
 Zone 2 29,0 % dto.  
 Zone 3 8,6 % dto.



D. h. dieser jeweilige %-Anteil vom berechneten Nachfragevolumen ist im Stadtgebiet Kaiserslautern aus der betreffenden Marktzone gebunden. Der übrig bleibende Anteil der Nachfrage ist zum größten Teil in den Versorgungszentren im Marktgebiet gebunden, wie die Marktverteilungsrechnung-Ist/Gesamtortiment (85,1 %) nachweist. Da eine vollständige Bindung nicht durchsetzbar ist, verbleiben nur noch geringe Abflussmöglichkeiten zu alternativen Versorgungseinrichtungen.

Aufbauend auf diese Berechnung wird deutlich, dass die typgleich eingestuften Oberzentren und Mittelzentren im weiten Umfeld (u. a. Mainz, Trier, Bad Kreuznach) von Kaiserslautern keinen wesentlichen Einfluss auf das Marktgebiet von Kaiserslautern ausüben können. Die großen Entfernungen (ca. 50 bis 80 km) ermöglichen lediglich sporadische Orientierungen, die in der Bewertung berücksichtigt sind. Letztlich ist eine tiefere Analyse der Oberzentren, bzw. weit entfernten Mittelzentren, zur Herleitung der Bindungsstrukturen nicht erforderlich, was auch in den ermittelten Wirkungen zum Ausdruck kommt.

Die effektive Neubindung an Kaufkraft ist mit 3,5 Mio. Euro hergeleitet und die sporadischen Zuflüsse erhöhen sich um 3,4 Mio. Euro auf ein Gesamtvolume von rd. 7,0 Mio. Euro das die Oberzentren belasten könnte.

Wird dieser "Neubindungsteil" ausschließlich gegenüber den angrenzenden Oberzentren umverteilt (Gesamtumsatz: Ludwigshafen: 919 Mio. Euro; Mainz: 1.244 Mio. Euro; Mannheim: 2.352 Mio. Euro; Saarbrücken: 1.425 Mio. Euro; Trier: 1.071 Mio. Euro; alle Werte MB Research 2010) bleiben die Quoten in einer marktanalytisch nicht mehr nachweisbaren Höhe.

#### *Interpretation der folgenden Tabelle*

Insgesamt ist für die Shoppingcenter-Neufläche mit einer Kaufkraftbindung von ca. 4,6 % des gesamten ladenhandelsrelevanten Nachfragevolumens im abgegrenzten Einzugsgebiet zu rechnen. Daraus resultiert ein Umsatzbeitrag von etwa 87,9 Mio. Euro p. a.

Der zum Gesamtumsatz von 101,3 Mio. Euro fehlende Betrag in Höhe von 13,4 Mio. Euro p. a. (13,2 % des Gesamtumsatzes) wird von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets beigesteuert. Der Zufluss wird insbesondere im modischen Bedarf wirksam, wo etwa 9,3 Mio. Euro mit externen Kunden erwirtschaftet werden. Auch im Bereich Hartwaren, Elektro/Technik ergeben sich externe Zuflüsse in Höhe von 3,0 Mio. Euro, im periodischen Bedarf ist von ca. 1,0 Mio. Euro auszugehen. Zuflüsse sind in eng verflochtenen Regionen üblich und werden auch dadurch stimuliert, dass die "Stadtgalerie" sich als erstes vollwertiges Shoppingcenter im Einzugsgebiet etabliert.

Innerhalb des Stadtgebiets Kaiserslautern dürfte sich die Kaufkraftbindung auf etwa 10,5 % des Nachfragevolumens (relevante Warengruppen) belaufen. In den einzelnen Warengruppen ergibt sich eine Bandbreite von 7 % (Periodischer Bedarf) bis 20 % (Mode).

Im angrenzenden Umland (Zone 2) senkt sich die durchschnittliche Kaufkraftbindung auf etwa 4,8 % des vorhandenen Nachfragevolumens ab. Warengruppenbezogen ist eine Bandbreite von 1 % (Periodischer Bedarf) bis 14 % (Mode) ausgewiesen.

Die definierte Marktzone 3 ist mit einer durchschnittlichen Bindungsquote von 2,4 % nur noch mäßig nach Kaiserslautern orientiert.



In der Gesamtschau über alle Zonen lässt sich erkennen, dass rd. 40,0 % des Umsatzes aus dem Nachfragevolumen der Stadt Kaiserslautern erzielt werden. Immerhin noch 21,9 % des Gesamtumsatzes werden im Landkreis gewonnen, die restlichen 24,9 % stellt Zone 3.

#### *Umsatzrekrutierung*

Hinsichtlich der Umsatzrekrutierung kann mit Blick auf den betroffenen Einzelhandel in Kaiserslautern der Modellumsatz des Projekts grundsätzlich in die folgenden Bestandteile zerlegt werden:

- Umverteilungswirkungen gegenüber dem Anbietern im Stadtgebiet Kaiserslautern
- Neubindung von Kaufkraft im Einzugsgebiet durch Verminderung von Kaufkraftabflüssen bzw. Erhöhung externer Kaufkraftzuflüsse

Exemplarisch für die Warengruppe periodischer Bedarf zeigen wir in den folgenden Absätzen den zugrundeliegenden Rechengang für die Umsatzkomponenten Umsatzumverlagerung<sup>11</sup>, Neubindung und Erhöhung der externen Zuflüsse.

Umsatzverlagerung Innenstadt Kaiserslautern: S.73 Anhang (Marktverteilung, IST-Situation Umsätze periodischer Bedarf p. a. pro Anbieter nach Zonen), Zeile Kaiserslautern Innenstadt/Spalte Umsatz/Marktvolumen (83.331 Tsd. Euro) – S.76 Anhang (Marktverteilung, Prognose-Situation Umsätze periodischer Bedarf p. a. pro Anbieter nach Zonen), Zeile Kaiserslautern Innenstadt/Spalte Umsatz/Marktvolumen (74.579 Tsd. Euro) = 8.752 Tsd. Euro.

Neubindung Gesamtstadt: S. 73 Anhang (Marktverteilung, Ist-Situation-Umsätze periodischer Bedarf p. a. pro Anbieter nach Zonen), Zeile Summe Zone 1 (Kaiserslautern)/Spalte Abschöpfung (308.908 Tsd. Euro) – S. 76 Anhang (Marktverteilung, Prognose-Situation Umsätze

<sup>11</sup> Die Höhe der Umverteilung ist Ergebnis der gutachterlichen Einschätzung und beruhen auf der deutschland- und europaweiten mehr als 20 jährigen Markttätigkeit der BulwienGesa AG. Hinreichende Beurteilungskriterien sind bspw. der zu betrachtende Flächenzuwachs, die Wettbewerbsstruktur innerhalb der Warengruppen, der Betriebstypenmix im Makrostandort und Wettbewerbsumfeld, die Leistungsfähigkeit und Flächenleistung der sortimentsgleichen Bestandsbetriebe, die Betreiberstrukturen aus Filialbetrieben und inhabergerührten Betrieben.



Prospektive Kaufkraftbindung Projekt "Stadtgalerie" (Verkaufsfläche der Warengruppen erreichen die fixierten Entwicklungsobergrenzen)						
Warengruppe	Zone 1: Stadt Kaiserslautern	Zone 2: Landkreis Kaiserslautern	Zone 3: restliches Einzugsgebiet	Einzugsgebiet Gesamt	Zufluss von außerhalb EZG	Projektumsatz total je Warengruppe
<b>Periodischer Bedarf und Gesundheit</b>						
Nachfragevolumen p. a.	259,7 Mio. Euro	302,1 Mio. Euro	701,7 Mio. Euro	1.263,4 Mio. Euro		
Kaufkraftbindung durch Projekt	7,2 %	1,0 %	0,0 %	1,8 %		
Projektumsatz p. a.	18,8 Mio. Euro	3,1 Mio. Euro	0,7 Mio. Euro	22,6 Mio. Euro	1,0 Mio. Euro	23,6 Mio. Euro
<b>Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren</b>						
Nachfragevolumen	53,0 Mio. Euro	65,6 Mio. Euro	151,9 Mio. Euro	270,5 Mio. Euro		
Kaufkraftbindung durch Projekt	20,3 %	14,6 %	10,4 %	13,4 %		
Projektumsatz	10,8 Mio. Euro	9,6 Mio. Euro	15,8 Mio. Euro	36,2 Mio. Euro	9,3 Mio. Euro	45,5 Mio. Euro
<b>Hartwaren, Elektro, Technik</b>						
Nachfragevolumen	72,9 Mio. Euro	91,6 Mio. Euro	212,1 Mio. Euro	376,6 Mio. Euro		
Kaufkraftbindung durch Projekt	15,0 %	10,4 %	4,1 %	7,8 %		
Projektumsatz	10,9 Mio. Euro	9,6 Mio. Euro	8,7 Mio. Euro	29,2 Mio. Euro	3,0 Mio. Euro	32,2 Mio. Euro
<b>Alle Warengruppen</b>						
Nachfragevolumen	385,6 Mio. Euro	459,3 Mio. Euro	1.065,6 Mio. Euro	1.916,6 Mio. Euro		
Kaufkraftbindung durch Projekt	10,5 %	4,8 %	2,4 %	4,6 %		
Projektumsatz je Marktzone	40,5 Mio. Euro	22,2 Mio. Euro	25,2 Mio. Euro	87,9 Mio. Euro	13,3 Mio. Euro	101,3 Mio. Euro
Umsatzanteil	40,0 %	21,9 %	24,9 %	86,8 %	13,1 %	100,0 %

Zusammensetzung der Warengruppen siehe Anhang, Rundungsdifferenzen möglich



periodischer Bedarf p. a. pro Anbieter nach Zone), Zeile Summe Zone 1 (Kaiserslautern)/Spalte Abschöpfung (310.061 Tsd. Euro) = 1.153 Tsd. Euro.

Externe Zuflüsse: S. 73 Anhang (Marktverteilung, Ist-Situation Umsätze periodischer Bedarf p. a. pro Anbieter nach Zonen), Zeile Summe Zone 1 (Kaiserslautern)/Spalte externer Zufluss (13.600 Tsd. Euro); – S. 76 Anhang (Marktverteilung, Prognose-Situation Umsätze periodischer Bedarf p. a. pro Anbieter nach Zonen), Zeile Summe Zone 1 (Kaiserslautern)/Spalte externer Zufluss (14.600 Tsd. Euro) = 1.000 Tsd. Euro.

Somit ergibt sich durch die Addition der Umsatzkomponenten als Herleitung des Gesamtumsatzes mit periodischen Bedarfsgütern in der Stadtgalerie: 21,4 Mio. Euro (Umsatzverlagerung) + 1,2 Mio. Euro (Neubindung) + 1,0 Mio. Euro (Erhöhung der externen Zuflüsse in Kaiserslautern) = 23,6 Mio. Euro.

Die aus der Kaufkraftstrom-Modellrechnung ermittelte Umsatzrekrutierung fasst die folgende Übersicht synoptisch zusammen.

Projekt: Stadtgalerie Kaiserslautern Umsatzrekrutierung bei Entwicklungsobergrenze je Warengruppe				
(Mio. Euro p. a.)	Periodischer Bedarf, Gesundheit	Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren	Hartwaren, Elektro/Technik	Gesamt
Umsatzverlagerung Innenstadt Kaiserslautern	8,8	18,9	8,3	36,0
Umsatzverlagerung Fachmarktstandorte, Streulagen und sonstige Bereiche Kaiserslautern	12,7	10,1	14,7	37,4
Umsatzumverlagerung Stadt Kaiserslautern gesamt	21,4	29,0	23,0	73,4
+ Neubindung Gesamtstadt	1,2	15,1	8,3	24,5
+ Erhöhung der externen Zuflüsse in Kaiserslautern	1,0	1,5	0,9	3,4
<b>Gesamtumsatz Stadtgalerie</b>	<b>23,6</b>	<b>45,5</b>	<b>32,2</b>	<b>101,3</b>
Erhöhung Umsatz Innenstadt Kaiserslautern*	14,8	26,6	23,9	65,3

Rundungsdifferenzen möglich, \* siehe Marktverteilung IST und PROGNOSE im Anhang

Würde die Stadtgalerie mit einer jeweils an der Entwicklungsobergrenze angesiedelten Verkaufsfläche besetzt, sind folgende Entwicklungen zu erwarten:

- rd. 73 Mio. Euro (72 % des Gesamtumsatzes) werden im Stadtgebiet Kaiserslautern umverteilt
- rd. 28,0 Mio. Euro (28 %) werden durch das Vorhaben neu in Kaiserslautern gebunden, davon orientieren sich
  - 24,5 Mio. Euro nach Kaiserslautern und
  - die externen Zuflüsse erhöhen sich um 3,4 Mio. Euro.



## 7 PROJEKTWIRKUNGEN IM STADTGEBIET KAISERSLAUTERN UND GUTACHTERLICHE BEWERTUNG

### 7.1 Überblick

Das Planvorhaben löst innerhalb Kaiserslauterns erwartungsgemäß einen Wettbewerbsdruck aus, der sich auf die zentrenrelevanten Branchen und Warengruppen fokussiert.

Gemäß Modellrechnung wird innerhalb des berechneten Umsatzvolumen von etwa 101,3 Mio. Euro p. a. ein Anteil von rd. 73,4 Mio. Euro ausschließlich gegenüber den Anbietern in der Stadt Kaiserslautern umverteilt. Bezogen auf das in der Stadt in den betrachteten Warengruppen gebundene Umsatzvolumen von rd. 632 Mio. Euro leitet sich eine Umverteilungsquote von durchschnittlich 11,6 % her.

Wird davon der aus der Schließung des Karstadt-Warenhauses im Stadtgebiet verbliebene Umsatzanteil (ca. 22,0 Mio. Euro) herausgerechnet, senkt sich die durchschnittliche Umverteilungsquote auf ca. 8,1 % des Gesamtumsatzes ab.

Diese Größenordnung signalisiert, dass im Zuge der Projektrealisierung zwar mit Marktveränderungen im Stadtgebiet zu rechnen ist, diese aber insgesamt unterhalb der als kritisch anzusehenden Schwelle von 10 % liegen werden.

### 7.2 Projektwirkungen auf die Innenstadt

In der Innenstadt ergeben sich gegenüber der Bestandssituation erhebliche Umverteilungsquoten, die im Leitsortiment Mode sogar die 20%-Marke überspringen. Allerdings hatten die örtlichen Anbieter durch die Karstadt-Schließung erhebliche Vorteile, die aus der Betrachtung herausgenommen werden müssen, da es sich um eine genehmigte Bestandsfläche handelt. Nur die aus der Prognoserechnung und dem wahrscheinlichen Karstadtumsatz verbleibende Umsatzdifferenz ist marktanalytisch auf die Nutzungsveränderung und Flächenerweiterung in der Stadtgalerie zurückzuführen. Dadurch reduzieren sich die Umverteilungsquoten auch in der Innenstadt in allen Warengruppen unter die kritische Schwelle von 10 %. Die Tabelle zeigt die für die Innenstadt ermittelten Ausgangs- und Prognosedaten, das abgeleitete Umverteilungsvolumen wird um die Karstadtumsätze (vgl. 6.1) reduziert und das Ergebnis zum Ausgangswert ins Verhältnis gesetzt. Der ermittelte Wert entspricht der am Markt zu erwartenden Umverteilung.

Umverteilungsquoten Innenstadt Stadtgalerie (Entwicklungsobergrenze je Warengruppe)			
(Umsätze in Mio. Euro p. a. bzw. Umverteilung in %)	Periodischer Bedarf, Gesundheit	Modischer Bedarf	Hartwaren, Elektro/Technik
Innenstadt Kaiserslautern:			Umsätze in Mio. Euro p. a.
IST	83,3	90,3	68,1
PROGNOSE	74,6	71,4	59,8
Umverteilung insgesamt nach Berechnung	8,8	18,9	8,3
Umverteilung nach Heraus- nahme der Karstadtumsätze	6,7	8,6	5,8
Umverteilung insgesamt nach Berechnung	10,5 %	20,9 %	12,2 %
Umverteilung nach Heraus- nahme der Karstadtumsätze	8,1 %	9,6 %	8,5 %

Rundungsdifferenzen möglich



### 7.3 Wirkungen auf subzentrale Standorte im Stadtgebiet

Unter dem Begriff subzentrale Standorte in Kaiserslautern werden bestehende Fachmarktkomplexe und Nahversorgungsbereiche zusammengefasst, die in Gewerbe- und Stadtrandlagen (Sonderstandorte) sowie in Wohnlagen von Kaiserslautern angesiedelt sind. Ihnen allen ist gemein, dass sie nicht als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen sind und damit keiner besonderen Schutzwürdigkeit unterliegen.

Allerdings gilt auch für sie, dass sich die Wettbewerbssituation, wie im Einzelhandelskonzept erwünscht, erheblich verschärft. Die Sortimentsüberschneidungen sind jedoch weniger intensiv, da sich die Angebotsschwerpunkte unterscheiden.

Im periodischen Bedarf fallen die Umverteilungsquoten für alle Angebotsaggregate in den Fachmärkten und im sonstigen Stadtgebiet außerhalb der Innenstadt geringer als in der Innenstadt aus. Demnach ist eine potenzielle Schwächung von Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet von Kaiserslautern nicht zu erwarten. Die Umsatzumverlagerungen werden die erreichte Bestandssituation nicht gefährden.

In der Warengruppe Mode kommt es insbesondere mit den Fachmarktlagen zu einer ausgeprägten Umverteilung von 15,3 %. In den Streulagen erwarten wir eine Umverteilung von 10 % (jeweils nach Bereinigung um den Karstadtumsatz), wodurch der gesamtstädtische Umverteilungswert sich auf 11,4 % erhöht. Die durchschnittliche Quotenhöhe signalisiert die Grenze des Flächenwachstums, obwohl es sich bei den Fachmarktlagen um keine schutzwürdigen Standorte handelt. Raumordnerisch ist das Überspringen der 10 %-Marke nicht von Bedeutung, allerdings erreicht die Innenstadt mit 9,6 % beinahe den Grenzwert.

Im Segment Hartwaren/Elektro liegen die Quoten zwischen 10,3 % in den Fachmarktlagen und 14,4 % in den Streulagen. Die ausgeprägten intensiven Wirkungen sind auf die bestehende Angebotssituation zurückzuführen. Bei einer im Einkaufszentrum zu bewertenden Gesamtfläche von 8.800 qm innerhalb der Warengruppe ist im Angebotspektrum ein Elektrofachmarkt zu berücksichtigen. Dieser Vertriebstyp ist derzeit sowohl in Fachmarkt- als auch an Streulagen etabliert und ist Ursache für die ausgeprägten Umverteilungen. Kommt es zu einer Ansiedlung eines Elektrofachmarkts in der Stadtgalerie, ist davon auszugehen, dass es zu einer Verlagerung eines Bestandsbetriebes kommt<sup>12</sup>. In diesem Fall bringt der Verlagerungsbetrieb seinen Umsatz mit ein, wodurch sich die Umverteilungswirkungen insgesamt weiter reduzieren.

<sup>12</sup> Mit Stand Oktober 2011 ist aus den Medien zu entnehmen, dass Saturn seinen Standort im Gewerbegebiet Merkurstraße zu Gunsten einer Ansiedlung in der Stadtgalerie aufgeben könnte.



Umverteilung in Kaiserslautern nach Warengruppen (Gesamtfläche 28.500 qm, Teilfläche modischer Bedarf 15.500 qm)																
		Periodischer Bedarf 4.200 qm VKF				Modischer Bedarf 15.500 qm VKF				Sonstige Hartwaren/Elektro 8.800 qm VKF						
		Kaufkraft-bindung gesamt	ermittelte Umverteilung		Rückum-verteilung Karstadt	Umverteilungs-quote	Kaufkraft-bindung gesamt	ermittelte Umverteilung		Rückum-verteilung Karstadt	Umverteilungs-quote	Kaufkraft-bindung gesamt	ermittelte Umverteilung		Rückum-verteilung Karstadt	Umverteilungs-quote
Standort		Tsd. Euro	Tsd. Euro	Anteil	Tsd Euro	Anteil	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Anteil	Tsd Euro	Anteil	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Anteil	Tsd Euro	Anteil
Innenstadt	Ist	83.331					90.285					68.093				
	Planung	74.579	8.752	10,5 %	2.025	8,1 %	71.375	18.910	20,9 %	10.263	9,6 %	59.768	8.325	12,2 %	2.518	8,5 %
Fachmarktlagen	Ist	121.875					42.332					68.379				
	Planung	114.384	7.491	6,1 %	1.216	5,1 %	32.441	9.891	23,4 %	3.430	15,3 %	60.102	8.277	12,1 %	1.247	10,3 %
Streulagen	Ist	117.300					1.590					38.759				
	Planung	112.120	5.180	4,4 %	731	3,8 %	1.431	159	10,0 %		10,0 %	32.341	6.418	16,6 %	825	14,4 %
Stadt Kaiserslautern	Ist	322.506					134.207					175.232				
	Planung	301.083	21.423	6,6 %	3.972	5,4 %	105.247	28.960	21,6 %	13.693	11,4 %	152.211	23.021	13,1 %	4.590	10,5 %

Erläuterung zur Zuteilung der rückzuverteilenden Karstadt-Umsätze: Die Zuordnung der Höhe der warengruppenspezifischen Rückverteilung der Karstadtumsätze orientiert sich an der Verteilung dieser Warengruppen im ehemaligen Karstadt. Der Verteilungsschlüssel der gesamten Altumsätze beträgt nach gutachterlicher Einschätzung ca. 62% für modische Bedarfsgüter, ca. 18 % für periodische Bedarfsgüter und 20 % für sonstige Hartwaren und Elektro.

Beispiel zum Rechenweg für die Warengruppe periodischer Bedarf: Wie aus der Marktverteilungsrechnung periodischer Bedarf IST und periodischer Bedarf PROGNOSÉ aus der Spalte Umsatz/Marktvolumen ablesbar (siehe Anhang, S.73 und S. 76)) beträgt das durch die Anbieter mit periodischen Bedarfsgütern in der Innenstadt von Kaiserslautern gebundene Marktvolumen derzeit 83.331 Mio. Euro. Aufgrund von Umverteilungseffekten zu Lasten der Umsätze dieser Anbieter kommt es nach Realisierung der Stadtgalerie zu einem Umsatzvolumen in Höhe von 74.579 Tsd. Euro. Somit sind 8.752 Tsd. Euro direkte absolute Umverteilung (= 10,5 %). Unter Reduzierung dieser Summe durch die "Altumsätze" der gleichen Warengruppe des Karstadt-Kaufhauses in Höhe von 2.025 Tsd. Euro (= 6.727 Tsd. Euro) ergibt sich nun eine relative Umverteilungsquote in Höhe von 8,1 %.



Umverteilung in Kaiserslautern nach Warengruppen (Gesamtfläche 28.000 qm, Teilfläche modischer Bedarf 15.000 qm)																
		Periodischer Bedarf 4.200 qm VKF				Modischer Bedarf 15.000 qm VKF				Sonstige Hartwaren/Elektr. 8.800 qm VKF						
		Kaufkraft-bindung gesamt	ermittelte Umverteilung		Rückum-verteilung Karstadt	Umverteilungs-quote	Kaufkraft-bindung gesamt	ermittelte Umverteilung		Rückum-verteilung Karstadt	Umverteilungs-quote	Kaufkraft-bindung gesamt	ermittelte Umverteilung		Rückum-verteilung Karstadt	Umverteilungs-quote
Standort		Tsd. Euro	Tsd. Euro	Anteil	Tsd Euro	Anteil	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Anteil	Tsd Euro	Anteil	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Anteil	Tsd Euro	Anteil
Iinnenstadt	Ist	83.331					90.285					68.093				
	Planung	74.579	8.752	10,5 %	2.025	8,1 %	71.721	18.564	20,6 %	10.263	9,2 %	59.768	8.325	12,2 %	2.518	8,5 %
Fachmarktlagen	Ist	121.875					42.332					68.379				
	Planung	114.384	7.491	6,1 %	1.216	5,1 %	32.620	9.712	22,9 %	3.430	14,8 %	30.102	8.277	12,1 %	1.247	10,3 %
Streulagen	Ist	117.300					1.590					38.759				
	Planung	112.120	5.180	4,4 %	731	3,8 %	1.458	132	8,3 %		8,3 %	32.341	6.418	16,6 %	825	14,4 %
Stadt Kaiserslautern	Ist	322.506					134.207					175.232				
	Planung	301.083	21.423	6,6 %	3.972	5,4 %	105.799	28.408	21,2 %	13.693	11,0 %	152.211	23.021	13,1 %	4.590	10,5 %

Obenstehende Tabelle berücksichtigt gemäß Wunsch der Stadt Kaiserslautern die berechnete Umverteilung ausgehend von einer Verkaufsflächenobergrenze im modischen Bedarf von 15.000 qm. Naturgemäß sinken im geringem Maße die Umverteilungsquoten und liegen leicht unter den mit Blick auf die Innenstadt als ebenfalls verträglich anzusehenden Variante mit einer Verkaufsfläche im modischen Bedarf von 15.500 qm. Bei beiden Varianten wurden die Verkaufsflächenobergrenzen der anderen Warengruppen unverändert gelassen.



## 7.4 Fazit

Die in der Verträglichkeitsbewertung herangezogenen Schwellenwerte zur verträglichen Umsatzumverteilung basieren auf den Ergebnissen einer Langzeitstudie der GMA<sup>13</sup>. Nach Aussagen dieser Studie, und weitestgehend auch gutachterlich gestützt, sind bei innenstadtrelevanten Sortimenten bei einer sortimentsspezifischen Umsatzumverteilung von 10 bis 20 % erhebliche städtebauliche Folgen möglich. Die darauf fußende Rechtsprechung hat, wie im Urteil des OVG Münster<sup>14</sup> aus 2000, eine zwischen 7 und 11 % liegende Spanne in Versorgungsbe reichen als abwägungsrelevant festgelegt.

Bezogen auf das Stadtzentrum Kaiserslautern bleiben die Umverteilungsquoten unterhalb der als kritisch anzusehenden Verträglichkeits schwelle von 10 %. Nach heutiger Rechtsprechung kann somit eine spürbare Schädigung innerstädtischer Strukturen ausgeschlossen werden.

Selbstverständlich ist mit Marktaustritten zu rechnen. Diese sind aber Ausdruck absatzwirtschaftlicher Wettbewerbseffekte, die nach den im Einzelhandelskonzept formulierten Zielen<sup>15</sup> hinzunehmen sind, da als Reaktion auf den Wettbewerb im weiteren Umfeld die Verkaufsfläche in der Innenstadt Kaiserslautern maßvoll zu erweitern bzw. umzustruk turieren ist. Mit dem Projekt Stadtgalerie werden lediglich ca. 8.900 qm neu geschaffen, 12.000 qm Verkaufsfläche werden aus dem Wa renhausbestand umstrukturiert.

Leitvorstellung nach dem Einzelhandelskonzept (S. 150) ist für den beschriebenen Teilbereich (Karstadt, Altes Pfalztheater) die Entwicklung eines attraktiven Einkaufsstandorts und eine Verknüpfung von Fackelstraße, Fruchthallstraße und der Mühlstraße.

Insofern entspricht die Entwicklung der Stadtgalerie dem städtischen Entwicklungskonzept, wenn auch aus marktanalytischer Sicht mit der Verkaufsflächenbegrenzung auf 20.900 qm das für das Oberzentrum Kaiserslautern wünschenswerte Potenzial nicht allzugroß ausfallen dürfte. Durch die potenzielle Realisierung der Verkaufsflächenober grenze beim modischen Bedarf ist aus gutachterlicher Sicht dennoch zu unterstellen, dass die Stadtgalerie auch in das weitere Einzugs gebiet jenseits der Stadt Kaiserslautern Kundenbeziehungen aufbauen wird.

<sup>13</sup> GMA: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Ludwigsburg 1997

<sup>14</sup> OVG NRW Az. 7a D 60/99.DE vom 7.12.2000, S. 53ff

<sup>15</sup> Sicherung und Stärkung des Einzelhandels in der City/Innenstadt entsprechend der ober zentralen Bedeutung der Stadt Kaiserslautern. Die City ist dabei der Standort mit der höchsten Zentralität. S. 125



## 8 PROJEKTWIRKUNGEN IN DEN ZENTREN DES EINZUGSGEBIETS UND DER PERIPHERIE

### 8.1 Überblick

Die besondere Betrachtung der Projektwirkungen auf die Zentren des Einzugsbereichs erwächst neben den Regelungen des §11, 3 BauN-VO in Rheinland Pfalz auch aus den Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsprogramms<sup>16</sup>, insbesondere Teil B, Hauptkapitel 3.

Hier heißt es im Abschnitt 3.2.3 (Ziele und Grundsätze):

G56: "Die Sicherung einer wohnortnahen und qualitativen Versorgung der Bevölkerung mit öffentlichen und privaten Einrichtungen und Dienstleistungen soll durch die zentralen Orte in den Mittelbereichen (Anmerkung: für Kaiserslautern ist der Mittelbereich der Landkreis Kaiserslautern) und in Aufgabenteilung in den mittelzentralen Verbünden wahrgenommen werden."

Z60: "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 die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten."

Vor diesem Hintergrund erfolgt die Bewertung der Umlandzentren, denn das in Höhe von 23,5 Mio. Euro ermittelte Neubindungsvolumen belastet auch die in den Marktzenen 2 und 3 etablierten Versorgungszentren. Umfang und zu erwartende Intensität wird im nachfolgenden Bearbeitungsabschnitt dargestellt.

<sup>16</sup> Ministerium des Innern und für Sport: Landesentwicklungsprogramm LEP IV, S. 96ff, Mainz 2008



## 8.2 Projektwirkungen auf die Zentren des Einzugsgebiets (Zone 2)

Die Marktzone 2 grenzt unmittelbar an das Stadtgebiet Kaiserslautern an und ist, bei einer primär auf die Nahversorgung ausgerichteten Angebotsstruktur, deshalb heute schon sehr stark in das Oberzentrum Kaiserslautern orientiert. Eine wesentliche Erhöhung des Neubindungsanteils aus dem Gebiet ist deshalb kaum zu erwarten. Aus dem erzielbaren Neubindungsvolumen stammen lediglich rd. 4,3 Mio. Euro (18,5 %) aus der Marktzone. Bezogen auf das gebundene Umsatzvolumen (244,3 Mio. Euro) ergibt sich eine durchschnittliche Umverteilungsquote von 1,8 %.

Periodischer Bedarf: Die Umsatzumverteilung bleibt in den Zentren der Marktzone 2 deutlich unterhalb von -1 % des Bestandsumsatzes. Wesentliche Wirkungen auf die Nahversorgung in den erfassten Gemeinden sind angesichts der niedrigen Quote nicht zu erwarten. Der Wert an sich liegt unterhalb einer Nachweisgrenze und ist lediglich rechnerisch herzuleiten.

In der Warengruppe Mode ist in der Marktzone 2 eine schwache Eigenversorgung gegeben. Die bestehenden Versorgungsbereiche sind primär auf die Nahversorgung mit periodisch nachgefragten Gütern ausgerichtet und innerhalb der Warengruppe Mode wird lediglich eine örtliche Grundversorgung abgedeckt. Dabei entfallen hohe Umsatzanteile auf artfremde Anbieter, wie z. B. Lebensmittel-Discountmärkte, ansonsten stellen meist discountorientierte Fachmärkte das örtliche, an der Preiseinstiegsgrenze angesiedelte Versorgungsangebot. Mit dem Shoppingcenter verstärkt sich zwar die Orientierung zum Oberzentrum Kaiserslautern, allerdings bleiben die Umsatzwirkungen in der Warengruppe unterhalb der 10 %-Schwelle. Bestandsveränderungen sind, auch wenn der individuelle Wert vereinzelt über den Durch-

schnittswert ansteigt, in den bewerteten Versorgungszentren nicht zu erwarten. Zu einer Rückumverteilung von Karstadtumsätzen kommt es in der Marktzone 2 nicht, da die Anbieter durch das abweichende Sortimentsgenre (Preiseinstieg, eher discountorientiert) nicht von der Schließung profitieren konnten.

Im Sortimentsbereich Hartwaren/Elektro/Technik bleiben die Umverteilungsquoten ebenfalls auf einem sehr niedrigen Niveau. Maßgebend für die Bewertung ist eine insgesamt schwach ausgeprägte Eigenversorgung in den Einzelgemeinden, die für eine schon bestehende starke Orientierung ins Oberzentrum Kaiserslautern spricht. Diese kann mit einem weiteren Angebotsausbau nur noch geringfügig verstärkt werden. Die zu erwartenden Belastungen der örtlichen Anbieter belaufen sich nach der Bewertung auf ca. 3,8 % ihres erreichten Bestandsumsatzes.



	Projektwirkungen auf die Zentren des Einzugsgebiets von Kaiserslautern								
	Periodischer Bedarf			Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren			Hartwaren, Elektro, Technik		
	(Tsd. Euro p. a.)		Umverteilung	(Tsd. Euro p. a.)		Umverteilung	(Tsd. Euro p. a.)		Umverteilung
	IST	PROGNOSE		IST	PROGNOSE		IST	PROGNOSE	
Landstuhl Innenstadt	15.936	15.783	-1,0 %	7.618	6.938	-8,9 %	6.238	6.064	-2,8 %
FMA Torfstraße (Kaufland, tedox, KiK)	29.651	29.590	-0,2 %	2.332	2.105	-9,7 %	3.614	3.527	-2,4 %
Sonstige Lagen/Streulagen	5.221	5.182	-0,7 %	216	205	-5,1 %	1.880	1.764	-6,2 %
<b>Landstuhl gesamt</b>	<b>50.808</b>	<b>50.555</b>	<b>-0,5 %</b>	<b>10.166</b>	<b>9.248</b>	<b>-9,0 %</b>	<b>11.732</b>	<b>11.355</b>	<b>-3,2 %</b>
Otterbach	18.172	18.080	-0,5 %	328	300	-8,5 %	1.216	1.129	-7,2 %
Otterberg	21.595	21.487	-0,5 %	2.098	1.934	-7,8 %	2.875	2.779	-3,3 %
Enkenbach-Alsenborn	21.014	20.891	-0,6 %	2.623	2.393	-8,8 %	3.996	3.822	-4,4 %
Hochspeyer	9.301	9.150	-1,6 %	1.180	1.102	-6,6 %	1.650	1.563	-5,3 %
Queidersbach	5.059	5.030	-0,6 %	131	125	-4,6 %	495	473	-4,4 %
Bruchmühlbach-Miesau	18.435	18.386	-0,3 %	131	125	-4,6 %	869	822	-5,4 %
Ramstein-Miesenbach (MZ)	29.021	28.960	-0,2 %	7.271	6.616	-9,0 %	4.374	4.183	-4,4 %
Weilerbach	13.322	13.276	-0,3 %	3.279	2.984	-9,0 %	3.214	3.127	-2,7 %
<b>Summe Zone 2 (LK Kaiserslautern)</b>	<b>186.727</b>	<b>185.551</b>	<b>-0,6 %</b>	<b>27.207</b>	<b>24.827</b>	<b>-8,7 %</b>	<b>30.420</b>	<b>29.254</b>	<b>-3,8 %</b>



### 8.3 Projektwirkungen in der Peripherie des Einzugsgebiets (Zone 3)

Die Marktzone 3 erfasst das weitere Umland der Stadt Kaiserslautern. In dem Gebiet befinden sich leistungsstarke Mittelzentren (Homburg, Pirmasens, Kusel, Rockenhausen, Kirchheimbolanden, Eisenberg und Grünstadt), die eine eigene Versorgungszentralität entwickeln. Insofern ist die Orientierung in das Oberzentrum nur noch mäßig ausgeprägt. Die Aufwertung des Stadtzentrums durch ein Shoppingcenter ermöglicht einen Ausbau der Orientierung dorthin. Nach den Berechnungen werden rd. 15,7 Mio. Euro aus der Marktzone 3 neu gebunden. Bezogen auf das in der Marktzone und in den betrachteten Warengruppen gebundene Umsatzvolumen (911,7 Mio. Euro) ergibt sich eine durchschnittliche Umverteilungsquote von 1,7 %. Dabei sind

- im periodischen Bedarfssegment keine nachweisbaren Auswirkungen zu erwarten,
- in der Warengruppe Mode erreicht der Umverteilungswert durchschnittlich 5,4 % des Bestandsumsatzes und
- in der Warengruppe Hartwaren/Elektro/Technik wurde eine Umverteilungsquote von durchschnittlich 4 % des Bestandsumsatzes ermittelt.

Die einzelnen Kommunen bzw. Standorte weichen jeweils nur geringfügig vom Durchschnittswert ab, so dass eine Schädigung zentraler Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden kann.



Projektwirkungen in der Peripherie des Einzugsgebiets (Zone 3)									
	Periodischer Bedarf			Modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren			Hartwaren, Elektro, Technik		
	(Tsd. Euro p. a.)		Umverteilung	(Tsd. Euro p. a.)		Umverteilung	(Tsd. Euro p. a.)		Umverteilung
	IST	PROGNOSE		IST	PROGNOSE		IST	PROGNOSE	
Pirmasens Innenstadt	25.127	25.091	-0,1 %	29.899	28.575	-4,4 %	24.529	24.105	-1,7 %
Wiesenstraße (Kaufland)	16.810	16.804	-0,0 %	607	595	-2,0 %	1.214	1.092	-10,0 %
Zweibrücker Straße (Real, Rofu, Hornbach)	31.623	31.623	-0,0 %	6.493	6.147	-5,3 %	21.531	20.756	-3,6 %
Sonstige Lagen/Streulagen	24.270	24.270	0,0 %	1.516	1.455	-4,0 %	4.531	4.248	-6,2 %
<b>Pirmasens gesamt</b>	<b>97.829</b>	<b>97.788</b>	<b>-0,0 %</b>	<b>38.515</b>	<b>36.772</b>	<b>-4,5 %</b>	<b>51.805</b>	<b>50.202</b>	<b>-3,1 %</b>
Sonstige Unterzentren LK Pirmasens (Rodalben, Thaleischweiler-Fröschen, Waldfischbach-Burgalben, Wallhalben)	63.089	63.089	0,0 %	4.784	4.557	-4,7 %	9.710	9.387	-3,3 %
Homburg Innenstadt	28.796	28.796	0,0 %	35.391	33.370	-5,7 %	35.823	34.358	-4,1 %
FMA Robert-Bosch-Straße (Real, Tedi, Rofu)	20.195	20.195	0,0 %	3.553	3.407	-4,1 %	7.559	6.972	-7,8 %
FMA Neumorgen (Globus)	39.449	39.449	0,0 %	9.936	9.500	-4,4 %	12.111	11.764	-2,9 %
Sonstige Lagen/Streulagen	2.491	2.491	0,0 %	2.297	2.176	-5,3 %	18.942	18.014	-4,9 %
<b>Homburg gesamt</b>	<b>90.931</b>	<b>90.931</b>	<b>0,0 %</b>	<b>51.177</b>	<b>48.453</b>	<b>-5,3 %</b>	<b>74.436</b>	<b>71.109</b>	<b>-4,5 %</b>
Kusel Innenstadt	8.935	8.935	0,0 %	6.795	6.313	-7,1 %	4.727	4.551	-3,7 %
Kusel Industriestraße (Wasgau SB-Warenhaus, Lidl, KiK)	23.149	23.149	0,0 %	3.970	3.713	-6,5 %	5.536	5.193	-6,2 %
Sonstige Lagen/Streulagen	5.489	5.489	0,0 %	751	730	-2,8 %	688	652	-5,2 %
<b>Kusel gesamt</b>	<b>37.574</b>	<b>37.574</b>	<b>0,0 %</b>	<b>11.516</b>	<b>10.756</b>	<b>-6,6 %</b>	<b>10.951</b>	<b>10.396</b>	<b>-5,1 %</b>
Wolfstein	11.136	11.136	0,0 %	1.383	1.308	-5,4 %	1.916	1.865	-2,7 %
Rockenhausen (MZ)	31.123	31.123	0,0 %	5.240	4.784	-8,7 %	8.173	7.799	-4,6 %
Kirchheimbolanden (MZ)	43.828	43.828	0,0 %	10.556	9.949	-5,8 %	7.161	6.825	-4,7 %
Eisenberg (MZ)	31.537	31.537	0,0 %	6.455	6.000	-7,0 %	5.138	4.855	-5,5 %
Grünstadt (MZ)	78.382	78.382	0,0 %	19.818	18.759	-5,3 %	14.057	13.369	-4,9 %
Sonstige Unterzentren östliches Marktgebiet (Winnweiler, Hettenleidheim, Göllheim, Glan-Münchweiler, Altenglan, Waldmohr, Schönenberg-Kübelberg)	72.024	72.024	-0,0 %	6.000	5.696	-5,1 %	15.455	15.072	-2,5 %
<b>Marktzone 3 gesamt</b>	<b>557.454</b>	<b>557.412</b>	<b>-0,0 %</b>	<b>155.444</b>	<b>147.034</b>	<b>-5,4 %</b>	<b>198.802</b>	<b>190.879</b>	<b>-4,0 %</b>



#### **8.4 Wirkungen außerhalb des Marktgebiets**

Von dem berechneten Neubindungsvolumen in Höhe von rd. 24,5 Mio. Euro stammen rd. 1,6 Mio € aus dem Stadtgebiet Kaiserslautern (+ 0,4 %) und 22,8 Mio. Euro (+ 1,5 %) aus dem abgegrenzten Marktgebiet (Zone 2 und 3). Letztere werden neu gebunden und gegenüber den örtlichen Anbietern umverteilt.

Teile des ermittelten Neubindungsvolumens (ca. 3,5 Mio. Euro) belasten, da es sich um die Neubindung von vormals abfließender Kaufkraft zu den benachbarten Oberzentren handelt, die Oberzentren im Umfeld.

Hinzu kommt noch eine Steigerung des externen und sporadischen Kaufkraftzuflusses in Höhe von 3,4 Mio. Euro p. a. Auch dieser Umsatzanteil wird nicht erfassten Versorgungszentren außerhalb des definierten Marktgebiets entzogen.

Die daraus entstehenden Belastungen für Versorgungszentren außerhalb des Marktgebiets sind mit einer Umverteilung von ca. 7 Mio. Euro p. a. anzunehmen. Betroffen sind die im weiten Umfeld an Kaiserslautern angrenzenden Oberzentren Mannheim, Ludwigshafen, Saarbrücken, Mainz und Trier, gemessen an dem jeweiligen Umsatz in den relevanten Warengruppen, letztlich nicht nachweisbar belastet.

In diesem Kontext ist exemplarisch auf die starke Wettbewerbsdichte mit Shoppingcentern in Saarbrücken und dem Umland (Saarbasar rd. 26.000 qm Verkaufsfläche, Europagalerie rd. 25.000 Verkaufsfläche, Saarpark-Center in Neunkirchen mit rund 34.000 qm Verkaufsfläche) hinzuweisen. Alleine schon aufgrund dieser starken Wettbewerbsdichte mit Shoppingcentern fallen in der Summe Umverteilungseffekte zu Lasten dieses Oberzentrums und der benachbarten Stadt Neunkirchen gering aus.



## 9 VORSCHLÄGE FÜR DAS WEITERE VORGEHEN ZUR INTEGRATION DER STADTGALERIE IN DEN STADTRAUM

Wie vorstehend erläutert lässt sich aus unseren Berechnungen ein verträgliches Gesamtszenario für ein Shoppingcenter mit einer Gesamtverkaufsfläche von maximal 20.900 qm ableiten. Eine Gefährdung des Bestandsbesatzes in der Innenstadt, welches über das Maß wettbewerblicher Verhältnisse hinausgeht, können wir nicht konstatieren.

Eine Flächenanpassung ist aus unserer Sicht nicht notwendig, wenn sich die einzelnen Flächen im Rahmen der Verkaufsflächenobergrenzen bewegen.

Die Integration des Shoppingcenters in den Stadtraum und die Inszenierung der neuen Mitte in Kaiserslautern kann bereits während der Bauphase beginnen. Insbesondere durch Maßnahmen des Baustellenmarketings werden die Besucher der Stadt in die bauliche Entwicklung des Centers einbezogen. Als Beispiele sind zu nennen:

- Eigene Homepage oder Subpage informiert über alle größeren Bauprojekte in zeitlicher Abfolge und bietet die Möglichkeit, auch private Bauvorhaben in der Innenstadt einzutragen. Gegebenenfalls lassen sich die Kosten dieser Homepage durch Inserate und Sponsoring von Bauträgern, Baufirmen und Handwerkern mittragen.
- Baustellenführungen für Interessierte bieten Einsichten und Aussichten auf das zukünftige Kaiserslautern und schaffen Akzeptanz.

- Ein Maskottchen als Identifikationsmerkmal wird entwickelt und als Marketing-Brand eingesetzt. Im Rahmen eines Wettbewerbs, der durch das Stadtmarketing (Stadt) ausgelobt wird, kann ein Name für das Baustellenmaskottchen bis hin zur Ideensammlung für die Form und das Aussehen dieser Figur gesammelt werden.
- Baustelleninformation auf Flyern und Baustellenabsperrungen mit Verwendung Marke Baustellenmaskottchen.
- Baustellenfest/Events.

Das Baustellenmarketing umschreibt somit einen Maßnahmenbündel an Einzelmaßnahmen. Letztendlich soll die Zielsetzung dieser Verbundmaßnahmen sein, das Thema Baustelle zu "inszenieren". Damit sollen die zu erwartenden Auswirkungen und Beeinträchtigungen auf die Kundenfrequenz, die Aufenthaltsqualität und die Erreichbarkeit während der Bauphase gemildert werden. Insgesamt gilt es, die Baustellentätigkeit an sich als Initial für Events rund um das Thema positiv zu besetzen und die neue Stadtmitte und die gesamte Innenstadt in das Bewusstsein der Bevölkerung und Besucher zu rücken.

Als Voraussetzung sollte ein Innenstadtmanagement als Kommunikationsplattform und Schnittstelle zwischen den handelnden und betroffenen Akteuren vermitteln und führen.

Angestrebter werden sollte eine "Baustellenpartnerschaft" mit der Zielsetzung, möglichst ohne Reibungsverluste gemeinsam an der Zukunft der Innenstadt von Kaiserslautern zu arbeiten. Das Projektthema Baustellenmarketing ist ein klassisches Umsetzungsprojekt des Stadt- und Citymarketings.

Neben diesen inszenierenden Maßnahmenpaketen während der Bauphase ist die werbliche Positionierung und Vermarktung der Innenstadt von Kaiserslautern nach der Eröffnung von ähnlicher Bedeutung.



tung. Bei allen Werbemaßnahmen sollte nach Möglichkeit eine gemeinsame Werbelinie des Betreibers und der Stadt sowie der Innenstadtakteure verfolgt werden. Als zentrale Botschaft könnte ausgesandt werden: Die Innenstadt von Kaiserslautern ist um eine weitere Attraktion reicher geworden. Alle Marketingmaßnahmen sollten vor dem Hintergrund durchgeführt werden, dass nicht das Shoppingcenter mit der Innenstadt von Kaiserslautern im Vordergrund steht sondern die Innenstadt von Kaiserslautern mit ihrem vielfältigen Angebot.

Neben diesen marketingrelevanten Ideen sollen die funktionalen städtebaulichen Maßnahmen hier nur kurz beleuchtet werden, zumal diese ohnehin Gegenstand der Planungen sind. Seit wenigen Jahren werden als Anforderungen an innerstädtischen Shoppingcenter insbesondere die Einhaltung von Wegebeziehungen und die bauliche Öffnung zu den anderen Haupthandelsachsen genannt. Auf der Grundlage der Bewertung des jetzigen Planungsstands erscheint diese Forderung erfüllt. Die Entwürfe des Entwicklers sehen vor, in Kaiserslautern eine Aufnahme der Wegebeziehungen der Fackelstraße zur Mühlstraße durch ein gläsernes Atrium an der engsten Stelle der Fläche sicherzustellen. Dieses "Atrium" soll 24 Stunden geöffnet sein, um auch nach Geschäftsschluss eine Durchlässigkeit von Süden nach Norden und umgekehrt gewährleisten zu können.

Zur Königstraße und Fruchthallenstraße sollen zudem nach dem derzeitigen Planungsstand gläserne Wandflächen eingesetzt werden.

Als weitere Maßnahmen zur städtebaulichen Integriation der Stadtgalerie sind zu nennen:

- Aufnahme des Centers in das gesamtstädtische Parkleitsystem.
- Aufnahme des Centers in das Beschilderungssystem für Fußgänger.
- Sitzmöblierung am Center im städtischen Design.



## 10 FAZIT, RAUMORDNERISCHE UND STÄDTEBAULICHE GESAMTBEURTEILUNG

Die in der Stadt Kaiserslautern mit 20.900 qm genehmigte Handelsfläche entspricht den Anforderungen der Regional- und Landesplanung in vollem Umfang. Wie die analytische Bewertung der definierten sortimentspezifischen Entwicklungsobergrenzen, die rd. ein Drittel mehr Fläche als entstehen darf einbezieht, verdeutlicht, ist eine städtebauliche Verträglichkeit sowohl in Kaiserslautern, als auch in den Zentren des Einzugsgebiets vorhanden. Wesentlicher Bestandteil ist allerdings die Berücksichtigung des im Shoppingcenter aufgehenden Karstadt-Warenhauses. Seine in das innerstädtische Angebot integrierte Verkaufsfläche belief sich auf rd. 12.000 qm. Die wirkungsanalytische Betrachtung erfordert eigentlich eine Begrenzung auf die Neufläche von 8.900 qm. Da jedoch auch für die Karstadt-Verkaufsfläche Nutzungsänderungen eintreten werden, ist eine Teilflächenbewertung nicht zielführend. Die Analyse bewertet deshalb ein völlig neu in den Markt eintretendes Einkaufszentrum mit seiner Umsatzprognose und den sich marktanalytisch daraus ergebenden Wirkungen. In einem retrograden Schritt wird der wahrscheinlich in Kaiserslautern verbliebene Karstadt-Umsatz zum Abzug gebracht, um die tatsächlich eintretenden Wirkungen darzustellen. Fachlich könnte sogar der berechnete Gesamtumsatz von Karstadt in die Betrachtung einbezogen werden. Darauf wird jedoch verzichtet, da erhebliche Unsicherheiten in Bezug auf den letztlich noch erreichten Karstadt-Umsatz bestehen.

Somit gewährleistet die Vorgehensweise, dass ausschließlich die sich aus der Flächenerweiterung und Nutzungsänderung ergebenden Umsätze mit ihren marktanalytischen Wirkungen dargestellt werden.

Danach ist die Entwicklung, auch wenn die Verkaufsfläche in den Warengruppen an der Entwicklungsobergrenze angelegt ist, mit den Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsprogramms, Teil B, Ka-

pitel 3.2.3<sup>17</sup> zu vereinbaren. Kaiserslautern ist Oberzentrum und der Untersuchungsstandort ist in das Stadtzentrum integriert. Nach dem aktuellen Entwicklungskonzept ist die Stadt bestrebt, das Zentrumssangebot weiter auszubauen.

Das Gutachten zeigt auf, dass zu schützende Standorte im Marktgebiet durch die Entwicklung des Einkaufszentrums nicht über Gebühr belastet werden (Beeinträchtigungsverbot). Die beschlossene Deckelung der Verkaufsfläche auf 20.900 qm führt zu einer weiteren Abschwächung der Wirkungen, da das Erreichen der Entwicklungsobergrenze in einem Sortimentsbereich die Flächenreduzierung in den anderen Sortimentsbereichen erfordert, bzw. alle Sortimentsbereiche hinter der Entwicklungsobergrenze und damit auch hinter den prognostizierten Umsätzen zurückbleiben.

Nach der gutachterlichen Bewertung ist unter Würdigung der Zielsetzungen der Einzelhandelskonzeption die Objektentwicklung mit den städtischen Zielen zu vereinbaren. Marktanalytisch ist die Realisierung des Projekts zu befürworten.

<sup>17</sup> siehe Landesentwicklungsprogramm, S. 96 ff

## URHEBERRECHTLICHER HINWEIS

Die in diesem Gutachten vorgelegten Ermittlungen und Berechnungen sowie die durchgeföhrten Recherchen wurden nach bestem Wissen und mit der nötigen Sorgfalt auf der Grundlage vorhandener oder in der Bearbeitungszeit zugänglicher Quellen erarbeitet. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit wird nur für selbst ermittelte und erstellte Informationen und Daten im Rahmen der üblichen Sorgfaltspflicht übernommen. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit für Daten und Sachverhalte aus dritter Hand wird nicht übernommen.

Die Ausfertigungen dieses Gutachtens bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars unser Eigentum. Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und bei der BulwienGesa AG registriert. Alleine der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten oder Auszüge davon (diese jedoch nur mit Quellenangabe) für die gemäß Angebot/Auftrag vereinbarte Zweckbestimmung weiterzugeben. Vervielfältigungen, Veröffentlichungen und Weitergabe von Inhalten an Dritte in jeglicher Form sind grundsätzlich nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der BulwienGesa AG und nur mit Angabe der Originalquelle gestattet. Ausgenommen ist die Verwendung des Gutachtens oder Teile davon für Vermarktungsprospekte, hier ist ausnahmslos die vorherige schriftliche Einwilligung der BulwienGesa AG einzuholen.

München, der 9. November 2011



# ANHANG

## Marktverteilungsrechnungen

### Einwohnerzahlen



Marktverteilung, IST-Situation – Umsätze periodischer Bedarf p. a. pro Anbieter nach Zonen											
Wettbewerber	Zone 1: Kaiserslautern		Zone 2: Landkreis Kaiserslautern		Zone 3: sonstiges Einzugsgebiet		Abschöpfung		Externer Zufluss Tsd. Euro	Umsatz/Marktvolumen	
	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil		Tsd. Euro	Anteil
Kaiserslautern Innenstadt	54.817	21,1 %	17.804	5,9 %	5.711	0,8 %	78.331	6,2 %	5.000	83.331	7,8 %
Kaiserslautern Fachmarktstandorte gesamt	79.511	30,6 %	23.845	7,9 %	12.920	1,8 %	116.275	9,2 %	5.600	121.875	11,4 %
Kaiserslautern sonstige Stadtbereiche und Streulagen	102.586	39,5 %	9.516	3,2 %	2.199	0,3 %	114.300	9,0 %	3.000	117.300	11,0 %
<b>Summe Zone 1 (Kaiserslautern)</b>	<b>236.914</b>	<b>91,2 %</b>	<b>51.164</b>	<b>16,9 %</b>	<b>20.830</b>	<b>3,0 %</b>	<b>308.908</b>	<b>24,4 %</b>	<b>13.600</b>	<b>322.508</b>	<b>30,2 %</b>
<b>Landstuhl gesamt</b>			<b>35.101</b>	<b>11,6 %</b>	<b>11.207</b>	<b>1,6 %</b>	<b>46.308</b>	<b>3,7 %</b>	<b>4.500</b>	<b>50.808</b>	<b>4,8 %</b>
Otterbach			18.172	6,0 %			18.172	1,4 %		18.172	1,7 %
Otterberg			21.595	7,1 %			21.595	1,7 %		21.595	2,0 %
Enkenbach-Alsenborn			20.014	6,6 %			20.014	1,6 %	1.000	21.014	2,0 %
Hochspeyer			9.301	3,1 %			9.301	0,7 %		9.301	0,9 %
Queidersbach			5.059	1,7 %			5.059	0,4 %		5.059	0,5 %
Bruchmühlbach-Miesau			17.435	5,8 %			17.435	1,4 %	1.000	18.435	1,7 %
Ramstein-Miesenbach (MZ)			26.521	8,8 %			26.521	2,1 %	2.500	29.021	2,7 %
Weilerbach			13.322	4,4 %			13.322	1,1 %		13.322	1,2 %
<b>Summe Zone 2 (Landkreis KL)</b>			<b>166.520</b>	<b>55,1 %</b>	<b>11.207</b>	<b>1,6 %</b>	<b>177.727</b>	<b>13,9 %</b>	<b>9.000</b>	<b>186.727</b>	<b>17,5 %</b>
Pirmasens gesamt					95.029	13,5 %	95.029	7,5 %	2.800	97.829	9,2 %
Sonstige UZ LK Pirmasens (Rodalben, Thaleischweiler-Fröschen, Waldfischbach-Burgalben, Wallhalben)					63.089	9,0 %	63.089	5,0 %		63.089	5,9 %
Homburg gesamt			6.139	2,0 %	79.992	11,4 %	86.131	6,8 %	4.800	90.931	8,5 %
Kusel gesamt					37.074	5,3 %	37.074	2,9 %	500	37.574	3,5 %
Wolfstein					10.636	1,5 %	10.636	0,8 %	500	11.136	1,0 %
Rockenhausen (MZ)					31.123	4,4 %	31.123	2,5 %		31.123	2,9 %
Kirchheimbolanden (MZ)					43.828	6,2 %	43.828	3,5 %		43.828	4,1 %
Eisenberg (MZ)					31.037	4,4 %	31.037	2,5 %	500	31.537	3,0 %
Grünstadt (MZ)					70.882	10,1 %	70.882	5,6 %	7.500	78.382	7,3 %
Sonstige Unterzentren im östlichen Marktgebiet (Winnweiler, Hettenleidheim, Göllheim, Glan-Münchweiler, Altenglan, Waldmohr, Schönenberg-Kübelberg)					72.024	10,3 %	72.024	5,7 %		72.024	6,8 %
<b>Marktzone 3 gesamt</b>			<b>6.139</b>	<b>2,0 %</b>	<b>534.715</b>	<b>76,2 %</b>	<b>540.854</b>	<b>42,8 %</b>	<b>16.600</b>	<b>557.454</b>	<b>52,3 %</b>
<b>Bindung</b>	<b>236.914</b>	<b>91,2 %</b>	<b>223.823</b>	<b>74,1 %</b>	<b>566.752</b>	<b>80,8 %</b>	<b>1.027.489</b>	<b>75,2 %</b>	<b>39.200</b>	<b>1.066.689</b>	<b>100,0 %</b>
Abfluss	22.770	8,8 %	78.254	25,9 %	134.926	19,2 %	235.950	24,8 %			
<b>Ausgabenvolumen</b>	<b>259.684</b>	<b>100,0 %</b>	<b>302.077</b>	<b>100,0 %</b>	<b>701.678</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1.263.439</b>	<b>100,0 %</b>			
											= Marktvolumen im EZG



Marktverteilung, IST-Situation – Umsätze sonstige Hartwaren, Elektro/Technik p. a. pro Anbieter nach Zonen											
Wettbewerber	Zone 1: Kaiserslautern		Zone 2: Landkreis Kaiserslautern		Zone 3: sonstiges Einzugsgebiet		Abschöpfung		Externer Zufluss Tsd. Euro	Umsatz/Marktvolumen Tsd. Euro	Anteil
	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil			
Kaiserslautern Innenstadt	25.801	35,4 %	19.109	20,9 %	16.184	7,6 %	61.093	16,2 %	7.000	68.093	16,8 %
Kaiserslautern Fachmarktstandorte gesamt	24.476	33,6 %	19.057	20,8 %	14.847	7,0 %	58.379	15,5 %	10.000	68.379	16,9 %
Kaiserslautern sonstige Stadtgebiete und Streulagen	15.690	21,5 %	9.989	10,9 %	7.080	3,3 %	32.759	8,7 %	6.000	38.759	9,6 %
<b>Summe Zone 1 (Kaiserslautern)</b>	<b>65.967</b>	<b>90,5 %</b>	<b>48.155</b>	<b>52,6 %</b>	<b>38.111</b>	<b>18,0 %</b>	<b>152.232</b>	<b>40,4 %</b>	<b>23.000</b>	<b>175.232</b>	<b>43,3 %</b>
Landstuhl gesamt			9.932	10,8 %			9.932	2,6 %	1.800	11.732	2,9 %
Otterbach			1.216	1,3 %			1.216	0,3 %		1.216	0,3 %
Otterberg			2.875	3,1 %			2.875	0,8 %		2.875	0,7 %
Enkenbach-Alsenborn			3.996	4,4 %			3.996	1,1 %		3.996	1,0 %
Hochspeyer			1.650	1,8 %			1.650	0,4 %		1.650	0,4 %
Queidersbach			495	0,5 %			495	0,1 %		495	0,1 %
Bruchmühlbach-Miesau			869	0,9 %			869	0,2 %		869	0,2 %
Ramstein-Miesenbach (MZ)			3.474	3,8 %			3.474	0,9 %	900	4.374	1,1 %
Weilerbach			3.214	3,5 %			3.214	0,9 %		3.214	0,8 %
<b>Summe Zone 2 (Landkreis KL)</b>			<b>27.720</b>	<b>30,3 %</b>			<b>27.720</b>	<b>7,4 %</b>	<b>2.700</b>	<b>30.420</b>	<b>7,5 %</b>
Pirmasens gesamt					45.355	21,4 %	45.355	12,0 %	6.450	51.805	12,8 %
Sonstige UZ LK Pirmasens (Rodalben, Thaleischweiler-Fröschen, Waldfischbach-Burgalben, Wallhalben)					9.710	4,6 %	9.710	2,6 %		9.710	2,4 %
Homburg gesamt			4.560	5,0 %	47.175	22,2 %	51.736	13,7 %	22.700	74.436	18,4 %
Kusel gesamt					9.751	4,6 %	9.751	2,6 %	1.200	10.951	2,7 %
Wolfstein					1.416	0,7 %	1.416	0,4 %	500	1.916	0,5 %
Rockenhausen (MZ)					8.173	3,9 %	8.173	2,2 %		8.173	2,0 %
Kirchheimbolanden (MZ)					7.161	3,4 %	7.161	1,9 %		7.161	1,8 %
Eisenberg (MZ)					5.138	2,4 %	5.138	1,4 %		5.138	1,3 %
Grünstadt (MZ)					6.757	3,2 %	6.757	1,8 %	7.300	14.057	3,5 %
Sonstige Unterzentren im östlichen Marktgebiet (Winnweiler, Hettenleidheim, Göllheim, Glan-Münchweiler, Altenglan, Waldmohr, Schönenberg-Kübelberg)					15.455	7,3 %	15.455	4,1 %		15.455	3,8 %
<b>Marktzone 3 gesamt</b>			<b>4.560</b>	<b>5,0 %</b>	<b>156.092</b>	<b>73,6 %</b>	<b>160.652</b>	<b>42,7 %</b>	<b>38.150</b>	<b>198.802</b>	<b>49,2 %</b>
<b>Bindung</b>	<b>65.967</b>	<b>90,5 %</b>	<b>80.435</b>	<b>87,8 %</b>	<b>194.202</b>	<b>91,6 %</b>	<b>340.604</b>	<b>90,4 %</b>	<b>63.850</b>	<b>404.454</b>	<b>100,0 %</b>
Abfluss	6.948	9,5 %	11.189	12,2 %	17.875	8,4 %	36.012	9,6 %			
<b>Ausgabenvolumen</b>	<b>72.915</b>	<b>100,0 %</b>	<b>91.624</b>	<b>100,0 %</b>	<b>212.077</b>	<b>100,0 %</b>	<b>376.616</b>	<b>100,0 %</b>			



Marktverteilung, IST-Situation – Umsätze modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren p. a. pro Anbieter nach Zonen											
Wettbewerber	Zone 1: Kaiserslautern		Zone 2: Landkreis Kaiserslautern		Zone 3: sonstiges Einzugsgebiet		Abschöpfung		Externer Zufluss Tsd. Euro	Umsatz/Marktvolumen	
	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil		Tsd. Euro	Anteil
Kaiserslautern Innenstadt	33.128	62,5 %	24.263	37,0 %	21.264	14,0 %	78.654	29,1 %	11.631	90.285	28,5 %
Kaiserslautern Fachmarktstandorte gesamt	15.371	29,0 %	9.705	14,8 %	11.392	7,5 %	36.468	13,5 %	5.864	42.332	13,4 %
Kaiserslautern sonstige Stadtbereiche und Streulagen	1.590	3,0 %					1.590	0,6 %		1.590	0,5 %
<b>Summe Zone 1 (Kaiserslautern)</b>	<b>50.089</b>	<b>94,5 %</b>	<b>33.968</b>	<b>51,8 %</b>	<b>32.656</b>	<b>21,5 %</b>	<b>116.712</b>	<b>43,2 %</b>	<b>17.495</b>	<b>134.207</b>	<b>42,4 %</b>
Landstuhl gesamt			8.066	12,3 %			8.066	3,0 %	2.100	10.166	3,2 %
Otterbach			328	0,5 %			328	0,1 %		328	0,1 %
Otterberg			2.098	3,2 %			2.098	0,8 %		2.098	0,7 %
Enkenbach-Alsenborn			2.623	4,0 %			2.623	1,0 %		2.623	0,8 %
Hochspeyer			1.180	1,8 %			1.180	0,4 %		1.180	0,4 %
Queidersbach			131	0,2 %			131	0,1 %		131	0,0 %
Bruchmühlbach-Miesau			131	0,2 %			131	0,1 %		131	0,0 %
Ramstein-Miesenbach (MZ)			5.771	8,8 %			5.771	2,1 %	1.500	7.271	2,3 %
Weilerbach			3.279	5,0 %			3.279	1,2 %		3.279	1,0 %
<b>Summe Zone 2 (Landkreis KL)</b>			<b>23.607</b>	<b>36,0 %</b>			<b>23.607</b>	<b>8,8 %</b>	<b>3.600</b>	<b>27.207</b>	<b>8,6 %</b>
Pirmasens gesamt					33.415	22,0 %	33.415	12,4 %	5.100	38.515	12,2 %
Sonstige UZ LK Pirmasens (Rodalben, Thaleischweiler-Fröschen, Waldfischbach-Burgalben, Wallhalben)					4.784	3,2 %	4.784	1,8 %		4.784	1,5 %
Homburg gesamt			2.754	4,2 %	28.023	18,5 %	30.777	11,4 %	20.400	51.177	16,2 %
Kusel gesamt					11.316	7,5 %	11.316	4,2 %	200	11.516	3,6 %
Wolfstein					683	0,5 %	683	0,3 %	700	1.383	0,4 %
Rockenhausen (MZ)					5.240	3,5 %	5.240	2,0 %		5.240	1,7 %
Kirchheimbolanden (MZ)					10.556	7,0 %	10.556	3,9 %		10.556	3,3 %
Eisenberg (MZ)					6.455	4,3 %	6.455	2,4 %		6.455	2,0 %
Grünstadt (MZ)					7.518	5,0 %	7.518	2,8 %	12.300	19.818	6,3 %
Sonstige Unterzentren im östlichen Marktgebiet (Winnweiler, Hettenleidheim, Göllheim, Glan-Münchweiler, Altenglan, Waldmohr, Schönenberg-Kübelberg)					6.000	4,0 %	6.000	2,2 %		6.000	1,9 %
<b>Marktzone 3 gesamt</b>			<b>2.754</b>	<b>4,2 %</b>	<b>113.991</b>	<b>75,1 %</b>	<b>116.745</b>	<b>43,2 %</b>	<b>38.700</b>	<b>155.445</b>	<b>49,1 %</b>
<b>Bindung</b>	<b>50.089</b>	<b>94,5 %</b>	<b>60.329</b>	<b>92,0 %</b>	<b>146.647</b>	<b>96,6 %</b>	<b>257.065</b>	<b>95,0 %</b>	<b>59.795</b>	<b>316.859</b>	<b>100,0 %</b>
Abfluss	2.915	5,5 %	5.246	8,0 %	5.240	3,4 %	13.401	5,0 %			
<b>Ausgabenvolumen</b>	<b>53.004</b>	<b>100,0 %</b>	<b>65.575</b>	<b>100,0 %</b>	<b>151.887</b>	<b>100,0 %</b>	<b>270.466</b>	<b>100,0 %</b>			
											= Marktvolumen im EZG



Marktverteilung, PROGNOSE-Situation – Umsätze periodischer Bedarf p. a. pro Anbieter nach Zonen (Variante 4.200 qm Verkaufsfläche)														
Wettbewerber	Zone 1: Kaiserslautern		Zone 2: Landkreis Kaiserslautern		Zone 3: sonstiges Einzugsgebiet		Abschöpfung		Externer Zufluss	Umsatz/ Marktvolumen		Verän- derung	Rückum- verteilung	Umver- teilung
	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Anteil	Anteil	Tsd. Euro	Anteil
Kaiserslautern Innenstadt	46.986	18,1 %	16.883	5,6 %	5.711	0,8 %	69.579	5,5 %	5.000	74.579	7,0 %	-10,5 %	2.025	-8,1 %
<b>Stadtgalerie</b>	<b>18.794</b>	<b>7,2 %</b>	<b>3.070</b>	<b>1,0 %</b>	<b>714</b>	<b>0,1 %</b>	<b>22.578</b>	<b>1,8 %</b>	<b>1.000</b>	<b>23.578</b>	<b>2,2 %</b>			
Innenstadt Kaiserslautern	65.780	25,3 %	19.952	6,6 %	6.424	0,9 %	92.157	7,3 %	6.000	98.157	9,2 %	17,8 %		
Kaiserslautern FM-Standorte gesamt	72.985	28,1 %	23.022	7,6 %	12.777	1,8 %	108.784	8,6 %	5.600	114.384	10,7 %	-6,1 %	1.216	-5,1 %
Kaiserslautern sonstige Stadtgebiete und Streulagen	98.148	37,8 %	8.902	2,9 %	2.070	0,3 %	109.120	8,6 %	3.000	112.120	10,5 %	-4,4 %	731	-3,8 %
<b>Summe Zone 1 (Kaiserslautern)</b>	<b>236.913</b>	<b>91,2 %</b>	<b>51.876</b>	<b>17,2 %</b>	<b>21.272</b>	<b>3,0 %</b>	<b>310.061</b>	<b>24,5 %</b>	<b>14.600</b>	<b>324.661</b>	<b>30,4 %</b>	<b>0,7 %</b>		
Landstuhl Innenstadt			13.783	4,6 %			13.783	1,1 %	2.000	15.783	1,5 %	-1,0 %		
Landstuhl gesamt			34.848	11,5 %	11.207	1,6 %	46.055	3,6 %	4.500	50.555	4,7 %	-0,5 %		
Otterbach			18.080	6,0 %			18.080	1,4 %		18.080	1,7 %	-0,5 %		
Otterberg			21.487	7,1 %			21.487	1,7 %		21.487	2,0 %	-0,5 %		
Enkenbach-Alsenborn			19.891	6,6 %			19.891	1,6 %	1.000	20.891	2,0 %	-0,6 %		
Hochspeyer			9.150	3,0 %			9.150	0,7 %		9.150	0,9 %	-1,6 %		
Queidersbach			5.030	1,7 %			5.030	0,4 %		5.030	0,5 %	-0,6 %		
Bruchmühlbach-Miesau			17.386	5,8 %			17.386	1,4 %	1.000	18.386	1,7 %	-0,5 %		
Ramstein-Miesenbach (MZ)			26.460	8,8 %			26.460	2,1 %	2.500	28.960	2,7 %	-0,2 %		
Weilerbach			13.276	4,4 %			13.276	1,1 %		13.276	1,2 %	-0,3 %		
<b>Summe Zone 2 (Landkreis KL)</b>	<b>165.608</b>	<b>54,8 %</b>	<b>11.207</b>	<b>1,6 %</b>	<b>176.815</b>	<b>14,0 %</b>	<b>9.000</b>	<b>185.815</b>	<b>17,4 %</b>	<b>-0,5 %</b>				
Pirmasens Innenstadt					24.091	3,4 %	24.091	1,9 %	1.000	25.091	2,3 %			
Pirmasens gesamt					94.988	13,5 %	94.988	7,5 %	2.800	97.788	9,2 %	-0,0 %		
Sonstige UZ LK Pirmasens (Rodalben, Thaleischweiler-Fröschen, Waldfischbach-Burgalben, Wallhalben)					63.089	9,0 %	63.089	5,0 %		63.089	5,9 %			
Homburg Innenstadt					27.796	4,0 %	27.796	2,2 %	1.000	28.796	2,7 %			
Homburg gesamt			6.139	2,0 %	79.992	11,4 %	86.131	6,8 %	4.800	90.931	8,5 %	-0,0 %		
Kusel Innenstadt					8.435	1,2 %	8.435	0,7 %	500	8.935	0,8 %			
Kusel gesamt					37.074	5,3 %	37.074	2,9 %	500	37.574	3,5 %	-0,0 %		
Wolfstein					10.636	1,5 %	10.636	0,8 %	500	11.136	1,0 %			
Rockenhausen (MZ)					31.123	4,4 %	31.123	2,5 %		31.123	2,9 %			
Kirchheimbolanden (MZ)					43.828	6,2 %	43.828	3,5 %		43.828	4,1 %			
Eisenberg (MZ)					31.037	4,4 %	31.037	2,5 %	500	31.537	3,0 %			
Grünstadt (MZ)					70.882	10,1 %	70.882	5,6 %	7.500	78.382	7,3 %			
Sonstige Unterzentren im östlichen Marktgebiet					72.024	10,3 %	72.024	5,7 %		72.024	6,7 %			
<b>Marktzone 3 gesamt</b>			<b>6.139</b>	<b>2,0 %</b>	<b>534.673</b>	<b>76,2 %</b>	<b>540.812</b>	<b>42,8 %</b>	<b>16.600</b>	<b>557.412</b>	<b>52,2 %</b>	<b>-0,0 %</b>		
<b>Bindung</b>	<b>236.913</b>	<b>91,2 %</b>	<b>223.623</b>	<b>74,0 %</b>	<b>567.152</b>	<b>80,8 %</b>	<b>1.027.688</b>	<b>81,3 %</b>	<b>40.200</b>	<b>1.067.888</b>	<b>100,0 %</b>	<b>0,1 %</b>		
Abfluss	22.771	8,8 %	78.454	26,0 %	134.526	19,2 %	235.751	18,7 %					= Marktvolumen im EZG	
<b>Ausgabenvolumen</b>	<b>259.684</b>	<b>100,0 %</b>	<b>302.077</b>	<b>100,0 %</b>	<b>701.678</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1.263.439</b>	<b>100,0 %</b>						



Marktverteilung, PROGNOSE-Situation – Umsätze sonstige Hartwaren, Elektro/Technik p. a. pro Anbieter nach Zonen (Variante 8.800 qm Verkaufsfläche)														
Wettbewerber	Zone 1: Kaiserlautern		Zone 2: Landkreis Kaiserslautern		Zone 3: sonstiges Einzugsgebiet		Abschöpfung		Externer Zufluss	Umsatz/ Marktvolumen		Veränderung	Rückumverteilung	Umverteilung
	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Anteil	Anteil	Tsd. Euro	Anteil
Kaiserslautern Innenstadt	22.314	30,6 %	16.286	17,8 %	14.768	7,0 %	53.368	14,2 %	6.400	59.768	14,7 %	-12,2 %	2518	-8,5 %
<b>Stadtgalerie</b>	<b>10.937</b>	<b>15,0 %</b>	<b>9.555</b>	<b>10,4 %</b>	<b>8.699</b>	<b>4,1 %</b>	<b>29.191</b>	<b>7,8 %</b>	<b>3.000</b>	<b>32.191</b>	<b>7,9 %</b>			
Innenstadt Kaiserslautern	33.251	45,6 %	25.841	28,2 %	23.466	11,1 %	82.559	21,9 %	9.400	91.959	22,7 %	35,0 %		
Kaiserslautern FM-Standorte gesamt	21.052	28,9 %	15.849	17,3 %	14.201	6,7 %	51.102	13,6 %	9.000	60.102	14,8 %	-12,1 %	1247	-10,3 %
Kaiserslautern sonstige Stadtgebiete und Streulagen	12.203	16,7 %	8.165	8,9 %	6.473	3,1 %	26.841	7,1 %	5.500	32.341	8,0 %	-16,6 %	825	-14,4 %
<b>Summe Zone 1 (Kaiserslautern)</b>	<b>66.506</b>	<b>91,2 %</b>	<b>49.855</b>	<b>54,4 %</b>	<b>44.141</b>	<b>20,8 %</b>	<b>160.502</b>	<b>42,6 %</b>	<b>23.900</b>	<b>184.402</b>	<b>45,5 %</b>	<b>5,2 %</b>		
Landstuhl Innenstadt			4.864	5,3 %			4.864	1,3 %	1.200	6.064	1,5 %	-2,8 %		
Landstuhl gesamt			9.555	10,4 %			9.555	2,5 %	1.700	11.355	2,8 %	-3,2 %		
Otterbach			1.129	1,2 %			1.129	0,3 %		1.129	0,3 %	-7,2 %		
Otterberg			2.779	3,0 %			2.779	0,7 %		2.779	0,7 %	-3,3 %		
Enkenbach-Alsenborn			3.822	4,2 %			3.822	1,0 %		3.822	0,9 %	-4,4 %		
Hochspeyer			1.563	1,7 %			1.563	0,4 %		1.563	0,4 %	-5,3 %		
Queidersbach			473	0,5 %			473	0,1 %		473	0,1 %	-4,4 %		
Bruchmühlbach-Miesau			822	0,9 %			822	0,2 %		822	0,2 %	-5,4 %		
Ramstein-Miesenbach (MZ)			3.283	3,6 %			3.283	0,9 %	900	4.183	1,0 %	-4,4 %		
Weilerbach			3.127	3,4 %			3.127	0,8 %		3.217	0,8 %	0,1 %		
<b>Summe Zone 2 (Landkreis KL)</b>	<b>26.554</b>	<b>29,0 %</b>			<b>26.554</b>	<b>7,1 %</b>	<b>2.600</b>	<b>29.254</b>	<b>7,2 %</b>	<b>-3,8 %</b>				
Pirmasens Innenstadt					21.605	10,2 %	21.605	5,7 %	2.500	24.105	5,9 %	-1,7 %		
Pirmasens gesamt					44.202	20,8 %	44.202	11,7 %	6.000	50.202	12,4 %	-3,1 %		
Sonstige UZ LK Pirmasens (Rodalben, Thaleischweiler-Fröschen, Waldfischbach-Burgalben, Wallhalben)					9.387	4,4 %	9.387	2,5 %		9.387	2,3 %	-3,3 %		
Homburg Innenstadt			4.204	4,6 %	24.154	11,4 %	28.358	7,5 %	6.000	34.358	8,5 %	-4,1 %		
Homburg gesamt			4.204	4,6 %	44.905	21,2 %	49.109	13,0 %	22.400	71.509	17,6 %	-3,9 %		
Kusel Innenstadt					3.951	1,9 %	3.951	1,0 %	600	4.551	1,1 %	-3,7 %		
Kusel gesamt					9.416	4,4 %	9.416	2,5 %	1.100	10.516	2,6 %	-4,0 %		
Wolfstein					1.365	0,6 %	1.365	0,4 %	500	1.865	0,5 %	-2,7 %		
Rockenhausen (MZ)					7.799	3,7 %	7.799	2,1 %		7.799	1,9 %	-4,6 %		
Kirchheimbolanden (MZ)					6.825	3,2 %	6.825	1,8 %		6.825	1,7 %	-4,7 %		
Eisenberg (MZ)					4.963	2,3 %	4.963	1,3 %		4.855	1,2 %	-5,5 %		
Grünstadt (MZ)					6.362	3,0 %	6.362	1,7 %	7.300	13.369	3,3 %	-4,9 %		
Sonstige Unterzentren im östlichen Marktgebiet					15.072	7,1 %	15.072	4,0 %		15.072	3,7 %	-2,5 %		
<b>Marktzone 3 gesamt</b>			<b>4.204</b>	<b>4,6 %</b>	<b>150.296</b>	<b>70,9 %</b>	<b>154.500</b>	<b>41,0 %</b>	<b>37.300</b>	<b>191.800</b>	<b>47,3 %</b>	<b>-3,5 %</b>		
<b>Bindung</b>	<b>66.506</b>	<b>91,2 %</b>	<b>80.613</b>	<b>88,0 %</b>	<b>194.437</b>	<b>91,7 %</b>	<b>341.556</b>	<b>90,7 %</b>	<b>63.800</b>	<b>405.356</b>	<b>100,0 %</b>	<b>0,2 %</b>		
Abfluss	6.409	8,8 %	11.011	12,0 %	17.640	8,3 %	35.060	9,3 %					= Marktvolumen im EZG	
<b>Ausgabenvolumen</b>	<b>72.915</b>	<b>100,0 %</b>	<b>91.624</b>	<b>100,0 %</b>	<b>212.077</b>	<b>100,0 %</b>	<b>376.616</b>	<b>100,0 %</b>						



Marktverteilung, PROGNOSE-Situation – Umsätze modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren p. a. pro Anbieter nach Zonen (15.500 qm Verkaufsfläche)														
Wettbewerber	Zone 1: Kaiserlautern		Zone 2: Landkreis Kaiserslautern		Zone 3: sonstiges Einzugsgebiet		Abschöpfung		Externer Zufluss	Umsatz/ Marktvolumen		Veränderung	Rückumverteilung	Umverteilung
	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Anteil	Anteil	Tsd. Euro	Anteil
Kaiserslautern Innenstadt	26.449	49,9 %	21.246	32,4 %	16.480	10,9 %	64.175	23,7 %	7.200	71.375	22,1 %	-20,9 %	10.263	-9,6 %
<b>Stadtgalerie</b>	<b>10.760</b>	<b>20,3 %</b>	<b>9.600</b>	<b>14,6 %</b>	<b>15.811</b>	<b>10,4 %</b>	<b>36.171</b>	<b>13,4 %</b>	<b>9.334</b>	<b>45.505</b>	<b>14,1 %</b>			
Innenstadt Kaiserslautern	37.209	70,2 %	30.846	47,0 %	32.291	21,3 %	100.346	37,1 %	16.534	116.880	36,2 %	29,5 %		
Kaiserslautern FM-Standorte ges.	12.562	23,7 %	7.817	11,9 %	9.614	6,3 %	29.993	11,1 %	2.448	32.441	10,1 %	-23,4 %	3.430	-15,3 %
Kaiserslautern sonstige Stadtgebiete und Streulagen	1.431	2,7 %					1.431	0,5 %		1.431	0,4 %	-10,0 %		
<b>Summe Zone 1 (Kaiserslautern)</b>	<b>51.202</b>	<b>96,6 %</b>	<b>38.663</b>	<b>59,0 %</b>	<b>41.906</b>	<b>27,6 %</b>	<b>131.771</b>	<b>48,7 %</b>	<b>18.982</b>	<b>150.753</b>	<b>46,7 %</b>	<b>12,3 %</b>		
Landstuhl Innenstadt			5.049	7,7 %			5.049	1,8 %	2.000	7.049	2,2 %	-7,5 %		
Landstuhl gesamt			7.148	10,9 %			7.148	2,6 %	2.100	9.248	2,9 %	-9,0 %		
Otterbach			300	0,5 %			300	0,1 %		300	0,1 %			
Otterberg			1.934	3,0 %			1.934	0,7 %		1.934	0,6 %	-7,8 %		
Enkenbach-Alsenborn			2.393	3,7 %			2.393	0,9 %		2.393	0,7 %	-8,8 %		
Hochspeyer			1.102	1,7 %			1.102	0,4 %		1.102	0,3 %	-6,6 %		
Queidersbach			125	0,2 %			125	0,0 %		125	0,0 %			
Bruchmühlbach-Miesau			125	0,2 %			125	0,0 %		125	0,0 %			
Ramstein-Miesenbach (MZ)			5.016	7,7 %			5.016	1,9 %	1.600	6.616	2,1 %	-9,0 %		
Weilerbach			2.984	4,6 %			2.984	1,1 %		2.984	0,9 %	-9,0 %		
<b>Summe Zone 2 (Landkreis KL)</b>	<b>21.127</b>	<b>32,2 %</b>			<b>21.127</b>	<b>7,8 %</b>	<b>3.700</b>	<b>24.827</b>	<b>7,7 %</b>	<b>-8,7 %</b>				
Pirmasens Innenstadt					24.575	16,2 %	24.575	9,1 %	4.000	28.575	8,9 %	-4,3 %		
Pirmasens gesamt					31.972	21,1 %	31.972	11,8 %	4.800	36.772	11,4 %	-4,5 %		
Sonstige UZ LK Pirmasens (Rodalben, Thaleischweiler-Fröschen, Waldfischbach-Burgalben, Wallhalben)					4.557	3,0 %	4.557	1,7 %		4.557	1,4 %	-4,8 %		
Homburg Innenstadt			2.525	3,9 %	17.847	11,8 %	20.371	7,5 %	13.000	33.371	10,3 %	-5,5 %		
Homburg gesamt			2.525	3,9 %	26.428	17,4 %	28.953	10,7 %	19.500	48.453	15,0 %	-5,3 %		
Kusel Innenstadt					6.113	4,0 %	6.113	2,3 %	200	6.313	2,0 %	-7,9 %		
Kusel gesamt					10.556	7,0 %	10.556	3,9 %	200	10.756	3,3 %	-6,6 %		
Wolfstein					608	0,4 %	608	0,2 %	700	1.308	0,4 %			
Rockenhausen (MZ)					4.784	3,2 %	4.784	1,8 %		4.784	1,5 %	-8,7 %		
Kirchheimbolanden (MZ)					9.949	6,6 %	9.949	3,7 %		9.949	3,1 %	-5,8 %		
Eisenberg (MZ)					6.000	4,0 %	6.000	2,2 %		6.000	1,9 %	-7,1 %		
Grünstadt (MZ)					6.759	4,5 %	6.759	2,5 %	12.000	18.759	5,8 %	-5,3 %		
Sonstige Unterzentren im östlichen Marktgebiet					5.696	3,8 %	5.696	2,1 %		5.696	1,8 %	-5,1 %		
<b>Marktzone 3 gesamt</b>	<b>2.525</b>	<b>3,9 %</b>	<b>107.308</b>	<b>70,7 %</b>	<b>109.833</b>	<b>40,6 %</b>	<b>37.200</b>	<b>147.033</b>	<b>45,6 %</b>	<b>-5,4 %</b>				
<b>Bindung</b>	<b>51.202</b>	<b>96,6 %</b>	<b>62.315</b>	<b>95,0 %</b>	<b>149.214</b>	<b>98,2 %</b>	<b>262.730</b>	<b>97,1 %</b>	<b>59.882</b>	<b>322.537</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1,8 %</b>		
Abfluss	1.802	3,4 %	3.260	5,0 %	2.673	1,8 %	7.736	2,9 %					= Marktvolumen im EZG	
<b>Ausgabenvolumen</b>	<b>53.004</b>	<b>100,0 %</b>	<b>65.575</b>	<b>100,0 %</b>	<b>151.887</b>	<b>100,0 %</b>	<b>270.466</b>	<b>100,0 %</b>						



Marktverteilung, PROGNOSE-Situation – Umsätze modischer Bedarf, Schuhe, Lederwaren p. a. pro Anbieter nach Zonen (15.000 qm Verkaufsfläche)														
Wettbewerber	Zone 1: Kaiserlautern		Zone 2: Landkreis Kaiserslautern		Zone 3: sonstiges Einzugsgebiet		Abschöpfung		Externer Zufluss	Umsatz/ Marktvolumen		Veränderung	Rückumverteilung	Umverteilung
	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Anteil	Anteil	Tsd. Euro	Anteil
Kaiserslautern Innenstadt	26.502	50,0 %	21.312	32,5 %	16.708	11,0 %	64.521	23,9 %	7.200	71.721	22,2 %	-20,6 %	10.263	-9,2 %
<b>Stadtgalerie</b>	<b>10.601</b>	<b>20,0 %</b>	<b>9.181</b>	<b>14,0 %</b>	<b>14.885</b>	<b>9,8 %</b>	<b>34.666</b>	<b>12,8 %</b>	<b>9.334</b>	<b>44.000</b>	<b>13,6 %</b>			
Innenstadt Kaiserslautern	37.103	70,0 %	30.492	46,5 %	31.592	20,8 %	99.188	36,7 %	16.534	115.722	35,9 %	28,2 %		
Kaiserslautern FM-Standorte ges.	12.636	23,8 %	7.921	12,1 %	9.614	6,3 %	30.172	11,2 %	2.448	32.620	10,1 %	-22,9 %	3.430	-14,8 %
Kaiserslautern sonstige Stadtgebiete und Streulagen	1.458	2,8 %					1.458	0,5 %		1.458	0,5 %	-8,3 %		-8,3 %
<b>Summe Zone 1 (Kaiserslautern)</b>	<b>51.197</b>	<b>96,6 %</b>	<b>38.414</b>	<b>58,6 %</b>	<b>41.207</b>	<b>27,1 %</b>	<b>130.817</b>	<b>48,4 %</b>	<b>18.982</b>	<b>149.799</b>	<b>46,4 %</b>	<b>11,6 %</b>		
Landstuhl Innenstadt			5.082	7,8 %			5.082	1,8 %	2.000	7.082	2,2 %	-7,1 %		
Landstuhl gesamt			7.197	11,0 %			7.197	2,6 %	2.100	9.297	2,9 %	-8,5 %		
Otterbach			300	0,5 %			300	0,1 %		300	0,1 %			
Otterberg			1.934	3,0 %			1.934	0,7 %		1.934	0,6 %	-7,8 %		
Enkenbach-Alsenborn			2.426	3,7 %			2.426	0,9 %		2.426	0,8 %	-7,5 %		
Hochspeyer			1.102	1,7 %			1.102	0,4 %		1.102	0,3 %	-6,6 %		
Queidersbach			125	0,2 %			125	0,0 %		125	0,0 %			
Bruchmühlbach-Miesau			125	0,2 %			125	0,0 %		125	0,0 %			
Ramstein-Miesenbach (MZ)			5.075	7,7 %			5.075	1,9 %	1.600	6.675	2,1 %	-8,2 %		
Weilerbach			3.043	4,6 %			3.043	1,1 %		3.043	0,9 %	-7,2 %		
<b>Summe Zone 2 (Landkreis KL)</b>	<b>21.326</b>	<b>32,5 %</b>			<b>21.326</b>	<b>7,9 %</b>	<b>3.700</b>	<b>25.026</b>	<b>7,8 %</b>	<b>-8,0 %</b>				
Pirmasens Innenstadt					24.590	16,2 %	24.590	9,1 %	4.000	28.590	8,9 %	-4,3 %		
Pirmasens gesamt					32.003	21,1 %	32.003	11,8 %	4.800	36.803	11,4 %	-4,4 %		
Sonstige UZ LK Pirmasens (Rodalben, Thaleischweiler-Fröschen, Waldfischbach-Burgalben, Wallhalben)					4.617	3,0 %	4.617	1,7 %		4.617	1,4 %	-3,5 %		
Homburg Innenstadt			2.574	3,9 %	17.885	11,8 %	20.459	7,6 %	13.000	33.459	10,4 %	-5,5 %		
Homburg gesamt			2.574	3,9 %	26.519	17,5 %	29.093	10,8 %	19.500	48.593	15,1 %	-5,0 %		
Kusel Innenstadt					6.212	4,1 %	6.212	2,3 %	200	6.412	2,0 %	-6,5 %		
Kusel gesamt					10.700	7,0 %	10.700	4,0 %	200	10.900	3,4 %	-5,4 %		
Wolfstein					608	0,4 %	608	0,2 %	700	1.308	0,4 %			
Rockenhausen (MZ)					4.860	3,2 %	4.860	1,8 %		4.860	1,5 %	-7,2 %		
Kirchheimbolanden (MZ)					10.025	6,6 %	10.025	3,7 %		10.025	3,1 %	-5,0 %		
Eisenberg (MZ)					6.030	4,0 %	6.030	2,2 %		6.030	1,9 %	-6,6 %		
Grünstadt (MZ)					6.805	4,5 %	6.805	2,5 %	12.000	18.805	5,8 %	-5,1 %		
Sonstige Unterzentren im östlichen Marktgebiet					5.772	3,8 %	5.772	2,1 %		5.772	1,8 %	-3,8 %		
<b>Marktzone 3 gesamt</b>			<b>2.574</b>	<b>3,9 %</b>	<b>107.938</b>	<b>71,1 %</b>	<b>110.512</b>	<b>40,9 %</b>	<b>37.200</b>	<b>147.712</b>	<b>45,8 %</b>	<b>-5,0 %</b>		
<b>Bindung</b>	<b>51.197</b>	<b>96,6 %</b>	<b>62.313</b>	<b>95,0 %</b>	<b>149.145</b>	<b>98,2 %</b>	<b>262.655</b>	<b>97,1 %</b>	<b>59.882</b>	<b>322.537</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1,8 %</b>		
Abfluss	1.807	3,4 %	3.262	5,0 %	2.742	1,8 %	7.811	2,9 %					= Marktvolumen im EZG	
<b>Ausgabenvolumen</b>	<b>53.004</b>	<b>100,0 %</b>	<b>65.575</b>	<b>100,0 %</b>	<b>151.887</b>	<b>100,0 %</b>	<b>270.466</b>	<b>100,0 %</b>						



Marktverteilung, IST-Situation – Umsätze Wettbewerbsgebiet Gesamt pro Anbieter nach Zonen											
Wettbewerber	Zone 1: Kaiserlautern		Zone 2: Landkreis Kaiserslautern		Zone 3: sonstiges Einzugsgebiet		Abschöpfung		Externer Zufluss Tsd. Euro	Umsatz/Marktvolumen	
	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil		Tsd. Euro	Anteil
Kaiserslautern Innenstadt	113.746	29,5 %	61.176	13,3 %	43.159	4,1 %	218.081	11,4 %	23.631	241.712	13,5 %
Kaiserslautern Fachmarktstandorte gesamt	119.358	31,0 %	52.607	11,5 %	39.159	3,7 %	211.124	11,1 %	21.464	232.588	13,0 %
Kaiserslautern sonstige Stadtbereiche und Streulagen	119.886	31,1 %	19.505	4,2 %	9.279	0,9 %	148.670	7,8 %	9.000	157.670	8,8 %
<b>Summe Zone 1 (Kaiserslautern)</b>	<b>352.990</b>	<b>91,5 %</b>	<b>133.288</b>	<b>29,0 %</b>	<b>91.597</b>	<b>8,6 %</b>	<b>577.875</b>	<b>30,2 %</b>	<b>54.095</b>	<b>631.970</b>	<b>35,3 %</b>
Landstuhl gesamt			53.099	11,6 %	11.207	1,1 %	64.306	3,4 %	8.400	72.706	4,1 %
Otterbach			19.716	4,3 %			19.716	1,0 %		19.716	1,1 %
Otterberg			26.568	5,8 %			26.568	1,4 %		26.568	1,5 %
Enkenbach-Alsenborn			26.633	5,8 %			26.633	1,4 %	1.000	27.633	1,5 %
Hochspeyer			12.131	2,6 %			12.131	0,6 %		12.131	0,7 %
Queidersbach			5.685	1,2 %			5.685	0,3 %		5.685	0,3 %
Bruchmühlbach-Miesau			18.435	4,0 %			18.435	1,0 %	1.000	19.435	1,1 %
Ramstein-Miesenbach (MZ)			35.766	7,8 %			35.766	1,9 %	4.900	40.666	2,3 %
Weilerbach			19.815	4,3 %			19.815	1,0 %		19.815	1,1 %
<b>Summe Zone 2 (Landkreis KL)</b>			<b>217.847</b>	<b>47,4 %</b>	<b>11.207</b>	<b>1,1 %</b>	<b>229.054</b>	<b>12,0 %</b>	<b>15.300</b>	<b>244.354</b>	<b>13,7 %</b>
Pirmasens gesamt					173.799	16,3 %	173.799	9,1 %	14.350	188.149	10,5 %
Sonstige UZ LK Pirmasens (Rodalben, Thaleischweiler-Fröschen, Waldfischbach-Burgalben, Wallhalben)					77.583	7,3 %	77.583	4,1 %		77.583	4,3 %
Homburg gesamt			13.453	2,9 %	155.190	14,6 %	168.643	8,8 %	47.900	216.543	12,1 %
Kusel gesamt					58.141	5,5 %	58.141	3,0 %	1.900	60.041	3,4 %
Wolfstein					12.735	1,2 %	12.735	0,7 %	1.700	14.435	0,8 %
Rockenhausen (MZ)					44.536	4,2 %	44.536	2,3 %		44.536	2,5 %
Kirchheimbolanden (MZ)					61.545	5,8 %	61.545	3,2 %		61.545	3,4 %
Eisenberg (MZ)					42.630	4,0 %	42.630	2,2 %	500	43.130	4,7 %
Grünstadt (MZ)					85.157	8,0 %	85.157	4,5 %	27.100	112.257	6,3 %
Sonstige Unterzentren im östlichen Marktgebiet (Winnweiler, Hettenleidheim, Göllheim, Glan-Münchweiler, Altenglan, Waldmohr, Schönenberg-Kübelberg)					93.479	8,8 %	93.479	4,9 %		93.479	5,2 %
<b>Marktzone 3 gesamt</b>			<b>13.453</b>	<b>2,9 %</b>	<b>804.798</b>	<b>75,5 %</b>	<b>818.251</b>	<b>42,8 %</b>	<b>93.450</b>	<b>911.701</b>	<b>51,0 %</b>
<b>Bindung</b>	<b>352.990</b>	<b>91,5 %</b>	<b>364.587</b>	<b>79,4 %</b>	<b>907.601</b>	<b>85,2 %</b>	<b>1.625.178</b>	<b>85,1 %</b>	<b>162.845</b>	<b>1.788.023</b>	<b>100,0 %</b>
Abfluss	32.613	8,5 %	94.689	20,6 %	158.041	14,8 %	285.343	14,9 %			
<b>Ausgabenvolumen</b>	<b>385.603</b>	<b>100,0 %</b>	<b>459.276</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1.065.642</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1.910.521</b>	<b>100,0 %</b>			
											= Marktvolumen im EZG



Marktverteilung, PROGNOSE-Situation Wettbewerbsgebiet Gesamt pro Anbieter nach Zonen (4.200 qm periodischer Bedarf, 8.800 qm sonstige Hartwaren/Technik, 15.500 qm modischer Bedarf)														
Wettbewerber	Zone 1: Kaiserslautern		Zone 2: Landkreis Kaiserslautern		Zone 3: sonstiges Einzugsgebiet		Abschöpfung		Externer Zufluss	Umsatz/Marktvolumen		Verän- derung	Rückum- verteilung	Umver- teilung
	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	
Kaiserslautern Innenstadt	95.749	24,8 %	54.415	11,8 %	36.959	3,5 %	187.123	9,8 %	18.600	205.723	11,5 %	-14,9 %	14.806	-8,8 %
<b>Stadtgalerie</b>	<b>40.491</b>	<b>10,5 %</b>	<b>22.225</b>	<b>4,8 %</b>	<b>25.224</b>	<b>2,4 %</b>	<b>87.940</b>	<b>4,6 %</b>	<b>13.334</b>	<b>101.274</b>	<b>5,6 %</b>			
Innenstadt Kaiserslautern	136.240	35,3 %	76.639	16,7 %	62.183	5,8 %	275.062	14,4 %	31.934	306.996	17,1 %	27,0 %		
Kaiserslautern FM-standorte ges.	106.599	27,6 %	46.688	10,2 %	36.592	3,4 %	189.879	9,9 %	17.048	206.927	11,5 %	-11,0 %	5.893	-8,5 %
Kaiserslautern sonstige Stadtbereiche und Streulagen	111.782	29,0 %	17.067	3,7 %	8.543	0,8 %	137.392	7,2 %	8.500	145.892	8,1 %	-7,5 %	1.556	-6,5 %
<b>Summe Zone 1 (Kaiserslautern)</b>	<b>354.621</b>	<b>92,0 %</b>	<b>140.394</b>	<b>30,6 %</b>	<b>107.318</b>	<b>10,1 %</b>	<b>602.333</b>	<b>31,5 %</b>	<b>57.482</b>	<b>659.815</b>	<b>36,7 %</b>	<b>4,4 %</b>		
Landstuhl Innenstadt			23.696	5,2 %			23.696	1,2 %	5.200	28.896	1,6 %			
Landstuhl gesamt			51.551	11,2 %	11.207	1,0 %	62.758	3,3 %	8.300	71.058	4,0 %	-2,3 %		
Otterbach			19.509	4,2 %			19.509	1,0 %		19.509	1,1 %	-1,0 %		
Otterberg			26.200	5,7 %			26.200	1,4 %		26.200	1,5 %	-1,4 %		
Enkenbach-Alsenborn			26.106	5,7 %			26.106	1,4 %	1.000	27.106	1,5 %	-1,9 %		
Hochspeyer			11.815	2,6 %			11.815	0,6 %		11.815	0,7 %	-2,6 %		
Queidersbach			5.628	1,2 %			5.628	0,3 %		5.628	0,3 %	-1,0 %		
Bruchmühlbach-Miesau			18.333	4,0 %			18.333	1,0 %	1.000	19.333	1,1 %	-0,5 %		
Ramstein-Miesenbach (MZ)			34.759	7,6 %			34.759	1,8 %	5.000	39.759	2,2 %	-2,2 %		
Weilerbach			19.387	4,2 %			19.387	1,0 %		19.387	1,1 %	-2,2 %		
<b>Summe Zone 2 (Landkreis KL)</b>	<b>213.289</b>	<b>46,4 %</b>	<b>11.207</b>	<b>1,1 %</b>	<b>224.496</b>	<b>11,8 %</b>	<b>15.300</b>	<b>239.796</b>	<b>13,4 %</b>	<b>-1,9 %</b>				
Pirmasens Innenstadt					70.271	6,6 %	70.271	3,7 %	7.500	77.771	4,3 %			
Pirmasens gesamt					171.162	16,1 %	171.162	9,0 %	13.600	184.762	10,3 %	-1,8 %		
Sonstige UZ LK Pirmasens (Rodalben, Thaleischweiler-Fröschen, Waldfischbach-Burgalben, Wallhalben)					77.033	7,2 %	77.033	4,0 %		77.033	4,3 %	-0,7 %		
Homburg Innenstadt			6.729	1,5 %	69.797	6,5 %	76.526	4,0 %	20.000	96.526	5,4 %			
Homburg gesamt			12.868	2,8 %	151.325	14,2 %	164.193	8,6 %	46.700	210.893	11,7 %	-2,6 %		
Kusel Innenstadt					18.499	1,7 %	18.499	1,0 %	1.300	19.799	1,1 %			
Kusel gesamt					57.046	5,4 %	57.046	3,0 %	1.800	58.846	3,3 %	-2,0 %		
Wolfstein					12.609	1,2 %	12.609	0,7 %	1.700	14.309	0,8 %	-0,9 %		
Rockenhausen (MZ)					43.706	4,1 %	43.706	2,3 %		43.706	2,4 %	-1,9 %		
Kirchheimbolanden (MZ)					60.602	5,7 %	60.602	3,2 %		60.602	3,4 %	-1,5 %		
Eisenberg (MZ)					42.000	3,9 %	42.000	2,2 %	500	42.500	2,4 %	-1,5 %		
Grünstadt (MZ)					84.003	7,9 %	84.003	4,4 %	26.800	110.803	6,2 %	-1,3 %		
Sonstige Unterzentren im östlichen Marktgebiet					92.792	8,7 %	92.792	4,9 %		92.792	5,2 %	-0,7 %		
<b>Marktzone 3 gesamt</b>			<b>12.868</b>	<b>2,8 %</b>	<b>792.278</b>	<b>74,3 %</b>	<b>805.146</b>	<b>42,1 %</b>	<b>91.100</b>	<b>896.246</b>	<b>49,9 %</b>	<b>-1,7 %</b>		
<b>Bindung</b>	<b>354.621</b>	<b>92,0 %</b>	<b>366.551</b>	<b>79,8 %</b>	<b>910.803</b>	<b>85,5 %</b>	<b>1.631.975</b>	<b>85,4 %</b>	<b>163.882</b>	<b>1.795.857</b>	<b>100,0 %</b>	<b>0,4 %</b>		
Abfluss	30.982	8,0 %	92.725	20,2 %	154.839	14,5 %	278.546	14,6 %					= Marktvolumen im EZG	
<b>Ausgabenvolumen</b>	<b>385.603</b>	<b>100,0 %</b>	<b>459.276</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1.065.642</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1.910.521</b>	<b>100,0 %</b>						



Marktverteilung, PROGNOSE-Situation Wettbewerbsgebiet Gesamt pro Anbieter nach Zonen (4.200 qm periodischer Bedarf, 8.800 qm sonstige Hartwaren/Technik, 15.000 qm modischer Bedarf)														
Wettbewerber	Zone 1: Kaiserslautern		Zone 2: Landkreis Kaiserslautern		Zone 3: sonstiges Einzugsgebiet		Abschöpfung		Externer Zufluss	Umsatz/Marktvolumen		Verän- derung	Rückum- verteilung	Umver- teilung
	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	Anteil	Tsd. Euro	Anteil	
Kaiserslautern Innenstadt	95.802	24,8 %	54.481	11,9 %	37.187	3,5 %	187.470	9,8 %	18.600	206.070	11,5 %	-14,7 %	14.806	-8,6 %
<b>Stadtgalerie</b>	<b>40.332</b>	<b>10,5 %</b>	<b>21.806</b>	<b>4,7 %</b>	<b>24.298</b>	<b>2,3 %</b>	<b>86.436</b>	<b>4,5 %</b>	<b>13.334</b>	<b>99.770</b>	<b>5,6 %</b>			
Innenstadt Kaiserslautern	136.134	35,3 %	76.285	16,6 %	61.485	5,8 %	273.904	14,3 %	31.934	305.838	17,0 %	26,5 %		
Kaiserslautern FM-standorte ges.	106.673	27,7 %	46.792	10,2 %	36.592	3,4 %	190.057	9,9 %	17.048	207.105	11,5 %	-11,0 %	5.893	-8,4 %
Kaiserslautern sonstige Stadtgebiete und Streulagen	111.809	29,0 %	17.067	3,7 %	8.543	0,8 %	137.419	7,2 %	8.500	145.919	8,1 %	-7,5 %	1.556	-6,5 %
<b>Summe Zone 1 (Kaiserslautern)</b>	<b>354.616</b>	<b>92,0 %</b>	<b>140.145</b>	<b>30,5 %</b>	<b>106.620</b>	<b>10,0 %</b>	<b>601.381</b>	<b>31,5 %</b>	<b>57.482</b>	<b>658.863</b>	<b>36,7 %</b>	<b>4,3 %</b>		
Landstuhl Innenstadt			23.729	5,2 %			23.729	1,2 %	5.200	28.929	1,6 %			
Landstuhl gesamt			51.600	11,2 %	11.207	1,0 %	62.807	3,3 %	8.300	71.107	4,0 %	-2,2 %		
Otterbach			19.509	4,2 %			19.509	1,0 %		19.509	1,1 %	-1,0 %		
Otterberg			26.200	5,7 %			26.200	1,4 %		26.200	1,5 %	-1,4 %		
Enkenbach-Alsenborn			26.139	5,7 %			26.139	1,4 %	1.000	27.139	1,5 %	-1,8 %		
Hochspeyer			11.815	2,6 %			11.815	0,6 %		11.815	0,7 %	-2,6 %		
Queidersbach			5.628	1,2 %			5.628	0,3 %		5.628	0,3 %	-1,0 %		
Bruchmühlbach-Miesau			18.333	4,0 %			18.333	1,0 %	1.000	19.333	1,1 %	-0,5 %		
Ramstein-Miesenbach (MZ)			34.818	7,6 %			34.818	1,8 %	5.000	39.818	2,2 %	-2,1 %		
Weilerbach			19.446	4,2 %			19.446	1,0 %		19.446	1,1 %	-1,9 %		
<b>Summe Zone 2 (Landkreis KL)</b>	<b>213.488</b>	<b>46,5 %</b>	<b>11.207</b>	<b>1,1 %</b>	<b>224.695</b>	<b>11,8 %</b>	<b>15.300</b>	<b>239.995</b>	<b>13,4 %</b>	<b>-1,8 %</b>				
Pirmasens Innenstadt					70.288	6,6 %	70.288	3,7 %	7.500	77.788	4,3 %			
Pirmasens gesamt					171.193	16,1 %	171.193	9,0 %	13.600	184.793	10,3 %	-1,8 %		
Sonstige UZ LK Pirmasens (Rodalben, Thaleischweiler-Fröschen, Waldfischbach-Burgalben, Wallhalben)					77.093	7,2 %	77.093	4,0 %		77.093	4,3 %	-0,6 %		
Homburg Innenstadt			6.778	1,5 %	69.835	6,6 %	76.613	4,0 %	20.000	96.613	5,4 %			
Homburg gesamt			12.917	2,8 %	151.416	14,2 %	164.333	8,6 %	46.700	211.033	11,8 %	-2,5 %		
Kusel Innenstadt					18.598	1,7 %	18.598	1,0 %	1.300	19.898	1,1 %			
Kusel gesamt					57.190	5,4 %	57.190	3,0 %	1.800	58.990	3,3 %	-1,8 %		
Wolfstein					12.609	1,2 %	12.609	0,7 %	1.700	14.309	0,8 %	-0,9 %		
Rockenhausen (MZ)					43.782	4,1 %	43.782	2,3 %		43.782	2,4 %	-1,7 %		
Kirchheimbolanden (MZ)					60.678	5,7 %	60.678	3,2 %		60.678	3,4 %	-1,4 %		
Eisenberg (MZ)					42.030	3,9 %	42.030	2,2 %	500	42.530	2,4 %	-1,4 %		
Grünstadt (MZ)					84.049	7,9 %	84.049	4,4 %	26.800	110.849	6,2 %	-1,3 %		
Sonstige Unterzentren im östlichen Marktgebiet					92.868	8,7 %	92.868	4,9 %		92.868	5,2 %	-0,7 %		
<b>Marktzone 3 gesamt</b>			<b>12.917</b>	<b>2,8 %</b>	<b>792.908</b>	<b>74,4 %</b>	<b>805.825</b>	<b>42,2 %</b>	<b>91.100</b>	<b>896.925</b>	<b>49,9 %</b>	<b>-1,6 %</b>		
<b>Bindung</b>	<b>354.616</b>	<b>92,0 %</b>	<b>366.549</b>	<b>79,8 %</b>	<b>910.735</b>	<b>85,5 %</b>	<b>1.631.900</b>	<b>85,4 %</b>	<b>163.882</b>	<b>1.795.782</b>	<b>100,0 %</b>	<b>0,4 %</b>		
Abfluss	30.987	8,0 %	92.727	20,2 %	154.907	14,5 %	278.621	14,6 %					= Marktvolumen im EZG	
<b>Ausgabenvolumen</b>	<b>385.603</b>	<b>100,0 %</b>	<b>459.276</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1.065.642</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1.910.521</b>	<b>100,0 %</b>						



Einwohnerzahlen nach Zonen (Stand 31.12.2010)						
Zone 1		Zone 2		Zone 3		
67655	Kaiserslautern	21.816	66849 Landstuhl	8.572	66424 Homburg	43.256
67657	Kaiserslautern	19.367	66851 Bann, Hauptstuhl, Horbach	9.562	66869 Kusel	6.291
67659	Kaiserslautern	21.717	66862 Kindsbach	2.422	66885 Altenglan	3.608
67661	Kaiserslautern	11.227	66877 Ramstein-Miesenbach	7.492	66887 Altenglan-Umland	8.395
67663	Kaiserslautern	23.401	66879 Ramstein-Miesenbach-Umland	7.753	66901 Schonenberg-Kubelberg	5.615
<b>Zone 1</b>	<b>97.528</b>	<b>66882 Hutschenhausen</b>	<b>3.837</b>	<b>66903 Altenkirchen, Gries, Ohmbach</b>	<b>4.550</b>	<b>67475 Weidenthal</b>
	66892	Bruchmühlbach-Miesau	7.350	66904 Brucken	2.625	67681 Sembach
	66894	Bechhofen, Martinshohe, Wiesbach	6.785	66907 Glan-Munchweiler	1.698	67714 Waldfischbach-Burgalben
	67468	Frankeneck, Frankensteine, Neidenfels	2.718	66909 Glan-Munchweiler-Umland	7.436	67715 Geiselberg
	67677	Enkenbach-Alsenborn	6.935	66914 Waldmohr	5.199	67716 Heltersberg
	67678	Mehlingen	3.574	66917 Wallhalben	1.528	67718 Schmalenberg
	67680	Neuhemsbach	865	66919 Hermersberg, Weselberg, Herschberg	6.524	67722 Winnweiler
	67685	Weilerbach	6.928	66953 Pirmasens-66953	13.957	67724 Gehrweiler, Gonbach, Horingen
	67686	Mackenbach	1.987	66954 PS-Fehrb.,-Winzeln	11.175	67725 Borrstadt
	67688	Rodenbach	3.238	66955 PS-Niedersimten	15.179	67727 Lohnsfeld
	67691	Hochspeyer	4.536	66976 Rodalben	7.165	67728 Munchweiler
	67693	Fischbach, Waldleiningen	1.210	67269 Grunstadt	13.059	67729 Sippersfeld
	67697	Otterberg	5.189	67271 Battenberg, Kindenheim, Obersulzen	4.170	67752 Wolfstein
	67699	Heiligenmoschel, Schneckenhausen	1.273	67273 Dackenheim, Herxheim, Weisenheim	3.606	67753 Aschbach, Hefersweiler, Rothselberg
	67700	Niederkirchen	1.988	67292 Kirchheimbolanden	7.797	67754 Essweiler
	67701	Schallodenbach	903	67294 Orbis, Gauersheim, Mauchenheim	5.673	67757 Kreimbach-Kaulbach
	67705	Trippstadt	4.225	67295 Bolanden	2.382	67806 Rockenhausen
	67706	Krickenbach	1.199	67297 Marnheim	1.687	67808 Morsfeld, Ransweiler, Steinbach
	67707	Schopp	1.429	67304 Eisenberg, Kerzenheim	11.648	67811 Dielkirchen
	67731	Otterbach	4.048	67305 Ramsen	1.758	67814 Dannenfels
	67732	Hirschhorn	774	67307 Gollheim	3.748	67816 Dreisen
	67734	Katzweiler	2.116	67310 Hettenleidelheim	3.061	67817 Imsbach
	67735	Mehlbach	1.104	67311 Tiefenthal	839	
	67737	Olsbrücken	1.449	<b>Zone 3</b>		<b>259.126</b>
<b>Zone 2</b>		<b>111.461</b>				

Quelle: MB Research



## VERZEICHNIS DER ABKÜRZUNGEN

AV	Ausgabenvolumen	LROP	Landes-Raumordnungsprogramm
ALQ	Arbeitslosenquote	MA	Marktanteil
ASB	Allgemeiner Siedlungsbereich	MF	Mietfläche
BA	Bauabschnitt	MI	Mischgebiet
BAB	Bundesautobahn	MIV	Motorisierter Individualverkehr
BfLR	Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (jetzt: BBR)	MZ	Mittelzentrum
BBR	Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung	NLS	Niedersächsisches Landesamt für Statistik
BGF	Bruttogeschosfläche	OG	Obergeschoss
BIP	Bruttoinlandsprodukt	ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
BHM	Bau- und Heimwerkermarkt	OTZ	Ortsteilzentrum
DIY	Do-it-yourself (Bau- und Heimwerkersortiment)	PH	Parkhaus
EFH	Einfamilienhaus	Pkw	Personenkraftwagen
EG	Erdgeschoss; auch Einheitsgemeinde bzgl. Gebietsgliederung	PP	Parkplätze/Stellplätze
EH	Einzelhandel	qm	Quadratmeter
EKZ	Einkaufszentrum	ROG	Raumordnungsgesetz
EW	Einwohner	SBWH	Selbstbedienungswarenhaus
EZG	Einzugsgebiet	SG	Samtgemeinde
FGZ	Fußgängerzone	SM	Supermarkt
FM	Fachmarkt	SO	Sondergebiet
GE	Gewerbe	SVP	Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg	UE	Unterhaltungselektronik
GG	Gebrauchsgüter	UKZ	Umsatzkennziffer
GPK	Glas, Porzellan, Keramik	VA	Verbrauchsausgaben
GVZ	Güterverkehrszentrum	VG	Verkehrsgemeinschaft (süddeutsch: Verwaltungsgemeinschaft)
GZ	Grundzentrum	VKF	Verkaufsfläche
HAKA	Herrenoberbekleidung	VM	Verbrauchermarkt
HWS	Hauptwohnsitz	VZ	Versorgungszentrum
KES	Komplexer Einzelhandelsstandort	WA	Allgemeines Wohngebiet
KIKA	Kinderbekleidung	WPR	Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
Kfz	Kraftfahrzeug	WZ	Wohnnahes Zentrum
KKZ	Kaufkraftkennziffer	ZVB	Zentraler Versorgungsbereich
Konz.	Konzessionär	ZUP	Zentraler Umsteigepunkt
LEP	Landesentwicklungsplan, Landesentwicklungsprogramm (Bayern, Baden-Württemberg)		
LK/Lkr.	Landkreis		
LM/VG	Lebensmittel/Verbrauchsgüter		



## WARENGRUPPEN-ERLÄUTERUNG

Warengruppen-Code BulwienGesa	EHI*		Warengruppen-Code BulwienGesa	EHI*		Warengruppen-Code BulwienGesa	EHI*	
		Mischbetriebsformen	2		Aperiodischer Bedarf (Fortsetzung)	4	L	Gastronomie
0	A	Warenhäuser (z. B. Kaufhof, Hertie)	2,3	F	DIY/Garten/Freizeit	4,1	L	Restaurants
1	A	SB-Warenhäuser (z. B. Kaufland)	2,31	F	Bau- und Heimwerker-Sortiment	4,2	L	Kneipe/Bar
			2,32	F	Holzhandel	4,3	L	Café/Coffee Shop/Bistro/Eisdiele
1		Periodischer Bedarf	2,33	G	Eisenwaren/Beschläge	4,4	L	Imbiss/Take Away/Systemgastronomie ohne Gastraum
1,1	B	Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	2,341	G	Zimmerpflanzen/Blumen/Floristik	4,5	L	Fast-Food/Systemgastronomie mit Gastraum
1,11	B	Supermarkt	2,342	G	Freilandpflanzen/Gartenbedarf	4,6	L	Food-Court
1,12	B	Discounter	2,35	G	Zweirad	4,7	L	Sonst. Einrichtungen, z. B. Saftbar, Brezelverkauf, Weinstand
1,13	B	Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus	2,36	G	KFZ-Zubehör			
1,14	B	Sonstige LM-Märkte (GC, Sopo, Bio)	2,37	G	Sport/Campingartikel (Hardware)	5	M	Entertainment
1,15	B	LM-Kleinhandel				5,1	M	Multiplexkino, Kino, Sonderprojektionskino
1,16	B	LM-Handwerk: Bäcker	2,4	E	Einrichtungsbedarf	5,2	M	Fitness-/Wellness-Center
1,17	B	LM-Handwerk Fleischer	2,41	E	Möbel, Küchen, Gartenmöbel	5,3	M	Bowling/Billard/Dart
			2,42	E	Leuchten	5,4	M	Spielhallen/Automatenspiel/Casino
1,2	C	Drogerie/Gesundheit	2,43	E	Heimtextilien inkl. Bettwaren	5,5	M	Kinderspielcenter/Indoor-Spielplatz
1,21	C	Drogerie-Markt	2,44	E	Bodenbeläge, Teppiche	5,6	M	Besucherattraktionen, z. B. Science-Center, Aquarium, Modelleisenbahnenwelten
1,22	C	Drogerie/Parfümerie				5,7	M	Sonstige Angebote
1,23	C	Apotheke	2,5		Sonstige Hartwaren/Persönlicher Bedarf			
			2,51	E	GPK/HHW			
1,3	B	Zeitungen/Tabak	2,52	F	Bücher, Poster			
			2,53	G	Spielwaren			
1,4	B	Zoobedarf periodisch	2,54	G	Musikalien	6		Separate Lagerflächen/Separate Nebenräume
			2,55	H	Schreibwaren, Bürobedarf			
2		Aperiodischer Bedarf	2,56	H	Schmuck, Uhren, Edelmetalle	7		Leerstand
2,1	D	Modischer Bedarf	2,57	C	Sanitätsbed., Akustik, Optik	7,1		Leerstand Einzelhandelsflächen
2,11	D	Vollsortiment	2,58	H	Sonstige Gebrauchsgüter	7,2		Leerstand Lagerflächen
2,12	D	Damenoberbekleidung (DOB)	2,59	G	Zoobedarf (aperiodisch), Haustiere	7,3		Leerstand Sonstige Flächen
2,13	D	HAKA (Herrenoberbekleidung)						
2,14	D	Sportbekleidung	3	K	Einzelhandelsnahe Dienstleister	8		Vermietete Werbeflächen, z. B. Fassadenwerbung, Leuchtreklame, Vitrinen in der Mall
2,15	D	Wäsche/Kurzw./Kinderbekleidung//Sonst.	3,1	K	Friseur			
2,16	D	Schuhe inkl. Sportschuhe	3,2	K	Reinigung/Reinigungsannahme			
			3,3	K	Änderungsschneiderei	9		Sonstige Flächen
2,2	F	Elektro, Technik	3,4	K	Sonnenstudio/Kosmetiksalon	9,1		Büroflächen
2,21	F	Weiße Ware	3,5	K	Schuh-/Schlüsseldienst	9,2		Wohnflächen
2,22	F	Braune Ware/Tonträger (UE)	3,6	K	Reisebüro	9,3		Hotel
2,23	F	Foto/Video	3,7	K	Bank-/Sparkasse-/Postfiliale			
2,24	F	EDV	3,8	K	Automaten, z. B. EC-/Fotoautomaten			
2,25	F	Telekommunikation	3,9	K	Sonst. Angebote, z. B. Theaterkasse, T-Shirt-Druck			

\* EHI = Euro Retail Institute GmbH, Köln