



Einzelhandelskonzeption der Stadt Kaiserslautern 2021

Einzelhandelskonzeption 2021 der Stadt Kaiserslautern

(Gesamtfortschreibung der Einzelhandelskonzeption 2009)

**Stadtverwaltung Kaiserslautern
Referat Stadtentwicklung,**

Ltd. Baudirektorin Dipl.-Ing. Elke Franzreb

Bearbeitung durch:

Dipl.-Ing. Joachim Wilhelm

Dipl.-Ing. Birgit Hach

Sabine Thomas

Datenstand: März 2021

Der Rat der Stadt Kaiserslautern hat am 12.07.2021 ([Beschlussvorlage 0153/2021](#)) die Einzelhandelskonzeption 2021 beschlossen.

Gliederung

1. Einführung	8
1.1 Grundlagen und Begriffsdefinitionen	10
1.2 Zielsetzung.....	10
1.3 Untersuchungsfragestellungen.....	10
1.4 Methodik	11
1.5 Konzeptionsaufbau und Kommunikationsstruktur	11
2. Allgemeine Trends und Rahmenbedingungen im Einzelhandel	12
2.1 Trends und Entwicklungen auf der Angebotsseite	12
2.2 Trends und Entwicklungen auf der Nachfrageseite	12
2.3 Auswirkungen der Entwicklungstrends auf die allgemeine städtebauliche Entwicklung.....	17
2.4 Auswirkungen der Entwicklungstrends auf die städtebauliche Entwicklung in Kaiserslautern	19
3. Rechtsgrundlagen und übergeordnete Planungen	22
3.1 Bauplanungsrechtliche Regelungen	22
3.3 Übergeordnete räumliche Planungen	23
3.3.1 Landesentwicklungsprogramm IV (LEP IV).....	23
3.3.2 Regionaler Raumordnungsplan Westpfalz (ROP IV)	24
4. Analyse	26
4.1 Untersuchungs-/Planungsraum	26
4.2 Angebotsanalyse.....	26
4.3 Nachfrageanalyse	30
4.4 Städtebauliche Analyse.....	32
5. Rahmenbedingungen für die Stadt Kaiserslautern (Ist-Analyse Gesamtstadt)	33
5.1 Regionale Ebene.....	33
5.2 Kommunale Ebene.....	35
5.2.1 Einzelhandelsrelevante Siedlungsentwicklungen.....	35
5.2.2 Einzelhandelsrelevante Teilbereiche in der City	36
5.3 Nachfragesituation	38
6. Analyse und Bewertung der oberzentralen Versorgungsstruktur und Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs in der City bzw. Innenstadt	39
6.1 Bestandserfassung im Untersuchungsbereich Stadtgalerie.....	39
6.2 Festlegung des Zentralen Versorgungsbereichs für die City/Innenstadt	40
6.3 Veränderungen der Sortimentsverteilung in der City	42
6.4 Ladenleerstände in der Innenstadt (Untersuchungsbereich Stadtgalerie).....	43
6.5 Neubewertung von Standorten.....	43
7. Analyse und Bewertung der Grundversorgungsstruktur und Festlegung der Zentralen Versorgungsbereiche für die Grundversorgung	63
7.1 Zentren der Innenstadt	66
7.1.1 Innenstadt Ost	66
7.1.2 Innenstadt Südwest.....	69
7.1.3 Innenstadt West/Kotten	71

7.1.4	Innenstadt Nord/Kaiserberg	73
7.1.5	Grübentälchen/Volkspark	75
7.2	Zentren der Wohnsiedlungen	77
7.2.1	Bännjerrück/Karl-Pfaff-Siedlung.....	77
7.2.2	Betzenberg	79
7.2.3	Kaiserslautern-West	81
7.2.4	Lämmchesberg.....	83
7.2.5	Universitätswohnstadt	85
7.3	Zentren der Stadtteile.....	87
7.3.1	Dansenberg	87
7.3.2	Einsiedlerhof.....	89
7.3.3	Erfenbach	90
7.3.4	Erzhütten/Wiesenthalerhof	92
7.3.5	Erlenbach	93
7.3.6	Hohenecken	95
7.3.7	Morlautern	97
7.3.8	Mölschbach	99
7.3.9	Siegelbach.....	100
7.4	Fazit der Analyse und Bewertung der Stadtteile und der Wohngebiete	102
8.	Analyse und Bewertung der Standorte des großflächigen Einzelhandels	105
8.1.1	„Pfalz-Boulevard“ bzw. Gewerbegebiet West (Merkurstraße/Denisstraße/Röchlingstraße).....	105
8.1.2	Am Opelkreisel und IKEA.....	105
8.2	Hauptbahnhof – Zollamtstraße und Uni-Park	106
8.3	Hohenecker Straße	107
8.4	„Pfalz-Center“ (Mannheimer Straße 236)	108
8.5	Pariser Straße (Kaufland).....	109
8.6	Europaallee (PRE-Park).....	109
8.7	Mainzer Straße.....	110
8.8	Gewerbegebiet Ost (Mainzer Straße, Rotenberg, Hertelsbrunnenring)	111
8.9	Zusammenfassung zu den Standorten des großflächigen Einzelhandels.....	111
9.	Analyse der Erreichbarkeiten in Bezug auf die Lebensmittel versorgung	112
9.1	Zusammenhang Lebensmittelversorgung und Mobilitätsverhalten	112
9.2	Erreichbarkeiten aus dem Focus der Angebotsseite	113
9.3	Erreichbarkeiten aus dem Focus der Nachfrageseite	113
10.	Künftige Entwicklungsspielräume	114
10.1	Bevölkerungsentwicklung.....	114
10.2	Kaufkraftentwicklung und Verkaufsflächenpotenziale	115
10.2.1	Verkaufsflächenprognose der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs.....	119
10.2.2	Verkaufsflächenprognose der Warengruppe des mittelfristigen Bedarfs.....	121
10.2.3	Verkaufsflächenprognose der Warengruppe des langfristigen Bedarfs.....	123
10.3	Sortimentsverteilung in Kaiserslautern	125
10.4	Entwicklungsansätze für die Sortimente in der Innenstadt.....	129
10.5	Entwicklungspotenziale Innenstadt.....	130
11.	Szenarien zur Einzelhandelsentwicklung	130

13. Maßnahmen der Einzelhandelskonzeption.....	134
13.1 Sortimentsliste Kaiserslautern	135
13.1.1 Begriffsdefinition	135
13.1.2 Sortimentsliste Kaiserslautern	135
13.2 Gesamtstädtische Zonierung des Einzelhandels	139
13.2.1 Analyse bestehender Baurechte.....	143
13.3 Darstellung der Zonierung des Einzelhandels und der Handlungsbedarfe.....	150
13.3.1 Maßnahmen in der City	150
13.3.2 Maßnahmen in den Wohngebieten	154
13.3.3 Maßnahmen in den Stadtteilen	154
13.3.4 Maßnahmen in den Sonderstandorten.....	154
13.3.5 Geplante Einzelhandelsstandorte	155
14. Empfehlungen zur Umsetzung der Einzelhandelskonzeption	157
14.1 Allgemeine Empfehlungen	157
14.2 Steuerung des Einzelhandels durch die Fortschreibung der Bebauungspläne	158
14.3 Enge Auslegung des Bestandschutzes bei Nutzungsänderungen.....	158
15. Zusammenfassung.....	159
Anhang.....	161
A 1 Glossar – Begriffsdefinitionen.....	161
A 1.1 Allgemeine Begriffsdefinitionen.....	161
A 1.2 Begriffsdefinitionen zu den Betriebsformen.....	163
A 4 Planbereiche	166

Aktueller Planungsanlass:

Vor dem Hintergrund der seit dem Beschluss über die Einzelhandelskonzeption 2009 eingetretenen Veränderungen der Einzelhandelslandschaft, wie

- der Etablierung der im Jahr 2015 eröffneten **Stadtgalerie "K in Lautern"** in der City,
- der Errichtung eines **IKEA** Einrichtungshauses im Jahr 2015,
- der Umgestaltung des „**Pfalz-Centers**“ an der Mannheimer Straße,
- der verschiedenen **Bestandsveränderungen und -verlagerungen in der Innenstadt**,
- eines erheblichen **Rückgangs von Geschäften der Nahversorgung bzw. des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien/Metzgereien)** in der Fläche bzw. den Stadtteilen,

und der zu erwartenden und teilweise bereits eingetretenen Veränderungen durch einen stärkeren Internethandel ist, wie bereits angeführt, eine Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption 2009 durch eine Aktualisierung der erfassten Einzelhandelsbetriebe und eine Anpassung einzelner Themenfelder erforderlich.

Strukturwandel in den Innenstädten

Nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie ist vielerorts ein Strukturwandel in den Innenstädten festzustellen, bei dem der stationäre Handel zurückgeht, Kaufhäuser schließen und der Online-Handel mit Direktzustellung zum Endkunden zunimmt.

Die Innenstädte drohen dadurch zu veröden. Die innerstädtischen Konkurrenzen durch Ansiedlungen auf der "grünen Wiese" werden durch den Online-Handel noch weiter verstärkt. Zunehmend wird dabei auch kritisiert, dass Innenstadt vielfach ausschließlich als Einzelhandelsstandort verstanden wurde. Für die Innenstädte der Zukunft wird ausgehend von der Leipziger Charta das Leitbild der „europäischen Stadt“, das eine hohe Nutzungsmischung (Arbeiten, Wohnen, Freizeit, Kultur, Bildung, politische Willensbildung und Teilhabe am öffentlichen Leben) einfordert, verfolgt.

Ziel ist es, die Nutzungsvielfalt und Aufenthaltsqualität zu erhöhen, um die Besucherfrequenz und Verweildauer in den Innenstädten zu stärken.

Trotz dieser erforderlichen Neuausrichtung der Innenstädte wäre es fatal, auf eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung nun zu verzichten und die verbleibenden Angebote nur dem freien Markt zu überlassen, der noch immer autoorientierte Standorte außerhalb der bewohnten Quartiere bevorzugt. Vielmehr ist daher eine noch konsequentere Steuerung der Einzelhandelsentwicklung erforderlich, um die Vitalität der Innenstädte zu erhalten.

Situation des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien/Metzgereien):

Eher schleichend hat sich seit 2009 eine deutliche Ausdünnung mit Lebensmittelläden in den Stadtteilen abgezeichnet. Vergleicht man die bestehenden Läden in der Zeitspanne 2009 - 2018, so zeigt sich ungefähr eine Halbierung der Verkaufsflächen. Insbesondere das Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien) sind dabei stark zurückgegangen. Selbst in den größeren Stadtteilen gibt es i. d. R. nur noch eine Bäckerei und eine Metzgerei.

Wie die Schließung des „Treff 3000“ Lebensmittelmarktes und der Filiale der Stadtparkasse im Wohngebiet Betzenberg zeigt, findet zudem ein Rückzug auch von Märkten bzw. Einrichtungen der Nahversorgung in den Wohnsiedlungen im Umfeld der unmittelbaren Kernstadt statt.

Diskussions- und Regelungsbedarf besteht daneben durch eine erhebliche Nachfrage nach einer Vergrößerung der Verkaufsflächen von Discountern:

Ein seit Jahren breit diskutiertes Themenfeld sowohl im politischen als auch im fachlichen Bereich und Gegenstand mehrfacher Anfragen bzw. Rechtsstreitigkeiten ist die von den Discountern als notwendig erachtete bzw. „gewünschte“ Größe an Verkaufsflächen. Hier stehen Pro-Argumente (Verbreiterung der Flure, Verlagerung von Lagerflächen in die Regale) den Contra-Argumenten (Verteilungskampf der Anbieter, zusätzliche prozentuale Anteile der (ober-)zentrenrelevanten Sortimente, zusätzliche Verdrängung kleinerer Anbieter und des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien/Metzgereien)) einander gegenüber.

Vor dem Hintergrund dieser Diskussion und einer mittlerweile entstandenen Konzentration auf die autoaffinen Standorte bzw. dem Wegfallen des Lebensmittelhandwerks in der Fläche sollen in der Neufassung die „sonstigen, (nicht integrierten) Standorte“ um die Kernstadt erneut analysiert und vor dem Hintergrund der aktuellen Einzelhandelslandschaft und der jeweiligen Lage des Standorts eine standortbezogene Bewertung und Entwicklungszielsetzung vorgenommen werden.

Bei diesen „sonstigen (nicht integrierten) Standorten“ wurde bislang keine Nahversorgungsfunktion für einen Nahbereich festgestellt. Daher war in der Folge rechtskonform dieser Einzelhandelsbestand auf eine nicht großflächige Entwicklung begrenzt und eine Ausweisung eines „Sondergebiets Einzelhandel“ als Voraussetzung für einen großflächigen Betrieb abgelehnt worden.

Mit einer grundsätzlichen Neubewertung von Standorten und der **beabsichtigten Zulassung von Verkaufsflächen über 800 m²**, also von großflächigen Betrieben, ergibt sich die Aufgabe, die Standorte planungsrechtlich neu zu steuern (Aufstellung von Bebauungsplänen). Gleichzeitig könnten hierdurch die Rahmenbedingungen dieser Standorte einheitlich gestaltet werden und ein „juristisches Tauziehen auf der Grundlage des § 34 BauGB“ vor dem Hintergrund von Einzelanträgen mit Auswirkungsprognosen und weitere Rechtsverfahren vermieden werden.

Anpassung von Begrifflichkeiten an das Landesentwicklungsprogramm (LEP IV):

In Vorgesprächen mit Vertreter*innen der Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd, Abteilung 4, Referat 41 - Raumordnung, Landesplanung, wurde unter anderem angeregt, die Begrifflichkeiten des geltenden Landesentwicklungsprogramms (LEP IV) aufzugreifen und in der Einzelhandelskonzeption zwischen **Zentralen Versorgungsbereichen**, **Ergänzungsstandorten** (für großflächige, nicht zentrenrelevante Sortimente) und **Bestandsgebieten** (ohne/mit Entwicklung) zu differenzieren. Dabei sollen Gebiete mit vorhandener Einzelhandelssteuerung (z. B. raumordnerische Bescheide, abgeschlossene Bebauungspläne mit entsprechenden Festsetzungen) benannt werden.

Internethandel:

Bei der baurechtlichen Behandlung des Einzelhandels sind der Internethandel und der stationäre Einzelhandel gleichgestellt. Der Internethandel, auch ohne örtlich vorhandene Verkaufsflächen, ist daher nicht dem Großhandel zugeordnet!

Dies betrifft z. B. ein Vorhaben an der Pariser Straße 300, das oberhalb einer geplanten Waschstraße einen großflächigen Internethandel ohne Verkaufsflächen an dem Standort vorsieht. Zur Einbindung des Vorhabens in die Einzelhandelskonzeption 2021 wird vorgeschlagen, eine Einzelhandelsfläche für den Internethandel auszuweisen.

Auswirkungen der Corona-Pandemie (Covid-19):

Die globale Ausbreitung des SARS-CoV-2-Virus und die damit verbundenen Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie, insbesondere der zweifache Lockdown für die Einzelhandelsbetriebe treffen den Einzelhandel und damit die Innenstädte sehr stark.

Die Pandemie hat dabei zu einer weiteren deutlichen Verstärkung des Internethandels geführt. Viele „Rand“-Sortimente wurden daneben über Vollsortimenter und Discounter vermarktet und dem Fachhandel vorenthalten. Es wird daher befürchtet, dass sich der Handel ausdünnert und es mehr Leerstände geben wird, die man wahrscheinlich auch nicht einfach nachbesetzen kann.

Nach aktueller Auswertung (02/2021) haben sich die Verkaufsflächen in Kaiserslautern seit der Erfassung 2018/2019 um ca. 11.000 m² reduziert, davon haben die Ladengeschäfte im Untersuchungsbereich Stadtgalerie einen Anteil von 5.668 m².

Die langfristigen Folgen der Corona-Pandemie sind dabei derzeit noch nicht überschaubar. Welche Einzelhandelsbetriebe nicht mehr weiter betrieben werden, muss erst im Rahmen von örtlichen Begehungen erfasst werden, da es keine Meldepflichten gibt. Da Mietverträge zudem häufig nicht kurzfristig kündbar sind, werden Schließungen auch nicht immer zeitnah sichtbar.

Es stellen sich Fragen:

- Kommen die Kunden nach der Pandemie zurück in die Innenstädte oder bleiben die Menschen beim Onlinehandel?
- Dominiert hier eine Gewöhnung an die Bequemlichkeiten des Onlinehandels oder führt der Wunsch nach einem Einkaufserlebnis mit direktem sozialem Kontakt zu dem Einzelhandel zu einer Rückbesinnung.

Wenn es also zum Beispiel wieder die Möglichkeit gibt, zu einer Lesung in einem Buchladen zu gehen, anstatt das Buch direkt im Internet zu bestellen, wenn man eine Modenschau besuchen oder wieder bummeln kann, wird dann ein Teil wieder zurückkommen?

- Können Leerstände durch neue Betriebe / neue Konzepte wieder gefüllt werden?
- Haben sich in der Pandemie neue Beziehungen zu stationären Händlern – online wie offline – aufgebaut?
- Sind Nachnutzungsmöglichkeiten wie z.B. Co-Working-Spaces wirtschaftlich darstellbar?

In der Fachliteratur wird derzeit eine Rückbesinnung auf die gewachsene urbane Stadt eingefordert und dabei ein neuer Mix von Angeboten in der Innenstadt von Gastronomie über Kultur und Sport bis hin zu anderen Freizeitangeboten eingefordert. Dabei wird eine Senkung von Mieten für Nutzungen außerhalb des Einzelhandels vorausgesetzt.

Inwieweit sonstige Interessenten für die Erdgeschosslagen in den sogenannten Einkaufsstraßen gefunden werden können und die Mieten sich als vertretbar gestalten, kann derzeit noch nicht prognostiziert werden.

1. Einführung

Der Strukturwandel und die enorme Dynamik im Handel, insbesondere die Digitalisierung im Einzelhandel und der Internethandel, führen zu einer Veränderung der strukturellen Verflechtungen innerhalb der Städte und auch zwischen den Stadtteilen, Wohnsiedlungen und dörflichen Siedlungen. Daneben beeinflussen auch die in der Rechtsprechung getroffenen Entscheidungen in immer stärkerem Maße die Entscheidungs- und Steuerungsmöglichkeiten der Kommunen in Bezug auf die Einzelhandelsthemen.

Nach der Realisierung von größeren Märkten am Stadtrand in den 1970er/1980er Jahren (Merkurstraße, Mannheimer Straße) war im Zeitraum von 1990 bis ca. 2000 vor allem an den Stadteinfahrtsstraßen bzw. Tangenten (Königstraße, Mainzer Straße, Barbarossastraße, Zollamtstraße, Brandenburger Straße und Trippstadter Straße) ein enormer Ansiedlungsdruck des Einzelhandels auf die Gewerbe- und Mischgebietsflächen zu verzeichnen. Die Realisierung von Einzelhandelsmärkten außerhalb der Innenstadt war in dieser Zeit auch ohne neue Ausweisung von Sondergebietsflächen möglich, da die Schwelle der Großflächigkeit (ca. 800 m² Verkaufsfläche) jeweils gerade noch unterschritten wurde bzw. im unbeplanten Innenbereich Einzelfallentscheidungen erwirkt wurden. Damit ging ein Verlust von Einzelhandelsbetrieben, die der fußläufig erreichbaren Nahversorgung der Bevölkerung dienten, einher.

Um weitere negative gesamtstädtische Entwicklungen zu verhindern, wurde die im Jahr 2001 beschlossene Einzelhandels- und Zentrenkonzeption der Stadt Kaiserslautern durch die **Einzelhandelskonzeption 2009** gemäß dem **Beschluss des Stadtrats vom 30.03.2009 (Beschlussvorlage Nr. 0148/2009)** ersetzt und in der Folgezeit einer Vielzahl von Bebauungsplanverfahren und Baugenehmigungsverfahren zu Grunde gelegt und damit planungsrechtlich zur Umsetzung gebracht.

Dabei sind insbesondere nachfolgende Bebauungspläne zu nennen, bei denen Festsetzungen zur Einzelhandelssteuerung aufgenommen wurden:

- „Merkurstraße, Änderung 2“ (i.V.m. einem ergänzenden Verfahren)
- „Verkehrsdienstleistungszentrum“ (Bereich nördlich des Opelkreisel)
- „Europahöhe, Erweiterung 1“
- „Opelstraße - Am Sportplatz, Teiländerung 1“, Stadtteil Siegelbach
- „Liebigstraße - Am Wurzelwoog“, Stadtteil Einsiedlerhof
- „Gewerbegebiet Einsiedlerhof – Haderwald“, Stadtteil Einsiedlerhof
- „IG Nord, Teil B, Änderung 1“ (Erweiterung IG Nord), Stadtteil Siegelbach
- „Pirmasenser Straße - Moltkestraße - Annastraße - Humboldtstraße, Teiländerung 1“
- „IG Nord Gleistrasse“, Stadtteil Siegelbach
- „Südtangente Teilplan Ost, Teiländerung 2“ (Umnutzung DRK-Gelände)
- „Europahöhe, Teiländerung 5“ (DHR AG)
- „Gewerbegebiet Pariser Straße – Kaiserstraße“

Für die Fläche des Ikea Möbelmarktes wurde aufgrund der zu erwartenden überregionalen Anziehungskraft des Möbelmarkts durch Beschluss des Stadtrats vom 04.02.2013 (Beschlussvorlage Nr. 0031/2013) die Einzelhandelskonzeption partiell geändert. Die verträgliche Größe der Verkaufsflächen für Möbel und die Randsortimente wurde im Rahmen eines „Raumordnerischen Verfahrens“ festgelegt.

Mit dem Beschluss des Stadtrats vom 29.10.2012 (Beschlussvorlage Nr. 0542/2012/2) wurde im Stadtteil Morlautern die Abgrenzung des „Zentralen Versorgungsbereichs“ erweitert, um die Nahversorgung auch weiterhin gewährleisten zu können. Mit der Festsetzung eines Mischgebiets und entsprechenden Festsetzungen im Bebauungsplan kann hier ein nicht großflächiger Nahversorger realisiert werden.

Wie in dem Diskussionspapier des Deutschen Städtetags „Zukunft von Stadt und Handel“, 2017, hervorgehoben wird, ist weiterhin zu beachten, dass die Außenentwicklung und das Flächenwachstum im Handel nach wie vor einen Problembereich darstellt und die Außenentwicklung daher begrenzt werden sollte. So seien trotz sinkender Anteile des Einzelhandels an den Konsumausgaben und des starken Wachstums des Online-Handels weiterhin neue Einzelhandelsstandorte in nicht integrierten Lagen geplant und gebaut worden. Auch seien die Verkaufsflächen an bestehenden Standorten erweitert worden. Dabei sei die „Flucht in die Fläche“ in nicht integrierte, ausschließlich autokundenorientierte Lagen in Betracht der sich ändernden Kaufgewohnheiten und Verhaltensweisen der Kunden kontraproduktiv für eine nachhaltige Entwicklung der Städte und des Handels. Erweiterungen und Neuansiedlungen von Handelsbetrieben sollten wegen ihrer negativen Effekte für die Stadtentwicklung nur in begründeten Ausnahmefällen in nicht integrierten Lagen zugelassen werden.

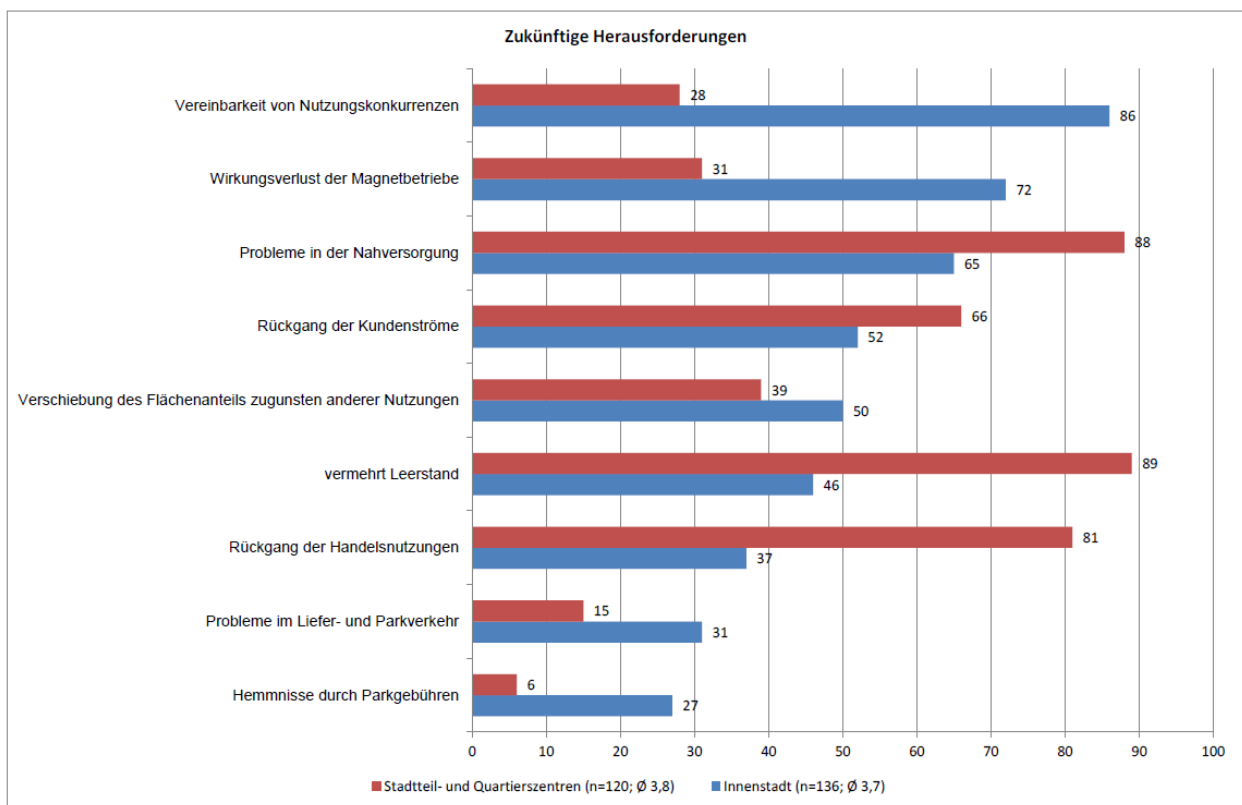


Abbildung: Zukünftige Herausforderungen angesichts des strukturellen Wandels im Einzelhandel für Innenstädte bzw. Stadtteil- und Quartierszentren

Quelle: Deutscher Städtetag: Zukunft von Stadt und Handel, Juli 2016

1.1 Grundlagen und Begriffsdefinitionen

Bei der Einzelhandelskonzeption wird auf die Gebietsabgrenzungen der Einzelhandelskonzeption 2009 und die dort verwendeten Begriffsdefinitionen zurückgegriffen.

Zur Erläuterung des in der nachfolgenden Konzeption benutzten Vokabulars ist in der Anlage eine Definition der Begrifflichkeiten beigefügt. Hieraus hervorzuheben ist nochmals:

Mit „**Kernstadt**“ sind in der Einzelhandelskonzeption die Bereiche ohne die Stadtteile bezeichnet. Als „**Innenstadt**“ werden die von den Tangenten umgebenden Bereiche der Kernstadt festgelegt. Mit „**City**“ sind die Bereiche im Umfeld der Fußgängerzone beschrieben.

Zu unterscheiden ist der Citybereich von dem „**Untersuchungsbereich Stadtgalerie**“, der als Referenzraum für die Verträglichkeitsuntersuchung im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens und für das nachfolgende Monitoring zugrunde gelegt wurde. Daneben ist zudem das „**Stadtumbaugebiet Aktives Stadtzentrum**“ zur Durchführung von Maßnahmen im Rahmen des Städtebauförderprogramms eigenständig abgegrenzt.

1.2 Zielsetzung

Die Einzelhandelskonzeption aus dem Jahr 2009 war auf den mittelfristigen Prognosehorizont bis zum Jahr 2015 ausgerichtet. **Mit der vorliegenden Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption wird der Prognosezeitraum bis zum Jahr 2030 anvisiert.**

Die aktuelle Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption soll Planungs- und Investitionssicherheit für alle beteiligten Akteure bezüglich des Einzelhandels für den mittelfristigen Prognosehorizont sicherstellen und die Einzelhandelskonzeption aus dem Jahr 2009 aktualisieren und in einzelnen Themenfeldern anpassen.

Hierbei sind die Sicherung der oberzentralen Funktionen im Stadtkern in einer nachhaltig attraktiven und lebenswerten Stadt sowie die Sicherung der Nahversorgung in den einzelnen Wohnbereichen für alle Einwohnerschichten von hervorgehobener Bedeutung.

1.3 Untersuchungsfragestellungen

Ausgehend von der allgemeinen Zielsetzung der Einzelhandelskonzeption stehen bei der Fortschreibung die folgenden Themenfelder im Mittelpunkt:

- Welche aktuellen allgemeinen angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sind zu erkennen?
- Welche Entwicklungspotentiale sind insbesondere in der Kernstadt für die Nahversorgung sinnvoll und wie müssen diese gesteuert werden?
- Wie stellt sich die aktuelle Angebots- und Nachfragsituation in den Stadtteilen dar?
- Welche bauplanungsrechtlichen Festsetzungen in Bebauungsplänen (Art der baulichen Nutzung, Fassung der BauNVO, Branchengliederung) sind in Kaiserslautern inzwischen wirksam und welche Fortschreibungen sind künftig erforderlich, um die Ziele der Einzelhandelskonzeption auf der Basis aktueller Rahmenbedingungen und aktueller Rechtsprechung sicherzustellen?

1.4 Methodik

Bei der aktuellen Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption konnte auf das bei der Stadtverwaltung eingesetzte Geographische Informationssystem (GIS) zurückgegriffen werden, das die Standorte des Einzelhandels flächendeckend erfasst und das durch die Stadtverwaltung im Rahmen der Auswertung von Bauanträgen und durch ein Einzelhandelsmonitoring in der Innenstadt kontinuierlich fortgeschrieben wird.

Die städtische Erfassung des Einzelhandels wurde durch ein im Zusammenhang mit der Errichtung der Stadtgalerie eingerichtetes Einzelhandelsmonitoring im Zeitraum 2014 - 2018 unterstützt und aktualisiert.

Seitdem wurden durch die Auswertung von Bauantragsunterlagen und eine Nacherfassung von Teilbereichen Aktualisierungen durch das Referat Stadtentwicklung vorgenommen.

1.5 Konzeptionsaufbau und Kommunikationsstruktur

Der Stadtrat hat sich in seiner Sitzung vom 25.11.2019 (Beschlussvorlage Nr. 0032/2019) mit der Einzelhandelskonzeption befasst und die Durchführung einer erneuten Öffentlichkeits- und Behördenbeteiligung beschlossen.

Die **Öffentlichkeits- und Behördenbeteiligung** hat in der Zeit vom **23.12.2019 bis 24.01.2020** stattgefunden.

Hierbei bestand für die lokalen Akteure, die Werbegemeinschaften, den Einzelhandelsverband, die Industrie- und Handelskammer, die Planungsgemeinschaft Westpfalz u. a. sowie für die Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit der Mitwirkung.

2. Allgemeine Trends und Rahmenbedingungen im Einzelhandel

Bei der Einzelhandelskonzeption 2021 kann zunächst auf die Ausführungen der Einzelhandelskonzeption 2009 verwiesen werden, bei der die dynamischen Veränderungen im Einzelhandelssektor der letzten Jahrzehnte umfassend dargelegt wurden.

Insbesondere wurde dabei auf den Trend verwiesen, dass es durch die Zunahme von Einzelhandelsbetrieben außerhalb gewachsener Zentren, und damit vornehmlich an den fahrzeugkundenorientierten Standorten entlang der Hauptverkehrsstrassen oder in den Mischgebieten, zu erheblichen Strukturveränderungen in der Versorgung der Stadtteile und Quartiere kommt. Das ursprünglich auf fußläufige Erreichbarkeit abgestimmte Netz der Einzelhandelsstandorte (primäres Netz) wurde dabei durch ein zweites fahrzeugkundenorientiertes Angebotsnetz (sekundäres Netz) überlagert bzw. in Teilbereichen ersetzt.

Mit der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben außerhalb der Wohngebietszentren bzw. der integrierten Lagen wird über die Umverteilung von Umsätzen bzw. den Abzug von Kaufkraft aus den bestehenden meist kleineren Einzelhandelsbetrieben eine schleichende Verdrängung ausgelöst. In den gewachsenen Zentren werden die Einzelhandelsbetriebe in der Folge häufig aufgegeben. Der Einkauf zu Fuß ist dadurch für einen Großteil der Bevölkerung nicht mehr möglich.

Die Gefahr eines sich auf das gesamte städtische Umfeld nachteilig auswirkenden Sogeffekts („Trading-Down-Effekts“) ist damit gestiegen und ist vor dem Hintergrund der steigenden Bedeutung des Internethandels weiterhin ein aktuelles Themenfeld.

2.1 Trends und Entwicklungen auf der Angebotsseite

Die Ausführungen der Einzelhandelskonzeption 2009 gelten hier weiterhin.

2.2 Trends und Entwicklungen auf der Nachfrageseite

Aus der Sicht der Kundinnen und Kunden auf der Nachfrageseite ergeben sich folgende Entwicklungstrends:

Die demographische Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland ist durch rückläufige Tendenzen gekennzeichnet. Wie vielfach publiziert, wird „die Gesellschaft weniger, älter und bunter“.

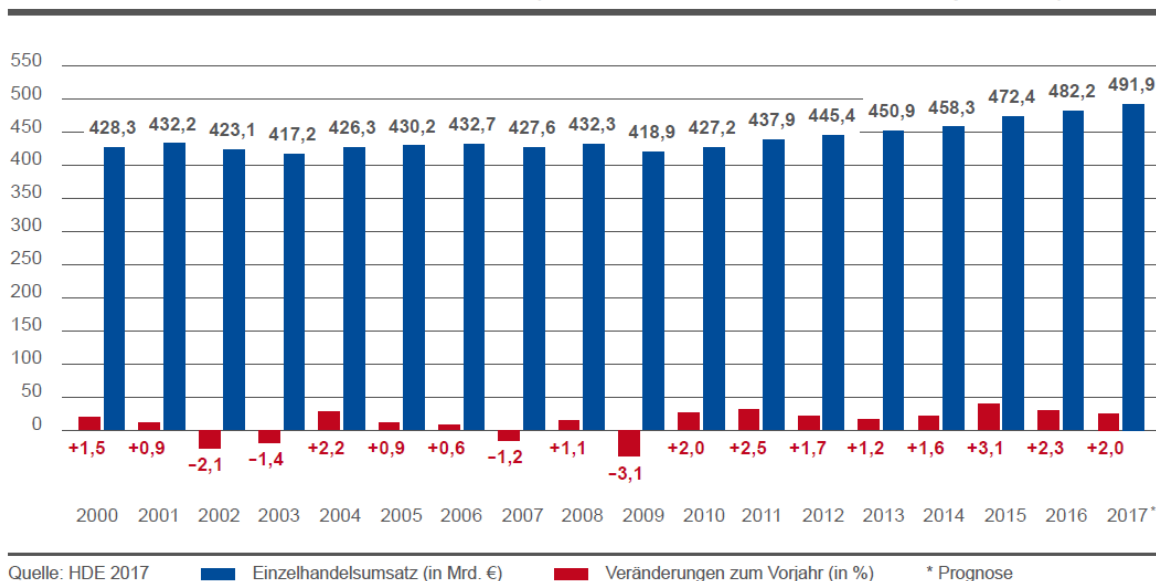
▪ Anstieg der verfügbaren Einkommen und des Einzelhandelsumsatzes

Die **verfügbaren Einkommen** – also die Nettoeinlagen aus abhängiger Arbeit, Unternehmertätigkeit und Kapitalanlagen sowie die Sozialeinkommen – haben sich von 18.947 €/Einwohner im Jahr 2009 nach Angabe des Statistischen Bundesamts¹ auf **20.885 €/Einwohner im Jahr 2017** kontinuierlich erhöht.

Damit verbunden kann der Einzelhandelsumsatz weiter zulegen. Der **Einzelhandelsumsatz (ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken) für das Jahr 2017 wird auf rund 492 Mrd. Euro prognostiziert**. (Prognose 2007: 400,6 Mrd. Euro)

¹ Statistisches Bundesamt, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen: Private Konsumausgaben und Verfügbares Einkommen, 1. Vierteljahr 2018, 11.06.2018, www.destatis.de

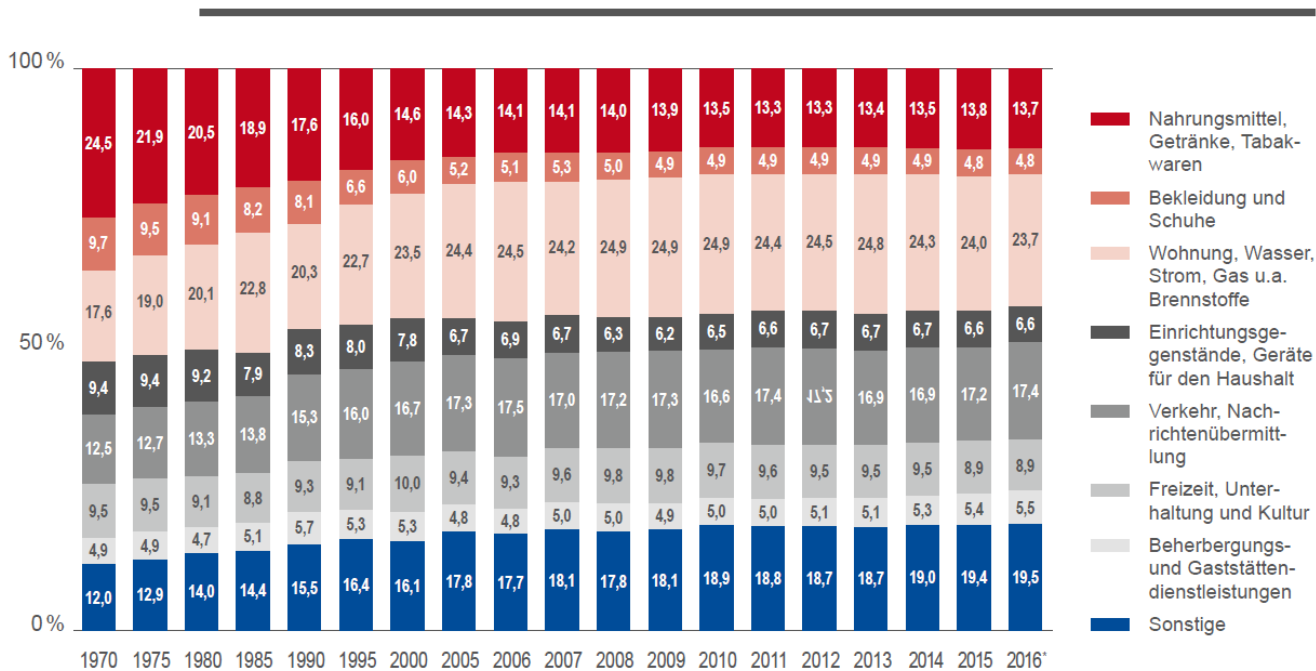
Einzelhandelsumsatz in Mrd. € (ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)



Quelle: ILG: „Der Mieter im Focus“ Ausgabe 2017/2018, Abbildung 1.1
HDE 2017

Während sich die Konsumausgaben im Zeitraum von 1970 bis ca. 2005 prozentual deutlich verschoben haben, sind in der letzten Dekade nur noch geringe prozentuale Verschiebungen zu erkennen.

ABBILDUNG 1.3 Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland nach Verwendungszwecken



Quelle: Statista 2017, eigene Bearbeitung * vorläufig

Quelle: ILG: „Der Mieter im Focus“ Ausgabe 2017/2018, Abbildung 1.3
Statista 2017, Bearbeitung ILG

▪ Anstieg der Konsumausgaben

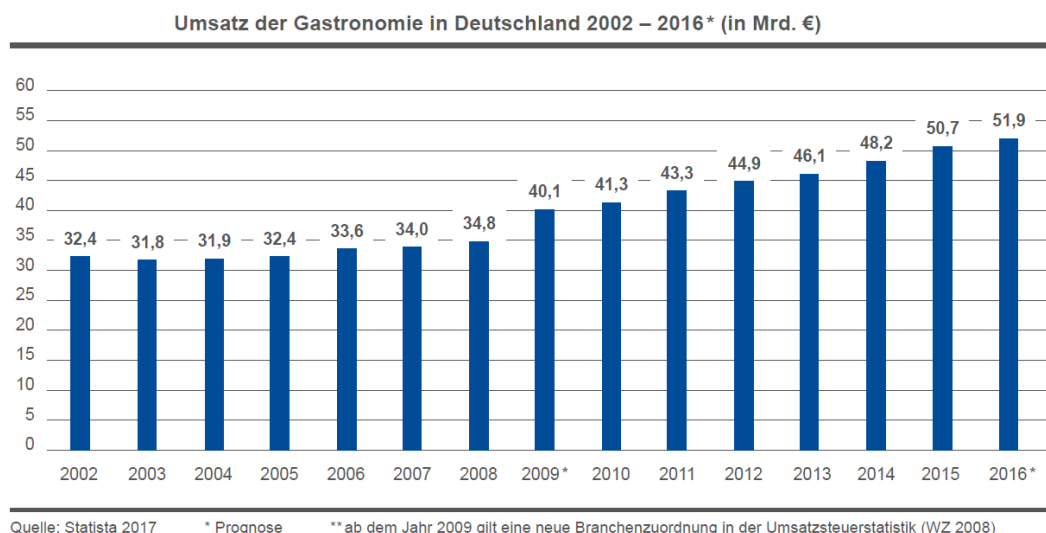
Die Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland sind gemäß den „Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen“, Quartalsbericht 4/2017 vom 09.03.2018 des Statistischen Bundesamts, von 1.313 Mrd. Euro im Jahr 2008 auf ca. 1.636 Mrd. Euro im Jahr 2017 angestiegen.

Laut GfK-Prognose² werden die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland im Jahr 2018 real um zwei Prozent steigen. In der Europäischen Union geht GfK von einer realen Steigerung der privaten Konsumausgaben um 1,5 bis 2 Prozent aus. Im deutschen Nonfood-Einzelhandel werden die Umsätze um ein Prozent steigen, im Lebensmitteleinzelhandel um drei Prozent.

Zwei Drittel ihres verfügbaren Einkommens wenden die Verbraucher für große Anschaffungen, wie beispielsweise Autokauf, Hauskauf, Immobilienrenovierung oder für Urlaub, Wellness, Telekommunikation und andere Dienstleistungen auf. Die Ausgaben für Urlaubs- und Privatreisen stiegen im Jahr 2017 um acht Prozent merklich an und auch der häusliche Konsum entwickelte sich sehr positiv. Mit einem Umsatz von 170,1 Milliarden Euro legte der deutsche Nonfood-Einzelhandel im Jahr 2017 moderat um 0,7 Prozent zu. Insgesamt 38,8 Milliarden Euro wurden dabei online erzielt. Dies ist eine Steigerung von 6,5 Prozent. Verglichen mit den Vorjahren schwächte sich die Wachstumsrate im E-Commerce damit aber weiter leicht ab.

Im Lebensmitteleinzelhandel stiegen die Umsätze im Jahr 2017 um 3,6 Prozent auf 183,5 Milliarden Euro an. Das höchste Plus verbuchten die Discounter mit 5,2 Prozent, aber auch Vollsortimenter legten um 3,4 Prozent zu. Das Wachstum wurde hauptsächlich durch höhere Preise erzielt, die verkauften Mengen stagnieren. Erfreulich für den Handel: die Verbraucher griffen häufiger zu teureren Produkten. Der Online-Anteil im Bereich Lebensmittel ist weiterhin gering und lag bei nur rund einem Prozent, allerdings mit Wachstumsraten von knapp fünf Prozent.

Auffallend in der Statistik, aber auch im städtischen Monitoring feststellbar, ist ein Trend zur Zunahme des Gastronomieumsatzes.



Quelle: ILG: „Der Mieter im Focus“ Ausgabe 2017/2018, Statista 2017, Abbildung 1.5

² <http://www.gfk.com/de/insights/press-release/deutschland-private-konsumausgaben-steigen-2018-um-zwei-prozent/>, Datenzugriff: 09.02.2018

▪ **Veränderungen im Mobilitätsverhalten**

Die Konzentration von Standorten des Lebensmitteleinzelhandels und die damit einhergehende Ausdünnung der Netzdichte der Lebensmittelbetriebe in den Quartieren hat letztendlich ein verändertes Verkehrsverhalten der Konsumenten erforderlich gemacht³. Dies hat insbesondere auf jene Bevölkerungsgruppen Auswirkungen, die auf Grund ihrer spezifischen Lebenssituation (ökonomische, soziale, gesundheitliche Verhältnisse, Alter, Geschlecht) nur eingeschränkt motorisiert oder in sonstiger Weise benachteiligt sind. „Die Zugänglichkeit ist nur eines der Defizite. Zusätzlich gibt es für die verschiedenen Bevölkerungsgruppen jeweils spezifische Einschränkungen bei der Sicherung der Nahversorgung als solches. Die Bevölkerung ist nicht nur insgesamt heterogen, sondern auch innerhalb der einzelnen Bevölkerungsgruppen sind unterschiedliche Ansprüche/Notwendigkeiten vorhanden, die es bei der Sicherung der Nahversorgung zu berücksichtigen gilt.“⁴

Ältere Menschen

- Mobilität im Alter setzt beim motorisierten Individualverkehr einen Führerschein und die finanziellen Möglichkeiten zur Unterhaltung eines Fahrzeuges voraus. Aber auch die Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) erfordert ausreichende finanzielle Mittel.
- In den Quartieren sind Versorgungszentren nicht nur Versorgungs-, sondern auch Begegnungs- und damit Kommunikationsorte existieren. Insofern ist das Vorhandensein eines vom Wohnbereich erreichbaren multifunktionalen Versorgungszentrums auch unter sozialen Gesichtspunkten für ältere Menschen von erheblicher Bedeutung.
- Ein unzureichendes, über das Lebensmittelangebot hinausreichendes Nahversorgungsangebot, im Nahbereich der Wohnung gelegen oder über den ÖPNV erreichbar, birgt für ältere Menschen auf Dauer neben einem Mobilitäts- auch ein ökonomisches und soziales Problem⁵.

Frauen/Alleinerziehende

- Die Versorgung mit Lebensmitteln wird in den überwiegenden Fällen auch heute noch von Frauen erledigt. Dass auch die Gruppe der Alleinerziehenden insgesamt zu diesem Bereich gezählt wird, ist damit zu begründen, dass mehr als 80 % der Alleinerziehenden Frauen sind.⁶
- Dadurch stellt sich auch hier das Problem der Erreichbarkeiten der Lebensmittelbetriebe, verursacht durch die ausgedünnte Netzdichte. Insbesondere für Alleinerziehende ergibt sich nur selten die Situation, die Einkäufe delegieren zu können. Oftmals stellt sich auch das Problem der Verfügbarkeit eines Fahrzeuges, um die Einkäufe zu erledigen.
- Dies macht deutlich, dass, auch aus zeitökonomischen Gründen, differenzierte Nahversorgungsstrukturen in den Quartieren erforderlich sind, um eine eigenständige, selbstbestimmte Versorgung und Tageseinteilung zu ermöglichen.⁷

Durch die Zugangsbeschränkungen zur Nahversorgung auf Grund einer verringerten Anzahl an Lebensmittelgeschäften, die sich dann auch an autokundenorientierten Standorten konzentrieren, sind ältere und mobilitätseingeschränkte Menschen stärker betroffen. Die Mobilitätsbeschränkung kann unterschiedliche Gründe, wie beispielsweise eine mangelnde Fahrzeugverfügbarkeit oder ungenügende ÖPNV-Anbindungen haben. Doch jenseits von soziologischen Gründen ist im Hinblick auf gestiegene Energie- und Mobilitätskosten und deren noch weiter zu erwartender Anstieg eine wohnortnahe Versorgung, insbesondere für die mo-

³ Acocella, Dr. Donato: Die bestehenden Nahversorgungsstrukturen unter dem Aspekt der Gendergerechtigkeit, Endbericht, Lörrach 2006, S. 16

⁴ ebenda, S. 18

⁵ ebenda, S. 19

⁶ ebenda, S. 19

⁷ ebenda, S. 19

bilitätseingeschränkten und gleichzeitig kostensensiblen Bevölkerungsgruppen, auf lange Sicht wichtig.⁸

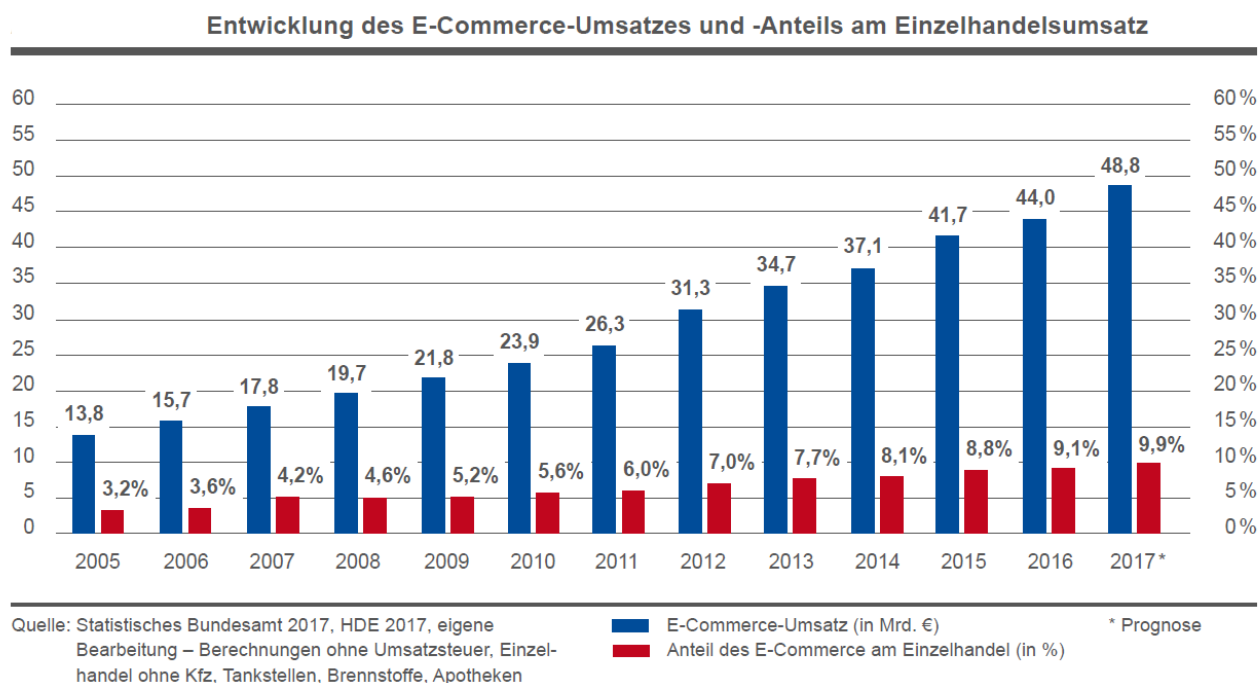
Es stellt sich die Frage, ob in Anbetracht einer erforderlichen Reaktion auf die Klimaveränderungen die Mobilitätsbereitschaft weiterhin ansteigt, sich stabilisiert oder sogar zurück entwickelt. In diesem Zusammenhang stehen auch Fragen bezüglich der Akzeptanz des ÖPNV-Angebots (Modal-Split-Veränderungen). In diesem Zusammenhang wird auf die Zielsetzungen des **Mobilitätsplans Klima+ 2030 der Stadt Kaiserslautern** und die hierzu fixierten kommunalen Festlegungen verwiesen, die die Anstrengungen bezüglich der Sicherung der Nahversorgung in der Fläche mit unterstützen.

- **Aufspaltung des Einkaufs in die verschiedenen Kategorien des Versorgungsaufs und des Erlebniskaufs**

Der Kunde wählt nicht nur nach dem Preis, sondern auch nach dem Erlebnischarakter und der Einkaufsatmosphäre. Hierdurch stehen Wochenmärkte, die lokale kleinteilige Versorgung am Wohnstandort, universelle Versorgungsgebiete wie Supermärkte für den Großeinkauf, Fachdiscounter mit starker Preisorientierung und Homeshopping/Internet neben dem Einkaufen in den urbanen Stadtzentren und den Malls bzw. Konsumgalerien für den erlebnis- und freizeitorientierten Einkauf zur Verfügung. Die Aktivitäten zur **Stadtinszenierung** werden daher, insbesondere für die urbanen Stadtzentren, künftig dadurch eher noch an Bedeutung gewinnen.

- **E-Commerce/Internethandel**

Deutlich erkennbar ist ein weiteres Ansteigen des e-Commerce/Internethandels.



Quelle: ILG: „Der Mieter im Focus“ Ausgabe 2017/2018, Abbildung 1.6
Statistisches Bundesamt 2017, HDI 2017, Bearbeitung ILG

⁸ Acocella, Dr. Donato: Die bestehenden Nahversorgungsstrukturen unter dem Aspekt der Genderngerechtigkeit, Endbericht, Lörrach 2006, S. 20

2.3 Auswirkungen der Entwicklungstrends auf die allgemeine städtebauliche Entwicklung

Die Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite⁹ schlagen sich auch im räumlich-städtebaulichen Zusammenhang nieder. Die Konsequenzen und Entwicklungen lassen sich weiterhin folgendermaßen zusammenfassen:

- Ausgehend von der Verlagerung von Einzelhandelsflächen in die Stadtrandzonen ist ein **Funktionsverlust der zentralen Innenstadtbereiche und Stadtteilzentren** festzustellen.

Der Funktionsverlust drückt sich in den Innenstädten zunächst durch eine sinkende Angebotsbreite und eine „Niveauabsenkung“ im innerstädtischen Angebot aus. Ein rascher Wechsel von meist uniformen Geschäften geht damit in der Regel einher. Leerstände in den 1b-Lagen sind weitere Kennzeichen eines sogenannten „Trading-Down-Effekts“.

Im Gegenzug ist eine schleichende Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente an den nicht integrierten Standorten festzustellen.

- Die sich aus den strukturellen Veränderungen des Einzelhandels abgeleiteten Flächenansprüche haben zu geänderten Standortpräferenzen geführt. Neben den innerstädtischen Zentren sind in der Folge bzw. mangels ausreichender planerischer Steuerung, vielfach eigene Zentren sowie **sekundäre Versorgungsnetze** entstanden.

Mobilere Bevölkerungsgruppen passen sich diesen Veränderungstrends an, indem sie ihren täglich Bedarf in den neuen Einkaufszentren abdecken. Leidtragende sind weniger mobile Gruppen, deren Versorgung mancherorts nicht mehr gewährleistet ist. Insofern sind insbesondere die städtischen Nebenzentren die Verlierer dieser stadträumlichen Entwicklung¹⁰. In vielen Städten lösen sich die gewachsenen, bandförmigen Einkaufsstrassen zunehmend zugunsten punktueller Versorgungsbereiche auf.

Sind die wohnungsnahen Einzelhandelsbetriebe erst einmal zusammengebrochen, helfen nur noch **Service- und Bringdienste** oder die Einrichtung ortsnaher „Lieferbasen“, an denen die bestellten Waren angeliefert werden.

Aus den Standorten an den Stadtrandzonen resultiert ein insgesamt **höheres Verkehrsaufkommen** insbesondere im Individualverkehr, verbunden mit angewachsenen Umweltbeeinträchtigungen (Lärm-, Abgasemissionen).

So hat sich die Zahl der pro Tag für den Einkauf (lang- und kurzfristiger Bedarf) und Erledigungen (Bank, Post, Arzt etc.) zurückgelegten Personenkilometer zwischen 1982 und 2002 in Westdeutschland mehr als verdoppelt.¹¹

Weiterhin ist eine Erhöhung der Grundstückspreise und des Spekulationsdrucks in den Gewerbe- und Industriegebieten durch die Realisierung von zusätzlichen Verkaufsflächen festzustellen, was generell die Ansiedlung von „reinen“ Gewerbebetrieben erschwert bzw. verteuert.

⁹ siehe ILG: „Der Mieter im Focus“, Ausgabe 2017/2018

¹⁰ Deutscher Städtetag (Hrsg.): „Integration von großflächigen Einzelhandelsbetrieben“, Arbeitspapier des Deutschen Städtetags 2004, Seite 3

¹¹ Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes NRW (Hrsg.): „Sicherung von Nahversorgung und Nahmobilität“; is-Trends: Ausgabe 2/07

- Mit der Ausrichtung des Einzelhandels auf die Hauptein- und Ausfahrtsstraßen geht eine **Ausdünnung des auf fußläufige Erreichbarkeiten ausgerichteten Nahversorgungsnetzes** in den Wohnstandorten einher.
- Im Zusammenhang mit der Änderung der Betriebsformen und -konzepte (zunehmende Großflächigkeit und Discountorientierung) ist ein Rückgang bzw. eine **Verdrängung der inhabergeführten Einzelhandelsbetriebe durch nationale und internationale Einzelhandelsfilialen bzw. -ketten und Franchiseunternehmen** festzustellen. Dieser Prozess steht häufig in Verbindung mit einer **steigenden Fluktuation** im Einzelhandel (häufigere Neu- und Umnutzungen).

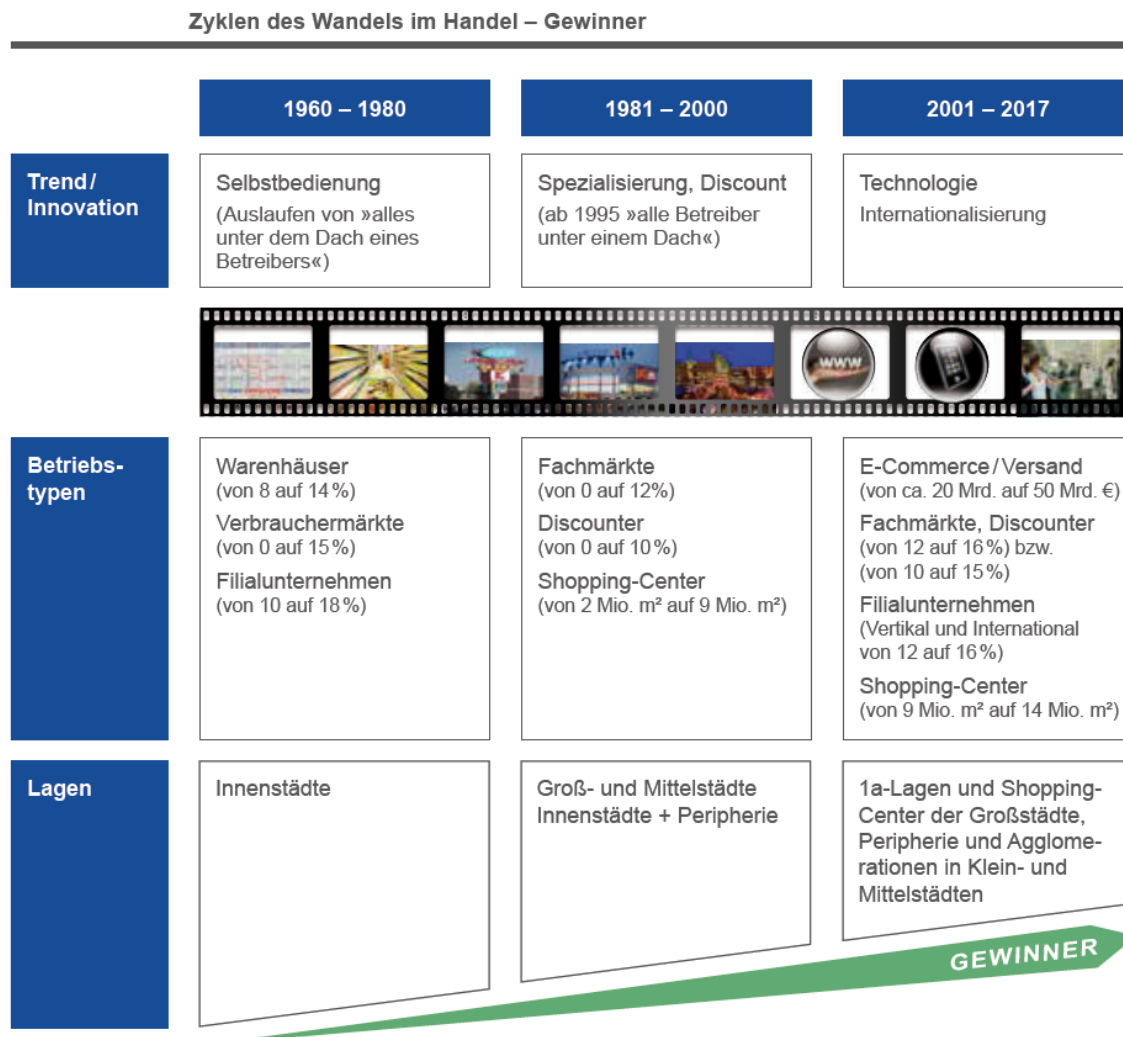
In der Folge ergibt sich eine **sinkende Individualität des Einzelhandels und dadurch auch der Städte**. Identische, industriell gefertigte Produkte/Produktpaletten ersetzen die handwerklich erzeugten Produkte mit ihren individuellen, regionalen Eigenheiten und schränken die Auswahl ein.

- Mit der Zunahme der Flächenansprüche, verbunden mit den Forderungen zur Umsetzung ihres „Corporate Designs“ der Handelsketten, geht ein **Gestaltverlust in der Stadt** einher. Durch die immer weiter voranschreitende Marktdurchdringung einzelner Branchen durch Filialbetriebe und Einzelhandelsketten mit ihrer weitgehend einheitlichen baulichen Gestaltung werden die Einkaufsstraßen der Zentren immer austauschbarer und verlieren an Individualität. Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe haben meist Schwierigkeiten, sich in die kleinteiligeren und kompakten, gewachsenen Siedlungsstrukturen einzufügen. Anstelle der Integration in bestehende bauliche Strukturen finden sich vielfach standardisierte Universalbauten, die zu einer Uniformität der Städte führen.
- Ausgehend von den höheren Gewinnerwartungen im großflächigen Einzelhandel können die Handelsketten höhere Bodenpreise bzw. Mieten zahlen. Hieraus ergibt sich ein starker Druck auf die politischen Entscheidungsträger, Einzelhandel auf größeren Flächenbrachen und Konversionsstandorten zuzulassen.
- Die Bedeutung von „Events“, temporären Einzelaktionen und spektakulären Einzelvorhaben hat an Bedeutung zugenommen. Einzelhandel und Städte leben stärker von einer **„Inszenierung ihrer Einkaufswelten“**. Damit einher geht eine Schnelllebigkeit von Gebäude- und Standortnutzungen.
- Großvorhaben wie die Factory-Outlet-Center oder vergleichbare großflächige Einzelhandelsstandorte stehen in einem erheblichen interkommunalen Wettbewerb. Hierdurch ist eine zunehmende **Politisierung von Entscheidungen zur Standortentwicklung** zu beobachten. Durch die Stärke der Handelsketten werden zudem viele Standorte per Gerichtsentscheide „entschieden“.

2.4 Auswirkungen der Entwicklungstrends auf die städtebauliche Entwicklung in Kaiserslautern

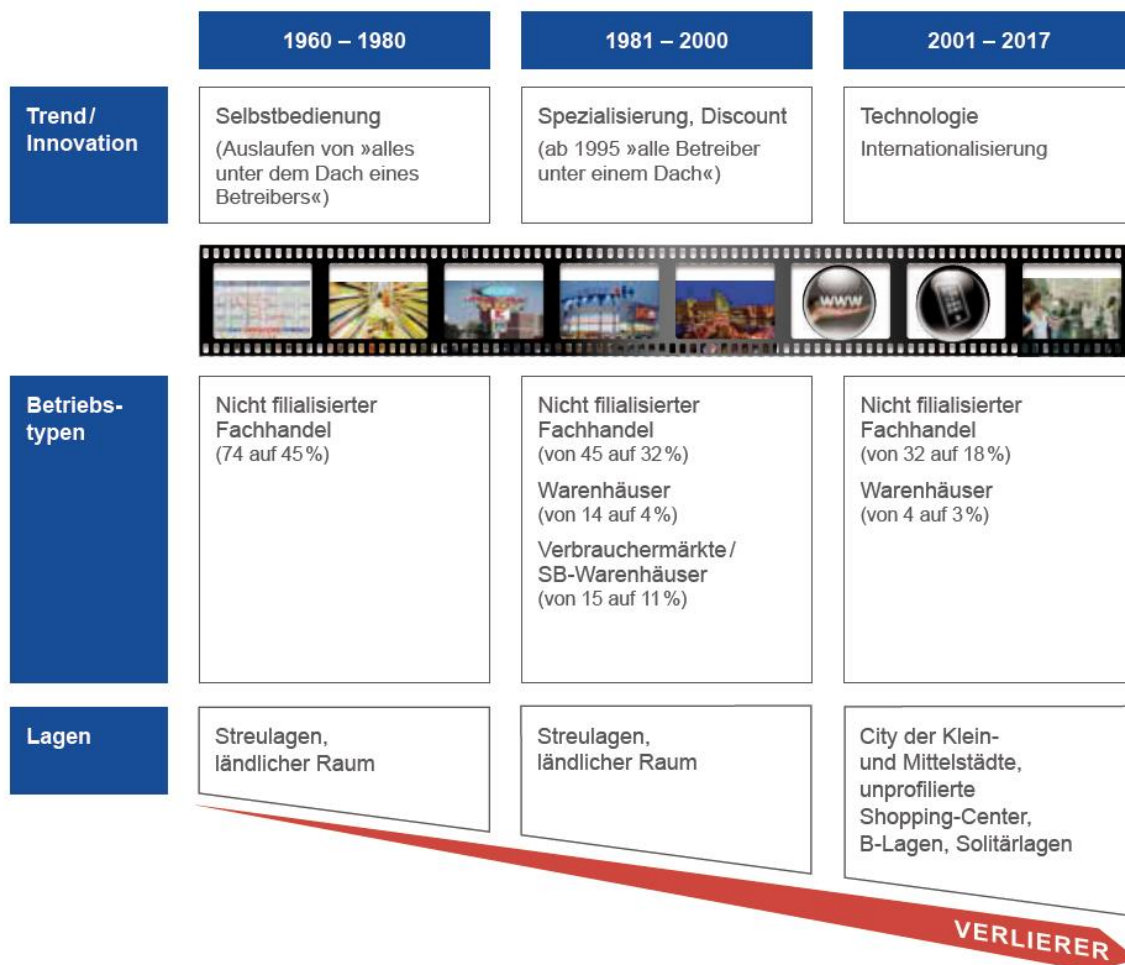
Die Innenstadt, ebenso wie die Stadtteile und Wohnstandorte in Stadtrandlage, hat gegenüber den Standorten in nicht integrierter Lage in den letzten Jahren einen Bedeutungsverlust hinnehmen müssen.

Aktuell lässt sich allgemein ein Gewinn beim E-Commerce und in den 1a-Lagen und den Shopping-Centern der Großstädte und Verluste in den Citylagen von Mittel- und Kleinstädten sowie in den B-Lagen bundesweit feststellen.



Quelle: ILG: „Der Mieter im Focus“ Ausgabe 2017/2018, Abbildung 2.2

Zyklen des Wandels im Handel – Verlierer



Quelle: ILG: „Der Mieter im Focus“ Ausgabe 2017/2018, Abbildung 2.3

Die Entwicklungen lassen sich für die Stadt Kaiserslautern folgendermaßen zusammenfassen:

- Die Ausbildung der „**Sekundären Versorgungsnetze**“ neben der Innenstadt, den Zentren in den Ortsteilen und den zentralen Lagen in den Wohn- und Mischstandorten und damit verbunden die Verlagerung von Einzelhandelsstandorten mit **zentrenrelevanten Sortimenten** in die Industrie- und Gewerbegebiete an den Stadträndern (u. a. Gewerbegebiet West/Merkurstraße; Gewerbegebiet Ost/Mainzer Straße; PRE-Park/Möbel Martin; Barbarossastraße; Königstraße; Zollamtstraße und Brandenburger Straße) wird weiterhin von Investoren, Entwicklern etc. angestrebt.

Dieser Entwicklung konnte mittlerweile auf der Grundlage der Einzelhandelskonzeption 2009 durch mehrere Bebauungspläne entgegengewirkt werden. Da dies nur über einzelne Verfahren bewerkstelligt werden kann, sind sukzessiv die noch unbeplanten Areale bauplanungsrechtlich zu ergänzen, da entsprechende Ansiedlungswünsche nach wie vor bestehen.

- Eine **sinkende Angebotsbreite und eine Niveauabsenkung** ist in der Innenstadt von Kaiserslautern teilweise in den Sektoren Teppiche/Gardinen/Deko, Möbel, Unterhal-

tungselektronik und Foto/Optik/Akustik im innerstädtischen Angebot festzustellen. Darüber hinaus ist eine Zunahme von Niedrigpreis-Discount-Läden, 1-€-Läden, Erotik, Imbissen, Piercing-Studios oder auch Second-Hand-Warenhäusern erkennbar.

Es besteht die Gefahr, dass sich in Anbetracht der demographischen Entwicklung und der generell festzustellenden Abnahme der Flächenproduktivität (Umsatz/Fläche) die Abwärtsspirale Fachgeschäft => Filialist => Billigfilialist => 1-€-Läden => Piercing-Studios u. ä. => Leerstand in der Innenstadt weiter bzw. verstärkt fortsetzt.

- Die hohen Flächenansprüche bzw. geringen Flächenpotentiale der Innenstadt i. V. m. den in der Vergangenheit großzügig zugelassenen Potenzialen an den Standorten am Stadtrand haben dazu geführt, dass die Sortimente Elektro, Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, Foto, Optik und Akustik kaum noch in der Stadtmitte vertreten sind. Insbesondere ist es nicht gelungen, diese Sortimente in der Stadtgalerie „K in Lautern“ anzusiedeln.
- Die auf fußläufige Erreichbarkeiten ausgerichteten Nahversorgungsnetze in den Wohnstandorten und Stadtteilen haben eine Ausdünnung erfahren. Insbesondere Bäckereien und Metzgereien sind hierbei verloren gegangen.
- Eine weitere **Verdrängung der inhabergeführten Einzelhandelsbetriebe durch nationale und internationale Einzelhandelsfilialen, -ketten und Franchiseunternehmen** ist in den letzten Jahren festzustellen. Die Stadt Kaiserslautern hat im Vergleich zu den umliegenden größeren Städten einen sehr hohen Filialisierungsgrad.
- Ein **Gestaltverlust** durch uniforme Märkte und Filialen ist in der Stadt an vielen Stellen festzustellen.
- Die „**Inszenierung von Einkaufswelten**“, z. B. durch Sonderaktionen, wie der verkaufsoffene Sonntag oder die lange Einkaufsnacht, **gewinnt weiterhin an Bedeutung**.

3. Rechtsgrundlagen und übergeordnete Planungen

Entsprechend den Regelungssystemen der sozialen Marktwirtschaft hat sich die Struktur der Einzelhandelsbetriebe durch die Initiative Privater herausgebildet und ist nicht aus einer „kommunal diktierten Planwirtschaft“ entstanden. Ebenso wie für den privaten Bauherrn gelten daher auch für Einzelhandelsbetriebe die Regelungen der aus Artikel 14 Grundgesetz abgeleiteten grundsätzlichen Baufreiheit. Einschränkungen dieser Baufreiheit können nur durch Gesetze und Verordnungen bestimmt werden.

Als solche Rechtsinstrumente zur städtebaulichen und landesplanerischen Steuerung des Einzelhandels sind insbesondere das **Bundesraumordnungsgesetz (ROG)** beziehungsweise **Landesplanungsgesetz Rheinland-Pfalz (LPIG)**, das **Baugesetzbuch (BauGB)** und die **Baunutzungsverordnung (BauNVO)** zu nennen.

3.1 Bauplanungsrechtliche Regelungen

Bereits durch die Aufstellung eines **Flächennutzungsplans** kann eine grundlegende räumliche Steuerung der Einzelhandelsnutzungen durch die Darstellungen der allgemeinen Art der baulichen Nutzung (Bauflächen) auf kommunaler Ebene getroffen werden. Auf der Ebene der **Bebauungspläne** lässt sich die planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben durch die Festsetzung der besonderen Art der baulichen Nutzung (Baugebiete) nach § 9 Abs. 1 Nr. 1 Baugesetzbuch (BauGB) i. V. m. den §§ 2 bis 9 und § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) regeln.

Eine wesentliche Steuerungsfunktion wird durch die Beschränkung des großflächigen Einzelhandels auf die **Sondergebiete** nach § 11 Abs. 3 BauNVO bewirkt. Allerdings können auch Einzelhandelsbetriebe, die nicht als großflächig einzustufen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegenstehen, insbesondere wenn zentrenrelevante Sortimente anstatt in den integrierten Innenstadtlagen auf der „grünen Wiese“ platziert werden sollen. Über die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten gibt es mittlerweile eine umfangreiche Rechtsprechung.

Mit dem § 34 Abs. 3 BauGB, hat der Gesetzgeber den Bauaufsichtsbehörden eine weitere Zulässigkeitschranke zur Steuerung des Einzelhandels außerhalb der durch Bebauungsplan gesteuerten Bereiche an die Hand gegeben. So dürfen von Vorhaben, die an sich nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, **keine schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde** oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.

In § 1 Abs. 6 Ziffer 11 BauGB wird ausgeführt, dass bei der Aufstellung der Bauleitpläne die Ergebnisse eines von der Gemeinde beschlossenen städtebaulichen Entwicklungskonzepts oder eine von ihr beschlossenen „Sonstigen städtebaulichen Planung“ zu berücksichtigen sind.

Eine als „Sonstige städtebauliche Planung“ im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossene Einzelhandelskonzeption bildet daher eine wichtige inhaltliche Basis, um im Vollzug der aufgestellten Zielsetzungen qualifizierte Bebauungspläne nach § 30 BauGB aufzustellen.

Besondere Bedeutung im Rahmen der Umsetzung der Einzelhandelssteuerung hat das Instrumentarium der Veränderungssperre nach § 14 BauGB. Hierdurch können Baugesuche, die den Zielen der Stadtentwicklung entgegenstehen, zurückgestellt werden. Während der Dauer der Veränderungssperre kann dann eine Änderung der Baurechte vorgenommen werden.

3.3 Übergeordnete räumliche Planungen

Die in den gesetzlichen Grundlagen festgeschriebenen Ziele und Grundsätze für die räumliche Entwicklung werden auf den verschiedenen Planungsebenen für die räumlichen Teilbereiche ausformuliert und sukzessive verfeinert. Raumbezogene Vorgaben für die Einzelhandelsentwicklung werden vor allem im Landesentwicklungsprogramm des Landes Rheinland-Pfalz und im Regionalen Raumordnungsplan Westpfalz formuliert.

3.3.1 Landesentwicklungsprogramm IV (LEP IV)

Mit der Erarbeitung des Landesentwicklungsprogramms IV erhielt u. a. die Thematik des großflächigen Einzelhandels ein stärkeres Gewicht. Hier wurde die Steuerungsnotwendigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben, insbesondere vor dem Hintergrund, dass in den vergangenen Jahren viele Märkte an der Stadtperipherie errichtet und dafür viele Flächen versiegelt wurden, aber auch vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung in den Städten und Gemeinden in den kommenden Jahren, schon auf Landesebene verankert. Daher werden aufgrund der verstärkten Bedeutung des großflächigen Einzelhandels auf Landesebene im Folgenden die Ausführungen des LEP IV dahingehend wiedergegeben.

Zentrale Orte

Die Stadt Kaiserslautern wurde im LEP IV als **Oberzentrum** eingestuft. Als solches ist die Stadt ein Standort mit oberzentralen Einrichtungen sowie ein Verknüpfungspunkt im System der großräumigen Verkehrsachsen und ist in ihrer besonderen Versorgungs- und Entwicklungsfunktion zu sichern (*Ziel 36*).

Nachhaltige Siedlungsentwicklung

Im Hinblick auf eine nachhaltige Siedlungsentwicklung gibt das LEP IV vor, dass die quantitative Flächeninanspruchnahme bis zum Jahr 2015 landesweit zu reduzieren, sowie die notwendige Flächeninanspruchnahme über ein Flächenmanagement qualitativ zu verbessern und zu optimieren ist. Dabei ist der Innenentwicklung ein Vorrang vor der Außenentwicklung einzuräumen (*Ziel 31*). Vor dem Hintergrund der geforderten Nachhaltigkeit und der demographischen Entwicklung ist eine Begrenzung beziehungsweise Reduzierung des derzeitigen Umfangs der Flächeninanspruchnahme erforderlich. Eine disperse Siedlungsstruktur sei nicht nachhaltig und auch langfristig nicht finanzierbar. Die weitere Siedlungsentwicklung sei daher insbesondere vor dem Hintergrund des demographischen Wandels an einer langfristig tragfähigen und zu angemessenen Kosten durchführbaren und ressourcenschonenden Ver- und Entsorgungsstruktur auszurichten.

Sicherung der Daseinsvorsorge

Zur Sicherung der Daseinsvorsorge sollen nach den Vorgaben des LEP IV, unter Berücksichtigung der Modellrechnung des Statistischen Landesamtes zur demographischen Entwicklung (mittlere Variante), in allen Landesteilen entsprechende Versorgungsfunktionen in den Gemeinden mit zentralörtlicher Bedeutung sicher gestellt werden, um den Prinzipien von gleichwertigen Lebensbedingungen und von Nachhaltigkeit Rechnung zu tragen.

Nachhaltige Wahrnehmung der Daseinsgrundfunktionen

Im Rahmen einer nachhaltigen Wahrnehmung der Daseinsgrundfunktionen gibt das LEP IV für den Themenkomplex „Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)“ die folgenden Ziele und Grundsätze vor:

- Die **Sicherung einer wohnortnahen und qualitativen Versorgung** der Bevölkerung mit öffentlichen und privaten Einrichtungen und Dienstleistungen der Daseinsvorsorge soll durch die zentralen Orte in den Mittelbereichen und in Aufgabenteilung mit den mittelzentralen Verbänden wahrgenommen werden. (*Grundsatz 56*)

- Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (**Zentralitätsgebot**). Betriebe mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche¹² kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. (**Ziel 57**)
- Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, zulässig (**städtebauliches Integrationsgebot**). Die städtebaulich integrierten Bereiche („Zentrale Versorgungsbereiche“ im Sinne des Baugesetzbuches) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen. (**Ziel 58**)
- Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an **Ergänzungsstandorten** der zentralen Orte zulässig. Diese sind ebenfalls in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen. (**Ziel 59**)
- 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 Orte wesentlich beeinträchtigt werden (**Nichtbeeinträchtigungsgebot**). Dabei sind auch Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten. (**Ziel 60**)
- Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzungen in der Bauleitplanung entgegenzuwirken (**Agglomerationsverbot**). Haben sich bereits Agglomerationsbereiche außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche gebildet, so sind diese als Sondergebiete des großflächigen Einzelhandels in der Bauleitplanung auszuweisen und in ihrem Bestand festzuschreiben. (**Ziel 61**)
- Die Ergänzungsstandorte, die außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche eines zentralen Ortes liegen, sollen in örtliche beziehungsweise regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden. (*Grundsatz 62*) Zur Erprobung von Sondermodellen im ländlichen Raum ist der (*Grundsatz 63*) zu beachten.

3.3.2 Regionaler Raumordnungsplan Westpfalz (ROP IV)

Schwellenwerte für den großflächigen Einzelhandel

Der Regionale Raumordnungsplan Westpfalz IV vom 25.07.2012 sieht gemäß Kapitel II.1.4 den Einzelhandel als wesentlich für die Wahrnehmung der Versorgungsfunktion an. Der ROP führt hierzu aus, dass die Entwicklung des Einzelhandels in den vergangenen Jahrzehnten durch einen tief greifenden Strukturwandel geprägt sei, der zu einem Umbruch im Angebots-, Standort- und Betriebssystem-gefüge geführt habe.

Aufgabe sei es jedoch, weiterhin die Versorgungsfunktion, im Kontext des Zentrale-Orte-Konzepts, sicherzustellen, gegebenenfalls qualitativ weiterzuentwickeln. Die Zulässigkeit von Standorten des großflächigen Einzelhandels wird hierzu im LEP IV geregelt.

Die Umsetzung der Ziele (Z 58 „städtebauliches Integrationsgebot“ und Z 59 „Ergänzungs-

¹² Die Verkaufsfläche umfasst i. d. R. alle Flächen eines Betriebes, die dem Kunden dauerhaft für Verkaufszwecke zugänglich sind. Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen, Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.

standorte“) unterliegen gemäß ROP IV der Regionalplanung.

Hierzu ist geregelt:

*„Z_N12 Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, zulässig (**städtebauliches Integrationsgebot**). Die städtebaulich integrierten Bereiche (zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.“*

*Z_N13 Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an **Ergänzungsstandorten der zentralen Orte** zulässig. Diese sind ebenfalls von Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.*

Die Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen, Ergänzungsstandorten und kommunalen Sortimentslisten im Rahmen von Einzelhandelskonzepten oder nachfolgend in der Bauleitplanung durch die zentralen Orte sollte von der Regionalplanung fachlich begleitet werden. Vor Beschlussfassung über die Konzepte oder die Bauleitpläne ist der Planungsgemeinschaft Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben. Die Kommune hat diese Stellungnahme in ihre Abwägung einzustellen.

Die Ziele 57 und 60 sind als „LEP IV Vorgabe“ integrale Bestandteile zur Festlegung von Versorgungsbereichen und bedürfen daher keiner gesonderten Darstellung als Ziel im ROP.

Die Begründung führt hierzu nochmals das Folgende aus:

Begründung zu Ziel 57 LEP IV:

"Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des Großflächigen Einzelhandels ist in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betriebe mit mehr als 2000 m² Verkaufsfläche kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m² Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung erforderlich ist."

Begründung zu Ziel 60 LEP IV:

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

4. Analyse

4.1 Untersuchungs-/Planungsraum

Der räumliche Bezug der Einzelhandelskonzeption ist das gesamte Stadtgebiet von Kaiserslautern (Gesamtstadt).

4.2 Angebotsanalyse

Im Rahmen der Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption wurden zur Analyse der Angebotssituation in der Stadt Kaiserslautern vom Referat Stadtentwicklung, Abteilung Stadtplanung, unter Einsatz des in der Stadt eingesetzten Geographischen Informationssystems (GIS) flächendeckend die Standorte des Einzelhandels erneut erfasst.

Neben den großflächigen Einzelhandelsbetrieben, mittleren Einzelhandelsbetrieben und den Ladengeschäften in der City/Innenstadt wurde auch der Lebensmitteleinzelhandel (Geschäfte mit Backwaren, Geschäfte mit Wurst- und Fleischwaren, Lebensmittelgeschäfte) erfasst, um ein klares Bild zur Nahversorgung in den Randlagen und Stadtteilen zu erhalten.

Im Ergebnis der Erfassung lassen sich die **Verkaufsflächen für Kaiserslautern** mit den folgenden gerundeten Werten darstellen:

Tabelle der Verkaufsflächen in Kaiserslautern	Stand: 2009	Stand: März 2021
Verkaufsflächen in Kaiserslautern	300.000 m ²	329.118 m ²
Verkaufsflächen im Untersuchungsbereich Stadtgalerie	nicht erfasst	87.072 m ²
Verkaufsflächen außerhalb des Untersuchungsbereichs Stadtgalerie	nicht erfasst	242.045 m ²

davon anteilige Verkaufsflächen in Teilbereich:

„Pfalz Boulevard bzw. Gewerbegebiet West (Merkurstraße, Denisstraße, Röchlingstraße)	80.000 m ²	80.021 m ²
Am Opelkreisel inklusive Ikea	9.862 m ²	35.362 m ²
„Pfalz Center“ (Mannheimer Straße 236)	11.986 m ²	15.600 m ²
Kerngebiet Zollamtstraße und Uni-Park (Carl-Euler-Straße)	9.562 m ²	10.612 m ²
PRE Park (Europaallee, etc.)	25.200 m ²	35.000 m ²
Gewerbegebiet Ost (Mainzer Straße, Hertelsbrunnering, Flickerstal)	12.662 m ²	11.467 m ²
Hohenecker Straße (Hohenecker Straße 18, 26 und 28)	13.876 m ²	13.395 m ²

Hinweis:

Die vorgenannten wichtigen Verkaufsflächenzusammenstellungen bilden nicht die o. g. Gesamtsumme.

Die Abgrenzung des „Untersuchungsbereichs Stadtgalerie“ in den Plänen der Beilage 12 enthalten.

Verteilung der Verkaufsflächenanteilen 2021 der Stadt Kaiserslautern
 Märkte, Ladengeschäfte und Lebensmittelhandwerk

Datum: 17.03.2021

Ladengeschäfte Innenstadt
 zuzügl. Bäcker/Metzger
 außerhalb City

Hauptbranchen	Verkaufsflächen Gesamtstadt		Verkaufsflächen EH-Märkte - Gesamt		Verkaufsflächen Märkte im UB Stadtgalerie		Verkaufsflächen Märkte ohne UB Stadtgalerie		Verkaufsflächen Ladengeschäfte Gesamt KL		Verkaufsflächen Ladengeschäfte davon im UB Stadtgalerie	
	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%	abs.	%
1 Nahrungsmittel- und Genussmittel und	54.917 m²	16,69 %	45.806 m²	39,09 %	2.790 m²	18,90 %	43.016 m²	9,65 %	9.112 m²	7,971 m²	9,97 %	
2 Bäcker / Metzger	4.052 m²	1,23 %	143 m²	0,00 %	0 m²	0,00 %	143 m²	4,14 %	3.909 m²	2.724 m²	3,41 %	
Bäcker / Metzger (Piktogramm)	2.180 m²	0,66 %	0 m²	0,00 %	0 m²	0,00 %	0 m²	2,31 %	2.180 m²	0 m²	0,00 %	
3 Blumen / Zoo- und Heimtierbedarf	4.502 m²	1,37 %	2.969 m²	0,00 %	0 m²	1,30 %	2.969 m²	1,62 %	1.533 m²	716 m²	0,90 %	
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik und	10.468 m²	3,18 %	5.201 m²	0,00 %	0 m²	2,29 %	5.201 m²	5,58 %	5.267 m²	5.175 m²	6,47 %	
4 Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	2.495 m²	0,76 %	940 m²	0,00 %	0 m²	0,41 %	940 m²	1,65 %	1.555 m²	1.465 m²	1,83 %	
5 Zeitungen, Bücher, Zeitschriften	3.888 m²	1,18 %	140 m²	0,00 %	0 m²	0,06 %	140 m²	3,97 %	3.747 m²	3.747 m²	4,69 %	
6 Bekleidung / Wäsche	47.663 m²	14,48 %	17.766 m²	7,81 %	0 m²	10,97 %	17.766 m²	31,66 %	29.897 m²	30.254 m²	37,85 %	
7 Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	8.239 m²	2,50 %	4.680 m²	0,00 %	0 m²	2,06 %	4.680 m²	3,77 %	3.559 m²	3.439 m²	4,30 %	
8 Gartenbedarf	7.870 m²	2,39 %	7.870 m²	0,00 %	0 m²	3,46 %	7.870 m²	0,00 %	0 m²	0 m²	0,00 %	
9 und 10 und Baumarktsortimente	33.908 m²	10,30 %	26.523 m²	21,72 %	1.550 m²	10,97 %	24.973 m²	7,82 %	7.385 m²	1.475 m²	1,85 %	
11 Hausrat / Geschenkartikel	10.127 m²	3,08 %	5.053 m²	15,86 %	1.132 m²	1,72 %	3.921 m²	5,37 %	5.074 m²	4.606 m²	5,76 %	
Spielwaren, Babyausstattung / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	7.691 m²	2,34 %	6.084 m²	0,00 %	0 m²	2,67 %	6.084 m²	1,70 %	1.607 m²	1.306 m²	1,63 %	
12 Sportartikel, Fahrräder und Camping	2.786 m²	0,85 %	1.162 m²	0,00 %	0 m²	0,51 %	1.162 m²	1,72 %	1.624 m²	1.318 m²	1,65 %	
13 Teppiche / Gardinen / Deko / Sicht- und Sonnenschutz	3.478 m²	1,06 %	3.132 m²	0,00 %	0 m²	1,38 %	3.132 m²	0,37 %	346 m²	346 m²	0,43 %	
14 Bettwaren / Haus- / Tisch- und Bettwäsche	3.401 m²	1,03 %	982 m²	0,00 %	0 m²	0,43 %	982 m²	2,56 %	2.419 m²	2.278 m²	2,85 %	
15 Möbel	94.518 m²	28,72 %	92.061 m²	23,33 %	1.865 m²	39,72 %	90.396 m²	2,60 %	2.458 m²	2.268 m²	2,84 %	
16 Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte und	3.358 m²	1,02 %	1.900 m²	0,00 %	0 m²	0,83 %	1.900 m²	1,54 %	1.458 m²	1.373 m²	1,72 %	
17 Unterhaltungselektronik / PC / Kommunikation und	9.872 m²	3,00 %	8.211 m²	0,00 %	0 m²	3,61 %	8.211 m²	1,76 %	1.662 m²	1.662 m²	2,08 %	
18 Foto / Optik / Akustik	1.943 m²	0,59 %	210 m²	0,00 %	0 m²	0,09 %	210 m²	1,84 %	1.733 m²	1.733 m²	2,17 %	
19 Uhren / Schmuck	1.692 m²	0,51 %	139 m²	0,00 %	0 m²	0,06 %	139 m²	1,64 %	1.552 m²	1.502 m²	1,88 %	
20 Sonstige Sortimente	10.071 m²	3,06 %	3.726 m²	0,00 %	0 m²	1,64 %	3.726 m²	6,72 %	6.345 m²	4.575 m²	5,72 %	
Summe	329.118 m²	100,00 %	234.697 m²	100,00 %	7.137 m²	100,00 %	227.560 m²	100,00 %	94.421 m²	79.935 m²	100,00 %	

Es wird darauf hingewiesen, dass durch ein sehr breites und häufig wechselndes Angebot im Bereich der „Randsortimente“ u. a. die Discounter Aldi, Lidl, Penny etc. sowie Tchibo und die 1-€-Läden von der methodischen Seite (Zuordnung zu einer Branchengruppe) problematisch anzusehen sind. Die Daten können hier die komplexen Warenangebote nicht exakt dokumentieren.

Bei der Zusammenfassung der in Kaiserslautern vorhandenen Einzelhandelsbetriebe wurde eine Verkaufsfläche/je Einwohner von ca. 3,44 m² errechnet. In diesem Wert sind Autohandel, Tankstellen und sonstiger an das Handwerk gekoppelter, untergeordneter Handel nicht enthalten. Dies ist ein Wert, der deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert im Jahr 2018 von 1,44 m² Verkaufsfläche/Einwohner¹³ liegt und damit gleichzeitig die über die Stadt hinausgehende oberzentrale Ausstrahlung verdeutlicht.

Hinweis:

Die Schließung des „Treff 3000“-Marktes im Wohngebiet Betzenberg wurde in den v. g. Daten nicht herausgerechnet, da eine Wiederbelebung gewünscht ist und die Zusammenstellung der Zahlen kurzfristig nicht auf jede einzelne Veränderung angepasst werden kann.

Die vorgenommene Erweiterung von Aldi in der Zollamtstraße wurde ebenfalls nicht mehr berücksichtigt.

Zur Auswertung und Analyse wurden folgende Sortimentsgruppen und Bedarfsbereiche gebildet:

	Hauptbranchen	Sortimentsgruppen	Bedarfsbereich
1	Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel ▪ Tabakwaren ▪ Getränke ▪ Reformhaus/Bioladen 	kurzfristiger Bedarf
2	Backwaren, Wurst- und Fleischwaren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Backwaren/Konditorei ▪ Wurst- und Fleischwaren 	kurzfristiger Bedarf
3	Blumen/Zoo- und Heimtierbedarf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Blumen, Pflanzen, Sämereien ▪ Zoologischer Bedarf 	kurzfristiger Bedarf
4	Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Drogerie/Körperpflege ▪ Parfümerie ▪ Wasch-/Putz- und Reinigungsmittel 	kurzfristiger Bedarf
5	Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ pharmazeutische Artikel ▪ medizinische Artikel ▪ orthopädische Artikel 	mittelfristiger Bedarf
6	Zeitungen, Bücher, Zeitschriften	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sortimentsbuchhandel ▪ Papier, Schreibwaren, Bürobedarf ▪ Zeitschriften 	kurzfristiger Bedarf
7	Bekleidung/Wäsche	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Herren-, Damen-, Kinderbekleidung ▪ Bekleidung und Textilien allgemein ▪ Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren 	mittelfristiger Bedarf

¹³ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/261800/umfrage/verkaufsflaechen-im-einzelhandel-in-europaa-nach-laendern/>

	Hauptbranchen	Sortimentsgruppen	Bedarfsbereich
8	Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schuhe ▪ Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile) 	mittelfristiger Bedarf
9	Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gartenbedarf 	mittelfristiger Bedarf
10	Baumarktsortimente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baustoffe, Bauelemente ▪ Werkzeuge, Schrauben, Kleisen ▪ Elektrowerkzeuge und Zubehör ▪ Tapeten, Lacke, Farben ▪ Installationsbedarf ▪ Teppiche ▪ Fahrräder ▪ Kfz-Zubehör 	langfristiger Bedarf
11	Hausrat/Geschenkartikel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hausrat, Schneidwaren, Bestecke ▪ Glas, Porzellan, Keramik ▪ Geschenkartikel 	mittelfristiger Bedarf
12	Spielwaren, Babyausstattung/Hobby/Basteln/Musikinstrumente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spielwaren ▪ Babyausstattung ▪ Hobby/Basteln ▪ Musikinstrumente 	mittelfristiger Bedarf
13	Sportartikel, Fahrräder und Camping	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sportbekleidung ▪ Sportschuhe ▪ Sportartikel ▪ Sportgeräte ▪ Campingartikel 	mittelfristiger Bedarf
14	Teppiche/Gardinen/Deko/Sicht- und Sonnenschutz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teppiche ▪ Gardinen/Deko ▪ Sicht- und Sonnenschutz 	langfristiger Bedarf
15	Bettwaren/Haus-/Tisch- und Bettwäsche	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bettwaren ▪ Haus-/Tisch- und Bettwäsche 	langfristiger Bedarf
16	Möbel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Möbel inkl. Bad-, Garten- und Büromöbel ▪ Wohn- und Einrichtungsbedarf ▪ Haus- und Heimtextilien, Gardinen 	langfristiger Bedarf
17	Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elektro ▪ Leuchten ▪ sonstige hochwertige Haushaltsgeräte 	langfristiger Bedarf
18	Unterhaltungselektronik/PC/Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterhaltungselektronik ▪ Musik/Video ▪ PC/Drucker ▪ Kommunikation 	langfristiger Bedarf
19	Foto/Optik/Akustik	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Foto/Optik ▪ Akustik 	langfristiger Bedarf
20	Uhren/Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uhren/Schmuck 	langfristiger Bedarf
21	Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Briefmarken ▪ Münzen ▪ Antiquariat ▪ etc. 	langfristiger Bedarf

4.3 Nachfrageanalyse

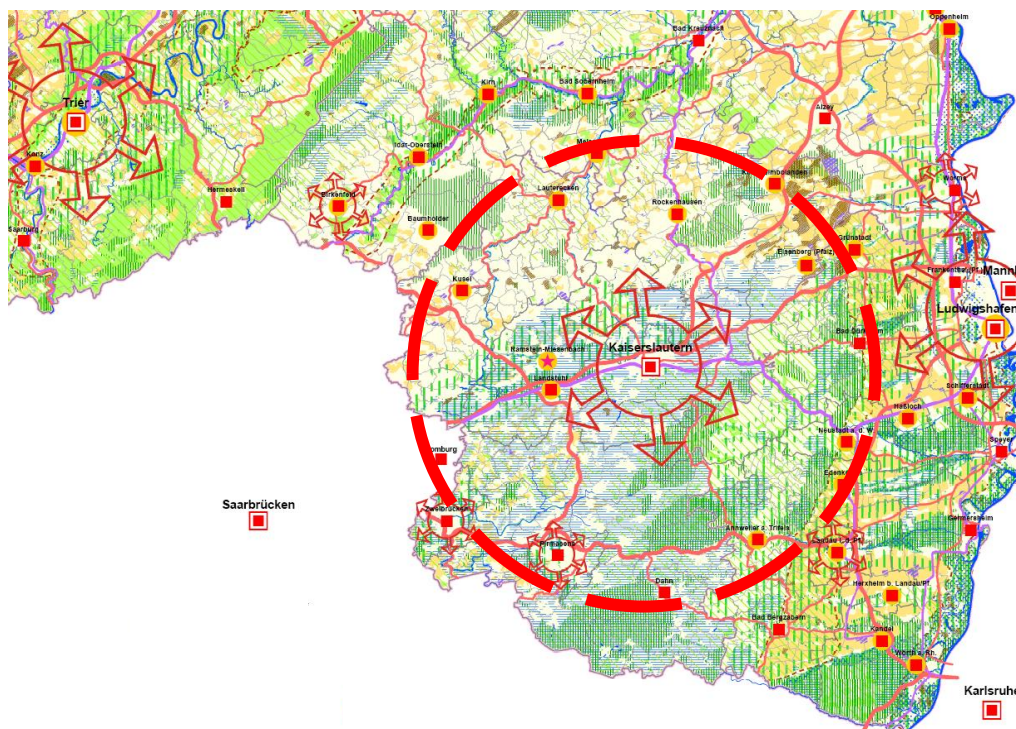
Das Pendant zu der Angebotsseite des Einzelhandels stellt die Nachfrageseite, d. h. die einkaufende Bevölkerung mit ihren spezifischen Einkaufsgewohnheiten und -präferenzen und letztlich ihrem Budget, der Kaufkraft, dar.

Bei der Betrachtung der Erreichbarkeiten und Einzugsgebiete des Marktgebiets durch die Käuferinnen und Käufer muss die unterschiedliche Akzeptanz für den kurz-, mittel und langfristigen Bedarf und damit letztlich die **regionale Wettbewerbssituation** berücksichtigt werden. Je längerfristig der Bedarf, d. h. je seltener der Einkauf, desto größer sind die akzeptierten Entfernungen. So ist für die Versorgung mit Lebensmitteln der Kerneinzugsbereich (Stadtgebiet) ausschlaggebend, währenddessen für den mittelfristigen Bedarf durchschnittlich ein Radius von 30 km (Naheinzugsbereich) angegeben wird. Für den langfristigen Bedarf ist der Fernbereich maßgebend. Im Streubereich dominieren bereits die Sogkräfte anderer Zentren, es können aber immer noch Käufer für spezielle Güter gefunden werden. Hier existieren sich gegenseitig überlagernde Marktgebiete. Die **Abgrenzung des Marktgebiets** ist dabei basierend auf den stadt- und siedlungsstrukturellen sowie topographischen Gegebenheiten vorzunehmen.

Die Stadt Kaiserslautern, die im Schnittpunkt der Ballungsräume Ludwigshafen/Mannheim, Saarbrücken sowie Mainz/Wiesbaden und Karlsruhe liegt, übernimmt gemäß Festlegung im Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz die zentralörtliche Funktion eines **Oberzentrums** für die gesamte Region Westpfalz und ist somit Dienstleistungs- und Arbeitsplatzschwerpunkt für etwa 520.000 Menschen. Dies zeigt sich unter anderem in einem hohen Anteil an Berufseinspendlern aus den umliegenden Gemeinden.

Die **Entfernungen zu den umgebenden Oberzentren** (Mainz ca. 77 km, Ludwigshafen ca. 64 km; Karlsruhe ca. 128 km; Saarbrücken ca. 71 km; Trier ca. 116 km) ergeben ein nach Kaiserslautern orientiertes Umfeld von ca. 30 - 40 km bezüglich oberzentraler Einrichtungen und langfristiger Versorgungseinrichtungen.

Auszug aus dem Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) 2008



Quelle: Ministerium des Innern und für Sport, 14.10.2008 mit Ergänzung durch die Stadtverwaltung Kaiserslautern, Referat Stadtentwicklung

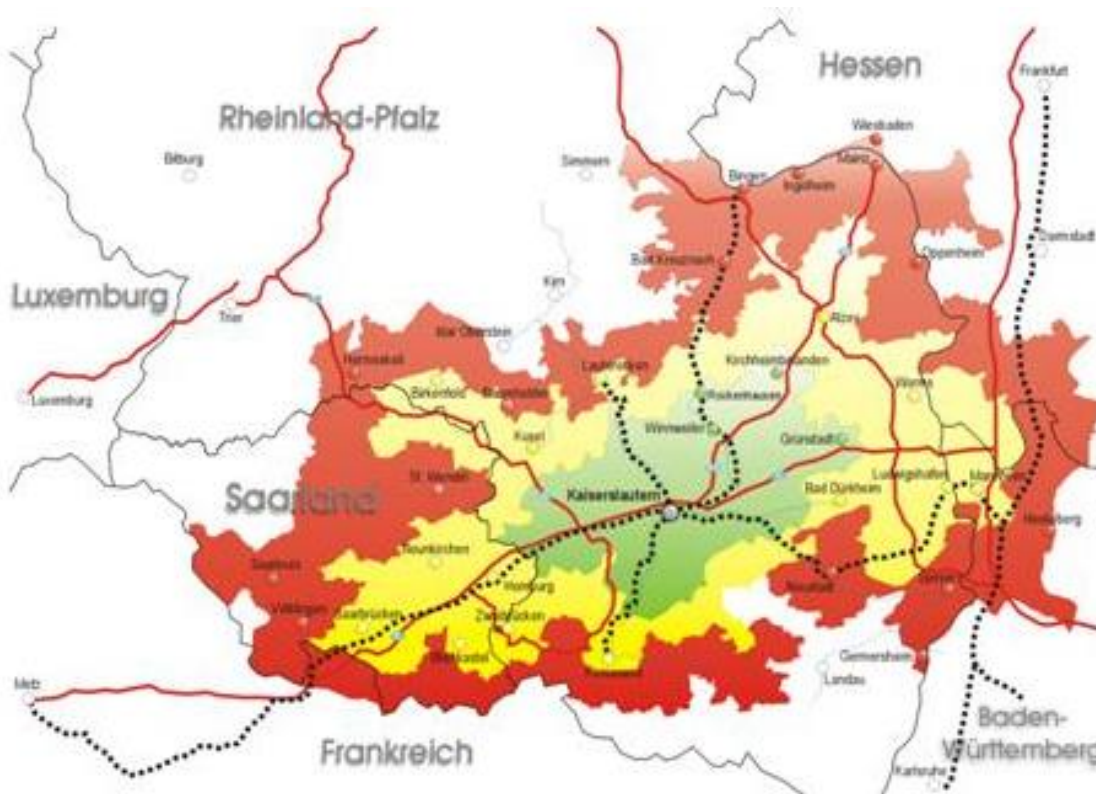
In einem relativ geschlossenen Ring um die Stadt Kaiserslautern liegen, mit einer Entfernung von ca. 30 - 40 km, die **Mittelzentren** Kusel, Lauterecken, Meisenheim, Rockenhausen, Kirchheimbolanden, Eisenberg, Grünstadt, Bad Dürkheim, Neustadt, Annweiler, Pirmasens, Landstuhl mit ihren zentralen Einrichtungen und Versorgungsangeboten für den kurz- bis mittelfristigen Bedarf.

Einen wichtigen wirtschaftlichen Faktor für die Stadt Kaiserslautern und die Umlandgemeinden stellen nach wie vor die amerikanischen Streitkräfte dar. Die Gesamtzahl der vorwiegend US-amerikanischen Soldaten sowie deren Angehörigen belaufen sich in Stadt und Landkreis auf ca. 50.000 Personen.

In der Praxis werden verschiedene Einzugsbereiche für die jeweiligen Marktgebiete unterschieden, wobei Namensgebung und Definition nicht einheitlich verwendet werden. Für die Einzelhandelskonzeption Kaiserslautern wurden basierend auf einer Auswertung der Erreichbarkeiten bzw. der Bildung von Fahrtzeitisochronen folgende Bereiche verwendet:

- | | | |
|-----------------------|----------------------|--------------|
| ▪ Kerneinzugsbereich | Stadt Kaiserslautern | 98.044 EW |
| ▪ Naheinzugsbereich | Umkreis bis 30 min | 374.846 EW |
| ▪ Ferneinzugsbereich | Umkreis bis 45 min | 2.067.760 EW |
| ▪ Streueinzugsbereich | Umkreis bis 60 min | 4.474.010 EW |

Marktgebiete Kaiserslautern



Quelle: eigene Darstellung

Bei teureren Produkten werden daneben zunehmend Produktinformationen über das Internet eingeholt. Vor dem Hintergrund der weiterhin ansteigenden Mobilität der Bevölkerung bzw. der allgemein zunehmenden Mobilitätsanforderungen kann zumindest für den mittel- bis län-

gerfristigen Bedarf eine Vergrößerung der räumlichen Entfernungen angenommen werden. Durch die „Abstimmung mit dem Auto“ werden in vielen Bereichen größere Distanzen akzeptiert und dadurch die Konzentrationstendenzen der Wirtschaft mitgetragen, was gleichzeitig zum Abbau wohnungsnaher Versorgungseinrichtungen beiträgt.

Kaiserslautern als Oberzentrum steht in einer **regionalen Konkurrenz mit den benachbarten Oberzentren und Mittelzentren** um Kunden, Kaufkraft und Kaufkraftbindung. Hierbei spielen zunehmend großflächige Einkaufszentren eine wichtige Rolle.

Für Kaiserslautern sind dabei auch die **Einkaufszentren und Factory-Outlet-Center im weiteren Umfeld als Konkurrenten** aufzuführen.

4.4 Städtebauliche Analyse

Im Zuge der Analyse städtebaulicher Rahmenbedingungen wurden auf der Basis der örtlichen Erhebungen die zentralen Kerngebietsbereiche in der City sowie die Einzelhandelsbetriebe in den Cityergänzungsflächen, die Sonderstandorte des Einzelhandels und die in den Gewerbe- und Industriegebieten sowie Mischgebieten angesiedelten Betriebe erfasst und die daraus sich ergebenden stadtfunktionellen Zusammenhängen ausgewertet.

Ausgehend von der vorhandenen Siedlungsstruktur wurden für die Einzelhandelskonzeption zur Strukturierung der Vorgehensweise neben der City **drei Siedlungsstrukturbereiche** gebildet:

- **Innenstadt mit den Teilbereichen:**
Innenstadt Ost, Innenstadt Südwest, Innenstadt West/Kotten, Innenstadt Nord/Kaiserberg, Grübentälchen/Volkspark
- **Wohngebiete um die Innenstadt:**
Bännjerrück/Karl-Pfaff-Siedlung, Betzenberg, Kaiserslautern-West, Lämmchesberg/Uni-Wohnstadt
- **Dörflich geprägte Stadtteile:**
Einsiedlerhof, Erfenbach, Erlenbach, Erzhütten/Wiesenthalerhof, Dansenberg, Hohenecken, Morlautern, Mölschbach, Siegelbach

5. Rahmenbedingungen für die Stadt Kaiserslautern (Ist-Analyse Gesamtstadt)

Neben den allgemeinen Trends sind für die Einzelhandelskonzeption die ortsspezifischen Gegebenheiten zu betrachten.

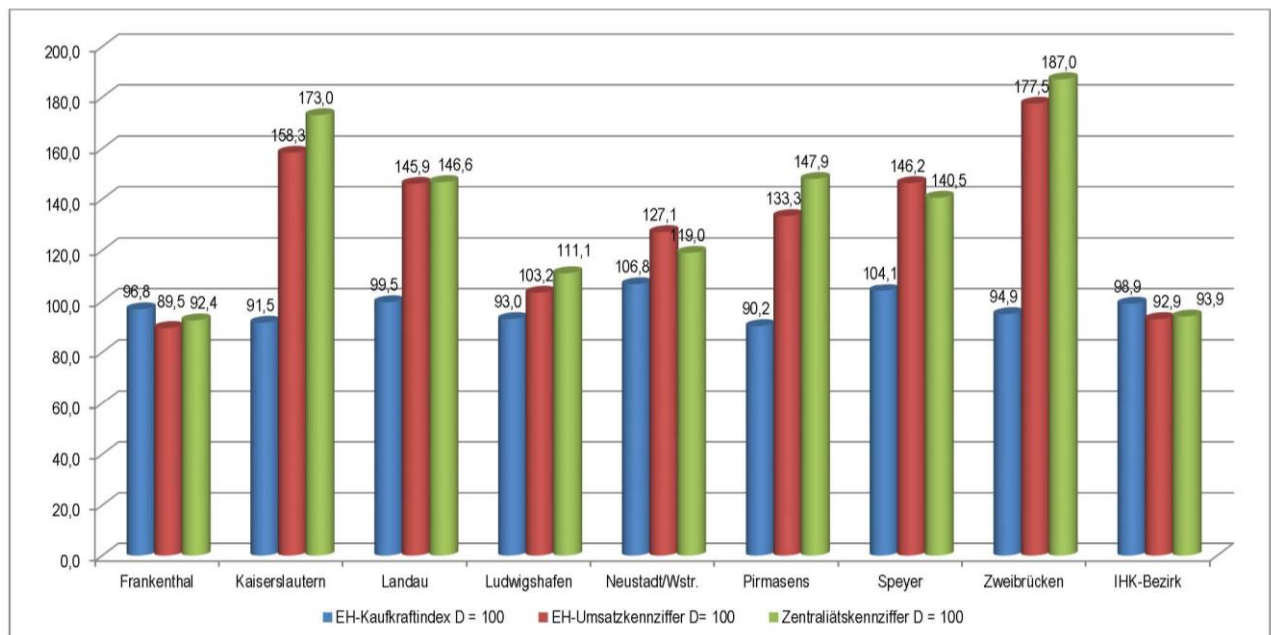
5.1 Regionale Ebene

Wie aus den **Marktdaten im IHK-Bezirk**¹⁴ von für das Jahr 2020 erkennbar ist, sind im regionalen Umfeld deutliche Schwankungen in der Kaufkraft vorhanden.

Während der **einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex pro Einwohner** (Gebietsstand 01.01.2020) für **Kaiserslautern mit 91,5** angegeben wird, liegen die Städte Speyer (104,1) und Neustadt a.d.W. (106,8) über bzw. auf dem bundesdeutschen Indexwert (100,0).

Somit liegt in der Stadt Kaiserslautern eine unterdurchschnittliche Kaufkraft vor. (Begriffsdefinition siehe Anhang)

Handelskennzahlen in den kreisfreien Städten der Pfalz 2020



Messzahl Bundesdurchschnitt = 100 ; Umsatz = Umsatz der ansässigen Einzelhändler einer Region oder Gemeinde

Zentralitätskennziffer = Messzahl für den Kaufkraftzufluss/ bzw. -abfluss innerhalb einer Region oder Gemeinde

© Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2020 basierend auf © Statistisches Bundesamt

IHK Pfalz: Marktdaten im IHK-Bezirk, Rheinland-Pfalz, Deutschland 2020

Gleichzeitig weist die Stadt Kaiserslautern eine deutlich überdurchschnittliche Zentralitätskennziffer aus, die eine hohe Bindungswirkung im Einzugsgebiet zum Ausdruck bringt.

Hierdurch kann für die Stadt Kaiserslautern trotz der unterdurchschnittlichen Kaufkraft eine überdurchschnittliche Umsatzkennziffer abgebildet werden.

¹⁴ IHK Pfalz: MB Research Marktdaten im IHK-Bezirk, Rheinland-Pfalz, Deutschland 2020; EH-Kaufkraft Städte Kreise Gemeinde 2020, auf: www.pfalz.ihk24.de, Datenzugriff: 02.03.2021

Handelskennzahlen der Pfalz 2020

	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft			Einzelhandelsumsatz			Zentralitätskennziffer ¹⁾	Kaufkraftbindungsquote ²⁾
	in Mio. Euro	Euro pro Kopf	Kaufkraftindex D = 100	In Mio. Euro	Euro pro Kopf	Umsatzkennziffer D = 100	D = 100	%
Kreisfreie Städte								
Frankenthal	322,53	6.615	96,8	258,24	5.296	89,5	92,4	80
Kaiserslautern	626,14	6.257	91,5	937,99	9.374	158,3	173,0	150
Landau	319,32	6.803	99,5	405,53	8.640	145,9	146,6	127
Ludwigshafen	1.096,36	6.354	93,0	1.054,50	6.112	103,2	111,1	96
Neustadt/Wstr.	388,87	7.300	106,8	400,93	7.526	127,1	119,0	103
Pirmasens	247,37	6.166	90,2	316,75	7.895	133,3	147,9	128
Speyer	359,11	7.114	104,1	437,06	8.658	146,2	140,5	122
Zweibrücken	221,66	6.487	94,9	359,00	10.507	177,5	187,0	162
Landkreise								
Bad Dürkheim	976,94	7.351	107,5	631,76	4.754	80,3	74,7	65
Donnersbergkreis	491,13	6.540	95,7	277,10	3.690	62,3	65,1	56
Germersheim	888,29	6.849	100,2	586,10	4.519	76,3	76,2	66
Kaiserslautern	689,20	6.486	94,9	404,71	3.809	64,3	67,8	59
Kusel	439,06	6.242	91,3	265,62	3.776	63,8	69,9	60
Rhein-Pfalz-Kreis	1.148,60	7.405	108,3	595,84	3.842	64,9	59,9	52
Südliche Weinstraße	771,84	6.975	102,0	543,59	4.912	83,0	81,3	70
Südwestpfalz	625,72	6.598	96,5	345,85	3.647	61,6	63,8	55
IHK-Bezirk	9.612,14	6.763	98,9	7.820,57	6.503	92,9	93,9	81

1) Messzahl für den Kaufkraftzufluss/bzw. -abfluss innerhalb einer Region oder Gemeinde

2) Die Kaufkraftbindungsquote ist ein Maß für die lokale Bindung der Kaufkraft innerhalb einer Region. Aus ihr lässt sich ableiten, ob die in einer Region vorhandene Kaufkraft lokal genutzt wird oder in andere Regionen abfließt

© Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2020 basierend auf © Statistisches Bundesamt

IHK Pfalz: Marktdaten im IHK-Bezirk, Rheinland-Pfalz, Deutschland 2020

Bezüglich des **Einzelhandelsangebots** im regionalen Umfeld ist auf ein Überangebot in den angrenzenden Grund- und Mittelzentren hinzuweisen. So wird in der Westpfalz-Information Nr. 104 ausgeführt. „Die Verkaufsflächen je Einwohner des Sortiments Nahrungs- und Genussmittel der Grundzentren Glan-Münchweiler, Ramstein-Miesenbach und Wallhalben sowie der Mittelzentren Kusel, Lauterecken und Landstuhl liegen mindestens dreimal höher als der durchschnittliche Wert in der Westpfalz. Es ergibt sich gewissermaßen eine deutliche, regionalplanerisch unerwünschte Überfunktion dieser Orte in diesem Sortiment.“¹⁵

Dies schlägt sich auch in den ermittelten Bindungsquoten der Kaufkraft für die Nahrungs- und Genussmittel wieder: „In den Mittelzentren (...) und dem Oberzentrum Kaiserslautern liegen Bindungsquoten von mehr als 100% vor. In den Mittelzentren Lauterecken und Landstuhl werden sogar Bindungsquoten von 240% bzw. 220% erzielt. An letzteren Gemeinden sind die möglichen negativen Wirkungen des Konzentrationsgebots abzulesen: in den umliegenden (Verbands-) Gemeinden herrscht eine deutliche Unterversorgung in der Nahversorgung vor.“¹⁶

Die aufgezeigten Überfunktionen dürften sich durch die Zulassung weiterer Einzelhandelsbetriebe (insbesondere in den Verbandsgemeinden Weilerbach und Otterbach) in der Zwischenzeit eher verstärkt als gemildert haben. Durch die festzustellende „Überzentrierung“ ist in der Folge ein „deutliches Nahversorgungsdefizit“ in verschiedenen Teilbereichen festzustellen.

¹⁵ Planungsgemeinschaft Westpfalz (Hrsg.): „Gutachten zur Landesplanerischen Behandlung der Einzelhandelsentwicklung im Rahmen der Gesamtfortschreibung des Regionalen Raumordnungsplans Westpfalz“, Westpfalz-Information Nr. 104, Juni 2000, S. 16

¹⁶ ebenda, S. 18

5.2 Kommunale Ebene

Die Stadt Kaiserslautern, die im Schnittpunkt der Ballungsräume Ludwigshafen/Mannheim – Saarbrücken sowie Mainz/Wiesbaden – Karlsruhe liegt, übernimmt gemäß der Festlegung im Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz die zentralörtliche Funktion eines Oberzentrums für die gesamte Region Westpfalz.

Die Stadt Kaiserslautern, mit ca. 100.000 Einwohnern (mit Haupt- und Nebenwohnsitz), ist als traditioneller Einkaufsstandort der Region Westpfalz mit einem Einzugsgebiet von ca. 520.000 Menschen zu charakterisieren. Als wirtschaftlicher Faktor sind neben der amtlichen Bevölkerung ca. 50.000 vorwiegend amerikanische Soldaten und deren Angehörige von Bedeutung.

Kaiserslautern ist Verknüpfungspunkt mehrerer regionaler Eisenbahnstrecken sowie ICE- und IC-Haltepunkt. Gemeinsam mit dem Anschluss an das S-Bahnnetz in die Rhein-Neckar-Region sowie einer Streckenerweiterung in das Saarland sichern diese Verbindungen eine gute Vernetzung mit dem Umland.

5.2.1 Einzelhandelsrelevante Siedlungsentwicklungen

Auf der kommunalen Ebene lassen sich die **siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen** und deren Entwicklung wie folgt beschreiben:

Die Stadt Kaiserslautern wurde im Verlauf des Dreißigjährigen Krieges weitgehend zerstört. Trotz einem in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts einsetzenden Aufschwungs behielt die Stadt zunächst ihren, durch die Stadtmauern begrenzten, mittelalterlichen Umfang. Dieser wurde erst Mitte des 19. Jahrhunderts im Zuge der Industrialisierung von den Siedlungserweiterungen überschritten. Die Bevölkerung stieg in den Jahren zwischen 1850 und 1939 von ca. 9.000 auf ca. 65.000 Einwohner an. Im Zweiten Weltkrieg wurden rund zwei Drittel des Stadtgebiets durch Bombenangriffe zerstört, so dass das städtebauliche Erscheinungsbild heute vor allem von der Wiederaufbauphase nach dem Krieg geprägt ist. Die Stadt ist in dieser Zeit nach 1945, insbesondere durch die Ansiedlung von Militär und Industrie sowie durch die Eingemeindung der umliegenden Orte Ende der 1960er Jahre, stark angewachsen.

Die Ansiedlung der militärischen und industriellen Flächen erfolgte dabei vor allem entlang der „Kaiserslauterer Senke“ in Ost-West-Richtung, die Ausdehnung der Wohnbauflächen hingegen orientierte sich vorwiegend in Nord-Süd-Richtung. Während der letzten 150 Jahre hat sich die besiedelte Fläche der Kernstadt verzwanzigfacht.

Zum Stadtgebiet von Kaiserslautern gehören heute neben der Kernstadt die sieben ehemals selbständigen Gemeinden Dansenberg, Erfenbach, Erlenbach, Hohenecken, Mölschbach, Morlautern und Siegelbach. Damit leben insgesamt ca. 100.000 Menschen auf einer Fläche von etwa 14.000 ha. Über die Hälfte der Gemeindefläche ist bewaldet, etwa 28 % werden von der Siedlungsfläche in Anspruch genommen.

Als wichtige **einzelhandelsrelevante Siedlungsentwicklungen** in der Stadt Kaiserslautern sind folgende Bereiche zu nennen:

- Entstehung des Industriegebiets Merkurstraße im Westen der Stadt ab 1967.

Eine erste Begrenzung der Einzelhandelsentwicklung durch den Bebauungsplan „Merkurstraße“ wurde im Jahr 1995 rechtskräftig.

Mit dem Bebauungsplan "Merkurstraße, Änderung 2" wurde die Einzelhandelssteuerung an die aktuelle Rechts- und Problemlage angepasst. Der im Jahr 2017 rechtskräftige Bebauungsplan wurde durch die Entscheidung des Oberverwaltungsgerichts Koblenz im Rahmen eines Normenkontrollverfahrens im Grundsatz bestätigt.

- Entstehung des Gewerbegebiets an der Mainzer Straße, ab 1988
- Sonderstandort Mannheimer Straße – Multicenter (heute Real), ab 1995
- Sonderstandort Kerngebiet Hauptbahnhof Süd/Zollamtstraße, ab 2000
- Sondergebiet für Möbel im PRE-Park (ehemalige Holtzendorff-Kaserne) ab 2000
- Öffnung Uni-Park für Einzelhandel, 2007
- Nachnutzung des Praktiker Baumarkts durch den Obi Baumarkt, Am Opelkreisel in 2014
- Bestandsumbau im Fachmarktzentrum Hohenecker Straße (Mediamarkt, Wasgau etc.) 2011-2012
- Sondergebiet für ein IKEA Einrichtungshaus, 2015
- Sondergebiet für die Stadtgalerie "K in Lautern", 2015

5.2.2 Einzelhandelsrelevante Teilbereiche in der City

Besondere Bedeutung und Prägnanz für den Einzelhandelsstandort Kaiserslautern hat die Innenstadt und hier vor allem die Fußgängerzone mit einem breiten Warenangebot in den verschiedenen Ladengeschäften.

Qualitativ streut sich das Angebot von niedrigpreisigen Waren über Filialläden mit mittlerem und gehobenem Niveau bis hin zu exklusiven, teilweise inhabergeführten Geschäften und bildet somit die typische Angebotsstruktur eines Oberzentrums ab. Ergänzt werden die Einzelhandelsgeschäfte durch Dienstleistungen und die Gastronomie, wobei sich als attraktive Aufenthaltszonen insbesondere die Bereiche Stiftskirche mit Marktstraße, Schillerplatz, Am Altenhof und St.-Martins-Platz nennen lassen.

In der City lassen sich folgende Teilbereiche abgrenzen:

Bereich Stadtgalerie "K in Lautern":

Seit dem Frühjahr 2015 wird auf der Fläche des ehemaligen Pfalztheaters und des ehemaligen Karstadt-Kaufhauses eine Stadtgalerie betrieben. Der Schwerpunkt des Warenangebots liegt im modischen Bereich. Daneben wird ein umfangreiches gastronomisches Angebot präsentiert.

Bereich Fackelstraße und Riesenstraße:

Die beiden als Fußgängerzone ausgebildeten Straßen gehören zu den wichtigsten Haupteinkaufsstraßen der City. Prägend ist die durchgängige Nutzung der Erdgeschosszonen durch Einzelhandelsgeschäfte. Vereinzelt sind auch die ersten Obergeschosse in die Einzelhandelsnutzungen mit einbezogen.

Bereich Marktstraße und Kerststraße:

Ebenfalls als Fußgängerzone ausgebildet, gehören auch die Markt- und Kerststraße zu den Haupteinkaufsstraßen der Innenstadt. Prägend sind auch hier die durchgängige Nutzung der

Erdgeschosszonen sowie vereinzelt auch die ersten Obergeschosse durch Einzelhandelsgeschäfte.

Bereich Schillerstraße, Schillerplatz und Am Altenhof:

Einerseits fungiert dieser Bereich als Querverbindung von der Fackelstraße, Schneiderstraße und Marktstraße, vor allem aber sorgt die dort angesiedelte Gastronomie für eine Belebung der City.

Bereich Schneiderstraße/Eisenbahnstraße:

Trotz der Funktion als innerstädtische Verbindungsstraße gehört die Schneiderstraße/Eisenbahnstraße zu den wichtigen Einkaufsstraßen der Innenstadt. Auch hier ist in wesentlichen Teilen eine durchgängige Nutzung mit Einzelhandel, Dienstleistungen, Arztpraxen und öffentlichen Einrichtungen in den Erdgeschosszonen gegeben. Die Neugestaltung der Eisenbahnstraße hat eine Aufwertung, insbesondere auch für die Fußgänger, bewirkt. Die Funktionsdichte in Richtung Bahnhof konnte dadurch ebenfalls verbessert werden. Für den Leerstand von C&A seit 2015 in der Eisenbahnstraße wird auf der Grundlage einer vorliegenden Baugenehmigung eine Realisierung eines Lebensmittelvollsortimenters angestrebt.

Bereich Mühlstraße:

Als Fußgängerzone ausgestaltet ist in der Mühlstraße ebenfalls eine fast durchgängige Nutzung in der Erdgeschosszone mit Einzelhandel und Dienstleistungen vorhanden. Durch die gastronomischen Nutzungen wird eine deutliche Bereicherung erzielt.

Bereich Steinstraße und Klosterstraße (Altstadt):

Restaurants und Kneipen charakterisieren die Steinstraße und sorgen für ein „studentisches Flair“. Der Einzelhandel hat hier mit seinen spezialisierten Angeboten eine Ergänzungsfunktion. Der Barbarossabrunnen am Mainzer Tor markiert den Abschluss der Fußgängerzone.

Bereiche Pariser Straße und Königstraße:

Ausgehend von der Stadtgalerie bis hin zum Pfaffplatz finden sich Ladengeschäfte, die ebenfalls eher spezialisierte Warenangebote anbieten. Pfaffplatz und St.-Marienplatz bilden städtebaulich gesehen eine Art „Torsituation“ und markieren von Westen kommend den Beginn der Innenstadt. Allerdings ist die Aufenthaltsqualität in Folge der hohen Verkehrsbelastung hier nur beschränkt gegeben. Die Gestaltung des Pfaffplatzes bedarf allerdings unbedingt einer Aufwertung, um der Bedeutung als Eingangstor zur City gerecht zu werden.

Bereich Richard-Wagner Straße:

Als direkte fußläufige Verbindung vom Hauptbahnhof in Richtung Stadtgalerie bzw. Stadtmitte prägen neben dem Einzelhandel verschiedene Dienstleistungen sowie Kneipen, Bars und Restaurants den Straßenzug. Die Nutzungsdichte ist zwischen Königstraße und der Einmündung Kerststraße relativ hoch und geht dann in Richtung Bahnhof deutlich zurück.

5.3 Nachfragesituation

Die **verfügbaren Einkommen**, also die Nettoeinkommen aus abhängiger Arbeit, Unternehmertätigkeit und Kapitalanlagen sowie die Sozialeinkommen, haben nach Angabe des Statistischen Bundesamts¹⁷ im Jahr 2020 rund 1.983 Mrd. Euro betragen. Pro Kopf der Bevölkerung (ca. 83,2 Mio. Personen) beziffert sich somit das verfügbare Einkommen auf **ca. 23.834 Euro**.

Rechnet man zum Einzelhandel im engeren Sinne noch die Umsätze von Apotheken, Geschäften mit Backwaren und Geschäften mit Wurst- und Fleischwaren hinzu, so ergibt sich für das Jahr 2018 eine durchschnittliche **einzelhandelsrelevante Kaufkraft**¹⁸ in Höhe von **ca. 6.924 Euro je Bundesbürger** im Bundesdurchschnitt.

Der **EH-Kaufkraft-Index** (BRD = 100) für die Stadt Kaiserslautern wird in den Marktdaten im IHK-Bezirk¹⁹ mit dem Wert **91,5** angegeben. Auf der Basis des einzelhandelsrelevanten jährlichen Pro-Kopf-Verbrauchs im Bundesdurchschnitt sowie der für Kaiserslautern ermittelten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftziffer kann das Kaufkraftpotenzial abgeschätzt werden.²⁰

Der Wert für Rheinland-Pfalz von ca. 6.843 Euro pro Kopf und Kaiserslautern von ca. 6.394 Euro pro Kopf liegt unter diesem Durchschnittswert.

Für Kaiserslautern kann aus dem v.g. Wert und der Einwohnerzahl das Kaufkraftpotenzial errechnet werden.

Der Wert wurde für die Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption 2021 hierzu mit den Daten aus dem Jahr 2018 mit 636 Mio. Euro errechnet.

¹⁷ Statistisches Bundesamt, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen: Private Konsumausgaben und Verfügbares Einkommen, 1. Vierteljahr 2018, 11.06.2018, www.destatis.de

¹⁸ Statistisches Bundesamt

¹⁹ IHK Pfalz: MB Research Marktdaten im IHK-Bezirk, Rheinland-Pfalz, Deutschland 2020; EH-Kaufkraft Städte Kreise Gemeinde 2020, auf: www.pfalz.ihk24.de, Datenzugriff: 02.03.2021

²⁰ https://www.pfalz.ihk24.de/standortpolitik/Zahlen_und_Fakten/Pfaelzische_wirtschaft/zahlenspiegel_pfalz/1285132#titleInText4

6. Analyse und Bewertung der oberzentralen Versorgungsstruktur und Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs in der City bzw. Innenstadt

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche gilt es in einem ersten Schritt festzulegen, in welchen Stadtbereichen in Kaiserslautern die oberzentrale Versorgung durch den Einzelhandel stattfinden soll.

In der City und Innenstadt wurden hierzu die bauplanungsrechtlichen Rahmenbedingungen analysiert und die vorhandenen Einzelhandelsbetriebe (Märkte und Ladengeschäfte) mit ihrer aktuellen Nutzung erfasst. Die Abgrenzung der Kerngebietsflächen in der City bzw. Innenstadt ergibt sich aus der Darstellung des aktuellen Flächennutzungsplans, durch den einfachen Bebauungsplan „Kerngebiet Innenstadt“ sowie durch die Bebauungspläne „Hauptbahnhof“ und „Eisenbahnstraße – Beethovenstraße“.

6.1 Bestandserfassung im Untersuchungsbereich Stadtgalerie

Aus der aktuellen Erfassung, Stand: 2021/03, ergibt sich für die Ladengeschäfte folgende Zusammenstellung: *(ohne die Märkte mit weiteren 7.137 m² Verkaufsfläche; Drogerie Müller als Leerstand gewertet)*

Tab. 4: Bestandserfassung der Ladengeschäfte im Untersuchungsbereich Stadtgalerie 2021

	Hauptbranchen	Verkaufsflächen Ladengeschäfte davon im Ub Stadtgalerie	
		abs.	%
1	Nahrungs- und Genussmittel und	7.971 m ²	9,97 %
2	Bäcker / Metzger	2.724 m ²	3,41 %
	Bäcker / Metzger (Piktogramm)	0 m ²	0,00 %
3	Blumen / Zoo- und Heimtierbedarf	716 m ²	0,90 %
4	Drogerie / Parfümerie / Kosmetik und	5.175 m ²	6,47 %
5	Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	1.465 m ²	1,83 %
6	Zeitungen, Bücher, Zeitschriften	3.747 m ²	4,69 %
7	Bekleidung / Wäsche	30.254 m ²	37,85 %
8	Schuhe (ohne Sportschuhe) Lederwarer	3.439 m ²	4,30 %
9 und 10	Gartenbedarf und Baumarktsortimente	1.475 m ²	1,85 %
11	Hausrat / Geschenkartike	4.606 m ²	5,76 %
12	Spielwaren, Babyausstattung / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1.306 m ²	1,63 %
13	Sportartikel, Fahrräder und Camping	1.318 m ²	1,65 %
14	Teppiche / Gardinen / Deko / Sicht- und Sonnenschutz	346 m ²	0,43 %
15	Bettwaren / Haus- / Tisch- und Bettwäsche	2.278 m ²	2,85 %
16	Möbel	2.268 m ²	2,84 %
17	Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik / PC /	1.373 m ²	1,72 %
18	Kommunikation und	1.662 m ²	2,08 %
19	Foto / Optik / Akustik	1.733 m ²	2,17 %
20	Uhren / Schmuck	1.502 m ²	1,88 %
21	Sonstige Sortimente	4.575 m ²	5,72 %
Summe		79.935 m²	100,00 %

In den o. g. Zahlen sind die Sortimente in der Stadtgalerie "K in Lautern" enthalten. Mit ca. 18.165 m² Verkaufsfläche (03/2021) bzw. 19.620 m² Verkaufsfläche in 2019, was jeweils etwa 23 % der gesamten Verkaufsflächen in den Ladengeschäften (im Untersuchungsbe- reich Stadtgalerie) ausmacht, markiert die Stadtgalerie den Endpunkt der Fußgängerzone. Der Schwerpunkt der Sortimente liegt in der Stadtgalerie auf Bekleidung/Wäsche.

Die Sortimente der Ladengeschäfte im „Untersuchungsbereich Stadtgalerie“ sind insgesamt stark durchmischt anzutreffen, allerdings liegt auch hier ein Schwerpunkt auf dem modischen Bereich mit Bekleidung und Schuhe.

Bekleidung	ca. 40 %
Schuhe	ca. 5 %
Hausrat- und Geschenkartikel	ca. 6 %
Drogerie	ca. 5 %
Nahrungs- und Genussmittel	ca. 11 %

Die erfassten Einzelhandelsbetriebe belegen in der Summe die hervorgehobene Be- deutung der City für die lang-, mittel- und kurzfristige Bedarfsabdeckung des Ober- zentrums Kaiserslautern.

6.2 Festlegung des Zentralen Versorgungsbereichs für die City/Innenstadt

Basierend auf der Definition der Zentralen Versorgungsbereiche durch das Urteil des BVerwG vom 11.10.2007²¹ sind die Zentralen Versorgungsbereiche als räumlich abgrenzba- re Bereiche einer Gemeinde beschrieben, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnut- zungen, häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote, eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner die- nen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mit- tel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.

Diese Definition trifft auf die Kerngebiete in der City bzw. der Innenstadt von Kaisers- lautern zu. Sie werden daher ergänzend zu ihrer bauplanungsrechtlichen Fixierung als Kerngebietsflächen durch die Darstellungen des Flächennutzungsplans bzw. durch die Festsetzung in verschiedenen Bebauungsplänen als Zentrale Versorgungsberei- che gemäß § 34 Abs. 3 BauGB i. V. m. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB im Sinne eines Innen- stadtzentrums festgelegt, das die oberzentrale Versorgung gewährleisten soll.

Ausgehend von Stellungnahme der Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd, obere Lan- desplanungsbehörde, vom 03.02.2020 zur Fassung der Einzelhandelskonzeption für die Be- hördenbeteiligung wurde der Zentrale Versorgungsbereichs etwas erweitert und im Gegen- zug auf eine Darstellung von Cityergänzungsflächen verzichtet.

²¹ Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 11.10.2007 (4C 7.07), Rdnr. 11

So wurde auf Empfehlung der Oberen Landesplanungsbehörde der Zentrale Versorgungsbereich auf folgende Bereiche ausgedehnt:

- die Richard-Wagner-Straße,
- das Polizeipräsidium Westpfalz,
- das Rathaus sowie
- die Pariser Straße mit dem Pfaffplatz.

Die genannten Bereiche haben zum einen aus städtebaulicher Sicht wichtige Verbindungsfunktionen zwischen der Innenstadt mit dem Hauptbahnhof und beinhalten zum anderen wichtige öffentliche Einrichtungen, Dienstleistungen und Nahversorgungseinrichtungen für den zentralen Versorgungsbereich.

Die bislang dargestellten Cityergänzungsbereiche können im Gegenzug dann entfallen. Für diese Ergänzungsflächen, die vor allem durch Standorte des kleinflächigen, spezialisierten Einzelhandels charakterisiert sind, wurde - trotz ihrer wichtigen Ergänzungsfunktion - eine planerische Steuerung nicht als erforderlich angesehen.

Die **Kerngebietsflächen an der Zollamtstraße** sind nicht als Zentrale Versorgungsbereiche dargestellt. Hier war in der Vergangenheit eine Ausweisung als Kerngebiet vorgenommen worden. Die vorhandene Einzelhandelsstruktur zielt hier jedoch auf einen autoaffinen Standort mit Grundversorgung in einem weiter gefassten Einzugsbereich der Stadt Kaiserslautern ab. Spezialisierte Einzelhandelsbetriebe, die auf die Bedarfsabdeckung in einem oberzentralen Einzugsbereich ausgerichtet sind, fehlen hier.

6.3 Veränderungen der Sortimentsverteilung in der City

Vergleicht man die im Untersuchungsbereich Stadtgalerie in 2018 erfassten Sortimente mit der Erfassung des Einzelhandelskonzepts 2008/2009 so zeigen sich Veränderungen in den angebotenen Sortimenten.

In der nachfolgenden Tabelle sind die Sortimente mit deutlichen Abnahmen **rot** und die Sortimente mit deutlichen Zuwächsen **grün** markiert.

Hinweis:

Da der Bezugsraum differiert, ist nur ein Vergleich der relativen Prozentanteile sinnvoll!

Tab. 5: Sortimentsaufteilung im Untersuchungsbereich Stadtgalerie bzw. in der City

Erfassung:	Hauptbranchen	Verkaufsflächen Ladengeschäfte City		Verkaufsflächen Ladengeschäfte UB Stadtgalerie		Veränderungen 2021 - 2008	
		2008		2021			
		abs.	%	abs.	%	abs.	%
1	Nahrungs- und Genussmittel und Bäcker / Metzger	5.365 m ²	6,33 %	7.971 m ²	9,97 %	2.606 m ²	32,70 %
2		3.218 m ²	3,80 %	2.724 m ²	3,41 %	-494 m ²	-18,13 %
3	Blumen / Zoo- und Heimtierbedarf	969 m ²	1,14 %	716 m ²	0,90 %	-253 m ²	-35,33 %
4	Drogerie / Parfümerie / Kosmetik und Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	6.009 m ²	7,09 %	5.175 m ²	6,47 %	-834 m ²	-16,12 %
5		5.216 m ²	6,15 %	1.465 m ²	1,83 %	-3.751 m ²	-256,01 %
6	Zeitungen, Bücher, Zeitschriften	5.298 m ²	6,25 %	3.747 m ²	4,69 %	-1.551 m ²	-41,38 %
7	Bekleidung / Wäsche	24.393 m ²	28,77 %	30.254 m ²	37,85 %	5.861 m ²	19,37 %
8	Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	4.249 m ²	5,01 %	3.439 m ²	4,30 %	-810 m ²	-23,55 %
9 und 10	Gartenbedarf und Baumarktsortimente	2.049 m ²	2,42 %	1.475 m ²	1,85 %	-574 m ²	-38,91 %
11	Hausrat / Geschenkartikel	2.980 m ²	3,51 %	4.606 m ²	5,76 %	1.626 m ²	35,30 %
12	Spielwaren, Babyausstattung / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	2.825 m ²	3,33 %	1.306 m ²	1,63 %	-1.519 m ²	-116,27 %
13	Sportartikel, Fahrräder und Camping	2.946 m ²	3,47 %	1.318 m ²	1,65 %	-1.628 m ²	-123,52 %
14	Teppiche / Gardinen / Deko / Sicht- und Sonnenschutz	758 m ²	0,89 %	346 m ²	0,43 %	-412 m ²	-118,77 %
15	Bettwaren / Haus- / Tisch- und Bettwäsche	2.481 m ²	2,93 %	2.278 m ²	2,85 %	-203 m ²	-8,90 %
16	Möbel	2.344 m ²	2,76 %	2.268 m ²	2,84 %	-76 m ²	-3,35 %
17	Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik / PC / Kommunikation und Foto / Optik / Akustik	1.106 m ²	1,30 %	1.373 m ²	1,72 %	267 m ²	19,43 %
18		3.325 m ²	3,92 %	1.662 m ²	2,08 %	-1.663 m ²	-100,11 %
19	Uhren / Schmuck	893 m ²	1,05 %	1.733 m ²	2,17 %	840 m ²	48,47 %
20		1.787 m ²	2,11 %	1.502 m ²	1,88 %	-285 m ²	-18,95 %
21	Sonstige Sortimente (Nippes, 1€, Erotik, Kiosk)	6.577 m ²	7,76 %	4.575 m ²	5,72 %	-2.002 m ²	-43,76 %
Summe		84.788 m²	100,00 %	79.935 m²	100,00 %	-4.853 m²	

Quelle: eigene Darstellung

Zuwächse zeigen sich insbesondere bei dem Sortiment Bekleidung. Hier war der Anteil von in 2019 auf 34.532 m² angestiegen und hat sich in 2021 auf 30.254 reduziert.

Ebenfalls angestiegen sind die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Hausrat / Geschenkartikel.

Demgegenüber haben alle anderen Sortimente Rückgänge zu verzeichnen, so dass die Angebotsvielfalt in der Innenstadt eine Abwertung erfahren hat.

Insbesondere das Fehlen des Sortiments Multimedia-/Elektronik in der Innenstadt ist weiterhin zu beklagen.

6.4 Ladenleerstände in der Innenstadt (Untersuchungsbereich Stadtgalerie)

Durch das Referat Stadtentwicklung, Abteilung Stadtplanung, i.V.m. dem Einzelhandelsmonitoring zur Stadtgalerie (Laufzeit 2014 - 2021) werden die Ladenleerstände im Rahmen des Einzelhandelsmonitorings mit erfasst. Aktuell (März 2021) sind ca. 153 Leerstände im „Untersuchungsbereich Stadtgalerie“ erkennbar.

Die räumliche Verteilung der Leerstände zeigt aktuell, ebenso wie in den Vorjahren, eine verstreute Lage von Leerständen bei gleichzeitig kontinuierlich stattfindenden Verlagerungen. Insoweit ist der Leerstand als sichtbares Zeichen eines kontinuierlichen Wandels zu sehen.

Dadurch sind städtebauliche Problemzonen in der Innenstadt - mit Ausnahme einer Häufung im Verlauf der Pariser Straße - nicht zwingend abzuleiten.

Für die Innenstadt kann weiterhin festgehalten werden, dass sich Verlagerungen in Folge der Eröffnung der Stadtgalerie „K in Lautern“ (24.03.2015) zwischenzeitlich weitgehend vollzogen haben und seitdem nur noch einzelne Verlagerungen in Folge der Ansiedlung der Stadtgalerie festzustellen sind.

Eine geplante Nachnutzung des Leerstands von C&A/Deichmann in der Eisenbahnstraße konnte bisher noch nicht realisiert werden.

6.5 Neubewertung von Standorten

Erhebliche Nachfrage nach der Vergrößerung von Discounterverkaufsflächen.

Ein seit Jahren breit diskutiertes Themenfeld ist die „notwendige“ bzw. „gewünschte“ Größe an Verkaufsflächen von Discountmärkten. Hier stehen die Pro-Argumente (Verbreiterung der Flure, Verlagerung von Lagerflächen in die Regale) den Contra-Argumenten (Verteilungskampf der Anbieter, zusätzliche prozentuale Anteile der zentrenrelevanten Sortimente, zusätzliche Verdrängung kleinerer Anbieter und des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien/ Metzgereien) einander gegenüber.

Vor dem Hintergrund dieser Diskussion und einer mittlerweile entstandenen Konzentration auf die autoaffinen Standorte bzw. das Wegfallen des Lebensmittelhandwerks in der Fläche sollen in der Fortschreibung die „Bestandsstandorte“ (in der Einzelhandelskonzeption 2009 als „Sonstige Standorte“ bezeichnet) um die Kernstadt erneut analysiert und vor dem Hintergrund der aktuellen Einzelhandelslandschaft und der jeweiligen Lage des Standorts eine Bewertung vorgenommen werden. Hierbei werden die Bestandsstandorte in Standorte mit bzw. ohne Entwicklung differenziert.

Dabei standen die folgenden Kriterien im Mittelpunkt der Bewertung:

- Zuordnung des Standorts zu Wohn- und Mischgebieten (als positiv zu sehen ist ein direktes Angrenzen zusammenhängender größerer Wohn- und Mischgebiete, keine oder geringe Trennwirkung durch stark befahrene Straßen und Topographie, möglichst zentrale Lage in Wohn- und Mischgebieten),
- gute Erreichbarkeit für Fußgänger, Radfahrer und gute ÖPNV Anbindung,
- Entfernung zu vorhandenen Marktkonkurrenten (als positiv zu sehen ist, wenn andere Standorte weniger gut fußläufig zu erreichen sind),
- Bündelung mit anderen Einzelhandelsbetrieben und Dienstleistungen.

Mit einer Neubewertung der Standorte als „Bestandsstandorte mit Entwicklung“ und der Zulassung von Verkaufsflächen über 800 m², also von großflächigen Betrieben, ergibt sich die Aufgabe, die Standorte planungsrechtlich neu zu steuern (Aufstellung von Bebauungsplänen). Gleichzeitig könnten hierdurch die Rahmenbedingungen dieser Standorte einheitlich gestaltet und ein „juristisches Tauziehen“ auf der Grundlage des § 34 BauGB vor dem Hintergrund von Einzelanträgen mit Auswirkungsprognosen und Rechtsverfahren vermieden werden.

Durch die Struktur- und Genehmigungsdirektion, obere Landesplanungsbehörde, wurde in der Stellungnahme vom 03.02.2020 darauf hingewiesen, dass bei der Ausweisung eines „Bestandsstandortes mit Entwicklungspotenzial“ die Verkaufsfläche nicht automatisch größer als 800 m² sein darf. Bereits ab 800 m² Verkaufsfläche wird i.d.R. eine raumordnerische Prüfung notwendig.

In diesem Kapitel werden folgende Lebensmittelmärkte mit den üblichen Randsortimenten im Drogeriesortiment vertieft betrachtet:

- Altenwoogstraße (Penny)
- Barbarossastraße (Netto)
- Augustastraße (Lidl)
- Berliner Straße (Netto)
- Carl-Euler-Straße/Brandenburger Straße (Wasgau, Netto)
- Feuerbachstraße: (Lidl)
- Gersweilerweg (Netto)
- Hohenecker Straße (Wasgau)
- Königstraße (Aldi, Lidl, dm, Alnatura)
- Kurt-Schumacher-Straße (Lidl)
- Mainzer Straße (Aldi, dm, Fristo)
- Mannheimer Straße (Penny)
- Mennonitenstraße/Donnersbergstraße (Lidl)
- Merkurstraße (Aldi)

Soweit eine Zuordnung von einem Bestandsstandort zu einem „Bestandsstandorte mit Entwicklung“ vorgesehen ist und die künftige Entwicklung ein Überschreiten der Grenze zur Großflächigkeit anstrebt, bedarf dies der Aufstellung eines Bebauungsplans (Ausweisung eines Sondergebiets).

Dabei soll eine Beschränkung der Verkaufsflächen in der Summe und für verschiedene Sortimentsgruppen erfolgen.

Eine städtebauliche und architektonische Aufwertung der Standorte, eine Integration weiterer Nutzungen (Wohnen, Dienstleistungen etc.) auf den Arealen sollte dabei mit erreicht und eine adäquate städtebauliche Gestaltung erwirkt werden.

Durch das Verwaltungsgericht Neustadt wurde in der Sitzung vom 19.01.2019 eine Entscheidung über vorliegende Bauanträge an den Standorten **Kurt-Schumacher-Straße 1** (Az.: 5K 547/18.NW), **Augustastrasse 60** (Az.: 5K548/18.NW) und **Mennonitenstraße 21** (Az.: 5K 549/18.NW) getroffen und den Wünschen der Betreiber in vollem Umfang mit der Argumentation entsprochen, dass bereits eine Großflächigkeit vorhanden sei (entgegen vorangegangener Rechtsprechungen, die auf damaliger Rechtslage noch eine „Nichtgroßflächigkeit“ anerkannt hatten) und die Märkte sich ihr Umfeld nun selbst prägten. Die Stadt wurde hierbei verpflichtet, nachfolgende Erweiterungen bzw. Neubauten zuzulassen.

- Kurt-Schumacher-Straße 1: Erweiterung/alternativ Neubau auf 1.286 m²
(mit Bauantrag vom 17.04.2019 wurde eine Verkaufsfläche von 1.250,00 m² beantragt)
- Augustastrasse 60: Erweiterung auf 1.286 m²/alternativ Neubau 1.375 m²
(mit Bauantrag vom 26.04.2019 wurde eine Verkaufsfläche von 1.139,12 m² beantragt)
- Mennonitenstraße 21: Erweiterung/alternativ Neubau auf 1.288 m² VKF

Da für diese Standorte eine verwaltungsgerichtliche Entscheidung erwirkt wurde, ist eine Bewertung nicht mehr erforderlich. Die Standorte können lediglich noch als rechtlich bestätigter Bestand (inklusive vor genannter Erweiterungen) ohne weitere Entwicklung dargestellt werden.

Standort Altenwoogstraße (Messeplatz)

Standort: Altenwoogstraße 38
Betreiber: **Penny**
vorhandene Verkaufsfläche: 820 m²

zul. Art der baul. Nutzung: Mischgebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden: Wohn- und Mischnutzung östliche Innenstadt

nach Westen: Wohn- und Mischnutzung östliche Innenstadt

nach Süden: Messeplatz

nach Osten: Autohaus und Bahnstrecke als Barriere

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Märkte Barbarossastraße südöstliche Innenstadt

Märkte Mannheimer Straße östliche Innenstadt

Zentraler Versorgungsbereich City östliche Innenstadt

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: in die östliche Innenstadt

ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle vorhanden

Individualverkehr: verkehrsgünstige Lage an Spittelstraße/Hilgardring

Wertung:

Zwar wird das Umfeld nach Süden und Süd-/Osten durch den Messeplatz und gewerbliche Nutzungen bestimmt. Nördlich und westlich des Standorts befinden sich allerdings Wohn- und Mischnutzungen der süd/südöstlichen Innenstadt, die den Standort z.T. fußläufig erreichen können. Dadurch kann ein Nahbereich zugeordnet werden.

Für den Standort Altenwoogstraße 38 wird die Ausweisung als „Bestandsstandort mit Entwicklung“ vorgeschlagen.

Standort Barbarossa Straße/Augustastraße

Standort: Augustastraße 60
Betreiber: **Lidl**
vorhandene Verkaufsfläche: 815 m², zulässig gemäß VG Neustadt: 1.286 m²/1.375 m²

Standort: Barbarossastraße 58
Betreiber: **Netto**
vorhandene Verkaufsfläche: 776 m²

Standort: Barbarossastraße 56
Betreiber: **Leerstand Aldi/Baugenehmigung für Fleischgeschäft**
vorhandene Verkaufsfläche: 799 m²

zul. Art der baul. Nutzung: Gewerbegebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden: Wohn- und Mischnutzung südöstliche Innenstadt und Messeplatz
nach Westen: Gewerbegebiet, DRK, Arbeitsamt
nach Süden: gewerbliche Nutzung
nach Osten: Gewerbe, ZOAR, Verkehrsübungsplatz

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung /-abdeckung

Markt Altenwoogstraße südöstliche Innenstadt
Zentraler Versorgungsbereich City südöstliche Innenstadt
Märkte Zollamtstraße südöstliche Innenstadt

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: nach Norden in die Innenstadt
ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle vorhanden
Individualverkehr: verkehrsgünstige Lage an Barbarossastraße

Wertung:

Zwar wird das Umfeld nach Süden, Osten und Westen durch gewerbliche Nutzungen bestimmt. Nördlich des Standorts befinden sich allerdings Wohn- und Mischnutzungen der südöstlichen Innenstadt, die die beiden Märkte z.T. fußläufig erreichen können.

Dadurch kann ein Nahbereich zugeordnet werden.

Der Standort an der Augustastraße 60 wird, basierend auf der Entscheidung des VG Neustadt vom 19.01.2019 als "Bestandsstandorte ohne Entwicklung" vorgeschlagen, da bereits die gewünschten Erweiterungen als rechtlich bestätigt anzusehen sind.

Der Standort Barbarossastraße 58 und 56 soll aufgrund der Lage südlich der Barbarossastraße und dem noch stärkeren gewerblichen Umfeld als "Bestandsstandort ohne Entwicklung" fixiert bleiben.

Standort Berliner Straße

Standort: Berliner Straße 8
Betreiber: **Leerstand (Vornutzer: Netto)**
vorhandene Verkaufsfläche: 636 m²

zul. Art der baul. Nutzung: Gewerbegebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden/Westen: Berliner Straße als Barriere/anschließend Wohnnutzung

nach Süden/Osten: Bahntrasse als Barriere, Verkehrsflächen, Tankstelle und Autohaus
östlich anschließend Wohnnutzung Kotten und Mischnutzung Pariser Straße

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Kaufland Pariser Straße Wohnnutzung Kotten und Mischnutzung Pariser Straße
Lidl, Feuerbachstraße Fischerrück

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: nur über Berliner Straße
ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle vorhanden
Individualverkehr: Lage an Berliner Straße, Ein- und Ausfahrt nur stadteinwärts

Wertung:

Das direkte Umfeld wird schwerpunktmäßig durch gewerbliche Nutzungen bestimmt. Der Standort bedient das Umfeld überwiegend durch den Individualverkehr. Lediglich aus dem Bereich Berliner Straße sind fußläufig Kunden zu erwarten.

Da der Markt geschlossen und am 05.03.2020 eine Baugenehmigung für eine Sportstätte erteilt wurde, kann auf eine Darstellung als "Bestandsstandort" verzichtet werden.

Standort Carl-Euler-Straße/Brandenburger Straße

Standort:	Carl-Euler-Straße 6 und	Carl-Euler-Straße 4
Betreiber:	Wasgau /	Netto
vorhandene Verkaufsfläche:	1493 m ²	819 m ²
zul. Art der baul. Nutzung:	Gewerbegebiet	Gewerbegebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden:	Brandenburger Straße (Südtangente) und Bahndamm als Barriere zur Innenstadt
nach Westen:	Gewerbegebiet Brandenburger Straße - Dammstraße, SWK Gaswerke, Toom Baumarkt, Guss- und Armaturenwerk
nach Süden:	gewerbliche Nutzung Institute, Misch- /Wohnnutzung Am Harzhübel und Uni Wohngebiet
nach Osten:	Mischnutzung an der Trippstadter Straße

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Märkte Zollamtstraße	Wohngebiet Lämmchesberg, südliche Innenstadt
Märkte Hohenecker Straße	Wohngebiet Bännjerrück, Uni-Wohngebiet, Theodor-Heuss-Straße, Dansenberg
Markt Kurt-Schumacher-Str.	Uni-Wohngebiet, Theodor-Heuss-Straße, Dansenberg

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen:	nur Gehwege Trippstadter Straße/Carl-Euler-Straße
ÖPNV Anbindung:	Bushaltestelle vorhanden
Individualverkehr:	verkehrsgünstige Lage an Brandenburger Straße/ Trippstadter Straße

Wertung:

Das direkte Umfeld wird schwerpunktmäßig durch gewerbliche Nutzungen (Institute, Gewerbe an der Trippstadter Straße etc.) bestimmt. Der Standort bedient das Umfeld überwiegend durch den Individualverkehr. Lediglich aus dem Bereich Am Harzhübel und den Wohnnutzungen aus der Trippstadter Straße sind fußläufig Kunden zu erwarten.

Da die Wohnstandorte Lämmchesberg (Nähe Zollamtstraße), Uni-Park (Nähe Kurt-Schumacher-Straße) und der Stadtteil Dansenberg (Verkehrsanbindung über die Hohenecker Straße) weitere Versorgungsmöglichkeiten haben, kann kein eigenständiger Nahbereich definiert werden, der den Standort als integrierte Lage rechtfertigen würde.

Der Standort Carl-Euler-Straße/Brandenburger Straße wird daher weiterhin als „Bestandsstandort ohne Entwicklung“ behandelt.

Standort Vogelwoogstraße/Feuerbachstraße

Standort: Vogelwoogstraße 40
Betreiber: **Lidl**
vorhandene Verkaufsfläche: 694 m²

zul. Art der baul. Nutzung: Wohngebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden: geplante Wohnnutzung

nach Westen: Sportanlagen

nach Süden: Misch- /Wohnnutzung an der Vogelwoogstraße

nach Osten: Wohnnutzung

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Zentraler Versorgungsbereich Fischerrück: Wohnnutzungen der Siedlung Fischerrück

Netto Markt, Berliner Straße: Wohnnutzungen der Siedlung Fischerrück, Kotten

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: Fischerrück
ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle vorhanden
Individualverkehr: verkehrsgünstige Lage an Vogelwoogstraße

Wertung:

Im überwiegenden direkten Umfeld finden sich Wohn- und Mischnutzungen.

Der abgegrenzte Zentrale Versorgungsbereich auf dem Fischerrück, der ca. 330 weit entfernt liegt und weitere Versorgungseinrichtungen und Dienstleistungen vorhält, wird durch den Standort ergänzt.

Insbesondere da im Zentralen Versorgungsbereich ein größerer Nahversorger nicht mehr vorhanden ist und alternative Standorte deutlich schlechter fußläufig zu erreichen sind, wird vorgeschlagen, den Standort als "Bestandsstandort mit Entwicklung" festzulegen.

Standort Gersweilerweg

Standort: Gersweilerweg 4
Betreiber: **Netto**
vorhandene Verkaufsfläche: 820 m²

zul. Art der baul. Nutzung: Mischgebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden: Wohnnutzung

nach Westen: Wohnnutzung

nach Süden: Misch- /Wohnnutzung (Altstadt)

nach Osten: Baumarkt Hornbach, Mischnutzung

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Penny Mannheimer Straße 13

Agglomeration Mainzer Straße 65 - 69 (Aldi, DM, Fristo)

Netto Markt, Friedenstraße 96

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: Gersweilerweg

ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle vorhanden

Individualverkehr: verkehrsgünstige Lage an der Mainzer Straße/Gersweilerweg

Wertung:

Im überwiegenden direkten Umfeld finden sich Wohn- und Mischnutzungen.

Der Standort bietet zusammen mit dem Markt in der Mannheimer Straße 13 eine Nahversorgung für die nördliche Innenstadt an.

Er kann daher als "Bestandsstandort mit Entwicklung" festgelegt werden.

Standort Hohenecker Straße

Standort: Hohenecker Straße
Betreiber: **Wasgau**
vorhandene Verkaufsfläche: 1318 m²

Standort: Hohenecker Straße
Betreiber: **MediaMarkt**
vorhandene Verkaufsfläche: 3321 m²

zul. Art der baul. Nutzung: Sondergebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden: Bahnstrecke als Barriere

nach Westen: Rauschenweg, Wald, ACO Guss

nach Süden: L 502 als Barriere,
Wald und geplantes Gewerbegebiet/bestehende Sportanlage

nach Osten: Wohnnutzung Karl-Pfaff-Siedlung, Toom Baumarkt

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Märkte Zollamtstraße Wohngebiet Lämmchesberg, südliche Innenstadt
Zentraler Versorgungsbereich
Märkte Königstraße: südliche Innenstadt

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: außer für Karl-Pfaff-Siedlung nicht relevant
ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle vorhanden
Individualverkehr: verkehrsgünstige Lage an Hohenecker Straße

Wertung:

Die städtebaulich isolierte Lage verdeutlicht die Fokussierung auf einen autoorientierten Kunden. Mit Ausnahme der Karl-Pfaff-Siedlung liegt kein eigenständiger Nahbereich vor.

Im Zuge des Bestandsumbaus haben die beiden Märkte ihre Standorte getauscht.

Der Standort wird weiterhin als „Bestandsstandort ohne Entwicklung“ behandelt.

Standort Königstraße

Standort: Königstraße 115
Betreiber: **Aldi**
vorhandene Verkaufsfläche: 1.210 m² (*gem. Entscheidung Stadtrechtausschuss zulässig*)

Standort: Königstraße 117
Betreiber: **Alldrink**
vorhandene Verkaufsfläche: 300 m²

Standort: Königstraße 115
Betreiber: **Lidl**
vorhandene Verkaufsfläche: 1084 m²
(*Bauvorbescheid vom 14.02.2018: 1.200 m² VKF zulässig*)

Standort: Königstraße 121
Betreiber: **dm**
vorhandene Verkaufsfläche: 664m²

Standort: Königstraße 123
Betreiber: **Alnatura**
vorhandene Verkaufsfläche: 590 m²

Standort: Königstraße 125
Betreiber: **ANK Sanitätshaus**
vorhandene Verkaufsfläche: 413 m²

Standort: Königstraße 127
Betreiber: **ASC Reifendienst** (gegenwärtig kein Betrieb wegen Brand)
vorhandene Verkaufsfläche: 565 m²

zul. Art der baul. Nutzung: Mischgebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden: ehemaliges Pfaffgelände:
Entwicklungsziel: urbanes gemischt genutztes Gebiet mit
Technologie, Dienstleistungen, Büros, Wohnen, Gastronomie

nach Westen: Bahndamm und Brandenburger Straße als Zäsur
SWK Gaswerke, Toom Baumarkt, Aco Guss GmbH

nach Süden: gemischte Nutzung an der Pirmasenser Straße

nach Osten: südliche Innenstadt mit dichter gemischter Nutzung und hohem
Wohnanteil

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Märkte Zollamtstraße südliche Innenstadt
Märkte Hohenecker Straße Karl-Pfaff-Siedlung
Markt Pariser Straße südliche Innenstadt (Galgenschanze, Umfeld Westpfalz-Klinikum)
(Planung)

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: Nähe südliche Innenstadt und ehemaliges Pfaffgelände
ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle vorhanden
Individualverkehr: verkehrsgünstige Lage an Königstraße

Wertung:

Das direkte Umfeld des ehemaligen Pfaffgeländes wird durch die Umstrukturierung von einem Industriestandort zu einem gemischt genutzten Gebiet, das ein zusätzliches Einwohnerpotenzial darstellt. Für die östlich angrenzenden Flächen der südlichen Innenstadt ist der Standort an der Königstraße fußläufig besser als sonstige Standorte zur Nahversorgung (Zollamtstraße, Pariser Straße) zu erreichen.

Mit der Entwicklung des Pfaffgeländes entsteht im Zusammenwirken mit der südlichen Innenstadt ein eigenständiger Nahbereich, so dass der Standort künftig als integrierte Lage zu betrachten ist.

Durch zwischenzeitliche Entscheidungen des Stadtrechtsausschusses und durch rechtskräftige Bauvorbescheide sind allerdings für die Betreiber Aldi und Lidl die Entwicklungspotentiale bereits abgeschöpft, so dass der Standort Königstraße künftig als "Bestandsstandort ohne Entwicklung" behandelt werden kann.

Standort Kurt-Schumacher-Straße

Standort: Kurt-Schumacher-Straße 1
Betreiber: **Lidl**
vorhandene Verkaufsfläche: 819 m², zulässig gem. VG Neustadt: 1.286 m²

zul. Art der baul. Nutzung: Mischgebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden und Westen: Wohnnutzungen Uni Wohngebiet

nach Süden: Wald

nach Osten: Technische Universität, Labore

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Märkte Carl-Euler-Straße Wohngebiet Lämmchesberg, südliche Innenstadt, Uni-Wohngebiet, Theodor-Heuss-Straße, Dansenberg
Märkte Hohenecker Straße Wohngebiet Bännjerrück, Uni-Wohngebiet, Theodor-Heuss-Straße, Dansenberg

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: in das Uni-Wohngebiet
ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle vorhanden
Individualverkehr: verkehrsgünstige Lage an Trippstadter Straße

Wertung:

Der Standort „Kurt-Schumacher-Straße 1“ liegt am Rand der Uni-Wohnstadt.

Der Zentrale Versorgungsbereich der Uni-Wohnstadt mit weiteren Versorgungsangeboten und Dienstleitungen und fußläufiger Anbindung der Universität (Brücke über die Trippstadter Straße) liegt zentral im Gebiet und soll in dieser Lage aufrecht erhalten werden.

Der Standort „Kurt-Schumacher-Straße 1“ wird basierend auf der mit Entscheidung des VG Neustadt vom 19.01.2019 zulässigen Ergänzung als "Bestandsstandort ohne Entwicklung" behandelt.

Standort Mainzer Straße

Standort: Mainzer Straße 69
Betreiber: **Aldi**
vorhandene Verkaufsfläche: 750 m²

Standort: Mainzer Straße 67
Betreiber: **dm**
vorhandene Verkaufsfläche: 602m²

Standort: Mainzer Straße 65
Betreiber: **Vitus Braum**
vorhandene Verkaufsfläche: 855 m²

Standort: Mainzer Straße 63
Betreiber: **Fristo**
vorhandene Verkaufsfläche: 334 m²

zul. Art der baul. Nutzung: Gewerbegebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden: Bahneinschnitt als Barriere zur Wohnnutzung am Gersweilerweg und zu Gewerbenutzung an der Adam-Hoffmann-Straße

nach Westen: Bahn als Barriere und Hornbach Baumarkt

nach Süden: Mischnutzung an der Mainzer Straße, daran anschließend Wohnbebauung Siedlung Grübentälchen

nach Osten: gewerbliche Nutzung im Gewerbegebiet Rotenberg

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Netto Markt, Friedenstraße Siedlung Grübentälchen
Lidl Markt, Donnersbergstr. Siedlung Grübentälchen
Netto Markt Gersweilerweg Wohnnutzung am Gersweilerweg

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: nur Gehwege Mainzer Straße
ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle vorhanden
Individualverkehr: verkehrsgünstige Lage an Mainzer Straße

Wertung:

Das direkte Umfeld wird schwerpunktmäßig durch gewerbliche Nutzungen (Hornbach, Gewerbenutzungen Adam-Hoffmann-Straße und Mainzer Straße) bestimmt.

Der Standort ist durch die nördlich angrenzende Bahn von nach Süden zugänglich. Die Wohnnutzungen in der Siedlung Grübentälchen können andere Standorte fußläufig überwiegend besser erreichen.

Da die nächsten Wohnstandorte über weitere Versorgungsmöglichkeiten verfügen, kann kein eigenständiger Nahbereich definiert werden, der den Standort als integrierte Lage rechtfertigen würde.

Der Standort Mainzer Straße wird daher weiterhin als "Bestandsstandort ohne Entwicklung" behandelt.

Standort Mannheimer Straße

Standort: Mannheimer Straße 13
Betreiber: **Penny**
vorhandene Verkaufsfläche: 784 m²

Standort: Mannheimer Straße 13
Betreiber: **TeDi**
vorhandene Verkaufsfläche: 532 m²

zul. Art der baul. Nutzung: Mischgebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden: Wohnnutzung im Umfeld des Gersweilerwegs

nach Westen: Altstadt mit Wohn-/Mischnutzung

nach Süden und Osten: Wohn- und Mischnutzungen im Umfeld der Mannheimer Straße

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Netto, Gersweilerweg: Wohnnutzung im Umfeld des Gersweilerwegs

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: zu Wohn- und Mischnutzungen im Umfeld der Mannheimer Straße
ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle vorhanden
Individualverkehr: verkehrsgünstige Lage an Mainzer Straße/
Mannheimer Straße

Wertung:

Der Standort Mannheimer Straße 13 dient der Nahversorgung von Wohn- und Mischnutzungen zwischen Mainzer Straße, Spittelstraße und Hilgardring und stellt für einen Nahbereich die fußläufig kürzeste Verbindung zu einem Nahversorger dar.

Der Netto Markt am Gersweilerweg überlagert den Einzugsbereich, ist jedoch für die Wohnflächen nördlich der Mainzer Straße besser gelegen.

Der Standort Mannheimer Straße 13 wird daher als "Bestandsstandort mit Entwicklung" festgelegt.

Standort Mennonitenstraße/Donnersbergstraße

Standort: Mennonitenstraße 21
Betreiber: **Lidl**
vorhandene Verkaufsfläche: 650 m², zulässig gem. VG Neustadt: 1.288 m²

zul. Art der baul. Nutzung: Mischgebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden/Westen: Wohnnutzung Siedlung Grübentälchen

nach Süden: Misch-/Wohnnutzung

nach Osten: Friedhof

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Netto Friedenstraße: Wohnnutzungen Siedlung Grübentälchen
Real Markt, Mannheimer Straße: Gesamtstadt

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: zur Siedlung Grübentälchen
ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle erreichbar
Individualverkehr: verkehrsgünstige Lage an Donnersbergstraße

Wertung:

Im westlichen und nördlichen Umfeld finden sich Wohn- und Mischnutzungen. Zusammen mit dem Nettomarkt in der Friedenstraße kann der Nahbereich (Siedlung Grübentälchen) versorgt werden.

Ein in der Einzelhandelskonzeption 2009 abgegrenzter Zentraler Versorgungsbereich grenzte direkt an den Standort an. Dieser wird aufgehoben, da er keine Versorgungsfunktion mehr erfüllt.

Der Standort wird basierend auf der mit Entscheidung des VG Neustadt vom 19.01.2019 zulässigen Ergänzung als „Bestandsstandort ohne Entwicklung“ behandelt.

Standort Merkurstraße

Standort: Merkurstraße 25
Betreiber: **Aldi**
vorhandene Verkaufsfläche: 806 m²

zul. Art der baul. Nutzung: Industriegebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Norden, Westen und Osten: Industriegebiet, Gewerbegebiet

nach Süden: Industriegleis, Bahnstrecke Saarbrücken - Mannheim
Waldbestände

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Globus Stadt Kaiserslautern und Umfeld

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: zu Wohngebieten nicht relevant
ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle vorhanden
Individualverkehr: Merkurstraße mit hohem Verkehrsaufkommen

Wertung:

Das direkte Umfeld wird durch die Industrie- und Gewerbebetriebe bestimmt. Der Standort bedient das Umfeld überwiegend durch den Individualverkehr. Von Wohngebieten existieren keine fußläufig akzeptablen Anbindungen.

Da der Standort keinen eigenständigen Nahbereich hat, der den Standort als integrierte Lage rechtfertigen würde und eine planungsrechtliche Steuerung über den Bebauungsplan „Merkurstraße, Änderung 2“ erfolgt ist, kann auf eine Kennzeichnung verzichtet werden.

Standort Pariser Straße 300

Standort: Pariser Straße 300
Betreiber: **Lebenshilfe**
genehmigte Verkaufsfläche: 800 m² gemäß Bebauungsplan „Pariser Straße 300“
geplante Verkaufsfläche: 1.100 m² zzgl. 100 m² Tankstelle,
gemäß Bebauungsplan „Pariser Straße 300, TÄ 1“

zul. Art der baul. Nutzung: Mischgebiet

Städtebauliches Umfeld

nach Nordosten: Wohngebiet „Pariser Straße 300“
nach Süden: Siedlung Belzappel
nach Nordwesten: gewidmete Bahnfläche mit bahnaffiner Industrienutzung

Vorhanden Marktkonkurrenten und deren Marktorientierung/-abdeckung

Globus Stadt Kaiserslautern und Umfeld

Verkehrsanbindung

Fußläufige Anbindungen: zu Wohngebieten „Pariser Straße 300“ und Siedlung Belzappel
ÖPNV Anbindung: Bushaltestelle vorhanden
Individualverkehr: Pariser Straße mit hohem Verkehrsaufkommen

Wertung:

Mit dem Standort können das neue Wohngebiet „Pariser Straße 300“ und die Siedlung Belzappel fußläufig in zumeist akzeptabler Entfernung versorgt werden.

Eine Erhöhung der bislang zulässigen Verkaufsfläche (Bestandsstandort mit Entwicklung) konnte über eine Bebauungsplanänderung („Pariser Straße 300, TÄ 1“) erwirkt werden. Der Bebauungsplan wurde am 31.10.2019 rechtswirksam.

Die Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd, obere Landesplanungsbehörde, hatte mit Schreiben vom 04.06.2019 im Zuge der Behördenbeteiligung des v. g. Bebauungsplans der Erhöhung der Verkaufsflächen auf 1.100 + 100 m² bereits zugestimmt und um die Anpassung der Einzelhandelskonzeption gebeten.

Zusammenfassung

Mit der Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption werden für die ausgewählten folgenden Standorte

- Altenwoogstraße (Penny)
- Augustastraße (Lidl)
- Vogelwoogstraße/Feuerbachstraße: (Lidl)
- Gersweilerweg (Netto)
- Mannheimer Straße (Penny)
- Pariser Straße 300 (Lebenshilfe)
- (Mennonitenstraße/Donnersbergstraße (Lidl)) ^{x)}
- (Kurt-Schumacher-Straße (Lidl)) ^{x)}

Entwicklungspotentiale festgelegt, um eine Basis für eine gesteuerte Weiterentwicklung zu haben.

Für diese Betriebe, die eine Nahversorgung um die Kernstadt mit gewährleisten, wird einheitlich eine Erweiterung auf bis zu 1.200 m² Verkaufsfläche, vorbehaltlich des Nachweises der Einzelhandelsverträglichkeit im Rahmen der Baurechtsschaffung durch einen Bebauungsplan (Ausweisung eines Sondergebiets), ermöglicht.

Im Rahmen des jeweils erforderlichen Bebauungsplans soll, im Hinblick auf die Forcierung der Innenentwicklung, eine Nutzungsmischung auf den Grundstücken und eine adäquate Ausnutzung der Grundstücke angestrebt werden. Zudem soll eine der räumlichen Situation angepasste hochwertige architektonische Gestaltung erwirkt werden (keine „Standardkisten“).

Die Standorte von Aldi und Lidl in der Königstraße sind bereit durch Entscheidung des Stadtrechtausschusses bzw. durch einen Bauvorbescheid mit 1.200 m² Verkaufsfläche erweiterbar.

Die Standorte

- Barbarossastraße (Netto)
- Berliner Straße (Netto)
- Carl-Euler-Straße/Brandenburger Straße (Wasgau, Netto)
- Hohenecker Straße (Wasgau, Media Markt)
- Mainzer Straße (Aldi, dm, Fristo)
- Merkurstraße (Aldi)

sollen als Bestandsgebiete ohne Erweiterung dargestellt bleiben.

^{x)} Für die oben genannten Standorte sind die Erweiterungen gemäß der Entscheidung des Verwaltungsgerichts Neustadt vom 19.01.2019 bereits planungsrechtlich möglich. Es sind daher keine weiteren Entwicklungen mehr vorgesehen.

7. Analyse und Bewertung der Grundversorgungsstruktur und Festlegung der Zentralen Versorgungsbereiche für die Grundversorgung

Gegenstand dieses Kapitels ist die Analyse der Einzelhandelsbetriebe zur Sicherung der Grundversorgung in der Stadt Kaiserslautern. Hierzu müssen die Aussagen auf die einzelnen fußläufig erlebbaren Teilräume bezogen werden.

Die Definitionen der Grund- und Nahversorgung finden sich im Anhang.

Die Einzelhandelsbetriebe (Märkte) wurden im Zuge der Einzelhandelskonzeption, basierend auf den vorliegenden Baugenehmigungen, gesamtstädtisch ausgewertet und im geographischen Informationssystem flächig mit den folgenden Angaben eingegeben:

- Standort,
- Betreiber,
- Umfang: Vollsortimenter/Discounter/Fachmarkt,
- Verkaufsfläche,
- Geschossfläche,
- Datum der Baugenehmigung,
- Gebietsnutzung nach Baunutzungsverordnung (BauNVO),
- Bebauungsplan/§ 34 Baugesetzbuch (BauGB)

Die Bewertung der Grundversorgung in den einzelnen Teilräumen beruht des Weiteren auf einer Vollerhebung der nahrungsmittelrelevanten Einzelhandelsbetriebe in den Wohngebieten um die Innenstadt und in den Stadtteilen. Ergänzend wurden in den Wohngebieten um die Innenstadt und in den Stadtteilen der vollständige Einzelhandel, Dienstleistungen und die Gastronomie kartiert, um die jeweilige Zentralität und Urbanität zum Ausdruck zu bringen.

Für die kleineren Einzelhandelsbetriebe außerhalb der Innenstadt/City wurde keine Differenzierung nach Betreiber vorgenommen und die Verkaufsflächen mit den nachfolgenden Ansätzen angenommen, da für die Grundversorgung weniger das quantitative Angebot als vielmehr die räumliche Nähe entscheidend ist. Die kleineren Einzelhandelsbetriebe sind daher auch nicht flächig, sondern als Piktogramm kartiert.

Zur Auswertung der Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner wurden die kleineren Einzelhandelsgeschäfte mit mittleren Betriebsgrößen angenommen.

Geschäfte mit Backwaren, Geschäfte mit Wurst- und Fleischwaren:	30 m ²
Lebensmittel, Getränke:	50 m ²

Basierend auf einer aktuellen gesamtstädtischen Erfassung der mittleren und größeren Einzelhandelsbetriebe und der ergänzenden Erhebung der kleineren Einzelhandelsgeschäfte in den Wohngebieten um die Innenstadt und in den Stadtteilen erfolgte eine Überprüfung der bestehenden Einzelhandelskonzeption hinsichtlich der Abgrenzung der „Konzentration der Versorgungseinrichtungen“ und in Abstimmung mit der Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd, obere Landesplanungsbehörde (Stellungnahme vom 03.02.2020), eine **Neufestlegung der „Nebenzentren“** als schützenswerte Bereiche im Sinne von § 2 Abs. 2 BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB i. V. m. § 9 Abs. 2a BauGB. Diese in diesem Kapitel beschriebenen Nebenzentren sind als **Grund- und Nahversorgungszentren** einzustufen.

Einzelhandelsbetriebe an nicht integrierten Standorten wurden als „Bestandsstandorte ohne Entwicklung“ erfasst. Die als „Bestandsstandorte ohne Entwicklung“ gekennzeichneten Flächen sind keine Zentralen Versorgungsbereiche, da sie das Kriterium der integrierten Lage nicht erfüllen und sind daher nur gemäß Bestand zu betreiben.

Bei der Erfassung wurden die nachfolgenden Symbole verwendet:

Vollsortimenter im Kerngebiet	Backwaren	Wurst- und Fleischwaren
Discounter im Kerngebiet	Ausländische Lebensmittel	Bauernladen
Fachmarkt im Kerngebiet	Getränkemarkt	Tante Emma Laden
Vollsortimenter im Sondergebiet	Kiosk	Tabak
Discounter im Sondergebiet	Drogeriemarkt	Apotheke
Fachmarkt im Sondergebiet	Bank	Bank Service Center
Vollsortimenter im Industrie-/Gewerbegebiet	Allgemeinarzt	Friseur
Discounter im Industrie-/Gewerbegebiet	Zahnarzt	Tierarzt
Fachmarkt im Industrie-/Gewerbegebiet	Versorgungsbereiche	
Vollsortimenter im Mischgebiet	Zentraler Versorgungsbereich	
Discounter im Mischgebiet	Cityergänzungsgebiete	
Fachmarkt im Mischgebiet	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung	
Vollsortimenter im Wohngebiet	Bestandsstandorte Nahversorgung ohne Entwicklung	
Discounter im Wohngebiet	Bestandsstandorte Nahversorgung mit Entwicklung	
Fachmarkt im Wohngebiet	Abgrenzung der Stadtteile und ehemaligen Ortsbezirke	

Einzelhandelskonzeption der Stadt Kaiserslautern

Fortschreibung 2021

Beilage: 6 Plan: 6/o

Planinhalt:
Abgrenzung der Versorgungszentren (KONZEPTION)

Stand: Januar 2019

Bearbeitung:
Referat Stadtentwicklung, Abteilung Stadtplanung
Lfd. Bauleitplan: Dipl.-Ing. Joachim Wilhelm
Elke Franzreb Dipl.-Ing. Birgit Hech

© Referat Stadtentwicklung, Abteilung Stadtplanung

Die vorgenommene Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche und der Nebenzentren orientiert sich am Bestand der Einzelhandelsbetriebe und Dienstleistungen, bezieht aber im Einzelfall Entwicklungsflächen mit ein, um für den Zentralen Versorgungsbereich bzw. die Nebenzentren ausreichende Entwicklungsperspektiven in den integrierten Lagen aufzuzeigen. Vorhandene Einzelhandelsbetriebe in nicht integrierten Lagen wurden als Bestandsstandorte ausgewiesen. Auf die Einzelhandelsziele des LEP IV (Ziel 58, Ziel 59 und Ziel 61) wird an dieser Stelle hingewiesen.

Neben funktionalen Kriterien wie:

- Einzelhandelsdichte; Entfernung von alternativen Einzelhandelsstandorten,
- Multifunktionalität der Bereiche (Zusammenwirken mit Dienstleistungen, Gastronomie etc.),
- Passantenfrequenz,
- Kundenorientierung der Anbieter (Erreichbarkeit für Fußgänger, Radfahrer, Autofahrer),
- Anbindung an den Öffentlichen Personennahverkehr;

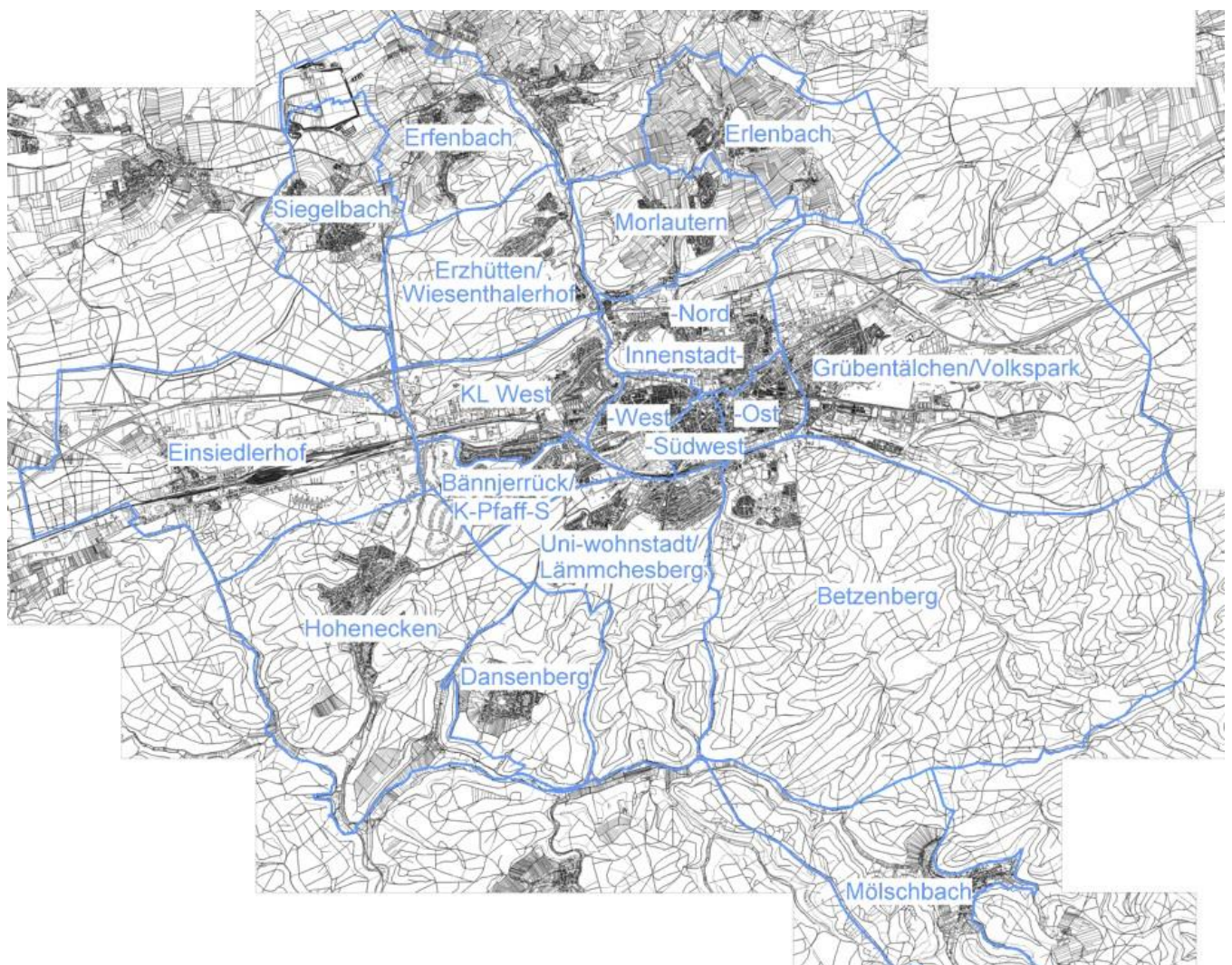
spielen bei der Feinabgrenzung auch folgende städtebauliche Kriterien eine wichtige Rolle:

- Bebauungsstruktur,
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur,
- Barrieren (z. B. Straßen, Bahnlinien),
- Gestaltung des öffentlichen Straßenraums,
- Zusammenwirken mit öffentlichen Plätzen und Grünflächen.

Durch einen Abgleich der vorhandenen Ausstattung des jeweiligen Gebiets mit der durchschnittlichen Pro-Kopf-Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelhandel wurde der Grad der vorhandenen Versorgung eingeschätzt.

In Deutschland und in Rheinland-Pfalz lag dieser Wert bei rund 0,42 m² je Einwohner (einschließlich der Flächen für Nonfood-Rand- und Aktions assortimente in Discountern und SB-Warenhäusern, Stand 2015, BulwienGesa). Die Varianzen sind erheblich und reichen von nur wenig mehr als 0,3 m²/Einwohner in den Stadtstaaten mit knappen Flächenressourcen bis um 0,5 m²/Einwohner in den Flächenländern Ostdeutschlands sowie in Schleswig-Holstein.

Übersicht über die Stadtteile bzw. ehemaligen Ortsbezirke



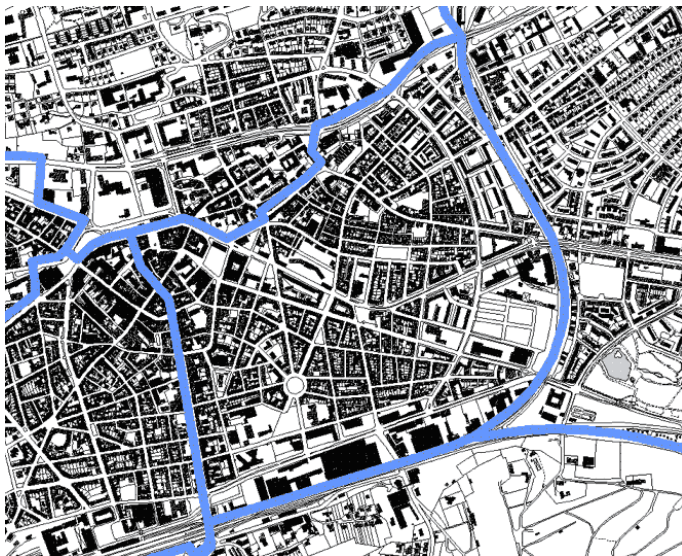
Quelle: eigene Darstellung

7.1 Zentren der Innenstadt

Die Analyse und Bewertung der Lebensmittelversorgung bedarf einer differenzierten Betrachtung nach räumlichen Bereichen, was in den folgenden Kapiteln untersucht werden soll. In den nachfolgenden „**Einzelhandelssteckbriefen**“ sind die Einwohnendenzahlen jeweils nach der wohnberechtigten Bevölkerung, bestehend aus Personen mit Hauptwohnsitz gemäß der Auswertung des Einwohnerbestandes mit Stand vom 31.12.2020 angegeben.

7.1.1 Innenstadt Ost

Der ehemalige Ortsbezirk „Innenstadt Ost“ beschreibt das südöstliche Gebiet der Innenstadt, das im Süden von der Barbarossastraße, im Westen von der Eisenbahnstraße, im Osten von der Eisenbahnstraße und im Norden von der Fruchthall-, Spittel-, Gau- und Mainzer Straße begrenzt wird.



Einzelhandelssteckbrief Innenstadt Ost:

- 11.200 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte: Lebens- und Genussmittel-Grundversorgung, Drogerieartikel, und Möbel
- Betriebsformen:
 - 1 Lebensmittelgeschäfte in der City (Stiftsplatz: Rewe 768 m² VKF)
 - 4 Lebensmitteldiscounter am Gebietsrand:
 - Altenwoogstraße: Penny 820 m² VKF,
 - Mannheimer Straße: Penny 784 m² VKF,
 - Augustastrasse: Lidl 1.286 m² VKF,
 - Barbarossastraße: Netto 776 m² VKF;
 - Gesamt: 4.434 m² VKF**
 - 6 Geschäfte mit Backwaren (ca. 180 m² VKF)
 - 2 Geschäfte mit Wurst- und Fleischwaren (ca. 60 m² VKF)
 - 5 Geschäft mit ausländischen Lebensmitteln (ca. 250 m² VKF)
- 1 Möbelgeschäft (MöMax) mit 6.500 m² VKF

Die o. g. Lebensmittelbetriebe vertreiben als Hauptsortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie-/Parfümerie-/Kosmetikartikel. Als Randsortimente werden mit saisonalen Angeboten Zeitungen, Bücher, Zeitschriften, Blumen- und Gartenbedarf, Hausrat und Geschenk-

artikel, Elektroartikel/Leuchten/sonstige Haushaltskleingeräte angeboten.

Lebens- und Genussmittel-Grundversorgung, Drogerieartikel

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 4.924 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner*in: 0,44 m²/EW

Im Ortsbezirk Innenstadt Ost liegen Teile der City. Die Läden der City sind aufgrund ihrer vorherrschenden oberzentralen Ausrichtung und einer anderen Kundschaft nicht in die Betrachtung einbezogen, da sich diese Betrachtung auf die Grundversorgung bezieht.

Einen wichtigen Beitrag zur Nahversorgung leistet der dienstags und samstags stattfindende Wochenmarkt auf dem Stiftsplatz, der hier wegen seiner temporären Ausrichtung nicht mitgerechnet wurde.

Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch einen Tedi-Markt (Mannheimer Straße) sowie im Umfeld der Bismarckstraße und des Barbarossarings durch verschiedene Ärzte, Apotheken, Blumengeschäfte und Kioske sowie bislang durch einen Drogerie-Markt (Eisenbahnstraße: Müller 558 m² VKF), der jedoch Ende März 2021 schließt und für den die Nachnutzung noch nicht feststeht (Stand März 2021).

Gegenüber der Erfassung für die Einzelhandelskonzeption 2009 haben sich folgende Änderungen ergeben:

- Schließung Aldi, Barbarossastraße (799 m² VKF)
- Schließung Pronto (Italienische Lebensmittel), Mainzer Straße (ca. 600 m² VKF)/Umwandlung in Gastronomie
- Schließung einer Bäckerei und einer Metzgerei
- Eröffnung von vier Geschäften mit ausländischen Lebensmitteln

Wertung:

Das Warenangebot ist stark durch das typische Lebensmitteldiscountangebot zu charakterisieren; es ist auf die Grund- und Nahversorgung der Bevölkerung ausgerichtet. Die Betriebsformen im Gebiet werden eindeutig durch die Discountmärkte dominiert.

Durch die Schließung einer Bäckerei und einer Metzgerei hat sich die Nahversorgung in der Fläche verschlechtert.

Lage:

Neben den Märkten am Stiftsplatz und in der Eisenbahnstraße, die zentral gelegen sind und, insbesondere für die Innenstadt, eine wichtige fußläufig akzeptable Versorgungsfunktion erfüllen, wurden für die Märkte mit den Standorten an der Augustastraße (Lidl), dem Gersweilerweg (Netto), der Altenwoogstraße (Penny) und der Mannheimer Straße (Penny) gemäß den Ergebnissen der Untersuchungen in Kapitel 6.5 nun eine Nahversorgungsfunktion zuerkannt.

Der Markt an der Barbarossastraße (Netto) ist auf die verkehrsgünstig gelegenen Randbereiche entlang der Haupteinfahrts- und -ausfahrtstraßen orientiert und daher weiterhin als sonstiger nicht integrierter Standort bewertet.

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,40 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner durchschnittlich.

Architektur/Erscheinungsbild:

Die im Gebiet liegenden Lebensmittelmärkte sind durch die üblichen standardisierten Gebäudetypen mit geringer Gestaltqualität zu beschreiben.

Aussicht:

Da durch die Einzelhandelsbetriebe im Gebiet bereits eine durchschnittliche Versorgung erreicht wird, werden keine weiteren neuen Entwicklungsflächen benötigt.

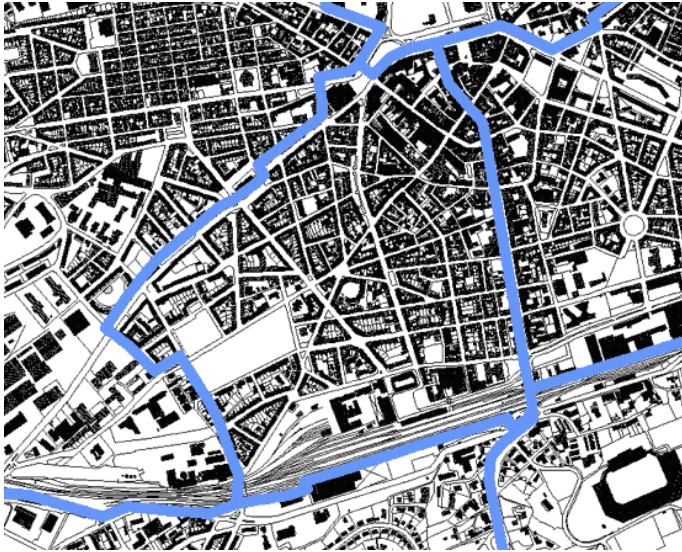
Abgrenzung der Nebenzentren:

Im ehemaligen Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2001 war noch eine kleinteilige Konzentration von Versorgungseinrichtungen im Gebiet vorhanden und dies war durch eine entsprechende Abgrenzung „Zentraler Versorgungsbereich“ gekennzeichnet. Dieses war bereits 2009 in diesem Umfang nicht mehr durch bestehende Einzelhandelsgeschäfte abgedeckt. Bei der Abgrenzung des Versorgungsbereichs musste in Reaktion auf die realisierten Märkte an der Barbarossastraße, der Altenwoogstraße und der Mainzer Straße die Ausweisung aus dem Jahr 2001 aufgegeben werden und zur Begrenzung weiterer Ansiedlungen eine Bestandsfestschreibung der zuvor genannten Flächen als Einzelstandorte erfolgen.

Aufbauend auf den Ergebnissen der Untersuchungen in Kapitel 6.5 werden diese Standorte nun in Gebiete mit und ohne Entwicklung differenziert.

7.1.2 Innenstadt Südwest

Mit dem ehemaligen Ortsbezirk „Innenstadt Südwest“ werden die Bereiche beschrieben, die durch die Brandenburger Straße im Süden, die Eisenbahnstraße im Osten, die Karcherstraße im Westen und die Königstraße im Norden umgrenzt werden.



Einzelhandelssteckbrief Innenstadt Südwest:

- 8.615 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte:
Lebens- und Genussmittel-Grundversorgung

Betriebsformen

im Citybereich:

Lebensmittelgeschäft Rewe, Fruchthallstraße 916 m² VKF

Lebensmitteldiscounter Aldi, Stadtgalerie K in Lautern, 953 m² VKF

Drogeriemarkt dm, Stadtgalerie K in Lautern, 648 m² VKF

Im Ortsbezirk Innenstadt Südwest liegen Teile der City. Die Läden der City sind aufgrund ihrer vorherrschenden oberzentralen Ausrichtung und einer anderen Kundschaft nicht in die Betrachtung einbezogen, da sich diese Betrachtung auf die Grundversorgung bezieht.

außerhalb der City:

5 Geschäfte mit Backwaren

2 Geschäfte mit Wurst- und Fleischwaren

3 Geschäfte mit ausländischen Lebensmitteln

Ebenfalls sind die direkt westlich der Königstraße angrenzenden Märkten (3 Lebensmitteldiscounter (Aldi, ca. 1.210 m² VKF; LIDL, ca.1.084 m² VKF; Alnatura, ca. 590 m² VKF, 1 Drogeriemarkt (dm, ca. 664 m² VKF)) von Relevanz, da deren Einzugsbereich auf die Innenstadt Südwest mit ausgerichtet ist.

Die o. g. Lebensmittelbetriebe vertreiben als Hauptsortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie-/Parfümerie-/Kosmetikartikel. Als Randsortimente werden mit saisonalen Angeboten Zeitungen, Bücher, Zeitschriften, Blumen- und Gartenbedarf, Hausrat und Geschenkartikel, Elektroartikel/Leuchten/sonstige Haushaltskleingeräte angeboten.

Werden die Lebensmittelmärkte dazugerechnet, ergeben sich folgende Zahlen:

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 5.053 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner*in: 0,58 m²/EW

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel bei Einrechnung der Lebensmittelmärkte der Königstraße mit 0,58 m²/ Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner überdurchschnittlich.

Wertung:

Die Innenstadt West liegt zwischen der City mit breitem insbesondere oberzentralem Angebot und den Märkten an der Königstraße. Im Zentrum des Ortsbezirks um die Rudolf-Breitscheid-Straße findet sich neben Geschäften für Backwaren bzw. für Wurst- und Fleischwaren sowie ausländischen Lebensmitteln eine höhere Anzahl an Dienstleitungen und Ärzten.

Architektur/Erscheinungsbild:

Die im Gebiet liegenden Geschäfte sind überwiegend gut in die typischen Baustrukturen eingepasst.

Aussicht:

Durch die Angebote der Betriebe in der City, der Königstraße und der Zollamtstraße ist eine zukünftige innergebietliche Stärkung der Versorgungssituation wenig wahrscheinlich.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Die im ehemaligen Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2001 enthaltene Konzentrationszonen und als „Zentrale Versorgungsbereiche“ in die Einzelhandelskonzeption 2009 übernommenen Bereiche an der Rudolf-Breitscheid-Straße und der Glockenstraße haben zwischenzeitlich an Bedeutung verloren und können durch nicht vorhandene Flächenangebote für Neuansiedlungen von größeren Einzelhandelsbetrieben nicht herangezogen werden.

Auf eine Abgrenzung von Nebenzentren im Ortsbezirk Innenstadt Südwest über den (oberzentralen) Zentralen Versorgungsbereich hinaus wird daher verzichtet werden.

7.1.3 Innenstadt West/Kotten

Der ehemalige Ortsbezirk „Innenstadt West/Kotten“ wird im Süden von der Bahntrasse Saarbrücken - Mannheim bzw. der Brandenburger Straße und Zollamtstraße, im Osten von der Karcherstraße und Königstraße, im Westen von der Berliner Straße und im Norden von der Lauterstraße abgegrenzt.



Einzelhandelssteckbrief Innenstadt West/Kotten:

- 10.789 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte:
Nahrungs- und Genussmittel-Grundversorgung
- Betriebsformen (ohne Königsstraße):
 - 1 Lebensmittelvollsortimenter (Kaufland, ca. 5.166 m² VKF)
 - 1 Lebensmittelgeschäft mit ausländischen Waren
 - 3 Geschäfte mit Backwaren
 - 1 Geschäft mit Wurst- und Fleischwaren
 - 5 Kioske
 - 1 Getränkemarkt

Im Bereich Innenstadt West/Kotten finden sich als ergänzende Dienstleistungen eine Gaststätte und drei Ärzte.

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 5.637 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner*in: 0,52 m²/EW

Die o. g. Lebensmittelbetriebe vertreiben als Hauptsortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie-/Parfümerie-/Kosmetikartikel. Als Randsortimente werden mit saisonalen Angeboten Zeitungen, Bücher, Zeitschriften, Blumen- und Gartenbedarf, Hausrat und Geschenkartikel, Elektroartikel/Leuchten/sonstige Haushaltskleingeräte angeboten.

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,52 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner bereits ohne die Märkte in der Königstraße überdurchschnittlich, wodurch die Grundversorgung als gesichert betrachtet werden kann.

Bezieht man die Märkte in der Königstraße, die an einem nicht integrierten Standort im Stadtteil liegen, mit in die Betrachtung ein, ergeben sich folgende Zahlen:

- 3 Lebensmitteldiscounter (Aldi, ca. 1.210 m² VKF; LIDL, ca.1.084 m² VKF; Alnatura, ca. 590 m² VKF)
- 1 Drogeriemarkt (dm, ca. 664 m² VKF)

Diese dazugerechnet:

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 8.521 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner*in: 0,80 m²/EW

Gegenüber der Erfassung für die Einzelhandelskonzeption 2009 haben sich folgende Änderungen ergeben:

- Schließung eines Schlecker-Drogeriemarktes am Pfaffplatz
- Schließung von 2 Geschäften mit Backwaren

Wertung:

Das Warenangebot ist primär auf die Grundversorgung ausgerichtet. Durch „Kaufland“ und die Märkte in der Königstraße ergibt sich rechnerisch eine deutliche Überversorgung, wobei für die Innenstadt West bzw. den Kotten die Märkte in der Königstraße aufgrund der Randlage fußläufig schlecht erreichbar sind.

Architektur/Erscheinungsbild:

Die Märkte in der Königstraße sind durch die üblichen standardisierten Gebäudetypen mit geringer Gestaltqualität zu beschreiben.

Aussicht:

Durch die Angebote im Bereich der Pariser Straße (Kaufland) und der Königstraße besteht in für Fahrzeuge gut erreichbarer Lage ein Angebot, das für weitere Versorgungseinrichtungen im Gebiet wenig Potenzial lässt.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Die im ehemaligen Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2001 enthaltene Konzentrationszonen und als „Zentrale Versorgungsbereiche“ in die Einzelhandelskonzeption 2009 übernommenen Bereiche an der Kottenschule haben zwischenzeitlich an Bedeutung verloren. Auf eine Abgrenzung als Nebenzentrum wird daher verzichtet.

Weiterhin dargestellt bleibt das Nebenzentrum „Pariser Straße 123“ (Kaufland).

7.1.4 Innenstadt Nord/Kaiserberg

Der ehemalige Ortsbezirk „Innenstadt Nord/Kaiserberg“ wird im Süden durch die Lauter-, Burg-, Fruchthall-, Spittel- und Mainzer Straße, im Osten durch den Baalborner Weg, im Westen durch den Blechhammerweg und im Norden durch die Galappmühler Straße sowie das Schwimmbad Waschmühle begrenzt.



Einzelhandelssteckbrief Innenstadt Nord/Kaiserberg:

- 8.770 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte: Lebens- und Genussmittel-Grundversorgung
- Betriebsformen:
1 Lebensmitteldiscounter (Netto, Gersweilerweg, ca. 820 m² Verkaufsfläche)

Der v. g. Lebensmittelbetrieb vertreibt als Hauptsortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie-/Parfümerie-/Kosmetikartikel. Als Randsortimente werden mit saisonalen Angeboten Zeitungen, Bücher, Zeitschriften, Blumen- und Gartenbedarf, Hausrat und Geschenkartikel, Elektroartikel/Leuchten/sonstige Haushaltskleingeräte angeboten.

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 820 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner*in: 0,09 m²/EW

Die Angebote im Lebensmitteleinzelhandel werden durch drei Ärzte ergänzt.

Wertung:

Das Warenangebot ist lediglich auf die Grundversorgung ausgerichtet.

Mit dem vorhandenen Lebensmitteldiscounter kann durch die Randlage des Lebensmitteldiscounters am südlichen Ende des Gersweilerwegs für große Bereiche der Innenstadt Nord eine akzeptable fußläufige Erreichbarkeit nicht gewährleistet werden.

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,09 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner deutlich unterdurchschnittlich. Durch das Defizit im Nahbereich fließt die Kaufkraft auf die Einzelhandelsangebote der Umgebung ab. Günstig wäre ein ergänzendes Angebot durch einen Lebensmittelvollsortimenter/-discounter, ein Geschäft mit Wurst- und Fleischwaren und ein oder mehrere Geschäfte mit Backwaren.

Architektur/Erscheinungsbild:

Der Lebensmitteldiscounter ist durch die typischen Zweckbauten zu beschreiben.

Aussicht:

Durch die Angebote im Bereich der Mainzer Straße und der Mannheimer Straße besteht eine Konkurrenz an Standorten mit für Fahrzeuge gut erreichbarer Lage, die eine Verbesserung der Einzelhandelsversorgung für den Bereich Innenstadt Nord/Kaiserberg deutlich erschwert.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Am Gersweilerweg wurde das Grundstück des Discounters „Netto“ aufgrund seiner singulären Situation nun als Bestandsgebiet mit Entwicklung abgegrenzt. Dieser kann durch seine Lage für die umliegenden Wohngebiete wichtige Nahversorgungsfunktionen erfüllen, ohne jedoch den kompletten Bereich räumlich abdecken zu können.

Der in der Einzelhandelskonzeption 2009 enthaltene „Zentrale Versorgungsbereich“ im Umfeld der Alex-Müller-Straße kann aufgrund zwischenzeitlich vorhandener Bebauung nur noch am Standort der Hochschule eine Entwicklung ermöglichen. Das Nebenzentrum wurde daher verkleinert.

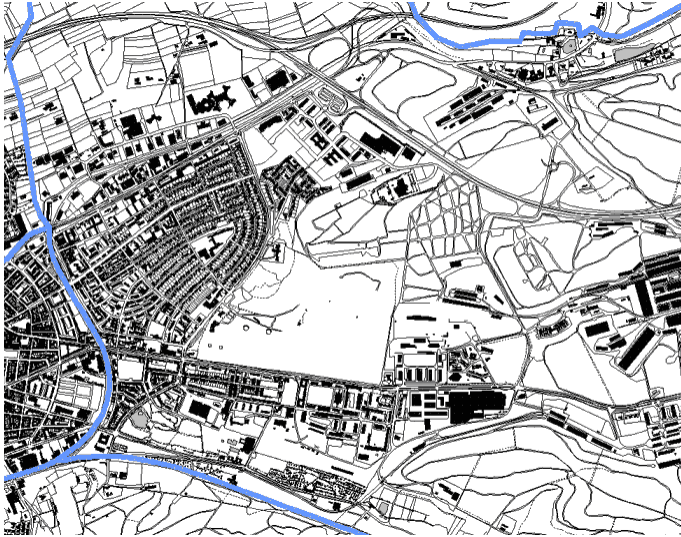
Für den Standort „Morlauterer Straße (Bereich Fachhochschule)“ ist ein Bebauungsplanverfahren zur Steuerung der Nachnutzung bereits eingeleitet. Durch die bislang nicht gesicherte Freigabe der Fläche (Umsiedlung Hochschule auf das Kammgarngelände) ist eine zeitnahe Ansiedlung eines Nahversorgers hier allerdings nicht möglich.

Ebenso kann der im Kreuzungsbereich Emil-Caesar-Straße/Sonnenberg/Hussongstraße dargestellte „Zentrale Versorgungsbereich“ nicht mehr als realistisch bewertet werden und wird daher nicht mehr übernommen.

Ein Alternativstandort am Kaiserberg, westlich der Straße Burggraben wurde in die Diskussion gebracht, jedoch aus kleinklimatischen Gründen nicht weiter betrachtet. Eine weitere Alternative östlich der Straße Burggraben, südlich der A6 wurde insbesondere aufgrund der topographischen Verhältnisse ebenfalls nicht weiter verfolgt.

7.1.5 Grübentälchen/Volkspark

Der ehemalige Ortsbezirk „Grübentälchen/Volkspark“ wird im Süden von der Bahntrasse südlich der Entersweilerstraße, im Osten durch die Bahntrasse und den Baalborner Weg begrenzt. Im den ehemaligen Ortsbezirk befinden sich neben der Siedlung Grübentälchen und dem PRE-Park sowohl die Gewerbegebietsflächen nördlich der Mainzer Straße als auch die militärisch genutzten Flächen im Osten der Stadt.



Einzelhandelssteckbrief Grübentälchen/Volkspark:

- 9.635 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte:
Nahrungs- und Genussmittel-Grundversorgung, Discountartikel
- Betriebsformen:
 - 2 Lebensmitteldiscounter (Lidl, ca. 650 m² VKF; Netto, ca. 650 m² VKF)
 - 1 Lebensmitteldiscounter (Aldi, ca. 750 m² VKF) an der Mainzer Straße
 - 4 Geschäfte mit Backwaren
 - 2 Geschäfte mit Wurst- und Fleischwaren
 - 1 Drogeriemarkt (dm, ca. 602 m² VKF) an der Mainzer Straße
 - 3 Getränkemärkte (Fristo, ca. 334 m² VKF; Toom, ca. 400 m² VKF; Schreiners Durstlöcher, ca. 555 m² VKF)
 - 1 Getränkemarkt
 - 2 Tierhandel/Zoobedarf (Vitus Braun, ca. 855 m² VKF; Fressnapf, ca. 200m² VKF) an der Mainzer Straße
 - 3 Kioske
 - 3 Blumengeschäfte

Die o. g. Lebensmittelbetriebe vertreiben als Hauptsortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie-/Parfümerie-/Kosmetikartikel. Als Randsortimente werden mit saisonalen Angeboten Zeitungen, Bücher, Zeitschriften, Blumen- und Gartenbedarf, Hausrat und Geschenkartikel, Elektroartikel/Leuchten/sonstige Haushaltskleingeräte angeboten.

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 3.580 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner*in: 0,37 m²/EW

Wertung:

Das Warenangebot ist lediglich auf die Grundversorgung ausgerichtet. Mit den vorhandenen

Lebensmitteldiscountern und der Ausstattung mit Geschäften mit Backwaren bzw. Wurst- und Fleischwaren kann das Lebensmittelangebot weitgehend abgedeckt werden. Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,36 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner relativ durchschnittlich. Positiv fällt dabei die hohe Versorgung mit kleineren Betrieben und dem ergänzenden Angebot an Gaststätten, Kiosken und Blumengeschäften auf. Die räumlich gestreute Lage der Einzelhandelseinrichtungen an der Friedensstraße, Donnersbergstraße und Mainzer Straße sichert dabei für die überwiegenden Gebietsteile eine gute fußläufige Erreichbarkeit.

Architektur/Erscheinungsbild:

Die im Gebiet liegenden Lebensmitteldiscounter sind durch die üblichen standardisierten Gebäudetypen mit geringer Gestaltqualität zu beschreiben.

Aussicht:

Durch eine günstige räumliche Anordnung der Einzelhandelsnutzungen im Gebiet Grübentälchen und die damit verbundene gute fußläufige Bedarfsdeckung sind günstige Ausgangsbedingungen vorhanden. Die Erhaltung der Einzelhandelsnutzungen ist unbedingt anzustreben.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Die Abgrenzung der „Zentralen Versorgungsbereiche“ aus der Einzelhandelskonzeption 2009

soll im Zentrum der Siedlung Grübentälchen als Nebenzentrum beibehalten werden.

Der „Zentrale Versorgungsbereich“ an der Donnersbergstraße/Mannheimer Straße wurde zurückgenommen, da dieser keine Versorgungsfunktion mehr ausübt.

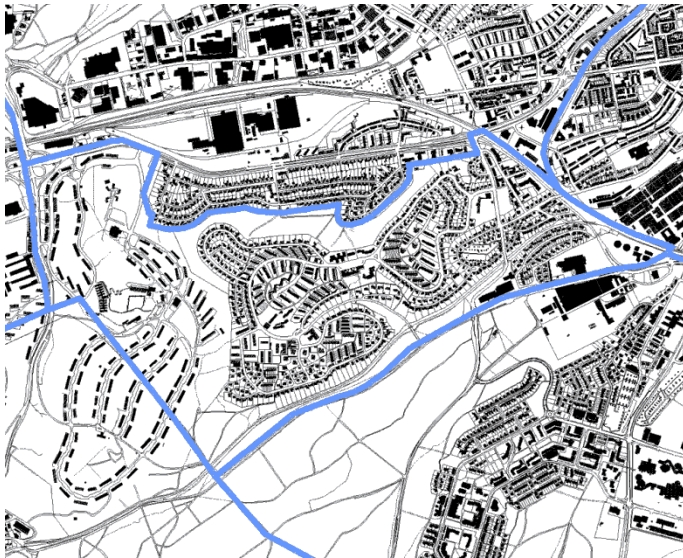
Der Lidl-Standort an der Donnersbergstraße/Zypressenweg soll als Bestandsbetrieb mit Entwicklung dargestellt werden.

7.2 Zentren der Wohnsiedlungen

Neben den Teilbereichen der Innenstadt und den räumlich abgetrennten Stadtteilen sind die Wohnsiedlungen in Randlage zur Innenstadt separat zu betrachten.

7.2.1 Bännjerrück/Karl-Pfaff-Siedlung

Der ehemalige Ortsbezirk „Bännjerrück/Karl-Pfaff-Siedlung“ wird im Süden durch die Hohen-ecker Straße, im Osten durch die Bahntrasse und nach Norden von der Siedlung „Am Belzappel“ begrenzt. Im Westen verläuft die Abgrenzung durch die von den US-Streitkräften genutzten Wohnsiedlungen.



Einzelhandelssteckbrief Bännjerrück/Karl-Pfaff-Siedlung:

- 5.177 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte: Grundversorgung
- Betriebsformen:
 - 1 CAP Markt (ca. 616 m² VKF)
 - 3 Geschäfte mit Backwaren
 - 1 Geschäft mit Wurst- und Fleischwaren
 - 1 Apotheke

Ergänzend finden sich 4 Ärzte, 1 Zahnarzt und 1 Bankfiliale.

Der o. g. Lebensmittelbetrieb vertreibt als Hauptsortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie-/Parfümerie-/Kosmetikartikel. Als Randsortimente werden mit saisonalen Angeboten Zeitungen, Bücher, Zeitschriften, Blumen- und Gartenbedarf, Hausrat und Geschenkartikel, Elektroartikel/Leuchten/sonstige Haushaltskleingeräte angeboten.

- Lebensmittelverkaufsflächen: 736 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner*in: 0,14 m²/EW

Wertung:

Das Warenangebot des Bännjerrücks hat sich durch die Wiedereröffnung des Lebensmittelmarktes in der Leipziger Straße stabilisiert. Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,13 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner dennoch etwas unterdurchschnittlich.

Durch die Konzentration von Geschäften mit Backwaren, Wurst- und Fleischwaren /Apotheke und Ärzten am „Rauschenweg“, kann jedoch eine gewisse Grundversorgung für die östlichen Teile, teilweise auch fußläufig erreichbar, abgedeckt werden.

Architektur/Erscheinungsbild:

Mit der Erneuerung des Marktes in der Leipziger Straße ist eine zeitgemäße Gestaltung gegeben.

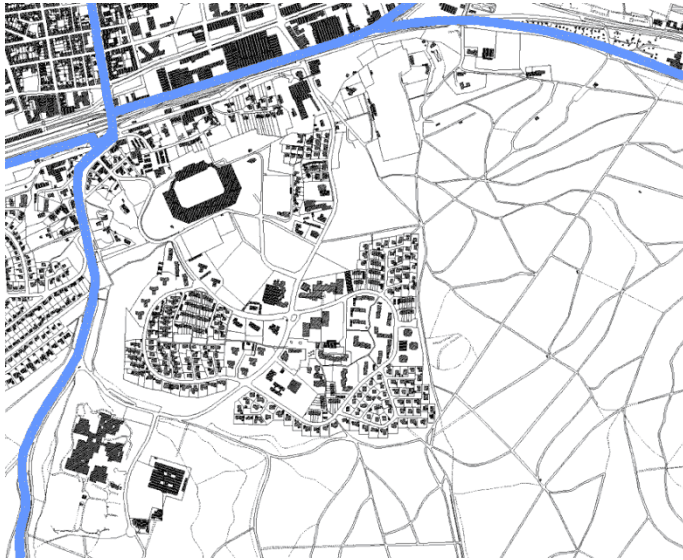
Abgrenzung der Nebenzentren:

Die Abgrenzung der „Zentralen Versorgungsbereiche“ auf dem Bännjerrück gemäß der Einzelhandelskonzeption 2009 werden als Nebenzentrum beibehalten.

Die räumlich vom Wohngebiet abgetrennte Standorte der beiden Märkte (Edeka und Media Markt) an der Hohenecker Straße werden aufgrund ihrer eigenständigen Lage weiterhin als „Sonstiger Standort“ erfasst.

7.2.2 Betzenberg

Der ehemalige Ortsbezirk Betzenberg wird im Norden von der Bahntrasse und im Osten von der Bremerstraße abgegrenzt. Neben dem Wohngebiet „Betzenberg“ sind auch die Flächen der Kurpfalz Realschule, der Berta-von-Suttner Integrierte Gesamtschule und des Ausbildungszentrums der Handwerkskammer, des Fritz-Walter-Stadions sowie ergänzende Sportflächen diesem Bereich zugeordnet.



Einzelhandelssteckbrief Betzenberg:

- 4.665 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte:
Nahrungs- und Genussmittel-Grundversorgung
- Betriebsformen:
0 Lebensmitteldiscounter
(Schließung Treff 3000 im Juli 2019, ca. 734 m² VKF)

Es besteht 1 Apotheke.

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 0 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner*in r: 0,0 m²/EW

Wertung:

Das Warenangebot des aktuell geschlossenen Lebensmittelmarktes war auf die Grundversorgung ausgerichtet.

Mit dem Wegfall des Marktes ist ein deutliches Defizit für die Nahversorgung festzustellen. Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel ist daher unterdurchschnittlich.

Architektur/Erscheinungsbild:

Der im Gebiet liegende Lebensmittelmarkt war durch den üblichen standardisierten Gebäudetyp mit geringer Gestaltqualität zu beschreiben.

Aussicht:

Durch die massiven Angebote im Bereich der Brandenburger Straße und der Zollamtstraße besteht in räumlicher Nähe eine Konkurrenz an Standorten mit einer für Fahrzeuge gut erreichbaren Lage, so dass eine Wiederbelebung und langfristige Sicherung der Einzelhan-

delsversorgung im Wohngebiet Betzenberg nicht absehbar ist.

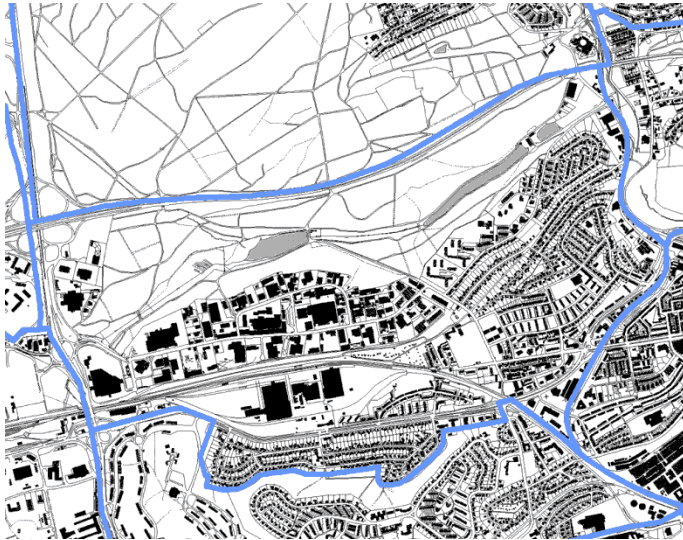
Abgrenzung der Nebenzentren:

Die Abgrenzung des „Zentralen Versorgungsbereichs“ gemäß der Einzelhandelskonzeption 2009 soll als Nebenzentrum beibehalten werden, da die Wiederbelebung ein klares Ziel zur Nahversorgung der Bevölkerung darstellt.

7.2.3 Kaiserslautern-West

Im ehemaligen Ortsbezirk „Kaiserslautern-West“ sind neben dem Wohngebiet „Fischerrück“ und der Siedlung „Am Belzappel“ die Bereiche Bahnhof/Eisenbahnausbesserungswerk und Merkurstraße zusammengefasst.

Im Bereich Kaiserslautern-West sind auch die Einwohner aus dem statistischen Bezirk 0991, Bereich Merkurstraße, mit erfasst.



Einzelhandelssteckbrief Kaiserslautern-West:

- 8.412 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte: Grundversorgung
- Betriebsformen (ohne Merkurstraße/Denisstraße/Am Opelkreisel):
1 Lebensmitteldiscounter (Lidl, ca. 694 m² VKF)
- 1 Geschäft mit Lebensmitteln

Ergänzend: 1 Bankfiliale, 1 Friseur und 2 Kioske

Die o. g. Lebensmittelbetriebe vertreiben als Hauptsortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie-/Parfümerie-/Kosmetikartikel. Als Randsortimente werden mit saisonalen Angeboten Zeitungen, Bücher, Zeitschriften, Blumen- und Gartenbedarf, Hausrat und Geschenkartikel, Elektroartikel/Leuchten/sonstige Haushaltskleingeräte angeboten.

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca.744 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner*in: 0,09 m²/EW

Die im Bereich der Merkurstraße liegenden Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels (Globus, Aldi 806 m² VKF) wurden bei der vorstehenden Auflistung nicht berücksichtigt, da diese als nicht integrierte Standorte räumlich nicht direkt mit den Siedlungsflächen in Verbindung stehen bzw. aufgrund der Bahnstrecke von den Wohngebieten aus fußläufig schlecht zu erreichen sind.

Wertung:

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,09 m²/Einwohner*in ist

ohne die Betriebe der Merkurstraße im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner unterdurchschnittlich.

Das Warenangebot ist, ohne Einbeziehung der Merkurstraße, lediglich auf die Grundversorgung ausgerichtet.

Neben Lidl an der Vogelwoogstraße ist eine Bündelung kleinerer Betriebe im Bereich „Feuerbachstraße/Käthe-Kollwitz-Straße“ vorhanden, die eine wichtige Ergänzung darstellen.

Die westlichen Bereiche des Fischerrücks und die Siedlung „Am Belzappel“ sind in Bezug auf die fußläufigen Erreichbarkeiten schlecht versorgt.

Architektur/Erscheinungsbild:

Der Markt in der Vogelwoogstraße ist durch den üblichen standardisierten Gebäudetyp mit geringer Gestaltqualität zu beschreiben.

Aussicht:

Durch die Angebote im Bereich der Berliner Straße und der Merkurstraße besteht eine Konkurrenz an Standorten mit einer für Fahrzeuge gut erreichbaren Lage, die einer Entwicklung im Gebiet selbst enge Grenzen setzt.

Die Erhaltung der mittelständischen Einzelhandelsnutzungen in der Siedlung „Am Belzappel“ und im Westen des Fischerrücks ist unbedingt anzustreben.

Durch den Bebauungsplan "Pariser Straße 300" ist für die Fläche nördlich der Pariser Straße auf der Fläche des ehemaligen Eisenbahnausbesserungswerks eine Fläche für einen nicht großflächigen Nahversorger festgesetzt.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Die Abgrenzung des „Zentralen Versorgungsbereichs“ gemäß der Einzelhandelskonzeption 2009 soll als Nebenzentrum beibehalten werden, um weiterhin eine Konzentration von Einzelhandelsbetrieben und ergänzenden Dienstleistungen zu unterstützen.

Der Standort Vogelwoogstraße 40 (Lidl) soll nunmehr als Bestandsgebiet mit Entwicklung dargestellt werden, da sonstige Nahversorger im Gebiet nicht mehr vorhanden sind.

Der Standort des Discounters „Plus“ in der Berliner Straße wurde geschlossen und soll in der Kennzeichnung entfallen.

Die Standorte in der Merkurstraße (Globus, Aldi) werden bereits durch den Bebauungsplan "Merkurstraße, Änderung 2" detailliert gesteuert und sind hier nicht weiter zu behandeln.

Die Umwandlung eines Textilmarktes (Takko) in einen Drogeriemarkt (Müller) am Standort Merkurstraße 51 basiert auf einem Bauvorbescheid, der vor der Rechtskraft des v.g. Bebauungsplans wirksam wurde. Zwischenzeitlich wurden hier anteilig Multimediasortimente (max. 10 %) und Spielwaren und Hobby- / Bastelbedarfssortimente (max. 45 %), Schreibwaren (max. 25 %) zugelassen.

7.2.4 Lämmchesberg

Ausgehend vom ehemaligen Ortsbezirk „Lämmchesberg/Uni-Wohnstadt“ wird der Bereich des Wohngebiets „Lämmchesberg“ hier beschrieben. Durch die Trippstadter Straße wird der Lämmchesberg von der Universitätswohnstadt getrennt. Im Osten wird die Grenze durch die Bremerstraße im Norden durch die Bahntrasse gebildet.



Einzelhandelssteckbrief Lämmchesberg:

- 10.842 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
davon ca. 4.879 Einwohnende Lämmchesberg
- Sortimentsschwerpunkte: Grundversorgung
- Betriebsformen:

2 Geschäfte mit Backwaren

in der Zollamtstraße:
1 Lebensmittelvollsortimenter (Edeka, ca. 3378 m² VKF)
2 Lebensmitteldiscounter (Aldi, 1.132 m² VKF; Netto, ca. 1200 m²VKF)

in der Brandenburger Straße/Carl Euler Straße/Trippstadter Straße:
1 Lebensmittelvollsortimenter (Wasgau, ca. 1493 m² VKF)
1 Lebensmitteldiscounter (Netto, 819 m² VKF)

Die o. g. Lebensmittelbetriebe vertreiben als Hauptsortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie-/Parfümerie-/Kosmetikartikel. Als Randsortimente werden mit saisonalen Angeboten Zeitungen, Bücher, Zeitschriften, Blumen- und Gartenbedarf, Hausrat und Geschenkartikel, Elektroartikel/Leuchten/sonstige Haushaltskleingeräte angeboten.

Wertung:

Lebensmittelverkaufsflächen inkl. Zollamtstraße **ohne** Brandenburger Straße/Carl-Euler-Straße/Trippstadter Straße: ca. 5.740 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)

Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner*in: 1,18 m²/EW

Lebensmittelverkaufsflächen inkl. Zollamtstraße **und** Brandenburger Straße/Carl-Euler-Straße/Trippstadter Straße: ca. 8.084 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)

Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner*in: 1,66 m²/EW

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 1,74 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner stark überdurchschnittlich, was sich deutlich auf eine Bündelung von Kaufkraft aus der südlichen Innenstadt, den Wohngebieten Lämmchesberg und dem Universitätswohngebiet sowie dem Stadtteil Dansenberg auswirkt.

Architektur/Erscheinungsbild:

Die an der Brandenburger Straße, Carl-Euler-Straße und der Zollamtstraße anzutreffenden Märkte sind durch die üblichen standardisierten Gebäudetypen mit geringer Gestaltqualität zu beschreiben.

Aussicht:

Da im Wohngebiet Lämmchesberg keine Einzelhandelsbetriebe vorhanden sind, wird sich in räumlicher Nähe zur Brandenburger Straße und zur Zollamtstraße an den auf die Pkw-Erreichbarkeit ausgerichteten Standorten jedoch eine massive Ballung ergeben, da keine innergebietlichen Entwicklungschancen vorhanden sind.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Durch die angesiedelten Einzelhandelsbetriebe an der Zollamtstraße sind die Kerngebietsflächen mittlerweile belegt und werden als Bestandsgebiete ohne Entwicklung dargestellt.

Da im Bebauungsplan „Hauptbahnhof Süd – Zollamtstraße“ keine Verkaufsflächen geregelt sind, existiert hierzu derzeit jedoch keine Steuerung.

Die angesiedelten Einzelhandelsbetriebe nutzen dabei die verkehrsgünstige Lage und haben ein nicht auf die fußläufige Nahversorgung und ein nicht auf die Innenstadtstruktur ausgerichtetes Angebot.

Die an der Brandenburger Straße bzw. Carl-Euler-Straße liegenden Märkte sind weiterhin als Pkw-orientierte Sonderstandorte zu werten und ebenfalls als Bestandsgebiete ohne Entwicklung dargestellt.

Durch die Aufgabe des Schlecker-Marktes in der Trippstadter Straße 125 muss auf die Darstellung eines Zentralen Versorgungsbereichs bzw. Nebenzentrums an diesem Standort künftig verzichtet werden.

7.2.5 Universitätswohnstadt

Ausgehend vom ehemaligen Ortsbezirk „Lämmchesberg/Universitätswohnstadt“ wird hier der Bereich der „Universitätswohnstadt“ beschrieben. Durch die Trippstadter Straße wird die Trennung zum Wohngebiet „Lämmchesberg“ vollzogen.

Im Westen wird die Grenze durch die Hohenecker Straße, im Norden durch die Brandenburger Straße gebildet.



Einzelhandelssteckbrief Universitätswohnstadt:

- 10.842 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
davon ca. 5.963 Einwohnende Uni-Wohnstadt

- Sortimentsschwerpunkte: Nahrungs- und Genussmittel-Grundversorgung

- Betriebsformen:
 - 1 Lebensmitteldiscounter (Lidl, ca. 819 m² VKF)
 - 1 Geschäft mit Backwaren
 - 1 Apotheke
 - 1 Lebensmittelgeschäft
- 1 Blumengeschäft mit Poststelle, Zeitschriften, Tabakwaren

in der Brandenburger Straße/Carl Euler Straße:

- 1 Lebensmittelvollsortimenter (Wasgau, ca. 1.493 m² VKF)
- 1 Lebensmitteldiscounter (Netto, 819 m² VKF)

Der ehemalige Markt an der Trippstadter Straße 115 (VKF 763 m², ehemaliger „Treff“) wurde 06/2013 abgerissen und war schon in der Einzelhandelskonzeption 2009 als Leerstand gerechnet.

Als Dienstleistungen sind 1 Bankfiliale und 1 Zahnarzt vorhanden.

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 899 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner: 0,15 m²/EW

Die o. g. Lebensmittelbetriebe vertreiben als Hauptsortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie-/Parfümerie-/Kosmetikartikel. Als Randsortimente werden mit saisonalen Angeboten Zeitungen, Bücher, Zeitschriften, Blumen- und Gartenbedarf, Hausrat und Geschenk-

artikel, Elektroartikel/Leuchten/sonstige Haushaltskleingeräte angeboten.

Wertung:

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,15 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner unterdurchschnittlich. Bezieht man allerdings lediglich die Lebensmittelverkaufsflächen an der Brandenburger Straße/Carl-Euler-Straße/Trippstadter Straße ein, so ergeben sich bereits ca. 3.211 m² Lebensmittelverkaufsfläche, was einem Wert von 0,54 m²/Einwohner und damit einer deutlichen Überversorgung, entspricht.

Unter Hinzuaddieren der Verkaufsflächen an der Zollamtstraße lässt sich dieser Vergleichswert noch deutlicher herausstellen. Dies zeigt, dass durch die angesiedelten Märkte an der Südtangente eine Bündelung von Kaufkraft aus der gesamten südlichen Innenstadt, den Wohngebieten Lämmchesberg und Universitätswohnstadt sowie dem Stadtteil Dansenberg zu verzeichnen ist.

Architektur/Erscheinungsbild:

Der an der Kurt-Schumacher-Straße vorhandene Markt ist durch die üblichen standardisierten Gebäudetypen mit geringer Gestaltqualität zu beschreiben.

Aussicht:

Durch den „Lidl-Markt“ an der Kurt-Schumacher-Straße und durch die in räumlicher Nähe im Bereich der Brandenburger Straße (Wasgau, Plus) und der Zollamtstraße (Edeka, Penny, Aldi etc.) auf die Pkw-Erreichbarkeit ausgerichteten Standorte, ergeben sich erhebliche Konkurrenzen zu dem in der Universitätswohnstadt gelegenen Lebensmittelgeschäft.

Der an städtebaulich integrierter Lage in der Universitätswohnstadt gelegene Discounter (Treff) hat erwartungsgemäß daher zwischenzeitlich geschlossen.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Die Abgrenzung des „Zentralen Versorgungsbereichs“ gemäß der Einzelhandelskonzeption 2009 soll als Nebenzentrum beibehalten werden.

7.3 Zentren der Stadtteile

7.3.1 Dansenberg

Der im Süden von Kaiserslautern liegende Stadtteil Dansenberg ist über die Landesstraße 502 an die Stadt angebunden.



Einzelhandelssteckbrief Dansenberg:

- 2.550 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte: Grundversorgung
- Betriebsformen März 2021:
 - 1 Geschäft mit Backwaren (Betreiberwechsel in 2011)
 - 1 Blumengeschäft

Gegenüber der Erfassung für die Einzelhandelskonzeption 2009 haben sich folgende Änderungen ergeben:

- Schließung bzw. Leerstand der Drogerie Schlecker, (ca. 162 m² VKF), Mai 2010
Nachnutzung Pflegedienst „Engel der Pflege“ Mai 2011
- Schließung einer Metzgerei (Eckstraße 7), Ende 2010
- Schließung Backshop (Dansenberger Straße 47 a)
- Schließung Getränke (Dansenberger Straße 64)

Neu hinzugekommen sind:

- Apotheke und Friseur (Dansenberger Straße 64)

Neben dem Backwarengeschäft sind als Dienstleistungen zwei Friseure, ein Arzt, ein Zahnarzt, ein Tierarzt und eine Bank in Dansenberg vorhanden.

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca.100 m² (inkl. Bäckerei und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner*in: 0,04 m²/EW

Wertung:

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,04 m²/Einwohner*in ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/

Einwohner unterdurchschnittlich. Der Stadtteil Dansenberg ist rechnerisch unterversorgt.

Aussicht:

Seit 2009 hat sich die Nahversorgung verschlechtert. Durch die massive Konzentration von Einzelhandelsbetrieben im Bereich der Brandenburger Straße und der Zollamtstraße sowie der Universitätswohnstadt an Standorten, die auf den Individualverkehr ausgerichtet sind, dürften nur noch geringe Chancen für eine Verbesserung der Versorgung des Stadtteils Dansenberg bestehen.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Die Abgrenzung des „Zentralen Versorgungsbereichs“ wurde gegenüber der Einzelhandelskonzeption 2009 auf die wesentlichen Konzentrationsflächen reduziert und als Nebenzentrum beibehalten.

7.3.2 Einsiedlerhof

Der Stadtteil Einsiedlerhof erstreckt sich entlang der Landesstraße 395, über die der Stadtteil an die Kernstadt angebunden ist. Durch den Anschluss an die Autobahn A 6 sind die überörtlichen Verbindungen direkt vorhanden.



Einzelhandelssteckbrief Einsiedlerhof:

- 1.328 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte: Grundversorgung

Betriebsformen:

- 1 Geschäft mit Backwaren (Bäckerei mit Café)
- 1 Geschäft mit Wurst- und Fleischwaren

- Lebensmittelverkaufsflächen: 60 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner: 0,05 m²/EW

Wertung:

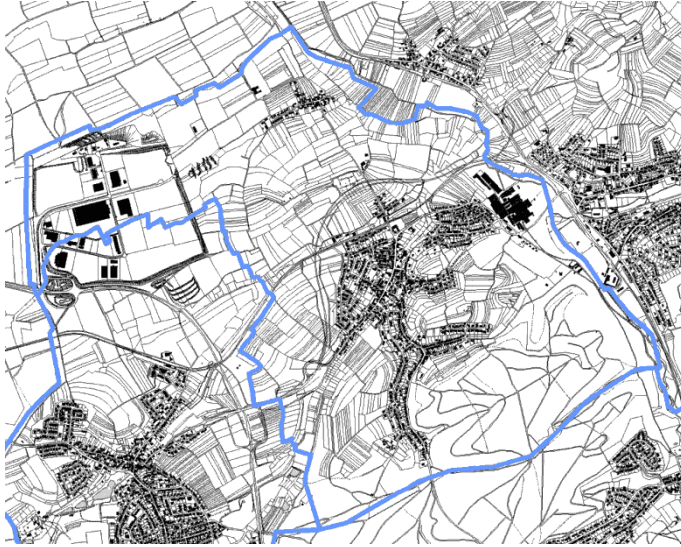
Der Stadtteil Einsiedlerhof ist unterversorgt.

Aussicht:

Seit 2009 hat sich in der Nahversorgung keine Veränderung ergeben. Angesichts der geringen Einwohnerzahl und der großflächigen Angebote in der Merkurstraße erscheinen die Chancen für einen Aufbau von Versorgungseinrichtungen in der Ortslage Einsiedlerhof gering.

7.3.3 Erfenbach

Der Stadtteil Erfenbach liegt nördlich der Kernstadt zwischen dem Stadtteil Siegelbach im Westen und der Gemeinde Otterbach.



Einzelhandelssteckbrief Erfenbach:

- 2.777 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte: Grundversorgung
- Betriebsformen März 2021:
 - Lebensmitteldiscounter/Supermärkte sind nicht vorhanden
 - 1 Geschäft mit Backwaren
 - 1 Geschäft mit Wurst- und Fleischwaren
 - 1 Weinladen
 - 1 Geschenkeladen mit Café

Gegenüber der Erfassung für die Einzelhandelskonzeption 2009 haben sich folgende Änderungen ergeben:

- Schließung Drogeriemarkt Schlecker, (ca. 379 m² VKF)
- Schließung von 2 Geschäften mit Backwaren
- Schließung von 1 Geschäft mit Wurst- und Fleischwaren
- Schließung 1 Apotheke, 1 Friseur, 1 Kiosk, 1 Weingeschäft, 1 Schreibwarengeschäft

Eine wichtige Versorgungsfunktion übernimmt der wöchentliche Obst- und Gemüsemarkt. Als Dienstleistungen sind 2 Friseure und 2 Gaststätten vorhanden. Des Weiteren gibt es 1 Allgemeinmediziner, 1 Zahnärztin, 1 Tierärztin

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 60 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner: 0,02 m²/EW

Zu beachten sind allerdings die Ansiedlungen in der benachbarten Gemeinde Otterbach. Durch das intensive Angebot im Baugebiet Rambusch (Wasgau, ca. 1.200 m² VKF, Lidl ca. 700 m² VKF) sowie verschiedene Märkte entlang der Lauterstraße und Im Brühl (Edeka ca. 550 m² VKF, Penny ca. 500 m² VKF, Netto ca. 800 m² VKF, Aldi ca. 825 m² VKF) mit insgesamt ca. 4.475 m² VKF dürfte hier ein Großteil der Kaufkraft gebunden werden.

Wertung:

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,02 m²/Einwohner ist, isoliert gesehen, im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner stark unterdurchschnittlich. Der Stadtteil Erfenbach ist allein gesehen unterversorgt. Durch die Angebote in Otterbach ist eine Versorgung allerdings lediglich mit dem Pkw gegeben.

Architektur/Erscheinungsbild:

Die in Erfenbach vorhandenen Einzelhandelsnutzungen und Dienstleistungen sind in die örtliche Baustruktur eingefügt.

Aussicht:

Seit 2009 hat sich die Nahversorgung deutlich verschlechtert.

Durch die Ballung von Einkaufsflächen in Otterbach entlang der Bundesstraße B 270 dürften nur geringe Entwicklungschancen gegeben sein. Die Überausweisung mit Einzelhandelsflächen in Otterbach hat bereits einen deutlichen „Speckgürtel“ ermöglicht.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Die Abgrenzung des „Zentralen Versorgungsbereichs“ in der Ortsmitte von Erfenbach wurde auf die vorhandenen Konzentrationen reduziert und als Nebenzentrum beibehalten.

7.3.4 Erzhütten/Wiesenthalerhof

Im Norden der Stadt, westlich der Bundesstraße 270, befinden sich Erzhütten und der Wiesenthalerhof, die den Ortsbezirk Erzhütten/Wiesenthalerhof bilden, eingebettet in die sie umgrenzenden Waldflächen.



Einzelhandelssteckbrief Erzhütten/Wiesenthalerhof:

- 2.551 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Betriebsformen März 2021:
keine Lebensmittelverkaufsflächen
1 Friseur
- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 0 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner: 0 m²/EW

Wertung:

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner stark unterdurchschnittlich. Das Gebiet ist eindeutig unterversorgt.

Aussicht:

Aufgrund der etwas abgeschiedenen Lage und der geringen Einwohnerzahl ist die Ansiedlung eines umfassenderen Lebensmittelangebots schwierig. Neben den Lebensmittelmärkten in der Stadt Kaiserslautern werden hier auch die Märkte der angrenzenden Gemeinde Otterbach zur Versorgung genutzt.

Abgrenzung der Nebenzentren:

In der Einzelhandelskonzeption 2009 war keine Konzentration von Versorgungseinrichtungen enthalten. Auch in der Fortschreibung wird kein Nebenzentrum ausgewiesen. Trotzdem ist die Ansiedlung von Einzelhandelsläden zur Nahversorgung wünschenswert.

7.3.5 Erlenbach

Der Stadtteil Erlenbach liegt im Norden der Stadt Kaiserslautern. Von Morlautern kommend ist er über die Landesstraße 387 an die Gemeinde Otterbach und die Stadt Otterberg angebunden.



Einzelhandelssteckbrief Erlenbach:

- 2.174 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte: Grundversorgung
- Betriebsformen März 2021:
keine Lebensmittelverkaufsflächen

Gegenüber der Erfassung für die Einzelhandelskonzeption 2009 haben sich folgende Änderungen ergeben:

- Schließung 1 Blumengeschäft

Als Dienstleistungen finden sich in Erlenbach 2 Friseure und 1 Kosmetikerin. Des Weiteren sind zwei Ärzte (Internist*innen) in Erlenbach ansässig.

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 0 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner: 0 m²/ EW

Wertung:

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/ Einwohner stark unterdurchschnittlich. Der Stadtteil Erlenbach ist unterversorgt.

Architektur/Erscheinungsbild:

Die vorhandenen Läden sind in die ortsüblichen Baustrukturen integriert.

Aussicht:

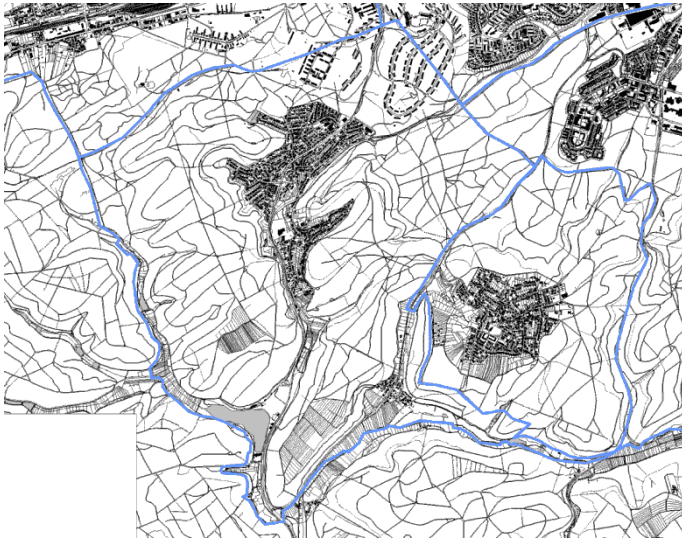
Aufgrund der geringen Einwohnerzahl und der etwas „abgelegenen“ Lage sind keine größeren Entwicklungschancen gegeben.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Die Abgrenzung eines „Zentralen Versorgungsbereichs“ in der Ortsmitte von Erlenbach wurde herausgenommen, da die verbliebenen Betriebe keinen Konzentrationsbereich mehr darstellen und eine Neuansiedlung nicht erwartet werden kann.

7.3.6 Hohenecken

Der Stadtteil Hohenecken liegt im Südwesten des Stadtgebiets. Er ist über die Bundesstraße B 270 an die Landesstraße 395 angebunden.



Einzelhandelssteckbrief Hohenecken:

- 3.631 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte: Grundversorgung, Baustoffe, Autohandel, Tankstelle
- Betriebsformen März 2021:
 - 2 Geschäft mit Backwaren
 - 1 Geschäft mit Wurst- und Fleischwaren
 - 1 Apotheke
 - 2 Kioske, Imbisse

Gegenüber der Erfassung für die Einzelhandelskonzeption 2009 haben sich folgende Änderungen ergeben:

- Schließung 2 Geschäfte mit Backwaren
- Schließung 1 Geschäft mit Wurst- und Fleischwaren
- Schließung 1 Blumengeschäft, 1 Kiosk,

Eine wichtige Versorgungsfunktion übernimmt der wöchentliche Obst- und Gemüsemarkt.

Neben den lebensmittelrelevanten Einzelhandelsbetrieben sind durch eine Tankstelle, ein Autohaus und ein Baustoffhandel Angebote vorhanden.

Aufgrund der in der Tankstelle integrierten Waren aus dem Lebensmittelbereich fungiert diese als ergänzendes Angebot zur Grundversorgung in Hohenecken.

1 Allgemeinarzt, 2 Friseure, 1 Maßatelier

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 60 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner: 0,02 m²/EW

Wertung:

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,02 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner stark unterdurchschnittlich. Der Stadtteil Hohenecken ist unterversorgt.

Architektur/Erscheinungsbild:

Die vorhandenen Läden sind in die örtliche Bebauung integriert.

Aussicht:

Seit 2009 hat sich die Nahversorgung deutlich verschlechtert.

Durch die Größe des Stadtteils Hohenecken ist trotz der Nähe zu den an der Merkurstraße vorhandenen Ballungen von Einzelhandelsflächen ein Fortbestand der verbliebenen Einzelhandelseinrichtungen zu erwarten.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Die Abgrenzung der „Zentralen Versorgungsbereiche“ wurde aufgrund der Reduzierung vorhandener Betriebe gegenüber der Einzelhandelskonzeption 2009 etwas enger gefasst und als Nebenzentrum beibehalten.

7.3.7 Morlautern

Der Stadtteil Morlautern grenzt nördlich an die Kernstadt. Er ist über die Landesstraße 387 mit der Innenstadt und über die Kreisstraße 40 nach Otterbach bzw. über die Landesstraße 387 nach Otterberg angebunden.



Einzelhandelssteckbrief Morlautern:

- 3.059 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte: Grundversorgung
- Betriebsformen März 2021:
 - 2 Geschäfte mit Backwaren
 - 1 Apotheke
 - 1 Kiosk

Gegenüber der Erfassung für die Einzelhandelskonzeption 2009 haben sich folgende Änderungen ergeben:

- Schließung 1 Drogerie (Schlecker und Nachfolgeladen, ca. 395 m² VKF)
- Schließung 1 Bauernladen
- Schließung 1 Geschäft mit Wurst- und Fleischwaren
- Schließung 1 Fischgeschäft
- Schließung 1 Getränkegeschäft
- Schließung 1 Tierhandlung Zierfische

Neben den lebensmittelrelevanten Einzelhandelsbetrieben sind 1 Allgemeinmediziner, 1 Zahnarzt und als Dienstleistung 3 Friseure in Morlautern vorhanden.

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 60 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner: 0,02 m²/EW

Wertung:

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,02 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner stark unterdurchschnittlich. Der Stadtteil Morlautern ist unterversorgt.

Architektur/Erscheinungsbild:

Die vorhandenen Einrichtungen sind in die örtliche Baustruktur eingepasst.

Aussicht:

Seit 2009 hat sich die Nahversorgung deutlich verschlechtert.

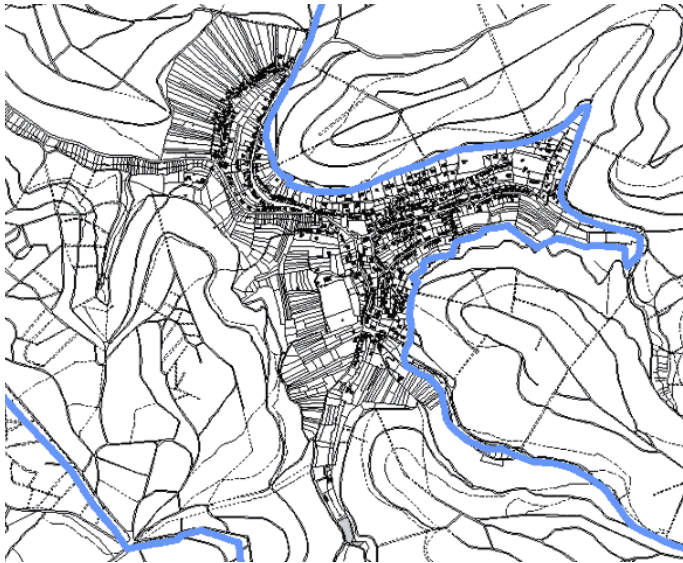
Durch den Bebauungsplan „Neue Straße – Kalkreuthstraße“ wurde eine Baufläche für einen Nahversorgungsbetrieb planungsrechtlich vorbereitet. Die bauliche Umsetzung der Gebietserschließung erfolgt über einen privaten Erschließungsträger.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Die Abgrenzung des „Zentralen Versorgungsbereichs“ bzw. Nebenzentrums gemäß der gesonderten Beschlussfassung im Jahr 2012 wurde kleinräumig angepasst an die im Bebauungsplanverfahren festgelegte Abgrenzung der Bauflächen.

7.3.8 Mölschbach

Der Stadtteil Mölschbach, im Südosten der Stadt gelegen, ist über die Landesstraße 503 nach Nordwesten zur Universitätswohnstadt und durch die Landesstraße 504 nach Nordosten zur Entersweilerstraße angebunden.



Einzelhandelssteckbrief Mölschbach:

- 1.150 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte: Grundversorgung
- Betriebsformen März 2021:
 - 1 Lebensmittelgeschäft
 - 1 Getränkegeschäft

In Mölschbach ist als ergänzende Dienstleistung eine Bankfiliale vorhanden.

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 60 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner*in: 0,05 m²/EW

Wertung:

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,05 m²/Einwohner*in ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner stark unterdurchschnittlich. Der Stadtteil Mölschbach ist unterversorgt.

Aussicht:

Ausgehend von der Größe des Stadtteils sind keine wesentlichen Entwicklungschancen gegeben.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Die Abgrenzung eines „Zentralen Versorgungsbereichs“ wurde zurückgenommen, da weder ein Ansiedlungsdruck erkennbar ist, noch eine räumliche Steuerung erforderlich ist.

7.3.9 Siegelbach

Der Stadtteil Siegelbach markiert den nordwestlichen Rand der Stadt Kaiserslautern. Über die östlich angrenzende Bundesstraße 270 ist er zur Autobahn A 6 und zur Landesstraße 395 in Richtung Innenstadt angebunden.



Einzelhandelssteckbrief Siegelbach:

- 2.667 Einwohnende (Stand: 31.12.2020)
- Sortimentsschwerpunkte: Grundversorgung
- Betriebsformen März 2021:
 - 2 Geschäft mit Backwaren
 - 1 Geschäft mit Wurst- und Fleischwaren
 - 1 Apotheke

Gegenüber der Erfassung für die Einzelhandelskonzeption 2009 haben sich folgende Änderungen ergeben:

- Schließung 1 Lebensmittelgeschäft (Ihre Kette)
- Schließung 1 Geschäft mit Backwaren (Opelstraße)
- Schließung 1 Kiosk
- Schließung 1 Blumengeschäft

- Lebensmittelverkaufsflächen: ca. 90 m² (inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke)
- Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner: 0,03 m²/EW

Die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben wird in Siegelbach durch verschiedene kleinere Dienstleistungen und 1 Friseurladen ergänzt.

Wertung:

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Lebensmittel mit 0,03 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Durchschnitt von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner sehr deutlich unterdurchschnittlich. Seit 2009 hat sich die Nahversorgung verschlechtert.

Bezieht man allerdings die Märkte in Weilerbach ein (Lidl ca. 818 m² VKF, Penny, Wasgau, Netto und Aldi mit je ca. 700 - 800 m² VKF und Spar ca. 600 m² VKF; Gesamt ca. 4.400 m² VKF²²), so relativiert sich dieser Zahlenwert.

Architektur/Erscheinungsbild:

Die in Siegelbach anzutreffenden Einrichtungen sind in die örtliche Bebauung integriert.

Aussicht:

Ausgehend von der Größe des Stadtteils ist eine Verbesserung der Versorgungssituation im Ortskern anzustreben. Bedingt durch die Überversorgung in Weilerbach und einem damit verbundenen deutlichen Kaufkraftabfluss sowie dem mit dem Auto kurzfristig erreichbaren Globus-Markt in der Merkurstraße ergeben sich jedoch nur geringe Entwicklungschancen.

Abgrenzung der Nebenzentren:

Die Abgrenzung der „Zentralen Versorgungsbereiche“ wurde aufgrund der Reduzierung vorhandener Betriebe gegenüber der Einzelhandelskonzeption 2009 ebenfalls reduziert und als Nebenzentrum beibehalten.

²² gem. telefonischer Auskunft der Verbandesgemeindevverwaltung Weilerbach, Herr Gebhardt, vom 07.01.2008

7.4 Fazit der Analyse und Bewertung der Stadtteile und der Wohngebiete

Zusammenfassend aus den vorherigen Kapiteln wird in der nachfolgenden Tabelle die statistische Lebensmittelversorgung für die einzelnen Innenstadtgebiete (alte Ortsbezirke), die Wohngebiete und die Stadtteile dargestellt und die **Entwicklungsleitlinien** dargelegt.

Gebiete	Verkaufsfläche	Entwicklungsleitlinien
Innenstadtgebiete		
Innenstadt Ost	0,44 m ² /EW	Bestandsfestschreibung
Innenstadt Südwest	0,58 m ² /EW	Entwicklungsspielräume für die integrierte Nahversorgung im abgegrenzten Versorgungsbereich (Nebenzentrum)
Innenstadt West/Kotten	0,52 m ² /EW	Bestandsfestschreibung, Entwicklungsspielräume für die integrierte Nahversorgung im abgegrenzten Versorgungsbereich (Nebenzentrum)
Innenstadt Nord/Kaiserberg	0,09 m ² /EW	Entwicklungsspielräume für die integrierte Nahversorgung durch Bebauungsplan eröffnen, Bestandsfestschreibung
Grübentälchen/Volkspark	0,37 m ² /EW	Bestandsfestschreibung, Entwicklungsspielräume für die integrierte Nahversorgung im abgegrenzten Versorgungsbereich (Nebenzentrum)

Für die Innenstadtbereiche ergeben sich deutliche Unterschiede in der Nahversorgung. Insbesondere durch die an den leistungsfähigen Verkehrsstraßen um die Innenstadt angesiedelten Verbrauchermärkte werden die Verkaufsflächen vorgehalten. Generell ist in den integrierten Standorten, d. h. in den Zentren der Wohngebiete, eine Reduzierung der Einzelhandelsversorgung zu verzeichnen. Eine deutliche Unterversorgung besteht in der Innenstadt Nord/Kaiserberg. Hier ist die Ausweisung eines Sondergebiets für den Einzelhandel (nur Nahversorgung) sinnvoll.

Durch eine enge, am aktuellen Bestand orientierte Abgrenzung der Einzelhandelbetriebe an den nicht integrierten Standorten und eine großzügigere Abgrenzung der Nebenzentren in den integrierten Lagen sollen Entwicklungsspielräume in den zentralen Lagen der Wohnstandorte hervorgehoben werden.

Gebiete	Verkaufsfläche	Entwicklungsleitlinien
Wohnsiedlungen		
Bännjerrück/Karl-Pfaff-Siedlung	0,14 m ² /EW	Bestandsfestschreibung
Betzenberg	0,00 m ² /EW	Bestandsfestschreibung
Kaiserslautern-West	0,09 m ² /EW	Bestandsfestschreibung, Entwicklungsspielräume für die integrierte Nahversorgung im abgegrenzten Versorgungsbereich
Lämmchesberg	1,18 m ² /EW	Bestandsfestschreibung
Uni-Wohnstadt	0,15 m ² /EW	Bestandsfestschreibung

Mit der Ausnahme des Bereichs Lämmchesberg, mit seiner am Rande liegenden konzentrierten Einzelhandelsversorgung, liegt die Nahversorgung bei den an die Innenstadt angrenzenden Wohngebieten unter dem bundesdeutschen Referenzwert von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner. Die Verkaufsflächen in der Merkurstraße und im Sondergebiet Mannheimer Straße wurden, ausgehend von deren isolierter Lage, in den oben genannten Zahlen nicht eingerechnet.

Es gilt, die bestehenden Einzelhandelsbetriebe an den integrierten Standorten zu sichern. Dies ist durch die an den leistungsfähigen Verkehrsstraßen um die Innenstadt gebündelten Verbrauchermärkte allerdings erschwert worden.

Ausgehend von der aktuellen Rechtsprechung, wonach Versorgungsbereiche aus vorhandenen Einzelhandelsbetrieben und ergänzenden Dienstleistungen abgeleitet werden müssen, wurden, auch wenn eine Verbesserung der Nahversorgung gewünscht wäre, keine „rein planerischen“ Versorgungsbereiche abgegrenzt. Hervorzuheben bleibt jedoch, dass zumindest die Erhaltung und Ansiedlung von Betrieben des Lebensmittelhandwerks in allen Stadtteilen erwünscht ist.

Gebiete	Verkaufsfläche	Entwicklungsleitlinien
Stadtteile		
Dansenberg	0,04 m ² /EW	Bestandsfestschreibung/Lebensmittelhandwerk erwünscht
Einsiedlerhof	0,05 m ² /EW	Bestandsfestschreibung/Lebensmittelhandwerk erwünscht
Erfenbach	0,02 m ² /EW	Bestandsfestschreibung, Entwicklungsspielräume für die integrierte Nahversorgung im abgegrenzten Versorgungsbereich (Nebenzentrum)
Erlenbach	0 m ² /EW	Bestandsfestschreibung/Lebensmittelhandwerk erwünscht
Erzhütten/Wiesenthalerhof	0 m ² /EW	Lebensmittelhandwerk erwünscht
Hohenecken	0,02 m ² /EW	Bestandsfestschreibung, Entwicklungsspielräume für die integrierte Nahversorgung im abgegrenzten Versorgungsbereich (Nebenzentrum)
Morlautern	0,02 m ² /EW	Bestandsfestschreibung, Entwicklungsspielräume für die integrierte Nahversorgung im abgegrenzten Versorgungsbereich (Nebenzentrum)
Mölschbach	0,05 m ² /EW	Bestandsfestschreibung/Lebensmittelhandwerk erwünscht
Siegelbach	0,03m ² /EW	Bestandsfestschreibung, Entwicklungsspielräume für die integrierte Nahversorgung im abgegrenzten Versorgungsbereich (Nebenzentrum)

Die vorangehende Zusammenstellung für die Stadtteile zeigt bei einem Vergleich mit dem bundesdeutschen Referenzwert von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner, dass die Stadtteile bezüglich der wohnungsnahen Nahversorgung statistisch unterversorgt sind.

Die Entwicklungschancen sind durch die Überversorgung außerhalb der Stadtgrenzen, insbesondere in den Gemeinden Weilerbach und Otterbach, allerdings deutlich eingeschränkt. Hier zeigt sich deutlich das Erfordernis einer **räumlich abgestimmten Einzelhandelsentwicklung über die kommunalen Grenzen** hinweg. Ausgehend von den heutigen Standortanforderungen der Einzelhandelsketten sind hier Verbesserungen, zum Teil nur durch neuartige Ansätze wie z. B. bei dem Konzept der Cap-Märkte oder der Bonus-Märkte erreichbar, da die Einwohnerzahl der Stadtteile unter dem Zielwert von ca. 4.000 Einwohner liegt.

Durch eine großzügigere Abgrenzung der Versorgungsbereiche in den integrierten Lagen, insbesondere in den Ortskernen, sollen die Entwicklungsspielräume in den zentralen Lagen hervorgehoben werden.

Über die in diesem Kapitel vorgenommene statistische Auswertung sind, unabhängig von den ehemaligen Ortsbezirks- und Stadtteilgrenzen, die realen fußläufigen Erreichbarkeiten der Einzelhandelsbetriebe bei der Festlegung der Zentralen Versorgungsbereiche eingeflossen.

8. Analyse und Bewertung der Standorte des großflächigen Einzelhandels

Im folgenden Kapitel werden die Standorte des großflächigen Einzelhandels in den Kern- und Sondergebieten sowie in den für den Einzelhandel relevanten Standorten in den Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten analysiert.

8.1.1 „Pfalz-Boulevard“ bzw. Gewerbegebiet West (Merkurstraße/Denisstraße/Röchlingstraße)

Ausgehend von der Fortentwicklung der Baunutzungsverordnung und in Reaktion auf die Veränderungen der Einzelhandelsstruktur, wurde im Bereich Merkurstraße/Denisstraße/Röchlingstraße durch den einfachen Bebauungsplan „Merkurstraße“ bzw. „Merkurstraße, Äderung 2“ Baurecht in Bezug auf das Thema Einzelhandel geschaffen. Der nunmehr gültige Bebauungsplan, der die Art der baulichen Nutzung regelt, wurde am 21.12.2017 rechtskräftig. Die Art der baulichen Nutzung ist im Westen als „Sondergebiet Einzelhandel“, im mittleren Bereich als „Industriegebiet“ und zum östlichen Gebietsabschluss als „Gewerbegebiet“ festgesetzt.

Die im Bebauungsplan „Merkurstraße, Äderung 2“ vorgenommene Steuerung der Einzelhandelsentwicklung für das Bebauungsplangebiet wurde im Rahmen einer Normenkontrollklage im Wesentlichen bestätigt.

Vorhandene Einzelhandelsbetriebe März 2021: ca. 80.021 m²

Aufgrund der besonderen Situation und detaillierten Abhandlung im vor genannten Bebauungsplanverfahren wird an dieser Stelle auf eine weitere Ausführung und Auflistung der Handelsflächen verzichtet.

8.1.2 Am Opelkreisel und IKEA

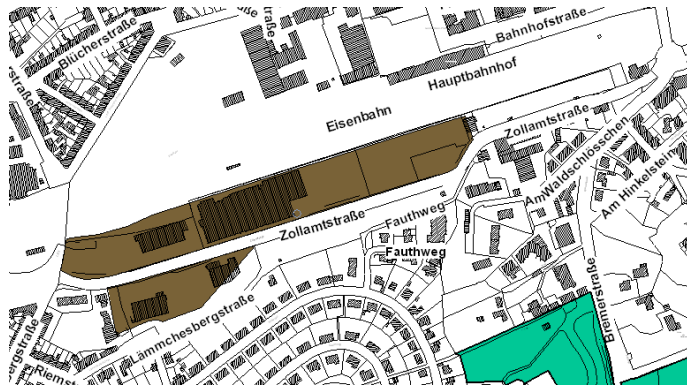
Außerhalb des Bebauungsplangebiets „Merkurstraße“ ist unter der Adresse „Am Opelkreisel“ ein Bau- und Gartenmarkt und ein Möbeleinrichtungshaus vorhanden.

Vorhandene Einzelhandelsbetriebe März 2021: ca. 35.362 m²

Baumarkt	ca. 5.784 m ²
Gartenmarkt	ca. 3.764 m ²
Möbeleinrichtungshaus IKEA	ca. 25.500 m ²
Outlet für Bekleidung	ca. 314 m ²

8.2 Hauptbahnhof – Zollamtstraße und Uni-Park

Zur Entwicklung der Flächen südlich des Hauptbahnhofs im Rahmen des Ausbaus der Zollamtstraße, wurde in früherer Zeit das Baurecht durch den qualifizierten Bebauungsplan „Hauptbahnhof Süd/Zollamtstraße“ geschaffen. Hierbei erfolgte eine Festsetzung der Art der baulichen Nutzung als Kerngebiet nach § 7 BauNVO ohne Einschränkungen bezüglich des Einzelhandels bzw. ohne Begrenzung der Sortimente.



Vorhandene Einzelhandelsbetriebe

Hauptbahnhof – Zollamtstraße März 2020: ca. 8.300 m²

1 Vollsortimenter (Edeka)	ca. 3.378 m ²
2 Discounter (Lebensmittel) (Aldi, Netto)	ca. 2.332 m ²
1 Discounter (Mischsortimente)	ca. 790 m ²
1 Bekleidungsgeschäft (KIK)	ca. 550 m ²
1 Textilfachmarkt (NKD)	ca. 600 m ²
1 Getränkefachmarkt	ca. 650 m ²

Im Bereich des Uni-Parks wurden innerhalb eines Gewerbegebiets zwei Märkte zugelassen.

Vorhandene Einzelhandelsbetriebe

Uni-Park (Carl-Euler-Straße) März 2021: ca. 2.312 m²

Vollsortimenter (Wasgau)	ca. 1.493 m ²
Discounter (Netto)	ca. 819 m ²

8.3 Hohenecker Straße

Entlang der Hohenecker Straße sind zwei Teilbereiche zu beschreiben.



Ein durch einen Bebauungsplan geregeltes Baurecht besteht lediglich im östlichen Bereich der Hohenecker Straße (toom Baumarkt). Mit dem Bebauungsplan „Hohenecker Straße – Karl-Pfaff-Siedlung – Brandenburger Straße“, der am 03.05.2018 rechtskräftig wurde, ist als Art der baulichen Nutzung ein Sondergebiet „Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten und Gewerbe“ festgesetzt worden.

Vorhandene Einzelhandelsbetriebe (östlicher Teil) März 2021: ca. 8.392 m²

Baufachmarkt	ca. 6.616 m ²
Gartenfachmarkt	ca. 1.776 m ²

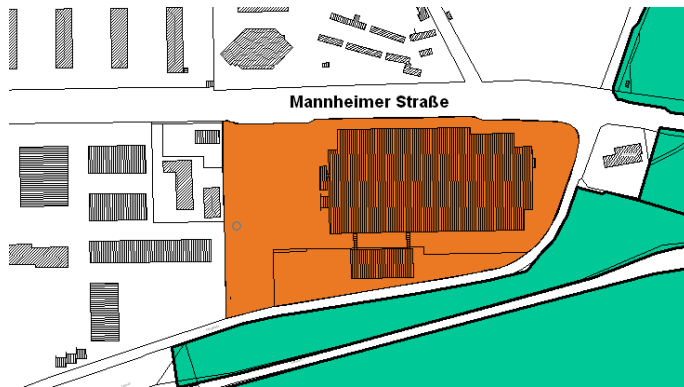
Für den östlichen Bereich an der Hohenecker Straße besteht kein Bebauungsplan. Daher ist § 34 BauGB bzw. der Bestandschutz maßgebend. Im Flächennutzungsplan 2025 ist ein „Sondergebiet Einzelhandel“ im Bestand dargestellt.

Vorhandene Einzelhandelsbetriebe (westlicher Teil) 2018: ca. 5.003 m²

Elektrofachmarkt (Media Markt)	ca. 3.321 m ²
Outdoor Sport Outlet	ca. 187 m ²
Vollsortimenter (Wasgau)	ca. 1.318 m ²
Sonstiges	ca. 177 m ²

8.4 „Pfalz-Center“ (Mannheimer Straße 236)

Im Bereich der Mannheimer Straße wird das Baurecht durch den Bebauungsplan; „Sondergebiet Mannheimer Straße, Änderung 1“ vom 02.02.1995 geregelt. Die Art der baulichen Nutzung ist als „Sondergebiet Einzelhandel“ festgesetzt. Durch die Textliche Festsetzung 1.1.3 ist die Bruttogeschossfläche auf 21.000 m² begrenzt. Hiervon sind maximal 1.750 m² für den Lebensmittelbereich zugelassen. Der übrige Bereich sollt gemäß Bebauungsplan auf die Sortimente Möbel/Baumarkt/Nicht-Lebensmittel aufgeteilt werden. Das Schwergewicht sollt auf Möbel/Baumarkt liegen.



Nach der Nutzung durch Multicenter wurde der Markt von Real übernommen. Im Mai 2006 wurde eine Baugenehmigung zur Aufteilung der Baumarktflächen erteilt, so dass neben dem Lebensmittelmarkt ein Fachmarkt Fox (1.552 m² VKF mit 98% Textil, 2% Hartwaren) und ein Fachmarkt Wurth (2.671 m² VKF Restbestände ohne Angabe der Sortimente) zulässig waren. Hinzugekommen war ein Modemarkt Röther (Textilien, Schuhe, Accessoires) mit ca. 4.237 m² innenstadtrelevanten Sortimenten. Ergänzt wurde das Angebot durch ein Reisebüro, einen Schmuckladen, Backwaren, Bistro und einen türkischen Imbiss.

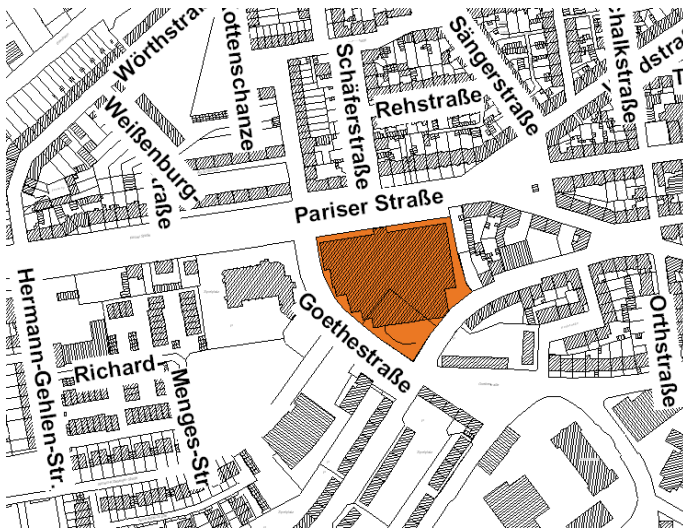
Im Jahr 2010 wurde der Komplex durch die Metro Group übernommen und bis 2011 umgebaut. Dabei wurden die Verkaufsflächen in mehrere Fachmärkte gesplittet.

Vorhandene Einzelhandelsbetriebe März 2021: ca. 15.600 m²

Real Vollsortimenter (Real Mall)	(1.801,84 m ²)	ca. 8.460,00 m ²
Röther Modemarkt		ca. 4.155,37 m ²
Aldi		ca. 953,73 m ²
Rossmann		ca. 745,54 m ²
Depot		ca. 349,10 m ²
Apotheke		ca. 224,73 m ²
Ernsting´s family		ca. 190,10 m ²
Apollo Optik		ca. 147,37 m ²
O2		ca. 51,77 m ²
Vodafone		ca. 68,89 m ²
Shaküterie		ca. 57,05 m ²
Lotto		ca. 50,45 m ²
Blumen Baumann		ca. 78,62 m ²
Barbarossa Bäckerei		ca. 35,00 m ²
Landhof Standl		ca. 35,00 m ²

8.5 Pariser Straße (Kaufland)

Der Standort ist nach § 34 BauGB zu behandeln, da kein Bebauungsplan existiert.



Vorhandene Einzelhandelsbetriebe März 2021:

Vollsortimenter und Randsortimente

ca. 5.166 m²

8.6 Europaallee (PRE-Park)

Durch den Bebauungsplan „Europahöhe“ wird die Nutzung im „PRE-Park“ geregelt. Die überwiegenden Bereiche sind als Gewerbe-, Wohn- und Grünflächen festgeschrieben. Lediglich für Möbel Martin ist ein „Sondergebiet Möbeleinrichtungshaus“ festgesetzt.

Mit der Bebauungsplanänderung „Europahöhe, Änderung 3“ wurden die Verkaufsflächen für das vorhandene Möbeleinrichtungshaus im Jahr 2011 neu festgesetzt, wobei die Erweiterung auf die Kernsortimente ausgelegt ist.

Zur Sortimentsbegrenzung wurde in der Textlichen Festsetzung 1.1.2.1 folgendes geregelt: Nach § 11 Abs. 3 BauNVO ist ein Möbeleinrichtungshaus als großflächiger Handelsbetrieb zulässig, dessen Hauptsortiment aus nicht innenstadtrelevanten Artikeln besteht.

Die in engem Zusammenhang mit dem Kernsortiment stehenden Ergänzungssortimente – Heimtextilien (insbesondere Bettwaren, Bettwäsche, Frottee, Tages- und Schlafdecken; Badezimmergarnituren; Gardinen, Stoffe und Zubehör; Tischwäsche und Kissen – sind maximal bis zu einer Verkaufsfläche von 1.600 m² und das Sortiment Leuchten bis 800 m² zulässig.

Ein branchenzugehöriges innenstadtrelevantes Randsortiment ist des Weiteren bis maximal 1.000 m² zugelassen. Unter diesem Randsortiment werden vor allem Haushaltswaren, Geschenkartikel, Glas, Keramik und Porzellan sowie Bilder und Bilderrahmen zum Verkauf angeboten.

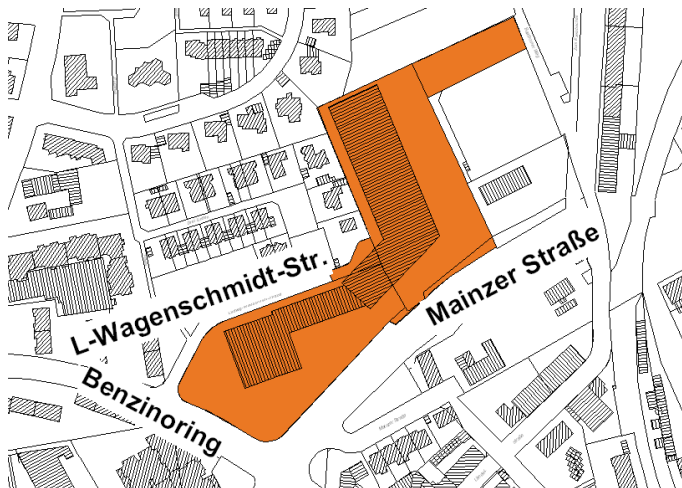


Vorhandene Einzelhandelsbetriebe März 2021: ca. 35.000 m²

Hauptsortiment	ca. 31.600 m ²
Ergänzungssortiment Bettwaren, Bettwäsche	ca. 800 m ²
Ergänzungssortiment Gardinen, Stoffe und Zubehör	ca. 800 m ²
Sortiment Leuchten	ca. 800 m ²
Innenstadtrelevantes Randsortiment wie Hausrat/Geschenkartikel	ca. 1.000 m ²

8.7 Mainzer Straße

Der Bebauungsplan „Mainzer Straße – Benzinoring“ (rechtskräftig seit dem 17.09.1996) enthält für den Bereich des Baumarkts Hornbach Flächen mit der Festsetzung als „Sondergebiet Bau- und Gartencenter“ nach § 11 BauNVO. Eine Sortimentsbegrenzung ist nicht erfolgt.



Vorhandene Einzelhandelsbetriebe März 2021: ca. 7.106 m²

Baumarkt	ca. 5.275 m ²
Gartenmarkt	ca. 1.831 m ²

Innenstadtrelevante Randsortimente haben bislang keinen besonderen Stellenwert.

8.8 Gewerbegebiet Ost (Mainzer Straße, Rotenberg, Hertelsbrunnenring)

Im Gewerbegebiet Ost befinden sich keine Sondergebietsflächen. Dennoch sind dort neben einem breiten Spektrum von Betrieben aus den Bereichen Autohandel und Tankstellen weitere zum Teil kleinflächige Einzelhandelsbetriebe, die in die Gesamtbetrachtung einzustellen sind.

<u>Vorhandene Einzelhandelsbetriebe März 2021:</u>	ca. 4.361 m ²
Lebensmitteldiscounter (Aldi)	ca. 750 m ²
Getränkemärkte (Fristo 344 m ² , Toom 400 m ²)	ca. 734 m ²
Baufachmarkt (Tromsdorf 800 m ²)	ca. 800 m ²
Möbel- und Einrichtungshaus/Küchenstudie (Hemmer)	ca. 420 m ²
Zoo- und Tiermärkte (Vitus Braun 855 m ² , Fressnapf 200 m ²)	ca. 1.055 m ²
Drogeriefachmarkt (dm)	ca. 602 m ²

8.9 Zusammenfassung zu den Standorten des großflächigen Einzelhandels

In den Kern- und Sondergebieten sowie bei den für den Einzelhandel relevanten Standorten in den Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten außerhalb der innerstädtischen Kerngebiete hat sich ein erhebliches „sekundäres Versorgungsnetz“ etabliert, das einerseits die oberzentrale Bedeutung der Stadt Kaiserslautern verstärkt, auf der anderen Seite aber eine erhebliche innerstädtische Konkurrenz bildet.

Eine Abgrenzung als Zentraler Versorgungsbereich wird an keinem der v. g. Standorte als gerechtfertigt angesehen, da die beschriebenen Gebiete überwiegend monofunktional ausgerichtet sind und eine urbane Dichte bzw. Nutzungsmischung mit diversen Dienstleistungen und gastronomischen Angeboten, insbesondere aber die zentrale Lage in einem Wohn-/Mischgebiet, nicht besteht.

9. Analyse der Erreichbarkeiten in Bezug auf die Lebensmittelversorgung

In den folgenden Kapiteln werden die räumlichen Zusammenhänge bei der Lebensmittelversorgung in der Stadt Kaiserslautern näher beleuchtet. Hierbei wird der Blick sowohl von der Angebotsseite (vorhandene, die Struktur prägende Märkte) als auch von der Nachfrageseite (Wohn- und Mischgebiete) dargestellt.

9.1 Zusammenhang Lebensmittelversorgung und Mobilitätsverhalten

Neben der rein quantitativen Auswertung der Flächenanteile des Einzelhandels in einem räumlichen Teilbereich und der Analyse der vorhandenen Sortimente, spielt die räumliche Situation eine wesentliche Rolle, wie ein Einzelhandelsbetrieb angenommen wird und somit gleichzeitig, inwieweit die Nahversorgung eines räumlichen Teilbereichs gesichert ist. Dies wird mit dem Begriff „**Nahmobilität**“ umschrieben.

Mit der Nahmobilität werden Wege erfasst, die aufgrund ihrer geringen Länge überwiegend im Stadtquartier und Stadtteil stattfinden. Generell gelten hierbei Wegelängen bis 1.000 m Distanz, in denen alle Wege potenziell unmotorisiert zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurückgelegt werden können. Gleichwohl gehören auch, ob erwünscht oder nicht, mit dem Pkw erledigte „Versorgungen“ zur Nahmobilität.

Solange die Einkaufswege in einem Bereich bis 1.000 m liegen, werden sie mehrheitlich (60,2 %) zu Fuß zurückgelegt. Bis zu einer Entfernung von fünf Kilometern werden sie zudem auch in nennenswertem Umfang mit dem Fahrrad wahrgenommen. Ab einer Entfernung von 5 km werden acht von zehn Wege für den Versorgungskauf mit dem Auto zurückgelegt.²³ Im Bereich der Innenstädte werden größere Entfernungen neben dem Pkw auch mit dem ÖPNV erledigt.

In der Literatur bzw. in verschiedenen Städten wird die akzeptable Entfernung zwischen Wohnung und Einzelhandelsbetrieb mit einer Brandbreite von 500 m - 1.000 m angegeben.²⁴ Bei einer mittleren Gehgeschwindigkeit von ca. 1,4 m/s²⁵ entspricht dies einer Zeitspanne von ca. 11 bis 23 Minuten, die für die primär unmotorisierte Nahversorgung akzeptiert wird.

Über die reine Erreichbarkeit und Nähe hinaus, bestimmt die Vielfalt der vorhandenen Geschäfte mit ihrem jeweiligen Warenangebot die Nahversorgung entscheidend mit. Alleine mit einem Geschäfte mit Backwaren ist eine Nahversorgung noch nicht abgedeckt. Erst in der Kombination aus Vollsortimenter/Discounter, Geschäfte mit Backwaren bzw. Wurst- und Fleischwaren sowie durch das Vorhandensein von anderen Dienstleistungen wie z. B. Post, Apotheke, Blumengeschäft wird eine ausreichende, hinreichend funktionierende und qualitativ gute Nahversorgung ermöglicht.²⁶

²³ Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes NRW (Hrsg.): „Sicherung von Nahversorgung und Nahmobilität“; is-Trends: Ausgabe 2/07

²⁴ Die akzeptablen Radien betragen gemäß den jeweiligen Einzelhandelskonzeptionen: Stadt Dortmund: 500 m; Bezirksregierung Köln: 700 m; Stadt Erfurt: 600 m.

²⁵ <http://www.innovations-report.de/html/berichte/gesellschaftswissenschaften/bericht-19249.html>; 24.10.2007, Bei einem Vergleich der mittleren Gehgeschwindigkeiten wurden für Frankfurt, Karlsruhe und Passau 1,42 m/s und für Saarbrücken 1,39 m/s ermittelt.

²⁶ Böge, Stefanie und Fuhr, Dagmar; Universität Kassel: „Lebensmittel in der Stadt“; Schlussbericht zu einem Teilprojekt im Forschungsverbund EVALO, 2004

9.2 Erreichbarkeiten aus dem Focus der Angebotsseite

Ausgehend von der Darstellung der strukturprägenden Betriebe der Lebensmittelmärkte mit mindestens 300 m² Verkaufsfläche und der Zuordnung einer 600 m breiten Pufferzone um diese Märkte wurde die Abdeckung der Wohn- und Mischgebiete durch die vorhandenen Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels (blaue Schraffur) visualisiert.

Die Ergebnisse (siehe auch Beilage 3) zeigen, dass, die Standorte der Märkte in der Stadt Kaiserslautern primär verkehrsorientiert ausgerichtet sind. Dies trifft nicht zu auf die Standorte des Lebensmitteleinzelhandels im Citybereich und die Standorten in den Wohngebieten Bännjerrück, Grübentälchen und Betzenberg, die ein entsprechendes Umfeld aufweisen können.

9.3 Erreichbarkeiten aus dem Focus der Nachfrageseite

Durch eine Zusammenfassung der Wohngebiete und der primär wohnlich genutzten Kern- und Mischgebiete (rote Schraffur) kann die Nachfrageseite abgebildet werden. Da eine durchschnittlich akzeptierte Entfernung von 500 m vom Schwerpunkt der Gebiete ausgehen muss, ist lediglich noch ein Pufferbereich um die Wohngebiete von 100 m dargestellt.

Die Ergebnisse der Gegenüberstellung (siehe auch Beilage 3) zeigen, dass die Stadtteile und die Bereiche Fischerrück, Kaiserberg, Lämmchesberg-Süd, Universitätswohnstadt-West, Bännjerrück-Ost, Siedlung „Am Belzappel“ und Grübentälchen-Ost fußläufig nicht in akzeptabler Erreichbarkeit zu den strukturprägenden Lebensmittelmärkten liegen.

Die **unterversorgten Bereiche** sind mit roter Umrandung kartographisch in den Beilagen 3 hervorgehoben.

Die Ergänzungsfunktion, insbesondere des Lebensmittelhandwerks, ist hier von besonderer Bedeutung.

10. Künftige Entwicklungsspielräume

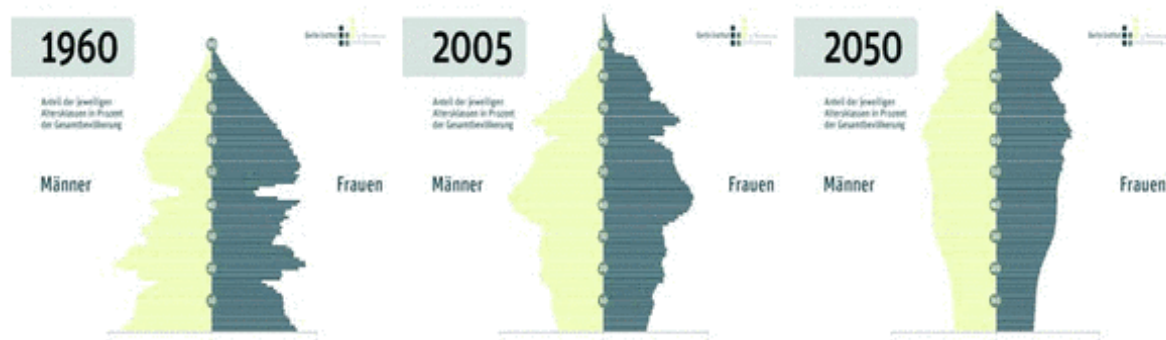
Bei der Bestimmung der Handlungsspielräume der künftigen Entwicklung der Verkaufsflächen spielt die Bevölkerungsentwicklung eine wichtige Rolle. Hierzu sind die Prognosen zur Bevölkerungsentwicklung zu beachten.

10.1 Bevölkerungsentwicklung

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes wird die Bevölkerungszahl in Deutschland von gegenwärtig rund 82 auf rund 65 Millionen im Jahr 2050 absinken. Im Jahr 2050 werden auf 100 Personen im Alter von 20 bis 60 Jahren, 80 über 60-Jährige kommen. Die demographische Entwicklung ist wesentlich durch zwei Merkmale geprägt:²⁷

- durch eine zunehmende Alterung der Bevölkerung, die sich auf Grund des bisherigen Geburtenrückganges auf ein Niveau von etwa einem Drittel unter dem Generationenersatz sowie auf Grund einer steigenden Lebenserwartung ergibt;
- eine sinkende Anzahl und ein abnehmender Anteil Jüngerer einerseits sowie eine steigende Anzahl und ein zunehmender Anteil Älterer an der Gesamtbevölkerung andererseits sind die Folge, besonders durch Zuwanderungen, die in mehreren Phasen erfolgten. Ohne Zuwanderungen wäre die Bevölkerung in Deutschland bereits seit Beginn der 1970er-Jahre zurückgegangen.

Alterspyramiden



Quelle: Berlin Institut

Da sich die Bevölkerungsentwicklung räumlich sehr unterschiedlich ausgestalten wird, sind die zuvor genannten Daten in Bezug zur Region und die Stadt Kaiserslautern zu setzen.

Gemäß der Bevölkerungsvorausberechnung für die Region Westpfalz des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz wird sich in der Stadt Kaiserslautern die Bevölkerung etwas verringern. Hierzu kann auf die Annahmen zur Bevölkerungsentwicklung des Statistischen Landesamtes beziehungsweise des Flächennutzungsplans 2025 der Stadt Kaiserslautern (Kapitel 4.2, S. 49 ff.) hingewiesen werden.

²⁷ Schlussbericht der Enquête-Kommission: „Demographischer Wandel – Herausforderungen unserer älter werdenden Gesellschaft an den Einzelnen und die Politik“, 28.03.2002

Diese Entwicklung wird sich wie folgt auswirken:

- weniger Menschen bewegen sich im Stadtbild, insbesondere in der Innenstadt;
- die technische Infrastruktur, die kulturellen Einrichtungen sowie der öffentliche Personennahverkehr sind zu gering ausgelastet => Folgeprobleme
- geringere Kaufkraft durch weniger Einwohner in der Stadt => erhöhter Leerstand von Läden, da der Betrieb nicht mehr auskömmlich ist,
- geringe Steuereinnahmen für die Stadt => weniger finanzielle Mittel stehen zur Verfügung.

10.2 Kaufkraftentwicklung und Verkaufsflächenpotenziale

Ausgehend von der Prognose der Kaufkraftentwicklung und unter Reaktion auf die vorhandenen Verkaufsflächen wird in einer Einzelhandelskonzeption üblicherweise ausgelotet, wo noch Potentiale zur Entwicklung vorhanden sind. Vor dem Hintergrund der zu erwartenden rückläufigen Bevölkerungsentwicklung müssen hier die Erwartungshaltungen deutlich gesenkt werden.

Bereits seit Jahren sind die Zuwächse der Verkaufsflächen, neben der wohlstandsbedingten Angebotsvergrößerung bei gleichzeitiger Reduzierung der Flächenleistung, Ausdruck eines immer schneller ablaufenden Verdrängungswettbewerbs. Neue, größere, zeitgemäßere Angebote und Betriebe verdrängen dabei jeweils vorhandene Einzelhandelsbetriebe. Darüber hinaus sind die Erwartungen zur Entwicklung der Kaufkraft im stationären Handel u. a. auch wegen der weiterhin anhaltenden Zunahme des Internethandels verhalten.

Weiterhin steigende Energiepreise und damit verbundenen steigende Kosten u. a. für das Wohnen, die Unsicherheiten auf den internationalen Finanzmärkten und steigende Rezessionsängste lassen für die Anteile der Kaufkraft im Einzelhandel auch bei allgemeiner Steigerung der Einkommen nur geringe Spielräume. Die Steigerung Kaufkraft wird daher in der nachfolgenden Tabelle lediglich mit einem Orientierungswert von 0,5% belegt.

Entwicklung der Kaufkraft in Kaiserslautern

Einwohnerzahl 2018 (Stand 31.12.2017)	98.520 EW
Einwohnerzahl 2035; Annahme mittlere Variante	94.609 EW
Annahmen zur Kaufkraftveränderung ab 2018/Jahr	+ 0,50 %
Kaufkraftveränderung 2018 - 2035	6,5 %
einzelhandelsrelevante Kaufkraft/Einwohner 2018	6.394 €
einzelhandelsrelevante Kaufkraft/Einwohner 2035	6.809 €
einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2018	636 Mio. €
einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2035	644 Mio. €
Differenz Kaufkraft 2035 - 2018	- 8 Mio. €
Differenz Kaufkraft 2035 - 2018 in Prozent	ca. -1,2 %

Die zuvor genannten Daten zur Kaufkraftentwicklung basieren auf den Annahmen zur Bevölkerungsentwicklung des Statistischen Landesamtes bzw. dem Flächennutzungsplan der Stadt Kaiserslautern (Kapitel 4.2, S. 49 ff.)

Überträgt man das Marktvolumen der beiden Bezugsjahre auf die in 2018 vorhandenen Marktanteile der jeweiligen Sortimentsgruppen, ergeben sich die nachfolgenden Volumina:

Marktvolumen nach Verkaufsflächenanteilen 2018 der Stadt Kaiserslautern
Märkte, Ladengeschäfte und Lebensmittelhandwerk

Datum: 08.01.2019

	Hauptbranchen	Verkaufsflächen Gesamtstadt		Marktvolumen 2018	Marktvolumen 2035
		abs.	%		
				636,0 Mio €	644,0 Mio €
1	Nahrungs- und Genussmittel und	53.020 m ²	15,59 %	99,2 Mio €	100,4 Mio €
2	Bäcker / Metzger	3.772 m ²	1,11 %	7,1 Mio €	7,1 Mio €
	Bäcker / Metzger (Piktogramm)	1.060 m ²	0,31 %	2,0 Mio €	2,0 Mio €
3	Blumen / Zoo- und Heimtierbedarf	5.139 m ²	1,51 %	9,6 Mio €	9,7 Mio €
4	Drogerie / Parfümerie / Kosmetik und	8.785 m ²	2,58 %	16,4 Mio €	16,6 Mio €
5	Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	2.320 m ²	0,68 %	4,3 Mio €	4,4 Mio €
6	Zeitungen, Bücher, Zeitschriften	4.059 m ²	1,19 %	7,6 Mio €	7,7 Mio €
7	Bekleidung / Wäsche	55.215 m ²	16,24 %	103,3 Mio €	104,6 Mio €
8	Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	9.127 m ²	2,68 %	17,1 Mio €	17,3 Mio €
9 und 10	Gartenbedarf und Baumarktsortimente	9.646 m ²	2,84 %	18,0 Mio €	18,3 Mio €
		34.313 m ²	10,09 %	64,2 Mio €	65,0 Mio €
11	Hausrat / Geschenkartikel	13.371 m ²	3,93 %	25,0 Mio €	25,3 Mio €
12	Spielwaren, Babyausstattung / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	7.691 m ²	2,26 %	14,4 Mio €	14,6 Mio €
13	Sportartikel, Fahrräder und Camping	2.950 m ²	0,87 %	5,5 Mio €	5,6 Mio €
14	Teppiche / Gardinen / Deko / Sicht- und Sonnenschutz	3.643 m ²	1,07 %	6,8 Mio €	6,9 Mio €
15	Bettwaren / Haus- / Tisch- und Bettwäsche	3.626 m ²	1,07 %	6,8 Mio €	6,9 Mio €
16	Möbel	92.311 m ²	27,15 %	172,7 Mio €	174,8 Mio €
17	Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik / PC /	3.402 m ²	1,00 %	6,4 Mio €	6,4 Mio €
18	Kommunikation und	11.685 m ²	3,44 %	21,9 Mio €	22,1 Mio €
19	Foto / Optik / Akustik	2.054 m ²	0,61 %	3,9 Mio €	3,9 Mio €
20	Uhren / Schmuck	2.070 m ²	0,61 %	3,9 Mio €	3,9 Mio €
21	Sonstige Sortimente	10.757 m ²	3,16 %	20,1 Mio €	20,4 Mio €
	Summe	340.016 m²	100,00 %	636,0 Mio €	644,0 Mio €

Quelle: eigene Darstellung

Im Focus der weiteren Entwicklung des stationären Einzelhandels steht weniger die Frage, welche Sortimente noch gebraucht werden oder aktuell unterrepräsentiert sind. Es ist vielmehr die Frage zu stellen, welche Sortimente aufgrund der Verschiebungen durch den Internethandel sich weiterhin stationär bzw. in der Innenstadt stabil halten.

Die vor genannten Daten stellen daher im Wesentlichen eine Bestandsbeschreibung dar.

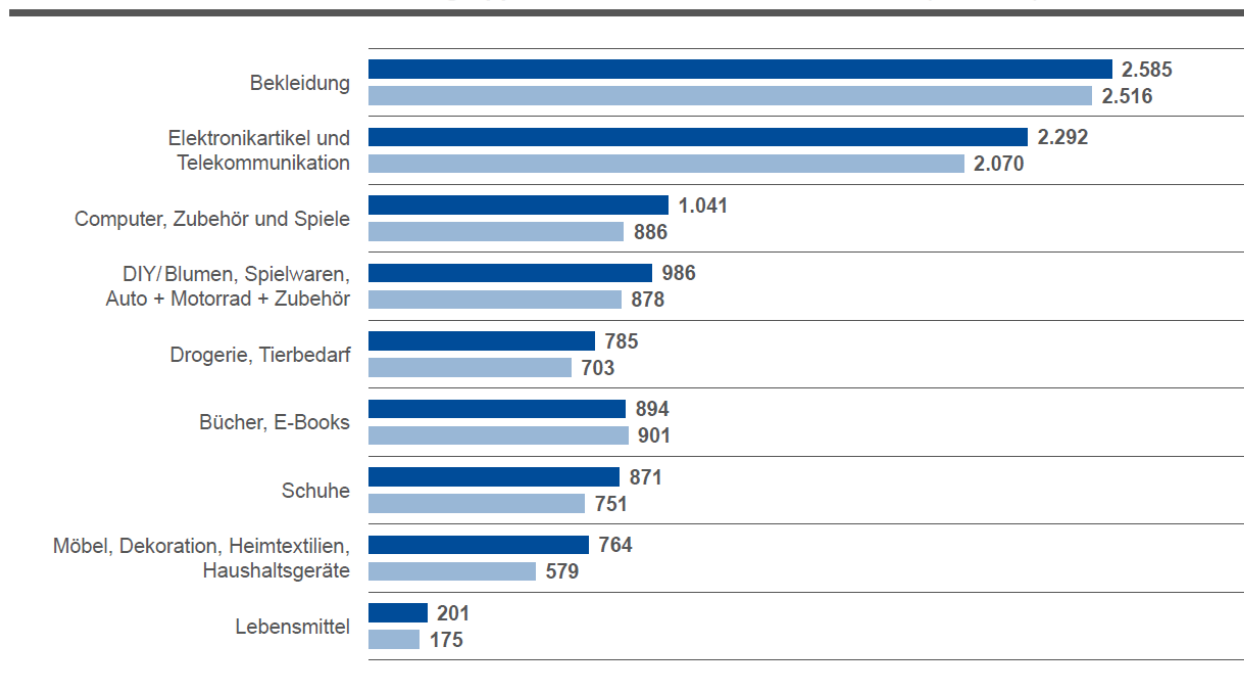
Es gilt insbesondere zu beachten, dass der Internethandel unterschiedliche Bedeutung für die einzelnen Warengruppen hat bzw. unterschiedliche Minderungseffekte auf die stationäre Einzelhandelslandschaft.

So sind nach einer Datenzusammenstellung in den EHI Handelsdaten 2017 insbesondere die Warengruppen Bekleidung, Elektronikartikel und Telekommunikation sehr stark im Internethandel vertreten, was tendenziell eine lokale Schwächung für die Zukunft bedeuten dürfte.

Demgegenüber bleibt der Lebensmitteleinzelhandel noch überwiegend auf den lokalen Verkauf ausgerichtet.

Ebenfalls ist zu beachten, dass immer mehr Einzelhändler zusätzlich über einen Online-Shop verfügen, der das gesamte Sortiment abbildet und dadurch der stationäre Lagen mit kleinerer Verkaufsfläche auskommt. Auch werden bei den Discountern hochpreisige Randsortimente z. T. nicht mehr ausgelegt, sondern mit Prospekt beworben und ohne Präsentation direkt aus dem Lager verkauft.

Die stärksten Warengruppen im Online-Handel nach Umsatz (in Mio. €)



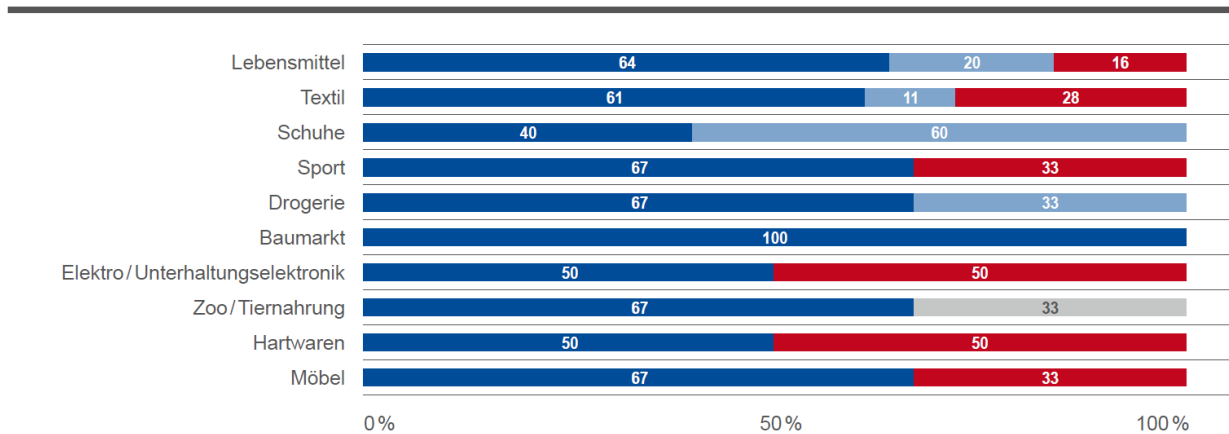
Quelle: EHI Handelsdaten 2017 ■ 1. Quartal 2017 ■ 1. Quartal 2016

Quelle: ILG: „Der Mieter im Focus“ Ausgabe 2017/2018, Abbildung 1.7
EHI Handelsdaten 2017

Bei der Betrachtung der Expansionsbereitschaft nach einzelnen Branchen zeigt sich vor allem im Textileinzelhandel eine rückläufige Entwicklung. Haben in im Jahr 2015 noch mehr als 90% der befragten Textileinzelhändler eine Zunahme der Standorte angenommen, so ist dieser Wert auf 60% gefallen. Ein Viertel der Befragten will sogar Standorte abbauen.

Dagegen sind in der Baumarktbranche Expansionstendenzen auszumachen. Auch in der Lebensmittelbranche werden positive Entwicklungen noch gesehen.

Wie sehen Ihre Expansionsbestrebungen für die Zukunft aus (nach Branchen)?



Quelle: Der Mieter im Fokus 2017 n = 77

■ Anzahl der Standorte wird zunehmen ■ Anzahl der Standorte wird gleich bleiben
 ■ Anzahl der Standorte wird abnehmen ■ Keine Angabe

Quelle: ILG: „Der Mieter im Fokus“ Ausgabe 2017/2018, Abbildung 5.15
 EHI Handelsdaten 2017

10.2.1 Verkaufsflächenprognose der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs

Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel

Die Verkaufsflächen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel summieren sich in Kaiserslautern insgesamt auf ca. 53.020 m² (Stand: März 2021), wovon 44.958 m² in den Märkten und 8.062 m² in den Ladengeschäften vorgehalten werden. Hinzu kommen noch ca. 4.830 m² in Bäckereien und Metzgereien.

Der Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Bereich Nahrungs- und Genussmittel beträgt mit dem Lebensmittelhandwerk ca. 17% des gesamten Einzelhandels der Stadt Kaiserslautern.

Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit 0,59 m²/Einwohner ist im Hinblick auf den bundesdeutschen Referenzwert von 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner deutlich überdurchschnittlich und belegt den Bedeutungsüberschuss der Stadt Kaiserslautern bzw. die anteilige Versorgungsfunktion für das oberzentrale Einzugsgebiet.

Warengruppe Blumen/Zoo- und Heimtierbedarf

Die Verkaufsflächen in der Warengruppe Blumen/Zoo- und Heimtierbedarf summieren sich auf ca. 5.139 m², wobei auch hier mit ca. 3.569 m² ein hoher Anteil in den Märkten angeboten wird. In der Stadt Kaiserslautern sind in der Warengruppe Blumen/Zoo- und Heimtierbedarf vier größere Märkte mit Verkaufsflächen von 700 - 1.200 m² zu nennen.

Der Anteil der Warengruppe Blumen/Zoo- und Heimtiere am gesamten Einzelhandel beträgt ca. 1,5%.

Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik

Die Verkaufsflächen in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik summieren sich auf insgesamt auf ca. 8.785 m². In den Märkten werden davon 4.551 m² abgedeckt.

In der Innenstadt (Untersuchungsbereich Stadtgalerie) ist das Sortiment mit ca. 4.142 m² Verkaufsfläche in den Ladengeschäften vorzufinden.

Der Anteil der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik am gesamten Einzelhandel kann mit ca. 2,6 % beziffert werden.

Warengruppe pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel

In der Warengruppe pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel werden insgesamt Waren auf ca. 2.320 m² Verkaufsfläche angeboten. Der Anteil der Warengruppe pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel am gesamten Einzelhandel in Kaiserslautern beträgt ca. 0,7%.

In der Innenstadt (Untersuchungsbereich Stadtgalerie) ist das Sortiment in den Ladengeschäften mit ca. 1.515 m² Verkaufsfläche abgebildet.

Zusammenfassung für die Warengruppe des kurzfristigen Bedarfs:

Für die Bereiche Nahrungs- und Genussmittel, Blumen/Zoo- und Heimtiere bzw. Drogerie/Parfümerie/Kosmetik wird davon ausgegangen, dass das Kaufkraftpotenzial bereits ausgeschöpft ist und Zunahmen durch Erweiterungen i.d.R. zu weiteren Verdrängungen an anderer Stelle führen.

Bei der Warengruppe pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel und bei dem Zoo- und Heimtierbedarf wird von einer Verkaufsflächenabnahme durch zunehmenden Internethandel ausgegangen.

Demgegenüber dürften die Verkaufsflächen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, bei Blumen und bei der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik weitgehend in der Fläche behaupten.

Es wäre wünschenswert, wenn das Lebensmittelhandwerk sich in den Stadtteilen wieder ausweiten und zu einer fußläufig funktionierenden Nahversorgung in den Wohngebieten beitragen würde. Dies kann allerdings nur bei geänderten Verbraucherverhalten gelingen.

10.2.2 Verkaufsflächenprognose der Warengruppe des mittelfristigen Bedarfs

Warengruppe Bekleidung/Wäsche

Die Warengruppe Bekleidung/Wäsche ist in Kaiserslautern insgesamt auf ca. 55.215 m² (35.510 m² in 2009) angestiegen und erreicht einen Flächenanteil am gesamten städtischen Einzelhandel von ca. 16 % (11,8% in 2009) des Einzelhandels.

Bei der Warengruppe Bekleidung/Wäsche werden durch die Märkte außerhalb der Innenstadt ca. 20.683 m² Verkaufsfläche bereitgestellt.

In der Innenstadt (Untersuchungsbereich Stadtgalerie) ist das Sortiment in den Ladengeschäften auf ca. 34.532 m² Verkaufsfläche vertreten. Sie bilden hier einen wichtigen Anker für den oberzentralen Handel in Kaiserslautern.

Warengruppe Schuhe und Lederwaren

Der Anteil der Warengruppe Schuhe und Lederwaren beträgt zusammengefasst ca. 9.127 m² Verkaufsfläche (8.330 m² in 2009) und kann mit ca. 2,7 % des gesamten Einzelhandels beziffert werden.

Die Verkaufsflächen der größeren Märkte in der Warengruppe Schuhe belaufen sich auf insgesamt ca. 4.680 m² und bilden einen etwa gleichgewichtigen Gegenpart zu den Ladengeschäften in der Innenstadt (Untersuchungsbereich Stadtgalerie) mit ca. 4.447 m² Verkaufsfläche. Sie bilden ebenfalls einen wichtigen Anker für den oberzentralen Handel in Kaiserslautern.

Warengruppe Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)

Bei der Warengruppe Gartenbedarf werden 9.646 m² Verkaufsfläche bereitgestellt. Der Anteil des Gartenmarktsortiments am gesamten Einzelhandel in Kaiserslautern wurde mit ca. 2,9% errechnet.

In den Bau-, Handwerker- und Gartenmärkten in Kaiserslautern sind in der Regel nur geringe Verkaufsflächen in den Randsortimenten zu finden, die als zentrenrelevant eingestuft werden. Allerdings hat in den letzten Jahren mit zunehmender Größe auch der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente zugenommen. Als solche Randsortimente sind hier zu nennen: Hausrat, Bastelartikel, Bilder und Bildrahmen, Elektrowaren, Bekleidung und Schnittblumen.

Warengruppe Bau- und Heimwerkermärkte

Die Verkaufsflächen der Warengruppe Bau- und Heimwerkermärkte summieren sich insgesamt auf ca. 34.313 m², was einem ca. 10%-igem Anteil am städtischen Handel entspricht.

In der Stadt Kaiserslautern sind als großflächige Bau- und Heimwerkermärkte mit über 800 m² Verkaufsfläche die Betriebe toom, Obi, Hornbach, Kopp&Kraus, Fox, Tromsdorf und Raab Karcher zu nennen. Daneben existieren noch mehrere mittlere und kleinere Betriebe. Als Standorte der Baumärkte sind die Sondergebietsflächen im Gewerbegebiet West (Mercurstraße), an der Hohenecker Straße, an der Mainzer Straße sowie in Industrie- und Gewerbegebietsflächen in Stadtrandlage zu nennen.

Die Verkaufsflächen der Warengruppe Bau- und Heimwerkermärkte decken einen regionalen Einzugsbereich ab. Weitere Flächen für Märkte dieser Art werden nicht als erforderlich gehalten, allerdings führt eine zunehmende Sortimentstiefe zu steigenden Flächenbedarfen.

Die Randsortimente dürfen maximal 10% der Verkaufsflächen umfassen.

Warengruppe Hausrat/Geschenkartikel

Die Verkaufsflächen der Warengruppe Hausrat/Geschenkartikel summieren sich auf ca. 13.371 m² Verkaufsfläche. Dies entspricht ca. 4% des städtischen Einzelhandels. Einen erheblichen Anteil der Verkaufsflächen außerhalb der Innenstadt sind als „Randsortimente“ bei IKEA, Möbel Martin, Globus und Real zu finden.

In der Innenstadt ist das Sortiment in den Ladengeschäften mit ca. 5.295 m² Verkaufsfläche vorzufinden und kann damit weiterhin eine wichtige Rolle bei der oberzentralen Ausstattung in der Innenstadt darstellen.

Warengruppe Spielwaren/Babyausstattung/Hobby/Basteln/Musikinstrumente

Die Verkaufsflächen der Warengruppe Spielwaren/Babyausstattung/Hobby/Basteln/Musikinstrumente belaufen sich auf ca. 7.691 m² Verkaufsfläche. Dies entspricht 2,3% des städtischen Einzelhandels.

Davon sind mittlerweile nur noch 1.608 in der Innenstadt vorzufinden. Die Warengruppe Spielwaren/Babyausstattung/Hobby/Basteln/Musikinstrumente wird am umfassendsten im Gewerbegebiet West angeboten.

Warengruppe Sportartikel/Fahrräder und Camping

Die Verkaufsflächen der Warengruppe Sportartikel/Fahrräder und Camping belaufen sich nur noch auf ca. 2.950 m² Verkaufsfläche (5.860 m² in 2009). Der Anteil der Sortimente Sportartikel/Fahrräder und Camping am gesamten Einzelhandel wurde mit ca. 0,9% ermittelt.

Mit 1.788 m² in der Innenstadt kann die Warengruppe Sportartikel/Fahrräder und Camping in der Innenstadt mit einem guten Anteil gehalten werden.

Zusammenfassung für die Warengruppe des mittelfristigen Bedarfs:

Über die Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs hinaus, wird bei den Warengruppen des mittelfristigen und langfristigen Bedarfs die räumliche Ausstrahlung der Einzelhandelsbetriebe immer größer, d. h. es werden mehr Einwohner aus dem Umland angezogen.

Beim stationären Einzelhandel ist von einem Bedeutungsrückgang aufgrund des Internet-handels insbesondere in den Warengruppen Bekleidung/Wäsche, Schuhe und Lederwaren auszugehen. Aber auch bei den Hartwaren sind deutliche Rückgänge zu erwarten.

Bei den Baumarktsortimenten wird von einer Zunahme ausgegangen. Hier sind auch die zunehmenden Sortimente für eine Vergrößerung von Verkaufsflächen verantwortlich.

10.2.3 Verkaufsflächenprognose der Warengruppe des langfristigen Bedarfs

Warengruppe Teppiche/Gardinen/Dekoration/Sicht- und Sonnenschutz

Die Warengruppe Teppiche/Gardinen/Dekoration/Sicht- und Sonnenschutz hält in Kaiserslautern nur noch 3.643 m² Verkaufsflächen bereit (5.700 m² in 2009). Der Anteil dieser Warengruppe am gesamten Einzelhandel wurde mit ca. 1% ermittelt.

Mit ca. 3.132 m² Verkaufsfläche wird die Warengruppe dominierend außerhalb der City präsentiert.

Warengruppe Bettwaren/Haus-, Tisch- und Bettwäsche

Der gesamtstädtische Umfang beträgt durch den Wegfall von Karstadt und Verkleinerungen bei den Standorten Matratzen Concord nur noch ca. 3.626 m² Verkaufsfläche (ca. 4.250 m² in 2009). Die Artikel der Warengruppe Bettwaren/Haus-, Tisch- und Bettwäsche finden sich in Ladengeschäften mit 2.279 m² in der City.

(Hinweis: Die Firma Bettkasten ist weiterhin lediglich unter dem Sortiment Möbel aufgeführt.)

Warengruppe Möbel

Gesamtstädtisch werden ca. 92.311 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Möbel angeboten und damit deutlich mehr als 2009 (65.650 m² Verkaufsfläche). Die Zunahme ergibt sich im Wesentlichen durch die Ansiedlung von IKEA. Der Anteil des Sortiments Möbel am gesamten städtischen Einzelhandel wurde mit ca. 27,2% errechnet.

Die Hauptsortimente von Möbel- und Einrichtungshäusern (Möbel, Küchenmöbel) sind zweifellos als nicht zentrenrelevant anzusehen. Allerdings ist bei den Randsortimenten eine differenzierte Betrachtung vorzunehmen. Als nicht zentrenrelevante Sortimente lassen sich u. a. Teppiche, Bodenbeläge und Beleuchtungskörper benennen. Eine Relevanz für die Innenstadt haben allerdings die Sortimente Haushaltswaren, Heimtextilien, Bettwaren und Geschenkartikel. Vielfach werden die Randsortimente als „Frequenzbringer“ genutzt und sind durch eine damit verbundene aggressive Preispolitik eine deutliche Konkurrenz für die City.

Warengruppen Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik/Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation und Foto/Optik/Akustik

Mit ca. 17.141 m² Verkaufsfläche in Kaiserslautern können die v. g. genannten Warengruppen zusammengefasst einen Anteil von ca. 5 % des gesamten Einzelhandels der Stadt Kaiserslautern einnehmen.

In der Innenstadt/City ist das Sortiment in den Ladengeschäften noch mit ca. 4.935 m² Verkaufsfläche vorzufinden. Die o. g. Sortimente stellen in der Summe daher in der Innenstadt für das Oberzentrum Kaiserslautern nur eine geringe Magnetwirkung in die Innenstadt dar.

Warengruppe Uhren/Schmuck

Die Warengruppe Uhren/Schmuck bietet auf weniger als 2.070 m² Verkaufsfläche ihre Waren an und kann ca. 0,6% des gesamten Einzelhandels belegen. In der Innenstadt ist das Sortiment in den Ladengeschäften mit ca. 1.931 m² Verkaufsfläche vorzufinden.

Warengruppe Sonstiges

Von gesamtstädtisch ca. 10.757 m² Verkaufsfläche kann das Sortiment „Sonstiges“ (z. B. Briefmarken, Münzen, Nippes, Antiquariat sowie diverse Randsortimente in verschiedenen Märkten) in den Ladengeschäften der Innenstadt mit ca. 7.031 m² Verkaufsfläche einen deutlichen Anteil belegen. Der Anteil der Warengruppe „Sonstiges“ am gesamten Einzelhandel beträgt ca. 3,2%.

Zusammenfassung für die Warengruppe des langfristigen Bedarfs:

Über die Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs hinaus, wird bei den Warengruppen des mittelfristigen und langfristigen Bedarfs die räumliche Ausstrahlung der Einzelhandelsbetriebe immer größer, d. h. es werden mehr Einwohner aus dem Umland angezogen.

Die Warengruppen Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik/Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation und Foto/Optik/Akustik stehen in starker Konkurrenz mit dem Internethandel, so dass eine Einschätzung der weiteren Entwicklung mit Unsicherheiten behaftet ist.

Bei den Möbelsortimenten werden aufgrund des hohen prozentualen Anteils am Handelsgeschehen in Kaiserslautern Standortreduzierungen erwartet.

10.3 Sortimentsverteilung in Kaiserslautern

Für die Bewertung der Entwicklungspotenziale des Einzelhandels ist darüber die Verteilung der Sortimente in der Stadt bzw. zwischen der Innenstadt (im Untersuchungsbereich Stadtgalerie) und den sonstigen Bereiche des Einzelhandels von großer Bedeutung.

Hauptbranchen		Verkaufsflächen Märkte/Läden im UB Stadtgalerie		Verkaufsflächen Märkte/Läden außerhalb UB Stadtgalerie	
		abs.	%	abs.	%
1	Nahrungs- und Genussmittel und	10.761 m ²	19,60 %	44.156 m ²	80,40 %
2	Bäcker / Metzger	2.724 m ²	67,23 %	1.328 m ²	32,77 %
	Bäcker / Metzger (Piktogramm)	0 m ²	0,00 %	2.180 m ²	100,00 %
3	Blumen / Zoo- und Heimtierbedarf	716 m ²	15,91 %	3.785 m ²	84,09 %
4	Drogerie / Parfümerie / Kosmetik und	5.175 m ²	49,44 %	5.293 m ²	50,56 %
5	Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	1.465 m ²	58,72 %	1.030 m ²	41,28 %
6	Zeitungen, Bücher, Zeitschriften	3.747 m ²	96,39 %	140 m ²	3,61 %
7	Bekleidung / Wäsche	30.254 m ²	63,48 %	17.408 m ²	36,52 %
8	Schuhe (ohne Sportschuhe) Lederwaren	3.439 m ²	41,74 %	4.800 m ²	58,26 %
9 und 10	Gartenbedarf und Baumarktsortimente	0 m ²	0,00 %	7.870 m ²	100,00 %
11	Hausrat / Geschenkartikel	3.025 m ²	8,92 %	30.883 m ²	91,08 %
12	Spielwaren, Babyausstattung / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	5.738 m ²	56,66 %	4.389 m ²	43,34 %
13	Sportartikel, Fahrräder und Camping	1.306 m ²	16,98 %	6.385 m ²	83,02 %
14	Teppiche / Gardinen / Deko / Sicht- und Sonnenschutz	1.318 m ²	47,31 %	1.468 m ²	52,69 %
15	Bettwaren / Haus- / Tisch- und Bettwäsche	346 m ²	9,96 %	3.132 m ²	90,04 %
16	Möbel	2.278 m ²	66,99 %	1.122 m ²	33,01 %
17	Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik / PC /	3.933 m ²	4,16 %	90.585 m ²	95,84 %
18	Kommunikation und	1.373 m ²	40,88 %	1.985 m ²	59,12 %
19	Foto / Optik / Akustik	1.662 m ²	16,83 %	8.211 m ²	83,17 %
20	Uhren / Schmuck	1.733 m ²	89,17 %	210 m ²	10,83 %
21	Sonstige Sortimente	1.502 m ²	88,82 %	189 m ²	11,18 %
		4.575 m ²	45,43 %	5.496 m ²	54,57 %
Summe		87.072 m²	26,46 %	242.045 m²	73,54 %

Als Einzelhandelsnutzungen für die Innenstadtlagen sind Nutzungen erwünscht, die

- eine hohe Kundenfrequenz erzeugen,
- Kopplungskäufe anregen,
- räumlich (Flächenbedarf!) und gestalterisch (Stadtbild!) integrierbar sind,
- eine hohe Einzelhandelszentralität erzeugen,
- handlich sind (keine schweren, sperrigen Sortimente).

Dem stehen Waren entgegen, die für die städtebaulich nicht integrierten Lagen prädestiniert sind. Im Focus stehen hier schwere und sperrige Waren, die vornehmlich auf den direkten Abtransport mit dem Auto ausgerichtet sind (z. B. Baumärkte, Möbelhäuser).

In der vorstehenden Tabelle werden daher die erfassten Verkaufsflächen je nach Lage in der Innenstadt im Untersuchungsbereich der Stadtgalerie und außerhalb der Innenstadt für die einzelnen Sortimente zueinander ins Verhältnis gesetzt.

Hierbei sind (in 2019) hohe Anteile der nicht zentrenrelevanten Sortimente naturgemäß außerhalb der Innenstadt (s. o.) in Kaiserslautern vertreten. Zu nennen sind hier insbesondere:

- | | |
|---|----------|
| ▪ die Garten- und Baumarktsortimente | ca. 100% |
| ▪ das Möbelsortiment | ca. 95% |
| ▪ die Blumen-/Zoo- und Heimtiersortimente | ca. 85% |
| ▪ die Sortimente Teppiche/Gardinen/Dekoration/
Sicht- und Sonnenschutz | ca. 82% |

Daneben sind (in 2019) allerdings auch die Sortimente mit Innenstadtrelevanz mit z. T. hohen Anteilen außerhalb der Innenstadt angesiedelt.

Zu nennen sind hier insbesondere:

- | | |
|--|-----------------------|
| ▪ die Nahrungs- und Genussmittelsortimente | ca. 84% |
| ▪ die Sortimente Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte | ca. 58% (66% in 2009) |
| ▪ die Sortimente Schuhe und Lederwaren | ca. 53% (48% in 2009) |
| ▪ die Sortimente Bekleidung/Wäsche | ca. 36% (28% in 2009) |
| ▪ die Sortimente Spielwaren, Babyausstattung, Hobby etc. | ca. 83% (61% in 2009) |
| ▪ die Sortimente Foto/Optik/Akustik | ca. 10% |

Im Ergebnis festzuhalten ist, dass auch die zentrenrelevanten Sortimente in erheblichem Maße außerhalb der Innenstadt abgedeckt werden.

Hinweis:

Bei der Zusammenstellung der Sortimentsanteile kann durch die vielfältige Mischung der angebotenen Waren nicht immer eine exakte Zuordnung der Sortimente erfolgen.

Neben der gesonderten Erfassung der einzelnen Mieterflächen in den größeren Fachmärkten (Globus, Real) wurden die Verkaufsflächen von Globus, Real, Möbel Martin und IKEA nach vorliegenden Differenzierungen erfasst. Sonstige Randsortimente wurden nicht separat zugeordnet.

Um das Profil der für den Einzelhandel bedeutsamen Flächen herauszuarbeiten, werden im nachfolgenden die dominierenden Sortimente für die Teilbereiche zusammengefasst. Die farblich bzw. kursiv markierten Sortimente stehen dabei im Konflikt zum Warenangebot der Innenstadt bzw. City.

Innenstadt bzw. City

Innenstadtrelevante Sortimente:

- Nahrung- und Genussmittel, Geschäfte mit Backwaren/Geschäfte mit Wurst- und Fleischwaren
- (Schnitt-)Blumen
- Drogerie/Parfümerie/Kosmetik
- Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel
- Zeitungen, Bücher, Zeitschriften
- Bekleidung/Wäsche
- Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren
- Hausrat/Geschenkartikel
- Spielwaren, Babyausstattung/Hobby/Basteln/Musikinstrumente
- Sportartikel
- Möbel
- Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte
- Unterhaltungselektronik/Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation
- Foto /Optik/Akustik
- Uhren/Schmuck
- Sonstiges (Briefmarken, Münzen, Antiquariat etc.)

Zollamtstraße und Brandenburger Straße

Innenstadtrelevante Sortimente:

- Nahrung- und Genussmittel
- Drogerie/Parfümerie/Kosmetik
- *Bekleidung*

Gewerbegebiet West (Merkurstraße, Denisstraße)

Innenstadtrelevante Sortimente:

- Nahrung- und Genussmittel
- *Bekleidung*
- *Elektro/Leuchten*
- *Unterhaltungselektronik/Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation*
- *Foto/Optik/Akustik*
- *Schuhe, Sportartikel*
- *Hausrat/Geschenkartikel*
- *Spielwaren, Babyausstattung/Hobby/Basteln*
- *Erotik*

Nicht innenstadtrelevante Sortimente:

- Möbel,
- Autohandel, Autozubehör
- Teppiche/Gardinen/Deko/Sicht- und Sonnenschutz
- Fahrräder und Camping

Sondergebiet Mannheimer Straße

Innenstadtrelevante Sortimente:

- Nahrung- und Genussmittel
- Drogerie/Parfümerie/Kosmetik
- *Bekleidung*
- *Schuhe*

Gewerbegebiet Ost

Nicht innenstadtrelevante Sortimente:

- Autohandel, Autozubehör
- Möbel

Mainzer Straße, Hohenecker Straße, Merkurstraße und Opelkreisel

Nicht innenstadtrelevante Sortimente:

- Baumarktsortimente und Gartenartikel

Europaallee (PRE-Park)

Nicht innenstadtrelevante Sortimente:

- Möbel Martin

Innenstadtrelevante (Rand)-Sortimente:

- *Leuchten*
- *Hausrat/Geschenkartikel*
- *Teppiche/Gardinen/Deko/Sicht- und Sonnenschutz*
- *Bettwaren/Haus-/Tisch- und Bettwäsche*

Die Zusammenstellung macht deutlich, dass umfangreiche Konkurrenzsituationen bestehen.

10.4 Entwicklungsansätze für die Sortimente in der Innenstadt

Im Gegenzug ist festzuhalten, welche Branchen in der Innenstadt von Kaiserslautern schwach vertreten sind. Hieraus lässt sich ein Entwicklungsansatz ableiten.

	Hauptbranchen	Abdeckung in der Innenstadt
1	Nahrungs- und Genussmittel	mittlere Abdeckung => geringeres Entwicklungspotenzial
2	Geschäfte mit Backwaren, Geschäfte mit Wurst- und Fleischwaren	mittlere Abdeckung => geringeres Entwicklungspotenzial
3	Blumen/Zoo- und Heimtierbedarf	mittlere Abdeckung => geringeres Entwicklungspotenzial
4	Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	bereits hohe Abdeckung = kein weiteres Entwicklungspotenzial
5	Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	bereits hohe Abdeckung = kein weiteres Entwicklungspotenzial
6	Zeitungen, Bücher, Zeitschriften	bereits hohe Abdeckung = kein weiteres Entwicklungspotenzial
7	Bekleidung/Wäsche	mittlere Abdeckung => noch Entwicklungspotenzial
8	Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	mittlere Abdeckung => noch Entwicklungspotenzial
9	Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)	=> geringeres Entwicklungspotenzial
10	Baumarktsortimente	=> geringeres Entwicklungspotenzial
11	Hausrat/Geschenkartikel	mittel – geringe Abdeckung => Entwicklungspotenzial
12	Spielwaren, Babyausstattung/Hobby/Basteln/Musikinstrumente	mittel – geringe Abdeckung => Entwicklungspotenzial
13	Sportartikel, Fahrräder und Camping	mittlere Abdeckung => geringeres Entwicklungspotenzial
14	Teppiche/Gardinen/Deko/Sicht- und Sonnenschutz	gering Abdeckung => Entwicklungspotenzial
15	Bettwaren/Haus-/Tisch- und Bettwäsche	gering Abdeckung => Entwicklungspotenzial
16	Möbel	=> geringeres Entwicklungspotenzial
17	Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	gering Abdeckung => hohes Entwicklungspotenzial
18	Unterhaltungselektronik/PC/Kommunikation	gering Abdeckung => hohes Entwicklungspotenzial außer Handy/Telekommunikation
19	Foto/Optik/Akustik	gering Abdeckung => hohes Entwicklungspotenzial
20	Uhren/Schmuck	bereits hohe Abdeckung = kein weiteres Entwicklungspotenzial
21	Sonstiges	bereits hohe Abdeckung = kein weiteres Entwicklungspotenzial

10.5 Entwicklungspotenziale Innenstadt

Im Rahmen der Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption 2009 wurden als künftige Entwicklungsflächen die Fläche des „Alten Pfalztheaters“ als innerstädtisches Entwicklungspotenzial festgelegt und auf dieser Grundlage die Realisierung der Stadtgalerie "K in Lautern" vorbereitet.

Mit der Ansiedlung eines „Magneten“ wurde eine funktionale Stärkung der Innenstadt und eine städtebauliche Aufwertung des gesamten Bereichs zwischen Karstadt und der Fruchthalle angestrebt. Mit dem konzentrierten Angebot eines innerstädtischen Einkaufszentrums bzw. einer Shopping-Mall sollte überregionale Aufmerksamkeit erregt und Konsumenten aus einem größeren Einzugsbereich in die Stadt gelockt werden.

Mit der Eröffnung der Stadtgalerie im Frühjahr 2015 konnte diese Zielsetzung umgesetzt werden. Durch das seitdem durchgeführte Monitoring konnten die Auswirkungen auf die Innenstadt dokumentiert werden.

Da durch die allgemeinen Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft weiterhin Leerstände vorhanden sind, werden **keine neuen Entwicklungsflächen** vorgeschlagen. Lediglich die Aufwertung von Bestandsstandorten wird als Entwicklungspotential benannt.

11. Szenarien zur Einzelhandelsentwicklung

Um die Entwicklungsmöglichkeiten im Einzelhandel zu fixieren, wurde in der Einzelhandelskonzeption 2009 das Szenario I "Freie Entfaltung der Kräfte" dem **Szenario 2 "Stärkung Innenstadt/City und der wohnungsnahen Grundversorgung in den integrierten Lagen"** gegenübergestellt und dabei die Vorzüge des Szenarios 2 herausgestellt. Dies soll weiter verfolgt werden.

12. Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Kaiserslautern

Basierend auf den Bestandserhebungen und -analysen der bestehenden städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Strukturen und den Zielvorgaben aus dem LEP IV werden nachfolgend die allgemeinen Ziele für die künftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Kaiserslautern formuliert:

▪ **Sicherung und Stärkung des Einzelhandels in der City/Innenstadt**

entsprechend der oberzentralen Bedeutung der Stadt Kaiserslautern.
Die City ist dabei der Standort mit der höchsten Zentralität.

Hierbei wird die Forderung des Deutschen Städtetags „Strategie pro städtische Zentren“²⁸ aufgegriffen und die **Sicherung und Entwicklung der Innenstadt** eingefordert mit dem Ziel, die Stadt Kaiserslautern als Oberzentrum für die gesamte Region Westpfalz und somit als Dienstleistungs- und Arbeitsplatzschwerpunkt für etwa 520.000 Menschen attraktiv zu halten. Dieses Ziel steht in Einklang mit dem LEP IV.

Dabei wird in der City/Innenstadt ein **Zentraler Versorgungsbereich für die Sicherung der oberzentralen Versorgung** basierend auf den im Flächennutzungsplan 2025 abgegrenzten Kerngebietsflächen und den durch verschiedene Bebauungspläne festgesetzten Kerngebieten abgegrenzt.

²⁸ Deutscher Städtetag: Integration von großflächigen Einzelhandelsbetrieben, Arbeitspapier des Deutschen Städtetags 2004; Seite 8

Neben den Flächen des Zentralen Versorgungsbereichs sind als **Cityergänzungsflächen** die Gebiete mit hoher Konzentration der Ladengeschäfte in den Erdgeschosszonen gekennzeichnet. Diese Ergänzungsflächen sind geeignete Standorte des kleinflächigen, spezialisierten Einzelhandels. Sie sollen nicht für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Warenangebot entwickelt werden. Die Attraktivität des Einzelhandels zeichnet sich hierbei durch eine hohe Quantität der innenstadtbedeutsamen Einzelhandelsflächen (Verkaufsfläche) und eine qualitativ umfassende Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Spezialisierungen) aus.

Eine qualitative Profilierung der City gegenüber umliegender Zentren, die Ansiedlung spezialisierter Sortimente, innovative Angebotsformen und hochwertige Angebotssegmente, die nicht in den Mittelzentren zu finden sind, sollen das Profil der Innenstadt prägen.

▪ **Attraktivitätssteigerung „K in Lautern“**

Mit der Realisierung der Stadtgalerie in der Stadtmitte sind umfangreiche Verkaufsflächen hinzugekommen, insbesondere im modischen Bereich. Die weniger gut vertretenen Sortimente in der Innenstadt, wie Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte, Spielwaren/Babyausstattung/Hobby, ebenso wie regionale Produkte sollten bei der Entwicklung der Innenstadt und der Stadtgalerie Berücksichtigung finden.

▪ **Förderung der Erlebnisqualität der City**

Wie schon mehrfach beschrieben hat die vermehrte Freizeit der Menschen zu einer immer deutlicheren Ausprägung des Erlebnischarakters des Einkaufens geführt. Urbane Freizeitgestaltung und Einkaufen sind daher zu verknüpfen.

▪ **Ergänzung des oberzentralen Angebots durch eine gesteuerte und kontrollierte Einzelhandelsentwicklung an den Standorten in den Sonder-, Industrie-, Gewerbe- und Mischgebieten außerhalb der Innenstadt**

An den Standorten in den Sonder-, Industrie-, Gewerbe- und Mischgebieten außerhalb der Innenstadt sollen Sortimente angeboten werden, die stärker auf den motorisierten Verkehr angewiesen sind (Baumärkte, Gartencenter, Autozubehör, Möbel, Küchengeräte etc.).

Für die Stadt Kaiserslautern ist daher das **räumlich abgestufte Standortprofil weiterzuentwickeln**, das zwischen zentralen, d. h. städtebaulich akzeptierten Lagen und dezentralen, d. h. städtebaulich nicht oder weniger integrierten Lagen unterscheidet. Hierzu wurden die einzelnen Standorte bewertet und eine räumliche Abgrenzung unterschiedlicher Zonen des Einzelhandels vorgenommen (**Standortkonzept**). Dabei konnten die bereits umgesetzten Maßnahmen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung Berücksichtigung finden.

Damit einhergehend wurde, ausgehend von der Analyse der verschiedenen Angebote, in der Innenstadt und den Sonder-, Industrie-, Gewerbe- und Mischgebieten außerhalb der Innenstadt eine Prüfung und Neufestlegung der innenstadtrelevanten Sortimente bzw. nicht innenstadtrelevanten Sortimente abgeleitet (**Sortimentskonzept**).

▪ **Sicherung und Anpassung eines Grund- und Nahversorgungsangebots in relativer Nähe zu den Wohngebieten der Kernstadt und in den Stadtteilen**

Die Sicherung und Stärkung der Grundversorgung in den Wohngebieten bildet, wie auch im LEP IV formuliert, eine weitere fundamentale Grundlage der Konzeption.

Zunächst muss hier die Frage beantwortet werden, was heute unter einer ausreichenden Grundversorgung verstanden wird. Eine Definition hierzu findet sich in Schöning/Borchard²⁹: „Die bestmögliche Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen liegt vor, wenn die Einkaufsmöglichkeiten gut erreichbar sind und bei differenziertem Angebot und ausreichenden Konkurrenzverhältnissen ein chancengleiches Einkaufen für alle soziale Schichten, auch für Menschen ohne Auto, für Behinderte und ältere Leute ermöglichen.“

Neben dem Ziel, die Versorgung der Bewohner in den Wohngebieten der Kernstadt und in den Stadtteilen sicherzustellen, tragen funktionierende Nahversorgungsstandorte erheblich dazu bei, lebendige und belebte Kerne zu gewährleisten, welche gleichzeitig ein Gefühl von sozialer Sicherheit und Zugehörigkeit fördern. Mit der Sicherung der Lebensmittelversorgung geht eine wechselseitige Stabilisierung ergänzender Dienstleistungen (Banken, Versicherungen, Ärzte, Gastronomie, Friseur etc.) einher. Nahversorgungseinrichtungen tragen wesentlich dazu bei, die zentralen Bereiche als Orte der Begegnung zu sichern.

Dabei muss berücksichtigt werden, dass aus der betriebswirtschaftlichen Sicht der Lebensmittelanbieter die nachfolgenden Rahmenbedingungen gefordert werden:

- **Strukturprägender Einzelhandel ab einer Mantelbevölkerung von 4.000 - 5.000 EW,**
- **Markteintrittsgrößen von Lebensmitteldiscounter: 800 - 1.000 m² VKF,**
- **Markteintrittsgrößen von Lebensmittelvollsortimenter: 1.200 - 1.500 m² VKF,**
- **Grundstücksgrößen ab 4.000 m,**
- **verkehrsgünstige Lage, ebenerdig, mindestens 100 Stellplätze.**

Um das Ziel einer bestmöglichen Versorgung zu erreichen, müssen die zuvor genannten „betriebswirtschaftlichen Idealvorstellungen“ jedoch z. T. kritisch hinterfragt werden. Um Nahversorgungseinrichtungen an den integrierten Lagen und damit in akzeptabler Erreichbarkeit zu erhalten und zu entwickeln, sind in vielen Fällen **Kompromisslösungen** erstrebenswert.

Vor allem kann nur bei einer Abkehr von den „Standardlösungen“ der Lebensmittelketten eine städtebaulich angepasste Architektur erreicht werden. Mittlerweile zeigen auch Lösungen der Einzelhandelsketten, dass kleinere Läden und in Gebäudekomplexe integrierte Standorte ihre Berechtigung haben können.

Für die städtischen Teilbereiche lassen sich folgende Versorgungsziele ableiten:

Ziele der Grundversorgung für die Innenstadt

Die Grundversorgung in der Innenstadt soll alle Spektren der Grundversorgung vollständig abdecken.

Ziele der Grundversorgung für die Wohngebiete um die Kernstadt

Um die Grundversorgung in den Wohngebieten um die Kernstadt zu sichern, muss ausgehend von der Nähe zu dem innerstädtischen Angebot, angestrebt werden,

- einen Lebensmittelvollsortimenter/Lebensmittelfachmarkt bzw. mindestens einen Lebensmitteldiscounter sowie ergänzend,
- Anbieter des Lebensmittelhandwerks (Geschäfte mit Backwaren, Geschäfte mit Wurst- und Fleischwaren)

im jeweilig fußläufig erreichbaren Einzugsbereich vorzuhalten.

²⁹ Schöning/Borchard (1992): Städtebau im Übergang zum 21. Jahrhundert, Seite 69 f.

Die weitere Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben im Umfeld der die Innenstadt einfassenden Tangenten bzw. an den Haupteinfahrts- und -ausfahrtsstraßen steht dieser Leitlinie konträr gegenüber.

So wäre eine weitere Entwicklung im Bereich der Trippstadter Straße/Carl-Euler-Straße und Zollamtstraße mit einem Abzug von Kaufkraft u. a. aus den Wohngebieten Lämmchesberg, Universitätswohnstadt sowie für den Stadtteil Dansenberg verbunden. Dies würde in diesen Gebieten zu Kaufkraftverlusten führen, was die Versorgungssicherheit an diesen Standorten gefährden würde.

Ziele der Grundversorgung für die Stadtteile

Um die von der Kernstadt aus nur motorisiert zu erreichenden Stadtteile mit einer Grundversorgung zu sichern, muss angestrebt werden,

- einen Lebensmittelvollsortimenter bzw. Lebensmittelfachmarkt,
- alternativ einen Lebensmitteldiscounter sowie ergänzend,
- Anbieter des Lebensmittelhandwerks (Geschäfte mit Backwaren, Geschäfte mit Wurst- und Fleischwaren) sowie
- weitere ergänzende Einrichtungen (Drogeriemarkt)

im jeweilig fußläufig erreichbaren Einzugsbereich vorzuhalten.

13. Maßnahmen der Einzelhandelskonzeption

Die Attraktivität des Einzelhandels und der Innenstadt sowie der Sonderstandorte kann nicht auf einzelne Faktoren reduziert werden. Vielmehr ist eine ganzheitliche Wahrnehmung der Kunden, Bewohner und Touristen in vielfältigen gegenseitigen Wechselwirkungen für die, auch subjektiv unterschiedliche eingeschätzte, Attraktivität und eine dauerhafte Prosperität maßgebend.



Stadtentwicklungspolitik

13.1 Sortimentsliste Kaiserslautern

Eine Sortimentsliste bildet eine Argumentationshilfe bzw. eine antizipierte Abwägungsgrundlage für die Textlichen Festsetzungen verschiedener Bebauungspläne bei der Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen.³⁰

13.1.1 Begriffsdefinition

Unter einer Sortimentsliste wird eine aus der örtlichen Situation abgeleitete Aufteilung von innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Waren bzw. Warengruppen verstanden.

13.1.2 Sortimentsliste Kaiserslautern

Die nachfolgende Sortimentsliste für die Stadt Kaiserslautern ergibt sich aus der Analyse der lokalen Einzelhandelsstruktur sowie durch die aktuellen Erhebungen und Analysen zur Einzelhandelstruktur in Kaiserslautern.

³⁰ Siehe auch Urteil des OVG Rhld.-Pf. vom 05.11.2007 - 1 C 10962/07: Nach diesem Urteil ist es zutreffend, dass es sich bei dem Begriff der „Zentrenrelevanz“ oder „Innenstadtrelevanz“ um einen in der Praxis und der Rechtsprechung mittlerweile gängigen Begriff handelt. Daraus wird jedoch nicht geschlossen werden, dass es sich damit bereits um einen eine eindeutige Abgrenzung der hierunter zu fassenden Sortimente erlaubenden Begriff handeln würde. Eine allgemein verbindliche, für jedweden Einzelfall einer Bauleitplanung ungeachtet der unterschiedlichen örtlichen Verhältnisse geltende Definition der vorgenannten Begriffe gibt es allerdings nicht. Der Ausschluss innenstadtrelevanter Einzelhandelssortimente wirft daher die Frage auf, ob dem Bebauungsplan ein schlüssiges und widerspruchsfreies Planungskonzept zugrunde liegt. Als ein derartiges Planungskonzept werden in dem Urteil des OVG Rhld.-Pf. ein von der Gemeinde beschlossenes städtebauliches Entwicklungskonzept oder eine sonstige von ihr beschlossene städtebaulichen Planung i. S. des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB benannt, soweit diese im Sinne eines städtebaulichen Einzelhandelskonzepts Aussagen über Zentrale Versorgungsbereiche einschließlich ihrer Sicherung und Entwicklung enthalten.

Die Aufgliederung in innenstadtrelevante und nicht innenstadtrelevante Sortimente für Kaiserslautern wird in der folgenden Liste definiert:

	Hauptbranche	innenstadtrelevante Sortimente	Nicht innenstadtrelevante Sortimente
1	Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	
		Getränke	Getränke in Kisten
		Naturkost/Reformwaren/Bioladen	
		Tabakwaren	
2	Geschäfte mit Backwaren / Geschäfte mit Wurst- und Fleischwaren	Backwaren/Konditorei	
		Wurst- und Fleischwaren	
3	Blumen / Zoo- und Heimtierbedarf	Schnittblumen/Sämereien	Zoologischer Bedarf
4	Drogerie / Kosmetik / Parfümerie	Drogeriewaren, Kosmetika, Körperpflege	
		Parfümerie	
		Wasch-/Putz- und Reinigungsmittel	
5	Pharmazeutische, medizinische u. orthopädische Artikel	pharmazeutische Artikel	
		medizinische Artikel	
		orthopädische Artikel	
6	Zeitungen, Bücher, Zeitschriften	Bücher und Zubehör	
		Zeitschriften	
		Papier, Bürobedarf, Schreibwaren	
7	Bekleidung /Wäsche	Herren-, Damen-, Kinderbekleidung	
		Baby- und Kleinkindertextilien	
		Textilien allgemein	
		Wäsche, Miederwaren, Badeartikel	
		Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren	
8	Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	Schuhe	
		Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile)	
		Kürschnerwaren	
9	Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)		Gartenbedarf
			Gartengeräte
			Pflanzen
10	Baumarktsortimente	Fahrräder und Zubehör	Baustoffe, Bauelemente, Baustoffe
			Kamine/Kachelöfen
			Fliesen
			Maschinen, Elektrowerkzeuge und Zubehör
			Werkzeuge, Schrauben, Kleineisen
			Sanitär-, Installationsbedarf
			Farben, Lacke, Tapeten
			Kinderwagen/Kindersitze
			Küchenmöbel und Zubehör
	Autozubehör/Anhänger		
11	Hausrat / Geschenkartikel	Haushaltswaren	
		Glas, Porzellan, Keramik	
		Schneidwaren, Bestecke	
		Geschenkartikel	

	Hauptbranche	innenstadtrelevante Sortimente	Nicht innenstadtrelevante Sortimente
		Kunstgewerbe/Bilder	
12	Spielwaren, Babyausstattung / Hobby/ Basteln / Musikinstrumente	Spielwaren	
		Hobby, Basteln und Zubehör	
		Handarbeitsbedarf/Kurzwaren	
		Musikinstrumente und Zubehör	
		Künstlerbedarf	
		Waffen, Jagdbedarf	
13	Sportartikel, Fahrräder und Camping	Sportartikel/ Sportgeräte	
		Sportbekleidung	
		Sportschuhe	
		Campingartikel und Zubehör	
14	Teppiche / Gardinen / Deko / Sicht- und Sonnenschutz	Haus-, Heimtextilien, Dekostoffe, Gardinen	Sicht- und Sonnenschutz (Rollläden, Markisen)
			Teppiche
15	Bettwaren/Haus-/Tisch- und Bettwäsche	Bettwaren	Betten und Möbel
		Haus-/Tisch- und Bettwäsche	
16	Möbel	Bilderrahmen	Möbel inkl. Bad-, Garten-, Büro-, und Kinderzimmermöbel
		Einrichtungsbedarf/Dekorationsartikel	Bodenbeläge
17	Multimedia: Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	Elektroartikel	Büromaschinen
		Nicht sperrige Haushaltsgeräte	Große Elektrogeräte (weiße Ware)
		Nähmaschinen und Zubehör	
		Leuchten	
18	Multimedia: Unterhaltungselektronik / PC / Kommunikation	Computer und Zubehör (Hard- und Software)	
		Unterhaltungselektronik/Spielekonsolen	
		Musik, Video, Spiele (CDs, DVDs, Schallplatten, etc.), ohne Verleih	
		Telekommunikation	
19	Multimedia: Foto / Optik / Akustik	Foto, Video und Zubehör	
		Optik	
		Akustik	
20	Uhren / Schmuck	Uhren/Schmuck	
21	Sonstiges	Antiquitäten	
		Briefmarken	
		Münzen	
22	Erotik	Bekleidung, Bücher, Zeitschriften, Videos und CDs, elektrische Kleingeräte, Spielwaren, etc.	

Die in der Einzelhandelskonzeption 2009 eingeführte Sortimentsliste hat sich in der Zwischenzeit bewährt und kann daher weiterhin gelten.

Mit der Definition der Sortimente mit Bedeutung für die Nah- und Grundversorgung soll eine weitere Feinsteuerung für die Zentralen Versorgungsbereiche ermöglicht werden und ein „Abdriften“ von für die City bzw. Innenstadt bedeutsamen Funktionen in Randzonen ausgeschlossen werden.

Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente:

	Hauptbranche	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
1	Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	
		Getränke	Getränke in Kisten
		Naturkost/Reformwaren/-Bioladen	
		Tabakwaren	
2	Backwaren / Wurst- und Fleischwaren	Geschäfte mit Backwaren/Konditorei	
		Geschäfte mit Wurst- und Fleischwaren	
3	Blumen / Zoo- und Heimtierbedarf	Schnittblumen/Sämereien	Zoologischer Bedarf
4	Drogerie / Kosmetik / Parfümerie	Drogeriewaren, Kosmetika, Körperpflege	
		Parfümerie	
		Wasch-/Putz- und Reinigungsmittel	

13.2 Gesamtstädtische Zonierung des Einzelhandels

Als wesentliche Strategie zur Steuerung des Einzelhandels sind eine eindeutige Standortqualifizierung einzelhandelsrelevanter Gebiete und deren rechtsverbindliche Festsetzungen durch entsprechende Bebauungsplan- bzw. -änderungsverfahren notwendig.

Um die städtebauliche Zielsetzung, insbesondere die Erhaltung der Attraktivität und der Einzelhandelsfunktionen der City/Innenstadt zu gewährleisten, müssen in anderen Bereichen der Stadt Beschränkungen des Einzelhandels vorgenommen werden (siehe hierzu: Urteil des OVG Münster vom 13.05.2004 – AZ: 7a D 30/03.NE). Das Stadtgebiet wird hierzu in fünf Zonen unterteilt (siehe Beilage 10).

Zone 1

Der (ober)zentrale Einzelhandelschwerpunkt der Stadt Kaiserslautern, die City/Innenstadt bildet die Zone 1. Hier ist Einzelhandel in jeglicher Form zulässig. Die innenstadtrelevanten Sortimente sollen auf den Bereich der Zone 1 konzentriert werden.

Die Zone 1 umfasst die Kerngebietsflächen in der Stadtmitte (Abgrenzung gemäß dem einfachen Bebauungsplan „Kerngebiet Innenstadt“).

Faktisch bestehen neben den Kerngebieten noch Sondergebiete, in denen großflächiger Handel z. T. auch mit innenstadtrelevanten Waren existiert. Erweiterungen müssen hier vermieden werden. Es soll angestrebt werden, die Warengruppen auf nicht innenstadtrelevante Sortimente zu verlagern und die Flächen gemäß den Festlegungen der Zone 2 zu entwickeln.

Im Focus der Verbesserung der Angebote in den Kerngebieten der Innenstadt stehen hier Optimierungen der Verkaufsflächen z. B. durch Flächenzusammenlegung und betriebliche sowie organisatorische Maßnahmen zur Verbesserung der Attraktivität.

Festsetzung:

Art der baulichen Nutzung: Kerngebiete nach § 7 BauNVO bzw. Sondergebiete nach §11 BauNVO mit einer jeweiligen Konkretisierung der zulässigen Nutzung bezogen auf einzelne Einzelhandelsbranchen als Hauptsortimente und Definition der zulässigen Neben- und Randsortimente.³¹

³¹ Urteil des BVerwG vom 03.04.2008 - 4 CN 3/07: Gemäß aktueller Rechtsprechung unterliegt die Gemeinde bei der Festsetzung von Sondergebieten nach § 11 BauNVO geringeren Beschränkungen als bei der Festsetzung von Baugebieten nach den §§ 2 bis 9 BauNVO. Die „Definitions macht“ darüber, welche Anlagen zulässig oder ausnahmsweise zulassungsfähig sind, liegt bei ihr. Sie kann auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung über die Möglichkeiten hinaus, die § 1 Abs. 4 Satz 1 Nr. 2 und Abs. 9 BauNVO bieten, näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen (siehe auch Urteil vom 28. Februar 2002 - BVerwG 4 CN 5.01). Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen (siehe auch Urteil vom 27. April 1990 - BVerwG 4 C 36.87). Dabei hat die Gemeinde die Möglichkeit, die höchstzulässige Verkaufsfläche für das jeweilige Grundstück im Bebauungsplan in der Form festzusetzen, dass die maximale Verkaufsflächen-größe im Verhältnis zur Grundstücksgröße durch eine Verhältniszahl (z. B. 0,3/0,5 etc.) festgelegt wird, sofern dadurch die Ansiedlung bestimmter Einzelhandelsbetriebstypen und damit die Art der baulichen Nutzung im Sondergebiet geregelt werden soll. Nicht gestattet ist der Gemeinde jedoch, durch eine betriebsunabhängige Festsetzung von Verkaufsflächenobergrenzen für alle im Sondergebiet ansässigen oder zulässigen Einzelhandelsbetriebe das System der vorhabenbezogenen Typisierung zu verlassen.

Zone 1a Cityergänzungsbereich

Um die Kerngebietsflächen in der City/Innenstadt finden sich Einzelhandel und Dienstleistungen mit spezialisierten Angeboten, die die oberzentralen Angebote ergänzen. In diesen **Übergangsbereichen**, die als **Zone 1a** bezeichnet wird, sind Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten sinnvoll, die eine geringere Flächenproduktivität besitzen, jedoch einen oberzentralen Einzugsbereich benötigen. Allerdings sollen aufgrund der städtebaulichen Randbedingungen nur nicht großflächige Betriebe zugelassen werden.

In die Zone 1a fallen der Altstadtbereich, das Umfeld der Burgstraße zwischen Stadtgalerie und Kammgarngelände, Flächen entlang der Pariser Straße und Königstraße bis zum Pfaffplatz sowie die Richard-Wagner-Straße mit einem Teilbereich der Pirmasenser Straße.

Zone 2

Ergänzungsstandorte für den großflächigen nicht innenstadtrelevanten Bereich sollen neben der Kernstadt (Zone 1) in den eigens ausgewiesenen **Sondergebieten für den Einzelhandel (Zone 2)** mit einer Begrenzung der Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Randsortimente, in der Regel auf 10 % bzw. max. 400 m² (insbesondere Fachmärkte), begrenzt werden.

- Im Bereich der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel wurden die bereits bestehenden Gebiete planerisch festgeschrieben:
 - Standort „Globus“ in der Merkurstraße
 - Standort „Real“ in der Mannheimer Straße und
 - Standort „Kaufland“ in der Pariser Straße
- Im Bereich der Sortimentsgruppe Baumarktsortimente:
 - Standort „toom“ in der Hohenecker Straße
 - Standort „Hornbach“ an der Mainzer Straße und
 - Standort „Obi“ am Opelkreisel
- Für die Sortimente Möbel:
 - Standort „Möbel Martin“ im PRE-Park

Maßnahmen:

Damit in der Zone 2 durch Angebote mit innenstadtrelevanten Randsortimenten keine übermäßige Konkurrenz zur Zone 1 entsteht, sind Einschränkungen der Sortimente und Flächenbegrenzungen durch Aufstellungen/Änderungen der Bebauungspläne zu prüfen.

Die Standorte in der Merkurstraße, im PRE Park und an der Hohenecker Straße sind zwischenzeitlich baurechtlich gesteuert.

Standardfestsetzung:

Art der baulichen Nutzung: Sondergebiet nach § 11 BauNVO

Allgemein zulässig sind:

Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten. Die Definition der innenstadtrelevanten Sortimente ist durch die in der Einzelhandelskonzeption 2009/2020 enthaltene Sortimentsliste festgelegt. Innenstadtrelevante Randsortimente können mit maximal 10% der Verkaufsfläche, jedoch maximal mit 400 m² Verkaufsfläche zugelassen werden.

Für die einzelnen Sondergebiete ist eine jeweilige Konkretisierung der zulässigen Nutzung, bezogen auf einzelne Einzelhandelsbranchen, als Hauptsortimente und Definition der zulässigen Neben- und Randsortimente sinnvoll.

Zone 3

Sondergebieten für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel wird nur der Bestandsschutz gewährt. In der **Zone 3** sind jedoch die innenstadtrelevanten Sortimente komplett ausgeschlossen; die **nicht innenstadtrelevanten Sortimente** werden nur im Rahmen des **Bestandsschutzes** zugelassen. Eine Prüfung der Auswirkungen von Nutzungsänderungen ist im Einzelfall grundsätzlich erforderlich (Lärm, Erschließungssituation, Auswirkungen auf die Innenstadt etc.).

Maßnahmen:

Damit in der Zone 3 durch großzügige Angebote mit innenstadtrelevanten Randsortimenten keine übermäßige Konkurrenz zu den Zonen 1 und 2 entsteht, sind Einschränkungen der Sortimente und Flächenbegrenzungen durch Änderung der Bebauungspläne zu prüfen.

Standardfestsetzung:

Art der baulichen Nutzung: Sondergebiet nach § 11 BauNVO

Allgemein zulässig sind:

Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten. Die Definition der innenstadtrelevanten Sortimente ist durch die in der Einzelhandelskonzeption 2009/2020 enthaltene Sortimentsliste festgelegt. Innenstadtrelevante Sortimente sind auch als Randsortiment nicht zugelassen.

Für die einzelnen Sondergebiete ist eine am Bestand orientierte Genehmigungspraxis für Bauvorhaben sinnvoll, die eine enge Festlegung der zulässigen Nutzung und Sortimente beinhaltet.

Zone 4

In der **Zone 4** wird ein Vollausschluss von Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Randsortimenten und ein **Ausschluss von nicht innenstadtrelevantem Einzelhandel über 800 m² Verkaufsfläche** in Gewerbegebieten und gewerblich geprägten Mischgebieten festgelegt.

Nahversorgungsbetriebe in integrierter Lage sind in den Zonen 2 und 4 (Wohngebiete und Ortsteile) zulässig bis zur Grenze der Großflächigkeit (800 m² Verkaufsfläche). Ausnahmsweise können Vollsortimenter mit bis zu 1.200 m² zugelassen werden.

Maßnahmen:

Durch die Änderung der entsprechenden Bebauungspläne kann, unter Beachtung des Bestandsschutzes, eine weitere Ansiedlung von Einzelhandel auf Gewerbe- und Mischgebietsflächen verhindert werden.

Standardfestsetzung:

Art der baulichen Nutzung: Gewerbegebiete nach § 8 BauNVO und Industriegebiete nach § 9 BauNVO sowie Mischgebiete nach § 6 BauNVO

Gemäß §1 Abs. 9 BauNVO sind Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten nicht zugelassen. Die Definition der innenstadtrelevanten Sortimente ist durch die in der Einzelhandelskonzeption 2009 enthaltene Sortimentsliste festgelegt.

Gemäß §1 Abs. 9 BauNVO sind Einzelhandelsbetriebe, die der Nahversorgung dienen und ein nicht innenstadtrelevantes Sortiment aufweisen, bis zu einer Größe von 800 m² Verkaufsfläche zulässig. Ausnahmsweise können Vollsortimenter mit bis zu 1.200 m² zugelassen werden.

Zone 5

In der **Zone 5** wird ein **Vollausschluss von Einzelhandel** mit innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevantem Einzelhandel in Gewerbegebieten und gewerblich geprägten Mischgebieten festgelegt.

In die Zone 5 fallen alle sonstigen Gewerbe- und Mischgebiete, um hier, durch die „Verdrängung“ des i. d. R. einen höheren Bodenpreis bezahlenden Einzelhandels, das Handwerk und die Industrie zu stärken. Gleichzeitig wird hierdurch an nicht integrierten Lagen der Einzelhandel ausgeschlossen und somit eine Lenkung des Einzelhandels auf integrierte Standorte zur Stärkung einer auch fußläufig funktionierenden Nahversorgung erwirkt.

Maßnahmen:

Durch Änderung der entsprechenden Bebauungspläne kann, unter Beachtung des Bestandsschutzes, eine weitere Ansiedlung von Einzelhandel auf Gewerbe- und Mischgebieten verhindert werden.

Standardfestsetzung:

Art der baulichen Nutzung: Gewerbegebiete nach § 8 BauNVO und Industriegebiete nach § 9 BauNVO sowie Mischgebiete nach § 6 BauNVO

Gemäß §1 Abs. 5 BauNVO sind Einzelhandelsbetriebe nicht zugelassen. Ausnahmsweise kann Einzelhandel im Zusammenhang mit sonstigen gewerblichen Tätigkeiten als untergeordnete Nutzung zugelassen werden.

Die gesamtstädtische Gliederung lässt sich in der folgenden Tabelle zusammenfassen:

Zonierung	großflächige Einzelhandelsbetriebe	Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe	Innenstadtrelevante Sortimente	nicht innenstadtrelevante Sortimente
Zone 1	Ja	Ja	Ja	Ja
Zone 2	Ja, für nicht innenstadtrelevante Sortimente	Ja, für nicht innenstadtrelevante Sortimente	lediglich als Randsortiment	Ja
Zone 3	Nein bei Innenstadtrelevanten Sortimenten; für nicht innenstadtrelevante Sortimente nur als Bestandschutz	Ja, für nicht innenstadtrelevante Sortimente	Nein	Ja Nur als Bestandschutz bei Großflächigkeit
Zone 4	Nein	Nur bis 800 m ² für nicht innenstadtrelevante Sortimente	Nein, auch für Randsortimente	Nur bis 800 m ²
Zone 5	Nein	Nein, lediglich einer gewerblichen Tätigkeit untergeordnet zulässig	Nein	Nein, lediglich einer gewerblichen Tätigkeit untergeordnet zulässig

13.2.1 Analyse bestehender Baurechte

Als Vorbereitung der Zonierung waren zunächst die vorhandenen Baurechte zu analysieren. Diese Analyse ist nachfolgend zusammengestellt.

Bewertung der für den Einzelhandel relevanten Sondergebiete

Bebauungsplan „Merkurstraße, Änderung 2“; hier: Teilbereich Sondergebiet:
durch ergänzendes Verfahren rechtskräftig seit dem 21.12.2017

Wertung:

Durch das Änderungsverfahren 2 i.V.m. dem durchgeführten ergänzenden Verfahren sind die Zielsetzungen aus der Einzelhandelskonzeption 2009 umgesetzt worden. Es besteht daher kein weiterer Handlungsbedarf zur Einzelhandelssteuerung.

Handlungsbedarf:

Das Gebiet kann daher als Bestandsgebiet mit umgesetzter Einzelhandelssteuerung beschrieben werden.

Bebauungsplan „Sondergebiet Mannheimer Straße“:

rechtskräftig: 02.02.1995

Begrenzung des Einzelhandels durch die Textlichen Festsetzungen 1.1.3

Wertung:

Das Gebiet an der Mannheimer Straße 236 wird heute mit einem Vollversorger und verschiedenen Fachmärkten als „Pfalz-Center“ (REAL) betrieben. Die in den Textlichen Festsetzungen definierten Obergrenzen sind durch die aktuellen Genehmigungen ausgeschöpft.

Handlungsbedarf:

Das Gebiet kann als Bestandsgebiet mit vorhandener Einzelhandelssteuerung beschrieben werden, da durch die Ausschöpfung der Obergrenzen im Rahmen des Bestandsschutzes keine Flächenerweiterungen mehr zulässig sind.

Bereich Sondergebiet Möbel Martin; Bebauungsplan „Europahöhe“:

rechtskräftig: 13.01.2000

Wertung:

Das Gebiet ist der Zone 2 zuzuordnen. Die Textlichen Festsetzungen sind auch in Bezug auf die Randsortimente klar gefasst. Eine weitergehende Einschränkung der Randsortimente lässt der Bestandsschutz nicht zu.

Handlungsbedarf:

Das Gebiet kann als Bestandsgebiet mit umgesetzter Einzelhandelssteuerung beschrieben werden, da durch die Ausschöpfung der Obergrenzen im Rahmen des Bestandsschutzes keine Flächenerweiterungen zulässig sind.

Bebauungsplan „Hauptbahnhof Süd/Zollamtstraße“

rechtskräftig: 04.11.2000

Für die Kerngebietsflächen sind keine Verkaufsflächenbegrenzungen festgesetzt.

Handlungsbedarf:

Das Gebiet kann durch die bestehenden Nutzungen als Bestandsgebiet angesehen werden. **Eine bauplanungsrechtliche Einzelhandelssteuerung ist erforderlich, da bislang keine Verkaufsflächenbegrenzungen festgelegt sind.**

Bebauungsplan „Hohenecker Straße – Karl-Pfaff-Siedlung – Brandenburger-Straße“

(Teilbereich des Bebauungsplans „Südtangente Querspange“):

rechtskräftig: 03.05.2018

Mit der Teilüberplanung des Bebauungsplans „Südtangente Querspange“ durch das o. g. Verfahren wurden Regelungen zur Steuerung des Einzelhandels für den betreffenden Teilbereich fixiert.

Handlungsbedarf:

Das Gebiet kann daher als Bestandsgebiet mit Einzelhandelssteuerung beschrieben werden.

Bewertung der für den Einzelhandel relevanten GI, GE und MI-Gebiete

Bebauungsplan „Merkurstraße, Änderung 2“

hier: Teilbereich Industrie- und Gewerbegebiet:

durch ergänzendes Verfahren rechtskräftig seit dem 21.12.2017

Wertung:

Durch das Änderungsverfahren 2 i.V.m. dem durchgeführten ergänzenden Verfahren sind die Zielsetzungen aus der Einzelhandelskonzeption 2009 umgesetzt worden. Es besteht daher kein weiterer Handlungsbedarf zur Einzelhandelssteuerung.

Handlungsbedarf:

Das Gebiet kann daher als Bestandsgebiet mit umgesetzter Einzelhandelssteuerung beschrieben werden.

Bebauungsplan Europahöhe bzw. PRE Park:

rechtskräftig: 13.01.2000

Wertung:

Nach § 1 Abs. 5 BauGB sind in allen Gewerbegebieten Gewerbebetriebe ausgeschlossen, die als Einzelhandelsbetriebe geführt werden. Dadurch ist auch unterhalb der Großflächigkeit mit Nachweis der Nichterheblichkeit Einzelhandel nicht möglich. Die Gewerbegebiete sind der Zone 5 zugeordnet. Es besteht daher kein weiterer Handlungsbedarf zur Einzelhandelssteuerung.

Bebauungsplan Rotenberg:

rechtskräftig: 15.02.1991

Es bestehen keine Regelungen zum Einzelhandel.

Wertung:

In den durch Bebauungsplan festgesetzten Gewerbegebietsflächen ist unterhalb der Großflächigkeit mit Nachweis der Nichterheblichkeit zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Einzelhandel nicht wirksam ausgeschlossen.

Handlungsbedarf:

Für das Gebiet wird mit Ausnahme des westlichen Teilbereichs (Aldi, dm, Zoobedarf) eine Zuordnung zur Zone 5 und somit ein Bebauungsplanänderungsverfahren angeregt.

Bebauungsplan Hertelsbrunnen:

rechtskräftig: 19.08.1991

Es bestehen keine Regelungen zum Einzelhandel.

Wertung:

In den durch Bebauungsplan festgesetzten Gewerbegebietsflächen ist unterhalb der Großflächigkeit mit Nachweis der Nichterheblichkeit zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Einzelhandel nicht wirksam ausgeschlossen.

Handlungsbedarf:

Für das Gebiet wird eine Zuordnung zur Zone 5 und somit ein Bebauungsplanänderungsverfahren angeregt.

Bebauungsplan Hertelsbrunnen, Erweiterung:

rechtskräftig: 03.05.1993

Nach § 1 Abs. 5 sind Einzelhandelsbetriebe ausgeschlossen. Die Gewerbegebiete sind bereits der Zone 5 zugeordnet. Es besteht daher kein weiterer Handlungsbedarf.

Bereich Barbarossastraße, Bebauungsplan Südtangente, Teilplan Ost inkl.

Änderung 1:

rechtskräftig: 02.02.1995 bzw. 18.06.1993

Es bestehen keine Regelungen zum Einzelhandel. Die Fläche des Teilbereichs der Änderung¹ ist durch den Discounter Lidl belegt. Beim „Leerstand Aldi“ in der Barbarossastraße wurde eine Fleischerei (370 m²) und Bäckerei (114 m²) mit Verkaufsräumen auf Grundlage des Bestandschutzes und Baurechts genehmigt.

Handlungsbedarf:

Für das Gebiet des Bebauungsplans „Bebauungsplan Südtangente, Teilplan Ost inkl. Änderung 1“ wird ein Bebauungsplanverfahren zur Entwicklung des Marktes befürwortet.

In den Gewerbegebietsflächen des Bebauungsplans „Bebauungsplan Südtangente“ ist unterhalb der Großflächigkeit mit Nachweis der Nichterheblichkeit zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Einzelhandel nicht wirksam ausgeschlossen. Für das Gebiet wird eine Zuordnung zur Zone 5 und somit im Bedarfsfalle unter Beachtung des Bestandsschutzes ein Bebauungsplanverfahren angeregt.

**Bebauungsplan Nordtangente,
Teilplan Berliner Straße - Pariser Straße:**

rechtskräftig seit 09.03.1991

Es bestehen keine Regelungen zum Einzelhandel.

Wertung:

In den Gewerbe- und Mischgebietsflächen ist unterhalb der Großflächigkeit mit Nachweis der Nichterheblichkeit zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Einzelhandel nicht wirksam ausgeschlossen.

Handlungsbedarf:

Für das Gebiet wird eine Zuordnung zur Zone 5 und somit im Bedarfsfall unter Beachtung des Bestandsschutzes ein Bebauungsplanverfahren empfohlen.

Bereich Hohenecker Straße, Bebauungsplan Hohenecker Straße, Teil West:

rechtskräftig: 28.08.1993

Es bestehen keine Regelungen zum Einzelhandel.

Wertung:

In den Gewerbegebietsflächen ist unterhalb der Großflächigkeit mit Nachweis der Nichterheblichkeit zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Einzelhandel nicht wirksam ausgeschlossen.

Handlungsbedarf:

Für das Gebiet wird eine Zuordnung zur Zone 5 und somit im Bedarfsfall ein Bebauungsplanverfahren angeregt.

Bebauungsplan Brandenburger Straße - Dammstraße:

rechtskräftig: 25.02.2006 erschlossen: 2006

Es bestehen keine Regelungen zum Einzelhandel in den Gewerbegebietsflächen.

Wertung:

Für das Gebiet wird eine Zuordnung zur Zone 5 und somit im Bedarfsfall ein Bebauungsplanverfahren empfohlen.

Stadtteil Siegelbach, Industriegebiet Nord, Teile A und B:

rechtskräftig: 07.01.1995/19.06.1998

Im Bebauungsplan ist ein stringenter Ausschluss des Einzelhandels nicht geregelt. Da sich die Flächen in städtischem Besitz befinden und eine geringe Standortqualität für den Einzelhandel besteht, wird kein akuter Handlungsbedarf gesehen.

Handlungsbedarf:

Ziel wäre, das Gebiet der Zone 5 zuzuordnen.

Bebauungsplan Zwerchäcker:

rechtskräftig: 15.07.2006, Erschließung ist für BA I und II abgeschlossen.

Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit mit Nachweis der Nichterheblichkeit ist Einzelhandel nicht wirksam ausgeschlossen.

Handlungsbedarf:

Da die Mischgebietsflächen erst in einem späteren Bauabschnitt anstehen, wird kein kurzfristiger Handlungsbedarf gesehen. Es besteht darüber hinaus noch die Möglichkeit, einen Ausschluss des Einzelhandels privatrechtlich zu regeln.

Bewertung des unbeplanten Innenbereichs (§ 34 Baugesetzbuch)

Bereich „ehemaliges Pfaffgelände“

Eine Neuregelung soll im Zuge des Bebauungsplanverfahrens „Königstraße – Albert-Schweitzer-Straße – Pfaffstraße“ erfolgen.

Bereich Königstraße – Pirmasenser Straße (ehemaliger Pfaffparkplatz)

Es besteht kein Bebauungsplan.

Wertung:

In den Mischgebietsflächen ist unterhalb der Großflächigkeit mit Nachweis der Nichterheblichkeit zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Einzelhandel, wie die Ansiedlung der vorhandenen Märkte zeigt, nicht wirksam ausgeschlossen. So konnte Aldi eine Erweiterung in einem Vergleich erwirken und Lidl eine gleiche Verkaufsflächengröße zugestanden bekommen.

Handlungsbedarf:

Durch die Entwicklung des ehemaligen Pfaffgeländes als ein urban gemischtes Gebiet verändert sich die Ausgangslage für den Standort, der künftig durch die neuen Nutzungen in eine integrierte Lage wächst. Der Standort soll trotzdem als Bestand ohne Entwicklung fixiert werden, da mit den zulässigen Erweiterungen bei Aldi und Lidl die Grenzen der angestrebten Entwicklungspotenziale bereits abgeschöpft sind. Eine bauplanungsrechtliche Fixierung unter Einbeziehung der durch die Entwicklung des ehemaligen Pfaffgeländes eintretenden Änderungen ist zur Schaffung von Rechtssicherheit und um weitere ungesteuerte Verkaufsfächenerweiterungen auszuschließen, sinnvoll.

Mischbauflächen im Umfeld der Fischerstraße - Altenwoogstraße

Es besteht kein Bebauungsplan.

Wertung:

Durch die vorhandene Bebauung besteht kein akuter Handlungsbedarf, den Einzelhandel zu steuern. Gegebenenfalls ist bei Bauanträgen mit den Instrumenten der Veränderungssperre und einer bauleitplanerischen Überplanung zu reagieren.

Mischbauflächen im Umfeld der Pariser Straße

Größtenteils besteht kein Bebauungsplan.

Wertung:

Die Flächen besitzen teilweise die Funktion als City-Ergänzungsflächen und sind Standorte von kleineren, in die Erdgeschosszone integrierten Ladengeschäften für den vorwiegend speziellen Bedarf. Gegebenenfalls ist bei Bauanträgen mit den Instrumenten der Veränderungssperre und einer bauleitplanerischen Überplanung zu reagieren.

Gemischte Bauflächen südlich der Mainzer Straße im Bereich Nordbahnstraße und Donnersbergstraße an der Mennonitenstraße und am Zypressenweg

Es besteht kein Bebauungsplan; Das Gebiet ist nach § 34 BauGB als Innenbereich mit gemischten Nutzungen geprägt.

Wertung:

In den Mischgebietsflächen ist unterhalb der Großflächigkeit mit Nachweis der Nichterheblichkeit zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Einzelhandel nicht wirksam ausgeschlossen.

Handlungsbedarf:

Für das Gebiet wird eine Zuordnung zur Zone 5 und im Bedarfsfall somit ein Bebauungsplanverfahren angeregt.

Gemischte Bauflächen nördlich der Mannheimer Straße im Bereich Grübentälchen

Es besteht kein Bebauungsplan. Das Gebiet ist nach § 34 BauGB als Innenbereich durch Mischnutzungen geprägt.

Wertung:

In den Mischgebietsflächen ist unterhalb der Großflächigkeit mit Nachweis der Nichterheblichkeit zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Einzelhandel nicht wirksam ausgeschlossen.

Handlungsbedarf:

Für das Gebiet wird eine Zuordnung zur Zone 5 und somit im Bedarfsfall ein Bebauungsplanverfahren empfohlen.

Opelgelände

Es besteht kein Bebauungsplan für das bebaute Areal. Das Gebiet ist nach § 34 BauGB als Innenbereich mit Industrienutzungen geprägt.

Wertung:

In den durch Bebauungsplan festgesetzten Industriegebietsflächen ist unterhalb der Großflächigkeit mit Nachweis der Nichterheblichkeit zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Einzelhandel nicht wirksam ausgeschlossen.

Handlungsbedarf:

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage und Nähe zur Merkurstraße ist für das Gebiet eine Zuordnung zur Zone 5 und somit ein Bebauungsplanänderungsverfahren anzustreben.

Bereich Mischbauflächen Trippstadter Straße – Wilhelm-Raabe-Straße – Gerhart-Hauptmann-Straße

Auf der Grundlage eines Bebauungsplans ist hier verdichtetes Wohnen realisiert worden, so dass zwischenzeitlich kein Handlungsbedarf mehr besteht.

Bereich Eselsfürth

Es besteht kein Bebauungsplan. Ausgehend von einer eher geringeren Standortattraktivität für den Einzelhandel besteht nicht nur kein Handlungsdruck, vielmehr ist in den Kernzonen der Ortslage die Ansiedlung von Einzelhandel und Dienstleistungen für den kurz- und mittelfristigen Bedarf sogar erwünscht.

Bereich Lampertsmühle

Es besteht kein Bebauungsplan. Ausgehend von einer eher geringeren Standortattraktivität für den Einzelhandel besteht kein Handlungsdruck. Eine Ansiedlung von Einzelhandel und Dienstleistungen für den kurz- und mittelfristigen Bedarf erscheint nicht realistisch.

Technologiezentrum Siegelbach, Straße Sauerwiesen

Es besteht kein Bebauungsplan.

=> unterhalb der Großflächigkeit mit Nachweis der Nichterheblichkeit ist Einzelhandel nicht wirksam ausgeschlossen

Handlungsbedarf:

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage und Nähe zur B 270 ist für das Gebiet eine Zuordnung zur Zone 5 und somit ein Bauleitplanverfahren zu empfehlen.

Stadtteil Erlenbach

Ortslage

Es besteht kein Bebauungsplan. Ausgehend von einer eher geringeren Standortattraktivität für den Einzelhandel besteht nicht nur kein Handlungsdruck, vielmehr ist in den Kernzonen der Ortslage die Ansiedlung von Einzelhandel und Dienstleistungen für den kurz- und mittelfristigen Bedarf sogar erwünscht.

Stadtteil Erfenbach

Ortslage

Es besteht kein Bebauungsplan. Ausgehend von einer eher geringeren Standortattraktivität für den Einzelhandel besteht nicht nur kein Handlungsdruck, vielmehr ist in den Kernzonen der Ortslage die Ansiedlung von Einzelhandel und Dienstleistungen für den kurz- und mittelfristigen Bedarf sogar erwünscht.

Stadtteil Hohenecken

Mischbauflächen im Norden der Ortslage und Ortsmitte

Es besteht kein Bebauungsplan. Ausgehend von einer eher geringeren Standortattraktivität für den Einzelhandel besteht nicht nur kein Handlungsdruck, vielmehr ist in den Kernzonen der Ortslage die Ansiedlung von Einzelhandel und Dienstleistungen für den kurz- und mittelfristigen Bedarf sogar erwünscht.

Stadtteil Morlautern

Ortslage

Mit dem Bebauungsplan „Kalkreuthstraße – Neue Straße“ wurde die Rechtsgrundlage geschaffen, einen Nahversorger in Morlautern realisieren zu können.

Stadtteil Siegelbach

Ortslage

Es besteht kein Bebauungsplan. Ausgehend von einer eher geringeren Standortattraktivität für den Einzelhandel besteht nicht nur kein Handlungsdruck, vielmehr ist in den Kernzonen der Ortslage die Ansiedlung von Einzelhandel und Dienstleistungen für den kurz- und mittelfristigen Bedarf sogar erwünscht.

13.3 Darstellung der Zonierung des Einzelhandels und der Handlungsbedarfe

In den Plänen der Beilage 10 werden die Zielsetzungen aus der angestrebten Zonierung abgebildet und mit den Handlungsbedarfen zur Steuerung des Einzelhandels überlagert.

Dabei werden auch die Bewertungen aus Kapitel 6.5 aufgegriffen und die Bestandsstandorte entsprechend der Bedeutung für die Nahversorgung der jeweiligen Teilgebiete mit bzw. ohne Entwicklung gekennzeichnet.

13.3.1 Maßnahmen in der City

Der Einzelhandel der City hat eine besondere Funktion für das Stadtimage. Gerade die Mischung aus Handel, Wohnen, Freizeit und Kultur ist prägend für den gewachsenen Stadtkern und die Attraktivität von Kaiserslautern. Dabei bestimmen zunehmend die weichen Standortfaktoren wie z. B. der Erlebniseinkauf die Entscheidung, wo eingekauft wird.

Das **charakteristische Profil bzw. das Image der City** ist dabei, insbesondere vor dem Hintergrund der Differenzierung des Einkaufens nach Versorgungseinkauf und Erlebniseinkauf gezielt weiter zu entwickeln. Im Vordergrund stehen:

- Angebotsvielfalt (facettenreiches, spezielles Angebot);
- Individualität (gute Branchenmischung, inhabergeführte Fachgeschäfte);
- Fußgängerzone (Verkehrsfreiheit, Sicherheit);
- Wechselwirkung mit der Gastronomie;
- Wechselwirkung mit vielfältigen Dienstleistungen;
- Kulturelle Angebote in der „lebendigen Innenstadt“;
- Events, Festivals, Sonderaktionen oder Freizeitangebote, wie die verschiedenen Gartenschauveranstaltungen, die „Alles muss raus“ Veranstaltung, das Altstadtfest, die Oldtimer-Ausstellung „Kaiserslautern Classics“, das Jazz- und Swingfestival „Swinging Kaiserslautern“, das Kinderfest „Fun und Action in der City“ oder der Weihnachts- bzw. Ostermarkt.

Die Vermarktung der City steht dabei auch in Verbindung mit den Angeboten im Gewerbegebiet West. Das gemeinsame Auftreten der Werbegemeinschaften „Kaiser in Lautern“ für die Innenstadt und der S&E Werbegemeinschaft für das Gewerbegebiet West mit dem Ziel „gemeinsam sind wir stark“, insbesondere dabei die Durchführung der gemeinsamen verkaufsoffenen Sonntage, führen zu einer gegenseitigen Unterstützung.

Zur Verbesserung der Attraktivität der Innenstadt sind zunächst **Maßnahmen aus dem Bereich der Stadtgestaltung** anzusprechen:

- Steigerung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum

So fordert der Deutsche Städtebund³², auch die Städte müssten sich wieder ihren urbanen Qualitäten bewusst werden und ihre Zentren für neue urbane Entwicklungen öffnen. Neben dem Verweis auf die vorhandenen Infrastrukturen seien die städtischen Zentren, seit jeher Orte des Vergnügens und der Lebensstilprägung, und damit die „natürlichen“ Standorte für Freizeitgestaltung und „urbanes Entertainment“. Eine anspruchsvolle Gestaltung des öffentlichen Raums bildet die Grundlage für die Aufenthaltsqualität und gesamtstädtische Repräsentanz.

Folgende Maßnahmen können dazu beitragen:

- Die Aufenthaltsqualität der Grün-, Kunst- und Ruheräume gilt es, zeitgemäß auf hohem Niveau zu halten;
- Erhaltung und Pflege historischer und stadtbildprägender Bausubstanz;
- Stimmiger Gesamteindruck von Werbeanlagen, Vermeidung von Überfrachtungen;
- Sanierung von Gebäuden mit Gestaltungsmängeln und Bauschäden;
- Ansprechende und optisch abgestimmte Stadtmöblierung aufrecht erhalten;
- Gestaltung der Fußgängerzone (Straßenbeläge);
- Toiletten: Standorte, Zustand; Bekämpfung von „Urinecken“;
- Ausreichende und gut zugängliche, kostengünstige Parkplätze;
- Bei der Integration großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist auch auf die Maßstäblichkeit und Qualität des städtebaulichen und architektonischen Erscheinungsbildes zu achten. Anpassung an bestehende Stadtstrukturen;
- Lichtgestaltung: Ganzheitliche Lichtkonzeptionen für verschiedenen Zonen.

Weitere Maßnahmen zielen auf die **Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels**.

Hierzu zählen vor allem:

- Citymanagement;
Für die Innenstadt war von 2015 bis März 2020 ein über die Städtebauförderung unterstütztes Citymanagement installiert. Für eine gewünschte Weiterführung müssen die Rahmenbedingungen fixiert werden.

Durch das o. g. Citymanagement konnten Quartiersentwicklungen (z. B. im Unionsviertel) angestoßen werden und die unterschiedlichen Bereiche in der Innenstadt mit ihren Qualitäten herausgestellt werden. Dabei wurde gleichzeitig der Slogan „Aus Lauterer

³² Deutscher Städtetag: Integration von großflächigen Einzelhandelsbetrieben, Arbeitspapier des Deutschen Städtetags 2004, Seite 4

Liebe“ in die Außendarstellung der Stadt eingeführt.

(siehe <http://www.kaiserslautern.de> / Sozial Leben Wohnen / Planen Bauen Wohnen / Citymanagement / Leben und Einkaufen in KL)

Im Rahmen des Citymanagements stehen insbesondere direkt umsetzbare Maßnahmen im Vordergrund.

- Gemeinsame Initiativen hinsichtlich Werbung, Corporate Design; Harmonisierung der Öffnungszeiten.
- In vielen Städten bereits umgesetzt sind Kunstausstellungen in leer stehenden Geschäften, so dass ein negativer Eindruck vermieden werden kann. Denkbar sind hier auch Möglichkeiten zur Präsentation der örtlichen Vereine zur Unterstützung deren Jungendarbeit.

In großem Umfang ist das **Angebot und der Service des Einzelhandels** für die Attraktivität der Innenstadt bestimmend.

- Angebotsvielfalt und -qualität in den einzelnen Geschäften
Gegebenenfalls können Warenschwerpunkte (Cluster) zur Förderung der Attraktivität gebildet werden.
- Die Wochenmärkte auf dem Stiftsplatz und in der Königstraße (Donnerstagsmarkt) tragen mit zur Einkaufsqualität in der Innenstadt bei. Neben der generellen Sicherung der Grund- und Nahversorgung besteht hier insbesondere auch die Möglichkeit, sich mit Produkten aus der Region zu versorgen. Dabei muss die Konzeption aktuellen Anforderungen angepasst werden.
- „Einkaufsführer Kaiserslautern“
Übersicht der Marken und Produkte in Kaiserslautern;
Suchfunktion bei der elektronischen Fassung.
- Kunden- und Servicequalität
Schulung des Personals im Hinblick auf Service und Beratung;
Einrichtung eines zentralen Beschwerdemanagements.
- Kundenbezogene Serviceangebote z. B.
 - „seniorenfreundliche Geschäfte“ mit besonderen Angeboten, gezielter Beratung und ausreichenden Sitzmöglichkeiten mit besonderer Kennzeichnung;
 - Exklusiv-Shopping nach Ladenschluss mit Terminvereinbarung;
 - Packservice, Heimanlieferung;
 - Kinderbetreuung; Einkaufsbegleitung für ausländische Besucher;
 - Gutscheinsysteme, Regenschirmverleihung; Abstellmöglichkeiten von Einkaufstüten.
- Schaufenstergestaltung, themenbezogene, saisonale Gestaltung; Schaufensterwettbewerbe; dabei sollen basarähnliche Zustände vermieden werden.
- Kontinuität und Geschlossenheit von Werbemaßnahmen
(Gemeinschaftsaktionen, Events).

Daneben sind allgemeine Aufgaben anzusprechen, die unter der Überschrift **Stadtentwicklung und Stadtmarketing** zusammengefasst werden können:

- Sicherung eines ausreichenden Parkplatzangebots;
- Sichere Fuß- und Radwege;
- Sauberkeit, Beleuchtung, Sicherheit.
Die konsequente Verfolgung einer sauberen und sicheren Stadt ist eine Daueraufgabe. Je zügiger Missstände beseitigt werden, umso nachhaltiger kann ein positives Image erhalten werden. Ein Bündel von „repressiven“ und „präventiven“ Maßnahmen wird hierzu empfohlen. Im Rahmen des Citymanagements bzw. anderer Finanzierungsmodelle konnte ein zusätzlicher „Kümmerer“ für die Sauberkeit in der City installiert werden.
- Sicherung eines urbanen Lebensgefühls. Hierzu muss die Innenstadt ganztagig lebendig sein. Die Sicherung und Stabilisierung der Wohnqualität in der Innenstadt ist hierbei ein wesentlicher Faktor.

Nicht zuletzt ist auch die **Immobilienwirtschaft** zu beachten. Hauseigentümer konnten in der Vergangenheit davon ausgehen, dass bei einer steigenden Attraktivität eine höhere Wertschöpfung erfolgt und dadurch auch höhere Mieten erzielt werden können. Insbesondere bei hohen öffentlichen Investitionen im öffentlichen Raum konnten automatisch Wertzuwächse verzeichnet werden. Mit einem Verlust an Attraktivität der Innenstadt und einsetzenden Abwärtstrends stagnieren die Mieteinnahmen oder sind teilweise rückläufig. Leerstände werden dann über längere Phasen in Kauf genommen, um das Objekt wieder hochpreisig vermieten zu können. Kurze Mietverträge zum maximalen Mieterlös sind häufig nur mit Mietern zu erzielen, die den „Trading-Down-Prozess“ beschleunigen und dadurch langfristig die Werthaltigkeit des Mietobjekts verschlechtern.

Eine deutlich erkennbare Instandhaltung und Modernisierung der Gebäude ist dabei eine wesentliche Kenngröße für eine attraktive Innenstadt.

Diesbezüglich kann hier aus einem aktuellen Fachbuch zur Ladenleerstandsproblematik zitiert werden:

„Was nützen öffentliche Investitionen in hochwertige Fußgängerzonen mit „Illuminations dramaturgie“ (früher schlicht Lichtkonzeption) und „Public Signing“ (Wegeführung), wenn der Putz von den Fassaden fällt, die aluminiumeloxierten Vordächer und Eingangssituationen, die in den 70ern mal als einladend bezeichnet worden waren, keine Besucher mehr anlocken und die Obergeschosse mit leeren Fensterhöhlen signalisieren, dass Wohnen hier nicht erwünscht ist.“³³

Zur Erhaltung und Stärkung der Attraktivität der Innenstadt sind daher zielgerichtete Instrumente zur Aktivierung des privaten Kapitals für die bauliche Aufwertung und investive Begleitung der Innenstadtentwicklung bereitzustellen. Eine gemeinschaftliche bzw. koordinierte Vermarktung anstelle eines am Einzelobjekt orientierten Managements kann dabei eine Schlüsselfunktion einnehmen. Eine gezielte Entwicklung von Bereichen mit Sortimentschwerpunkten (Cluster) kann hierdurch ebenfalls unterstützt werden.

Es existieren Möglichkeiten: Standort- und Geschäftsstraßenmanagement durch eine Managementgesellschaft, einen Generalmieter oder einen Immobilienfonds sowie Aufkauf von Schlüsselimmobilien durch Investoren bzw. Projektentwickler. Es wird als besonders wichtig angesehen, die Immobilieneigentümer/innen nicht nur zu informieren, sondern darüber hinaus gezielt hinsichtlich der Mitwirkungsbereitschaft anzusprechen. Sie sind eine Schlüssel-

³³ Frauns, Elke/Imorde, Jens/Junker, Rolf (Hrsg.): Ladenleerstand/Ein Fachbuch; Standort Innenstadt - Raum für Ideen, 2007

gruppe für die Aufwertung der Geschäftsstraßen und partizipieren darüber hinaus auch am meisten davon. Dabei können als „Ansprachebene“ weder die Argumente eines „urbanen Humanismus“ noch die Argumente zum „Erhalt der kompakten Europäischen Stadt“ erhalten. In der Praxis hilft meist eine Mischung aus lokaler Verantwortung (Wer, wenn nicht wir?) und ökonomischer Egoismus (Ein Eigentümer, der nicht investiert verliert!). Der nicht investierende Hauseigentümer verliert an Einflussmöglichkeit, an Handlungsfähigkeit und an den Werten, die durch bloßes Abwarten schmelzen wie Gletscher im Klimawandel.“³⁴

Die im Zuge der Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption in Verbindung mit dem städtischen geographischen Informationssystem aufgebauten Datenbanken bilden für diese Prozesse eine Grundlage, die den Akteuren, auch negative Veränderungen frühzeitig aufzeigen kann.

13.3.2 Maßnahmen in den Wohngebieten

Der Entwicklungsstandort zur Verbesserung der Nahversorgung in der Alex-Müller-Straße (FH-Gelände) wird weiterhin dargestellt, obgleich die zeitliche Entwicklung des Geländes bislang nicht konkretisiert werden konnte.

13.3.3 Maßnahmen in den Stadtteilen

Die Erhaltung und Verbesserung der Nahversorgung soll auf die festgelegten Nebenzentren ausgerichtet werden, um die fußläufige Erreichbarkeit zu gewährleisten.

13.3.4 Maßnahmen in den Sonderstandorten

Im Bereich der Sonderstandorte gilt es, die speziellen Stärken der Standorte zu verbessern und die Gebiete als Ergänzungsfunktion zu den innerstädtischen Angeboten auszubauen.

Das **Gewerbegebiet West** kann auf der Grundlage des zwischenzeitlich geänderten Bebauungsplans "Merkurstraße, Änderung 2" entwickelt werden.

Beim **Gewerbegebiet Ost** kann das **charakteristische Profil bzw. das Image** folgendermaßen zusammengefasst werden:

- umfangreiches Angebot an nicht zentrenrelevanten Sortimenten wie: Autohandel und Autozubehör, Tankstellen, Baumarkt- und Gartenbedarf;
- gute verkehrliche Anbindung an die BAB 6;
- Parkplatzangebote direkt an den Geschäften;
- Pkw-orientiertes Einkaufen.

³⁴ In Anlehnung an: Frauns, Elke/Imorde, Jens/Junker, Rolf (Hrsg.): Ladenleerstand/Ein Fachbuch; Standort Innenstadt – Raum für Ideen, 2007

13.3.5 Geplante Einzelhandelsstandorte

Die Darstellung geplanter Einzelhandelsstandorte beschränkt sich auf:

- den Standort Alex-Müller-Straße/Morlauterer Straße, der als Standort für die Nahversorgung reserviert ist und
- den Standort an der Pariser Straße 300, bei dem oberhalb einer geplanten Waschstraße großflächiger Internethandel vorgesehen ist.

Bei der baurechtlichen Behandlung des Einzelhandels sind der Internethandel und der stationäre Einzelhandel gleichgestellt. Der Internethandel, auch ohne örtlich vorhandene Verkaufsflächen, ist nicht dem Großhandel zugeordnet. Daher wird der Standort durch eine Darstellung in der Einzelhandelskonzeption planerisch bestätigt.

- In der Sitzung des Stadtrats vom 19.08.2019 wurde die Einleitung des Verfahrens für den **Bebauungsplan „Mainzer Straße – Benzinoring, Teiländerung 2“** beschlossen. Für diesen soll u.a. die Zulässigkeit eines Verbrauchermarkts mit einer maximalen 1.200 m² Verkaufsfläche ermöglicht werden.

Weiterhin ist ein Einzelhandelsbetrieb mit nicht zentrenrelevanten Baumarktsortimenten (Baufertigteile, Bauholz, Baumaschinen, Baustoffe, Betonmischer, Betonplatten, Dachrinnen Dämmstoffe Entwässerungszubehör (inkl. KG-Rohre) feste Brennstoffe (Kaminholz, Briketts), Gartengestaltung: Gartenholz, -baustoffe, Gas, Isolierungen, Kiesel/Steine, Sack- und Schiebekarren, Sackwaren (Gips, Putze und Mörtel), Schalung, Steine (Kalksandsteine, Ytong)) mit einer maximalen Verkaufsfläche von 2.300 m² zulässig.

Für die Betriebe ist in den Textlichen Festsetzungen des Bebauungsplanentwurfs die Ausweisung eines „Sonstiges Sondergebiet“ nach § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung vorgesehen.

Der Bereich des Bebauungsplans „Mainzer Straße – Benzinoring, Teiländerung 2“ war in der Vergangenheit nicht betrachtet worden und ohne Kennzeichnung (weiße Fläche), da der bisherige Bebauungsplan mit der Festsetzung einer Gewerbefläche eine großflächige Einzelhandelsnutzung nicht ermöglicht hatte. In der Einzelhandelskonzeption 2009 war der direkt südlich angrenzende Bereich jedoch als Zone 4 (nicht innenstadtrelevant / nicht großflächiger Einzelhandel zulässig) festgelegt.

Aufgrund der von der Oberen Landesplanungsbehörde bezüglich des Vorhabens benannten Zielkonflikte wird auf das o.g. Bebauungsplanverfahren verwiesen.

Wie in Kapitel 6.5 bereits dargelegt, werden daneben mit der Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption für die folgenden Bestandsstandorte ergänzende Entwicklungspotentiale festgelegt, um eine Basis für eine gesteuerte Weiterentwicklung zu haben:

- Altenwoogstraße (Penny)
- Augustastraße (Lidl)
- Feuerbachstraße: (Lidl)
- Gersweilerweg (Netto)
- Mannheimer Straße (Penny)
- Pariser Straße 300 (Lebenshilfe)
- (Mennonitenstraße/Donnersbergstraße (Lidl))
- (Kurt-Schumacher-Straße (Lidl))

Für diese Betriebe, die eine Nahversorgung um die Kernstadt mit gewährleisten, wird einheitlich eine Erweiterung auf bis zu 1.200 m² Verkaufsfläche, vorbehaltlich des Nachweises der Einzelhandelsverträglichkeit im Rahmen der Baurechtsschaffung durch einen Bebauungsplan (Ausweisung eines Sondergebiets), ermöglicht.

In der Summe der v. g. Entwicklungsmöglichkeiten besteht in der Innenstadt ein breites Angebot, die vorhandenen integrierten Standorte an aktuelle Marktkonzepte anzupassen.

14. Empfehlungen zur Umsetzung der Einzelhandelskonzeption

Beim Vollzug der Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption durch entsprechende Bebauungspläne darf nicht übersehen werden, dass die Interessen der Investoren und Grundstücksbesitzer tangiert werden. Der damit verbundene Eingriff in das Privatinteresse Einzelner ist nur dann rechtlich zulässig, wenn das öffentliche Interesse an der Steuerung des Einzelhandels und damit verbunden ggf. dem Nutzungsausschluss bzw. der Änderung der Nutzungsart dem Individualinteresse von Investoren und Grundstückseigentümern dem Range nach vorgeht.

Sowohl die Grundstückseigentümer als auch die Investoren verfolgen kommerzielle Interessen. Diese kommerziellen Interessen sind jedoch unter Berücksichtigung der auf gesamtstädtischer Ebene dargelegten Gründe in Bezug auf die Sicherung der oberzentralen Funktionen in der City bzw. Innenstadt und die Sicherung der Nahversorgung in den Wohngebieten in ihren Auswirkungen weniger gewichtig, als der Schutz des Allgemeininteresses. Bezieht man in das Allgemeininteresse noch Gründe des Umweltschutzes ein (z. B. Lärmbelastigungen, Auswirkungen auf das Orts- und Landschaftsbild, den Wasserhaushalt und die Grünflächen), so zeigt dies ebenfalls, dass das öffentliche Interesse gesamtstädtisch quantitativ und qualitativ höher zu bewerten ist, als das Individualinteresse.

Im Rahmen einer planerischen Abwägung soll im Einzelfall geprüft werden, ob nicht eine die Individualinteressen weniger einschneidende Maßnahme wie Ausnahme- oder Einzelfallregelungen ausreichen können, um die städtebauliche Fehlentwicklung und deren negative Auswirkungen für die betroffenen Bereiche unter Kontrolle zu bekommen.

Kann die zuvor dargelegte Abwägung auch für die konkrete städtebauliche Situation bestätigt werden, so kann ein Eigentümer eines Grundstücks oder Gebäudes aufgrund der Bauungsplanneuaufstellung bzw. -änderung keine Ansprüche aus Artikel 14 des Grundgesetzes (Recht auf Eigentum) herleiten. Da Maßnahmen zur Verhinderung von städtebaulichen Fehlentwicklungen grundsätzlich im Rahmen der Sozialbindung des Eigentums liegen, ist der Eigentümer aufgrund der Situationsgebundenheit verpflichtet, die Einschränkung der noch nicht verwirklichten Nutzungsart im Interesse der Allgemeinheit hinzunehmen.

14.1 Allgemeine Empfehlungen

Unabhängig von den speziellen Anforderungen an einzelne Bereiche muss generell beachtet werden:

- Als Beurteilungsgrundlage für die Großflächigkeit kann die weiterhin geltende Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts³⁵ angenommen und ab 800 m² Verkaufsfläche eine Großflächigkeit unterstellt werden.
- Sortimentsbegrenzungen sollten in die Baugenehmigungen aufgenommen werden.

Eine Vielzahl der Baugenehmigungen erfolgte in der Vergangenheit ohne eine Festschreibung der zulässigen Sortimente. Sie bezogen sich lediglich auf die baulichen Dimensionen. Es ist daher zu fordern, bei allen Änderungen und Neugenehmigungen künftig derartige Begrenzungen aufzunehmen.

- Bei Vorhaben, die nicht im Einklang mit der Einzelhandelskonzeption stehen und durch die Lage im unbeplanten Innenbereich oder bei nicht ausreichend ausgestalteten Bebauungsplänen zulässig wären, sollte das bauplanungsrechtliche Instrumentarium (Veränderungssperre, Aufstellung von Bebauungsplänen) umfassend eingesetzt werden.

³⁵ BVerwG, Urteil vom 24.11.2005 – 4C 10/04

- Durch die Raumordnungsverordnung (RoV) wird für die Errichtung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben die Durchführung eines Raumordnungsverfahrens gefordert. Durch eine raumordnerische Prüfung kann für ggf. erforderliche Bauleitplanungsverfahren und Baugenehmigungsverfahren auch bei Nutzungsänderungen eine größere Rechtssicherheit erreicht werden.³⁶

14.2 Steuerung des Einzelhandels durch die Fortschreibung der Bebauungspläne

Zwar wurde mit der Neuformulierung des § 34 Abs. 3 BauGB das Instrument zur Verhinderung unerwünschter Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben im unbeplanten Innenbereich deutlich gestärkt. Da jedoch über den Nachweis, dass schädliche Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche nicht bestehen, dennoch Unsicherheiten vorhanden sind und für viele Teilbereiche ohnehin Bebauungspläne bestehen, ist es sinnvoll, die Steuerung des Einzelhandels weiterhin durch die Fortschreibung der noch nicht in Angriff genommenen Bebauungspläne vorzunehmen.

14.3 Enge Auslegung des Bestandsschutzes bei Nutzungsänderungen

Die konsequente und restriktive Auslegung des baurechtlichen Bestandsschutzes gilt es weiterhin zu beachten.

³⁶ Raumordnungsverordnung vom 13. Dezember 1990 (BGBl. I S. 2766), zuletzt geändert durch Artikel 6 des Gesetzes vom 3. Dezember 2020 (BGBl. I S. 2694)

15. Zusammenfassung

Im Rahmen der **Bestandsanalyse** konnte festgestellt werden, dass

- im **überregionalen Wettbewerb** durch eine Vielzahl größerer Einkaufszentren in den umliegenden größeren Städten Konkurrenzen um die Kaufkraft entstanden sind,
- die **Versorgung mit Lebensmitteln** in den Stadtteilen und **z. T. in den am Rande gelegenen Wohngebieten in fußläufiger Erreichbarkeit z. T. nicht mehr gegeben** ist, und dass das in den Ortskernen und Stadtteilen gelegene Lebensmittelhandwerk weiterhin an Bedeutung verloren hat,
- sich dem gegenüber Lebensmittelmärkte an den Tangenten und Ein- und Ausfahrtsstraßen ballen, so dass im Ergebnis, insbesondere entlang der Südtangente, eine deutliche Überversorgung vorhanden ist. Weiterhin bestehen erhebliche Verkaufsflächen in den umliegenden Gemeinden (Weilerbach, Otterbach, Landstuhl),
- durch die bestehenden Sonderstandorte **erhebliche Anteile der Verkaufsflächen sowohl innenstadtrelevanter als auch nicht innenstadtrelevanter Sortimente außerhalb der Innenstadt** angeboten werden, so dass die Kaufkraft in der Innenstadt Einbußen erleidet,
- neben den Verkaufsflächen in den Sonderstandorten die Angebote der Discounter in den „**Randsortimenten**“ **eine deutliche Konkurrenz** zu den Fachgeschäften darstellen,
- mit dem **Rückgang inhabergeführter Geschäfte** und der **Zunahme von Läden mit Billigpreisangeboten** eine **Abwärtsspirale in der Innenstadt spürbar** ist, die nur durch konsequente Gegenmaßnahmen umgekehrt werden kann,
- der hohe Filialisierungsgrad der Innenstadt die Bildung freiwilliger Partnerschaften erschwert.

Die **Erwartungshaltung an die Einzelhandelskonzeption** ist daher als hoch zu bewerten. Deshalb soll auch klar benannt werden, **was die Einzelhandelskonzeption nicht leisten kann:**

- Standorte an den Rändern der Stadt können nicht vollständig zurückgefahren werden. **Vorhandene Baurechte bleiben bestehen**, sofern nicht durch Betriebsaufgaben einzelne Betriebe entfallen. Veränderungen der Baurechte, durch eine stringente Fassung der Bebauungspläne schränken lediglich Neuansiedlungen und Nutzungsänderungen ein.
- **Zulässige Randsortimente bei bestehenden Betrieben können nicht verändert werden.** Der enorme Spielraum, auch für innenstadtrelevante Sortimente, gerade auch bei nicht großflächigen Märkten durch Sonderaktionen kann nur schwer zurückentwickelt werden.
- Durch die Umsetzung der Ziele der Einzelhandelskonzeption können bei Neuansiedlungen und Nutzungsänderungen Ausschlüsse und Einschränkungen zum Schutz der Innenstadt erreicht werden; eine **Attraktivierung der Innenstadt setzt darüber hinaus jedoch private Initiative hinsichtlich Warenangebot und Kundenservice voraus.**

Wesentliche **Maßnahmen der Einzelhandelskonzeption** sind:

- **Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche für die oberzentral bedeutsamen Flächen in der City und die für die Grundversorgung wichtigen Bereiche der Nah- und Grundversorgung als städtische Zielvorgabe und Grundlage bei der Beurteilung von Bauvorhaben im unbeplanten Innenbereich (§ 34 Abs. 3a BauGB)**
- Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch ein **Zonierungskonzept** und dessen sukzessive Umsetzung durch Bebauungsplanverfahren.
- Überprüfung der **Sortimentsliste** bzw. **Neufestlegung der innenstadtrelevanten Sortimente** für die Stadt Kaiserslautern zur Steuerung der Entwicklung der Innenstadt in Bezug zu den Sonderstandorten am Stadtrand.
- Konsequente Umsetzung der Ziele der Einzelhandelskonzeption in der **Baugenehmigungspraxis**, insbesondere durch die Festschreibung der maximalen Verkaufsflächen sowie die Unterscheidung und Definition der zulässigen Sortimente bei Einzelhandelsprojekten.
- Die Stärkung der Innenstadt durch die **Ansiedlung eines „Magnetens“** ist mit der **Inbetriebnahme der Stadtgalerie** im Jahr 2015 **umgesetzt**.
- Die **umfangreiche Datenerhebung** im Rahmen der Erstellung der Einzelhandelskonzeption erlaubt es, Rückschlüsse auf die vorhandene Angebotsseite in den einzelnen Sortimenten zu ziehen. Dies kann **bei der Eröffnung neuer Geschäfte** eine **Hilfestellung** geben.
- Die **Erlebnisvielfalt** der City und der Sonderstandorte muss durch das Engagement der Ladenbesitzer unabhängig von der Einzelhandelskonzeption **ständig durch neue Impulse lebendig gehalten werden**.

Mit der Einführung der gesetzlichen Grundlagen für „**Freiwillige Standortgemeinschaften**“ (Rheinland-Pfalz) bzw. „Business Improvement Districts (BID)“ (Allgemeine Bezeichnung) ließe sich eine Verstärkung der Handlungsfähigkeit erreichen. Allerdings kann dies auch für die Einzelhandelsbetriebe der Innenstadt eine Kostensteigerung bewirken, wodurch die Konkurrenz zu den Märkten am Stadtrand noch stärker verschärft wird.

- Beim Standort Merkurstraße ist vor allem die Attraktivierung in den nicht innenstadtrelevanten Warengruppen zur Ergänzung der Sortimente der Innenstadt anzustreben.

Das gemeinsame Auftreten der Werbegemeinschaften „Kaiser in Lautern“ für die Innenstadt und der S&E Werbegemeinschaft für das Gewerbegebiet West mit der Zielrichtung „Gemeinsam sind wir stark“, sollte weiter ausgebaut werden.

- Wesentliche weitere Impulse für die Attraktivierung der Innenstadt können durch die Ausschöpfung der Fördermöglichkeiten im Rahmen des **Förderprogramms „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“** für die „Aktive Innenstadt Kaiserslautern“ erwartet werden.

Anhang

A 1 Glossar – Begriffsdefinitionen

A 1.1 Allgemeine Begriffsdefinitionen

Einzelhandel

Unter Einzelhandel wird der Absatz von Waren an den Endverbraucher verstanden.

Einzelhandel im engeren Sinne

Unter Einzelhandel wird im engeren Sinne der Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Kraftfahrzeug-Handel, Tankstellen (Brenn-, Kraft-, und Schmierstoff-Handel) sowie ohne Apotheken verstanden. Das Lebensmittelhandwerk (Geschäfte mit Backwaren, Geschäfte mit Wurst- und Fleischwaren) wird dazu gezählt.

Einzelhandelsbetrieb

Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kaufhäuser, SB-Warenhäuser, SB-Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt.

Die BBE Unternehmensberatung, Köln, sowie die Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK), ermittelt diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen. Dabei werden für jedes Gebiet unterschiedliche Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge von der allgemeinen Kaufkraft des Gebiets abgezogen.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

Sie beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Einheit vorhandenen Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik.

Durch die einzelhandelsrelevante Kaufkraftziffer lässt sich die prozentuale Abweichung zum Bundeswert (Indexwert = 100) ausdrücken.

Einzelhandelsrelevante Zentralität

Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt bzw. Region stellt ein maßgebliches Gütekriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar. Sie ist ein Indikator dafür, inwieweit es dem Teilraum gelingt, zusätzlich zu der lokalen Kaufkraft weitere Kaufkraft zugunsten des angesiedelten Einzelhandels anzuziehen.

Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer

Sie wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu den vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumina berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genau so groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dem Teilraum.

Kaufkraftabschöpfungsquote/Kaufkraftbindungsquote

Die Kaufkraftbindungsquote ist ein Maß für die lokale Bindung der Kaufkraft innerhalb einer Stadt bzw. Region. Man kann aus ihr ableiten, ob die in einer Stadt/Region vorhandene Kaufkraft lokal genutzt wird oder in andere Städte/Regionen abfließt.

Bei einer Kaufkraftbindungsquote von über 100 % erwirtschaften in einer Stadt/Region die Betriebe mehr Umsatz als eigentlich Kaufkraft in der Stadt/Region vorhanden ist, was auf einen Zufluss von auswärtigem Kapital hinweist. Eine Quote von weniger als 100 % weist dagegen auf einen Abfluss von heimischer Kaufkraft zu auswärtigen Betrieben hin. (siehe <http://de.wikipedia.org/wiki/Kaufkraftbindungsquote>)

Kaufkraftbindung

Sie beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner eines Teilraums, der von den Einzelhandelsbetrieben gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.

Kaufkraftindex

Kaufkraftindex (auch: Kaufkraftzahl oder Kaufkraftkennziffer) einer Region bzw. Stadt gibt das Kaufkraftniveau dieser Region/Stadt pro Einwohner oder Haushalt im Vergleich zum nationalen Durchschnitt an. Der nationale Durchschnitt hat dabei den Normwert 100. Beträgt der Kaufkraftindex je Einwohner einer Region/Stadt zum Beispiel 84, so liegt er unterhalb des Durchschnitts – die Einwohner in dieser Region verfügen im Mittel nur über 84 Prozent der durchschnittlichen Kaufkraft.

Zentraler Versorgungsbereich

Zentrale Versorgungsbereiche sollen räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde sein, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen, häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote, eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein Versorgungsbereich soll nach Auffassung des Oberverwaltungsgerichts Nordrhein-Westfalen (Urteil vom 11.12.2006) vorhandene Nutzungen voraussetzen. Ob auch informelle, gemeindliche Planungen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts als Versorgungsbereiche Bestand haben, wird kritisch hinterfragt.

Es werden verschiedene Typen von zentralen Versorgungseinheiten benannt:

Innenstadtzentren

Zentren, die einen größeren Einzugsbereich, i. d. R. das gesamte Stadtgebiet und gegebenenfalls sogar darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen, in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten werden.

Nebenzentren

Zentren, die einen meist mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig ein zumindest breiteres Spektrum von Waren für den mittel- bis kurzfristigen gegebenenfalls auch den langfristigen Bedarf angeboten wird.

Grund- und Nahversorgungszentren

Zentren, die einen kleineren Einzugsbereich, i. d. R. nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und gegebenenfalls auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs angeboten werden.

Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Warengruppen zeichnen sich durch Besucherfrequenz, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Koppelungsaffinität und Transportfähigkeit (Handtaschensortimente) aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann.

Business Improvement Districts (BID) bzw. Standortgemeinschaften

Business Improvement Districts bzw. Standortgemeinschaften sind freiwillige Zusammenschlüsse von Grundstückseigentümern, Einzelhändlern oder Dienstleistungsbetrieben mit dem Ziel, einen abgegrenzten Bereich aktiv durch den Einsatz von finanziellen und personellen Mitteln zu entwickeln. Als Entwicklungsgrundlage dient oftmals ein Handlungskonzept.

Aufgabenschwerpunkte von BIDs bzw. Standortgemeinschaften können die Profilierung des zu entwickelnden Bereiches, die Aufwertung des öffentlichen Raums, die Verbesserung der Sicherheit und Sauberkeit des Bereiches, die Gestaltung des privaten Raums oder privater Gebäude sowie auch Veranstaltungen und Aktionen sein.

A 1.2 Begriffsdefinitionen zu den Betriebsformen

Laden/Ladengeschäft

Ein Laden war ursprünglich ein Brett oder ein mobiler Tisch, auf dem unterschiedlichste Waren feilgeboten werden konnten. Der Begriff steht auch zur Beschreibung eines Bauchladens. In erweiterter Bedeutung bezeichnet Laden ein Geschäft, also eine Räumlichkeit, in denen Waren oder Dienstleistungen zum Verkauf angeboten werden. Läden machen ihre Kunden durch eine ansprechende Gestaltung der Schaufenster, aber auch durch Werbung auf ihr Angebot aufmerksam. Heute gibt es auch den „Laden im Laden“. In diesem Zusammenhang wird meist der englische Begriff Shop verwendet.

In der vorliegenden Einzelhandelskonzeption wird der Begriff verwendet, um im Gegensatz zum allgemeiner gefassten Begriff Einzelhandelsgeschäft die baulich integrierten, kleineren Geschäfte von den größeren Märkten abzugrenzen.

Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein großes Sortiment, Beratung sowie Service bietet.

Fachmarkt

Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 700 m² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder mehrere Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (z. B. Elektronikfachmarkt, Drogeriemarkt, Baumarkt, Tapetenmarkt, Teppichmarkt, Zoo- und Tierhaltung etc.), Standort: meist außerhalb der Einkaufsbereiche, gute Pkw-Erreichbarkeit, Dominanz des Selbstbedienungsprinzips.

Factory-Outlet-Center (FOC) auch Fabrikverkaufszentrum (FVZ), Herstellerdirektverkaufszentren (HDVZ) oder Fabrikabsatzzentrum

Unter der Bezeichnung werden Betriebs- und Vertriebsformen des Einzelhandels erfasst, bei denen mehrere Hersteller ihre Markenartikel mit kleineren Mängeln (2. Wahl) und/oder als Restbestände an einer gemeinsamen Verkaufsstätte verbilligt anbieten. Fabrikverkaufszentren werden von einem Betreiber zentral geplant, realisiert, verwaltet und gemanagt. Sie stellen eine besondere Form des großflächigen Einzelhandels dar. Die FOC umfassen mehrere

tausend Quadratmeter Verkaufsfläche mit 60 bis 100 Shops und einem Angebot von Textilien, Sportartikeln, Schuhen und weiteren Branchen, die üblicherweise sonst in Innenstädten vorzufinden sind. Bei einem reinen Fabrikverkauf bietet hingegen nur ein Hersteller seine Waren an.

Der Standort für ein FOC-Projekt wird in der Regel so gewählt, dass ca. 3 Mio. Einwohner innerhalb einer PKW-Fahrzeit von einer Stunde wohnen. Entsprechend groß sind das Einzugsgebiet der Kunden und der Wirkungskreis der FOC. Die Besucher kommen meist mit dem PKW und nur selten mit öffentlichen Verkehrsmitteln, weshalb ein solches Center hohe Verkehrsströme induziert.

Abweichend vom üblichen Konzept für höherwertige Warenangebote liegt das typische FOC außerhalb von städtischen Zentren „auf der grünen Wiese“.

(z. B. FOC Zweibrücken: 21.000 m² Verkaufsfläche)

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft auf größerer Fläche mit einem breiten, tiefen branchenbetonten Angebot. Standort: Innenstadt.

Lebensmitteldiscounter

Ähnlich dem Supermarkt, führt jedoch vorwiegend umschlagsstarke Artikel zu Niedrigpreisen (Discountcharakter) und hat in der Regel keine Käse- oder Wursttheke (z. B. Aldi, Lidl, Penny), Verkaufsfläche ca. 800 - 1200 m², Selbstbedienungsprinzip.

SB-Warenhaus

Nach dem Discountprinzip arbeitender Einzelhandelsgroßbetrieb, Verkaufsfläche ca. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel (z. B. Real, Wal-Mart) Standort: häufig an Stadtrandlagen, Selbstbedienungsprinzip.

Supermarkt/Lebensmittelmarkt

Ein Supermarkt vertreibt Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und ergänzenden Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Nicht-Lebensmittel-Anteil nicht über 25 %, Verkaufsfläche, mind. 400 m² - 1.500 m², vorwiegend Selbstbedienung.

Verbrauchermarkt

Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche 1.500 m² - 3.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standorte meist autokundenorientiert.

A 3 Beilage-/Planverzeichnis

- Beilage 1 Kern-, Misch-, Industrie- und Gewerbegebiete und einzelhandelsrelevante Sondergebiete (BESTAND)
- Beilage 2 Einzelhandelsbetriebe/Lebensmittelhandwerk/Dienstleistungen (BESTAND) (ohne Ladengeschäfte in der Innenstadt)
- Beilage 3 Versorgung der Wohn- und Mischgebiete durch strukturprägende Lebensmittelmärkte (ANALYSE)
- Beilage 4 Ladengeschäfte in der Innenstadt
a) Ladengeschäfte, Dienstleistungsbetriebe, Ladenleerstände, Gastronomie (BESTAND)
b) Ladengeschäfte mit Sortimenten (BESTAND)
c) Gastronomie (BESTAND)
- Ladengeschäfte in der Innenstadt können auch sortimentsbezogen dargestellt werden.
- Beilage 5 Ladenleerstände (BESTAND)
- Beilage 6 Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche (KONZEPTION)
- Beilage 7 Abgrenzung Entwicklungsflächen im Einzelhandel (KONZEPTION)
- Beilage 8 Zentraler Versorgungsbereich City/Innenstadt und City-Ergänzungsflächen (KONZEPTION)
- Beilage 9 Einzelhandelsrelevante Flächen überlagert mit den rechtskräftigen Bebauungsplänen (BESTAND)
- Beilage 10 Zonierungsplan Einzelhandel (KONZEPTION)
- Beilage 11 Gesamtverkaufsflächen in den einzelhandelsrelevanten Gebieten (ANALYSE)
- Beilage 12 Zentrale Versorgungsbereiche zusammen mit dem Zonierungsplan (KONZEPTION)

A 4 Planbereiche

Die Pläne zur Einzelhandelskonzeption wurden in einem geographischen Informationssystem erstellt und können für alle gewünschten Teilbereiche und Maßstäbe ausgedruckt werden. Um eine Übersicht bei der Vielzahl der möglichen Planunterlagen zu behalten wurden die Pläne mit gleichem Inhalt zunächst mit der Beilagennummer gegliedert.

Mit der nachgestellten Plannummer wurde dann der räumliche Bereich beschrieben. Je nach Kateninhalt wurden die sinnvollen räumlichen Bereiche dargestellt, und nicht für alle Beilagen sämtliche Teilbereiche ausgedruckt.

Es wurden folgende räumliche Bereiche verwendet:

- 1 Gesamtstadt
- 2 Kernstadt
- 3 Innenstadt
- 4 City

- 20 Innenstadt Ost
- 21 Innenstadt Südwest
- 22 Innenstadt West/Kotten
- 23 Innenstadt Nord/Kaiserberg
- 24 Grübentälchen/Volkspark

- 30 Bännjerrück/Karl-Pfaff-Siedlung
- 31 Betzenberg
- 32 Kaiserslautern-West
- 33 Lämmchesberg
- 34 Universitätswohnstadt

- 40 Dansenberg
- 41 Einsiedlerhof
- 42 Erfenbach
- 43 Erlenbach
- 44 Erzhütten/Wiesenthalerhof
- 45 Hohenecken
- 46 Morlautern
- 47 Mölschbach
- 48 Siegelbach

- 50 Merkurstraße/Opelkreisel/Denisstraße
- 51 Hauptbahnhof/Zollamtstraße
- 52 Hohenecker Straße
- 53 Mannheimer Straße
- 54 Pariser Straße
- 55 Europaallee (PRE-Park)
- 56 Gewerbegebiet Ost (Mainzer Straße)