



Dr. Donato Acocella
Stadt- und Regionalentwicklung

Gutachten als Grundlage zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Alzey

Berichtsentwurf



Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29
Arndtstraße 10 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29
Peter-Vischer-Straße 17 ▪ 90403 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de

Bearbeiter:
Dr. rer.pol. D. Acocella
Dipl.-Ing. A. Schnacke-Fürst
Jan von der Heide, Geograph M.A.

Lörrach, 11.07.2018

INHALTSVERZEICHNIS:

1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG	1
2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG UND PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN	3
2.1 ALLGEMEINE TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG	3
2.1.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung	4
2.1.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung	7
2.1.3 Online-Handel	9
2.2 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSINSTRUMENT	11
2.2.1 Planungsrechtlicher Rahmen des Einzelhandelskonzeptes	12
2.2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich	12
2.2.1.2 Sortimentsliste	13
2.2.1.3 Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene	14
2.2.1.4 Regional- und landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels	18
2.2.2 Konsequenzen für das Genehmigungsverfahren	20
2.2.3 Fazit - Planungsrechtlicher Rahmen	21
3. EINZELHANDELSSITUATION AUF GESAMTSTÄDTISCHER EBENE	22
3.1 METHODISCHES VORGEHEN - BESTANDSAUFNAHME	22
3.1.1 Einzelhandelserhebung in Verbindung mit einer Befragung der Händler	22
3.1.2 Kundenherkunftserfassung	25
3.2 EINZELHANDELSSITUATION IN DER STADT ALZEY	25
3.2.1 Entwicklung des Einzelhandelsangebotes	27
3.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten	28
3.2.3 Umsatzherkunft, Kundenherkunft, Einzugsgebiet, Verbleibquote	31
3.2.4 Weitere Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung	34
3.2.5 Beurteilung des Einzelhandels aus Händlersicht	39
3.3 FAZIT - EINZELHANDELSSITUATION GESAMTSTÄDTISCH	42
4. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IN ALZEY	44
4.1 METHODISCHES VORGEHEN - ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE UND STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE BESTANDSAUFNAHME	44
4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT	46
4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	46
4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	47
4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse Innenstadt	51
5. RÄUMLICHE EINZELHANDELSSTRUKTUR	60
5.1 EINZELHANDELSKONZENTRATION INDUSTRIEGEBIET	61
5.2 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES	61
5.3 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION	64



6. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG	67
7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES	71
7.1 METHODISCHES VORGEHEN - PROGNOSE	71
7.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage	72
7.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite	75
7.2 PROGNOSEERGEBNISSE	79
7.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt	79
7.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraumes	84
7.2.3 Fazit Prognoseergebnisse	88
8. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG	89
8.1 ÜBERPRÜFUNG DER SORTIMENTSLISTE	90
8.1.1 Kriterien	90
8.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Alzey	91
8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste	94
8.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG	96
8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel	96
8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel	98
8.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN	99
8.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive)	100
8.3.2 Vorschläge zur Nahversorgung	101
8.3.3 Gewerbegebiete	103
8.4 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG	103
8.4.1 Öffentliche Information	104
8.4.2 Festlegen einer Sortimentsliste	104
8.4.3 Festlegen von Gebieten zur Zulässigkeit von Einzelhandel	105
8.4.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen	107
GLOSSAR	109
ANHANG	113



TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1:	Einzelhandelsangebot in der Stadt Alzey	26
Tab. 2:	Vergleich Einzelhandelsangebot Alzey 2017 zu 2009 (inkl. Apotheken, Lebensmittelhandwerk und Tankstellen).....	27
Tab. 3:	Vergleich Einzelhandelsangebot Alzey 2017, 2009 und 1993 (ohne Apotheken, Lebensmittelhandwerk und Tankstellen).....	27
Tab. 4:	Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	49
Tab. 5:	Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick.....	75
Tab. 6:	Vorschlag für die neue "Sortimentsliste Alzey"	95
Tab. A - 1:	Einzelhandelssituation in der Stadt Alzey	113
Tab. A - 2:	Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Alzey: Anzahl und Verkaufsfläche	114
Tab. A - 3:	Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Alzey: Anzahl und Verkaufsfläche.....	114
Tab. A - 4:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Auswahl/ Angebot.....	115
Tab. A - 5:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Struktur im Zentrum/ Innenstadtentwicklung.....	115
Tab. A - 6:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Parken	115
Tab. A - 7:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Handeln Verwaltung/ Einzelhändler.....	115
Tab. A - 8:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Veranstaltungen	116
Tab. A - 9:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Leerstand.....	116
Tab. A - 10:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Verkehrssituation/ Erreichbarkeit.....	116
Tab. A - 11:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität/ Städtebau	116
Tab. A - 12:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Öffnungszeiten.....	117
Tab. A - 13:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Miete.....	117
Tab. A - 14:	Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Sonstiges.....	117
Tab. A - 15:	Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: VKF (in m ²), Umsatz und Kaufkraft (Gesamtstadt) (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten"	118
Tab. A - 16:	Einzelhandelsangebot in der Stadt Alzey nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 m ² gerundet.....	119
Tab. A - 17:	Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2020 und 2030 in Mio. €.....	120
Tab. A - 18:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Entwicklungsprognose - Angaben in m ² , auf 25 m ² gerundet.....	121
Tab. A - 19:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in m ² , auf 25 m ² gerundet.....	122



Tab. A - 20: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Status-quo-Prognose - Angaben in m ² , auf 25 m ² gerundet.....	123
Tab. A - 21: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Entwicklungsprognose mit Abgängen - Angaben in m ² , auf 25 m ² gerundet.....	124
Tab. A - 22: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Wettbewerbsprognose mit Abgängen - Angaben in m ² , auf 25 m ² gerundet.....	125

ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1: Online-Anteil am Einzelhandel im engeren Sinne* in Prozent	9
Abb. 2: Entwicklung Online-Umsatz in Mrd. €.....	10
Abb. 3: Einzelhändlerbefragung	24
Abb. 4: Bindungsquoten in der Stadt Alzey nach Sortimenten	29
Abb. 5: Umsatzherkunft Stadt Alzey 2017.....	32
Abb. 6: Vergleich Kundenherkunftserfassung mit Einzelhändlerbefragung (Umsatzherkunft)	32
Abb. 7: Verbleibquote der Stadt Alzey	34
Abb. 8: Änderungsabsichten.....	35
Abb. 9: Eigentumsverhältnisse nach Betrieben und gewichtet nach Verkaufsflächen.....	36
Abb. 10: Umsatzentwicklung in den letzten 3 Jahren nach Standorttypen.....	37
Abb. 11: Homepage und Online-Shop	38
Abb. 12: Experteninterviews - Bedeutung Online-Handel und entsprechende Maßnahmen	39
Abb. 13: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht 2017 .	40
Abb. 14: Vergleich Verkaufsflächenanteile nach Bedarfsbereichen in der Innenstadt 2017 und 2009	48
Abb. 15: "unechte" Bindungsquoten in der Innenstadt nach Sortimenten.....	50
Abb. 16: Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile Alzey nach Lage.....	62
Abb. 17: Vergleich Verkaufsflächenanteile nach Lagen 2016 und 2009.....	63
Abb. 18: Bindungsquoten in Alzey nach Sortimenten im Ist-Zustand und 2030 bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose	78
Abb. 19: Verkaufsflächenentwicklungskorridor 2017 - 2030 Gesamtpotenzial (in m ²)	81
Abb. 20: Potenzialkorridore in m ² nach Zentrenrelevanz - nahversorgungsrelevante Sortimente	85
Abb. 21: Potenzialkorridore in m ² nach Zentrenrelevanz - sonstige zentrenrelevante Sortimente	86
Abb. 22: Potenzialkorridore in m ² nach Zentrenrelevanz - nicht zentrenrelevante Sortimente	87
Abb. 23: Verkaufsflächenverteilung bisher zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Alzey.....	93
Abb. 24: Verkaufsflächenverteilung bisher nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Alzey	94



KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1:	Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	47
Karte 2:	Stärken des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	53
Karte 3:	Schwächen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	54
Karte 4:	Leerstände und Vergnügungsstätten in der Innenstadt.....	58
Karte 5:	Einzelhandelskonzentration und zentraler Versorgungsbereich in Alzey	60
Karte 6:	(Lebensmittel-)Nahversorgungsangebot in Alzey.....	64
Karte 7:	Perspektivische Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	101

FOTOVERZEICHNIS:

Foto 1:	Antoniterstraße - Fachgeschäft	51
Foto 2:	Spießgasse - Fachgeschäft	51
Foto 3:	Hospitalstraße - Hotel	52
Foto 4:	Hospitalstraße - Hotel	52
Foto 5:	Hospitalstraße - Hotel	52
Foto 6:	Hospitalstraße - öffentlicher Raum.....	52
Foto 7:	Rossmarkt	53
Foto 8:	Obermarkt.....	53
Foto 9:	Parkdeck - Spielhalle	55
Foto 10:	Spießgasse - Leerstand	55
Foto 11:	Kirchgasse - Sanierungsstau.....	55
Foto 12:	St.-Georgen-Straße - Leerstand	55
Foto 13:	Wilhelmstraße.....	56
Foto 14:	Wilhelmstraße.....	56
Foto 15:	Parkdeck/ Hospitalstraße	56
Foto 16:	Antoniterstraße - Wettbüro	56
Foto 17:	Eingangsbereich Antoniterstraße	57
Foto 18:	Eingangsbereich Spießgasse	57
Foto 19:	Hospitalstraße - Spielhalle	57
Foto 20:	Spießgasse - Leerstand	57
Foto 21:	Spießgasse - Potenzial	59
Foto 22:	St.-Georgen-Straße - Korn-Areal	59
Foto 23:	Obermarkt - Nutzungsstruktur	59
Foto 24:	Obermarkt - Leerstand	59
Foto 25:	Industriegebiet - Rheinhessen-Center	61
Foto 26:	Industriegebiet - Baumarkt	61



1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die Stadt Alzey (rd. 17.800 bzw. 18.800 Einwohner¹) liegt im südöstlichen Rheinland-Pfalz in der Region Rheinhessen-Nahe im Landkreis Alzey-Worms und ist als Mittelzentrum² ausgewiesen. Alzey befindet sich etwa 25 km nordwestlich von Worms und 50 km nordwestlich von Mannheim, unmittelbar an der BAB 61 und 63.

Die Stadt Alzey steuert ihre Einzelhandelsentwicklung auf der Basis des 2011 beschlossenen Einzelhandelskonzeptes. Das Büro Dr. Acocella hatte 2009 das zugrunde liegende Gutachten erarbeitet³. In den Jahren 2014 und 2015 wurde darauf aufbauend, in Zusammenarbeit mit den örtlichen Akteuren, durch das Büro Dr. Acocella ein Innenstadtentwicklungskonzept für die Stadt Alzey erstellt⁴.

In der Zwischenzeit hat es Veränderungen, sowohl im Einzelhandel der Stadt Alzey als auch der allgemeinen und rechtlichen Rahmenbedingungen gegeben, die eine Überprüfung der bestehenden Konzeption erforderlich machen. Die Stadt Alzey hat vor diesem Hintergrund das Büro Dr. Acocella mit einem Gutachten zur Fortschreibung des bestehenden Einzelhandelskonzeptes beauftragt.

Im Hinblick auf die **Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes** werden vor allem die folgenden Fragen beleuchtet:

- Wie stellt sich die Versorgungssituation in den einzelnen Sortimentsbereichen dar und wie hat sich diese gegenüber 2009 verändert?
- Wieweit wird der Einzelhandel der zentralörtlichen Funktion der Stadt Alzey als Mittelzentrum gerecht?
- Wie verteilt sich der Einzelhandel in der Stadt Alzey auf die unterschiedlichen Standortlagen und wie hat sich diese Verteilung gegenüber 2009 verändert?
- Ist die 2009 vorgenommene Abgrenzung der Innenstadt beizubehalten oder anzupassen?

¹ Die amtliche Einwohnerzahl - Quelle: Statistisches Landesamt, Stand 31.12.2015 - liegt deutlich unter der städtischen Einwohnerzahl, die zum 31.12.15 mit rd. 18.300 angegeben wird. Zum 31.08.17 erreichte die städtische Einwohnerzahl gut 18.800.

² Vgl. Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) Rheinland-Pfalz 2008.

³ Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung: Gutachten als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Alzey, Lörrach, Oktober 2009.

⁴ Das Innenstadtentwicklungskonzept beinhaltete u.a. verschiedene Workshops zur Förderung der Kommunikation und Kooperation zwischen den Gewerbetreibenden und der Stadtverwaltung.



- Welcher quantitative Entwicklungsspielraum ist bis zum Jahr 2030 zu erwarten?
- Ist vor dem Hintergrund der festgestellten Veränderungen eine Veränderung der Einstufung der Sortimente nach ihrer Zentrenrelevanz ("Alzeier Sortimentsliste") erforderlich?
- Können die 2009 vorgeschlagenen Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung beibehalten werden oder sind diese anzupassen?

Zentrales Anliegen des Gutachtens ist eine Aktualisierung der städtebaulichen Begründungen für die Weiterführung der bisherigen räumlichen Steuerung des Einzelhandels.

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

Für die Erarbeitung des Gutachtens wurde eine **projektbegleitende Arbeitsgruppe** eingerichtet. Die Arbeitsgruppe setzte sich aus Vertretern der Stadt, des Einzelhandels und des Büros Dr. Acocella zusammen. Aufgabe der Arbeitsgruppe war es, die vorgestellten Zwischenergebnisse - ggf. nach einer Ergänzung oder Änderung - als Grundlage zur weiteren Bearbeitung zu bestimmen. Ein solches Vorgehen erhöht erfahrungsgemäß die Akzeptanz des Konzeptes und beschleunigt den gesamten Arbeitsprozess sowie die anschließende Umsetzung.

Insgesamt fanden drei Sitzungen der projektbegleitenden Arbeitsgruppe statt:

- Im Mittelpunkt der ersten Sitzung am 26.04.2017 standen der Zeitrahmen, die Vorgehensweise und die Besprechung des Fragebogens für die Einzelhändlerbefragung.
- Am 12.09.2017 fand die Präsentation und anschließende Diskussion der Ergebnisse der Bestandsanalyse statt.
- Die konzeptionellen Ergebnisse und Empfehlungen stellte das Büro Dr. Acocella in der dritten Sitzung am 25.10.2017 vor.



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 Alzey 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 in Kap. 2.2 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.

Ein lebendiges Ortszentrum bzw. eine lebendige Innenstadt mit einem vielfältigen Angebot ist ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Im Zuge des Strukturwandels und hier insbesondere der Suburbanisierung der Einzelhandelsstandorte 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 Genehmigungs politik der Baugenehmigungsbehörden - kam es zu einer Entwertung traditioneller Einkaufsstandorte und der auf diese Standorte ausgerichteten infrastrukturellen Einrichtungen. Durch die Ansiedlungspolitik der Kommunen im Außenbereich der Gemeinden und Städte entwickelten sich neue, zum Teil erhebliche Nutzungskonflikte (gewerbliche Nutzung, industrielle Nutzung, Sportstätten,



Einzelhandelsnutzung) und ökologische Probleme (Verkehrsaufkommen, Landschaftsverbrauch, Flächenversiegelung).

Um die zentrenprägende 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 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-Centern (FOC), Sonderpostenmärkten und traditionellen (Lebensmittel-)Discountern, einem Anstieg der Verkaufsfläche und einer kontinuierlichen Abnahme der Fachgeschäfte.

Problematisch ist dies vor allem, weil ein Großteil der neuen Betriebstypen häufig außerhalb gewachsener Strukturen angesiedelt wird und somit zur Auflösung der vorhandenen Funktionen und der Nutzungsvielfalt in den Zentren beitragen 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 abhandenkommen kann.

- **Sortimentspolitik:** Daneben verändern sich auch die einzelnen Betriebstypen selbst, z.B. im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische Branchenaufteilung bricht dadurch langsam auf, sodass 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 und Ortszentren oder anderer zentraler Versorgungsbereiche.

- **Neue Betriebsformen:** Neben diesen Entwicklungen entstehen neue groß dimensionierte Betriebstypen wie Factory-Outlet-Center 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 Ortszentren bzw. Innenstädten, sodass sich für diese ein Entwicklungshemmnis ergeben kann.

Weiterhin hat sich eine Funktionsteilung der Betriebstypen der unterschiedlichen Einzelhandelsnetze herausgebildet. Während höherwertige, service-intensive und damit vor allem von Fachgeschäften angebotene Waren vornehmlich in den Zentren sowie teilweise in den sonstigen zentralen Bereichen zu finden sind, werden preisgünstige Waren in peripheren Lagen angeboten.

Bedeutung handelsexogener Faktoren

Zu den handelsexogenen Faktoren gehören vor allem nachfragebedingte Faktoren wie Einkommen, Mobilität und Einkaufsverhalten 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



den 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.
- **Konsumgewohnheiten:** Ebenso führt die Veränderung der Konsumgewohnheiten in Verbindung mit einer Veränderung der Lebensstile zu einer Neubewertung verschiedener Einzelhandelsstandorte. Bei Lebensmitteleinkäufen dominiert in großen Teilen der Gesellschaft das sog. One-Stop-Shopping, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Andererseits werden zentrale Bereiche häufig gezielt für den Einkauf ausgesuchter zentrenrelevanter Sortimente wie Bekleidung oder Schuhe aufgesucht. Ob dieses Einkaufsverhalten angesichts hoher Mobilitätskosten bei gleichzeitig steigenden Lebensmittelpreisen, bei einer älter werdenden Gesellschaft so bleiben wird, darf bezweifelt werden.
- **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).

Es ist festzustellen, dass der Einzelhandel nicht vorrangig auf die Bedürfnisse der Nachfrage (Kunden) reagiert, sondern dass die verschiedenen Entwicklungen im Einzelhandel primär durch diesen selbst verursacht/ bestimmt werden.



2.1.2 Städtebauliche Folgen der Einzelhandelsentwicklung

Bei systematischer Betrachtung ist insbesondere auf die nachfolgend dargestellten typischen Probleme von Innenstädten und Ortszentren infolge der Einzelhandelsentwicklung hinzuweisen:

1. 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).
2. 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.
3. Die kommunale Verkehrssituation gerät in ein Spannungsfeld. Das Flächenwachstum im Handel reduziert die Möglichkeiten, die Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen und damit das Individualverkehrsaufkommen zu reduzieren. Die schwindende Attraktivität der Innenstädte bzw. der Ortszentren (und der sonstigen zentralen Bereiche) als Einkaufsorte hemmt die Bereitschaft, in verbesserte ÖPNV-Konzepte zu investieren. Es ist die Ausnahme, dass autokundenorientierte Einzelhandelsgroßbetriebe im Umland der Gemeinden und Städte an öffentliche Verkehrsmittel angebunden werden (wollen). Die Größe des Einzugsgebietes des suburbanen Einzelhandels führt zu einem zusätzlichen Anstieg des Individualverkehrs.
4. Die wohnungsnahе 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/ Gemeinde 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 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.

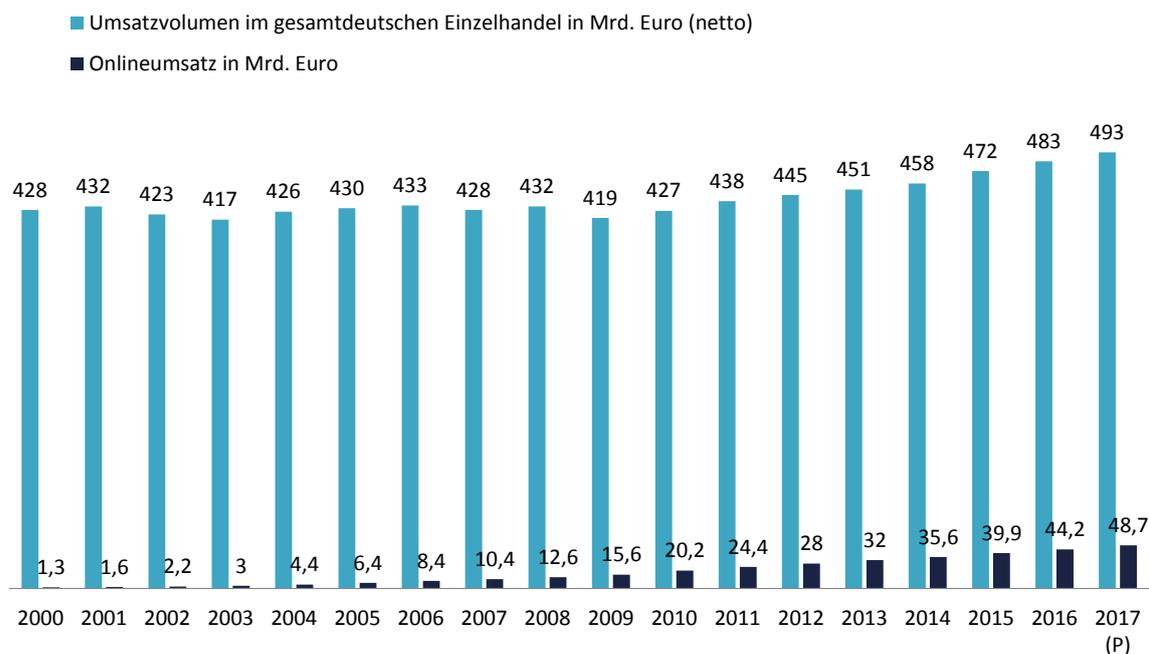
5. Der Flächenverbrauch der modernen Betriebstypen für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser Betriebstypen auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet führen zu zusätzlichen Umweltbelastungen.

Die aufgezeigten Probleme beeinträchtigen den innerstädtischen bzw. innerörtlichen Einzelhandel immer häufiger. Dabei weisen die Einzelhändler auf die Abhängigkeit des Standortes Innenstadt bzw. Ortszentrum 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 bzw. Standorten im Ortszentrum eine (bauliche) Aufwertung des Ambientes, z.B. durch Fußgängerzonen, und eine vielfältige Funktionsmischung, um einen "Erlebnisraum" in den Zentren zu schaffen bzw. auszubauen.

2.1.3 Online-Handel

Das Internet ist zu einem Teil der Handelslandschaft geworden, aber der Distanzhandel, zu dem auch der Online-Handel gehört, ist schon seit jeher ein Teil der Handelsformen.

Abb. 1: Online-Anteil am Einzelhandel im engeren Sinne* in Prozent



*Einzelhandel im engeren Sinne (i.e.S.) bezeichnet die institutionellen Einzelhandelsformen in Deutschland, einschließlich ihrer Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel.

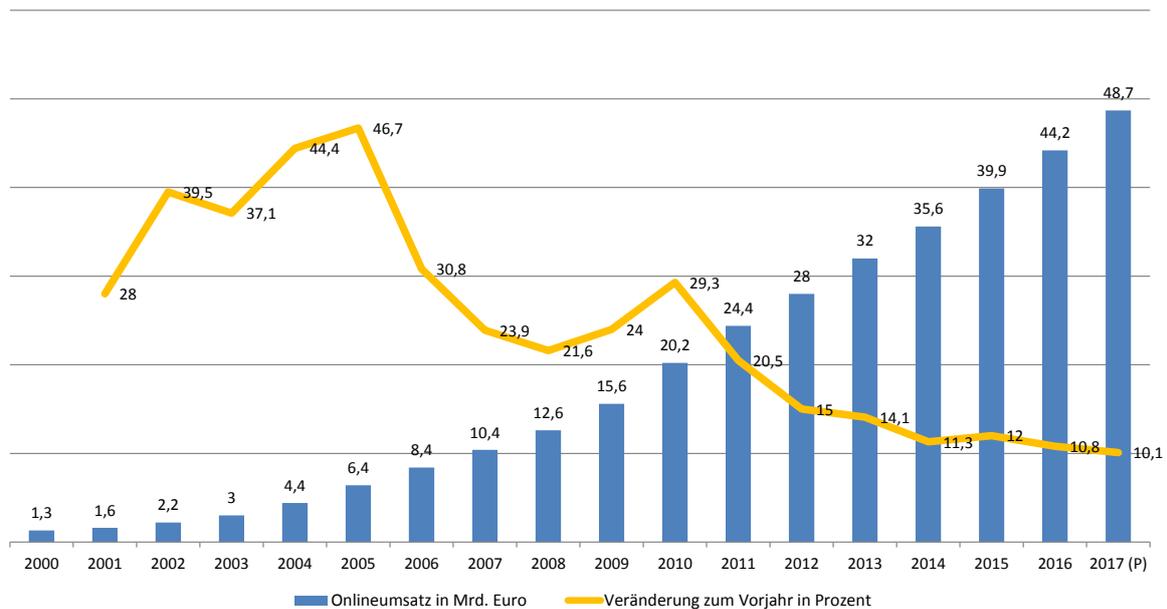
Quelle: HDE Handelsverband Deutschland: Handel digital, Online-Monitor 2017

In Abb. 1 ist zu erkennen, dass der Online-Handel mit rd. 10% nur einen relativ geringen Anteil am Gesamtumsatz des Einzelhandels ausmacht. Der wesentliche Anteil des Einzelhandelsumsatzes wird auch weiterhin im stationären Handel erwirtschaftet, sodass der räumlichen Steuerung des Einzelhandels auch künftig besondere Bedeutung beizumessen ist.

In Abb. 2 wird deutlich, dass der Online-Umsatz, absolut betrachtet, zwar steigt, der prozentuale Anstieg seit 2005 jedoch rückläufig ist.



Abb. 2: Entwicklung Online-Umsatz in Mrd. €



Quelle: HDE Handelsverband Deutschland: Handel digital, Online-Monitor 2017 (Umsatzangaben netto: ohne Umsatzsteuer; ohne Dienstleistungen; ohne Streaming und ohne Online-Mietservices; ohne Retouren)

Es stellt sich die Frage welche Auswirkungen der Zuwachs im Online-Handel auf die Entwicklung unserer Städte und Gemeinden hat:

- In Großstädten ist der Druck auf die Stadtteilzentren schon lange als Auswirkung der großen Zentren und der dezentralen Standorte zu beobachten. In kleineren Städten und Gemeinden ist dieser Druck von den dezentralen Standorten auf die Innenstädte und Ortszentren ebenso erkennbar. Der Online-Handel verstetigt diesen Prozess auch auf Grund der Reaktion/ Nichtreaktion des Handels zusätzlich. Der Online-Handel wird vor allem die "unrentierlichen" Standorte in Randlagen unter Druck setzen bzw. entstandene Netzlücken ersetzen.
- Zentren mit hohem inhabergeführten Besitz - also eher die kleineren - sind latent stärker gefährdet, weil der inhabergeführte Einzelhandel erfahrungsgemäß die Potenziale des Online-Handels weniger stark nutzt und selbst geringfügige Umsatzrückgänge weniger gut verkraften kann als die großen Filialunternehmen.
- Online-Handel erzeugt Investitionsdruck - insbesondere beim inhabergeführten Einzelhandel - und verschärft damit die Nachfolgeregelungen.
- Es besteht durch den Online-Handel ein höherer Bedarf an Logistikflächen an Standorten, die auch für produzierendes Gewerbe attraktiv sind und verschärft damit die Nachfrage nach Gewerbeflächen in vielen Städten und Gemeinden. Zu-



dem kommt es durch den zunehmenden Lieferverkehr zu einer deutlich ansteigenden bzw. angestiegenen Verkehrsbelastung.

- Insgesamt sind die Auswirkungen des Online-Handels insbesondere als betriebswirtschaftliche Effekte zu verstehen, auf die der Handel auch selbst reagieren muss.

Die Städte und Gemeinden haben mit Einzelhandelskonzepten oder anderen Steuerungsinstrumenten nur geringe Ansatzmöglichkeiten, um den Auswirkungen des Online-Handels entgegen zu treten. Generell können Städte und Gemeinden nur die Voraussetzungen für die Digitalisierung im Handel unterstützen, diese aber nicht ersetzen. Hauptakteur bei der Digitalisierung ist der Handel selbst. Jeder Einzelhändler muss selbst aktiv werden. Zudem sollten gemeinschaftliche Konzepte der Einzelhändler untereinander, aber auch der Händlerverbände und der Wirtschaftsförderung sowie Industrie- und Handelskammern angestrebt werden.

Eine konsequente Steuerung der räumlichen Einzelhandelsentwicklung, wie durch das vorliegende Gutachten, ist vor dem Hintergrund des Online-Handels unverändert wichtig.

2.2 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSMITTEL

Das in der Folge dargestellte Gutachten als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept mit seinen Steuerungselementen soll die Stadt Alzey in die Lage versetzen, die räumliche Einzelhandelssteuerung in der Stadt entsprechend den planerischen Zielsetzungen zu betreiben.

Im Rahmen von (kommunalen) Einzelhandelskonzepten wird immer wieder die Frage gestellt, ob eine räumliche Lenkung des Einzelhandels überhaupt rechtlich tragfähig möglich ist⁵. Im Grundsatz ist diese Frage geklärt, denn das unregelmäßige 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 wer-

⁵ Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004 Az. 4 BN 33.04.



den zwar immer wieder artikuliert, sind jedoch durch verschiedene Urteile verworfen worden⁶. 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 sichern⁷.

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

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 bzw. das einzelhandelsbezogene Ortszentrum eine besondere Rolle spielt. Durch das EAG Bau 2004 und durch die Baurechtsnovelle 2007 sind die sogenannten "zentralen Versorgungsbereiche" in den Fokus der Begründung für eine städtebaulich motivierte räumliche Lenkung gerückt worden. Sie stellen bei der Bauleitplanung zu berücksichtigende Belange dar. So wurde in § 1 (6) Nr. 4 BauGB die "Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" festgeschrieben. Hiernach können sich Gemeinden im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebotes gemäß § 2 (2) BauGB nun ausdrücklich auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Des Weiteren sind nach § 34 (3) BauGB bei Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auch außerhalb der näheren Umgebung zu beachten.

⁶ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE.

⁷ 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.



Rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, ist damit die Abgrenzung sog. zentraler Versorgungsbereiche. Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Gemeinde als zentraler Versorgungsbereich anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen worden ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung des Stadt- bzw. Ortszentrums erreichbar ist⁸. Nur auf diese Weise kann der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

Nach dem Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichtes 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*"⁹. Für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes ist dabei von Bedeutung, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss¹⁰.

2.2.1.2 Sortimentsliste

Da nicht jeder Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden muss bzw. soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten oder in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden sollen, ist ein kommunalentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der gesamten Stadt zu schaffen. Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentsliste (z.B. aus dem Einzelhandelserlass) rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist¹¹. Dies entspricht der Maßgabe und den

⁸ Vgl. bereits Birk, H.J.: Der Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in Bebauungsplänen, in: Verwaltungsblätter für Baden-Württemberg - Zeitschrift für öffentliches Recht und öffentliche Verwaltung, 9. Jg., Heft 8, 1988, S. 288.

⁹ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az.: 4 C 7/07.

¹⁰ "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).

¹¹ Vgl. dazu VGH Mannheim: Urteil vom 02.05.2005, Az. 8 S 1848/04, Rn 17 sowie unter Verweis hierauf Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, Rn 42.



Erkenntnissen, nach denen das Büro Dr. Acocella (bis 31.07.03: AGENDA) seit seinem Bestehen (1993) arbeitet:

*"Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ..."*¹².

Als Grundlage dafür ist die Einzelhandelsstruktur analysiert worden (vgl. Kap. 3 bis Kap. 5) und eine Überprüfung der Alzeiger Sortimentsliste in Kap. 8.1 erfolgt.

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 getroffen¹³, 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 Baugesuchen** nach § 15 BauGB kann lediglich zeitlich begrenzt abgewendet werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instrumente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städte-

¹² Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.

¹³ Vgl. Baugesetzbuch (BauGB) (2007), § 5 (2) Satz 1.



baulichen Zielen abzuschließen¹⁴. Mit Hilfe dieser Instrumente wird eine gegebene Situation im Ist-Zustand vorläufig gesichert, was letztlich jedoch eine Sperrwirkung - zumindest in Bezug auf ungewollte Entwicklungen im Plangebiet - entfaltet.

Im § 34 (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 (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 Gemeinde, 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 und 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 (2a) BauGB eingeführt worden. Danach ist es möglich, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile in einem Bebauungsplan ohne Ausweisung von Baugebieten i.S. der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit nach § 34 (1 und 2) BauGB beschränkende Festsetzungen namentlich zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Hierdurch werden planerische Gestaltungsmöglichkeiten geschaffen, die über die Zulässigkeitsregel des § 34 (3) BauGB (s.o.) hinausgehen. Der Bebauungsplan kann dabei für die nach § 34 BauGB zu beurteilen-

¹⁴ Vgl. OVG NRW, 1998, a.a.O., ebd.



den 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"*¹⁵ gerichtet sein.

In der öffentlichen Diskussion zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels stehen vor allem Einzelhandelsbetriebe nach § 11 (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 unstrittig¹⁶. Eine Kommune kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab¹⁷ 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 (3) BauNVO zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegenstehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt bzw. des Ortszentrums und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Baugebieten¹⁸ entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind¹⁹. 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

¹⁵ Söfker, W. (2007): 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.

¹⁶ Vgl. Kopf, H. (2002): Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin.

¹⁷ BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.

¹⁸ 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.

¹⁹ Birk (1988), a.a.O., S. 284.



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

Zur Vermeidung dieser unerwünschten Entwicklungen hat der Ordnungsgeber die Möglichkeit einer **Feingliederung durch § 1 (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."*²⁰

*"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."*²¹

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 werden²²; eine darüber hinausgehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich²³. Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche²⁴ oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe²⁵.

²⁰ BauNVO § 1 (5) i.d.F. vom 23.01.1990.

²¹ BauNVO § 1 (9) i.d.F. vom 23.01.1990.

²² 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.

²³ Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

²⁴ 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.

²⁵ Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Loseblattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.



2.2.1.4 Regional- und landesplanerische Ziele zur Steuerung des Einzelhandels

Jedes kommunale Einzelhandelskonzept unterliegt regional- und landesplanerischen Festlegungen und Vorgaben. Im Folgenden sind daher die wesentlichen versorgungs- und einzelhandelsspezifischen Regelungen aus der Regional- und Landesplanung Rheinland-Pfalz aufgeführt.

Das Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) 2008 (mit Teilfortschreibungen 2013, 2015 und 2017) bildet die landesplanerische Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels in Rheinland-Pfalz. Entsprechend den Zielen des LEP IV ist die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels nur in zentralen Orten zulässig²⁶. Betriebe mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmen sind unter bestimmten Voraussetzungen in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion möglich, wenn das Vorhaben zur Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung erforderlich ist.

Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen zulässig. 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. Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig²⁷.

Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinden noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden. Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten²⁸.

Bei der Abgrenzung der städtebaulich integrierten Bereiche ist sowohl die Nahversorgung als auch ein angemessenes Verhältnis der Größenordnung von Verkaufsflächen zwischen integrierten und Ergänzungsstandorten sicherzustellen und in kommunalen bzw. regionalen Einzelhandelskonzepten zu begründen. Auch die Ergänzungsstandorte sind analog zu den städtebaulich integrierten Bereichen aus einem

²⁶ Vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3 (Z 57).

²⁷ Vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3 (Z 58/ 59).

²⁸ Vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3 (Z 60).



kommunalen bzw. regionalen Einzelhandelskonzept abzuleiten, das kommunalspezifische Aussagen zur Zentrenrelevanz des Sortimentes enthalten muss²⁹.

Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist entgegenzuwirken; bestehende Agglomerationen sind auf ihren Bestand festzuschreiben³⁰.

Die Sicherung einer wohnortnahen Versorgung wird im LEP IV Rheinland-Pfalz als Grundsatz explizit herausgestellt³¹ und näher erläutert: "*Die Deckung der Grundversorgung, insbesondere an Nahrungs- und Genussmitteln, soll möglichst wohnungsnah und barrierefrei erfolgen können.*"³²

Im Regionalen Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe wird die besondere Bedeutung des Einzelhandels für Städtebau und Stadtentwicklung hervorgehoben und die Steuerung des großflächigen Einzelhandels als nachhaltige Sicherung der funktionalen Gefüge in den Städten beschrieben³³. Dabei soll eine flächendeckende wohnortnahe Versorgung mit Dienstleistungen und Waren im Vordergrund stehen, rein Pkw-orientierte Standorte sind zu vermeiden und zentral und innerörtlich gelegene Standorte zu fördern. Des Weiteren werden im Wesentlichen die Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsprogrammes übernommen³⁴.

²⁹ Vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3 (Begründung zu Z 58).

³⁰ Vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3 (Z 61).

³¹ Vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3 (G 56).

³² LEP IV, Begründung/ Erläuterung zu G 56.

³³ Vgl. Regionaler Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe 2014, Kap. I (S. 4).

³⁴ Vgl. Regionaler Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe 2014, Kap. 2.3.4 (S. 33).



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 wird³⁵.

Als Planungsgrundsatz kommt dabei dem § 1 (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 (2a) BauGB ist ein **städtebauliches Entwicklungskonzept** i.S.d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches Aussagen über die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Stadt oder eines Stadtteiles enthält, insbesondere zu berücksichtigen, da ein solches Konzept eine für die Aufstellung des Bebauungsplanes unterstützende Funktion hat; es sind nachvollziehbare Aussagen über die zentralen Versorgungsbereiche und ihre Schutzbedürftigkeit enthalten³⁶.

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 konkreten³⁷ Planvorhabens, erfolgen.

³⁵ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.

³⁶ Vgl. Söfker, W., 2007, a.a.O.

³⁷ 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 Zielformulierung³⁸, 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 verhindern, 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 einerseits die Gegebenheiten in Alzey und andererseits die aus Gutachter-sicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt.

2.2.3 Fazit - Planungsrechtlicher Rahmen

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 zentrenbezogenen Zielsetzungen der Stadt Alzey im Rahmen von Beteiligungsverfahren z.B. nach § 2 (2) BauGB substantiell und umfänglich darzustellen, sodass damit möglichen Planungen außerhalb der Stadt Alzey, 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.**

³⁸ 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 die Versorgungssituation in der Gesamtstadt Alzey dargestellt und mit den Ergebnissen von 2009 verglichen (vgl. Kap. 3.2). Die Untersuchungen 2009 und 2017 basieren beide jeweils auf einer Einzelhändlerbefragung und einer Kundenherkunftserfassung. Dieses kongruente Vorgehen ermöglicht eine vollständige Vergleichbarkeit.

Die Darstellung der Kennziffern der Gesamtstadt ist dem Kapitel 3.2 zu entnehmen. In den anschließenden Kapiteln 4 und 5 wird auf den zentralen Versorgungsbereich, weitere bedeutende Einzelhandelsstandorte in Alzey und die räumliche Verteilung des Einzelhandels eingegangen.

3.1 METHODISCHES VORGEHEN - BESTANDSAUFNAHME

3.1.1 Einzelhandelserhebung in Verbindung mit einer Befragung der Händler

Alle wesentlichen Bausteine, insbesondere die Vor-Ort-Arbeiten, wurden, ebenso wie 2009, durch wissenschaftliche MitarbeiterInnen des Büros Dr. Acocella durchgeführt.

Das Einzelhandelsangebot in der Stadt Alzey wurde, ebenso wie 2009, auf der Basis einer Begehung mit gleichzeitiger Einzelhändlerbefragung im Mai und Juni 2017 erfasst. Dabei wurde nicht nur der Einzelhandel i.e.S. berücksichtigt, sondern auch Apotheken und das Lebensmittelhandwerk; darüber hinaus wurden auch Tankstellenshops erhoben, soweit diese überwiegend Nahrungs-/ Genussmittel führten³⁹.

In jedem Einzelhandelsbetrieb erfolgte eine mündliche Befragung anhand eines Fragebogens. Die Befragung bezog sich auf die folgenden Aspekte:

- Sortimente,
- Verkaufsfläche insgesamt und je Sortiment,
- Eigentumsverhältnisse,
- Anzahl der Beschäftigten,
- Umsatz im Jahr 2016,
- Umsatzentwicklung in den vergangenen drei Jahren,
- Kundenherkunft nach prozentualem Umsatzanteil,

³⁹ Nicht erfasst wurde der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.



- mögliche Änderungsabsichten,
- Flächenpotenziale im Bestand,
- Onlineauftritt (eigene Homepage, Online-Shop, Sonstiges),
- Einschätzung der Bedeutung/ des Einflusses des Online-Handels für den Betrieb und ergriffene oder geplante Maßnahmen in diesem Zusammenhang,
- Einschätzung der Einzelhandelssituation in der Stadt Alzey in Form einer offenen gestellten Frage (Was finden Sie gut/ Was finden Sie schlecht?).

Durch die Standardisierung der Fragebögen 2009 und 2017 ist eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse gewährleistet.

Die Erfassung 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 ortsspezifischen Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich. Die Ergebnisse werden in der vorliegenden Untersuchung ausschließlich aggregiert dargestellt, da einzelbetriebliche Daten dem Datenschutz unterliegen.

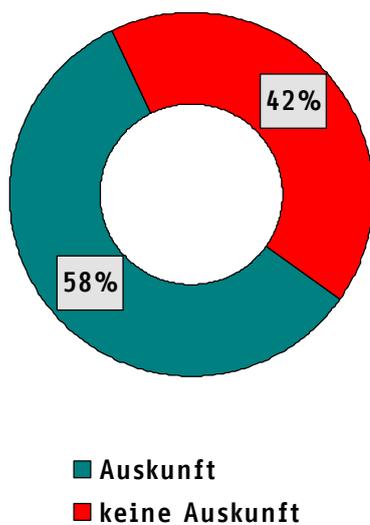
Eine derartige Einzelhändlerbefragung liefert zum einen verlässlichere Daten über die derzeitige Situation als eine reine Bestandserhebung und führt so erfahrungsgemäß zu einer hohen Akzeptanz der erhobenen Daten. Zum anderen ermöglicht die Befragung der Händler auch, Informationen über die derzeitigen Kaufkraftströme in der Stadt Alzey zu erhalten. Weiterhin kann auf diese Weise auch die Stimmungslage der Händlerschaft erfasst werden. Dabei ergeben sich i.d.R. auch "weiche" Erkenntnisse, die in der weiteren Arbeit von Bedeutung sein können. Letztlich ist eine frühe Einbindung der örtlichen Einzelhändler auch als vertrauensbildende Maßnahme zu verstehen, die spätere Diskussionen bei der Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen erleichtert.



Übersicht über die Beteiligung an der Einzelhändlerbefragung

An der Befragung haben sich rd. 58% aller Einzelhändler in Alzey beteiligt (vgl. Abb. 3). Sofern die Händler keine Angaben zur Verkaufsfläche machten bzw. diese ihnen nicht bekannt war, wurden die Verkaufsflächen von Mitarbeitern des Büros Dr. Acocella selbst ermittelt. Somit wurde sichergestellt, dass alle Einzelhandelsbetriebe in Alzey in der quantitativen Betrachtung enthalten sind.

Abb. 3: Einzelhändlerbefragung



Anzahl Betriebe:	187	
Verkaufsfläche:	74.675 m²	
Umsatz:	230,8 Mio. €	
	Anteil an Betrieben	Anteil an Verkaufsfläche
Angaben zum Umsatz	12%	21%
Angaben zur Verkaufsfläche	53%	75%

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

Angaben zum Umsatz 2016 machten rd. 12% der Händler. Für die Betriebe ohne Umsatzangabe wurde der Umsatz auf Grundlage der vorliegenden Daten zur sortiments- und betreiberbezogenen Leistungsfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben rechnerisch ermittelt.

Im Vergleich zu 2009 ist die Händlerbeteiligung deutlich zurückgegangen: 2009 beteiligten sich rd. 94% der Händler an der Befragung. Angaben zum Umsatz machten seinerzeit 35% und zur Verkaufsfläche 76% der Händler.



3.1.2 Kundenherkunftserfassung

Neben der Einzelhändlerbefragung (Frage nach der Umsatzherkunft) wurde eine Kundenherkunftserfassung in den Einzelhandelsgeschäften zur Ermittlung des Einzugsgebietes des Einzelhandels der Stadt 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 im Juni 2017. Insgesamt wurden von nur sieben Betrieben Listen zurückgesandt, in die sich insgesamt rd. 1.000 Kunden eingetragen haben. 2009 beteiligten sich deutlich mehr Betriebe (49) und erfassten folglich wesentlich mehr Kunden (10.380).

Die teilnehmenden Betriebe befinden sich, bis auf eine Ausnahme (Industriegebiet), in der Innenstadt.

Anhand der Ergebnisse der Kundenherkunftserfassung kann das Einzugsgebiet des Alzeyer Einzelhandels - zumindest tendenziell - abgeleitet werden: Zwar sind keine Aussagen über die absolute Herkunftsverteilung möglich, jedoch lässt sich näherungsweise bestimmen, wie sich die Kundschaft nach regionaler Herkunft zusammensetzt. Einschränkend wirkt hierbei jedoch die geringe Beteiligung der Händler an der Kundenherkunftserfassung.

3.2 EINZELHANDELSITUATION IN DER STADT ALZEY

Insgesamt wurde in Alzey von den 187 (einschließlich Betriebe des Lebensmittelhandwerkes und Tankstellen) ermittelten Betrieben, auf einer Verkaufsfläche von rd. 74.675 m², ein Umsatz von rd. 230,8 Mio. € erzielt.

In Tab. 1 ist das Einzelhandelsangebot in der Stadt Alzey dargestellt.



Tab. 1: Einzelhandelsangebot in der Stadt Alzey

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	13.825	65,6
Lebensmittelhandwerk	475	4,8
Drogerie/ Parfümerie	1.850	7,1
Apotheke	575	20,9
Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren (PBS)/ Zeitungen/ Zeitschriften	450	1,4
Blumen/ Zoo	1.700	2,7
kurzfristiger Bedarf	18.900	102,5
Bekleidung und Zubehör	10.725	27,4
Schuhe/ Lederwaren	3.175	7,8
Sport/ Freizeit	3.300	6,8
Spielwaren	875	2,4
Bücher	375	1,1
Glas/ Porzellan/ Keramik (GPK)/ Geschenke/ Hausrat	2.950	3,3
Haus-/ Heimtextilien	2.600	3,3
mittelfristiger Bedarf	23.975	52,2
Uhren/ Schmuck	500	2,3
Foto/ Optik	1.125	5,7
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	1.775	15,7
Elektro/ Leuchten	2.825	10,2
Teppiche/ Bodenbeläge	4.125	5,0
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	13.150	17,6
Möbel	6.125	7,4
Sonstiges	2.225	12,1
langfristiger Bedarf	31.800	76,1
Summe	74.675	230,8

Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen
 Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

3.2.1 Entwicklung des Einzelhandelsangebotes

Die Entwicklung seit 2009 weist einen leichten Rückgang der Verkaufsfläche bei gleichzeitigem Anstieg des Umsatzes auf. Die Flächenproduktivität ist in diesem Zeitraum deutlich gestiegen. Die Anzahl der Betriebe ist dagegen seit 2009 leicht gesunken (vgl. Tab. 2). Damit zeichnet sich in Alzey eine ähnliche Entwicklung ab, wie sie durch unser Büro bei der Fortschreibung von Einzelhandelskonzepten auch in anderen Städten in den vergangenen rd. 10 Jahren festgestellt wurde (u.a. Mannheim, Lahr, Fellbach).

Typisch sind eine weitgehende Stagnation der Verkaufsflächen und ein Rückgang der Betriebe als Ausdruck der seit vielen Jahren zunehmenden Verkaufsflächen pro Betriebseinheit.

Tab. 2: Vergleich Einzelhandelsangebot Alzey 2017 zu 2009 (inkl. Apotheken, Lebensmittelhandwerk und Tankstellen)

	2017	2009	Änderung 2017 - 2009
Betriebe	187	221	-15%
VKF (in m ²) ¹⁾	74.675	78.350	-5%
Umsatz (in Mio. €)	230,8	191,6	20%
Flächenproduktivität (in €/ m ² VKF)	3.091	2.445	26%

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragungen Mai/ Juni 2017 sowie Februar 2009; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Bei Betrachtung der Entwicklung seit 1993 zeigt sich, dass das große Verkaufsfächenwachstum in den Jahren vor 2009 stattgefunden hat (vgl. Tab. 3).

Tab. 3: Vergleich Einzelhandelsangebot Alzey 2017, 2009 und 1993 (ohne Apotheken, Lebensmittelhandwerk und Tankstellen)

	2017	2009	HGZ 1993	Änderung 2009 - 2017	Änderung 1993 - 2017
Betriebe	155	196	132	-21%	17%
VKF (m ²) ¹⁾	73.375	77.575	50.800	-5%	44%
Umsatz (Mio. €)	204,3	185,8	158,1 ²⁾	10%	29%
Flächenproduktivität (€/ m ² VKF)	2.784	2.395	3.112	16%	-11%

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet ²⁾: inkl. Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragungen Mai/ Juni 2017 sowie Februar 2009; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen



3.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten

Eine erste Bewertung des Einzelhandelsangebotes kann vor dem Hintergrund der Nachfrage vorgenommen werden.

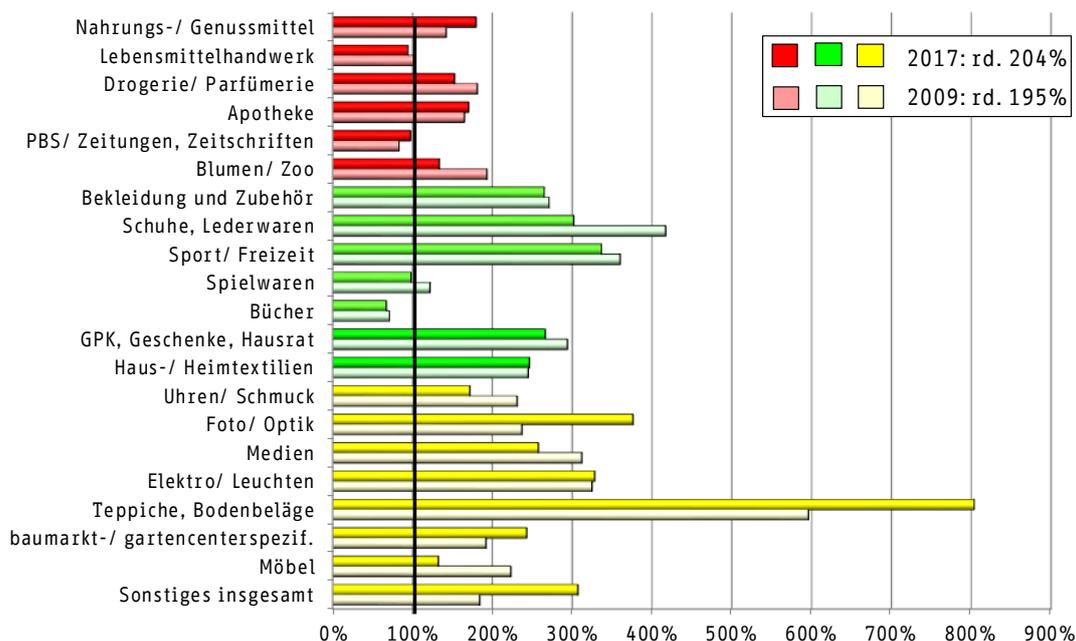
*Die Relation des in Alzey erzielten Umsatzes zu der in Alzey verfügbaren Kaufkraft⁴⁰ ergibt lokale **Bindungsquoten** (z.T. auch Einzelhandelszentralität genannt): Eine Quote von mehr als 100% bedeutet dabei, dass per Saldo (Zuflüsse nach Alzey, vermindert um die Abflüsse aus Alzey) Kaufkraft zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass per Saldo Kaufkraft aus Alzey abfließt.*

Die Gesamtbindungsquote in der Stadt Alzey beträgt rd. 204%; per Saldo sind folglich erhebliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen (vgl. Abb. 4). Die Bindungsquote hat sich damit gegenüber 2009 leicht erhöht. Die besondere Ausstrahlung der Stadt Alzey in das Umland konnte somit leicht ausgebaut werden.

Für die jeweiligen Bedarfsbereiche (kurz-, mittel-, und langfristig) ergibt sich für die Stadt Alzey ein differenziertes Bild.

⁴⁰ Die gesamtstädtische Kaufkraft ergibt sich aus der Kaufkraft je Einwohner und der Einwohnerzahl, wobei es sich bei der Kaufkraft je Einwohner um einen bundesdeutschen Durchschnittswert handelt, der mit Hilfe entsprechender Kennziffern auf die gebietsspezifische Situation angepasst wird (vgl. IFH Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2017). Da die Kaufkraft "von oben nach unten" prognostiziert wird, haben die eingangs dargelegten unterschiedlichen Einwohnerzahlen (vgl. Fußnote 1, S. 1) keinen Einfluss auf die in der Stadt verfügbare Kaufkraft.

Abb. 4: Bindungsquoten in der Stadt Alzey nach Sortimenten



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

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragungen Mai/ Juni 2017 sowie Februar 2009; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; EZB; IFH Köln (2017); BBE, Köln (2008); eigene Berechnungen

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung rot dargestellt) sollte jede Kommune eine möglichst vollständige rechnerische Versorgung ihrer eigenen Bevölkerung gewährleisten. Das bedeutet, dass im kurzfristigen Bedarfsbereich Bindungsquoten von 100% erreicht werden sollten. In Alzey beträgt die Bindungsquote im kurzfristigen Bedarfsbereich rd. 165%. Rechnerisch sind somit per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse festzustellen.

In den meisten Sortimenten außer bei den Sortimenten Lebensmittelhandwerk und Papier/ Bürobedarf etc. werden Bindungsquoten von über 100% erreicht. Auch 2009 konnten für den kurzfristigen Bedarfsbereich per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse festgestellt werden (144%).

Dabei kann allerdings neben der Stadt auch auf deren Nahbereich abgestellt werden, da mit Ausnahme der Stadt Alzey sämtliche Ortsgemeinden im Nahbereich sehr klein sind⁴¹ und deshalb kaum ein eigenständiges Angebot tragfähig ist, sodass die Einwohner auf Angebote außerhalb ihres Wohnortes, insbesondere in Alzey, angewiesen sind: Eine Bindungsquote von 160% entspricht einer rechnerischen Vollver-

⁴¹ Die einzige Gemeinde mit mehr als 1.500 Einwohnern ist Albig (gut 1.600 Einwohner).



sorgung aller im Nahbereich, gemäß des Regionalen Raumordnungsplanes Rhein-hessen-Nahe, lebenden Einwohner.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung grün dargestellt) sind mit einer Gesamtbindungsquote von rd. 241% per Saldo sehr hohe Kaufkraftzuflüsse festzustellen.

Die Sortimente Spielwaren (98%) und Bücher (67%) sind die einzigen Sortimente, für die per Saldo (leichte) Kaufkraftabflüsse zu konstatieren sind. In allen anderen Sortimenten sind per Saldo teils sehr hohe Kaufkraftzuflüsse festzustellen.

Verglichen mit den Bindungsquoten aus dem Jahr 2009 ist bei allen Sortimenten des mittelfristigen Bedarfes mit Ausnahme des Sortimentes Haus-/ Heimtextilien ein Rückgang der Bindungsquoten festzustellen. Diese sind überwiegend auf Verkaufsflächenrückgänge und einen Anstieg der Kaufkraft zurückzuführen.

Im **langfristigen Bedarfsbereich** (in der Abbildung gelb dargestellt) wird eine Bindungsquote von rd. 258% erreicht. Somit sind auch in diesem Bedarfsbereich per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse nach Alzey festzustellen. Insbesondere bei dem Sortiment Teppiche/ Bodenbeläge (Bindungsquote rd. 800%) übernimmt Alzey eine Versorgungsfunktion, die weit über die Stadt hinausreicht und die im Vergleich mit 2009 - auf Grund eines Verkaufsflächenzuwachses von rd. 44% - nochmals deutlich gesteigert werden konnte.

Im Hinblick auf die Einordnung der Bindungsquoten im mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich kann auf die zentralörtliche Funktion von Alzey als Mittelzentrum Bezug genommen werden:

- Im Mittelbereich von Alzey leben etwa viermal so viele Einwohner wie in der Stadt Alzey: Eine Bindungsquote von 400% entspräche mithin einer rechnerischen Vollversorgung der Stadt sowie des gesamten Mittelbereiches.
- Würde der Nahbereich voll und der übrige Mittelbereich zur Hälfte durch den Einzelhandel in Alzey versorgt, so ergäbe sich eine Bindungsquote von etwa 280%.

Vor diesem Hintergrund ergeben sich die folgenden Einschätzungen:

- In den Sortimentsbereichen Bücher und Spielwaren fließt sogar Kaufkraft aus der Stadt ab.



- Im Sortimentsbereich Möbel gelingt keine rechnerische Vollversorgung des Nahbereiches.
- Umgekehrt gibt es Sortimentsbereiche, bei denen schon derzeit eine Bindungsquote von mehr als 280% erreicht wird: Neben Teppiche/ Bodenbeläge (mehr als Vollversorgung des gesamten Mittelbereichs), Schuhe/ Lederwaren, Sport/ Freizeit, Foto/ Optik, Elektro/ Leuchten und Sonstiges.

3.2.3 Umsatzherkunft, Kundenherkunft, Einzugsgebiet, Verbleibquote

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

Umsatzherkunft/ Kundenherkunft

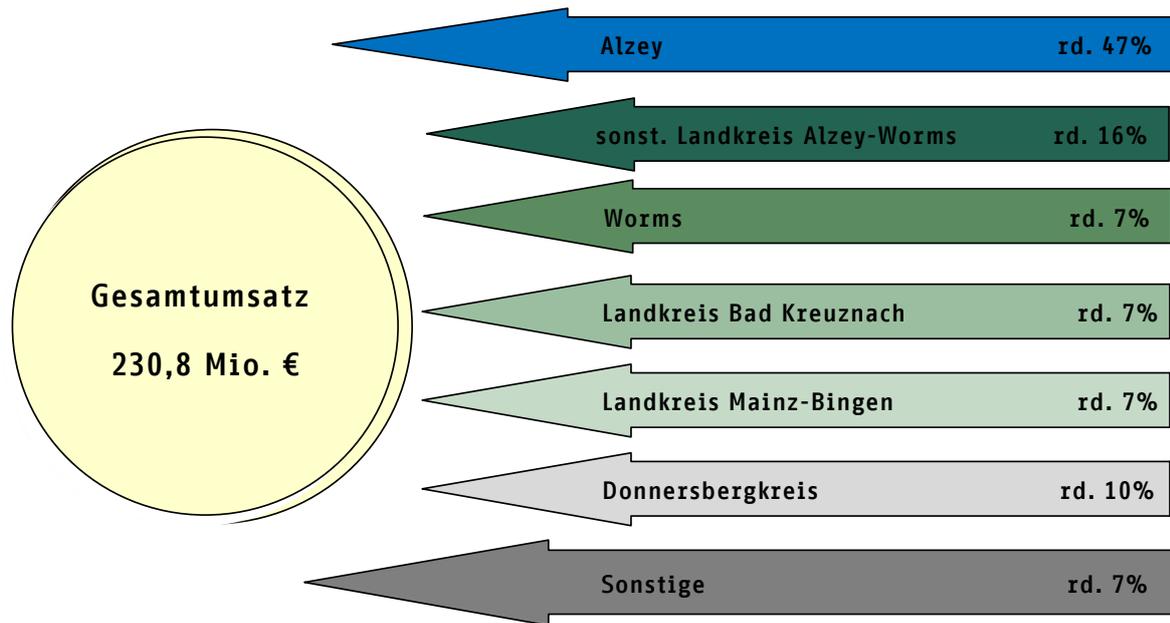
Eine zuverlässige Möglichkeit zur Ermittlung von Kaufkraftströmen stellt die Befragung der Einzelhändler nach der Umsatzherkunft dar. Zwar handelt es sich i.d.R. um geschätzte Werte, dennoch lässt sich näherungsweise eine Tendenz ermitteln, aus der sich Bandbreiten für die Umsatzherkunft und damit für den Einzugsbereich ermitteln lassen (vgl. Abb. 5). Auskunft gaben rd. 40% der Händler (75 Betriebe). Die Antworten repräsentieren einen Anteil an der Gesamtverkaufsfläche in Höhe von 65%.

Etwa die Hälfte des Umsatzes werden nach Angaben der Händler - ebenso wie 2009 - mit Kunden aus Alzey selbst erzielt, rd. 16% aus umliegenden Gemeinden des Landkreises Alzey-Worms. Aus dem Donnersbergkreis entstammen 10% des Umsatzes.

Diese Ergebnisse unterscheiden sich nur in einem wesentlichen Punkt deutlich von den Ergebnissen von 2009: Der Anteil der Umsatzherkunft aus dem sonstigen Landkreis Alzey-Worms, also dem unmittelbaren, räumlichen Umfeld der Stadt Alzey, wurde 2017 mit 16%, 2009 jedoch mit 30% - 34% angegeben. Diese Veränderung des Ergebnisses ist nicht eindeutig auf eine andere Struktur der Stichproben (antwortende Händler) zurückzuführen: 2009 und 2017 war der Großteil des bei der Berechnung der Umsatzherkunft berücksichtigten Umsatzes von Betrieben aus nicht integrierten Standorten.



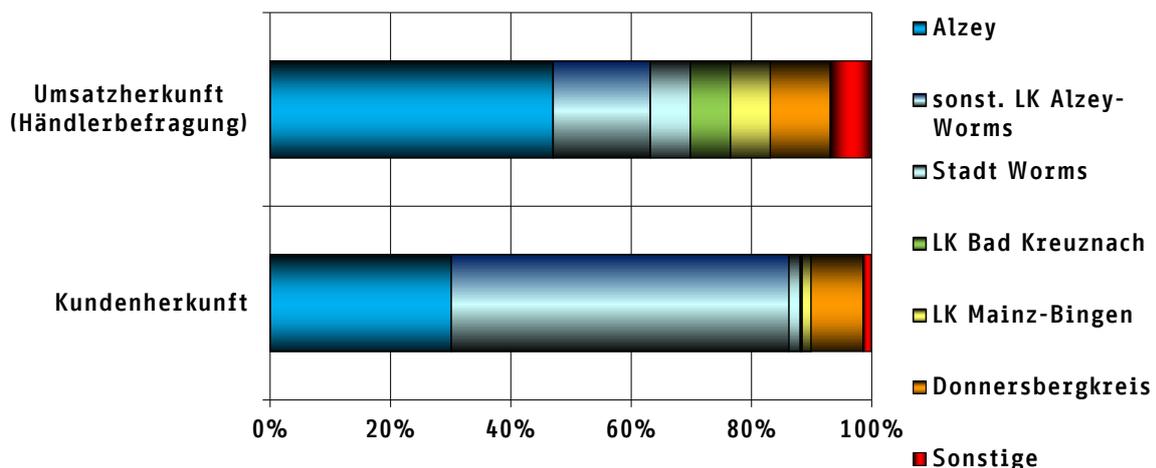
Abb. 5: Umsatzherkunft Stadt Alzey 2017



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Neben der Einzelhändlerbefragung (Frage nach der Umsatzherkunft) liegen zum Einzugsgebiet Daten aus der Kundenherkunftserfassung vor. Angesichts der geringen Beteiligung von lediglich sieben Geschäften sind diese Ergebnisse jedoch eher ergänzend zu berücksichtigen.

Abb. 6: Vergleich Kundenherkunftserfassung mit Einzelhändlerbefragung (Umsatzherkunft)



Quelle: Einzelhändlerbefragung und Kundenherkunftsanalyse Mai/ Juni 2017

Die Kundenherkunftserfassung zeigt mit rd. 30% einen deutlich geringeren Anteil an Kunden aus der Stadt Alzey selbst (vgl. Abb. 6). Dies ist u.a. darauf zurückzuführen,



dass nur zwei der sieben teilnehmenden Betriebe der Kundenherkunftserfassung nahversorgungsrelevante Betriebe sind und sechs der sieben Betriebe in der Innenstadt lokalisiert sind.

2009 wurde bei der Kundenherkunftserfassung ein Anteil von Kunden aus der Stadt Alzey in Höhe von über 40% ermittelt. Auf Grund der sehr unterschiedlichen Stichprobenbasis (unterschiedliche Betriebe, wesentlich geringere Teilnehmerquote 2017) erscheint ein Vergleich hier wenig sinnvoll.

Verbleibquote

Aus den Händlerangaben zur Kundenherkunft lässt sich zusätzlich die Verbleibquote ableiten.

*Die **Verbleibquote** errechnet sich, indem der aus Alzey stammende Umsatz in Relation zur Kaufkraft in Alzey gesetzt wird. Die Verbleibquote gibt damit den Teil der örtlichen Kaufkraft an, der durch den Einzelhandel in der Stadt Alzey gebunden werden kann.*

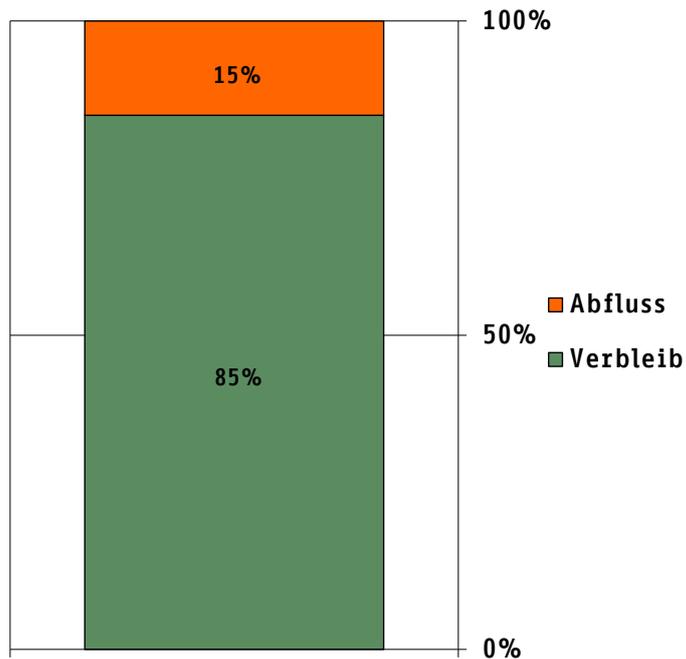
In Alzey können rd. 85% der in Alzey vorhandenen Kaufkraft durch den örtlichen Handel - d.h. etwa 96,2 Mio. von rd. 113,2 Mio. € Kaufkraft - gebunden werden.

Im Vergleich zu anderen Städten weist Alzey damit weiterhin eine überdurchschnittlich hohe Verbleibquote auf. Die Verbleibquote lag 2009 ebenfalls bei rd. 85%.

Ein gewisser Abfluss besteht durch (Erlebnis-)Einkäufe am Wochenende in größeren Städten, im Urlaub oder am Arbeitsort bzw. beim Pendeln.



Abb. 7: Verbleibquote der Stadt Alzey



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; IFH Köln (2017); eigene Berechnungen

3.2.4 Weitere Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung

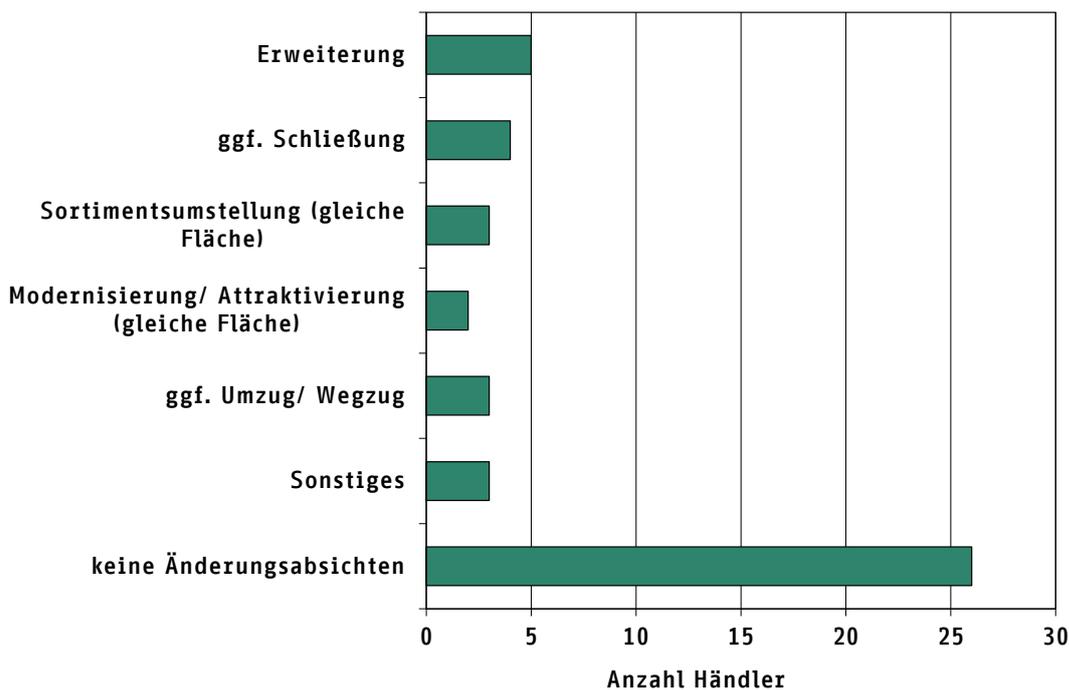
Neben Angaben zur Einzelhandelssituation, Umsätzen und Kundenherkunft konnten im Rahmen der Einzelhändlerbefragung noch weitere Informationen gesammelt werden. Dazu zählen mögliche Änderungsabsichten, Angaben zu Eigentumsverhältnissen, Umsatzentwicklung und zum Online-Handel.

Änderungsabsichten

Von 46 antwortenden Händlern haben 26 keine Änderungsabsichten. Fünf Händler planen eine Erweiterung des Betriebes, vier Händler eine Schließung ihres Betriebes und drei einen möglichen Wegzug. Die anderen Nennungen betreffen Änderungen am Standort.

2009 beantworteten die Frage nach Änderungsabsichten nur 34 Händler. Es wurde von 16 Händlern eine Schließungsabsicht genannt. Der Anteil der Händler, die eine Schließung ihres Betriebes planten, war 2009 also deutlich höher als 2017.

Abb. 8: Änderungsabsichten



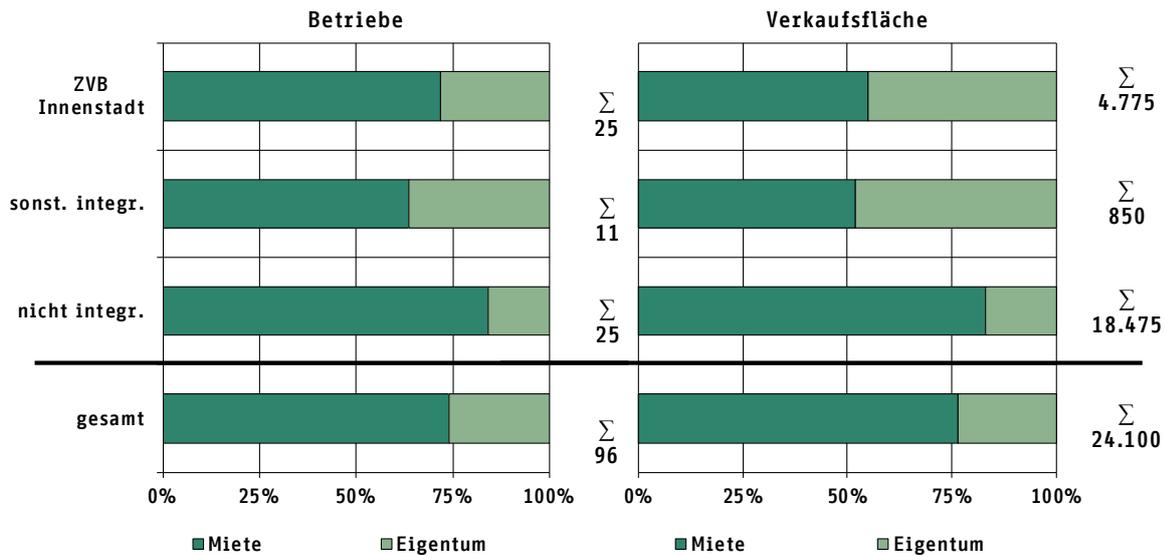
Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

Eigentumsverhältnisse

Mögliche Änderungswünsche, die von der kommunalen Politik und der Verwaltung an den Handel herangetragen werden, werden oft durch die Eigentumsverhältnisse blockiert. Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, neben den Händlern auch die Immobilieneigentümer als Akteure im Blick zu haben, zumal, sowohl bezogen auf die Anzahl der Betriebe als auch gewichtet nach Verkaufsflächen, der überwiegende Anteil der auf diese Frage antwortenden Einzelhändler (96 Händler) Mieter sind.



Abb. 9: Eigentumsverhältnisse nach Betrieben und gewichtet nach Verkaufsflächen



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

Der Anteil der Mieter ist bezogen auf die Anzahl der Betriebe (84%) und bezogen auf die Verkaufsfläche (83%) an nicht integrierten Standorten am höchsten.

2009 war der Anteil der Betriebe in Mietverhältnissen gesamt mit rd. 72% nur unwesentlich geringer als 2017.

Umsatzentwicklung

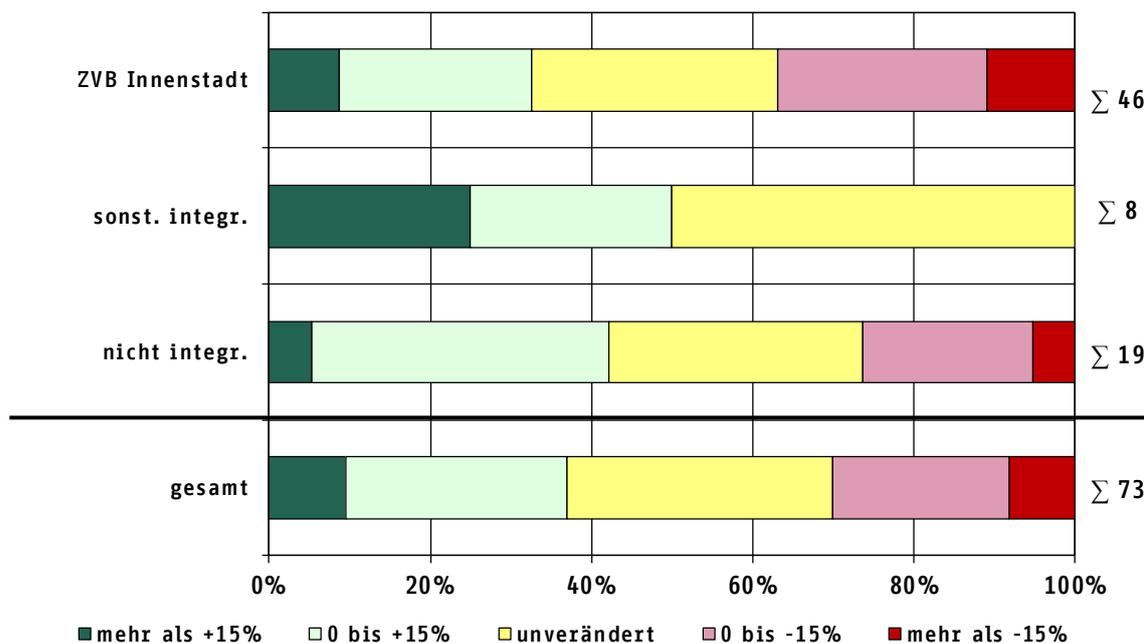
Die Abb. 10 zeigt die Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren. Mehr als ein Drittel, der auf diese Frage antwortenden Einzelhändler, verzeichnete einen Umsatzanstieg (rd. 38%), ein Drittel gab eine Umsatzstagnation an. Knapp ein Drittel der Händler gab einen Umsatzrückgang an.

2009 lag der Anteil der Betriebe, die einen Umsatzrückgang angaben, mit rd. 32% leicht über dem Wert von 2017.

Bei Betrachtung der Standorttypen zeigt sich, dass die Innenstadtbetriebe am deutlichsten von Umsatzrückgängen betroffen waren.



Abb. 10: Umsatzentwicklung in den letzten 3 Jahren nach Standorttypen



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

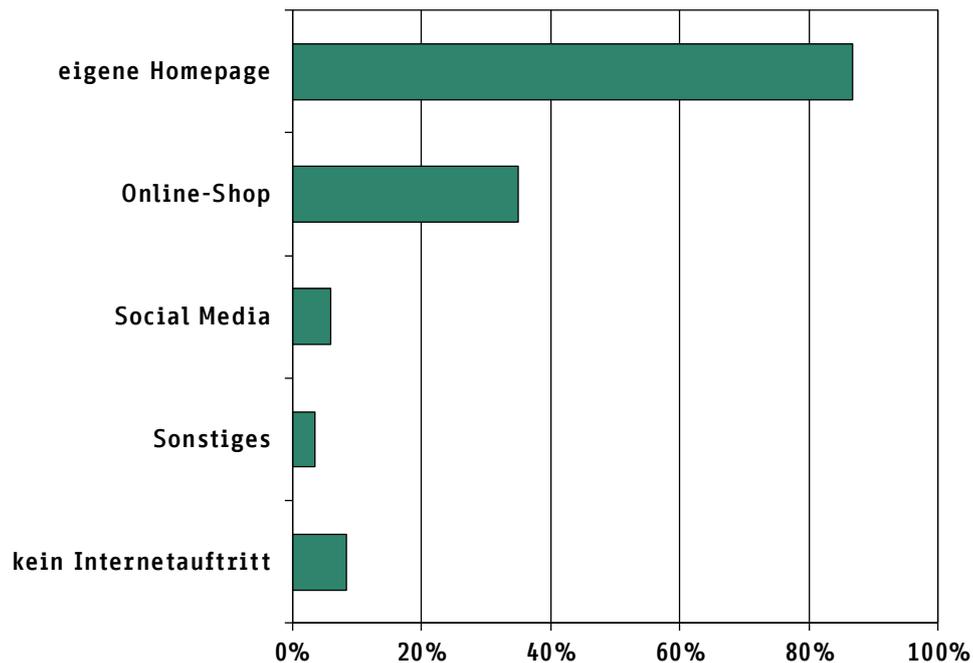
Homepage und Online-Shop

Anders als 2009 wurde 2017 auch das Thema Online-Handel in die Befragung der Händler einbezogen.

Rund 87%, der auf diese Frage antwortenden Händler, gaben an, dass sie über eine Homepage verfügen. D.h. rd. 13% der Händler haben keine Homepage. 35% der befragten Händler betreiben zusätzlich einen Online-Shop (vgl. Abb. 11). Weitere Nennungen bezogen sich auf die Nutzung von Social Media, eBay oder anderen Händlerplattformen. 8% der Händler haben gar keinen Internetauftritt.



Abb. 11: Homepage und Online-Shop



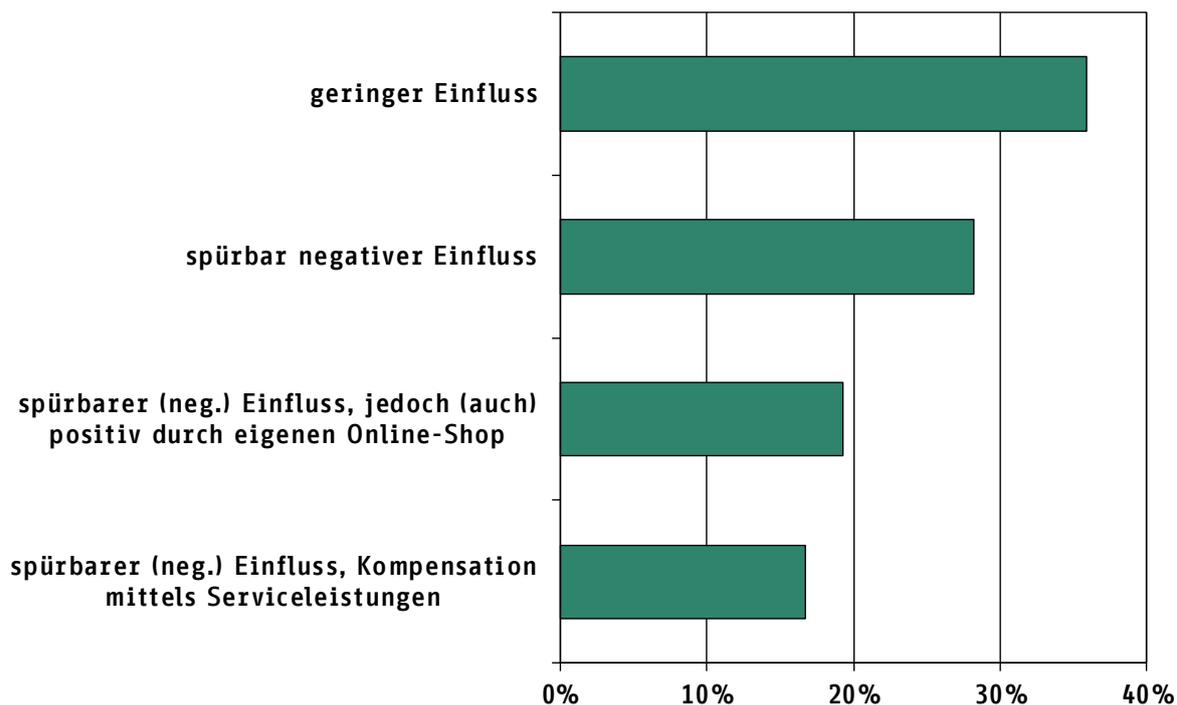
Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

Bedeutung Online-Handel und entsprechende Maßnahmen

Der überwiegende Teil der befragten Einzelhändler gab an, dass der Online-Handel für sie und ihr Geschäft eine hohe Bedeutung hat. Dabei wurde dem Online-Handel sowohl ein negativer als auch ein positiver Einfluss zugesprochen (vgl. Abb. 12).

Rund 28% der Händler gaben an, dass der Online-Handel einen spürbar negativen Einfluss auf den eigenen Betrieb hat. Rund 36% der Händler gaben an, dass der Online-Handel zwar einen spürbaren Einfluss auf das Geschäft hat, jedoch auf Grund eines eigenen Online-Shops (rd. 19%) bzw. eines umfangreichen bzw. erweiterten eigenen Serviceangebotes (17%) (auch) positive Aspekte des Online-Handels zum Tragen kommen.

Abb. 12: Experteninterviews - Bedeutung Online-Handel und entsprechende Maßnahmen



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

3.2.5 Beurteilung des Einzelhandels aus Händlersicht

Die Einzelhändler wurden - ebenso wie 2009 - gebeten, sich in einer offen gestellten Frage⁴² (ohne vorgegebene Antwortmöglichkeit) zu positiven und negativen Aspekten im Hinblick auf die Einzelhandelssituation in der Stadt Alzey zu äußern. Die Auskünfte der Einzelhändler wurden zu den in Abb. 13 dargestellten Themenbereichen zusammengefasst. Die Abbildung spiegelt die allgemeine Stimmungslage der Händler zum Befragungszeitpunkt wieder und verschafft gleichzeitig einen Überblick über aktuelle Themenschwerpunkte bei den Einzelhändlern in Alzey. Insgesamt antworteten 103 Händler auf die offene Frage.

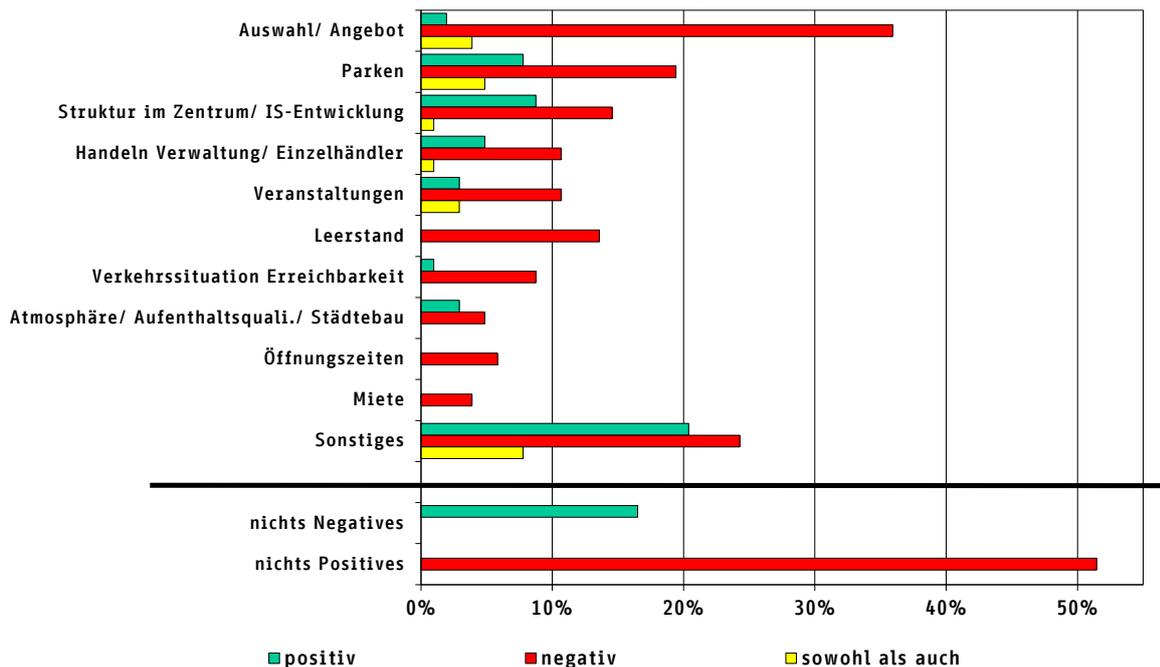
Für die Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass bei derartigen, offen gestellten Fragen i.d.R. negative Aussagen überwiegen. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass positive Sachverhalte häufig als selbstverständlich aufgefasst werden, während negative Aspekte präsenter sind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

⁴² "Was finden Sie an der Einzelhandelssituation in Alzey gut bzw. schlecht?"



Mehr als die Hälfte derjenigen, die sich zu dieser Frage äußerten, findet nichts Positives an der Einzelhandelssituation in Alzey; im Jahr 2009 lag der Wert bei rd. 18%. Darüber hinaus wurde bei der Befragung 2017 jedes Themenfeld überwiegend negativ bewertet, während 2009 auch einige Themenfelder überwiegend positiv beurteilt wurden. Gegenüber 2009 ist somit eine Verschlechterung der Stimmungslage innerhalb der Händlerschaft festzustellen.

Abb. 13: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht 2017



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; eigene Berechnungen

Aus der Befragung konnten insgesamt elf Themenbereiche abgeleitet werden, die in Tabellen im Anhang differenziert aufgeführt sind. Am stärksten kritisiert wurde das Thema "Auswahl/ Angebot".

- In dem 2017, wie auch 2009, am häufigsten thematisierten Bereich "**Auswahl/ Angebot**" überwiegen die negativen Äußerungen gegenüber den positiven Aussagen deutlich. Insbesondere wurde das mangelnde Nahversorgungsangebot in der Innenstadt (Nahrungs-/ Genussmittel, Drogerie/ Parfümerie) kritisiert. Weiterhin wurde die mangelnde Angebotsvielfalt bzw. der Angebotsumfang beklagt.



- Zum Thema "**Parken**" wurde vor allem die Anzahl der verfügbaren Parkplätze kritisiert. Weitere Nennungen beziehen sich auf die Lage der Parkplätze und auf die Parksituation allgemein.
- Im Zusammenhang mit dem Themenbereich "**Struktur Zentrum/ Innenstadt-Entwicklung**" wurde vor allem die mangelnde Frequenz thematisiert. Weiterhin wurden die Entwicklung allgemein und der Wegfall von inhabergeführten Betrieben angesprochen. Positiv wurden vor allem die kurzen Wege hervorgehoben.
- Beim Thema "**Handeln Verwaltung/ Einzelhändler**" wurde eine mangelnde Zusammenarbeit zwischen den Händlern und der Stadt, aber auch der Händler untereinander genannt. Weiterhin wurde der Verkehrsverein negativ wie positiv thematisiert.
- Hinsichtlich des Themas "**Veranstaltungen**" wurde insbesondere die Thematik der offenen Sonntage kritisiert.
- Beim Thema "**Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität/ Städtebau**" spielten insbesondere die mangelnde Sauberkeit und defekte Brunnen in der Fußgängerzone eine Rolle.
- Ein wesentlicher Kritikpunkt waren die "**Leerstände**".
- Unter der Rubrik "**Sonstiges**" sind weitere Äußerungen zusammengefasst, die auf Grund der geringen Anzahl der jeweiligen Nennungen keinen eigenständigen Themenbereich bilden. Hier überwiegen die negativen Äußerungen.

Auch 2009 wurden in der Tendenz negative Antworten gegeben. Die Punkte Kundenverhalten (2017 auf Grund weniger Nennungen nicht mehr als einzelner Punkt ausgewertet), Aufenthaltsqualität und Erreichbarkeit wurden jedoch überwiegend positiv bewertet.



3.3 FAZIT - EINZELHANDELSITUATION GESAMTSTÄDTISCH

Insgesamt verfügt die Stadt Alzey weiterhin über eine umfangreiche Versorgungsfunktion und eine große Ausstrahlung in das Umland. Die Bindungsquote konnte gegenüber 2009 leicht gesteigert werden (von 195% auf 204%).

Bei (fast) allen Sortimenten sind per Saldo, wie schon 2009, teils deutliche Kaufkraftzuflüsse festzustellen. Im Vergleich zu 2009 ist bei fast allen Sortimenten des mittelfristigen Bedarfes - den typischen innerstädtischen Leitsortimenten - ein Rückgang der Bindungsquoten festzustellen. Die sehr hohen Kaufkraftzuflüsse im Sortiment Teppiche/ Bodenbeläge stiegen im Vergleich mit 2009 nochmals deutlich an.

Im kurzfristigen Bedarfsbereich entspricht die ermittelte Bindungsquote (165%) der rechnerischen Vollversorgung aller im Nahbereich, gemäß dem Regionalen Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe, lebenden Einwohner.

Im mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich kann auf die zentralörtliche Funktion von Alzey als Mittelzentrum Bezug genommen werden. D.h., der Nahbereich der Stadt Alzey kann voll und der übrige Mittelbereich zur Hälfte durch den Einzelhandel in Alzey versorgt werden (rechnerische Bindungsquote von rd. 280%). Die Versorgungsfunktion der Stadt Alzey stellt sich nach Sortimenten jedoch sehr unterschiedlich dar: In den Sortimentsbereichen Bücher und Spielwaren fließt sogar Kaufkraft aus der Stadt ab, im Sortimentsbereich Möbel gelingt keine rechnerische Vollversorgung des Nahbereiches. In den Sortimentsbereichen Teppiche/ Bodenbeläge (mehr als Vollversorgung des gesamten Mittelbereiches), Schuhe/ Lederwaren, Sport/ Freizeit, Foto/ Optik, Elektro/ Leuchten und Sonstiges wird eine Bindungsquote von mehr als 280% erreicht.

Diese per Saldo hohen Kaufkraftzuflüsse und die hohe, im Vergleich zu 2009 unveränderte Verbleibquote (85%), zeigen die Attraktivität und Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsangebotes in Alzey für das Umland (Bindungsquote) und die eigenen Einwohner (Verbleibquote).

Fast die Hälfte des in Alzey getätigten Einzelhandelsumsatzes (rd. 47%) stammt nach Angaben der Händler, ebenso wie 2009, von Bewohnern der Stadt Alzey.

Mehr als ein Drittel der antwortenden Händler verzeichneten in den vergangenen drei Jahren einen Umsatzanstieg, knapp ein Drittel der Händler gab einen Umsatz-



rückgang an. Diese Verteilung unterscheidet sich nur unwesentlich von den Ergebnissen 2009. 2017 weisen die Betriebe der Innenstadt anteilig die meisten Umsatzrückgänge und die der sonstigen integrierten Standorte gar keine Umsatzrückgänge auf.

Mehr als ein Drittel der antwortenden Händler betreiben einen eigenen Online-Shop; allerdings sind rd. 13% der befragten Händler nicht im Internet vertreten. Rund 28% der Händler gaben an, dass der Online-Handel einen spürbar negativen Einfluss auf den eigenen Betrieb hat. Demgegenüber steht rund ein Drittel der antwortenden Händler, die nur einen geringen (negativen) Einfluss auf den eigenen Betrieb bzw. die eigene Branche angeben. Darüber hinaus gab mehr als ein Drittel der Händler an, dass der Online-Handel zwar einen spürbaren Einfluss auf das Geschäft hat, dieser jedoch auf Grund eigener Online-Shops oder eines eigenen Serviceangebotes (auch) als positiver Aspekt wahrgenommen wird.

Die Stimmungslage innerhalb der Händlerschaft stellt sich sehr negativ dar und hat sich gegenüber 2009 deutlich verschlechtert. Rund die Hälfte der befragten Händler sieht nichts Positives in der Einzelhandelssituation in Alzey. Vor allem die Themen Auswahl/ Angebot, Parken und Leerstände wurden kritisch bewertet.



4. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE IN ALZEY

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ist durch die Baurechtsnovellen der vergangenen Jahre stärker in den Fokus der Stadtentwicklungsplanung gerückt und stellt einen wichtigen formalen Teil des Gutachtens zum Einzelhandelskonzept für die Stadt Alzey dar⁴³. Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG⁴⁴.

Welche Bereiche unter diese Kategorie fallen und welche Kriterien diese erfüllen müssen, wird im Folgenden erläutert.

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

Der Einzelhandel stellt für die Entwicklung der Innenstädte nach wie vor die Leitfunktion dar: Zahlreiche Untersuchungen des Büros Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung mit mittlerweile über 40.000 Passanten in verschiedenen Städten unterschiedlicher Größe und regionaler Einbindung ergaben, dass Einkaufen und Bummeln als häufigstes **Motiv für den Besuch einer Innenstadt** bzw. eines Stadtteilzentrums genannt werden.

Eine attraktive Innenstadt wird jedoch nicht allein durch das Einzelhandelsangebot, sondern auch durch die funktionale Mischung sowie die städtebaulichen und verkehrlichen Bedingungen geprägt und charakterisiert.

Die wichtigste planerische Aufgabe für die Sicherung der Funktionsfähigkeit einer Innenstadt mit entsprechender funktionaler Vielfalt und städtebaulichen Qualitäten stellt dabei die **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** dar, mit der verschiedene Aspekte des Bau- und Planungsrechtes zusammenhängen. Die städtebaulich-funktionalen Anforderungen für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich aus dem entsprechenden Urteil des BVerwG⁴⁵ (vgl. Kap. 2.2.1.1). Dabei ist, anders als im Gutachten von 2009, eine parzellenscharfe Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erforderlich.

⁴³ Vgl. insbesondere §§ 1 (6) Nr. 11, 9 (2a) und (3) BauGB.

⁴⁴ Vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7.07.

⁴⁵ Vgl. BVerwG, Urteil 11.10.2007, Az. 4 C 7.07.



Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Ein unabdingbares Kriterium, das ein zentraler Versorgungsbereich aufweisen muss, ist eine städtebaulich **integrierte Lage**. Das bedeutet, dass dieser städtebaulich und siedlungsstrukturell eingebunden sein und einen unmittelbaren Bezug bzw. die Nähe zur Wohnbebauung haben muss, sodass auch für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen eine möglichst gute Erreichbarkeit - z.T. eine fußläufige Erreichbarkeit - vorhanden ist. Daneben sollte eine gute verkehrliche Anbindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz gegeben sein.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches orientiert sich insbesondere am Bestand der Einzelhandelsbetriebe. 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 für eine funktionale Vielfalt im Zentrum von erheblicher Bedeutung.

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 Büro/ Gewerbe/ Industrie auftreten.

Neben funktionalen Kriterien müssen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche auch städtebauliche Gegebenheiten berücksichtigt werden. Bei einer Ortsbegehung wurden daher folgende **städtebauliche/ infrastrukturelle Zäsuren** berücksichtigt:

- verkehrliche Barrieren (z.B. 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. Insbeson-



dere die Gestaltung des öffentlichen Raumes 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.

Der bestehende zentrale Versorgungsbereich und mögliche sonstige zentrale Bereiche der Stadt Alzey werden im nachfolgenden Kapitel 4.2 im Hinblick auf ihre Abgrenzung und ihre Einstufung als zentrale Versorgungsbereiche überprüft.

4.2 ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT

Neben der Innenstadt wurden 2009 keine weiteren zentralen Versorgungsbereiche oder Nahversorgungsbereiche in Alzey identifiziert. Weder in der Kernstadt noch in den vier Stadtteilen Dautenheim, Heimersheim, Schafhausen und Weinheim sind Bereiche vorhanden, die auf Basis der aktuellen Analyse 2017 und der dargestellten Kriterien die Ausweisung eines weiteren zentralen Versorgungsbereiches rechtfertigen würden.

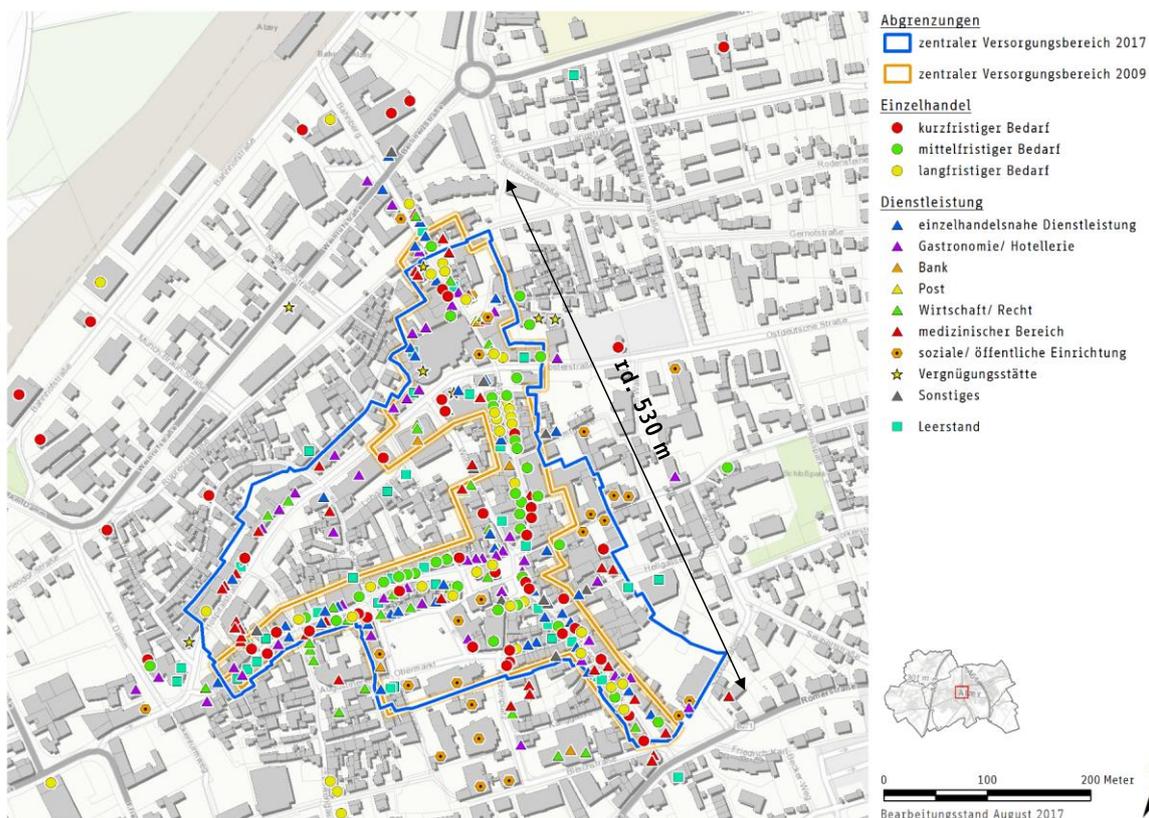
4.2.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

Die Karte 1 zeigt den aktuellen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den angrenzenden Gebieten. Das Einzelhandelsangebot befindet sich vor allem innerhalb der Fußgängerzone in der Antoniterstraße, rund um den Rossmarkt und in der St.-Georgen-Straße. An den Rändern des zentralen Versorgungsbereiches in der Spießgasse, am Obermarkt und in der Hospitalstraße ist der Nutzungsbesatz relativ lückenhaft und überwiegend durch Dienstleistungsbetriebe sowie Leerstände geprägt.

Im Vergleich zu 2009 wurde die Innenstadt parzellenscharf und insgesamt etwas kompakter abgegrenzt:

- Angesichts der positiven Veränderungen in der Hospitalstraße, insbesondere im Hotel- und Gastronomiebereich, wurde dieser Bereich in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen.
- Darüber hinaus wurde die Abgrenzung im Norden der Antoniterstraße etwas verkürzt. Die Berliner Straße stellt hier eine klare Zäsur dar.
- Im Südosten wurden die Stadthalle, mit dem neu gestalteten Stadthallenplatz, und der Bereich östlich der St.-Georgen-Straße in die Abgrenzung einbezogen.

Karte 1: Ist-Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; Kartengrundlage: Stadt Alzey

Eine Überprüfung der städtebaulich-funktionalen Stärken-Schwächen-Analyse des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgt in Kapitel 4.2.3.

4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

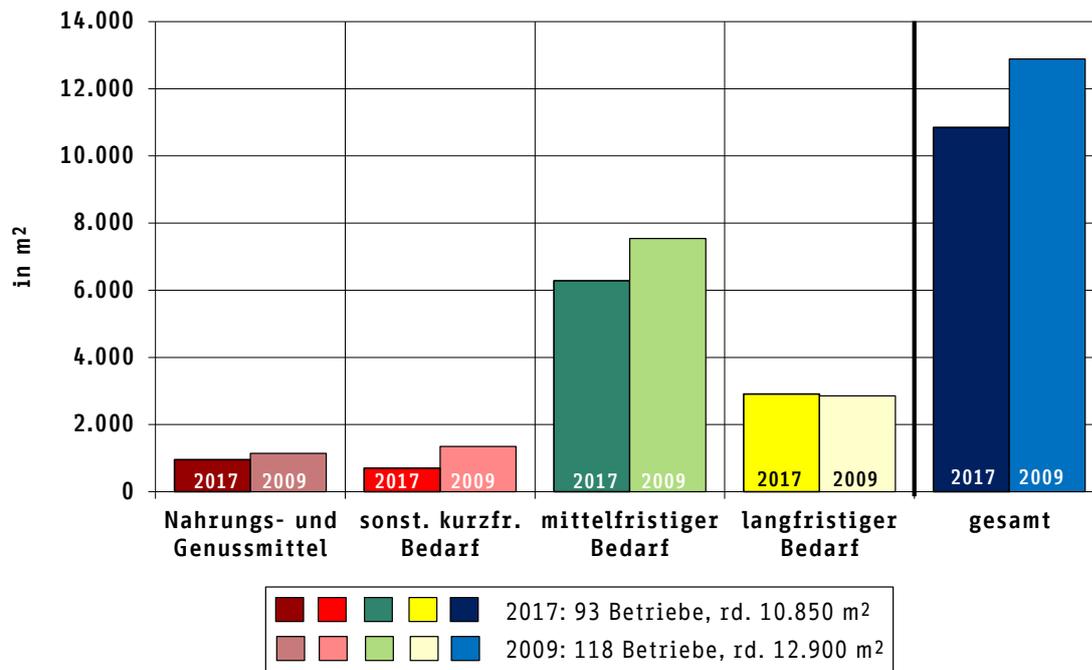
Im Hinblick auf die Vergleichbarkeit wurde für die quantitative Bewertung der Innenstadtentwicklung auf die Abgrenzung von 2009 zurückgegriffen.

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt befanden sich zum Erhebungszeitpunkt Mai/ Juni 2017 rd. 50% aller Einzelhandelsbetriebe von Alzey mit lediglich rd. 15% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Hier wird die extrem kleinteilige Betriebsstruktur des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt deutlich. Lediglich zwei Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von mehr als 800 m² auf und rd. 80% der innerstädtischen Betriebe verfügen über eine Verkaufsfläche von weniger als 101 m². Der Umsatzanteil der innerstädtischen Betriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt bei rd. 18% (vgl. Abb. 16, S. 62).



Ein Vergleich zu 2009 zeigt, dass in der Innenstadt sowohl die Zahl der Betriebe als auch die Verkaufsfläche geringer geworden sind und somit trotz Einzelhandelskonzept die quantitative Bedeutung des zentralen Versorgungsbereiches nicht gehalten werden konnte.

Abb. 14: Vergleich Verkaufsflächenanteile nach Bedarfsbereichen in der Innenstadt 2017 und 2009



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragungen Mai/ Juni 2017 sowie Februar 2009; eigene Berechnungen

Angaben zur Verkaufsfläche und zum Umsatz nach Sortimenten sind Tab. 4 zu entnehmen. Dabei fällt die extrem geringe Bedeutung des kurzfristigen Bedarfsbereiches auf, der gerade in kleineren Innenstädten für die Frequenz von Bedeutung ist. In Alzey kommt solchen frequenzbringenden Nahversorgungsbetrieben angesichts der kleinteiligen Betriebsstrukturen besondere Bedeutung zu.



Tab. 4: Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	800	3,1
Lebensmittelhandwerk	150	1,9
Drogerie/ Parfümerie	75	0,3
Apotheke	325	11,9
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	250	0,6
Blumen/ Zoo	50	0,1
kurzfristiger Bedarf	1.650	17,8
Bekleidung und Zubehör	3.775	8,7
Schuhe/ Lederwaren	700	1,7
Sport/ Freizeit; Spielwaren; Bücher	1.200	2,4
GPK/ Geschenke/ Hausrat	375	0,4
Haus-/ Heimtextilien	225	0,2
mittelfristiger Bedarf	6.275	13,5
Uhren/ Schmuck	500	2,2
Foto/ Optik	825	4,2
Medien; Elektro/ Leuchten	275	1,5
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente; Teppiche/ Bodenbeläge, Möbel	1.100	1,2
Sonstiges	200	0,6
langfristiger Bedarf	2.900	9,8
Summe	10.850	41,1

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen
aus Datenschutzgründen mussten Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst werden
Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches
Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

"Unechte Bindungsquote"

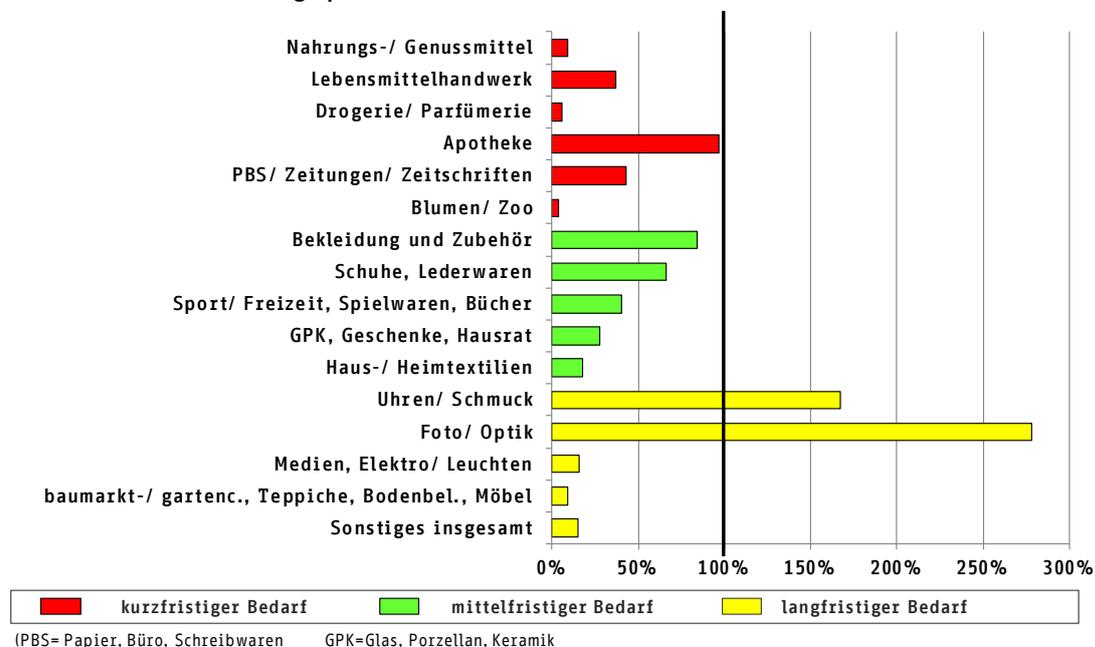
In Kap. 3.2.2 wurde bereits festgestellt, dass die Stadt Alzey mit einer Gesamtbindungsquote von rd. 204% per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse verzeichnet. Die Beurteilung der gesamtstädtischen und überörtlichen Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgt mittels "unechter Bindungsquoten".

*Die **unechte Bindungsquote** errechnet sich, indem der im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft der gesamten Stadt Alzey gesetzt wird.*



Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (rote Balken in der Abb. 15) sind die "unechten Bindungsquoten" wenig aussagekräftig: Hier kommt dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt weder gesamtstädtische noch überörtliche Versorgungsfunktionen zu, da die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches wohnortnah angeboten werden sollten. Demnach sollen lediglich die Einwohner in der Innenstadt und deren Umfeld mit den Angeboten im kurzfristigen Bedarfsbereich versorgt werden (vgl. Kap. 6). Die sehr geringen "unechten" Bindungsquoten in den Sortimenten Nahrungs- / Genussmittel, Drogerie/ Parfümerie und Blumen/ Zoo untermauern jedoch die Kritik der Händler an mangelnden Nahversorgungsangeboten in der Innenstadt (vgl. Kap. 3.2.5).

Abb. 15: "unechte" Bindungsquoten in der Innenstadt nach Sortimenten



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

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; IFH Köln (2017); eigene Berechnungen

Bedeutsam für die Bewertung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind dagegen die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente des **mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches**.

Es wird deutlich, dass nur bei den Sortimenten Uhren/ Schmuck und Foto/ Optik eine Bindungsquote von mehr als 100% erreicht wird. Bei Foto/ Optik liegt der gesamtstädtische Wert für die Bindungsquote deutlich höher. Die Innenstadt von Alzey ist

noch weniger als 2009 in der Lage, die Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt wahrzunehmen. Eine Versorgungsfunktion für den Mittelbereich wird durch die Innenstadt ohnehin nicht wahrgenommen.

4.2.3 Städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse Innenstadt

Die Stärken-Schwächen-Analyse bildet eine wesentliche Grundlage für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (vgl. Kap. 8.3.1). Da bereits im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes von 2009 eine ausführliche städtebaulich-funktionale Stärken-Schwächen-Analyse erfolgte, wurde im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens vor allem eine Überprüfung dieser durchgeführt. Nachfolgend sind deshalb nur wesentliche Aspekte zur städtebaulich-funktionalen Situation des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und insbesondere Veränderungen gegenüber 2009 dargestellt.

Die städtebaulichen und funktionalen Stärken der Innenstadt sind in der Karte 2 dargestellt und im Folgenden beschrieben.

Stärken

- In der Innenstadt sind Fachgeschäfte verschiedener Branchen vorhanden. Ein Bekleidungshaus auf der Antoniterstraße und ein Sportgeschäft in der Ochslergasse/ Ecke Antoniterstraße fungieren als Magnetbetriebe.

Foto 1: Antoniterstraße - Fachgeschäft



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Foto 2: Spießgasse - Fachgeschäft



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

- Vor allem am Rossmarkt, aber auch in anderen Teilen der Innenstadt sind verschiedene, individuelle Gastronomiebetriebe zu finden.



- Attraktive, familiengeführte Hotels sind entlang der Hospitalstraße entstanden. Diese individuellen Betriebe stellen ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal der Alzeyer Innenstadt dar und prägen den gesamten Bereich positiv.

Foto 3: Hospitalstraße - Hotel



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Foto 4: Hospitalstraße - Hotel



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

- Insbesondere im Bereich der Hospitalstraße ist eine baulich-gestalterische und funktionale Weiterentwicklung gegenüber 2009 erlebbar. Kaffeerösterei, Bar, Weinhotel, Vinothek, etc. machen den Standort Innenstadt sowohl für Anwohner als auch für Touristen attraktiv.

Foto 5: Hospitalstraße - Hotel



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Foto 6: Hospitalstraße - öffentlicher Raum



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

- Die Innenstadt wird an vielen Stellen von attraktiven Fachwerkgebäuden geprägt.
- Insgesamt besteht eine hohe Gestaltqualität im öffentlichen Raum. Rossmarkt und Fischmarkt überzeugen weiterhin mit sehr guter Gestalt- und Aufenthaltsqualität und einer lebendigen Atmosphäre.

Foto 7: Rossmarkt



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

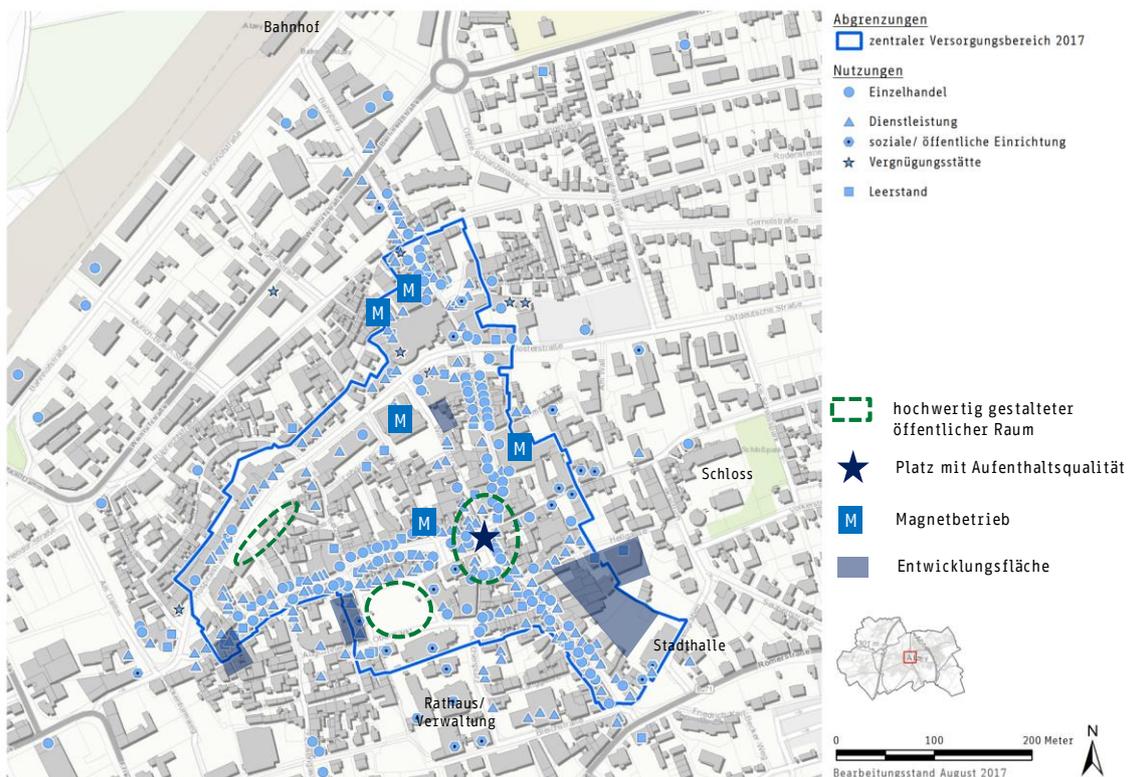
Foto 8: Obermarkt



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

- Der neu gestaltete Obermarkt zeichnet sich durch eine hohe Gestaltqualität aus; ebenso der Stadthallenplatz, der eine wichtige Eingangs- und Aufenthaltsfunktion wahrnimmt.
- Einige Einzelhandelsbetriebe überzeugen durch eine besonders hochwertige bzw. individuelle Warenpräsentation (Schaufenster und Außenbereiche).

Karte 2: Stärken des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Befragung Mai/ Juni 2017, Kartengrundlage: Stadt Alzey



Schwächen

Die, bereits 2009 beschriebenen, wesentlichen Defizite in der Alzeyer Innenstadt bestehen trotz der positiven Entwicklungen (u.a. Hospitalstraße) weiterhin bzw. wurden z.T. verstärkt. Dies betrifft insbesondere die Anzahl der Leerstände, die gegenüber 2009 noch zugenommen hat. Es ist trotz Bemühungen der Stadtverwaltung nicht gelungen, größere zusammenhängende Verkaufsflächen für dringend notwendige Magnetbetriebe zu entwickeln. Untätige Immobilieneigentümer entwerten die Innenstadt und damit auch langfristig ihre eigene Immobilie. Problematisch sind in diesem Zusammenhang die vielen denkmalgeschützten Gebäude und die sehr strengen Sanierungsauflagen, die teilweise investitionshemmend wirken.

Karte 3: Schwächen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017, Kartengrundlage: Stadt Alzey

- In der Innenstadt ist weiterhin kein adäquates Nahversorgungsangebot vorhanden. Neben einem kleinflächigen Bio-Markt sind, außer Lebensmittelfachgeschäften, Lebensmittelhandwerksbetrieben und Kiosken, keine Lebensmittelbetriebe in der Innenstadt lokalisiert. Einen Drogeriemarkt gibt es ebenfalls nicht.

- Die Betriebsstrukturen sind extrem kleinteilig und damit wirtschaftlich häufiger instabil. Größere Nahversorgungsangebote wären vor allem als wichtige Frequenzbringer für die Innenstadt von Bedeutung.

Foto 9: Parkdeck - Spielhalle



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Foto 10: Spießgasse - Leerstand



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

- Das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt ist, bis auf wenige Ausnahmen (Foto/ Optik), insgesamt nicht so ausgeprägt, dass sich eine Konkurrenzsituation und für den Kunden eine entsprechende Angebotsbreite ergibt.
- Ein vollständiger Einzelhandelsbesatz ist nur in der kurzen Hauptlage entlang der Antoniterstraße zwischen Hospitalstraße und Rossmarkt/ Fischmarkt festzustellen.

Foto 11: Kirchgasse - Sanierungsstau



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Foto 12: St.-Georgen-Straße - Leerstand



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

- Leerstände, Vergnügungsstätten und verdeckte Leerstände (Imbiss-, Büro- und Dienstleistungsnutzungen in ehemaligen Ladengeschäften) sind in der Innenstadt auffallend häufig vorhanden.
- Vor allem in Nebenlagen ist ein teils deutlicher Investitionsstau zu erkennen. Es ist weiterhin nicht gelungen, verfallene bzw. stark sanierungsbedürftige, kleine Gebäude abzureißen und zu modernen Wohn- und Geschäftsgebäuden zu entwickeln.



Foto 13: Wilhelmstraße



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Foto 14: Wilhelmstraße



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

- Neben der Spießgasse, der nördlichen Antoniterstraße und der Kirchgasse, weist auch die Wilhelmstraße bauliche und gestalterische Defizite auf.
- Somit fehlt es der Alzeyer Innenstadt nicht nur an modernen Einzelhandelsflächen, sondern auch an modernem Wohnraum. Dieser ist jedoch - in städtebaulicher, sozialer und funktionaler Hinsicht - eine wesentliche Voraussetzung für die Lebensfähigkeit der Innenstadt.

Foto 15: Parkdeck/ Hospitalstraße



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Foto 16: Antoniterstraße - Wettbüro



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

- Auf Grund der Gestaltung und der Topographie (Höhenunterschied) des Parkdecks an der Hospitalstraße weist der Platz eine Barrierewirkung auf. Die Parkplatznutzung steht der Qualität der Nutzungen (Hotel, Sportgeschäft, historisches Gebäude/ Museum) entgegen.
- Die Antoniterstraße ist innerhalb der Innenstadt im Bereich zwischen Hospitalstraße und Ruprechtstraße als verkehrsberuhigte Einbahnstraße ausgewiesen. Auf Grund teils unklarer Beschilderungen und Markierungen sowie einer relativ geringen Straßenbreite kommt es zu Nutzungskonflikten zwischen PKW, Fußgängern und Fahrradfahrern.

- Problematisch sind vor allem die Leerstände, Mindernutzungen und sanierungsbedürftigen Gebäude in den Eingangsbereichen zur Innenstadt, insbesondere in der Antoniterstraße und im Bereich Spießgasse/ Hospitalstraße.

Foto 17: Eingangsbereich Antoniterstraße



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Foto 18: Eingangsbereich Spießgasse



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Leerstände, Vergnügungsstätten und untergenutzte Bereiche

Leerstände und Vergnügungsstätten sind in nahezu allen Bereichen der Innenstadt zu finden (vgl. Karte 4). Häufungen sind in den Nebenlagen festzustellen. 2009 gab es 29 Leerstände in der Innenstadt, 2017 wurden 37 Leerstände erfasst. Dies entspricht einer Zunahme der Leerstände um rd. 28%.

Foto 19: Hospitalstraße - Spielhalle



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Foto 20: Spießgasse - Leerstand

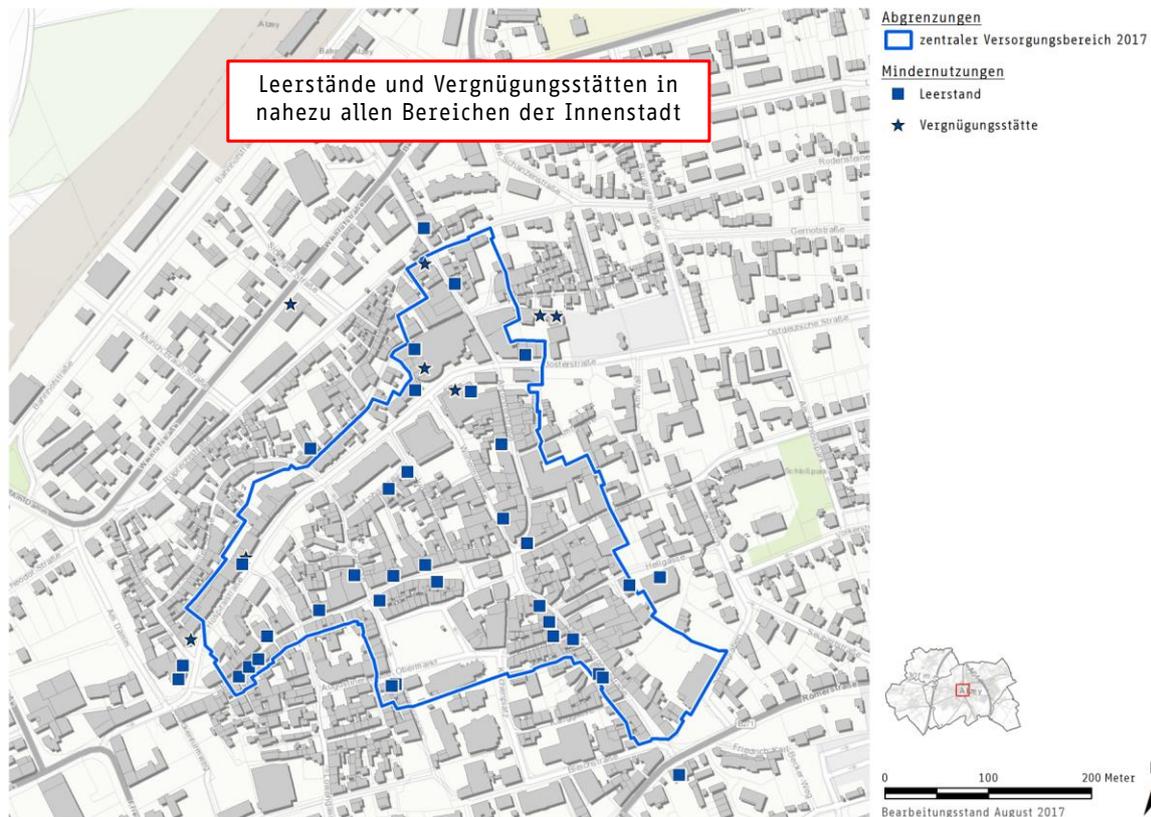


Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Problematisch stellt sich die Leerstandssituation auch deshalb dar, da es sich bei vielen Leerständen um kleinste Flächen in sanierungsbedürftigen Gebäuden handelt, die selbst bei geringsten Mieten weder an seriöse Gewerbetreibende noch Mieter vermietbar sind. In Teilbereichen sind, nach Aussagen der befragten Händler, bereits soziale Probleme spürbar.



Karte 4: Leerstände und Vergnügungsstätten in der Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017, Kartengrundlage: Stadt Alzey

Weiterhin bestehen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches größere untergenutzte Flächen und Leerstände, die seit 2009 auf Grund der mangelnden Bereitschaft der Immobilieneigentümer, aus Denkmalschutzgründen etc. nicht entwickelt werden konnten.

Trotz der sichtbaren Trading-Down-Tendenzen ist den handelnden Akteuren offensichtlich die Notwendigkeit einer städtebaulich-funktionalen Weiterentwicklung der Innenstadt noch nicht ausreichend bewusst!

Foto 21: Spießgasse - Potenzial



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Foto 22: St.-Georgen-Straße - Korn-Areal



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Obermarkt - Widerspruch Gestaltung öffentlicher Raum/ Nutzungsstruktur

Der Obermarkt ist ein hochwertig gestalteter Platz, der überwiegend als Parkplatz genutzt wird. Die umgebenden Gebäude bieten keine Nutzungen, die zur Belebung des Platzes beitragen könnten. Mit Ausnahme der Kirche, steht auch die Architektur der meisten Gebäude eher im Widerspruch zur anspruchsvollen Gestaltung des öffentlichen Raumes.

Foto 23: Obermarkt - Nutzungsstruktur



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Foto 24: Obermarkt - Leerstand



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

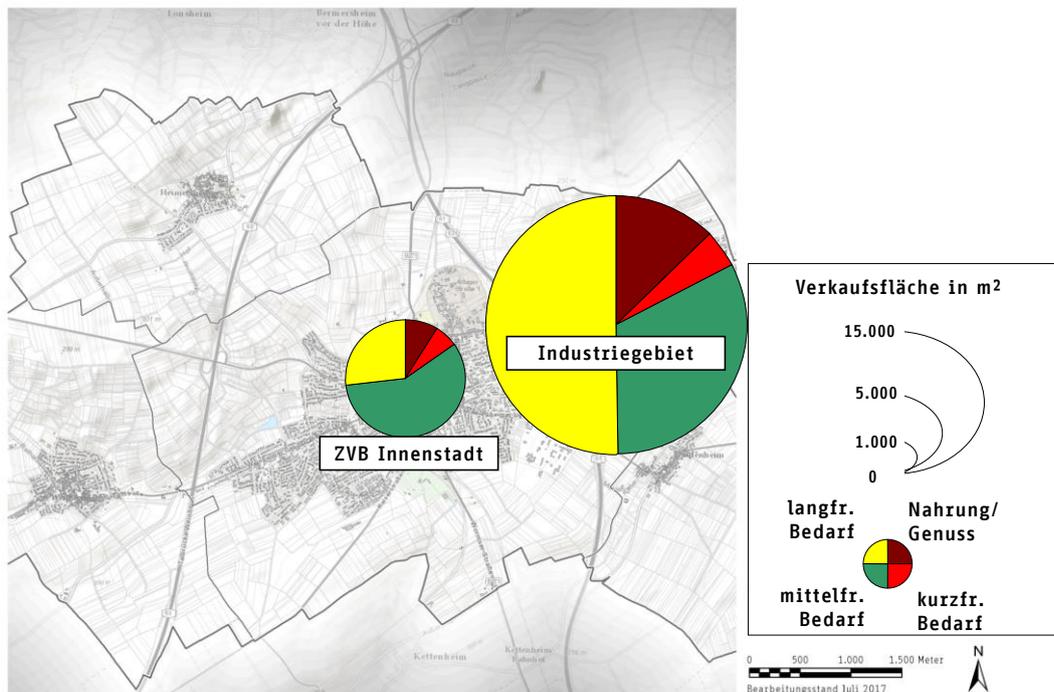


5. RÄUMLICHE EINZELHANDELSSTRUKTUR

Neben der Innenstadt gibt es in Alzey - ebenso wie 2009 - mit dem Industriegebiet im Osten der Kernstadt einen quantitativ bedeutsamen Einzelhandelsstandort. Darüber hinaus gibt es im gesamten Stadtgebiet von Alzey keine größeren Einzelhandelskonzentrationen. Im Umfeld der Innenstadt befinden sich lediglich einzelne Lebensmittelmärkte (vgl. Karte 6, S. 64).

Karte 5 zeigt deutlich, dass der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt - bezogen auf die Verkaufsfläche (rd. 10.850 m²) - deutlich kleiner als das Industriegebiet (rd. 53.550 m²) ist.

Karte 5: Einzelhandelskonzentration und zentraler Versorgungsbereich in Alzey



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017, Kartengrundlage: Stadt Alzey

5.1 EINZELHANDELSKONZENTRATION INDUSTRIEGEBIET

Der nicht integrierte Einzelhandelsstandort Industriegebiet befindet sich östlich der Kernstadt von Alzey. Zum Zeitpunkt der Befragung befanden sich an diesem Standort 34 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 53.550 m². 2009 wurden in diesem Gebiet 34 Betriebe mit rd. 50.550 m² Verkaufsfläche erfasst. Es kann also ein Verkaufsflächenwachstum von rd. 6% bzw. 3.000 m² an diesem Standort konstatiert werden.

Der autokundenorientierte Standort ist geprägt durch das Rheinhessen-Center (u.a. SB-Warenhaus), ein Möbelhaus, einen Baumarkt- und Gartenmarkt, einen Elektrofachmarkt und eine Vielzahl an weiteren Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten. Ergänzend gibt es verschiedene gastronomische Angebote, sodass der Standort eine erhebliche Anziehungskraft ausübt.

Foto 25: Industriegebiet - Rheinhessen-Center



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

Foto 26: Industriegebiet - Baumarkt



Quelle: eigenes Foto, Juli 2017

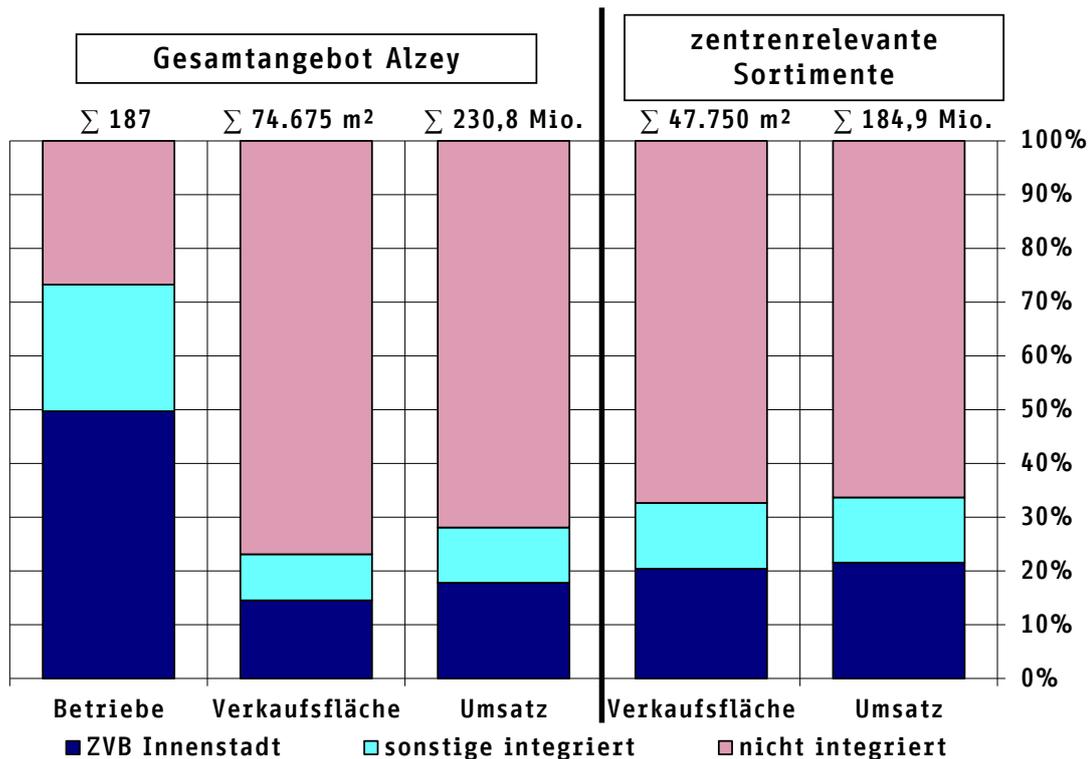
5.2 RAUMSTRUKTURELLE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES

Im Folgenden werden die bisher dargestellten Ergebnisse zur Einzelhandelssituation differenziert nach Lage der Betriebe innerhalb des Stadtgebietes aufgezeigt. Es wird differenziert nach dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, den sonstigen integrierten Lagen sowie nicht integrierten Lagen (Begriffsdefinitionen siehe Glossar).

Um die tatsächlichen Veränderungen seit 2009 bewerten zu können, wurden die aktuellen Daten den gleichen räumlichen Bereichen wie 2009 zugeordnet.



Abb. 16: Betriebe, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile Alzey nach Lage

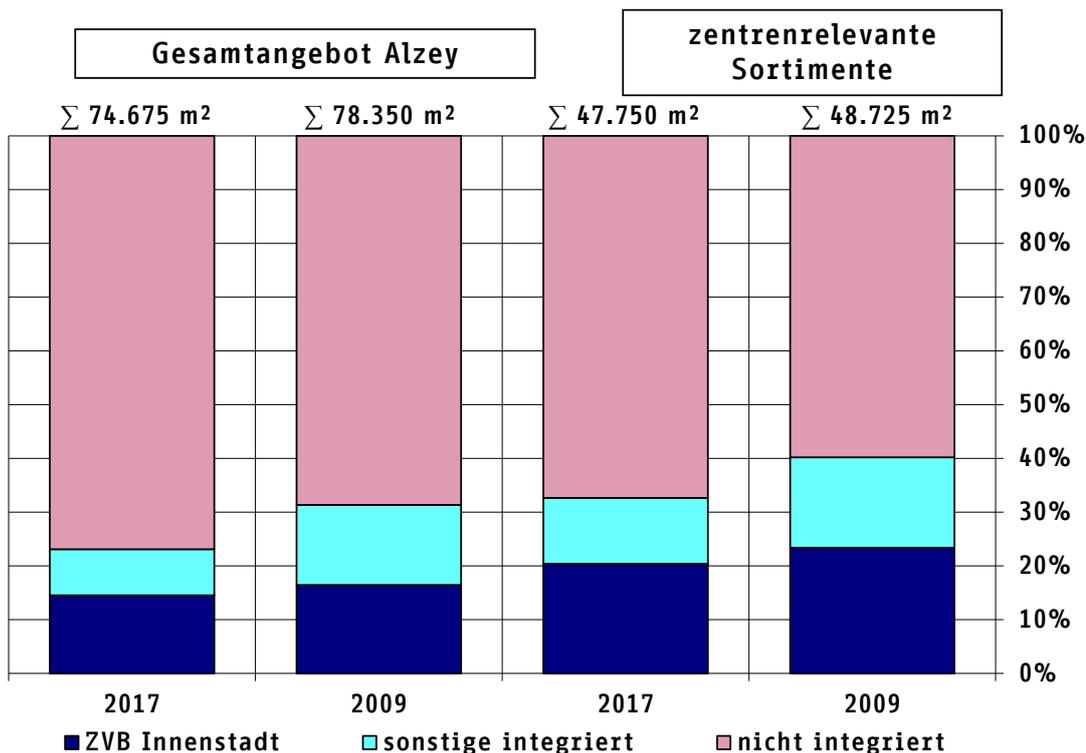


Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Die Darstellung des Einzelhandelsangebotes nach Standorttyp (vgl. Abb. 16) zeigt:

- Gemessen an der Zahl der Betriebe ist der Großteil innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt angesiedelt (rd. 50%).
- Wird die Verteilung der Verkaufsfläche betrachtet, so entfällt der mit Abstand größte Teil auf die nicht integrierten Lagen (rd. 77%) und nur rd. 15% auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.
- Werden nur die zentrenrelevanten Sortimente betrachtet, so steigen die Anteile der Verkaufsfläche und des Umsatzes in der Innenstadt, jedoch nur minimal.

Abb. 17: Vergleich Verkaufsflächenanteile nach Lagen 2016 und 2009



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragungen Mai/ Juni 2017 sowie Februar 2009; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen

Betrachtet man die Verteilung der Verkaufsfläche auf die unterschiedlichen Lagen im zeitlichen Vergleich, so ist festzustellen, dass der prozentuale Anteil der Innenstadt leicht abgenommen hat. Auch die Verkaufsflächenanteile an sonstigen integrierten Standorten sind zurückgegangen.

Es ist zu erkennen, dass der Anteil der nicht integrierten Standorte, jeweils zu Lasten der sonstigen integrierten Standorte und des zentralen Versorgungsbereiches, seit 2009 zugenommen hat.

An der prägenden räumlichen Einzelhandelsstruktur der Stadt Alzey hat sich gegenüber 2009 jedoch nichts geändert: Die Innenstadt stellt - quantitativ betrachtet - gegenüber dem Industriegebiet nur einen nachgeordneten Einzelhandelsstandort dar.



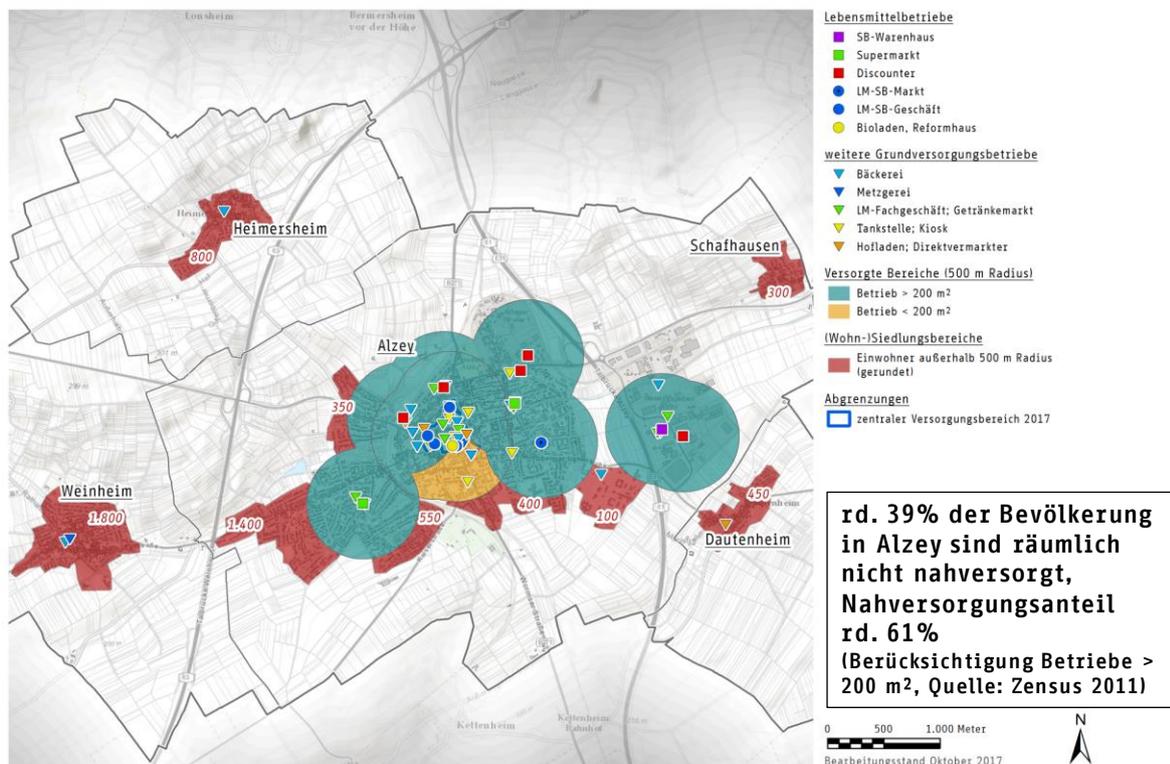
5.3 BEURTEILUNG DES LEBENSMITTELANGEBOTES HINSICHTLICH DER RÄUMLICHEN NAHVERSORGUNGSSITUATION

Es wurde bereits festgestellt, dass im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel der Einzelhandel der Stadt Alzey bei einer Bindungsquote von rd. 180% mehr als eine rechnerische Vollversorgung der Bevölkerung erreicht (vgl. Kap. 3.2.2).

Neben dem quantitativen Aspekt, wie er in den Bindungsquoten zum Ausdruck kommt, ist für die Beurteilung des Einzelhandelsangebotes jedoch, insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich, auch die Frage nach dessen räumlicher Verteilung von Bedeutung.

Im Folgenden wird daher der Frage nachgegangen, welcher Teil der Einwohner in der Stadt Alzey in der Lage ist, ein entsprechendes Angebot auch zu Fuß zu erreichen.

Karte 6: (Lebensmittel-)Nahversorgungsangebot in Alzey



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017, Kartengrundlage: Stadt Alzey



Zur Verdeutlichung der Nahversorgungssituation im räumlichen Sinne sind daher in Karte 6 die in der Gesamtstadt Alzey ansässigen Lebensmittelbetriebe dargestellt.

Insgesamt können neun Standorte von Lebensmittelbetrieben mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und einer Verkaufsfläche von über 200 m²⁴⁶ identifiziert werden. Um diese Betriebe wurde ein grüner Kreis mit einem Radius von 500 Metern gezogen. Fünf weitere Betriebe mit einem hinreichenden Nahversorgungsangebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel weisen eine Verkaufsfläche von unter 200 m² auf. Um diese Betriebe wurde ein orangener Kreis mit einem Radius von 500 Metern gezogen.

Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass die Bevölkerung, die in einer Entfernung von bis zu 500 Metern (Luftlinie) zu einem solchen Einzelhandelsbetrieb wohnt, sich durch diesen zu Fuß mit Lebensmitteln versorgen kann. Im konkreten Fall beeinflussen topographische, infrastrukturelle und andere räumliche Aspekte die tatsächliche Zugänglichkeit.

Für die Stadt Alzey ergibt sich aus der räumlich-statistischen Analyse, dass rd. 61% der Einwohner in der Lage sind, mindestens einen Lebensmittelbetrieb fußläufig zu erreichen, der größer als 200 m² Verkaufsfläche ist (grüne Kreise). D.h., 39% der Bevölkerung in Alzey sind fußläufig nicht nahversorgt. Berücksichtigt man auch die relevanten Lebensmittelbetriebe, die kleiner als 200 m² Verkaufsfläche sind (grüne und orangene Kreise), steigt der Anteil der fußläufig versorgten Einwohner von 61% auf 64%.

Die räumliche Nahversorgungssituation hat sich gegenüber 2009 nahezu nicht verändert:

- Weiterhin besteht in der Alzeier Kernstadt eine gute Nahversorgungssituation; hier überlagern sich die Versorgungsradien der Lebensmittelbetriebe teilweise.

⁴⁶ In der Regel kann erst bei Lebensmittelbetrieben ab einer Verkaufsfläche von 200 m² 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.



- Nur die südlichen Teilbereiche der Kernstadt weisen eine leicht schlechtere Nahversorgungssituation auf: Hier wird die Ausstattung teilweise nur durch (kleine) Lebensmittelgeschäfte sichergestellt. Dies gilt auch für Teile der Innenstadt.
- In den vier Stadtteilen Dautenheim, Heimersheim, Schafhausen und Weinheim ist die Nahversorgungssituation nicht gut: In keinem der Stadtteile ist ein adäquater Lebensmittelbetrieb angesiedelt.
- Im Stadtteil Weinheim befinden sich jedoch mit einem Bäcker, einem Metzger und einer Apotheke noch Betriebe mit einem gewissen Nahversorgungsauftrag für den Stadtteil. In Heimersheim ist eine Bäckerei lokalisiert.

Insgesamt weist die Stadt Alzey eine durchschnittliche räumliche Nahversorgungssituation auf. Eine flächendeckende räumliche Nahversorgung ist angesichts der Betriebsgrößen im Lebensmitteleinzelhandel, dem Vorhandensein von Doppelstandorten und der ländlich geprägten Siedlungsstrukturen von Alzey (geringe Einwohnerzahlen in den Stadtteilen) nicht möglich.



6. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG

Das vorhandene Baurecht ermöglicht, auf der Basis der Baunutzungsverordnung, die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Alzey auf Grund städtebaulicher Zielsetzungen räumlich zu steuern. 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 Bebauungspläne und die entsprechenden Festsetzungen unerlässlich.

Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Stadt Alzey insgesamt und der zentralen Versorgungsbereiche, wie dies bereits dem geltenden Einzelhandelskonzept von 2009 zugrunde gelegt ist.

Dementsprechend wurde der vorhandene Zielkatalog vor dem Hintergrund der Ist-Situation und den sonstigen Rahmenbedingungen überprüft. Nach Prüfung des Zielkataloges von 2009 hat sich gezeigt, dass dieser weiterhin anzuwenden ist.

ERHALTUNG DER VERSORGUNGSFUNKTION ALS MITTELZENTRUM

Wie bereits 2009, liegt auch weiterhin ein wichtiges Ziel in der Erhaltung der durch die Landesplanung von Rheinland-Pfalz zugewiesenen zentralörtlichen Versorgungsfunktion. Die Stadt Alzey ist im LEP IV als Mittelzentrum⁴⁷ ausgewiesen und übernimmt neben der Eigenversorgung auch eine wichtige Versorgungsfunktion für den Verflechtungsbereich (Mittelbereich).

Wie in Kap. 3.2.1 dargestellt, verfügt Alzey mit einer Bindungsquote von 204% über eine erhebliche Ausstrahlung ins Umland. In einigen Sortimentenbereichen werden Bindungsquoten von mehr als 300%⁴⁸ erreicht. Diese sind auf Betriebe im Industriegebiet zurückzuführen, die im Hinblick auf die künftige Innenstadtentwicklung keinesfalls weiter ausgebaut werden sollten.

ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER EINZELHANDELS-/ FUNKTIONSVIELFALT DER INNENSTADT

Neben der Zentralität - einer vorrangig quantitativen Komponente - soll auch die Vielfalt an Funktionen, d.h. die im zentralen Versorgungsbereich von Alzey beste-

⁴⁷ Vgl. LEP IV 2008, 3.1.1 (Zentrenstruktur: Mittelbereiche und mittelzentrale Verbünde), Z 39.

⁴⁸ Würde der Nahbereich von Alzey voll und der übrige Mittelbereich jeweils zur Hälfte durch den Einzelhandel in Alzey versorgt, so ergäbe sich eine Bindungsquote von etwa 280%. Vgl. auch Kap. 3.2.2.



hende Mischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen, erhalten und gestärkt werden.

Der Einzelhandel sollte von verschiedenen Branchen sowie Betriebstypen und -größen geprägt sein. Es soll insgesamt betrachtet kein "auswechselbares Angebot" in einer beliebigen Stadt entstehen.

Das Ziel der Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels-/ Funktionsvielfalt erfordert ein stringentes, konzeptionelles und transparentes Vorgehen bei Ansiedlungsentscheidungen, anstatt einzelfallbezogener Entscheidungen. In Alzey kommt es in Zukunft vor allem darauf an, Akteure zu bündeln, um in der Innenstadt gemeinsam Räume zu entwickeln, die moderne Handels- und Wohnformen ermöglichen.

ERHALTUNG/ STÄRKUNG DER IDENTITÄT DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES 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 besitzt die Stadt Alzey wichtige Alleinstellungsmerkmale, von denen der zentrale Versorgungsbereich weiterhin profitieren kann. Ziel sollte daher, auch unter Berücksichtigung des touristischen Potenzials, die Erhaltung und Weiterentwicklung der Identität des zentralen Versorgungsbereiches sein.

Identitätsstiftend und individuell meint, in Anlehnung an die positiven Entwicklungen in der Hospitalstraße (Hotels), nicht das Verharren in historischer Bausubstanz. Für die Erhaltung des historischen Stadtbildes ist eine Ergänzung und Weiterentwicklung durch moderne und "nutzbare" Bebauung zwingend notwendig.

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.

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

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. Weiterhin ist insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen eine Stadt der kurzen Wege von wesentlicher Bedeutung, vor allem in Bezug auf die Nahversorgung. Zudem werden dadurch überflüssiger Verkehr weitgehend vermieden und die entstehenden Umweltbelastungen reduziert.

Ziel sollte die Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelsfunktion und ihre Profilierung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches von Alzey sein, z. B. durch die intensive Nutzung von Potenzial- und untergenutzten Flächen. Die Ausdehnung der Innenstadt bietet gute Voraussetzungen für Kompaktheit und kurze Wege. Für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt sollte dieser Bereich mit einem durchgängigen Nutzungsbesatz belegt werden.

ERHALTUNG UND STÄRKUNG DER NAHVERSORGUNGSFUNKTION

Der Verkürzung der Wege dient auch eine flächendeckende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfes (Nahversorgung), insbesondere im Bereich Nahrungs-/Genussmittel: Es soll eine wohnungsnaher Versorgung ermöglicht werden.

Insgesamt ist Alzey - rein quantitativ betrachtet - bereits gut mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten versorgt. In der räumlichen Verteilung des Angebotes zeigen sich jedoch auf Grund der räumlichen Angebotsverteilung stellenweise Defizite, die neben den vier einwohnerschwachen Stadtteilen Dautenheim, Heimersheim, Schafhausen und Weinheim auch kleine Teilbereiche der Kernstadt betreffen (vgl. Kap. 5.3). 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 auch künftig Nahversorgungslücken nicht zu vermeiden.

Das Hauptaugenmerk ist daher auf die (langfristige) Erhaltung der räumlichen Nahversorgungssituation in Alzey zu legen.



Da eine Verbesserung der Nahversorgungssituation angesichts der geringen Einwohnerzahlen in einigen Teilbereichen kaum möglich ist, sollten auch alternative Nahversorgungsmöglichkeiten (z.B. Verkaufswagen) angestrebt werden.

SCHAFFUNG VON INVESTITIONSSICHERHEIT (NICHT RENDITESICHERHEIT)

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z.T. von der jeweiligen 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 Versorgungsbe-
reiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor "unfairem Wettbewerb"
geschützt werden sollen. 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.

SICHERUNG VON GWERBEGBIETEN FÜR HANDWERK UND PRODUZIERENDES GWERBE

Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, die mit Hilfe des Baurechtes geschaffenen Gewer-
begebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzie-
renden Gewerbe, zur Verfügung zu stellen. Diese können häufig nicht mit den preis-
lichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden mithalten.

Auch wenn durch die wirtschaftliche Entwicklung kurz-/ mittelfristig Gewerbege-
bietsflächen von den Eigentümern nicht mehr als solche gebraucht werden und daher
vorrangig aus Renditegründen in Einzelhandelsflächen umgewandelt werden sollen,
ist zu beachten, dass Gewerbegebietsflächen nicht beliebig vermehrbar sind. Da-
rüber hinaus steigt auch der Anspruch gewerblicher Nachfrager an die Standortbe-
dingungen und an das Umfeld. Dies kann bedeuten, dass quantitativ zwar genügend
Gewerbeflächen verfügbar sind, diese aber den Anforderungen der Ansiedlungswil-
ligen nicht entsprechen, faktisch also ein Gewerbeflächenmangel vorliegt.

7. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMES

Das auf dem vorliegenden Gutachten basierende fortgeschriebene Einzelhandelskonzept soll die Basis für eine mittel- bis langfristige städtebaulich-funktionale Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in der Stadt Alzey darstellen. Die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kap. 4.2) hängt auch davon ab, ob, wo und in welcher Dimension weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Vor diesem Hintergrund ist es erforderlich, neben der Beschreibung der Ist-Situation im Einzelhandel (Kap. 3 und Kap. 5), mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraumes wurde daher eine Verkaufsflächenprognose berechnet. Räumliche Entwicklungsperspektiven werden in Kap. 8.2 beschrieben.

7.1 METHODISCHES VORGEHEN - PROGNOSE

Die Methodik zur Berechnung der Verkaufsflächenprognose entspricht der im Rahmen des Gutachtens von 2009 angewandten Methode.

Wesentliche Bestimmungsgründe der Verkaufsflächenprognose sind die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung. Für die Ermittlung der branchenspezifischen Potenziale waren die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen. Diese basieren u.a. auf absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung, der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern⁴⁹.

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 gehalten bzw. gestärkt werden kann. Diese Positionierung der Stadt Alzey wiederum ist - zumindest teilweise - auch von der künftigen räumlichen Entwicklung abhängig.

⁴⁹ Vgl. z.B. Statistisches Bundesamt: Ausstattungsgrad privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern.



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 Einzelhandelskonzeptes (vgl. Kap. 6 und Kap. 8.2) und andererseits von den verfügbaren Flächen (vgl. Kap. 8.3) ab. Der abgeleitete quantitative Entwicklungsspielraum ist einer räumlichen Steuerung zugänglich (während der Bestand kaum zu lenken ist⁵⁰).

Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden - wie 2009 - zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine kurzfristige Perspektive bis zum Jahr 2020, deren Ergebnisse weitgehend als aktueller Verkaufsflächenentwicklungsspielraum angesehen werden können, sowie eine langfristige Prognose bis zum Jahr 2030.

Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, wurden - ebenfalls wie 2009 - eine obere und eine untere Variante erarbeitet, sodass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt, der die Prognoseunsicherheiten reduziert (vgl. Kap. 7.2). Damit haben zu treffende Entscheidungen zugleich eine sicherere Grundlage.

Um die Gefahren nicht prognostizierbarer Einbrüche aufzuzeigen, wurden verschiedene Szenarien zugrunde gelegt (Kap. 7.1.2).

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel i.e.S.⁵¹

7.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage

Als Hintergrund für die Entwicklung der Nachfrageseite ist die bisherige und zukünftige Einwohnerentwicklung von Bedeutung.

In Abstimmung mit der Arbeitsgruppe wurden für die künftige Einwohnerentwicklung zwei unterschiedliche Quellen herangezogen:

- Die vierte kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung für die verbandsfreien Gemeinden und Verbandsgemeinden des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz (Basisjahr 2013) sowie

⁵⁰ Ausnahmen hiervon sind allenfalls durch eine freiwillige bzw. seitens der Verwaltung aktive Umsiedlung bestehender Einzelhandelsbetriebe möglich, wobei für den bisherigen Standort das Baurecht entsprechend geändert werden müsste.

⁵¹ D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.



- die Einwohnerentwicklung seit 2015 entsprechend den städtischen Einwohnermeldedaten, da in der Vorausberechnung des Statistischen Landesamtes die auf die Flüchtlingsbewegungen seit 2015 zurückzuführenden Entwicklungen nicht enthalten sind.

Entsprechend der Vorausberechnung des Statistischen Landesamtes ergibt sich bis 2020 für Alzey ein Einwohnerzuwachs von rd. 0,3% gegenüber dem Basisjahr 2013. Bis zum Jahr 2030 soll die Einwohnerzahl nach diesen Berechnungen um rd. 2,3% gegenüber dem Basisjahr 2013 zurückgehen.

Diese Entwicklungen wurden für die untere Variante zugrunde gelegt, wobei allerdings berücksichtigt wurde, dass die tatsächliche Einwohnerzahl 2015 um rd. 1,7% über dem entsprechenden Trendwert der Bevölkerungsvorausberechnung lag.

Für die Zeit bis zum Jahr 2020 wurde damit ein geringfügiger Anstieg der Einwohnerzahl gegenüber dem derzeitigen Wert unterstellt, bis 2030 hingegen ein Rückgang um rd. 2,4%.

Entsprechend den Einwohnerzahlen der Stadt Alzey war seit 2015 - anders als vom Statistischen Landesamt vorausberechnet - ein deutlicher Einwohnerzuwachs zu verzeichnen. Nachdem dieser 2015 noch bei rd. 2,2% lag, war 2016 ein Zuwachs um rd. 1,9% zu verzeichnen. In den ersten acht Monaten des Jahres 2017 lag der Zuwachs bei rd. 1,1%. Es zeigt sich mithin, dass sich der jährliche Einwohnerzuwachs geringfügig reduziert.

Vor diesem Hintergrund wurde in der oberen Variante für die Zeit bis 2020 eine jährliche Zunahme der Einwohner um 1%, in der Zeit von 2020 bis 2025 ein jährlicher Zuwachs von 0,5% und in der Zeit von 2025 bis 2030, für den das Statistische Landesamt einen Rückgang um rd. 1,5% vorausberechnet, Konstanz unterstellt.

Für die Zeit bis zum Jahr 2020 wurde damit ein Anstieg der Einwohnerzahl gegenüber dem derzeitigen Wert um rd. 3% und bis 2030 ein Anstieg um rd. 5,6% unterstellt.

Im Hinblick auf die in mehreren Ländern andauernde Staatsschuldenkrise im europäischen Raum sowie die anstehende Integration von Flüchtlingen und deren jeweilige Auswirkung ist es derzeit äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung abzugeben. Zu berücksichtigen ist dabei, dass auch in



den vergangenen Jahren der Einzelhandel von gesamtwirtschaftlichen Zuwächsen nur teilweise profitieren konnte. Daher ist davon auszugehen, dass selbst bei fortwährendem gesamtwirtschaftlichem Wachstum und einer Steigerung der Konsumausgaben dem Einzelhandel allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevorstehen: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauches kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben weiter zurückgehen. Dabei muss zugleich berücksichtigt werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unterschiedlich betroffen waren: In einigen Branchen waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwüchse zu verzeichnen.

Für die Kaufkraftentwicklung wurde vor diesem Hintergrund

- bis 2030 in der unteren Variante eine Stagnation und
- in der oberen Variante in den nächsten beiden Jahren ein jährlicher Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Ausgaben je Einwohner um 0,5% und für den übrigen Zeitraum bis zum Jahr 2030 um 1% angenommen.

Explizit ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei diesen Werten um die Entwicklung des stationären Einzelhandels handelt; die zunehmende Bedeutung des Online-Handels ist damit bereits berücksichtigt (vgl. aber auch Kap. 7.1.2).

Da übereinstimmend von allen Instituten eine weitere Abnahme des Anteiles der Ausgaben im Einzelhandel an den Einkommen prognostiziert wird, sind die getroffenen Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gleichbedeutend mit der Unterstellung eines deutlich über diesen Werten liegenden gesamtwirtschaftlichen Wachstums.

Die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Alzey sind in Tab. 5 (folgende Seite) als Übersicht dargestellt. Der Prognoserahmen wurde mit der projektbegleitenden Arbeitsgruppe diskutiert und abgestimmt.

Das Kaufkraftpotenzial liegt in der Stadt Alzey im Jahr 2030 in der unteren Variante um rd. 2% unter dem aktuellen Niveau und in der oberen Variante um rd. 19% darüber, d.h. zwischen 94 und 114 Mio. €.

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

Tab. 5: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick

	untere Variante	obere Variante
Einwohnerentwicklung bis 2020	0,1%	3,1%
Einwohnerentwicklung bis 2030	-2,4%	5,6%
Kaufkraftzuwachs 2017 - 2019	0,0% p.a.	0,5% p.a.
Kaufkraftzuwachs 2019 - 2030	0,0% p.a.	1,0% p.a.
Kaufkraftzuwachs 2017 - 2030 insgesamt	0,0%	12,7%
Kaufkraftpotenzial Alzey 2017	95,8 Mio. €	
Kaufkraftpotenzial Alzey 2020	95,9 Mio. €	100,7 Mio. €
Änderung gegenüber 2017	0,1%	5,2%
Kaufkraftpotenzial Alzey 2030	94 Mio. €	114 Mio. €
Änderung gegenüber 2017	-2%	19%

Quelle: Stadt Alzey; Statistisches Landesamt; IFH Köln (2017); eigene Berechnungen

7.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf die Verkaufsflächenentwicklung haben⁵². Die Entwicklung ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung der aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenentwicklung wurden zwei Prognoseszenarien - Entwicklungsprognose und Wettbewerbsprognose - berechnet. Ferner wurde - ausschließlich zum Vergleich - eine Status-quo-Prognose berechnet, um die Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in Alzey aufzuzeigen.

Aus Gründen der Vorsicht wurde in allen Prognoseszenarien unterstellt, dass in denjenigen Sortimenten, in denen derzeit hoch erscheinende Bindungsquoten erreicht werden, diese auf einen geringeren Wert zurückgehen werden:

⁵² Dies bedeutet, dass die ermittelte Entwicklung aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig zusätzlicher Flächenzuwachs entstehen kann - z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereiches, wie dies bei der Ansiedlung eines Magnetbetriebes erreicht werden könnte - sei hier angemerkt.



- Bei den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfes wurde dabei eine maximale Bindungsquote von 160% angesetzt, was einer rechnerischen Vollversorgung aller im Nahbereich, gemäß des Regionalen Raumordnungsplanes Rheinhessen-Nahe, lebenden Einwohner entspricht (vgl. Kap. 3.2.2);
- bei den Sortimenten des mittel-/ langfristigen Bedarfes eine maximale Bindungsquote von 400%, was einer rechnerischen Vollversorgung des Mittelbereiches entspricht. Diese Begrenzung der Bindungsquote ist nur für das Sortiment Teppiche/ Bodenbeläge relevant (vgl. Abb. 4, S. 29).

Die **Status-quo-Prognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Fortschreibung der bestehenden Rahmenbedingungen, d.h. die derzeit erreichten Bindungsquoten (vgl. Kap. 3.2.2, insbes. Abb. 4) werden fortgeschrieben: Die Umsatzentwicklung folgt der Nachfrageentwicklung im gleichen Ausmaß. Dies bedeutet, dass zusätzliche Einwohner Kaufgewohnheiten wie die derzeitigen Einwohner entwickeln.

Diese Prognosevariante dient *ausschließlich* der Identifikation desjenigen Teiles des Entwicklungsspielraumes, der auf die 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 werden würde: Nichtstun ist gleichbedeutend mit einem relativen Zurückfallen, da andere nicht untätig sein werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen.)

1. Die **Entwicklungsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung, durch die die Versorgungssituation in Alzey in den Sortimenten gestärkt werden kann, in denen derzeit nur vergleichsweise geringe und damit steigerungsfähige Bindungsquoten erreicht werden. Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebotes auf "freie Nachfragepotenziale" unterstellt werden.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich sollte jede Stadt in der Lage sein, ihre Einwohner selbst zu versorgen; dem würde eine Bindungsquote von 100% entsprechen. Dieser Wert wird in Alzey lediglich im Sortimentsbereich Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschriften (geringfügig) unterschritten. Im kurzfristigen Bedarfsbereich insgesamt (ohne Lebensmittelhandwerk und

Apotheken) wird derzeit bereits eine Bindungsquote von mehr als 170% erreicht; im für die Nahversorgung besonders relevanten Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel liegt die derzeitige Bindungsquote bei rd. 180%.

Für die Sortimente des kurzfristigen Bedarfes erscheint in der oberen Variante wie 2009 maximal eine Bindungsquote von 150% angebracht: Diese würde bei einer weitgehenden rechnerischen Vollversorgung aller im Nahbereich, gemäß des Regionalen Raumordnungsplanes Rheinhessen-Nahe, lebenden Einwohner erreicht (vgl. auch Kap. 3.2.2).

In der unteren Variante wird - ebenfalls wie 2009 - von einem Halten der jetzigen Bindungsquote ausgegangen.

Da im Sortimentsbereich Papier/ Bürobedarf etc. die Steigerung als zu anspruchsvoll anzusehen ist, wurde für diesen eine Bandbreite von 115 bis 125% angesetzt.

- 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" angesetzt, die in der Regel um maximal 10 Prozentpunkte über den derzeitigen Bindungsquoten liegen. Auf Grund der relativ geringen derzeitigen Bindungsquoten erscheinen für die Sortimente Spielwaren, Bücher, Uhren/ Schmuck und Möbel höhere Steigerungen möglich.

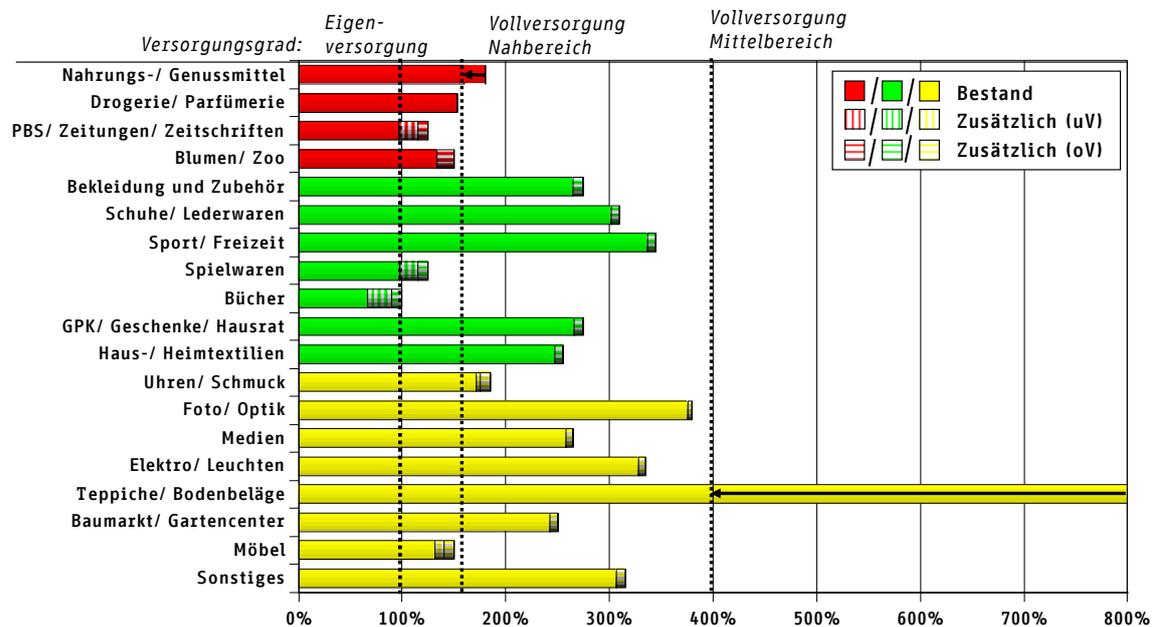
Es wurde jeweils angenommen, dass die entsprechenden Steigerungen bis zum Jahr 2030 erreicht werden können, um zu berücksichtigen, dass die Steigerung in einem längerfristigen Prozess erfolgt. In denjenigen Sortimenten, in denen derzeit bereits höhere Bindungsquoten erreicht werden, wurde unterstellt, dass diese auch zukünftig gehalten werden können - sofern sie die o.g. Obergrenzen nicht überschreiten.

Für die im Jahr 2030 zu erwartende Bindungsquote bedeuten die Änderungen, dass diese leicht unter dem derzeitigen Niveau von rd. 214% (ohne Apotheken und Lebensmittelhandwerk) gehalten werden kann.

Abb. 18 zeigt die aktuell erreichten und die für das Jahr 2030 angesetzten Bindungsquoten bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose.



Abb. 18: Bindungsquoten in Alzey nach Sortimenten im Ist-Zustand und 2030 bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose



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

Legendenerläuterung: uV (untere Variante, oV (obere Variante)

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; IfH; EHI; IFH, Köln (2017); Statist. Landesamt; Statist. Bundesamt; Stadt Alzey; eigene Berechnungen

2. Die **Wettbewerbsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren bei ebenfalls ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsentwicklung, d.h. entsprechend der Entwicklungsprognose, allerdings unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (insbesondere Änderungen in den Nachbarkommunen, stärkerer Bedeutungszuwachs des Internet als unterstellt, aber auch politische Ereignisse o.ä.). Dabei wurde von einem Rückgang der Kaufkraftbindung um 10% gegenüber dem bei der Entwicklungsprognose erreichbaren Niveau ausgegangen.

Bei sämtlichen voranstehend beschriebenen Prognosevarianten wurde angenommen, dass die Flächenleistungen lediglich bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung (obere Variante) in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen werden⁵³.

⁵³ Nach dem Rückgang der Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren - auch wenn dieser sich in Alzey nicht entsprechend gezeigt hat - ist zu erwarten, dass bei positiver wirtschaftlicher Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden.



Bei einer Entwicklung entsprechend der unteren Variante ist hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen zu erwarten.

Auch die voranstehenden Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite wurden in der projektbegleitenden Arbeitsgruppe abgestimmt.

Im Hinblick auf die getroffenen Annahmen kann es dabei nicht ausschließliches Ziel sein, quantitativ eine bestimmte Steigerung der Kaufkraftbindung zu erreichen. Vielmehr lautet die Leitfrage nach Ermittlung des Entwicklungsspielraumes, wo, vor dem Hintergrund einer langfristigen Erhaltung und Steigerung der Attraktivität des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches von Alzey sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung, insbesondere nahversorgungs- und sonstiger 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 Alzey, und insbesondere mit der Innenstadt, ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie - insbesondere in der Innenstadt - eine gute funktionale Mischung (auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie) erreicht bzw. gehalten werden kann. Dies verdeutlicht die Abhängigkeit des Entwicklungsspielraumes vom Handeln in der Stadt.

7.2 PROGNOSEERGEBNISSE

7.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt

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

Der **Entwicklungsspielraum** ergibt sich aus der Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe⁵⁴. Infolge

- des in der unteren Variante unterstellten Bevölkerungsrückgangs bis 2030,

⁵⁴ In der Zwischenzeit, d.h. nach der Einzelhändlerbefragung im Mai/ Juni 2017 auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind/ werden, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Entwicklungsspielraum.



- des unterstellten Rückgangs der Kaufkraftbindung im Bereich Teppiche/ Bodenbeläge,
 - des bei der Wettbewerbsprognose in zahlreichen 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 zunächst unterstellt, dass diese *nicht* zu einem tatsächlichen Abschmelzen der vorhandenen Verkaufsfläche führen, sondern der Umsatzrückgang zu einem Rückgang (bzw. zu einer geringeren Steigerung) der Flächenleistung führt.

In Anbetracht der teilweise erheblichen rechnerischen Rückgänge wird zusätzlich dargestellt, welche Auswirkungen es hätte, wenn ein Teil des Umsatzrückgangs doch zu Flächenabgängen führen würde. Dafür wurde unterstellt, dass ein Umsatzrückgang zur Hälfte zu tatsächlichen Flächenabgängen führt (und nur zur anderen Hälfte zu einer geringeren Steigerung bzw. einem Rückgang der Flächenleistung).

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 vorrangig auf **nachfrageseitige** Änderungen zurückzuführen.

Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist - und dies ist in allen Sortimentsbereichen in Alzey der Fall -, kann dieser Spielraum auch für Geschäftserweiterungen genutzt werden. Insofern ist der sortimentspezifische Spielraum nicht auf seine wirtschaftliche Tragfähigkeit hin zu prüfen.

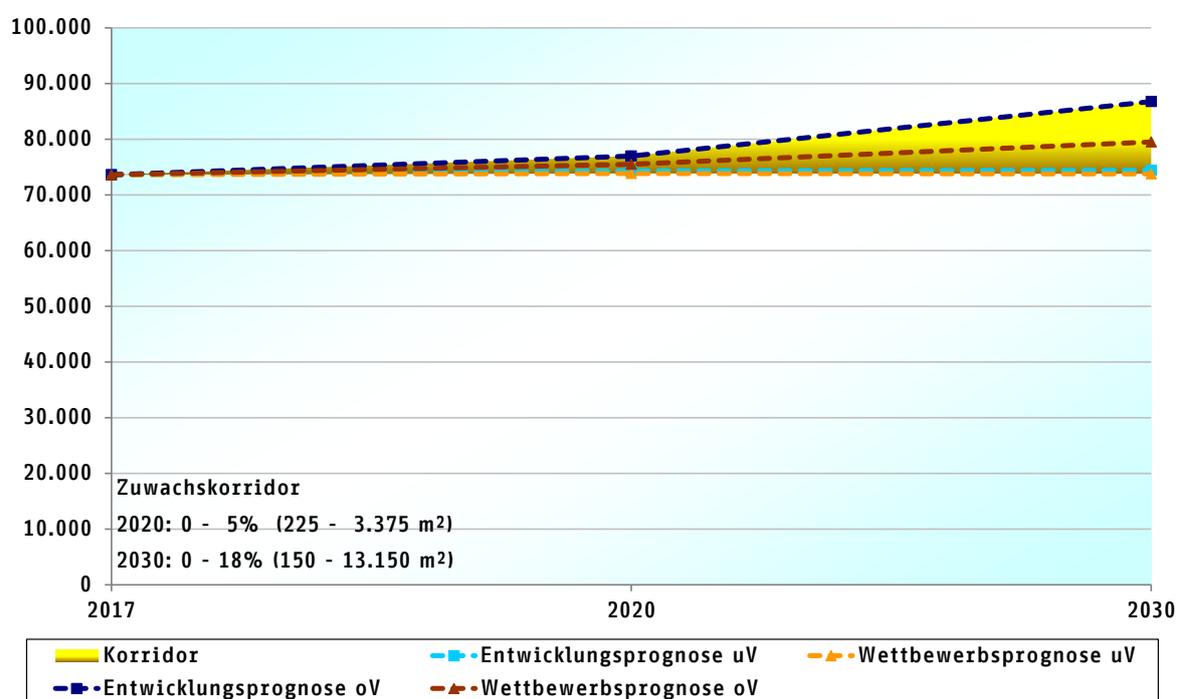
Die Ergebnisse der Entwicklungs- und der Wettbewerbsprognose sind in Abb. 19 (folgende Seite) zusammengefasst dargestellt. Zur Verdeutlichung möglicher Abweichungen ist darin ein Entwicklungskorridor abgebildet.

Bei der **Entwicklungsprognose** ergibt sich für die Stadt Alzey bis zum Jahr 2020 ein Entwicklungsspielraum von rd. 725 bis 3.375 m² (vgl. Tab. A - 18 im Anhang), sofern Umsatzrückgänge ohne Verkaufsflächenrückgänge hingenommen würden. Bis zum Jahr 2030 erhöht sich dieser Verkaufsflächenspielraum auf bis zu rd. 13.150 m²; in der unteren Variante liegt der Spielraum, bedingt durch den unterstellten Bevölke-

rungsrückgang, mit rd. 800 m² nur knapp über dem Wert bis 2020⁵⁵. Eine Ausschöpfung/ Realisierung der Entwicklungsspielräume bis 2030 entspräche im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken rd. 73.625 m²) einer Steigerung um rd. 1% bis 18%. Der jährliche Entwicklungsspielraum beträgt - über alle Sortimente hinweg - rd. 60 bis 1.000 m².

Diese Spannweite zeigt, welche Bedeutung die - mit Ausnahme der Einwohnerentwicklung - außerhalb des Einflussbereiches der Stadt Alzey liegenden Entwicklungen auf die potenzielle Flächenentwicklung haben.

Abb. 19: Verkaufsflächenentwicklungskorridor 2017 - 2030 Gesamtpotenzial (in m²)



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

Wird das Ergebnis mit dem Entwicklungsspielraum der Status-quo-Prognose verglichen (rd. 100 bis 9.675 m² bis zum Jahr 2030; vgl. Tab. A - 20 im Anhang), so zeigt sich, dass in der unteren Variante bis zu nahezu 90% und in der oberen Variante bis zu einem Viertel des Entwicklungsspielraumes auf eine verbesserte Kaufkraftbindung zurückzuführen sind. Dies zeigt, welche Bedeutung die - zum größten Teil -

⁵⁵ Käme es - entgegen der zunächst getroffenen Annahme - bei einem rechnerischen Rückgang des Verkaufsflächenpotenziales nicht nur zu einem Rückgang der Flächenleistung, sondern nur zur Hälfte zu einem solchen Rückgang, zur anderen Hälfte hingegen zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche, ist in der unteren Variante sogar ein deutlicher Rückgang der Verkaufsfläche möglich (vgl. Tab. A - 21 im Anhang).



im Einflussbereich der Stadt Alzey (einschließlich der Einzelhändler) liegenden Entwicklungen auf die potenzielle Flächenentwicklung haben.

Sollte der Einzelhandelsumsatz wegen nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen um 10% einbrechen (**Wettbewerbsprognose**), so reduziert sich der Verkaufsflächenspielraum gegenüber der Entwicklungsprognose bis zum Jahr 2030 um rd. 81% bzw. 55% auf rd. 150 bis 5.900 m² (jeweils untere bzw. obere Variante), sofern Umsatzrückgänge ohne Verkaufsflächenrückgänge hingenommen würden (vgl. Tab. A - 19 im Anhang)⁵⁶. Gegenüber der aktuellen Gesamtverkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) stellt der genannte Spielraum der Wettbewerbsprognose noch eine Steigerung von nur knapp über 0% bis rd. 8% dar.

Auch diese Spannweite verdeutlicht die Abhängigkeit des Einzelhandels in Alzey von Faktoren, die nicht im Einflussbereich der Stadt und ihrer Akteure liegen.

Eine Ausweitung der Flächen über den prognostizierten Entwicklungsspielraum 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 gezogen bzw. die örtliche Kaufkraft stärker durch den städtischen Einzelhandel gebunden werden kann.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose (vorrangiges Prognoseszenario) über alle Sortimente hinweg von einem Entwicklungsspielraum von rd. 60 bis 1.000 m² pro Jahr auszugehen ist, wobei es bei einer Entwicklung der (nur bedingt durch die Stadt beeinflussbaren) Rahmenbedingungen entsprechend der unteren Variante trotz Maßnahmen zur Steigerung der Kaufkraftbindung sogar zu einem Abschmelzen vorhandener Verkaufsflächen kommen kann.

Sofern eine Entwicklung entsprechend der Wettbewerbsprognose erfolgen sollte, re-

⁵⁶ Käme es - entgegen der zunächst getroffenen Annahme - bei einem rechnerischen Rückgang des Verkaufsflächenpotenziales nicht nur zu einem Rückgang der Flächenleistung, sondern nur zur Hälfte zu einem solchen Rückgang, zur anderen Hälfte hingegen zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche, ist in der unteren Variante ein deutlicher Rückgang der Verkaufsfläche möglich; in der oberen Variante können sich im Bereich der nahversorgungsrelevanten Rückgänge und Zuwächse die Waage halten (vgl. Tab. A - 22 im Anhang).



duziert sich der jährliche Spielraum, selbst bei Ergreifen von Maßnahmen zur Steigerung der Kaufkraftbindung, auf nur noch rd. 10 bis 450 m² - wobei angenommen wurde, dass es bei einem rechnerischen Verkaufsflächenrückgang nicht zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche kommt. Würde hingegen ein rechnerischer Rückgang zur Hälfte zu einem tatsächlichen Verkaufsflächenrückgang führen, so reduziert sich der jährliche Entwicklungsspielraum auf rd. 340 m² in der oberen Variante (während in der unteren Variante ein Abschmelzen der vorhandenen Verkaufsfläche möglich ist).

Dies unterstreicht die Notwendigkeit, die räumliche Einzelhandelsentwicklung weiterhin konsequent an den Zielen (vgl. Kap. 6) auszurichten.

Das Ergebnis der Prognose ist lediglich ein **Orientierungswert** für die künftige Einzelhandelsentwicklung: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar. Außerdem erfordert die unterstellte Steigerung der Bindungsquoten bei der Entwicklungs-, teilweise aber auch bei der Wettbewerbsprognose, eine Änderung von Kaufkraftströmen; diese erfolgt in einem längerfristigen Prozess.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass der prognostizierte Spielraum im Laufe von mehr als 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 damit zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann i.d.R. davon ausgegangen werden, dass auch die Kaufkraftzuflüsse nach Alzey gesteigert werden. Entsprechend kann bei der Realisierung eines neuen Projektes nicht einfach die neu realisierte Verkaufsfläche vom prognostizierten Entwicklungsspielraum abgezogen werden.



7.2.2 Verkaufsflächenpotenziale nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraumes

Die in Kap. 7.2.1 dargestellten Verkaufsflächenentwicklungsspielräume für den gesamten Einzelhandel sind nur bedingt von Interesse. Wesentlich bedeutsamer ist die Frage, an welchen Stellen die räumliche Realisierung dieses Entwicklungsspielraumes erfolgen sollte (vgl. Kap. 8.2f.).

Bei der räumlichen Verteilung des für Alzey insgesamt ermittelten Spielraumes sind insbesondere die Zielsetzungen einer Funktionsstärkung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches und der Erhaltung und Stärkung der Nahversorgung zu berücksichtigen (vgl. Kap. 6). Entsprechend diesen Zielen sollte an nicht integrierten Standorten auch künftig kein zentrenrelevanter Einzelhandel (vgl. Kap. 8.1.3) zugelassen werden (vgl. Kap. 8.2).

Um aufzuzeigen, für welche Standortbereiche der prognostizierte Flächenspielraum genutzt werden kann, ist im Folgenden dargestellt, wie sich der prognostizierte Entwicklungsspielraum überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (mittelfristiger Bedarf und Teile des langfristigen Bedarfes) sowie auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente verteilt.

Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** ergibt sich bis 2030 ein Entwicklungsspielraum von bis zu rd. 1.400 m² (obere Variante der Entwicklungsprognose). Davon entfällt mit rd. 350 m² nur rd. ein Viertel auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, die für Erweiterungen bestehender Lebensmittelbetriebe in Anspruch genommen werden können. In der unteren Variante der Entwicklungsprognose beträgt der Entwicklungsspielraum für alle nahversorgungsrelevanten Sortimente hingegen nur rd. 75 m² - ausschließlich im Sortimentsbereich Papier/ Bürobedarf etc., während in den anderen Sortimentsbereichen die Gefahr eines Abschmelzens vorhandener Angebote besteht (vgl. Tab. A - 21 im Anhang).

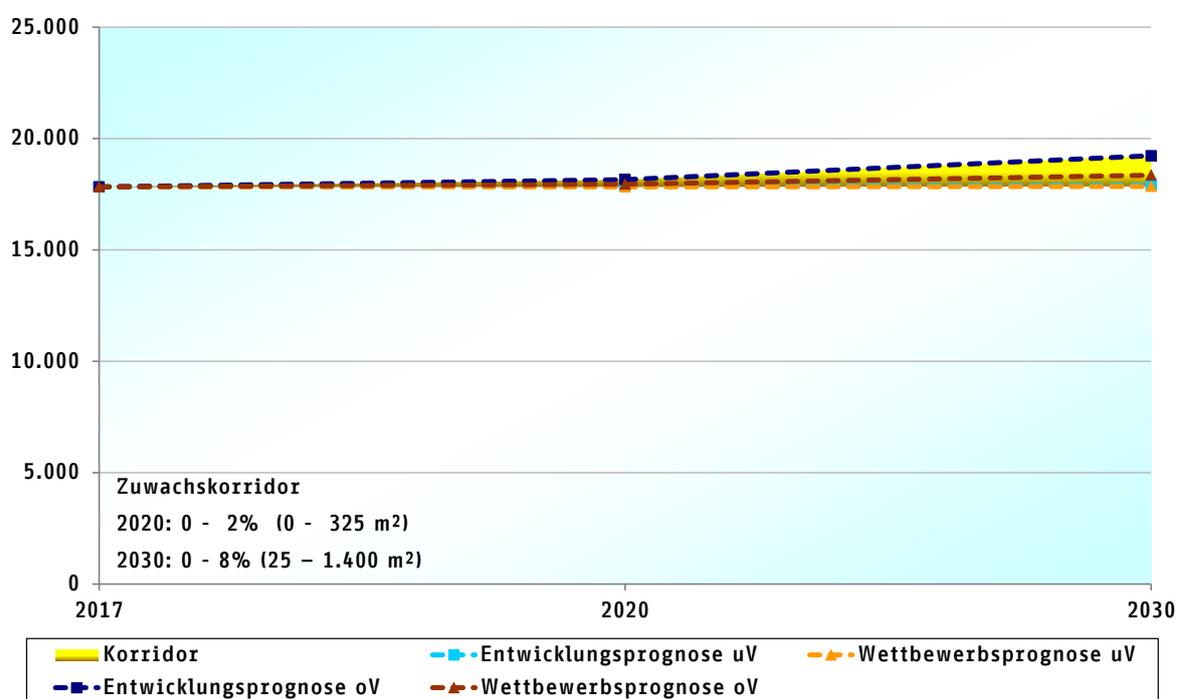
Im für die Grund-/ Nahversorgung im besonderen Maße bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel ist somit nahezu keine wettbewerbsneutrale Ansiedlung zusätzlicher Angebote möglich. Möglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgungssituation sind somit kaum vorhanden.

Im Sortiment Drogerie/ Parfümerie ist selbst in der oberen Variante der Entwicklungsprognose ein Entwicklungsspielraum von nur 325 m² zu verzeichnen. Unter Berücksichtigung der Betreiberanforderungen hinsichtlich der Verkaufsfläche und der

Randsortimente liegt diese Verkaufsflächengröße unterhalb der Mindestflächenanforderung eines modernen Drogeriemarktes. In der unteren Variante besteht in diesem Sortiment kein Entwicklungsspielraum.

Bei einem Umsatzeinbruch (Wettbewerbsprognose) wäre selbst bei positiverer Entwicklung des Rahmens im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel mit der Gefahr des Abschmelzens vorhandener Angebote zu rechnen (vgl. Tab. A - 19 und Tab. A - 22 im Anhang). Der maximale Entwicklungsspielraum für die übrigen Sortimentsbereiche bis zum Jahr 2030 beträgt rd. 525 m².

Abb. 20: Potenzialkorridore in m² nach Zentrenrelevanz - nahversorgungsrelevante Sortimente



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

Insgesamt ergibt sich selbst bei positiver Kaufkraft- und Einwohnerentwicklung sowie bei - zumindest gleichbleibender - Kaufkraftbindung in den für die Grund-/ Nahversorgung wesentlichen Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie ein nur geringer Entwicklungsspielraum. Dieser sollte möglichst wohnortnah für Erweiterungen zur Sicherung bestehender Angebote oder alternative Nahversorgungsangebote (z.B. Dorfladen) realisiert werden.

Im Bereich der **sonstigen zentrenrelevanten Sortimente** entsteht bis zum Jahr 2030 ein Entwicklungsspielraum von rd. 275 bis 6.000 m² (Entwicklungsprognose;

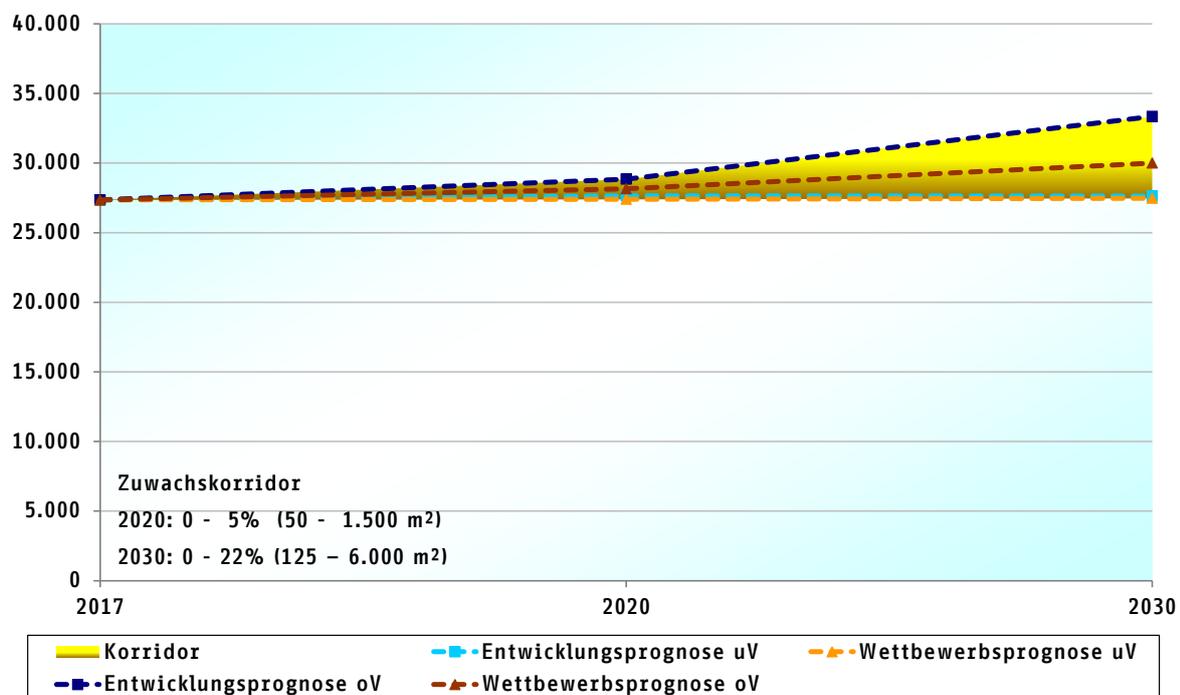


vgl. Abb. 21). Davon entfallen auf Bekleidung bis zu rd. 2.325 m², aber auch in anderen Sortimentsbereichen Größen, die zusätzliche Geschäfte möglich erscheinen lassen - sofern sich der Rahmen entsprechend der oberen Variante entwickelt.

Selbst bei einem Umsatzeinbruch (Wettbewerbsprognose) ergibt sich in der oberen Variante noch ein Entwicklungsspielraum von bis zu rd. 2.650 m², davon mehr als 1.000 m² im Sortimentsbereich Bekleidung.

Dieses Potenzial sollte vorrangig zur Stärkung der Innenstadt von Alzey genutzt werden (vgl. Kap. 8.2). Wird der Entwicklungsspielraum mit der derzeitigen Verkaufsfläche in der Innenstadt (rd. 10.850 m²; vgl. Kap. 4.2.2) verglichen, so zeigt sich, welche quantitative Bedeutung diesem Spielraum zuzumessen ist. Deshalb ist die Frage der Ansiedlung und Unterbringung zusätzlicher Betriebe zu klären.

Abb. 21: Potenzialkorridore in m² nach Zentrenrelevanz - sonstige zentrenrelevante Sortimente



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

Im Bereich der **nicht zentrenrelevanten Sortimente** (v.a. bau-/ gartencenterspezifische Sortimente und Möbel) ergibt sich bis zum Jahr 2030 ein Entwicklungsspielraum von maximal rd. 5.750 m² (obere Variante der Entwicklungsprognose), während bei schlechterer Entwicklung der Rahmenbedingungen (untere Variante) selbst bei

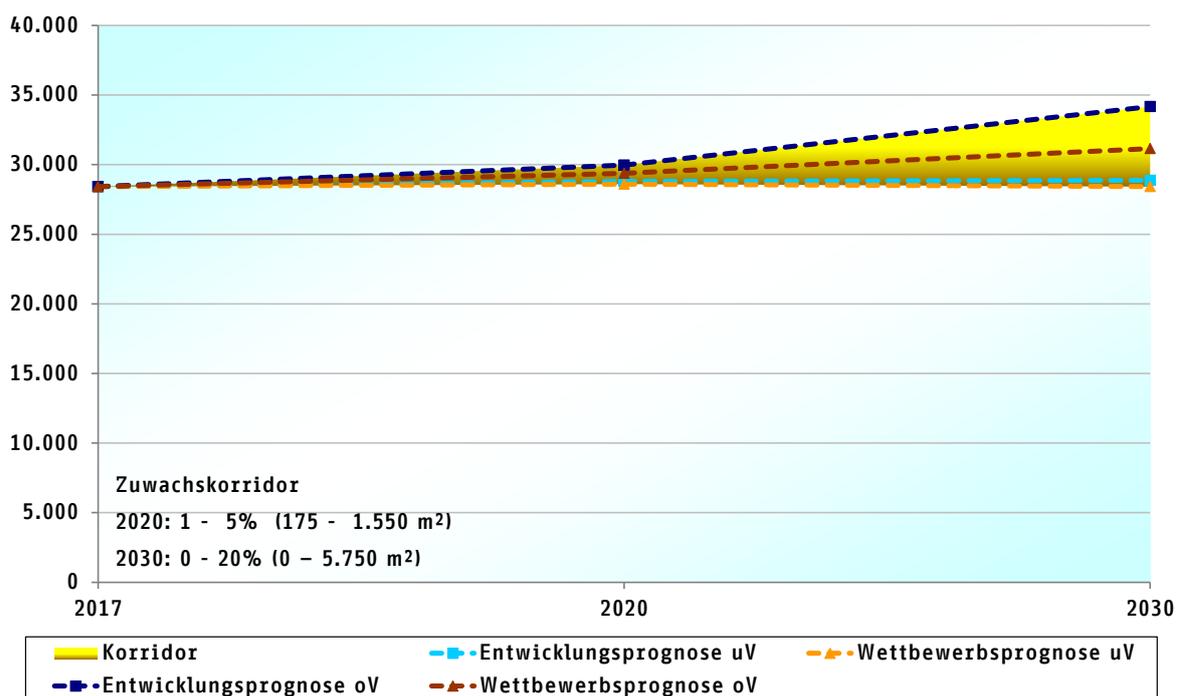
der Entwicklungsprognose die Gefahr eines Abschmelzens vorhandener Angebote besteht (vgl. Tab. A - 18 im Anhang⁵⁷).

Bei einem Umsatzeinbruch (Wettbewerbsprognose) reduziert sich der Entwicklungsspielraum auf max. rd. 2.725 m², wobei bei einer Entwicklung entsprechend der unteren Variante mit einem Abschmelzen vorhandener Angebote zu rechnen ist⁵⁸.

Ein solches Abschmelzen ist insbesondere wegen des damit verbundenen Nachnutzungsdrucks (der sich häufig auf zentrenrelevante Sortimente bezieht) für eine positive Entwicklung der Stadt Alzey nachteilig (vgl. auch Kap. 8.2.2).

Zwar ist bei diesem Teil des Entwicklungsspielraumes die räumliche Komponente von nachgeordneter Bedeutung, aber bei einer Ansiedlung außerhalb der Innenstadt, insbesondere an nicht integrierten Standorten, ist auf die häufig von Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente zu achten (vgl. Kap. 8.2.2).

Abb. 22: Potenzialkorridore in m² nach Zentrenrelevanz - nicht zentrenrelevante Sortimente



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

⁵⁷ Käme es zur Hälfte zu einem tatsächlichen Rückgang, so könnten bis zu rd. 825 m² abschmelzen (vgl. Anhang, Tab. A - 21).

⁵⁸ Käme es zur Hälfte zu einem tatsächlichen Rückgang, so könnten bis zu rd. 2.375 m² abschmelzen (vgl. Anhang, Tab. A - 22).



7.2.3 Fazit Prognoseergebnisse

Die Prognoseergebnisse zeigen, dass selbst bei positiver Entwicklung des Rahmens (obere Variante) nur geringes Potenzial zur Verbesserung der Nahversorgungssituation besteht: Langfristig - d.h. bis zum Jahr 2030 - ist wettbewerbsneutral nur die Erweiterung von Bestandsbetrieben zur Sicherung dieser Betriebe oder die Ansiedlung von alternativen Nahversorgungsangeboten möglich.

Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten besteht nur bei positiver Entwicklung der Rahmenbedingungen ein deutlicher Entwicklungsspielraum zur Stärkung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches, wobei die räumliche Unterbringung entsprechender Angebote zu klären ist. Dies gilt selbst für den Fall eines Umsatzeinbruchs.

Bei zurückhaltender/ stagnierender Einwohner-/ Kaufkraftentwicklung ergibt sich hingegen nur ein geringes Potenzial zur Stärkung der Innenstadt (vgl. Tab. A - 19 sowie Tab. A - 22 im Anhang).

Bei der Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen sollte berücksichtigt werden, dass

- die Prognosewerte lediglich Orientierungswerte darstellen,
- Rückgänge der Verkaufsfläche, insbesondere im Bereich der nahversorgungsrelevanten sowie der nicht zentrenrelevanten Sortimente, nicht auszuschließen sind,
- bei der Realisierung von deutlich mehr Verkaufsfläche Umsatzumverteilungen zu erwarten sind,
- Ansiedlungen nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Angebote an städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen sollten und
- eine kurzfristige Realisierung des gesamten bis zum Jahr 2030 ermittelten Entwicklungsspielraumes vermieden werden sollte.



8. INSTRUMENTELLES KONZEPT ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSSTEUERUNG

In diesem Arbeitsschritt wird ein 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. Die bisherige Sortimentsliste wurde auf Grundlage der Bestandserfassung überprüft, wobei auch allgemeine Kriterien zur Einstufung von Sortimenten hinzugezogen wurden.

Auf Grundlage der Ist-Situation sowie vor dem Hintergrund der Ziele (vgl. Kap. 6), des quantitativen Entwicklungspotenziales (vgl. Kap. 7) und der auf den Zielen basierenden **Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung** (vgl. Kap. 8.2) werden **räumliche Entwicklungsmöglichkeiten** für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt abgeleitet (vgl. Kap. 8.3). Diese sollen die spezifischen Erfordernisse des Einzelhandels berücksichtigen und die dargestellten Ziele unterstützen.

Neben diesen Entwicklungsmöglichkeiten werden die Möglichkeiten zur **Verbesserung der Nahversorgungssituation** dargestellt (vgl. Kap. 8.3.2).

Wenn nachgewiesen ist, dass es räumliche Entwicklungsmöglichkeiten für die zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Alzey gibt, dann ist eine wesentliche Voraussetzung für das Verfolgen eines Einzelhandelskonzeptes gegeben.

Abschließend wird ein **Verfahrensvorschlag** unterbreitet, welcher ein verwaltungstechnisches und politisches Umsetzen des Planungskonzeptes ermöglicht. Auf Grund der Erfahrungen aus vergleichbaren Untersuchungen werden Formulierungen für bauplanungsrechtliche Festsetzungen in Bebauungsplänen vorgeschlagen.



8.1 ÜBERPRÜFUNG DER SORTIMENTSLISTE

Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste zu erstellen, welche nach nahversorgungsrelevanten⁵⁹, sonstigen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet⁶⁰. In Alzey wird die bestehende Sortimentsliste überprüft.

8.1.1 Kriterien

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

Sonstige zentrenrelevante Sortimente, sind Sortimente die

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

Nahversorgungsrelevante Sortimente

- sind zentrenrelevante Sortimente, die täglich bzw. häufig und periodisch nachgefragt werden;
- dienen der fußläufigen, wohnungsnahen Grundversorgung; eine Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches - aber innerhalb von Wohnlagen - kann daher sinnvoll sein;
- sind immer auch zentrenrelevant, sonstige zentrenrelevante Sortimente sind hingegen nicht nahversorgungsrelevant.

⁵⁹ Nahversorgungsrelevante Sortimente sind dabei immer auch zentrenrelevant.

⁶⁰ Vgl. VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, ferner bereits Birk (1988), a.a.O., S. 288.



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-Transportes überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfes nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

8.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in der Stadt Alzey

Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird *auch* die momentane räumliche Verteilung des Angebotes in Alzey zur Einstufung der Sortimente herangezogen. Dabei dürfen, städtebaulich begründet, auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden, die heute nicht mehr/ noch nicht im zentralen Versorgungsbereich zu finden sind: Solche Sortimente können an Standorten außerhalb mit dem Ziel ausgeschlossen werden, eventuelle Neuansiedlungen, zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität, dem Zentrum zuzuführen⁶¹.

Verteilung zentrenrelevanter Sortimente

In Abb. 23 wird die Verteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Alzey illustriert. Der überwiegende Teil der zentrenrelevanten Sortimente wird in Alzey hauptsächlich nicht im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angeboten, sondern vor allem an nicht integrierten Standorten.

Die Sortimente **Drogeriewaren und Nahrungs-/ Genussmittel** werden derzeit zu einem überwiegenden Anteil an nicht integrierten Standorten angeboten. Rein rechnerisch würden diese somit den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Da es sich dabei jedoch um Sortimente handelt, die täglich bzw. wöchentlich nachgefragt werden und wesentliche Bestandteile eines Nahversorgungsangebotes ausmachen, sollten diese möglichst wohnortnah angeboten werden. So sollten diese Sortimente auch zukünftig als nahversorgungsrelevant und somit auch weiterhin als zentrenrelevant eingestuft werden.

⁶¹ Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004, Az. 4 BN 33/04.



Die Sortimente

- **Bastel- und Geschenkartikel,**
- **Bekleidung aller Art,**
- **Computer, Telekommunikation,**
- **Elektrokleingeräte,**
- **Fahrräder und Zubehör,**
- **Foto, Video,**
- **Gardinen und Zubehör,**
- **Glas, Porzellan, Keramik,**
- **Haus-/ Heimtextilien, Stoffe,**
- **Haushaltswaren/ Bestecke,**
- **Kunstgewerbe/ Bilder und Rahmen,**
- **Leder- und Kürschnerwaren,**
- **Schuhe und Zubehör,**
- **Spielwaren,**
- **Sportartikel inklusive Sportgeräte und Campingartikel,**
- **Tonträger** sowie
- **Unterhaltungselektronik und Zubehör**

werden derzeit ebenfalls zu einem überwiegenden Anteil an nicht integrierten Standorten angeboten. Rein rechnerisch würden diese somit den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Da es sich jedoch um Sortimente handelt, die wesentlich zur Attraktivität einer Innenstadt beitragen und wichtige Frequenzbringer sind, sind sie auch 2017 weiterhin als zentrenrelevant einzustufen.

Das Sortiment **Fahrräder und Zubehör** wurde im Rahmen der projektbegleitenden Arbeitsgruppe besonders intensiv diskutiert. Grundsätzlich ist bei Fahrrädern und Zubehör auch eine Zuordnung als nicht zentrenrelevant möglich, da diese oftmals eine Teststrecke benötigen.

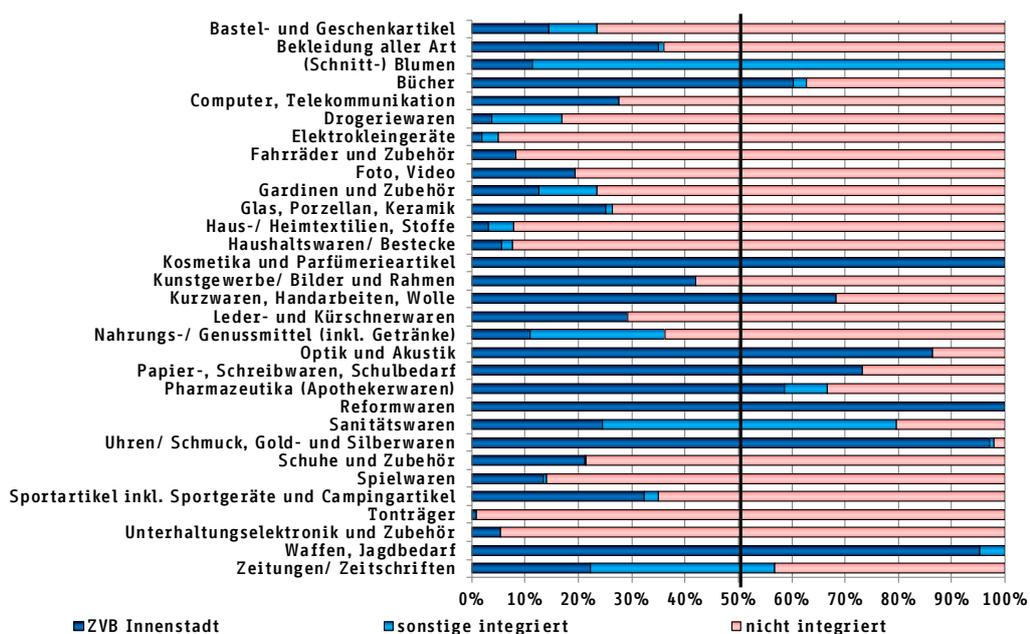
Aus Gutachtersicht wird eindeutig eine Einstufung als zentrenrelevant empfohlen, um der vergleichsweise "schwachen" Alzeier Innenstadt nicht noch weitere Sortimente bzw. Geschäfte zu entziehen. Hier sollte die Stadt die Händler bei der Suche nach einem geeigneten Standort in der Innenstadt aktiv unterstützen. In Alzey wäre beispielsweise der Obermarkt ideal, da der Platz bzw. die Ränder gleichzeitig als Teststrecke für Fahrräder dienen könnten. Fahrräder sind zwar kein Handtaschen-

sortiment, jedoch gut transportierbar. Außerdem bieten Fahrradgeschäfte auch Bekleidung und Zubehör (Trinkflaschen, Brillen etc.), die eindeutig zentrenrelevant sind. Im Rahmen der Erarbeitung des Innenstadtkonzeptes wurde von den innerstädtischen Hotels eine Kooperation mit Fahrradhändlern angestrebt, da bei den Touristen eine deutliche Nachfrage nach Leihrädern besteht.

Das Sortiment **Zeitungen/ Zeitschriften** wird derzeit teilweise im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und teilweise an den sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten angeboten. Die rein rechnerische Zuordnung ist somit unklar. Da dieses Sortiment des kurzfristigen Bedarfes nahezu in allen Lebensmittelbetrieben als Randsortiment angeboten wird, wird empfohlen auch das Sortiment Zeitungen/ Zeitschriften weiterhin als zentrenrelevant einzustufen.

Für die Sortimente **Musikalien** und **Nähmaschinen** kann keine rechnerische Zuordnung vorgenommen werden, da diese derzeit nicht in Alzey angeboten werden. Angesichts, dass diese Sortimente zu einer Verbreiterung des Branchenmixes in der Innenstadt beitragen können, sollten sie auch 2017 weiterhin als zentrenrelevant eingestuft werden.

Abb. 23: Verkaufsflächenverteilung bisher zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Alzey



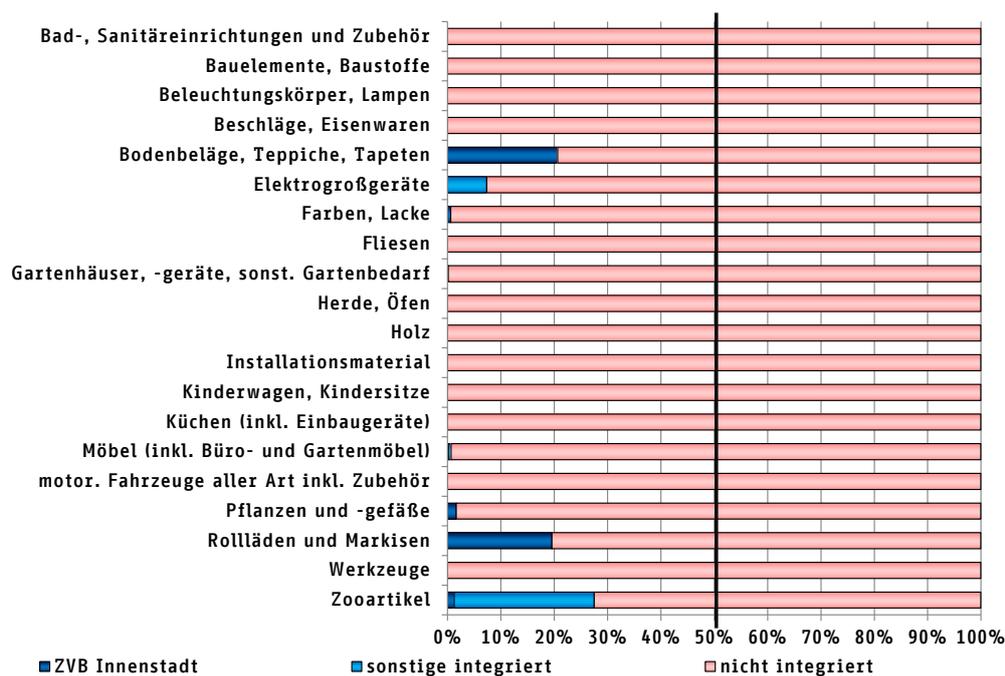
Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; Legendenerläuterung: ZVB (zentraler Versorgungsbereich), GPK = Glas, Porzellan, Keramik



Verteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente

Abb. 24 zeigt die Verteilung der nicht zentrenrelevanten Sortimente. Dabei ist festzustellen, dass alle, der bisher als nicht zentrenrelevant eingestuften Sortimente, funktionsadäquat an nicht integrierten Standorten angesiedelt sind. Daher wird empfohlen, diese Sortimente weiterhin als nicht zentrenrelevante Sortimente einzustufen.

Abb. 24: Verkaufsflächenverteilung bisher nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen in Alzey



Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; Legendenerläuterung: ZVB (zentraler Versorgungsbereich)

Büromaschinen und Computer werden derzeit nicht in Alzey angeboten. Diese werden aber auf Grund ihrer Eigenschaften weiterhin als nicht zentrenrelevant eingestuft.

8.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste

Nachfolgend wird der gutachterliche Vorschlag für die Sortimentsliste für die Stadt Alzey (vgl. Tab. 6) dargestellt. Diese wurde auf Basis der räumlichen Verteilung des Angebotes in Alzey und der o.g. allgemeinen Merkmale erstellt und ist somit ortsspezifisch.



Der Vorschlag entspricht, hinsichtlich der Einteilung, der bisher bestehenden Alzeyer Sortimentsliste.

Die Sortimente Sportartikel inkl. Sportgeräte und Campingartikel wurden zu einer Sortimentskategorie zusammengefasst. Jedoch ist die Einteilung hinsichtlich der Zentrenrelevanz dabei gleich geblieben.

Darüber hinaus wurden bei den Sortimenten **Pharmazeutika (Apothekerwaren), Computer, Telekommunikation und Möbel (inkl. Büro- und Gartenmöbel)** die Bezeichnungen der Sortimente - ebenfalls ohne Einfluss auf die Einteilung - verändert.

Tab. 6: Vorschlag für die neue "Sortimentsliste Alzey"

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> • Bastel- und Geschenkartikel • Bekleidung aller Art • Bücher • Computer, Telekommunikation • Elektrokleingeräte • Fahrräder und Zubehör • Foto, Video • Gardinen und Zubehör • Glas, Porzellan, Keramik • Haus-/ Heimtextilien, Stoffe • Haushaltswaren/ Bestecke • Kunstgewerbe/ Bilder und Rahmen • Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle • Leder- und Kürschnerwaren • Musikalien • Nähmaschinen • Optik und Akustik • Sanitätswaren • Schuhe und Zubehör • Spielwaren • Sportartikel inkl. Sportgeräte und Campingartikel • 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 • motor. Fahrzeuge aller Art inkl. Zubehör • Farben, Lacke • Fliesen • Gartenhäuser, -geräte, sonst. Gartenbedarf • Herde, Öfen • Holz • Installationsmaterial • Kinderwagen, Kindersitze • Küchen (inkl. Einbaugeräte) • Möbel (inkl. Büro- und Gartenmöbel) • Pflanzen und -gefäße • Rollläden und Markisen • Werkzeuge • Zooartikel
<p>Nahversorgungsrelevante Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> • (Schnitt-)Blumen • Drogeriewaren • Kosmetika und Parfümerieartikel • Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Getränke) • Papier-, Schreibwaren, Schulbedarf • Pharmazeutika (Apothekerwaren) • Reformwaren • Zeitungen/ Zeitschriften 	

Quelle: gutachterlicher Vorschlag



Die Sortimentsliste stellt einen Vorschlag dar und unterliegt dem Abwägungsvorbehalt des Rates; eine Abweichung vom gutachterlichen Vorschlag ist prinzipiell möglich, jedoch inhaltlich zu begründen. Dabei sind "Umstufungen" von als nicht zentrenrelevant vorgeschlagenen Sortimenten in die Kategorie zentrenrelevante Sortimente relativ unproblematisch, da dies eine politische Willensbekundung darstellt.

8.2 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG

Um die in Kap. 6 aufgeführten Ziele zu erreichen, werden als Strategie zur langfristigen Sicherung der Versorgungsstrukturen für künftige Einzelhandelsansiedlungen die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung mit jeweils folgenden Erläuterungen vorgeschlagen. Die Grundsätze entsprechen dabei im Wesentlichen den Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes von 2009.

8.2.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsätze: Zentrenrelevante Sortimente nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

- a) zentraler Versorgungsbereich Innenstadt: großflächige Einzelhandelsbetriebe regelmäßig zulässig
- b) Ausnahme sonstige integrierte Lagen:
 - nahversorgungsrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise zulässig
 - Lebensmittelbetriebe bei standortgerechter Dimensionierung ausnahmsweise auch großflächig zulässig
- c) Ausnahme für nicht integrierte Lagen: zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente bis max. 10% der Verkaufsfläche ausnahmsweise zulässig (max. 800 m²)

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Hauptsortimenten - d.h. auf einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m²⁶² - sollte lediglich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erfolgen. Damit soll die besondere Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungs-

⁶² Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m² 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.



bereiches erhalten und gestärkt werden, soweit die jeweilige Ansiedlung mit den entsprechenden Vorgaben und Zielen der Landes- und Regionalplanung vereinbar ist (vgl. Kap.2.2.1.4).

An sonstigen integrierten Standorten sowie an nicht integrierten Standorten sollten keine Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden⁶³. Ausnahmsweise können - im Sinne einer möglichst flächendeckenden Grund-/ Nahversorgung - an sonstigen integrierten Standorten jedoch Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden, jedoch nur Betriebe, die der Gebietsversorgung dienen (s.o.) bzw. nur sofern eine Nahversorgungslücke besteht.

Weiterhin können ausnahmsweise an sonstigen integrierten Standorten auch großflächige Lebensmittelbetriebe angesiedelt werden, sofern diese standortgerecht dimensioniert sind und der Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation dienen⁶⁴. Dabei ist jedoch auf eine ausreichende Mantelbevölkerung zu achten⁶⁵. Die Ansiedlung ist im Einzelfall zu prüfen, eine Gefährdung bestehender Strukturen, die zur Nahversorgung der Bevölkerung beitragen, ist zu vermeiden (Schutz der verbrauchernahen Versorgung).

An nicht integrierten Standorten sollen zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich nicht angesiedelt werden. Ausnahmsweise können sie als Randsortimente in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angeboten werden. Ein vollständiger Ausschluss von zentrenrelevanten Rand- und Ergänzungssortimenten in Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment an sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten erscheint jedoch nicht möglich: Bei ei-

⁶³ Auch wenn außerhalb der Zentren in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich ist, sollte geprüft werden, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist - beispielsweise zur Sicherung/ Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt bzw. der Nahversorgungszentren - in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auch unterhalb der Großflächigkeit auszuschließen.

⁶⁴ Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass derartige Betriebe mit einem umfassenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und ergänzenden nahversorgungsrelevanten Randsortimenten häufig nur noch mit Verkaufsflächen im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit und darüber realisiert werden.

⁶⁵ Diesbezüglich sei angemerkt, dass ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 m² rechnerisch rd. 2.500 Einwohner versorgt.



nigen Branchen gehört ein derartiges Angebot in gewissem Umfang mittlerweile zum Betriebskonzept (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften).

Es muss jedoch in jedem Fall eine Beziehung zum Hauptsortiment bestehen (beispielsweise keine Lebensmittel im Baumarkt). Darüber hinaus sind die nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Hauptsortimente in der Summe auf 10% der Verkaufsfläche bei insgesamt maximal 800 m² zu beschränken.

Unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Rand- und Ergänzungssortimente eines Betriebes mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollte sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass zusätzlich eine maximale Verkaufsflächenobergrenze für jedes zentrenrelevante Rand-/ Ergänzungssortiment zu definieren ist. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems, entsprechend eines Einkaufszentrums, genutzt wird.

8.2.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

Grundsätze:

Grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie an sonstigen integrierten und nicht integrierten Standorten (sofern nicht durch Bauleitplanung ausgeschlossen)

Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel vorrangig an etablierten nicht integrierten (Einzelhandels-)Standorten

- Sensibler Umgang mit Ansiedlungswünschen: "Leerstandsdomino" vermeiden.

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel kann grundsätzlich **im gesamten Stadtgebiet**, wo Einzelhandel zulässig ist, angesiedelt werden. Dabei sollte jedoch behutsam mit Flächenbereitstellungen für den Einzelhandel in Gewerbegebieten umgegangen werden, da ansonsten u.U. die Standortqualität, bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen, sinken könnte bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden könnten. Im Übrigen stellt sich die Frage, ob es sich die Stadt Alzey leisten kann/ will, dem Einzelhandel weitere gewerbliche Flächen zur Verfügung zu stellen bzw. den Einzelhandel in Gewerbegebieten zu fördern. Es wird empfohlen, auch die Einzelhandelsentwicklung in den Gewerbegebieten planerisch zu steuern.



Neuansiedlungen sollten im Hinblick auf die Zielsetzungen und Entwicklungspotenziale für den jeweiligen Planstandort überprüft werden (vgl. Kap.8.3.3).

Für nicht zentrenrelevante Sortimente sollte sich die Flächenbereitstellung am ermittelten quantitativen Entwicklungsspielraum orientieren und insgesamt 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 erfolgt, sondern lediglich die Position traditioneller Einzelhandelslagen, insbesondere in der Innenstadt von Alzey, geschwächt wird.

Ausnahme: "Leerstandsdomino"

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 orientierenden Umgebungsnutzung lässt sich nur langsam zu einem (hochwertigen) Gewerbestandort für sonstige Gewerbebetriebe umwidmen. Zudem entsteht auf solchen Flächen üblicherweise ein Nachnutzungsdruck durch zentrenrelevante Sortimente, dem zwar planerisch begegnet werden kann, der aber dennoch immer wieder (unnötige) Diskussionen auslösen kann.

8.3 RÄUMLICHE ENTWICKLUNGSOPTIONEN

Während in den vorangegangenen Kapiteln die Sortimentsliste und die Steuerungsstrategie für die künftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Alzey dargestellt wurden, folgt nun eine Konkretisierung in Bezug auf die jeweiligen Standorte in der Stadt.

Aus der Prognose ergibt sich bis zum Jahr 2030 ein Entwicklungsspielraum von 800 bis 13.150 m² Verkaufsfläche. Dieser Entwicklungsspielraum ist angesichts des Zeithorizontes von mehr als 10 Jahren sehr begrenzt. Deshalb kommt der räumlichen



Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Alzey, unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze, besondere Bedeutung zu.

Bei der Identifizierung, Bewertung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, vor dem Hintergrund der aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen, haben sich gegenüber 2009 keine Veränderungen ergeben (vgl. Kap. 4): Als zentraler Versorgungsbereich wird auch perspektivisch nur die Innenstadt von Alzey vorgeschlagen.

Da diese Innenstadt im Vergleich zum Industriegebiet nur eine relativ geringe quantitative Bedeutung aufweist und gegenüber 2009 weitere Leerstände zu verzeichnen hat, sollte sich die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt konzentrieren.

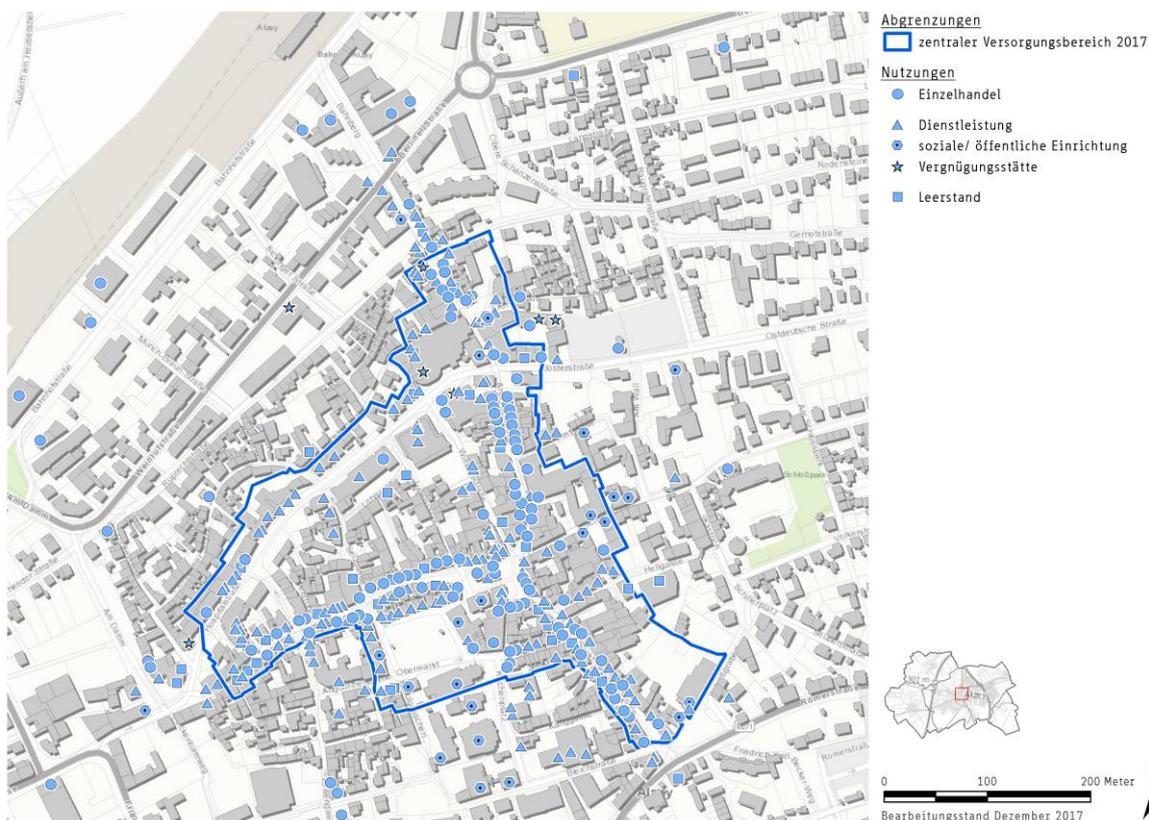
8.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Perspektive)

Aus gutachterlicher Sicht sollte die bisherige Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches im Wesentlichen beibehalten werden. Diese erscheint mit etwa 500 Metern für die Stadtgröße und Stadtstruktur von Alzey optimal. Im Hinblick auf eine bessere Vernetzung der innerstädtischen Räume und eine kompaktere Innenstadtstruktur sollten Teilbereiche der Hospitalstraße und Flächen östlich der St.-Georgen-Straße in die Innenstadtabgrenzung einbezogen werden.

Eine räumliche Verkleinerung kann nicht empfohlen werden, da die Innenstadt ansonsten keinerlei räumliche Entwicklungsmöglichkeiten aufweisen würde. Zudem könnte eine räumlich noch kleinere Innenstadt kein Gegengewicht zum, ohnehin deutlich größeren, Einzelhandelsstandort Industriegebiet darstellen.

Ziel sollte es sein, diesen abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich als lebendiges Zentrum mit einer vielfältigen Nutzungsstruktur zu entwickeln. Angesichts der besonderen Kleinteiligkeit der bestehenden Strukturen ist die Überplanung einzelner Teilbereiche erforderlich, um Gebäude realisieren zu können, die moderne Betriebsgrößen und Wohnungen ermöglichen.

Karte 7: Perspektivische Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017, Kartengrundlage: Stadt Alzey

Die anspruchsvolle Aufgabe für die künftige Entwicklung der Alzeyer Innenstadt besteht in der Fortsetzung der bisherigen Innenentwicklung. Durch ein aktives Flächenmanagement und intensive Gespräche mit Immobilieneigentümern, sollten die Bereiche der Innenstadt entwickelt werden, die eine Konzentration an Leerständen, untergenutzten Flächen und sanierungsbedürftigen Gebäuden aufweisen.

8.3.2 Vorschläge zur Nahversorgung

Wie in Kap. 5.3 bereits erläutert, kann die räumliche Nahversorgungssituation in der Stadt Alzey als relativ gut bezeichnet werden. Der überwiegende Anteil der Bevölkerung kann sich fußläufig nahversorgen, wenngleich in Teilen der Kernstadt und in den vier Stadtteilen - genau wie 2009 - Nahversorgungslücken bestehen.

Der Regionale Raumordnungsplan 2004 für die Planungsgemeinschaft Rheinhessen-Nahe hebt den Grundsatz zur Gewährleistung der verbrauchernahen Versorgung hervor (vgl. Kap. 2.2.1.4): *"Die Deckung des täglichen Bedarfs soll soweit wie möglich*



wohnoertnah erfolgen."⁶⁶ Die Sicherung einer wohnoertnahen Versorgung wird ueberdies auch im LEP IV Rheinland-Pfalz als Grundsatz explizit herausgestellt⁶⁷ und naeher erlaeuert: "*Die Deckung der Grundversorgung, insbesondere an Nahrungs- und Genussmitteln, soll moeglichst wohnungsnah und barrierefrei erfolgen koennen.*"⁶⁸

Im Hinblick auf das nur geringe Potenzial zur Verbesserung der Nahversorgungssituation bis 2030 (vgl. Kap. 7.2), der fuer die Ansiedlung eines neuen Lebensmittelbetriebes nicht ausreichenden Einwohnerpotenziale je unterversorgten Bereich (vgl. Karte 6)⁶⁹ und der Verteilung der Betriebe im Bestand (Industriegebiet, Kernstadt), ist eine flaechendeckende, fuellaeufige Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet von Alzey derzeit nicht zu erreichen.

Fuer die kuenftige Entwicklung sollten der Erhalt und die Staerkung der derzeitigen Nahversorgungsangebote im Vordergrund stehen.

Darueber hinaus sollte die Ansiedlung alternativer Nahversorgungsangebote in den vier Stadtteilen geprueft werden.

Alternative Nahversorgungsangebote umfassen z.B. kleinflaechige Lebensmittelbetriebe und Dorflaeden, Direktvermarkter/ Hoflaeden, Liefer-/ Bringservices, mobile Angebote (Verkaufswagen), Lebensmittelhandwerksbetriebe mit Lebensmittelangeboten.

Ein Dorfladen beispielsweise bietet auf wesentlich weniger Verkaufsflaeche als konventionelle Supermaerkte oder Discounter⁷⁰ ein relativ breites, jedoch nicht tiefes, Nahversorgungsangebot⁷¹ an. Dorflaeden werden oftmals als Genossenschaftslaeden mit aus der oertlichen Bevoelkerung stammenden Gesellschaeftern betrieben. Wirtschaftlich tragfaehig sind diese Betriebe nur, wenn groeuer Rueckhalt in der oertlichen Bevoelkerung vorhanden ist (hohe Kundenbindung/ Marktdurchdringung des Standort-

⁶⁶ Regionaler Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe 2014, Kap. 2.3.4 (G 41).

⁶⁷ Vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3 (G 56).

⁶⁸ Vgl. LEP IV, Begrueundung/ Erlaeuterung zu G 56.

⁶⁹ Auch an dieser Stelle sei angemerkt, dass ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsflaeche von 800 m² rechnerisch rd. 2.500 Einwohner versorgt.

⁷⁰ In der Regel zwischen 100 und 250 m² Verkaufsflaeche.

⁷¹ Z.B. frische und gekuehlte Lebensmittel, (Frisch-)Fleisch oder Backwaren in Kooperation mit oertlichen Handwerksbetrieben, Drogeriewaren.



umfeldes) und oftmals nur, wenn das Personal - zumindest teilweise - ehrenamtlich tätig ist.

Die mangelhafte Ausstattung der Innenstadt mit Nahversorgungsangeboten wurde durch die Händler deutlich geäußert (vgl. Kap. 3.2.5). Eine Verlagerung oder Ansiedlung eines Nahversorgungsbetriebes in die bzw. der Innenstadt sollten im Mittelpunkt der räumlichen Einzelhandelsentwicklung stehen. Ziel dieser Bemühungen ist dabei weniger die Sicherung der Nahversorgung der Bevölkerung der Innenstadt, sondern die Erhaltung und Belebung der Innenstadt.

8.3.3 Gewerbegebiete

Neben den bereits bestehenden Gewerbegebieten (insbesondere Industriegebiet östlich der Kernstadt) 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) und auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche geachtet werden.

Bei den bestehenden zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben sollten sich Erweiterungen möglichst nur im Rahmen des Bestandsschutzes bewegen.

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 VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG

Die Stadt Alzey hat seit 2009 Erfahrungen mit der Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes gesammelt. Bei dem vorliegenden Gutachten handelt es sich um die erste Fortschreibung und damit vor allem um eine Überprüfung der bisherigen Strategie vor dem Hintergrund der aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen und der Einzelhandelsentwicklung.

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

- zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kap. 4.2.1)



- zur Entwicklung der Sortimentszuordnung (vgl. Kap. 8.1),
- zur Steuerungsstrategie (vgl. Kap. 8.2),
- zu den räumlichen Entwicklungsoptionen (vgl. Kap. 8.3) und
- zur Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 7).

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

8.4.1 Öffentliche Information

Damit das aktualisierte Einzelhandelskonzept seine planungsrechtliche Wirkung voll entfalten kann - dies betrifft die Bauleitplanung insgesamt und speziell 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.

Dafür sollte eine Auslegung des vorliegenden Gutachtens selbst erfolgen. Die eingehenden Anregungen sollten dann einer Würdigung unterzogen und im Hinblick auf die daraus abgeleiteten Konsequenzen gewertet werden.

Das *aktualisierte* Einzelhandelskonzept kann dann vom Rat 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.

8.4.2 Festlegen einer Sortimentsliste

Seit dem Einzelhandelskonzept von 2009 verfügt die Stadt Alzey über eine Sortimentsliste. Wenngleich die Stadt Alzey daher über Erfahrungen hinsichtlich der Festlegung einer aktuellen Sortimentsliste verfügt, so wird dennoch im Folgenden das Vorgehen zur Festlegung einer solchen erläutert.

Die in Kap. 8.1.3 beschriebene örtliche Sortimentsliste stellt zunächst einen Vorschlag dar, der - ebenso wie in der Vergangenheit - der Öffentlichkeitsbeteiligung zugänglich gemacht werden sollte.

Der Rat sollte letztlich diese - nach Abwägung der ggf. durch Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung geänderte - 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 aktuellen Beschluss wird deren zentraler Stellenwert bestätigt.

Mit diesen Einstufungen - und insbesondere mit der politischen Verabschiedung einer solchen Sortimentsliste - signalisiert die Stadt Alzey, wie bereits seit 2009, welcher Einzelhandel aus städtebaulichen Gründen in Zukunft in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden soll. Das aktualisierte Konzept muss auch planungsrechtlich, in Form von Bebauungsplänen, umgesetzt werden.

Diese aktualisierte Sortimentsliste muss Teil der Bebauungspläne mit Aussagen zur Steuerung von Einzelhandel sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel hinsichtlich seiner Zentrenrelevanz enthalten sind.

8.4.3 Festlegen von Gebieten zur Zulässigkeit von Einzelhandel

In Verbindung mit der o.g. Sortimentsliste ist deutlich zu machen, an welchen Standorten in der Stadt welche Art von Einzelhandel zulässig sein wird. Dafür wurden im vorliegenden Gutachten die Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches überprüft.⁷²

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

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

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

Auf diese Weise können An- und Umsiedlungsanträge sehr schnell bewertet werden: Grundsätzlich zulässige Betriebe können entsprechend schnell weiterbearbeitet

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



werden, sodass 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 Innenstadt der Stadt Alzey und auf die Gewerbegebiete bzw. auf entsprechend zu definierende unbeeplante 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. (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 maximal 10% der Verkaufsfläche und maximal 800 m² Verkaufsfläche insgesamt zulässig.*
Ein Beispiel für einen derartigen Einzelhandelsbetrieb wäre ein Anbieter von Bodenbelägen und Tapeten mit einer Verkaufsfläche von weniger als 800 m², der als Ergänzungs- bzw. Randsortiment Haus-/ Heimtextilien oder Gardinen anbietet.
- 4. Festsetzungstyp** *Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerkes der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren auf einer untergeordneten Fläche bis zu xxx m² zulässig (Handwerkerprivileg)⁷⁴. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger,*

⁷³ Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.

⁷⁴ Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die m²-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



Konditor), allenfalls ausnahmsweise, wenn der Betrieb der Gebietsversorgung dient.

- 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 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 häufig die Mischgebiete (§ 6 BauNVO), die u.U. im Hinblick auf eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ebenso eine bedeutende 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.

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

Mit dem Beschluss des Rates wird das aktualisierte 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 des § 9 (2a) BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB).

8.4.4 Bauleitplanerische Umsetzung von Zielvorstellungen

Nachfolgend ist das grundsätzliche Vorgehen für die bauleitplanerische Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes dargestellt, wenngleich die Stadt Alzey hier bereits seit 2009 über entsprechende Erfahrungen verfügt.



Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen entgegenstehen, ist zu prüfen, welche Bereiche in der Stadt 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 Bebauungsplänen reicht u.U. eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO bzw. ein vereinfachtes Bebauungsplanverfahren 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 Bebauungsplanes 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 Handlungsbedarfes 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 Bebauungsplänen, 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 Bezug nehmen.



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%) (vgl. auch Kaufkraftverbleib). Als "unechte Bindungsquote" wird im vorliegenden Gutachten die Relation des Umsatzes in einem Gebiet (hier im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt) zur Kaufkraft in einem anderen Gebiet (hier in der Stadt Alzey) 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 Bedarfes 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 gewach-



senen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend zentrale Lagen in der Innenstadt gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

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 Versorgungsbereiches.

Als **Innenstadt/ Ortszentrum** ist das Gebiet einer Gemeinde zu verstehen, in dem sich die 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 wesentliches Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung der Innenstadt/ des Ortszentrums heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Gemeinde.

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 (vgl. auch 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 (vgl. auch Kaufkraft).

Supermärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m² 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 m², nach internationalen Panelinstituten von 800 m² und nach der Abgrenzung des Europäischen Handelsinstitutes von 1.500 m².

Verbleibquote (vgl. Kaufkraftverbleib)



Zentraler Versorgungsbereich (vgl. Innenstadt/ Ortszentrum).

Der Begriff des **zentralen Versorgungsbereiches** z.B. im Sinne der §§ 9 (2a) und 34 BauGB *kann mehr* als der Begriff des (einzelhandelsbezogenen) zentralen Bereiches umfassen: Wenn nämlich zentrale Einrichtungen außerhalb des zentralen Bereiches, 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.

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



ANHANG

Tab. A - 1: Einzelhandelssituation in der Stadt Alzey

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Bindungs- quote
Nahrungs-/ Genussmittel	13.825	65,6	36,5	180%
Lebensmittelhandwerk	475	4,8	5,1	94%
Drogerie/ Parfümerie	1.850	7,1	4,7	153%
Apotheke	575	20,9	12,3	170%
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	450	1,4	1,4	97%
Blumen/ Zoo	1.700	2,7	2,0	134%
kurzfristiger Bedarf	18.900	102,5	62,0	165%
Bekleidung und Zubehör	10.725	27,4	10,4	265%
Schuhe/ Lederwaren	3.175	7,8	2,6	302%
Sport/ Freizeit	3.300	6,8	2,0	337%
Spielwaren	875	2,4	2,4	98%
Bücher	375	1,1	1,7	67%
GPK/ Geschenke/ Hausrat	2.950	3,3	1,2	266%
Haus-/ Heimtextilien	2.600	3,3	1,4	247%
mittelfristiger Bedarf	23.975	52,2	21,7	241%
Uhren/ Schmuck	500	2,3	1,3	172%
Foto/ Optik	1.125	5,7	1,5	376%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	1.775	15,7	6,1	258%
Elektro/ Leuchten	2.825	10,2	3,1	328%
Teppiche/ Bodenbeläge	4.125	5,0	0,6	804%
baumarkt-/ gartencenterspezif.	13.150	17,6	7,2	243%
Möbel	6.125	7,4	5,6	132%
Sonstiges	2.225	12,1	3,9	307%
langfristiger Bedarf	31.800	76,1	29,5	258%
Summe	74.675	230,8	113,2	204%

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen
 Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen



Tab. A - 2: Betriebe nach Größenklassen in der Stadt Alzey: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in m ²	Anzahl	Anteil	VKF in m ² ¹⁾	Anteil
bis 50 m ²	71	38%	2.350	3%
51 bis 100 m ²	50	27%	3.775	5%
101 bis 400 m ²	34	18%	7.050	9%
401 bis 800 m ²	13	7%	8.450	11%
801 m ² und mehr	19	10%	53.050	71%
Gesamt	187	100%	74.675	100%

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteile kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; eigene Berechnungen

Tab. A - 3: Betriebe nach Größenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Alzey: Anzahl und Verkaufsfläche

VKF in m ²	Anzahl	Anteil	VKF in m ² ¹⁾	Anteil
bis 50 m ²	37	40%	1.275	12%
51 bis 100 m ²	36	39%	2.775	26%
101 bis 400 m ²	17	18%	2.800	26%
401 m ² und mehr	3	3%	4.000	37%
Gesamt	93	100%	10.850	100%

¹⁾: Werte auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen sowie der Anteile kommen

aus Datenschutzgründen können die Betriebe über 101 m² nicht differenziert ausgewiesen werden

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; eigene Berechnungen



Tab. A - 4: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Auswahl/ Angebot

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Sortimente Nahrungsmittel und Drogerie (Innenstadt)	0	24	24
Vielfalt, Angebotsumfang	4	11	15
Vielfalt, Angebotsumfang (Innenstadt)	1	9	10
Sortiment Optik (Innenstadt)	0	4	4
Vielfalt, Angebotsumfang (Industriegebiet)	1	1	2
Sortiment Optik	0	1	1
Sonstiges	0	2	2

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

Tab. A - 5: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Struktur im Zentrum/ Innenstadtentwicklung

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Entwicklung allgemein	0	3	3
Frequenz	0	11	11
Inhabergeführte Betriebe	2	3	5
Kurze Wege, kompakt	5	0	5
Wiederbelegung Leerstände in Hauptstraße (Innenstadt)	2	0	2
Sonstiges	0	0	0

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

Tab. A - 6: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Parken

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Allgemein	4	6	10
Lage	4	4	8
Kosten	4	1	5
Anzahl	2	12	14
Sonstiges	0	3	3

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

Tab. A - 7: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Handeln Verwaltung/ Einzelhändler

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Verkehrs-/ Stadtverein	6	3	9
Zusammenhalt/ -arbeit	0	6	6
Stadtmarketing	0	2	2
Sonstiges	0	2	2

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017



Tab. A - 8: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Veranstaltungen

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Allgemein	3	0	3
Anzahl	2	2	4
Lage	0	1	1
Organisation, Zusammenhalt	0	2	2
Verkaufsoffener Sonntag	1	9	10
Sonstiges	0	3	3

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

Tab. A - 9: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Leerstand

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Leerstand allgemein	0	6	6
Leerstand neu	0	2	2
Leerstand Innenstadt	0	2	2
Leerstand (Randgebiet)	0	2	2
Leerstand durch hohe Mieten	0	2	2
Sonstiges	0	0	0

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

Tab. A - 10: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Verkehrssituation/ Erreichbarkeit

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Allgemein	1	1	2
Frequenz	0	2	2
Verkehrssituation (Innenstadt)	0	4	4
Verkehrssituation (Gewerbegebiet)	0	2	2
Sonstiges	0	1	1

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

Tab. A - 11: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Atmosphäre/ Aufenthaltsqualität/ Städtebau

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Allgemein schön	3	1	4
Ordentlich/ gepflegt	1	4	5
Sonstiges	0	2	2

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017



Tab. A - 12: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Öffnungszeiten

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Uneinheitlichkeit	0	5	5
Sonstiges	0	1	1

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

Tab. A - 13: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Miete

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Miethöhe	0	4	4
Sonstiges	0	0	0

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017

Tab. A - 14: Beurteilung der Einzelhandelssituation in Alzey aus Händlersicht - Sonstiges

Kategorie	positiv	negativ	Summe
Allgemein	2	0	2
Angebot Gesamtstadt	1	0	1
Belebung Innenstadt	1	0	1
Industriegebiet als EH-Standort	2	2	4
Lage	7	4	11
Tourismus	3	0	3
Umland	2	0	2
Zusammenarbeit	1	1	2
Angebot einz. Straße/ Geschäft	0	7	7
Einzugsgebiet	0	1	1
Frequenz	0	2	2
Konkurrenz	0	1	1
Potenzialflächen	0	1	1
Vernachlässigung Industriegebiet	0	5	5
Sonstiges	10	11	21

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017



Tab. A - 15: Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt: VKF (in m²), Umsatz und Kaufkraft (Gesamtstadt) (je in Mio. €) sowie "unechte Bindungsquoten"

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	"unechte" Bin- dungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	800	3,1	36,5	9%
Lebensmittelhandwerk	150	1,9	5,1	37%
Drogerie/ Parfümerie	75	0,3	4,7	6%
Apotheke	325	11,9	12,3	97%
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	250	0,6	1,4	43%
Blumen/ Zoo	50	0,1	2,0	4%
kurzfristiger Bedarf	1.650	17,8	62,0	29%
Bekleidung und Zubehör	3.775	8,7	10,4	84%
Schuhe/ Lederwaren	700	1,7	2,6	66%
Sport/ Freizeit; Spielwaren; Bü- cher	1.200	2,4	6,1	40%
GPK/ Geschenke/ Hausrat	375	0,4	1,2	28%
Haus-/ Heimtextilien	225	0,2	1,4	18%
mittelfristiger Bedarf	6.275	13,5	21,7	62%
Uhren/ Schmuck	500	2,2	1,3	167%
Foto/ Optik	825	4,2	1,5	278%
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien; Elektro/ Leuchten	275	1,5	9,2	16%
baumarkt-/ gartencenterspezif.; Teppiche/ Bodenbel., Möbel	1.100	1,2	13,5	9%
Sonstiges	200	0,6	3,9	15%
langfristiger Bedarf	2.900	9,8	29,5	33%
Summe	10.850	41,1	113,2	36%

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen
 aus Datenschutzgründen wurden Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst
 Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; Statistisches
 Landesamt; Statistisches Bundesamt; EZB; IFH Köln (2017); eigene Berechnungen



Tab. A - 16: Einzelhandelsangebot in der Stadt Alzey nach Lage: Verkaufsfläche auf 25 m² gerundet

Sortimente	ZVB Innen- stadt	sonstige inte- griert	nicht inte- griert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	800	4.050	8.950	13.825
Lebensmittelhandwerk	150	225	125	475
Drogerie/ Parfümerie	75	300	1.500	1.850
Apotheke	325	***	***	575
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften	***	***	***	450
Blumen/ Zoo	50	550	1.125	1.700
kurzfristiger Bedarf	1.650	5.225	12.025	18.900
Bekleidung und Zubehör	3.775	125	6.825	10.725
Schuhe/ Lederwaren	700	***	***	3.175
Sport/ Freizeit; Spielwaren; Bücher	1.200	150	3.200	4.550
GPK/ Geschenke/ Hausrat	375	75	2.500	2.950
Haus-/ Heimtextilien	225	***	***	2.600
mittelfristiger Bedarf	6.275	400	17.275	23.975
Uhren/ Schmuck	500	0	0	500
Foto/ Optik	825	***	***	1.125
Unterhaltungselektronik/ Neue Me- dien; Elektro/ Leuchten	275	75	4.225	4.575
baumarkt-/ gartencenterspezif.; Teppiche/ Bodenbel., Möbel	1.100	***	***	23.375
Sonstiges	200	500	1.500	2.225
langfristiger Bedarf	2.900	750	28.125	31.800
Summe	10.850	6.400	57.425	74.675

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

aus Datenschutzgründen wurden Sortimente zu Sortimentsgruppen zusammengefasst

*** aus Datenschutzgründen nicht ausweisbar

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhändlerbefragung Mai/ Juni 2017; eigene Berechnungen



Tab. A - 17: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2020 und 2030 in Mio. €

Sortiment	Jahr	2020		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		36,2	38,1	35	43
Drogerie/ Parfümerie		4,7	5,0	5	6
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		1,4	1,5	1	2
Blumen/ Zoo		2,0	2,1	2	2
kurzfristiger Bedarf		44,4	46,6	43	53
Bekleidung und Zubehör		10,5	11,0	10	12
Schuhe/ Lederwaren		2,6	2,7	2	3
Sport/ Freizeit		2,1	2,2	2	2
Spielwaren		2,5	2,6	2	3
Bücher		1,7	1,8	2	2
GPK/ Geschenke/ Hausrat		1,2	1,3	1	1
Haus-/ Heimtextilien		1,3	1,4	1	2
mittelfristiger Bedarf		21,8	22,9	21	26
Uhren/ Schmuck		1,4	1,4	1	2
Foto/ Optik		1,5	1,6	1	2
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		6,1	6,4	6	7
Elektro/ Leuchten		3,1	3,3	3	4
Teppiche/ Bodenbeläge		0,6	0,6	1	1
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		7,2	7,6	7	9
Möbel		5,8	6,1	6	7
Sonstiges		3,9	4,1	4	5
langfristiger Bedarf		29,7	31,2	29	35
Summe		95,9	100,7	94	114

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

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Statistisches Landesamt; IFH Köln (2017); BBE; eigene Berechnungen



Tab. A - 18: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Entwicklungsprognose - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	75	---	350
Drogerie/ Parfümerie		25	100	---	325
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		25	50	75	225
Blumen/ Zoo		---	100	---	500
kurzfristiger Bedarf		50	325	75	1.400
Bekleidung und Zubehör		125	650	---	2.325
Schuhe/ Lederwaren		---	125	---	575
Sport/ Freizeit		75	225	---	700
Spielwaren		50	125	150	450
Bücher		25	50	125	275
GPK/ Geschenke/ Hausrat		---	75	---	525
Haus-/ Heimtextilien		---	100	---	500
mittelfristiger Bedarf		275	1.350	275	5.350
Uhren/ Schmuck		0	25	0	125
Foto/ Optik		25	50	---	200
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		---	75	---	325
Elektro/ Leuchten		0	125	---	525
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		25	625	---	2.550
Möbel		350	700	450	2.250
Sonstiges		0	100	---	425
langfristiger Bedarf		400	1.700	450	6.400
Summe		725	3.375	800	13.150

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

---: rechnerisch negativer Entwicklungsspielraum

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 19: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	---	---	---
Drogerie/ Parfümerie		---	50	---	100
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		0	25	25	150
Blumen/ Zoo		---	50	---	275
kurzfristiger Bedarf		0	125	25	525
Bekleidung und Zubehör		---	375	---	1.025
Schuhe/ Lederwaren		---	50	---	200
Sport/ Freizeit		0	150	---	300
Spielwaren		25	75	50	300
Bücher		25	50	75	200
GPK/ Geschenke/ Hausrat		---	0	---	175
Haus-/ Heimtextilien		---	25	---	175
mittelfristiger Bedarf		50	725	125	2.375
Uhren/ Schmuck		0	25	---	75
Foto/ Optik		---	25	---	75
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		---	25	---	125
Elektro/ Leuchten		---	50	---	175
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		---	300	---	975
Möbel		175	550	---	1.425
Sonstiges		---	50	---	150
langfristiger Bedarf		175	1.025	0	3.000
Summe		225	1.875	150	5.900

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

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 20: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Status-quo-Prognose - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	75	---	350
Drogerie/ Parfümerie		25	100	---	325
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		0	25	0	75
Blumen/ Zoo		---	50	---	250
kurzfristiger Bedarf		25	250	0	1.000
Bekleidung und Zubehör		125	550	---	1.850
Schuhe/ Lederwaren		---	100	---	475
Sport/ Freizeit		75	200	---	600
Spielwaren		25	50	0	150
Bücher		0	25	0	50
GPK/ Geschenke/ Hausrat		---	50	---	400
Haus-/ Heimtextilien		---	75	---	375
mittelfristiger Bedarf		225	1.050	0	3.900
Uhren/ Schmuck		0	25	0	100
Foto/ Optik		25	50	---	200
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		---	50	---	275
Elektro/ Leuchten		0	125	---	450
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		25	550	---	2.125
Möbel		250	500	100	1.275
Sonstiges		0	100	---	350
langfristiger Bedarf		300	1.400	100	4.775
Summe		550	2.700	100	9.675

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

---: rechnerisch negativer Entwicklungsspielraum

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 21: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Entwicklungsprognose mit Abgängen - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		-225	75	-950	350
Drogerie/ Parfümerie		25	100	-25	325
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		25	50	75	225
Blumen/ Zoo		0	100	-25	500
kurzfristiger Bedarf		-175	325	-925	1.400
Bekleidung und Zubehör		125	650	-75	2.325
Schuhe/ Lederwaren		-25	125	-50	575
Sport/ Freizeit		75	225	0	700
Spielwaren		50	125	150	450
Bücher		25	50	125	275
GPK/ Geschenke/ Hausrat		-25	75	-75	525
Haus-/ Heimtextilien		0	100	-50	500
mittelfristiger Bedarf		225	1.350	25	5.350
Uhren/ Schmuck		0	25	0	125
Foto/ Optik		25	50	0	200
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		0	75	-25	325
Elektro/ Leuchten		0	125	-25	525
Teppiche/ Bodenbeläge		-275	-200	-1.075	-900
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		25	625	-150	2.550
Möbel		350	700	450	2.250
Sonstiges		0	100	-25	425
langfristiger Bedarf		125	1.500	-850	5.500
Summe		175	3.175	-1.750	12.250

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

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 22: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2030 bei Wettbewerbsprognose mit Abgängen - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2020		2030	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		-375	-100	-1.550	-525
Drogerie/ Parfümerie		0	50	-100	100
PBS/ Zeitungen/ Zeitschriften		0	25	25	150
Blumen/ Zoo		-25	50	-100	275
kurzfristiger Bedarf		-400	25	-1.725	0
Bekleidung und Zubehör		-75	375	-600	1.025
Schuhe/ Lederwaren		-50	50	-200	200
Sport/ Freizeit		0	150	-175	300
Spielwaren		25	75	50	300
Bücher		25	50	75	200
GPK/ Geschenke/ Hausrat		-50	0	-200	175
Haus-/ Heimtextilien		-50	25	-175	175
mittelfristiger Bedarf		-175	725	-1.225	2.375
Uhren/ Schmuck		0	25	-25	75
Foto/ Optik		0	25	-75	75
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		-25	25	-125	125
Elektro/ Leuchten		-25	50	-175	175
Teppiche/ Bodenbeläge		-300	-225	-1.175	-1.000
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		-150	300	-800	975
Möbel		175	550	-100	1.425
Sonstiges		-25	50	-125	150
langfristiger Bedarf		-350	800	-2.600	2.000
Summe		-925	1.550	-5.550	4.375

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

Quelle: eigene Berechnungen