



Dr. Donato Acocella
Stadt- und Regionalentwicklung

Gutachten als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Alzey

Berichtsentwurf



Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29
Huckarder Straße 12 ▪ 44147 Dortmund ▪ T 0231 5450866 ▪ F 0231 5450868
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de

Bearbeiter:
Dr. rer. pol. D. Acocella
Dipl.-Ing. I. Breuker

Lörrach, 19.10.2009

INHALTSVERZEICHNIS:

1. EINLEITUNG	1
2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN	4
2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG	4
2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung	5
2.1.2 Städtebauliche Wirkungen der Einzelhandelsentwicklung	8
2.2 EINZELHANDELSKONZEPT ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSMITTEL FÜR DEN EINZELHANDEL	10
2.2.1 Planungsrechtlicher Rahmen des Einzelhandelskonzeptes	10
2.2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich	10
2.2.1.2 Sortimentsliste	11
2.2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene	12
2.2.2 Konsequenzen für das Genehmigungsverfahren	16
2.2.3 Fazit	17
3. EINZELHANDELSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE	18
3.1 METHODISCHES VORGEHEN - ERHEBUNG EINZELHANDELRELEVANTER DATEN	18
3.1.1 Einzelhandelserhebung in Verbindung mit einer Befragung der Händler	18
3.1.1.1 Methodisches Vorgehen	18
3.1.1.2 Übersicht über die Beteiligung an der Einzelhändlerbefragung	20
3.1.2 Herkunftserfassung	21
3.2 GESAMTSTÄDTISCHE EINZELHANDELSITUATION	22
3.2.1 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes in der Gesamtstadt	22
3.2.2 Kundenherkunft, Einzugsgebiet, Verbleibquote	27
3.2.3 Situation des Einzelhandels aus Händlersicht	34
3.2.3.1 Stärken und Schwächen	34
3.2.3.2 Änderungsabsichten in den bestehenden Einzelhandelsbetrieben	38
4. ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH UND SONSTIGE EINZELHANDELSCHWERPUNKTE IN ALZEY	40
4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME	40
4.2 RÄUMLICH-FUNKTIONALE GLIEDERUNG DER STADT	44
4.3 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH DER INNENSTADT VON ALZEY	45
4.3.1 Räumlich-funktionale Struktur der Innenstadt	45
4.3.2 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in Alzey	47
4.3.3 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt	49
4.3.4 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse	53
4.3.4.1 Stärken	54
4.3.4.2 Schwächen	62
4.4 SONSTIGE BEDEUTSAME EINZELHANDELSSTANDORTE	69



5. RÄUMLICHE EINZELHANDELSSTRUKTUR	73
5.1 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES	73
5.2 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION	80
6. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG DER EINZELHANDELSKONZEPTION	86
6.1 ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER VERSORGENGSFUNKTION ALS MITTELZENTRUM	86
6.2 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER EINZELHANDELS-/ FUNKTIONSVIELFALT IM ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICH DER INNENSTADT	87
6.3 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER IDENTITÄT DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES DER INNENSTADT	87
6.4 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER KURZEN WEGE ("STADT DER KURZEN WEGE")	88
6.5 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER NAHVERSORGUNGSSTRUKTUR	89
6.6 SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT) INSGESAMT	90
6.7 SICHERUNG VON GWERBEGBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GWERBE....	90
7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENENTWICKLUNGSSPIELRAUMS	91
7.1 METHODISCHES VORGEHEN - PROGNOSE	91
7.1.1 Prognose der Bevölkerungsentwicklung.....	92
7.1.2 Perspektiven für den Einzelhandel	93
7.1.3 Nachfrage: Annahmen zur Entwicklung und Kaufkraftpotenzial	94
7.1.4 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite	96
7.2 PROGNOSEERGEBNISSE FÜR ALZEY	100
7.2.1 Verkaufsflächenpotenziale insgesamt.....	100
7.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz	103
8. MAßNAHMENKONZEPT ZUR STÄRKUNG DES EINZELHANDELS	108
8.1 VORSCHLAG FÜR EINE SORTIMENTSLISTE	109
8.1.1 Kriterien.....	109
8.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in Alzey.....	110
8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste	114
8.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG.....	116
8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel.....	116
8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel.....	118
8.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN.....	120
8.3.1 Räumliche Entwicklungsoptionen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs von Alzey	121
8.3.2 Perspektivische Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches und Entwicklungsszenario	133
8.3.3 Maßnahmenvorschläge zur Nahversorgung.....	136
8.3.4 Gewerbegebiete.....	139
8.4 MAßNAHMENVORSCHLÄGE STÄDTEBAU UND SONSTIGE MAßNAHMENVORSCHLÄGE	139
8.4.1 Städtebauliche und gestalterische Maßnahmenvorschläge.....	139



8.4.2 Ladenflächenmanagement	146
8.4.3 Weitere Maßnahmenvorschläge	149
8.5 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG - VERFAHRENSVORSCHLAG	155
8.5.1 Öffentliche Information	155
8.5.2 Festlegen einer Sortimentsliste	156
8.5.3 Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig	156
8.5.4 Bauleitplanerische Umsetzung der Zielvorstellungen	159
8.6 ZUSAMMENFASSENDE BEWERTUNG	160
GLOSSAR	162
ANHANG	166



TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1: Übersicht über die Beteiligung	20
Tab. 2: Einzelhandelsangebot Alzey 2009 und 1993 (HGZ).....	22
Tab. 3: Einzelhandelsangebot in Alzey	23
Tab. 4: Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich.....	50
Tab. 5: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick.....	95
Tab. 6: Vorschlag für die "Alzeyer Liste"	115
Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in der Stadt insgesamt: Anzahl und Verkaufsfläche	168
Tab. A - 2: Einzelhandelssituation: Umsatz, Kaufkraft (je in Mio. €) und Bindungsquoten	169
Tab. A - 3: Betriebe im zentralen Versorgungsbereich von Alzey nach Größenklassen: Anzahl und Verkaufsflächen	170
Tab. A - 4: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Einzelhandelsangebot/ -auswahl.....	170
Tab. A - 5: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Parkplätze	170
Tab. A - 6: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Atmosphäre, Aufenthaltsqualität	171
Tab. A - 7: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Kundenverhalten	171
Tab. A - 8: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Zusammenarbeit.....	171
Tab. A - 9: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Sonstiges	172
Tab. A - 10: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Öffnungszeiten	172
Tab. A - 11: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Erreichbarkeit/ Verkehr	172
Tab. A - 12: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Dienstleistungen.....	172
Tab. A - 13: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Leerstände.....	173
Tab. A - 14: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Mieten	173
Tab. A - 15: Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Alzey	174
Tab. A - 16: Einzelhandelsangebot in Alzey nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet	175
Tab. A - 17: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2015 und 2020 in Mio. €.....	176
Tab. A - 18: Verkaufsflächenpotenzial bis 2020 bei Status-quo-Prognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet.....	177
Tab. A - 19: Verkaufsflächenpotenzial bis 2020 bei Entwicklungsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet.....	178
Tab. A - 20: Verkaufsflächenpotenzial bis 2020 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet.....	179



ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1: Bindungsquoten in Alzey nach Sortimenten	25
Abb. 2: Umsatzherkunft Alzey	27
Abb. 3: Herkunft der im Rahmen der Herkunftserfassung erfassten Kunden aus Alzey.....	28
Abb. 4: Vergleich der Kundenherkunftserfassung mit der Umsatzherkunftseinschätzung der Händler	29
Abb. 5: Herkunft der im Rahmen der Herkunftserfassung erfassten Kunden (standortdifferenziert).....	30
Abb. 6: Tendenzielles Einzugsgebiet Stadt Alzey.....	31
Abb. 7: Verbleibquote Alzey	32
Abb. 8: Kaufkraftflüsse nach und aus Alzey.....	33
Abb. 9: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht	35
Abb. 10: Änderungsabsichten der Einzelhändler in Alzey: Betriebe und deren Verkaufsfläche	38
Abb. 11: Voraussichtliche Einzelhandelsentwicklung in Alzey: Betriebszahl und Verkaufsflächen	39
Abb. 12: Besuchsmotivation Innenstadt/ Ortszentrum/ Stadtteilzentrum	41
Abb. 13: Räumlich-funktionale Grobgliederung in Alzey.....	44
Abb. 14: Ortszentrum Weinheim - Ansicht 1	45
Abb. 15: Ortszentrum Weinheim - Ansicht 2	45
Abb. 16: "Unechte Bindungsquoten" zentraler Versorgungsbereich	51
Abb. 17: Einzelhandelskonzentration Industriegebiet Ost - kein zentraler Versorgungsbereich	69
Abb. 18: Einzelhandelsstruktur zentraler Versorgungsbereich der Innenstadt versus Industriegebiet Ost.....	71
Abb. 19: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttyp.....	74
Abb. 20: Einzelhandelsstruktur in Alzey nach Standorttyp.....	75
Abb. 21: Vergleich Betriebsgrößen zentraler Versorgungsbereich und Gesamtstadt ...	77
Abb. 22: Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren nach Größenklassen.....	78
Abb. 23: Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren nach Standorttypen	79
Abb. 24: Einwohnerentwicklung in Alzey 1990 bis 2006 (tatsächliche Entwicklung) und 2006 bis 2025 (Prognosewerte).....	93
Abb. 25: Bindungsquoten in Alzey nach Sortimenten im Ist-Zustand und 2020 bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose.....	98
Abb. 26: Mögliche Verkaufsflächenentwicklung in Alzey bis 2020 - Angaben in qm ...	101
Abb. 27: Mögliche Verkaufsflächenentwicklung in Alzey bis 2020 im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente - Angaben in qm	105
Abb. 28: Mögliche Verkaufsflächenentwicklung in Alzey bis 2020 im Bereich der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente - Angaben in qm	106
Abb. 29: Mögliche Verkaufsflächenentwicklung in Alzey bis 2020 im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente - Angaben in qm.....	107
Abb. 30: Verkaufsflächenverteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttyp	111
Abb. 31: Verkaufsflächenverteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttyp	114



KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1: Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Alzey und angrenzenden Bereichen	46
Karte 2: Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in der Innenstadt von Alzey und angrenzenden Bereichen.....	47
Karte 3: Vorschlag zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt von Alzey	48
Karte 4: Zentraler Versorgungsbereich - funktionale Stärken.....	54
Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich - städtebauliche Stärken (Frequenz).....	58
Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich - städtebauliche Stärken (Gestaltung)	59
Karte 7: Zentraler Versorgungsbereich - funktionale Schwächen	62
Karte 8: Zentraler Versorgungsbereich - städtebauliche Schwächen	65
Karte 9: (Lebensmittel-)Nahversorgungsangebot in der Stadt Alzey.....	82
Karte 10: Standortpotenziale innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs	122
Karte 11: Standortpotenziale innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs in Alzey.....	134
Karte 12: Städtebaulich-gestalterische Maßnahmenvorschläge für Alzey	140

FOTOVERZEICHNIS:

Foto 1: Post, Ecke Kronenplatz	56
Foto 2: "Magnet" Kaufhaus Sauer	56
Foto 3: Rossmarkt.....	60
Foto 4: Fischmarkt.....	60
Foto 5: Eingangssituation Fußgängerzone (Antoniterstraße).....	61
Foto 6: Gestaltung Spießgasse (Fußgängerzone).....	61
Foto 7: nicht kaschierter Leerstand (Spießgasse).....	63
Foto 8: Lebensmittel-SB-Markt (Hospitalstraße)	63
Foto 9: Verkehr Antoniterstraße.....	66
Foto 10: ruhender Verkehr auf Parkdeck.....	66
Foto 11: Trennwirkung Hospitalstraße	67
Foto 12: Warenstände (andere Stadt).....	67
Foto 13: rückwärtiger Bereich Kronenplatz.....	123
Foto 14: Potenzialfläche Kronenplatz	124
Foto 15: Ideenskizze Potenzialfläche Kronenplatz	124
Foto 16: Potenzialfläche am Parkdeck.....	126
Foto 17: Ideenskizze Potenzialfläche am Parkdeck.....	126
Foto 18: Baulücke zwischen Antoniterstraße und Schlossgasse	127
Foto 19: Potenzialfläche Antoniterstraße	128
Foto 20: Ideenskizze Potenzialfläche Antoniterstraße	128
Foto 21: Potenzialfläche Wilhelmstraße	130
Foto 22: Ideenskizze Potenzialfläche Wilhelmstraße	130
Foto 23: Hinterhofsituation nahe Rossmarkt	131
Foto 24: Potenzialfläche Rossmarkt	132
Foto 25: Ideenskizze Potenzialfläche Rossmarkt	132
Foto 26: Obermarkt	141



Foto 27: Spießgasse.....	143
Foto 28: Undifferenzierte Beschilderung in Alzey	144
Foto 29: Parkleitsystem (bereits in Planung).....	144
Foto 30: Negativbeispiel: Stadtmobiliar (Antoniterstraße, Fußgängerzone)	145
Foto 31: Positivbeispiel: Stadtmobiliar (Kronenplatz)	145
Foto 32: Negativbeispiel: Beleuchtung in Alzey.....	145
Foto 33: Positivbeispiel: Beleuchtungskonzept.....	145
Foto 34: Flächenzusammenlegung in Esslingen	148
Foto 35: Flächenzusammenlegung in Aalen.....	148
Foto 36: Nicht kaschierter Leerstand - Negativbeispiel Alzey.....	149
Foto 37: "Kunst im Leerstand" - Beispiel einer Zwischennutzung.....	149
Foto 38: Negativbeispiel für Außenstände in Alzey.....	152
Foto 39: Positivbeispiel für Warenpräsentation	152
Foto 40: Regulierung Lieferverkehr.....	154



1. EINLEITUNG

Die Stadt Alzey (rd. 18.200 Einwohner¹), 25 km von Worms entfernt an der BAB 61 und 63 gelegen, ist als Mittelzentrum² ausgewiesen. Auf ihrer Gemarkung ist in den vergangenen Jahren an der BAB 61 ein umfängliches Einzelhandelsangebot in nicht integrierter Lage angesiedelt worden. Im Hinblick auf die zukünftige räumliche und quantitative Einzelhandelsentwicklung wurde das Büro Dr. Acocella beauftragt, das bestehende Einzelhandelsgutachten auch vor dem Hintergrund der Novellierungen des BauGB 2004 und 2007 zu aktualisieren und als Grundlage für ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept aufzustellen.

Eine Anforderung ergibt sich zudem aus dem neu aufgestellten Landesentwicklungsprogramm (LEP IV). Nach Ziel 58, dessen Gegenstand das städtebauliche Integrationsgebot ist, werden zentrale Orte in die Pflicht genommen, im Hinblick auf die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten städtebaulich integrierte Bereiche, die zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB (§1 Abs. 6 Nr. 4), *verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.*³

In der Begründung zu Ziel 58 wird diesbezüglich auf den wesentlichen Beitrag der großflächigen Einzelhandelsbetriebe zur Funktionsfähigkeit und Attraktivität der zentralen Orte hingewiesen⁴.

Grundlage für ein Einzelhandelskonzept ist hierfür zunächst die Auseinandersetzung mit der Ist-Situation:

- Wieweit wird der Einzelhandel der zentralörtlichen Funktion der Stadt Alzey gerecht?
- Wie stellt sich die Versorgungssituation in den einzelnen Sortimentsbereichen dar und in welchen Sortimentsbereichen bestehen derzeit Defizite?

¹ Einwohnerzahlen nach Angabe des Statistischen Landesamtes, Stand 31.12.06.

² Vgl. LEP IV Rheinland-Pfalz - Sicherung und Entwicklung der Daseinsvorsorge (Ziele/ Grundsätze Z 39, S. 86.

³ Vgl. LEP IV Rheinland-Pfalz - Sicherung und Entwicklung der Daseinsvorsorge (Ziele/ Grundsätze Z 58 - städtebauliches Integrationsgebot, S. 96.

⁴ Vgl. LEP Rheinland-Pfalz - Sicherung und Entwicklung der Daseinsvorsorge (Begründung/ Erläuterung zu Z 58 - städtebauliches Integrationsgebot, S. 98.



Aufbauend auf städtebaulichen Zielen wird vor dem Hintergrund der Ist-Situation abgeleitet, in welchen Sortimentsbereichen mit welchem (quantitativen) Verkaufsflächenpotenzial zu rechnen ist.

Sodann ist zu klären, wo zusätzliche Verkaufsflächen angesiedelt werden sollten, um die städtebaulichen Ziele zu unterstützen und welche räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten des zentralen Versorgungsbereiches bestehen.

Wesentlicher Bestandteil der darauf aufbauenden Vorschläge für ein Einzelhandelskonzept ist die Sortimentsliste ("Alzeyer Liste"), die nach zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten differenziert. Diese wird vor dem Hintergrund u.a. der örtlichen Situation abgeleitet: Die reine Übernahme aus allgemeinen Listen (z.B. LEP IV) reicht nicht aus⁵.

Die Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes hängt allerdings nicht allein von einem solchen Rahmen ab, der durch ein Einzelhandelskonzept geschaffen wird, sondern auch von städtebaulich-gestalterischen Maßnahmen (Stadt und insbesondere Immobilieneigentümer) und vom Handeln weiterer Akteure - insbesondere der Einzelhändler, aber auch der Gastronomen und Dienstleister.

In Anbetracht der Erkenntnis, dass eine den formalen Ansprüchen genügende Einzelhandelskonzeption u.U. keine Aussicht auf eine zielkonforme Umsetzung hat, wurde der Untersuchungsansatz im vorliegenden Gutachten so gewählt, dass mit den Ergebnissen auch die anderen relevanten Akteure angesprochen und eingebunden werden können. Insofern kann dieses Gutachten auch einen Beitrag zum Stadtmarketing leisten. **Zentrales Anliegen des Gesamtgutachtens ist es jedoch, die städtebaulichen Begründungen für eine räumliche Steuerung des Einzelhandels zu erarbeiten.**

Investoren müssen bereit sein, unter den vorgegebenen städtebaulich-funktionalen Rahmenbedingungen zu investieren. Dies wird nur dann geschehen, wenn diese dauerhaft verlässlich sind.

Im Übrigen entspricht das Einzelhandelskonzept, wenn es durch den Stadtrat beschlossen wird, auch einem in § 1 (6) Satz 11 BauGB angesprochenen städtebaulichen

⁵ Das Landesentwicklungsprogramm enthält in der Erläuterung zum Integrationsgebot (Z 58) eine Liste innenstadtrelevanter Sortimente. Es wird jedoch auf die Bedeutung kommunalspezifischer Listen hingewiesen, so dass in begründeten Einzelfällen eine Erweiterung bzw. eine Reduzierung dieses Kataloges vorgenommen werden kann.



Entwicklungskonzept. Somit bestünde auch die Möglichkeit der Anwendung des § 9 (2a) BauGB.

In die Erarbeitung des Gutachtens wurde eine Arbeitsgruppe eingebunden, in der neben der Politik und Verwaltung auch ortsansässige Händler und Gewerbetreibende mitwirkten. Projektbegleitend wurden in drei Sitzungen u.a. die inhaltliche Vorgehensweise, der Fragebogen für die Einzelhändlerbefragung, die Prognoseannahmen, Zwischenergebnisse sowie Maßnahmenvorschläge vorgestellt und diskutiert und - ggf. nach einer Ergänzung - als Grundlage zur weiteren Bearbeitung bestimmt. Ebenso wurden die Ergebnisse der Untersuchung und die daraus abzuleitenden Maßnahmen und Konsequenzen im Rahmen einer Klausurtagung des Stadtrates diskutiert.



2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN

Einleitend werden vergangene und in der Tendenz absehbare Trends der Einzelhandelsentwicklung unter planerischen und betriebswirtschaftlichen Aspekten näher beleuchtet.

Die Analyse der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung ist bedeutsam, da an ihr die Folgen einer Genehmigung von Einzelhandel am "falschen Standort" ablesbar sind. Übertragen auf die Untersuchungskommune bedeutet dies, dass es einen Teil der Handelsentwicklung gibt, der nicht durch planerische Konzepte steuerbar ist und sein soll, z.B. die Betriebstypenentwicklung. Der steuerbare Bereich der Einzelhandelsentwicklung betrifft die Größenentwicklung und Standortbereitstellung. Eine Minimierung der negativen Folgen der Einzelhandelsentwicklung ist möglich, wenn diese nur an den städtebaulich für richtig befundenen Standorten stattfindet.

Für diese - städtebaulich begründete - räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung gibt es rechtlich zentrale Voraussetzungen, die im Anschluss daran erörtert werden.

2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

Die gesellschaftliche Aufgabe des Einzelhandels liegt in der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern. In jeder Stadt bzw. Gemeinde (unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion) betrifft dies zunächst die Deckung der Grundversorgung insbesondere mit Lebensmitteln.

In einem Mittelzentrum wie Alzey erstreckt sich diese Aufgabe überdies auf die Versorgung mit Angeboten, die nicht in jeder Gemeinde in tragfähigen Einrichtungen angeboten werden können, mithin neben der Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs auch auf die Versorgung mit Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfs. In diesen Bedarfsbereichen sollen dabei neben der eigenen Bevölkerung auch Einwohner im Mittelbereich versorgt werden.

Neben dieser eigentlichen Aufgabe des Einzelhandels erzeugt dieser in integrierten Lagen städtische Bedingungen wie Dichte, Frequenz und Mischung. Der Einzelhandel hat daher eine "stadtbildende Funktion": Städtisches Leben, urbane Attraktivität und Multifunktionalität sind ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Im Zuge des Strukturwandels und hier insbesondere der Suburbanisierung der Einzelhandels-



standorte seit Mitte der siebziger Jahre wurde den Zentren jedoch viel von der stadtbildenden Kraft des Einzelhandels entzogen.

Auf Grund der Lösung des Einzelhandels von klassischen Standortfaktoren wie "Einwohnerdichte im Naheinzugsbereich" oder "hohe Passantendichte" - auch als Folge der Genehmigspolitik der Baugenehmigungsbehörden - kam es zu einer Entwertung traditioneller Einkaufsstandorte und der auf diese Standorte gerichteten infrastrukturellen Einrichtungen. Durch die Ansiedlungspolitik der Kommunen im Außenbereich der Städte entwickelten sich neue, zum Teil erhebliche Nutzungskonflikte (gewerbliche Nutzung, industrielle Nutzung, Sportstätten, Einzelhandelsnutzung) und ökologische Probleme (Verkehrsaufkommen, Landschaftsverbrauch, Flächenversiegelung).

Um die stadtbildprägende Kraft des Einzelhandels aufrechtzuerhalten - und darüber hinaus die Nahversorgung der gesamten Bevölkerung (auch der weniger mobilen) zu sichern -, bedarf es deshalb der gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung.

2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung

Die Entwicklung des Einzelhandels wird sowohl durch die Anbieter als auch durch die Nachfrager/ Konsumenten bestimmt.

Bedeutung handelsendogener Faktoren

Veränderungen auf Anbieterseite (handelsendogene Faktoren) sind zum Einen die Konzeption von Betriebstypen (Tante-Emma-Laden, Supermarkt, Discounter, SB-Warenhaus etc.), die Standortdynamik oder die Sortimentspolitik der unterschiedlichen Anbieter:

- **Betriebstypenentwicklung:** Die Betriebstypenentwicklung als Folge des stetigen Bestrebens der Handelskonzerne, Kostenstrukturen zu optimieren ist dabei verbunden mit einer Auffächerung des Niedrigpreisbereiches in Markendiscountern, Factory-Outlet, Sonderpostmärkte und traditionelle (Lebensmittel-)Discounter, einem Anstieg der Verkaufsfläche und einer kontinuierlichen Abnahme der Fachgeschäfte.

Problematisch ist dies vor allem, weil ein Großteil der neuen Betriebstypen häufig außerhalb gewachsener städtischer Strukturen angesiedelt wird und somit zur Auflösung der vorhandenen städtischen Funktionen und der Nutzungsvielfalt bei-



tragen kann. Der aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen erfolgte Anstieg der Verkaufsfläche je Betrieb erschwert häufig die Integration der neuen Betriebstypen in die gewachsenen Strukturen der Zentren, wodurch die Multifunktionalität des Handels abhanden kommen kann.

- **Sortimentspolitik:** Daneben verändern sich auch die einzelnen Betriebstypen selbst, z.B. im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische Branchenaufteilung bricht dadurch langsam auf, so dass mittlerweile nicht nur Warenhäuser als Mehrbranchenanbieter angesehen werden können. Baumärkte oder Lebensmittelbetriebe führen i.d.R. Randsortimente oder auf sog. Aktionsflächen Sortimente, die von der für diese (ursprünglichen) Betriebsarten üblichen Sortimentsstrukturierung erheblich abweichen. Diese Sortimente stehen oftmals in Konkurrenz zu den entsprechenden Angeboten der Innenstädte oder anderer zentraler Versorgungsbereiche.
- **Neue Betriebsformen:** Neben diesen Entwicklungen entstehen neue groß dimensionierte Betriebstypen wie Factory Outlet Center (FOC) und Urban Entertainment Center (UEC). Allerdings ist zu berücksichtigen, dass diese Betriebstypen angesichts der je erforderlichen Einzugsbereiche nur begrenzte Entwicklungspotenziale aufweisen.
- **Standortdynamik:** Die Betriebstypendynamik führt - teilweise gemeinsam mit den Trends auf Seiten der Konsumenten - auch zu Neubewertungen von Standorten: Insbesondere werden autokundenorientierte Standorte und preisgünstige Grundstücke vorgezogen. Die Funktionsmischung großflächiger Einzelhandelsstandorte an der Peripherie führt zu einer Erhöhung ihrer Standortattraktivität, insbesondere im Verhältnis zu Innenstädten, so dass sich für diese ein Entwicklungshemmnis ergeben kann.

Bedeutung handelsexogener Faktoren

Zu den handelsexogenen Faktoren gehören vor allem nachfragebedingte Faktoren wie Einkommen, Mobilität sowie soziodemografische und rechtliche Rahmenbedingungen, welche die Einzelhandelsentwicklung entscheidend beeinflussen können:

- **Soziodemografische Entwicklung:** Die Einwohnerzahl in Deutschland wird auf Grund der konstant niedrigen Geburtenrate trotz anhaltender Zuwanderungen aus dem Ausland langfristig abnehmen. Hinzu kommt, dass der Anteil der älteren Menschen kontinuierlich zunimmt. Diese Entwicklung hat für den Einzelhandel und



damit auch für die Zentren eine wichtige Bedeutung, z.B. in Bezug auf den Bedarf an Kinderbekleidung und Spielwaren, die Erreichbarkeit von Nahversorgungseinrichtungen für ältere Menschen oder auch das Angebot an gesundheitsfördernden Artikeln. Eng mit dem Wandel der Altersstruktur ist die Veränderung der Haushaltstypen verbunden. Die Anzahl der Haushalte steigt - auch im Verhältnis zur Bevölkerungszahl - in Deutschland kontinuierlich an, die Haushaltsgröße nimmt gleichzeitig ab, was sich an der deutlichen Zunahme von Single-Haushalten zeigt. Die Pluralisierung und Individualisierung der Lebens- und auch Wohnformen, welche u.a. zu einem veränderten Kaufverhalten führen, ist ein weiterer Trend, der bei anstehenden Planungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung berücksichtigt werden muss.

- **Mobilität:** Zunehmende Mobilität und Mobilitätsbereitschaft führen dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung häufiger wohnortfernere Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. Dies führt gleichzeitig zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte in zentralen Lagen bis hin zum Wegfall der Nahversorgung.
- **Einkommen:** Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. Wohn-/ Energiekosten) führen zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen, darüber hinaus erfolgt zunehmend eine Kopplung von Freizeitaktivitäten, Gastronomiebesuchen und Einkauf (Trend zum Erlebniseinkauf).

Betrachtet man die Wechselbeziehungen von handelsendogenen und handelsexogenen Faktoren, ist festzustellen, dass der Einzelhandel nicht vorrangig auf die Bedürfnisse der Nachfrage reagiert, sondern dass die verschiedenen Entwicklungen im Einzelhandel primär durch diesen selbst verursacht/ bestimmt werden.

"Die Versuche zu Werbeeinflüssen auf Verbraucher nehmen dauernd an Umfang zu ... sie können nicht verpuffen, weil die Verbraucher grundsätzlich bereit sind, ihnen zu folgen".⁶

⁶ Ruberg, C.: Vom Verbraucher erzwungene Risiken des Einzelhandelsbetriebs, in: Behrens, K. C.: Der Standort der Handelsbetriebe, Köln/ Opladen, 1965.



2.1.2 Städtebauliche Wirkungen der Einzelhandelsentwicklung

Die **Suburbanisierung** der Handelsstandorte gefährdet die Rentabilität stadt- bzw. gemeindezentrenbezogener Entwicklungskonzepte sowie von Investitionen der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft. Die fehlende wirtschaftliche Perspektive führt zum Rückzug weiterer Einzelhandelsunternehmen aus den Innenstädten bzw. Ortszentren (und weiteren zentralen Bereichen).

Die aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen für erforderlich erachtete Mindestverkaufsfläche steigt in allen Einzelhandelsbranchen an und erschwert in Kombination mit der vorherrschenden eingeschossigen Bauweise die Integration der Betriebe in die **gewachsenen Strukturen** der Innenstädte und Ortszentren. Die Multifunktionalität des Handels und die kleinteiligen Strukturen in den Kernbereichen drohen abhanden zu kommen.

Die städtische **Verkehrssituation** gerät in ein Spannungsfeld. Das Flächenwachstum im Handel reduziert die Möglichkeiten, die städtischen Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen und damit das Individualverkehrsaufkommen zu reduzieren. Die schwindende Attraktivität der Innenstädte bzw. der Stadtbezirkszentren/ Stadtteilzentren (und der sonstigen zentralen Bereiche) als Einkaufsorte hemmt die Bereitschaft, in verbesserte innerstädtische ÖPNV-Konzepte zu investieren. Es ist die Ausnahme, dass autokundenorientierte Einzelhandelsgroßbetriebe im Umland der Städte an öffentliche Verkehrsmittel angebunden werden (wollen). Die Größe des Einzugsgebietes des suburbanen Einzelhandels führt zu einem zusätzlichen Anstieg des Individualverkehrs.

Die **wohnungsnahe Grundversorgung** ist nicht mehr garantiert. Als Folge der (durch die Genehmigungspolitik zugelassenen) Suburbanisierung ziehen sich der Handel und andere Infrastruktureinrichtungen (z.B. Poststellen, Bankfilialen) aus den Wohngebieten und dem ländlichen Raum zurück. Die durch den Konzentrationsprozess im Lebensmitteleinzelhandel ausgelöste Erhöhung der durchschnittlichen Betriebsgröße hat zur Folge, dass für Anbieter die Notwendigkeit entsteht, mit diesen größeren Betriebseinheiten auch entsprechend höhere Umsätze zu erwirtschaften. Damit vergrößert sich der notwendige Einzugsbereich jedes Betriebes. Der dadurch ausgelöste Verdrängungswettbewerb reduziert das Angebot zunehmend auf



standort- und betriebstypenbezogen optimierte Betriebe: Eine fußläufige bzw. wohnortnahe Nahversorgung durch relativ kleinflächige Lebensmittelbetriebe in Wohnlagen ist wegen der Ausdünnung des Versorgungsnetzes häufig nicht mehr gewährleistet. Die Entwicklung verläuft entgegen dem für die Nahversorgung wichtigen Ziel einer "Stadt der kurzen Wege". Betroffen ist vor allem der mobilitätseingeschränkte Teil der Bevölkerung. Mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen steigt so die Zahl potenziell unterversorgter Haushalte.

Nahezu unabhängig von der Einwohnerzahl einer Kommune sind (neben Personengruppen ohne Auto und Familien mit nur einem Auto) gerade ältere Menschen in besonders hohem Maße von einer unzureichenden Nahversorgung betroffen. Zurückzuführen ist dies u.a. auf

- mangelnde finanzielle Möglichkeiten für den Besitz und die Nutzung eines Pkw für den Einkauf,
- den noch immer überdurchschnittlich hohen Anteil von Personen, insbesondere Frauen, ohne Führerschein in dieser Altersgruppe sowie
- auf die fehlenden gesundheitlichen/ körperlichen Voraussetzungen zum Führen eines Pkw.

Der **Flächenverbrauch** der modernen Betriebstypen für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser Betriebstypen auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet führen zu zusätzlichen Umweltbelastungen.

Die aufgezeigten Probleme beeinträchtigen den innerstädtischen Einzelhandel immer häufiger. Dabei weisen die Einzelhändler auf die Abhängigkeit des Standortes Innenstadt von seiner Erreichbarkeit hin. Gleichzeitig muss sich der Handel der Konkurrenz optimal geplanter Shopping-Center mit guter Verkehrsanbindung, Flanierambiente, hochwertigen Anbietern und hohem Organisationsgrad (Werbung, Öffnungszeiten etc.) sowie mit Angeboten zur Freizeitgestaltung stellen. Dies erfordert wiederum an innerstädtischen Standorten eine (bauliche) Aufwertung des Ambientes, z.B. durch Fußgängerzonen, und eine vielfältige Funktionsmischung, um einen innerstädtischen "Erlebnisraum" zu schaffen bzw. auszubauen.



2.2 EINZELHANDELSKONZEPT ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSMITTEL FÜR DEN EINZELHANDEL

Das in der Folge dargestellte Einzelhandels- und Zentrenkonzept mit seinen Steuerungselementen soll die Stadt Alzey in die Lage versetzen, die räumliche Einzelhandelssteuerung in der Stadt entsprechend der stadtentwicklungsplanerischen Zielsetzungen zu betreiben.

Im Rahmen von (kommunalen) Einzelhandelskonzepten wird immer wieder die Frage gestellt, ob eine planerische räumliche Lenkung des Einzelhandels überhaupt rechtlich tragfähig möglich ist⁷. Im Grundsatz ist diese Frage geklärt, denn das unregulierte Marktgeschehen verursacht - wie im vorangegangenen Kapitel 2.1 skizziert - negative Wirkungen auf raumordnerische und städtebauliche Zielsetzungen, die der Markt selbst nicht korrigiert bzw. korrigieren kann. Marktwirtschaftliche Einwände werden zwar immer wieder artikuliert, sind jedoch durch verschiedene Urteile verworfen worden⁸. Die Tatsache, dass Einzelhandelsansiedlungen unangemessen sein können, ergibt sich auf Grund des immer noch aktuellen städtebaulichen Leitbildes der "Europäischen Stadt" und vor allem aus dem Recht - und der Pflicht - jeder Stadt/ Gemeinde, die städtebauliche Ordnung und Entwicklung zu sichern⁹.

2.2.1 Planungsrechtlicher Rahmen des Einzelhandelskonzeptes

Die rechtlichen Vorgaben für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes betreffen u.a.

- die erforderliche Definition der zentralen Versorgungsbereiche, abgeleitet auf Basis einer Ist-Analyse und
- die Anforderungen an die Ableitung einer Sortimentsliste.

2.2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels ist seit langem möglich, wobei die (Einzelhandels-)Innenstadt eine besondere Rolle spielte. Durch das EAGBau 2004 und durch die Baurechtsnovelle 2007 sind die sogenannten "zentralen Versorgungsbereiche" in den Fokus der Begründung für eine städtebaulich

⁷ Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004 Az. 4 BN 33/04.

⁸ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE.

⁹ Vgl. z.B. OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 21.06.2001 Az. 1 C 11806/00.OVG; BayVGH: Urteil vom 25.04.2002 Az. 2 CS 02.121. Die Pflicht für die Kommunen könnte sich letztlich aus dem § 1 (3) BauGB ergeben.



motiviert räumliche Lenkung gerückt worden. Sie stellen bei der Bauleitplanung zu berücksichtigende Belange da. So wurde in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB die "Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" festgeschrieben. Hiernach können sich Gemeinden im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebots gemäß § 2 Abs. 2 BauGB nun ausdrücklich auf Auswirkungen auf ihre zentrale Versorgungsbereiche berufen. Des Weiteren sind nach § 34 Abs. 3 BauGB bei Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auch außerhalb der näheren Umgebung zu beachten.

Nach dem derzeit jüngsten Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG) in dieser Sache, sind zentrale Versorgungsbereiche *"räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt."*¹⁰ Für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes von Bedeutung ist dabei, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss¹¹.

Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Stadt als zentraler Versorgungsbereich (früher (Einzelhandels-)Innenstadt) anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung der Innenstadt erreichbar ist. Und nur auf diese Weise kann auch der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

2.2.1.2 Sortimentsliste

Da nicht jeder Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden muss/ soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten oder in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden sollen, ist ein stadtentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für

¹⁰ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az.: 4 C 7/07.

¹¹ *"Zentrale Versorgungsbereiche [...] können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben"* (BVerwG, Urteil vom 11.10.07, Az. 4 C 7/07).



eine positive Einzelhandelsentwicklung in der gesamten Stadt, insbesondere in dem zentralen Versorgungsbereich von Alzey, zu schaffen.

Entsprechend ist für die Stadt Alzey abzuleiten, welche Sortimente zentrenrelevant sind. Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentsliste (beispielsweise aus dem LEP IV) rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist (vgl. Fußnote 55, S. 104). Dies entspricht der Maßgabe und den Erkenntnissen, nach denen das Büro Dr. Acocella (bis 31.07.03: AGENDA) seit seinem Bestehen (1993) arbeitet.

Als Grundlage ist dafür die Einzelhandelsstruktur zu analysieren.

2.2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene

Die Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene sind insbesondere durch das BauGB und die BauNVO - also bundeseinheitlich - geregelt.

Durch die Aufstellung eines **Flächennutzungsplanes** werden erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen auf der kommunalen Ebene getroffen¹², die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind.

Für die Flächen der Gebietskategorien W und G sind nur solche Bebauungspläne aus dem FNP zu entwickeln, in denen Einzelhandelsbetriebe zulässig sind, die keines SO bedürfen. Die konkrete planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Baugebieten ergibt sich jedoch erst durch die Festsetzungen in Bebauungsplänen nach §§ 2 bis 9 BauNVO.

Die Aufstellung eines **vorhabenbezogenen Bebauungsplanes** (§ 12 BauGB) kann in Einzelfällen eine steuernde Wirkung insbesondere im Hinblick auf die Ausgestaltung eines geplanten Einzelhandelsvorhabens entfalten. Eine grundsätzliche, räumliche Steuerung des Einzelhandels ist jedoch auf dieser Basis nicht möglich, da der vorhabenbezogene Bebauungsplan eher reaktiv auf die potenzielle räumliche und inhaltliche Einzelhandelsentwicklung eingesetzt wird.

Mit **Veränderungssperren** nach § 14 BauGB und/ oder **Zurückstellung von Bauge-suchen** nach § 15 BauGB kann lediglich zeitlich begrenzt verhindert werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instru-

¹² Vgl. Baugesetzbuch (BauGB) (2007), § 5 Abs. 2 Satz 1.



mente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städtebaulichen Zielen abzuschließen¹³. Mit Hilfe dieser Instrumente wird eine gegebene Situation im Ist-Zustand vorläufig gesichert, was letztlich jedoch eine Verhinderungswirkung - zumindest in Bezug auf ungewollte Entwicklungen im Plangebiet - entfaltet.

Im § 34 Absätze 1, 2 und 3 BauGB werden die Bedingungen für die Zulässigkeit von Nutzungen "innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile", für die kein Bebauungsplan nach § 30 Abs. 1 BauGB vorliegt, aufgeführt.

Die **Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben in § 34-Gebieten** richtet sich eben nicht nach den jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt, sondern danach, ob sich das Einzelhandelsvorhaben "*nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt, die Erschließung gesichert ist*" und bezieht bei der Beurteilung der negativen Wirkungen lediglich die "zentralen Versorgungsbereiche" ein, deren Schädigung vermieden werden soll. Im Übrigen ist die Zulässigkeit eines Einzelhandelsvorhabens gegeben, wenn das Plangebiet einem der Baugebiete nach §§ 2 bis 9 BauNVO entspricht und das Vorhaben innerhalb dieser Gebiete zulässig wäre.

Daher ist der § 34 BauGB kaum geeignet, eine im Sinne der jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen wirksame, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten.

Nur mit Hilfe der **Bauleitplanung** (§§ 2 bis 9 BauNVO) kann eine reaktive in eine aktive Planung übergeleitet werden, woraus sich eine systematische, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ergeben kann.

Im BauGB 2007 ist als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsinstrument § 9 Abs. 2a BauGB eingeführt worden. Danach ist es möglich, für im Zusammenhang bebauten Ortsteile in einem Bebauungsplan ohne Ausweisung von Baugebieten i.S. der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB beschränkende Festsetzungen namentlich zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Es werden hierdurch planerische Gestaltungsmöglichkeiten geschaffen, die über die Zulässigkeitsregel des § 34 Abs. 3

¹³ Vgl. OVG NRW, 1998, a.a.O., ebd.



BauGB (s.o.) hinaus gehen. Der Bebauungsplan kann dabei für die nach § 34 BauGB zu beurteilenden Gebiete insgesamt oder für Teile davon aufgestellt werden. Der Zweck muss auf die *"Erhaltung oder Sicherung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden"* gerichtet sein¹⁴.

In der öffentlichen Diskussion zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels stehen vor allem Einzelhandelsbetriebe nach § 11 Abs. 3 BauNVO (**großflächige Einzelhandelsbetriebe**) im Vordergrund; sehr viel Aufmerksamkeit und gerichtliche Auseinandersetzungen erzeugen insbesondere Fachmarktzentren und Factory Outlet Center. Dass diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe reaktiv, also auf Grund eines konkreten Vorhabens nach Standort, Größe und Sortimenten gesteuert werden können, ist unstrittig¹⁵. Eine Stadt kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab¹⁶ die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im FNP nach § 5 BauGB vornehmen.

Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 Abs. 3 zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegen stehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Baugebieten¹⁷ entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind¹⁸. Dies kann dazu führen, dass sich im Verlauf der Zeit **Einzelhandelsagglomerationen mit nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben** in Gewerbe- und Industriegebieten nach §§ 8 bzw. 9 BauNVO entwickeln. Solche Einzelhandelsstandorte waren zunächst auf Grund ihres Umfangs für die Entwicklung der Zentren unproblematisch und/ oder haben

¹⁴ Vgl. Söfker, W.: Steuerungsinstrumente der Innenentwicklung für den Handel durch das EAG Bau und das BauGB 2007, Kurzfassung des Vortrags im 547/6. Kurs des Instituts für Städtebau Berlin "Städtebau und Handel", Berlin 2007

¹⁵ Kopf, H.: Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin, 2002.

¹⁶ BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.

¹⁷ Die Baunutzungsverordnung definiert in den §§ 2 bis 9 abschließend Baugebietstypen. Eine planende Gemeinde kann darüber hinaus keine neuen Baugebietstypen "erfinden". Vgl. dazu BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31.98.

¹⁸ Birk (1988), a.a.O., S. 284.



auf Grund der verfügbaren Gewerbegebietsflächen auch nicht zur Flächenverknappung geführt. Ähnliche Entwicklungen in Mischgebieten nach § 6 BauNVO können ebenfalls städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen haben.

Zur Vermeidung dieser unerwünschten Entwicklungen hat der Ordnungsgeber die Möglichkeit einer **Feingliederung durch § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO** geschaffen:

*"Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2,4 bis 9 und 13 [BauNVO] allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt"*¹⁹.

*"Wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen, kann im Bebauungsplan bei Anwendung der Abs. 5 bis 8 festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können"*²⁰.

In GE- (§ 8 BauNVO), GI- (§ 9 BauNVO) und auch in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) kann der Einzelhandel insgesamt bzw. eine bestimmte Art von Einzelhandel, z.B. zentrenrelevante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden²¹; eine darüber hinaus gehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich²². Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche²³ oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und Produzierendes Gewerbe²⁴.

¹⁹ BauNVO § 1 Abs. 5 i.d.F. vom 23.01.1990.

²⁰ BauNVO § 1 Abs. 9 i.d.F. vom 23.01.1990.

²¹ Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 27.07.1998, Az 4 BN 31/98 BVerwG, Beschluss vom 10.11.2004, Az 4 BN 33/04 Rn 6.

²² Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

²³ Vgl. z.B. Müller, M. Rechtliche Voraussetzungen für die Ansiedlung großflächiger Handelsbetriebe, in: Bundesarbeitsgemeinschaft für Mittel- und Großbetriebe: Standortfragen des Handels, Köln, 1992, S. 123.

²⁴ Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Lose Blattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.



2.2.2 Konsequenzen für das Genehmigungsverfahren

Anhand der vorstehenden planungsrechtlichen Regelungsmöglichkeiten wird deutlich, dass die räumliche Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene insbesondere davon abhängig ist, inwieweit die Stadt (Verwaltung und Politik) ihren weiten Gestaltungsspielraum in der Frage nutzt, ob und in welchem Rahmen sie planerisch tätig wird²⁵.

Als Planungsgrundsatz kommt dabei dem § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB insbesondere Bedeutung für eine Bauleitplanung zu, durch welche vorhandene oder zu entwickelnde Versorgungsbereiche dadurch geschützt werden sollen, dass außerhalb solcher zentraler Versorgungsbereiche Vorhaben, die diese beeinträchtigen könnten, nicht oder nur eingeschränkt verwirklicht werden können.

Nach § 9 Abs. 2a BauGB ist ein **städtebauliches Entwicklungskonzept** i.S. des § 1 Abs. 6 Nr. 11, welches Aussagen über die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Stadt oder eines Stadtteils enthält, insbesondere zu berücksichtigen, da ein solches Konzept eine die Aufstellung des Bebauungsplans unterstützende Funktion hat; es sind nachvollziehbare Aussagen über die zentralen Versorgungsbereiche und ihre Schutzbedürftigkeit enthalten²⁶.

Im Hinblick auf eine Umsetzung des Konzeptes bedeutet dies, dass bei Planvorhaben bzw. Ansiedlungs-/ Erweiterungsvorhaben nicht danach zu fragen ist, was derzeit planungsrechtlich möglich ist, sondern zuerst die Frage nach der **städtebaulichen Zielsetzung** zu beantworten ist. Aus der gegebenen planungsrechtlichen Situation am konkreten Standort und der städtebaulichen Zielsetzung leiten sich die erforderlichen/ möglichen planungsrechtlichen Schritte ab. Dies kann im Einzelnen bedeuten, dass bei einem erwünschten Ansiedlungsvorhaben die rechtlichen Voraussetzungen zur Ansiedlung geschaffen werden müssen, oder bei einem unerwünschten Vorhaben die bisherige Zulässigkeit aufgehoben werden muss. Dies kann ohne konkreten Anlass, z.B. einen Bauantrag oder auf Grund eines solchen konkreten²⁷ Planvorhabens erfolgen.

²⁵ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.

²⁶ Vgl. Söfker, W., 2007, a.a.O.

²⁷ Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14/99 und OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.



Zur **Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen** können bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung²⁸, die mit diesem Gutachten gegeben sein dürfte, die Sicherungsinstrumente wie z.B. Veränderungssperren nach § 14 BauGB und/ oder Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB zwar zeitlich begrenzt, aber doch wirksam verhindert werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten.

Maßgeblich für eine **Erstbewertung eines Planvorhabens** sind der Planstandort und die Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz des Hauptsortimentes.

Bezogen auf den Standort und seine einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten werden in diesem Gutachten die entsprechenden Aussagen getroffen. Hinsichtlich der Sortimente wird eine ortsspezifische Liste vorgeschlagen, die die Gegebenheiten in Alzey und andererseits die aus Gutachtersicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung der Zentren berücksichtigt.

2.2.3 Fazit

Abschließend ist festzuhalten, dass dieses Gutachten es ermöglicht, systematisch die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben entsprechend der städtebaulichen Zielsetzungen für die jeweiligen Planstandorte zu bewerten. Es stellt dar, an welchen Standorten grundsätzlich Einzelhandel zulässig sein soll bzw. wo welche planungsrechtlichen Beschränkungen angestrebt werden sollen.

Im Außenverhältnis dient dieses Gutachten auch dazu, die zentrumsbezogenen Zielsetzungen der Stadt Alzey im Rahmen von Beteiligungsverfahren z.B. nach § 2 (2) BauGB substantiell und umfänglich darzustellen, so dass damit möglichen Planungen außerhalb Alzeys, die zentrenschädlich sein könnten, entsprechend umfangreich und umfassend begegnet werden kann. Voraussetzung ist allerdings, dass sich die Stadt Alzey selbst an ihr eigenes Konzept hält und keine Ansiedlungsentscheidungen trifft, die dazu geeignet sind, die eigenen Zielsetzungen zu konterkarieren.

²⁸ Vgl. dazu z.B. OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.



3. EINZELHANDELSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE

In diesem Kapitel wird auf Grundlage der Ergebnisse der Händlerbefragung die Versorgungssituation in Alzey auf gesamtstädtischer Ebene dargestellt und bewertet. Ein Hauptaugenmerk wird dabei auf die Beurteilung der Einzelhandelszentralität der Stadt gelegt.

3.1 METHODISCHES VORGEHEN - ERHEBUNG EINZELHANDELRELEVANTER DATEN

Die Daten wurden im Rahmen einer Befragung aller Einzelhändler im gesamten Stadtgebiet von Alzey ermittelt.

Ergänzend zu den primär erhobenen Daten wurden sekundärstatistische Informationen für die Analyse und Bewertung der Einzelhandelssituation in Alzey herangezogen. Auf diese wird jeweils an den entsprechenden Stellen im Gutachten hingewiesen.

3.1.1 Einzelhandelserhebung in Verbindung mit einer Befragung der Händler

3.1.1.1 Methodisches Vorgehen

Für das vorliegende Gutachten wurde das Einzelhandelsangebot in Alzey auf der Basis einer Begehung mit gleichzeitiger Einzelhändlerbefragung im Februar 2009 von wissenschaftlichen Mitarbeitern des Büros Dr. Acocella erfasst. Berücksichtigt wurde dabei nicht nur der Einzelhandel i.e.S., sondern auch Apotheken und das Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger); ferner wurden Tankstellenshops ebenfalls erhoben (allerdings nicht befragt), soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen.²⁹

Die Befragung dient zum einen der Erfassung betrieblicher Daten und zum anderen dazu, die Stimmungslage der Händler einzufangen.

Die Befragung wurde flächendeckend im gesamten Stadtgebiet durchgeführt: Jede einzelne Straße wurde hierfür begangen bzw. durchfahren³⁰. In jedem Einzelhandelsbetrieb erfolgte die mündliche Kurzbefragung anhand eines Fragebogens (vgl. Anhang), der zuvor in der projektbegleitenden Arbeitsgruppe abgestimmt worden

²⁹ Nicht erfasst wurde der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.

³⁰ Obwohl die Erhebung nach bestem Wissen und Gewissen erfolgte, ist es möglich, dass einzelne Einzelhandelsbetriebe dabei nicht aufgefunden werden konnten. Allerdings kann es sich bei diesen allenfalls um kleinere Betriebe handeln, so dass das Gesamtergebnis hiervon nicht wesentlich beeinflusst würde.



war. Eine derartige Einzelhändlerbefragung liefert zum einen verlässlichere Daten über die derzeitige Situation, insbesondere über die derzeit erzielten Umsätze (die bei einer reinen Erhebung rechnerisch ermittelt werden müssen) und führt so erfahrungsgemäß zu einer sehr hohen Akzeptanz der erhobenen Daten. Zum anderen ermöglicht die Befragung der Händler auch Informationen über die derzeitigen Kaufkraftströme nach Alzey. Weiter können auf diese Weise auch die Einstellungen der Händler zur Einzelhandelssituation in der Stadt erfasst werden. Dabei ergeben sich i.d.R. auch "weiche" Erkenntnisse, die in der weiteren Arbeit von Bedeutung sein können. Und schließlich ist eine frühe Einbindung der örtlichen Einzelhändler auch als vertrauensbildende Maßnahme zu verstehen, die spätere Diskussionen bei der Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen erleichtert.

Die Befragung der Einzelhändler bezog sich auf folgende Aspekte:

- Sortimente,
- Verkaufsfläche insgesamt und je Sortiment,
- Eigentumsverhältnisse und ggf. Miethöhe,
- Anzahl der Beschäftigten,
- Umsatz mit Endverbrauchern im Jahr 2008,
- Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren,
- Kundenherkunft nach prozentualem Umsatzanteil (Alzey, sonstiger Landkreis Alzey-Worms, Stadt Worms, Landkreis Bad Kreuznach, Landkreis Mainz-Bingen, Donnersbergkreis, Sonstige),
- Änderungsabsichten,
- Einschätzung der Einzelhandelssituation in Alzey in Form einer offenen Frage

Die Erhebung der Verkaufsflächen in den einzelnen Geschäften erfolgte sortimentsgenau: Die Betriebe wurden nicht entsprechend dem angebotenen Hauptsortiment insgesamt einer Branche zugerechnet (Schwerpunktprinzip), sondern jedes Sortiment wurde einzeln mit der zugehörigen Verkaufsfläche erfasst (z.B. in Supermärkten auch Drogeriewaren).

Erst hierdurch ergibt sich ein realistisches Abbild der derzeitigen Situation im Einzelhandel, bei dem Ergänzungssortimente, denen im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle zukommt, die in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, nicht unterschätzt werden.



Darüber hinaus ist u.E. die Ableitung einer Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich.

Anhand der offen gestellten Frage zur Einschätzung der Einzelhandelssituation aus Händlersicht (es wurden keine Antwortkategorien vorgegeben) ist es möglich, zum einen die Stimmungslage der Einzelhändler und zum anderen die aus deren Sicht wichtigsten Problemfelder zu erfassen. Die Auswertung dieser Frage kann somit Hinweise auf mögliche Handlungsfelder geben.

Die Ergebnisse werden in der vorliegenden Untersuchung ausschließlich aggregiert dargestellt, da einzelbetriebliche Daten dem Datenschutz unterliegen.

3.1.1.2 Übersicht über die Beteiligung an der Einzelhändlerbefragung

In Alzey wurden 221 Einzelhandelsbetriebe (inklusive Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops) erfasst. In den zwei Tankstellenshops wurde allerdings keine Befragung durchgeführt.

Tab. 1: Übersicht über die Beteiligung

Teilaspekte der Befragung	Betriebe	Anteil Betriebe	Anteil Verkaufsfläche
keine Auskunft	13	6%	8%
Auskunft	206	94%	91%
... zu Beschäftigten	183	84%	85%
... zur Verkaufsfläche	166	76%	86%
... zur Umsatz-Herkunft	190	87%	88%
... zum Umsatz	77	35%	39%
... zu Änderungsabsichten	188	86%	88%
... zur offenen Frage	183	84%	60%
... zur Umsatzentwicklung	149	68%	66%
... zu Eigentumsverhältnissen	197	90%	78%
<i>Einzelhandelsbetriebe¹⁾</i>	<i>219</i>	<i>100%</i>	<i>100%</i>

¹⁾ ohne Tankstellen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Bei der Einzelhändlerbefragung in Alzey im Februar 2009 konnte mit einer Quote von rd. 94% eine hohe Beteiligungsbereitschaft konstatiert werden; lediglich 13 der 219 Alzeyer Händler verweigerten jegliche Auskunft.

- Vergleichsweise viele Händler in Alzey machten Angaben zum Umsatz. Eine Beteiligungsquote von gut einem Drittel (rd. 35%) ist im Relation zu anderen Städten vergleichbarer Größenordnung - üblicherweise geben rd. 20 bis 40% der



Händler bei diesem Teilaspekt Auskunft - als hoch einzuschätzen. Damit liegen für rd. 39% der gesamten Verkaufsfläche in der Stadt Umsatzangaben vor. Der übrige Umsatz wurde auf der Grundlage eigener Erfahrungen und vorliegender Daten zur sortiments- und betreiberbezogenen Leistungsfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben rechnerisch ermittelt³¹.

- Rund drei Viertel der befragten Händler, deren Betriebe rd. 86% der Gesamtverkaufsfläche der Stadt repräsentieren, machten Angaben zur Verkaufsfläche ihres Betriebes. In Geschäften, in denen die Händler keine Angabe zu ihrer Verkaufsfläche machten, wurde diese von den Mitarbeitern des Büros Dr. Acocella erhoben.

3.1.2 Herkunftserfassung

Neben der Einzelhändlerbefragung (Frage nach der Umsatzherkunft) wurde eine Kundenherkunftserhebung in den Einzelhandelsgeschäften (am "Point of Sale") zur Ermittlung des Einzugsgebietes des Einzelhandels von Alzey durchgeführt.

Die Erfassung erfolgte über Listen, in die sich jeder Kunde eintragen konnte. Die Listen wurden mit dem Einverständnis des jeweiligen Einzelhändlers im Rahmen der Einzelhändlerbefragung in den ortsansässigen Geschäften an der Kasse ausgelegt.

Die Erfassung erfolgte von Februar bis April 2009. Insgesamt wurden von 49 Einzelhandelsbetrieben in Alzey solche Listen zurückgesandt, in die sich 10.380 Kunden eingetragen haben. Annähernd jeder vierte Händler hat sich somit an der Herkunftserfassung beteiligt, so dass eine sehr gute Datenbasis vorliegt.

Anhand der Ergebnisse kann das Einzugsgebiet zumindest tendenziell abgeleitet werden. Zwar sind nur eingeschränkt Aussagen über die absolute Herkunftsverteilung möglich, jedoch lässt sich näherungsweise bestimmen, wie sich die Kundschaft nach regionaler Herkunft zusammensetzt.

Infolge der Teilnahme von Betrieben sowohl aus der Alzeyer Innenstadt (34 Betriebe) als auch aus dem Standort Industriegebiet Ost (10 Betriebe) können zudem Aussagen zum jeweiligen Einzugsgebiet der Einzelhandelsstandorte herausgearbeitet werden.

³¹ Insbesondere Institut für Handelsforschung (IfH), Köln: Betriebsvergleich des Einzelhandels 2006 und frühere Jahrgänge; EHI: Handel aktuell 2008/ 2009 und frühere Jahrgänge.



Infolge der hohen Beteiligungsbereitschaft bei der Händlerbefragung und der Herkunftserfassung liegt insgesamt eine gute Datenbasis vor, um die Einzelhandelssituation in Alzey fundiert zu bewerten.

3.2 GESAMTSTÄDTISCHE EINZELHANDELSITUATION

3.2.1 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes in der Gesamtstadt

Einzelhandelsangebot nach Betriebszahl, Verkaufsfläche und Umsatz

Im Rahmen der Erhebung des Büros Dr. Acocella im Februar 2009 wurden in Alzey 221 Einzelhandelsbetriebe (einschließlich Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops) erfasst. Auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 78.350 qm erzielten diese 2008 einen Umsatz von rd. 191,6 Mio. €.

Ohne Berücksichtigung des Lebensmittelhandwerks und der Tankstellenshops ergibt sich im Vergleich zum Jahr 1993, dem Zeitpunkt der aktuellsten bundeseinheitlich durchgeführten Handels- und Gaststättenzählung (HGZ), ein deutlicher Verkaufsfächenzuwachs (vgl. Tab. 2); Zuwächse sind auch bei der Anzahl der Betrieb wie auch bei dem Umsatz zu konstatieren, wenn auch in geringerem Umfang.

Die Entwicklung in Alzey seit 1993 zeigt im Vergleich zu anderen deutschen Städten ein eher typisches Bild. So sind die Verkaufsflächen im Verhältnis zu den Betriebszahlen (leicht) und Umsatz (stark) überproportional gewachsen, was auf die Ansiedlung großer bzw. großflächiger Einzelhandelsbetriebe in diesem Zeitraum zurückgeführt werden kann.

Dem bundesweiten Trend ebenfalls entsprechend, ist ein sinkender Umsatz je qm Verkaufsfläche zu konstatieren. Dieser Rückgang der durchschnittlichen Flächenleistung drückt u.a. den erheblichen betriebswirtschaftlichen Druck auf den Einzelhandel aus.

Tab. 2: Einzelhandelsangebot Alzey 2009 und 1993 (HGZ)

	2008 ¹⁾	HGZ 1993	Änderung
Betriebe	196	132	+ 48%
VKF (qm) ²⁾	77.575	50.800 ²⁾	+ 53%
Umsatz (Mio. €)	185,8	158,1	+ 18%

¹⁾: ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellen

²⁾: inkl. Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009; IfH; EHI; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen



Das gesamte Einzelhandelsangebot der ermittelten 221 Betriebe wird in Tab. 3 bezogen auf Verkaufsfläche, Umsätze und Bindungsquote sowie nach Sortimenten differenziert darstellt.

Tab. 3: Einzelhandelsangebot in Alzey

Sortimente	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Bindungsquote in %
Nahrungs-/ Genussmittel	12.350	44,3	142%
Lebensmittelhandwerk	575	5,1	102%
Drogerie/ Parfümerie	2.375	7,8	181%
Apotheke	575	13,6	165%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	450	1,3	83%
Blumen/ Zoo	2.150	2,5	193%
kurzfristiger Bedarf	18.475	74,5	144%
Bekleidung und Zubehör	11062	25,2	271%
Schuhe, Lederwaren	3841	8,4	417%
Sport/ Freizeit	3342	5,3	360%
Spielwaren, Babyausstattung	1291	2,5	122%
Bücher	479	1,4	71%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	3520	3,8	294%
Haus-/ Heimtextilien	2402	3,2	245%
mittelfristiger Bedarf	25.925	49,8	257%
Uhren/ Schmuck	625	2,2	231%
Foto/ Optik und Zubehör	950	3,9	237%
Unterhaltungselektronik/ Medien	2.750	17,5	312%
Elektro/ Leuchten	2.575	7,6	325%
Teppiche/ Bodenbeläge	2.875	3,7	596%
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	14.250	13,3	192%
Möbel, Antiquitäten	8.175	11,7	223%
Sonstiges	1.775	7,4	184%
langfristiger Bedarf	33.950	67,2	246%
Summe	78.350	191,6	195%

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen
 Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009; IfH; EHI; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Der zentralörtlichen Funktion entsprechend, übernimmt das Mittelzentrum Alzey über seine eigene Bevölkerung hinaus die Versorgung für seinen Verflechtungsbe-



reich - folglich sind über den kurzfristigen Bedarfsbereich hinaus der mittel- und langfristige Bedarfsbereich bezüglich Verkaufsfläche und Umsatz stark ausgeprägt. Bezogen auf die Verkaufsfläche stellen die baumarkt- und gartencenterspezifischen Sortimente die bedeutendste Sortimentsgruppe dar, zurückzuführen auf entsprechende Angebote im Industriegebiet Ost. Der mit Abstand höchste Umsatz wird auf Grund der durchschnittlich hohen Flächenleistungen im nahversorgungsrelevanten Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel erzielt.

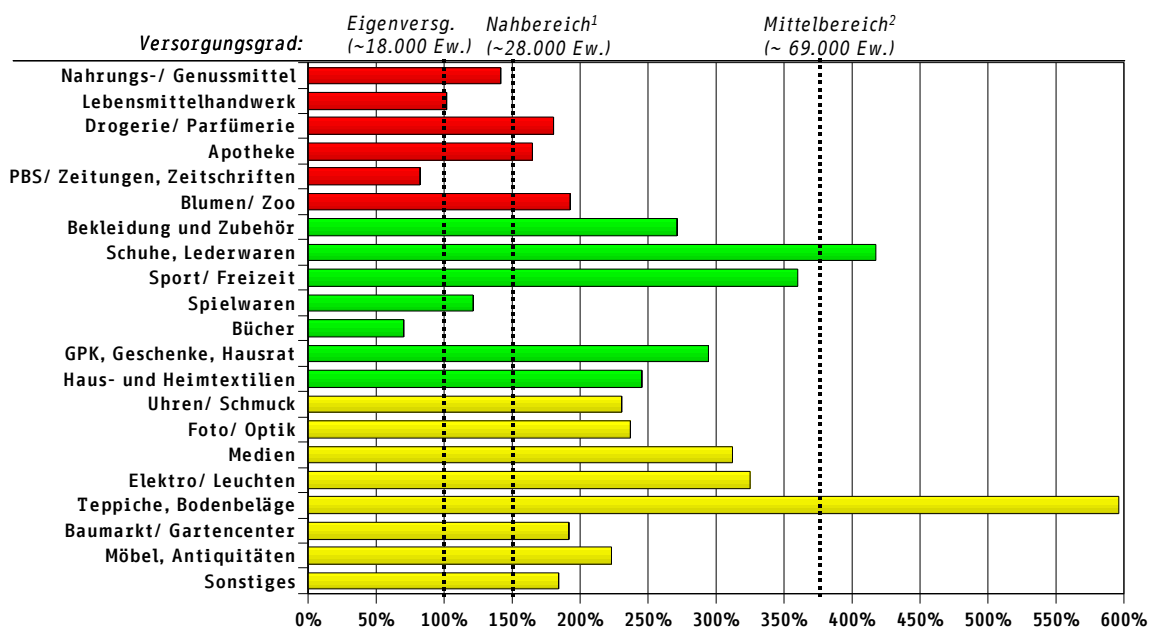
Die Relation des erzielten Umsatzes zur in der Stadt verfügbaren Kaufkraft³² ergibt lokale Bindungsquoten, die in der rechten Spalte der Tab. 3 als Werte dargestellt sind. Diese zeigen an, ob und wie viel Kaufkraftzu- bzw. -abflüsse per Saldo in den jeweiligen Sortimentsbereichen zu verzeichnen sind. Eine Quote von mehr als 100% zeigt an, dass der in einer Stadt erzielte Umsatz die Kaufkraft der Einwohner der Stadt übersteigt und per Saldo Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen sind (d.h. Zuflüsse in die Stadt vermindert um Abflüsse aus der Stadt).

Quantitativ betrachtet weist die Stadt Alzey bei einer **Gesamtbindungsquote** von rd. 195% per Saldo einen auffällig hohen Kaufkraftzufluss auf, was unter rein quantitativen Gesichtspunkten bedeutet, dass der ortsansässige Einzelhandel neben der eigenen Bevölkerung zusätzlich eine Stadt in ähnlicher Größenklasse voll versorgt. Für die jeweiligen Bedarfsbereiche (kurz-, mittel-, und langfristig) ergibt sich, wie in Abb. 1 ersichtlich, ein differenziertes Bild, wobei allen Bedarfsbereichen sehr hohe saldierte Kaufkraftzuflüsse aufweisen.

³² Die Einzelhandelsnachfrage errechnet sich aus der Einwohnerzahl der Stadt Alzey und der Kaufkraft je Einwohner, einem bundesdeutschen Durchschnittswert, der mit Hilfe entsprechender Kennziffern (BBE, Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2008) auf die gebietspezifische Situation angepasst wird.



Abb. 1: Bindungsquoten in Alzey nach Sortimenten



¹ Nahbereich: neben Alzey gem. RROP 14 Gemeinden (u.a. Albig, Bechenheim etc.)

² Mittelbereich: neben Alzey gem. RROP 37 Städte/ Gemeinden, u.a. die GZ Flonheim, Gau-Odernheim, Wörrstadt

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009; IfH; EHI; BBE, Köln; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung rot dargestellt) sollte jede Stadt eine möglichst vollständige rechnerische Versorgung ihrer eigenen Bevölkerung gewährleisten. Das bedeutet, dass in diesem Bedarfsbereich Bindungsquoten von 100% erreicht werden sollten - in Alzey beträgt diese 144%. Rein rechnerisch wird das in diesen Sortimentsbereichen vorhandene Angebot über das Maß der Vollversorgung der eigenen Bevölkerung genutzt und erstreckt sich rein quantitativ stellenweise auf die 14 Gemeinden im Nahbereich von Alzey. Lediglich in dem Sortiment PBS/ Zeitschriften, Zeitungen kommt es zu leichten Kaufkraftabflüssen.

Insgesamt weist der **mittelfristige Bedarfsbereich** mit einer Bindungsquote von rd. 257% die höchsten Kaufkraftzuflüsse auf. Außergewöhnliche hohe Bindungsquoten können dabei u.a. auch in den innerstädtischen Leitsortimenten Schuhe, Lederwaren und Sport/ Freizeit verzeichnet werden. Das entsprechende Angebot kann hierbei deutlich mehr als das dreifache der in Alzey vorhandenen Kaufkraft binden und übernimmt rein rechnerisch eine Vollversorgungsfunktion in der Größenordnung des Mittelbereiches von Alzey (rd. 69.000 Einwohnern).



Lediglich in der Sortimentsgruppe Bücher kann rein rechnerisch knapp ein Drittel des vor Ort verfügbaren Kaufkraftpotenzial nicht durch das in Alzey vorhandene Angebot gebunden werden, was zumindest teilweise auf den Internethandel zurückzuführen sein könnte.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden mit rd. 246% ebenfalls sehr hohe Kaufkraftzuflüsse verbucht. Dabei werden in jeder Sortimentsgruppe Bindungsquoten von (zum Teil deutlich) über 150% erzielt, so dass über die Eigenversorgung hinaus auch die sortimentsbezogenen Kaufkraftpotenziale in der Größenordnung des Nahbereichs und stellenweise sogar des Mittelbereiches vollständig gebunden werden können. In der Sortimentsgruppe Teppiche, Bodenbeläge werden infolge des umfangreichen Angebotes Umsätze erzielt, die annähernd sechsmal so hoch wie das in Alzey vorhandene Kaufkraftpotenzial sind und damit auf ein weitreichendes Einzugsgebiet ausgerichtet sind.

Unter Berücksichtigung der zentralörtlichen Funktion als Mittelzentrum und der relativ solitären Lage in Rheinhessen mit Entfernungen von jeweils gut einer halben Stunde Fahrzeit zu dem Oberzentrum Mainz oder dem Mittelzentrum Worms kann für die Gesamtstadt unter quantitativen Gesichtspunkten eine sehr gute Versorgungssituation ermittelt werden.

In den für die Grundversorgung bedeutsamen Sortimenten wird mit Ausnahme des Sortiments Apotheke eine über die eigene Stadt hinausgehende Versorgungsfunktion (z.B. für das Umland) wahrgenommen. Auch im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel, in dem jede Stadt eigentlich in der Lage sein sollte, nur die eigene Bevölkerung voll zu versorgen, kommt es zu hohen Kaufkraftzuflüssen.

Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich geht die Versorgungsfunktion stellenweise über die eigentliche mittelzentrale Versorgungsfunktion von Alzey hinaus. Auf Grund des Angebotes im Industriegebiet Ost kommt es zu signifikant hohen Kaufkraftzuflüssen, die in einigen Sortimenten mehr als dreimal so hoch wie das örtliche Kaufkraftpotenzial sind; in den Sortimentsgruppen Schuhe, Lederwaren sowie Teppiche, Bodenbeläge reicht das vorhandene Angebot sogar aus, eine Bevölkerung in der Größenordnung des Mittelbereiches von Alzey bzw. mehr als 69.000 Einwohner voll zu versorgen.

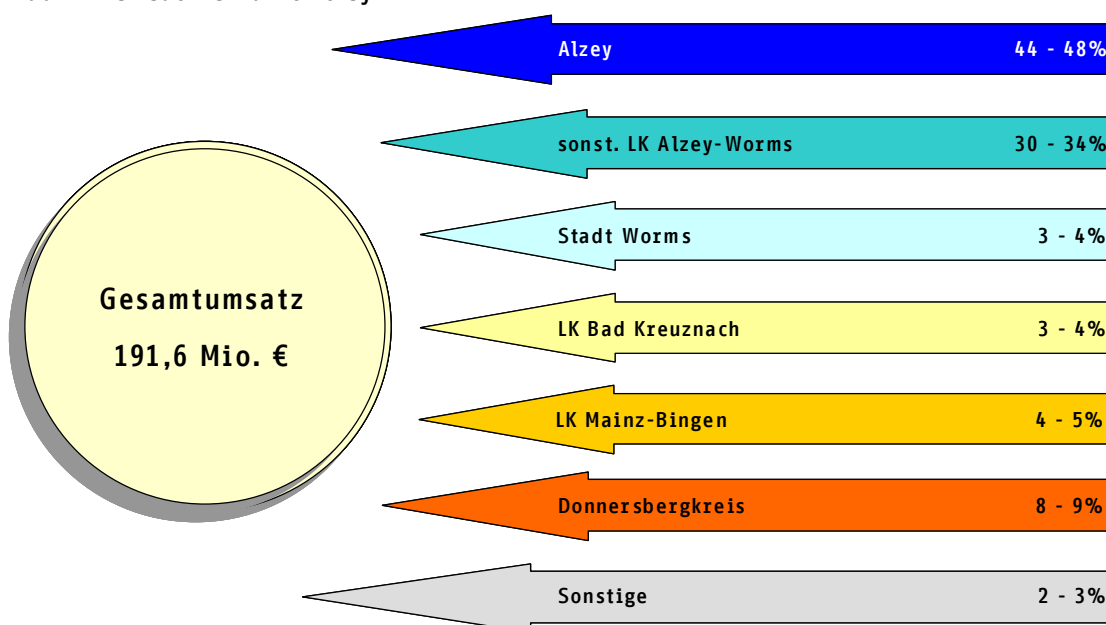
3.2.2 Kundenherkunft, Einzugsgebiet, Verbleibquote

Zur Vermeidung stadtentwicklungsplanerischer Fehleinschätzungen sowie zur Abschätzung von Risiken für den Einzelhandel sind Informationen über Kaufkraftströme in Alzey wichtig. Zur Ermittlung der Kundenherkunft konnten im Rahmen dieser Untersuchung auf die Einzelhändlerbefragung und eine Kundenherkunftserfassung zurückgegriffen werden.

Umsatzherkunft

Eine zuverlässige Möglichkeit zur Ermittlung von Kaufkraftströmen stellt die Befragung der Einzelhändler nach der **Umsatzherkunft** dar. Zwar erfassen immer noch zu wenige Einzelhändler systematisch die Herkunft ihrer Kunden, dennoch lässt sich - näherungsweise eine Tendenz ermitteln, aus der sich Bandbreiten für die Umsatzherkunft und damit für den Einzugsbereich ermitteln lassen (vgl. Abb. 2).

Abb. 2: Umsatzherkunft Alzey



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009; IfH; EHI; BBE Köln (2008); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

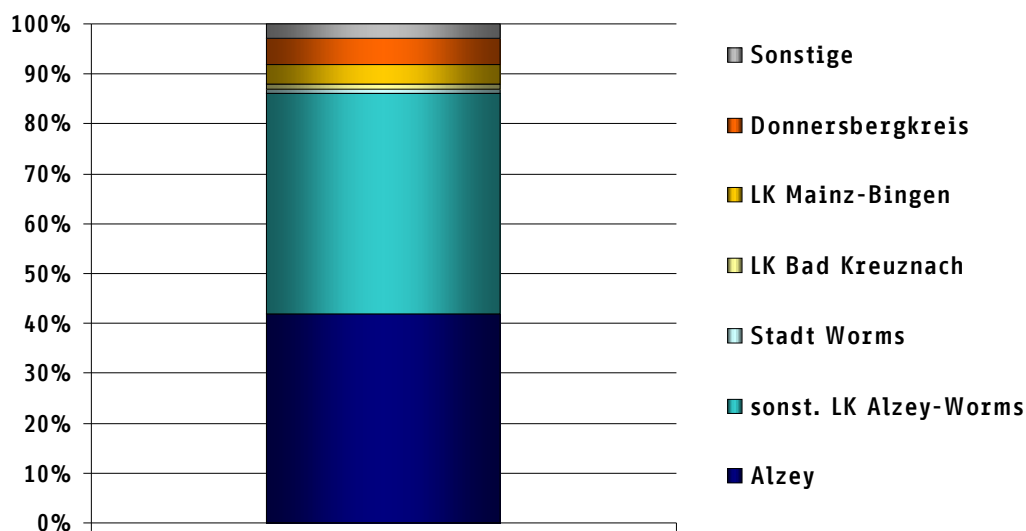
Der größte Anteil des Umsatzes wird demnach aus dem Stadtgebiet selbst erzielt (rd. 44% bis 48%). Immerhin rd. ein Drittel des erzielten Umsatzes entfällt auf den Verflechtungsbereich des sonstigen Landkreises Alzey-Worms, knapp ein Zehntel auf den Donnersbergkreis; Kunden aus der Stadt Worms, dem Landkreis Bad Kreuznach, dem Landkreis Mainz-Bingen sowie aus sonstigen Gebieten nehmen eine vergleichs-



weise untergeordnete Rolle ein. Insgesamt wird - analog zu den Bindungsquoten - die Ausstrahlung des örtlichen Einzelhandelsangebots deutlich, die über die Stadt Alzey hinausgeht: Mehr als die Hälfte des Umsatzes wird nach Händlerangaben demnach mit Kunden außerhalb von Alzey generiert.

Die Bedeutung des Umlandes für das Einzelhandelsangebot wird durch die Ergebnisse der Herkunftserfassung bestätigt; demnach stammt sogar der größte Anteil der Kunden aus dem sonstigen Landkreis Alzey-Worms (rd. 44%), dicht gefolgt von der Stadt Alzey selbst (rd. 42%) .

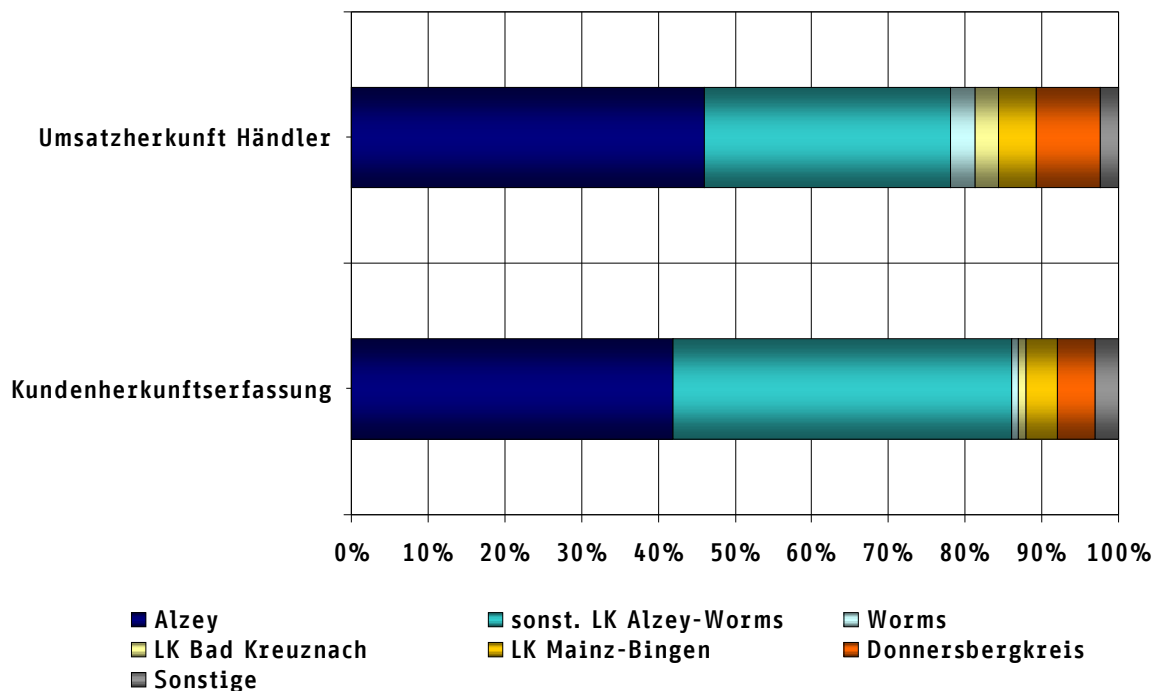
Abb. 3: Herkunft der im Rahmen der Herkunftserfassung erfassten Kunden aus Alzey



Quelle: eigene Kundeherkunftserfassung Februar bis April 2009

Eine Gegenüberstellung mit dem Angaben der Umsatzherkunft aus der Einzelhändlerbefragung mit der Kundenherkunftserfassung (vgl. Abb. 4) zeigt, dass die Händler die Umsatzherkunft, zumindest was die Aufteilung der Kunden aus der Stadt Alzey und dem Landkreis Alzey-Worms betrifft, leicht fehleingeschätzt haben. Übereinstimmend ist jedoch festzuhalten, dass jeweils rd. vier Fünftel der Kunden aus Alzey und dem sonstigen Landkreis Alzey-Worms stammen.

Abb. 4: Vergleich der Kundenherkunftserfassung mit der Umsatzherkunftseinschätzung der Händler

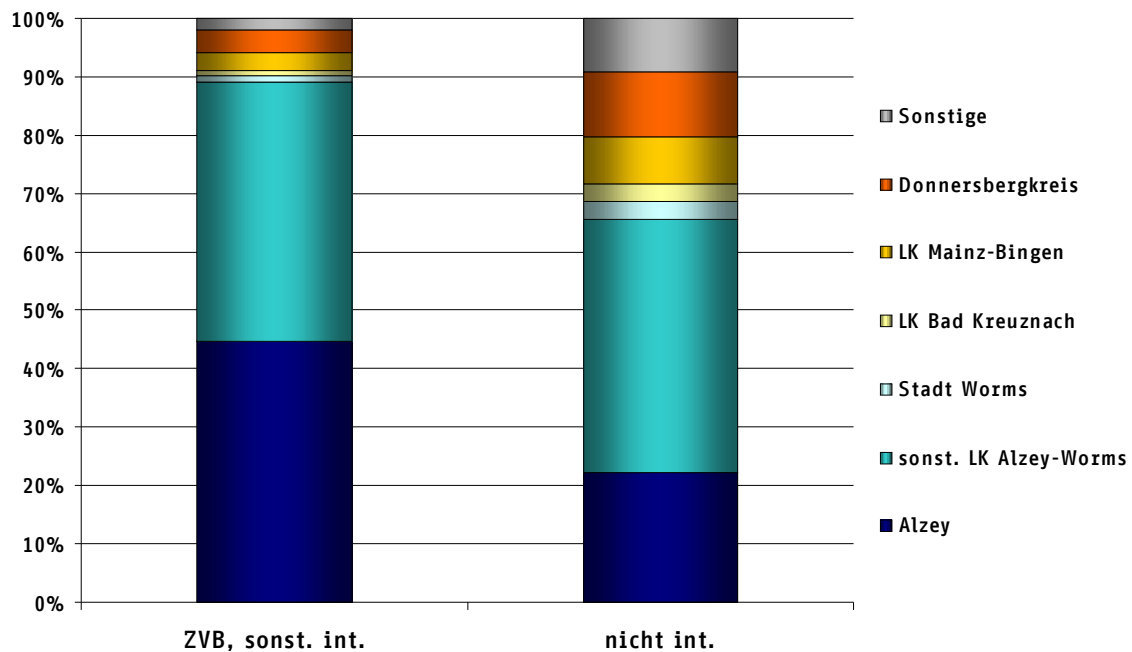


Quelle: eigene Kundeherkunftserfassung Februar bis April 2009, eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Den Ergebnissen der standortdifferenzierten **Kundenherkunftserfassung** folgend sind signifikante Unterschiede zwischen dem Einzugsgebiet der Innenstadt und dem verkehrsgünstig gelegenen Industriegebiet Ost festzustellen. Während die Betriebe im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt und sonstigen integrierten Lagen überwiegend (zu jeweils rd. 45%) Kunden aus der Gesamtstadt und dem sonstigen Landkreis Alzey-Worms anziehen, übernimmt der Einzelhandelsstandort Industriegebiet Ost eine räumlich weitreichendere Versorgungsfunktion: Lediglich ein Fünftel der Kunden kommt aus Alzey selbst, weitere 43% kommen aus dem sonstigen Landkreis Alzey-Worms. Darüber hinaus stammt knapp ein Drittel der Kunden aus den sonstigen aufgeführten Landkreisen und Gebieten; in der Innenstadt und den sonstigen integrierten Lagen beträgt ihr Anteil lediglich rd. 11%.



Abb. 5: Herkunft der im Rahmen der Herkunftserfassung erfassten Kunden (standort-differenziert)



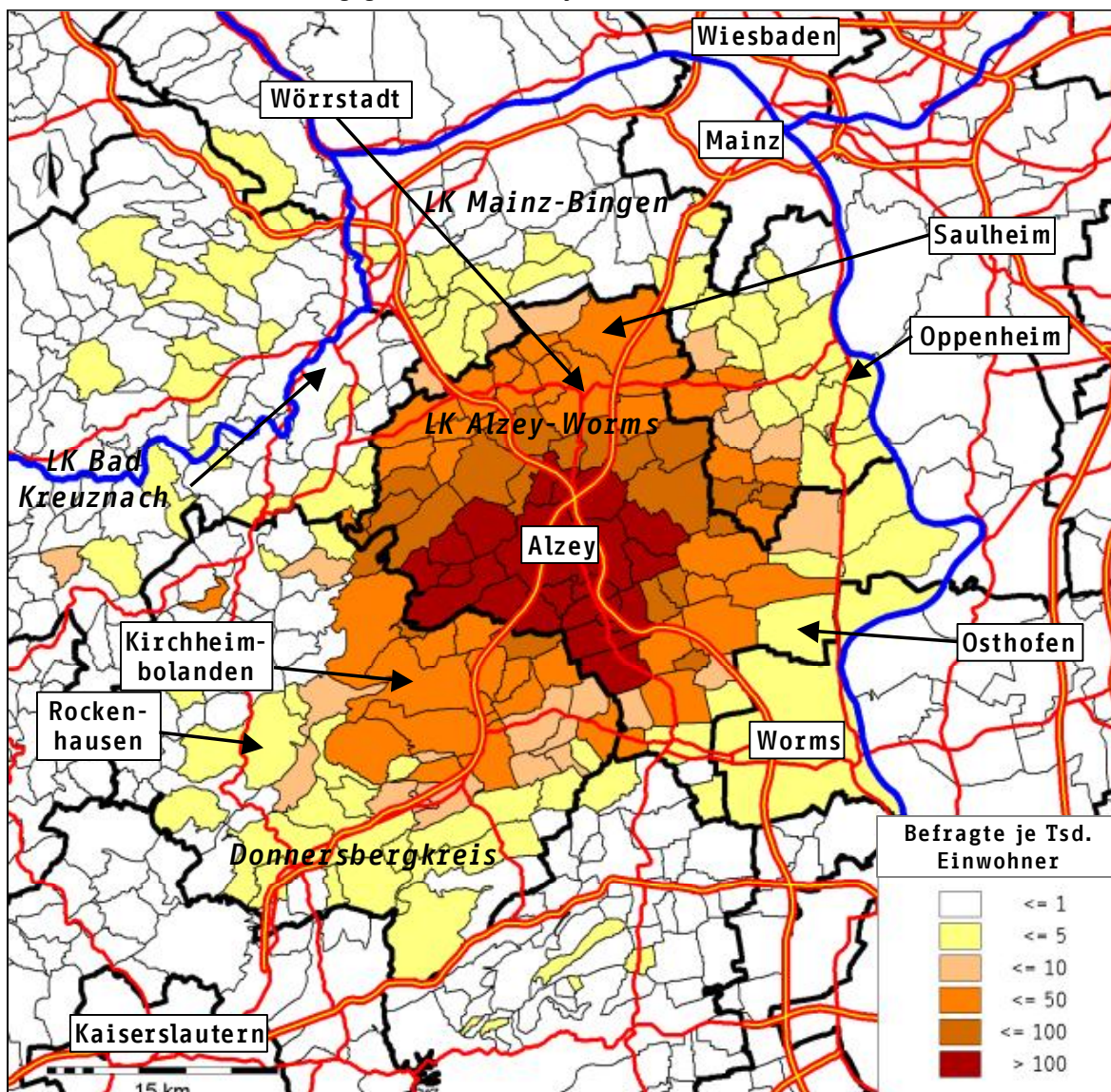
Quelle: eigene Kundeherkunftserfassung Februar bis April 2009

Einzugsgebiet

Auf Grundlage der Herkunftserfassung wurde ein tendenzielles Einzugsgebiet des Einzelhandels von Alzey abgeleitet: Hierfür wurde jeweils die Zahl der insgesamt erfassten Kunden in Relation zu den Einwohnern der jeweiligen Kommunen gesetzt. In folgender Abb. 6 ist dieses Einzugsgebiet räumlich dargestellt.

Beim Einzugsbereich wird insbesondere eine starke Orientierung der Kommunen des Landkreises Alzey-Worms zum Mittelzentrum Alzey deutlich. Sehr hohe Kundenanteile stammen insbesondere aus den unmittelbar an Alzey anschließenden, einwohnerschwachen Gemeinden wie Albig oder Mauchenheim. Überdies erstreckt sich das Einzugsgebiet des Alzeier Einzelhandels bis in den Donnersbergkreis und den Landkreis Mainz-Bingen, wobei insbesondere die Randkommunen relativ hohe Kundenanteile aufweisen.

Abb. 6: Tendenzielles Einzugsgebiet Stadt Alzey



Quelle: eigene Kundeherkunftserfassung Februar bis April 2009

Verbleibquote

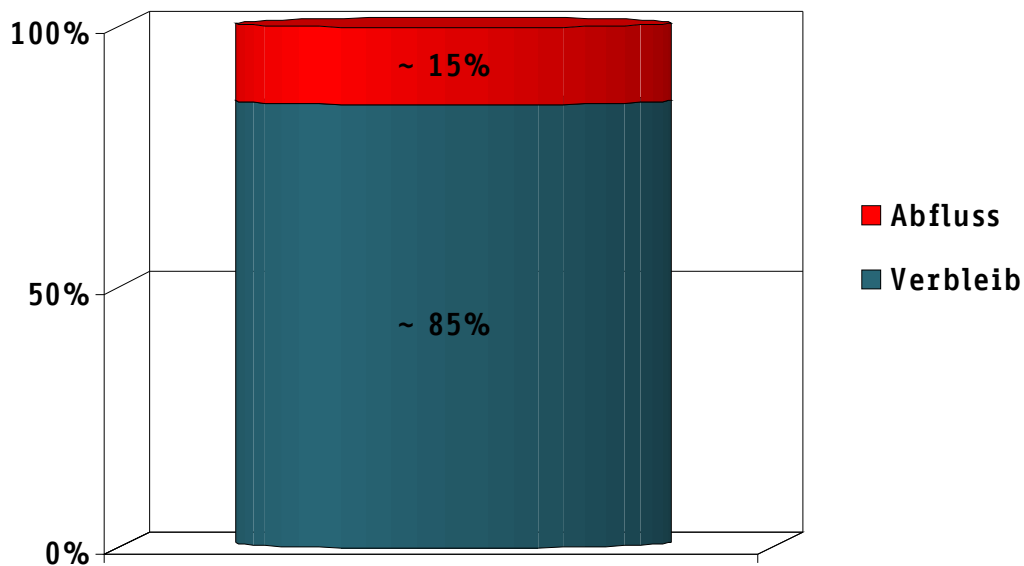
Aus den Angaben der Einzelhändler zur Umsatzherkunft lässt sich die Verbleibquote (vgl. Abb. 7) ableiten. Die Verbleibquote errechnet sich, indem der aus der Stadt Alzey stammende Umsatz in Relation zur Kaufkraft in der Stadt gesetzt wird. Sie gibt damit den Teil der örtlichen Kaufkraft an, der durch den Einzelhandel in der Stadt Alzey gebunden werden kann.

In Alzey kann der größte Teil der vorhandenen Kaufkraft (rd. 85%) durch den örtlichen Handel gebunden werden - ein im Vergleich zu ähnlichen Untersuchungen in anderen Städten sehr guter Wert. Diese Quote scheint daher kaum steigerungsfähig.



Hierbei ist der hohe Anteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs-/Genussmittel, Lebensmittelhandwerk, Drogerie und Apotheke an der Kaufkraft zu berücksichtigen, der auf Grund des quantitativ umfassenden nahversorgungsrelevanten Angebotes größtenteils in der Stadt verbleibt. Die hohe Verbleibquote liegt zudem in dem vielfältigen Angebot des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches und der siedlungsstrukturellen Lage der Stadt in Rheinhessen mit vergleichsweise weiten Entfernungen zu den nächsten größeren Versorgungsstandorten begründet.

Abb. 7: Verbleibquote Alzey



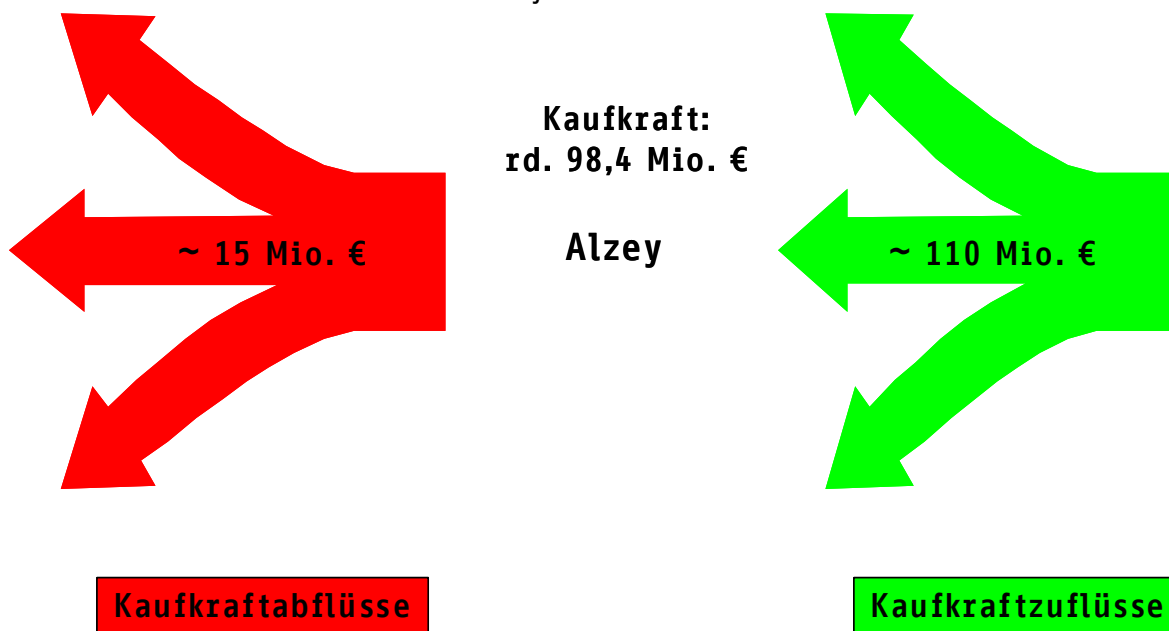
Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Rd. 15% der in Alzey vorhandenen Kaufkraft fließt in andere Gebiete ab. Dies entspricht in der Summe einem Abfluss der ortsansässigen Kaufkraft in Höhe von rd. 15 Mio. € (vgl. Abb. 8).

Der tatsächliche Kaufkraftzufluss³³ mit rd. 110 Mio. € gleicht nicht nur die Kaufkraftabflüsse aus, sondern macht mehr als die Hälfte des gesamtstädtischen Umsatzes aus. Dies verdeutlicht auch die starke Abhängigkeit von Größen, die außerhalb des direkten Einflusses der Stadt Alzey liegen (z.B. Veränderungen in der Einzelhandelsstruktur von Nachbar- bzw. Konkurrenzorten).

³³ Tatsächlicher Kaufkraftzufluss = Umsatz in Alzey minus in Alzey verbleibende Kaufkraft

Abb. 8: Kaufkraftflüsse nach und aus Alzey



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Der Einzelhandel in Alzey ist stark von den unterschiedlichen Profilen der Einzelhandelsstandorte der Innenstadt und des Industriegebietes Ost geprägt: Während der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt überwiegend eine Versorgungsaufgabe für die eigene Bevölkerung und das nähere Umland (Landkreis Alzey-Worms) übernimmt, generiert das Industriegebiet Ost nur einen vergleichsweise geringen einzelhandelsbezogenen Umsatzanteil mit Kunden aus Alzey und ist stattdessen vielmehr auf das weitere Umland ausgerichtet.

Auf Grund des umfangreichen Einzelhandelsangebotes (im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt, im Industriegebiet Ost und in weiteren Einzelhandelslagen) verbleibt der deutlich größte Teil des örtlichen Kaufkraftpotenzials in der Stadt; eine weitere Steigerung der Quote erscheint daher unwahrscheinlich. Die Stadt Alzey ist somit zur Aufrechterhaltung ihrer Versorgungsfunktion auch hinsichtlich der bestehenden hohen Kaufkraftzuflüsse außerordentlich abhängig vom Umland.



3.2.3 Situation des Einzelhandels aus Händlersicht

Die Befragung soll den Händlern, neben der Erfassung wichtiger Einzelhandelsdaten, die Gelegenheit geben, ihre persönliche Meinung und Stimmungslage in die Analyse einzubringen. Diese Aussagen sind von großer Wichtigkeit für eine umfassende Darstellung der Einzelhandelssituation in Alzey.

3.2.3.1 Stärken und Schwächen

Die Alzeyer Einzelhändler wurden im Zuge der Befragung gebeten, sich in einer offen gestellten Frage³⁴ (ohne vorgegebene Antwortmöglichkeit) zu positiven und negativen Aspekten im Hinblick auf die Einzelhandelssituation in der Stadt zu äußern. Die Auskünfte der Einzelhändler wurden zu den in Abb. 9 dargestellten Themenbereichen zusammengefasst³⁵. Die Abbildung spiegelt die allgemeine Stimmungslage der Händler zum Befragungszeitpunkt wider und verschafft gleichzeitig einen Überblick über aktuelle Themenschwerpunkte bei den Einzelhändlern in Alzey.

Für die Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass bei derartigen, offen gestellten Fragen i.d.R. negative Aussagen überwiegen. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass positive Sachverhalte häufig als selbstverständlich aufgefasst werden, während negative Aspekte präsenter sind und daher spontaner geäußert werden. Folgerichtig ist den positiven Angaben ein größeres Gewicht beizumessen.

In Alzey äußerten sich rd. 18% der Händler ausschließlich negativ zur Einzelhandelssituation, während rd. 9% der Händler ausschließlich positive Angaben machten³⁶.

Aus der Befragung konnten insgesamt elf Themenbereiche abgeleitet werden, die nachfolgend nach Anzahl ihrer Nennungen differenziert aufgeführt werden. Mit deutlichem Abstand am negativsten wird hierbei das Themenfeld Einzelhandelsangebot/ -struktur gesehen. Besonders negativ beziehen sich die Händler zudem auf die Parkplatzsituation oder die Öffnungszeiten. Andererseits wurde mit dem Themenbereich Aufenthaltsqualität ein für die Einkaufsatmosphäre und infolge-

³⁴ "Was finden Sie an der Einzelhandelssituation in Alzey gut bzw. schlecht?"

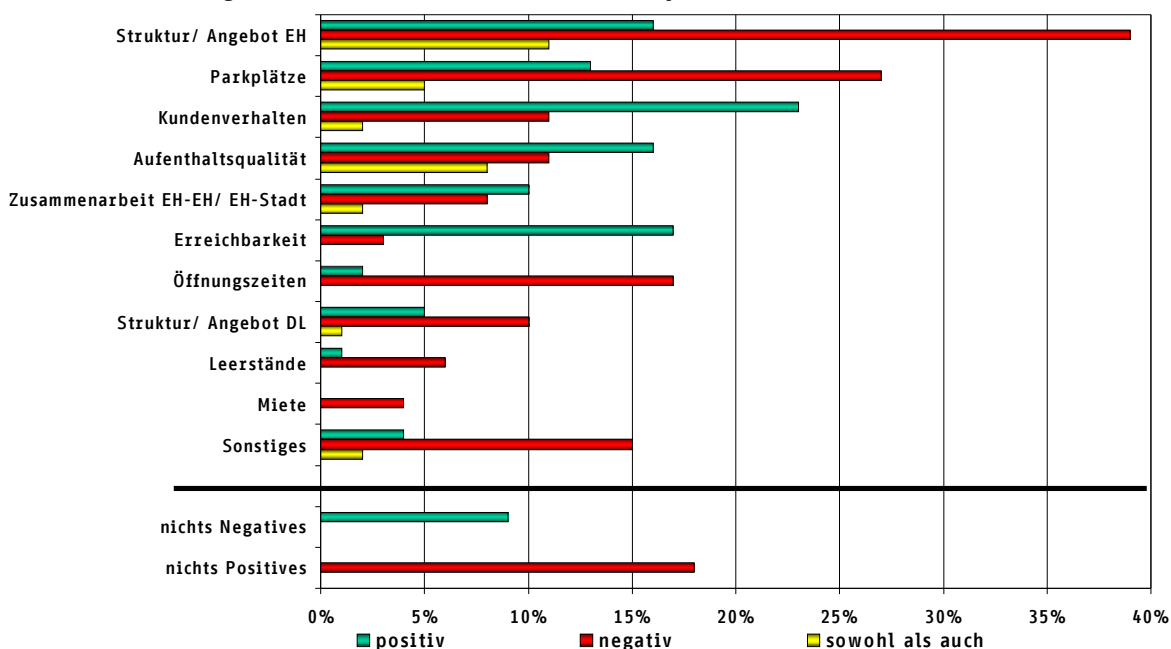
³⁵ Eine detaillierte Übersicht der Ergebnisse, in der die einzelnen Aspekte eines jeden Themenbereiches differenziert aufgezeigt werden, befindet sich überdies im Anhang (vgl. Tab. A - 4ff.).

³⁶ Neben positiven und negativen Nennungen wurden unspezifische Nennungen, die sowohl positive als auch negative Merkmale beinhalten, als "sowohl als auch" aufgeführt.



dessen auch wirtschaftlich sehr wichtiger Faktor überwiegend positiv bewertet. Noch deutlicher positiv besetzt sind die Themenbereiche Kundenverhalten und Erreichbarkeit. Aus diesem Grund muss die oben beschriebene "scheinbar" negative Grundstimmung relativiert werden.

Abb. 9: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

In dem am häufigsten thematisierten Bereich **Einzelhandelsangebot/ -struktur** überwiegen die negativen Äußerungen deutlich gegenüber positiven Aussagen. Viele der befragten Händler in der Innenstadt kritisieren neben dem nicht hinreichenden Angebot bzw. dem unausgewogenen Angebotsmix in der Innenstadt die starke Konkurrenz durch das Industriegebiet Ost. Hinsichtlich des Einzelhandelsstandortes Innenstadt werden als konkrete Aspekte zudem die nicht mehr gegebene Lebensmittelversorgung und das Fehlen eines attraktiven Magnetbetriebes genannt. Das Überangebot an Lebensmittelbetrieben und der infolgedessen härter gewordene Wettbewerb, insbesondere für kleinere Geschäfte, ist ein weiterer Punkt. Leicht positiv beurteilt wird hingegen das Angebot und die Auswahl insgesamt: "Man kriegt hier alles" ist ein oft gehörter Ausspruch.

Ähnlich wie in anderen Städten, in denen eine derartige Befragung durchgeführt wurde, wird der begleitende Faktor **Parkplätze** negativ beurteilt, zu dem sich rd.



45% der Händler äußerten. Mehr als jeder vierte Händler beurteilt diesen ausschließlich negativ. In der Einzelauswertung relativiert sich dieses negative Stimmungsbild ein wenig; Hauptkritikpunkte sind dabei aus Sicht der Händler neben der zu geringen Anzahl der Parkmöglichkeiten auch die zu hohen Kosten. Daneben gibt es jedoch einen nicht unerheblicher Anteil der Befragten, der die Anzahl der Stellplätze für ausreichend hält. Ausschließlich negativ beurteilt werden hingegen die strikte Parkraumüberwachung und das Fehlen eines Parkleitsystems.

Zu der Themengruppe **Kundenverhalten** hat sich die Mehrzahl der Händler positiv geäußert; in der Einzelauswertung kann hier ein eindeutiges Stimmungsbild generiert werden: So wird der noch persönliche Kontakt zu den Kunden und die Stammkunden ausschließlich positiv erwähnt, während das Einkaufsverhalten der Kunden, die im Industriegebiet Ost ("Rheinhessen-Center") oder im Internet einkaufen, von den innerstädtischen Händlern fast ausschließlich negativ beurteilt wird.

Mehr als jede dritte Händler hat sich zum Themenbereich **Aufenthaltsqualität/ Atmosphäre** geäußert. Wie bereits dargestellt, waren die Meinungsäußerungen hierzu insgesamt positiv. In diesem Kontext wird von der Händlerschaft besonders der Aspekt Stadtbild/ Flair herausgehoben. Als negativ werden jedoch innerhalb des Themenfeldes u.a. die fehlende Lebendigkeit in der Innenstadt infolge geringer Passantenfrequenz und die Sauberkeit bewertet.

Auch zum Thema **Zusammenarbeit/ Veranstaltungen** äußert sich die Mehrzahl der Händler positiv, wobei Events wie der verkaufsoffene Sonntag und die Arbeit des Verkehrsvereins im Speziellen geschätzt werden.

Die **Erreichbarkeit** wird von der überwiegenden Mehrheit der Händler, die sich zu diesem Thema geäußert haben, positiv eingeschätzt; besonders die verkehrliche Anbindung von Alzey bzw. die Lage am Autobahnkreuz als auch die kurzen Wege innerhalb der Stadt werden positiv bewertet.

Die **Öffnungszeiten** werden von nahezu allen Händlern beanstandet, wobei insbesondere die Uneinheitlichkeit der Öffnungszeiten im Mittelpunkt der Kritik stand.



Analog zum Themenkomplex Einzelhandelsangebot/ -struktur wird der Bereich **Dienstleistungsangebot/ -struktur** von den Händlern überwiegend negativ beurteilt, obgleich dieser nach Anzahl der Nennungen eine relativ geringe Bedeutung einnimmt. Vor allem die Qualität des Gastronomieangebotes in Alzey wird in diesem Kontext bemängelt.

Auf Grund der relativ hohen Anzahl an Nennungen wurde ein eigenes - fast ausschließlich negativ besetztes - Themenfeld **Leerstände** gebildet. Insbesondere die innerstädtische Leerstandssituation (u.a. in der Spießgasse und der St.-Georgen-Str.) sehen einige Händler mit Sorge.

Überdies werden seitens der Händler die zu hohen **Mieten** beklagt, wobei die insgesamt niedrige Anzahl an Händlern, die sich hierzu geäußert haben, zu beachten ist.

Auch im Bereich **Sonstiges**, in dem Äußerungen zusammengefasst wurden, die auf Grund der geringen Anzahl der Nennungen keinen eigenständigen Themenbereich bilden, überwiegen die negativen Äußerungen. Kritisiert wurde hier u.a. der Weihnachtsmarkt.

Durch die Auswertung der offenen Frage werden verschiedene Problemfelder ersichtlich, die z.T. nur mittel- bis langfristig gelöst werden können. Hierzu gehört aus Sicht der (insbesondere innerstädtischen) Händler u.a. auch die Wettbewerbssituation innerhalb von Alzey und die Verdrängung von Einzelhandelsbetrieben der zentralen Lagen durch die nicht integrierten Standorte außerhalb der Innenstadt (Industriegebiet Ost). Auf der anderen Seite besitzt die Stadt Alzey verschiedene Potenziale, wobei insbesondere die der Einkaufsatmosphäre förderliche Aufenthaltsqualität zu nennen ist.

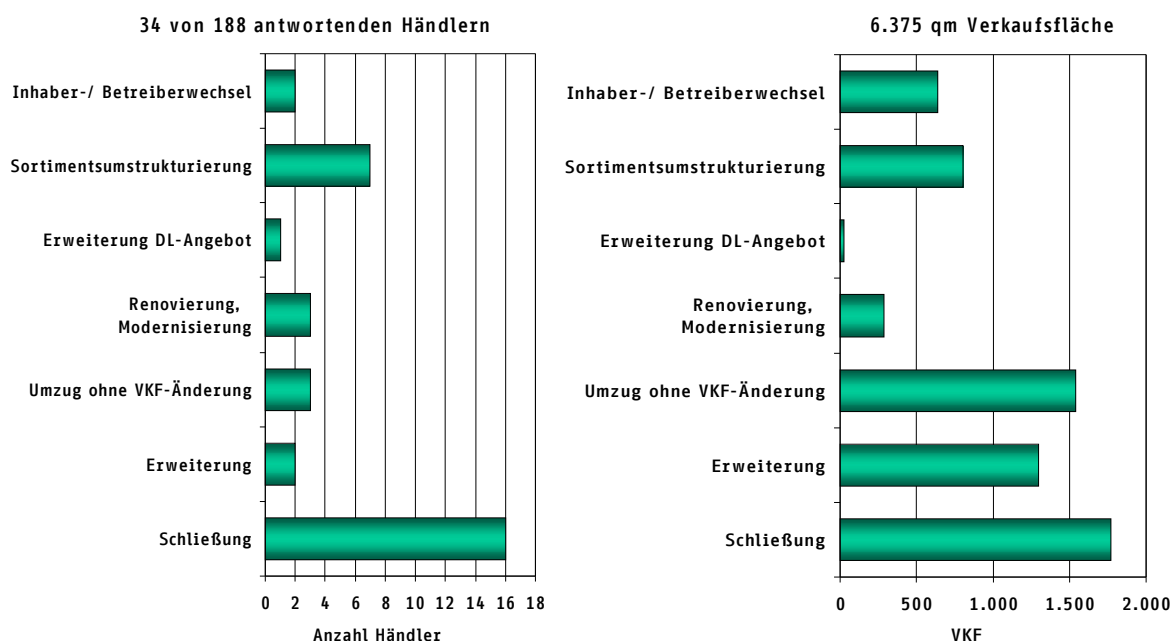


3.2.3.2 Änderungsabsichten in den bestehenden Einzelhandelsbetrieben

Durch die Tatsache, ob und welche Änderungsabsichten die befragten Einzelhändler anstreben, lassen sich weitere Rückschlüsse zur Einschätzung der Einzelhandelssituation in Alzey ziehen.

Annähernd jeder fünfte Einzelhändler gab an, dass Änderungen in seinem Geschäft definitiv oder eventuell geplant seien; dies entspricht einer Verkaufsfläche von rd. 6.375 qm.

Abb. 10: Änderungsabsichten der Einzelhändler in Alzey: Betriebe und deren Verkaufsfläche



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

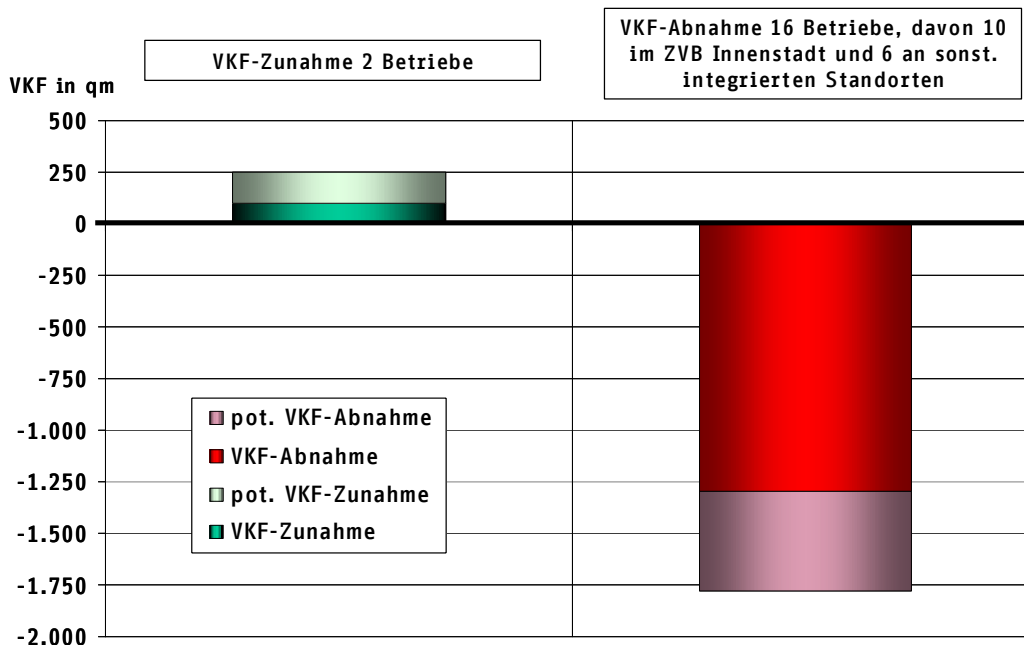
16 Händler äußerten in der Händlerbefragung Schließungsabsichten, wobei die Hälfte davon konkrete Absichten verfolgte und die weitere Hälfte angab, ihren Betrieb eventuell schließen zu wollen. Als am zweithäufigsten beabsichtigte Änderung wurde der Aspekt Sortimentsumstrukturierung angegeben.

Dies entspricht einem vorhersehbaren Verkaufsflächenrückgang zwischen rd. 1.125 qm und 1.775 qm (vgl. Abb. 11). Schließungsabsichten wurden somit von vergleichsweise kleinen Betrieben geäußert. Der Großteil dieser Betriebe ist darüber hinaus in der Alzeyer Innenstadt angesiedelt, was sich hier auch negativ auf die Standortattraktivität auswirken kann, sofern keine Neueröffnungen realisiert werden.



Diesem Verkaufsflächenrückgang stehen insgesamt zwei geplante Betriebserweiterungen gegenüber, die einen Flächenzuwachs von bis zu rd. 250 qm erwarten lassen. Per Saldo würde dies einem Flächenrückgang von bis zu rd. 1.500 qm entsprechen.

Abb. 11: Voraussichtliche Einzelhandelsentwicklung in Alzey: Betriebszahl und Verkaufsflächen



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Einschränkend ist anzumerken, dass nur die derzeit in Alzey ansässigen Einzelhandelsbetriebe in die Befragung einbezogen werden können und das aus diesem Grund der Wert, der diesem Verkaufsflächenrückgang durch eventuelle Neueröffnungen oder Zuzüge aus anderen Bereichen nach Alzey gegenübersteht, nicht beziffert werden kann.



4. ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH UND SONSTIGE EINZELHANDELSCHWERPUNKTE IN ALZEY

Anschließend an die gesamtstädtische Betrachtungsebene werden nachfolgend die bedeutsamsten Einzelhandelsstandorte in Alzey eingehender erörtert.

Nach einer groben **räumlich-funktionalen Gliederung der Stadt** wird zunächst der zentrale Versorgungsbereich, welcher eine essentielle Bedeutung für die räumlichen Einzelhandelssteuerung besitzt, abgegrenzt. Der **zentrale Versorgungsbereich**, namentlich der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt von Alzey, wird zunächst rein quantitativ hinsichtlich seines Einzelhandelsangebotes und seiner Versorgungsfunktion vor dem Hintergrund der Einzelhandelsnachfrage beurteilt. Ebenso erfolgt eine qualitative **Stärken-Schwächen-Analyse** nach städtebaulich-funktionalen Gesichtspunkten.

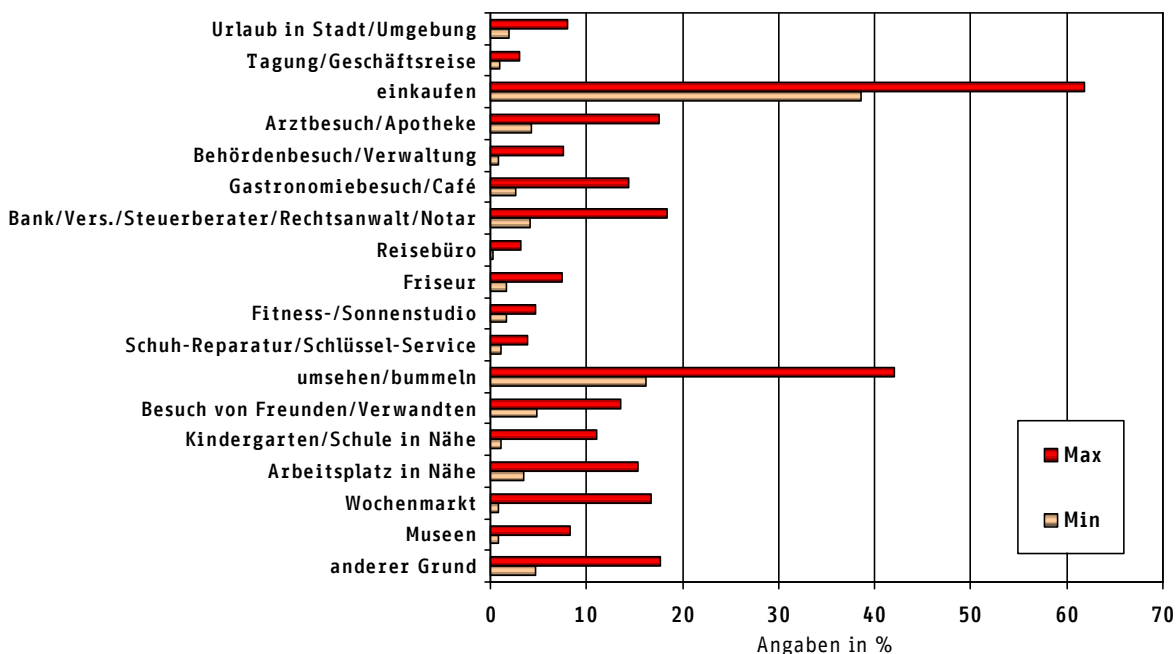
Daneben gibt es im Stadtgebiet mit dem Industriegebiet Ost eine weitere bedeutsame **Einzelhandelskonzentration**, die ihrem Charakter nach kein zentraler Versorgungsbereich ist. Dieser wird in Bezug auf ihre ergänzende Versorgungsfunktion in Alzey erörtert.

4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME

Der Einzelhandel stellt für die Entwicklung der Innenstädte nach wie vor die Leitfunktion dar: Zahlreiche Untersuchungen des Büros Dr. Acocella mit mittlerweile über 25.000 Passanten in verschiedenen Städten unterschiedlicher Größe und regionaler Einbindung ergaben, dass Einkaufen und Bummeln als häufigstes **Motiv für den Besuch einer Innenstadt** bzw. eines Orts-/ Stadtteilzentrums genannt werden. Beides unterstreicht die Bedeutung des Einzelhandels für eine funktionsfähige Innenstadt (vgl. Abb. 12).



Abb. 12: Besuchsmotivation Innenstadt/ Ortszentrum/ Stadtteilzentrum



Quelle: eigene Passantenbefragungen in 25 Städten/ Gemeinden unterschiedlichster Größe mit insgesamt mehr als 20.000 Befragten

Eine attraktive Innenstadt wird jedoch nicht allein durch das Einzelhandelsangebot, sondern auch - wie in der oberen Abbildung deutlich wird - durch den Funktionsmix sowie die städtebaulichen und verkehrlichen Bedingungen geprägt und charakterisiert.

Die wichtigste planerische Aufgabe für die Sicherung der Funktionsfähigkeit einer Innenstadt mit entsprechendem Funktionsmix und städtebaulichen Qualitäten stellt dabei die **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** dar, mit der verschiedene Aspekte des Bau- und Planungsrechtes zusammenhängen.

Dabei muss eindeutig geklärt sein, welche Bereiche einer Stadt als zentrale Versorgungsbereiche anzusehen sind, damit geprüft werden kann, in welcher Weise diese geschützt bzw. weiterentwickelt werden sollen und können. Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG³⁷ (vgl. Kap. 2.2.1.1).

³⁷ Vgl. BVerwG, Urteil 10.11.2007, Az. 4C7/07.



Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Zunächst einmal muss ein zentraler Versorgungsbereich eine **integrierte Lage** aufweisen. Dies bedeutet, dass dieser städtebaulich und siedlungsstrukturell eingebunden sein und einen unmittelbaren Bezug bzw. die Nähe zur Wohnbebauung aufweisen muss, so dass auch für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen eine möglichst gute Erreichbarkeit - z.T. eine fußläufige Erreichbarkeit - gegeben ist. Daneben sollte eine gute verkehrliche Anbindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz (bestmöglich auch in ein Fahrradwegenetz) gegeben sein.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches orientiert sich insbesondere an dem Bestand an Einzelhandelsbetrieben. Obgleich der **Einzelhandel die Leitfunktion** für ein Zentrum wahrnimmt, ist für die Qualifizierung eines Gebietes als zentralen Versorgungsbereich neben der **Wohnfunktion** das Angebot weiterer Nutzungen von erheblicher Bedeutung. Das Vorhandensein von - in der Regel publikumsorientierten - **Dienstleistungsbetrieben** ist des Weiteren für einen Funktionsmix im Zentrum von erheblicher Bedeutung. Neben einzelhandelsnahen Ladedienstleistungen (z.B. Reinigung, Friseur, Reisebüro) gehören hierzu Bankdienstleistungen und Postagenturen/ -filialen, medizinische Dienstleistungen (z.B. Allgemein- und Fachärzte, Physiotherapeuten) und öffentliche Einrichtungen mit gleichsam publikumsorientierter Wirkung (z.B. Bildungs-, Verwaltungs- und Kultur-einrichtungen). Ein weiterer wesentlicher Aspekt sind zudem Gastronomie- und auch Beherbergungsbetriebe. Bürodienstleistungen (Anwälte, Steuerberater, Versicherungsagenturen etc.) und sonstige Dienstleistungsangebote sind auf Grund ihrer geringen Publikumsorientierung hingegen weniger von Bedeutung, können aber den Funktionsmix abrunden.

Ein zentraler Versorgungsbereich bedarf einer **räumlich-funktionalen Konzentration an Versorgungsangeboten** mit einer entsprechenden Dichte und Kompaktheit, die im Zusammenhang erkennbar ist. Die räumliche Abgrenzung der Ränder derartiger Bereiche erfolgt dort, wo funktionale Brüche infolge anderer baulicher Nutzungen wie zusammenhängender Wohnbebauung oder Gewerbe/ Industrie auftreten.



Neben funktionalen Kriterien müssen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche auch städtebauliche Gegebenheiten berücksichtigt werden, um eine im Zusammenhang erkennbare Agglomeration mit den Funktionen Versorgen, Einkaufen und Dienstleistungen zu identifizieren. Bei einer Ortsbegehung wurden daher folgende **städtebauliche/ infrastrukturelle Zäsuren** berücksichtigt:

- verkehrliche Barrieren (Straßen, Bahnlinien),
- natürliche Barrieren (z.B. Gewässer, Topographie, Grünzug),
- bauliche Barrieren (z.B. Wohngebäude, Bürokomplexe),
- städtebauliche Brüche (z.B. Straßenraumgestaltung, Baustruktur)

Um den Voraussetzungen nach Kompaktheit und Dichte Rechnung zu tragen, sind überdies **städtebauliche Qualitäten** aufzunehmen und zu beschreiben. Insbesondere die Gestaltung des öffentlichen Raums übernimmt je nach Qualität eine unterstützende Wirkung für das Aufsuchen eines Zentrums, das Verweilen und letztlich für eine entsprechende Passantenfrequenz, die für das Funktionieren der Einzelhandelslage eine unverzichtbare Voraussetzung darstellt.

Die städtebaulich-funktionale Situation in der Innenstadt von Alzey wird anhand einer **Stärken-Schwächen-Analyse** im Rahmen einer Fotodokumentation dargestellt (vgl. Kap. 4.3.4). Als Kriterien für die Stärken-Schwächen-Analyse dienen dabei nicht nur Belange des Einzelhandels und des Städtebaus; es werden, ebenfalls die funktionsbezogene Aufenthaltsqualität sowie die Innenstadt als Wohn-, Arbeits-, und Kulturstandort bewertet.

Diese Stärken-Schwächen-Analyse bildet somit die wesentliche Basis für die Identifizierung räumlicher Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel (vgl. Kap. 8.3) sowie für die städtebaulich-funktionalen und gestalterischen Entwicklungsansätze (vgl. Kap. 8.4).

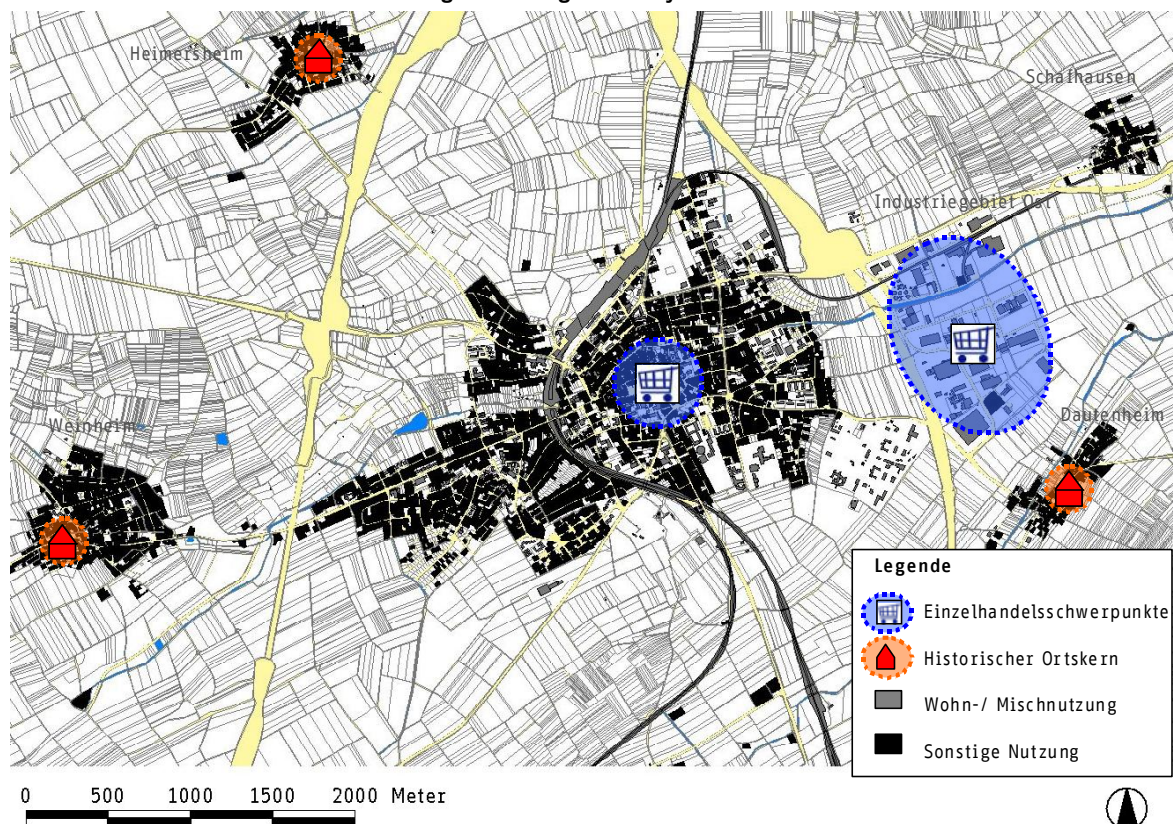


4.2 RÄUMLICH-FUNKTIONALE GLIEDERUNG DER STADT

Vor dem Hintergrund der im vorangegangenen Kapitel benannten Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche müssen zunächst die Bereiche identifiziert werden, in denen eine entsprechende Besatzdichte an Einzelhandelsbetrieben vorherrscht.

Daher wurde zunächst eine Grobanalyse der räumlich-funktionalen Struktur der Gesamtstadt vorgenommen und zwei Cluster mit einer Dominanz an Einzelhandelsbetrieben festgestellt.

Abb. 13: Räumlich-funktionale Grobgliederung in Alzey



Quelle: eigene Darstellung, Kartengrundlage: Stadt Alzey

Dabei entspricht ein Bereich in der Kernstadt von Alzey seinem Charakter nach einem zentralen Versorgungsbereich. Daneben befindet sich im Industriegebiet Ost eine große Einzelhandelskonzentration, die auf Grund ihrer eindeutig autokundenorientierten Ausrichtung und Lage ohne Bezug zu Wohnbebauung einen städtebau-lich nicht integrierten Standorte darstellt. Dieser Einzelhandlesschwerpunkt wird

insbesondere auf seine (ergänzende oder Konkurrenz-)Wirkung in Bezug auf das gewachsene Alzeyer Zentrum untersucht.

In den Stadtteilen **Heimersheim, Weinheim und Dautenheim** mit nur geringen Einwohnerzahlen zwischen 500 und 1.900 Einwohnern sind zwar historische Ortskerne identifizierbar; diese weisen allerdings nur einen geringen Einzelhandelsbesatz bzw. Funktionsmix auf und entsprechen damit nicht einem zentralen Versorgungsbereich. Weinheim besitzt mit insgesamt sieben Einzelhandelsbetrieben (darunter eine Drogerie und drei Betriebe des Lebensmittelhandwerks) noch die umfangreichste Einzelhandelsausstattung. Im kleinsten Stadtteil **Schafhausen** (rd. 350 Einwohner) ist kein Einzelhandelsbetrieb angesiedelt.

Abb. 14: Ortszentrum Weinheim - Ansicht 1



Abb. 15: Ortszentrum Weinheim - Ansicht 2



Quelle: eigene Darstellung

4.3 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH DER INNENSTADT VON ALZEY

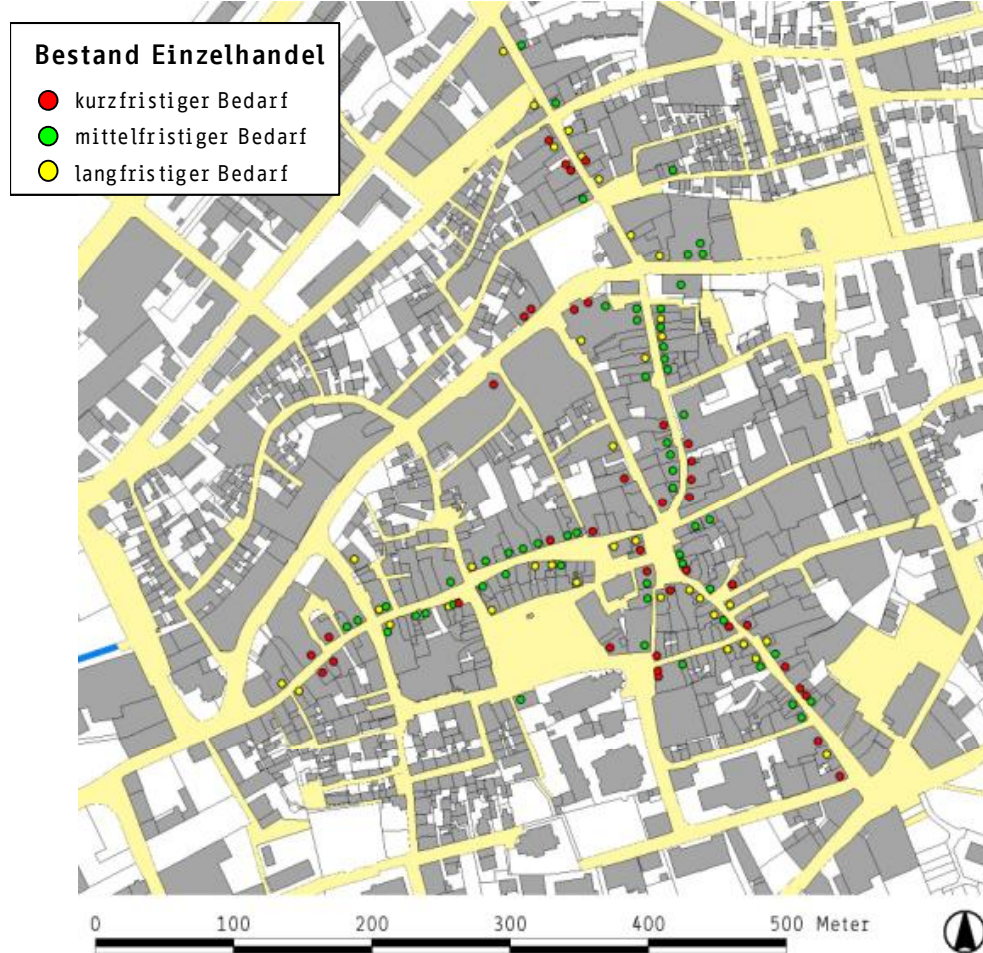
4.3.1 Räumlich-funktionale Struktur der Innenstadt

Im Folgenden wird als ein wesentliches Kriterium zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in Alzey die räumliche Verteilung der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe in der Innenstadt und im direkten Umfeld dargestellt (vgl. Karte 1) und insbesondere hinsichtlich der Bestandsdichte erörtert.

Die höchste Besatzdichte weist der südliche Abschnitt der Antoniterstraße auf, wobei ein innenstadttypisches Angebot des mittelfristigen Bedarfsbereich (grün dargestellte Punkte) dominiert. Eine hohe räumliche Dichte weisen zudem die St.-Georgen-Straße und die Spießgasse auf.



Karte 1: Einzelhandelsangebot in der Innenstadt von Alzey und angrenzenden Bereichen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Erhebung Februar 2009, Kartengrundlage: Stadt Alzey

Die räumliche Verteilung des Dienstleistungsangebotes entspricht in weiten Teilen dem Einzelhandelsbesatz, wobei die Dienstleistungsdichte insbesondere im Bereich der Antoniterstraße südlich der Hospitalstraße etwas geringer, im Umfeld des Obermarktes und des Parkdecks sowie entlang der Hospitalstraße hingegen höher ist.

Hervorzuheben ist der hohe Anteil an gastronomischen Betrieben im Umfeld des Rossmarktes. Zu einem Funktionsmix in der Innenstadt tragen zudem einzelhandelsnahe Dienstleistungen wie Friseure, Banken oder auch die Post (Antoniterstraße, Ecke Kronenplatz) bei.

Zum Erhebungszeitpunkt wurden insbesondere in den Randbereichen der Innenstadt viele leerstehenden Ladenlokale identifiziert.

Karte 2: Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in der Innenstadt von Alzey und angrenzenden Bereichen



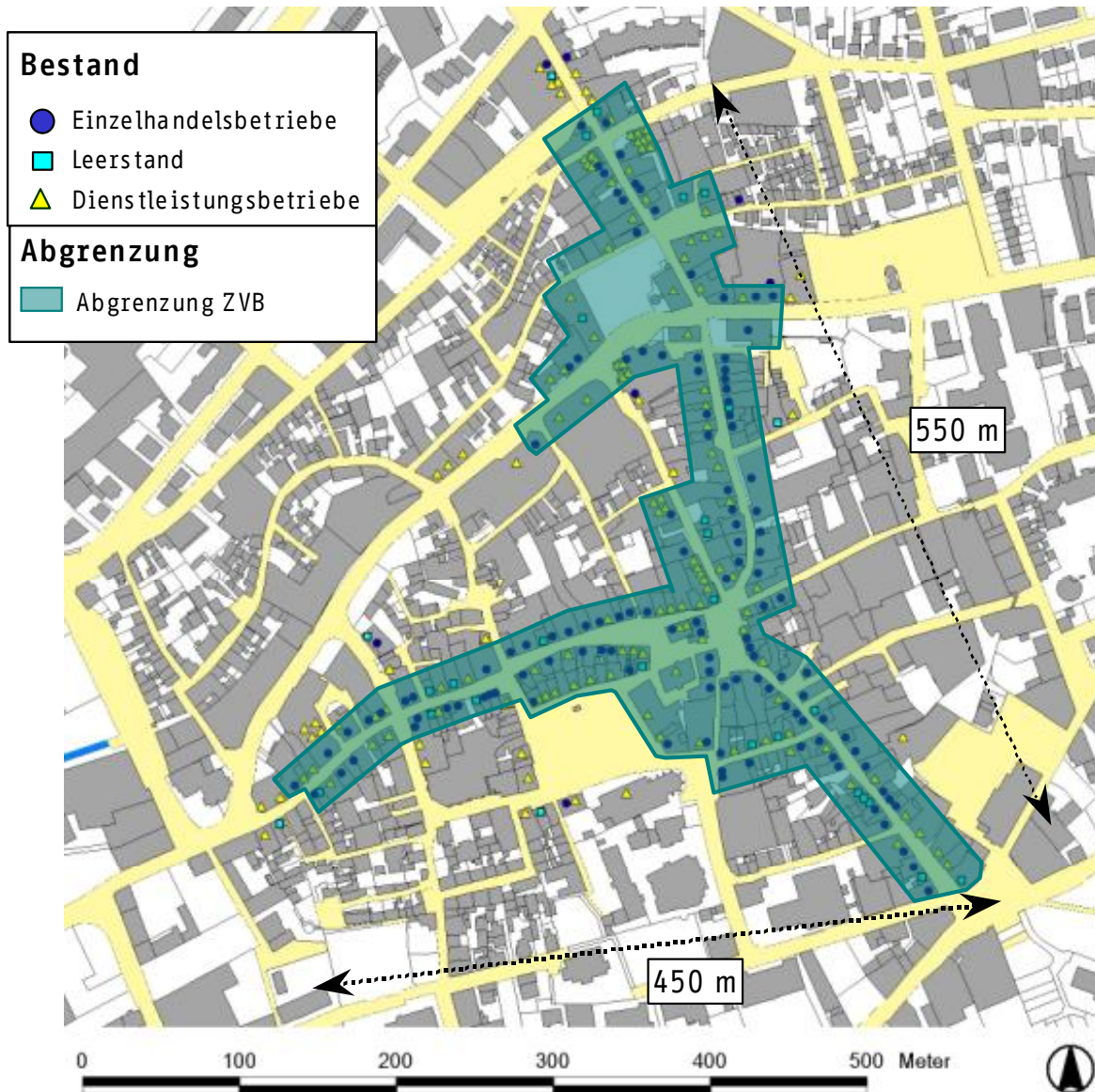
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Erhebung Februar 2009, Kartengrundlage: Stadt Alzey

4.3.2 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in Alzey

Auf Grundlage der Bestandsdichte sowie funktionaler und städtebaulicher Brüche bzw. Zäsuren wird der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt von Alzey abgegrenzt (vgl. Karte 3). Hierbei handelt es sich um eine Ist-Abgrenzung, d.h. das Potenzialflächen und planerische Überlegungen in diesem Fall nicht berücksichtigt werden (zur planerischen Abgrenzung vgl. Kap. 8.3.2).



Karte 3: Vorschlag zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt von Alzey



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Erhebung Februar 2009, Kartengrundlage: Stadt Alzey

Der vorgeschlagene zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich im Ist-Zustand in nord-südlicher Ausdehnung entlang der St.-Georgen-Straße im Süden, über den Rossmarkt hinaus entlang der Antoniterstraße bis zur Einmündung der Rodensteiner Straße im Norden. Im Süden stellt die Kaiserstraße eine städtebauliche Zäsur und Grenze des zentralen Versorgungsbereiches dar.

Im Westen reicht der zentrale Versorgungsbereich vom Rossmarkt über den Fischmarkt entlang der Spießgasse bis zur Straße Atzel. Darüber hinaus gibt es Aufweitungen im Bereich der Hospitalstraße (bis zum Lebensmittelmarkt), Klosterstraße,



Winkelgässchen und im nördlichen Bereich des Obermarktes, der Wilhelmstraße und der Schlossgasse nahe dem Rossmarkt.

Die höchste funktionale und auch städtebauliche Dichte und Qualität ist im Bereich der Antoniterstraße südlich der Hospitalstraße bis zum Rossmarkt festzustellen.

4.3.3 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt

Im zentralen Versorgungsbereich befanden sich zum Befragungszeitpunkt 116 Betriebe, so dass etwas mehr als die Hälfte aller in Alzey ansässigen Betriebe hier lokalisiert ist. Diese vereinen eine Verkaufsfläche von rd. 12.900 qm auf sich, was bezogen auf die gesamtstädtische Verkaufsfläche (87.350 qm) einem Anteil von lediglich 16% entspricht. Auf dieser Fläche wird einzelhandelsbezogen mit rd. 40,2 Mio. € knapp ein Drittel des gesamtstädtischen Umsatzes generiert.

In der folgenden Tabelle ist das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich - soweit aus Datenschutzgründen möglich - nach Sortimenten differenziert dargestellt.

Der höchste Verkaufsflächenanteil entfällt auf den Sortimentsbereich Bekleidung und Zubehör (knapp 4.000 qm), der demnach wie in anderen Städten auch in Alzey das Leitsortiment für eine Innenstadt darstellt.

Infolge höherer Flächenproduktivitäten wird der höchste Umsatz im zusammengefassten Sortimentsbereich Drogerie/ Parfümerie und Apotheke generiert; innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist mit sechs Apotheken eine vergleichsweise hohe Anzahl festzustellen.



Tab. 4: Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich

Sortimente	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	900	2,9
Lebensmittelhandwerk	250	2,4
Drogerie/ Parfümerie; Apotheke	875	11,5
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	250	0,6
Blumen/ Zoo	250	0,3
kurzfristiger Bedarf	2.500	17,8
Bekleidung und Zubehör	3.975	8,9
Schuhe, Lederwaren,	1.025	2,3
Sport/ Freizeit, Spielwaren, Babyausstattung	850	1,2
Bücher	225	0,6
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	775	0,7
Haus- und Heimtextilien	675	0,8
mittelfristiger Bedarf	7.550	14,5
Uhren/ Schmuck	475	1,8
Foto/ Optik und Zubehör	575	2,4
Medien	300	1,3
Elektro/ Leuchten	125	0,3
Teppiche/ Bodenbeläge; baumarkt-/ gartencenterspezif. Sortimente; Möbel, Antiquitäten	1.125	1,5
Sonstiger langfristiger Bedarf	225	0,8
langfristiger Bedarf	2.850	8,0
Summe	12.900	40,2

GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

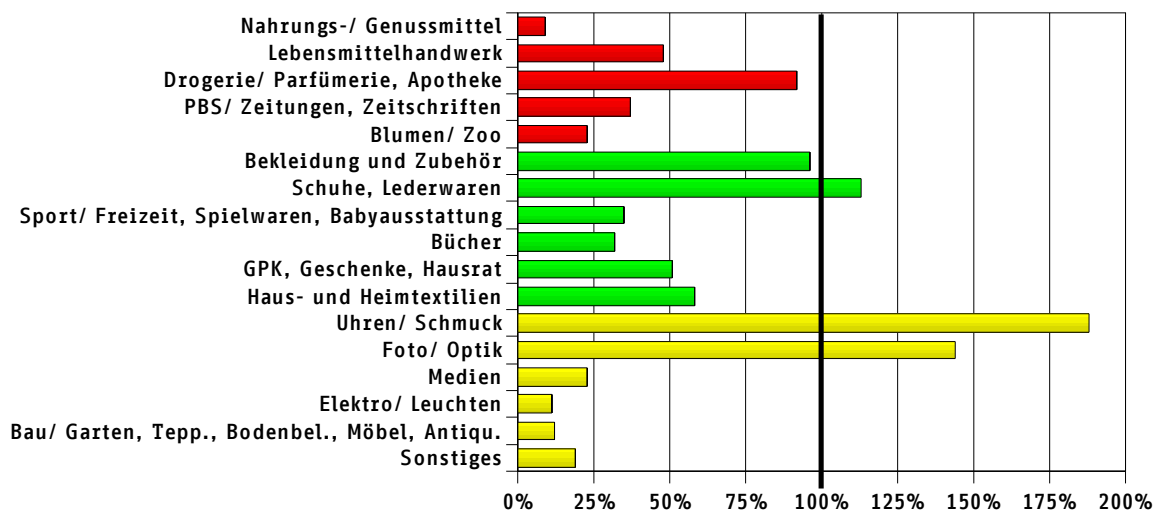
Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009; IfH; EHI; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

"Unechte Bindungsquote"

Es wurde bereits festgestellt, dass Alzey mit einer Gesamtbindungsquote von rd. 195% als Mittelzentrum eine quantitativ sehr gute Einzelhandelsausstattung aufweist und nach Sortimenten betrachtet seine zentralörtliche Versorgungsfunktion (über)erfüllt (vgl. Kap. 3.2.1).

Die Beurteilung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches in Bezug auf Alzey erfolgt mittels "unechter Bindungsquoten": Der Umsatz im zentralen Versorgungsbereich wird in Relation zur Kaufkraft der Gesamtstadt gesetzt (vgl. auch Glossar im Anhang).

Abb. 16: "Unechte Bindungsquoten" zentraler Versorgungsbereich



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Die "unechte Bindungsquote" des zentralen Versorgungsbereiches beträgt rd. 41%, d.h. deutlich mehr als ein Drittel der in Alzey vorhandenen Kaufkraft wird alleine durch das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich gebunden. Somit übernimmt der zentrale Versorgungsbereich rein quantitativ einen wichtigen Teil der Versorgungsfunktion, wenngleich diese in Bezug zur Gesamtbindungsquote anteilmäßig niedrig ausfällt. Rückschlüsse auf die Versorgungssituation sind jedoch erst bei differenzierter Betrachtung möglich:

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** sind diese "unechten Bindungsquote" wenig aussagekräftig: Hier kommt dem zentralen Versorgungsbereich keine gesamtstädtische (oder entsprechend der zentralörtlichen Funktion gar über die Stadt hinausreichende) Versorgungsfunktion zu. Vielmehr sollen vorrangig die im zentralen Versorgungsbereich und dessen Umfeld lebenden Einwohner versorgt werden. Vor dem Hintergrund der quantitativ sehr guten Versorgungssituation im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel in der Gesamtstadt (vgl. Kap. 3.2.1) fällt dennoch der geringe Beitrag des zentralen Versorgungsbereichs auf. In diesem für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortimentsbereich wird lediglich ein Wert von rd. 9% erreicht - in Bezug auf alle anderen Sortimentsbereiche ist dieser der geringste Wert. Dies ist vor allem auf die räumliche Verteilung der entsprechenden Angebote in der Gesamtstadt zurückzuführen - der Discounter im Kreuzungsbereich der Berli-



ner Straße, Weinrufstraße befindet sich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kap. 5.2).

Die Bindungsquote im Bereich Drogerie/ Parfümerie/ Apotheke ist hingegen so stark ausgeprägt, dass allein durch das innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelte Angebot die Alzeyer Bevölkerung rechnerisch annähernd voll versorgt wird.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich**, welcher die innenstadtprägenden Sortimente umfasst, können drei Viertel der vor Ort vorhandenen Kaufkraft im zentralen Versorgungsbereich gebunden werden. Per Saldo erzielt der Einzelhandel des zentralen Versorgungsbereichs dennoch nicht annähernd die Bindungsquote, die für die Gesamtstadt im mittelfristigen Bedarfsbereich erreicht wird (rd. 257%); mehr als zwei Drittel des Umsatzes in diesem innenstadttypischen Bedarfsbereich werden somit außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs von Alzey erzielt.

In einigen Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs zeigt sich, dass das Angebot rechnerisch die Einwohner der Gesamtstadt nicht vollständig versorgen kann bzw. gar zur Versorgung des mittelzentralen Verflechtungsraumes beiträgt: Nur in dem Bereich Schuhe/ Lederwaren erzielt der im zentralen Versorgungsbereich von Alzey angesiedelte Einzelhandel allein per Saldo einen Kaufkraftzufluss von außerhalb. Für den Sortimentsbereich Bekleidung (rd. 96%) kann zudem annäherungsweise eine Vollversorgung angenommen werden. In den weiteren, üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs liegen die Bindungsquoten hingegen teilweise deutlich unter 100%.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** liegt die Bindungsquote bei rd. 29%. Im Hinblick auf die Beurteilung des zentralen Versorgungsbereichs in diesem Bedarfsbereich nehmen hierbei die üblicherweise als zentrenrelevant deklarierten Sortimente eine wichtige Rolle ein: In den Sortimentsbereichen Uhren/ Schmuck und Foto/ Optik erreichen die Betriebe des zentralen Versorgungsbereichs vergleichsweise hohe unechte Bindungsquoten von deutlich über 100% und tragen zur Versorgung des mittelzentralen Verflechtungsraumes bei.

Die Sortimentsgruppen Medien und Elektro/ Leuchten weisen mit Bindungsquoten von rd. 23% bzw. rd. 11% hingegen deutlich geringere Werte auf. Für die übrigen,



üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimente sind (erwartungsgemäß) sehr geringe Bindungsquoten von unter 20% zu konstatieren.

Der im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt angesiedelte Einzelhandel kann hinsichtlich der hohen gesamtstädtischen Kaufkraftbindung und Umsatzleistung anteilmäßig nur einen vergleichsweise geringen Umsatz generieren. Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich übernimmt der zentrale Versorgungsbereich für einige zentrentypische Sortimentsgruppen nur bedingt eine mittelzentrale Versorgungsfunktion. Lediglich in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Uhren/ Schmuck und Foto/ Optik wird die wichtige Versorgungsfunktion der Innenstadt deutlich, da hier der Einzelhandel z.T. über die Gesamtstadt hinaus auch Kaufkraft von außerhalb binden kann.

4.3.4 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse

Der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt liegt größtenteils innerhalb der historischen Altstadt und wird durch die Holspital-/ Klosterstraße in zwei Teilräume gegliedert. Er ist charakterisiert durch eine überwiegend kleinteilige traditionelle Einzelhandelsstruktur, die ergänzt wird durch Gastronomiebetriebe, öffentliche Einrichtungen sowie verschiedene zentrenprägende Dienstleistungen. Die unterschiedlichen Nutzungen stehen in wechselseitiger positiver Beziehung zueinander und tragen zusammen mit der weitgehend harmonischen städtebaulich-architektonischen Gestaltung und Bebauung zu einer attraktiven Innenstadt bei.

Auf der anderen Seite gibt es jedoch auch Teilbereiche, die funktional und städtebaulich "abfallen" bzw. Potenziale, die nicht zur Gänze genutzt werden.

Im Folgenden werden die Stärken und Schwächen des zentralen Versorgungsbereiches dargestellt, fotografisch und anhand von Karten dokumentiert und unter städtebaulich-funktionalen Gesichtspunkten bewertet. Diese Ausführungen beziehen sich auf die zum Zeitpunkt der Bestandserhebung vorgefundene Situation.

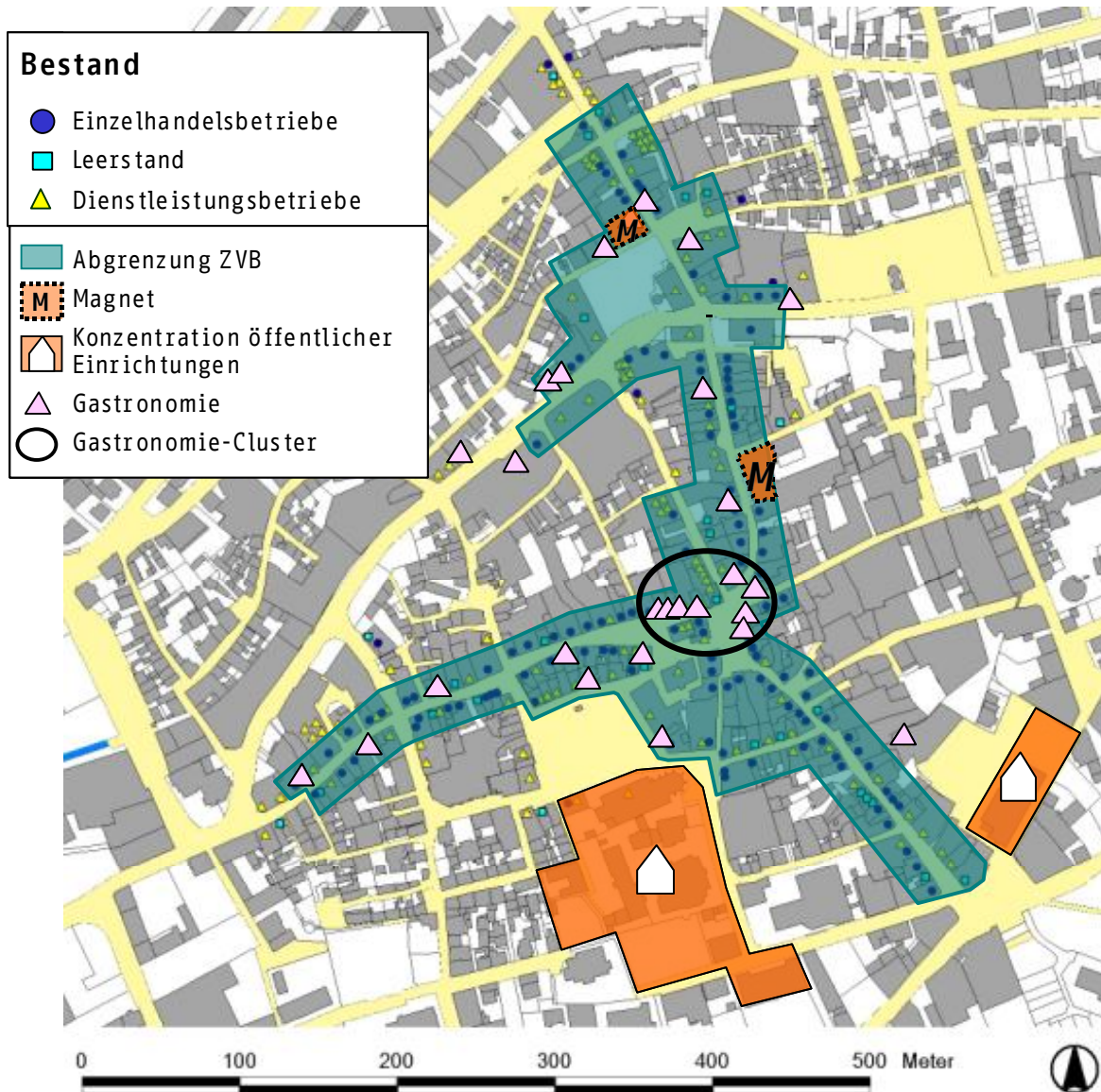


4.3.4.1 Stärken

Funktionale Aspekte

In der folgenden Karte sind zunächst die Stärken aus funktionaler Sicht als Übersicht dargestellt.

Karte 4: Zentraler Versorgungsbereich - funktionale Stärken



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Alzey

Der zentrale Versorgungsbereich weist ein vielfältiges und innenstadtypisches **Einzelhandelsangebot** auf, das von diversen Apotheken und Bekleidungsgeschäften über Buchläden, Parfümerie und Schuhgeschäften bis zu Optikern und Uhren- und Schmuckfachgeschäften reicht, um nur einige Beispiele zu nennen. Bekleidung stellt



eindeutig das Leitsortiment der Innenstadt dar. Das vielfältige und alle drei Bedarfsbereiche umfassende Einzelhandelsangebot findet im Bereich der Fußgängerzone - insbesondere Antoniterstraße, Rossmarkt, Spießgasse - seine höchste Konzentration. Hier ist ein weitgehend durchgängiger Besitz in den Erdgeschosszonen zu konstatieren, der sich vereinzelt auch in den Obergeschossen fortsetzt (Kaufhaus Sauer) und zu einer hohen innenstadt-charakterisierenden funktionalen Dichte führt.

Der Mix von typischen Filialbetrieben (insbesondere in der als Fußgängerzone ausgewiesenen Antoniterstraße) und inhabergeführten Fachgeschäften in unterschiedlichen Preislagen trägt zu einer **vielfältigen Angebotsstruktur** bei. Die Angebotsqualität und das Preisniveau sind insgesamt im mittleren Segment einzuordnen, wobei deutliche Unterschiede zwischen den Hauptgeschäftslagen (Rossmarkt und südliches Teilstück der Antoniterstraße) und den Einzelhandelsnebenlagen (Spießgasse, St.-Georgen-Straße, nördliches Teilstück Antoniterstraße) bestehen.

Neben dem "herkömmlichen" innenstadttypischen Warensortiment sind in einigen Fachgeschäften auch spezielle Sortimente vorhanden (beispielsweise mehrere Lebensmittelgeschäftsfachgeschäfte oder Fachgeschäfte für Spielwaren und Kinderbekleidung) die zu einem individuellen Charakter des zentralen Versorgungsbereiches beitragen.

Zudem sind zahlreiche Betriebe mit einem **nahversorgungsrelevanten** Angebotschwerpunkt im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt (neben den Lebensmittelgeschäftsfachgeschäften auch Bäckereien, Metzgereien, Drogeriemärkte, Reformhaus), wobei ein größerer Lebensmittelbetrieb fehlt. In der Hospitalstraße ist in Randlage des zentralen Versorgungsbereiches ein türkischer Lebensmittel-SB-Markt angesiedelt. Einmal wöchentlich (Samstags) findet zudem auf dem Parkplatz der Wochenmarkt statt, der neben seiner Nahversorgungsfunktion auch eine sozial-kommunikative Aufgabe übernimmt und zu einer Belebung des innerstädtischen Teilraumes beiträgt, wobei der Standort durchaus diskussionswürdig erscheint.

In Alzey liegt insgesamt eine - auch baulich bedingte - kleinteilige **Betriebsstruktur** vor, die im nördlichen Bereich mit dem Kaufhaus Sauer (Fußgängerzone, Antoniterstraße) und dem Sportfachgeschäft (Antoniterstraße, Ecke Parkdeck) an zwei Stellen aufgebrochen wird. Diese beiden großflächigen Betriebe übernehmen



für die angrenzenden Bereiche eine wichtige Magnetfunktion.

Foto 1: Post, Ecke Kronenplatz



Quelle: eigenes Foto Februar 2009

Foto 2: "Magnet" Kaufhaus Sauer



Quelle: eigenes Foto Februar 2009

Insgesamt wird das Einzelhandelsangebot durch ein vielfältiges **Dienstleistungsangebot** aus z.T. publikumsorientierten Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben funktional ergänzt, wobei jedoch der Einzelhandelsbesatz vor allem im Bereich der Antoniterstraße (Fußgängerzone) überwiegt.

Das **gastronomische Angebot** trägt neben der vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsdichte zu einer Belebung des zentralen Versorgungsbereiches bei und führt zu wichtigen Kopplungseffekten und positiven Wechselbeziehungen aller innenstadtprägenden Nutzungen. Insbesondere am und im unmittelbaren Umfeld des Rossmarktes sind unterschiedliche Gastronomiebetriebe angesiedelt, die vor allem die zentrale Bedeutung der städtebaulichen Mitte von Alzey herausstellen und die Aufenthaltsdauer von Kunden und Besuchern erhöhen können. Die Außengastronomie nimmt tagsüber, aber auch in den Abendstunden, d.h. nach den Geschäftsstunden der (meisten) Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe, eine wichtige Bedeutung zur Belebung des öffentlichen Raums (insbesondere im Bereich des Rossmarktes) ein.

Bei den **einzelhandelsnahen Dienstleistungen** handelt es sich beispielweise um Friseurbetriebe, Reisebüros oder die Post, aber auch um zahlreiche medizinische Einrichtungen (z.B. Ärztekonzentration im Gebäude "Akademie für innovative Zahnheilkunde", Antoniterstraße). Mit dem Stadtmuseum, dem alten Rathaus, der Nikolai-kirche, dem Martin-Luther-Haus oder dem Caritas Verband befinden sich zudem



mehrere **öffentliche und soziale Einrichtungen** im zentralen Versorgungsbereich. Auf der anderen Seite sind mit dem Gesundheitszentrum (Am Damm), der Kreisverwaltung oder dem Rathaus und der Stadtverwaltung (Ernst-Ludwig-Straße) üblicherweise innenstadttypische Einrichtungen außerhalb angesiedelt, die damit keine Frequenzbringerfunktion für die Betriebe in der Innenstadt übernehmen können.

Weitere öffentliche Einrichtungen wie die Stadthalle und Schulen im Süden oder das städtische Weingut, das Amtsgericht und das Burggrafiat im Osten grenzen unmittelbar an den zentralen Versorgungsbereich an. Auch diese tragen zu Stoßzeiten (z.B. zu Schulpausen oder nach Schulschluss) zu einer Belebung und Frequenzsteigerung im zentralen Versorgungsbereich bei.

Städtebaulich-gestalterische und verkehrliche Aspekte

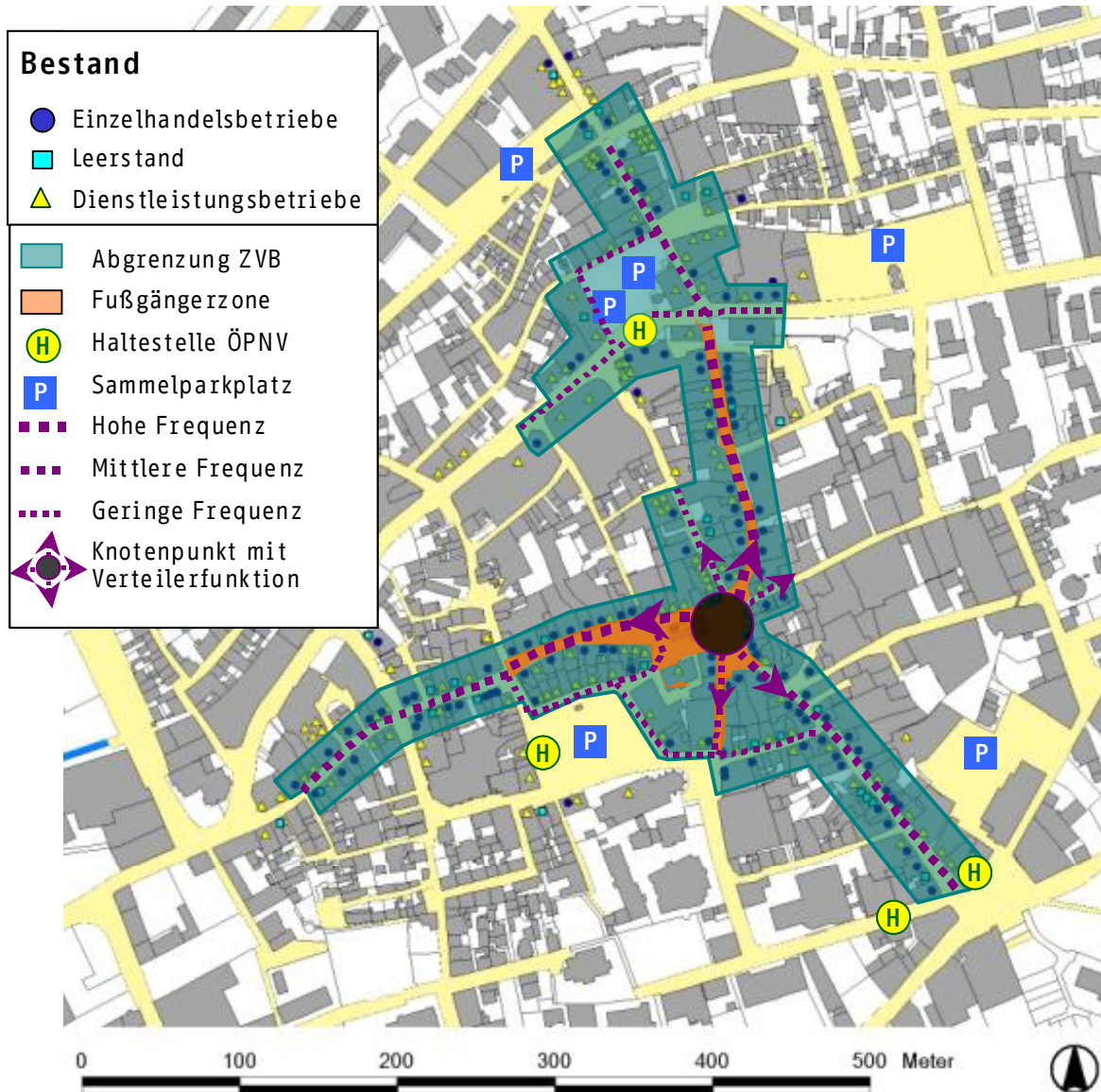
Die Alzeier Innenstadt ist für verschiedene Verkehrsteilnehmer gut erreichbar. Die Erreichbarkeit mit dem Auto ist durch mehrere ebenerdige Sammelparkplätze bzw. die Tiefgarage innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches und in dessen unmittelbaren Umfeld gegeben.

Eine gute **Erreichbarkeit** des zentralen Versorgungsbereiches ist zudem mit dem ÖPNV gewährleistet. Mit den Haltestellen Tiefgarage (im Norden), Obermarkt (im Westen) und Stadthalle (im Süden) ist der zentrale Versorgungsbereich von verschiedenen Seiten mit dem ÖPNV erschlossen.

Die Alzeier Innenstadt weist südlich der Hospital-/ Klosterstraße einen hohen **Vernetzungsgrad** auf. Die in Bezug zur Stadtgröße weitläufige Fußgängerzone (Antoniterstraße ab Hospitalstraße, Rossmarkt, Fischmarkt, Spießgasse bis Selzgasse, Winkelgässchen) und die als verkehrsberuhigte Zone sowie Einbahnstraße ausgewiesenen St.-Georgen-Straße und Spießgasse tragen zu einer stellenweise hohen Durchgängigkeit für Fußgänger bei.



Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich - städtebauliche Stärken (Frequenz)

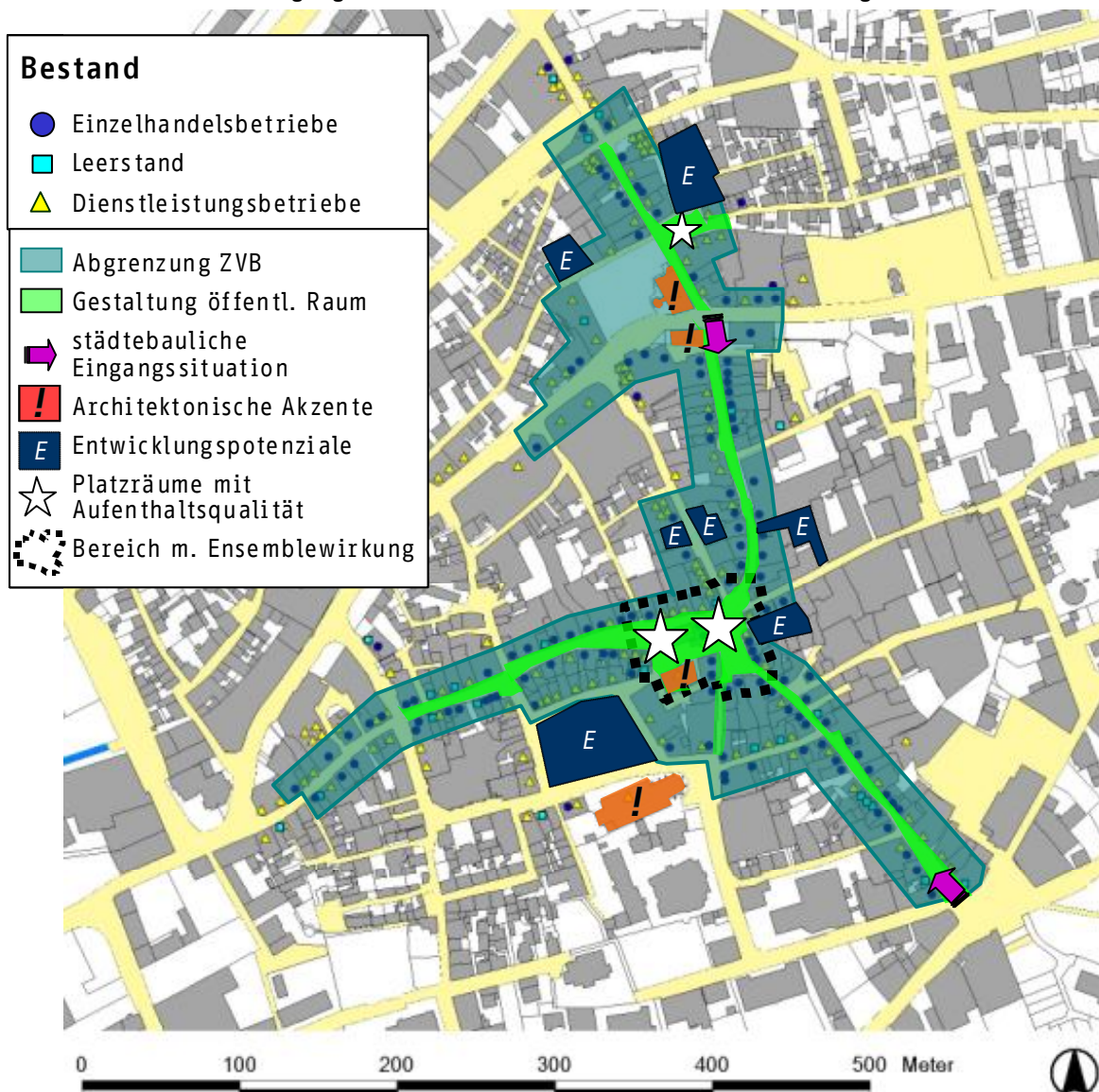


Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Alzey

Die funktionsadäquate Dimensionierung der **Fußgängerzone**, verbunden mit einem hohen Einzelhandelsbesatz und der harmonischen Gestaltung führen dazu, dass sich dieser Bereich durch die höchste Passanten- und Kundenfrequenz auszeichnet. Der Rossmarkt mit dem historischen Brunnen und dem an der Brunnentränke stehenden Bronzepferd übernimmt als städtebaulich-architektonisches Herzstück von Alzey eine wichtige Orientierungsfunktion. Gleichzeitig kommt diesem Platzbereich als zentralen Verteilerpunkt eine wichtige Scharnierfunktion im innerstädtischen Fußwegesystem zu. Nach außen hin nimmt die Passantenfrequenz (abseits der Fußgängerzone) deutlich ab.

Die funktionale Vielfalt gepaart mit einer überwiegend baulichen Kleinteiligkeit und der historischen Bausubstanz verleihen dem Bereich der Fußgängerzone einen individuellen **Altstadtcharakter** mit Atmosphäre, der Alzey auch als touristisches Ziel attraktiv macht. Die geschlossene, zumeist dreigeschossige gut sanierte historische Bebauung vermittelt ein homogenes Erscheinungsbild, das wesentlich zu einer attraktiven Altstadt beiträgt. Einen deutlichen Kontrast hierzu stellt in der Antoniterstraße jedoch die eher zweckmäßige Architektur des Kaufhauses Sauer dar.

Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich - städtebauliche Stärken (Gestaltung)



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Alzey



Die **Gestaltung des öffentlichen Raums** ist überwiegend ansprechend, die Pflasterung des Straßenraums passt sich dabei der historischen Baustruktur in weiten Teilen der Innenstadt an. Die höchste Gestaltungsintensität weisen die zusammenhängenden Platzbereiche Fischmarkt und Rossmarkt auf, die mit ihren gut sanierten Schmuckfachwerkhäusern als Imageträger fungieren.

Auf dem Rossmarkt geben insbesondere die beiden giebelseitig zum Platz stehenden historischen Fachwerkgebäude sowie der historische Brunnen mit Pferd dem Platz seinen ansprechenden identitätsstiftenden Charakter. Die öffentlichen Sitzmöglichkeiten, die wie auf dem Fischmarkt hochwertige Pflasterung und die Gastronomie führen zu einer hohen Aufenthaltsqualität.

Als markante Gebäude stehen auf dem Fischmarkt insbesondere das ehemalige Rathaus der Stadt mit seinem markanten polygonalen Treppenturm und das Deutsche Haus hervor; der durch die Brunnenfigur geschmückte, historische Fischmarktbrunnen und die hochwertige Pflasterung sowie mehrere öffentliche Sitzmöglichkeiten akzentuieren die zentrale Bedeutung des Platzraumes.

Eine hohe **Aufenthaltsqualität** ist zudem in dem an den Fischmarkt angrenzenden Teilstück der Spießgasse gegeben, die aufgeweitet ist und Gestaltungsqualitäten durch die ansprechenden Pflasterung, Baumpflanzungen und Sitzbänke aufweist.

Neben dem Rossmarkt und dem Fischmarkt besitzt der Kronenplatz im nördlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches auf Grund der Sitzmöglichkeiten und Gestaltung (Skulptur) kleinräumig ein Potenzial zum Verweilen.

Foto 3: Rossmarkt



Quelle: eigenes Foto Februar 2009

Foto 4: Fischmarkt



Quelle: eigenes Foto Februar 2009

Neben dem Bauensemble des Ross- und Fischmarktes gibt es noch weitere **architektonische Merkzeichen** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches bzw. unmittelbar daran angrenzend, die eine identitätsstiftende Wirkung entfalten und Orientierungspunkte darstellen (z.B. das barocke Stadtmuseum und die Nikolai-kirche).

Das markante Fachwerkhaus (Alzeyer Nachrichten) in der Antoniterstraße, Ecke Hospitalstraße bildet mit dem Beginn der Fußgängerzone und der entsprechend durchgehenden Pflasterung sowie der Skulptur eine attraktive städtebauliche **Eingangssituation** in die "Innenstadt Süd".

Foto 5: Eingangssituation Fußgängerzone (Antoniterstraße)



Quelle: eigenes Foto Februar 2009

Foto 6: Gestaltung Spießgasse (Fußgängerzone)



Quelle: eigenes Foto Februar 2009

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches befinden sich vielfältige **Potenzialflächen** unterschiedlicher Größe für die weitere räumliche Einzelhandelsentwicklung, womit eine wesentliche Voraussetzung für das Verfolgen eines Einzelhandelskonzeptes gegeben ist. Die räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten werden im Einzelnen im Kap. 8.3.1 differenziert erörtert.

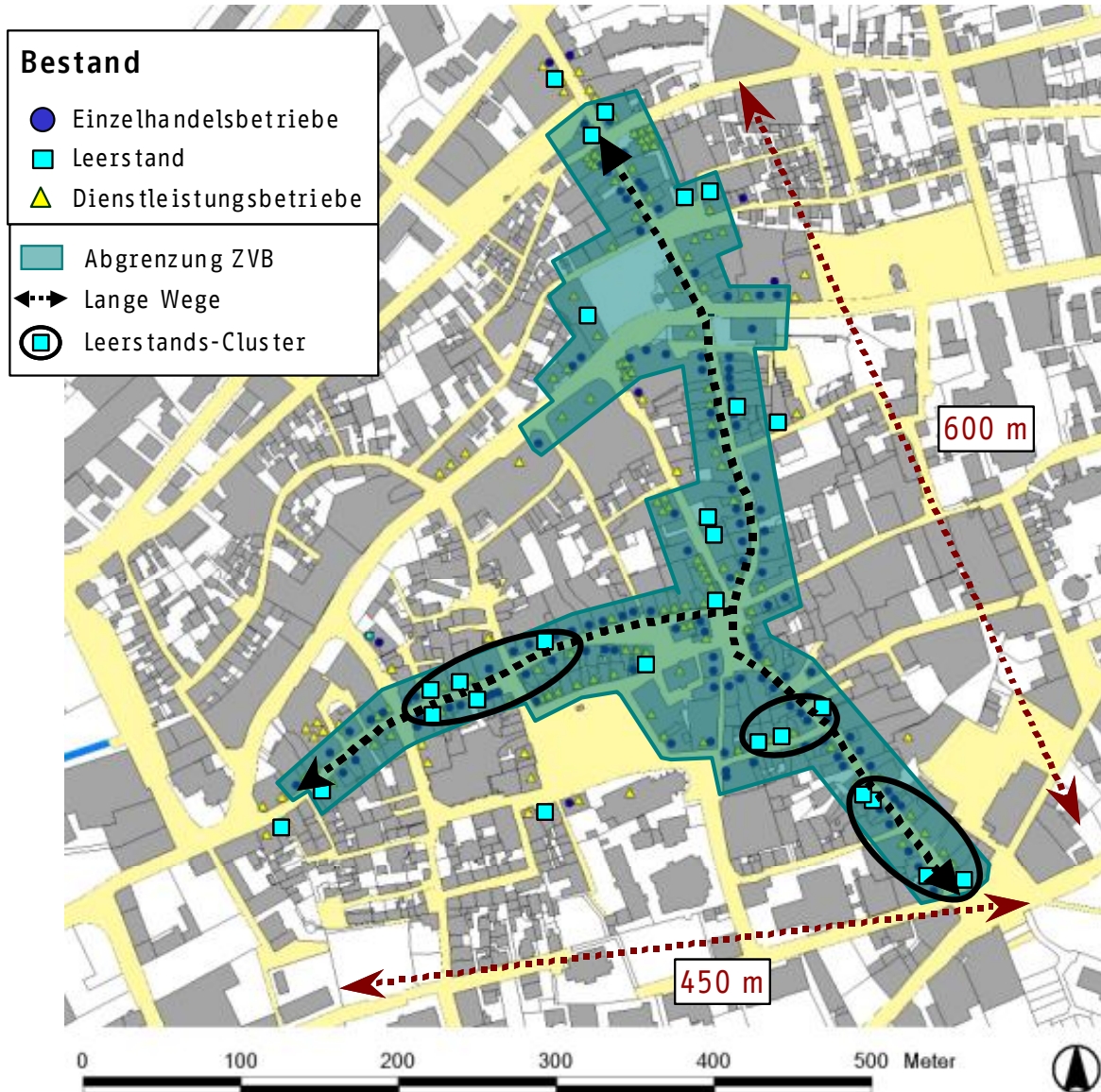


4.3.4.2 Schwächen

Funktionale Aspekte

Nachfolgend werden zunächst kartographisch wesentliche funktionale Defizite dargestellt (vgl. Karte 7).

Karte 7: Zentraler Versorgungsbereich - funktionale Schwächen



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Alzey

Mit rd. 600 Metern auf 450 Metern liegt für eine Stadt der Größe Alzeys eine vergleichsweise große **Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt vor, die einer größeren funktionalen Dichte mit einer entsprechenden Frequenz

entgegen steht. So geht in den Randbereichen außerhalb der Fußgängerzone die Fußgängerfrequenz deutlich zurück.

Die Randbereiche sind auch durch ein Abnehmen der Angebotsqualität sowie einen hohen Anteil an **Leerständen** charakterisiert, die auf funktionale Auflösungserscheinungen hinweisen.

Insgesamt wurden während der Erhebung 27 leerstehende Ladenlokale im zentralen Versorgungsbereich bzw. unmittelbar daran angrenzend identifiziert. In Bezug auf die Gesamtzahl der Betriebe im zentralen Versorgungsbereich steht somit mehr als jeder fünfte Laden leer.

Leerstandskonzentrationen sind im Bereich der Spießgasse und der St.-Georgen-Straße zu konstatieren, d.h. in den Einzelhandelslagen außerhalb der Fußgängerzone, die durch eine abnehmende Gestaltungsintensität und Aufenthaltsqualität gekennzeichnet sind und keine Magneten (wie z.B. das Kaufhaus Sauer) im Umfeld aufweisen.

Oft geht bei den Leerständen auch ein Sanierungsbedarf der Gebäude einher, die deren Vermietbarkeit erschwert. Die vorhandenen Leerstände werden zudem nicht zwischengenutzt oder "kaschiert" und rufen in Teilbereichen eine funktional wie städtebaulich-gestalterisch unbefriedigende Situation hervor. Dies kann zu weiteren negativen Ausstrahlungseffekten auf das Umfeld (z.B. Hemmung des Investitionswillens der Eigentümer) führen und den Trading-Down-Prozess in der Spießgasse und der St.-Georgen-Straße beschleunigen.

Foto 7: nicht kaschierter Leerstand (Spießgasse)



Quelle: eigenes Foto Februar 2009

Foto 8: Lebensmittel-SB-Markt (Hospitalstraße)



Quelle: eigenes Foto Februar 2009



Mit Ausnahme des Sportfachgeschäftes und des Kaufhauses Sauer fehlen (großflächige) Betriebe mit starker **Frequenzbringerfunktion** für den innerstädtischen Einzelhandel, um mit den in wenigen Autominuten erreichbaren Angeboten den autokundenorientierten Betrieben im Industriegebiet Ost konkurrieren zu können. Betroffen von dem Fehlen eines Magneten sind vor allem die Spießgasse und die St.-Georgen-Straße. Zudem ergeben sich bei den kleinflächigen und zudem inhabergeführten Betrieben oftmals Nachfolgeprobleme.

In diesem Zusammenhang ist auch der Rückzug des Lebensmittelhandels zu bewerten, da neben der nicht mehr gegebenen hinreichenden **Lebensmitteversorgung** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches somit auch ein wichtiger Frequenzbringer verloren gegangen ist. Der türkische Lebensmittelmarkt in Randlage des zentralen Versorgungsbereiches (Hospitalstraße) kann das früher in der Innenstadt vorhandene Angebot nicht vollständig kompensieren. Vom Discounter nördlich des zentralen Versorgungsbereiches gehen - wenn überhaupt - nur eingeschränkt Kopplungseffekte aus.

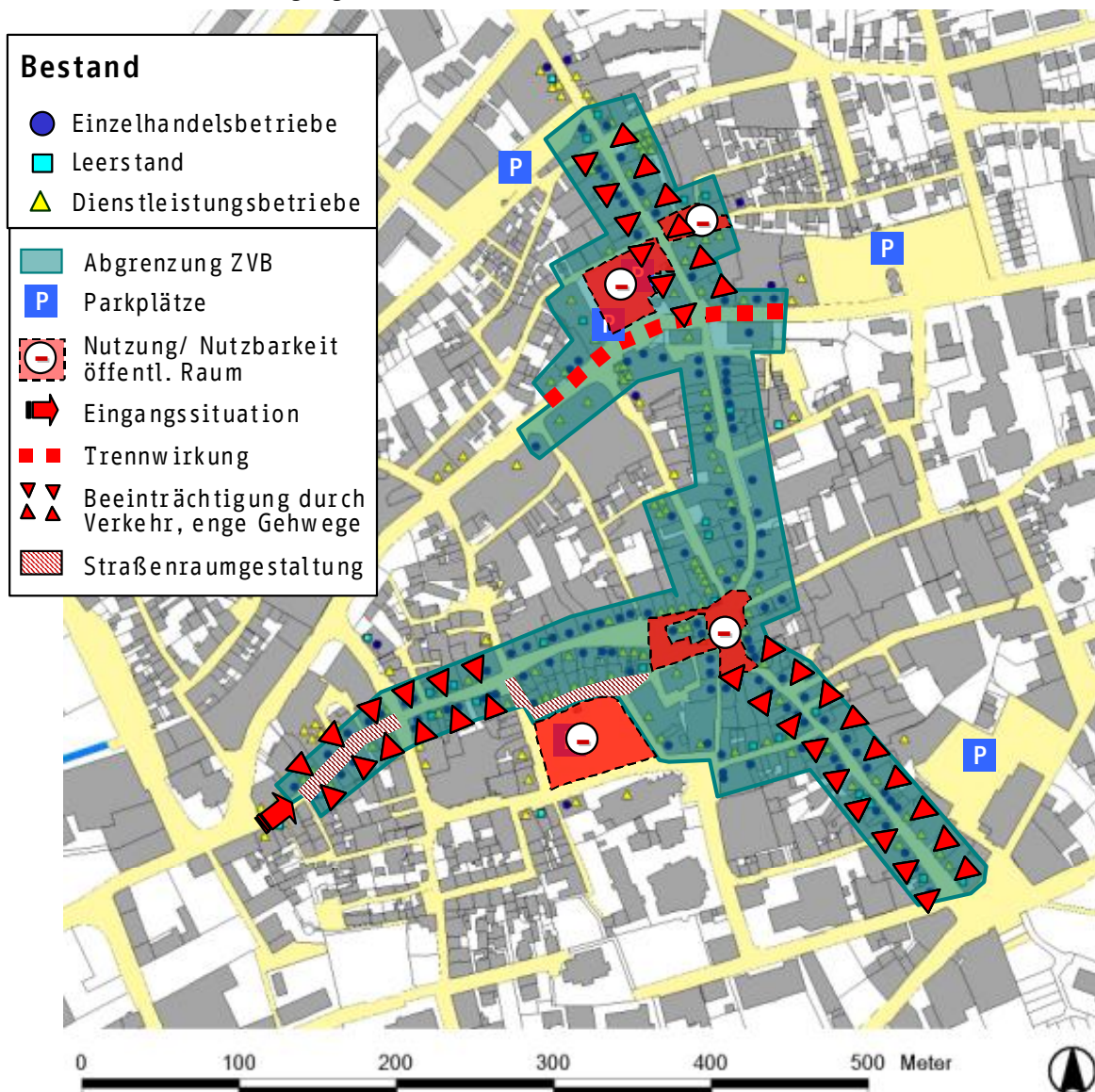
Die **Öffnungszeiten** der Geschäfte sind nur stellenweise aufeinander abgestimmt, so dass dem Kunden eine Verlässlichkeit, alle Geschäfte zu einer bestimmten Zeit geöffnet vorzufinden, fehlt.

Städtebaulich-gestalterische und verkehrliche Aspekte

In der folgenden Karte 8 sind die Schwächen im Überblick dargestellt.

Der überwiegend hohe Gestaltungsqualität des öffentlichen Raums steht im Bereich des Obermarktes und im westlichen Abschnitt der Spießgasse eine mindere Qualität der **Straßenraumgestaltung** (alte Bodenbeläge, schwache Gestaltung der Fußwege) gegenüber.

Karte 8: Zentraler Versorgungsbereich - städtebauliche Schwächen



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Alzey

Die **Nutzbarkeit der innerstädtischen Freiflächen/ Platzräume** Obermarkt, Kronenplatz und Parkdeck wird durch den ruhenden Verkehr (stark) eingeschränkt. Der **Obermarkt** befindet sich unweit des Fisch- und Rossmarktes und besitzt als größte innerstädtische Freifläche mit identitätsstiftenden Elementen wie dem historischen Brunnen und der Nikolaikirche ein großes Potenzial für eine konzeptionelle Gestaltung. Die volle Ausnutzung als ebenerdige Parkfläche schränkt das flexible Nutzungspotenzial der Fläche ein. Eine funktionale Neuorganisation bei einer gleichzeitig gestalterischen Anpassung könnte dem Obermarkt eine neue Qualität geben und somit die Aufenthaltsqualität des gesamten Bereiches verbessern.



Das **Parkdeck** ist Standort des wöchentlich stattfindenden Wochenmarktes. Die anliegenden Nutzungen (Spielhalle, Imbiss, Leerstand) und die z.T. sanierungsbedürftige Umgebungsbebauung sind einem attraktiven Erscheinungsbild des Platzes abträglich. Der Platzraum wird außerhalb der Markttage als Sammelparkplatz genutzt, der zu Quell- und Zielverkehr in der Antoniterstraße beiträgt.

Der **Kronenplatz** weist eine ansprechende Platzgestaltung auf, dessen Erscheinungsbild jedoch durch zwei leerstehende Gebäude mit hohem Sanierungsbedarf beeinträchtigt wird. Das vorhandene kleinräumige Potenzial als Aufenthaltsort wird überdies durch die Ausweisung eines Teilbereiches für insgesamt drei Kurzzeitparkplätze nicht hinreichend genutzt.

Diese drei dem ruhenden Verkehr vorgehaltenen Flächen machen den Zielkonflikt zwischen der Bevorzugung zentraler anzufahren Parkplätze für den nach Bequemlichkeit verlangenden Kunden einerseits und dem Anspruch nach Aufenthaltsqualität und Atmosphäre andererseits deutlich.

Foto 9: Verkehr Antoniterstraße



Quelle: eigenes Foto Februar 2009

Foto 10: ruhender Verkehr auf Parkdeck



Quelle: eigenes Foto Februar 2009

In der Spießgasse, der Antoniterstraße außerhalb der Fußgängerzone und der St.-Georgen-Straße wird die **Aufenthaltsqualität** durch den Einbahnstraßenverkehr und die engen Fußwege beeinträchtigt. Zum Teil engen Außenstände und Werbeaufsteller die Fußwege unnötig weiter ein. Stellenweise wird die Fahrbahn von Passanten mitgenutzt, was angesichts des Autoverkehrs (vor allem Antoniterstraße) auch zu einer subjektiven und objektiven Einschränkung der Verkehrssicherheit führt.

Dies ist zum Teil auch der Bevorzugung zentraler Stellplätze geschuldet, die zu einem Quell-, Ziel- und Parksuchverkehr innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches führen.

Die Hospital- bzw. Klosterstraße üben auf Grund des Verkehrsaufkommens eine **Trennwirkung** aus und sind einer hohen Durchgängigkeit und der Verknüpfung der Fußgängerzone (Innenstadt Süd) mit dem nördlichen Abschnitt des zentralen Versorgungsbereiches abträglich; durch die Straßenaufpflasterung im Bereich der Antoniterstraße wird die Trennwirkung jedoch ein wenig reduziert.

Foto 11: Trennwirkung Hospitalstraße



Quelle: eigenes Foto Februar 2009

Foto 12: Warenstände (andere Stadt)



Quelle: eigenes Foto, andere Stadt

Das **Stadtmobiliar** ist im gesamten zentralen Versorgungsbereich häufig nicht mehr der historischen Bebauung und der attraktiven Fußwegegestaltung angemessen. Alte, erneuerungsbedürftige Blumenkübel oder Sitzmöglichkeiten beeinträchtigen das überwiegend positive innerstädtische Stadtbild.

Auch die innerstädtische Beleuchtung wirkt eher zufällig und nicht aufeinander abgestimmt. Allein vier verschiedene Beleuchtungstypen können im zentralen Versorgungsbereich differenziert werden. Die Ausleuchtung in den Abendstunden (z.B. der Fußgängerzone), die zugleich eine besondere Atmosphäre schaffen kann, erscheint dem attraktiven Stadtbild nicht angemessen.

Neben den Gebäuden mit leerstehenden Ladenlokalen weisen außerhalb der Fußgängerzone in der Spießgasse, St.-Georgen-Straße und Antoniterstraße einige Ge-



bäude **Sanierungsbedarf** auf. Dies betrifft z.B. die nicht barrierefreie Zugänglichkeit der Geschäfte.

Neben sanierungsbedürftigen Gebäuden und Fassaden entspricht die **Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung** z.T. nicht den Ansprüchen an eine moderne, kundenorientierte Altstadt und widerspricht der städtebaulich-architektonischen Qualität des öffentlichen Raums. Durch Werbeaufsteller sowie Außenstände wird die Verkaufsfläche einiger Betriebe ausgedehnt. Diese vermitteln nicht nur einen ungeordneten Eindruck und beeinträchtigen die Gestaltungs- und Aufenthaltsqualität (z.B. Fußgängerzone), sondern schränken überdies die Durchgängigkeit für Fußgänger sowie die Verkehrssicherheit in Teilbereichen (z.B. Antoniterstraße außerhalb der Fußgängerzone) ein.

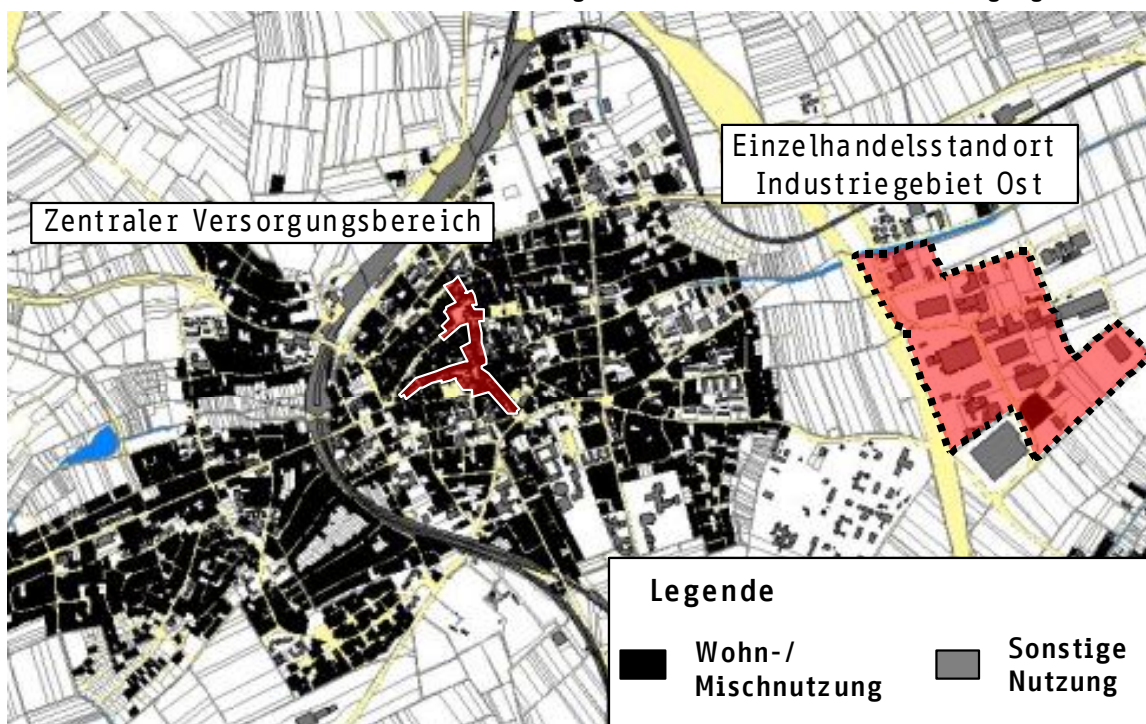
Die Tatsache einer zeitlichen Beschränkung des **Anlieferverkehrs** wird häufig umgangen, so dass es innerhalb der Fußgängerzone für Fußgänger z.T. zu erheblichen Einschränkungen sowohl durch parkende als auch durch fahrende Fahrzeuge kommt, wodurch sich wiederum eine deutlich verminderte Aufenthaltsqualität ergibt.

4.4 SONSTIGE BEDEUTSAME EINZELHANDELSSTÄNDORTE

Neben dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt befindet sich mit dem Industriegebiet Ost ein weiterer größerer Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet von Alzey.

Am Standort Industriegebiet Ost östlich der Kernstadt sind insgesamt 34 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 50.550 qm angesiedelt. Als dominierender Anbieter von überörtlicher Bedeutung ist im Industriegebiet Ost das Fachmarktzentrum "Rheinhessen-Center" zu nennen, in dem sich u.a. ein SB-Warenhaus und ein Elektrofachmarkt befinden. Daneben weist der Einzelhandelsstandort im Umfeld des Rheinhessen-Centers mit einem Discounter und u.a. diversen Bekleidungs- und Schuhfachmärkten ein vielfältiges zentrentypisches Angebot auf. Als weitere Betriebe mit einem nicht zentrenrelevanten Angebot des langfristigen Bedarfsbereiches sind vor allem ein Bau- und Gartenmarkt sowie ein Einrichtungshaus herauszuheben.

Abb. 17: Einzelhandelskonzentration Industriegebiet Ost - kein zentraler Versorgungsbereich



Quelle: eigenes Foto und eigene Darstellung, Kartengrundlage: Stadt Alzey



Das Industriegebiet Ost ist unmittelbar über die BAB 61 an das überörtliche Verkehrsnetz angebunden; das Autobahnkreuz Alzey (BAB 63) befindet sich rd. zwei Kilometer vom Standort entfernt. Somit ist der Standort verkehrsgünstig hervorragend erschlossen und schnell von Kunden aus der Region mit dem Auto zu erreichen. Von der Kernstadt Alzey aus besteht über die Landesstraßen L 406 und L 409 eine schnelle autogerechte Anbindung.

Der fast ausschließlich autokundenorientierte Ausrichtung des Standortes ist auch an den großzügig dimensionierten, dem "Rheinhessen-Center" und den sonstigen Betrieben vorgelagerten Kundenparkplätzen abzulesen. Die ÖPNV-Anbindung ist mit der City-Buslinie 422 zwar gegeben, auf Grund der Taktung (i.d.R. alle zwei Stunden) jedoch von marginaler Bedeutung.

Die Umgebungsnutzung der Einzelhandelsbetriebe wird von produzierendem Gewerbe und Logistikunternehmen bestimmt. Das Industriegebiet wird begrenzt durch die BAB 61 und landwirtschaftliche Nutzflächen. Das Kennzeichen von Wohnbebauung für städtebaulich integrierte Standorte fehlt, eine fußläufige Erreichbarkeit ist nicht gegeben.

Infolge der fehlenden städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Einbindung ohne Bezug zur Wohnbebauung und mangels fußläufiger Erreichbarkeit erfüllt der Standort eindeutig nicht die Kriterien zur Qualifizierung als zentralen Versorgungsbereich.

Stattdessen handelt es sich um einen städtebaulich nicht integrierten Einzelhandelsstandort, durch den auf Grund der Entfernung und der Lage keine Synergieeffekte für den zentralen Versorgungsbereich generiert werden können - der Standort stellt auf Grund seines zentrentypischen Angebotes einen Wettbewerber für die Innenstadt (innerhalb) von Alzey dar.

Die Einzelhandelsagglomeration steht damit auch regional- und landesplanerischen Zielsetzungen (städtebauliches Integrationsgebot) entgegen:

- ROP Rheinhessen-Nahe: "Einkaufszentren, Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Gütern des täglichen Bedarfs sind in der Regel in enger räumlicher und funktionaler Verbindung zu den Wohnsiedlungsbereichen bzw. den zentralen Einkaufsbereichen zu errichten."³⁸

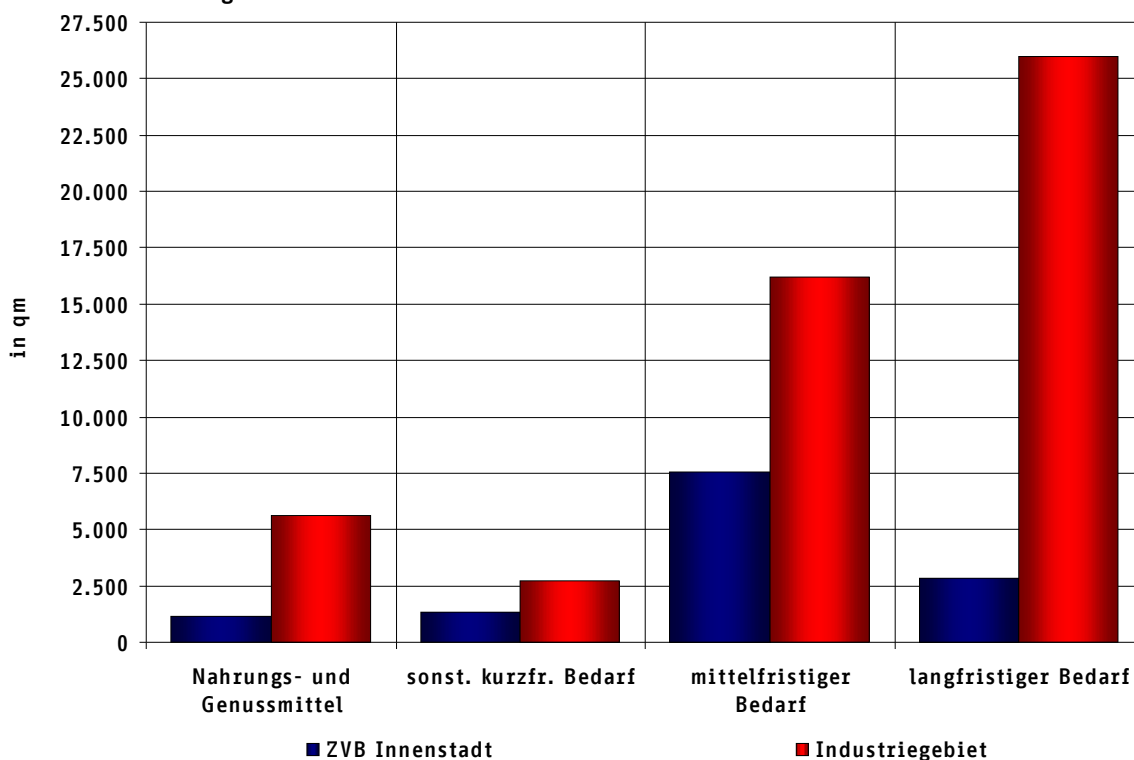
³⁸ LEP IV Rheinland-Pfalz 2008, 3.2.3, Z 58.



- LEP IV: "Die Ansiedlung [...] von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen [...] zulässig."³⁹

Nachfolgend wird die **Verteilung der Verkaufsfläche auf die beiden Einzelhandelsstandorte** - zentraler Versorgungsbereich der Innenstadt und Industriegebiet Ost - dargestellt und erörtert (vgl. Abb. 18). Allerdings ist hierbei zu berücksichtigen, dass die Verkaufsfläche alleine lediglich ein Aspekt des Einzelhandelsangebotes umfasst: Unberücksichtigt bleiben dabei z.B. die Kundenfrequenz und die erzielten Umsätze.

Abb. 18: Einzelhandelsstruktur zentraler Versorgungsbereich der Innenstadt versus Industriegebiet Ost



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Hinsichtlich der Verkaufsfläche stellt das Industriegebiet Ost eindeutig die größte Einzelhandelskonzentration innerhalb des Stadtgebietes dar: Annähernd zwei Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche sind allein im Industriegebiet Ost an-

³⁹ Regionaler Raumordnungsplan (ROP) Rheinhessen-Nahe 2004, 2.3.3, Z 2.



gesiedelt. Der Anteil des zentralen Versorgungsbereiches liegt im Vergleich bei nur rd. 16%.

Im Industriegebiet Ost überwiegen die Angebote aus dem langfristigen Bedarfsbereich. Daneben weist der Standort aber auch in dem kurz- und dem innenstadttypischen mittelfristigen Bedarfsbereich deutlich höhere Verkaufsflächenwerte als der zentrale Versorgungsbereich auf.

Der eindeutig in städtebaulich nicht integrierter Lage lokalisierte Einzelhandelsstandort Industriegebiet Ost weist ein relativ großes Angebot nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente auf. Unter Berücksichtigung der landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen handelt es sich um eine nicht-funktionsadäquate Ansiedlung, die innerhalb des Stadtgebietes einen Konkurrenzstandort zum Angebot des zentralen Versorgungsbereiches darstellt und sich für dessen zukünftigen Entwicklung als problematisch herausstellen kann.



5. RÄUMLICHE EINZELHANDELSSTRUKTUR

5.1 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES

Im Folgenden werden die bisher dargestellten Ergebnisse zur Einzelhandelssituation differenziert nach Standorttyp der Betriebe aufgezeigt. Unterschieden werden in diesem Kontext der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt (ZVB), sonstige integrierte bzw. nicht integrierte Standorte⁴⁰.

Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttyp

In der folgenden Abb. 19 ist das Einzelhandelsangebot in Alzey differenziert nach Standorttypen dargestellt.

Insgesamt ist der überwiegende Anteil der Betriebe (rd. 78% aller Betriebe) an integrierten Standorten im Alzeyer Stadtgebiet lokalisiert, wobei der Anteil des zentralen Versorgungsbereiches bezogen auf die Gesamtstadt etwas mehr als die Hälfte (rd. 52%) ausmacht. Auf Grund ihrer insgesamt unterdurchschnittlichen Größen vereinen diese jedoch lediglich rd. 31% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf sich.

An nicht integrierten Standorten ist demgegenüber ein deutlich geringer Anteil der Einzelhandelsbetriebe Alzeys (rd. 22%) zu verzeichnen. Bezogen auf die Verkaufsfläche ist hingegen - auf Grund der deutlich überdurchschnittlichen Verkaufsflächen je Betrieb - mehr als zwei Drittel der Flächen (69%) an nicht integrierten Standorten angesiedelt. Die an sonstigen integrierten Standorten angesiedelten Betriebe weisen einen Verkaufsflächenanteil von rd. 15% und damit in ihrer Gesamtheit ebenfalls unterdurchschnittliche Verkaufsflächen auf. Der Verkaufsflächenanteil des zentralen Versorgungsbereiches, der durch kleinteilige Angebotsstrukturen geprägt ist, liegt bei lediglich 16%.

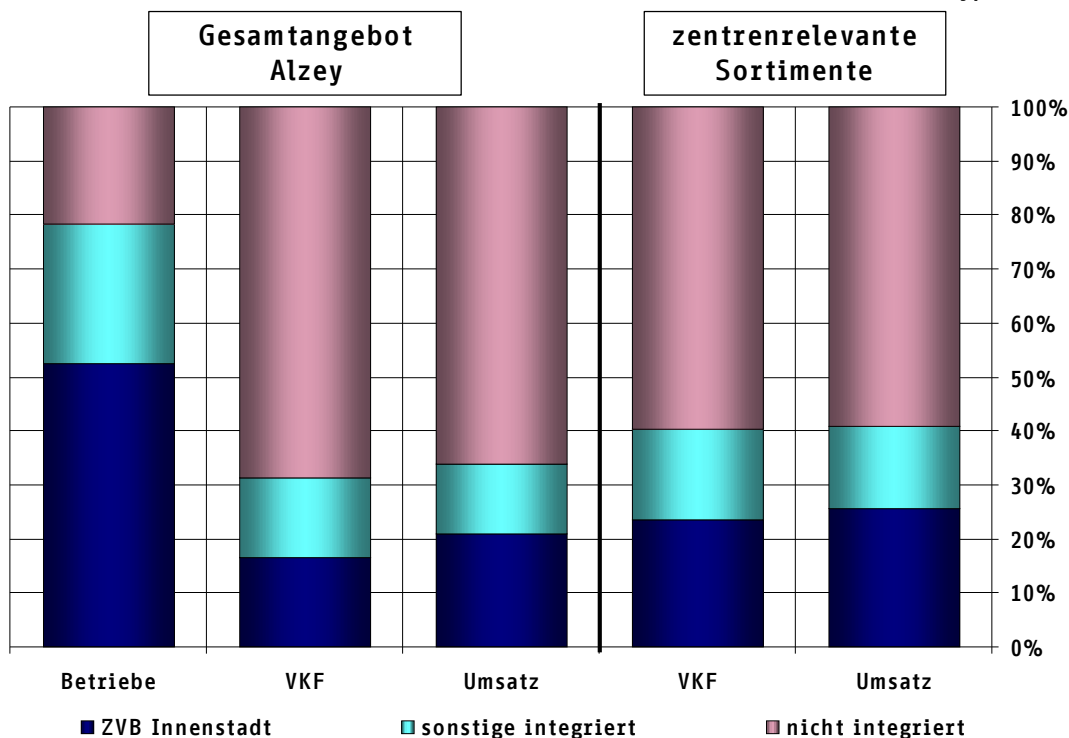
Die Verteilung des gesamtstädtischen Umsatzes auf die verschiedenen Standorttypen entspricht weitgehend der Verteilung der Verkaufsflächen. Der zentrale Versorgungsbereich gewinnt infolge insgesamt leicht höherer Flächenproduktivitäten gegenüber den nicht integrierten und sonstigen integrierten Lagen nur geringfügig

⁴⁰ Bei sonstigen integrierten Lagen handelt es sich um funktional und städtebaulich integrierte Betriebe im Zusammenhang mit Wohnbebauung, in denen die Bestandsdichte für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches nicht ausreicht. Bei nicht integrierten Standorten fehlt ein städtebaulich-funktionaler Bezug zur Wohnbebauung. Ein Beispiel ist hierfür die Einzelhandelskonzentration im Industriegebiet Ost oder u.a. auch die Lage des Discounters an der Schafhäuser Straße.



an Bedeutung, da an sonstigen und nicht integrierten Standorten neben Betrieben mit einer eher geringen Flächenleistung wie z.B. der Baumarkt bzw. Möbelmarkt auch leistungsstarke Betriebe wie der Elektrofachmarkt, das SB-Warenhaus, weitere Supermärkte und Lebensmitteldiscounter ansässig sind.

Abb. 19: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile nach Standorttyp



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009; IfH; EHI; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Die Ausführungen zum Angebot nach Standorttyp sind jedoch nicht unbedingt ein Hinweis auf eine nicht funktionsadäquate Verteilung, denn: Nicht jeglicher Einzelhandel muss/ soll im zentralen Versorgungsbereich von Alzey bzw. an sonstigen integrierten Standorten angesiedelt sein. Entsprechend wurde eine differenzierte Auswertung der **üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente** vorgenommen (vgl. Abb. 19, rechte Säulen).

Demnach sind in Alzey annähernd 60% bzw. 29.125 qm Verkaufsfläche üblicherweise nahversorgungs- bzw. sonstiger zentrenrelevanter Sortimente entgegen der landes- und regionalplanerischen Ziele und Grundsätze an nicht integrierten Standorten - insbesondere im Industriegebiet Ost, vgl. Kap. 0 - angesiedelt.

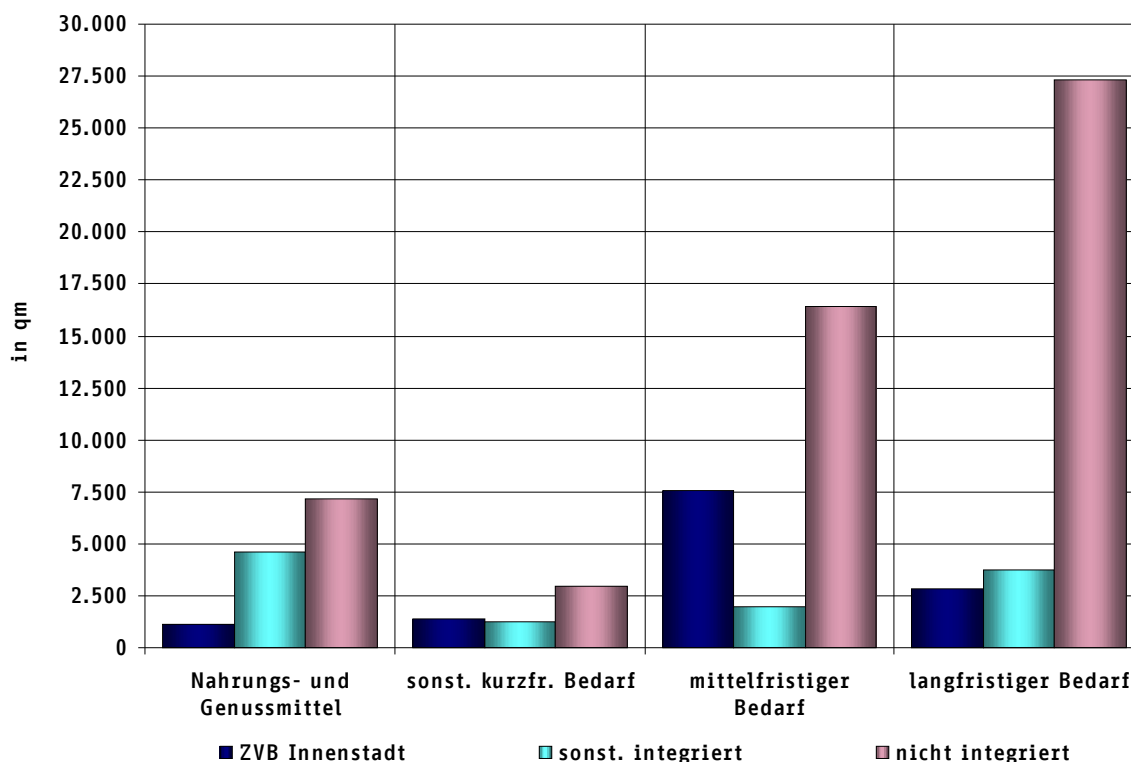
Analog dazu ist festzustellen, dass anteilmäßig ebenfalls annähernd 60% des Umsatzes zentrenrelevanter Sortimente nicht funktionsadäquat generiert wird.



Einzelhandelsstruktur in Alzey

Wird die Verteilung des Einzelhandelsangebotes differenzierter betrachtet, ergibt sich die in der folgenden Abbildung dargestellte Einzelhandelsstruktur in Alzey (vgl. auch Tab. A - 16 im Anhang).

Abb. 20: Einzelhandelsstruktur in Alzey nach Standorttyp



Quelle: Einzelhändlerbefragung Februar 2009, eigene räumliche Zuordnung

Die Betrachtung der Einzelhandelsstruktur nach Standorttyp (vgl. Abb. 20) verdeutlicht bereits, dass die Verkaufsflächen unabhängig vom Bedarfsbereich überwiegend in nicht integrierten Lagen angesiedelt sind:

- Über die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche im Sortimentsbereich **Nahrungs-/ Genussmittel** (rd. 55%) ist demnach an nicht integrierten Standorten angesiedelt und leistet somit keinen bzw. allenfalls einen sehr geringen Beitrag zu einer wohnungsnahen Grundversorgung. Der Verkaufsflächenanteil des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt von Alzey fällt mit rd. 9% hingegen sehr gering aus.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich**, der u.a. die innenstadtprägenden Leit-sortimente Bekleidung und Zubehör, Schuhe, Lederwaren und Sport/ Freizeit



umfasst, verzeichnet der zentrale Versorgungsbereich mit rd. 7.550 qm bzw. 29% ein deutlich geringeres Angebot als die nicht integrierten Einzelhandelslagen, die wiederum mit rd. 16.400 qm annähernd zwei Drittel der diesbezüglichen Verkaufsfläche auf sich vereinen. Die außerhalb angesiedelte Verkaufsfläche dieser Sortimente steht damit in Konkurrenz zum zentralen Versorgungsbereich, anstatt ihm Attraktivität zu verleihen.

- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden rd. vier Fünftel der entsprechenden Angebote an nicht integrierten Standorten angeboten. Dies ist neben einem Bau- und Gartenmarkt oder drei Möbelmärkten bzw. Einrichtungshäusern u.a. auch auf einen Elektrofachmarkt zurückzuführen, der üblicherweise zentrenrelevante Sortimente führt. Daher ist auch diese Verteilung stellenweise als nicht funktionsadäquat zu bezeichnen.

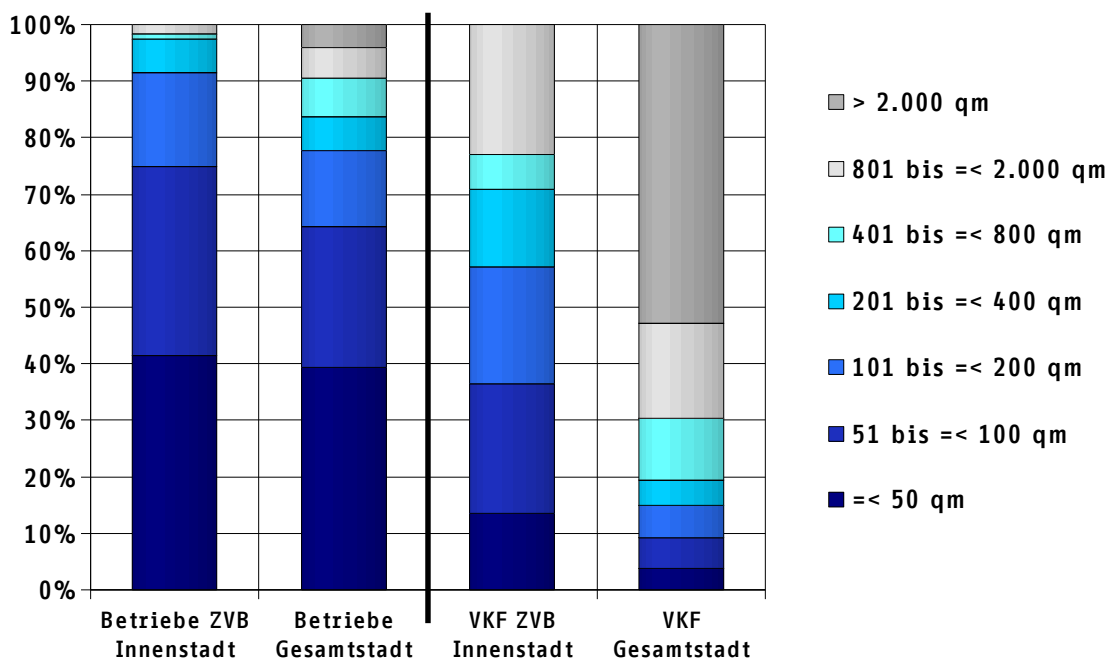
Betriebsgrößenklassen nach Standorttyp

Die Differenzierung der Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen verdeutlicht die häufig baulich bedingte Kleinteiligkeit der Einzelhandelsstruktur innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in Alzey im Vergleich zur Gesamtstadt (vgl. Abb. 21 sowie Tab. A - 1 im Anhang). Rd. drei Viertel der im zentralen Versorgungsbereich ansässigen Betriebe verfügen über eine Verkaufsfläche von bis zu 100 qm. Diese erreichen jedoch lediglich einen Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von rd. 37%. Der Anteil der Betriebe mit einer Verkaufsfläche von weniger als 100 qm beträgt in der Gesamtstadt rd. 64% und ist damit deutlich niedriger.

Dagegen sind nur drei Betriebe (rd. 2%) im zentralen Versorgungsbereich großflächig (Verkaufsfläche > 800 qm). In der Gesamtstadt sind es rd. 10%, die 70% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ausmachen.



Abb. 21: Vergleich Betriebsgrößen zentraler Versorgungsbereich und Gesamtstadt



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

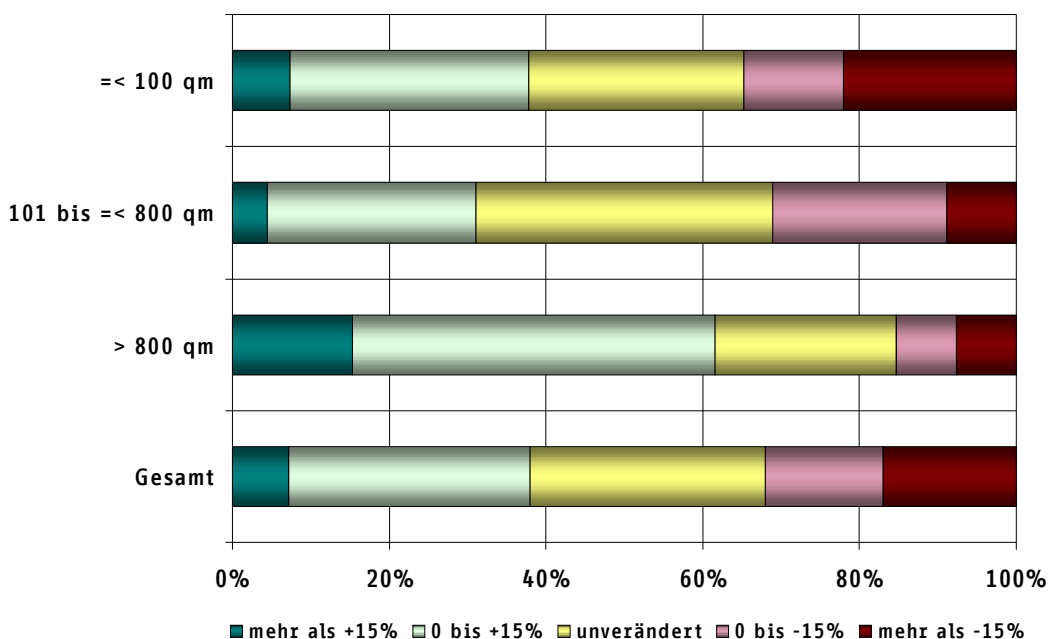
Ein kleinteiliges Angebot verleiht dem zentralen Versorgungsbereich in einem gewissen Maß Identität und Vielfalt, da Betriebe in dieser Größe oft inhabergeführt sind und dadurch zumeist ein individuelles Erscheinungsbild und Angebot bieten. Allerdings besteht bei sehr kleinen Betrieben die Gefahr, dass sie - je nach Branche - potenziell wegen perspektivisch unzureichenden betriebswirtschaftlichen Ergebnissen in ihrem Fortbestehen langfristig gefährdet sind. Zudem sind diese Betriebe in der Regel auf großflächige bzw. größere Betriebe angewiesen, die Magnetfunktion innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs ausüben. Die Größe der Betriebe ist nur ein Merkmal von Betrieben, die eine Magnetfunktion ausüben; daneben sind auch die Anzahl der Sortimente, die Lage, die Kundenausrichtung etc. von erheblicher Bedeutung. Im zentralen Versorgungsbereich von Alzey ist dies nur eingeschränkt gegeben, was insbesondere langfristig Probleme bereiten könnte, z.B. wenn Nachfolger für die Geschäfte im zentralen Versorgungsbereich gesucht werden. Die Problematik lässt sich derzeit bereits an der hohen Leerstandsquote ablesen.



Umsatzentwicklung nach Größenklassen und Standorttyp

Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Umsatzentwicklung der vergangenen drei Jahre differenziert nach Betriebsgrößen. Dabei gab mit einem Anteil von rd. 38% eine leichte Mehrheit der befragten Händler an, dass sich ihr Umsatz in den vergangenen drei Jahren erhöht habe. Dagegen hat sich bei knapp einem Drittel der Händler (rd. 32%) der Umsatz rückläufig entwickelt.

Abb. 22: Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren nach Größenklassen

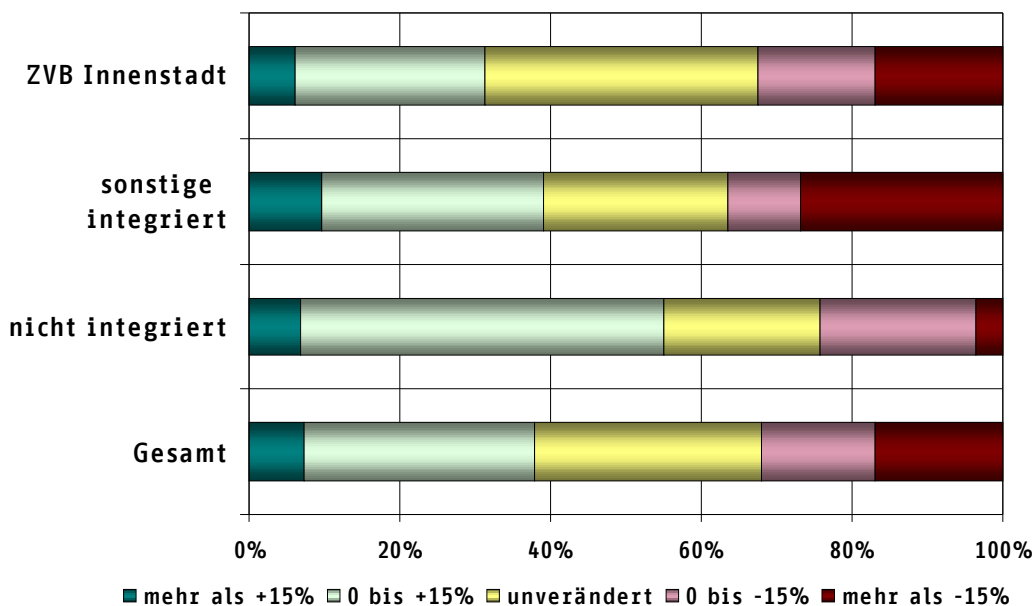


Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Bei einer größenbezogenen Betrachtung der Umsatzentwicklung der vergangenen drei Jahre ergibt sich, dass vor allem die großflächigen Betriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm an der positiven Umsatzentwicklung partizipieren konnten. Lediglich 15% der Händler gaben demgegenüber Umsatzrückgänge an. Auch bei den Betrieben mit einer Verkaufsfläche von bis zu 100 qm überwiegt der Anteil der Betriebe mit Umsatzzuwächsen. Allerdings gab in dieser Größenklasse auch etwas mehr als jeder fünfte Betrieb (rd. 22%) einen Umsatzrückgang von mehr als minus 15% an.

Nachfolgende Abb. 23 stellt die Umsatzentwicklung der Einzelhandelsbetriebe in Alzey in den letzten drei Jahren differenziert nach Standorttypen dar.

Abb. 23: Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren nach Standorttypen



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Dabei weisen die an nicht integrierten Standorten ansässigen Betriebe eine überdurchschnittlich positive Entwicklung auf: Mit rd. 55% verzeichnete mehr als die Hälfte der an derartigen Standorten gelegenen, auskunftsbereiten Betriebe eine positive Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren; darunter befinden sich auch großflächige Betriebe, die - wie oben beschrieben - überwiegend Umsatzzuwächse verbuchten. Nur knapp ein Viertel der Händler (rd. 24%) gab Umsatzeinbußen an.

Die Betriebe in sonstigen integrierten Lagen vermeldeten ebenso eine leicht positivere Entwicklung: So konnten rd. 39% der Betriebe ihren Umsatz steigern; 37% der Händler gaben Umsatzrückgänge an.

Hinsichtlich der im zentralen Versorgungsbereich von Alzey angesiedelten Betriebe ist demgegenüber eine im Vergleich zur Gesamtstadt eher unterdurchschnittliche Entwicklung festzustellen: Einem Anteil von rd. 31% der auskunftsbereiten Händler mit einem Umsatzplus steht ein Anteil der Betriebe von rd. 33% gegenüber, der einen Umsatzrückgang angab. Überdies ist ein relativ hoher Anteil an Geschäften mit unverändertem Umsatz (rd. 36%) zu verzeichnen.



Ein Großteil des Umsatzes zentrenrelevanter Sortimente wird nicht funktionsadäquat an städtebaulich nicht integrierten Standorten generiert (insbesondere im Industriegebiet Ost), womit nicht unerheblich auch Frequenz aus dem zentralen Versorgungsbereich abgezogen wird.

Ein Indiz hierfür ist neben Anderen (z.B. die hohe Leerstandsquote) eine insgesamt unterdurchschnittliche Umsatzentwicklung im zentralen Versorgungsbereich, der charakterisiert ist durch eine vergleichsweise kleinteilige Betriebsstruktur. Betriebe in nicht integrierter Lage, mit einem stellenweise zentren-typischen Angebot und insgesamt größeren Betriebsstrukturen, verbuchten hingegen eine überdurchschnittliche Umsatzentwicklung.

5.2 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION

Im Kap. 3.2.1 wurde bereits festgestellt, dass im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel der Einzelhandel der Stadt Alzey bei einer Bindungsquote von rd. 142% in großem Umfang Kaufkraft von außerhalb der Stadt binden kann.

Neben dem quantitativen Aspekt, wie er in den Bindungsquoten zum Ausdruck kommt, ist für die Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im kurzfristigen Bedarfsbereich, und hier insbesondere im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, auch die Frage nach dessen räumlicher Verteilung von Bedeutung. Diesbezüglich soll gemäß des ROP Rheinhausen-Nahe "*die Deckung des täglichen Bedarfs [...] soweit wie möglich wohnortnah erfolgen.*"⁴¹ Im Folgenden wird daher der Frage nachgegangen, welche Siedlungsteilräume der Stadt Alzey eine (Lebensmittel-)Nahversorgung im eigentlichen Sinne, d.h. eine fußläufige Nahversorgung aufweisen.

Im vorangegangenen Kapitel wurde bereits festgestellt, dass ein Großteil des Angebotes im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel an nicht integrierten Standorten ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung angesiedelt ist und somit eine fußläufige Nahversorgung im eigentlichen Sinne erschwert.

Zur Verdeutlichung der Nahversorgungssituation im räumlichen Sinne sind daher in Karte 9 die in Alzey ansässigen Lebensmittelbetriebe dargestellt.

⁴¹ Regionaler Raumordnungsplan Rheinhausen-Nahe 2004, 2.3.3 Dienstleistungen, G2.



Insgesamt können acht Lebensmittelbetriebe (ein SB-Warenhaus, drei Supermärkte, vier Lebensmitteldiscounter⁴²) mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel⁴³ identifiziert werden, um die jeweils ein Kreis mit einem Radius von 500 Metern gezogen wurde. Bei diesen Betrieben wird davon ausgegangen, dass die innerhalb dieser Umkreise wohnende Bevölkerung fußläufig nahversorgt ist. Im konkreten Fall beeinflussen topographische, infrastrukturelle und andere räumliche Aspekte die tatsächliche Zugänglichkeit.

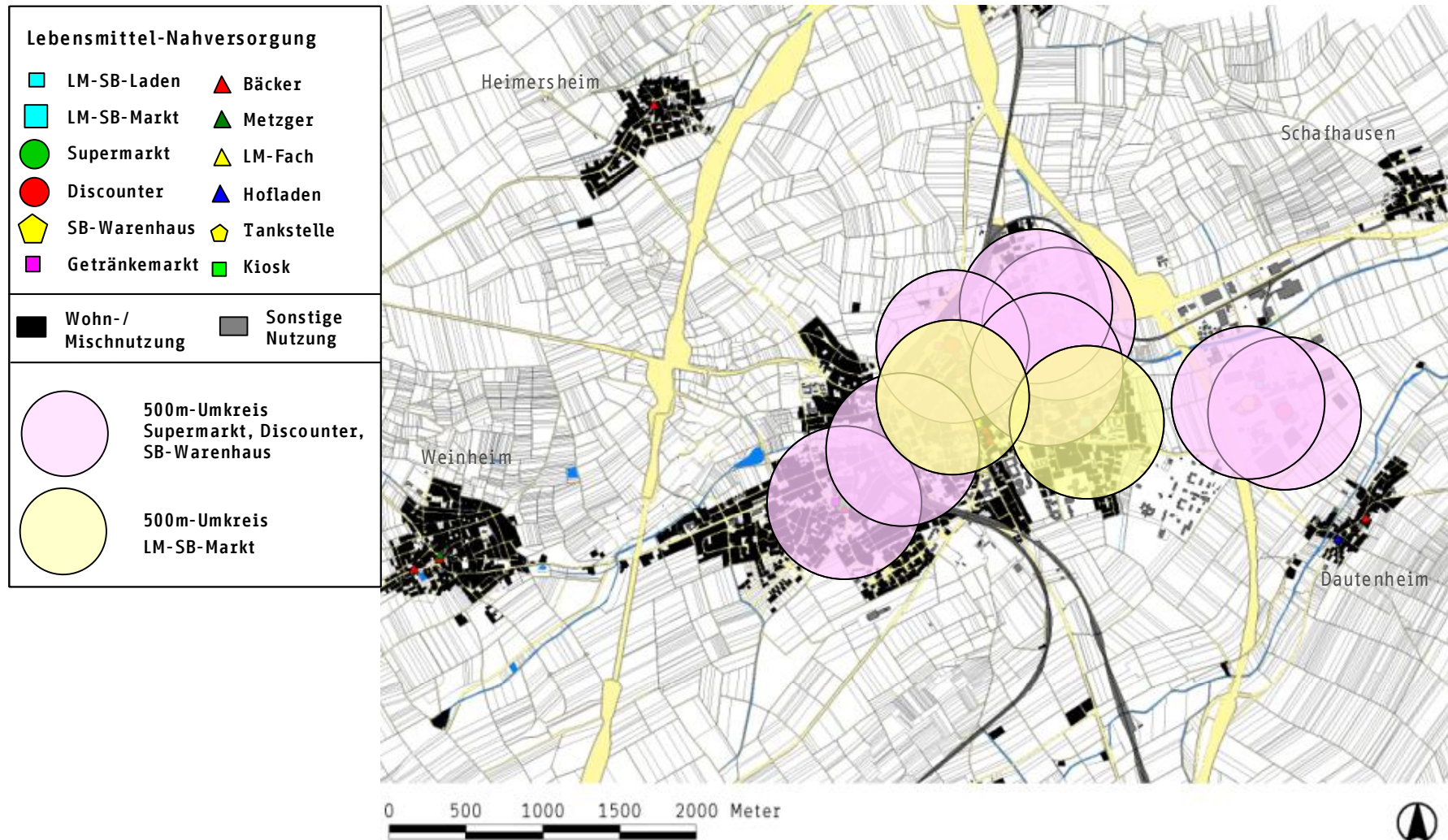
Daneben sind in der Karte zwei weitere Betriebe (Lebensmittel-SB-Märkte) mit einem (andersfarbigen) 500-Meter-Umkreis-verzeichnet, die eine Verkaufsfläche zwischen 200 und 400 qm aufweisen. Auf Grund ihrer städtebaulich integrierten Lage besitzen sie für die Nahversorgung der dort wohnenden Bevölkerung ebenfalls eine bedeutende Rolle.

⁴² Der Ende April 2009 und somit nach der Einzelhandelserhebung neu eröffnete Lebensmitteldiscounter an der Bahnhofstraße (Penny) ist nicht berücksichtigt.

⁴³ In der Regel kann erst bei Lebensmittelbetrieben ab einer Verkaufsfläche von 200 qm davon ausgegangen werden, dass das vorhandene Angebot die nahversorgungsspezifischen Bedarfe ausreichend abdeckt. Es ist jedoch nicht generell auszuschließen, dass auch kleinere Lebensmittelbetriebe eine wichtige Nahversorgungsfunktion für (zumindest temporär) immobile Menschen besitzen.



Karte 9: (Lebensmittel-)Nahversorgungsangebot in der Stadt Alzey



Quelle: eigene Erhebung im Februar 2009; Kartengrundlage: Stadt Alzey



In der **Kernstadt** sind alle o.g. Lebensmittelbetriebe angesiedelt. Mit Ausnahme der zwei LM-SB-Märkte und eines Discounters handelt es sich dabei um großflächige Einzelhandelsbetriebe.

Das SB-Warenhaus und ein Lebensmitteldiscounter befinden sich im Industriegebiet Ost und tragen auf Grund ihres nicht integrierten Standortes und ihrer Autokundenorientierung östlich der BAB 61 ohne Wohnnutzung im Umfeld nicht zur Nahversorgung im eigentlichen Sinne bei. Ebenfalls angesiedelt sind hier ein Bäcker, ein Lebensmittel-SB-Geschäft, ein Lebensmittelfachgeschäft sowie ein Drogeriemarkt und eine Tankstelle mit einem jeweils geringen Lebensmittelangebot.

Auch zwei weitere Discounter liegen in äußerster Randlage des Siedlungskörpers von Alzey und nehmen daher nur sehr eingeschränkt Nahversorgungsfunktion im eigentlichen Sinne wahr.

Die drei Supermärkte und die zwei Lebensmittel-SB-Märkte sowie der an der Berliner Straße, Ecke Weinrufstraße gelegene Discounter liegen demgegenüber an sonstigen integrierten Standorten und gewährleisten für die angrenzenden Wohnbereiche die fußläufige Nahversorgung.

Darüber hinaus befinden sich an sonstigen integrierten Standorten mehrere Bäcker und Getränkemärkte, zwei Kioske, ein Lebensmittelfachgeschäft, ein Hofladen und ein Lebensmittel-SB-Geschäft, welche einen ergänzenden Beitrag zur wohnungsnahen (Lebensmittel-)Grundversorgung der Einwohner der Kernstadt leisten.

Der **zentrale Versorgungsbereich** weist hingegen ein eher spezialisiertes Lebensmittelangebot auf. Neben dem in westlicher Randlage des zentralen Versorgungsbereiches angesiedeltem Lebensmittel-SB-Markt wird ergänzend eine rudimentäre Lebensmittelnahversorgung durch mehrere Lebensmittelfachgeschäfte, ein Lebensmittel-SB-Geschäft, je zwei Obst- und Gemüseläden und Kioske, ein Reformhaus und zwei Drogeriemärkte mit Randsortiment Lebensmittel sowie durch eine Vielzahl an Betrieben des Lebensmittelhandwerks gewährleistet.

Darüber hinaus findet jeden Samstag auf dem Parkdeck ein Wochenmarkt statt.

Hinsichtlich der **fußläufigen Nahversorgung** der Einwohner der Kernstadt ist festzustellen, dass sich der westliche Randbereich sowie ein kleiner Teilbereich im Süd- und Nordwesten der Kernstadt außerhalb der 500-Meter-Nahversorgungsum-



kreise befinden. Für den überwiegenden Teil der Wohnsiedlungsbereiche ist jedoch räumlich gesehen eine Nahversorgung im eigentlichen Sinne gegeben, was hauptsächlich auf die in städtebaulich integrierter Lage angesiedelten Supermärkte und Lebensmittel-SB-Märkte zurückzuführen ist

Der Beitrag zur räumlichen Nahversorgung ist im eigentlichen Sinne durch die Discounter und das SB-Warenhaus hingegen vergleichsweise gering bis gar nicht gegeben.

Überdies ist anzumerken, dass die Lebensmittelnahversorgung des östlichen Wohnsiedlungsbereiches zu einem Großteil durch den Lebensmittel-SB-Markt in der Kurfürstenstraße gewährleistet wird; derartige Betriebe sind z.B. auf Grund von Nachfolgeproblemen oder fehlender/ zu geringer wirtschaftlicher Rentabilität in ihrem Fortbestand - auch infolge der Wettbewerbssituation im Lebensmittelbereich in Alzey - zumindest latent gefährdet. Infolge der zunehmenden Konkurrenz - z.B. wurde mit dem Lebensmitteldiscounter in Randlage des Siedlungskörpers an der Bahnhofstraße nach der Einzelhandelserhebung im April 2009 ein weiterer Lebensmitteldiscounter angesiedelt - sind auch weitergehende räumliche Verschiebungen der Versorgungsstrukturen nicht auszuschließen, die auch die Schließung städtebaulich integrierter Betriebe (z. B. der Supermärkte) zur Folge haben könnten.

In den **weiteren Stadtteilen** Dautenheim, Heimersheim, Schafhausen und Weinheim mit allerdings sehr geringen Einwohnerzahlen ist keine hinreichende Lebensmittelnahversorgung gegeben, d.h. die Bewohner sind auf die Angebote in der Kernstadt angewiesen.

Dautenheim (rd. 500 Einwohner) verfügt mit einem Hofladen und einem Bäcker über ein rudimentäres Lebensmittelsangebot. Ebenfalls einen Bäcker weist Heimersheim (rd. 825 Einwohner) auf. Das größte Lebensmittelangebot mit zwei Bäckereien, einem Metzger und einem Drogeriemarkt mit Randsortiment Lebensmittel weist der nach der Kernstadt größte Stadtteil Weinheim (knapp 1.900 Einwohner) auf. Im kleinsten Stadtteil Schafhausen (rd. 350 Einwohner) fehlt jegliches Lebensmittelangebot.

Eine relativ hohe Anzahl an Lebensmittelbetrieben ist an **nicht integrierten Standorten** angesiedelt. Mit dem nach der Einzelhandelserhebung Ende April eröff-



neten Discounter an der Bahnhofstraße ist ein weiterer Lebensmittelbetrieb hinzugekommen, der auf Grund seiner Randlage ebenfalls nur eingeschränkt zur räumlichen Nahversorgung beiträgt.

Diese Betriebe dienen wie auch das SB-Warenhaus nicht der Nahversorgung im eigentlichen Sinne.

Obgleich für große Teile der Wohnsiedlungsbereiche eine räumliche Nahversorgungsmöglichkeit in maximal 500 Metern Entfernung konstatiert werden kann, ist die räumliche Verteilung des Lebensmittelangebotes in Alzey insgesamt kritisch zu beurteilen. Anders als die Supermärkte dienen die in städtebaulich nicht integrierter Lage angesiedelten Betriebe, darunter drei Lebensmitteldiscounter und das SB-Warenhaus, nicht der Nahversorgung im eigentlichen Sinne; diese binden aber - entgegen den regional- und landesplanerischen Zielen und Grundsätzen - einen hohen Teil der Kaufkraft im Sortiment Nahrungs-/Genussmittel sowohl innerhalb Alzeys als auch der umliegenden Kommunen. Auf Grund der zunehmend härter werdenden Wettbewerbssituation in Alzey und der bereits sehr hohen Kaufkraftbindung sind Verschiebung der Versorgungsstrukturen nicht auszuschließen, die auch städtebaulich integrierte Lebensmittelbetriebe betreffen und zu Nahversorgungslücken führen können.



6. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG DER EINZELHANDELS-KONZEPTION

Das vorhandene Baurecht ermöglicht auf der Basis der Baunutzungsverordnung, die Einzelhandelsentwicklung in Alzey auf Grund städtebaulicher Zielsetzungen räumlich zu steuern⁴⁴. Auch wenn der neue § 34 (3) BauGB die Problematik ungewollter Entwicklungen in Innenbereichen reduziert, können die Kommunen dabei nur reaktiv handeln. Für eine aktive Steuerung sind B-Pläne und die entsprechenden Festsetzungen unerlässlich.

Voraussetzung für das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels bildet ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Stadt insgesamt und den zentralen Versorgungsbereich. Dabei hat die Erfahrung mit der Erarbeitung zahlreicher Gutachten als Grundlage für Einzelhandelskonzepte für verschiedene Städte und Gemeinden gezeigt, dass die Oberziele für die verschiedenen Kommunen weitgehend identisch sind.

Entsprechend wird in diesem Kapitel der Vorschlag für einen Zielkatalog vorgestellt, welcher der künftigen Einzelhandelsentwicklung in Alzey zugrunde gelegt werden sollte. Gleichzeitig dienen diese Zielvorschläge als Grundlage für das planungsrechtlichen Konzept.

Als vorrangiges Ziel wird aus gutachterlicher Sicht die Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt in dem zentralen Versorgungsbereich gesehen.

6.1 ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER VERSORGENGSFUNKTION ALS MITTELZENTRUM

Ein wichtiges Ziel liegt in der Erhaltung und Stärkung der durch die Landesplanung von Rheinland-Pfalz zugewiesenen zentralörtlichen Funktion der Gesamtstadt. Die Stadt Alzey ist im LEP IV als Mittelzentrum⁴⁵ ausgewiesen und übernimmt neben der Eigenversorgung auch eine wichtige Versorgungsfunktion für einen Verflechtungsbereich (Mittelbereich).

Wie in Kap. 3.2.1 dargestellt (über)erfüllt Alzey, über das gesamte Einzelhandelsangebot hinweg betrachtet, seine mittelzentrale Versorgungsfunktion.

⁴⁴ Vgl. dazu zusammenfassend Acocella, 2004, a.a.O., S. 56ff.

⁴⁵ Vgl. LEP IV 2008, 3.1.1 (Zentrenstruktur. Mittelbereiche und mittelzentrale Verbünde), Z 39.



Im kurzfristigen Bedarfsbereich liegen mit Ausnahme von Papier, Büro, Schreibwaren/ Zeitungen, Zeitschriften hohe Kaufkraftzuflüsse vor, so dass eine rechnerische Vollversorgung gewährleistet ist. In den weiteren Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfs (insbesondere Schuhe/ Lederwaren, Sport/ Freizeit, Teppiche, Bodenbeläge etc.) sind extrem hohe Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen, die auch die Versorgungsfunktion Alzeys für den Mittelbereich deutlich machen.

Auf Grund der bereits hohen Kaufkraftbindung, die u.a. zu einem großen Anteil auf das Industriegebiet Ost zurückzuführen ist, liegt der Schwerpunkt der künftigen Einzelhandelsentwicklung bei der **Erhaltung** der durch die Landes- und Regionalplanung zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsfunktion.

6.2 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER EINZELHANDELS-/ FUNKTIONSVIELFALT IM ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICH DER INNENSTADT

Neben der Zentralität - einer vorrangig quantitativen Komponente - soll auch die Vielfalt an Funktionen, d.h. die im zentralen Versorgungsbereich von Alzey bestehende Mischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen erhalten und gestärkt werden.

Der Einzelhandel sollte von verschiedenen Branchen sowie Betriebstypen und -größen geprägt sein - auch da größere/ großflächige Magnetbetriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs derzeit nur in geringem Umfang vorhanden sind. Jedoch darf bei einer Stärkung der Vielfalt die durch die Altstadtstrukturen bereits vorhandene Identität des zentralen Versorgungsbereichs nicht verloren gehen. Es soll insgesamt betrachtet kein "auswechselbares Angebot" in einer beliebigen Stadt entstehen.

Das Ziel der Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels-/ Funktionsvielfalt erfordert mehr als bisher ein stringentes, konzeptionelles und transparentes Vorgehen bei Ansiedlungsentscheidungen anstatt einzelfallbezogener Entscheidungen.

6.3 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER IDENTITÄT DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES DER INNENSTADT

Die unverwechselbare Identität des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt wird insbesondere durch die historischen Altstadtstrukturen mit ihrer unverwechselbaren (Fachwerk-)Architektur geprägt, die es zu erhalten und zu stärken gilt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden interkommunalen Wettbewerb ist die



Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren Profils von wesentlicher Bedeutung - auch gegenüber autokundenorientierten Einzelhandelsstandorten auf der "grünen Wiese" ohne städtebauliche Qualitäten. Das äußere Erscheinungsbild (Städtebau und Architektur) des zentralen Versorgungsbereiches gewinnt angesichts der stetig zunehmenden, und nicht aufhaltbaren Filialisierung im Handel und der damit i.d.R. verbundenen Uniformität der Waren- bzw. Geschäftspräsentation an Gewicht.

Mit den städtebaulich-gestalterischen Qualitäten der historischen und identitätsstiftenden Altstadt, insbesondere im Bereich Rossmarkt und Fischmarkt und deren Aufenthaltsqualität, die auch von den Händlern positiv beurteilt wird, besitzt die Stadt Alzey wichtige Alleinstellungsmerkmale, von denen der zentrale Versorgungsbereich weiterhin bzw. in einem höheren Maße als bisher als Einzelhandelsstandort profitieren kann. Ziel sollte daher auch unter Berücksichtigung des touristischen Potenzials die Erhaltung und Weiterentwicklung der Identität des zentralen Versorgungsbereiches sein.

Bei einer Anpassung der Betriebstypen und -größen an moderne Erfordernisse, im Bereich der Altstadt z.B. durch die Zusammenlegung von Ladengeschäften, sollten sich die Betriebe von ihrem Charakter und der Gestaltung her in die historischen Strukturen einfügen. Bauliche Entwicklungen im zentralen Versorgungsbereich und am Rande dieses sollen sich städtebaulich und architektonisch in das Bild des jeweiligen Teilbereichs einpassen.

6.4 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER KURZEN WEGE ("STADT DER KURZEN WEGE")

Insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen ist eine Stadt der kurzen Wege von wesentlicher Bedeutung, v.a. in Bezug auf die Nahversorgung. Zudem wird dadurch überflüssiger Verkehr weitgehend vermieden und die dadurch entstehenden Umweltbelastungen werden eingedämmt.

Ein kompakter zentraler Versorgungsbereich mit kurzen Wegen ist eine wichtige Voraussetzung für Dichte und Frequenz und damit unabdingbar für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger Räume. Allerdings ist der zentrale Versorgungsbereich in seiner jetzigen Konfiguration bereits als grenzwertig zu bezeichnen, um einen konstanten funktionalen Zusammenhang im Sinne einer kompakten Innenstadt



zu gewährleisten - abzulesen auch an der nach Außen abnehmenden städtebaulichen und funktionalen Qualität, Passantenfrequenz und an den zunehmenden Leerständen (z.B. Spießgasse).

Das Ziel sollte demnach die Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelsfunktion und ihre Profilierung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sein, z. B. durch die intensive Nutzung von Potenzial- und untergenutzten Flächen.

6.5 ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER NAHVERSORGUNGSSTRUKTUR

Die Verkürzung der Wege dient auch einer flächendeckenden Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs (Nahversorgung), insbesondere im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel: Es soll eine wohnungsnahe Versorgung ermöglicht werden.

Insgesamt ist Alzey rein quantitativ betrachtet bereits sehr gut mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten versorgt. In der räumlichen Verteilung des Angebot zeigen sich jedoch auf Grund der räumlichen Angebotsverteilung stellenweise Defizite, die neben den vier einwohnerschwachen Stadtteilen Dautenheim, Heimersheim, Schafhausen, Weinheim auch kleine Teilbereiche der Kernstadt betreffen (vgl. Kap. 5.2). Überdies ist ein Großteil der Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel an städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt, ohne bzw. mit nur einem geringen Beitrag zur räumlichen Nahversorgung. Infolge der bereits hohen Kaufkraftbindung und der harten Konkurrenzsituation im Lebensmittelbereich sind zukünftige Nahversorgungslücken durch die Schließung von z.B. städtebaulich integrierten Lebensmittelbetrieben nicht auszuschließen.

Das Hauptaugenmerk ist daher auf die (langfristige) Erhaltung und Verbesserung der Nahversorgungssituation in Alzey, insbesondere auf die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe und die im Hinblick auf die wohnortnahe Grundversorgung richtige Standortwahl bei möglichen Neuansiedlungen oder Verlagerungen, zu legen. Hierbei nimmt auch der Erhalt bzw. die Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt hinsichtlich nahversorgungsrelevanter Angebote einen wichtigen Stellenwert ein.



6.6 SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT) INSGESAMT

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z.T. von der Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden.

Wenn also mit einem Einzelhandelskonzept ein Schutz der zentralen Versorgungsbereiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor "unfairem Wettbewerb" geschützt werden soll. Ansonsten hat das Planungsrecht wettbewerbsneutral zu sein. Eng damit verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen (z.B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ebenfalls ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

6.7 SICHERUNG VON GEWERBEGEBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GEWERBE

Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzierenden Gewerbe zur Verfügung zu stellen. Diese können häufig nicht mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden mithalten.

Auch wenn durch die wirtschaftliche Entwicklung kurz-/ mittelfristig Gewerbegebietsflächen von den Eigentümern nicht mehr als solche gebraucht werden und daher vorrangig aus Renditegründen in Einzelhandelsflächen umwandeln wollen, ist zu beachten, dass Gewerbegebietsflächen nicht beliebig vermehrbar sind. Darüber hinaus steigt auch der Anspruch gewerblicher Nachfrager an die Standortbedingungen und an das -umfeld. Dies kann bedeuten, dass quantitativ zwar genügend Gewerbeflächen verfügbar sind, diese aber den Anforderungen der Ansiedlungswilligen nicht entsprechen, faktisch also ein Gewerbeflächenmangel vorliegt.



7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENENTWICKLUNGSSPIELRAUMS

Das auf dem vorliegenden Gutachten basierende Einzelhandelskonzept soll die Basis für eine mittel- bis langfristige städtebaulich-funktionale Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in der Stadt darstellen: Die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches von Alzey hängt auch davon ab, ob, wie und wo weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Es ist deshalb notwendig, neben der Beschreibung der Ist-Situation mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraumes wurde deshalb eine Verkaufsflächenprognose durchgeführt. Die räumlichen Entwicklungsperspektiven werden in Kap. 8.3 beschrieben.

7.1 METHODISCHES VORGEHEN - PROGNOSE

Die Basis der Prognose bilden die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung. Für die Ermittlung der branchenspezifischen Potenziale waren die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen. Diese basieren u.a. auf den absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 2.1), der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern⁴⁶.

Neben diesen nachfrageseitigen Determinanten sind allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel sowie angebotsseitige Veränderungen zu berücksichtigen. Dafür ist entscheidend, ob und inwieweit die Position der Stadt Alzey im Hinblick auf ihr Einzelhandelsangebot gestärkt werden kann. Diese Positionierung der Stadt Alzey wiederum ist - zumindest teilweise - auch von der künftigen räumlichen Entwicklung abhängig.

Der Entwicklungsspielraum wurde aus diesen ökonomischen Berechnungen abgeleitet. Die städtebaulich und funktional sinnvolle räumliche Verteilung dieser zusätzlichen Verkaufsflächen hängt einerseits von den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts (vgl. Kap. 6 und Kap. 8.2) und andererseits von den verfügbaren Flächen (vgl. Kap. 8.3) ab.

⁴⁶ Vgl. z.B. EHI: Handel aktuell 2008/ 2009, Köln, S. 52.



Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine mittelfristige Perspektive bis zum Jahr 2015 sowie eine langfristige Prognose bis zum Jahr 2020.

Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, wurden verschiedene Szenarien erarbeitet, so dass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt, der die Prognoseunsicherheiten reduziert (vgl. Kap. 7.2.1).

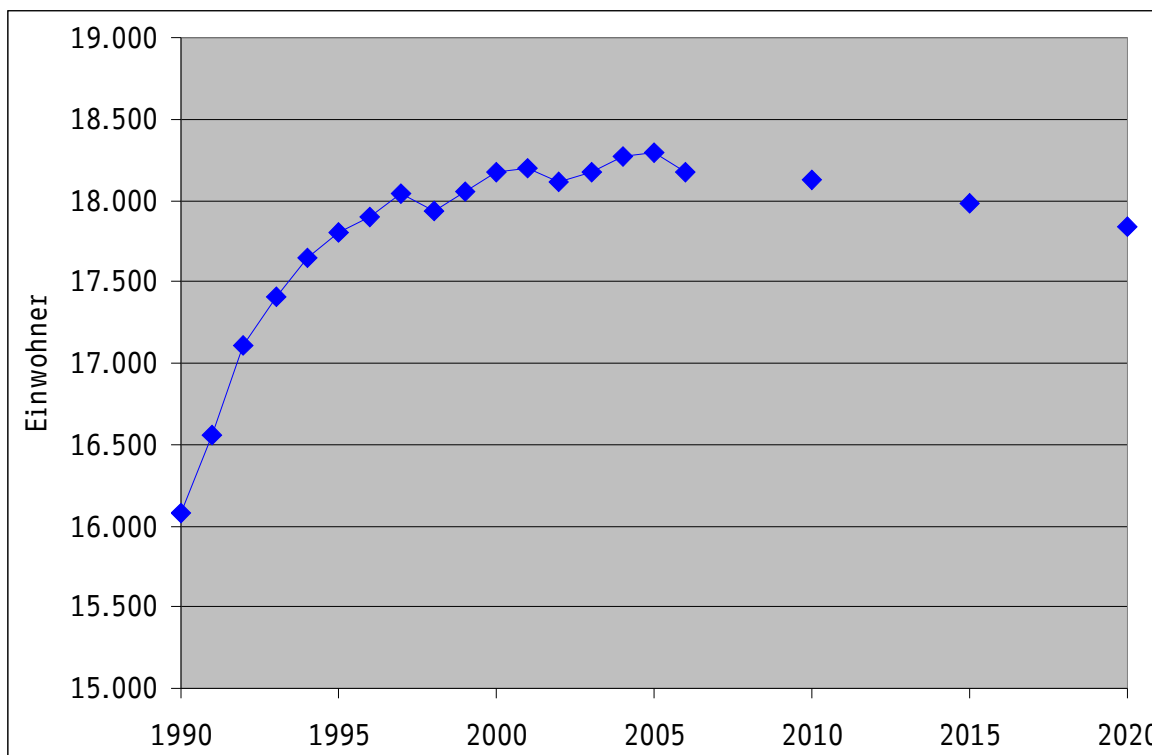
Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel i.e.S.⁴⁷.

7.1.1 Prognose der Bevölkerungsentwicklung

Als Hintergrund für die Entwicklung der Nachfrageseite ist die Einwohnerentwicklung seit 1990 von Bedeutung (vgl. Abb. 24): Diese ist charakterisiert durch einen weitgehenden kontinuierlichen Bevölkerungszuwachs zwischen den Jahren 1990 und 2001 von rd. 16.075 auf 18.200 Einwohner, was einem Bevölkerungsgewinn von rd. 10% entspricht. Seitdem ist die Bevölkerungszahl nahezu konstant geblieben. Als Grundlage für die künftige Einwohnerentwicklung in Alzey wurde die in der folgenden Abbildung dargestellte Bevölkerungsprognose der Planungsgemeinschaft Rheinhessen-Nahe herangezogen.

⁴⁷ D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.

Abb. 24: Einwohnerentwicklung in Alzey 1990 bis 2006 (tatsächliche Entwicklung) und 2006 bis 2025 (Prognosewerte)



Quelle: Planungsgemeinschaft Rheinhessen-Nahe 2006

Um die Prognoseunsicherheiten, die mit zunehmender zeitlicher Distanz zunehmen, zu verdeutlichen, wurde für das Jahr 2015 eine Schwankungsbreite von +/- 100 und für das Jahr 2020 eine Schwankungsbreite von +/- 150 unterstellt. Darüber hinaus wurden die Prognosewerte auf 25 gerundet, um die Prognosegenauigkeit zu verdeutlichen.

Für das Jahr 2015 ist in Alzey von einer Einwohnerzahl zwischen 17.775 und 18.175 Einwohner und bis 2020 mit rd. 17.525 und 18.125 Einwohnern und somit über den gesamten Betrachtungszeitraum gesehen von einem Bevölkerungsrückgang auszugehen.

7.1.2 Perspektiven für den Einzelhandel

Auch im Hinblick auf die Finanz- und Wirtschaftskrise, die im Bearbeitungszeitraum des vorliegenden Gutachtens ihre ersten größeren Auswirkungen entfaltete, ist es derzeit äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung abzugeben. Gleichzeitig sollte jedoch berücksichtigt werden, dass auch



in den vergangenen Jahren der Einzelhandel vom (damaligen) Aufschwung nur teilweise profitieren konnte. Die aktuelle Rezession bringt neue Unsicherheiten, zumal sie bei den Konsumenten noch nicht bzw. erst in geringem Umfang angekommen ist. Wie sich dieser Abschwung tatsächlich auf den privaten Konsum auswirkt, ist noch unklar.

Daher ist davon auszugehen, dass selbst bei wieder einsetzender Konjunkturbelebung und einer Steigerung der Konsumausgaben dem Einzelhandels allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevorstehen: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauchs kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben weiter zurückgehen.

Trotz dieser insgesamt wenig positiven Vorzeichen darf nicht übersehen werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unterschiedlich betroffen waren: Zum Teil waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen.

Diese nicht oder nur schwer prognostizierbaren Entwicklungsoptionen zeigen die Notwendigkeit einer Prognose mit entsprechenden Bandbreiten. Im Übrigen verdeutlichen diese, warum die Beachtung unseres Prognoseverständnisses in so hohem Maße bedeutsam ist.

7.1.3 Nachfrage: Annahmen zur Entwicklung und Kaufkraftpotenzial

Für die Kaufkraftentwicklung wird bis 2010 ein jährlicher Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Ausgaben⁴⁸ je Einwohner um 0,5% bis 0,75% und für den übrigen Zeitraum bis zum Jahr 2020 um 0,25% bis 0,75% angenommen. In Anbetracht der weitgehenden Stagnation im deutschen Einzelhandel seit 1993 ist insbesondere die obere Variante als Hoffnung anzusehen, dass dem Einzelhandel der "Ausbruch" aus dieser Entwicklung gelingen kann und mithin an einer eventuellen Konjunkturbelebung (wenn auch weiterhin unterdurchschnittlich) partizipieren kann.

Da jedoch übereinstimmend von allen Instituten eine weitere Abnahme des Anteils der Ausgaben im Einzelhandel an den Einkommen prognostiziert wird, sind die getroffenen Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gleich-

⁴⁸ Enthalten sind nur Ausgaben im Einzelhandel i.e.S., d.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.



bedeutend mit der Unterstellung eines über diesen Werten liegenden gesamtwirtschaftlichen Wachstums.

Die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in Alzey sind in der nachfolgenden Tabelle als Übersicht dargestellt.

Tab. 5: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick

Kaufkraftentwicklung	untere Variante	obere Variante
Einwohner 2015	17.775	18.175
Einwohner 2020	17.525	18.125
Kaufkraftzuwachs 2008 - 2010 (p.a.)	0,5%	0,75%
Kaufkraftzuwachs 2010 - 2020 (p.a.)	0,25%	0,75%
Kaufkraftzuwachs 2008 - 2015	2,3%	5,4%
Kaufkraftzuwachs 2008 - 2020 insgesamt	3,6%	9,4%
Kaufkraft/ Einw. (Alzey) 2008	4.712 €	
Kaufkraft / Einw. (Alzey) 2015	4.819 €	4.965 €
Kaufkraft / Einw. (Alzey) 2020	4.879 €	5.154 €
Kaufkraftpotenzial Alzey 2008 in Mio. €	85,1	
Kaufkraftpotenzial Alzey 2015 in Mio. €	85,7	90,2
Änderung gegenüber 2008	0,7%	6,1%
Kaufkraftpotenzial Alzey 2020 in Mio. €	86	93
Änderung gegenüber 2008	0,5%	9,8%

Quelle: Statistisches Landesamt; PG Rheinhessen-Nahe; BBE Köln; eigene Berechnungen

Für die Stadt Alzey ergeben sich im Jahr 2020 einzelhandelsrelevante Verbrauchsausgaben (ohne Apotheken und Lebensmittelhandwerk) von jährlich rd. 4.879 € bis 5.154 € je Einwohner.

Das Kaufkraftpotenzial liegt in Alzey im Jahr 2020 zwischen 86 Mio. € (untere Variante) und 93 Mio. € (obere Variante) und somit um 0,5% bzw. rd. 10% über dem aktuellen Kaufkraftpotenzial.

Für die Ableitung des Kaufkraftpotenzials nach Sortimenten wurden vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt. Dieses ist tabellarisch im Anhang dargestellt (vgl. Tab. A - 17ff.).



7.1.4 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf den Verkaufsflächenzuwachs haben⁴⁹. Der Zuwachs ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung des aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Verkaufsflächenspielraum wurden drei Prognosevarianten berechnet, die auch die Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in Alzey aufzeigen sollen:

Status-Quo-Prognose

Die Status-quo-Prognose beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Fortschreibung der bestehenden Rahmenbedingungen, d.h. die derzeit erreichten Bindungsquoten (vgl. 3.2.1) können gehalten werden⁵⁰: Die Umsatzentwicklung folgt der Nachfrageentwicklung. Dies bedeutet, dass zusätzliche Einwohner Kaufgewohnheiten wie die derzeitigen Einwohner entwickeln. Diese Prognosevariante dient *ausschließlich* der Identifikation desjenigen Teils des Verkaufsflächenzuwachses, der auf Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zurückzuführen ist. (Ohnehin ist diese Variante keinesfalls so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung sozusagen "automatisch", ohne eigene Anstrengungen in Alzey erreicht würde: Nichtstun ist gleichbedeutend mit einem relativen Zurückfallen, da andere etwas tun werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen.)

Entwicklungsprognose - Entwicklungsspielräume vor dem Hintergrund der Ist-Situation

Die Entwicklungsprognose beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandels-

⁴⁹ Dies bedeutet, dass das ermittelte Flächenpotenzial aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig (z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereichs, wie dies bei der Ansiedlung eines Magnetbetriebes erreicht werden könnte) zusätzlicher Flächenzuwachs entstehen kann, sei hier lediglich angemerkt.

⁵⁰ Dabei wurden die in den einzelnen Sortimentsbereichen tatsächlich erreichten Bindungsquoten zugrunde gelegt, auch wenn diese aus Gründen des Datenschutzes für einige Sortimentsbereiche jeweils zusammenzufassen waren.



entwicklung in Verbindung mit einer Steigerung der Bindungsquoten in den Sortimentsbereichen, wo sie derzeit unter bestimmten Zielwerten liegen.

Im kurzfristigen Bedarfsbereich sollte jede Stadt in der Lage sein, ihre Einwohner selbst zu versorgen; dem würde eine Bindungsquote von 100% entsprechen. In Alzey wird derzeit im kurzfristigen Bedarfsbereich (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) bereits eine Bindungsquote von 145% erreicht, im für die Nahversorgung besonders relevanten Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel liegt die derzeitige Bindungsquote bei rd. 142%. Hier erscheint in der oberen Variante maximal eine Bindungsquote von 150% angebracht, die gleichbedeutend eine Vollversorgung für Alzey und die gemäß des Regionalen Raumordnungsplanes Rheinhessen-Nahe im Nahbereich lebenden Einwohner (insgesamt rd. 28.000) bedeuten würde. In dieser oberen Variante wird davon ausgegangen, dass viele der Gemeinden im Nahbereich von Alzey auf Grund ihrer geringen Größe nicht über ein eigenständiges Angebot und daher auf andere Angebote außerhalb, insbesondere in Alzey, angewiesen sind. In der unteren Variante wird von einem Halten der jetzigen Bindungsquote ausgegangen.

Im Sortiment Papier, Büro, Schreibwaren/ Zeitungen, Zeitschriften erscheint die derzeitige Bindungsquote von rd. 83% in beiden Varianten noch steigerungsfähig (obere und untere Variante).

In den Sortimenten Drogerie/ Parfümerie und Blumen/ Zoo werden Bindungsquoten von deutlich über 150% erreicht, d.h. Alzey übernimmt entgegen ihrer eigentlichen Aufgabe eine Versorgungsfunktion für sogar deutlich mehr Einwohner, als in der Stadt Alzey und ihrem Nahbereich (insgesamt rd. 28.000 Einwohner) wohnen. Eine Steigerung dieser Werte wird unter Berücksichtigung o.g. kommunalen Eigenversorgung nicht in Betracht gezogen.

Für den mittel- und langfristigen Bedarfsbereich wurden unter Berücksichtigung der zentralörtlichen Funktion von Alzey als Mittelzentrum und seines Verflechtungsbereiches (Mittelbereich), der Einwohnergröße, der Wettbewerbssituation sowie der vorherrschenden Angebotssituation sortimentsgruppenscharf Zielbindungsquoten vereinbart.

Entwicklungsspielräume bestehen im mittelfristigen Bedarfsbereich bei dem Sortiment Bücher mit derzeit zu verzeichnenden Kaufkraftabflüssen (Bindungsquoten von

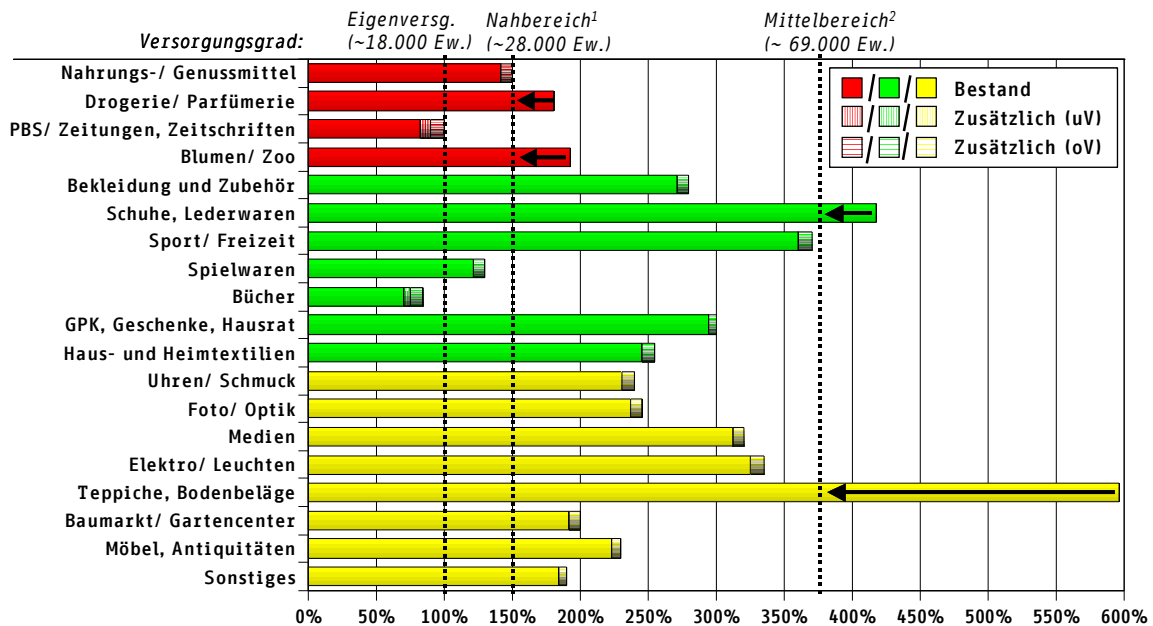


gegenwärtig rd. 71%); in den weiteren Sortimentsbereichen bestehen auf Grund der bereits sehr hohen Kaufkraftbindungen nur geringe Entwicklungsspielräume (obere Variante), die sortimentsbezogen maximal 10 Prozentpunkte betragen. Die extrem hohen Bindungsquoten in den Sortimenten Schuhe, Lederwaren und Teppiche, Bodenbeläge entsprechen einer Vollversorgung, die über den Mittelbereich von Alzey⁵¹ (rd. 69.000 Einwohnern) mit 37 Städten und Gemeinden hinausgeht. Eine Steigerung dieser Werte wird unter Berücksichtigung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion von Alzey nicht in Betracht gezogen.

Dies bedeutet, dass in einigen Sortimentsbereichen Reaktionen des Angebotes auf "freie Nachfragepotenziale" unterstellt werden.

Abb. 25 zeigt die aktuellen und die im Jahr 2020 erreichten Bindungsquoten bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose.

Abb. 25: Bindungsquoten in Alzey nach Sortimenten im Ist-Zustand und 2020 bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose



* ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken

¹ neben Alzey gemäß RROP 14 Gemeinden (u.a. Albig, Bechenheim etc.)

² neben Alzey gemäß RROP 37 Städte u. Gemeinden, u.a. die Grundzentren Flonheim, Gau-Odernheim, Wörrstadt

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009; IfH; EHI; BBE Köln (2008); Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

⁵¹ Vgl. Regionaler Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe 2004, S. 7.



Wettbewerbsprognose

Die Wettbewerbsprognose beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren bei ebenfalls ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsentwicklung unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (insbesondere Änderungen in den Nachbarkommunen, aber auch politische Ereignisse o.ä.). Dabei wird von einem Rückgang der Kaufkraftbindung von 10% gegenüber dem bei der Entwicklungsprognose erreichbaren Niveau ausgegangen.

Bei sämtlichen voranstehend beschriebenen Prognosevarianten wurde angenommen, dass die Flächenleistungen bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung (obere Variante) in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen werden⁵². Bei der unteren Variante ist hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen zu erwarten.

In Hinblick auf die getroffenen Annahmen kann es nicht ausschließliches Ziel sein, quantitativ Selbstversorgung bzw. eine bestimmte Kaufkraftbindung zu erreichen. Vielmehr wird die Leitfrage nach Ermittlung des Flächenspielraumes lauten, wo vor dem Hintergrund einer langfristigen Erhaltung und Steigerung der Attraktivität des zentralen Versorgungsbereiches insbesondere zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden sollte (vgl. Kap. 8.2f.).

Einschränkend ist zu bemerken, dass die Bindungsquoten nur gehalten bzw. gesteigert werden können, wenn eine hohe Identifikation mit der Stadt bzw. dem jeweiligen Zentrum und ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie ein insgesamt guter Funktionsmix (auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie) erreicht wird. Dies verdeutlicht die Abhängigkeit der Flächenpotenziale vom Handeln in der Stadt.

⁵² Nach dem Rückgang der Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren ist zu erwarten, dass bei positiver wirtschaftlicher Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden.



7.2 PROGNOSEERGNISSE FÜR ALZEY

7.2.1 Verkaufsflächenpotenziale insgesamt

Aus den branchendifferenzierten Kaufkraftprognosen und der sich daraus ergebenden Umsatzentwicklung wurden, unter Berücksichtigung der Entwicklung der Flächenproduktivität, **Verkaufsflächenpotenziale** für Alzey prognostiziert.

Der **Verkaufsflächenspielraum** ergibt sich als Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe⁵³. Infolge

- des Rückgangs der Einwohnerzahl,
- des bei der Wettbewerbsprognose in einigen Sortimentsbereichen angenommenen Rückgangs der Kaufkraftbindung,
- der zu erwartenden Verschiebungen in der Nachfragestruktur sowie
- der in der oberen Variante angenommenen Steigerung der Flächenleistungen

können sich in einzelnen Sortimenten rechnerisch auch negative Werte ergeben. Hier wurde unterstellt, dass diese nicht zu tatsächlichen Flächenabgängen, sondern zu einer geringeren Steigerung bzw. einem Rückgang der Flächenleistung führen werden.

Der auf diese Weise abgeleitete Entwicklungsspielraum ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den Prognosezeitraum verteilten Realisierung der zusätzlichen Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Er ist auf **nachfrageseitige** Änderungen zurückzuführen.

Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist - und dies ist in allen Sortimentsbereichen der Fall - kann dieser Zuwachs auch durch Geschäftserweiterungen gedeckt werden.

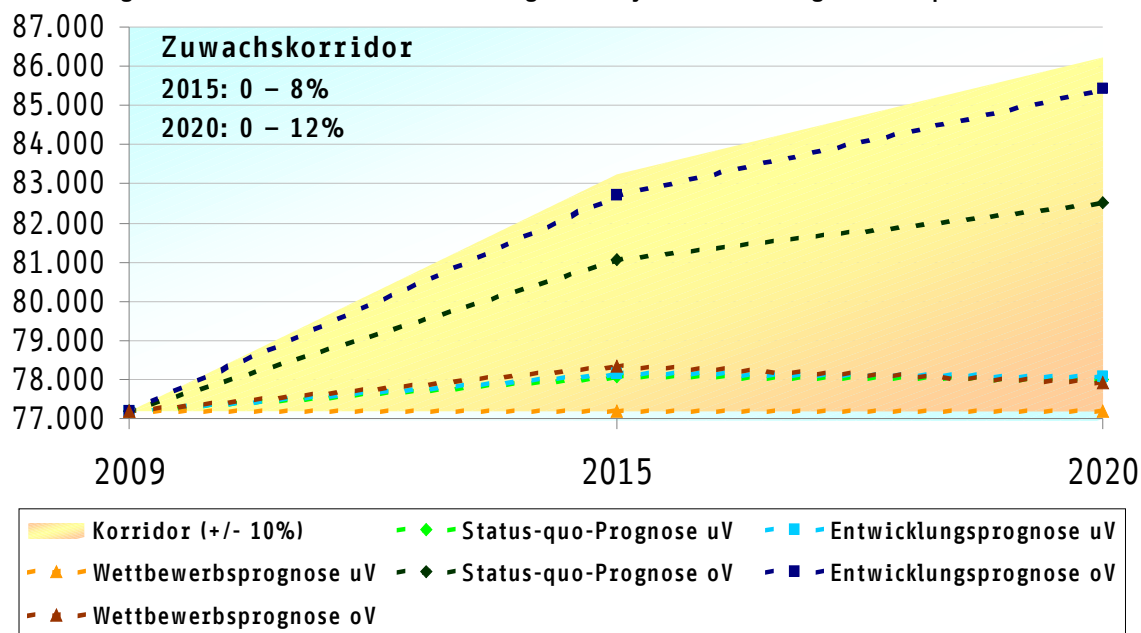
Die folgende Abbildung zeigt die sich aus der Prognose ergebende mögliche Verkaufsflächenentwicklung (Verkaufsflächenpotenzial) in Alzey in den unterschiedlichen Prognosevarianten. Zur Verdeutlichung möglicher Abweichungen wird dabei

⁵³ In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung im Februar 2009, auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Zuwachs.



zusätzlich ein Entwicklungskorridor dargestellt, der sich dadurch ergibt, dass bei den Zuwächsen jeweils nochmals eine Abweichung von 10% bei den obersten bzw. untersten Werten in Ansatz gebracht wird.

Abb. 26: Mögliche Verkaufsflächenentwicklung in Alzey bis 2020 - Angaben in qm



Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich bis zum Jahr 2015 für Alzey unter Berücksichtigung des 10%-Entwicklungskorridors ein Verkaufsflächenpotenzial von 0 qm (in der unteren Variante der Wettbewerbsprognose) bis zu rd. 6.050 qm (in der oberen Variante der Entwicklungsprognose). Bis zum Jahr 2020 erhöht sich dieser Entwicklungsspielraum auf bis zu rd. 9.050 qm, wobei in der unteren Variante der Wettbewerbsprognose weiterhin kein Entwicklungsspielraum zu verzeichnen ist. Diese Ergebnisse entsprächen im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von rd. 77.200 qm einer Steigerung um rd. 0% bis 12%.

In den nächsten elf Jahren ergibt sich inklusive dem 10%-Korridor somit ein rech-nerisches Verkaufsflächenpotenzial zwischen 0 qm in der unteren Variante der Wettbewerbsprognose und rd. 9.050 qm in der oberen Variante der Entwicklungsprognose. Diese Spannweite zeigt, welche Bedeutung die - zumindest zum Teil - im



Einflussbereich der Stadt (einschließlich der Einzelhändler) liegenden Entwicklungen auf den potenziellen Flächenzuwachs haben.

Sollte der Einzelhandelsumsatz wegen nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen um 10% einbrechen (**Wettbewerbsprognose**), so reduziert sich der Verkaufsflächenzuwachs gegenüber der Entwicklungsprognose auf rd. rd. 0 qm bis 725 qm bis 2020 (vgl. Tab. A - 20 im Anhang).

Werden - ohne den 10%-Korridor - die rechnerischen Ergebnisse der **Entwicklungsprognose** mit den entsprechenden Flächenpotenzialen der **Status-quo-Prognose** verglichen (vgl. Tab. A - 18ff im Anhang), so zeigt sich, dass das gesamte Flächenpotenzial nur zu einem geringen Teil (rd. 9% bis 35%) auf eine Steigerung der Kaufkraftbindung zurückzuführen ist, während von der Entwicklung der Nachfrage mehr Impulse zu erwarten sind.

Da sich die vorgenannten Werte aus einem reinen Rechenvorgang ergeben, sind diese auf ihre **Plausibilität** zu prüfen. Die bei der Entwicklungsprognose angenommenen Steigerungen der Kaufkraftbindung sind insbesondere bei den Sortimenten mit bereits sehr hohen Bindungsquoten über 180% als anspruchsvoll anzusehen. Dies betrifft insgesamt 15 Sortimentsbereiche (z.B. Bekleidung und Zubehör), die in der oberen Variante der Entwicklungsprognose rd. drei Viertel des gesamten Flächenpotenzials auf sich vereinen. Bleibt dieser rechnerische Entwicklungsspielraum unberücksichtigt, so reduziert sich das gesamte Entwicklungspotenzial deutlich auf rd. 1.975 qm. Allerdings ist zu beachten, dass die durch die Zielbindungsquoten veranschlagten Steigerungen der derzeitigen Bindungsquoten in diesen Sortimenten mit maximal 10 Prozentpunkten als relativ maßvoll anzusehen sind. Das Erreichen der Zielbindungsquoten erscheint daher nicht unplausibel, auch wenn es dafür teilweise deutlicher Anstrengungen bedarf.

Eine Ausweitung der Flächen über den prognostizierten Verkaufsflächenzuwachs hinaus ist nur dann ohne Verdrängung bestehenden Einzelhandels möglich, wenn diese die Attraktivität des Einzelhandels in der Stadt Alzey derart erhöht, dass über die hier angenommenen künftigen Bindungsquoten hinaus weitere Kaufkraft in die Stadt Alzey gezogen werden kann.



Zu Beginn dieses Kapitels wurde angemerkt, dass Flächenabgänge den Brutto-Zuwachs an Verkaufsflächen erhöhen.

Aus den Antworten der Einzelhändler auf die Frage nach beabsichtigten Veränderungen (vgl. Kap. 3.2.3.2) ergeben sich per Saldo (Flächenabgänge minus Verkaufsfächenzuwächse) von bis zu rd. 1.500 qm.

Das Ergebnis der Prognose stellt lediglich einen **Orientierungswert** für die künftige Einzelhandelsentwicklung dar: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar. Außerdem erfordert die unterstellte Erhöhung der Bindungsquoten bei der Entwicklungs- aber auch der Wettbewerbsprognose eine Änderung von Kaufkraftströmen und stellt einen längerfristigen Prozess dar.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass der prognostizierte Zuwachs im Laufe von gut einem Jahrzehnt entsteht und nicht in vollem Umfang zum jetzigen Zeitpunkt realisiert werden kann. Ansonsten entsteht die Gefahr, dass die damit verbundene zusätzliche Konkurrenz - entgegen den für die Prognose getroffenen Annahmen - auch zu einer Verdrängung bestehenden Einzelhandels führen könnte.

Allerdings bedeutet die Realisierung eines konkreten Projektes regelmäßig (ab einer bestimmten Größe) auch eine **angebotsseitige** Änderung: Durch die zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann davon ausgegangen werden, dass auch die Kaufkraftzuflüsse nach Alzey steigen. Entsprechend kann bei Realisierung eines neuen Projektes nicht einfach die neu realisierte Verkaufsfläche vom prognostizierten Flächenzuwachs abgezogen werden.

7.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz

Die voranstehenden allgemeinen Prognosewerte sind allerdings nur bedingt von Interesse. Wesentlich bedeutsamer ist die Frage, an welchen Stellen räumlich mit dem Entstehen dieses potenziellen Flächenzuwachses zu rechnen ist (vgl. Kap. 8.2f.).

Bei der räumlichen Verteilung des für die Stadt Alzey insgesamt ermittelten Flächenpotenzials ist die Zielsetzung einer Funktionsstärkung des zentralen Versorgungsbereiches und der Erhaltung der Nahversorgung zu berücksichtigen (vgl. Kap. 6). Entsprechend dieser Zielsetzung sollte an nicht integrierten Standorten künftig



kein zentrenrelevanter Einzelhandel (vgl. Kap. 8.1) mehr zugelassen werden (vgl. Kap. 8.2f.).

Um zu zeigen, an welchen Standorten das prognostizierte Flächenpotenzial entsteht, ist im Folgenden dargestellt, wie sich der rechnerische Entwicklungsspielraum überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (mittelfristiger und Teile des langfristigen Bedarfs) sowie auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente verteilt (vgl. auch Tab. A - 18ff. im Anhang).

Dabei sind wiederum Potenzialkorridore angegeben, die sich dadurch ergeben, dass bei den Zuwächsen jeweils nochmals eine Abweichung von 10% bei den obersten bzw. untersten Werten in Ansatz gebracht wird.

Nahversorgungsrelevante Sortimente

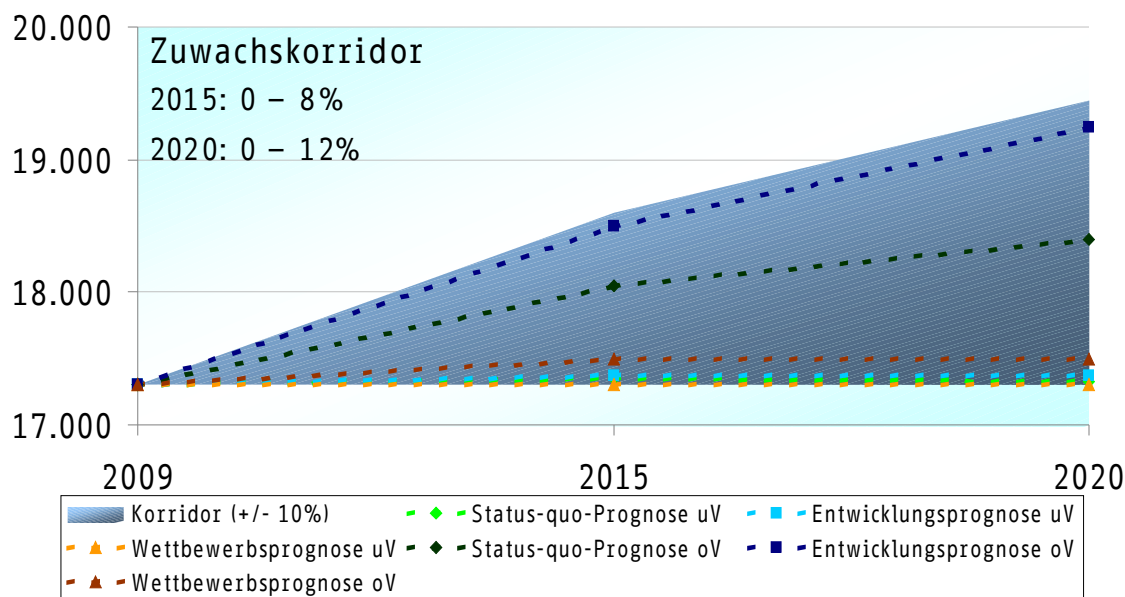
Im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente, d.h. Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches, entsteht - auf Grund des derzeitigen großen Angebotes - ein rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial von lediglich rd. 0 qm bis rd. 2.150 qm bis zum Jahr 2020. Dies entspricht gegenüber der derzeitigen Verkaufsfläche von rd. 17.325 qm einer Steigerung von bis zu 12%. Dieser Zuwachs sollte möglichst wohnortnah - sofern möglich im zentralen Versorgungsbereich - realisiert werden, so dass eine Verbesserung bzw. zumindest eine Sicherung der Nahversorgungssituation (vgl. Kap. 5.2) erfolgen kann.

Von dem o.g. Entwicklungsspielraum entfallen über den gesamten Prognosezeitraum von elf Jahren - unter Annahme optimaler Bedingungen bezogen auf Einwohnerentwicklung und Kaufkraftpotenzial - bis zu rd. 1.650 qm auf den Bereich **Nahrungs-/Genussmittel**⁵⁴: Ein Flächenpotenzial in dieser geringen Größenordnung liegt dabei in der Dimension von einem bis zwei neuen Lebensmittelbetrieben, in der die großen Konzerne neue Betriebe realisieren möchten (vgl. hierzu Kap. 8.3.3).

⁵⁴ Hierbei ist anzumerken, dass nach Erhebungszeitpunkt bereits ein weiterer Lebensmitteldiscounter an der Bahnhofstraße in Alzey angesiedelt wurde.



Abb. 27: Mögliche Verkaufsflächenentwicklung in Alzey bis 2020 im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente - Angaben in qm



Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

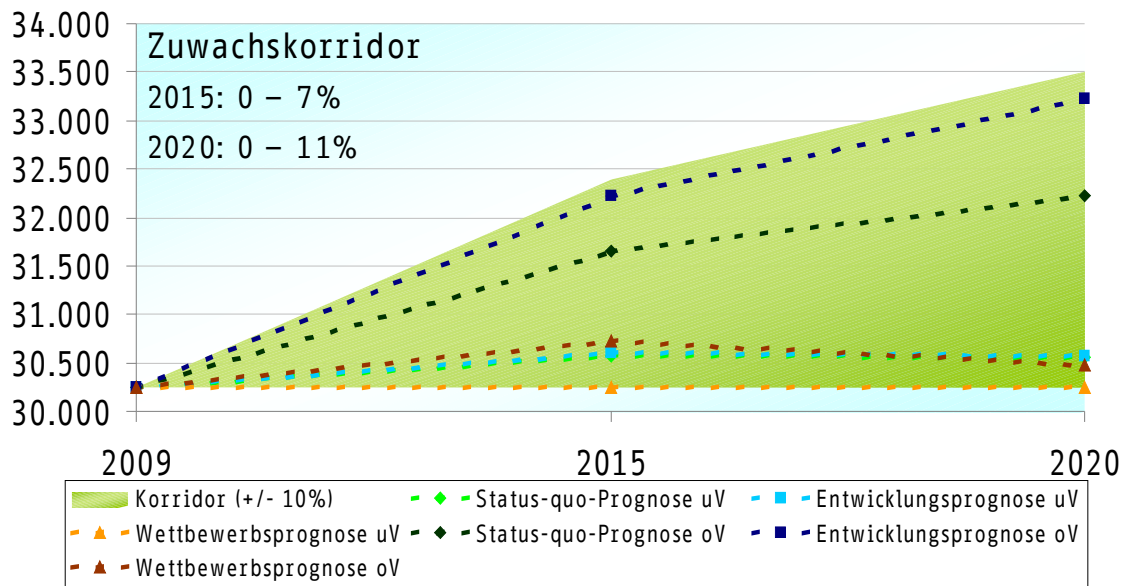
Sonstige zentrenrelevante Sortimente

Im Bereich der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente entsteht ein Verkaufsflächenpotenzial von 0 qm bis maximal rd. 3.250 qm bis zum Jahr 2020, wobei das größte Potenzial auf das Sortiment Bekleidung und Zubehör entfällt. Dies entspricht gegenüber der derzeitigen Verkaufsfläche von rd. 30.250 qm einem Zuwachs von 0% bis zu 11%. Entsprechende Angebote sollten vorrangig im zentralen Versorgungsbereich untergebracht werden (vgl. Kap. 4.3.2).

Wird dieser Flächenentwicklungsspielraum mit der derzeitigen Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich von Alzey verglichen (rd. 12.900 qm; vgl. Kap. 5.1), so würde die ausschließliche Realisierung des gesamten entsprechenden Flächenpotenzials im zentralen Versorgungsbereich im Höchstfall eine Erhöhung der dort vorhandenen Verkaufsfläche um rd. ein Fünftel bedeuten.



Abb. 28: Mögliche Verkaufsflächenentwicklung in Alzey bis 2020 im Bereich der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente - Angaben in qm



Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

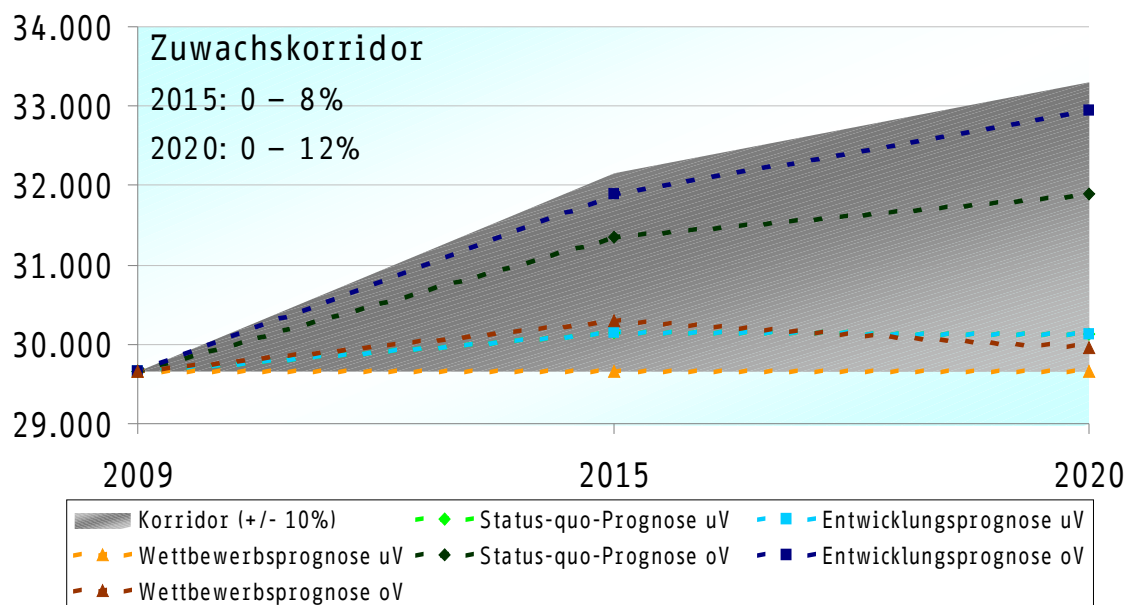
Nicht zentrenrelevante Sortimente

Im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente (v.a. baumarkt-/ gartencenterspez. Sortimente und Möbel) ist ein Verkaufsflächenpotenzial von rd. 0 qm bis 3.650 qm bis zum Jahr 2020 zu erwarten. Dies entspricht gegenüber der derzeitigen Verkaufsfläche einem Zuwachs von 0% bis zu 12%.

Bei diesem Teil des Flächenzuwachses ist die räumliche Komponente von nachgeordneter Bedeutung.



Abb. 29: Mögliche Verkaufsflächenentwicklung in Alzey bis 2020 im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente - Angaben in qm



Quelle: eigene Berechnung, Legendenerläuterung: uV (untere Variante), oV (obere Variante)

Zusammengefasst kann festgestellt werden, dass unabhängig vom Prognoseszenario der tatsächliche wettbewerbsneutrale Entwicklungsspielraum im nächsten Jahrzehnt mit maximal 9.050 qm gering ist. Anders ausgedrückt: Die negativen Wirkungen von Fehlentscheidungen sind durch die ökonomische Kraft der Nachfrage zukünftig kaum noch auszugleichen.

Bei der Realisierung des Verkaufsflächenpotenzials sollte berücksichtigt werden, dass

- die Prognosewerte lediglich Orientierungswerte darstellen,
- Umsatzumverteilungen bei der Realisierung von deutlich mehr Verkaufsfläche möglich sind,
- Ansiedlungen nahversorgungs- und zentrenrelevanter Angebote an städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen sollten und
- eine kurzfristige Realisierung des gesamten bis 2020 ermittelten Verkaufsflächenpotenzials vermieden werden sollte.



8. MAßNAHMENKONZEPT ZUR STÄRKUNG DES EINZELHANDELS

In diesem Arbeitsschritt wird ein entsprechendes planerisches Konzept erarbeitet, durch das eine räumliche Lenkung des Einzelhandels ermöglicht - und damit ein wichtiger Teil der Zentrenentwicklung langfristig gesichert - werden kann.

Wichtiger Bestandteil dieses Konzeptes ist die **Sortimentsliste**, die nach der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente unterscheidet (vgl. Kap. 8.1). Diese wurde auf Grundlage der Bestandserfassung erstellt, wobei allgemeine Kriterien zur Einstufung von Sortimenten hinzugezogen wurden.

Auf Grundlage der dargestellten allgemeinen Trends der betrieblichen und räumlichen Einzelhandelsentwicklung, der Ist-Situation sowie vor dem Hintergrund der Ziele, des abgeleiteten quantitativen Entwicklungspotenzials und der auf den Zielen basierenden **Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung** (vgl. Kap. 8.2) werden **räumliche Entwicklungsmöglichkeiten** (vgl. Kap. 8.3) für den zentralen Versorgungsbereich abgeleitet. Diese sollen die spezifischen Erfordernisse des Einzelhandels berücksichtigen und die dargestellten Ziele unterstützen. Auf Grund mehrerer bestehender räumlicher Entwicklungsmöglichkeiten für den zentralen Versorgungsbereich (vgl. Kap. 4.3.4.1) ist eine wichtige Voraussetzung für das Verfolgen eines Einzelhandelskonzeptes gegeben.

Neben den Entwicklungsmöglichkeiten für den zentralen Versorgungsbereich werden die Möglichkeiten einer **Verbesserung der Nahversorgungssituation** (vgl. Kap. 8.3.3) dargestellt.

Erfahrungen aus anderen Städten und Gemeinden zeigen, dass die städtebauliche Attraktivität ein wichtiger Beitrag zur positiven Akzeptanz eines Standortes und damit Städtebau ein ökonomisch wichtiger Faktor ist. Mit der Stärken-Schwächen-Analyse (vgl. Kap. 4.3.4) liegen auch Bewertungen in Bezug auf die städtebauliche Situation im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Alzey vor, welche erste Hinweise auf entsprechende Maßnahmenansätze sind. Insofern werden im Kap. 8.3.1 konkrete **städtebaulich-gestalterische Maßnahmenvorschläge** unterbreitet, die sich sowohl an die Stadt als auch an die Immobilieneigentümer richten. Auf Grund der festgestellten Leerstandsproblematik in Alzey wird zudem ein Vorschlag



für ein strukturiertes Vorgehen im Rahmen eines **Ladenflächenmanagements** gemacht.

Da für die positive Entwicklung des Einzelhandels vor allem die **Einzelhändler** selbst verantwortlich sind, werden in einem weiteren Arbeitsschritt auch deren Möglichkeiten zur Verbesserung des Einzelhandelsstandortes Alzeys dargelegt (vgl. Kap. 8.4.3). Im abschließenden Kapitel 8.3 werden Maßnahmen zur Aktivierung möglicher Flächenpotenziale aufgezeigt.

Ergänzend wird ein **Verfahrensvorschlag** (vgl. Kap. 8.5) unterbreitet, welcher ein verwaltungstechnisches und politisches Umsetzen des Planungskonzeptes ermöglicht. Auf Grund der Erfahrungen aus vergleichbaren Untersuchungen werden Formulierungen für bauplanungsrechtliche Festsetzungen in B-Plänen vorgeschlagen.

8.1 VORSCHLAG FÜR EINE SORTIMENTSLISTE

Im Rahmen der Grundsätze für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 8.2) sind die Kategorien zentrenrelevante/ nicht zentrenrelevante Sortimente bedeutsam. Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste zu erstellen, welche nach zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet⁵⁵.

8.1.1 Kriterien

Auf Grund zahlreicher Erfahrungen hat sich für die Zuordnung der Sortimente der folgende Kriterienkatalog herausgebildet:

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- täglich oder wöchentlich nachgefragt werden - kurzfristiger Bedarf;
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");

⁵⁵ Bei der im Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz aus dem Jahre 2008 angeführten Sortimentsliste handelt es sich um schematische beispielhafte Angaben: "Im Rahmen von kommunalen Einzelhandelskonzepten kann in begründeten Einzelfällen eine Erweiterung bzw. eine Reduzierung des Kataloges vorgenommen werden." (Vgl. LEP IV - Sicherung und Entwicklung der Daseinsvorsorge (Begründung und Erläuterung zu Z58). Diese lokalspezifische Betrachtungsweise folgt dem Urteil des OVG Rheinland-Pfalz, 1. Senat, vom 11.07.2002, Az. 1 C 10098/ 02, Rn 51, wonach bei der Einstufung von Sortimenten als zentrenrelevant oder nicht zentrenrelevant auch auf regionale bzw. örtliche Aspekte abzustellen ist.



- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- in den zentralen Versorgungsbereichen am stärksten vertreten sind.

Nicht zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transports überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird *auch* die momentane räumliche Verteilung des Angebots in der Stadt herangezogen. Es reicht nicht aus, die entsprechende Liste z.B. aus dem LEP IV Rheinland-Pfalz zu übernehmen (vgl. Fußnote 55, S. 104). Damit ergibt sich, dass städtebaulich begründet auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden dürfen, die heute nicht mehr/ noch nicht in dem zentralen Versorgungsbereich zu finden sind: Solche Sortimente können an Standorten außerhalb mit dem Ziel ausgeschlossen werden, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität der Innenstadt zuzuführen⁵⁶.

8.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in Alzey

Auf Grund der Bedeutung einer ortspezifischen Sortimentsliste wird nachfolgend die derzeitige räumliche Verteilung der in Alzey vorhandenen Sortimente dargestellt.

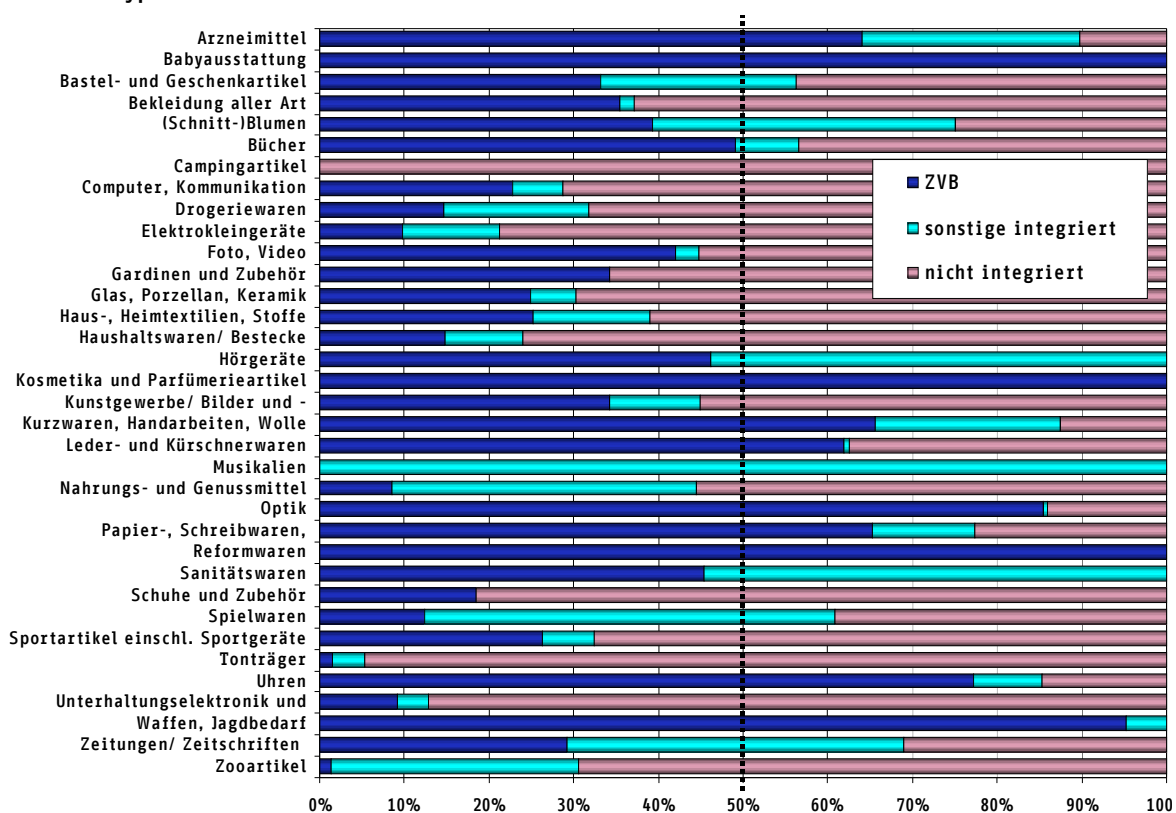
⁵⁶ BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04.



Verteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente

Die nachfolgende Abb. 30 illustriert die Verteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Alzey. Dabei zeigt sich, dass ein großer Teil der Sortimente überwiegend in nicht integrierter Lage zu finden ist. Dies betrifft innerstädtische Leitsortimente wie Bekleidung und Schuhe genauso wie die für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortimente Nahrungs-/ Genussmittel oder Drogeriewaren.

Abb. 30: Verkaufsflächenverteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttyp



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Auf Grund der geringen Verkaufsflächenpotenziale und dem bereits bestehenden Ungleichgewicht zwischen den nicht integrierten Standorten (insbesondere Industriegebiet Ost) und dem zentralen Versorgungsbereich sollen zur Bewahrung der Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches mit Ausnahme von Zooartikeln alle weiteren rechnerisch nicht zentrenrelevanten oder unklaren Sortimente entgegen ihrer rechnerischen Zuordnung als zentrenrelevant eingestuft werden.



So ist zur Erhaltung der Nahversorgung im eigentlichen Sinne das Angebot von **Nahrungs-/ Genussmittel** und **Drogeriewaren** unabdingbar. Darüber hinaus sind Lebensmittelanbieter (und eingeschränkt auch Drogeriemärkte) auf Grund ihrer hohen Magnetfunktion vor allem für die Erhaltung und Stärkung der Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches von herausragender Bedeutung. Auch im Hinblick auf demografische Veränderungen (Erhöhung des Anteils alter Menschen) sind Nahrungs-/ Genussmittel und Drogeriewaren auf integrierte Standorte zu beschränken. Im Übrigen wandeln sich die Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe angesichts der wechselnd angebotenen, meist zentrenrelevanten Aktionswaren zunehmend zu Kaufhäusern, was sich neben SB-Warenhäusern auch bei einigen Lebensmitteldiscountern feststellen lässt. Auch deswegen ist grundsätzlich eine Zentrenrelevanz für das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, das überwiegend in Lebensmittelbetrieben angeboten wird, gegeben.

Bekleidung und Zubehör, Schuhe und Zubehör sowie Sportartikel einschließlich Sportgeräte stellen die Leitsortimente einer Innenstadt dar und dienen als Frequenzbringer für weitere Nutzungen. Sie sind daher unverzichtbar für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches und sollen daher entgegen ihrer rechnerischen Verteilung als zentrenrelevant eingestuft werden.

Das Sortiment **Campingartikel** stellt häufig (und auch in Alzey) ein Teilsortiment von Sportfachgeschäften dar, die überwiegend "klassische" Innenstadtsortimente wie Bekleidung und kleinteiliges technisches Equipment führen. Es sollte daher aus Gutachtersicht als zentrenrelevant eingestuft werden. Große Campingartikel wie Campingstühle und -tische können demgegenüber auch dem Sortimentsbereich Möbel zugeordnet werden.

Die rechnerisch nicht zentrenrelevanten bzw. unklaren Sortimentsbereiche **Haushaltswaren und Bestecke, Glas, Porzellan, Keramik, Bastel- und Geschenkartikel** und **Zeitungen/ Zeitschriften** aber auch die oft in Kombination angebotenen Sortimente **Gardinen und Zubehör sowie Haus-, Heimtextilien, Stoffe** erfüllen die o.g. Kriterien für zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich in hohem Maß und sollten daher entsprechend als zentrenrelevant eingestuft werden.



Die rechnerische nicht gegebene Zentrenrelevanz der Sortimente **Computer, Kommunikationselektronik, Elektrokleingeräte, Foto, Video, Tonträger, Unterhaltungselektronik und Zubehör** ist hauptsächlich auf den Elektromarkt im Industriegebiet Ost zurückzuführen. Die Sortimente sind allerdings für einen Funktionsmix im zentralen Versorgungsbereich bedeutsam und werden - der Liste innenstadtrelevanter Sortimente im LEP IV entsprechend⁵⁷ - ebenfalls als zentrenrelevant eingestuft.

Das Sortiment **Zooartikel** wird mit einem Verkaufsflächenanteil von fast 70% an nicht integrierten Standorten angeboten; obwohl es zu den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten zählt, wird es daher als nicht zentrenrelevant eingestuft. Zooartikel umfassen neben Tiernahrung auch Tiermöbel und Zooartikel (lebende Tiere), welche in der Regel einen relativ hohen Flächenbedarf und eine vergleichsweise niedrige Flächenproduktivität aufweisen.

Verteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente

Im Folgenden wird die Verkaufsflächenverteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente in Alzey abgebildet (vgl. Abb. 31).

Die räumliche Verteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente geht überwiegend konform mit der üblichen Zuordnung.

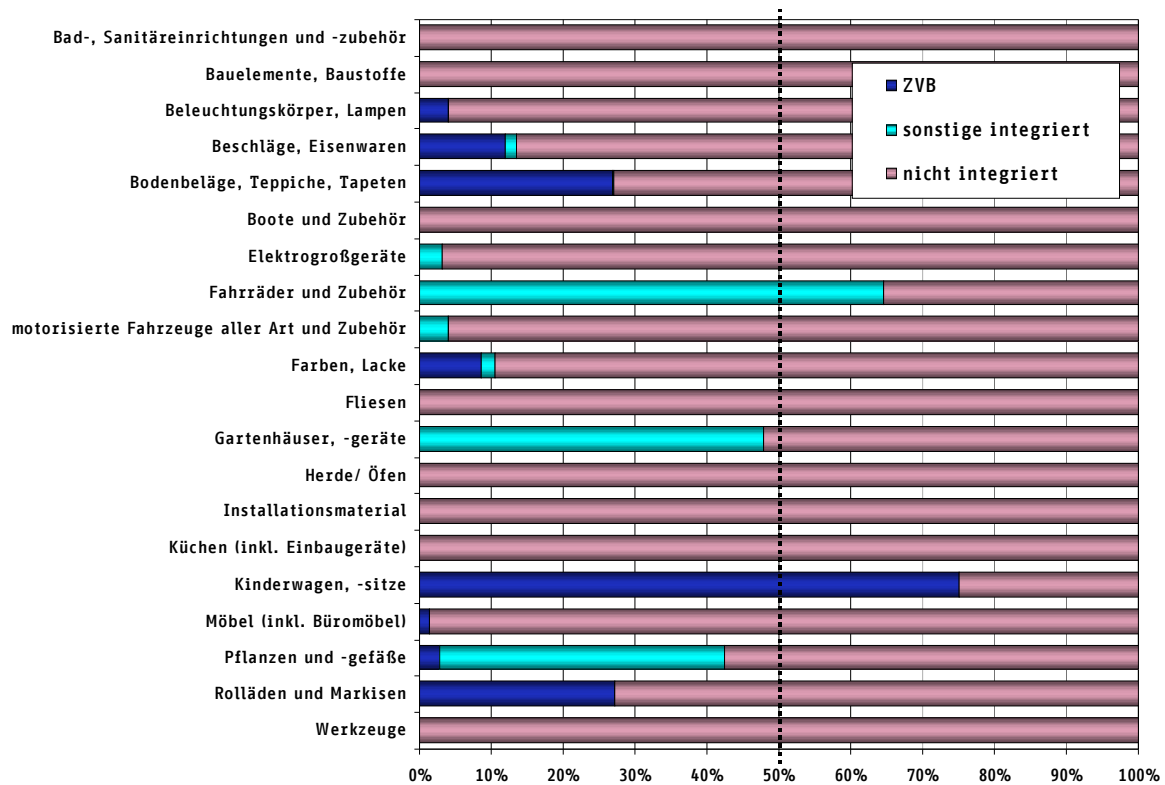
Eine von der üblichen Zuordnung abweichende Einstufung erklärt sich wie folgt: Das Sortiment **Fahrräder und Zubehör** ist rechnerisch nicht eindeutig zuzuordnen. Allerdings befinden sich zwei Fahrradfachgeschäfte in unmittelbarer Nähe zum zentralen Versorgungsbereich. Insbesondere auch zur Vermeidung von Abgrenzungproblemen zu Sportartikeln und -geräten erfolgt im Vorschlag eine Einstufung als zentrenrelevant. Die Zuordnung des Sortimentes Fahrräder und Zubehör entspricht auch der im LEP IV aufgeführten Liste innenstadtrelevanter Sortimente⁵⁸.

⁵⁷ Vgl. LEP IV Rheinland-Pfalz 2008: Sicherung und Entwicklung der Daseinsvorsorge, Begründung und Erläuterung zu Z 58.

⁵⁸ Vgl. ebd.



Abb. 31: Verkaufsflächenverteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttyp



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste

Nach dieser Abwägung wird nachfolgend die Sortimentsliste für Alzey dargestellt. Diese wurde auf Basis der räumlichen Verteilung des Angebotes in der Stadt und der o.g. allgemeinen Merkmale erstellt und ist somit stadt- bzw. ortsspezifisch.

Die Sortimentsliste stellt einen Vorschlag dar und unterliegt dem Abwägungsvorbehalt des Stadtrates von Alzey (vgl. Kap. 8.5); allerdings ist eine Abweichung vom gutachterlichen Vorschlag zu begründen.

Dabei sind "Umstufungen" von als nicht zentrenrelevant vorgeschlagenen Sortimenten in die Kategorie zentrenrelevanter Sortimente relativ unproblematisch.



Tab. 6: Vorschlag für die "Alzeyer Liste"

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> • Babyausstattung • Bastel- und Geschenkartikel • Bekleidung aller Art • Briefmarken • Bücher • Campingartikel • Computer, Kommunikationselektronik • Elektrokleingeräte • Fahrräder und Zubehör • Foto, Video • Gardinen und Zubehör • Glas, Porzellan, Keramik • Haus-, Heimtextilien, Stoffe • Haushaltswaren/ Bestecke • Hörgeräte • Kunstgewerbe/ Bilder und Rahmen • Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle • Leder- und Kürschnerwaren • Musikalien • Nähmaschinen • Optik und Akustik • Sanitärwaren • Schuhe und Zubehör • Spielwaren • Sportartikel einschl. Sportgeräte • Tonträger • Uhren/ Schmuck, Gold- und Silberwaren • Unterhaltungselektronik und Zubehör • Waffen, Jagdbedarf 	<ul style="list-style-type: none"> • Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör • Bauelemente, Baustoffe • Beleuchtungskörper, Lampen • Beschläge, Eisenwaren • Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten • Büromaschinen (ohne Computer) • Elektrogroßgeräte • motorisierte Fahrzeuge aller Art und Zubehör • Farben, Lacke • Fliesen • Gartenhäuser, -geräte, sonst. Gartenbedarf • Herde/ Öfen • Holz • Installationsmaterial • Kinderwagen,- sitze • Küchen (inkl. Einbaugeräte) • Möbel (inkl. Büromöbel) • Pflanzen und -gefäße • Rollläden und Markisen • Werkzeuge • Zooartikel
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
<ul style="list-style-type: none"> • Arzneimittel • Schnitt-Blumen • Zeitungen/ Zeitschriften • Drogeriewaren • Kosmetika und Parfümerieartikel • Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke) • Papier-, Schreibwaren, Schulbedarf • Reformwaren 	

Quelle: eigene Darstellung



8.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG

Im Mittelzentrum Alzey ergibt sich bis zum Jahr 2020 unter den optimistischen Bedingungen ein rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial von insgesamt bis zu rd. 9.050 qm; eine eher konservative Betrachtung macht allerdings deutlich, dass auch Stagnation im Bereich des Möglichen liegt (vgl. Kap. 7.2.1).

Ungeachtet des Szenarios ist festzustellen, dass mit rd. 5.400 qm der überwiegende Teil des Entwicklungsspielraums im zentrenrelevanten Bedarfsbereich entsteht (vgl. Kap. 7.2.2). Die räumliche Verortung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungen ist hierbei insbesondere unter Berücksichtigung des in Kap. 6 formulierten Ziels zur Stärkung der Einzelhandels-/ Funktionsvielfalt im zentralen Versorgungsbereich von wesentlicher Bedeutung, wofür grundsätzliche Strategien verfolgt werden sollen.

Um die aufgeführten Ziele zu erreichen, werden als Strategie zur langfristigen Sicherung der Versorgungsstrukturen für künftige Einzelhandelsansiedlungen die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung vorgeschlagen.

8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsatz: Zentrenrelevanter Einzelhandel vorrangig im zentralen Versorgungsbereich

Zentrenrelevante Sortimente (vgl. Kap. 8.1) sollen als Hauptsortimente von Einzelhandelsbetrieben künftig vorrangig im abgegrenzten **zentralen Versorgungsbereich** von Alzey angesiedelt werden.

Für den zentralen Versorgungsbereich wurde ein Vorschlag für die Abgrenzung in der Ist-Situation dargestellt (vgl. Kap. 4.3.2). Es ist jedoch zu beachten, dass zentrale Versorgungsbereiche sich auch aus planerischen Festlegungen ergeben können⁵⁹. Eine perspektivische bzw. planerische Abgrenzung unter Berücksichtigung von Potenzialflächen erfolgt im Kap. 8.3.

In **nicht integrierten Lagen** sollen zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich nicht angesiedelt werden; ausnahmsweise als Randsortimente in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment.

⁵⁹ Vgl. Urteil BverwG vom 11.10.2007: Zentrale Versorgungsbereiche "können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben."



Grundsatz: Großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich in Alzey

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentren-/ nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten - d.h. auf einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm⁶⁰ - sollte zukünftig lediglich im zentralen Versorgungsbereich zulässig sein.

Dieser Grundsatz geht auch konform mit dem städtebauliche Integrationsgebot des 2008 beschlossenen Landesentwicklungsprogramms für Rheinland-Pfalz (LEP IV)⁶¹.

Ausnahmen für zentrenrelevanten Einzelhandel in sonstiger integrierter Lage

Die Ansiedlung bzw. die Erweiterung **großflächiger Lebensmittelbetriebe** können bei nachgewiesener standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zugelassen werden, sofern es sich um

- integrierte Standorte mit Nahversorgungslücken handelt und
- der Betrieb der Nahversorgung der Bevölkerung dient und entsprechend dimensioniert ist.

Dies ist jedoch im Einzelfall zu prüfen, da in jedem Fall eine Gefährdung des zentralen Versorgungsbereiches bzw. bereits bestehender Strukturen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung beitragen, zu vermeiden ist.

Bei **zentrenrelevantem Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit** ist - wenn planungsrechtlich überhaupt möglich - zu prüfen, ob eine Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sinnvollerweise planungsrechtlich unterbunden werden sollte bzw. nur ausnahmsweise zuzulassen ist. Die Ausnahmen betreffen insbesondere Betriebe mit einem kurzfristigen Angebotsschwerpunkt, die der Nahversorgung dienen. Auch hier ist auf eine standortgerechte Dimensionierung zu achten.

⁶⁰ Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 qm überschreitet. Ist dies der Fall, ist das Vorhaben nur in Kern- und Sondergebieten zulässig. BVerwG, 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.05.

⁶¹ "Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen [...] 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." (Vgl. LEP IV Rheinland-Pfalz 2008: 3.2.3 (Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel), Z 58.



Auch wenn außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich ist, sollte geprüft werden, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist, in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen.

8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsatz: Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich und außerhalb

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel kann grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, angesiedelt werden. Dabei sollte jedoch behutsam mit Flächenbereitstellungen für Einzelhandelsflächen in Gewerbegebieten umgegangen werden, da ansonsten u.U. die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden. Im Übrigen stellt sich die Frage, ob die Stadt Alzey es sich leisten kann/ will - auch auf Grund der geringen Entwicklungsspielräume - gewerbliche Flächen dem Einzelhandel zur Verfügung zu stellen.

Für die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind gemäß des LEP IV Rheinland-Pfalz **Ergänzungsstandorte** in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen.⁶² Diese sollen in örtliche bzw. regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden.⁶³

In Zukunft sollten Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - auch im Hinblick auf ihre zentralitätssteigernde Wirkung bewertet werden. Gleichzeitig sollten Neuansiedlungen von Einzelhandel vorzugsweise an bereits bestehenden Einzelhandelsstandorten stattfinden. Dabei ist eine räumliche Nähe zum zentralen Versorgungsbereich auf Grund möglicher positiver Kopplungseffekte - soweit diese bei nicht zentrenrelevantem Einzelhandel überhaupt auftreten - vorzuziehen.

⁶² Vgl. LEP IV Rheinland-Pfalz 2008: 3.2.3 (Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel), Z 59.

⁶³ Vgl. LEP IV Rheinland-Pfalz 2008: 3.2.3 (Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel), G 63.



Ausnahme: Randsortimente an nicht integrierten Standorten

Problematisch bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (z.B. an nicht integrierten Standorten) ist das inzwischen übliche Angebot von zentrenrelevanten Randsortimenten in solchen Betrieben (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften).

Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen des Einzelhandelskonzeptes auf Grund der in der Summe aller Angebote möglichen schädlichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich entgegensteht, wäre ein völliger Ausschluss dieses Angebotstyps unrealistisch, da er sich bereits in vielen Branchen durchgesetzt hat. Jedoch sollten diese zentrenrelevanten Randsortimente nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z.B. nicht Lebensmittel im Baumarkt), zulässig sein.

Gemäß des LEP IV Rheinland-Pfalz sind "*innenstadtrelevante Sortimente [...] auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.*"⁶⁴ Bisher hat sich eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf rd. 10% der gesamten Verkaufsfläche als praktikabel erwiesen. Diese entspricht dabei auch der im LEP IV für die Ausweisung von Ergänzungsstandorten genannten Begrenzung⁶⁵. Darüber hinaus ist auch eine absolute Obergrenze festzulegen⁶⁶; z.B. kann dabei 800 qm Verkaufsfläche (als Grenze zur Großflächigkeit) als Obergrenze begründbar festgelegt werden.

Unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente sollte dabei sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass zusätzlich angegeben sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

⁶⁴ Vgl. ebd.

⁶⁵ "*Innenstadtrelevante Randsortimente sollen dort in der Regel nicht mehr als zehn Prozent der Verkaufsfläche umfassen.*" (LEP IV Rheinland-Pfalz 2008: Begründung/ Erläuterung zu Z 59).

⁶⁶ Gemäß des LEP IV ist "*eine Begrenzung der absoluten Größenordnung [...] im Rahmen der raumordnerischen Prüfung von Vorhaben vor dem Hintergrund möglicher Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche der Standortgemeinde und der benachbarten zentralen Orte zu prüfen*" (ebd.).



Ausnahme "Leerstandsdomino"

Vor allem auf Grund des begrenzten quantitativen Entwicklungsspielraums auch für nicht zentrenrelevante Sortimente sollte die Flächenbereitstellung hier eher zurückhaltend erfolgen. Auch wenn die Konkurrenz am Standort gefördert werden soll, kann es daher städtebaulich sinnvoll sein, in Zukunft Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - abzuwehren, wenn ersichtlich ist, dass dadurch keine zusätzliche Zentralitätssteigerung entsteht, sondern lediglich die Position traditioneller Einzelhandelslagen, insbesondere im zentralen Versorgungsbereich, aber auch an bestehenden nicht integrierten Standorten (z.B. Gewerbegebiete) geschwächt wird.

Bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist zu beachten, dass - auch bei grundsätzlicher Verträglichkeit - nur eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines "Leerstandsdominos": Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen in gewerblich genutzten Gebieten. Ein ehemaliger Einzelhandelsstandort mit einer sich daran orientierten Umgebungsnutzung lässt sich nur langsam zu einem (hoch)wertigen Gewerbebestandort für sonstige Gewerbebetriebe umwidmen. Zudem entsteht auf solchen Flächen üblicherweise ein Nachnutzungsdruck durch zentrenrelevante Sortimente, denen zwar planerisch begegnet werden kann, die aber dennoch immer wieder (unnötige) Diskussionen auslösen können.

8.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN

Nach dieser grundsätzlichen räumlichen Festlegung zur Ansiedlung von Einzelhandel innerhalb von Alzey, wird nachfolgend dargestellt, an welchen Standorten innerhalb der Stadt eine räumliche Entwicklung sinnvoll möglich ist: Insgesamt wurde in Alzey im Bereich der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente ein Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2020 von maximal rd. 3.250 qm ermittelt.

Darüber hinaus wurde im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente ein Verkaufsflächenpotenzial von bis zu 2.150 qm abgeleitet (vgl. Kap. 7.2.2). Da es sich hierbei lediglich um geringfügige wettbewerbsneutrale Entwicklungsspielräume handelt, bedeutet dies für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung von Alzey unter Berücksichtigung der in Kap. 8.2 dargestellten Grundsätze konkret eine



Konzentration der räumlichen Einzelhandelsentwicklung auf den zentralen Versorgungsbereich und die Nutzung darin liegender Flächen- und Nachverdichtungspotenziale.

Im Folgenden werden unterschiedliche Standortpotenziale innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches hinsichtlich ihrer Entwicklungsfähigkeit geprüft. Die nachfolgenden Ausführungen sind jedoch vor allem als Ideenskizzen und Denkanstöße zu verstehen, die im Einzelfall einer konkreteren Untersuchung bedürfen.

Im Kap. 8.3.2 wird zudem ein Vorschlag für eine perspektivische Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches gemacht, der die unmittelbar an die Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches anliegenden Flächenpotenziale mit einbezieht.

8.3.1 Räumliche Entwicklungsoptionen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs von Alzey

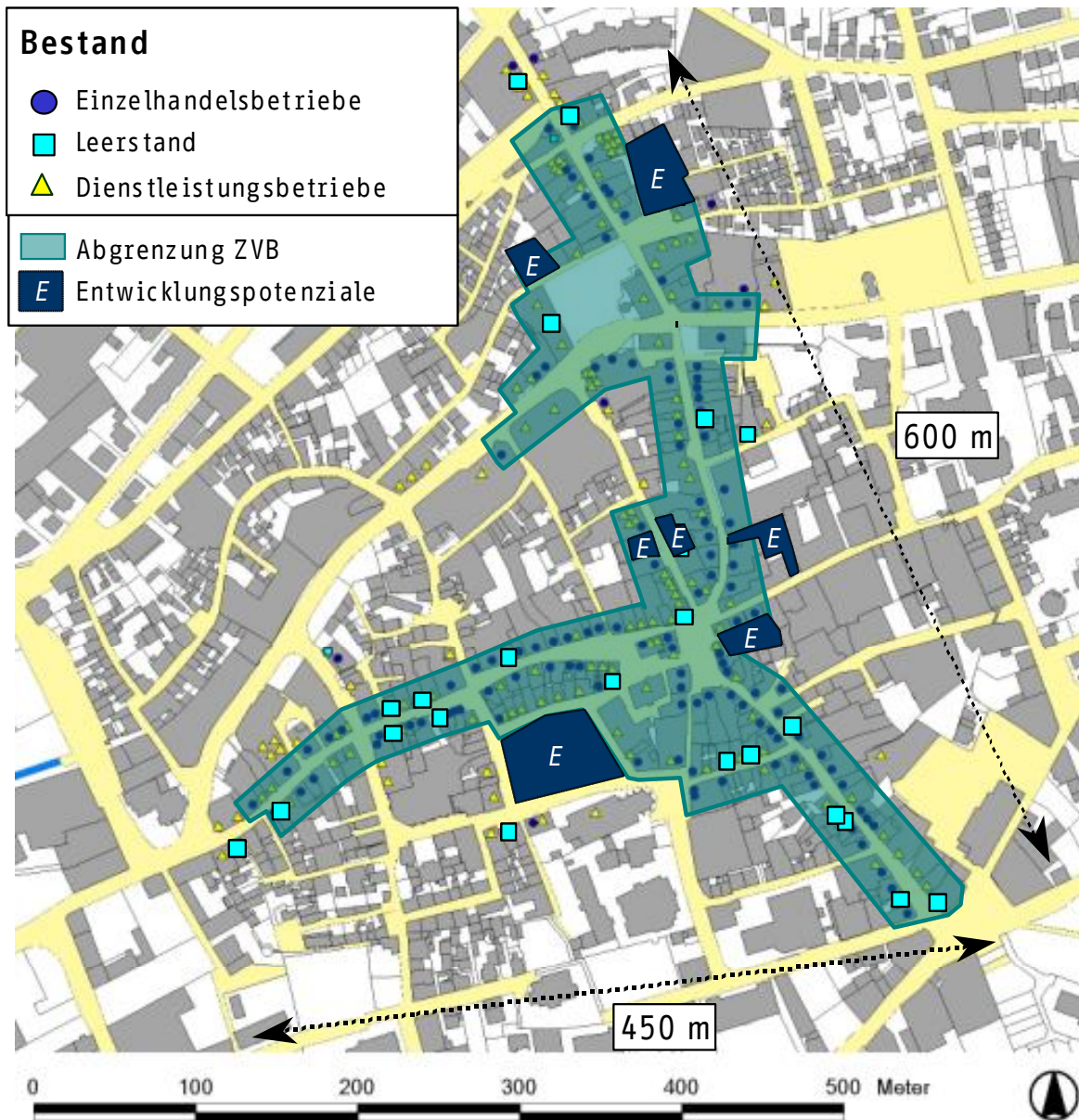
In Alzey sind mehrere Potenzialflächen unterschiedlicher Größe für die Ansiedlung von Einzelhandel und weiteren Nutzungen wie Dienstleitungen oder Gastronomie vorhanden.

Grundsätzlich sollte bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben auf deren mögliche Magnetwirkung geachtet werden, um eine entsprechende Passantenfrequenz erzeugen zu können. Außer der Betriebsgröße spielt dabei auch die Qualität und Präsentation der angebotenen Ware eine wichtige Rolle. Wichtig ist neben Art und Dimensionierung der Einzelhandelsbetriebe auch die Beachtung der städtebaulich-architektonischen Ausrichtung und Anpassung an das bestehende Umfeld.

Karte 10 veranschaulicht räumlich bestehende Potenzialflächen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Daneben bestehen mit den vielen Leerständen weitere Entwicklungspotenziale.



Karte 10: Standortpotenziale innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Alzey

Standort Kronenplatz und rückwärtige Bereiche

Im Norden des zentralen Versorgungsbereiches ist unmittelbar an den Kronenplatz angrenzend eine Potenzialfläche mit einer Gesamtflächengröße von rd. 2.500 qm vorhanden. Hierbei handelt es sich um den ehemaligen Bauernhof "Freund", der einen erheblichen Sanierungsbedarf aufweist und seit rd. 30 Jahren leer steht.

Daneben befindet sich mit dem "Höcken"-Haus, einem früheren Handelsbetrieb für Eisenwaren, ein weiteres leerstehendes Gebäude mit Sanierungsbedarf. Beide entfalten auf Grund ihres Bauzustandes und ihres Leerstandes eine abträgliche Wirkung auf das Gesamterscheinungsbild des Kronenplatzes. In rückwärtiger Lage befindet sich unmittelbar anschließend ein großes brachliegendes Areal, das durch Bauruinen geprägt ist und teilweise als Privatparkplatz (mit allerdings geringer Auslastung) genutzt wird. Das gesamte Areal könnte perspektivisch dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden.

Foto 13: rückwärtiger Bereich Kronenplatz



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

Mit einer Überplanung der gesamten Fläche inklusive dem Neubau nach Abriss der bestehenden Gebäude ist die Chance verbunden, attraktive und den heutigen Erfordernissen angepasste Betriebseinheiten zu schaffen und größere bzw. großflächige Einzelhandelsstrukturen zu ermöglichen, die auch wichtige Magnetfunktion innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches übernehmen können. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist mit einem attraktiven, an die Umgebungsbebauung angepassten Neubau zugleich eine Aufwertung des gesamten Kronenplatzes verbunden. Insgesamt sollte ein homogenes, geschlossenes Stadtbild entstehen, das den städtebaulichen Ansprüchen an einen urbanen Raum entspricht.

Als weitere Nutzung kommt neben Einzelhandel auch Gastronomie in Betracht, die insbesondere durch Freisitzmöglichkeiten zu einer Belebung des Platzraumes beitragen könnte. Hierfür ist jedoch eine autofreie Gestaltung des Kronenplatzes erforderlich (vgl. Kap. 8.4.1).

Durch die Realisierung entsprechender Vorhaben ist neben einer rein funktionalen auch von einer städtebaulich-gestalterischen Umfeldaufwertung auszugehen.



Foto 14: Potenzialfläche Kronenplatz



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

Foto 15: Ideenskizze Potenzialfläche Kronenplatz



Quelle: eigene Darstellung



Standort Parkdeck

Unweit des Entwicklungspotenzials am Kronenplatz befindet sich westlich davon ein weiteres, rd. 800 qm großes Flächenpotenzial im Bereich des Parkdecks, das bei Überplanung für mittelgroße Einzelhandelsstrukturen nutzbar gemacht werden könnte.

Das Parkdeck wird auf der nördlichen Seite neben dem Sportfachgeschäft von zwei weiteren freistehenden Gebäuden gefasst, die auf Grund ihrer Nutzung und des Bauszustandes negativ auf die Umgebungsnutzung und -bebauung ausstrahlen. Zum Einen handelt es sich um die an das Sportfachgeschäft anschließende Immobilie mit Imbissnutzung. Das Gebäude stellt auf Grund der Geschossigkeit und des Sanierungsbedarfs einen baulichen Bruch dar. Daneben befindet sich ein giebelständiges Gebäude, in der sich zum Erhebungszeitpunkt keine Nutzung befand und das zum Verkauf angeboten wurde. In rückwärtiger Lage befindet sich eine alte, augenscheinlich nicht mehr genutzte Scheune mit erheblichem Sanierungsbedarf.

Bei Überplanung des Geländes (inkl. der rückwärtigen Scheune) besteht unter städtebaulichen Aspekten die Chance zu einer Beseitigung der baulichen Mängel, der Vermittlung einer stärkeren städtebaulichen Geschlossenheit und der Verhinderung negativer Ausstrahlungseffekte auf die umliegenden Gebäude - auch vor dem Hintergrund der zumindest kleinräumig erkennbaren Trading-Down-Tendenzen am Parkdeck (Leerstand und Spielhalle). Ein Neubau würde sich positiv auf das Erscheinungsbild des gesamten Parkdecks, der als Standort des Wochenmarktes einmal pro Woche ins besondere Blickfeld rückt, auswirken.

Funktional könnten neben dem Sportfachgeschäft, welches eine gewisse Frequenzbringerfunktion im zentralen Versorgungsbereich ausübt, attraktive mittelgroße Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen zu einer höheren Dichte und Lebendigkeit in diesem Teilraum führen.



Foto 16: Potenzialfläche am Parkdeck



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

Foto 17: Ideenskizze Potenzialfläche am Parkdeck



Quelle: eigene Darstellung

Standort Antoniterstraße

Ein weiteres Nachverdichtungspotenzial grenzt an die Fußgängerzone der Antoniterstraße und das Kaufhaus Sauer an.

Hierbei handelt es sich um eine Baulücke, die von der Antoniterstraße bis zur Schlossgasse reicht und insgesamt rd. 600 qm Grundstücksfläche umfasst. Die Baulücke und auch der eingeschossige Flachbau, der von einem Lebensmittelfachgeschäft genutzt wird, stellen einen baulichen Bruch hinsichtlich der in der Fußgängerzone ansonsten homogenen und geschlossenen Bebauung dar.

Foto 18: Baulücke zwischen Antoniterstraße und Schlossgasse



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

Bei Ausnutzung dieser Fläche (inklusive der Hinterhoflage) ist die Realisierung mittelgroßer Einzelhandelsstrukturen in 1-A-Lage des zentralen Versorgungsgebietes möglich. Zugleich kann die Baulücke geschlossen und eine städtebauliche Geschlossenheit in der Fußgängerzone (wieder)hergestellt werden. Bei Ausnutzung der gesamten Fläche gilt es jedoch zu bedenken, dass sich hinter dem Lebensmittelfachgeschäft noch ein älteres Wohngebäude befindet.



Foto 19: Potenzialfläche Antoniterstraße



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

Foto 20: Ideenskizze Potenzialfläche Antoniterstraße



Quelle: eigene Darstellung



Standort Wilhelmstraße

An der Wilhelmstraße befinden sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches auf der östlichen Seite zwei leerstehende Gebäude mit einem gewissen Sanierungsbedarf und einer als Parkplatz genutzten Baulücke. Gegenüberliegend grenzen westlich an die Wilhelmstraße zwei eingeschossige Flachbauten an, die u.a. von einem Großhandel für Büro- und Schreibwarenbedarf genutzt werden. Beide Seiten weisen zusammen eine Flächengröße von insgesamt rd. 1.000 qm auf.

Die Flachbauten weichen in ihrer zweckmäßigen Architektursprache und Geschossigkeit deutlich von der Umgebungsbebauung ab, so dass sich bei einem Neubau nach Abriss auch städtebauliche Vorteile ergeben könnten.

Unter funktionalen Aspekten besteht an dieser Stelle die Möglichkeit, Einzelhandelnutzungen in 1b-Lage zu generieren, für die beispielsweise die Mieten in 1a-Lage (Rossmarkt, Antoniterstraße) zu hoch sind, die aber dennoch auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind. Derartige Lagen sind insbesondere für spezialisierte Fachgeschäfte interessant (z.B. Anglerfachgeschäft).



Foto 21: Potenzialfläche Wilhelmstraße



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

Foto 22: Ideenskizze Potenzialfläche Wilhelmstraße



Quelle: eigene Darstellung

Standort Rossmarkt

Ein weiteres Flächen- bzw. Nachverdichtungspotenzial in Hinterhoflage ist unmittelbar an den Rossmarkt angeschlossen und könnte bei Reaktivierung ebenfalls perspektivisch dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden. Der Zugang erfolgt über den Rossmarkt zwischen dem Fischimbiss auf der südlichen und dem Restaurant auf der nördlichen Seite.

Die Hofsituation ist geprägt durch Lager- und Parknutzung. Die den Hof fassenden Gebäude weisen einen erheblichen Sanierungsbedarf und eine Mindernutzung (Lager) auf oder stehen komplett leer.

Für diesen Standort werden aus Gutachtersicht **zwei Nutzungsoptionen** in Betracht gezogen:

Zum Einen könnten in Verbindung mit einer städtebaulichen Aufwertung in rück-

wärtiger Lage zum belebten Hauptgeschäftsbereich gastronomische Nutzungen mit Freisitzmöglichkeiten in rückwärtiger Lage angesiedelt werden. Der durchaus vorhandene "Charme" der Hinterhofsituation verbunden mit der vorzufindenden Ruhe bietet ein Potenzial als Rückzugsraum in zentraler Lage.

Zum Anderen bietet sich die Chance, durch die vollständige Überplanung des Areals inklusive des Abrisses der bestehenden Bausubstanz mittelgroße Einzelhandelsstrukturen mit einem direkten Anschluss an die 1a-Geschäftslage zu schaffen. Der Eingang sollte direkt am Fußwegbereich des Rossmarkts liegen und transparent gestaltet sein. So soll funktional wie auch gestalterisch nach außen der Anreiz hervorgerufen werden, das Gebäude bzw. die darin liegenden Betriebe betreten zu wollen.

Foto 23: Hinterhofsituation nahe Rossmarkt



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009



Foto 24: Potenzialfläche Rossmarkt



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

Foto 25: Ideenskizze Potenzialfläche Rossmarkt



Quelle: eigene Darstellung



Standort Obermarkt

Das weitaus größte Flächenpotenzial mit rd. 4.000 qm stellt der als öffentlicher Parkplatz genutzte Obermarkt dar. Eine Überbauung wird auf Grund verschiedener Gründe (z.B. Erhalt der Blickbeziehungen zur Nikolaikirche) jedoch nicht in Erwägung gezogen. Vielmehr besitzt die größte innerstädtische Freifläche ein großes Potenzial zur Neugestaltung als öffentlichen und vielfältig nutzbaren Platzraum; die angrenzende Bebauung und die Nutzungen sollte in die strategische Ausrichtung mit einbezogen werden (z.B. Umnutzung von Wohnungen zu Geschäften, Dienstleistungen). Die Ideen zur Umnutzung des Obermarktes werden im Kap. 8.4.1 im Kontext der städtebaulich-gestalterischen Maßnahmenvorschläge näher erläutert.

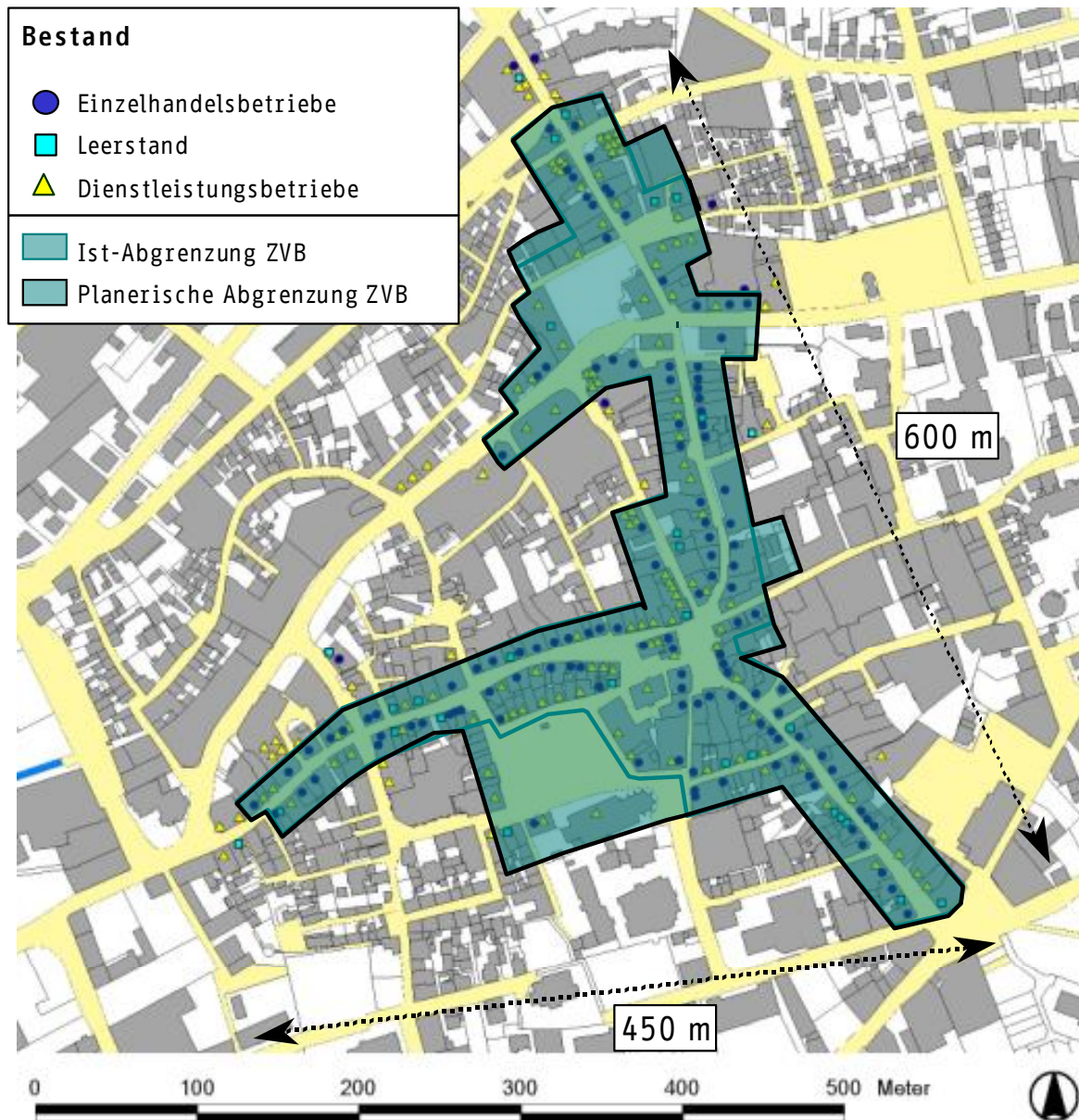
8.3.2 Perspektivische Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches und Entwicklungsszenario

Im vorangegangenen Kapitel wurden verschiedene Flächenpotenziale innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches bzw. unmittelbar daran anschließend thematisiert, die perspektivisch für z.B. Einzelhandelsnutzungen in Betracht gezogen werden.

Die planerische Abgrenzung bezieht diese Flächenpotenziale bzw. die Hinterhoflagen mit ein, so dass hinsichtlich der Ist-Abgrenzung Aufweitungen im Umfeld des Kronenplatzes, des Parkdecks, der Antoniterstraße und des Rossmarktes vorgenommen werden. Im Rahmen der planerischen Abgrenzung wird der zentrale Versorgungsbereich zudem im Süd-Westen bis zur Nikolaikirche im Bereich des Obermarktes aufgeweitet, der im Falle einer Neugestaltung - städtebaulich, aber auch funktional - an den sonstigen zentralen Versorgungsbereich stärker angeschlossen werden könnte.



Karte 11: Planerische Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs in Alzey



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Alzey

Flächenpotenziale außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches

In der Spießgasse 75 befindet sich darüber hinaus ein weiteres Flächenpotenzial unweit der westlichen Grenze des zentralen Versorgungsbereiches, das sich im städtischen Besitz befindet und ehemals als Brauerei genutzt wurde.

Gegenwärtig ist neben der schwachen funktionalen auch die städtebauliche Einbindung des Standortes (Straßenraumgestaltung, enge Gehwege, geringe Aufenthaltsqualität) nur unzureichend gegeben.



Die Ansiedlung von großflächigem, zentrenrelevantem Einzelhandel an dieser Stelle würde zu einer weiteren Entzerrung führen und dem Ziel der Schaffung eines lebendigen, kompakten und räumlich-funktional zusammenhängenden zentralen Versorgungsbereiches mit entsprechender Nutzungsdichte und -vielfalt entgegenstehen. Das hängt auch mit der Bereitschaft, größere Wege zu Fuß zurückzulegen, zusammen, die in kleinen Städten wie Alzey in der Regel hingegen eher gering ist. Grundsätzlich zulässig an dieser Stelle wäre jedoch flächenintensiver nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (z.B. Möbel) in räumlicher Nähe zum zentralen Versorgungsbereich, woraus sich möglicherweise Synergieeffekte ergeben könnten.

Entwicklungsszenario

Auf Grund der bereits grenzwertigen Ausdehnung und der vielen Leerstände, insbesondere in den Randbereichen des zentralen Versorgungsbereiches, sollte dieser über die vorgeschlagene Abgrenzung hinaus nicht weiter ausgedehnt werden.

Eine weitere Entzerrung des räumlichen funktionalen Zusammenhangs würde den Bestrebungen nach Dichte und Kompaktheit entgegen stehen und den Investitionsdruck auf die bestehenden Flächenpotenziale bzw. die vielen Leerstände innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches verringern.

Anzustreben sind stattdessen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches

- die Sicherung und der Ausbau vorhandener Angebote
- die Nutzung von Leerständen
- die Nutzung von Brachflächen und untergenutzten Flächen und
- die Zusammenlegung von Verkaufsflächen.

Die potenziellen Entwicklungsflächen konzentrieren sich insbesondere auf den nördlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches, der sich durch eine höhere Angebotsqualität und -vielfalt als auch durch verschiedene Betriebstypen und -größen auszeichnet. Im südlichen Teilbereich (insbesondere Spießgasse, St.-Georgen-Straße), in welchem zugkräftige Magneten (mit Ausnahme des Textildiscounters, der eingeschränkt Frequenzbringerfunktion für die Spießgasse übernimmt) fehlen, sowie Leerstandskonzentrationen und kleinräumige Trading-Down-Prozesse zu verzeichnen sind, wurden hingegen keine Entwicklungspotenziale identifiziert.

Daher stellt sich über die Verhinderung einer weiteren Verzerrung bzw. Ausdehnung hinaus die Frage, ob der zentrale Versorgungsbereich in seiner jetzigen Konfigura-



tion überhaupt noch zukunftsfähig ist und nicht stattdessen Schwerpunkte der Einzelhandelsentwicklung durch die Aktivierung der Flächenpotenziale gesetzt werden müssen. Dies kann zur Konsequenz haben, dass die Enden - z.B. im Bereich der Spießgasse außerhalb der Fußgängerzone - funktional weiter abfallen. Diese Risiken gilt es in der strategischen Entwicklung der Innenstadt offen und ehrlich zu kommunizieren. Alternative Nutzungsperspektiven wie z.B. innerstädtisches, qualitativ hochwertiges Wohnen durch Umnutzung/ Umbau der Immobilien bieten jedoch auch Chancen, die mit einer derartigen Entscheidung verknüpft sein könnte.

8.3.3 Maßnahmenvorschläge zur Nahversorgung

Der Themenbereich Nahversorgung wird gerade auch im Zusammenhang mit der demografischen Entwicklung einerseits sowie mit steigenden Energiepreisen und damit einhergehenden wachsenden Mobilitätskosten immer bedeutsamer.

Grundsätzlich sollte das Ziel bestehen, eine flächendeckende fußläufige (Lebensmittel-)Nahversorgung im gesamten Siedlungsbereich von Alzey zu erreichen.

Auch der Regionale Raumordnungsplan 2004 für die Planungsgemeinschaft Rheinhessen-Nahe hebt den Grundsatz zur Gewährleistung der verbrauchernahen Versorgung hervor: *"Die Deckung des täglichen Bedarfs soll soweit wie möglich wohnortnah erfolgen."*⁶⁷

Die Sicherung einer wohnortnahen Versorgung wird überdies auch im neu aufgestellten LEP IV Rheinland-Pfalz als Grundsatz explizit herausgestellt⁶⁸ und näher erläutert: *"Die Deckung der Grundversorgung, insbesondere an Nahrungs- und Genussmitteln, soll möglichst wohnungsnah und barrierefrei erfolgen können."*⁶⁹

Die Nahversorgung im planerischen Sinne, insbesondere mit Lebensmitteln, aber auch mit nahversorgungsrelevanten Dienstleistungen wie Post, Bank, medizinischen Einrichtungen, wird jedoch zunehmend zur Herausforderung. Dies betrifft insbesondere einwohnerarme Stadtteile bzw. Siedlungsbereiche wie auch Dautenheim, Heimersheim, Schafhausen und Weinheim.

⁶⁷ Regionaler Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe 2004: 2.3.3 (Einzelhandel und Dienstleistungen), G 1.

⁶⁸ Vgl. LEP IV Rheinland-Pfalz 2008: 3.2.3 (Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)), G 56

⁶⁹ LEP IV Rheinland-Pfalz 2008: 3.2.3 (Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)), Begründung/ Erläuterung zu G 56.



Vor dem Hintergrund der Reichweite großflächiger Lebensmittelbetriebe - diese würden mehr als 2.500 Einwohner voll versorgen - ist eine Ansiedlung solcher Betriebsgrößen in den derzeit unterversorgten Stadtteilen jedoch wenig realistisch. Ähnliches gilt teilweise auch für die Realisierung kleinflächiger Lebensmittelbetriebe oder Nachbarschaftsläden⁷⁰, ohne notwendigerweise auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb angewiesen zu sein.

Lediglich die Einwohnerzahl von Weinheim und das dementsprechende Kaufkraftpotenzial reicht für die Realisierung eines derartigen kleinflächigen Lebensmittelbetriebes aus, so dass eine aktive Standortsuche angeregt wird. Einschränkend muss jedoch auf die ungünstigen Standortfaktoren hingewiesen werden, die sich infolge der Vielzahl hiesiger Lebensmittelbetriebe in der Kernstadt und dem Industriegebiet Ost ergeben.

In den anderen einwohnerschwachen Stadtteilen, aber auch in Weinheim sind daher auch darüber hinausgehende alternative Maßnahmen zur Verbesserung der Nahversorgungsstruktur notwendig/ zu prüfen, um das fehlende Angebot zu kompensieren. So können alternative Maßnahmen beispielsweise die Organisation von Fahrgemeinschaften oder mobile Verkaufswagen, wie sie bereits in ländlichen Bereichen häufig eingesetzt werden, zu einer Verbesserung der Nahversorgung beitragen. Solche Angebote können vor allem für mobilitätseingeschränkte Bevölkerungsgruppen eine hohe Bedeutung haben, sind aber nicht oder nur in sehr begrenztem Umfang durch städtische Dienststellen wie Stadtplanung oder Wirtschaftsförderung zu organisieren.

Angesichts einer Bindungsquote von 142% im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel und einer Bindungsquote von 144% im gesamten kurzfristigen Bedarfsbereich, besteht derzeit eine rechnerische Vollversorgung (bzw. Überversorgung) in Alzey. Räumlich betrachtet (vgl. Karte 9, S. 82) fällt die ungleiche Verteilung des Nahversorgungsangebotes auf. Auch wenn ein Großteil der Bewohner in der Kernstadt von Alzey die Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung hat, so gibt es Randbereiche, die Nahversorgungslücken aufweisen (vgl. Kap. 5.2).

⁷⁰ Zu nennen sind hierbei kleinflächige Lebensmittelbetriebe oder Nachbarschaftsläden wie z.B. "Nah und Gut", "Ihre Kette" oder "Um's Eck".



Einige Lebensmittelbetriebe sind zudem in nicht integrierter und autokundenorientierter Lage angesiedelt, die - wenn überhaupt - nur eine eingeschränkte Nahversorgungsfunktion ausüben. Auf Grund der Vielzahl der Angebote (inklusive des nach der Erhebung neu angesiedelten Lebensmitteldiscounters) und der daraus resultierenden hohen Bindungsquote wird der Konkurrenzdruck im Lebensmittelsektor in Alzey zunehmend höher. In der Folge sind Schließungen von Lebensmittelbetrieben möglich, die nach Gutachtererfahrungen oftmals kleinere Betriebsgrößen (z.B. Lebensmittel-SB-Märkte) und städtebaulich integrierte Betriebe auf Grund von Standortnachteilen betreffen. In Alzey sind daher mittel- bis langfristig weitere Nahversorgungslücken, die vor allem mobilitätseingeschränkte Bevölkerungsschichten betreffen, nicht auszuschließen.

Gleichzeitig ist, wie in Kap. 7.2.2 bereits beschrieben, zu berücksichtigen, dass sich im Rahmen des rechnerischen Verkaufsflächenentwicklungsspielraums für Nahrungs- / Genussmittel selbst über den gesamten Prognosezeitraum bis 2020 lediglich ein eingeschränktes Verkaufsflächenpotenzial von maximal rd. 1.650 qm ergibt; hierbei ist zudem zu berücksichtigen, dass nach der Einzelhandelserhebung ein weiterer Lebensmitteldiscounter an der Bahnhofstraße neu angesiedelt wurde.

Auf Grund des relativ geringen Entwicklungsspielraums sollte das vorrangige Ziel daher darin bestehen, das Lebensmittelangebot an den Nahversorgungsstandorten von Alzey zu erhalten.

Sofern es doch zu Neuansiedlungen kommt muss die Maßstäblichkeit (d.h. die Größe des Planvorhabens in Relation zur Einwohnerzahl in den angrenzenden Wohngebieten) bei jeder Neuansiedlung/ Erweiterung beachtet werden.

Darüber hinaus sollten Lebensmittelbetriebe nicht zwischen zwei oder mehr Stadtteilen angesiedelt werden: Von derartigen Standorten (sog. Scharnierstandorte) geht in der Regel keine bzw. nur eine geringe Nahversorgungsfunktion im Sinne einer fußläufigen Nahversorgungsmöglichkeit aus.



Unabhängig von diesen konkreten Möglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgung ist darauf hinzuweisen, dass durch die konsequente Einhaltung des Einzelhandelskonzeptes und das Befolgen der darin enthaltenen Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung ein Beitrag zur Sicherung einer flächendeckenden, fußläufigen Nahversorgung geleistet wird: Hierdurch kann vermieden werden, dass neuer Lebensmitteleinzelhandel an Standorten entsteht, wo er keinen entsprechenden Beitrag zur Nahversorgung leistet bzw. bestehende Strukturen gefährdet. Umgekehrt hat sich gezeigt, dass sich auf Dauer Betreiber mit den städtebaulichen Vorstellungen "anfreunden" können, wenn diese konsequent eingefordert und auch eingehalten werden.

8.3.4 Gewerbegebiete

Neben den bereits bestehenden Gewerbegebieten sollten für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel keine weiteren Standorte ermöglicht werden. Bei der Neuansiedlung von Betrieben an bestehenden gewerblichen Einzelhandelsstandorten sollte eine Begrenzung der branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente erfolgen (vgl. Kap. 8.2.2) und auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche (z.B. mehrgeschossige Bebauung) geachtet werden.

Die bestehenden zentrenrelevanten Einzelhandelsbetriebe sollten weitgehend auf ihren Bestand festgeschrieben werden.

An denjenigen Standorten, an denen bisher keine Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind, sollte Baurecht dahingehend geschaffen werden, dass dort auch zukünftig kein Einzelhandel zulässig ist.

8.4 MAßNAHMENVORSCHLÄGE STÄDTEBAU UND SONSTIGE MAßNAHMENVORSCHLÄGE

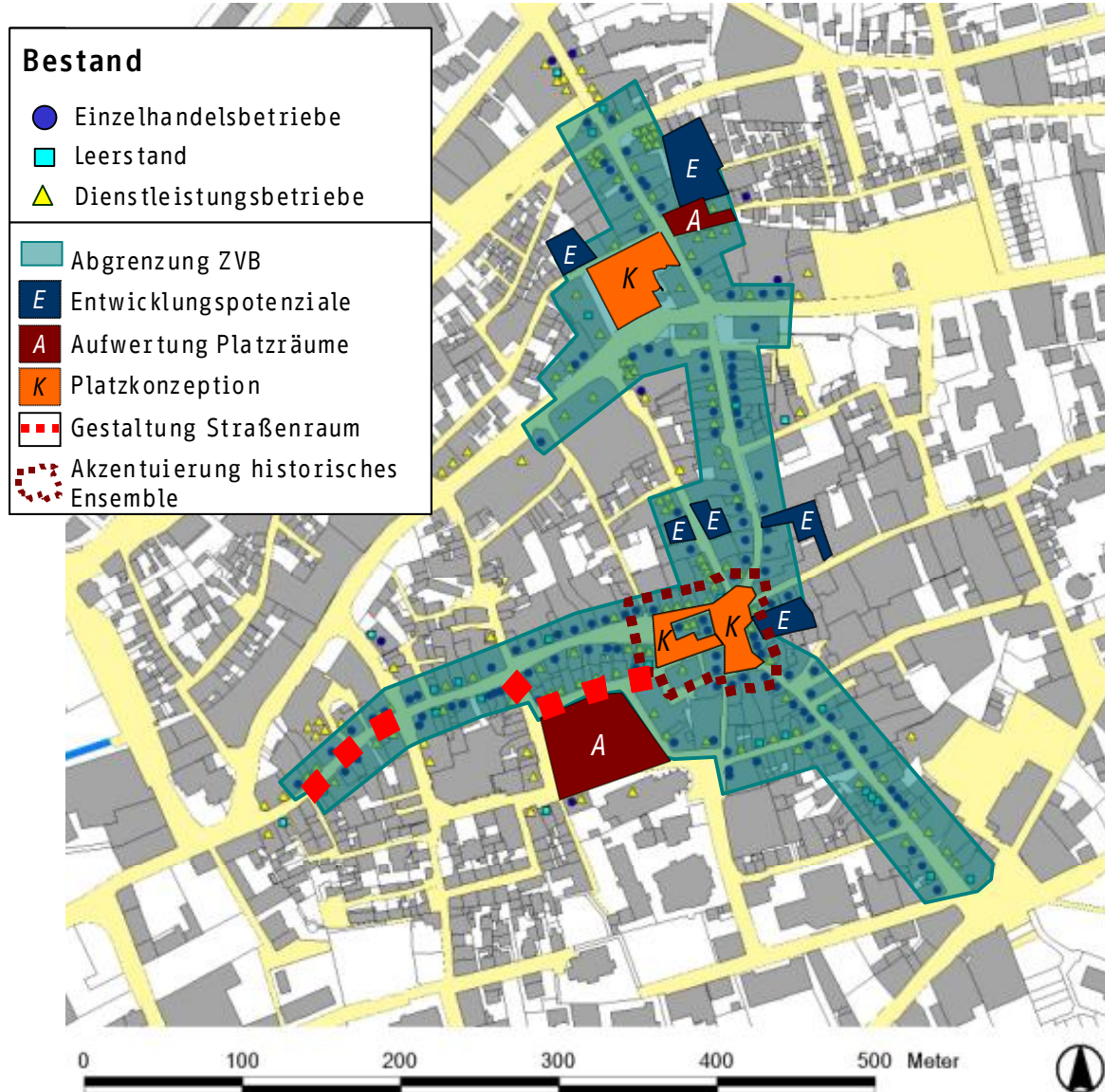
8.4.1 Städtebauliche und gestalterische Maßnahmenvorschläge

Die Stadt Alzey hat in der Vergangenheit bereits einige Anstrengungen unternommen, um das derzeitige städtebaulich-gestalterische Qualitätsniveau zu erreichen. Infolge der durch öffentliche Gelder geförderten Fortsetzung der Stadtkernsanierung des Sanierungsgebietes II "Innenstadt Süd", das auch den südlichen Teilbereich des zentralen Versorgungsbereiches umfasst (Rossmarkt, Fischmarkt, Obermarkt und St.-Georgen-Straße), sind weitere Maßnahmen zur Aufwertung des Stadtbildes zu erwarten.



Im Folgenden wird der Fokus auf mögliche städtebauliche Maßnahmen gelegt, die stellenweise bereits im Rahmen der räumlichen Entwicklungsoptionen in Kap. 8.3.1 angerissen wurden. Die städtebaulichen und gestalterischen Vorschläge beinhalten neben Aufwertungsmaßnahmen im öffentlichen Raum u.a. auch Nutzungskonzepte für die öffentlichen Plätze.

Karte 12: Städtebaulich-gestalterische Maßnahmenvorschläge für Alzey



Quelle: eigene Erhebung im Februar 2009; Kartengrundlage: Stadt Alzey

Aufwertung/ Umnutzung Kronenplatzes

Der attraktiv gestaltete Kronenplatz (Baumbepflanzung, Skulptur, Stadtmobiliar) wird in seiner Aufenthaltsqualität und Nutzbarkeit durch den ruhenden Verkehr be-

einträchtigt. Eine autofreie Umwidmung des Platzes ist aus Gutachtersicht kompensierbar, da es sich um lediglich drei Kurzzeitparkplätze handelt und im unmittelbaren Umfeld eine Vielzahl an Stellplätzen zu finden ist. Die dadurch entstehende höhere Nutzbarkeit ist z. B. auch für Außengastronomie interessant, die im Zuge der Aktivierung des Flächenpotenzials (vgl. Kap. 8.3.1, insbes. Foto 15, S. 124) zu einer Belebung des Platzraumes beitragen könnte.

Neugestaltung des Obermarktes

Der Obermarkt stellt die größte Freifläche der Innenstadt dar, die jedoch ausschließlich dem ruhenden Verkehr vorbehalten ist. Der Obermarkt besitzt jedoch ein großes Potenzial als öffentlich und flexibel nutzbarer Platzraum und besitzt mit dem historischen Brunnen und der Nikolaikirche identitätsstiftende Marken.

Foto 26: Obermarkt



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

Als städtebauliche Vision wird eine *autofreie Neugestaltung des Obermarktes zu einem vitalen, vielfältig nutzbaren, urbanen Platzraum* angeregt.

Hiermit verbunden ist eine Verbannung des ruhenden Verkehrs als Voraussetzung für eine weitergehende städtebauliche Gestaltung. Hierzu müsste jedoch geprüft werden, ob der Wegfall der insgesamt 90 Parkplätze mit hoher Auslastung kompensierbar ist (z.B. im Bereich der Stadthalle, ggf. auch durch Aufstockung) oder ob womöglich nur der nördliche Teilbereich des Obermarktes überplant werden sollte.

In die Gestaltung des Platzes müsste die Nikolaikirche stärker als bisher eingebunden und akzentuiert werden. Ähnliches gilt auch für den historischen Brunnen, der bisher in Randlage des Parkplatzes "verloren" da steht.

Neben dem Einsatz vielfältiger Gestaltungselemente (Baumpflanzung, Blumenkübel, Bänke, Beleuchtung) ist stärker als bisher auf eine barrierefreie Gestaltung und Zugänglichkeit zu achten. Im Zuge der Neugestaltung des Obermarktes ist auch die Umnutzung der Erdgeschosszonen, die teilweise zum Wohnen dienen, in Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe anzudenken. Die Belebung des Platzes



durch Freisitzmöglichkeiten der anschließenden Gastronomiebetriebe ist ein weiterer Aspekt zu einer Belebung des Platzraumes.

Platzkonzeption Parkdeck

Die Antoniterstraße ist von einem hohen Parksuch- und quellverkehr betroffen, der neben den Lärm- und Abgasemissionen auch zu einer erschwerten Durchgängigkeit führt und die Aufenthaltsqualität stark einschränkt. Zu einem großen Teil ist dies auf das Parkdeck zurückzuführen, das zudem als Platzbereich durch den ruhenden Verkehr an Aufenthaltsqualität und Nutzbarkeit einbüsst.

Daher wird eine autofreien Gestaltung empfohlen, wobei zu prüfen ist, ob ein Wegfall des Parkplatzes z.B. durch die Tiefgarage kompensierbar ist. In diesem Kontext ist auch festzuhalten, dass der Wegfall der Stellplätze auf dem Parkdeck als Standort des Wochenmarktes am Samstag augenscheinlich zu verkraften ist und an anderer Stelle kompensiert wird.

Für den Fall einer autofreien Gestaltung ist überdies eine Aufwertung des Platzraumes erforderlich, der z.B. die Erneuerung/ den qualitativen Einsatz von Bodenbelägen, Blumenkübeln, Sitzbänken und Beleuchtungskörpern umfasst und insbesondere auf das Stadtmuseum abgestimmt ist. Im Rahmen dessen bietet sich auch eine Platznutzung durch Außengastronomie an.

Platzkonzeption Rossmarkt und Fischmarkt

Der Rossmarkt und der Fischmarkt stellen zusammen auf Grund ihrer identitätsstiftenden historischen Fachwerkbauung und der darauf abgestimmten Gestaltung des öffentlichen Raums das städtebaulich-architektonische Herzstück der Stadt Alzey dar. Jedoch werden die Potenziale sowohl hinsichtlich der Nutzbarkeit der zusammenhängenden Platzräume als auch in ihrer Akzentuierung nicht hinreichend genutzt.

Zum Einen wird eine **Verlagerung des Wochenmarktes** vom Parkdeck **auf den Fisch- und Rossmarkt** angeregt. Neben ihrer historischen Bedeutung als Marktplätze stellen der Rossmarkt und der Fischmarkt im Gegensatz zum Parkdeck mit stellenweise unattraktiver, sanierungsbedürftiger Bauung und minderwertigen Nutzungen (z.B. Spielhalle und Leerstand) die eindeutig attraktiveren Platzbereiche dar, was einer Marktatmosphäre förderlich ist. Somit ergeben sich - auch auf Grund ihrer touristischen Ausstrahlung - deutlich bessere Vermarktungsmöglich-

keiten. Zudem ermöglicht der Wochenmarkt eine Frequenzsteigerung an Markttagen mitten im Zentrum, von dem die Geschäfte im zentralen Versorgungsbereich mehr profitieren können, als dies auf dem Parkdeck (nur für den nördlichen Teilbereich der Innenstadt) der Fall ist. Für die erschwerte Zufahrt für Marktbesucher müssen verkehrsregelnde Möglichkeiten über die Spießgasse, St. Georgen-Straße und Schlossgasse gefunden werden.

Überdies sollte das attraktive Bauensemble des Fisch- und Rossmarktes stärker als bisher akzentuiert werden. Ein wichtiges Gestaltungsmittel stellt hierbei eine abgestimmte Fassadenbeleuchtung dar (vgl. Beleuchtungskonzept, S. 145)

Gestaltung Straßenräume

Am Obermarkt und westlich der Zehntscheune entlang der Spießgasse fällt die Gestaltungsqualität des Straßenraums deutlich von der des übrigen zentralen Versorgungsbereiches ab. Um eine durchgehende konzeptionelle Gestaltungsart und -intensität im gesamten zentralen Versorgungsbereich zu erreichen, sollte die ansprechende Pflasterung der Gehwege fortgeführt werden, damit der

Foto 27:Spießgasse



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt als Einheit wahrgenommen wird. Dies betrifft die Pflasterung der Gehwege und deren Verbreiterung sowie eine klare gestalterische Trennung der Funktionen Gehweg, Parken und Fahrbahn.

Parkleitsystem/ Parkkonzept/ Beschilderung

Im Rahmen der Händlerbefragung wurde die Parkraumsituation in der Alzeyer Innenstadt von einer großen Anzahl der Befragten als Schwäche bezeichnet.

Unter qualitativen Gesichtspunkten erschien zum Zeitpunkt der Begehung die Parkorganisation verbesserungswürdig, da dem (insbesondere auswärtigem) Kunden ein Orientierung fehlte. Hier hat die Stadt Alzey bereits Maßnahmen ergriffen und ein Parkleitsystem entworfen.



Darüber hinaus erscheint eine moderne, differenzierte und abgestimmte **Beschilde-
rung** auch für weitere öffentliche Nutzungen und Sehenswürdigkeiten erforderlich.

Foto 28: Undifferenzierte Beschilderung in Alzey



Quelle: eigenes Foto Februar 2009

Foto 29: Parkleitsystem (bereits in Planung)

Parkleitsystem Alzey	
↑ P	Tiefgarage
↑ P	Festplatz
↶ P	Stadthalle
↑ P	Obermarkt

Quelle: eigene Darstellung

Ebenso wird angeregt, die **Parkraumbewirtschaftung** in Alzey ggf. zu überdenken. Die großen Sammelparkplätze Parkdeck, Obermarkt und Festplatz sind dadurch charakterisiert, dass der Kunde Parkscheine für die Zeit, die er in der Stadt zu bleiben gedenkt, kauft. Der Ablauf der Parkzeit zwingt den Kunden ggf. zum Auto zurückzukehren, obwohl z. B. der Einkauf oder Aufenthalt in der Innenstadt tatsächlich noch nicht abgeschlossen ist. Die Parkraumbewirtschaftung in Form einer Schranke, die bei ebenerdigen Parkplätzen wie am Festplatz möglich ist, ermöglicht ein selbstbestimmtes Parken ohne zeitlichen Druck.

Qualitätsvolle Stadtmöbel im öffentlichen Raum

Im zentralen Versorgungsbereich beeinträchtigen stellenweise alte und modernisierungsbedürftige Stadtmöbel kleinräumig das Erscheinungsbild der Stadt. Diese stehen konträr zu den öffentlich getätigten Investitionen in die Gestaltung des öffentlichen Raums. Zu nennen sind hier vor allem Blumenkübel, Müllbehälter, Straßenlampen und öffentliche Bänke. Die eingesetzten Gestaltungselemente im öffentlichen Raum sollten dabei aufeinander abgestimmt werden und gegebenenfalls saniert/ ersetzt oder bei Bedarf auch zurückgebaut werden, damit diese ihrer funktionalen Aufgabe gerecht werden, städtebauliche Bezüge hergestellt werden und ein harmonisches Stadtbild geschaffen wird. Ein positives Beispiel für den qualitätsvollen Einsatz von Stadtmöbeln befindet sich z.B. am Kronenplatz

**Foto 30: Negativbeispiel: Stadtmobiliar
(Antoniterstraße, Fußgängerzone)**



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

**Foto 31: Positivbeispiel: Stadtmobiliar
(Kronenplatz)**



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

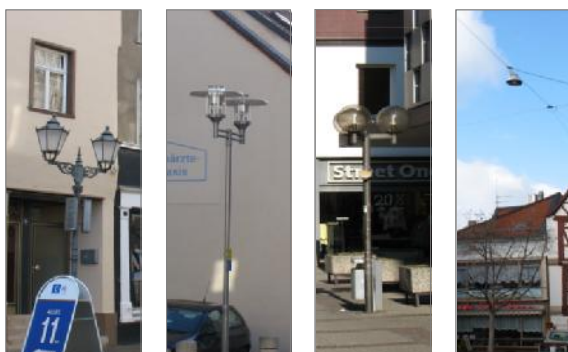
Beleuchtungskonzept

Die Art und Organisation der Beleuchtung (auch die Lichtfarbe) ist ebenso bedeutsam, da sie die Aufenthaltsqualität auch in der Dämmerung und bei Nacht nachts sichert, ein eigenes Raumgefühl erzeugt und das subjektive und objektive Sicherheitsgefühl erhöht. Die Stadtbeleuchtung aber auch die Beleuchtung der Schaufenster sind insbesondere während der dunklen Jahreszeit wichtig.

In Alzey wird das Licht als Gestaltungselement noch zu wenig eingesetzt. Der zentrale Versorgungsbereich ist in den Abendstunden nicht ausreichend ausgeleuchtet, als dass eine besondere Stadtatmosphäre entstehen würde.

Überdies ist im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Alzey ein Nebeneinander von verschiedenen Mastleuchten und Straßenlaternen (insgesamt vier verschiedene Beleuchtungstypen) zu erkennen, die nicht aufeinander abgestimmt wirken.

Foto 32: Negativbeispiel: Beleuchtung in Alzey



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

Foto 33: Positivbeispiel: Beleuchtungskonzept



Quelle: Foto aus anderer Stadt



Vor diesem Hintergrund wird ein konzeptionelles Beleuchtungskonzept, wie es viele Städte bereits entwickelt und teilweise umgesetzt haben, für den zentralen Versorgungsbereich von Alzey vorgeschlagen. Das Potenzial von Licht als Stilmittel zur Schaffung einer Stadtatmosphäre ist auch durch eine konzeptionelle Fassadenbeleuchtung zu nutzen. Daher bieten sich insbesondere die historischen Gebäude im zentralen Versorgungsbereich, hier im Besonderen der Fisch- und der Rossmarkt mit ihrer Ensemblewirkung, an.

Hierbei sind Immobilieneigentümer einzubinden, die von den Vorteilen einer Fassadenbeleuchtung überzeugt werden müssen; u.a. kann mit einer Fassadenbeleuchtung auch eine Wertsteigerung der Immobilie einhergehen.

8.4.2 Ladenflächenmanagement

Im zentralen Versorgungsbereich wurde eine sehr hohe Leerstandsquote festgestellt, die auf funktionale und strukturelle Defizite hinweist. Leerstehende Ladenlokale treten hauptsächlich konzentriert in den südlichen bzw. südwestlichen Randbereichen des zentralen Versorgungsbereiches auf. In Verbindung mit einem oft einhergehenden Sanierungsbedarf beeinträchtigen sie städtebaulich und funktional das Gesamtbild der Innenstadt und haben zudem negative Ausstrahlungseffekte auf die Umgebungsbebauung. Der Umgang mit der Leerstandsproblematik ist daher eine wichtige Herausforderung für die zukünftige Innenstadtentwicklung in Alzey.

Zu berücksichtigen sind in diesem Kontext die geänderten Rahmenbedingungen im Einzelhandel und damit verbundene Anforderungen an Einzelhandels- und Geschäftsräume. Vor diesem Hintergrund wird ein strukturiertes Vorgehen empfohlen.

1. Schritt: Klassifikation/ Bewertung der Leerstände hinsichtlich ihrer Nutzbarkeit

Zur Beurteilung der Nutzbarkeit bzw. der Vermietbarkeit müssen die leerstehenden Ladenlokale bzw. die Immobilien klassifiziert und bewertet werden. Neben der Lage im Stadtgebiet und dem Gebäudezustand betrifft dies auch den Ladenzustand und die Umgebungssituation. Konkret sind die Immobilien nach folgenden **Kriterien** zu bewerten:

- Eigentumsverhältnisse,
- Größe der Ladenlokale, um zukünftig Handel zu betreiben,



- Grundrisse, die kostengünstige Konzepte realisieren lassen (z. B. übersichtlicher Zuschnitt),
- baulicher Zustand (z.B. barrierefreie Zugänge, Schaufenster)
- Mindestfrequenz für bestimmte Straßen,
- Erreichbarkeit,
- Angebotssituation im Umfeld (d. h. welche Angebotsergänzungen machen Sinn?),
- Städtebauliche Umgebungssituation (z. B. Gestaltung des öffentlichen Raumes, Sicherheit, Sauberkeit),
- Miethöhe, die vom Handel erwirtschaftbar ist.

Die Objektdaten der einzelnen Ladenlokale müssen auf dieser Grundlage aufgenommen, in Form eines Leerstandskatasters (ähnlich dem eines Baulückenkatasters) durch die Verwaltung zusammengeführt und hinsichtlich ihrer Nutzbarkeit bewertet werden. Grundvoraussetzungen sind zudem Gespräche mit den Immobilieneigentümern, um die Rahmenbedingungen für eine Wiedervermietung (z.B. Verfügbarkeit, Miethöhe, Priorisierung von Branchen) zu klären.

2. Schritt: Entwicklung von Nutzungsperspektiven

Auf der Grundlage der Bewertung können Nutzungsperspektiven ausgearbeitet werden. Diese können von einer Ladennutzung für Einzelhandel über Büro-/ Dienstleistung bis hin zum Wohnen reichen. Auch der Abriss einer leerstehenden Immobilie kann eine Nutzungsperspektive darstellen, wenn damit zudem bauliche Missstände beseitigt werden und/ oder ein städtebaulicher Gewinn die Folge ist (z.B. Schaffung von Platzräumen, Auflockerung, Blickbeziehungen etc.).

3. Schritt: Vermarktungskonzept

Die Kommunikation, das etwas passiert, ist zeitgleich eine wichtige Basis für den Erfolg eines Ladenflächenmanagements. Hier bietet sich die Präsentation auf der Internetseite der Stadt Alzey an, auf der zugleich die Mietangebote vorgestellt und beworben werden. Auch sind in Form von "Matching-Gespräche" Interessenten und Immobilieneigentümer zusammenzuführen und Gespräche mit den örtlichen Händlern über mögliche Zwischennutzungen, Standortverlagerungen oder Eröffnung zusätzlicher Geschäfte zu führen. Die Ziele und die Erfolge des Ladenflächenmanagements müssen zudem offen und ehrlich in den regionalen Medien kommuniziert werden.



4. Schritt: Maßnahmen

Zur Wiedervermietung bzw. Wiedernutzbarmachung sind möglicherweise bauliche/energetische **Modernisierungen**, Umbauten und auch ein Vermarktungskonzept notwendig.

Neben der **Neuansiedlung** von Betrieben ist auch über **Umsiedlung** und **Erweiterung** (mit oder ohne Umsiedlung) nachzudenken. Hierbei ist auch die Möglichkeit der **Zusammenlegung** mit benachbarten Geschäften im gesamten zentralen Versorgungsbereich zu prüfen, um die Realisierung moderner, wirtschaftlich stabilerer Geschäftseinheiten zu ermöglichen. So können durch Zusammenlegung von Geschäftsflächen, z.T. auch über mehrere Gebäude bei einer geschlossenen Bebauung wie in der Alzeier Innenstadt, größere zusammenhängende Verkaufsflächen geschaffen werden. Erfahrungsgemäß weisen durch Zusammenlegung entstandene Geschäfte oftmals einen individuellen Charakter auf, ohne das Stadtbild zu beeinträchtigen.

Foto 34: Flächenzusammenlegung in Esslingen



Quelle: eigenes Foto, August 2008

Foto 35: Flächenzusammenlegung in Aalen



Quelle: eigenes Foto, November 2008

Das Thema **Zwischennutzung** ist auch in Alzey von besonderer Bedeutung. Es wurde bereits festgestellt, dass viele Leerstände nicht "kaschiert" werden und infolgedessen das äußere Erscheinungsbild zusätzlich beeinträchtigen. Insbesondere im zentralen Versorgungsbereich sollten die Schaufenster daher immer dekoriert werden. Hier können auch Kunstobjekte eine gelungene Zwischennutzung für Leerstände darstellen ("Kunst im Leerstand"), Hierbei können auch Schulen und Kindergärten in die Gestaltung miteingebunden werden. Zwar werden hierdurch funktionale Lücken nur "kaschiert", dennoch ergibt sich eine abwechslungsreiche bzw. informative Schaufenstergestaltung, die das Erscheinungsbild nicht trübt. Neben derartigen

zeitbeschränkten Aktionsflächen sind auch temporäre Einzelhandelsnutzungen (z.B. Eisdielen im Sommer) in der Praxis oft realisierte Zwischennutzungen. Daneben können benachbarte Geschäfte die Schaufenster als zusätzliche Ausstellungsfläche nutzen. Diesbezüglich bedeutsam sind auch die örtliche Tourismusorganisation, welche die Schaufenster als Werbeflächen dekorieren können.

**Foto 36: Nicht kaschierter Leerstand -
Negativbeispiel Alzey**



Quelle: eigenes Foto Februar 2009

**Foto 37: "Kunst im Leerstand" - Beispiel einer
Zwischennutzung**



Quelle: eigenes Foto aus anderer Stadt

8.4.3 Weitere Maßnahmenvorschläge

Zusätzlich zu den städtebaulich-gestalterischen Maßnahmen sowie den unterschiedlichen baulichen Maßnahmenvorschlägen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung gibt es innerhalb eines Stadtentwicklungsprozesses zahlreiche weiche Faktoren, die für eine positive Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches von großer Bedeutung sind.

Das Erleben des städtischen Umfelds in all seinen Facetten durch die Kunden ist bedeutend für die Entscheidung für einen Einkauf in der Alzeier Innenstadt und macht den Unterschied zu Standorten auf der "grünen Wiese" (z.B. Industriegebiet Ost) aus. Ein attraktives lebendiges Stadtzentrum lebt von seinem ansprechenden Einzelhandelsangebot, denn das Einkaufen ist - wie verschiedene Untersuchungen belegen - nach wie vor das Leitmotiv für den Besuch eines Stadtzentrums (vgl. Abb. 12, S. 41). Diese Funktion gilt es in Zukunft weiter zu stärken und auszubauen. Die Stadt kann durch ein Entwicklungskonzept Rahmenbedingungen für eine positive Entwicklung der Einzelhandelssituation in Alzey schaffen. Für die Ausgestaltung dieser Rahmenbedingungen sind jedoch auch die ortsansässigen Akteure selbst - Einzelhändler, Gastronomen, Dienstleister und Immobilieneigentümer - verantwortlich,



die durch ihr Handeln und ihre Außendarstellung eine wichtige Position innerhalb einer funktionierenden, lebendigen Stadt einnehmen.

Grundsätzlich bieten sich die folgenden **Maßnahmen** an:

- Anpassung der (Kern-)Öffnungszeiten und deren Bewerbung
- Verbesserung der Eigensicht (positives Auftreten gegenüber Kunden, Hervorheben der Alzeier Stärken etc.)
- Anpassung/ Überprüfung Flächenbedarf (ggf. Umsiedlung)
- Ausschöpfung/ Abschätzung touristischer Potenziale
- gemeinsame Werbung der Geschäfte in der Innenstadt (Ansätze wie City-Card Alzey weiterentwickeln)
- attraktive Ladenkonzepte/ Warenpräsentation/ Schaufenstergestaltung
- qualitätsvolle Außenbestuhlung
- Regulierung Lieferverkehr
- Verlagerung Wochenmarkt vom Parkdeck auf Rossmarkt und Fischmarkt (vgl. Kap. 8.4.1, Platzkonzeption Rossmarkt, Fischmarkt)

Im Folgenden werden beispielhaft einige Maßnahmenvorschläge näher erläutert, die u.a. von den Händlern zukünftig berücksichtigt werden sollten. Dabei stehen nicht einzelne Maßnahmen im Vordergrund, sondern es kommt auf das Zusammenspiel unterschiedlicher Maßnahmen an.

Modernisierung/ Umbau Immobilie

Bereits in der städtebaulichen Stärken-Schwächen-Analyse der Innenstadt wurde auf städtebauliche bzw. architektonische Defizite im Sinne von unattraktiven Erdgeschosszonen bzw. Schaufensterfronten hingewiesen. Ladenflächen und Schaufensterfronten entsprechen häufig nicht mehr den modernen Ansprüchen und können teilweise negative Ausstrahlungseffekte auf das gesamte Umfeld haben. Eine attraktive Fassadengestaltung und eine regelmäßige Sanierung bzw. Instandsetzung der Gebäude können eine erhebliche Aufwertung der einzelnen (Einzelhandels)betriebe und damit auch eines gesamten Quartiers nach sich ziehen. Dies betrifft auch die Gewährleistung einer Barrierefreiheit, d.h. einer ebenerdigen Zugangsmöglichkeit (z.B. per Rampe). Allerdings sind in diesem Punkt die Einzelhändler auch auf die Mithilfe der Immobilieneigentümer angewiesen. Die Händlerbefragung ergab, dass



sich insgesamt gut drei Viertel der Händler im zentralen Versorgungsbereich in Miete befinden. Dies verdeutlicht die Verantwortlichkeit der Immobilieneigentümer, die mit ihrem Verhalten einen erheblichen Einfluss auf das Stadtbild und die Aufenthaltsqualität eines Standortes haben. So ist deren Einverständnis und finanzielles Engagement notwendig, um mögliche **Umbaumaßnahmen oder Modernisierungen** vornehmen zu können. Gleichzeitig ist auch hier auf die indirekte Wirkungsweise einer konsequenten Einhaltung des Einzelhandelskonzeptes hinzuweisen: Wenn dem Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich keine zusätzlichen Wettbewerbsnachteile entstehen - indem zentrenrelevanter Einzelhandel zu wesentlich günstigeren Konditionen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden kann - steigt auch die Zahlungsfähigkeit für Mieten. Dementsprechend sind derartige Investitionen bei Verfolgen des Einzelhandelskonzeptes eher refinanzierbar.

Warenpräsentation, Schaufenstergestaltung, Außenstände

Im Hinblick auf die Profilierung der Alzeyer Innenstadt als dauerhaft hochwertigen Einzelhandelsstandort mit z.T. spezialisiertem Angebot und attraktivem Innenstadtfair ist eine qualitativ hochwertige Gestaltung der Gebäude und Schaufensterfronten notwendig. Gestalterische und funktionale Modernisierungen sind wesentliche Grundlagen für einen dauerhaften Fortbestand von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben.

Gleichzeitig betrifft dies jedoch auch die Warenpräsentation sowie die Gestaltung der Schaufenster. Eine attraktive Gesamtpräsentation des eigenen Ladens und dessen Umfeldes ist insbesondere für die inhabergeführten Einzelhandelsbetriebe unverzichtbar, um diesen Bereich durch ein individuelles, innerstädtisches Erscheinungsbild auch gegenüber den großflächigen Magnetbetrieben im Industriegebiet Ost zu qualifizieren. Daher kommt der Warenpräsentation eine steigende Bedeutung zu; sie sollte dabei modernen Ansprüchen genügen, sich in ihre architektonische und städtebauliche Umgebung einfügen und regelmäßig erneuert werden. Dabei ist die Beibehaltung der Präsentationsart - zumindest über einen gewissen Zeitraum - für die Wiedererkennung der Geschäfte von Bedeutung. Jeder einzelne Betrieb sollte seine eigene, spezifische und zielgruppenorientierte Präsentation entwickeln, um sich dadurch von seinen Nachbarn und Mitbewerbern zu unterscheiden und gleichzeitig dem Kunden die bestehende Angebotsvielfalt stärker zu vermitteln. Dies gilt



sowohl für die Gestaltung der Schaufenster als auch für den Eingangsbereich und die gesamte vom Kunden einsehbare Fläche. Dabei ist auch auf die Übersichtlichkeit der Warenpräsentation zu achten, damit die Kunden sich nicht in dem Geschäft "verlieren". Durch die Ausgestaltung eines speziellen, möglichst individuellen Angebotes bieten sich auch kleinen und kleinsten Einzelhandelsbetrieben Chancen, sich im Wettbewerb zu profilieren. Die Attraktivität des zentralen Versorgungsbereiches ist von der Warenpräsentation aller Betriebe abhängig und sollte deshalb auch Gegenstand von Diskussionen und der Zusammenarbeit der Einzelhändler untereinander sein.

Foto 38: Negativbeispiel für Außenstände in Alzey



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

Foto 39: Positivbeispiel für Warenpräsentation



Quelle: eigenes Foto, andere Stadt

In ähnlicher Weise gilt dies auch für **Außenstände und Werbeaufsteller**: Teilweise wird der öffentliche Raum als Erweiterung der Verkaufsfläche genutzt, was nicht nur die Durchgängigkeit der einzelnen Bereiche beeinträchtigt sondern auch die Atmosphäre und Aufenthaltsqualität stört; unangemessene Verkaufsständer und aufdringliche Außenwerbung wirken so z.T. unangebracht. Es sollte daher auch im Interesse der Gewerbetreibenden sein, dass Werbeanlagen und Auslagen - wenn überhaupt - in einem begrenzten Umfang und in hochwertiger Qualität im öffentlichen Raum platziert werden, da ein dezenter Einsatz von Werbemitteln und Außenständen häufig qualitätsvoller wirkt und damit positive Auswirkung auf die Atmosphäre in der Innenstadt hat. Zur Konfliktlösung können hierbei Gestaltungsrichtlinien beitragen.



Qualitätsstandards Außengastronomie

Ähnlich wie bei Einzelhandelsbetrieben sollten Qualitätsstandards hinsichtlich der Außenmöblierung von Gastronomiebetrieben eingehalten werden, die dem Standort gerecht werden. Bei zunehmender Außengastronomie, die für sich genommen einen erheblichen Beitrag zur Aufenthaltsqualität leistet, gewinnt die Qualität bei der Möblierung eine entsprechende Bedeutung im Stadtbild. Umgekehrt verursachen Negativbeispiele eine erhebliche Beeinträchtigung des Stadtbildes und können sich damit ungünstig auf das gesamte Umfeld auswirken.

Ogleich auf Grund des Erhebungszeitpunktes im Winter keine Aussagen über die tatsächliche Qualität der Freisitzmöglichkeiten in Alzey getätigt werden können, ist auf die grundsätzliche Bedeutung einer qualitätsvollen Außengastronomie hinzuweisen. Insbesondere im Umfeld des Rossmarktes, wo sich zahlreiche unterschiedliche Gastronomiebetriebe konzentrieren, könnten solche gestalterischen Mittel zu einer Attraktivitätssteigerung des Stadtbildes beitragen und somit die Aufenthaltsqualität verbessern.

Standardisierung der (Kern-)Öffnungszeiten

Zu einem guten Kundenservice und zu einer Attraktivitätssteigerung innerhalb einer Innenstadt gehört auch die Systematisierung der Ladenöffnungszeiten, die neben einer attraktiven Einkaufsatmosphäre auch dazu führen kann, dass die Verweildauer in der Innenstadt weiter gesteigert werden kann. Dabei sollte es vorrangig, um das Erreichen von Kernöffnungszeiten gehen, in denen der Kunde sicher davon ausgehen kann, in der Innenstadt alle Geschäfte und möglichst viele öffentliche und private Dienstleistungsangebote geöffnet vorzufinden. Über diese Kernöffnungszeiten sollten die Kunden in regelmäßigen Abständen informiert werden. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass dies positiv formuliert wird. Bei kleineren, zumeist inhabergeführten Betrieben, bei denen ein Ladenbesitzer das Geschäft häufig alleine führt, müssen individuelle Lösungen gefunden werden, beispielsweise könnten sich zwei Fachgeschäfte ein Ladenlokal teilen.



Regulierung/ Neuorganisation von Anlieferzeiten

Aus Sicht der Passanten und derjenigen Nutzer, welche die Fußgängerzonenqualität brauchen (z.B. Gastronomie) ist ein stetiger Verkehrsfluss des Anlieferverkehrs innerhalb der Fußgängerzone, der die Aufenthaltsqualität und -sicherheit erheblich beeinträchtigt, inakzeptabel.

Foto 40: Regulierung Lieferverkehr



Quelle: eigenes Foto, Februar 2009

Der - ungeachtet zeitlicher Begrenzung - tatsächlich unbegrenzte Anlieferverkehr schmälert die Qualität des öffentlichen Raumes in erheblichem Maße. Daher sollte eine für alle verträgliche Lösung - beispielsweise eine Anlieferung in den frühen Morgenstunden oder am Abend nach Geschäftsschluss - gesucht werden, da dies die Innenstadtatmosphäre in beträchtlichem Maße positiv beeinflusst und somit ein Zugewinn für Einzelhändler, Dienstleister und auch Gastronomen sein könnte.



8.5 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG - VERFAHRENSVORSCHLAG

Als Grundlagen für das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels dienen die dargestellten Arbeitsschritte

- zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kap. 4.3.2 bzw. Kap. 8.3.2)
- zur Entwicklung der Sortimentszuordnung (vgl. Kap. 8.1),
- zu den räumlichen Entwicklungsoptionen (vgl. Kap. 8.3) und
- zur Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 7).

Im Folgenden sind die Vorgehensweise für Verwaltung/ Politik für die Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes und die sich daran anschließenden Arbeitsschritte dargestellt.

8.5.1 Öffentliche Information

Damit das Einzelhandelskonzept seine planungsrechtliche Wirkung voll entfalten kann - dies betrifft z.B. die Anwendung des § 9 (2a) BauGB, bei der ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen ist -, ist u.E. eine öffentliche Information in Anlehnung an § 3 BauGB erforderlich.

Ebenfalls wird eine Beteiligung der Träger öffentlicher Belange empfohlen (z.B. IHK, Regionalverband, Nachbargemeinden). Gemäß des LEP IV Rheinland-Pfalz sind die städtebaulich integrierten Standorte für großflächigen Einzelhandel (zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB) sowie Ergänzungsstandorte für den nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel ohnehin in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen.⁷¹

Dafür sollte eine Auslegung des aus dem Gutachten abgeleiteten *Entwurfs eines Einzelhandelskonzeptes* (vgl. Kap. 8.5.2 und 8.5.3) sowie des vorliegenden Gutachtens selbst erfolgen. Die eingehenden Anregungen sollten dann einer Würdigung unterzogen werden und im Hinblick auf die daraus abgeleiteten Konsequenzen gewertet werden.

⁷¹ Vgl. LEP IV Rheinland-Pfalz 2008: 3.2.3 (Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)), Z 58 und Z 59.



Das *endgültige Einzelhandelskonzept* kann dann vom Stadtrat beschlossen werden, wobei die Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung in die Abwägung eingehen.

Unabhängig von dieser Frage ergibt sich für die Umsetzung die im Weiteren dargestellte Vorgehensweise.

8.5.2 Festlegen einer Sortimentsliste

Die in Kap. 8.1 beschriebene örtliche Sortimentsliste, die eine Unterscheidung der Sortimente in zentren-/ nahversorgungs- bzw. nicht zentrenrelevant vornimmt, stellt zunächst einen Vorschlag dar, der u.E. der Öffentlichkeitsbeteiligung zugänglich gemacht werden sollte.

Der Stadtrat sollte letztlich diese - nach Abwägung der ggf. durch Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung geänderten - Liste beschließen, damit für jeden Betroffenen (z.B. zukünftige Investoren, vorhandene Betriebe) die Verbindlichkeit und damit die Bedeutung als investitionssicherndes Instrument deutlich wird. Mit einem solchen Beschluss wird deren zentraler Stellenwert signalisiert.

Mit diesen Einstufungen - und insbesondere mit der politischen Verabschiedung einer solchen Sortimentsliste - signalisiert die Stadt Alzey, welcher Einzelhandel aus städtebaulichen Gründen in Zukunft im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden soll. Allerdings muss das Konzept auch planungsrechtlich in Form von Bebauungsplänen umgesetzt werden.

Diese Sortimentsliste muss zukünftig Teil der B-Pläne mit Aussagen zur Steuerung von Einzelhandel sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel hinsichtlich seiner Zentrenrelevanz enthalten sind.

8.5.3 Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig

In Verbindung mit der o.g. Sortimentsliste ist deutlich zu machen, an welchen Standorten der Stadt welche Art von Einzelhandel auch künftig noch zulässig sein wird. Dafür wurde im vorliegenden Gutachten ein Vorschlag für die (perspektivische) Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiches unterbreitet, dieser ent-



spricht dem zentralen Versorgungsbereich gemäß BauGB und ist seitens der Stadt nach Beschluss gleichsam parzellenscharf darzustellen.⁷²

Darüber hinaus bietet sich an, Festsetzungstypen für die jeweiligen Bereiche zu entwickeln (vgl. für gewerblich geprägte Standorte Vorschläge unten).

Sofern die u.E. erforderliche Öffentlichkeitsbeteiligung durchgeführt wird, sind die Abgrenzung sowie evtl. vorgesehene Komplettausschlüsse von Einzelhandel in bestimmten Gebieten und die Festsetzungstypen zunächst im Entwurf zu erstellen.

Auch die Abgrenzung, die Entscheidung über einen vollständigen/ teilweisen Ausschluss von Einzelhandel in bestimmten Bereichen und die Typen sind letztlich vom Stadtrat zu beschließen.

Auf diese Weise können An- und Umsiedlungsanträge sehr schnell bewertet werden: grundsätzlich zulässige Betriebe können entsprechend schnell weiterbearbeitet werden, so dass dieses Vorgehen auch zur Verfahrensbeschleunigung bzw. zur Erhöhung der Effizienz im Verwaltungshandeln dient.

Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels (vgl. Kap. 8.2) beziehen sich im Wesentlichen auf den zentralen Versorgungsbereich und auf Gewerbegebiete bzw. auf entsprechend zu definierende unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB. Eine konkrete bauplanungsrechtliche Definition der zukünftigen einzelhandelsbezogenen Nutzungen ist nur durch eine Einzelbeurteilung des jeweiligen Standortes möglich. Im Grundsatz lassen sich jedoch folgende *Festsetzungstypen für gewerblich geprägte Standorte* (§ 34 BauGB bzw. § 8 oder 9 BauNVO) unterscheiden, wobei die Festsetzung von Sonderbauflächen grundsätzlich eine Einzelfallbetrachtung erforderlich macht:

1. **Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig.*
2. **Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig. Ausnahmsweise ist gemäß § 1 (9) BauNVO der Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugzubehör (Lkw, Pkw, Motorräder) sowie Mineralölen, Brennstoffen zulässig.*

⁷² BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



(Typische Vertreter der ausnahmsweise zulässigen Handelsbetriebe stellen neben Autohäusern der Reifenhandel sowie Betriebe mit Autoteilen und -zubehör dar.)

3. Festsetzungstyp *Gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO ist ausschließlich nicht zentrenrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel zulässig. Ausnahmsweise sind branchentypische zentrenrelevante Randsortimente⁷³ bis 10% der Fläche zulässig.*

Ein Beispiel für einen derartigen Einzelhandelsbetrieb wäre ein Anbieter von Bodenbelägen und Tapeten mit einer Verkaufsfläche von weniger als 800 qm, der als Ergänzungs- bzw. Randsortiment Haus-/ Heimtextilien oder Gardinen anbietet.

4. Festsetzungstyp *Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerks der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren auf einer untergeordneten Fläche bis zu xxx qm zulässig (Handwerkerprivileg)⁷⁴. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger, Konditor).*

5. Festsetzungstyp *Festsetzungen entsprechend dem § 1 (10) BauNVO - "Fremdkörperfestsetzung": Dies könnte beispielsweise in einem Gewerbegebiet angewendet werden, in dem künftig Einzelhandel ausgeschlossen werden soll. Ein bereits vorhandener Einzelhandelsbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) kann dann über die Fremdkörperfestsetzung in seiner Existenz auf gesichert werden.*

Insbesondere bei der Überplanung von Baugebieten im Bestand sind sonstige rechtliche Aspekte (Fristen, Genehmigungsansprüche, Baurechte etc.) zu beachten. Bevor entsprechende Planungsabsichten formuliert werden können, sind diese und andere relevante Aspekte im Rahmen einer Baurechtsanalyse zu prüfen.

Üblicherweise werden lediglich gewerblich geprägte Baugebiete im Hinblick auf eine städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels überprüft und ggf. überplant. Außer Acht gelassen werden die Mischgebiete (§ 6 BauNVO), die u.U. im Hinblick auf eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ebenso einen be-

⁷³ Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.

⁷⁴ Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die qm-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



deutende Rolle spielen können. Für Mischgebiete sollte überprüft werden, ob auch in diesen zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen werden sollte. Auch dies ist mit dem vorhandenen Planungsinstrumentarium möglich.

In Alzey erscheint beispielsweise dann ein Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Mischgebieten sinnvoll, wenn die Gefahr besteht, dass mögliche Ansiedlungen von Betrieben über die Nahversorgung eines Gebietes hinausgehen und/ oder die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigen.

Für Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO), allgemeine sowie besondere Wohngebiete (§ 4 bzw. 4a BauNVO) und Dorfgebiete (§ 5 BauNVO) gilt dies ebenfalls.

Mit dem Beschluss des Stadtrates wird das Einzelhandelskonzept zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, das bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen ist. Damit besteht auch die Möglichkeit der Anwendung von § 9 (2a) BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB).

8.5.4 Bauleitplanerische Umsetzung der Zielvorstellungen

Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen entgegenstehen, ist zu prüfen, welche Bereiche in Alzey durch die bisherigen bauplanungsrechtlichen Festsetzungen (überplante Bereiche, § 30/ 31 BauGB) oder auch das Fehlen solcher (unbeplante Innenbereiche, § 34 BauGB) im Sinne der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes gefährdet sind. Die entsprechenden Regelungen sind sodann entsprechend anzupassen. Bei bestehenden B-Plänen reicht u.U. eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO bzw. ein vereinfachtes B-Planverfahren nach § 13 BauGB aus. Bei einer reinen Umstellung auf die aktuelle BauNVO ist allerdings zu beachten, dass damit dennoch jeglicher Einzelhandel bis zur Großflächigkeit allgemein zulässig ist, sofern keine anderen Regelungen bestehen. Bei § 34-Gebieten ist die Aufstellung eines B-Plans oder die Anwendung des § 9 (2a) BauGB zu überprüfen, da nur so beispielsweise durch § 34 (3) BauGB nicht steuerbare Betriebe entsprechend den Zielsetzungen behandelt werden können.

Für den Fall eines akuten Handlungsbedarfs stehen nach einem Aufstellungs-/ Änderungsbeschluss die im Baurecht vorgesehenen Sicherungsinstrumente "Zurückstellung von Baugesuchen" (§ 15 BauGB) bzw. "Veränderungssperren" (§ 14 BauGB) zur Verfügung. Insbesondere bei Veränderungssperren muss deutlich gemacht werden, dass



alle Veränderungen, die den planerischen Zielen nicht zuwiderlaufen, auch weiterhin zulässig sind. Es sind nur die Veränderungen unzulässig, die dem Zweck der Veränderungssperre widersprechen.

Die Begründung in den B-Plänen, in denen auf den Einzelhandel bezogene Regelungen vorgenommen werden, muss auf das Einzelhandelskonzept und insbesondere die damit verfolgten Ziele sowie die verfolgte räumliche Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches von Alzey Bezug nehmen.

8.6 ZUSAMMENFASSENDER BEWERTUNG

Durch die Beschlussfassung eines Einzelhandelskonzeptes kann die Stadt Alzey planerisch und politisch den Rahmen für eine positive Entwicklung setzen. Im vorliegenden Gutachten wurden u.a. die Grundlagen für die (perspektivische) Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt von Alzey und ein Vorschlag für eine Sortimentsliste erstellt. Grundvoraussetzung für eine rechtssichere Planung ist die Klärung der tatsächlichen, örtlichen Verhältnisse und Begebenheiten, die sich auf eine Verkaufsflächenerhebung, Einzelhändlerbefragung und städtebaulich-funktionale Bestandsaufnahme in Alzey stützt.

Mit der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (einschließlich aufgezeigter räumlicher Entwicklungsmöglichkeiten), den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Sortimentsliste kann in der Stadt Alzey flächendeckend jede Anfrage zur Ansiedlung von (großflächigem) Einzelhandel unmittelbar bewertet werden: Es ist sofort feststellbar, an welchen Standorten zentrenrelevanter Einzelhandel in Zukunft zulässig und an welchen Standorten er unzulässig sein wird. Jede Standortbewertung - zumindest im Hinblick auf (großflächige) zentrenrelevante Angebote - stellt nichts anderes dar, als eine Anwendung der Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung.

Daneben sind jedoch auch weiterführende städtebaulich-gestalterische Maßnahmen (z.B. Schaffung von Platz- bzw. Aufenthaltsqualitäten) und dementsprechend öffentliche Investitionen notwendig, um die Attraktivität und Identität des zentralen Versorgungsbereiches spürbar zu verbessern. Auch weitere Akteure, insbesondere Einzelhändler (z.B. hinsichtlich der Warenpräsentation), Gastronomen (z.B. hinsichtlich einer qualitätsvollen Außenbestuhlung) und Immobilieneigentümer (z.B. hinsichtlich



der Fassadengestaltung, -beleuchtung bzw. der Mitwirkung bei einem Ladenflächenmanagement) sind für eine positive Innenstadtentwicklung mit verantwortlich.

Auch wenn eine große Zahl an Akteuren im öffentlichen wie privaten Sektor im Zusammenwirken einen attraktiven Einzelhandelsstandort entstehen lässt, darf nicht übersehen werden, dass ein Kernelement für die Attraktivierung des zentralen Versorgungsbereiches das Einzelhandelskonzept ist. Ohne ein solches Konzept, an das sich zunächst vor allem die Politik halten muss, sind die hier aufgeführten (ergänzenden) Maßnahmen kaum für eine nachhaltige Attraktivierung ausreichend; das Fehlen eines solchen Konzeptes führt dazu, dass öffentliche und private Investitionen ad absurdum geführt werden.

Die Wirkungen eines umgesetzten Einzelhandelskonzeptes sind teilweise erst nach Jahren zu erkennen: Die Schaffung von Vertrauen, dass sich die Stadt Alzey an ein Einzelhandelskonzept halten wird, erfordert aber kontinuierliche Verlässlichkeit unabhängig von zeitnahen Erfolgsmeldungen.

Aus diesem Grund ist es wichtig, dass sich der Stadtrat konsequent an dieses Konzept hält, wenn er es beschließt. Dies schließt auch ein Überprüfungserfordernis der Wirkungen des Konzeptes nach erfahrungsgemäß rd. 5 Jahren ein.



Glossar

Die **Bindungsquote** bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet (auch Zentralität genannt). Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%). (siehe auch Kaufkraftverbleib). Als "unechte Bindungsquote" wird im vorliegenden Gutachten die Relation des Umsatzes in einem Gebiet (hier im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt) zur Kaufkraft in einem anderen Gebiet (hier in der Gesamtstadt) bezeichnet.

Einzelhandel im engeren Sinne ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne Apotheken, den Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Metzgereien (Lebensmittelhandwerk).

Darüber hinaus wurden allerdings auch Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen, in die vorliegende Untersuchung einbezogen: Diese Angebotsformen wandeln sich zunehmend zu Handelsbetrieben.

Fachdiscounter sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haushalt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den niedrigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

Fachgeschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) anbieten.

Fachmärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport-, Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in ge-



wachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortiments-spezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Als **Innenstadt** ist das Gebiet einer Stadt zu verstehen, in dem sich die gesamtstädtisch und überörtlich bedeutsamen Funktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung für eine begrenzte Zulässigkeit von Einzelhandel der zentrale Versorgungsbereich entscheidend ist, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (z.B. Lebensmittelhandwerk, Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentlichem Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung der Innenstadt heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Stadt.

Eine **integrierte Lage** im Sinne dieser Untersuchung liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für Innenstadt/zentrale Versorgungsbereiche und sonstige integrierte Lagen dar.

Als **nicht integrierte Lagen** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/ Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich als sonstigen zentralen Versorgungsbereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb der Innenstadt/ des zentralen Versorgungsbereichs.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt. (s.a. Nachfrage)



Kaufkraftkennziffern stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Die BBE Köln prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.

Der **Kaufkraftverbleib** bezeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der in diesem ausgegeben wird. Der **Kaufkraftabfluss** kennzeichnet den Teil der Kaufkraft in einem Gebiet, der außerhalb dieses Gebietes ausgegeben wird. Der **Kaufkraftzufluss** entspricht der Summe aller Kaufkraftanteile, die aus anderen Gebieten dem betrachteten Gebiet zufließen.

Die **Verbleibquote** ergibt sich dadurch, dass der Verbleib in Relation zur Kaufkraft in dem Gebiet gesetzt wird, in dem sie verbleibt.

Der Umsatz in einem Gebiet (U) ergibt sich aus der Kaufkraft in diesem Gebiet (KK), vermindert um Abflüsse in andere Regionen (A), vermehrt um Zuflüsse von außerhalb (Z): $U = KK - A + Z$.

Die am Ort verbleibende Kaufkraft (V) ist die Differenz zwischen vorhandener Kaufkraft und Kaufkraftabflüssen in andere Gebiete: $V = KK - A$.

Entsprechend ergibt sich der Umsatz auch als Summe aus am Ort verbleibender Kaufkraft und Kaufkraftzuflüssen von außerhalb: $U = V + Z$.

Die **einzelhandelsrelevante Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, d.h. die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt. (s.a. Kaufkraft)

Zentraler Versorgungsbereich (s. Innenstadt).

Der Begriff des **zentralen Versorgungsbereichs** z.B. im Sinne der §§ 9 (2a) und 34 BauGB *kann mehr* als der Begriff des (einzelhandelsbezogenen) zentralen Bereichs umfassen: Wenn nämlich zentrale Einrichtungen außerhalb des zentralen Bereichs, aber angrenzend an diesen zu finden sind.

In keinem Fall aber kann ein zentraler Versorgungsbereich weniger als den unter Einzelhandelsaspekten abgegrenzten zentralen Bereich umfassen.



Umgekehrt *muss nicht* jeder zentrale Bereich einen zentralen Versorgungsbereich darstellen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die über den Nahbereich hinausreichende Versorgungsfunktion nicht (umfassend) erfüllt ist.

Auch bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen kommt dem Einzelhandel (als einer zentralen Einrichtung) herausgehobene Bedeutung zu - aber allein die Tatsache einer Konzentration von Einzelhandel reicht nicht aus, einen zentralen Versorgungsbereich zu begründen⁷⁵.

In Alzey gibt es in der Kernstadt einen zentralen Versorgungsbereich.

Supermärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm Lebensmittel einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 qm, nach internationalen Panelinstituten von 800 qm und nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts von 1.500 qm.

Verbleibquote (s. Kaufkraftverbleib).

Verbrauchermärkte sind großflächige Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und tiefes Sortiment an Lebensmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbieten. Häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 1.000 qm, nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstituts bei 1.500 qm, nach internationalen Erhebungsverfahren von Panelinstituten bei 800 qm. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

⁷⁵ Vgl. hierzu BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



Anhang
Fragebogen

Einzelhändlerbefragung in Alzey im Februar 2009

Alle Angaben werden streng vertraulich behandelt!! Die Bestimmungen des Datenschutzes werden eingehalten!!

.....
Erheber

.....
Nr.

Stadtteil:	LM NV-Betrieb:	EH Konzentration:	
ZVB Innenstadt:	sonstiger ZVB:	sonst. integr.:	nicht integr.:

Straße:	Haus-Nr.:	Name:
----------------	------------------	--------------

Eigentum:		Miete:		Miethöhe (pro qm/ kalt):	
------------------	--	---------------	--	---------------------------------	--

Anzahl Beschäftigte:		Anzahl Vollzeitbeschäftigte:	
-----------------------------	--	-------------------------------------	--

Bitte Teilzeitbeschäftigte in Vollzeitbeschäftigte umrechnen!

	Sortimente	VKF in qm
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
....		
Summe	Verkaufsfläche (VK)	

Angaben des befragten Händlers:

eigene Erhebung:



Kundenherkunft nach prozentualem Umsatzanteil (Summe = 100)						
Alzey	sonst. LK Alzey-Worms	Stadt Worms	LK Bad Kreuznach	LK Mainz-Bingen	Donnersbergkreis	sonstige

Brutto-Umsatz 2008 (Euro):					
Entwicklung letzte 3 Jahre		mehr als + 15%		0 bis + 15%	
unverändert		0 bis -15%		mehr als - 15%	

Änderungsabsichten	Jahr	Sortiment	Fläche

Was finden Sie gut an der Einzelhandelssituation in Alzey?

Was finden Sie schlecht an der Einzelhandelssituation in Alzey?



Tab. A - 1: Betriebe nach Größenklassen in der Stadt insgesamt: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in qm	Anzahl	Anteil	VKF in qm ¹⁾	Anteil
bis 50 qm	87	39%	2.975	4%
51 bis 100 qm	55	25%	4.250	5%
101 bis 200 qm	30	14%	4.500	6%
201 bis 400 qm	13	6%	3.500	4%
401 bis 800 qm	15	7%	8.650	11%
801 bis 2.000 qm	12	5%	13.050	17%
2.000 qm und mehr	9	4%	41.450	53%
Gesamt	221	100%	31.025	100%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009



Tab. A - 2: Einzelhandelssituation: Umsatz, Kaufkraft (je in Mio. €) und Bindungsquoten

Sortimente	Umsatz	Kaufkraft	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	44,3	31,2	142%
Lebensmittelhandwerk	5,1	5,0	102%
Drogerie/ Parfümerie	7,8	4,3	181%
Apotheke	13,6	8,3	165%
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften	1,3	1,6	83%
Blumen/ Zoo	2,5	1,3	193%
Kurzfristiger Bedarf	74,5	51,7	144%
Bekleidung und Zubehör	25,2	9,3	271%
Schuhe, Lederwaren	8,4	2,0	417%
Sport/ Freizeit	5,3	1,5	360%
Spielwaren, Babyausstattung	2,5	2,0	122%
Bücher	1,4	1,9	71%
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	3,8	1,3	294%
Haus-/ Heimtextilien	3,2	1,3	245%
mittelfristiger Bedarf	49,8	19,4	257%
Uhren/ Schmuck	2,2	1,0	231%
Foto/ Optik und Zubehör	3,9	1,7	237%
Unterhaltungselektronik/ Medien	17,5	5,6	312%
Elektro/ Leuchten	7,6	2,3	325%
Teppiche/ Bodenbeläge	3,7	0,6	596%
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	13,3	6,9	192%
Möbel, Antiquitäten	11,7	5,2	223%
Sonstiges	7,4	4,0	184%
Langfristiger Bedarf	67,2	27,3	246%
Summe	191,6	98,4	195%

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009; IfH; EHI; BBE Köln; Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 3: Betriebe im zentralen Versorgungsbereich von Alzey nach Größenklassen: Anzahl und Verkaufsflächen

VKF in qm	Anzahl	Anteil	VKF in qm ¹⁾	Anteil
bis 50 qm	48	41%	1.725	13%
51 bis 100 qm	39	34%	2.975	23%
101 bis 200 qm	19	16%	2.650	21%
201 bis 400 qm	7	6%	1.775	14%
401 qm und mehr	3	3%	3.750	29%
Gesamt	116	100%	12.875	100%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

aus Datenschutzgründen können die Betriebe mit 401 qm und mehr Verkaufsfläche nicht differenziert ausgewiesen werden

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Tab. A - 4: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Einzelhandelsangebot/ -auswahl

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Angebot und Auswahl allgemein	28	26	54
Industriegebiet Ost/ Rheinhessen-Center	8	20	28
Angebot und Auswahl in der Innenstadt	2	21	23
Fachgeschäfte	14	1	15
Mix Betriebstypen/ Betriebsstruktur	5	10	15
Lebensmittelanangebot in der Innenstadt	0	16	16
Angebotsqualität/ Preisniveau	1	11	12
Fehlen von Magneten in der Innenstadt	0	12	12
Konkurrenz durch große Lebensmittelmärkte	0	8	8
Konkurrenz für die kleinen Fachgeschäfte durch die "Großen"	0	3	3
Summe	58	128	186

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Tab. A - 5: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Parkplätze

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Parkplatzsituation allgemein	23	31	54
Parkgebühren	11	19	30
Bewirtschaftung	0	11	11
Parkraumüberwachung	0	7	7
Parkplätze Industriegebiet Ost	2	2	4
Lage Parkplätze	1	3	4
Sonstiges	1	4	5
Werbung/ Parkleitsystem	0	5	5
Summe	38	82	120

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009



Tab. A - 6: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Atmosphäre, Aufenthaltsqualität

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Stadtbild/ Flair	36	4	40
Kompaktheit/ Übersichtlichkeit der Innenstadt	5	0	5
Fußgängerzone	3	2	5
Lebendigkeit in der Innenstadt	1	10	11
Sauberkeit	0	8	8
Grün	0	6	6
Beleuchtung	0	4	4
Sonstiges	1	7	8
Summe	46	41	87

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Tab. A - 7: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Kundenverhalten

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Verhältnis Kunde Einzelhändler	29	0	29
Stammkunden	11	0	11
Einkaufsverhalten	3	14	17
Kaufkraft	0	7	7
Summe	43	21	64

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Tab. A - 8: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Zusammenarbeit

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Events, Veranstaltungen	15	2	17
Arbeit des Verkehrsvereins	11	4	15
Stadt-Handel	2	6	8
Handel-Handel	2	5	7
Sonstiges	0	3	3
Summe	30	20	50

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009



Tab. A - 9: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Sonstiges

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Sonstiges	5	18	23
Standort Industriegebiet Ost	4	1	5
Bevölkerungsstruktur/ Arbeitsplätze	2	3	5
Ordnungsamt	0	5	5
Weihnachtsmarkt	0	5	5
Standort Wochenmarkt	0	3	3
Summe	11	35	46

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Tab. A - 10: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Öffnungszeiten

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Einheitlichkeit/ Kernzonen	1	24	25
Öffnungszeiten allgemein	1	7	8
Länge Öffnungszeiten	1	3	4
Summe	3	34	37

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Tab. A - 11: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Erreichbarkeit/ Verkehr

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Erreichbarkeit Industriegebiet	3	0	3
Verkehrliche Anbindung Alzeys	12	0	12
Kurze Wege	15	0	15
Sonstiges	2	5	7
Summe	32	5	37

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Tab. A - 12: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Dienstleistungen

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Gastronomie	3	11	14
Mix Dienstleistungen	5	1	6
Kultur	1	3	4
Medizinischer Bereich	0	4	4
öffentliche Einrichtungen	3	0	3
Sonstiges	0	1	1
Summe	12	20	32

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009



Tab. A - 13: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Leerstände

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Leerstände Innenstadt allgemein	2	6	8
Leerstände in der Spießgasse, St.-Georgen-Str.	0	3	3
Fluktuation	0	3	3
Summe	2	12	14

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009

Tab. A - 14: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Mieten

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Mietpreise zu hoch	0	7	7
Summe	0	7	7

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009



Tab. A - 15: Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Alzey

Sortimente	Umsatz	Kaufkraft	Unehnte Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	2,9	31,2	9%
Lebensmittelhandwerk	2,4	5,0	48%
Drogerie/ Parfümerie, Apotheke	11,5	12,5	92%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	0,6	1,6	37%
Blumen/ Zoo	0,3	1,3	23%
kurzfristiger Bedarf	17,8	51,7	34%
Bekleidung und Zubehör	8,9	9,3	96%
Schuhe, Lederwaren	2,3	2,0	113%
Sport/ Freizeit, Spielwaren, Babyausstattung	1,2	3,5	35%
Bücher	0,6	1,9	32%
GPK/ Geschenke, Hausrat	0,7	1,3	51%
Haus-/ Heimtextilien	0,8	1,3	58%
mittelfristiger Bedarf	14,5	19,4	75%
Uhren/ Schmuck	1,8	1,0	188%
Foto/ Optik und Zubehör	2,4	1,7	144%
Medien	1,3	5,6	23%
Elektro/ Leuchten, Sonstiges	0,3	2,3	11%
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente, Teppiche, Bodenbeläge, Möbel, Antiquitäten	1,5	12,7	12%
Sonstiges	0,8	4,0	19%
langfristiger Bedarf	8,0	27,3	29%
Summe	40,2	98,4	41%

Umsatz im zentralen Versorgungsbereich und Kaufkraft in der Gesamtstadt (je in Mio. €)

PBS= Papier, Büro, Schreibwaren, GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik,
 aus Datenschutzgründen wurden Sortimentsgruppen zusammengefasst
 durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009; IfH; EHI; BBE, Köln; Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 16: Einzelhandelsangebot in Alzey nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet

Sortimente	Zentraler Versorgungsbereich	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	900	***	***	12.350
Lebensmittelhandwerk	250	***	***	575
Drogerie/ Parfümerie; Apotheke	875	525	1.550	2.950
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	250	100	125	450
Blumen/ Zoo	250	650	1.250	2.150
kurzfristiger Bedarf	2.500	5.900	10.075	18.475
Bekleidung und Zubehör	3.975	225	6.850	11.050
Schuhe, Lederwaren	1.025	***	***	3.850
Sport/ Freizeit, Spielwaren, Babyausstattung	850	1.150	2.625	4.625
Bücher	225	25	200	475
GPK/ Geschenke, Hausrat	775	350	2.400	3.525
Haus-/ Heimtextilien	675	***	***	2.400
mittelfristiger Bedarf	7.550	2.000	16.400	25.925
Uhren/ Schmuck;	475	***	***	625
Foto/ Optik und Zubehör	575	***	***	950
Medien	300	125	2.325	2.750
Elektro/ Leuchten	125	150	2.300	2.575
baumarkt-/ gartencenterspezif. Sortimente, Teppiche, Bodenbeläge, Möbel, Antiquitäten	1.125	2.950	21.200	25.300
Sonstiges	225	375	1.175	1.775
langfristiger Bedarf	2.850	3.775	27.325	33.950
Summe	12.875	11.675	53.800	78.350

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

*** aus Datenschutzgründen nicht ausweisbar

aus Datenschutzgründen wurden Sortimentsgruppen zusammengefasst

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Februar 2009



Tab. A - 17: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2015 und 2020 in Mio. €

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		31,1	32,8	31,1	33,9
Drogerie/ Parfümerie		4,3	4,6	4,3	4,7
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		1,6	1,7	1,6	1,8
Blumen/ Zoo		1,3	1,4	1,3	1,4
kurzfristiger Bedarf		38,4	40,4	38,3	41,9
Bekleidung und Zubehör		9,5	10,0	9,5	10,3
Schuhe, Lederwaren		2,0	2,1	2,0	2,2
Sport/ Freizeit		1,5	1,6	1,5	1,6
Spielwaren		2,1	2,2	2,1	2,3
Bücher		1,9	2,0	1,9	2,1
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		1,3	1,4	1,3	1,4
Haus-/ Heimtextilien		1,3	1,4	1,3	1,4
mittelfristiger Bedarf		19,6	20,7	19,6	21,4
Uhren/ Schmuck		1,0	1,0	1,0	1,1
Foto/ Optik und Zubehör		1,7	1,8	1,7	1,8
Medien		5,6	5,9	5,6	6,1
Elektro/ Leuchten		2,4	2,5	2,4	2,6
Teppiche/ Bodenbeläge		0,6	0,6	0,6	0,7
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		6,9	7,3	6,9	7,6
Möbel, Antiquitäten		5,5	5,8	5,5	6,0
Sonstiges		4,0	4,2	4,0	4,4
langfristiger Bedarf		27,6	29,1	27,6	30,2
Summe		85,7	90,2	85,5	93,4

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: Stadt Alzey; Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; BBE Köln; eigene Berechnungen



Tab. A - 18: Verkaufsflächenpotenzial bis 2020 bei Status-quo-Prognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	500	---	750
Drogerie/ Parfümerie		50	150	25	200
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		0	25	0	25
Blumen/ Zoo		0	75	0	125
kurzfristiger Bedarf		50	750	25	1.100
Bekleidung und Zubehör		175	675	175	900
Schuhe, Lederwaren		---	---	---	---
Sport/ Freizeit		100	225	75	300
Spielwaren		25	100	25	125
Bücher		0	25	0	25
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	100	---	175
Haus-/ Heimtextilien		0	100	0	150
mittelfristiger Bedarf		300	1.225	275	1.675
Uhren/ Schmuck		0	25	0	50
Foto/ Optik und Zubehör		25	50	25	75
Medien		0	100	---	175
Elektro/ Leuchten		25	125	25	175
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		100	725	75	1.025
Möbel, Antiquitäten		375	750	375	925
Sonstiges		0	100	0	125
langfristiger Bedarf		525	1.875	500	2.550
Summe		875	3.850	800	5.325

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 19: Verkaufsflächenpotenzial bis 2020 bei Entwicklungsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	900	---	1.500
Drogerie/ Parfümerie		50	150	25	200
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		25	75	50	125
Blumen/ Zoo		0	75	0	125
kurzfristiger Bedarf		75	1.200	75	1.950
Bekleidung und Zubehör		175	875	175	1.300
Schuhe, Lederwaren		---	---	---	---
Sport/ Freizeit		100	300	75	400
Spielwaren		25	150	25	200
Bücher		25	75	25	150
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	150	---	250
Haus-/ Heimtextilien		0	150	0	250
mittelfristiger Bedarf		325	1.700	300	2.550
Uhren/ Schmuck		0	50	0	75
Foto/ Optik und Zubehör		25	75	25	100
Medien		0	150	---	250
Elektro/ Leuchten		25	175	25	275
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		100	1.050	75	1.625
Möbel, Antiquitäten		375	900	375	1.200
Sonstiges		0	125	0	200
langfristiger Bedarf		525	2.525	500	3.725
Summe		925	5.425	875	8.225

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 20: Verkaufsflächenpotenzial bis 2020 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in qm, auf 25 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2020	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	150	---	125
Drogerie/ Parfümerie		---	0	---	---
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		0	50	0	75
Blumen/ Zoo		---	---	---	---
kurzfristiger Bedarf		0	200	0	200
Bekleidung und Zubehör		---	225	---	75
Schuhe, Lederwaren		---	---	---	---
Sport/ Freizeit		---	100	---	25
Spielwaren		---	50	---	50
Bücher		0	50	---	75
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	---	---	---
Haus-/ Heimtextilien		---	0	---	---
mittelfristiger Bedarf		0	425	0	225
Uhren/ Schmuck		---	25	---	0
Foto/ Optik und Zubehör		---	25	---	0
Medien		---	0	---	---
Elektro/ Leuchten		---	25	---	---
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		---	200	---	50
Möbel, Antiquitäten		---	400	---	250
Sonstiges		---	25	---	0
langfristiger Bedarf		0	700	0	300
Summe		0	1.325	0	725

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen