

**EINZELHANDELS-
KONZEPT**
für die Stadt
Zweibrücken
– Fortschreibung –



Einzelhandelskonzept für die Stadt Zweibrücken

– Fortschreibung –

Im Auftrag der Stadt Zweibrücken

*Beschlossen durch den Stadtrat
der Stadt Zweibrücken am 13.05.2020*

Stefan Kruse
Szymon Smolana

Unter Mitarbeit von
Lisa Schäfer

**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

Datenschutzerklärung

Wir verarbeiten die personenbezogenen Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt, und ist im Rahmen der Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Zweibrücken als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB erforderlich. Darüber hinaus verwenden wir die Daten im Rahmen unserer weiteren Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen (z. B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).

Die bei uns gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald die Daten für die für sie bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Kontaktdaten der Verantwortlichen

Junker + Kruse Stadtforschung Planung, Markt 5 | D-44137 Dortmund
Gesellschafter Dipl.-Ing. Rolf Junker und Dipl.-Geogr. Stefan Kruse
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 | Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50
E-Mail: info(at)junker-kruse.de | www.junker-kruse.de

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht unterliegt dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Inhaltsverzeichnis

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung	7
2	Untersuchungsaufbau	9
3	Ziele und Grundsätze der Landesplanung.....	11
4	Methodische Vorgehensweise.....	14
4.1	Angebotsanalyse	15
4.2	Nachfrageanalyse	22
4.3	Städtebauliche Analyse.....	22
5	Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in Zweibrücken	24
5.1	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung.....	24
5.2	Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung.....	31
5.3	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial.....	35
5.4	Ergebnisse der Online-Befragung	37
6	Einzelhandelsrelevantes Standortprofil.....	39
6.1	Gesamtstädtische einzelhandelsrelevante Kennziffern.....	39
6.2	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes.....	43
6.3	Angebotssituation im Stadtgebiet – Weitere Kennwerte im Vergleich	50
6.4	Städtebauliche Analyse der Angebotsschwerpunkte	54
6.4.1	Zentraler Bereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken	54
6.4.2	Zentraler Bereich Hilgard Center	60
6.4.3	Sonderstandort Fashion Outlet Zweibrücken	64
6.4.4	Sonderstandort Umfeld DOZ	66
6.4.5	Ergänzungsstandort Wilkstraße.....	67
6.5	Wohnungsnahе Grundversorgung in Zweibrücken	70
6.6	Umsätze und Zentralität des Zweibrücker Einzelhandels	76
7	Entwicklungsspielräume des Zweibrücker Einzelhandels	79
8	Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Zweibrücken	89
8.1	Fortschreibung des räumlichen Entwicklungsleitbildes	89

8.2	Fortschreibung der Ziele der Einzelhandelsentwicklung.....	90
8.3	Fortschreibung des Standortstrukturmodells	94
8.4	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum in Zweibrücken	98
8.5	Ergänzungsstandort Wilkstraße	105
8.6	Sonderstandort Fashion Outlet Zweibrücken.....	109
8.7	Versorgungsbereiche der Lebensmittelnahversorgung.....	111
8.8	Zweibrücker Sortimentsliste	119
8.8.1	Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste	119
8.8.2	Herleitung der Zweibrücker Sortimentsliste.....	123
8.9	Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung	128
8.10	Die planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	137
8.10.1	Anwendung des § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO.....	137
8.10.2	Anwendung des § 11 Abs. 3 BauNVO.....	138
8.10.3	Anwendung des § 15 BauNVO	138
8.10.4	Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB	138
8.10.5	Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB.....	139
8.10.6	Definition des „zentralen Versorgungsbereiches“	140
8.10.7	Möglicher Geltungsbereich von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels	141
8.10.8	Festsetzungsinhalte	141
8.10.9	Besondere Anforderungen an die Begründung und Abwägung	142
8.11	Konsequenzen für die bestehenden Bebauungspläne	142
	Verzeichnisse	146
	Glossar	150
	Anhang	158

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Stadt Zweibrücken verfügt seit vielen Jahren über ein politisch beschlossenes gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept (EHK), das zuletzt 2008 erarbeitet wurde. Somit ist die Grundlage des Konzeptes mehr als zehn Jahre alt. Seit der letzten Fortschreibung haben immer wieder neue Veränderungen in der Zweibrücker Einzelhandelslandschaft stattgefunden bzw. sind aktuell in der Diskussion (u. a. Einzelhandelsentwicklung an diversen Standorten, insbesondere im Bereich Innenstadt). Auch die relevanten rechtlichen Rahmenbedingungen (u. a. neuer LEP IV Rheinland-Pfalz) haben sich ebenso weiterentwickelt wie die einschlägige Rechtsprechung (u. a. zu zentralen Versorgungsbereichen)¹. Aus diesen nachvollziehbaren Gründen hat der Rat der Stadt Zweibrücken beschlossen, das Verfahren zur Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes bezogen auf das Zweibrücker Stadtgebiet fortzuschreiben. Das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung aus Dortmund wurde mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes sowie einer aktuellen Einzelhandelsbestanderfassung beauftragt. Das Einzelhandelskonzept wurde am 13.05.2020 durch den Stadtrat der Stadt Zweibrücken beschlossen.

Das neue Einzelhandelskonzept soll Strategien zur Einzelhandels- und letztlich auch zur Stadtentwicklung in der Stadt Zweibrücken unter Berücksichtigung sowohl der rechtlichen, demographischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen aufzeigen. Dabei sollen die bisherigen städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Zweibrücken:

- „Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und insbesondere des Zweibrücker Hauptgeschäftszentrums [...],
- Sicherung und ggf. der Ausbau eines wohnortnahen Grund- und Nahversorgungsangebots im gesamten Stadtgebiet,
- gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe“²,

grundsätzlich beibehalten und falls erforderlich, weiterentwickelt bzw. fortgeschrieben werden.

Die Konzept dient dabei als städtebauliches Konzept i. S. v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB sowohl als fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle sowie zukünftige Planvorhaben als auch dem Aufzeigen möglicher Entwicklungsperspektiven und erforderlicher (insbesondere baurechtlicher) Handlungsnotwendigkeiten.

Der Stadtverwaltung und Politik soll es mit Hilfe eines konsensfähigen Einzelhandelskonzeptes erleichtert werden, stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidungen zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen in der Stadt Zweibrücken einschätzen zu können. Einerseits können poli-

¹ zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

² Quelle: Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Zweibrücken. S. 80 ff. Dortmund.

tisch-fachliche Auseinandersetzungen in Fragen der Einzelhandelsentwicklung unterstützt und die Schaffung von städtebaulichen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung gefördert werden. Andererseits kann die Akzeptanz zukünftiger einzelhandelsrelevanter Planungsentscheidungen in der Öffentlichkeit der Stadt Zweibrücken erhöht werden.

Für die Fortschreibung stehen in einem ersten Schritt die Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie die daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Zweibrücken im Fokus der Untersuchung. Darauf aufbauend werden die in dem bisherigen Einzelhandelskonzept der Stadt Zweibrücken formulierten konzeptionellen Bausteine (Zielsetzungen, Standortstrukturmodell, Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Grundsätze zur zukünftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) für die Stadt Zweibrücken kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst.

2 Untersuchungsaufbau

Die Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Zweibrücken umfasst drei wesentliche, aufeinander aufbauende Bausteine:

- die Analyse des Status Quo,
- die Betrachtung von Entwicklungsspielräumen sowie
- das umsetzungsorientierte Konzept zur künftigen Steuerung des Einzelhandels in Zweibrücken.

Die Analyse des **Status Quo** (vgl. Kapitel 5 und 5.4) beinhaltet die Darstellung und Bewertung der bestehenden Angebots- und Nachfragesituation unter besonderer Berücksichtigung räumlicher und städtebaulicher Aspekte. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Zweibrücker Innenstadt als regionalbedeutsamer Einkaufsstandort als auch auf der wohnungsnahen Grundversorgung der Zweibrücker Kernstadt sowie in den weiteren einzelnen Stadtteilen, die insbesondere auch unter Berücksichtigung der demographischen Entwicklung nachhaltig gesichert werden soll.

Im Rahmen der Betrachtungen zu den künftigen **Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung** in Zweibrücken werden neben möglicher gesamtstädtischer Entwicklungsstrategien, absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume unter Berücksichtigung ökonomischer und insbesondere auch demographischer Rahmenbedingungen, diskutiert (vgl. Kapitel 7).

Die „eigentliche“ **Konzept** (vgl. Kapitel 8) stellt als selbstständiger Baustein des Gesamtberichtes insbesondere Strategien und Instrumente zur zukünftigen stadt- und regionalverträglichen Steuerung des Einzelhandels in der Stadt dar. Dazu gehören

- die übergeordneten Ziele der Einzelhandelsentwicklung,
- das Standortstrukturmodell,
- die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche,
- die Identifizierung und Sicherung der Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorte,
- die Zweibrücker Sortimentsliste sowie
- Ansiedlungsregeln (Grundsätze) zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Zweibrücken.

Prozessbegleitung

Wie der Erarbeitungs- und Umsetzungsprozess zahlreicher Einzelhandels- und Zentrenkonzepte gezeigt hat, ist die Akzeptanz des besten Konzeptes nur dann gegeben, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure sowohl in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch – auf einer breiteren Ebene – allen Akteursgruppen (insbesondere der Politik, der lokalen Kaufmannschaft und der Verwaltung) die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen. Aus diesem Grund wird von Seiten des Gutachters ein besonderer Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt. Die Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Zweibrücken wurde dementsprechend durch Sitzungen mit folgenden Gruppen / Gremien begleitet:

Projektbegleitender Lenkungskreis

Während der Erarbeitungsphase trat ein begleitender Lenkungskreis regelmäßig zu einzelnen Arbeitsschritten zusammen. Ihm gehörten neben Vertretern der politischen Fraktionen und Gruppen des Rates und der Verwaltung der Stadt Zweibrücken auch Vertreter der Industrie- und Handelskammer zu Zweibrücken, des Handelsverbands Mittelrhein-Rhein Hessen-Pfalz, der Wirtschaftsförderung Zweibrücken, des Citymanagements, der Planungsgemeinschaft Westpfalz, Akteure aus der Immobilienwirtschaft, Mitglieder von Gemeinsamhandel Zweibrücken e. V. und das Büro Junker + Kruse an. Insgesamt fanden drei Lenkungsgruppen Sitzungen zur Abstimmung statt. Die organisatorische Federführung des Lenkungskreises oblag dabei der Stadtverwaltung. Im Rahmen der Lenkungskreistreffen wurden die jeweiligen Untersuchungsinhalte diskutiert und das weitere Vorgehen des Gutachters konsensual abgestimmt.

An folgenden Terminen wurden entsprechende Sitzungen durchgeführt:

- 1. Lenkungskreis: 11. Juni 2018
- 2. Lenkungskreis: 16. August 2018
- 3. Lenkungskreis: 8. November 2018
- 4. Lenkungskreis: 2. Mai 2019

Vorstellung und Diskussion in der Politik

Durch diesen Kommunikationsprozess wurde insbesondere der lokale Sachverstand sowie internes und externes Fachwissen in den Prozess eingebracht. Die öffentliche Erörterung und Beratung in dem zuständigen Gremium der Stadt Zweibrücken führte zu einer größtmöglichen Transparenz der Ergebnisse und des vorliegenden Konzepts. Allen Personen, Institutionen und Fachexperten, die an den verschiedenen Sitzungen und Beratungen teilgenommen haben, sei für die konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle noch einmal ausdrücklich gedankt.

Darüber hinaus fand ein Abstimmungsgespräch mit der **Oberen Landesplanung**, der SGD Süd, im Erarbeitungsprozess des Einzelhandelskonzeptes im Jahr 2018 statt. In diesem Zusammenhang wurden insbesondere die konzeptionellen Inhalte mit der Landesplanung abgestimmt.

3 Ziele und Grundsätze der Landesplanung

Das **Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV RP)** vom 14. Oktober 2008 bildet „den koordinierenden fach- und ressortübergreifenden räumlichen Ordnungsrahmen für die Entwicklung des Landes Rheinland-Pfalz.“ Das Landesentwicklungsprogramm enthält programmatische Aussagen zur zukünftigen Entwicklung des Landes (Teil A) sowie Ziele und Grundsätze zur landesplanerischen Umsetzung (Teil B). Die textlich festgelegten Ziele und Grundsätze werden jeweils erläutert sowie durch zeichnerische Festlegungen konkretisiert und veranschaulicht.

Wesentliche Inhalte des Landesentwicklungsplans, Teilabschnitt III. „Sicherung und Entwicklung der Daseinsvorsorge“ sind:

- die Festlegung der zentrale-Orte-Struktur,
- mit einer Festlegung der Zentrenstruktur, von Mittelbereichen sowie mittelzentralen Verbänden (Leitbild Daseinsvorsorge),
- die Festlegung von Zielen und Grundsätzen zur „nachhaltigen Wahrnehmung der Daseinsfunktionen“ für
 - Wohnen
 - Arbeiten und Gewerbe
 - Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)
 - Soziales Gemeinwesen: Bildungswesen, Sozial- und Gesundheitswesen, Kultur

Vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung ist somit hervorzuheben, dass durch die Festlegung der zentralen Orte eine Versorgung der Bevölkerung mit einem ausgewogenen Warenangebot, sozialen, kulturellen und wirtschaftsbezogenen Einrichtungen und Dienstleistungen sowie eines entsprechenden Wohnungsangebotes im Sinne des dezentralen Konzentrationsgebotes auf kurzem Wege sichergestellt wird. Die Festlegung von Zielen und Grundsätzen für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen trägt dazu bei, dass in allen Landesteilen eine bedarfsorientierte Warenversorgung der Bevölkerung durch eine ausgewogene und breit gefächerte, nach Zentralörtlichkeit differenzierte Einzelhandelsstruktur sichergestellt wird.

Die Stadt Zweibrücken wird als **Mittelzentrum** mit teilweise oberzentralen Funktionen im Zusammenhang mit Homburg eingestuft. Das Landesentwicklungsprogramm empfiehlt in seinem Kapitel 3.2.3 die Aufstellung von kommunalen Einzelhandelskonzepten zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. Eine interkommunale Abstimmung ist i. S. v. § 2 (2) BauGB und § 34 (3) BauGB im entsprechenden Planungsfall durchzuführen. Einzelhandelsentwicklungen i. S. v. § 11 (3) BauNVO sind gemäß LEP IV RP (Pkt. 3.2.3) im Mittelzentrum Zweibrücken gemäß des Zentralitätsgebotes zulässig. Darüber hinaus müssen Einzelhandelsentwicklungen dem raumordnerischen städtebaulichen Integrationsgebot sowie dem Nichtbeeinträchtigerungsverbot entsprechen. Damit räumt die Landesplanung städtebaulich integrierten Einzelhandelsstandorten und damit nicht zuletzt den zentralen Versorgungsbereichen den Vorrang ein. Mit dem Ziel städtebauliche und funktionale Beeinträchtigung von „Innerortslagen“ auszuschließen, kommen an städtebaulich nicht integrierten Standorten lediglich groß-

flächige Vorhaben mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment in Betracht (z. B. Möbel-/Einrichtungshäuser, Bau- und Gartenmärkte). In den Erläuterungen zu Z58 werden in einer schematischen Übersicht innenstadtrelevante Sortimente dargestellt, die i. d. R. Innenstadtlagen prägen und eine hohe Besuchsattraktivität implementieren. Diese Liste ist auf kommunaler Ebene auf Grundlage der örtlichen Situation zu überprüfen, ggf. begründet zu erweitern oder zu reduzieren und entsprechend festzulegen.

Ziele und Grundsätze mit Bezug zu großflächigen Einzelhandelsstandorten werden im LEP IV Rheinland-Pfalz im Einzelnen wie folgt festgelegt:

3.2.3 Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)

Ziele und Grundsätze

G 56

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

Z 57

Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betriebe mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche³ kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m² Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung⁴ der Bevölkerung erforderlich ist.

Z 58

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

Z 59

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

³ Die Verkaufsfläche umfasst in der Regel alle Flächen eines Betriebes, die dem Kunden dauerhaft für Verkaufszwecke zugänglich sind. Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen, Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.

⁴ Hierbei handelt es sich um Sortimente des täglichen kurzfristigen Bedarfs, die typischerweise im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel angeboten werden.

Z 60

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

Z 61

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

G 62

Die Ergänzungsstandorte, die außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche eines zentralen Ortes liegen, sollen in örtliche bzw. regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden.

G 63

Um wesentliche Versorgungsschwächen im ländlichen Raum zu vermeiden, sollen Modelle erprobt und bei erfolgreichem Einsatz fortgesetzt werden, die den Einzelhandel mit Zusatzfunktionen (Post/Bank/ Dienstleistungen) – auch als mobile Einrichtungen – verknüpfen.

4 Methodische Vorgehensweise

Die Aufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Zweibrücken stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen als auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Erarbeitung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Zweibrücker Stadtgebiet im Juni / Juli 2018. Ebenfalls fand – wie 2008 – eine Erhebung der Passantenfrequenz in der Zweibrücker Innenstadt statt.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Zweibrücken gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln. In diesem Zuge wurde zur besseren Vergleichbarkeit der Daten aus dem Einzelhandelskonzept von 2008 mit Einwohnerzahlen gerechnet, die Haupt- und Nebenwohnsitze beinhalten.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Darüber hinaus rundet dieser Arbeitsschritt die quantitativen Bausteine sinnvoll ab, so dass sich in der Gesamtschau ein detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Zweibrücken ergibt.

4.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Der Analyse der Angebotssituation in Zweibrücken liegen Daten aus einer umfassenden aktuellen Bestandserhebung **aller Einzelhandelsbetriebe** (inkl. Leerstände) im gesamten Zweibrücker Stadtgebiet zugrunde. Hierzu wurde im Juni / Juli 2018 eine flächendeckende Begehung des gesamten Stadtgebietes⁵ mit gleichzeitiger Erfassung und Kartierung aller Ladengeschäfte des funktionellen Einzelhandels⁶ (inkl. Leerstände) durchgeführt.

Im Rahmen dieser Erhebung wurden die jeweils angebotenen Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen⁷ der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte soweit zugelassen und möglich⁸ – erhoben und eine räumliche Zuordnung der Geschäfte durchgeführt. Unterschieden wurden in diesem Zusammenhang **drei Lagekategorien**, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 1 erläutert werden:

⁵ Für das Fashion Outlet Zweibrücken wurden die warengruppenspezifischen Verkaufsflächendaten durch die Stadt Zweibrücken zur Verfügung gestellt (Stand: Mitte 2018).

⁶ Zum funktionellen Einzelhandel (auch Einzelhandel im engeren Sinne genannt) werden neben dem eigentlichen Einzelhandel im engeren Sinne auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien, Konditoreien), Tankstellenshops, Kiosks und Apotheken sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen, gezählt.

⁷ Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen, Schaufenster und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden. Dabei können aufgrund unterschiedlicher Definitionen des Begriffs Verkaufsfläche durchaus Differenzen zwischen den nach dieser Methodik ermittelten Verkaufsflächenzahlen und anderen Datenquellen entstehen (z. B. durch Nicht-Berücksichtigung von Kassenzonen und/oder gewichteten Außenflächen). Die Zugehörigkeit solcher Flächen zur Verkaufsfläche wurde jedoch durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts bestätigt (vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005).

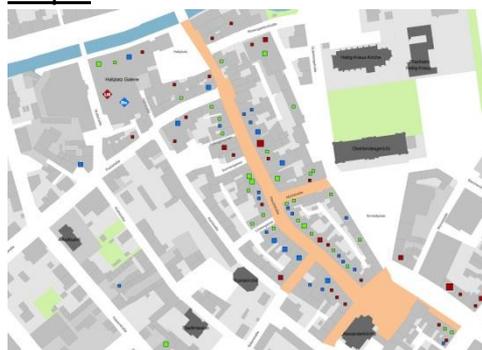
⁸ Wenn eine Erhebung mittels lasergestützter Flächenerfassungsgeräte nicht erlaubt wurde, ist die Verkaufsfläche abgeschritten bzw. geschätzt worden.

Tabelle 1: Definition von Lagekategorien

Zentraler Versorgungsbereich

Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)

Beispiel: Zweibrücker Innenstadt



Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage

Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Zweibrücker Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als städtebaulich integriert eingestuft, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie z. B. Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

Beispiel: Wasgau in der Finkenstraße



Städtebaulich nicht integrierte Lage

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: Gewerbegebiet Wilkstraße



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Daten wurden für das Fashion Outlet Zweibrücken durch die Stadt Zweibrücken zur Verfügung gestellt (Stand: 2018)

Außerdem wurde eine Zuordnung der Betriebe zu den **Zweibrücker Stadtteilen** vorgenommen. Dementsprechend wurde das Stadtgebiet von Zweibrücken in folgende Erhebungseinheiten unterteilt:

- Zweibrücken-Kernstadt
- Bubenhausen-Ernstweiler
- Ixheim
- Mittelbach (inkl. Hengstbach)
- Mörsbach
- Niederauerbach
- Oberauerbach
- Rimschweiler
- Wattweiler

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebots sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Stadtteilebene von Bedeutung. Vor allem mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zum Themenkomplex Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten eine zentrenprägende Funktion einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher alle geführten Sortimentsgruppen differenziert erfasst (rd. 45 bis 50 Einzelsortimente) und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der späteren Auswertung und Analyse wurden diese Sortimentsgruppen (insbesondere zur Übersichtlichkeit der Ergebnisse) den der nachfolgenden Tabelle zu entnehmenden 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 2: Warengruppenschlüssel zur Einzelhandelserhebung Zweibrücken

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe		
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	<u>Nahrungs- und Genussmittel</u>
	Backwaren/Konditoreiwaren	<u>Backwaren/Konditoreiwaren</u>
	Fleischwaren	<u>Fleisch- und Metzgereiwaren</u>
	Getränke	<u>Getränke</u>
Blumen (Indoor)/Zoo	Blumen	<u>Schnittblumen</u>
	Topfpflanzen/Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	<u>Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe und Vasen</u>
	Zoologische Artikel	<u>Zoologische Artikel, lebende Tiere (inkl. Heim- und Kleintierfutter)</u>
Gesundheit und Körperpflege	pharmazeutische Artikel	<u>pharmazeutische Artikel</u>
	Drogeriewaren	<u>Drogeriewaren/Körperpflegeartikel, Kosmetikartikel/Parfümeriewaren</u>
Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/ Bücher	Bücher	<u>Bücher</u>
	Papier/Büroartikel/Schreibwaren	<u>Papier/Büroartikel/Schreibwaren, Büromaschinen</u>
	Zeitungen/Zeitschriften	<u>Zeitungen/Zeitschriften</u>
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe		
Bekleidung	Bekleidung	<u>Bekleidung</u>
	Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/ Wolle	<u>Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle</u>
Schuhe/Lederwaren	Schuhe	<u>Schuhe</u>
	Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme	<u>Lederwaren/Taschen/Koffer/ Regenschirme</u>
Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren	Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren	<u>Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren</u>
Spielwaren/Hobbyartikel	Hobbyartikel	<u>Künstlerartikel/Bastelzubehör, Sammlerbriefmarken und -münzen</u>
	Musikinstrumente und Zubehör	<u>Musikinstrumente und Zubehör</u>
	Spielwaren	<u>Spielwaren</u>
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen	<u>Angler-, Jagdartikel und Waffen</u>
	Campingartikel	<u>Campingartikel</u>
	Fahrräder und technisches Zubehör	<u>Fahrräder und technisches Zubehör</u>

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment
	Sportartikel	<u>Sportartikel/-kleingeräte</u> <u>Reitsportartikel</u>
	Sportbekleidung und Sportschuhe	<u>Sportbekleidung/Sportschuhe</u>
	Sportgroßgeräte	<u>Sportgroßgeräte</u>
überwiegend langfristige Bedarfsstufe		
Wohneinrichtung	Bettwaren/Matratzen	<u>Bettwaren/Matratzen</u>
	Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe	<u>Heimtextilien,</u> <u>Gardinen/Dekostoffe</u>
	Teppiche (Einzelware)	<u>Teppiche (Einzelware)</u>
	Wohneinrichtung	<u>Kunstgewerbe/Bilder/Bilderrahmen,</u> <u>Wohndekorationsartikel</u>
Möbel	Möbel	<u>Möbel</u>
Elektro/Leuchten	Elektrogroßgeräte	<u>Elektrogroßgeräte</u>
	Elektrokleingeräte	<u>Elektrokleingeräte</u>
	Lampen/Leuchten/Leuchtmittel	<u>Lampen/Leuchten/Leuchtmittel</u>
Elektronik/Multimedia	Elektronik und Multimedia	<u>Bild- und Tonträger,</u> <u>Computer und Zubehör,</u> <u>Fotoartikel,</u> <u>Telekommunikation und Zubehör,</u> <u>Unterhaltungselektronik und Zubehör</u>
medizinische und orthopädische Artikel	medizinische und orthopädische Artikel	<u>Hörgeräte,</u> <u>Optik/Augenoptik,</u> <u>Sanitätsartikel</u>
Uhren, Schmuck	Uhren/Schmuck	<u>Uhren/Schmuck</u>
Bau- und Gartenmarktsortimente	Bauelemente/Baustoffe	<u>Bauelemente/Baustoffe</u>

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment
	baumarktspezifisches Sortiment	<u>Bodenbeläge,</u> <u>Eisenwaren und Beschläge,</u> <u>Elektroinstallationsmaterial,</u> <u>Farben/Lacke,</u> <u>Fliesen,</u> <u>Heizungs- und Klimageräte,</u> <u>Kamine/Kachelöfen,</u> <u>Rollläden/Markisen,</u> <u>Sanitärartikel,</u> <u>Tapeten,</u> <u>Installationsmaterial,</u> <u>Maschinen/Werkzeuge</u>
	Gartenartikel und -geräte	<u>Gartenartikel und -geräte,</u> <u>Pflanzgefäße/Terrakotta (Outdoor)</u>
	Pflanzen/Samen	<u>Pflanzen/Samen</u>
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	<u>Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör</u>
Sonstiges	Erotikartikel	<u>Erotikartikel</u>
	Kinderwagen	<u>Kinderwagen</u>

Quelle: eigene Zusammenstellung, in Anlehnung an die Warengruppendifferenzierung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln

Auf Basis der Verkaufsflächendaten sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erarbeitende beziehungsweise zu überprüfende „Zweibrücker Sortimentsliste“ zwingend geboten.

Umsatzberechnung

Bei der Berechnung der aktuellen Umsatzdaten des Zweibrücker Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Warengruppen angesetzt sondern es wird zugleich die konkrete Situation vor Ort (unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter, detaillierte Angebotsstrukturen) in Zweibrücken berücksichtigt. Unter Einbeziehung dieser Faktoren wird der aktuelle Umsatz des Zweibrücker Einzelhandels ausgehend vom Verkaufsflächenbestand hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung“

Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnort- beziehungsweise wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und der kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* beziehungsweise der wohnungsnahen Grundversorgung wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden. Zu den Gütern des *kurzfristigen Bedarfs* werden zahlreiche Sortimente der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeit-

ungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (vgl. Tabelle 2). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis wird **als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation** einer Stadt insbesondere auf das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel abgestellt.

Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotsituation zu berücksichtigen sind. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Einzelhandelsbetriebe*, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Wohnquartier gewährleisten⁹. Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Nahversorgungszentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinaus gehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadt- / Ortsteile oder -bereiche einnehmen. Insbesondere folgende Sortimente und Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnort- beziehungsweise wohnungsnahe Nahversorgung eingestuft werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine einer wohnort- beziehungsweise wohnungsnahen (Grund-)Versorgung

„idealtypische“ Ausstattung ¹⁰ :	Nahrungs- und Genussmittel / Lebensmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel pharmazeutische Artikel
	Bank(automat) Arzt, Friseur, Lotto
Mögliche Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

⁹ Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte fußläufige Distanz eruiert. Aufgrund der siedlungsräumlichen Struktur Zweibrückens wird im Weiteren eine Distanz von ca. 700 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

¹⁰ Diese „idealtypische Ausstattung“ ist nicht im Sinne einer Mindestausstattung zu verstehen (vgl. OVG NRW, Urteil vom 15. Februar 2012 – 10 D 32/11.NE). In Abhängigkeit von der Siedlungsstruktur sowie der räumlichen Verteilung insbesondere des nahversorgungsrelevanten Angebotes im Stadtgebiet, können auch Bereiche mit einem nicht der „idealtypischen Ausstattung“ entsprechendem Angebot als Nahversorgungszentren ausgewiesen werden.

4.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Analyse der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Zweibrücker Bevölkerung und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse auf den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von der IFH Retail Consultants GmbH, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel angepasst wurden.

Die sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokal-spezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

4.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Zweibrücken im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Durch die Lage im Zentrum einer Stadt beziehungsweise eines Orts- bzw. Stadtteils sind für die Prosperität eines zentralen Bereiches neben dem Einzelhandelsprofil insbesondere auch städtebauliche Belange wie beispielsweise die räumliche Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefergreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfungen und die wechselseitigen Beeinflussungen der Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Folgende Kriterien determinieren dabei die städtebauliche Gestaltung eines zentralen Bereiches:

- Einzelhandelsdichte
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur

- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen bzw. touristischen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Zweibrücken. Sie liefert die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO und § 9 (2a) BauGB dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereiches vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung¹¹ keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine belastbare Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

¹¹ vgl. dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

5 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in Zweibrücken

Zur Einordnung der Stadt Zweibrücken hinsichtlich der untersuchungsrelevanten Einzelhandels- und städtebaulichen Situation erfolgt nachstehend eine Übersicht über die Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes Zweibrücken auswirken können. Im Folgenden werden die standortrelevanten Rahmenbedingungen betrachtet und – soweit methodisch möglich – denen aus dem Jahr 2008 gegenübergestellt. In erster Linie sind Veränderungen der Einwohnerzahlen sowie die Entwicklung der Ausgabenstrukturen von Privathaushalten (sortimentspezifische Kaufkraftpotenziale) hinsichtlich der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen zu berücksichtigen.

Seit dem letzten Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 haben sich die Standortbedingungen in der Stadt Zweibrücken nicht wesentlich verändert. Aus diesem Grund werden in diesem Kapitel die Rahmenbedingungen aus dem letzten Einzelhandelskonzept fortgeschrieben und in relevanten Teilen aktualisiert.

Insgesamt stellen die in diesem Untersuchungsschritt gewonnen Erkenntnisse einen wichtigen Baustein zur Ermittlung möglicher quantitativer Entwicklungsspielräume dar.

5.1 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen zeigten sich in den letzten Jahrzehnten derart dynamische Veränderungen wie im Einzelhandelssektor. Diese haben zugleich einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung der städtischen Zentren und der räumlichen Einzelhandelsstruktur.

Standort- und Strukturentwicklungen im stationären Einzelhandel

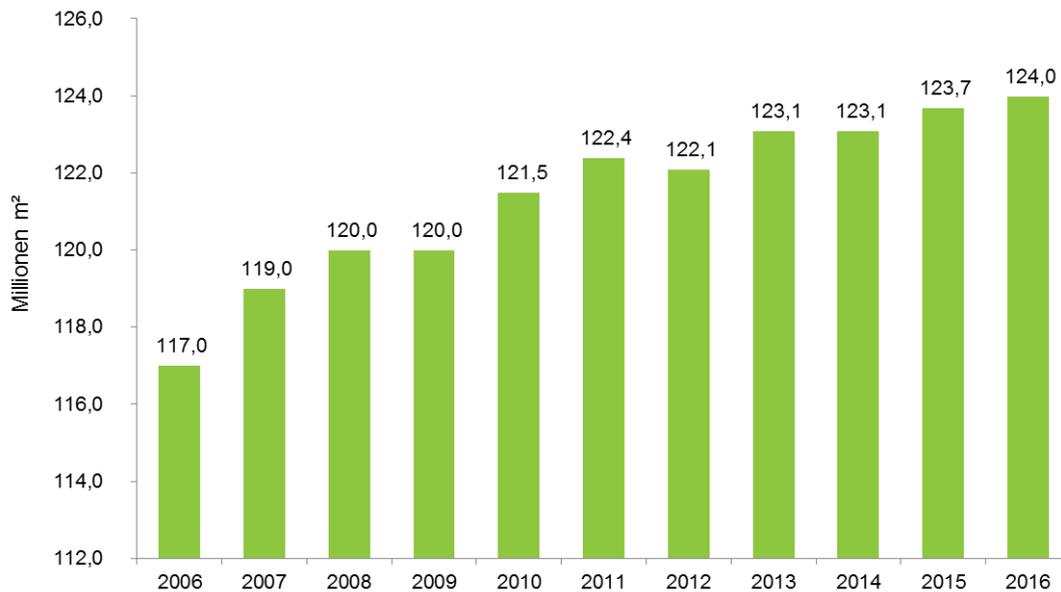
- Trotz diverser anderslautender Prognosen setzt sich die Expansion im stationären Einzelhandel noch immer fort: Zwischen den Jahren 2009 und 2016 stieg die Gesamtzahl der Verkaufsfläche in Deutschland von rd. 120 Mio. um ca. 3,2 % auf rd. 124 Mio. Quadratmeter an.¹² Gleichwohl sind die Zuwachsraten in den letzten Jahren deutlich gesunken und es zeichnen sich allmählich Sättigungstendenzen ab.
- Gleichzeitig ist die **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe** jedoch weiter rückläufig. Zwischen 2010 und 2015 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rd. 375.600 um etwa 6 % auf rd. 350.000.¹³ Diese gegenläufigen Entwicklungen sind Merkmale einer fortschreitenden **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge

¹² Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE); September 2017, Abruf unter www.statista.com; Zugriff September 2017

¹³ Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Umsatzsteuerstatistik, Februar 2017; Abruf unter www.statista.com; Zugriff September 2017

steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2007 noch einen Marktanteil von 25,4 % hatte, lag dieser 2016 nur noch bei 17,6 %. Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten.

Abbildung 1: Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland 2006 bis 2016



Quelle: HDE Zahlenspiegel 2017, Juli 2017

Abbildung 2: Umsatzentwicklung im Einzelhandel 2012 – 2017 (Nettoumsatz in Mrd. Euro)

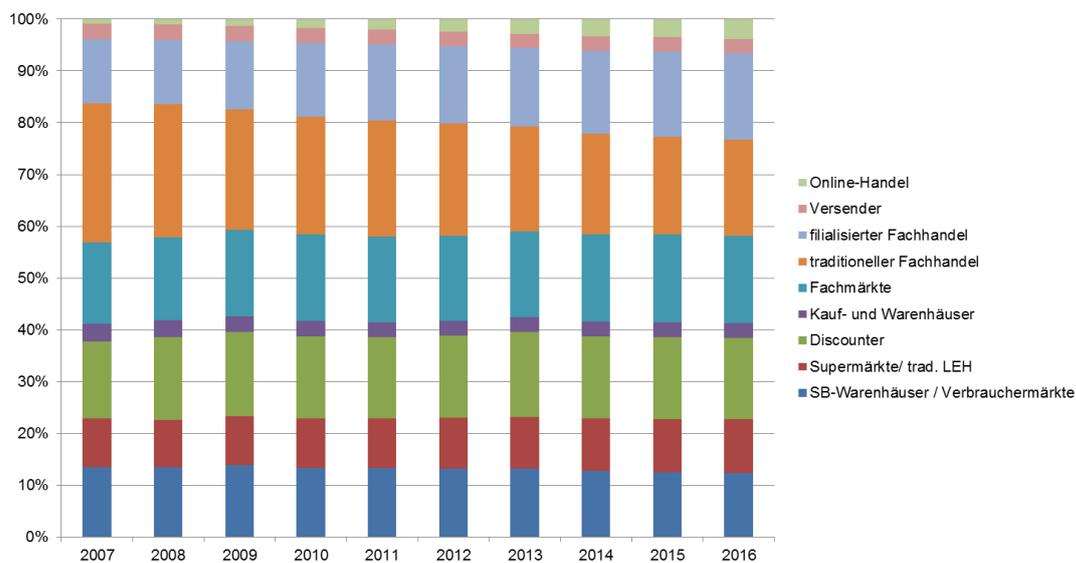


Quelle: Euromonitor, Dezember 2017: Nettoumsatz im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2012 bis 2017 (in Millionen Euro); HDE, Mai 2017: Umsatz durch E-Commerce (B2C) in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2016 sowie eine Prognose für 2017 (in Milliarden Euro); Abruf unter www.statista.com; Zugriff im Dezember 2017

- Auch der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Nach einem zwischenzeitlich rückläufigen Gesamtumsatz von rd. 419 Mrd. Euro im Jahr 2009, wurde im Jahr 2016 ein Gesamtumsatz von rd. 470 Mrd. Euro im deutschen Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rd. 16 % entspricht. Für das Jahr 2017 wird ein weiterer Umsatzzuwachs um rd. 2 % auf rd. 479 Mrd. Euro prognostiziert.¹⁴

Eine äußerst dynamische Entwicklung nimmt dabei der Umsatz im Online-Handel ein. Im Jahre 2012 betrug der Umsatz (B2C) rd. 28 Mrd. Euro. Für das Jahr 2017 werden rd. 49 Mrd. Euro Umsatz prognostiziert. Seit 2012 zeichnet sich damit eine Zunahme von insgesamt 73 % ab.

Abbildung 3 Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2007 – 2016 (in Prozent)



Quelle: HDE 2017, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2016 (hier ohne Übrige); Abruf unter www.statista.com, Zugriff im September 2017

- Nicht nur inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte gerieten in der Vergangenheit zunehmend unter Druck. Neben der anhaltenden „Warenhauskrise“ waren vor allem auch ehemals namhafte Filialisten (u. a. Woolworth, Wehmeyer, Schlecker) durch Insolvenzen betroffen.
- Die Zahl der **Einkaufszentren** ist hingegen weiter gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Einkaufszentren mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. Quadratmetern, sind es im Jahr 2017 mittlerweile schon 470 mit einer Gesamtfläche von 15,4 Mio. Quadratmetern¹⁵ (Quelle: EHI Retail Institut). Dabei stehen neue Konzepte von Einkaufszentren und neu entstehende Flächen dem Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Einkaufszentren gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die mindergenutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Missstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.

¹⁴ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE); Zahlenspiegel 2017, Abruf unter www.statista.com

¹⁵ Quelle: www.handelsdaten.de

- In den 1980er und 1990er Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an autokundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sog. sekundäre Standortnetz) sorgten und so mit den Angeboten in den Zentren in Konkurrenz traten. Wenngleich diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmitteldiscountern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (auch in innenstadtrelevanten Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht innenstadtrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche innenstadtrelevante **Randsortimentsangebote** (z. B. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen. Auch für sogenannte „**Factory Outlet Center**“ entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen Waren aus eigener Produktion an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.
- Auf der anderen Seite positionieren sich einige – üblicherweise großflächige Anbieter – auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören vor allem Lebensmittelanbieter, aber vereinzelt auch Möbel- oder Baumärkte. Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomienutzung, o. ä.).
- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch „**neue**“ **Kundenmagneten** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

Steigender Wettbewerbsdruck durch E-Commerce (=Online-Handel)¹⁶

- Vor allem auch „neue“ Vertriebs- und Absatzwege gewinnen zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen. Dazu gehört vor allem der **Onlinehandel**, der durch Vorteile wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus besticht. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig zunehmende Marktanteile auf: Der im Online-Handel erzielte Einzelhandelsumsatz (netto) wuchs von rd. 2,3 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rd. 44 Mrd. Euro im Jahr 2016 an. Für das Jahr 2017 wird eine weitere Zunahme auf rd. 48,7 Mrd. Euro

¹⁶ „E-Commerce – der elektronische Handel E-Commerce umfasst alle Ein- und Verkäufe von Waren und Dienstleistungen, die über elektronische Netze wie etwa das Internet oder EDI (Electronic Data Interchange) getätigt werden. Voraussetzung einer E-Commerce-Aktivität ist die Bestellung von Waren oder Dienstleistungen über diese elektronischen Netze, Zahlung und Lieferung können online oder auf herkömmlichen Wegen erfolgen. Bestellungen per E-Mail sind darin nicht enthalten.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; www.destatis.de (zuletzt zugegriffen am 11.04.2014)

prognostiziert.¹⁷ Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entsprechen diese Werte aktuell einem relativen Umsatzanteil von ca. 9 - 10 %.

Abbildung 4: Stationärer Handel und Internet-Handel



Quellen: eigene Aufnahmen

- Grundsätzlich werden inzwischen nahezu alle Sortimente über den Internethandel vertrieben, jedoch ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Online-Handels profitieren. Gemäß den Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2016 nahezu zwei Drittel des im interaktiven Handel¹⁸ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe sowie Haushaltswaren und -geräte erwirtschaftet.¹⁹ Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig die Umsatzzahlen und -zuwächse im Online-Handel bestimmen. Bislang relativ gering sind mit rd. 2 % die Anteile der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel an den Umsätzen des Online-Handels,²⁰ aber auch hier werden deutliche Zuwächse prognostiziert.

¹⁷ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Nettoumsatz im B2C-E-Commerce in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2015 mit Prognose für 2016 (in Milliarden Euro); Top 20 der umsatzstärksten Warengruppen im Online-Handel nach Umsatz (2016); www.handelsdaten.de

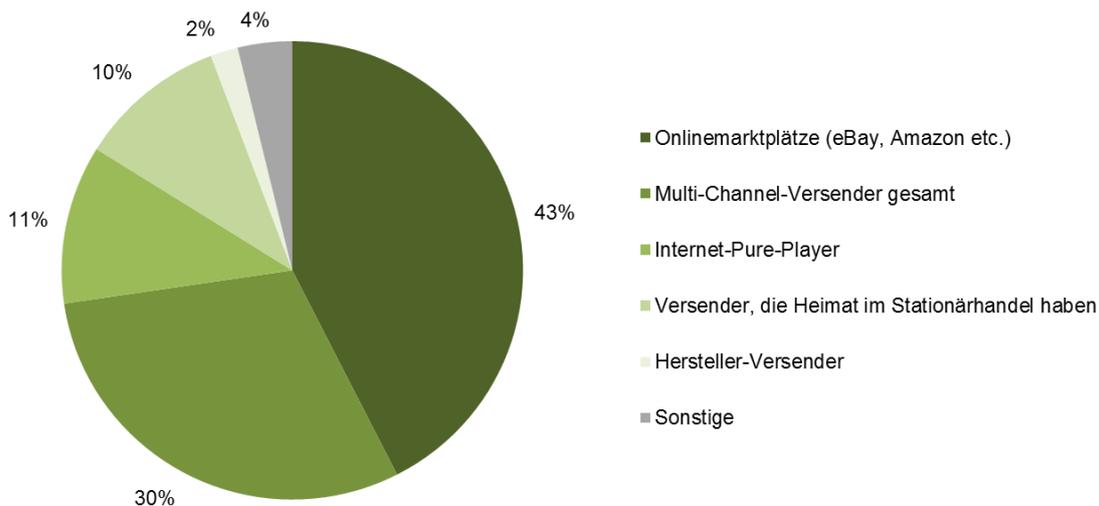
¹⁸ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen.

¹⁹ Vgl. Interaktiver Handel in Deutschland 2016, bevh, 2017; Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Zugriff unter Abruf unter www.handelsdaten.de; Zugriff September 2017

²⁰ ebenda

- Es sind jedoch nicht die reinen Onlinehändler (Pure Player), die die Veränderungen im Einzelhandel bestimmen, vielmehr gewinnen **Multichannel-Konzepte**²¹ an Bedeutung. Während vormals reine Onlinehändler mittlerweile auch Ladenlokale im stationären Handel eröffnen (z. B. Cyberport), gehen einst ausschließlich stationäre Händler auch online. Es werden in diesem Zuge unterschiedlichste Mischformen entwickelt, wie beispielsweise Bestellung im Internet, Abholung im Laden vor Ort oder Umtausch bzw. Retoure vor Ort, usw..
- Trotz aller Zuwachsraten wird der Online-Handel den stationären Handel auch zukünftig nicht ersetzen können, wenngleich sich der stationäre Einzelhandel dem Online-Handel bzw. der Digitalisierung nicht verschließen sollte. Einkaufsmotive, wie die persönliche Beratung im Geschäft, das Aus- bzw. Anprobieren des jeweiligen Produktes und / oder – zumindest das Gefühl – einer direkten Verfügbarkeit der Ware, genießen in Kundenkreisen weiterhin einen hohen Stellenwert. So kann auch der stationäre Einzelhandel vom multioptionalen Kunden bzw. dem oben genannten **Multi-Channel-Konzept** profitieren. Unter anderem über eigene Onlineshops oder Onlinemarktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Die Vielfalt der Versendergruppen im Versand- und Online-Handel wird in der nachfolgenden Grafik dargestellt.

Abbildung 5: Anteile nach Versendergruppen im Online- und Versandhandel (2015)



Quelle: Umsatz im Online- und Versandhandel nach Versendergruppen in Deutschland 2015, bevh 2016; Abruf unter www.statista.com

Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln und Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

²¹ Bei dem Multi-Channel-Konzept verknüpfen die Kunden die positiven Implikationen eines jeden Vertriebsweges ohne bewusst zwischen stationärem Handel und Onlinehandel zu unterscheiden. Auch der Einzelhandel entdeckt zunehmend die neue Wertigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle und versucht über die verstärkte Verknüpfung der einzelnen Absatzwege ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen.

- Auf der einen Seite beleben neue Handelsformate den Markt, dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste – gekoppelt mit dem Internethandel.
- Auf der anderen Seite steigen – vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen – die Marktzutrittsgrößen von Lebensmittelanbietern bzw. werden entsprechend von Investoren und Betreibern nachgefragt. Größere Märkte generieren einen größeren – in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden – Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur aufgrund wettbewerblicher bzw. städtebaulicher Auswirkungen. Es findet eine Netzausdünnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrecht erhalten werden bzw. die Funktion „kleinerer“ Zentren in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.
- Veränderungen der Betriebstypen lassen sich dabei auch in der Drogeriemarktbranche feststellen. Mit der Schlecker-Insolvenz im Jahre 2012 erlebten die Anzahl und der Umsatz der **Drogeriemärkte** in Deutschland einen deutlichen Einbruch. Die Zahl sank von 2011 bis 2012 von rd. 10.250 auf 3.855 Märkte und damit um mehr als 60 %²². Damit einher ging eine deutliche Ausdünnung des Filialnetzes, was vor allem in dünner besiedelten Bereichen und im ländlichen Raum zu Versorgungslücken führte. Der Umsatz der Branche sank von 13,5 Mrd. Euro im Jahre 2011 auf 11,8 Mrd. Euro im Jahre 2012 um rd. 13 %. Seither hat sich der Umsatz jedoch sehr gut erholt. Auch die Anzahl der Betriebe ist stetig angestiegen, wobei die Anzahl der Betriebe aus dem Jahre 2011 längst nicht erreicht wird. Im Jahre 2015 sind es 4.475 Märkte. Das entspricht einem Anteil von 43 % gegenüber 2011. Dabei ist festzuhalten, dass besonders die Wettbewerber dm-drogeriemarkt und Rossmann deutliche Entwicklungen erfahren haben. Die „neuen“ Märkte unterscheiden sich sowohl in den Verkaufsflächengrößen (500-800 m²) deutlich von Schlecker-Märkten (150-250 m²), als auch im Angebot sowie im Erscheinungsbild (breiteres Angebot, niedrige Regal, breitere Gänge, Lichtdesign etc.).
- Internethandel oder Bringdienste können entstehende Lücken im Versorgungsnetz nur sehr eingeschränkt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung

Die aufgeführten strukturellen und räumlichen Angebotsverschiebungen stellen die räumliche Planung weiterhin vor große Herausforderungen:

- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene Siedlungsstrukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren können die Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur bedingt bzw. nur mit baulichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.

²² vgl. KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Hrsg.): Trends im Handel 2025; 2016

- Durch überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb als auch hauptsächlich außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die innenstadt-, aber auch nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (z. B. Möbelanbieter).
- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust der gewachsenen Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Dies kann sich durch uniforme und zumeist auch kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-)Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Die Folge der wachsenden Betriebsgrößen und Konzentrationstendenzen auf der einen und die Angebotsverschiebung an nicht integrierte Standorte auf der anderen Seite bewirkt vor allem im Lebensmitteleinzelhandel sowie auch im Handel mit Drogeriewaren eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere bzw. dünner besiedelte Ortsteile in größeren Städten.

Für die **Stadt Zweibrücken** ergibt sich in der Folge, dass es insbesondere darum geht die Zweibrücker Innenstadt in ihrer Funktion zu sichern und zu stärken. Die kontinuierliche Anfrage für Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bestätigt, dass der Stadt Zweibrücken für Investoren und Betreiber attraktiv ist. Um ein Ausdünnen der Innenstadt und des Nahversorgungsnetzes zu verhindern, ist eine entsprechende **räumliche Steuerung und Regelung** des Einzelhandels weiterhin unabdingbar.

5.2 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die Stadt Zweibrücken ist mit ihren rd. **36.400 Einwohnern**²³ die kleinste kreisfreie Stadt Deutschlands. Sie befindet sich im Bundesland Rheinland-Pfalz in der Region Westpfalz und grenzt an das Saarland an. Zu ihren direkt an das Stadtgebiet angrenzenden Nachbargemeinden zählen die Stadt Hornbach im Süden, die Kreisstadt Homburg im Norden, die Gemeinde Kirkel und die Stadt Blieskastel im Westen sowie die Gemeinde Contwig im Osten. Zudem befindet sich das Nachbarland Frankreich in unmittelbarer Nähe.

Insgesamt ist Zweibrücken mit allen Verkehrsmitteln gut erreichbar. Die Stadt ist mit vier eigenen Autobahnanschlüssen über die Bundesautobahn A 8, die am Neunkircher Kreuz die A 6 schneidet und im weiteren Verlauf nach Mannheim / Frankfurt bzw. Saarbrücken/ Metz führt, ans nationale Straßenverkehrsnetz angeschlossen. Zudem bestehen durch die in Nord-Süd-Richtung verlaufende B 424 gute Verbindungen ins Umland. Im Rahmen des regionalen

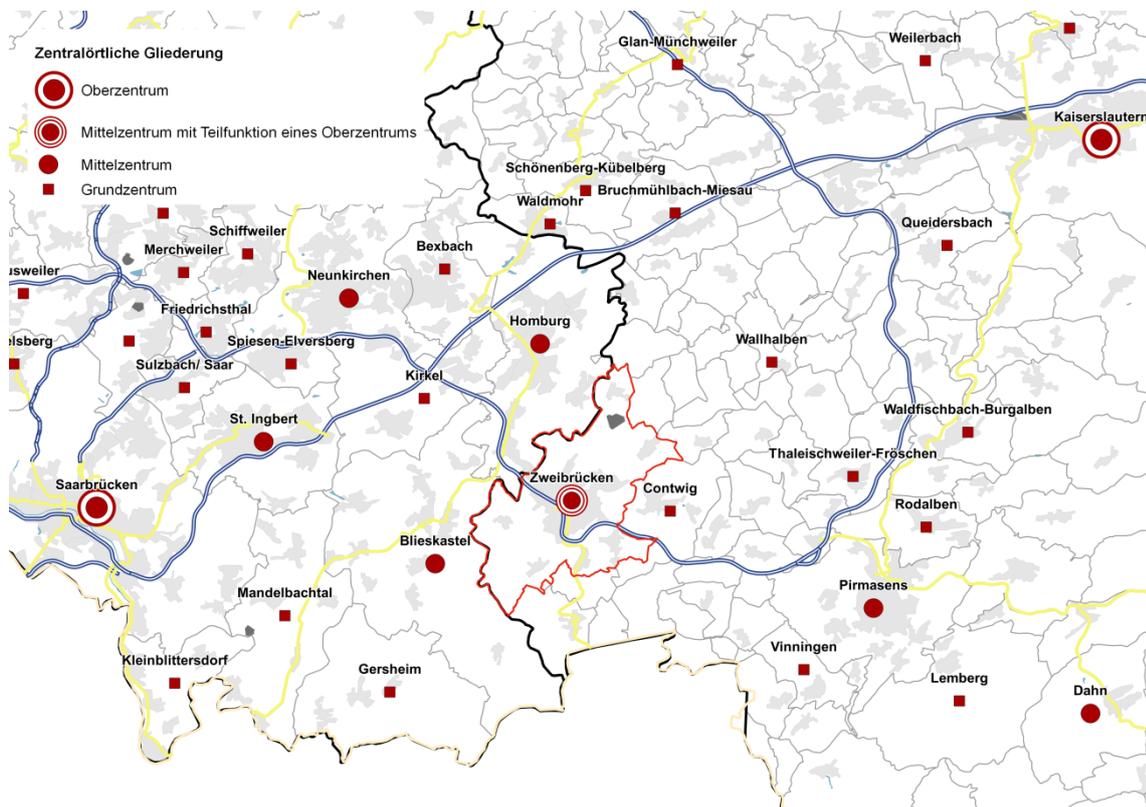
²³ Einwohnerzahl der Stadt Zweibrücken (Stand: 06/2018); Einwohner mit Haupt- und Nebenwohnsitz

öffentlichen Personennahverkehrs besteht ein stündlicher Anschluss nach Saarbrücken bzw. über Pirmasens nach Kaiserslautern. Das nahe gelegene Homburg (rd. 12 km) besitzt einen direkten Anschluss an das ICE-/ EC-/ IC-/ und IR-Streckennetz. Darüber hinaus ist die Stadt Zweibrücken über die Verkehrsflughäfen in Saarbrücken (rd. 40 km), Luxemburg (rd. 120 km), Frankfurt-Hahn (rd. 120 km) und Frankfurt am Main (rd. 160 km) in das regionale und internationale Flugnetz eingebunden.

Landesplanerische Versorgungsfunktion

Die Stadt Zweibrücken wurde im Zuge des Landesentwicklungsprogramms Rheinland-Pfalz 2008 (LEP IV) als Mittelzentrum mit teilweise oberzentralen Funktionen im Zusammenhang mit Homburg eingestuft. Damit übernimmt Zweibrücken eine über die eigenen Grenzen hinausgehende (Grund-) Versorgungsfunktion für zahlreiche Umlandgemeinden. Im landesplanerisch zugewiesenen Mittelbereich wohnen über 50.000 Einwohner. Die nächstgelegenen Oberzentren sind Saarbrücken in ca. 40 km westlicher Entfernung und Kaiserslautern in ca. 55 km nordöstlicher Entfernung zu Zweibrücken.

Karte 1: Lage der Stadt Zweibrücken im Raum



Quelle: eigene Darstellung © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Das Stadtgebiet umfasst eine aktuelle Bevölkerungszahl von rd. **36.400 Einwohnern**. Im Jahr 2008 betrug die Bevölkerungszahl noch rd. 38.400, was einem Bevölkerungsrückgang von etwa 5 % entspricht. Für den Prognosehorizont bis 2035 ist für Zweibrücken in einer oberen

Prognosevariante von einer weiterhin negativen Entwicklung der Bevölkerungszahlen gegenüber 2018 auszugehen (-12 % bzw. rd. 32.000 Einwohner im Jahr 2030)²⁴.

Tabelle 4: Zweibrücker Stadtteile mit Einwohnerzahlen

Erhebungseinheit	Einwohner	Anteil in %*
<i>Kernstadt Zweibrücken</i>	14.809	40,6 %
<i>Bubenhausen-Ernstweiler</i>	5.446	14,9 %
<i>Ixheim</i>	5.900	16,2 %
<i>Mittelbach (inkl. Hengstbach)</i>	1.587	4,4 %
<i>Mörsbach</i>	1.043	2,9 %
<i>Niederauerbach</i>	4.082	11,2 %
<i>Oberauerbach</i>	1.283	3,5 %
<i>Rimschweiler</i>	1.768	4,9 %
<i>Wattweiler</i>	797	2,2 %
Gesamtsumme	36.441	100 %

Quelle: Stadt Zweibrücken (Stand: Juni 2018), Einwohner mit Haupt- und Nebenwohnsitz;

*durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abweichung in der Gesamtsumme aufgrund statistischer Gründe der Haupt- und Nebenwohnsitzeinwohner

Die Stadt Zweibrücken ist in neun Stadtteile eingeteilt, wobei die Stadtstruktur durch einen siedlungsräumlich zusammenhängenden Siedlungskörper einerseits sowie mehreren dispers gelegenen, ländlich geprägten Vororten andererseits geprägt ist.

²⁴ Bezogen auf die Einwohnerzahl der Stadt Zweibrücken (Stand: 2018); Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (2015): Rheinland-Pfalz 2060. Vierte regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung (Basisjahr 2013). Bad Ems

Karte 2: Siedlungsstruktur des Zweibrücker Stadtgebietes



Quelle: eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018)

Der Siedlungsschwerpunkt liegt in der Kernstadt Zweibrücken, von welchem die Siedlungskörper der übrigen Stadtteile teilweise deutlich räumlich voneinander getrennt sind. Diese zerstreute Siedlungsstruktur ist bedingt durch die Eingemeindung zahlreicher früher eigenständiger Gemeinden. Aufgrund dessen sind außer der Kernstadt Zweibrücken die Stadtteile, in denen überwiegend unter 3.000 Einwohnern leben, ländlich und dörflich geprägt. Größere gewerblich genutzte Flächen befinden sich westlich (u. a. Gewerbegebiet Wilkstraße) und südlich (u. a. FOC Zweibrücken) der Zweibrücker Innenstadt.

5.3 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Retail Consultants, Köln zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und jährlich fortgeschrieben. Anhand von Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten beziehungsweise Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Zweibrücken stellt sich für das Jahr 2018 wie folgt dar:

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Zweibrücken

Warengruppe	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Zweibrücker Wohnbevölkerung	
	pro Kopf (in Euro / Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.292	83,5
Blumen (Indoor) / Zoo	112	4,1
Gesundheit und Körperpflege*	370	13,5
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	170	6,2
überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.944	107,3
Bekleidung	521	19,0
Schuhe / Lederwaren	141	5,1
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	68	2,5
Spielwaren / Hobbyartikel	131	4,8
Sport und Freizeit	109	4,0
überwiegend mittelfristiger Bedarf	970	35,3
Wohneinrichtung	121	4,4
Möbel	305	11,1
Elektro / Leuchten	170	6,2
Elektronik / Multimedia	386	14,1
medizinische und orthopädische Artikel	76	2,8
Uhren / Schmuck	72	2,6
Bau- und Gartenmarktsortimente	572	20,9
überwiegend langfristiger Bedarf	1.701	62,0
Kaufkraftpotenzial gesamt (inkl. „Sonstiges“)	5.646	205,8

Quelle: IFH Retail Consultants, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale Stand 2017; * inkl. freiverkäuflichen Apothekenwaren; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Diesem monetären **Kaufkraftpotenzial von rd. 205 Mio. Euro** liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Zweibrücken zugrunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante *Kaufkraftkennziffer* beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrele-

vanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Zweibrücken vom Bundesdurchschnitt (D=100) an. Aktuell verfügt die **Stadt Zweibrücken** über eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 96,47**, das heißt, dass das Kaufkraftniveau unter dem Bundesdurchschnitt liegt. Im Jahr 2008 lag die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer bei 97,79 und damit leicht höher als im Jahr 2018, jedoch auch bereits unter dem Bundesdurchschnitt²⁵.

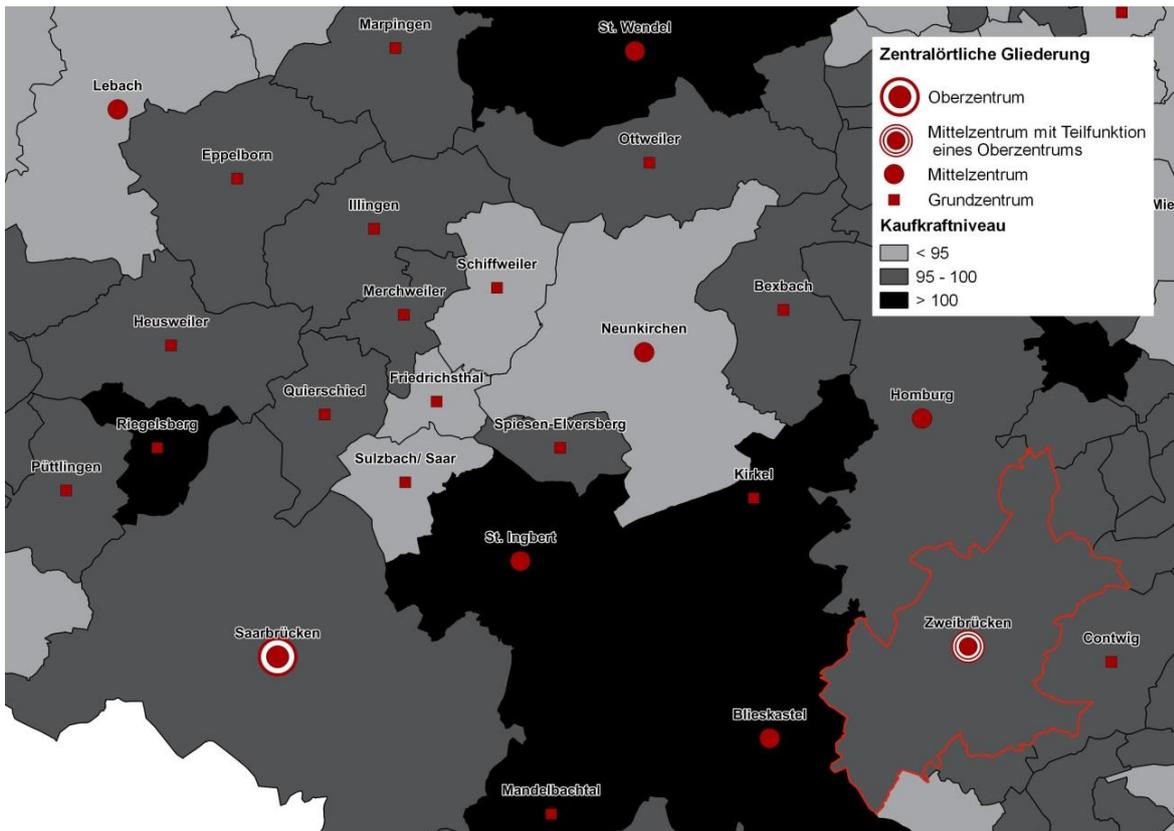
Tabelle 6: Kaufkraftpotenzial und -kennziffern in der Umgebung

Kommune	Einwohner (absolut)	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial (in Mio. Euro)	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau*
Saarbrücken (OBZ)	178.151	1.015,5	97,29
Kaiserslautern (OBZ)	98.520	543,3	94,49
Homburg (MZ)	41.974	242,4	98,43
Zweibrücken (MZ)	36.441	205,8	96,47
Blieskastel (MZ)	21.033	124,2	100,40
Contwig (GZ)	4.757	26,9	97,10
Hornbach (OZ)	1.478	8,1	94,19
Althornbach (OZ)	732	4,2	99,30
Battweiler (OZ)	698	4,1	99,41
Käshofen (OZ)	674	3,9	99,33
Großbundenbach (OZ)	338	1,9	97,15
Gesamt	384.796	2.180,3	96,79

Quelle: IFH Retail Consultants Köln - Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2016/2017; (Indexwert: Bundesdurchschnitt D = 100); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
OBZ = Oberzentrum, MZ = Mittelzentrum, GZ = Grundzentrum, OZ = Ohne zentralörtliche Funktion
* gewichtete Kaufkraft

Das aktuelle einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau der Stadt Zweibrücken (96,47) bewegt im **Durchschnitt** der Kommunen im Umfeld. Insgesamt kann festgestellt werden, dass die im Einzugsgebiet vorhandene Kaufkraft im Mittel zuweilen leicht (beispielsweise Althornbach 99,30) unter dem Bundesdurchschnitt liegt. Lediglich die Stadt Blieskastel liegt leicht über dem Durchschnitt mit einem Kaufkraftniveau von 110,40. Im regionalen Vergleich mit den nächstgelegenen Gemeinden bewegt sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Zweibrücken auf einem durchschnittlichen Niveau (vgl. Tabelle 6, Karte 3).

²⁵ Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Zweibrücken – Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes. Dortmund

Karte 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Region

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von IFH (2016 und 2017), © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

5.4 Ergebnisse der Online-Befragung

Ein weiterer methodischer Baustein der primärstatistischen Datenerhebung war die Befragung der Zweibrücker Innenstadthändler über ihre Online-Aktivitäten im Bereich des Einzelhandels. Die Online-Aktivität des stationären Handels kann ein wichtiger Indikator für die Bewertung des lokalen Handels sein. Hierbei ist die Verknüpfung zwischen verschiedenen Vertriebsmöglichkeiten im online- und offline-Handel („cross- bzw. multi-channel“ Vertriebswege) im digitalen Zeitalter häufig eine wichtige Strategie, um sich im starken Einzelhandelswettbewerb zu positionieren²⁶. So ergeben sich im „Online-Zeitalter“, insbesondere für den kleinteiligen inhabergeführten Einzelhandel, neuartige Vertriebswege als Perspektive, jedoch sehen gleichzeitig auch viele dieser Händler den Online-Handel als Gefahr für ihre eigene Existenz.

Der Standort „Innenstadt“, als Zentrum des Handels, ist deshalb heute besonders stark gefragt die verschiedenen Vertriebswege zu kombinieren und sichtbar zu machen. Die Erhebung zielte daher darauf ab, einen Einblick der Vernetzung des lokalen stationären Handels in der Zweibrücker Innenstadt mit dem Online-Handel zu erhalten. Befragt wurden dazu zahlreiche Innenstadthändler, sowohl Filialisten als auch inhabergeführte Fachgeschäfte.

²⁶ Weitere Ausführungen hierzu in Kapitel 6.

Gefragt wurde in diesem Zusammenhang:

- Ist eine eigene Website vorhanden (Ja / Nein)?
- Ist ein eigener Online-Shop vorhanden (Ja / Nein)?
- Oder wird das eigene Warenangebot über andere bekannte Online-Shops (z. B. amazon, ebay) verkauft?

Insgesamt wurden **107 Händler** im Zweibrücker Innenstadtbereich befragt. Die Befragungsergebnisse lassen sich wie folgt kurz skizzieren:

- Rund 70 % der befragten Betriebe besitzen eine eigene Website, auf der sie ihren Betrieb bzw. ihr Warenangebot präsentieren.
- Nur 25 % aller Betriebe führen einen eigenen Online-Shop und nutzen das Internet neben ihrem stationären Einzelhandel als Verkaufsplattform. Eigene Online-Shops werden in der Regel nur von größeren Filialisten angeboten. Der Anteil bei den inhabergeführten Betrieben im Innenstadtbereich ist sehr gering.
- Auch andere Vertriebsplattformen des Internets werden in Zweibrücken kaum genutzt. Lediglich 3 % aller befragten Betriebe verkaufen das Warenangebot über andere gängige Online-Shops.

Die Befragungsergebnisse zeigen deutlich, dass der **stationäre Einzelhandel die wichtigste Plattform** des Innenstadt-Handels in Zweibrücken ist.

Der innerstädtische Zweibrücker Einzelhandel nutzt derzeit das Internet kaum als zusätzliche Absatzmöglichkeit. Hierfür ergibt sich – insbesondere für den kleinteiligen und inhabergeführten Einzelhandel – ein entsprechendes **Wachstumspotenzial**.

6 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

Unter Berücksichtigung der übergeordneten Rahmenbedingungen werden im Folgenden das Standortprofil und die Einzelhandelsstruktur der Stadt Zweibrücken dargestellt. Im Rahmen des Standortprofils werden sowohl einzelhandelsrelevante als auch städtebauliche Gesichtspunkte betrachtet. Auf Grundlage der im Juni / Juli 2018 durchgeführten flächendeckenden primärstatistischen Einzelhandelserhebung und der städtebaulichen Beurteilung der Versorgungsstandorte wird die derzeitige Angebotssituation im gesamten Zweibrücker Stadtgebiet bewertet.

Diesbezüglich ist zu berücksichtigen, dass es sich bei der nachfolgenden Analyse um eine „Momentaufnahme“ des einzelhandelsrelevanten Angebotes zum Erhebungszeitpunkt handelt. Zu einem späteren Zeitpunkt erfolgte Betriebsschließungen oder betriebliche Veränderungen konnten nur bedingt berücksichtigt werden.

6.1 Gesamtstädtische einzelhandelsrelevante Kennziffern

Der einzelhandelsrelevante Angebotsbestand in der Stadt Zweibrücken stellt sich zum Zeitpunkt der Erhebung wie folgt dar:

- Die gesamtstädtische Verkaufsfläche von rd. **113.200 m²** verteilt sich auf insgesamt **341 Einzelhandelsbetriebe**. Im Vergleich zu dem bestehenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 zeigt sich sowohl hinsichtlich der Gesamtverkaufsfläche (2006: rd. 93.000 m²) als auch in Bezug auf die Gesamtanzahl der Betriebe (2006: 335 Betriebe) eine positive Entwicklung²⁷. Diese Entwicklung widerspricht dem bundesdeutschen Trend einer leicht rückläufigen Entwicklung von Betrieben.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** beträgt rd. **330 m²** und liegt damit sehr deutlich über dem bundesdeutschen Schnitt von rd. 230 m². Die bundesweit zu beobachtende Verkaufsflächenausweitung, bei einer sich gleichzeitig vollziehenden absoluten Abnahme der Einzelhandelsbetriebe ist in Zweibrücken nicht festzustellen. Wobei in Zweibrücken auch eine Reihe von großflächigen Betrieben vorhanden ist und somit in diesem Fall diesen Wert spürbar erhöhen. Insbesondere die großformatigen Betriebe, wie Möbel Martin und Globus Baumarkt, spielen hierbei eine entscheidende Rolle.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt rd. **3,1 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – deutlich über dem bundesdeutschen Mittel von rd. 1,5 m² pro Einwohner. Auch im Vergleich zu anderen Kommunen ähnlicher Größenordnung liegt dieser Wert deutlich über dem Durchschnitt. Zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit 25.000 – 50.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank beträgt rd. 2,0 m². Auch hier liegt die Stadt Zweibrücken deutlich

²⁷ Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Zweibrücken – Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes. Dortmund

über dem Durchschnitt. Hierbei trägt jedoch auch das FOC zur überdurchschnittlichen Angebotsausstattung bei.

- Erwartungsgemäß liegen die **quantitativen Angebotsschwerpunkte** in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. 18.500 m² Verkaufsfläche) sowie in der flächenintensiven Branche **Möbel** (rd. 22.600 m² Verkaufsfläche). Aber auch die in der Regel (innerstädtische) Leitbranche **Bekleidung** weist mit rd. 19.700 m² Verkaufsfläche eine hohe quantitative Bedeutung auf.

Angebotssituation nach Warengruppen

Tabelle 7: Einzelhandelssituation in Zweibrücken nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)	einwohnerbezogene Verkaufsflächen-ausstattung (in m ² / Kopf)	Anzahl Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	18.550	16,4 %	0,51	76
Blumen (Indoor) / Zoo	3.150	2,8 %	0,09	7
Gesundheit und Körperpflege	3.000	2,7 %	0,08	16
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.450	1,3 %	0,04	8
überwiegend kurzfristiger Bedarf	26.150	23,1 %	0,72	107
Bekleidung	19.700	17,4 %	0,54	93
Schuhe / Lederwaren	4.700	4,2 %	0,13	21
GPK / Haushaltswaren	3.350	3,0 %	0,09	9
Spielwaren / Hobbyartikel	850	0,8 %	0,02	5
Sport und Freizeit	4.100	3,6 %	0,11	16
überwiegend mittelfristiger Bedarf	32.700	28,9 %	0,90	144
Wohneinrichtung	5.750	5,1 %	0,16	14
Möbel	22.600	20,0 %	0,62	8
Elektro / Leuchten	2.300	2,0 %	0,06	4
Elektronik / Multimedia	1.100	1,0 %	0,03	11
medizinische und orthopädische Artikel	1.300	1,1 %	0,04	14
Uhren / Schmuck	1.050	0,9 %	0,03	14
Baumarktsortimente	13.450	11,9 %	0,37	14
Gartenmarktsortimente	6.400	5,7 %	0,18	8
überwiegend langfristiger Bedarf	53.900	47,6 %	1,48	87
Sonstiges	450	0,4 %	0,01	3
Gesamt	113.200	100 %	3,11	341

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Zweibrücken Juni / Juli 2018, eigene Berechnungen (Abweichungen durch Rundungen möglich); PBS = Papier / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher; GPK = Glas / Porzellan / Keramik

Überwiegend kurzfristiger Bedarf

- Mit rd. 18.500 m² Verkaufsfläche entfällt der drittgrößte Verkaufsflächenanteil (rd. 16 %) der Gesamtverkaufsfläche auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Auch der zweitgrößte Anteil der Betriebe (76 Betriebe, rd. 22 %) ist dieser Warengruppe zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere auch die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) eine wesentliche Rolle spielen. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,51 m²/ Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (vgl. Tabelle 7) liegt über dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von aktuell rd. 0,40 m²/ Einwohner. Dieser überdurchschnittliche Wert unterstreicht eine gute Angebotsausstattung in dieser Warengruppe²⁸.
- Auch die Angebotsausstattungen in den übrigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs sind, insbesondere im Vergleich zu Städten ähnlicher Größenordnung, als umfangreich einzustufen. Auch in der **Warengruppe Blumen (Indoor) / Zoo** (rd. 3.200 m² Verkaufsfläche) zeigt sich hinsichtlich der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung ein leicht überdurchschnittlicher Wert mit 0,09 m² / Einwohner.
- In **Summe** entfallen mit rd. 26.200 m² rd. 23 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche sowie mit 107 Betrieben rd. 31 % aller Einzelhandelsbetriebe auf überwiegend dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnende Einzelhandelsangebote.

Überwiegend mittelfristiger Bedarf

- In den Warengruppen des überwiegend mittelfristigen Bedarfs konzentriert sich ein Verkaufsflächenangebot von rd. 32.700 m², was einem Anteil von ca. 29 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht. Der quantitative Angebotsschwerpunkt liegt dabei in der **Leitbranche Bekleidung**, die mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 19.700 m² über rd. 17 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche verfügt. Auch hier spielt entsprechend das FOC Zweibrücken eine wichtige Rolle und trägt zur guten Ausstattung bei.
- In den ebenfalls zentrenprägenden Leitbranchen **Schuhe / Lederwaren, Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren, Spielwaren / Hobbyartikel sowie Sport und Freizeit** zeigen sich gesamtstädtische Verkaufsflächen zwischen 850 m² und 4.700 m², was Anteilen zwischen 0,8 und 4,2 % am gesamten Verkaufsflächenangebot der Stadt Zweibrücken entspricht. Die einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungen bewegen sich über den Durchschnittswerten vergleichbar großer Städte.
- Mit einer **einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung** von 0,90 m² / Einwohner für überwiegend mittelfristige Bedarfsgüter stellt sich das aktuelle Angebot im Zweibrücker Einzelhandel rein unter quantitativen Gesichtspunkten als gut beziehungsweise als deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegend dar.

²⁸ Eine Bewertung der Qualität und der räumlichen Komponente erfolgt in Kapitel 5.4.

Angebotsituation des überwiegend langfristigen Bedarfs

- Mit insgesamt rd. 53.900 m² Verkaufsfläche nehmen die Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe einen Anteil von rd. 48 % am gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot ein. Die absolut größten warengruppenspezifischen Verkaufsflächenanteile entfallen dabei auf **Möbel** (rd. 22.600 m²). Das Verkaufsflächenangebot verteilt sich dabei auf insgesamt nur acht Betriebe.
- Die einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungen im langfristigen Bedarfsbereich weisen ein Spektrum zwischen 0,03 m² / Einwohner (**Uhren / Schmuck**) und 0,62 m² / Einwohner (**Möbel**) auf, was in erster Linie ebenfalls auf den Flächenanspruch der einzelnen Produkte zurückzuführen ist. Im Vergleich zu den durchschnittlichen, warengruppenspezifischen Verkaufsflächenausstattungen vergleichbar großer Städte mit mittelzentraler Versorgungsfunktion zeigt sich, dass sich auch die Warengruppen des langfristigen Bedarfs durchweg über dem Durchschnitt bewegen (1,48 m² / Einwohner²⁹).

²⁹ Dieser Wert basiert auf Vergleichsdaten aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank für Städte und Gemeinden zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern.

6.2 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes

Die kleinräumige Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die **strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung** von grundlegender Bedeutung. Die nachfolgenden Analyseschritte geben daher einen dezidierten Überblick über die räumliche Verteilung des aktuellen Einzelhandelsangebotes im Zweibrücker Stadtgebiet. Differenziert nach Stadtteilen stellt sich das derzeitige einzelhandelsrelevante Verkaufsflächenangebot der Stadt Zweibrücken wie folgt dar:

Tabelle 8: Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche auf die Zweibrücker Stadtteile (z. T. gerundete Werte)

Stadtteil	Einwohnerzahl	Anzahl der Betriebe	VKF in m ² *	Anteil an Gesamt-VKF in %
<i>Kernstadt Zweibrücken</i>	14.809	153	27.210	24 %
<i>Bubenhausen-Ernstweiler</i>	5.446	32	52.220	46 %
<i>Ixheim</i>	5.900	18	6.750	6 %
<i>Mittelbach (inkl. Hengstbach)</i>	1.587	-	-	-
<i>Mörsbach</i>	1.043	-	-	-
<i>Niederauerbach</i>	4.082	17	5.390	5 %
<i>Oberauerbach</i>	1.283	2	< 100	< 1 %
<i>Rimschweiler</i>	1.768	119	21.760	19 %
<i>Wattweiler</i>	797	-	-	-
Gesamt	36.441	341	113.200	100 %

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in der Stadt Zweibrücken, Juni / Juli 2018 sowie Einwohnerzahlen der Stadt Zweibrücken (Stand: 06 / 2018) * gerundete Werte

- Insgesamt ist eine räumliche Konzentration des Einzelhandelsangebots in den Stadtteilen Kernstadt Zweibrücken und Bubenhausen-Ernstweiler (Ergänzungsstandort Wilkstraße) festzustellen. Mit rd. **185 Betrieben** befinden sich knapp **55 %** aller Anbieter beziehungsweise mit rd. **80.000 m² Verkaufsfläche über 70 %** des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebotes innerhalb dieser beiden Stadtteile. Die Angebotsschwerpunkte liegen dabei insbesondere in der Zweibrücker Innenstadt als auch an dem Ergänzungsstandort Wilkstraße, der zahlreiche großflächige Einzelhandelsbetriebe beheimatet.
- Eine weitere Verkaufsflächenkonzentration befindet sich im Stadtteil Rimschweiler, der circa 3,5 km südlich der Kernstadt Zweibrücken liegt. Dort sind insgesamt **119 Einzelhandelsbetriebe** lokalisiert, die über eine Verkaufsfläche von rd. **21.800 m²** verfügen. Innerhalb dieses Stadtteils befinden sich rd. **19 %** der gesamtstädtischen

Verkaufsfläche. Grund für die vergleichsweise hohe Konzentration an kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben ist das dortige Fashion Outlet Zweibrücken.

- In den **übrigen Stadtteilen** ist das vorhandene Angebot insgesamt sehr kleinteilig und beschränkt sich zumeist auf Lebensmitteläden, Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Getränkemärkte.

Räumlich-funktionale Angebotsstruktur

In Bezug auf die räumlich-funktionale Angebotsstruktur ist insbesondere die Zweibrücker Innenstadt hervorzuheben. Die **Zweibrücker Innenstadt mit ihrem zentralen Versorgungsbereich** ist der siedlungsräumliche und kulturelle Mittelpunkt des Stadtgebietes. Neben dem zentralen Versorgungsbereich ist aus Sicht des Einzelhandels im Zweibrücker Stadtgebiet vor allem der **Ergänzungsstandort Wilkstraße** von Bedeutung für die räumlich-funktionale Versorgungsstruktur des Zweibrücker Einzelhandels. Dort angesiedelt sind zahlreiche großflächige Anbieter aus allen Bedarfsbereichen. Zudem ist das Fashion Outlet Zweibrücken ein wichtiger Bestandteil der Angebotsstruktur. Dieser ist jedoch zu den beiden anderen Angebotsstandorten bezogen auf die Betriebsgrößen kleinteiliger aufgestellt und die Einzelhandelsbetriebe verfügen überwiegend – typischerweise für ein FOC – der mittelfristigen Bedarfsstufe zuzurechnende Einzelhandelsangebote. Darüber hinaus teilen sich die restlichen Einzelhandelsbetriebe auf die teilweise sehr kleinen Zweibrücker Stadtteile auf.

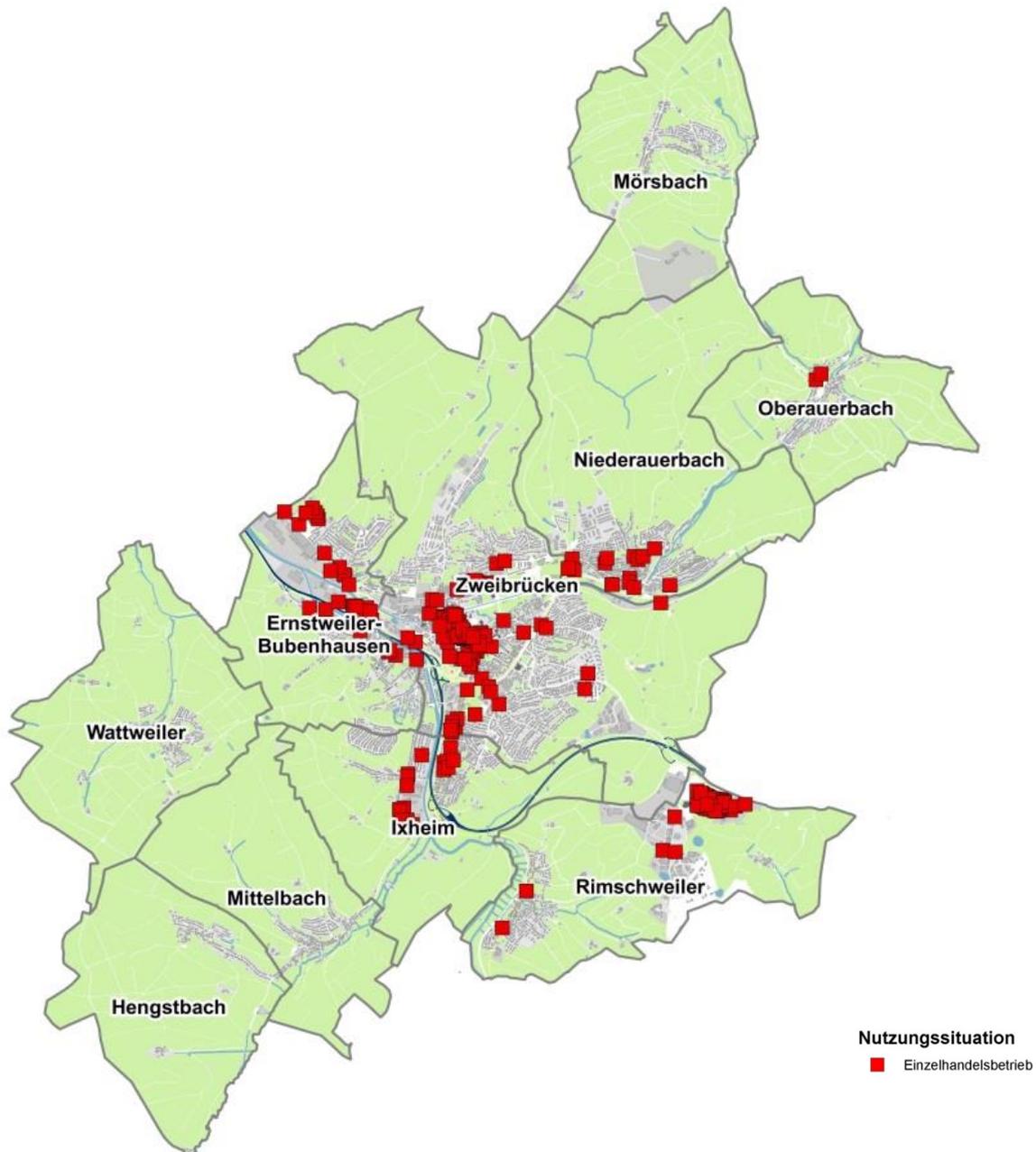
An den zuvor genannten Angebotsstandorten stellt sich das quantitative Verkaufsflächenangebot derzeit wie folgt dar:

- Bezüglich der **Betriebsanzahl** und der **Verkaufsflächenausstattung** setzt sich die Zweibrücker Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich) vom übrigen Stadtgebiet ab. In diesem Stadtraum konzentriert sich außerhalb des Fashion Outlets sowohl die größte Anzahl an Betrieben (**107**) als auch ein überwiegender Teil der Verkaufsfläche des Zweibrücker Stadtgebietes (rd. 13.600 m²). Das in diesem Bereich lokalisierte Angebot verteilt sich auf verschiedene Lagen und Dichten. Der eindeutige Angebotsschwerpunkt innerhalb der Innenstadt entfällt auf Angebote des **mittelfristigen Bedarfs** (rd. 5.700 m² Verkaufsfläche) und hier insbesondere auf die Warengruppe **Bekleidung** (rd. 3.400 m² Verkaufsfläche).
- Vom gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot entfällt damit rd. **12 %** auf diesen zentralen Bereich, die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** liegt bei rd. **127 m²**, was auf eine insgesamt sehr kleinteilige Angebotsstruktur schließen lässt, die lediglich punktuell durch großflächige Betriebsformen sowie das Fashion Outlet Zweibrücken mit zahlreichen kleinflächigen Betrieben ergänzt wird.
- Eine weitere Angebotskonzentration zeigt sich im Ergänzungsstandort Wilkstraße. Bei einer Gesamtverkaufsfläche von rd. **45.000 m²** (rd. **40 %** der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) sind in diesem Bereich **13 Einzelhandelsbetriebe** ansässig, wobei die größten Verkaufsflächenanteile auf Angebote des **langfristigen Bedarfs** (rd. **40.000 m² Verkaufsfläche**) entfallen. Die in diesem Bereich ansässigen Einzelhandelsbetriebe konzentrieren sich im Wesentlichen entlang der Wilkstraße sowie der Autobahn A8.
- Ein weiterer bedeutsamer Angebotsstandort ist das **Fashion Outlet Zweibrücken** mit rd. **20.000 m² Gesamtverkaufsfläche** und zahlreichen Betrieben (111). Aufgrund der Viel-

zahl an Betrieben unterstützt es gerade im mittelfristigen Bedarfsbereich die kleinteilige Angebotsausstattung.

- Im **übrigen Stadtgebiet** außerhalb der genannten Standorte sind überwiegend kleinteilige und nahversorgungsrelevante Angebote lokalisiert. Eine Ausnahme hiervon bilden Gewerbegebiete in denen großflächige Lebensmittelbetriebe angesiedelt sind. Dazu zählt insbesondere der Standort Etzelweg im Stadtteil Ixheim, der eine Reihe von diesen Betrieben beheimatet.

Karte 4: Einzelhandelschwerpunkte in Zweibrücken

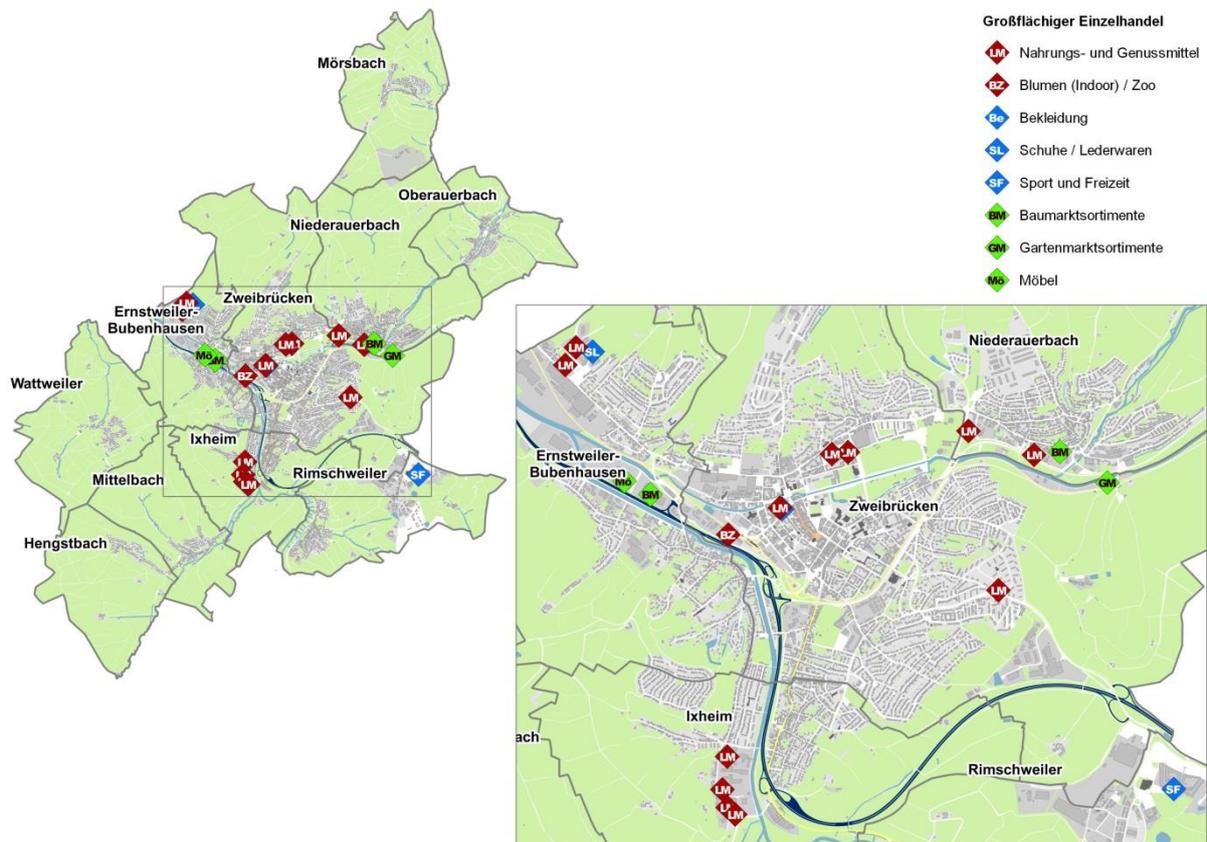


Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018

Großflächiger Einzelhandel

- Aktuell bestehen in Zweibrücken **20 großflächige Einzelhandelsbetriebe**³⁰ mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. **61.600 m²**. Obwohl diese Betriebe nur rd. **6 %** aller Betriebe darstellen, umfassen sie **mehr als die Hälfte (55 %)** des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots.
- Rund 24.000 m² Verkaufsfläche, d. h. fast rd. **40 % der Verkaufsfläche** der großflächigen Anbieter, entfällt auf den Anbieter Möbel Martin aus der **Hauptbranche Möbel**. Darüber hinaus spielt auch der **Lebensmitteleinzelhandel** mit rd. 20 % der Verkaufsflächenanteile eine wichtige Rolle.

Karte 5: Räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsanbieter



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018

³⁰ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rd. 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² zutrifft (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Leerstehende Ladenlokale³¹

- Zum Erhebungszeitpunkt können im gesamten Stadtgebiet insgesamt **61 leerstehende Ladenlokale** mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 5.700 m² identifiziert werden³². Dies entspricht einer Leerstandsquote von rd. **15 % der Ladenlokale** und rd. **5 % der Verkaufsfläche**. Die Leerstandsquote liegt damit in Bezug auf die Betriebe über der „natürlichen Fluktuationsrate“ von bis zu 10 %.
- Der **größte Teil** der leerstehenden Verkaufsfläche befindet sich im zentralen Versorgungsbereich der Zweibrücker Innenstadt. Somit ist der größte Anteil in der **zentralen Lage** zu finden. Die meisten leerstehenden Ladenlokale sind sehr kleinteilig und verfügen über meist deutlich weniger als 100 m² Verkaufsfläche. Alle Leerstände befinden sich in städtebaulich integrierten oder zentralen Lagen.

³¹ Die Erhebung der Leerstände wurde in enger Abstimmung mit der Stadt Zweibrücken geprüft. Hierbei werden nur Leerstände aufgeführt, die einzelhandelsrelevant sind und in Zukunft auch dieser Nutzung zugeführt werden könnten.

³² Die tatsächlich leerstehende Verkaufsfläche wird über dem genannten Wert liegen, da einige Ladenlokale nicht einsehbar waren und demnach die Verkaufsflächen weder ausgemessen noch geschätzt werden konnten.

Karte 6: Leerstände in der Stadt Zweibrücken



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018

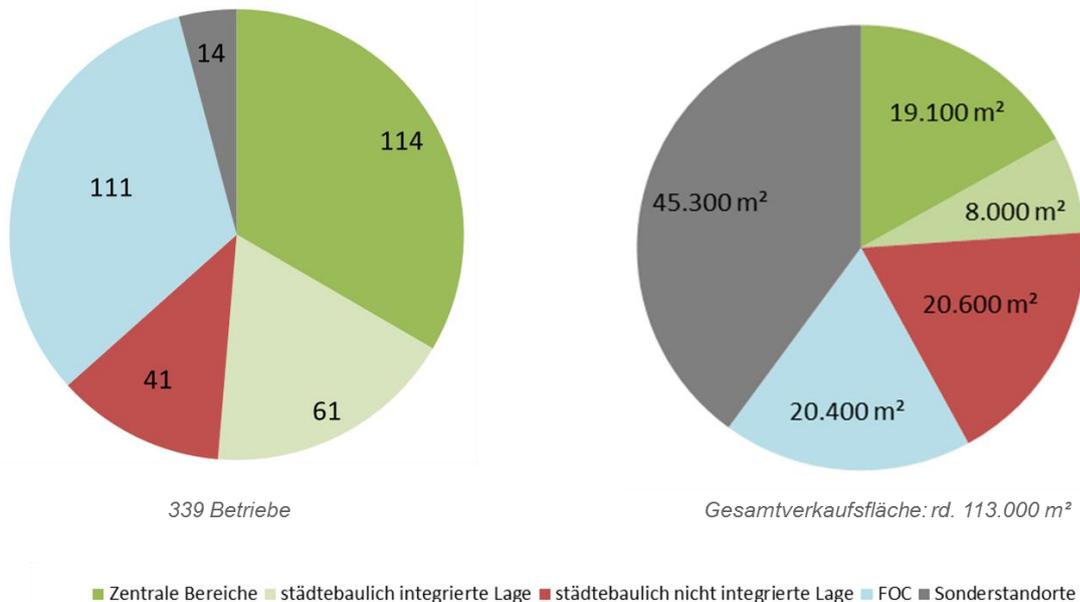
Angebotssituation nach Lagekategorien

Eine differenzierte Betrachtung der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebotes hinsichtlich der städtebaulichen Integration, d. h. der Unterscheidung zwischen

- Lage in einem **zentralen Versorgungsbereich** im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO (z. B. **zentraler Versorgungsbereich Innen-**

stadt Zweibrücken³³⁾

- sonstigen **städtebaulich integrierten Lagen**, d. h. umliegenden Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar zugeordnete Standorte oder
- **städtebaulich nicht integrierten Lagen**, d. h. Gewerbe- und Industriegebieten (z. B. **Gewerbegebiet Wilkstraße**), „Grüne-Wiese“-Standorten, Standorten im Außenbereich, zeigt folgendes Bild:

Abbildung 6: Verteilung der Verkaufsfläche und Betriebe nach Lagen

Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018

- Über alle Angebotsstandorte im Zweibrücker Stadtgebiet zeigt sich, dass sich ein **großer Teil der Betriebe** (rd. 34 % beziehungsweise **114 Betriebe**) innerhalb der **zentralen Bereiche** befindet. Der überwiegende Anteil der **gesamstädtischen Verkaufsfläche** ist hingegen an Sonderstandorten (rd. 40 % beziehungsweise **45.300 m²**) lokalisiert. Weitere rd. 20.000 m² befinden sich an dem Sonderstandort Fashion Outlet Zweibrücken. Somit ist insgesamt rd. 77 % der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen zu finden.
- Zusammen mit den **sonstigen städtebaulich integrierten** sind **über 50 % der Betriebe und knapp 18 % der Gesamtverkaufsfläche in integrierten Lagen** zu finden. Es handelt sich entsprechend überwiegend um kleinflächige Betriebe mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von weniger als 200 m². Ergänzend zu den zuvor genannten Lagekategorien befinden sich 33 % der Betriebe im Fashion Outlet Zweibrücken.

³³⁾ Die Analyse greift auf die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche aus dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 zurück.

- **Insgesamt** gesehen zeigt sich somit ein deutlich differenziertes Bild zwischen der räumlichen Verteilung der Betriebe und ihrer Verkaufsfläche. Insbesondere die großformatigen und autokundenorientierten Standorte prägen – neben der eher kleinteiligen strukturierten Innenstadt – die Zweibrücker Einzelhandelsstruktur.
- Im **Vergleich** zu dem letzten Einzelhandelskonzept hat sich das Bild in Bezug auf die Angebotsverteilung nach den Lagekategorien nicht relevant verändert. Hinsichtlich der Verteilung der Verkaufsflächenanteile dominieren weiterhin die Sonder- bzw. Ergänzungsstandorte in Zweibrücken. Darüber hinaus zeigt sich bei den Betrieben in städtebaulich integrierten und zentralen Lagen weiterhin eine kleinteilige Struktur.

6.3 Angebotssituation im Stadtgebiet – Weitere Kennwerte im Vergleich

Nachfolgend werden ausgewählte warengruppenspezifische Kennwerte des Zweibrücker Einzelhandels mit der letzten Bestandserhebung aus 2006 verglichen. Hierbei liegt der Fokus auf der Darstellung **relevanter Veränderungen** im Zweibrücker Stadtgebiet.

Tabelle 9: Gesamtstädtische Angebotssituation – Vergleich zu 2006 in ausgewählten Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche 2006 in m ² *	Verkaufsfläche 2018 in m ² *
Nahrungs- und Genussmittel	11.900	18.550
Gesundheits- u. Körperpflegeartikel	2.400	3.000
Bekleidung	17.300	19.700
Schuhe / Lederwaren	5.200	4.700
Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	3.800	3.350
Spielwaren / Hobbyartikel	1.000	850
Sport und Freizeit	3.200	4.100
Wohneinrichtung	4.800	5.750
Möbel	18.500	22.600
Elektro / Leuchten	1.500	2.300
Elektronik / Multimedia	1.100	1.100
Medizinische und orthopädische Artikel	900	1.300
Uhren / Schmuck	800	1.050

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Zweibrücken Juni / Juli 2018, Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Zweibrücken – Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes. Dortmund

- In den **innenstadt- als auch nahversorgungsrelevanten Warengruppen** ist eine steigende Entwicklung der Verkaufsflächenausstattung zu beobachten. Insbesondere in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** ist eine Steigerung der Verkaufsfläche um rd. 40 % zu beobachten. Hierbei macht sich insbesondere der finale bauliche Ausbau des Hilgard Centers bemerkbar, der 2006 noch nicht abgeschlossen war. Zudem fanden Erweiterungen bzw. Neuansiedlungen von neuen Lebensmittelgeschäften statt.

- Auch im **Bekleidungsbereich** ist bedingt durch das Wachstum des Fashion Outlets eine Steigerung der Verkaufsfläche seit 2006 sichtbar.
- In den **Warengruppen Schuhe / Lederwaren, Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren und Spielwaren / Hobbyartikel** ist – wie im Bundestrend – eine leicht rückgängige Verkaufsfläche zu beobachten.
- Auch in den mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, wie z. B. in der Warengruppe **Möbel** ist eine steigende Entwicklung der Verkaufsfläche vorhanden.
- **Insgesamt** gesehen spricht das Wachstum in vielen Branchen dafür, dass der Standort Zweibrücken für viele Unternehmen attraktiv ist. Durch zahlreiche neue und weitere Ansiedlungs- und Erweiterungsanfragen ist diesbezüglich auch eine positive Entwicklung abzulesen.

Tabelle 10: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken – Vergleich zu 2006 in ausgewählten Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche 2006 <i>in m²*</i>	Verkaufsfläche 2018 <i>in m²*</i>
Nahrungs- und Genussmittel	1.840	2.640
Gesundheits- u. Körperpflegeartikel	1.140	930
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	810	780
Bekleidung	5.830	3.440
Schuhe / Lederwaren	650	770
Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	700	360
Spielwaren / Hobbyartikel	870	480
Sport und Freizeit	570	610
Wohneinrichtung	810	700
Elektronik / Multimedia	690	380
Medizinische und orthopädische Artikel	640	930
Uhren / Schmuck	530	490
Gesamt	15.080	12.510

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Zweibrücken Juni / Juli 2018, Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Zweibrücken – Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes. Dortmund

- Im zentralen Versorgungsbereich der Zweibrücker Innenstadt ist seit 2006 ein **leichter Rückgang der Gesamtverkaufsfläche** sichtbar. Dies erklärt sich u. a. durch die Schließung des sogenannten „City Outlets“. Im Zuge einer Umstrukturierung an dem ehemaligen Standort wurde in dem Bereich u. a. ein neuer Lebensmitteldiscounter angesiedelt. Diese Eröffnung dieses Marktes im Dezember 2018 ist bereits in den Angaben berücksichtigt und wird durch das Wachstum in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sichtbar.

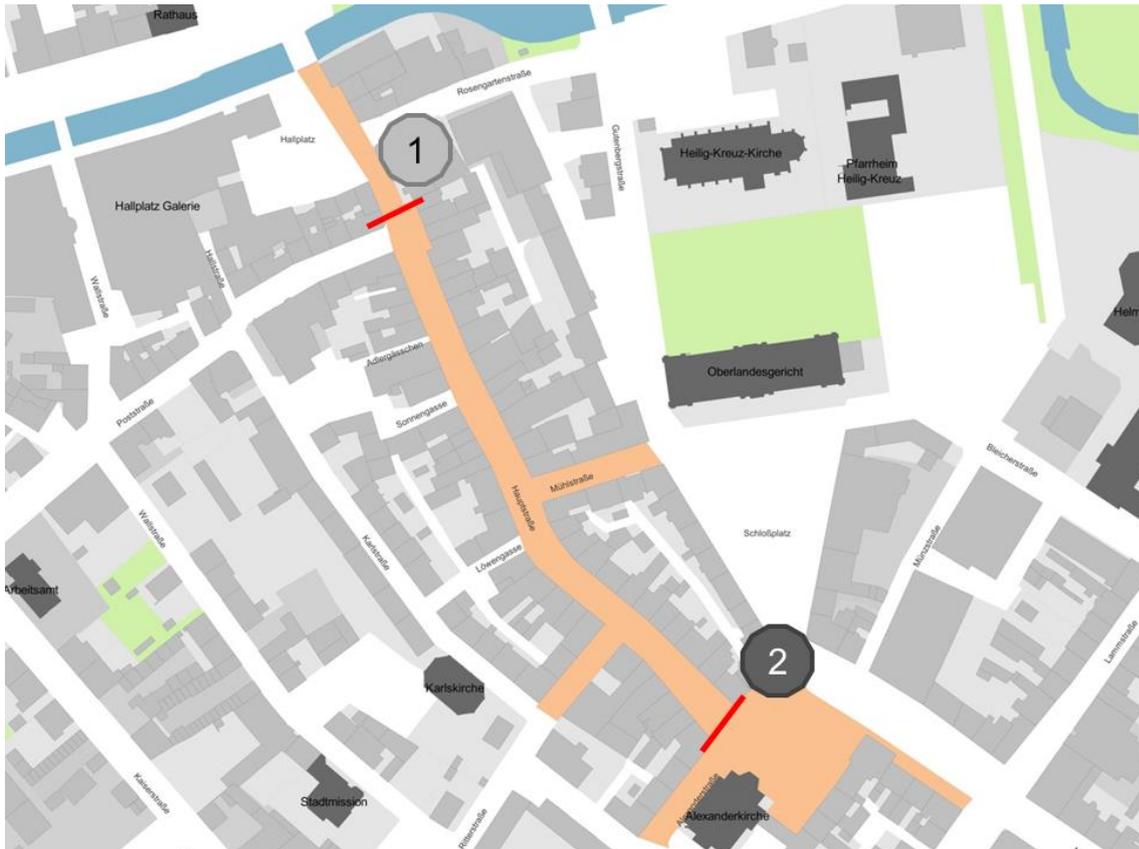
- Insgesamt zeigt sich im **Bekleidungsbereich** seit 2006 ein Rückgang der Verkaufsfläche um rd. 2.400 m². Hierbei kommt die innerstädtische Konkurrenzsituation durch das Fashion Outlet Zweibrücken als auch der Wegfall von Anbietern, wie Sinn Leffers oder Goebes Modehaus sowie von einigen kleineren Anbietern zu tragen. Insgesamt sind 15 Betriebe im Bekleidungsbereich seit 2006 in der Innenstadt weggefallen.
- Auch die **Anzahl der Betriebe** insgesamt ist seit 2006 von 125 auf 107 Betriebe im Jahr 2018 rückläufig. Wobei der größte Rückgang im Bekleidungsbereich festzustellen ist.
- Auch in den **Warengruppen Elektronik / Multimedia und Sport und Freizeit** ist eine leicht rückläufige Tendenz festzustellen. Dies entspricht jedoch dem Bundestrend und einer steigenden Entwicklung im Online-Handel in diesen Warengruppen.
- Außerhalb der genannten Warengruppen ist hinsichtlich der Verkaufsfläche in den übrigen Warengruppen eine weitestgehend **stabile Entwicklung** ablesbar.

Vergleich der Passantenfrequenz im Jahr 2006 und im Jahr 2018³⁴

Während der Passantenfrequenzzählung wurden Passanten aller Art, also sowohl Radfahrer als auch Fußgänger, erfasst, die die beiden Zähllinien in der Fußgängerzone überschritten haben. Als Messpunkte wurden, wie in Karte 7 dargestellt, der nördliche und südliche Eingangsbereich der Fußgängerzone der Hauptstraße ausgewählt. Gezählt wurde an zwei verschiedenen Wochentagen (Dienstag und Mittwoch, 03.07.2018 und 04.07.2018) zu verschiedenen Uhrzeiten, jeweils zwischen 11 und 12 Uhr bzw. 15 und 16 Uhr bei jeweils sonnigen Wetter.

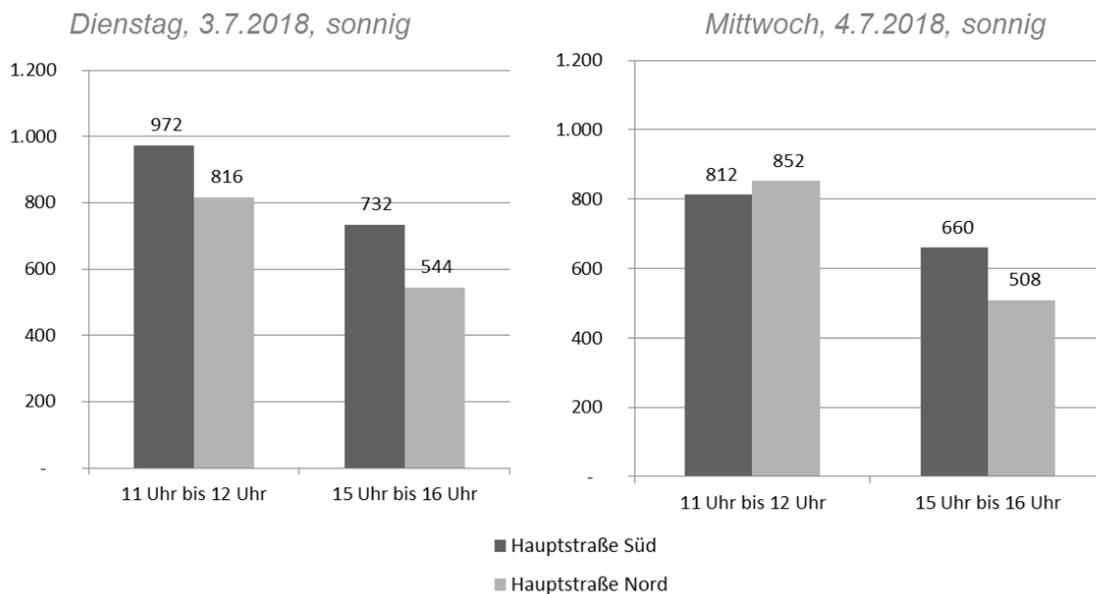
³⁴ Leichte Unterschiede zu den Erhebungsstandorten im Jahr 2006.

Karte 7: Verortung der Passantenfrequenzzählung im Jahr 2018



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018

Abbildung 7: Ergebnis der Passantenfrequenzzählung im Jahr 2018



Quelle. eigene Darstellung auf Basis einer eigenen Erhebung im Juli 2018

Im **Ergebnis** sind pro Intervall zwischen rd. 1.200 bis maximal 1.800 Passanten in der Fußgängerzone in beiden Abschnitten gemessen worden. In der Summe waren dies für einen ganzen Tag rd. 2.800 bzw. rd. 3.000 gezählte Passanten insgesamt. Der südliche Bereich ist in fast allen gemessenen Zeitabschnitten deutlich höher frequentiert. Trotz Wochenmarkt ist das Ergebnis am Dienstag nicht deutlich höher. Insgesamt ist das Messergebnis im Verhältnis zur Stadtgröße als erfreulich zu bezeichnen. Im Vergleich zu 2006 sind keine negative Entwicklung ablesbar. Dort wurden bei einer Messung im November des Jahres rd. 1.500 Passanten auf der Hauptstraße gezählt.

6.4 Städtebauliche Analyse der Angebotsschwerpunkte

Im Folgenden gilt es, den bestehenden Hauptgeschäftsbereich sowie die zentralen Bereiche in den Zweibrücker Stadtteilen unter strukturellen und städtebaulichen Gesichtspunkten zu bewerten. Dieser Analyseschritt dient der Ableitung der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und bildet damit die Grundlage für einen wesentlichen Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Zweibrücken.

Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, basieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem bestehenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008.

Das heißt: Alle zentralen Bereiche und Sonderstandorte wurden entsprechend ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Im Rahmen der Fortschreibung ist es allerdings möglich, dass – entsprechend der einzelhandelsrelevanten Entwicklung in den letzten Jahren sowie unter Berücksichtigung des derzeitigen Angebotsbestandes – zu den damals abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorten im Konzeptteil dieses Einzelhandelskonzeptes (ab Kapitel 7) neue hinzukommen bzw. „alte“ zurückgenommen werden.

6.4.1 Zentraler Bereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken

Der Hauptgeschäftsbereich der Stadt Zweibrücken stellt sich weiterhin für die Gesamtstadt als siedlungsräumlicher, wirtschaftlicher und kultureller Mittelpunkt dar. Der multifunktionale Ortsmittelpunkt ist geprägt durch eine Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen und Wohnen.

Seit dem letzten Einzelhandelskonzept hat die Stadt Zweibrücken die **Aufwertung des öffentlichen Raumes** vorangetrieben. So wurde die Hauptlage des Hauptgeschäftsbereiches, die Hauptstraße, und die anliegenden Bereiche saniert und das Stadtmobiliar erneuert. Die Umgestaltung des öffentlichen Raumes im Kernbereich der Innenstadt macht sich durch ein erfreuliches und modernes Erscheinungsbild bemerkbar. So wurden insgesamt rd. 6,2 Mio. Euro in das Sanierungsgebiet in der Zweibrücker Innenstadt investiert³⁵. In der Folge profitiert auch der Handel durch die Modernisierungsmaßnahmen in den letzten Jahren. Entsprechen-

³⁵ Quelle: Stadt Zweibrücken

de Investitionen seitens der Händler als auch der Immobilienbesitzer entlang der Hauptstraße sind sichtbar. Zudem wurde auch der Zentrale Omnibusbahnhof am Alexanderplatz aufgewertet. Mit der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters wurde zudem ein neuer Magnetbetrieb installiert, der neue Kundenfrequenzen auslösen wird.

Obwohl bereits deutlich positive Veränderungen in der Innenstadt wahrnehmbar sind, gibt es dennoch einige Problem-Immobilien, die das Erscheinungsbild trüben. Dazu zählen neben den thematisierten Leerständen auch Fassaden, die einen teilweise sehr schlechten baulichen Zustand aufweisen. Insgesamt besteht noch ein sichtbarer privater Investitionsstau und die Chance das Gesamtbild noch zu verbessern. Die beschriebenen Veränderungen im Zweibrücker Handel, insbesondere im Bereich des ehemaligen City-Outlets am ZOB, sind Chancen zur Attraktivierung des Stadtbildes.

Die **Zweibrücker Innenstadt** gliedert sich in verschiedene Teilräume, die unterschiedliche städtebauliche und einzelhandelsrelevante Qualitäten besitzen. Insbesondere die Kerninnenstadt entlang der Hauptstraße zeigt eine kleinteilige Struktur der Bebauung und hat heute eine gute Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum. Die Frequenz in diesem Bereich ist weiterhin im Verhältnis zur Stadtgröße als gut zu bezeichnen (vgl. auch dazu Kapitel 6.3). Die Kerninnenstadt setzt sich überwiegend aus inhabergeführtem Einzelhandel sowie aus einer Reihe von Dienstleistern zusammen. Das Angebot wird durch bekannte Filialisten ergänzt.

Zusätzlich bilden sich durch die **städtebaulichen Strukturen** zahlreiche verwinkelte und kleinteilige Stadträume aus, die innerhalb der Innenstadt einzelne und ansprechende Quartiere ausbilden. Dazu zählen insbesondere die prägnanten Stadtplätze, wie der Alexander- oder der Hallplatz. Durch ihre Größe und Lage nehmen sie innerhalb der Innenstadt eine Eingangs- und Verbindungsfunktion wahr. Beide genannten Plätze sind somit für den Besucher auch wichtige Eingangsbereiche zum Zweibrücker Handel. Insbesondere der **Hallplatz** hat in seiner jetzigen Gestaltung Schwächen. Gleiches gilt für das dort beheimatete Einkaufszentrum, der Hallplatz-Galerie. Das Center verfügt zwar über zwei strukturprägende Betriebe (C&A sowie den Lebensmittelanbieter CAP), leidet jedoch gleichzeitig an zahlreichen Leerständen sowie einer unterdurchschnittlichen Besucherfrequenz. Die zahlreichen und größeren Leerstände bieten eine Möglichkeit größere Anbieter dort anzusiedeln. Möglicherweise ist eine bauliche Revitalisierung des Centers notwendig.

Im Bereich der **Alexanderplatzes** und des ZOB fand in den letzten Jahren eine kontinuierliche Aufwertung statt. Im Zuge der Aufwertung / Umnutzung der Kernimmobilie des ehemaligen City-Outlets sind weitere positive Impulse – auch für die angrenzende Fruchtmarktstraße – wahrscheinlich.

Die **Hauptlage** des Zweibrücker Hauptgeschäftsbereiches erstreckt sich im Wesentlichen auf den als Fußgängerzone gestalteten Bereich entlang der Hauptstraße. Hinzu kommen noch die zahlreichen direkt angrenzenden Eckstraßen, die sich zwischen der Alexanderstraße und der Rosengartenstraße befinden. Den **einzelhandelsrelevanten Kern bildet** die als Fußgängerzone ausgebildete Hauptstraße, die aufgrund ihrer städtebaulichen Gestaltung und weiteren Aufwertungsmaßnahmen die „Flaniermeile“ der Zweibrücker Kernstadt bildet. Neben zahlreichen inhabergeführten Fachgeschäften finden sich dort auch typische Filialisten, wie sie in gut funktionierenden Fußgängerzonen zu finden sind, wieder.

Die **Nebenlagen** der Zweibrücker Innenstadt werden im Wesentlichen von zahlreichen kleinen Seitenstraßen gebildet. Den „Kern“ der Nebenlage bildet die **Fruchtmarktstraße**. Nörd-

lich übergehend als Lammstraße ist sie deutlich von Dienstleistern und kleinteiligen – zumeist spezialisierten – Facheinzelhandel geprägt. Der inhabergeführte Einzelhandel tritt dort deutlich zurück. Aufgrund des städtebaulichen Gesamtbildes und des Besatzes aus Dienstleistern und Händlern ist sie weiterhin als klar erkennbare Achse des Zweibrücker Einzelhandels zu erkennen. Zwar ist der Besatz vielfach einfach und zum Teil discountlastig gehalten, jedoch stellt sie eine wichtige Ergänzung zum übrigen Handel in der Innenstadt dar. In Richtung des Zweibrücker Bahnhofes ist zudem eine vergleichsweise hohe Anzahl an **Leerständen** zu beobachten. Trotz einiger Schwächen kann die Lage in Zukunft zur Arrondierung des Handels auch als Kopplungseffekt zwischen Handel und Dienstleistung beitragen. Gegenüber der Hauptstraße sind diese Nebenstraßen und Nebenlagenstraßen ein wichtiges „Gelenk“, welches die Besucher und Kunden zu Angeboten in der Fußgängerzone führt. Durch die Größe der Zweibrücker Innenstadt sind zahlreiche dieser Nebenlagen durch größere Lücken im Nutzungsbestand gekennzeichnet, die noch durch diverse Dienstleistungsanbieter gefüllt wurden.

Die Lage und die Ausdehnung des Zweibrücker Hauptgeschäftsbereiches, die in dem bestehenden **Einzelhandelskonzept** differenziert wurde, haben sich in Bezug auf die relevanten Themenfelder (Dichte, Verteilung der Geschäfte, Atmosphäre etc.) nicht signifikant verändert. Es ist jedoch anhand des Besatzes (Einzelhandel und Dienstleistung) erkennbar, dass seit dem letzten Einzelhandelskonzept kein Zugewinn an Nutzungen in den Randbereichen des zentralen Versorgungsbereiches (Abgrenzung aus dem Jahr 2008) stattfand. Dies betrifft vor allem die Nebenstraße der Hauptlage, die Poststraße und Ritterstraße sowie die langgezogene Kaiserstraße. Diese Bereiche werden deutlich durch Wohnnutzungen dominiert. Eine Ansiedlung von strukturprägenden Einzelhandelsbetrieben erscheint aus diesem Grund und der dortigen Parzellenstruktur unwahrscheinlich.

Im zentralen Bereich stehen zum Zeitpunkt der Erhebung (Juni / Juli 2018) insgesamt 34 Ladenlokale mit mindestens rd. 3.400 m² Verkaufsfläche leer. Gegenüber dem „alten“ Zweibrücker Einzelhandelskonzept ist die Anzahl der **Leerstände** somit leicht steigend (Erhebungszeitpunkt 2006: 22). Insgesamt sind in der Hallplatz-Galerie sowie im Bereich der Fruchtmarktstraße zwei räumliche Konzentrationen festzustellen. In der Gesamtheit gesehen ist mit rd. 100 m² pro Betrieb eine sehr kleinteilige Leerstandsstruktur zu erkennen. Mit einer Leerstandsquote von rd. 24 % der Ladenlokale und rd. 20 % der Fläche ist eine Leerstandsproblematik zu erkennen. Generell ist zu berücksichtigen, dass kleine Ladenlokale in Nebenlagen in der Regel nur eingeschränkt als Einzelhandelsflächen vermarktbar sind, so dass Folgenutzungen an diesen Standorten sowohl durch Einzelhandel, aber vor allem auch durch Dienstleistungen oder Gastronomie in Erwägung zu ziehen sind.

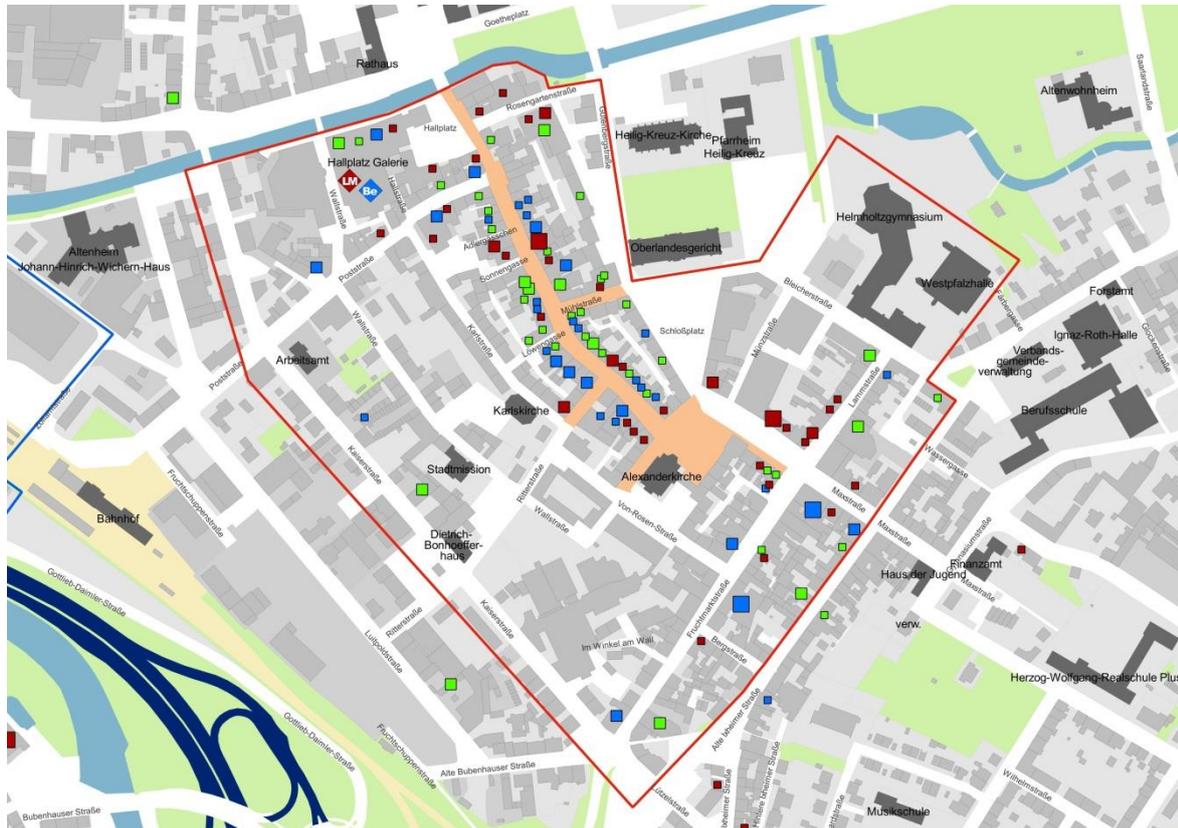
Die **ehemalige Parkbrauerei** im nördlichen Siedlungsbereich der Kernstadt, die außerhalb der vorgenommenen Abgrenzung aus dem Jahr 2008 liegt, stellt aufgrund ihrer baulichen Dimension seit Jahren eine sichtbare Problemimmobilie der Stadt Zweibrücken dar. Sie wird jedoch zukünftig zu einer Mischnutzung aus Wohnen, Dienstleistung und kleinflächigem nahversorgungsrelevanten Einzelhandel umstrukturiert und der Bereich insgesamt deutlich aufgewertet.

Insgesamt zeigt sich eine **heterogene Einzelhandelsstruktur** in der Zweibrücker Innenstadt, die typische und größere Filialisten mit kleinteiligem inhabergeführtem Einzelhandel durchmischt. Dabei ist unter städtebaulichen und funktionellen Gesichtspunkten trotz der großen Ausdehnung der Innenstadt ein größtenteils kompaktes Zentrum zu erkennen. Dies liegt

nicht zuletzt an seiner vitalisierten städtebaulichen Struktur, die durch attraktive Gastronomie- und Einzelhandelsangebote ergänzt wird und somit eine hohe Nutzungsdichte auf der bandartigen Struktur entstehen lässt.

Die räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots (differenziert nach Größenklassen und Bedarfsstufen) im zentralen Bereich Innenstadt Zweibrücken stellt sich aktuell wie folgt dar:

Karte 8: Zentraler Bereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken



Abgrenzung Großflächiger Einzelhandel	Sonstiger Einzelhandel	Größenklassen
 ZVB 2008	■ Nahrungs- und Genussmittel	 < 100 m² Gesamtverkaufsfläche
■ Bekleidung	Bedarfsstufen	 100 - 399 m² Gesamtverkaufsfläche
	■ kurzfristige Bedarfsstufe	 400 - 800 m² Gesamtverkaufsfläche
	■ mittelfristige Bedarfsstufe	
	■ langfristige Bedarfsstufe	

Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018; Abgrenzung gemäß EHK 2008

Lage und Struktur des zentralen Bereiches:

- **Zentrale Lage im Stadtgebiet** sowie zentrale Lage in der Kernstadt Zweibrücken (rd. 14.800 Einwohner); eingebettet in die überwiegend kleinteiligen Siedlungsstruktur und Gebäudekubaturen der Innenstadt.
- Bei der Zweibrücker Innenstadt kann von einem „zweigeteilten Zentrum“ mit unterschiedlichen Lagen gesprochen werden. Zum einen befindet sich überwiegend kleinteiliger Facheinzelhandel mit zahlreichen Filialisten entlang der Fußgängerzone und zum anderen gibt es den Bereich um die Fruchtmarktstraße, die überwiegend von Dienstleistern und stark spezialisierten Facheinzelhändler geprägt ist.

Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung (Juni / Juli 2018) befanden sich insgesamt 107 Betriebe in diesem zentralen Bereich, die eine **Verkaufsfläche von rd. 14.000 m²** auf sich vereinen. Die nachstehende Tabelle 11 zeigt eine differenzierte Angebotsverteilung im zentralen Bereich Innenstadt nach Verkaufsflächen, Anzahl der Betriebe und dem Anteil an der gesamten Einzelhandelsverkaufsfläche.

Tabelle 11: Angebotssituation im zentralen Bereich Innenstadt

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an Gesamtverkaufs- fläche
Nahrungs- und Genussmittel	2.640	23	14 %
Blumen (Indoor)/Zoo	< 100	1	3 %
Gesundheit und Körperpflege	930	8	31 %
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	780	5	53 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	4.430	37	17 %
Bekleidung	3.440	20	18 %
Schuhe/Lederwaren	770	5	16 %
GPK/Haushaltswaren	360	3	11 %
Spielwaren/Hobbyartikel	480	3	57 %
Sport und Freizeit	610	2	15 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	5.660	33	17 %
Wohneinrichtung	700	7	12 %
Möbel	240	1	1 %
Elektro/Leuchten	340	3	15 %
Elektronik/Multimedia	380	6	34 %
medizinische und orthopädische Artikel	930	13	73 %
Uhren/Schmuck	490	6	46 %
Baumarktsortimente	420	1	3 %
Gartenmarktsortimente	< 100	-	< 1 %
überwiegend langfristiger Bedarf	3.520	37	7 %
Sonstiges	-	-	-
Gesamt	13.610	107	12 %

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Zweibrücken Juni / Juli 2018, eigene Berechnungen
(Abweichungen durch Rundungen möglich); PBS = Papier / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher;
GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Nutzungsprofil

- Mit einer Gesamtverkaufsfläche von knapp **14.000 m²** entfällt rd. **12 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche** auf den Zweibrücker Hauptgeschäftsbereich. Damit ist der Bereich gemessen an seiner Verkaufsfläche nur der dritt größte Standort in Zweibrücken. Gemessen an der Zahl der angesiedelten Betriebe ist er jedoch der zweitgrößte Standort (107 Betriebe) in Zweibrücken.

- Größte **Anbieter** sind das Bekleidungsgeschäft C&A, der Lebensmittelanbieter CAP sowie der Lebensmittelanbieter Netto Marken-Discount³⁶.
- Es sind fast alle Angebote aller Warengruppen und Bedarfsstufen vorhanden, quantitativer Schwerpunkt liegt in den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** (rd. 42 % der Verkaufsfläche in dem zentralen Bereich beziehungsweise absolut rd. **5.700 m²**). Die zweitgrößte Angebotskonzentration ist mit rd. **4.400 m²** in den Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfsbereiches**, insbesondere im Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. **2.600 m²** und **23 Betriebe**), zu verzeichnen.
- Weiterhin prägend für den zentralen Bereich ist die große Anzahl an **kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben** (durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb: rd. 130 m²), die sich sowohl aus **überregional bekannten Filialisten**, wie beispielsweise dm, Thalia und C&A als auch aus **inhabergeführten Fachgeschäften** zusammensetzen.
- Zum Zeitpunkt der Erhebung befanden sich 34 Leerstände im Hauptgeschäftsbereich³⁷, die eine Verkaufsfläche von rd. 3.400 m² auf sich vereinen. Bei insgesamt 141 Ladeneinheiten entspricht dies einer überdurchschnittlichen **Leerstandsquote von über 20 %**. Bis zu 10 % leerstehender Verkaufsfläche können in einer Kommune noch als Grenzwert für eine natürliche Fluktuationsrate gelten. Die vergleichsweise hohe Leerstandsquote wirkt sich negativ auf das Erscheinungsbild und die Struktur des Einzelhandels in Zweibrücken aus.

Erreichbarkeit des zentralen Bereiches

- Durch die zentrale Lage im Ortsteil ist der zentrale Bereich sowohl mit dem Pkw als auch zu Fuß sehr gut über die umliegenden Wohnstraßen erreichbar.
- Die Zweibrücker Innenstadt bietet ausreichend Stellplatzangebote für den motorisierten Individualverkehr. Diese werden zum einen über eine Vielzahl von Parkplätzen und zum anderen durch Parkhäuser (beispielsweise Parkhaus am Hallplatz) vorgehalten.
- Der Anschluss an das übergeordnete städtische Straßennetz erfolgt über mehrere Kreis-, Bundes- und Landesstraßen (u. a. über die L471) sowie die Autobahn A 8, welche den zentralen Bereich mit den übrigen Stadtteilen sowie dem weiteren Umland anbinden.
- Ein direkter Anschluss des zentralen Bereiches an den lokalen ÖPNV ist durch den Bahnhof gegeben, der den Bereich u. a. an diverse Buslinien anbindet.

Versorgungsfunktion des zentralen Bereiches

- Quantitativ neben dem Ergänzungsstandort Wilkstraße sowie dem Sonderstandort Fashion Outlet Zweibrücken ist der zentrale Bereich Hauptgeschäftszentrum der bedeutendste **Versorgungsbereich** der Stadt Zweibrücken; aus siedlungsräumlicher, städte-

³⁶ Der Markt befand sich zum Zeitpunkt der Erhebung bereits im Bau und wurde als Bestand berücksichtigt. Mittlerweile wurde der Markt eröffnet.

³⁷ Die Datengrundlage der erhobenen Leerstände wurde durch die Stadt Zweibrücken überprüft. Es handelt sich dabei um leerstehende Betriebseinheiten, die einer möglichen einzelhandelsrelevanten Nutzung zugeführt werden könnten.

baulicher und nutzungsstruktureller Sicht der wichtigste Einzelhandels- und Angebotsstandort im Stadtgebiet.

Der Bereich übernimmt weiterhin die Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet sowie in Teilen für den Verflechtungsbereich der Umlandregion.

6.4.2 Zentraler Bereich Hilgard Center

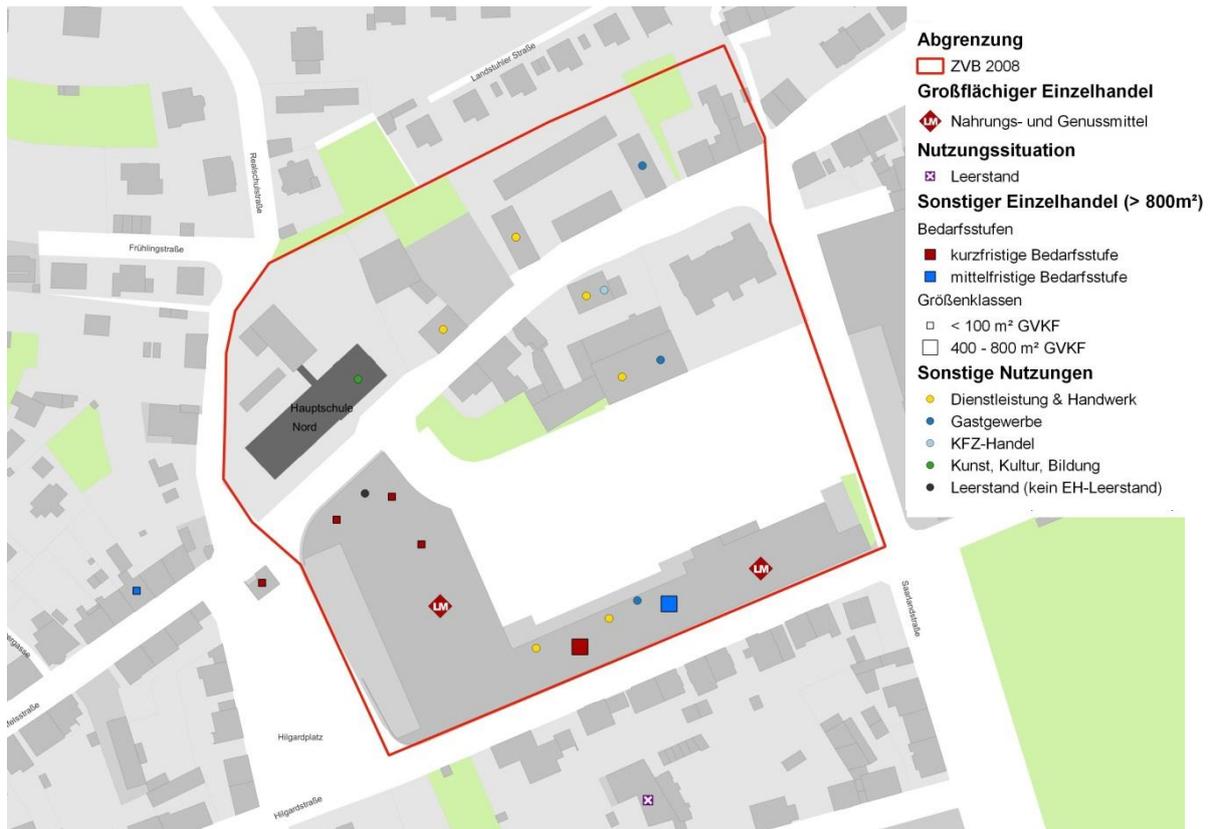
Der zentrale Bereich Nahversorgungszentrum Hilgard Center im Stadtteil Kernstadt Zweibrücken befindet sich rd. 600 m (Luftlinie) nördlich der Innenstadt. Der Anfang 2000 entwickelte Bereich erstreckt sich im Wesentlichen auf einer Länge von rd. 200 m zwischen der Hofenfelstraße und der Hilgardstraße. Im Rahmen der Erstellung des „alten“ Zweibrücker Einzelhandelskonzeptes wurde die planerische Entwicklung berücksichtigt und gutachterlich beurteilt. Nach dem Beschluss des Einzelhandelskonzeptes 2008 erfolgte der finale bauliche Ausbau des Standortes.

In dem gesamten Bereich ist eine **Angebotsmischung** bestehend aus Einzelhandel, Dienstleistung und Wohnen festzustellen, wobei die Einzelhandelsnutzung deutlich von den strukturprägenden Lebensmittelmärkten dominiert wird. Der restliche Einzelhandel ist überwiegend nahversorgungsorientiert und wird durch einen Textildiscounter ergänzt.

Durch die vergleichsweise **hohe Nutzungsdichte** aus Dienstleistern (u. a. Praxis für Physiotherapie, Frisöre, Wellness- und Gastronomieangebote) und Händlern ist ein klarer Zentrencharakter ablesbar. Zudem sind die vorhandenen Anbieter sehr gut in die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche integriert und können daher im fußläufigen Bereich viele Einwohner in der Zweibrücker Kernstadt erreichen. Neben Angeboten aus den genannten Bereichen sind auch kulturelle Angebote, wie die Jugendbücherei der Stadt Zweibrücken, in dem Bereich lokalisiert. Zudem ist geplant den Bereich in den nächsten Jahren weiter städtebaulich aufzuwerten. Unter anderem soll die ehemalige Hauptschule Nord umgestaltet und durch weitere kulturelle Angebote ergänzt werden.

Aktuell stellt sich das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot im zentralen Bereich räumlich betrachtet wie folgt dar:

Karte 9: Zentraler Bereich Hilgard Center



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018; Abgrenzung gemäß EHK 2008

Lage und Struktur des zentralen Bereiches

- Lage **innerhalb** des Siedlungskerns des Zweibrücker **Stadtteils Zweibrücken** (rd. 14.800 Einwohner).
- **Kompakte** Angebotsstruktur, die sich überwiegend auf der Hofenfelstraße orientiert. Es handelt sich dabei überwiegend um strukturprägende Lebensmittelbetriebe.

Tabelle 12: Angebotssituation im zentralen Bereich Hilgard Center

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an Gesamtverkaufs- fläche
Nahrungs- und Genussmittel	3.360	3	18 %
Blumen (Indoor)/Zoo	110	-	4 %
Gesundheit und Körperpflege	880	2	29 %
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	130	1	9 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	4.480	6	17 %
Bekleidung	570	1	3 %
Schuhe/Lederwaren	< 100	-	< 1 %
GPK/Haushaltswaren	210	-	6 %
Spielwaren/Hobbyartikel	< 100	-	6 %
Sport und Freizeit	< 100	-	< 1 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	850	1	3 %
Wohneinrichtung	< 100	-	1 %
Möbel	-	-	-
Elektro/Leuchten	< 100	-	< 1 %
Elektronik/Multimedia	< 100	-	2 %
medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren/Schmuck	-	-	-
Baummarktsortimente	< 100	-	< 1 %
Gartenmarktsortimente	< 100	-	< 1 %
überwiegend langfristiger Bedarf	140	-	< 1 %
Sonstiges	< 100	-	9 %
Gesamt	5.510	7	5 %

Quelle: eigene Berechnungen (Abweichungen durch Rundungen möglich); PBS = Papier / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher; GPK = Glas / Porzellan / Keramik

Nutzungsprofil

- Die Gesamtverkaufsfläche von rd. **5.500 m²** verteilt sich auf insgesamt **7 Einzelhandelsbetriebe**.
- Der Einzelhandelsbesatz setzt sich überwiegend aus nahversorgungsrelevanten Angeboten zusammen. Mit einem Edeka- und Aldi-Markt sind zwei größere Magnetbetriebe im zentralen Bereich vorhanden.
- Zahlreiche Dienstleistungs- und Kulturangebote (u. a. Praxis für Physiotherapie, Frisöre, Jugendbücherei, Wellness- und Gastronomieangebote) in dem Bereich runden das Angebot an.

Erreichbarkeit des zentralen Bereiches

- Durch die **zentrale Lage** in der Kernstadt ist der zentrale Bereich sowohl mit dem Pkw als auch zu Fuß sehr gut über die umliegenden Wohnstraßen erreichbar.
- Der Anschluss an das **übergeordnete städtische Straßennetz** erfolgt über Hofenfelsstraße, welche den zentralen Bereich mit der Innenstadt sowie dem weiteren Umland anbinden.
- **Stellplatzangebote** für den motorisierten Individualverkehr werden zum einen straßenbegleitend entlang der angrenzenden Wohn- und Erschließungsstraßen angeboten und zum anderen sind weitere Parkplätze im Kern des Bereiches auf den Parkplätzen der größeren Lebensmittelbetriebe vorhanden.
- Ein **direkter Anschluss** des zentralen Bereiches an den lokalen ÖPNV ist durch die eine Bushaltestelle gegeben, die den Bereich u. a. an die Zweibrücker Innenstadt anbindet.

Versorgungsfunktion des zentralen Bereiches

- Das Hilgard Center ist aufgrund seines Angebotsumfangs und seiner Angebotstiefe dem zentralen Bereich Innenstadt zwar insgesamt unterzuordnen, kann jedoch durch die Lebensmittelmärkte eine über dem Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion für die Zweibrücker Kernstadt übernehmen. Mit den weiteren Angeboten in dem Bereich besteht ein gutes Angebot zur Versorgung der Bevölkerung. Die Nähe zur Innenstadt löst insgesamt gesehen auch positive Synergieeffekte durch einen Kopplungseinkauf mit anderen innerstädtischen Sortimenten aus.
- Die ansässigen Lebensmittelbetriebe können die **Nahversorgungsfunktion** für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche erfüllen.
- **Insgesamt** könnte der Standortbereich des Hilgard Centers aus gutachterlicher Sicht nach wie vor aufgrund seiner Angebotsausstattung als zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum eingeordnet werden. Im Rahmen eines fachlichen Austausches bzw. einer Vorprüfung der Entwurfsfassung des Einzelhandelskonzeptes durch die Struktur- und Genehmigungsdirektion (SGD) Süd kommt die Behörde jedoch zu der Einschätzung, dass es sich bei dem zentralen Bereich nicht um einen zentralen Versorgungsbe- reich im Sinne des BauGBs bzw. der BauNVO handelt. In Abstimmung mit der Stadt Zweibrücken soll die Einschätzung der SGD zu dem Bereich im Rahmen des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes umgesetzt werden. In der Folge wird der Bereich zukünftig nicht als zentraler Versorgungsbereich eingeordnet. Bei dem Standortbereich handelt es sich somit um einen Bestandsstandort mit Entwicklung.

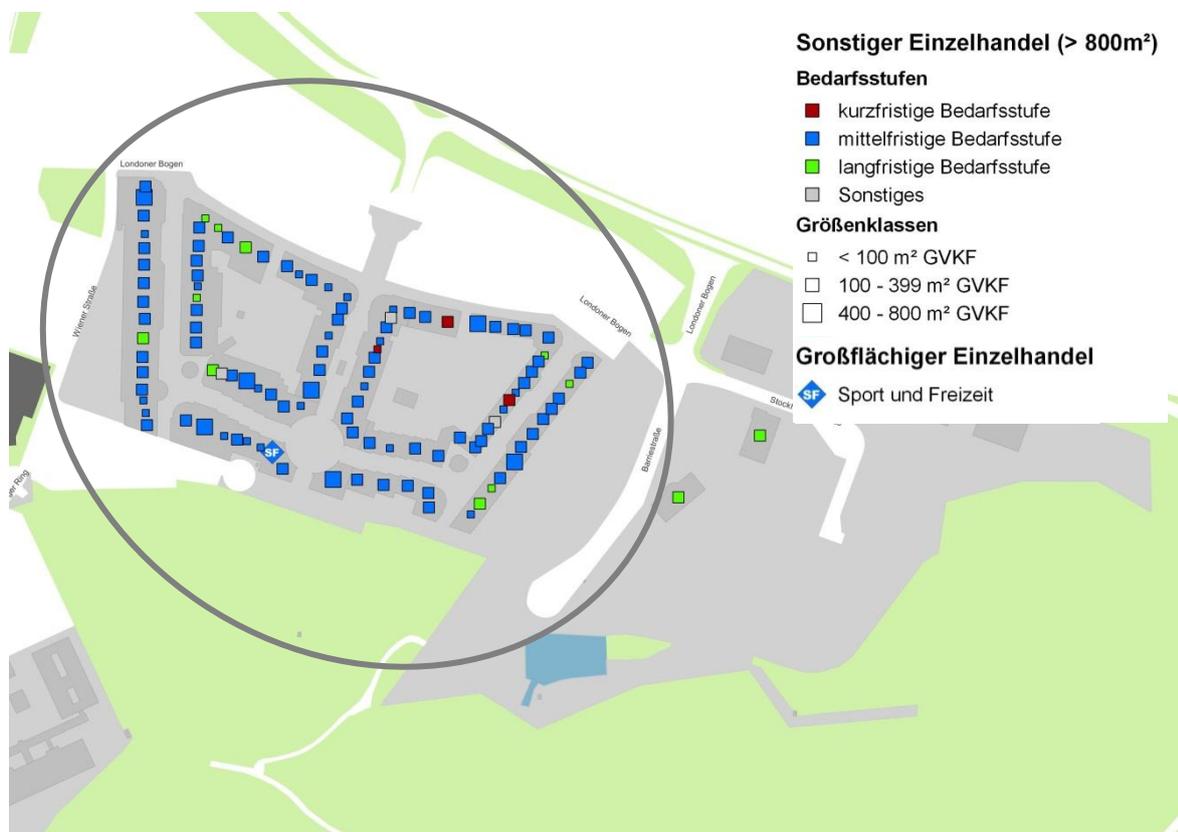
6.4.3 Sonderstandort Fashion Outlet Zweibrücken

Das Fashion Outlet Zweibrücken (FOC) befindet sich im Zweibrücker Stadtteil Rimschweiler und liegt rd. 4 km (Luftlinie) östlich von der Zweibrücker Innenstadt entfernt. Der Bereich erstreckt sich im Wesentlichen auf einer Länge von rd. 450 m entlang der L480. Die Gesamtverkaufsfläche von rd. 20.400 m² verteilt sich auf insgesamt 111 Einzelhandelsbetriebe.

Der größte einzelne Betrieb innerhalb des FOC ist hier mit rd. 900 m² Verkaufsfläche der Sportanbieter „Nike“. Als Outlet offeriert Waren aus Teilen des Markenartikel-Sortiments eines Herstellers unterhalb der üblichen Preise für diese Waren im Facheinzelhandel³⁸. Es besteht darüber hinaus ein besonderes sortimentspezifisches Marken- und Designerangebot in dem FOC.

Aktuell stellt sich das Einzelhandelsangebot räumlich betrachtet wie folgt dar:

Karte 10: Fashion Outlet Zweibrücken (FOC)



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Daten wurden für das Fashion Outlet Zweibrücken durch die Stadt Zweibrücken zur Verfügung gestellt (Stand: 2018)

Das Outlet Center existiert seit 2001 an dem Standort in der Stadt Zweibrücken. Seit dem letzten Einzelhandelskonzept wurde die Gesamtverkaufsfläche um rd. 5.000 m² Verkaufsfläche erweitert und es fand ein Betreiberwechsel statt. Das Center verfügt über einen Angebotsmix aus typischen „FOC-Sortimenten“ und ist auch in Bezug auf die Markenvielfalt mit

³⁸ Definition der im FOC zulässigen Waren siehe Glossar im Anhang dieses Konzeptes.

zahlreichen bekannten und internationalen Marken sehr gut ausgestattet. Entsprechend hat das Center ein großräumiges Einzugsgebiet und lockt auch weiterhin zahlreiche Kunden und Besucher aus dem benachbarten Ausland – insbesondere aus Frankreich – zu sich.

Tabelle 13: Angebotssituation im Factory Outlet Center Zweibrücken

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an Gesamtverkaufs- fläche
Nahrungs- und Genussmittel	170	1	< 1 %
Blumen (Indoor)/Zoo	-	-	-
Gesundheit und Körperpflege	200	2	7 %
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	-	-	-
überwiegend kurzfristiger Bedarf	370	3	1 %
Bekleidung	13.490	67	69 %
Schuhe/Lederwaren	1.460	11	31 %
GPK/Haushaltswaren	560	4	17 %
Spielwaren/Hobbyartikel	-	-	-
Sport und Freizeit	3.130	13	77 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	18.640	95	57 %
Wohneinrichtung	480	3	8 %
Möbel	-	-	-
Elektro/Leuchten	-	-	-
Elektronik/Multimedia	-	-	-
medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren/Schmuck	560	7	53 %
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-	-
überwiegend langfristiger Bedarf	1.040	10	2 %
Sonstiges	380	3	83 %
Gesamt	20.430	111	18 %

Quelle: primärstatistische Daten wurden für das Fashion Outlet Zweibrücken durch die Stadt Zweibrücken zur Verfügung gestellt (Stand: 2018), eigene Berechnungen (Abweichungen durch Rundungen möglich); PBS = Papier / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher; GPK = Glas / Porzellan / Keramik

Das Fashion Outlet besitzt weiterhin eine überwiegend monostrukturierte Nutzungsstruktur, neben den Einzelhandelsbetrieben ergänzen nur einige wenige gastronomische Einheiten das Angebot des Standortes. Das Fashion Outlet liegt verkehrsgünstig sehr gut erschlossen in der Nähe der Autobahnausfahrt der A 8 und besitzt ein umfassendes kostenfreies Stellplatzangebot in direkter Nähe zu den hier angesiedelten Shops. Vor diesem Hintergrund ist das FOC weiterhin als **PKW-kundenorientierter Angebotsstandort** zu charakterisieren.

Die spezielle Angebotsstruktur des Fashion Outlets zeichnet den Standort als eigenständigen, vom restlichen Einzelhandelsangebot der Stadt klar abzugrenzenden Einzelhandels-

standort aus, dessen Angebote trotz sortimentspezifischer Überschneidungen nicht als (wesentliche) Konkurrenz zum innerstädtischem Hauptgeschäftszentrum zu bewerten sind. Das Fashion Outlet stellt vielmehr einen Sonderstandort dar, der eine (über-)regionale Ausstrahlung entfaltet.

Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die Planungshoheit über die Entwicklung an dem Standort bei dem Zweckverband Entwicklungsgebiet Flugplatz (ZEF) liegt. Die Entscheidungs- und Steuerungsmöglichkeiten seitens der Stadt Zweibrücken sind weiterhin deutlich begrenzt.

6.4.4 Sonderstandort Umfeld DOZ

Der im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 definierte Sonderstandort Umfeld DOZ grenzt direkt an das Fashion Outlet Zweibrücken (vormals: DOZ) an und wurde als Standort zur Ansiedlung von großflächigen nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel ausgewiesen. Innerhalb des Standortes befindet sich lediglich ein kleiner Betrieb aus dem Bereich der Gartenmarktartikel. Seit 2008 fand somit keine Entwicklung durch den Zweckverband Entwicklungsgebiet Flugplatz (ZEF) statt. Gemäß dem aktuellen gültigen Bebauungsplan „Umfeld DOZ – 1. Änderung“ ist die Fläche, die der Standort umfasst als Parkplatzfläche für das Fashion Outlet Zweibrücken ausgewiesen.

Karte 11: Angebotssituation Sonderstandort Umfeld DOZ



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018; Abgrenzung gemäß EHK 2008

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage ist der Standort nach wie vor als PKW-kundenorientierter Angebotsstandort zu klassifizieren, jedoch ist aufgrund des gültigen Bebauungsplanes „Umfeld DOZ – 1. Änderung“ eine Weiterentwicklung nicht umsetzbar. Aus diesem Grund wird auf eine konzeptionelle Ausweisung innerhalb des „neuen“ Zweibrücker Einzelhandelskonzeptes als potentieller Standort für großflächige nicht-innenstadtrelevante Betriebe verzichtet.

6.4.5 Ergänzungsstandort Wilkstraße

Der Ergänzungsstandort Wilkstraße befindet sich in städtebaulich nicht integrierter Lage im westlichen Siedlungsbereich der Zweibrücker Kernstadt und ist rd. 1,3 km (Luftlinie) von dem zentralen Bereich Innenstadt entfernt. Der Bereich erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Autobahn A 8 und versorgt als Ergänzungsstandort des großflächigen Einzelhandels die gesamte Stadt und den landesplanerisch zugewiesenen Verflechtungsbereich mit überwiegend nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten. Durch seine derzeitige Angebotsstruktur und Ausstattung erreicht er dabei eine überregionale Strahlkraft, die bis ins benachbarte Ausland (Frankreich und Luxemburg) reicht.

Durch seine verkehrsgünstige Lage an der Autobahn A 8 weist der Ergänzungsstandort eine stark **autokundenorientierte Angebotsstruktur** auf. Es befinden sich zahlreiche Stellplatzflächen auf den Grundstücken der Anbieter an diesem Standort. Der Standort beherbergt neben Betrieben des produzierenden Gewerbes und Handwerksbetrieben auch einige Einzelhandelsbetriebe (13) und ist gemessen an der Verkaufsfläche derzeit der **größte Einzelhandelsstandort** im Zweibrücker Stadtgebiet. Auf die dort lokalisierten Betriebe (u. a. Möbel Martin, Globus Bau- und Getränkemarkt) entfallen rd. 45.300 m² Verkaufsfläche. Im Vergleich zur Zweibrücker Innenstadt (rd. 14.000 m²) ist der Standort in Bezug auf seine Verkaufsfläche somit deutlich größer.

Tabelle 14: Angebotssituation im Ergänzungsstandort Wilkstraße

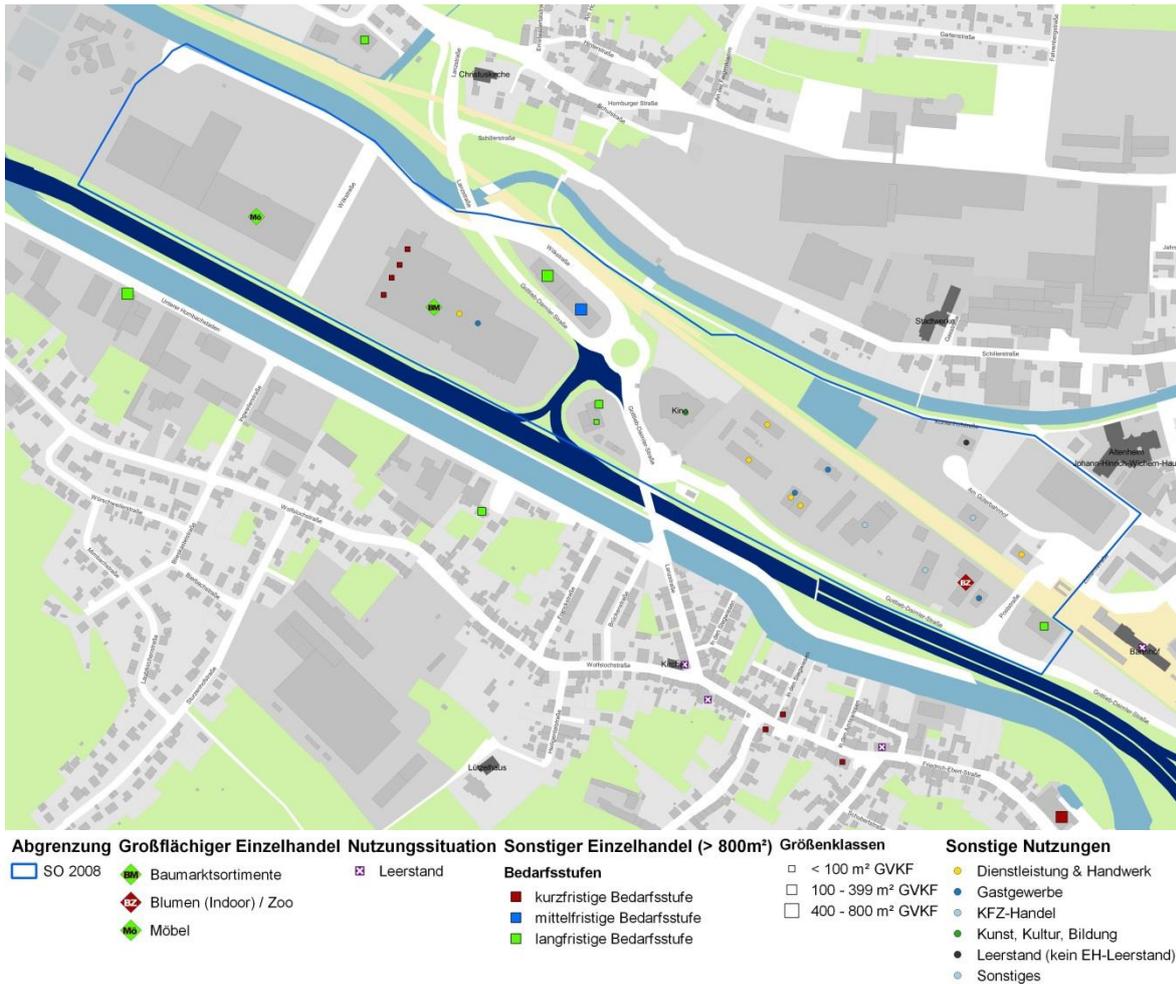
Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an Gesamtverkaufs- fläche
Nahrungs- und Genussmittel	1.070	4	6 %
Blumen (Indoor)/Zoo	1.740	1	55 %
Gesundheit und Körperpflege	-	-	-
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	100	-	7 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.910	5	11 %
Bekleidung	100	-	< 1 %
Schuhe/Lederwaren	620	1	13 %
GPK/Haushaltswaren	1.360	-	41 %
Spielwaren/Hobbyartikel	100	-	12 %
Sport und Freizeit	130	-	3 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.310	1	7 %
Wohneinrichtung	4.000	2	70 %
Möbel	20.630	1	91 %
Elektro/Leuchten	1.800	-	79 %
Elektronik/Multimedia	-	-	-
medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren/Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	9.970	3	74 %
Gartenmarktsortimente	3.680	1	58 %
überwiegend langfristiger Bedarf	40.080	7	74 %
Sonstiges	-	-	-
Gesamt	45.300	13	40 %

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Zweibrücken Juni / Juli 2018, eigene Berechnungen (Abweichungen durch Rundungen möglich); PBS = Papier / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher; GPK = Glas / Porzellan / Keramik

Neben typischen nicht-innenstadtrelevanten Warengruppen, wie beispielsweise Baumarktartikel und Möbelartikel, weist dieser Ergänzungsstandort einen nennenswerten Anteil an innenstadtrelevanten Sortimenten auf. Insbesondere durch die sehr großformatigen Anbieter Möbel Martin und Globus Bau- und Gartenmarkt finden sich an diesem Standort größere Verkaufsflächenanteile in typischen innenstadtrelevanten Randsortimenten. Insgesamt besitzt der Ergänzungsstandort aufgrund seiner Konzentration auf die Warengruppe Möbel, insbesondere durch den Möbelmarkt Martin, und seinem diversen Angebot aus fast allen Bedarfsstufen eine überregionale Anziehungskraft.

Aktuell stellt sich das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot räumlich betrachtet wie folgt dar:

Karte 12: Ergänzungsstandort Wilkstraße



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018; Abgrenzung gemäß EHK 2008

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage ist die Standortagglomeration nach wie vor als PKW-kundenorientierter Angebotsstandort zu klassifizieren. Insbesondere in Bezug auf die Angebote des langfristigen Bedarfs kommt dem Standort weiterhin eine gesamtstädtische und zum Teil – insbesondere im Bereich der Möbelsortimente – eine überregionale Versorgungsfunktion zu. Das hier lokalisierte Angebot des Lebensmitteleinzelhandels trägt – insbesondere aufgrund der städtebaulich nicht integrierten Lage sowie der fehlenden Mantelbevölkerung im Einzugsbereich – nicht zu einer Stärkung der fußläufigen Nahversorgung bei.

6.5 Wohnungsnahe Grundversorgung in Zweibrücken

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, nimmt die Nahversorgung ein. Unter Nahversorgung beziehungsweise wohnungsnaher Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des **kurzfristigen (täglichen) Bedarfs** verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden³⁹.

In der Praxis wird als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere das Angebot in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung ist darüber hinaus auch die Analyse der strukturellen (Betriebsformenmix) und räumlichen (Erreichbarkeit) Aspekte unerlässlich.

Quantitative Angebotsausstattung

Eine rein quantitative Einordnung geschieht über die Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (vgl. dazu Tabelle 15).

Das einzelhandelsrelevante Verkaufsflächenangebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in der Stadt Zweibrücken beläuft sich gesamtstädtisch auf rd. **18.500 m²**, was einem Anteil von rd. **16 %** an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht. Dabei verteilt sich die warengruppenspezifische Verkaufsfläche auf insgesamt **76 Einzelhandelsbetriebe**, die im Kernsortiment über ein Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel verfügen. Unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Einwohnerzahl (rd. 36.000 Einwohner) errechnet sich eine Verkaufsflächenausstattung von **0,51 m²/ Einwohner**, die über der bundesdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung von aktuell rd. 0,40 m²/ Einwohner liegt.

Auch im Vergleich mit dem einwohnerspezifischen Durchschnittswert aller Städte mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank (0,44 m²/Einwohner) ist die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Zweibrücken in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel als leicht überdurchschnittlich zu bewerten.

Grundsätzlich ist aus **quantitativer Sicht zur Verkaufsflächenausstattung der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel** in den Zweibrücker Stadtteilen folgendes festzuhalten:

- Die höchste Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner im Zweibrücker Stadtgebiet erreichen die Zweibrücker Kernstadt und der Stadtteil Ixheim. Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel liegt die Verkaufsflächenausstattung hier bei 0,59 bzw. 0,65 m² Verkaufsfläche pro Einwohner. Dies liegt nicht zuletzt an zahlreichen großflächigen Lebensmittelanbietern an dem städtebaulich nicht integrierten Standort Etzelweg.
- Auch die Stadtteile Bubenhausen-Ernstweiler und Niederauerbach sind aufgrund der Ansässigkeit von strukturprägenden Anbietern vergleichsweise gut versorgt. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass zum Teil die benachbarten und deutlich kleineren Stadtteile, wie beispielsweise Wattweiler, die über kein Lebensmittelangebot verfügen, auf diese Angebote zur Nahversorgung angewiesen sind.

³⁹ vgl. hierzu Definition der Nahversorgung in Kapitel 4.1

- Es fällt auf, dass die übrigen Stadtteile alle deutlich unter dem Durchschnitt von rd. 0,40 m² / Einwohner liegen. Dies spiegelt eine deutliche Konzentration des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels auf einzelne Standorte wider. Im Umkehrschluss verfügen zahlreiche Stadtteile über derzeit kein (u. a. Mörsbach) oder nur über ein sehr geringes Angebot (z. B. Oberauerbach).

Tabelle 15: Wohnungsnahe Grundversorgung in den Stadtteilen (gerundete Werte)

Stadtteil	Anzahl der Lebensmittelbetriebe (absolut)	Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel (in m ²)	Einwohnerzahl	Verkaufsfläche pro Einwohner (in m ²)
Kernstadt Zweibrücken	43	8.700	14.809	0,59
Bubenhausen-Ernstweiler	10	2.800	5.446	0,52
Ixheim	12	3.900	5.900	0,65
Mittelbach (inkl. Hengstbach)	-	-	1.587	-
Mörsbach	-	-	1.043	-
Niederauerbach	7	2.900	4.082	0,71
Oberauerbach	1	< 50	1.283	0,02
Rimschweiler	3	200	1.768	0,12
Wattweiler	-	-	797	-
Gesamt	76	18.540	36.441	0,51

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Zweibrücken Juni / Juli 2018, eigene Darstellung

Bei einer Betrachtung der Kennzahlen in den Stadtteilen wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung große Unterschiede gibt. Bei einer gesamtstädtischen Betrachtung sind abseits der Kernstadt einige räumliche Angebotslücken erkennbar. Allerdings fällt auf, dass viele dieser Ortsteile über eine zu geringe ökonomische Komponente in Form eines geringen Einwohnerpotentials verfügen, um wirtschaftlich tragfähige Versorgungsangebote anzusiedeln. Abseits der Kernstadt bieten derzeit nur die Stadtteile Bubenhausen-Ernstweiler, Ixheim und Niederauerbach dafür ein ausreichendes Einwohnerpotential.

Qualitative Angebotsausstattung

Im Hinblick auf die Bewertung qualitativer Aspekte der Grundversorgung werden folgende strukturprägende Betriebstypen mit einem Kernsortiment in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel unterschieden, die jedoch nicht alle in Zweibrücken vertreten sind:

Tabelle 16: Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel

Be-griff/Betriebsform	Erläuterung
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, Niedrigpreispolitik, z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Heutige Marktzutrittsgröße in der Regel 800-1.000 m ² Verkaufsfläche.
Supermarkt 400-1.499 m ² VKF	Selbstbedienung, Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m ² , Lebensmittel einschließlich Frischwaren, i. d. Regel Bedienungstheken, Non-Food-Anteil nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche. Derzeit übliche Größenordnung: 1.200 - 1.500 m ² Verkaufsfläche.
Verbrauchermarkt 1.500-4.999 m ² VKF	Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche mind. 1.500 m ² , Selbstbedienung, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.
SB-Warenhaus ab 5.000 m ² VKF	Einzelhandelsgroßbetrieb, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mind. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, Non-Food-Anteil bis zu 40 % der Verkaufsfläche, Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. real, Kaufland).

Quelle: eigene Zusammenstellung

Darüber hinaus ergänzen Lebensmittel-SB-Läden / -märkte (kleine Selbstbedienungs-Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Gesamtverkaufsfläche) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Fleischereien) das Grundversorgungsangebot einer Stadt. Insbesondere in Siedlungsbereichen mit einer geringen Mantelbevölkerung können diese kleinflächigen Angebotsbausteine einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten.

Der **aktuelle Betriebsformenmix** der Stadt Zweibrücken in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel stellt sich wie folgt dar:

- ein Verbrauchermarkt (Edeka)
- vier Supermärkte (Rewe, Edeka, CAP und Wasgau) sowie
- neun Lebensmitteldiscounter (Netto Marken-Discount (3x), Penny, Lidl (2x), Aldi Süd (3x))

Darüber hinaus gibt es zwei großflächige Getränkemärkte in der Stadt. Damit sind im gesamten Zweibrücker Stadtgebiet im Hinblick auf die Stadtgröße ein umfangreiches Verkaufsflächenangebot und auch ein Betriebsformenmix verfügbar, welches die Bedürfnisse der Zweibrücker Bevölkerung weitestgehend decken. Das Verhältnis zwischen discount- und vollsortimentorientierten Lebensmittelmärkten zeigt, dass das Angebot im Bereich der Discounter überwiegt und es lediglich fünf Vollsortimenter im gesamten Stadtgebiet gibt.

Räumliche Angebotsausstattung

Zur räumlichen Bewertung des Einzelhandelsangebotes in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel wird im Wesentlichen auf die **fußläufige Erreichbarkeit der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe** abgestellt. Einen guten Überblick über die **räumliche Versorgung**

gewinnt man, wenn man für alle **strukturprägenden Lebensmittelanbieter**⁴⁰ das fußläufige Einzugsgebiet (maximal fußläufig zurückgelegte Entfernung zwischen Wohn- und Angebotsstandort) ermittelt und die diversen Einzugsgebiete in einer Karte zusammenführt.

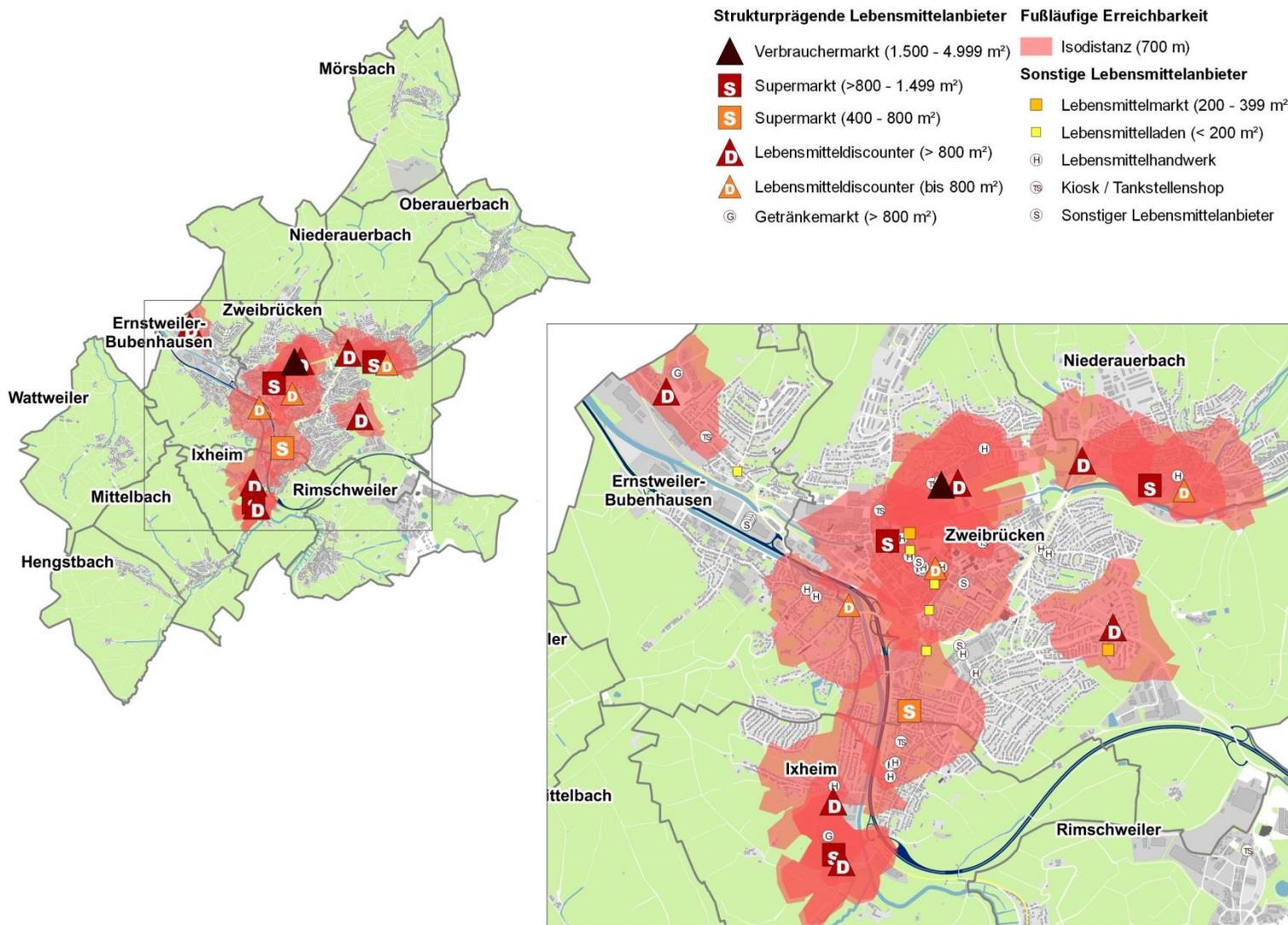
Dabei ist – aus heutiger Sicht – die Anwendung von Einzugsradien als zu ungenau zu bewerten, da tatsächliche Wegelängen unberücksichtigt bleiben und somit das fußläufige Einzugsgebiet der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe regelmäßig überschätzt wird. Aus diesem Grund werden in Karte 13 Isodistanzen zur Bewertung der fußläufigen wohnungsnahen Grundversorgung herangezogen.

Aufgrund der **topographischen** und **siedlungsräumlichen Gegebenheiten** in Zweibrücken liegt bei der nachfolgenden Darstellung die Annahme zu Grunde, dass die strukturprägenden Lebensmittelanbieter bis zu einer Entfernung von maximal **700 m zu Fuß** aufgesucht werden⁴¹. Diese Isodistanz orientiert sich an den Einschätzungen aus dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008.

⁴⁰ Zu den strukturprägenden Lebensmittelanbietern in Zweibrücken zählen insgesamt 14 Betriebe.

⁴¹ Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als von den Kunden maximal akzeptierte fußläufige Distanz ermittelt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wege-Schwelle für Fußgängerdistanzen. Dieser Radius ist allgemein anerkannt als anzusetzende Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten.

Karte 13: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Stadt Zweibrücken mit 700 m-Isodistanzen



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018

- Insgesamt verteilen sich die strukturprägenden Lebensmittelanbieter deutlich auf die Kernstadt, womit innerhalb des Kernsiedlungsbereiches eine vergleichsweise gute fußläufige Erreichbarkeit des nahversorgungsrelevanten Angebotes gegeben ist.
- **Außerhalb der Kernstadt** wird das Bild von größeren Standortagglomerationen dominiert, die sich an städtebaulich nicht integrierten Standorten (z. B. der Standort Etzelweg) befinden und einen sehr geringen Beitrag zur Nahversorgung leisten. Insbesondere der Standort Etzelweg bindet einen hohen Teil der Kaufkraft, versorgt rein räumlich betrachtet durch seine autokunden-orientierte Lage nur einen geringen Anteil der Bevölkerung in Zweibrücken
- Demgegenüber verfügen die **etwas abseits gelegenen Stadtteile**, wie beispielweise Hengstbach und Mittelbach, nicht zuletzt wegen des geringen Bevölkerungspotenzials, über keine strukturprägenden Lebensmittelanbieter. Somit sind abseits der Kernstadt einige Angebotslücken erkennbar. Lediglich die Stadtteile Ixheim, Niederauerbach und Ernstweiler-Bubenhausen haben Lebensmittelanbieter, die auch die fußläufige Nahversorgung sichern. Wobei hierzu auch teilweise kleinere Lebensmittelmärkte zählen, die über ein kleineres Angebot an Verkaufsfläche verfügen.
- Seit dem **letzten Einzelhandelskonzept** hat sich die räumliche Angebotssituation abseits der Kernstadt nicht relevant verändert. Innerhalb der Kernstadt hat sich durch den vollständigen Ausbau des Lebensmittelstandortes am Hilgard Center sowie die Ansiedlung des Lebensmitteldiscounters Netto Marken-Discount in der Zweibrücker Innenstadt als auch am Standort Quebecstraße die Situation durch die zentrale bzw. städtebaulich integrierte Lage der beiden Betriebe quantitativ und räumlich verbessert.
- In Bezug auf die **räumliche Verteilung** der Verkaufsflächen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zeigt sich, dass nur rd. die Hälfte der Verkaufsfläche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt ist (v. a. in den beiden zentralen Bereichen). Die andere Hälfte der Verkaufsfläche dieser Warengruppe befindet sich in nicht integrierten Lagen (v. a. am Ergänzungsstandort Wilkstraße bzw. am Gewerbegebiets Standort Etzelweg). In Bezug auf die wohnortnahe Versorgung zeigt sich weiterhin, dass ein räumlicher Optimierungsbedarf in der Stadt Zweibrücken besteht.

Fazit

Bei der Bewertung der räumlichen und qualitativen Versorgungssituation mit nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben in Zweibrücken sind, insbesondere vor dem Hintergrund **einer leicht überdurchschnittlichen quantitativen Verkaufsflächenausstattung**, auch übergeordnete stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen zu berücksichtigen.

Grundsätzlich ist weiterhin eine **qualitative Verbesserung** des Angebotes und die Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit der bestehenden Standorte sowie gegebenenfalls eine maßvoll dimensionierte, räumlich gezielte Verbesserung der Nahversorgungssituation durch Angebotsarrondierungen anzustreben.

6.6 Umsätze und Zentralität des Zweibrücker Einzelhandels

Ein weiterer wichtiger Ansatzpunkt zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels ist der generierte Umsatz der ortsansässigen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Stadtgebietes zusammensetzt. Im Verhältnis zur lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ergibt sich hierdurch die Zentralität. Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d. h. sortimentspezifische Umsätze je m² Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der lokalen Einzelhandelssituation modifiziert werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand der Stadt Zweibrücken ergeben sich für die einzelnen Warengruppen folgende Umsätze (vgl. Tabelle 17). Insgesamt setzt der Zweibrücker Einzelhandel demnach rd. **390 Millionen Euro** um.

Die **Ausstrahlungskraft** des Zweibrücker Einzelhandels wird durch die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer abgebildet. Diese wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und vorhandenem Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial) berechnet. Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf eine Leistungsstärke bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Strukturschwächen des Einzelhandels hinweisen können.

Betrachtet man den generierten **Umsatz** des Zweibrücker Einzelhandels, zeigt sich für ein Mittelzentrum in der Größenordnung ein vergleichsweise untypisches Bild. Der Schwerpunkt des Umsatzes liegt in der Warengruppe Bekleidung mit rd. 100 Mio. Euro und wird erst dann gefolgt von der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 92 Mio. Euro. Aufgrund des starken Verkaufsflächenschwerpunktes in der Warengruppe Bekleidung durch das umsatzstarke Fashion Outlet wird hier ein für ein Mittelzentrum vergleichsweise hoher Umsatz in dieser Warengruppe erzielt. Auch in den anderen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereiches ergeben sich bedingt durch das Fashion Outlet hohe Zentralitäten, die eine Stadtgröße wie Zweibrücken deutlich übersteigen.

Eine **Gegenüberstellung** des ermittelten Gesamtumsatzes von 390 Mio. Euro mit dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von rd. 205 Mio. Euro, das auf Ermittlung der IFH Retail Consultants, Köln basiert, ergibt eine **Zentralitätskennziffer von 1,95** über alle Warengruppen. Das bedeutet für den Zweibrücker Einzelhandel, dass dieser das Kaufkraftpotenzial der Gemeinde gänzlich am Standort binden kann und ein Teil der Kaufkraft im regionalen Umfeld der Stadt zufließt. Aufgrund des FOCs fließt hierbei auch ein nicht unerheblicher Anteil dieser Kaufkraft aus dem überregionalen Einzugsgebiet (auch aus dem Ausland) zu. Auch wenn man das Fashion Outlet Zweibrücken aus der Betrachtung (konkret seinen Umsatz an diesem Standort) ausklammert, verfügt die Stadt Zweibrücken über Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland.

Tabelle 17: Einzelhandelsspezifische Zentralität in Zweibrücken differenziert nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufs- fläche (in m ²)	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität	Zentralität ohne FOC
Nahrungs- und Genussmittel	18.550	92,2	83,5	1,10	1,09
Blumen (Indoor)/Zoo	3.150	5,7	4,1	1,40	1,40
Gesundheit und Körperpflege	3.000	22,2	13,5	1,65	1,52
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	1.450	6,9	6,2	1,11	1,11
überwiegend kurzfristiger Bedarf	26.150	127,1	107,3	1,18	1,15
Bekleidung	19.700	100,2	19,0	5,28	0,77
Schuhe/Lederwaren	4.700	21,9	5,1	4,27	2,05
GPK/Haushaltswaren	3.350	9,8	2,5	4,00	2,94
Spielwaren/Hobbyartikel	850	2,4	4,8	0,51	0,51
Sport und Freizeit	4.100	25,7	4,0	6,45	0,64
überwiegend mittelfristiger Bedarf	32.700	160,1	35,3	4,53	1,06
Wohneinrichtung	5.750	13,8	4,4	3,13	2,74
Möbel	22.600	37,3	11,1	3,36	3,36
Elektro/Leuchten	2.300	9,4	6,2	1,52	1,52
Elektronik/Multimedia	1.100	6,9	14,1	0,49	0,49
medizinische und orthopädische Artikel	1.300	11,0	2,8	3,98	3,98
Uhren/Schmuck	1.050	11,3	2,6	4,29	1,72
Baummarktsortimente	13.450	20,0	17,8	1,12	1,12
Gartenmarktsortimente	6.400	4,8	3,1	1,56	1,56
überwiegend langfristiger Bedarf	53.900	114,4	62,0	1,85	1,71
Gesamt	113.200	394,1	205,8	1,95	1,30

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Zweibrücken Juni / Juli 2018, eigene Berechnungen
(Abweichungen durch Rundungen möglich) PBS = Papier / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher; GPK =
Glas / Porzellan / Keramik

Betrachtet man die unterschiedlichen Bedarfsstufen und Sortimente etwas näher, ist ein deutlicher Schwerpunkt im langfristigen Bedarf erkennbar. Mit Blick auf die Tabelle 17 lässt sich folgendes ableiten:

- Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** liegt die Zentralitätskennziffer bei 1,18 und bedeutet, dass die Stadt Zweibrücken die Grund- und Nahversorgung für die Bevölkerung bereitstellen und die vorhandene lokale Kaufkraft derzeit vollständig binden kann. Differenziert nach Warengruppen deutet die Zentralitätskennziffer für die Nahrungs- und Genussmittel mit 1,1 auf eine leicht überdurchschnittliche Ausstrahlungskraft hin. In den übrigen Warengruppen dieser Bedarfsstufe sind ebenfalls überwiegend leicht überdurchschnittliche Zentralitäten festzustellen. Über den gesamten Bedarfsbereich kann die Stadt Zweibrücken die Grundversorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln als auch mit anderen typi-

schen Versorgungsgütern, wie beispielsweise Gesundheits- und Körperpflegeartikel, grundsätzlich komplett decken.

- In der Warengruppe des **mittelfristigen Bedarfsbereichs** ist eine Zentralitätskennziffer von 4,53 festzustellen. Somit verzeichnet der Zweibrücker Einzelhandel in diesem Bereich saldiert betrachtet Kaufkraftgewinne. Die stärkste Warengruppe in diesem Bedarfsbereich ist die Warengruppe Sport und Freizeit, die mit einer Zentralitätskennziffer von 6,45 gleichzeitig auch zu den höchsten warenspezifischen Zentralitäten gehört. Somit ist das Angebot in dieser Warengruppe besonders attraktiv und generiert einen sehr starken Kaufkraftzufluss. Auch die Warengruppen der Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und GPK / Haushaltswaren haben eine vergleichsweise überdurchschnittliche Zentralität. Insgesamt weisen fast alle Warengruppen dieser Bedarfsstufe hohe Zentralitäten auf und können das vorhandene Kaufkraftpotenzial zum größten Teil vollständig binden. Alle diese genannten Warengruppen sind ein zentraler Angebotsbaustein des Zweibrücker Fashion Outlets, der einen hohen Zuwachs des Umsatzes in der Stadt Zweibrücken ausmacht.
- Die Waren des **langfristigen Bedarfsbereichs** erzielen eine Zentralität von 1,85. Wobei hier insbesondere die Warengruppen Uhren / Schmuck, medizinische und orthopädische Artikel und Möbel aufgrund des spezialisierten Facheinzelhandelsangebotes und der Verkaufsflächenausstattung hohe Zentralitäten und damit auch hohe Kaufkraftzuflüsse generieren. Insbesondere der Bereich der Möbelsortimente generiert durch den regional bedeutsamen Anbieter Möbelmarkt Martin in Zweibrücken eine hohe Kaufkraftbindung.
- Gegenüber dem „alten“ **Einzelhandelskonzept** ist ein deutlicher Gewinn in der Gesamtzentralität von vormals 1,39⁴² auf rd. 1,95 festzustellen. Insgesamt gesehen konnte die Attraktivität des Einzelhandels – auch ohne die quantitative Berücksichtigung des Fashion Outlet – gesteigert werden.

⁴² Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Zweibrücken – Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes. Dortmund

7 Entwicklungsspielräume des Zweibrücker Einzelhandels

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (**Prognosehorizont: 2030**) des Einzelhandels in Zweibrücken erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen.

Die Ermittlung möglicher Verkaufsflächenspielräume dient grundsätzlich der Orientierung bezüglich der voraussichtlich bis zum Prognosehorizont 2030 zu erwartenden Verkaufsflächenentwicklungsperspektiven in Zweibrücken. Insbesondere werden bei der Prognose folgende **Kriterien** berücksichtigt:

- gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation
- Umsatzentwicklung und einzelhandelsrelevante Umsatzkennziffern
- Flächenproduktivitäten
- Bevölkerungsentwicklung
- Entwicklung des privaten Verbrauchs
- Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch
- Branchenbezogene Entwicklung der Einzelhandelsausgaben
- (Ziel-)Zentralitäten, branchenspezifisch und gesamtstädtisch

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 5 und 6). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität⁴³ ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Zweibrücken

⁴³ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen. Der nominale Umsatz im Zweibrückener Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklungen einzelhandelsrelevanter Kennwerte, unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten und dem Einfluss des Online-Handels voraussichtlich nur gering ansteigen.

Bevölkerungsentwicklung in Zweibrücken bis 2030

Für die Stadt Zweibrücken liegt eine Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz vor. Diese stellt auf das Basisjahr 2013 sowie die Bevölkerungsstatistik der Stadt Zweibrücken ab. Gemäß Trendvariante ergibt sich für den Prognosehorizont 2030 ein Einwohnerpotenzial von rd. 32.000.

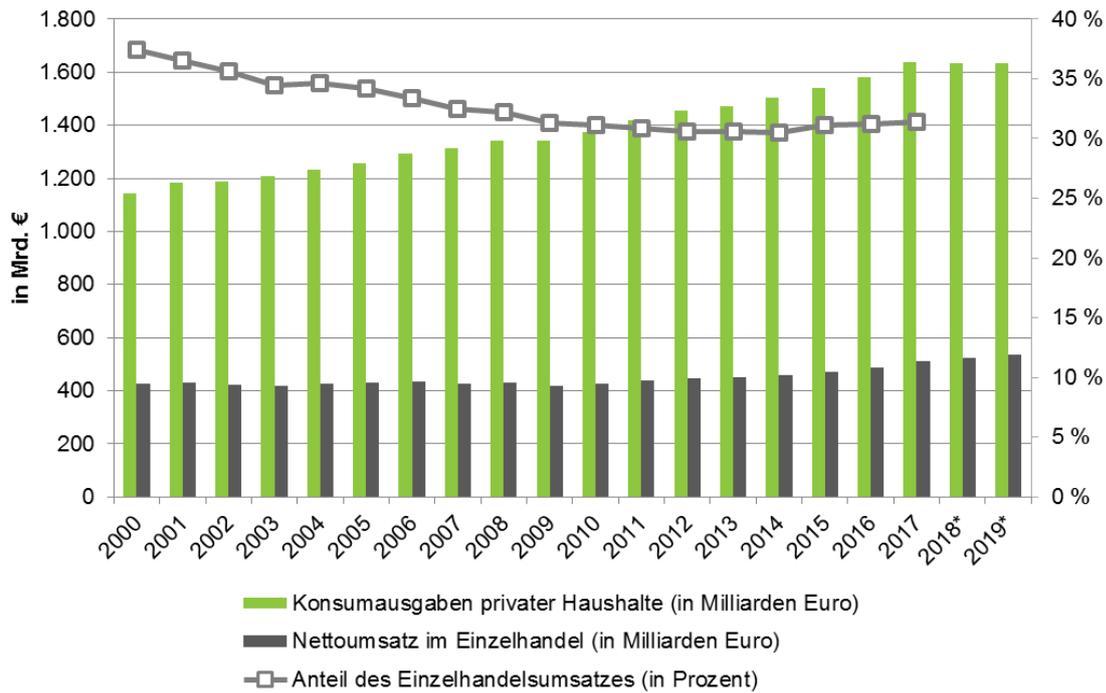
Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- zum einen von privaten Einkommen bzw. den daraus resultierenden privaten Konsumausgaben,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabeanteile nach Warengruppen).
- Ein zusätzlicher Faktor in diesem Zusammenhang ist der Anteil der Ausgaben, die nicht dem stationären Einzelhandel, sondern dem Online-Handel zufließen.

Folgende bundesdeutsche Entwicklungen sind darzustellen:

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind seit 2005 bis 2017 jährlich um ca. zwei Prozent gestiegen. Seitdem zeichnet sich eine Stagnation der Konsumausgaben ab.
- Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit 1990 um mehr als zehn Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell weniger als einem Drittel (29 % im Jahr 2010) zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend.
- In der Summe stagnieren somit die einzelhandelsrelevanten Ausgaben weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatz, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen -2 und +2 %, insbesondere in den letzten Jahren nur ein verhaltenes Wachstum aufweist. Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden.

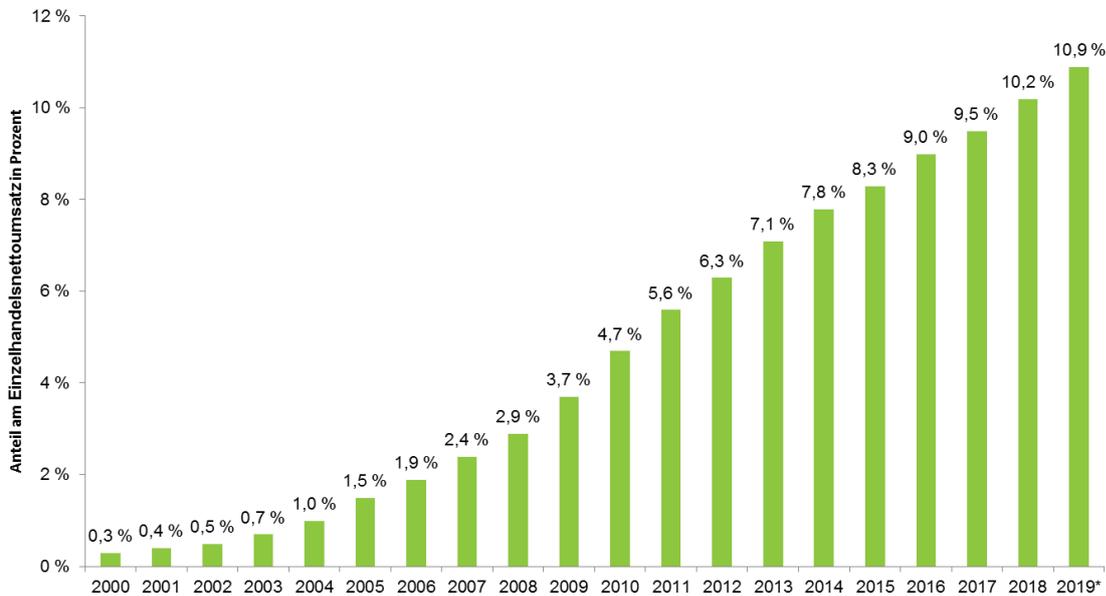
Abbildung 8: Ausgaben der privaten Haushalte

Quelle: Statistisches Bundesamt, EHI Retail Institute, Juni 2018, handelsdaten.de; Statistisches Bundesamt, März 2019, handelsdaten.de; Statistisches Bundesamt, HDE, Januar 2019, statista.com

Außerdem müssen auch **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** – wie dem Online Handel – berücksichtigt werden, d. h. es muss eine Prognose erfolgen, die sich verändernde Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

Auf den interaktiven Handel (Versandhandel und Internethandel) entfällt laut HDE-Jahresbilanz ein Anteil von ca. 10,9 Prozent am Gesamtumsatz des Einzelhandels im engeren Sinne (Prognose 2019). Dabei bewegt sich der Anteil des Online-Handels in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bislang unter 1 %, in typischen zentrenrelevanten Warengruppen wie Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Bücher, Spiel- und Sportartikel, Bekleidung und Schuhe werden allerdings Anteile von z. T. sehr deutlich mehr als 10 % Anteil am Gesamtumsatzes des Einzelhandels generiert.

Abbildung 9: Anteil des B2C-E-Commerce⁴⁴ am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2018 (mit Prognose für 2019)



Quelle: EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de

Es ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Online-Handels profitieren. Während gemäß Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland bereits im Jahr 2013 rund **55 %** des im interaktiven Handel⁴⁵ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen **Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe sowie Bild- und Tonträger** erwirtschaftet (absolut rund 21,6 Mrd. Euro von 39,3 Mrd. Euro)⁴⁶, gehören diese Sortimentsgruppen auch weiterhin zu den häufig im Internet bestellten Waren, wobei daneben Sortimentsgruppen wie Haushaltswaren und -geräte oder Möbel, Lampen + Dekoration zusätzlich an Bedeutung gewonnen haben⁴⁷. Alle übrigen Sortimentsgruppen⁴⁸ leisteten einen geringeren Beitrag zum Gesamtumsatz des interaktiven Handels. Die seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig⁴⁹ die Umsatzzahlen und -zuwächse im Online-Handel

⁴⁴ B2C = Business to Consumer

⁴⁵ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Online-Handel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen.

⁴⁶ Vgl. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Daten abrufbar unter www.bevh.org (zugegriffen am 31. März 2014)

⁴⁷ Vgl. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland: Interaktiver Handel in Deutschland, Ergebnisse 2018, Warenvolumina 2018: Bekleidung 12,7 Mio. Euro, Elektronikartikel + Telekommunikation 11,8 Mio. Euro, Computer / Zubehör / Spiele / Software 5,3 Mio. Euro, Haushaltswaren + Geräte 4,3 Mio. Euro Möbel, Lampen + Dekoration 4,2 Mio. Euro, Schuhe 4,1 Mio. Euro, Bücher, E-Books / Hörbücher 3,6 Mio. Euro, Bild- + Tonträger / Video- + Musik 2,5 Mio. Euro.

⁴⁸ Differenziert in insgesamt 16 weitere Sortimentsgruppen: Haushaltswaren und -artikel, Hobby-, Sammel- und Freizeitartikel, Computer und Zubehör, Möbel, Spielwaren, Telekommunikation, Bürobedarf, Drogerieartikel, Bau- und Gartenmarktartikel, Kfz- und Motorradzubehör, Tierbedarf, Lebensmittel, Uhren und Schmuck, Haus- und Heimtextilien, Medikamente, Sonstiges

⁴⁹ Vgl. Lührmann (2014): Trendbarometer Einzelhandel – Retail 2014. Osnabrück: S. 32

bestimmen.

Bei der Ermittlung künftiger Verkaufsflächenpotenziale ist vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden, sondern dass diese tatsächlich tendenziell niedriger ausfallen, denn ein gewisser Umsatzanteil fließt dem Online-Handel zu, welcher jedoch nicht allein aus „pure-playern“ besteht, sondern vor allem auch Multichannel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebschienen.

Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Online-Handel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Für den Non-Food-Einzelhandel im Jahr 2018 werden die nachfolgend aufgelisteten Umsatzanteile je Vertriebsweg prognostiziert: **48,5 %** auf Online-Marktplätzen generierter Umsatz, **15,5 %** rein online erzielte Umsätze und **36,0 %** Umsatzgenerierung mittels Multi-Channel-Konzept⁵⁰.

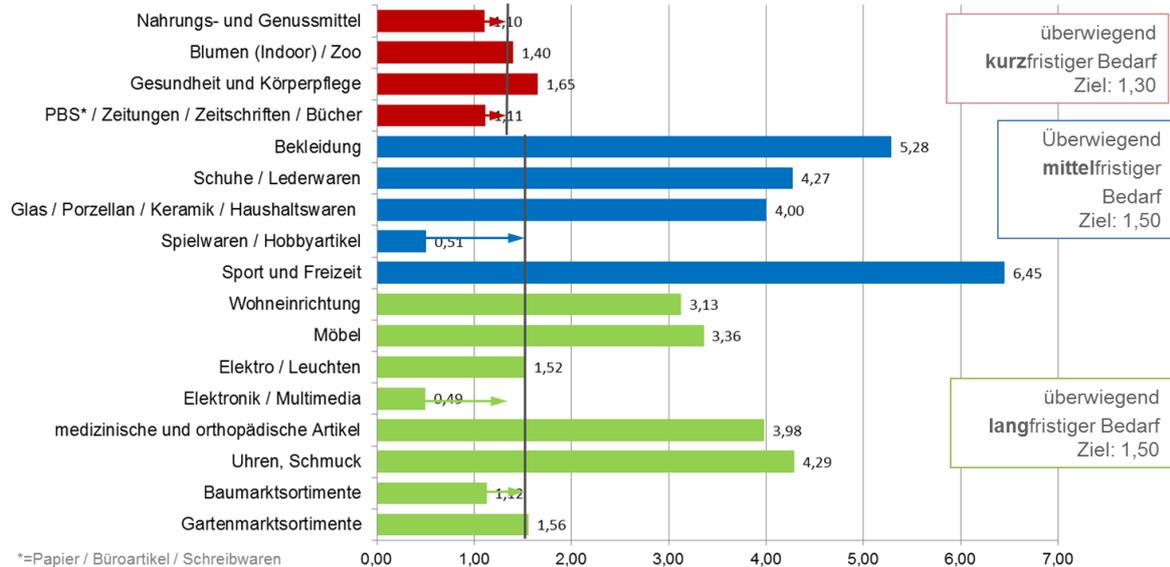
Die dargestellten Trends zeigen, dass der Online-Handel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Vor allem gilt es in erster Linie, die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes die städtischen Zentren zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln.

⁵⁰ Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh), 2019

Zielzentralitäten für das Jahr 2030

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion der Stadt Zweibrücken.

Abbildung 10: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Zweibrücken als Orientierungsgröße



Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in der Stadt Zweibrücken

Bei der Bestimmung der Zielzentralität wurden nachfolgende Aspekte besonders berücksichtigt:

- Vor dem Hintergrund der negativen Bevölkerungsentwicklung in Zweibrücken ist auch von einer negativen Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auszugehen.
- Der reine Online-Handel positioniert sich in einzelnen Warengruppen weiterhin am Markt, dabei sind hinsichtlich des Umsatzanteils in einzelnen Sortimenten, wie beispielsweise Unterhaltungselektronik und Bekleidung, Sättigungstendenzen erkennbar. Es ist zu erwarten, dass sich im Zuge entsprechender Aktivitäten der Einzelhändler (vor Ort) der Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz stationärer Einzelhändler erhöhen wird, was sich entsprechend auf die Zielzentralität auswirkt.

Unter Berücksichtigung dieser Aspekte lassen sich folgende Zielzentralitäten definieren:

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird eine Zielzentralität von 1,3 angenommen. Dieser Wert wird heute bereits nahezu in allen Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe erreicht bzw. teilweise sogar überschritten. Deutliche Entwicklungsspielräume wie im „alten“ Einzelhandelskonzept ergeben sich insbesondere im Lebensmittelbereich nicht mehr.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,5 angenommen, die die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Zweibrücken vor dem Hintergrund der

Wettbewerbssituation, insbesondere auch der Nähe zu anderen Mittelzentren, sowie unter Berücksichtigung des Anteils, der über den Online-Handel abgewickelt wird, widerspiegeln. Dieser angesetzte Wert wird in den meisten Warengruppen bereits jetzt überschritten.

- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,5 angenommen. So sind in den Warengruppen Wohneinrichtung und Möbel beispielsweise durchaus weitläufige Verflechtungen mit dem Einzugsbereich zu erwarten, während in den Warengruppen medizinische und orthopädische Artikel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente in der Regel auch Angebote in den benachbarten Kommunen eine Rolle spielen können. Vor allem in der Warengruppe Elektronik / Multimedia besteht zudem eine ausgeprägte Wettbewerbssituation zum Online-Handel.

In der Gesamtbetrachtung der erörterten Entwicklungsfaktoren ergeben sich für den Einzelhandelsstandort Zweibrücken auf gesamtstädtischer Ebene somit folgende, rechnerische Entwicklungsspielräume in einzelnen Warengruppen:

- In der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** ist auf gesamtstädtischer Ebene bereits eine nun hohe quantitative Angebotsausstattung erkennbar. Das rechnerische zusätzliche Verkaufsflächenpotenzial ermöglicht zwar grundsätzlich die Ansiedlung eines zusätzlichen strukturprägenden Lebensmittelmarktes. Dabei stehen diesem – vergleichsweise geringen Potenzial – aber mehrere Aspekte gegenüber. So wurden bereits in den letzten Monaten Standorte weiterentwickelt oder neue Standorte (z. B. Lebensmitteldiscounter Netto in der Hauptstraße in der Innenstadt) verwirklicht. Außerdem ist hinsichtlich der Umsetzung rechnerischer Potenziale zu berücksichtigen, dass auf der einen Seite insbesondere die Betreiber von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten derzeit ihre Standorte überprüfen und vor dem Hintergrund der Standortsicherung und Qualifizierung Verkaufsflächenerweiterungen anstreben. Weiteres perspektivisches Potenzial für Lebensmitteleinzelhandel ist abhängig von der jeweiligen Wohnungsbausiedlungsentwicklung, der Bevölkerungsentwicklung und der Entwicklung in der vorhandenen Nahversorgungsstruktur. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches genießen dabei in erster Linie zur Bestandssicherung die städtebaulich integrierten Bestandsstandorte (= Versorgungsbereiche der Lebensmittelnahversorgung).
- Die Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** weist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs als einzige ein quantitatives Angebotsdefizit auf. In der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel zeigt sich jedoch auch eine ausgeprägte und steigende Konkurrenz zum Online-Handel. Bestehende Kaufkraftabflüsse komplett durch Neuansiedlungen im stationären Einzelhandel zu kompensieren unterliegt dabei einem hohen betrieblichen Risiko. Gleichwohl ist auch diese Branche von hoher Bedeutung für einen attraktiven Branchenmix, so dass die Rückgewinnung von Kaufkraftabflüssen durch attraktive Fachangebote (inhabergeführte Geschäfte oder auch Filialisten, wie beispielsweise mytoys) im zentralen Versorgungsbereich ein legitimes städtebauliches Ziel darstellt und – trotz ausgeprägtem Wettbewerbs – Spielraum für Angebotsausweitungen an geeigneten Angebotsstandorten bietet.
- Es ist diesbezüglich darauf hinzuweisen, dass in den **typischen FOC-Warengruppen** (Bekleidung, Schuhe) teilweise sehr hohe Zentralitäten erzielt werden. Bei einer Bewertung von Entwicklungsspielräumen ist bei möglichen konkreten Anfragen diese spezielle

Zweibrücker Situation zu berücksichtigen.

- In der Warengruppe **Baumarktsortimente** zeigt sich für Zweibrücken ein gewisses, rechnerisches Entwicklungspotenzial zur Abrundung bestehender Angebote insbesondere an dem Ergänzungsstandort. Diese Branche ist klassischerweise durch sehr flächenintensive Angebotsformen geprägt, so dass sich in der Innenstadt zumeist keine realistischen Entwicklungsperspektiven ergeben und entsprechende Anbieter in der Regel auch für den Branchenmix an solchen Angebotsstandorten keine tragende Rolle spielen. Auch im Baumarktsegment besteht zudem ein zunehmender Wettbewerbsdruck durch den Online-Handel. Zudem ist zu berücksichtigen, dass im Umland eine ausgeprägte Wettbewerbssituation besteht (Hornbach, Globus) und der Baumarktsektor in besonderem Maße durch unterschiedliche Vertriebskanäle bestimmt wird (u. a. Handwerk, Gewerbe), welche das, durch klassische Baumärkte abschöpfbare, Potenzial einschränken. Die rechnerischen Entwicklungspotenziale sind entsprechend zu relativieren.

Entwicklungsperspektiven in der Warengruppe Möbel

Im Zweibrücker Stadtgebiet ist gemäß der Einzelhandelserhebung derzeit eine **Verkaufsfläche von rd. 23.000 m²** in der Warengruppe Möbel lokalisiert, die sich auf insgesamt acht Betriebe verteilt. Größter Anbieter im Stadtgebiet ist zweifelsohne der Anbieter Möbel Martin, der seinen Betrieb erweitern möchte. Der Betrieb Möbel Martin vereint rd. 80 % der Gesamtverkaufsfläche in dieser Warengruppe auf sich. Das restliche Verkaufsflächenangebot setzt sich im Wesentlichen aus kleineren Anbietern zusammen und wird durch kleinteilige Facheinzelhändler ergänzt.

Die daraus gemessene **Zentralität** von rd. 3,4 und die vergleichsweise überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung von 0,6 m² pro Einwohner für diese Städteklasse zeigen, dass derzeit kein größerer Entwicklungsspielraum im Bereich Möbel vorhanden ist. Die beantragte Erweiterung des Möbelanbieter Möbel Martin könnte die Zentralität zukünftig nochmals moderat ansteigen lassen.

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt aus rein quantitativer Sicht – auch aufgrund des FOC – nur in wenigen Warengruppen zusätzliche absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Das bedeutet jedoch nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzeptes kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung der **Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsreiches** dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zuge dachte Versorgungsaufgabe dar?

- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten (= Versorgungsbereiche der Lebensmittelnahversorgung) sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

So bestehen – trotz teilweise bereits hoher Zentralitäten – Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes in Zweibrücken vor allem auch in zentrentypischen Sortimenten (Sport und Freizeit, Bekleidung) in einzelnen Angebotssegmenten, durch die Ansiedlung weiterer qualitativ attraktiver (Filial-)Betriebe aus dem Standard- bis höherwertigen Sortiment sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen.

Im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes geht es vor allem um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. Entsprechend sind **innenstadtrelevante Warengruppen** gemäß Zweibrückener Sortimentsliste **innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken zu konzentrieren**. Während Standorte, die nicht dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet sind, grundsätzlich kritisch zu beurteilen sind. Denn Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten können zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots insgesamt**, insbesondere auch in der Innenstadt, beitragen.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird weiterhin eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte auch weiterhin beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglicht auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Zweibrücken und stellt für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungs-

rahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Um-nutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt weiterhin, dass das übergeordnete Ziel die Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich strukturellen Angebotssituation ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ... sie die zentralörtliche Funktion Zweibrückens und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,
- ... sie den zentralen Versorgungsbereich und die Bestandsstandorte mit Entwicklung in ihrer Funktion stärken,
- ... sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,
- ... die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird,
- ... neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.

8 Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Zweibrücken

Die Betrachtung der aktuellen Nachfrage- und Angebotsituation (vgl. Kapitel 5 und Kapitel 5.4) sowie die Überlegungen der daraus ableitbaren Entwicklungsspielräume (vgl. Kapitel 7) zeigen, dass sich **Spielräume** hinsichtlich stadtentwicklungspolitisch wünschenswerter Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotsituation** ergeben. Darüber hinaus sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen innenstadtrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Standorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Es gilt vielmehr, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Zweibrücker Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten beziehungsweise zu stärken sowie das einzelhandelsrelevante Angebot außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zentrenverträglich zu gestalten. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Zweibrücken definiert zur Umsetzung dieser Ziele die nachfolgend aufgelisteten Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 8.1)
- Übergeordnete Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 8.2)
- Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 8.3)
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kapitel 8.4)
- Definition von Ergänzungsstandorten, insbesondere zur Ansiedlung von großflächigen, nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandels (vgl. Kapitel 8.5)
- Definition „Versorgungsbereiche der Lebensmittelnahversorgung / Bestandsstandorte mit Entwicklung“ zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 8.6)
- Zweibrücker Sortimentsliste (vgl. Kapitel 8.7)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 8.8)

8.1 Fortschreibung des räumlichen Entwicklungsleitbildes

Der Einzelhandelsstandort Zweibrücken soll nach wie vor seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf bestimmte Standortbereiche** zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden und der Entwicklungsfokus auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken sowie eine möglichst wohnungsnah Grundversorgung zu richten.

Das bereits mit dem aktuellen Einzelhandelskonzept umgesetzte gesamtstädtische **Leitbild** der „**räumlich-funktionalen Gliederung**“ hat sich diesbezüglich grundsätzlich etabliert und

in der Umsetzung bewährt. Es ist dementsprechend **fortzuschreiben** und an die **aktuelle Einzelhandelsentwicklung** im Stadtgebiet (*Konzeptionelle Einbeziehung des Sonderstandortes Fashion Outlet Zweibrücken, Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken, Überplanung des bisherigen zentralen Versorgungsbereiches Hilgard Center*) **anzupassen**.

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größen-spezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert und (möglicherweise) eine bessere Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung erreicht werden. Durch ergänzende Zielvorgaben seitens der Stadt Zweibrücken (vgl. Kapitel 8.2) bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auf die Zweibrücker Innenstadt, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Zweibrücken können – durch das Zusammenwirken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandelsentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden.
- Aus **politischer und planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbildes mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investitionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch der bestehenden Betreiber – ist somit weiterhin gegeben. Die Stadtplanung wird ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht und die aktive Rolle von Politik und Verwaltung in der Stadtplanung bleibt erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung des Zweibrücker Einzelhandels wird zudem das Entwicklungsziel einer attraktiven und lebendigen Innenstadt unterstützt.
- Aus **rechtlicher Sicht** nutzt die Stadtplanung auch weiterhin ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten, was eine zielgerichtete und konsequente Anwendung des rechtlichen Instrumentariums bedeutet. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitverfahren, werden erleichtert.

Das Entwicklungsleitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Zweibrücken ist in sich konsequent und es erfolgen klare **räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen** im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt. Zugleich wird ein **ruinöser Wettbewerb ausgeschlossen**, der ausschließlich zu Lasten der Zweibrücker Innenstadt ginge.

8.2 Fortschreibung der Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Bereits in den letzten Einzelhandelskonzepten wurden – basierend auf der damaligen einzelhandelsspezifischen Situation in der Stadt Zweibrücken und den daraus resultierenden Bewertungen – übergeordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung definiert. In Anbetracht der seitdem vollzogenen positiven Einzelhandelsentwicklung (u. a. kein weiterer Ausbau innenstadtrelevanten Einzelhandels an stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten) ist es zu empfehlen, an den einzelhandelsrelevanten Zielen zur Einzelhandelsentwicklung grundsätzlich festzuhalten und diese – entspre-

chend der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation in Zweibrücken – **fortzuschreiben** und **anzupassen**:⁵¹

- **Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in der Stadt Zweibrücken**

Die Attraktivität eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die Qualität des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Zweibrücken attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten bzw. zu sichern. Ein Ziel bleibt es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen bzw. zu erhalten, dass der Versorgungsfunktion der Stadt Zweibrücken als Mittelzentrum innerhalb der Region gerecht wird. Dies hat zwangsläufig zur Folge, dass die Einzelhandelsentwicklung in die einzelnen, sich räumlich-funktional ergänzenden Standortbereiche gemäß der ihnen zuerkannten Versorgungsfunktion gelenkt wird. So kommt der Zweibrücker Innenstadt eine zentrale Bedeutung nicht nur für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren innerstädtischen Funktionen wie Kultur, Verwaltung, Gastronomie etc. zu.

- **Sicherung und Stärkung der landesplanerischen Versorgungsfunktion Zweibrücken als Mittelzentrum**

Ein bedeutendes stadtentwicklungspolitisches Ziel für die Stadt Zweibrücken bleibt weiterhin die Erfüllung der raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit ausreichend erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,95). Diese Entwicklung und auch weitere Ansiedlungsanfragen – insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder innenstadtrelevanten Angeboten – offenbaren jedoch ein kontinuierliches Investitionsinteresse am Standort Zweibrücken. Diesbezüglich würde eine Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte eine Angebotsverschiebung auch in städtebaulich nicht integrierte Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadt Zweibrücken bleibt es daher, einer solchen drohenden räumlichen „Schiefelage“ und ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation zu begegnen und die Funktion als Mittelzentrum gesamtstädtisch – insbesondere jedoch mit Fokus auf die Zweibrücker Innenstadt als bedeutsames „Aushängeschild“ – langfristig zu erhalten.

⁵¹ Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

- **Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß des Entwicklungsleitbildes**

Wesentliche Grundlage für eine konkurrenzfähige und attraktive Einzelhandelssituation der Stadt Zweibrücken ist eine ausgewogene, hierarchisch und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von innenstadtrelevanten Einzelhandelsangeboten in dem zentralen Versorgungsbereich sowie grundversorgungsrelevanten Sortimenten an ergänzenden Versorgungsstandorten. Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder Stärkung vorhandener (in der Regel PKW-kundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen, zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren.

Dasselbe gilt für auf den Versandhandel spezialisierte Einzelhandelsbetriebe, die neben dem umfangreichen Online-Vertrieb über ein (kleinteiliges) Ladenlokal in beispielsweise Gewerbegebieten oder sonstigen städtebaulich nicht integrierten Lagen verfügen. Sofern in diesen Betrieben innenstadtrelevante Sortimente angeboten werden, treten diese Betriebe in direkter Konkurrenz zum Angebot – insbesondere zur Innenstadt – und können (eine ausreichend große Betriebsanzahl vorausgesetzt) die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Entwicklung der Innenstadt negativ beeinflussen. Die Förderung eines derartigen Betriebskonzeptes sollte im Hinblick auf die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Zweibrücken unterbunden werden.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den Ergänzungsstandorten ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

- **Sicherung und Stärkung der Zweibrücker Innenstadt als regional bedeutsamer Einkaufsstandort und attraktiver Stadtkern mit regionaler Ausstrahlungskraft**

Die Zweibrücker Innenstadt stellt einen historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigen Einzelhandelsstandort innerhalb Zweibrückens dar, der sich durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt ist insbesondere das Ergebnis der bisherigen Stadtentwicklungspolitik.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten) auf den wichtigsten Hauptgeschäftsbereich gelegt werden. Eine die zentralen Strukturen stärkende Einzelhandelsentwicklung hat dabei nicht nur die derzeitige Versorgung der im Stadtgebiet und im Einzugsgebiet lebenden Einwohner im Blick, sondern gibt zugleich Antworten auf die zu erwartenden demographischen Veränderungen. Die Kunden von (über-)morgen werden weniger, im Durchschnitt älter sowie, mit zunehmenden Alter, immobiler. Zugleich ist davon auszugehen, dass die Mobilitätskosten zukünftig weiter steigen werden. Die Konzentration der Ein-

zelhandelsnutzung in dem zentral gelegenen gewachsenen Ortskern sichert demnach nicht nur die Versorgung der immobilen Bewohner von (über-)morgen sondern schafft für die hier ansässigen Einzelhandelsbetriebe (mittel- bis langfristig) Synergieeffekte und Führungsvorteile gegenüber Betrieben an autokundenorientierten Standorten, so dass der Fortbestand dieser Betriebe sowie die Versorgungsfunktion des Geschäftsbereiches gesichert sind.

- **Sicherung und (soweit notwendig) Ausbau einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch funktionsfähige Nahversorgungsstandorte (=Versorgungsbereiche der Lebensmittelnaheversorgung)**

Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen strategischen Einzelhandelsplans. Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten⁵² gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf räumlich abgesetzte Siedlungsbereiche in den Stadtteilen außerhalb der Kernstadt Zweibrücken mit ihren im Vergleich zu der Kernstadt teilweise sehr niedrigen Einwohnerzahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur in der Stadt Zweibrücken zu schaffen bzw. zu erhalten. Primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte (Versorgungsbereiche der Lebensmittelnaheversorgung / Bestandsstandorte mit Entwicklung) zu erhalten.

- **Gezielte und geordnete Entwicklung des großflächigen, innenstadtrelevanten sowie nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandels**

Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11 (3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bewirken, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine starke Stadtplanung konsequent gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit sowohl innenstadt- als auch nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten ausgehen. Deshalb ist die gezielte und geordnete Entwicklung dieser Betriebe in den zentralen Versorgungsbereich bzw. an die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

Standorte bzw. Standortgemeinschaften des großflächigen Einzelhandels, die sich außerhalb der gewachsenen Zentren befinden, sind – im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung – ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer i. d. R. PKW-kundenorientierter Standorte) bzw. Umnutzung und Erweiterung bestehender Betriebe eine Verträglichkeitsanalyse i. S. v. § 11 (3) BauNVO – auf der Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Zweibrücken – durchzuführen ist. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer wieder einer anderen Nutzung zugeführt und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Grundsätzlich sind Ergänzungsstandorte für die Aufnahme von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-

⁵² Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingt.

innenstadtrelevanten Kernsortimenten prädestiniert, so dass sie – in Ergänzung zu den Einzelhandelsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen – zu einer Komplettierung des städtischen Einzelhandelsangebots beitragen.

■ **Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe**

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel eine mögliche Entwicklungsoption.

■ **Sicherung des Angebotsstandortes Fashion Outlets Zweibrücken**

Der Sonderstandort Fashion Outlet Zweibrücken bietet mit dem Kernsortiment Bekleidung innenstadtrelevante Leitsortimente an, die aufgrund ihrer speziellen Sortimentsstruktur (u. a. Outletpreise) einen wichtigen Beitrag zur regionalen Ausstrahlung und mittelzentralen Versorgungsfunktion Zweibrückens leisten. Die hier vorhandenen Entwicklungspotenziale sind für eine zentrenverträgliche Bestandssicherung ausreichend und angemessen.

Im konkreten Falle ist bei einer Weiterentwicklung des Sonderstandortes eine gutachterliche Bewertung einzuholen und die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen als auch mit den landesplanerischen Zielvorgaben durch den LEP IV zu überprüfen.

8.3 Fortschreibung des Standortstrukturmodells

Auf Basis der Angebots- und Nachfrageanalyse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Zweibrücken sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung werden die räumlichen Angebotsschwerpunkte im Zweibrücker Stadtgebiet unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereichs in das Standortstrukturmodell haben das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestaltung des Standortes. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden ist.

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im Jahr 2006 festgelegte Standortstruktur des Zweibrücker Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten und unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird.

Folgende Standortkategorien sind zu unterscheiden:

Abbildung 11: Standortstrukturmodell



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftszentrum“

Dieser Zentrentyp zeichnet sich idealtypisch⁵³ durch folgende Merkmale aus:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen

Entsprechend der vorangestellten Kriterien wird der **Zweibrücker Hauptgeschäftsbereich** als **zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken“** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung⁵⁴ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

⁵³ Diese „idealtypische Ausstattung“ ist nicht im Sinne einer Mindestausstattung zu verstehen (vgl. OVG NRW, Urteil vom 15. Februar 2012 – 10 D 32/11.NE).

⁵⁴ „Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...]. Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausge-

Der bisher als zentraler Versorgungsbereich eingestufte Bereich „Nahversorgungszentrum Hilgard Center“ wird zukünftig nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich eingestuft (vgl. dazu auch S. 64).

Versorgungsbereiche der Lebensmittelnaversorgung / Bestandsstandorte mit Entwicklung

Als Versorgungsbereiche der Lebensmittelnaversorgung (Bestandsstandorte mit Entwicklung) qualifizieren sich jene Standorte in **städtebaulich integrierter Lage**, an denen zumindest ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Es handelt sich hierbei um die sogenannten Versorgungsbereiche der Lebensmittelnaversorgung (vgl. dazu Kapitel 8.7). Die Versorgungsbereiche dienen der ergänzenden fußläufigen Nahversorgung der Zweibrücker Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich in Zweibrücken geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen diese Nahversorgungsstandorte mit Entwicklung ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung im Sinne von § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (im Sinne einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnah Grundversorgung der Bevölkerung auswirken.

Im Zweibrücker Stadtgebiet gibt es aktuell vier solcher Angebotsstandorte, die als Versorgungsbereiche der Lebensmittelnaversorgung im Sinne eines Bestandsstandortes mit Entwicklung zu definieren sind:

- Quebecstraße (derzeit Netto Marken-Discount)
- Friedrich-Ebert-Straße (derzeit Netto Marken-Discount)
- Finkenstraße (derzeit Wasgau)
- Saarlandstraße (derzeit Aldi Süd und Edeka)⁵⁵

Als **Bestandsstandorte ohne Entwicklung** qualifizieren sich jene Standorte in **städtebaulich nicht-integrierter Lage**, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist. Sie dienen – primär für Pkw-orientierte Kundschaft – der ergänzenden Grundversorgung der Zweibrücker Bevölkerung, leisten jedoch aufgrund ihrer Lage **keinen Beitrag zur ergänzenden fußläufigen Nahversorgung**. Somit sollten Veränderungen dieser Standorte (insbesondere im Sinne von Verkaufsflächenerweiterungen) restriktiv behandelt werden. Diese Standorte stellen im Umkehrschluss somit auch kein bauleitplanerisches Schutzgut dar.

Im Zweibrücker Stadtgebiet sind folgende Angebotsstandorte als Bestandsstandorte ohne Entwicklung in städtebaulich nicht integrierter Lage zu definieren:

- Etzelweg (derzeit Aldi Süd, Lidl, Rewe),

hend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05).

⁵⁵ Ehemaliges Nahversorgungszentrum Hilgard Center

- Gewerbestraße (derzeit Penny, Edeka)
- Homburger Straße (derzeit Aldi Süd) sowie
- Sickingerhöhstraße (derzeit Lidl).

Ergänzungs- / Sonderstandorte

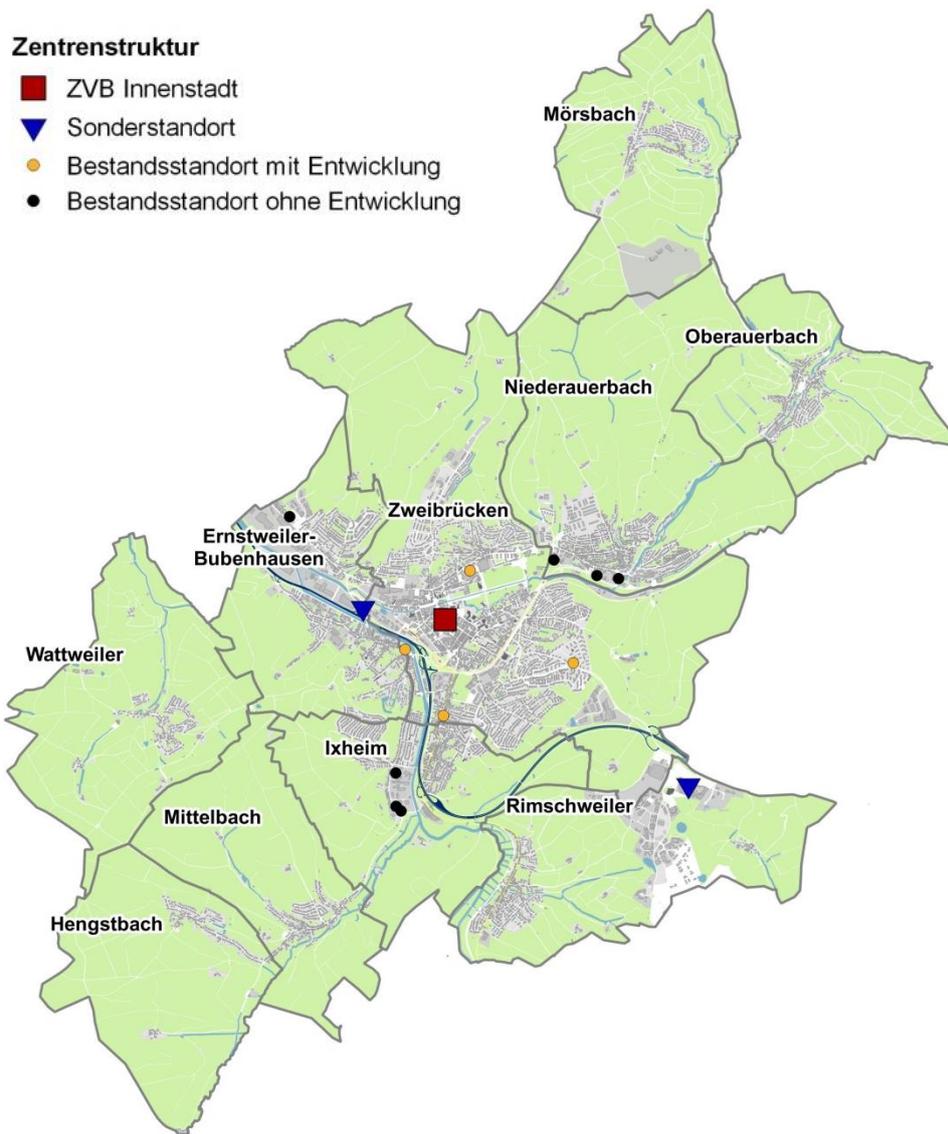
Dieser Angebotsstandort zeichnet sich idealtypisch durch folgende Merkmale aus:

- gesamtstädtische(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandels,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- in der Regel kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Entsprechend den vorangestellten Kriterien kann mit dem Standortbereich an der Wilkstraße ein solcher Angebotsstandort im Zweibrücker Stadtgebiet als Ergänzungsstandort, insbesondere zur Ansiedlung großflächigen nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandels, definiert werden.

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche im Zweibrücker Stadtgebiet stellt sich wie folgt dar:

Karte 14: Perspektivische Standortstruktur in der Stadt Zweibrücken



Quelle: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018; ZVB = zentraler Versorgungsbereich

8.4 Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum in Zweibrücken

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition von zentralen Versorgungsbereichen unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Zweibrücken dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁵⁶ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs, versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.⁵⁷

Ergänzungs- / Sonderstandorte und Versorgungsbereiche der Lebensmittelnaheversorgung gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der Literatur⁵⁸ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzepten (wie z. B. in einem Einzelhandelskonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium. Jedoch muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzepten eindeutig erkennbar sein.⁵⁹

⁵⁶ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

⁵⁷ vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

⁵⁸ vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

⁵⁹ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Zweibrücken dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung einer funktional gegliederten Zentrenhierarchie unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Zentrenstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Zweibrücken ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet, also nach wie vor das **Zweibrücker Hauptgeschäftszentrum**.

Wichtige Abgrenzungskriterien des zentralen Versorgungsbereiches sind der Besitz der Erdgeschosszone mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

- wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um **perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen**, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen des zentralen Versorgungsbereiches stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in innenstadt- und nicht-innenstadtrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Zweibrücker Sortimentsliste; siehe Kapitel 8.8) unabdingbar.

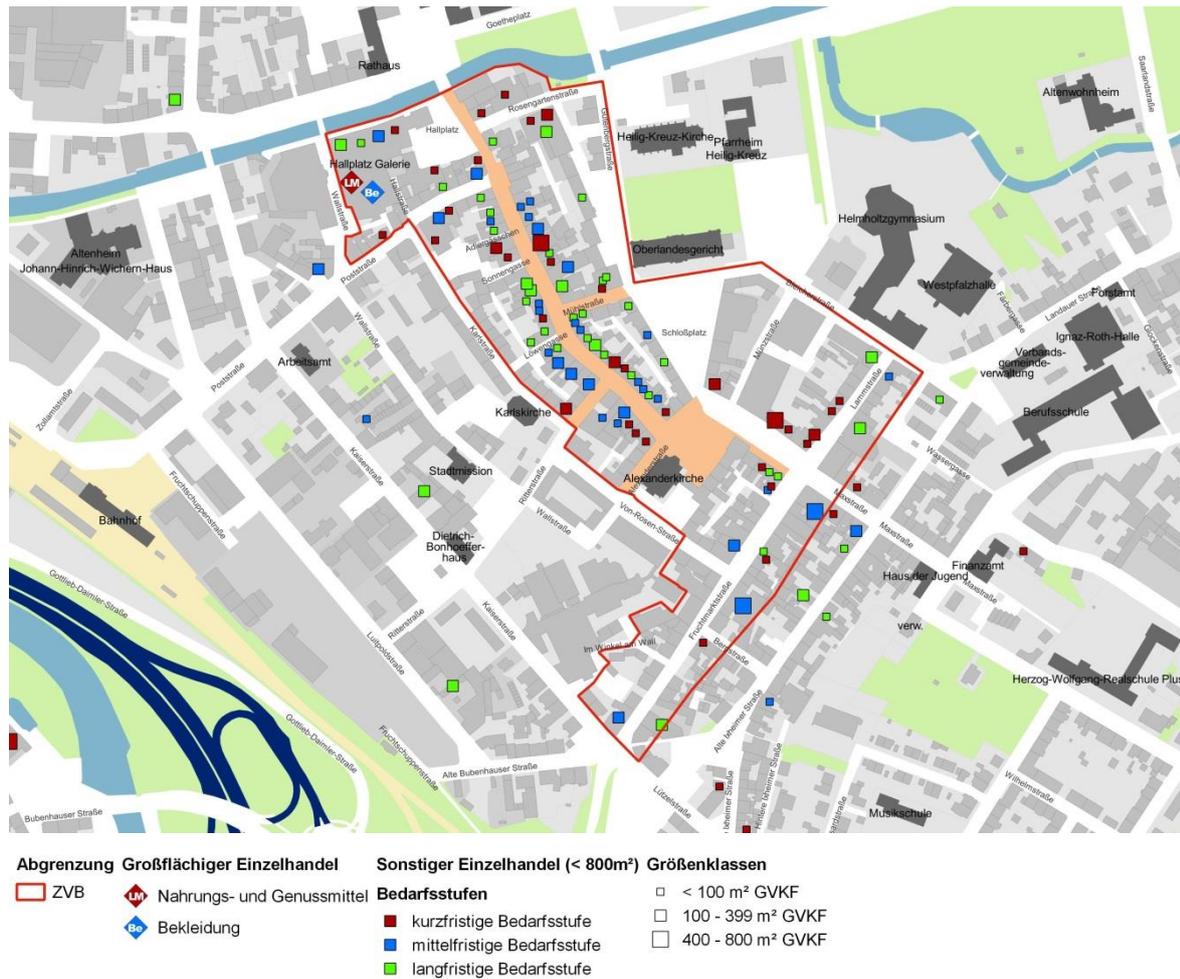
In der Karte 16 wird der zentrale Versorgungsbereich in der Zweibrücker Innenstadt auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzung wurde auf Basis der vorgestellten Kriterien vorgenommen und ist als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen heranzuziehen.

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 8.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung sowie der Versorgungssituation in den jeweiligen Stadtteilen vorgenommen. Grundsätzlich gilt der zentrale Versorgungsbereich als Entwicklungsbereich für den Einzelhandel, wobei sich die spezifische Notwendigkeit einer quantitativen Erweiterung an den Entwicklungsempfehlungen zur zukünftigen Versorgungsfunktion und der Angebotssituation im jeweiligen Stadtteil der Stadt Zweibrücken orientiert.

Die Innenstadt der Stadt Zweibrücken als Hauptgeschäftsbereich ist sowohl unter qualitativen (sprich: städtebaulichen) als auch unter quantitativen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotsstandort in der Stadt Zweibrücken.

Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt, wie in Karte 15 dargestellt.

Karte 15: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018

Die **räumliche Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereiches wird im Wesentlichen durch die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie der ortsansässigen Dienstleister und weiteren zentrenprägenden Einrichtungen bestimmt. Im Vergleich zu der alten Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches wurde eine **Verkleinerung** des Bereiches vorgenommen. Diese Verkleinerung berücksichtigt die Entwicklung des Einzelhandels im Innenstadtkern sowie die städtebauliche Gesamtstruktur der Innenstadt. Insgesamt gesehen fand in den Straßenbereichen der Kaiserstraße, der Post- und Ritterstraße in den letzten Jahren kaum eine einzelhandelsrelevante Entwicklung statt. Auch zukünftig ist ein Flächenwachstum von innenstadtrelevanten strukturprägenden Betrieben durch die Gebäudestruktur als auch die Lage insgesamt nicht zu erwarten. Die neue Abgrenzung orientiert sich an dem Entwicklungsziel, ein räumliches „Ausfließen“ des Zentrums zu unterbinden (vgl. Kapitel 8.2) und die vorhandenen Flächen und Strukturen zu sichern.

In dem abgegrenzten Bereich ist Nutzungsstruktur durch eine **Kompaktheit des Zentrums** als Stärke sichtbar. Dies liegt nicht zuletzt an einer ordentlichen städtebaulichen Qualität in diesem Bereich. Dementsprechend unterscheidet sich die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches von der Abgrenzung des Jahres 2008 im westlichen Bereich – insbesondere entlang der Kaiserstraße – in ihrer Ausdehnung. Auch im Bereich der Alte Ixheimer Straße

wurde die Abgrenzung im Vergleich zu 2008 leicht zurückgenommen und berücksichtigt die dortige Entwicklung.

Der angesiedelte Einzelhandel dient nicht nur der Versorgung der Zweibrücker Bevölkerung, sondern – v. a. im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufen – auch der angrenzenden Gemeinden im Verflechtungsbereich und nimmt deshalb mit seinen Nutzungsstrukturen eine herausragende Stellung als Frequenzbringer ein, der für die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität des Zweibrücker Zentrums sorgt.

Weiterhin zählt zur Hauptlage des Zweibrücker Einzelhandels die Hauptstraße. Zusätzlich wird das Bild des Einzelhandels durch kleinere Stadtstraßen, die parallel zu der Hauptachse der Hauptstraße laufen, geprägt. Neben den als **Hauptlage** zu qualifizierenden Straßenbereichen umfasst der zentrale Versorgungsbereich zahlreiche **Nebenlagen** (im Wesentlichen jedoch weiterhin die Fruchtmarktstraße). Im Gegensatz zu den filialisierten Angeboten in der Hauptlage der Fußgängerzone befinden sich hier viele kleinteilige oftmals inhabergeführte Fachgeschäfte, die von einem stärkeren Dienstleistungs- und Gastronomiebesatz flankiert werden.

Seit 2008 hat sich die **Einzelhandelslandschaft** im Zweibrücker Geschäftsbereich nicht wesentlich verändert. Jedoch hat die Stadt Zweibrücken die städtebauliche Qualität in den letzten Jahren kontinuierlich verbessert und die Infrastruktur in der Innenstadt – insbesondere im öffentlichen Raum – modernisiert. Davon profitiert natürlich auch in erster Linie der Zweibrücker Einzelhandel, der sich seit dem letzten Einzelhandelskonzept stabil entwickelt hat.

Bereits heute setzt die Stadt Zweibrücken diverse Maßnahmen in der kooperativen Stadtentwicklung um. Dazu zählt auch das **Citymanagement**, welches eng mit dem Verein der Innenstadtakeure „Gemeinsamhandel Zweibrücken e.V.“ GHZ kooperiert. Das Citymanagement ist bei der Wirtschaftsförderung der Stadt angesiedelt und agiert durch eine extern beauftragte Citymanagerin sowie eine städtische Halbtagskraft. Die Beauftragte für das Citymanagement verfolgt das Ziel, durch Aufbau von Netzwerken möglichst viele Kooperationspartner für die Steigerung der Attraktivität der Innenstadt zu gewinnen. Durch Events und Aktionen soll der Blick von Bürgern und Besuchern auf die Innenstadt gelenkt und der Erlebniswert gesteigert werden, um so die Verbesserung des Images und eine Erhöhung der Besucherzahl zu erreichen. Mittlerweile zählen neben der Händlerschaft auch Privatpersonen, Vereine und Institutionen zu den Innenstadtakeuren, die jeweils themenorientiert stark engagiert sind. Zur Koordination der Akteure hat das Citymanagement sog. „Thementeam“ gebildet, die bedarfsweise zusammengerufen werden. Der Marketingplan umfasst rund 15 Veranstaltungen im Jahr.

Mit dem Ziel, die auf einem Campus am Stadtrat gelegene **Hochschule** stärker im Bewusstsein von Bürgern und Besuchern zu verankern und gleichzeitig auch die Hochschulakteure verstärkt auf die Innenstadt aufmerksam zu machen, wurde in der Hallplatzgalerie das „Visonarium“ eingerichtet. Dabei handelt es sich um einen Veranstaltungsraum, in dem sich die Hochschule präsentiert und bürgernahe Veranstaltungen und Vorträge zu verschiedenen Themen anbietet.

Zudem wurde das Projekt „**Leerstandspaten**“ ins Leben gerufen. Dabei werden Unternehmen aus Zweibrücken aufgefordert, sich in leerstehenden Ladengeschäften der Innenstadt zu präsentieren.

Das Projekt „**gemeinsam digital handeln Zweibrücken**“ ist ein niederschwelliges Schulungsangebot für kleine Unternehmen aus Einzelhandel, Handwerk, Gastronomie und Dienstleistung. Die Teilnehmer sollen in die Lage versetzt werden, eigenständig die digitale Kommunikation zur Kundenansprache und Kundengewinnung aufzunehmen. Das Projekt bietet Schulungseinheiten sowie eine Plattform für die Teilnehmer zur Veröffentlichung ihrer Themen und Aktionen. Im Rahmen des Projekts wurde ein Netzwerk für den Austausch sowie zur Entwicklung und Umsetzung gemeinsamer Contentprojekte gebildet. Das Projekt wird vom Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz gefördert. Seit 2018 nimmt das Citymanagement / Gemeinsamhandel Zweibrücken an der IHK-Initiative „**Heimat Shoppen**“, mit Veranstaltungen und starker Medienpräsenz in den Geschäften, Zeitungen und Plakaten, teil.

Insgesamt gesehen gibt es in Zweibrücken bereits zahlreiche Stadtentwicklungsmaßnahmen zur Attraktivierung des Einzelhandels in der Innenstadt, die unter anderem dazu beitragen, dass neben einer konstanten Passantenfrequenz auch eine stabile Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt stattfindet.

Aus einzelhandelsrelevanter Sicht ist insbesondere die zielgerichtete, branchenspezifische **Weiterentwicklung** mit Schwerpunkt in innenstadtrelevanten Sortimenten ist empfehlenswert, um die Attraktivität dieses räumlichen Entwicklungs- und Angebotsschwerpunkts in Zweibrücken weiterhin sichern zu können. Ein mögliches Potenzial zu Arrondierung des Angebotes bieten die Leerstände in der Hallplatz-Galerie, die auch größere Zuschnitte haben als in der übrigen Innenstadt.

Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Zweibrücken liegt aus gutachterlicher Sicht eine ausreichende Dimensionierung, auch im Sinne einer potenziellen Angebotsausweitung, vor. Deshalb ist es auch zukünftig ratsam, das Zweibrücker Zentrum von innen nach außen zu entwickeln und einzelhandelsrelevante Entwicklungen weiterhin auf die Innenstadt zu konzentrieren. Insbesondere die Leerstände in dem Einkaufszentrum der Hallplatz-Galerie bieten ein entsprechendes Potential.

Entwicklungsziele und -empfehlungen für den innerstädtischen Einzelhandel

Oberstes Ziel ist die Entwicklung und langfristige Stärkung der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des innenstadtrelevanten Einzelhandels im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- Erhalt, Ausbau und Sicherung als Hauptgeschäftsbereiches der Stadt Zweibrücken mit Versorgungsfunktion für den gesamten mittelzentralen Versorgungsbereich.
- Ziel der Einzelhandelsentwicklung in Zweibrücken sollte es sein, die Innenstadt in ihrer heutigen Ausdehnung zu erhalten, zu stärken und räumlich nicht zu überdehnen. Mögliche Entwicklungspotenziale sollten daher innerhalb der heutigen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs umgesetzt und dabei ggf. vorhandene Flächenpotenziale ausgenutzt werden. Ziel muss es daher sein von Innen, d. h. vom Kernbereich ausgehend, eine kompakte Struktur zu erhalten und zu stärken, durch die Schaffung bzw. den Ausbau von Einzelhandelsdichte sowie einer Erhaltung und eines Ausbaus eines qualifizierten sowie differenzierten, attraktiven Einzelhandelsangebotes. Diese Entwicklungen können zudem

auch durch Umbau im Bestand erfolgen. Ein positives Beispiel für solch eine Entwicklung ist die Revitalisierung des ehemaligen City-Outlets.

- Zudem sollte der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte profiliert und positioniert werden. Auch in Branchen mit guten Zentralitäten und Verkaufsflächenausstattungen (z. B. Bekleidung und Schuhe / Lederwaren) sind qualitative und räumliche Verbesserungen durch zielgerichtete Weiterentwicklungen (z. B. im bekannteren Standard- und höherwertigen Segment) möglich. Grundsätzlich ist ein Erhalt von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Innenstadt Einzelhandels anzustreben.
- Digitalisierung als Chance für den Einzelhandel nutzen. Der Einzelhandel ist seit jeher durch einen stetigen Wandel gekennzeichnet. Prägend sind derzeit markante Veränderungen aufgrund der deutlichen Zunahme des Online-Handels. Dabei gerät der stationäre Einzelhandel zunehmend unter Druck. Vor diesem Hintergrund ist die digitale Transformation zu forcieren. Sind die technischen Rahmenbedingungen geschaffen, ist die Nutzung von Internetauftritten sowie virtuellen Marktplätzen ein möglicher Ansatz zur Stärkung und Sicherung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort. Darüber hinaus ist vor allem auch ein aktives Engagement von Handel, Immobilieneigentümern, übrigen Nutzern in der Innenstadt (Gastronomie, Dienstleistungen), Verwaltung und Politik für eine klare strategische Positionierung und ein zielgerichtetes Management pro Innenstadt unabdingbar.
- Sicherung und Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Zweibrücker Innenstadt, beispielsweise durch gestalterische Verbesserungen, wie Aufwertung von Werbeanlagen und Schaufenstern sowie des öffentlichen Raums, auch in Kombination mit gastronomischen Nutzungen. Diesbezüglich ist eine klare funktionale und städtebauliche Abgrenzung zum FOC-Standort möglich und die Innenstadt kann ihre Qualitäten gegenüber anderen Standorten hervorheben. Dazu bietet auch die Bespielung und die städtebauliche Qualifizierung der großen Stadtplätze eine entsprechende Möglichkeit.
- Weiterhin zu verfolgen sind neue Nutzungskonzepte für Leerstände, die derzeit in einigen Räumen das Gesamtbild trüben. Die Leerstände bieten eine Möglichkeit kleinteiligen Facheinzelhandel mit neuen Ideen und Produkten eine Plattform zu geben.

8.5 Ergänzungsstandort Wilkstraße

Neben dem zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum besteht mit dem **Ergänzungsstandort Wilkstraße** in Zweibrücken ein weiterer räumlicher Angebotsschwerpunkt im Stadtgebiet. Hierbei handelt es sich um einen städtebaulich nicht integrierten Standort mit zahlreichen großflächigen Anbietern.

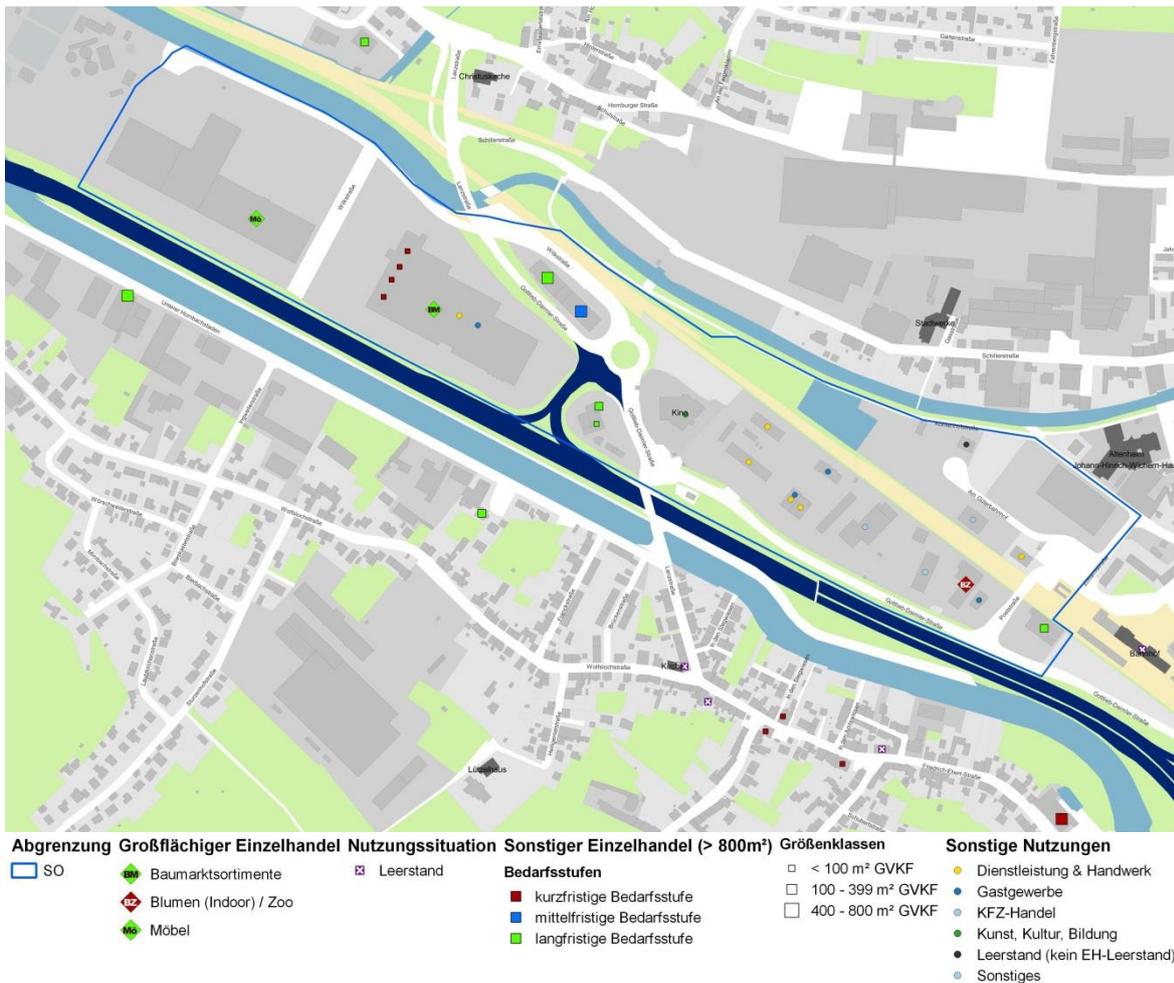
Der **Ergänzungsstandort** in der Zweibrücker Kernstadt ist rd. 1,3 Kilometer von der Zweibrücker Innenstadt gelegen. Der Standort umfasst überwiegend großflächige Einzelhandelsangebote des kurz- und langfristigen Bedarfs und besitzt großzügige Stellplatzflächen auf den Grundstücken der Anbieter an diesem Standort. Insgesamt beherbergt der Standort neben Betrieben des produzierenden Gewerbes und Handwerksbetrieben auch zahlreiche Einzelhandelsbetriebe und ist gemessen an der Verkaufsfläche derzeit der größte Einzelhandelsstandort im Zweibrücker Stadtgebiet. Der Standort weist neben nicht-innenstadtrelevanten Warengruppen einen hohen Anteil an innenstadtrelevanten Sortimenten auf. Es lassen sich einige größere Verkaufsflächenanteile in typischen innenstadtrelevanten Sortimenten – insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel – finden.

Nicht zuletzt aufgrund der verkehrstechnischen Organisation des Angebotsstandortes, der eingeschränkten fußläufigen Erreichbarkeit sowie der großzügig dimensionierten Stellplatzflächen für den ruhenden Verkehr ist auch dieser als **PKW-kundenorientierter Angebotsstandort** zu klassifizieren. Mit den vorgenannten Angeboten kommt dem Standort eine **stadtteilweite** sowie in Bezug auf zahlreiche Warengruppen eine **gesamstädtische bzw. über-regionale Versorgungsfunktion** zu. In der Warengruppe Möbel kommt dem Standort aufgrund seiner Größe neben einer gesamstädtischen auch eine regionale Versorgungsfunktion zu. Insbesondere im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich stellen die Angebote an der Standortagglomeration allerdings auch eine wesentliche Konkurrenz zu den Angeboten in dem zentralen Versorgungsbereich dar.

Derzeit gibt es seitens der Anbieter Möbel Martin und Globus Bau- und Getränkemarkt Überlegungen die jeweiligen Gesamtverkaufsflächen zu erweitern. Beide Raumordnungsverfahren befinden sich derzeit in der Abstimmung mit der Oberen Landesplanungsbehörde.

Der Standort Wilkstraße soll weiterhin die Funktion als **Ergänzungsstandort** des nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandels im siedlungsräumlichen Gefüge der Stadt Zweibrücken beibehalten. Die räumliche Ausdehnung dieses Standortes sowie seine zukünftige Funktion in Bezug auf die einzelhandelsrelevante Entwicklung stellen sich wie folgt dar:

Karte 16: Abgrenzung Ergänzungsstandort Wilkstraße



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018

Gegenüber dem „alten“ Zweibrücker Einzelhandelskonzept wurde die bisherige Abgrenzung nicht verändert. Bei der Weiterentwicklung des Standortes ist darauf zu achten, dass dies in funktionaler Ergänzung zum Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen in Zweibrücken geschieht und sich weder zulasten dieser städtebaulich schützenswerten Bereiche noch zulasten der wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet auswirkt. Eine Ergänzung und Erweiterung nicht-innenstadtrelevanter Angebote ist jedoch möglich. Der gesamte Standortbereich sollte dementsprechend planungsrechtlich abgesichert werden, wobei bestehende Anbieter mit innenstadt- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment dabei grundsätzlich Bestandsschutz genießen. Eine Neuansiedlung von Betrieben mit innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollte jedoch konsequent vermieden werden.

Vor allem hinsichtlich der funktionalen Ergänzung des an dem Standort lokalisierten Einzelhandelsangebotes ist sicherzustellen, dass insbesondere das innenstadtrelevante Randsortiment dieser Betriebe auf ein zentrenverträgliches Maß (vgl. Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandelsentwicklung in Kapitel 8.8) zu begrenzen ist.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Als Entwicklungsziele und -empfehlungen für den Ergänzungsstandort lassen sich folgende Aussagen formulieren:

- Sicherung und Entwicklung als **zentrenverträglicher Ergänzungsstandort** für überwiegend großflächigen Einzelhandel (Fachmärkte) mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment (Vorrangstandort) in funktionaler Ergänzung zu den zentralen Versorgungsbereichen in Zweibrücken und der wohnungsnahen Grundversorgung;
- **kein weiterer Ausbau / keine zusätzliche Ansiedlung** von Einzelhandelsbetrieben mit **nahversorgungs- und innenstadtrelevantem Kernsortiment** mit Blick auf die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Grundversorgung;
- **Umstrukturierungen und Ergänzungen** von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment insbesondere in funktionaler Ergänzung zu den zentralen Versorgungsbereichen; Beschränkung der innenstadtrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß.
- **Veränderungen** im Bestand sind im Einzelfall abhängig von bauplanungsrechtlichen sowie bauordnungsrechtlichen Festlegungen und dem baurechtlichen Bestand.
- Darüber hinaus ist die **Ansiedlung** von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten unter Beachtung der Landes- und Regionalplanung grundsätzlich möglich.

8.6 Sonderstandort Fashion Outlet Zweibrücken

Das Fashion Outlet befindet sich im Zweibrücker Stadtteil Rimschweiler und liegt rd. 4 km (Luftlinie) östlich von der Zweibrücker Innenstadt entfernt. Das Center verfügt über einen Angebotsmix aus typischen „FOC-Sortimenten“ und ist auch in Bezug auf die Markenvielfalt mit zahlreichen bekannten und internationalen Marken sehr gut ausgestattet. Es handelt sich um einen **modern gestalteten Angebotsstandort** in funktionaler Bauweise mit dem für die Angebotsform typischen kleinteilig strukturierten Angebot.

Karte 17: **Abgrenzung Sonderstandort Fashion Outlet Zweibrücken**



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Daten wurden für das FOC durch die Stadt Zweibrücken zur Verfügung gestellt (Stand: 2018)

Die **städtebauliche Verträglichkeit** und zentrenverträgliche Gestaltung des Standortes wurde im Vorfeld der Ansiedlung und auch bei den bisherigen Baustufen dezidiert gutachterlich untersucht und im Rahmen des städtebaulichen Vertrages fixiert. Die Sicherung und Weiterentwicklung als zentrenverträglicher Ergänzungsstandort zur Wahrung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion Zweibrückens sind im Rahmen der geltenden baurechtlichen bzw. anhängenden vertraglichen Festsetzungen fixiert: Die zentrenverträgliche Gestaltung in Bezug auf die einschränkenden Festsetzungen zu den dort zulässigen atypischen innenstadtrelevanten Sortimenten wird über ein kontinuierliches Monitoring gewährleistet.

Bei einer etwaigen **Weiterentwicklung** ist darauf zu achten, dass diese in funktionaler Ergänzung zum Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen geschieht und sich weder zu Lasten des städtebaulich schützenswerten Bereiches noch zu Lasten der wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet auswirkt.

Aktuell (Stand: März 2020) bestehen Überlegungen, das Fashion Outlet um 8.500 m² Verkaufsfläche bzw. 40 bis 50 Stores zur erweitern. Es ist grundsätzlich darauf hinzuweisen, dass die Planungshoheit über die Entwicklung an dem Standort beim Zweckverband Entwicklungsgebiet Flugplatz (ZEF) liegt. Die Entscheidungs- und Steuerungsmöglichkeiten seitens der Stadt Zweibrücken sind hierdurch deutlich begrenzt.

Wie bei den vorhergehenden Erweiterungsschritten ist auch für diese Stufe ein Raumordnungsverfahren durchzuführen, in dessen Verlauf u.a. auch die Verträglichkeit des geplanten Verkaufszuwachses insbesondere gegenüber der Zweibrücker Innenstadt zu bewerten ist. Die vorgenommene Abgrenzung des Fashion Outlet Zweibrücken berücksichtigt die geplante Erweiterungsfläche dieser möglichen baulichen Erweiterung, kann aber selbstverständlich auch im Falle eines negativen Ergebnisses des Raumordnungsverfahrens wieder zurückgenommen werden.

8.7 Versorgungsbereiche der Lebensmittelnaheversorgung

Da eine flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb der Stadt Zweibrücken nicht ausschließlich über die vorhandenen Standorte bzw. die zentralen Versorgungsbereiche sichergestellt werden kann, können die städtebaulich integriert gelegenen Versorgungsbereiche der Lebensmittelnaheversorgung (Bestandsstandorte mit Entwicklung) räumliche Versorgungslücken abdecken. Insbesondere innerhalb der Kernstadt sichern diese Standorte die Nah- und Grundversorgung auch für direkt benachbarte Siedlungsteile in anderen Stadtteilen. Sie sind entsprechend zu sichern und ggf. zu Standortsicherung auch weiterzuentwickeln. Hierbei ist ebenfalls die Ansiedlungsregel 1 des Einzelhandelskonzeptes zu beachten.

Zur Sicherung und Stärkung der Lebensmittelversorgung wurden insgesamt **vier Versorgungsbereiche / Bestandsstandorte mit Entwicklung** in der Stadt Zweibrücken identifiziert. Nach Abstimmung mit der Oberen Landesplanung, der SGD Süd, werden räumlich klar definierte Bereiche bestimmt, die neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Beitrag zur Nah- und Grundversorgung in der Stadt Zweibrücken sichern sollen.

Es handelt sich bei um folgende drei Standorte in Zweibrücken:

- Standort Quebecstraße
- Standort Friedrich-Ebert-Straße
- Standort Finkenstraße
- Standort Saarlandstraße⁶⁰

Die vier städtebaulich integrierten Versorgungsbereiche verfügen jeweils über einen **strukturprägenden Lebensmittelanbieter**, der in dem fußläufigen Nahbereich einen wichtigen Beitrag zur Sicherung der Nahversorgung leistet. Zwischen den einzelnen Versorgungsbereichen bestehen hinsichtlich der zeitgemäßen Struktur in Bezug auf **Parkplatzsituation, Gesamtverkaufsfläche** und **Gesamterscheinungsbild** Unterschiede.

⁶⁰ Ehemaliges Nahversorgungszentrum Hilgard Center

Karte 18: Versorgungsbereich Quebecstraße

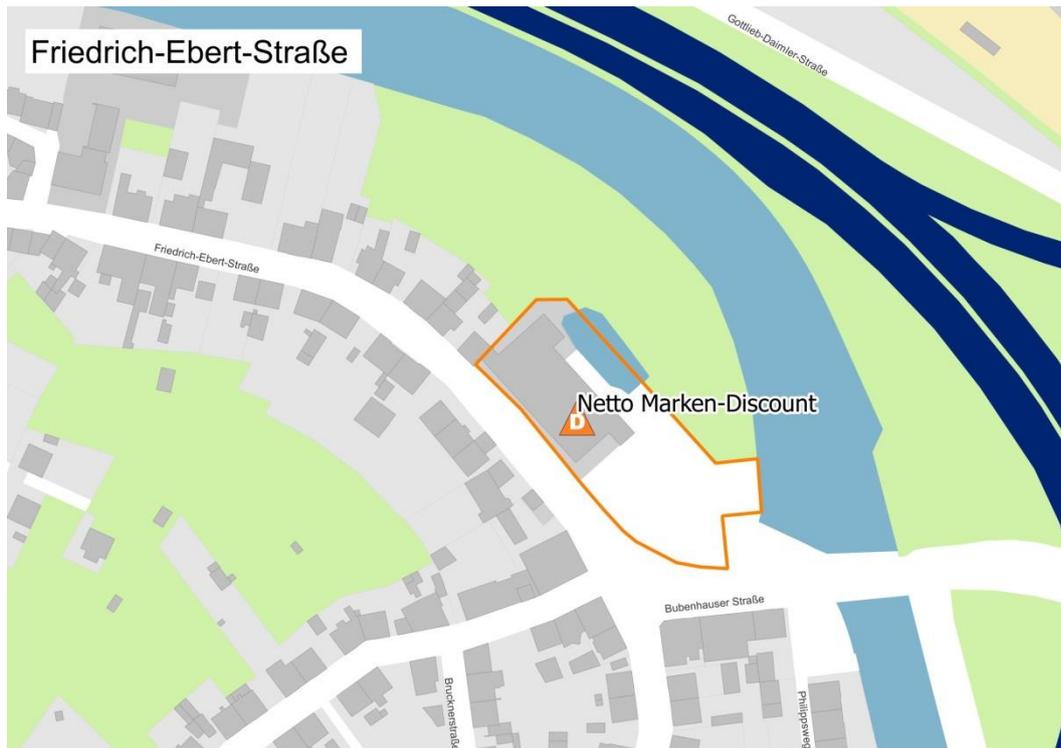


Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018

Der Netto Lebensmitteldiscounter am Standort **Quebecstraße** mit derzeit rd. 1.000 m² Gesamtverkaufsfläche ist modern und zeitgemäß aufgestellt. Es handelt sich hierbei um einen vergleichsweise neuen Standort im östlichen Bereich der Kernstadt. Insbesondere für die zahlreichen Wohnsiedlungsbereiche im Umfeld übernimmt der Bereich eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Die Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung) für den Standortbereich ist ein vorhabenbezogener Bebauungsplan „ZW 128 Canadasiedlung – Nahversorgung“.

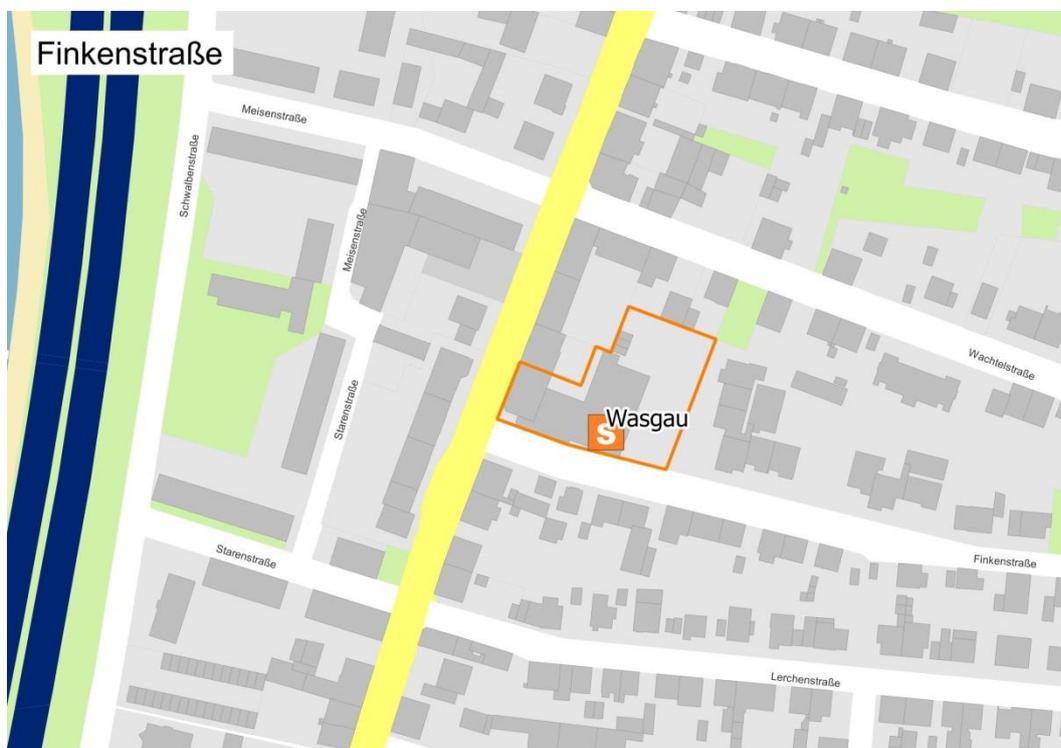
Der Standort des Netto Lebensmitteldiscounter an der **Friedrich-Ebert-Straße** weist entsprechenden Bedarf zur Sicherung auf. Die derzeitige Gesamtverkaufsfläche des Marktes mit rd. 750 m² liegt unterhalb „moderner“ Standorte. Der Standort im westlichen Randbereich der Zweibrücker Kernstadt übernimmt eine wichtige Nah- und Grundversorgungsfunktion für den Stadtteil Ernstweiler-Bubenhausen und den Stadtteil Wattweiler. Die Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung) für den Standortbereich ist ein vorhabenbezogener Bebauungsplan „ZW 153 Ecke Bubenhauser Str.- Friedrich-Ebert-Straße“.

Karte 19: Versorgungsbereich Friedrich-Ebert-Straße



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018

Karte 20: Versorgungsbereich Finkenstraße



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018

Auch der Standort des Supermarktes Wasgau an der **Finkenstraße** zeigt sich nicht mehr modern und zeitgemäß aufgestellt. Der Wasgau-Markt verfügt über eine vergleichsweise geringe Verkaufsfläche von derzeit rd. 750 m² und ist zudem wegen seines Alters in die Jahre gekommen. Der Betreiber hat bereits signalisiert, dass er sich in Zukunft moderner aufstellen möchte. Im Sinne der Sicherung der Nahversorgung für den südlichen Bereich der Zweibrücker-Kernstadt ist eine Entwicklung sinnvoll, weil keine weiteren städtebaulich integrierten Standorte zur Nah- und Grundversorgung bestehen. Für den Standortbereich gibt es keinen Bebauungsplan.

Karte 21: Versorgungsbereich Saarlandstraße



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Abt. GIS und Vermessung der Stadt Zweibrücken (2018); primärstatistische Einzelhandelserhebung, Juni / Juli 2018

Der Standort **Saarlandstraße** (ehemaliges Nahversorgungszentrum Hilgard Center) mit derzeit rd. 4.700 m² Gesamtverkaufsfläche (nahversorgungsrelevante Anbieter) ist modern und zeitgemäß aufgestellt. Es handelt sich hierbei um einen vergleichsweise neuen Standort im Herzen der Kernstadt. Insbesondere für die zahlreichen Wohnsiedlungsbereiche im Umfeld übernimmt der Bereich eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Die Genehmigungsgrundlage (der jeweils zuletzt erteilten Baugenehmigung) für den Standortbereich ist ein vorhabenbezogener Bebauungsplan „ZW 078 Hilgard Center“.

Diese Bereiche sind im Rahmen des **Bestandsschutzes** zu sichern und ggf. unter Beachtung der formulierten Zielvorstellungen und Grundsätzen des Zweibrücker Einzelhandelskonzeptes (vgl. dazu auch Kapitel 8) zur Ansiedlung / Erweiterung von nahversorgungsrelevanten Betrieben weiter zu entwickeln. Die definierten Bereiche tragen einen wichtigen Beitrag zur Nah- und Grundversorgung in Zweibrücken bei. Entsprechende **Entwicklungsperspektiven** sind ihnen vorbehalten.

Siedlungsräumlich integrierte **Versorgungsbereiche der Lebensmittelnahverorgung / Bestandsstandorte mit Entwicklung** sind grundsätzlich städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig ob innerhalb oder außerhalb von der Stadt Zweibrücken – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Die Schutzwürdigkeit eines Versorgungsbereiches bezieht sich dabei immer auf seine Funktion als Nahversorger (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solidären Nahversorgungsstandort (Bestandsstandort mit Entwicklung) dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet.

Bestandsstandorte ohne Entwicklung sind strukturprägende Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage, von denen es im Zweibrücker Stadtgebiet derzeit einige Standorte gibt, erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Zum Erhebungszeitpunkt können in Zweibrücken folgende Bestandsstandorte ohne Entwicklung definiert werden:

- Etzelweg (derzeit Aldi Süd, Lidl, Rewe),
- Gewerbestraße (derzeit Penny, Edeka),
- Homburger Straße (derzeit Aldi Süd) sowie
- Sickingerhöhstraße (derzeit Lidl).

Eine perspektivische Entwicklung neuer städtebaulich integrierter Nahversorgungsstandorte als Versorgungsbereiche der Lebensmittelnahverorgung kann vor allem dann zu empfehlen sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken (beispielsweise in den Stadtteilen außerhalb der Zweibrücker Kernstadt) geschlossen werden können. Eine Ansiedlung ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich (700 m Isochrone), die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde, verfügt. Da die heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rd. 1.200 m² betragen, ist für einen rentablen Betrieb in der Regel ein Kaufkraftpotenzial von etwa 5.000 Einwohnern im Einzugsbereich bzw. funktionalen Versorgungsgebiet erforderlich.

Berechnungsbeispiel zur „40 % - Regel“

Ausgangssituation:

- Vorhaben: Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m²
- Standort: städtebaulich integriert,
- im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet leben rd. 3.000 Einwohner

Berechnung des Soll-Umsatzes des Vorhabens:

- Der geplante Lebensmitteldiscounter bietet auf rd. 80 % seiner Gesamtfläche, d. h. rd. 960 m² Nahrungs- und Genussmittel an (1.200 m² x 80 % = 960 m²).
- Auf dieser Fläche erwirtschaftet er im Schnitt voraussichtlich rd. 5,2 Mio. Euro (960 m² x 6.000 Euro / m² (Flächenproduktivität Lebensmitteldiscounter) = 5,76 Mio. Euro

Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet:

- Die Bewohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rd. 6,58 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (3.000 EW x 2.194 Euro je EW = 6,58 Mio. Euro).
- Ein Einzelanbieter kann in der Regel max. rd. 40 % dieser Kaufkraft abschöpfen: 6,31 Mio. Euro x 40 % = 2,63 Mio. Euro

Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation):

- Der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel übersteigt die abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung um mehr als das Doppelte: (5,76 Mio. Euro / 2,63 Mio. Euro = 2,19)

Schlussfolgerung:

Das Vorhaben dient nicht primär der Nahversorgung der Bevölkerung im zugeordneten Versorgungsgebiet, sondern müsste mehr als die Hälfte des Soll-Umsatz im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel durch Kaufkraftzuflüsse von außerhalb dieses Gebietes beziehen (ggf. zu Lasten anderer städtebaulich wünschenswerter Standorte).

Das Vorhaben ist im Sinne des aus den Zielsetzungen des Zweibrücker Einzelhandelskonzeptes abgeleiteten Ansiedlungsregel 1 nicht zulässig.

Das bedeutet: Moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung von rd. 1.000 – 1.200 m² Verkaufsfläche (Lebensmitteldiscounter) bzw. 1.200 – 1.800 m² Verkaufsfläche (Lebensmittelvollsortimenter) wären auf eine Mantelbevölkerung von mindestens rd. 5.000 bis 8.000 Einwohner innerhalb des unmittelbaren Versorgungsgebiets angewiesen⁶¹. Diese Schwelle ist mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen der Stadt Zweibrücken in einigen Teilen des Stadtgebiets unterschritten. Die gemäß dieser Regelung zulässigen Ausnahmefälle bewegen sich überwiegend deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (800 m² Verkaufsfläche).

Der Aufbau eines adäquaten, wohnortnahen Angebots in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel **in den dünn besiedelten Lagen und kleineren** Stadtteilen sowie Siedlungsrandbereichen ist allerdings erschwert. Die aufgelockerten Siedlungsstrukturen mit teilweise sehr geringen Bevölkerungszahlen stehen dem Aufbau eines flächendeckenden wohnortnahen Nahversorgungsangebots entgegen. Die mit der Bevölkerungszahl verbundene sortimentspezifische Kaufkraft in den einzelnen Stadtteilen bietet in vielen Fällen aus betriebswirtschaftlicher Sicht keine ausreichende ökonomische Basis für die Ansiedlung bzw. Etablierung größerer Lebensmittelanbieter derzeit üblicher Markteintrittsgrößen. Vor allem im Lebensmittelbereich schlägt sich der Strukturwandel im Einzelhandel durch Verkaufsflächen-

⁶¹ Bei einer Flächenproduktivität von 4.300 Euro / m² für Lebensmittelvollsortimenter bzw. 5.400 Euro / m² für Lebensmitteldiscounter und einem Flächenanteil für (nicht nahversorgungsrelevante) Randsortimente von rd. 15-20 %.

wachstum und Unternehmenskonzentrationen auf der einen und einen Rückgang der Betriebszahlen und ein Ausdünnen des wohnortnahen Versorgungsnetzes auf der anderen Seite nieder. Bei geringeren als den o. g. Einwohnerzahlen im unmittelbaren Versorgungsgebiet sind die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen bzw. an Nahversorgungsstandorten.

Insbesondere in den räumlich abgesetzten, einwohnerschwachen Zweibrücker Stadtteilen außerhalb der Kernstadt (bspw. dem Stadtteil Mörsbach) ist die Ansiedlung von strukturprägenden Lebensmittelbetrieben unter dem Gesichtspunkt der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit als unrealistisch einzustufen.

In diesen einwohnerschwachen Stadtteilen sind aller Voraussicht nach bestenfalls Ansiedlungen in Form von **alternativen Nahversorgungskonzepten** möglich und sinnvoll. Dazu zählen Kleinflächenkonzepte, Convenience Stores oder auch mobile Verkaufswagen. Darüber hinaus erlangt auch der Internethandel zunehmend an Bedeutung, wobei er als eine Form des Bringservice für Lebensmittel fungiert. Die **Convenience Stores** bieten die Möglichkeit des bequemen Einkaufs von Nahversorgungsgütern zu jeder Tageszeit. Die am häufigsten anzutreffende Form sind Tankstellenshops, die vor allem auf Autokunden ausgerichtet sind. Darüber hinaus übernehmen größere Kioske und Trinkhallen mit einem auf den täglichen Bedarf erweiterten Angebot, insbesondere an wohnortnahen Standorten, eine ergänzende Versorgungsaufgabe. Auch sie sind, ebenso wie die Tankstellenshops, nicht an die gesetzlichen Ladenöffnungszeiten gebunden.

Die einzelnen **Kleinflächenkonzepte** lassen sich grundsätzlich in fünf Konzepttypen einteilen, wobei die Grenzen der einzelnen Typen zum Teil fließend sind⁶²:

- **klassische Filial- und Kleinflächenkonzepte der großen Lebensmittelketten und Lebensmittelgroßhändler (u. a. Nahkauf (Rewe), Edeka (nah und gut))**
Die großen Lebensmittelketten haben in der Vergangenheit Konzepte entwickelt, die mit Betriebsgrößen von rd. 300 - 500 m² Verkaufsfläche die Versorgung der Bevölkerung vor Ort gewährleisten soll. Dabei ist eine Mindesteinwohnerzahl von 2.000 – 2.500 Einwohner im erschließbaren Einzugsgebiet aus betrieblicher Sicht notwendig.
- **Ansätze im Rahmen regionaler Förderprogramme**
In einigen sehr dünn besiedelten Gebieten in Deutschland sind in den vergangenen Jahren mit Hilfe öffentlich geförderter Konzeptansätze auf kommunaler und regionaler Ebene Nahversorgungslösungen entwickelt worden, die dazu beitragen sollen, Versorgungslücken zu schließen. Beispiele dafür gibt es in Schleswig-Holstein oder Baden-Württemberg.
- **Ansätze im Rahmen von Integrationsmaßnahmen (sogenannte CAP-Märkte⁶³)**
Bei diesen Ansätzen steht vor allem der soziale Aspekt im Vordergrund. Neben der Sicherung der Nahversorgung geht es bei diesen konzeptionellen, öffentlich geförderten Ansätzen vor allem auch darum, sozial benachteiligten Menschen (z. B. be-

⁶² vgl. dazu auch: BBE Handelsberatung Münster: Nahversorgung, Struktur – Entwicklung – Chancen, Münster 2010

⁶³ Weitere Informationen hierzu unter www.cap-markt.de

hinderten Menschen oder Arbeitslosen) eine Chance auf dem Arbeitsmarkt zu bieten. Träger solcher Einrichtungen sind in der Regel soziale Einrichtungen aus der Region.

- **bewohnergetragene Ansätze (u. a. Dorfläden-Netzwerk Niedersachsen⁶⁴, Dorv-Zentrum NRW⁶⁵)**

Bei bewohnergetragenen Ansätzen werden die Bewohner eines Gebietes selbst aktiv, um die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs vor Ort zu ermöglichen. Die Verkaufsflächen entsprechender Betriebe liegen oftmals bei 100 - 200 m². Ein solches Konzept hat nicht die marktübliche Gewinnorientierung zum Ziel. Das wirtschaftliche Risiko liegt dabei möglichst auf vielen Schultern, z. B. im Rahmen eines genossenschaftlichen Ansatzes (nachbarschaftlich-gemeinschaftliche Trägerschaft). Daneben ist vor allem auch überwiegend ehrenamtliches Engagement der Einzelnen gefragt.

- **Ladengemeinschaften / Bündelung kleinteiliger Anbieter**

Die Bündelung verschiedener Anbieter (kleiner Einzelhändler und Dienstleister) ist ein weiterer Ansatz zu Sicherung der Nahversorgung. Durch die Bündelung von verschiedenen Angeboten wie Bäcker, Metzger, Gemüse- und Obsthändler, Zeitschriftenhändler, Lottoannahme, Post, Bank oder Gaststätte soll die Nahversorgung hergestellt werden.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass **alternative Nahversorgungskonzepte** im Gegensatz zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit häufig schwierig zu betreiben sind. In der Praxis kommen sie daher bislang nur in Ausnahmefällen vor. Sie sollten aber dennoch zur Sicherung der Nahversorgung auch künftig in Einzelfällen zumindest in Betracht gezogen werden.

Angebotsausweitungen bzw. Ansiedlungen weiterer Anbieter sind zwar grundsätzlich aus betriebswirtschaftlicher Sicht denkbar, jedoch stets kritisch hinsichtlich möglicher Auswirkungen die Zweibrücker Innenstadt und die bestehenden Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet zu überprüfen. Insbesondere einige noch vorhandene kleinere Lebensmittelanbieter in städtebaulich integrierten Lagen verfügen über relativ kleine Verkaufsflächengrößen sowie geringe Stellplatzangebote und agieren entsprechend bereits unter einem gewissen Wettbewerbsdruck. Voraussetzung für städtebaulich sinnvolle Angebotsausweitungen ist eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung und ein Standort in städtebaulich integrierter Lage.

Die Ansiedlung größerer Märkte ist allein zur Nahversorgung der Wohnbevölkerung in kleineren Stadtteilen und Siedlungsrandbereichen jedoch in der Regel ökonomisch nicht tragfähig. Insbesondere im südlichen und nördlichen Zweibrücker Stadtgebiet (u. a. Stadtteil Mittelbach und Oberauerbach) bestehen jedoch größere räumliche Versorgungslücken in Bezug auf die Nahversorgungssituation, die hinsichtlich des vorhandenen Einwohnerpotenzials über eine eigentlich ökonomisch tragfähige Struktur verfügen. Im Einzelfall könnte hier aufgrund der Stadtteilstruktur und des vorhandenen Einwohnerpotenzials zur Entwicklung der Nahver-

⁶⁴ Weitere Informationen hierzu unter www.dorfladen-netzwerk.de/niedersachsen

⁶⁵ Weitere Informationen hierzu unter www.dorv.de

sorgung auf größere zusammenhängende Wohnsiedlungsbereiche (funktionelles Versorgungsgebiet) zurückgegriffen werden, die über die zugrunde gelegte 700-Meter-Distanz des Nahbereiches hinausgehen. Hierbei sind insbesondere die Grundsätze und Ziele des Zweibrücker Einzelhandelskonzeptes zu beachten (vgl. Kapitel 7.9, Grundsatz 1). Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der in dem Einzelhandelskonzept genannten Kriterien durchzuführen.

8.8 Zweibrücker Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Definition der Ergänzungs- sowie der Nahversorgungsstandorte (mit und ohne Entwicklung) vor allem die „Zweibrücker Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten, innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten** notwendig.

Grundsätzlich orientiert sich die „neue“ Zweibrücker Sortimentsliste an den Einschätzungen und Festlegungen des Jahres 2008. Die Neubewertung einzelner Sortimente trägt insbesondere der aktuellen Angebotssituation im Zweibrücker Stadtgebiet sowie den zukünftigen Entwicklungsabsichten von Planung und Politik, wie den landesplanerischen Zielvorgaben, ebenso Rechnung.

8.8.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchstrichterlich anerkannt⁶⁶. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z. B.

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten),
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss beziehungsweise der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich gem. § 9 (2a) BauGB relevant.

⁶⁶ vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und innenstadtrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden⁶⁷. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsschwelle von 800 m²⁶⁸, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden. Zur Steuerung des Einzelhandels sollte daher eine ortsspezifische Sortimentsliste vereinbart werden, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen⁶⁹. **Die Ortstypik ist entscheidend.**

Begriffsdefinitionen

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem **innenstadtrelevante, nahversorgungsrelevante** und **nicht-innenstadtrelevante Sortimente**⁷⁰ zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Innenstadtrelevante Sortimente** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Auf sie treffen i. d. R. die Merkmale der innenstadtrelevanten Sortimente zu. Insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- sowie Grund- und

⁶⁷ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

⁶⁸ vgl. dazu das Urteil des BVerwG vom 24.11.2005 (BVerwG 4 C 10.04)

⁶⁹ vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

⁷⁰ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Waren verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

Nahversorgungszentren nehmen sie zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung von Betrieben an Einzelstandorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Sie sind somit nicht stets, sondern i. d. R. als innenstadtrelevant einzustufen. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

- Bei **nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Bau- und Gartenmärkte) haben diese Sortimente in der Regel für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann.

Tabelle 18: Merkmale innenstadt- und nicht-innenstadtrelevanter Sortimente

Kriterium	Merkmale	
	innenstadtrelevanter Sortimente	Nicht-innenstadtrelevanter Sortimente
städtebauliche und Einzelhandelsstruktur	notwendig für einen attraktiven Warengruppenmix hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	nicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht integriert
Besucherfrequenz	erzeugen und benötigen hohe Besucherfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besucherfrequenz
Integrationsfähigkeit	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z. B. Möbel) autokundenorientiert
Einzelhandelszentralität	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i. d. R. hohe kommunale und z. T. auch regionale Ausstrahlungskraft
Kopplungsaffinität	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i. d. R. gezielt angefahren, geringe bis keine Koppelungen mit anderen Aktivitäten
Transportfähigkeit	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d. h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i. d. R. Kfz notwendig

Quelle: eigene Darstellung

Landesplanerische Vorgaben in Rheinland-Pfalz⁷¹

Bei der Aufstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung innenstadtrelevanter und nicht-innenstadtrelevanter Sortimente zu berücksichtigen. Hinsichtlich der landesplanerischen Regelungen zur Einzelhandelsentwicklung sind die Vor- und Maßgaben des Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV) einschlägig. Anwendung findet die Liste bei der landesplanerischen Beurteilung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche.

Folgende Sortimente gelten gemäß dem Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV) regelmäßig als innenstadtrelevant (gleichbedeutend mit zentrenrelevant⁷²), wenngleich unter Würdigung der jeweiligen örtlichen Situation über die Zentrenrelevanz einzelner Sortimente sowie die nähere inhaltliche Konkretisierung im Einzelfall zu entscheiden ist.⁷³

- Nahrungsmittel,

⁷¹ Das Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV) weist darauf hin, dass es sich bei der Liste aus dem Landesentwicklungsprogramm um keine abschließende oder verbindliche Liste handelt. Auch andere Sortimente können in Hinblick auf die ortsspezifische Situation als innenstadtrelevant eingestuft werden. Die Liste bildet einen wichtigen Orientierungsrahmen bei der regionalplanerischen bzw. landesplanerischen Bewertung und Einordnung für großflächige Einzelhandelsprojekte. Zur Erstellung der Zweibrücker Sortimentsliste werden diese regionalplanerischen Vorgaben im Rahmen der Herleitung mitberücksichtigt. (vgl. Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), in der Fassung vom 7. Oktober 2008, S. 98.)

⁷² Der im Rahmen des LEP IV RP verwendete Begriff innenstadtrelevant ist gleichbedeutend mit dem Begriff zentrenrelevant. In der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurde die Terminologie an die Begrifflichkeit des LEP IV angepasst.

⁷³ ebenda

- Drogeriewaren / Kosmetikartikel,
- Haushaltswaren / Glas / Porzellan,
- Bücher / Zeitschriften, Papier / Schreibwaren,
- Büroartikel,
- Kunst / Antiquitäten,
- Baby- / Kinderartikel,
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe,
- Unterhaltungselektronik / Computer, HiFi / Elektroartikel,
- Foto / Optik,
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche,
- Textilien / Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe,
- Musikalienhandel,
- Uhren / Schmuck,
- Spielwaren, Sportartikel,
- Blumen,
- Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Mofas,
- Zooartikel, Tiernahrung und Tiere.

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der innenstadtrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten in der Regel stärker differenziert sind. Darüber hinaus ergeben sich teilweise unterschiedliche Sortimentseinteilungen beziehungsweise -benennungen. Im Rahmen der Aufstellung der Zweibrücker Sortimentsliste wurden neben den landesplanerischen Vorgaben insbesondere bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den innenstadtrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Zweibrücken näher betrachtet.

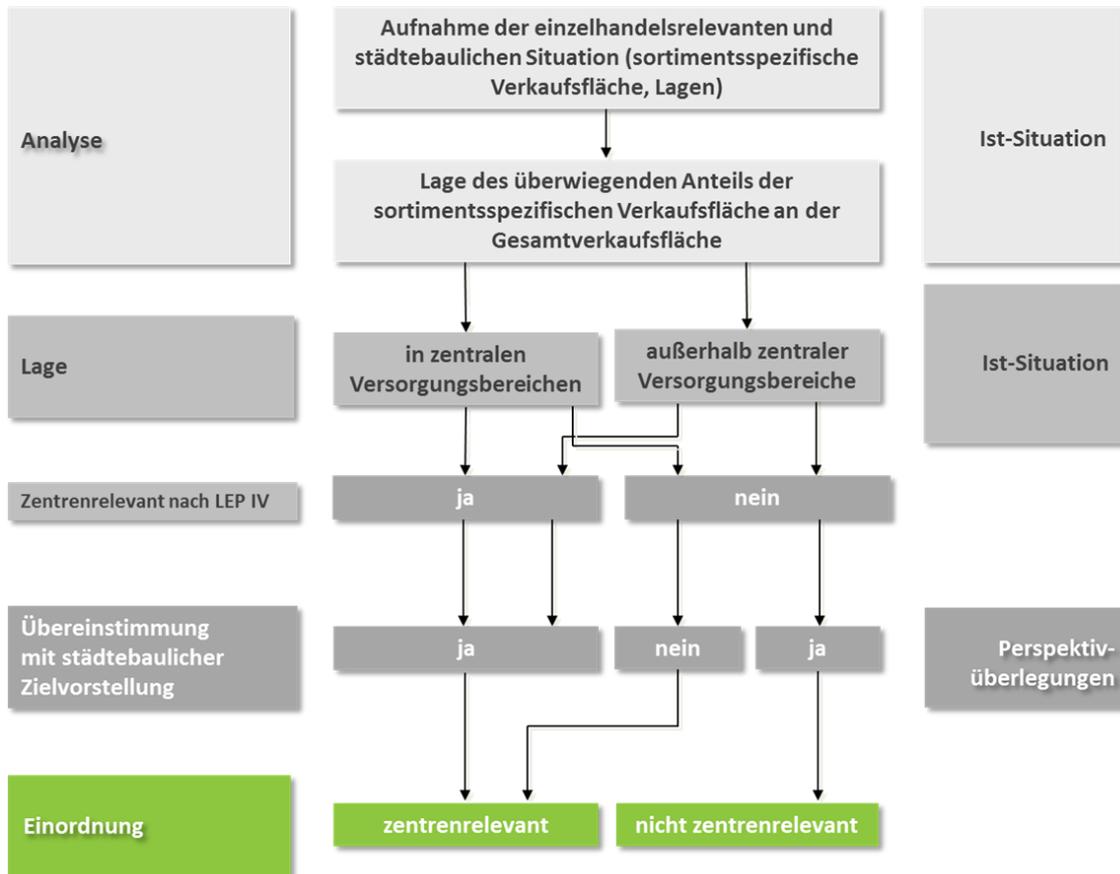
8.8.2 Herleitung der Zweibrücker Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁷⁴ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

⁷⁴ vgl. dazu Kuschnerus, U., Bischopink, O., Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Rdnr. 519

- Im Rahmen der Aufstellung beziehungsweise Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als innenstadtrelevant angesehenen Sortimentsgruppen in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der innenstadtrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als innenstadtrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandel- und Zentrenkonzeptes notwendig).
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

Abbildung 12: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung; zentrenrelevant = innenstadtrelevant; nicht zentrenrelevant = nicht-innenstadtrelevant

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des in Zweibrücken ansässigen Einzelhandelsangebotes sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb beziehungsweise außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Zweibrücken aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen – insbesondere der Stärkung gewachsener Siedlungs- und Zentrenstrukturen – in Zweibrücken ergibt sich die in Tabelle 19 dargestellte Zweibrücker Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten.

Tabelle 19: Sortimentliste für die Stadt Zweibrücken

innenstadtrelevante Sortimente	
<i>hiervon nahversorgungsrelevant</i>	
Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel) Backwaren / Konditoreiwaren Drogeriewaren / Körperpflegeartikel (inkl. Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel) Fleisch- und Metzgereiwaren Getränke Nahrungs- und Genussmittel Schnittblumen Zeitungen / Zeitschriften	Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle Heimtextilien (inkl. Haus- und Tischwäsche, Bettwäsche)/ Gardinen / Dekostoffe Kosmetikartikel / Parfümeriewaren Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen Lederwaren / Taschen / Koffer / Regen- schirme Medizinische und orthopädische Artikel² Musikinstrumente und Zubehör Papier, Büroartikel, Schreibwaren Schuhe Spielwaren Sportartikel / -kleingeräte Sportbekleidung / Sportschuhe Uhren / Schmuck Wohndekorationsartikel
Bastel- und Künstlerartikel, Sammlerbrief- marken und -münzen Bekleidung Bücher Elektrokleingeräte Elektronik und Multimedia ¹ Fahrräder und technisches Zubehör	
¹ Dazu gehören u. a.: Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör	
² Dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel	
Nicht-innenstadtrelevante Sortimente (keine abschließende Auflistung)	
Angler-, Jagdartikel und Waffen Bauelemente, Baustoffe Baumarktspezifisches Sortiment ³ Bettwaren / Matratzen Büromaschinen Campingartikel Elektrogroßgeräte Erotikartikel Gartenartikel und -geräte Kinderwagen Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Autokindersitze)	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel Möbel Pflanzen / Samen Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor) Teppiche (Einzelware) Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe und Vasen Reitsportartikel Sportgroßgeräte Zoologische Artikel (inkl. Heim- und Klein- tierfutter), lebende Tiere

³ Dazu gehören u. a.: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben /
 Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärarti-
 kel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge, Teppiche (Rollware)

Quelle: eigene Darstellung

Die vorliegende Zweibrücker Sortimentliste ist ein, wie eingangs erläutert, Ergebnis der gut-
 achterlichen Analysen und Einschätzungen einerseits sowie der städtebaulichen Zielsetzungen
 der Stadt Zweibrücken andererseits.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht-innenstadtrelevant eingestuftes Sortiment der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt. Sehr deutlich wird dies beispielsweise im Bau- und Gartenmarktsortiment, das zu fast 100 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten wird. Auch in Bezug auf die nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimente zeigt sich ein erfreuliches Bild: Zahlreiche Sortimente (beispielsweise das Sortiment Bücher), die unter städtebaulich-versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten in die zentralen Bereiche gehören, sind weiterhin in den Zweibrücker Zentren zu finden. Insgesamt ergeben sich gegenüber der „alten“ Zweibrücker Sortimentsliste nur sehr geringfügige Abweichungen in der Einstufung einzelner Sortimente. Diesbezüglich ist zu beachten, dass durch das Fashion Outlet zwar ein deutlicher Anteil an innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der beiden zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt ist, bei einer Ausklammerung des Fashion Outlets aber ein insgesamt erfreuliches Bild in den innerstädtischen Leitsortimenten festzustellen ist.

Vor diesem Hintergrund lässt sich die konkrete Einstufung einzelner Sortimente wie folgt näher erläutern:

- Im Bestand findet sich im nahversorgungsrelevanten Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** rd. 50 % der Verkaufsfläche in städtebaulich integrierten Lagen. Die Lagen leisten somit hier einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung. Nicht nur im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches sondern vor allem auch unter dem Gesichtspunkt des Erhalts der wohnungsnahen Grundversorgung ist es wichtig, das Nahrungs- und Genussmittelangebot (inklusive Getränke) in der Innenstadt sowie an städtebaulich integrierten Standorten zu stärken und dementsprechend das Sortiment als nahversorgungsrelevant einzustufen.
- Aufgrund der Unbestimmbarkeit der Sortimente **Geschenkartikel / Baby- und Kleinkindartikel** werden diese nicht mehr in der Zweibrücker Sortimentsliste aufgeführt. Geschenkartikel können z. B. Bilder, Glas / Porzellan / Keramik, Papier / Büroartikel / Schreibwaren oder Uhren sein. Baby- und Kleinkinderartikel können Spielwaren oder auch Drogeriewaren sein. Da die vorgenannten Sortimente allesamt Eingang in die Zweibrücker Sortimentsliste gefunden haben, wird auf eine Aufnahme des Sortimentes verzichtet.
- Weiterhin wird das Sortiment „zoologischer Bedarf“ zu einem Sortiment **„Zoologische Artikel (inkl. Heim- und Kleintierfutter), lebende Tiere“** zusammengefasst. Im Zweibrücker Stadtgebiet wird das Sortiment Heim- und Kleintierfutter zu meist in kleineren Verkaufsflächenanteilen lediglich als Randsortiment in größeren Lebensmittelmärkten angeboten. Aufgrund der aktuell zu beobachtenden Verkaufsflächenverteilung im Zweibrücker Stadtgebiet wird es als nicht-innenstadtrelevantes Sortiment bewertet.
- Die Sortimente **Angler-, Jagdartikel und Waffen, Reitsportartikel, Kinderwagen und Erotikartikel** werden zum Teil neu in die Zweibrücker Sortimentsliste aufgenommen. Die genannten Sortimente werden aufgrund der städtebaulichen Zielsetzung der Stadt Zweibrücken als nicht-innenstadtrelevante Sortimente eingeordnet.
- Die Verteilung des Fachangebotes in dem Sortiment **Fahrräder und technisches Zubehör** ist vergleichsweise ausgeglichen. Dennoch besteht mit dem Magnetbetrieb „Rad-sport Sieber“ ein wichtiges Fachgeschäft in der Innenstadt. Aus diesem Grund wird das Sortiment zukünftig als innenstadtrelevant eingeordnet.

- Eine Unterscheidung zwischen „**Brauner und Weißer Ware**“ findet nicht mehr statt. Die Differenzierung erfolgt zwischen Elektroklein- (innenstadtrelevant) und Elektrogroßgeräten (nicht-innenstadtrelevant). Zwar haben auch Elektrogroßgeräte einen mehrheitlichen Angebotschwerpunkt innerhalb der Zweibrücker Zentren, jedoch haben diese Produkte eine eher untergeordnete Rolle und sind auch aufgrund der eingeschränkten Transportfähigkeit und des hohen Flächenbedarfs als nicht-innenstadtrelevant einzuordnen.
- In der Sortimentsgruppe Sportartikel in **Sportbekleidung / Sportschuhe, Sportklein-** sowie **Sportgroßgeräte** wurde folgende Differenzierung und Unterteilung vorgenommen: Während vor allem die beiden erstgenannten Sortimente innenstadttypische und zentrenprägende Sortimente darstellen, die die Versorgungsqualität eines zentralen Versorgungsbereiches positiv beeinflussen, stellen die Sportgroßgeräte – nicht zuletzt auch aufgrund ihrer eingeschränkten Transportfähigkeit und ihres hohen Flächenbedarfs – ein Sortiment dar, das die Attraktivität und Funktionalität einer Innenstadt nur unwesentlich beeinflusst. Insbesondere im Hinblick auf die Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches werden somit zukünftig die Sortimente **Sportbekleidung / Sportschuhe** und **Sportkleingeräte** als **innenstadtrelevant** eingestuft, während das Sortiment **Sportgroßgeräte** den **nicht-innenstadtrelevanten** Sortimenten zugeschlagen wird.
- Das vom LEP IV als innenstadtrelevant eingestufte Sortiment der **Campingartikel** wird aufgrund des rudimentären bzw. nicht vorhandenen Angebotsbestandes als nicht-innenstadtrelevant eingestuft. Auch das Sortiment **Lampen / Leuchten / Leuchtmittel** ist derzeit nur als Randsortiment im Zweibrücker Stadtgebiet vertreten. Da es keine prägnante Bedeutung für die Zweibrücker Zentren hat und der bundesweite Trend zeigt, dass gerade dieses Sortiment häufig von größeren Baumärkten als Randsortiment angeboten wird, wird es ebenfalls als nicht-innenstadtrelevant eingestuft. Gegenüber der „alten“ Sortimentsliste ergibt sich keine Veränderung in der Einstufung.
- In der Sortimentsgruppe der **Teppiche** im LEP IV wird nicht zwischen handgefertigten, einzelnen Teppichen und Teppichen als Rollware unterschieden. Beide Sortimente sind in der „neuen“ Zweibrücker Sortimentsliste weiterhin als zwei verschiedene Sortimente geführt. Das Gesamtsortiment „Teppiche“ (Einzelware und Rollware) besitzt einen flächenmäßig überwiegenden Anteil außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Der größte Anbieter in Zweibrücken ist dabei der Möbelanbieter Martin. Daneben ist der marktseitige Trend herauszustellen, dass Teppiche als Einzelware vor allem als Randsortiment in Möbelhäusern oder z. T. auch in Baumärkten angeboten werden. Vor dem Hintergrund der marktseitigen Veränderungen sowie der Verkaufsflächenverteilung innerhalb des Stadtgebietes wird eine Einstufung als nicht-innenstadtrelevant vorgenommen.
- Einige **branchenspezifische Differenzierungen** ergeben sich durch die Erhebungssystematik von Junker + Kruse, die im Vergleich zum „alten“ Zweibrücker Einzelhandelskonzept leicht modifiziert wurde (vgl. Tabelle 2).

8.9 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung

Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes bilden **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Zweibrücken** (vgl. Kapitel 8.2) die übergeordnete Betrachtungsebene aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt

Zweibrücken abgeleitet werden. Diese als Ansiedlungsregeln (bzw. Grundsätze) formulierten Leitlinien bilden die Basis zur Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Bereits in dem Einzelhandelskonzept 2008 wurden derartige **Grundsätze definiert und formuliert**, die seitdem – gestärkt durch den politischen Beschluss des Konzeptes – zur Bewertung und Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben und -standorten im Zweibrücker Stadtgebiet herangezogen werden. **Die nachfolgend aufgeführten Regelungen greifen diese Grundsätze inhaltlich auf und entwickeln sie unter Berücksichtigung der jüngsten obergerichtlichen und höchstrichterlichen Rechtsprechung fort**, so dass sie zukünftig bei der Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben angewandt werden können.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Grundsätze ist vorab noch folgendes herauszustellen:

- die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Grundsätze für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar;
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend;
- die Grundsätze gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen;
- bestehende Einzelhandelsbetriebe bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln **unberührt** (Bestandsschutz).

Grundsatz 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment im Sinne der Zweibrücker Sortimentsliste

Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (klein- und großflächig) sollen in dem zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken liegen.

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können – je nach Lage und Verkaufsflächendimensionierung – ausnahmsweise auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken an städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorten in den Stadtteilen angesiedelt werden, wenn sie der wohnungsnahen Grundversorgung des jeweiligen Stadtteils bzw. des funktionalen Versorgungsgebietes dienen.

Die Dimensionierung eines Betriebes soll sich an der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches bzw. des städtebaulich integrierten Nahversorgungstandortes orientieren. Dabei soll ein angemessenes Verhältnis zwischen der Funktion und der maximalen Dimensionierung der Verkaufsfläche des Einzelhandelsbetriebes gewährleistet sein (Kaufkraftabschöpfung). Randsortimente sind bei den Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu begrenzen.

Erläuterungen:

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur sowie der Sicherung und gegebenenfalls dem Ausbau des nahversorgungsrelevanten Angebots im gesamten Zweibrücker Stadtgebiet sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch nicht großflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig nur in dem Zweibrücker zentralen Versorgungsbereich liegen. Um die fußläufige Nahversorgung möglichst für alle Bevölkerungsgruppen (mobile und immobile) attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die **Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben (insbesondere auch großflächigen) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment positiv zu steuern.**⁷⁵

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, **die Nahversorgung auch zukünftig zu sichern.** Zusätzliche Angebote dürfen die wohnungsnah Grundversorgung in der Stadt Zweibrücken nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen nicht beeinträchtigen.

Demnach

- ist eine über den Bestandsschutz (bzw. die Standortoptimierung) hinausgehende Erweiterung der bestehenden nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe an dem Ergänzungsstandort Wilkstraße sowie eine Ansiedlung zusätzlicher nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsbetriebe an diesem Standort auszuschließen;
- können außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ausnahmsweise sinnvoll sein, wenn sie der Nahversorgung dienen. Die Ausnahme gilt ausschließlich für städtebaulich integrierte Standortbereiche, wobei Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten ausdrücklich ausgeschlossen sind, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.
- können Erweiterungen von bestehenden Betrieben zur Sicherung der Grundversorgung möglich sein, wobei hier entsprechend sicherzustellen ist, dass von dem Erweiterungsvorhaben keine negativen Auswirkungen auf die wohnungsnah Grundversorgung ausgeht (Einzelfallbetrachtung).

Zur **Operationalisierung** der Nahversorgungsfunktion können das Kaufkraft-Umsatz-Verhältnis im Versorgungsraum sowie die Distanz zum nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich herangezogen werden. Von einer Nahversorgungsfunktion ist folglich in der Regel auszugehen, wenn

- es sich um einen **städtebaulich integrierten Standort** mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt,
- die **sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens** im funktionalen Versorgungsgebiet an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von i. d. R. 40 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (in den nahversor-

⁷⁵ An der Saarpfalzstraße besteht an der Stadt- bzw.: Landesgrenze ein interkommunaler Standort mit der Stadt Homburg, der nahversorgungsrelevanten und innenstadtrelevanten Einzelhandel bereitstellt. Bei einer möglichen Entwicklung des Standortes wird eine interkommunale Abstimmung empfohlen.

gungsrelevanten Warengruppen) der Bevölkerung nicht wesentlich überschreitet (Orientierungswert),

- keine wesentliche **Überschneidung** der 700 Meter Isochrone des Vorhabens mit dem Zweibrücker zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum
- und somit keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen zu erwarten sind.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll. Im Siedlungsbereich der Stadt Zweibrücken entspricht dies einer Entfernung von rd. 700 m. In den dispers gelegenen Stadtteilen außerhalb der Zweibrücker Kernstadt kann dies alle Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils umfassen, selbst wenn einzelne Wohnsiedlungsbereiche mehr als 700 m vom Vorhabenstandort entfernt liegen. Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien **einzel-fallbezogen** zu definieren.

Um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen, müsste für moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung von rd. 800 m² Verkaufsfläche ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rd. 4.000 Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich vorhanden sein⁷⁶. Bei Nicht-Erfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstünde. Mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen in Zweibrücken ist das Potenzial für weitere Betriebseinheiten nur in wenigen Stadtteilen vorhanden.

Die insbesondere außerhalb der Kernstadt Zweibrücken vorhandene disperse Siedlungsstruktur erfordert eine weiter ausdifferenzierte Regelungssystematik. Denn die in diesen Stadtteilen vorherrschenden siedlungsstrukturellen, verkehrlichen, städtebaulichen wie z. T. auch topographischen Rahmenbedingungen führen dazu, dass der zentrale Versorgungsbereich oder auch städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte (Versorgungsbereiche der Lebensmittelnahversorgung) vergleichsweise weit entfernt von den Wohnstandorten liegen. Somit greift zwar die Entfernung zu dem zentralen Versorgungsbereich als Prüfkriterium, nicht jedoch das erforderliche Kaufkraftpotenzial im Nahbereich eines Planvorhabenstandortes. Um aber auch in diesen Stadtteilen – unter Berücksichtigung des formulierten Ziels einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet – eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung (**Einzelfallprüfung**) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb der Stadt Zweibrücken zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Dies gilt insbesondere für den Nachweis der Nahversorgung in den Stadtteilen außerhalb der Kernstadt Zweibrücken.⁷⁷

⁷⁶ Bei einer Flächenproduktivität von 4.500 Euro / m² und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 %.

⁷⁷ Im Rahmen einer detaillierten Betrachtung wurden verschiedene Erweiterungs- und Ansiedlungsanfragen im Zweibrücker Stadtgebiet gutachterlich untersucht.

Diese Regelung intendiert nicht zwingend und für jeden Fall die Durchführung einer städtebaulichen Wirkungsanalyse, sondern postuliert vielmehr die geforderte Auseinandersetzung mit den konkreten örtlichen (kleinräumigen) Gegebenheiten (z. B. im Falle eines zukünftigen Bauleitplanverfahrens). Mit Blick auf die Zweibrücker Angebotsstruktur außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in städtebaulich integrierten Lagen kann grundsätzlich bei Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment ab einer Betriebsgröße von mehr als 400 m² Verkaufsfläche davon ausgegangen werden, dass dieser Betrieb als strukturprägend (= Erheblichkeitsschwelle) einzuordnen ist. Eine Ausnahme für Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich intergenerierter Lage ist bei einer Unterschreitung dieser Größenordnung daher grundsätzlich möglich. Für Betriebe mit innenstadtrelevantem Kernsortiment im Sinne der Zweibrücker Sortimentsliste ist bei einer Überschreitung einer Schwelle von 150 m² Verkaufsfläche davon auszugehen, dass sie mit Blick auf die Angebotsstruktur in Zweibrücken als strukturprägend einzuordnen sind. Bei einer Unterschreitung dieser Größenordnung ist daher eine Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches möglich, wenn es sich dabei um einen städtebaulich integrierten Standort handelt.

Ausnahmsweise ist eine Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortimenten in Gewerbe- und Industriegebieten möglich, wenn es sich um eine einmalige Verlagerung bestehender Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten innerhalb des Gebietes handelt, dabei eine Erweiterung des zu verlagernden Betriebes auf max. 10 % der bisher zulässigen Verkaufsfläche begrenzt wird⁷⁸, die bestehende Sortimentsstruktur beibehalten und der bisherige Standort nachweislich und dauerhaft für eine Einzelhandelsnutzungen (durch Rücknahme des Baurechts für Einzelhandel) aufgegeben wird. Durch solche möglichen Verlagerungsvorhaben sich neu ergebende Standortagglomerationen (wie z.B. Fachmarkt- oder Einkaufszentren) sind jedoch zu vermeiden.

Grundsatz 2:

Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevantem Kernsortiment (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente) im Sinne der Zweibrücker Sortimentsliste

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO mit innenstadtrelevantem Kernsortiment, sollen im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum liegen.

Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevantem Kernsortiment, sollen in dem zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken liegen.

Betriebe mit innenstadtrelevantem Kernsortiment sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten liegen; Ausnahmen: „Handwerkerprivileg“ und Verlagerung innerhalb des Gebietes.

Erläuterung:

Um die Zukunftsfähigkeit und die Entwicklung des Zweibrücker zentralen Versorgungsbereiches zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Zweibrücker Stadtgebietes

⁷⁸ Wird im Falle der Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes die Grenze der Großflächigkeit überschritten, unterliegt das Vorhaben den Vorgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO.

attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von innenstadtrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig in dem zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken gelenkt werden, um diese Standorte in der Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Eine klare Priorisierung sollte dabei in Anbetracht der Funktion als Hauptgeschäftszentrum auf dem zentralen Versorgungsbereich der Zweibrücker Innenstadt liegen.

Ausnahmen:

Verkaufsstätten mit innenstadtrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist.

Die obigen Bedingungen sind daran gebunden, dass am Verkaufsort selbst eine Produktion stattfindet.

Eine mögliche Weiterentwicklung des Fashion Outlet Zweibrücken ist unter der Maßgabe einer gutachterlichen Beurteilung möglich, wenn sie keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und insbesondere das Zweibrücker Hauptgeschäftszentrum hat. Ein entsprechender gutachterlicher Nachweis ist hierfür erforderlich. Grundsätzlich ist auch auf das atypische Warensortiment des Fashion Outlets hinzuweisen.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandortes, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) i. S. einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten zu den zentralen Versorgungsbereichen erfasst auch kleinflächige innenstadtrelevante Einzelhandelsbetriebe. Diese Betriebe sind ebenfalls funktionsbestimmend für die zentralen Versorgungsbereiche. Auch die Ansiedlung kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen erfordert, auch kleinflächige innenstadtrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken zu lenken.

Der Grundsatz impliziert einen **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches** in der Stadt Zweibrücken. Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere innenstadtrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik / Multimedia) klar verneint werden. Denn z. B. ein Bekleidungsfachmarkt mit einer Größenordnung von 500 m² Verkaufsfläche erreicht recht schnell relative Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich von 50% oder mehr. Dass in so einer Konstellation städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären, lässt sich auch aus dem Urteil des OVG NRW vom 24. Oktober 2006 schlussfolgern. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von innenstadtrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in besonderen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer – auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit – stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** dar.

Denn die Stadt Zweibrücken, ebenso wie auch zahlreiche andere kleinere oder größere Kommunen, weisen z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit innenstadtrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Zweibrücken entspricht. Für Mischgebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss innenstadtrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Zweibrücken entspricht.

Diese **Regelung** intendiert nicht zwingend und für jeden Fall die Durchführung einer städtebaulichen Wirkungsanalyse, sondern postuliert vielmehr die geforderte Auseinandersetzung mit den konkreten örtlichen (kleinräumigen) Gegebenheiten (z. B. im Falle eines zukünftigen Bauleitplanverfahrens). Mit Blick auf die Zweibrücker Angebotsstruktur außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in städtebaulich integrierten Lagen kann grundsätzlich bei Betrieben mit innenstadtrelevantem Kernsortiment ab einer Betriebsgröße von mehr als

150 m² Verkaufsfläche davon ausgegangen werden, dass dieser Betrieb als strukturprägend (= Erheblichkeitsschwelle) einzuordnen ist.

Eine Ausnahme für Betriebe mit innenstadtrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage ist bei einer Unterschreitung der jeweiligen Größenordnung daher grundsätzlich möglich. Diese Kleinstverkaufsflächenregelung hat sich in der Zweibrücker Planungspraxis bewährt. Wichtige Voraussetzung für die Ausnahmeregel ist bei neuen Geschäftsgründungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches, dass keine negativen Auswirkungen von dem Vorhaben ausgehen (Einzelfallprüfung).

Ausnahmsweise ist eine Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevantem Kernsortimenten in Gewerbe- und Industriegebieten möglich, wenn es sich um eine einmalige Verlagerung bestehender Betriebe mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten innerhalb des Gebietes handelt, dabei eine Erweiterung des zu verlagernden Betriebes auf max. 10 % der bisher zulässigen Verkaufsfläche begrenzt wird⁷⁹, die bestehende Sortimentsstruktur beibehalten und der bisherige Standort nachweislich und dauerhaft für eine Einzelhandelsnutzungen (durch Rücknahme des Baurechts für Einzelhandel) aufgegeben wird. Durch solche möglichen Verlagerungsvorhaben sich neu ergebende Standortagglomerationen (wie z.B. Fachmarkt- oder Einkaufszentren) sind jedoch zu vermeiden.

Grundsatz 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S.1 Nr.2 BauNVO mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment im Sinne der Zweibrücker Sortimentsliste⁸⁰

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment im Sinne der Zweibrücker Sortimentsliste können im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum liegen. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen für den jeweiligen zentralen Versorgungsbereich vereinbart werden kann.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment auf den definierten **Ergänzungsstandort Wilkstraße** zu konzentrieren. Voraussetzung hierfür ist, dass eine Abstimmung mit der Regionalplanung erfolgt.

Innenstadtrelevante Randsortimente sind bei Betriebsstandorten von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu begrenzen. Bei Betrieben

⁷⁹ Wird im Falle der Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes die Grenze der Großflächigkeit überschritten, unterliegt das Vorhaben den Vorgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO.

⁸⁰ Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment betrifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung keine Ermächtigungsgrundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot innenstadtrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches dürfen die innenstadt- und nicht-innenstadtrelevanten Randsortimente bis zu max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche einnehmen, wenn dadurch keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Zwischen dem Kernsortiment und den Randsortimenten muss ein **funktionaler Zusammenhang** bestehen. Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem oder einigen wenigen Sortiment(en) belegt werden und darf i. d. R. maximal 800 m² Verkaufsfläche umfassen.

Erläuterungen:

Als Vorrangstandort für die **Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment** definiert das Einzelhandelskonzept (mit Einschränkungen) den Ergänzungsstandort Wilkstraße im Zweibrücker Stadtgebiet. Insbesondere unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Verkehrs- und Lieferströme sowie der bestehenden Einzelhandelsvorprägung an diesem Ergänzungsstandort ist die Konzentration großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment an diesem Standort empfehlenswert. Darüber hinaus können derartige Betriebe auch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Zweibrücken realisiert werden soweit Auswirkungen gemäß § 11 (3) BauNVO ausgeschlossen werden können und das Vorhaben die Entwicklungsziele und -empfehlungen des zentralen Versorgungsbereiches nicht beeinträchtigt.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte Ergänzungs- oder Randsortimente. Während von nicht-innenstadtrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei innenstadtrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von innenstadtrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas / Porzellan / Keramik). Diese innenstadt- und nicht-innenstadtrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandelskonzept für die Stadt Zweibrücken eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Gesamtverkaufsfläche und für innenstadtrelevante Randsortimente eine Begrenzung auf in der Regel maximal 800 m² Verkaufsfläche vor. Eine städtebauliche und regionalplanerische Verträglichkeit muss dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

Ausnahmen:

In sonstigen bestehenden **Gewerbe- und Industriegebieten ohne Einzelhandelsvorprägung** ist der Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten gänzlich (also auch jener unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit) durch entsprechende bauleitplanerische Maßnahmen auszuschließen. Zum einen können solche Vorhaben die Entwicklung des Vorrangstandortes gefährden, zum anderen hat die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Gewerbegebieten oftmals eine drastische Erhöhung der Bodenpreise im betroffenen Gebiet und somit einen Wettbewerbsnachteil insbesondere für mittelständische Handwerks- und Gewerbebetriebe zur Folge.

8.10 Die planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das Einzelhandelskonzept ist nach Ratsbeschluss als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung "zu berücksichtigen". Es löst als solches aber noch keine rechtsverbindlichen Folgen aus. Dies ist nur durch Kombination mit den Vorschriften des Baugesetzbuchs und der Baunutzungsverordnung möglich. Die Planungspraxis zeigt zwar, dass die Umsetzung von Einzelhandelskonzepten teilweise auf Schwierigkeiten trifft; bei vollständiger und gezielter Anwendung des Rechtsinstrumentariums ist sie jedoch durchaus möglich.

Im Folgenden wird kurz erläutert, in welcher Weise das Einzelhandelskonzept durch die Anwendung der verfügbaren Rechtsinstrumente verwirklicht werden kann. Neben der Bauleitplanung und der Anwendung der Einfügeklausel des § 34 Abs. 1 BauGB im Allgemeinen stehen folgende spezifische Rechtsinstrumente für die Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels zur Verfügung:

- § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO zur Beschränkung von Arten und Unterarten von Einzelhandelsnutzungen in festgesetzten Baugebieten;
- § 11 Abs. 3 BauNVO (Beschränkung der Zulässigkeit des großflächigen Einzelhandels auf Kerngebiete und eigens dafür festgesetzte Sondergebiete);
- § 15 BauNVO (Unzulässigkeit von Vorhaben im Einzelfall, sofern sie nach Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung der Eigenart des Baugebiets widersprechen);
- § 34 Abs. 3 BauGB (Unzulässigkeit von Vorhaben, von denen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind);
- Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB (Ausschluss oder Einschränkung von bestimmten Arten von Nutzungen - also auch des Einzelhandels) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden).

8.10.1 Anwendung des § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO

Nach § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO können die Standardvorschriften der BauNVO über die Zulässigkeit von Vorhaben in den Baugebieten der §§ 2 bis 9 BauNVO individuellen Bedürfnissen angepasst werden, indem bestimmte Vorhaben ausgeschlossen oder nur für ausnahmsweise zulassungsfähig erklärt werden. Diese Möglichkeit kann auch dafür genutzt werden, in bestimmten Baugebieten den innenstadtrelevanten Einzelhandel auszuschließen und nur nahversorgungsrelevante Betriebe ausnahmsweise zulässig zu machen. Über § 1 Abs. 10 BauNVO können vorhandenen Betriebe über den Bestandsschutz hinausgehende Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt werden (sogenannte Fremdkörperfestsetzung).

Da großflächiger Einzelhandel in aller Regel ohnehin nur in eigens dafür festgesetzten Sondergebieten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig ist, liegt die Hauptbedeutung der Steuerung über § 1 Abs. 5 bis 10 darin, die Entwicklung des nicht großflächigen Einzelhandels zu steuern – entweder durch die Neuaufstellung von Bebauungsplänen oder durch die Änderung

vorhandener Pläne durch Hinzufügung textlicher Festsetzungen. Auch die im Aufstellungsverfahren befindlichen Bebauungspläne sollten hinsichtlich ihrer Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept überprüft werden; ggf. sind deren Festsetzungen anzupassen.

8.10.2 Anwendung des § 11 Abs. 3 BauNVO

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind großflächige Einzelhandelsbetriebe außer in Kerngebieten nur in eigens für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig, wenn sie sich „nach Art, Lage und Umfang auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können.“ Dabei sind u. a. Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Betriebs sowie auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu berücksichtigen.

Das Einzelhandelskonzept leistet einen wichtigen Beitrag zur rechtssicheren Anwendung dieser Vorschrift, indem es die zu schützende zentralen Versorgungsbereiche definiert und die Datengrundlage zur Klärung der Frage liefert, welche Auswirkungen von der Ansiedlung eines bestimmten Betriebs auf die Versorgung der Bevölkerung in dessen Umfeld zu erwarten wären.

8.10.3 Anwendung des § 15 BauNVO

Das Einzelhandelskonzept kann im Geltungsbereich von Bebauungsplänen dazu beitragen, die „Eigenart des Baugebiets“ zu definieren, zu der sich ein beantragtes Vorhaben nach „Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung“ nicht in Widerspruch setzen darf. In erster Linie ist für diese Definition allerdings der betreffende Bebauungsplan mit seinen Festsetzungen verantwortlich. Das Einzelhandelskonzept kann hier nur Interpretationshilfe liefern.

8.10.4 Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB

Für den unbeplanten Innenbereich hat der Gesetzgeber mit der Änderung des Baugesetzbuches durch das EAG Bau 2004 die Möglichkeiten erweitert, die Entwicklung auch von nicht großflächigen Einzelhandelsvorhaben zu steuern. Bis zum EAG Bau 2004 konnten über die Einfügeklausel des § 34 Abs. 1 BauGB nur Auswirkungen des beantragten Vorhabens in seiner „näheren Umgebung“ berücksichtigt werden. Seit 2004 können auch „Fernwirkungen“ zur Unzulässigkeit eines Vorhabens nach § 34 BauGB führen. Vorhaben des Einzelhandels sind gemäß § 34 Abs. 3 BauGB unzulässig, wenn von ihnen „schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind“. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich um einen großflächigen Betrieb im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO handelt oder um einen kleineren Betrieb. Die Überschreitung der Grenze zur Großflächigkeit darf nicht als Indiz dafür verwendet werden, dass schädliche Auswirkungen zu erwarten sind. Dies muss immer im Einzelfall nachgewiesen werden. Das Einzelhandelskonzept kann durch seine Datengrundlage einen solchen Nachweis erleichtern.

Schädliche Auswirkungen im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB sind insbesondere dann zu erwarten, wenn der prognostizierte Kaufkraftabfluss aus zentralen Versorgungsbereichen dort zu Ladenleerständen, zu einer Einschränkung der Angebotsvielfalt oder zur Aufgabe eines für den Fortbestand des Zentrums wichtigen „Frequenzbringers“ führt, so dass mit einem erheblichen Absinken des Versorgungsniveaus zu rechnen ist. § 34 Abs. 3 stellt dabei ausschließlich auf in der Realität bereits vorhandene zentrale Versorgungsbereiche ab. Eine mögliche Beeinträchtigung von lediglich geplanten Zentren kann einem Vorhaben nicht entgegengehalten werden. Ein Einzelhandelskonzept muss also – wie hier geschehen – klare Aussagen dazu treffen, ob definierte zentrale Versorgungsbereiche bereits vorhanden sind oder erst entwickelt werden sollen.

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Zweibrücken ist also auch zur Beurteilung von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB heranzuziehen. Es benennt den zentralen Versorgungsbereich (Hauptgeschäftszentrum), der vor schädlichen Auswirkungen durch Neuansiedlung von Betrieben außerhalb der Zentren bewahrt werden soll und grenzt den Bereich räumlich ab. Das Konzept definiert zudem die Bedingungen, bei deren Vorliegen Einzelhändler zur Nahversorgung auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zugelassen werden.

8.10.5 Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB

Da sich der Nachweis der „Zentrenschädlichkeit“ eines Projektes im Baugenehmigungsverfahren mit seinen engen Fristen oft nur schwer führen lässt, eröffnete die BauGB-Novelle 2007 zusätzlich die Möglichkeit, durch einen einfachen Bebauungsplan bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. § 9 Abs. 2a BauGB lautet:

2a) Für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) kann zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden. Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält. In den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 vorhanden oder durch einen Bebauungsplan, dessen Aufstellung förmlich eingeleitet ist, vorgesehen sein.

Ein Bebauungsplan, der lediglich Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a Satz 1 BauGB enthält, kann gemäß § 13 Abs. 1 BauGB im vereinfachten Verfahren aufgestellt werden. Damit kann u. a. von einer frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit und der Behörden abgesehen und auf einen Umweltbericht verzichtet werden. Der Geltungsbereich eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB kann aber auch auf ganze Quartiere ausgedehnt werden, die zum Teil bereits mit rechtsverbindlichen Bebauungsplänen überplant sind. Dort ist das

identische Regelungsziel der Steuerung des innenstadtrelevanten Einzelhandels durch die Einfügung von Festsetzungen nach § 1 Abs. 5, 9 BauNVO 1990 zu erreichen. Für derartige „strategische Bebauungspläne“ muss ein Umweltbericht angefertigt werden, da sie nicht nur Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB, sondern auch solche nach der BauNVO enthalten. Der Umweltbericht ist jedoch einfach herzustellen, da von einem Plan zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels die „klassischen“ Umweltschutzgüter (Tiere, Pflanzen, Boden, Wasser, Luft) nicht betroffen sind.

§ 9 Abs. 2a BauGB nimmt ausdrücklich Bezug auf „ein ... städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB...“, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“. Damit wird verdeutlicht und anerkannt, dass die Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes in aller Regel Voraussetzung für die Aufstellung eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB ist. Die Festsetzungen von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels werden direkt aus dem Einzelhandelskonzept abgeleitet. Das gesamtstädtische Einzelhandelskonzept rechtfertigt die gesamtstädtische Steuerung des Einzelhandels durch strategische Bauleitplanung. Diese Bauleitplanung kann zweckmäßigerweise auf mehrere Bebauungspläne verteilt werden. Das Einzelhandelskonzept definiert den zentralen Versorgungsbereich und bietet die Maßstäbe und Argumente dafür, auf welche Weise dieser zu schützen ist und wie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung gesichert werden kann.

8.10.6 Definition des „zentralen Versorgungsbereiches“

Der Gesetzesbegriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ umfasst grundsätzlich alle Stufen von Zentren. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs setzt eine Mehrzahl von einander ergänzenden oder konkurrierenden Nutzungen voraus⁸¹, das Zentrum muss eine eigene städtebauliche Qualität besitzen. Ein einzelner Betrieb stellt kein Zentrum dar, auch nicht bei Großflächigkeit. Er darf nicht durch einen Bebauungsplan vor Konkurrenz geschützt werden, auch wenn er eine wichtige Nahversorgungsfunktion hat und sein Verbleib für die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung wünschenswert wäre. Schutz vor Konkurrenz darf kein Ziel der Bauleitplanung sein, daher ist auch eine „Überversorgung“ in der Angebotsstruktur kein städtebaulich verwendbares Argument.

Anders als bei der Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB könnten über § 9 Abs. 2a BauGB auch Bereiche geschützt werden, die nach der planerischen Konzeption der Stadt in ihren zentralen Funktionen erst noch entwickelt werden sollen. Ein Nukleus sollte allerdings bereits vorhanden sein. Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Zweibrücken wurde daher nicht nur das bereits vollständige, funktionsfähige vorhandene Zentrum benannt und abgegrenzt. Es wurde auch – allerdings mit einem abschlägigen Ergebnis – geprüft, ob andernorts ggf. weitere Zentren zu entwickeln sind.

⁸¹ OVG Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 11.12.2006 - 7 A 964/05-. juris.

8.10.7 Möglicher Geltungsbereich von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels

Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB können nur für unbeplante Innenbereichsflächen gemäß § 34 BauGB getroffen werden. Wie oben bereits erwähnt wurde, kann der Geltungsbereich von strategischen Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des innenstadtrelevanten Einzelhandels aber auch die Flächen von rechtsverbindlichen Bebauungsplänen mitumfassen, denen Festsetzungen nach § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO hinzugefügt werden sollen. Der jeweilige Bebauungsplan ändert dann als Sammelbebauungsplan die einbezogenen, bereits vorhandenen Bebauungspläne. Nur auf diese Weise lässt sich verhindern, dass sich die Geltungsbereiche vorhandener Bebauungspläne ohne gezielte Festsetzungen zur Zulässigkeit des innenstadtrelevanten Einzelhandels in einem sonst nach § 34 BauGB zu beurteilenden Umfeld wie Schlupflöcher auswirken.

Die vordringlichen Geltungsbereiche zur Abwehr von zentrenunverträglichen Einzelhandelsansiedlungen in besonders gefährdeten Bereichen (z. B. Konversionsflächen, aufgegebene Bahnflächen, Gewerbebrachen, Bauflächen an Ausfallstraßen) lassen sich meist aus der örtlichen Gebietsstruktur ableiten.

Schwieriger ist es, weiträumige Teilbereiche strategisch zu überplanen, um bei der in Zweibrücken gegebenen Vielzahl potenzieller Ansiedlungsflächen den Erhalt und die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in allen Problembereichen abzusichern. Hier empfiehlt sich folgendes Vorgehen:

- In einem ersten Schritt sollten die Problembereiche eingegrenzt werden, in denen die vorsorgliche Regulierung der Standortwahl des Einzelhandels nach Maßgabe der Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes durch verbindliche Bauleitplanung sinnvoll und erforderlich erscheint.
- Die dafür aufzustellenden Bebauungspläne sollten dann sachlich getrennt, verfahrensmäßig jedoch gebündelt durch das Aufstellungsverfahren geführt werden.

Der zentrale Versorgungsbereich muss innerhalb der Pläne jeweils flächenscharf abgegrenzt werden. Dabei gelten die üblichen Anforderungen an solche Abgrenzungen, insbesondere das Bestimmtheitsgebot: es muss ohne Interpretationsspielraum erkennbar sein, für welche Flächen welche Festsetzungen gelten. Im Regelfall sollte die Abgrenzung nach innen den Flurstücksgrenzen folgen. Nach außen können die Grenzen der Stadt und der Stadtteile verwendet werden.

8.10.8 Festsetzungsinhalte

§ 9 Abs. 2a BauGB eröffnet ebenso wie § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO die Möglichkeit, bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. Als „Arten von Nutzungen“ kommen sowohl Einzelhandelsbetriebe generell als auch bestimmte Typen von Einzelhandelsbetrieben (etwa Lebensmittelgeschäfte) in Frage. Dabei ist auf in der Realität vorzufindende und im Einzelfall nach objektiven Kriterien eindeutig bestimmbare Typen abzustellen. Die Betriebsform (z. B. Bedienungsladen oder Selbstbedienung, Discounter oder Vollversorger) ist kein zulässiges Kriterium, sondern dem Wettbewerb zu überlassen.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die Schwelle der „Zentrenschädlichkeit“ für unterschiedliche Sortimente unterschiedlich anzusetzen ist.

Analog zu § 1 Abs. 9 BauNVO muss eine Feindifferenzierung der Nutzungsarten städtebaulich begründet sein. Ausgeschlossene Sortimente müssen auch tatsächlich in der jeweiligen örtlichen Situation innenstadtrelevant sein. Allerdings dürfen auch Sortimente ausgeschlossen werden, die in den zu schützenden zentralen Versorgungsbereichen noch nicht vertreten sind, wenn ihre Ansiedlung zur Entwicklung dieser Zentren nur dort zulässig sein soll.

Die Bauleitplanung zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels kann für Teile des Geltungsbereichs eines Bebauungsplans jeweils unterschiedliche Festsetzungen treffen, also z. B. für bereits gut versorgte Bereiche oder nicht integrierte Lagen weiter gehende Nutzungsbeschränkungen vorsehen als für unterversorgte Stadtteile.

8.10.9 Besondere Anforderungen an die Begründung und Abwägung

In der Begründung der Bebauungspläne ist darzulegen, in welcher Weise deren Festsetzungen dem Erhalt und der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches dienen und im Interesse der verbrauchernahen Versorgung und der Innenentwicklung liegen. Der Ausschluss bestimmter Arten von Nutzungen muss daraufhin geprüft werden, ob er zur Umsetzung dieser Ziele geeignet, erforderlich und angemessen ist. Dabei kann auf eine schlüssige, städtebaulich begründete Planungskonzeption, insbesondere also auf das Einzelhandelskonzept, zurückgegriffen werden; ein konkreter Gefährdungsnachweis für jede einzelne ausgeschlossene Nutzung ist nicht erforderlich.

Der Ausschluss bestimmter Arten von Einzelhandelsnutzungen kann die Privatnützigkeit des Grundeigentums in erheblichem Maße einschränken, denn die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes stellt oft die wirtschaftlichste Verwertungsmöglichkeit eines Grundstücks dar, z. B. an stark befahrenen Verkehrsstraßen. Diese privaten Belange sind zutreffend zu ermitteln und mit dem ihnen zukommenden Gewicht in die Abwägung einzustellen. Zur frühzeitigen Ermittlung der privaten Belange kann es angeraten sein, auch bei Aufstellung im vereinfachten Verfahren eine frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit durchzuführen.

Im Rahmen der Planaufstellung ist weiterhin die Frage zu prüfen, ob durch den Bebauungsplan Entschädigungsansprüche ausgelöst werden können. Dies ist grundsätzlich möglich, da das Planungsziel darin besteht, bisher zulässige Grundstücksnutzungen künftig auszuschließen. Allerdings dürfte i. d. R. die Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit der Nutzung abgelaufen sein, so dass nach § 42 BauGB allenfalls Eingriffe in ausgeübte Nutzungen zu entschädigen wären.

8.11 Konsequenzen für die bestehenden Bebauungspläne

Die Stadt Zweibrücken hat die bestehenden und gültigen Bebauungspläne in dem skizzierten Kontext geprüft. Lediglich für den Innenstadtbereich ergibt sich der Änderungsbedarf aus der Anpassung bzw. leichten Modifizierung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken.

Die nachfolgenden Tabellen geben einen Überblick über die rechtskräftigen Bebauungspläne im Zweibrücker Stadtgebiet:

Tabelle 20: Planungsrecht Einzelhandelsstandorte im Einzelhandelskonzept - Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Standort	FNP	FNP Darstellung	Bebauungsplan	Festsetzungen Bebauungsplan
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	FNP 2005	<p>Gemischte Bauflächen, Gemeinbedarfsflächen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übernahme der Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches in den Flächennutzungsplan erforderlich, • Überprüfung ob Anpassung der Bauflächendarstellungen erforderlich 	<p>ZW00 Innenstadt ZW0/1 Innenstadt Teiländerung 1 ZW 013 Hallplatz und Umgebung ZW 002/3 Nördlich der Mühlstraße ZW 005/1 Zwischen Poststraße und Sonnengasse ZW 015/2 Beiderseits der Münzstraße – Teiländerung und Erweiterung ZW 062 Beiderseits der Lützelstraße</p>	<p>Kerngebiete, Mischgebiete, Gemeinbedarfsflächen, Sondergebiet Krankenhaus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anpassung bzw. Neuordnung auf Bebauungsplänebene durch neue Abgrenzung des ZVB erforderlich

Quelle: Stadt Zweibrücken

Tabelle 21: Planungsrecht Einzelhandelsstandorte im Einzelhandelskonzept – Sonderstandort Wilkstraße

Standort	FNP	FNP Darstellung	Bebauungsplan	Festsetzungen Bebauungsplan
Sonderstandort Wilkstraße	FNP 2005	Westen Sonderbaufläche Einzelhandel, Osten Gewerbliche Baufläche <ul style="list-style-type: none"> Keine Änderung erforderlich 	Westen: BH08 Industriegebiet Lanzstraße rechtskräftig; BH 32 Möbel Martin und BH 30 Wilkstraße in Aufstellung Südosten: ZW 74 Östlich der Lanzstraße und ZW 74/1 Östlich der Lanzstraße Teiländerung und Erweiterung 1 rechtskräftig; Aufstellungsbeschluss für die Überplanung durch den Bebauungsplan ZW 001 Gewerbegebiet Gottlieb-Daimler-Straße Nordosten: ZW 121 Güterbahnhof und ZW121/2 Güterbahnhof Teiländerung 2, beide rechtskräftig	Industriegebiet Geplante Festsetzungen Sondergebiet Möbeleinzelhandel und Sondergebiet Bau- und Gartenmarkt <ul style="list-style-type: none"> Bebauungspläne BH 32 und BH20 müssen auf der Basis der Zielabweichungsverfahren zur Rechtskraft gebracht werden Gewerbegebiet ohne Regelungen zum Einzelhandel <ul style="list-style-type: none"> Fortführung des Bebauungsplanverfahrens ZW001 mit Festsetzungen zum Einzelhandel erforderlich Gewerbegebiet mit Regelungen zur Zulässigkeit von Einzelhandel <ul style="list-style-type: none"> Kein Änderungsbedarf

Quelle: Stadt Zweibrücken

Tabelle 22: Planungsrecht Einzelhandelsstandorte im Einzelhandelskonzept – Sonderstandort FOC

Standort	FNP	FNP Darstellung	Bebauungsplan	Festsetzungen Bebauungsplan
Sonderstandort FOC	FNP 2005	Sonderbaufläche DOZ <ul style="list-style-type: none"> • Derzeit kein Änderungsbedarf 	Bebauungsplan „Designer Outlet Zweibrücken/Freizeit und Erlebnisbereich“ des ZEF	Sondergebiet Designer Outlet Center Weitere Festlegungen zu den zulässigen VK und Sortimenten im dazugehörigen städtebaulichen Vertrag <ul style="list-style-type: none"> • Bebauungsplanung in Zuständigkeitsbereich des ZEF

Quelle: Stadt Zweibrücken; ZEF = Zweckverband Entwicklungsgebiet Flugplatz

Tabelle 23: Planungsrecht Einzelhandelsstandorte im Einzelhandelskonzept – Sonderstandort Umfeld DOZ

Standort	FNP	FNP Darstellung	Bebauungsplan	Festsetzungen Bebauungsplan
Sonderstandort Umfeld DOZ	FNP Teiländerung 14 „Umfeld DOZ“	Gewerbliche Baufläche, Sonderbaufläche Parken DOZ <ul style="list-style-type: none"> • Derzeit keine Änderungsbedarf 	Bebauungsplan „Umfeld DOZ -1. Änderung“ des ZEF	Sondergebiet Parkplatz, <ul style="list-style-type: none"> • Angaben zur Bauleitplanerischen Situation im Einzelhandelskonzept schon enthalten • Zuständigkeit ZEF

Quelle: Stadt Zweibrücken; ZEF = Zweckverband Entwicklungsgebiet Flugplatz

Verzeichnisse

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland 2006 bis 2016 ..	25
Abbildung 2:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel 2012 – 2017 (Nettoumsatz in Mrd. Euro).....	25
Abbildung 3	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2007 – 2016 (in Prozent)	26
Abbildung 4:	Stationärer Handel und Internet-Handel	28
Abbildung 5:	Anteile nach Versendergruppen im Online- und Versandhandel (2015).....	29
Abbildung 6:	Verteilung der Verkaufsfläche und Betriebe nach Lagen	49
Abbildung 7:	Ergebnis der Passantenfrequenzzählung im Jahr 2018	53
Abbildung 8:	Ausgaben der privaten Haushalte	81
Abbildung 9:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2018 (mit Prognose für 2019)	82
Abbildung 10:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Zweibrücken als Orientierungsgröße	84
Abbildung 11:	Standortstrukturmodell	95
Abbildung 12:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	125

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Definition von Lagekategorien	16
------------	-------------------------------------	----

Tabelle 2:	Warengruppenschlüssel zur Einzelhandelserhebung Zweibrücken.....	18
Tabelle 3:	Angebotsbausteine einer wohnort- beziehungsweise wohnungsnahen (Grund-)Versorgung.....	21
Tabelle 4:	Zweibrücker Stadtteile mit Einwohnerzahlen	33
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Zweibrücken	35
Tabelle 6:	Kaufkraftpotenzial und -kennziffern in der Umgebung	36
Tabelle 7:	Einzelhandelssituation in Zweibrücken nach Warengruppen	40
Tabelle 8:	Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche auf die Zweibrücker Stadtteile (z. T. gerundete Werte)	43
Tabelle 9:	Gesamtstädtische Angebotssituation – Vergleich zu 2006 in ausgewählten Warengruppen	50
Tabelle 10:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken – Vergleich zu 2006 in ausgewählten Warengruppen	51
Tabelle 11:	Angebotssituation im zentralen Bereich Innenstadt	58
Tabelle 12:	Angebotssituation im zentralen Bereich Hilgard Center	62
Tabelle 13:	Angebotssituation im Factory Outlet Center Zweibrücken	65
Tabelle 14:	Angebotssituation im Ergänzungsstandort Wilkstraße	68
Tabelle 15:	Wohnungsnaher Grundversorgung in den Stadtteilen (gerundete Werte).....	71
Tabelle 16:	Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel	72
Tabelle 17:	Einzelhandelsspezifische Zentralität in Zweibrücken differenziert nach Warengruppen.....	77
Tabelle 18:	Merkmale innenstadt- und nicht-innenstadtrelevanter Sortimente.....	122

Tabelle 19:	Sortimentsliste für die Stadt Zweibrücken.....	126
Tabelle 20:	Planungsrecht Einzelhandelsstandorte im Einzelhandelskonzept - Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt.....	143
Tabelle 22:	Planungsrecht Einzelhandelsstandorte im Einzelhandelskonzept – Sonderstandort Wilkstraße	144
Tabelle 23:	Planungsrecht Einzelhandelsstandorte im Einzelhandelskonzept – Sonderstandort FOC	145
Tabelle 24:	Planungsrecht Einzelhandelsstandorte im Einzelhandelskonzept – Sonderstandort Umfeld DOZ	145

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Zweibrücken im Raum	32
Karte 2:	Siedlungsstruktur des Zweibrücker Stadtgebietes	34
Karte 3:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Region	37
Karte 4:	Einzelhandelsschwerpunkte in Zweibrücken	45
Karte 5:	Räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsanbieter ..	46
Karte 6:	Leerstände in der Stadt Zweibrücken	48
Karte 7:	Verortung der Passantenfrequenzzählung im Jahr 2018	53
Karte 8:	Zentraler Bereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken.....	57
Karte 9:	Zentraler Bereich Hilgard Center	61
Karte 10:	Fashion Outlet Zweibrücken (FOC).....	64
Karte 11:	Angebotsituation Sonderstandort Umfeld DOZ.....	66
Karte 12:	Ergänzungsstandort Wilkstraße.....	69

Karte 13:	Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Stadt Zweibrücken mit 700 m- Isodistanzen	74
Karte 14:	Perspektivische Standortstruktur in der Stadt Zweibrücken	98
Karte 15:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum	102
Karte 16:	Abgrenzung Ergänzungsstandort Wilkstraße	107
Karte 17:	Abgrenzung Sonderstandort Fashion Outlet Zweibrücken	109
Karte 18:	Versorgungsbereich Quebecstraße.....	112
Karte 19:	Versorgungsbereich Friedrich-Ebert-Straße	113
Karte 20:	Versorgungsbereich Finkenstraße.....	113
Karte 21:	Versorgungsbereich Saarlandstraße.....	114

Glossar

Begriff	Erläuterung
<p>Definition FOC zulässiger Waren</p>	<p>Im Fashion Outlet Zweibrücken sind laut aktuellem städtebaulichen Vertrag sowie gemäß der textlichen Festsetzung des Bebauungsplanes „Designer Outlet Zweibrücken (DOZ) / Freizeit- und Erlebnisbereich – 1. Änderung“ ausschließlich Waren aus Teilen des Markenartikel-Sortiments eines Herstellers unterhalb der üblichen Preise für diese Waren im Facheinzelhandel zulässig, die mindestens eine der folgenden Besonderheiten aufweisen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Waren zweiter Wahl (Waren mit kleinen Fehlern), ■ Auslaufmodelle (Produkte, die nicht länger produziert werden oder deren Produktion ausläuft), ■ Modelle vergangener Saisons (Waren, die nicht mehr der aktuellen Kollektion des Herstellers entsprechen), ■ Restposten (Waren, die vom Einzelhandel zurückgegeben, an diesen nicht ausgeliefert oder von diesem nicht abgenommen wurden), ■ Waren für Markttestzwecke (Waren, die noch keiner an den Einzelhandel ausgelieferten ■ Kollektion entsprechen und dazu dienen, hinsichtlich ihrer Akzeptanz getestet zu werden) und ■ Überhangproduktion (Waren, die aufgrund einer Fehleinschätzung der Marktentwicklung produziert wurden).
<p>Einzelhandel im engeren Sinne</p>	<p>Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeug-handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.</p>
<p>Einzelhandelsbetrieb</p>	<p>Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.</p>
<p>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</p>	<p>Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IfH Retail Consultants Köln) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel</p>

	in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandels-relevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IfH Retail Consultants Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswerts deuten auf mögliche Struktur-schwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt)
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandels-

	betrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses möglichst ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 - 1.300 m ² .
Lebensmittelvollsortimenter	Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rund 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienungselemente (Wurst- / Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m ² bis teilweise mehr als 10.000 m ²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rd. 7.000 bis 60.000 Artikel).

Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) innenstadtrelevant sein.
Nahversorgungsstandort (=Versorgungsbereich der Lebensmittelnahversorgung)	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
Nicht-innenstadtrelevante Sortimente	Nicht-innenstadtrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und innenstadtrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartemärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben. Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil innenstadtrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.
SB-Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m ² bzw. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).

<p>Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort</p>	<p>Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit innenstadt- als auch mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.</p>
<p>Sortimentsliste (ortstypische)</p>	<p>Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können. Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch innenstadtrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium). Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.</p>
<p>Stadtteilzentrum</p>	<p>Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereichs) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmittel-discounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittel-fachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.</p>
<p>(Städtebaulich) Integrierte Lage</p>	<p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Zweibrücker Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Zweibrücken integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung ge-</p>

	<p>prägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.</p>
<p>Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)</p>	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² - max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und innenstadtrelevante Randsortimente.</p>
<p>Umsatzkennziffer</p>	<p>Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebiets an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswerts deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.</p>
<p>Verbrauchermarkt</p>	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 - 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.</p>
<p>Verkaufsfläche</p>	<p>Gemäß Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.</p>
<p>Verkaufsflächenausstattung je Einwohner</p>	<p>Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsge-</p>

	<p>biets.</p>
<p>Zentraler Versorgungsbereich</p>	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.</p>
<p>Innenstadtrelevante Sortimente</p>	<p>Innenstadtrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopp lungsassinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von innenstadtrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Par-</p>

	ken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von innenstadtrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren – angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren – durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).
Zentrenrelevante Sortimente	gleichbedeutend mit innenstadtrelevanten Sortimenten
Zielzentralität	Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.

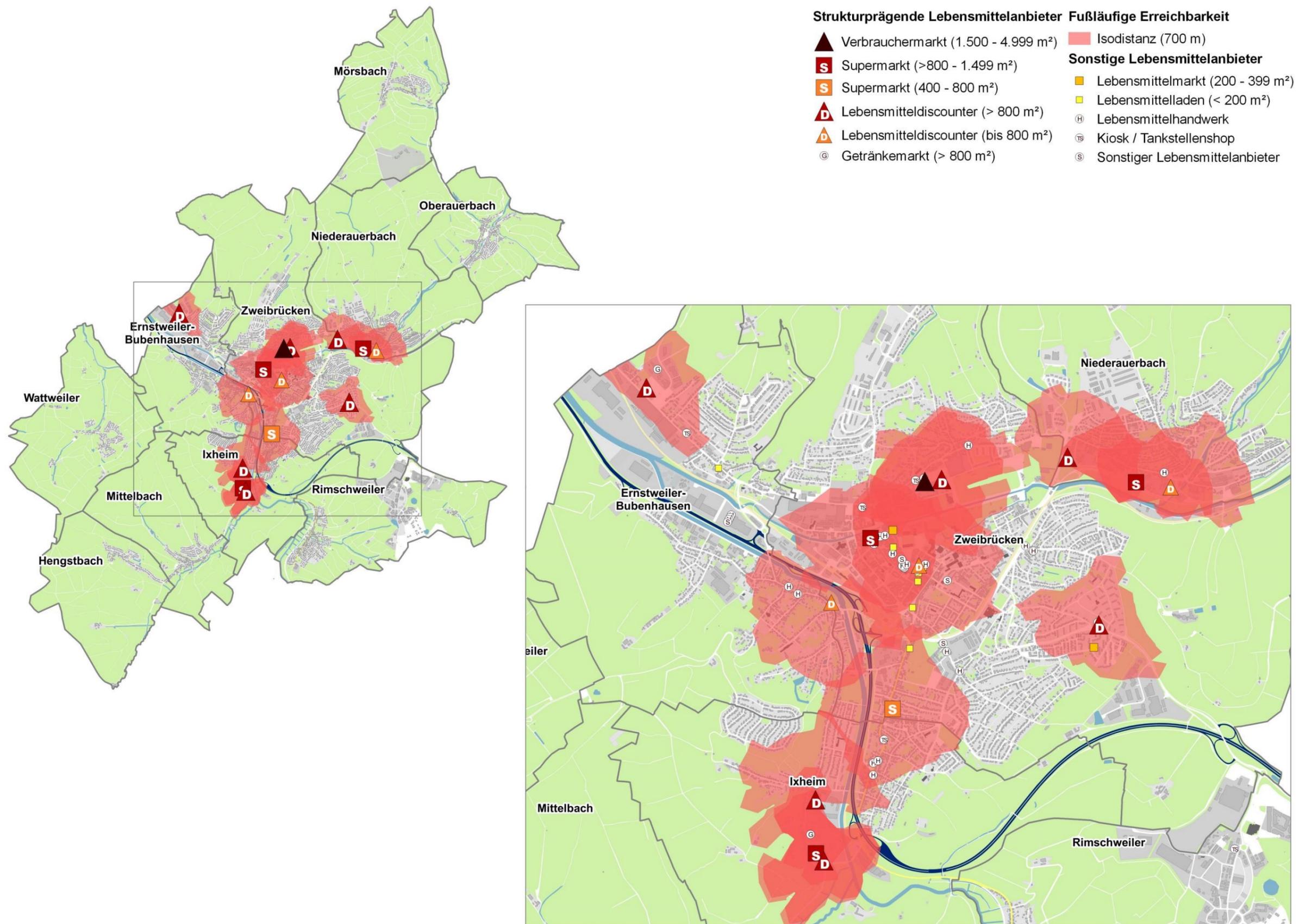
Anhang

Zentraler Bereich Hauptgeschäftszentrum Zweibrücken



- | | | |
|--|---|---|
| Abgrenzung Großflächiger Einzelhandel | Sonstiger Einzelhandel | Größenklassen |
| ZVB 2008 | ◆ Nahrungsmittel | <math>< 100\text{ m}^2</math> Gesamtverkaufsfläche |
| | ◆ Bekleidung | $100 - 399\text{ m}^2$ Gesamtverkaufsfläche |
| | Bedarfsstufen | $400 - 800\text{ m}^2$ Gesamtverkaufsfläche |
| | ■ kurzfristige Bedarfsstufe | |
| | ■ mittelfristige Bedarfsstufe | |
| | ■ langfristige Bedarfsstufe | |

Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Stadt Zweibrücken mit 700 m-Isodistanzen



Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum



Abgrenzung Großflächiger Einzelhandel Sonstiger Einzelhandel (< 800m²) Größenklassen

 ZVB	■ Nahrungs- und Genussmittel	Bedarfsstufen	 < 100 m² GVKF
■ Bekleidung	■ kurzfristige Bedarfsstufe	 100 - 399 m² GVKF	 400 - 800 m² GVKF
	■ langfristige Bedarfsstufe		