

Einzelhandelskonzept der Stadt Pirmasens



beschlossene Fassung
Stadtrat 27.11.2017

im Auftrag der
Stadt Pirmasens

11. November 2017

MARKT UND STANDORT BERATUNGSGESELLSCHAFT MBH

Hugenottenplatz 1, 91054 Erlangen
Tel. (09131) 973 769 0, FAX. (09131) 973 769 70
Markus.Epple@marktundstandort.de

vormals

ICON
Regio





MARKT UND STANDORT BERATUNGSGESELLSCHAFT MBH

Hugenottenplatz 1, 91054 Erlangen

Tel. +49 9131 973 769 0

Fax +49 9131 973 769 70

info@marktundstandort.de

HRB 10996 Fürth

ID Nr. DE 814055381

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.



Inhaltsverzeichnis

A	VORBEMERKUNG	8
A.1	AUFGABENSTELLUNG	8
A.2	UNTERSUCHUNGSMETHODE	9
A.3	VERWENDETE DATENGRUNDLAGEN	11
B	ENTWICKLUNGSTRENDS UND STANDORTRAUM	12
B.1	ÜBERREGIONALE ENTWICKLUNGSTRENDS	12
B.2	DER EINZELHANDEL IN DEUTSCHLAND	14
B.3	REGIONALE EINORDNUNG	15
B.3.1	TRENDS IN DER RAUMENTWICKLUNG	15
B.3.2	DEMOGRAPHISCHE ENTWICKLUNG	16
B.3.3	EINZELHANDELSRELEVANTE KAUFKRAFT	18
C	DAS PIRMASENSER EINZUGSGEBIET	19
D	KAUFKRAFTANALYSE PIRMASENS	21
D.1	MARKTPOTENZIAL	21
D.2	KAUFKRAFT IN DEN ZONEN DES EINZUGSGEBIETES	22
E	ANALYSE EINZELHANDELSBESTAND UND EINZELHANDELSRELEVANTER ASPEKTE IN PIRMASENS	24
E.1	DIE LAGERÄUMLICHE VERTEILUNG VON EINZELHANDELSBETRIEBEN	24
E.2	VERKAUFSFLÄCHEN, UMSÄTZE UND ENTWICKLUNG	26
E.3	KAUFKRAFTBINDUNG	30
E.3.1	ZENTRALITÄTSWERTE IN DER STADT PIRMASENS	31
E.3.2	MARKTANTEILE IM EINZUGSGEBIET	32
E.4	RAUM- UND FLÄCHENBEDARF	34
E.5	GESCHÄFTSBESATZ IM ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT	36
E.6	PARKRAUM INNENSTADT	37
E.7	PASSANTENFREQUENZEN IM ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT	38
E.8	VERKAUFSFLÄCHEN UND EINKAUFSLAGEN IM ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT	39
E.9	SORTIMENTS- UND ANGEBOTSTRUKTUR INNENSTADT	41
E.9.1	LADENEINRICHTUNG UND WARENPRÄSENTATION UND SCHAUFENSTERGESTALTUNG	41
E.9.2	DIENTLEISTUNGSANGEBOTE UND GASTRONOMIE	43
E.9.3	LEERSTÄNDE IN ERDGESCHOSSLAGEN (EINZELHANDELSRELEVANTE LAGEN)	44
F	ENTWICKLUNGS- UND ZENTRENKONZEPT FÜR DEN EINZELHANDEL	45
F.1	ALLGEMEINE ENTWICKLUNGEN	45
F.2	RAHMENVORGABEN DES LANDESENTWICKLUNGSPROGRAMMES LEP IV	46
F.3	DEFINITION DER ZENTREN IN PIRMASENS	48
F.3.1	FUNKTIONALE DEFINITION	48
F.3.2	STÄDTEBAULICHE DEFINITION	49



F.4	WICHTIGE STANDORTVORGABEN ZUM ZENTRENKONZEPT	49
F.5	PRAKTISCHE BEDEUTUNG VON ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHEN	51
F.5.1	DEFINITION UND FESTLEGUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE	51
F.5.2	SCHUTZ- UND ENTWICKLUNGSFUNKTION VON ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHEN	52
F.6	ABGLEICH MIT DEM BESTEHENDEN ZENTRENKONZEPT (CIMA)	53
G	ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE UND EINZELHANDELSSTANDORTE IN PIRMASENS – GEBIETSBESCHREIBUNG, ENTWICKLUNGSZIELE UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	54
G.1	ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT (HAUPTZENTRUM)	56
G.1.1	GEBIETSBESCHREIBUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT	56
G.1.2	ENTWICKLUNGSZIELE ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT (HAUPTZENTRUM)	59
G.1.3	STÄDTEBAULICHE UND BAUPLANUNGSRECHTLICHE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH INNENSTADT (HAUPTZENTRUM)	60
G.2	WEITERE ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE (NEBENZENTREN)	60
G.2.1	GEBIETSBESCHREIBUNGEN DER ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHE (NEBENZENTREN)	61
G.2.1.1	Zentraler Versorgungsbereich Kirchberg (Nebenzentrum)	61
G.2.1.2	Zentraler Versorgungsbereich Ruhbank (Nebenzentrum)	62
G.2.1.3	Zentraler Versorgungsbereich Winzeln (Nebenzentrum)	63
G.2.2	ENTWICKLUNGSZIELE ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE (NEBENZENTREN)	64
G.2.3	STÄDTEBAULICHE UND BAUPLANUNGSRECHTLICHE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE (NEBENZENTREN)	64
G.3	BESTANDSSTANDORTE MIT ZENTRALITÄTSBILDENDER FUNKTION (BSZ)	65
G.3.1	BSZ ARNULFSTRASSE / WAISENHAUSSTRASSE	66
G.3.1.1	Gebietsbeschreibung BSZ Arnulfstraße / Waisenhausstraße	66
G.3.1.2	Entwicklungsziele BSZ Arnulfstraße / Waisenhausstraße	67
G.3.1.3	Städtebauliche und bauplanungsrechtliche Handlungsempfehlungen BSZ Arnulfstraße / Waisenhausstraße	67
G.3.2	BSZ ZWEIBRÜCKER STRASSE	69
G.3.2.1	Gebietsbeschreibung BSZ Zweibrücker Straße	69
G.3.2.2	Entwicklungsziele BSZ Zweibrücker Straße	70
G.4	BESTANDSSTANDORTE FÜR LEBENSMITTELVERSORGUNG (BSL)	73
G.4.1	STATUS DER BESTANDSSTANDORTE FÜR LEBENSMITTELVERSORGUNG	74
G.4.2	ENTWICKLUNGSZIELE BESTANDSSTANDORTE LEBENSMITTELVERSORGUNG	77
G.4.3	STÄDTEBAULICHE UND BAUPLANUNGSRECHTLICHE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN BSL	77
H	STÄDTEBAULICHE UND BAUPLANUNGSRECHTLICHE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN IN BEREICHEN UND STANDORTEN (AUßERHALB DES ZENTRENKONZEPTS UNTER KAPITEL G)	78
H.1	SONSTIGE LAGEN / STANDORTE IM BEREICH VON BEBAUUNGSPLÄNEN	78
H.1.1	GEWERBEGEBIETE	78
H.1.2	INDUSTRIEGEBIETE	79
H.1.3	NEUE SONDERGEBIETE MIT NICHT-INNENSTADTRELEVANTEN SORTIMENTEN	79
H.1.4	MISCHGEBIETE	80
H.2	STANDORTE IM INNENBEREICH GEMÄß §34 BAUGB	81
	EXKURS ZU §34 – ZULÄSSIGKEIT VON VORHABEN INNERHALB DER IM ZUSAMMENHANG BEBAUTEN ORTSTEILE	81
H.3	NACHNUTZUNG / UMNUTZUNG VON LEERSTÄNDEN	83
I	PIRMASENER LISTE	84



J	SCHWELLENWERTE ALS GRUNDLAGE FÜR DIE BEURTEILUNG VON VORHABEN	86
J.1	TRAGFÄHIGKEIT UND ENTWICKLUNGSFÄHIGKEIT VON ZENTREN UND STANDORTEN	86
J.2	BEWERTUNGS- UND BEMESSUNGSGRUNDLAGEN	86
J.3	SORTIMENTSBEZOGENE ABWÄGUNGSSCHWELLENWERTE UND AUSLÖSESCHWELLENWERTE	86
K	EMPFEHLUNGEN UND MAßNAHMEN ZUR STÄRKUNG DES INNERSTÄDTISCHEN EINZELHANDELS	90
L	ZIELSETZUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTES	93
M	GESAMTFAZIT	94
N	BESCHLUSSFASSUNG	95
O	ANHANG	97
O.1	GLOSSAR UND DEFINITIONEN	97
O.2	MARKT UND STANDORT WARENGRUPPENSYSTEMATIK 2016/17	101



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Wettbewerbsdruck auf die Stadt Pirmasens	8
Abbildung 2 Methodischer Ablauf des Einzelhandelskonzeptes	10
Abbildung 3 Wirkungsgefüge am Standort Pirmasens	13
Abbildung 4 Ausgewählte Trends im Einzelhandel	14
Abbildung 5 Kleinräumige Bevölkerungsentwicklung in % (2012 bis 2035)	15
Abbildung 6 Bevölkerungsentwicklung 2015 bis 2035	16
Abbildung 7 Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Pirmasens	17
Abbildung 8 Altersgruppen und –entwicklung in Pirmasens	17
Abbildung 9 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich (BRD=100)	18
Abbildung 10 Pendlerverflechtungen für Pirmasens	19
Abbildung 11 Das Einzugsgebiet der Stadt Pirmasens	20
Abbildung 12 Mittlere Ausgaben (nach Sortimentsgruppen) in Euro pro Kopf (Bundesdurchschnitt) pro Jahr	21
Abbildung 13 Einzelhandelsrelevante Potenziale im Einzugsgebiet in Mio. Euro p.a.	21
Abbildung 14 Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten – Stadt Pirmasens in Mio. Euro	22
Abbildung 15 Vergleich einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich	23
Abbildung 16 Nahversorgungsbetriebe in Pirmasens	24
Abbildung 17 Größere Einzelhandelsbetriebe teils mit Fachmarktcharakter in Pirmasens	25
Abbildung 18 Verkaufsflächen nach Sortimentseinheiten in qm	26
Abbildung 19 Entwicklung der Verkaufsflächen, gesamt	27
Abbildung 20 Entwicklung der Verkaufsflächen im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	27
Abbildung 21 Umsätze nach Sortimenten in Pirmasens in Mio. Euro	28
Abbildung 22 Warengruppenspezifische Umsatzverteilung im Vergleich Gesamtstadt / Innenstadt	29
Abbildung 23 Gegenüberstellung Kaufkraftpotenzial zu Umsätzen (Zone 1 = Stadt Pirmasens)	30
Abbildung 24 Zentralitäten in Pirmasens in %	31
Abbildung 25 Marktanteile in Einzugsgebiet der Stadt Pirmasens in %	32
Abbildung 26 Benchmark bei Marktanteilen im Vergleich zu anderen Mittelzentren	33
Abbildung 27 Anforderungsprofile	34
Abbildung 28 Zielmarktanteile und Flächenpotenziale	35
Abbildung 29 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt und Geschäftsbesatz mit Branchenschwerpunkt	36
Abbildung 30 Bestandsanalyse Parkraum Innenstadt	37
Abbildung 31 Passantenfrequenzen im durchschnittlichen Mittel	38
Abbildung 32 Verkaufsflächen im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt in qm	39
Abbildung 33 Einkaufslagen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	40



Abbildung 34 Bewertung Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung	41
Abbildung 35 Bewertung Gebäudezustand	42
Abbildung 36 Bewertung Zielgruppenorientierung	43
Abbildung 37 Leerstände im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nach Lagen	44
Abbildung 38 Zusammenhänge bei der Nahversorgung	45
Abbildung 39 Versorgungszusammenhänge und Einkaufsachsen (Pkw-orientiert)	50
Abbildung 40 Aspekte zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen	51
Abbildung 41 Schutzfunktion durch Zentrenkonzept und Baurecht	52
Abbildung 42 Abgleich mit dem bestehenden Zentrenkonzept	53
Abbildung 43 Versorgungsbereiche und weitere Standorte	54
Abbildung 44 Konzeptionelle Überlegungen zum Zentrenkonzept	55
Abbildung 45 Begründung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	56
Abbildung 46 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	58
Abbildung 47 Begründung der zentralen Versorgungsbereiche (Nebenzentren)	60
Abbildung 48 Zentraler Versorgungsbereich Kirchberg (Nebenzentrum)	61
Abbildung 49 Zentraler Versorgungsbereich Ruhbank (Nebenzentrum)	62
Abbildung 50 Zentraler Versorgungsbereich Winzeln (Nebenzentrum)	63
Abbildung 51 Bestandsstandort mit zentralitätsbildender Funktion Arnulfstraße / Waisenhausstraße	66
Abbildung 52 BSZ Zweibrücker Straße	69
Abbildung 53 Bestandsstandorte für Lebensmittelversorgung	73
Abbildung 54 Überprüfung der (Teil-)Sortimentsgruppen und deren Innenstadt-/Zentrenrelevanz	84
Abbildung 55 Pirmasenser Liste	85
Abbildung 56 Städtebauliche Abwägungsschwellenwerte bei Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben in Pirmasens, dem Einzugsgebiet und regional bedeutsamen Großprojekten	87
Abbildung 57 Sortimentsspezifische Auslöseschwellenwerte bei Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben in der Stadt Pirmasens oder im Einzugs- und Marktgebiet	88
Abbildung 58 Öffentliche und private Akteure in der Stadt	90

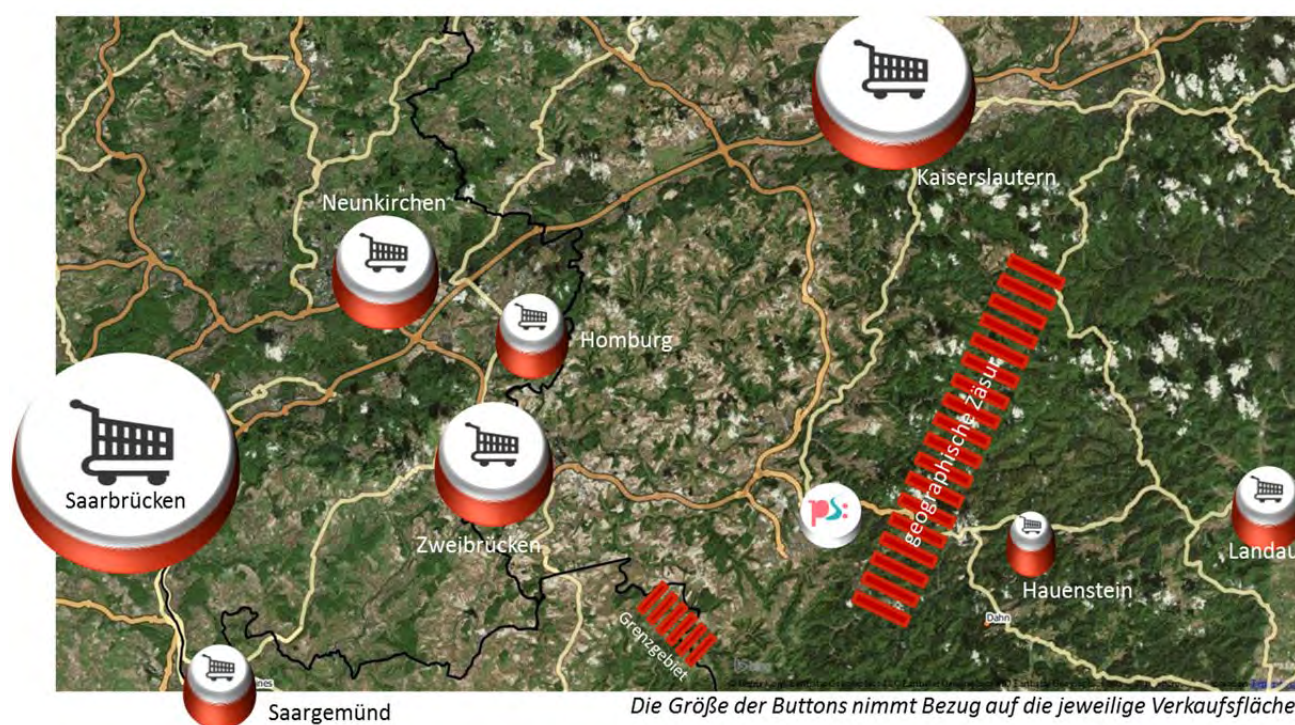
A Vorbemerkung

A.1 Aufgabenstellung

Die Stadt Pirmasens wird zunehmend mit Reaktionen des Einzelhandels konfrontiert, die sich vor allem in Veränderungen der Sortimentsstrukturen durch Ausweitungen von innenstadt- oder nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächenanteilen und durch Verlagerungen an verkehrsorientierte Standorte mit gleichzeitiger Flächenausweitung manifestieren. Aber auch eine in einigen Branchen nach wie vor ungebremste Neuansiedlungsexpansion (v.a. Lebensmitteldiscounter) erfordert die Schaffung aktueller Entscheidungsgrundlagen. Als Grundlage für die weitere Lenkung der Einzelhandelsentwicklung benötigt die Stadt die Fortschreibung eines entwicklungsgerechten Einzelhandelskonzepts. Unterschiedlichste Themenbereiche sollen in einem Zentrenkonzept zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zusammengeführt werden.

Die Stadt benötigt letztlich eine **Fortschreibung** ihres fachlich fundierten Instrumentariums, um bei der Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen im Stadtgebiet den praktischen Anforderungen zu genügen. Hier stehen insbesondere die steigenden Anforderungen der Rechtsprechung an Begründungen in den Bebauungsplänen zur Debatte. Sie braucht deshalb eine aktualisierte Einzelhandelskonzeption, die sowohl räumlich, als auch hinsichtlich der unterschiedlichen Versorgungsfunktionen und Angebotsformen des Einzelhandels differenzierte Aussagen zur vergangenen Entwicklung, zur aktuellen Situation und zu den künftigen Entwicklungsmöglichkeiten in allen räumlichen Versorgungseinheiten des Stadtgebietes trifft. Die Einarbeitung der Vorgaben der Landes- und Regionalplanung sind dabei zu beachten.

Abbildung 1 Wettbewerbsdruck auf die Stadt Pirmasens



Quelle: eigene Darstellung

Die Abbildung zeigt die Wettbewerbszusammenhänge und die geomorphologischen Gegebenheiten im Umfeld. Die Entwicklungen der letzten Jahre im Bereich Verkaufsflächenwachstum zeigt, welchen Druck die umliegenden Zentren mittlerweile auf den Standort Pirmasens ausüben. Durch die konsequente Berücksichtigung der Innenstadt als primäres Entwicklungsgebiet ist es der Stadt jedoch gelungen, einen nach wie vor funktionsfähigen zentralen Versorgungsbereich aufzuweisen. Trotzdem sind es vor allem die zahlreichen FOC- sowie großflächige Möbelangebote, die den Gesamtstandort Pirmasens weiterhin unter erheblichen Druck setzen.



A.2 Untersuchungsmethode

Grundlage der Fortschreibung ist das Einzelhandelskonzept der CIMA vom Mai 2007 und dessen Weiterentwicklung vom August 2011.

Generelle Grundlagen der Untersuchung sind zum einen umfassende Erhebungen der betrachteten Zentren sowie die Recherche der im Einzugsbereich ansässigen (großflächigen) Einzelhandelsbetriebe. Erhoben wurden alle Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet nach ihrem Standort, ihren Sortimenten sowie ihrer Verkaufsflächengröße.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet wurde anhand der Bevölkerungsverteilung, der durchschnittlichen Einzelhandelsausgaben pro Kopf und dem örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau ermittelt.

Für die Fortschreibung der Einzelhandelsanalyse sind umfangreiche empirische Arbeiten (Bestandserhebungen, Standortbewertungen, Zentrenbegehungen, Abgrenzungen von Haupteinkaufsbereichen, etc.) und die Ermittlung der Einkaufsbeziehungen in der Region erforderlich. Darüber hinaus sind auch statistische Analysen zur Ermittlung von Kaufkraft und einzelhandelsrelevanten Potenzialen erforderlich. Im Folgenden finden sich kurze Abrisse über die methodischen Ansätze und die verwendeten Modellparameter.

In der gesamten Gebietskörperschaft wurde eine Totalerhebung aller Einzelhandelsbetriebe nach Standort, Verkaufsfläche, Sortimenten und insbesondere innenstadtrelevanten Sortimenten vorgenommen. Diese Erhebung erfolgte sortimentsspezifisch. Im Gegensatz zu einer Betrachtung der Einzelhandelsbetriebe nach dem Sortimentsschwerpunkt wird bei der sortimentsspezifischen Erhebung jedes erhobene Sortiment gesondert erfasst und in der Auswertung separat behandelt. So kann sowohl eine betriebs-, als auch eine sortiments- oder auch standortbasierte Auswertung vorgenommen werden. Darüber hinaus wurden innerhalb des Einzugsbereiches alle, für die Sortimentsstruktur des Vorhabens maßgeblichen, großflächigen Einzelhandelsbetriebe (ab 500 qm Verkaufsfläche) auf die gleiche Weise erhoben. Über den Einzugsbereich hinaus wurden im Hause vorliegende Datenbankinformationen verwendet, bzw. Internetrecherchen vorgenommen.



Abbildung 2 Methodischer Ablauf des Einzelhandelskonzeptes



Quelle: eigene Darstellung

Die aktuelle Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes dient dem Aufzeigen von weiteren Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und in den bestehenden zentralitätsbildenden Standortlagen.

Bisher kann die Stadt Pirmasens ihre Funktion als Mittelzentrum im Bereich Einzelhandel relativ gut ausüben, allerdings zeichnet sich ein sich verstärkender regionaler Wettbewerb ab, der erhebliche Entwicklungsschwierigkeiten mit sich bringen kann, wenn nicht adäquat darauf reagiert wird.

Vor allem die großflächigen Handelsentwicklungen in Hauenstein, Zweibrücken und Kaiserslautern nehmen massiv Einfluss auf die städtischen Strukturen des Mittelzentrums Pirmasens. Auch die weiteren Planungen, z. B. Factory Outlet Center-(FOC) Weiterentwicklung sowie Möbelhausentwicklung in Zweibrücken, sind nicht ohne weiteres zu dulden.

Es ist daher von erheblicher Bedeutung, die bestehende Einzelhandels- und Zentrenstruktur auf ihre Entwicklungsmöglichkeiten hin zu untersuchen und mittels vorsorglicher Bauleitplanung die Weichen zukunftsfähig zu stellen.



A.3 Verwendete Datengrundlagen

Folgende Datenquellen wurden im Rahmen dieser Studie verwendet:

- MB-Research, Einwohner nach Postleitgebieten, Nürnberg 2016
- Handel aktuell, Eurohandelsinstitut e.V., Köln, aktuelle Fassung
- Markt und Standort Nürnberg, Regionale Kaufkraftpotenziale, Nürnberg 2016
- MB-Research, Regionale Kaufkraftkennziffern, Nürnberg 2016
- SB-Aktuell, Branchendienst des PKV-Verlag, München, aktuelle Fassung
- Shopping-Center Report, EHI –Eurohandelsinstitut, Köln 2016
- Lebensmittelzeitung, Die marktbedeutenden Handelsunternehmen 2008, Frankfurt a.M., 2015
- Metro Handelslexikon, aktuelle Fassung
- German Council Magazin, N.Lingen: Standortentwicklung des Einzelhandels, Ludwigsburg 2008
- German Council Magazin, N.Lingen: Nahversorgung – Ohne Auto? Ludwigsburg 2007
- German Council Magazin, N.Lingen: Erlangen – Der Aufstieg einer Innenstadt? Ludwigsburg 2008
- CIMA, Praxistipps zur Standortbelegung, München 2006
- CIMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Pirmasens, Köln 2007
- CIMA, Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Pirmasens; Fortschreibung unter Berücksichtigung des LEP IV und der Entwicklungs-dynamik im Einzelhandel 2006 – 2011, Köln 2011
- Masterplan Innenstadt (MPI) Pirmasens, Pirmasens 2015 (Entwurf)
- Diverse Studien im Zusammenhang mit der Entwicklung der Stadtgalerie Pirmasens
- Ministerium des Inneren und für Sport, Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) sowie aktuelle Fortschreibungen
- Planungsgemeinschaft Westpfalz (PGW), Regionaler Raumordnungsplan (ROP IV) Westpfalz, Teilfortschreibung 2014
- KVRLP, Pirmasens, Zweibrücken und Kreis Südwestpfalz, Kreisatlas zur vertragsärztlichen Versorgung, Mainz 2015
- Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Rheinland-Pfalz 2060 Vierte regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung (Basisjahr 2013), Bad Ems 2015
- dwif, Tagesreisen der Deutschen Teil 1, München 2010
- dwif, Tagesreisen der Deutschen Teil 2, München, 2010
- dwif, Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, München, 2012
- Borchard, Orientierungswerte für die städtebauliche Planung, München 1974
- Oberste Baubehörde im bayerischen Staatsministerium des Inneren, Forschungsband Innenstadt, München 2003
- Passantenzählung, März 2017
- Eigene Erhebungen, August bis November 2016



B Entwicklungstrends und Standortraum

B.1 Überregionale Entwicklungstrends

Nach unterschiedlichen Studien aus den letzten Jahren zu den zukünftigen Entwicklungschancen und -risiken der räumlichen Entwicklung lassen sich einige Megatrends ableiten. Diese zeigen sich in den Bereichen

'Technologie und Technik' durch

die 'Computertechnologie und Informationsverarbeitung'

die 'Life Sciences' (Bio- und Gentechnologie, Gesundheit)

die 'Werkstoff- und Mikrotechnologie'

'Menschliches Verhalten, Werte und Präferenzen' durch

den 'Wertewandel, die Überalterung und Desorientierung'

die 'Individualisierung der Nachfrage und Pluralisierung der Lebensformen'

'Geschäfts- und wirtschaftsrelevante Spielregeln' durch

die 'Globalisierung, wirtschaftliche Allianzen und Kooperationen'

die 'lernenden Organisationen' als Struktur- und Führungsprinzip

'Nachhaltigkeit und Regionalität' durch

die 'GloKalisierung¹, regionale wirtschaftliche Kreisläufe'

die 'lernende Region' als Entwicklungsprinzip

die 'Nischengenese, als Überlebensstrategie'

'Rahmenbedingungen nationaler und internationaler Politik' durch

die 'regionalen Allianzen' strukturstarker Regionen'

die 'nationale Deregulierung und internationale Regulierung'.

Diese Megatrends werden sich unterschiedlich auf die Lebens- oder Arbeitsqualitäten in ländlich strukturierten Standorten auswirken. Mit ihnen im Zusammenhang stehen die erwarteten weiteren Tendenzen.

Diese aufgezeigten überregionalen Entwicklungstrends wirken grundsätzlich gleichartig und gleichgerichtet auf alle Standorte und Wirtschaftsräume. Erst deren jeweiliges Potenzial - Produktions- und Faktorstruktur, aber auch Infrastruktur und Entwicklungsmentalitäten - bestimmen über Art und Ausmaß der regionalen Betroffenheit und Veränderung. Für die unterschiedlichen Räume sind die Prognosen uneinheitlich. Allerdings werden ihnen dann mehr Entwicklungschancen eingeräumt, wenn es ihnen gelingt, über innovative organisatorisch-konzeptionelle Anstrengungen Impulse aus wirtschaftsräumlichen Kooperationen mit dynamischen Wirtschaftszentren zu gewinnen.

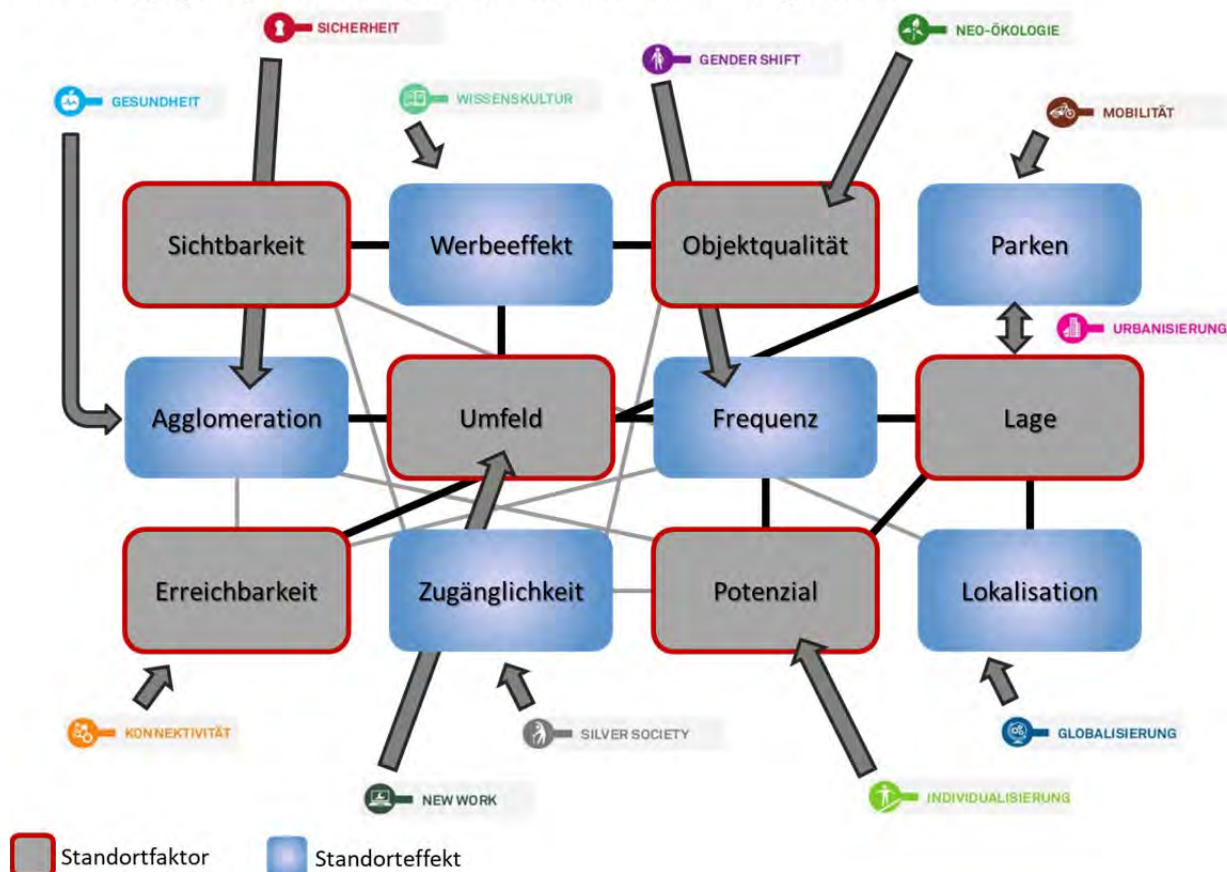
Dabei haben Standorte im Umfeld der großen Verdichtungsräume durchaus die Wahlmöglichkeit unter alternativen oder auch verknüpften Entwicklungsleitbildern, zwischen ergänzenden, kooperativen und eigenständigen funktionalen Orientierungen. Schon deshalb ist auch für den Standort Pirmasens eine Diskussion über zukünftige Entwicklungsziele auf der Grundlage der Bestandserhebung notwendig. Zu den möglichen Optionen gehören beispielsweise u.a.

... die **eigenständige und nachhaltige Entwicklung** des Handelsstandortes Pirmasens unter Berücksichtigung seiner Auswirkungen auf die wirtschaftsräumlichen Verflechtungen innerhalb der Gemeindegrenzen, sowie eine **klare Positionierung** des Mittelzentrums Pirmasens hinsichtlich der zentralen Funktion und unter **Berücksichtigung einer wohnstandortorientierten Nahversorgung**.

¹ GloKalisierung ist der Synthesetrend zwischen Globalisierung und Lokalisierung.

Abbildung 3 Wirkungsgefüge am Standort Pirmasens

Wirkungsgefüge am Standort und Einflüsse der Megatrends



Quelle: eigene Darstellung, Teile: Zukunftsinstitut 2016

Die Versorgung der Bevölkerung ist ein wichtiges Thema der Entwicklungsplanung in Städten und Gemeinden. Es wird in diesem Zusammenhang eine Vielzahl von Problemen diskutiert, die sich naturgemäß in verdichteten Gebieten anders darstellen als im ländlichen Raum. Dabei hängen die diskutierten Probleme sehr eng mit der Marktentwicklung und den Anforderungen der versorgenden Unternehmen zusammen, die zu immer größeren Betriebseinheiten und Einzugsbereichen führen.

Der Einzelhandel ist einem stetigen Wandel unterzogen. Dies führt dazu, dass sowohl Unternehmen als auch Verbraucher, die letztendlich über Erfolg oder Misserfolg von Trends entscheiden, diesen Wandel verursachen, aber auch bedingen. Jede Stadt muss unter Marktgesichtspunkten Erweiterungsoptionen für bestehende Standorte einplanen und mittels fachlich und politisch begründeten Konzepten die Einzelhandelsentwicklung steuern und stärken. Denn wachsende Betriebsgrößen, veränderte Betriebsformen, die Internationalisierung im Einzelhandel und die Flexibilität des Verbrauchers fordern eine Anpassung der Städte an diese neuen Trends.

Der strukturelle, gesellschaftliche und ökonomische Wandel in der Stadt Pirmasens zeigt die Notwendigkeit eines integrierten Einzelhandelskonzeptes, um auch in Zukunft eine wohnungsnahe Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel) sicherzustellen und eine funktionierende Stadt, die in Konkurrenz zu den umliegenden Mittelzentren zu bestehen hat, zu gewährleisten. Dabei ist ein besonderes Augenmerk auf die Innenstadt/auf den zentralen Versorgungsbereich zu legen. Eine attraktive Innenstadt ist identitätsstiftend für die Bevölkerung, sie ist die Visitenkarte einer Stadt. Dabei resultiert die Attraktivität der Innenstadt aus einem attraktiven Nutzungsmix mit zentrenbildenden Funktionen. Dem Einzelhandel wird dabei traditionell eine besonders starke zentrenbildende Funktion zugesprochen (Leitfunktion für die Innenstadt). Ohne einen starken Einzelhandel funktioniert eine Innenstadt nur bedingt.



B.2 Der Einzelhandel in Deutschland

Der Einzelhandel in Deutschland ist erheblichen Umstrukturierungsprozessen und starken Einflüssen von außen und innen ausgesetzt. Die privaten Verbrauchsausgaben werden sowohl durch zusätzliche Steuern und Ausgaben als auch durch aktuelle Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt weiter eingeschränkt. Auf der Anbieterseite wird mit Verdrängungswettbewerb und aggressiver Preispolitik reagiert.

In Zukunft ist verstärkt zwischen Versorgungs- und Erlebniseinkauf zu unterscheiden. Speziell für Waren des täglichen Bedarfs bedeutet dies, dass zunehmend Anbieter bevorzugt werden, die durch Standards ihre Qualität sichern und ein günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis aufweisen. Der Versorgungseinkauf wird somit durchrationalisiert und zeitoptimiert. Gleichzeitig will derselbe Kunde jedoch auch kompetente Fachberatung in abwechslungsreicher und ansprechender Umgebung haben. Dieser freizeitorientierte Erlebniseinkauf stellt den zweiten Pol der Entwicklung dar.

Gewinner der Trends sind vor allem die Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser (Versorgungseinkauf) sowie die spezialisierten Fachgeschäfte und Boutiquen in den Zentren, aber auch die fachhandelsorientierten Einkaufscenter an der Peripherie (Erlebniseinkauf).

Der Einzelhandel in Deutschland ist sehr dynamischen Veränderungen unterworfen. Die Ursachen liegen in der Wechselwirkung von Angebot und Nachfrage. Aus diesem Wirkungszusammenhang lassen sich einige raum- und strukturwirksame Trends ablesen:

Abbildung 4 Ausgewählte Trends im Einzelhandel

Angebotsseite	Nachfrageseite
Konzentration der Unternehmen	Sinkende Bevölkerung mit regionalen Disparitäten
Verkaufsflächenwachstum	Steigende Mobilität
Sinkende Flächenproduktivität	Erlebniseinkauf vs. Versorgungseinkauf
Discountorientierung	Preisbewusstsein
Quelle: eigene Darstellung	

Die Handelsunternehmen konzentrieren ihre Standortnachfrage auf immer weniger Standorte, die dann allerdings sehr konkrete Anforderungen hinsichtlich Grundstücksgröße, Erreichbarkeit und bspw. Einsehbarkeit erfüllen müssen. Dabei divergieren städtebauliche Zielvorstellungen der Kommunen oft mit dem unternehmerischen Standortverhalten. Weiterhin verschwinden bestimmte Formen von Anbietern. Supermärkte der ersten Generation mit Verkaufsflächen zwischen 300 und 400 qm sind fast gänzlich durch marktgerechte Größen von rund 1.500 qm ersetzt worden. Dieser Trend ist auch bei den Discountmärkten zu verzeichnen, die bislang überwiegend Flächen bis 700 qm aufwiesen, realisieren sie heute Verkaufsflächen bis 1.400 qm. Auch die Artikelzahlen sind stetig gestiegen. Heute führen die Betriebstypen folgende Artikelzahlen (vgl. EHI, Handel aktuell 2008):

- Lebensmitteldiscounter ca. 1.800 Artikel
- Supermarkt ca. 10.000 Artikel
- Verbrauchermarkt ca. 28.000 Artikel
- SB-Warenhaus ca. 52.000 Artikel

Fazit:

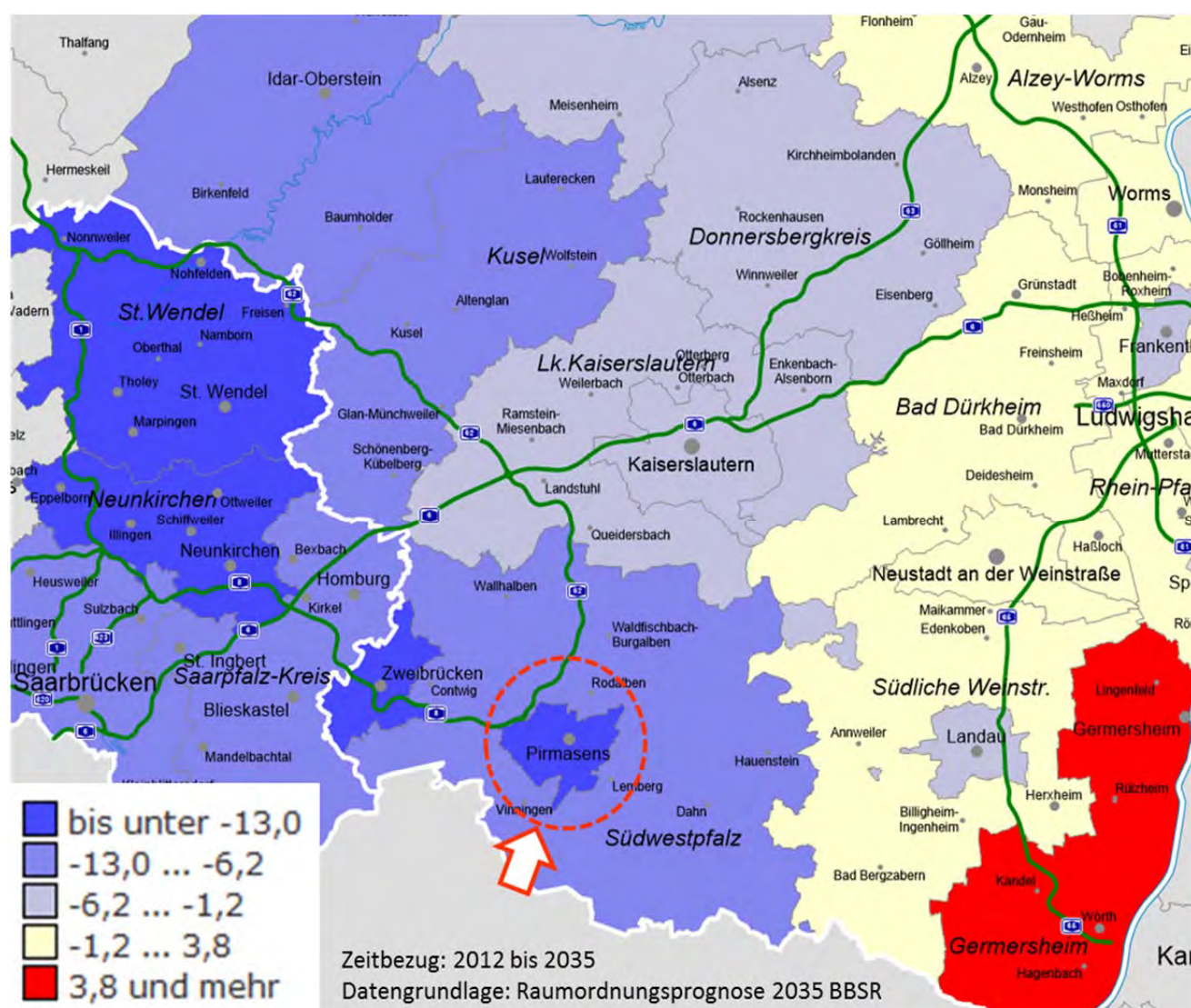
Der Einzelhandel hat nur wenig von den gestiegenen Konsumausgaben der letzten Jahre profitieren können. Dies liegt vor allem an den deutlich gestiegenen Ausgabenpositionen für bspw. Versicherung, Miete, Heizkosten, Benzin, etc.. Vor allem die beiden letzten Positionen sorgen für eine deutliche Umschichtung beim privaten Verbrauch. Im Lebensmittelbereich, also bei der Nahversorgung, ist festzustellen, **dass kleine Betriebstypen** zugunsten der Discountmärkte verschwinden, **zeitgleich deren Ein- und Anbindung an Innenstädte aufgrund der Flächenanforderungen fast unmöglich werden.**

B.3 Regionale Einordnung

B.3.1 Trends in der Raumentwicklung

Die durch die Bundesregierung im Bundesraumordnungsbericht aufgezeigten Trends im Zuge der wirtschaftlichen und demografischen Entwicklung zeigen für die Stadt Pirmasens, eine Stagnation der Bevölkerungsentwicklung in Bezug auf Bevölkerung und Beschäftigung. Da Städte diesen allgemeinen Trends i.d.R. jedoch besser widerstehen können als kleine Gemeinden im ländlichen Raum bedeutet das folglich aber auch, dass die zukünftige Tragfähigkeit der bestehenden und geplanten Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich gewährleistet ist.

Abbildung 5 Kleinräumige Bevölkerungsentwicklung in % (2012 bis 2035)



Quelle: BBSR Raumordnungsprognose

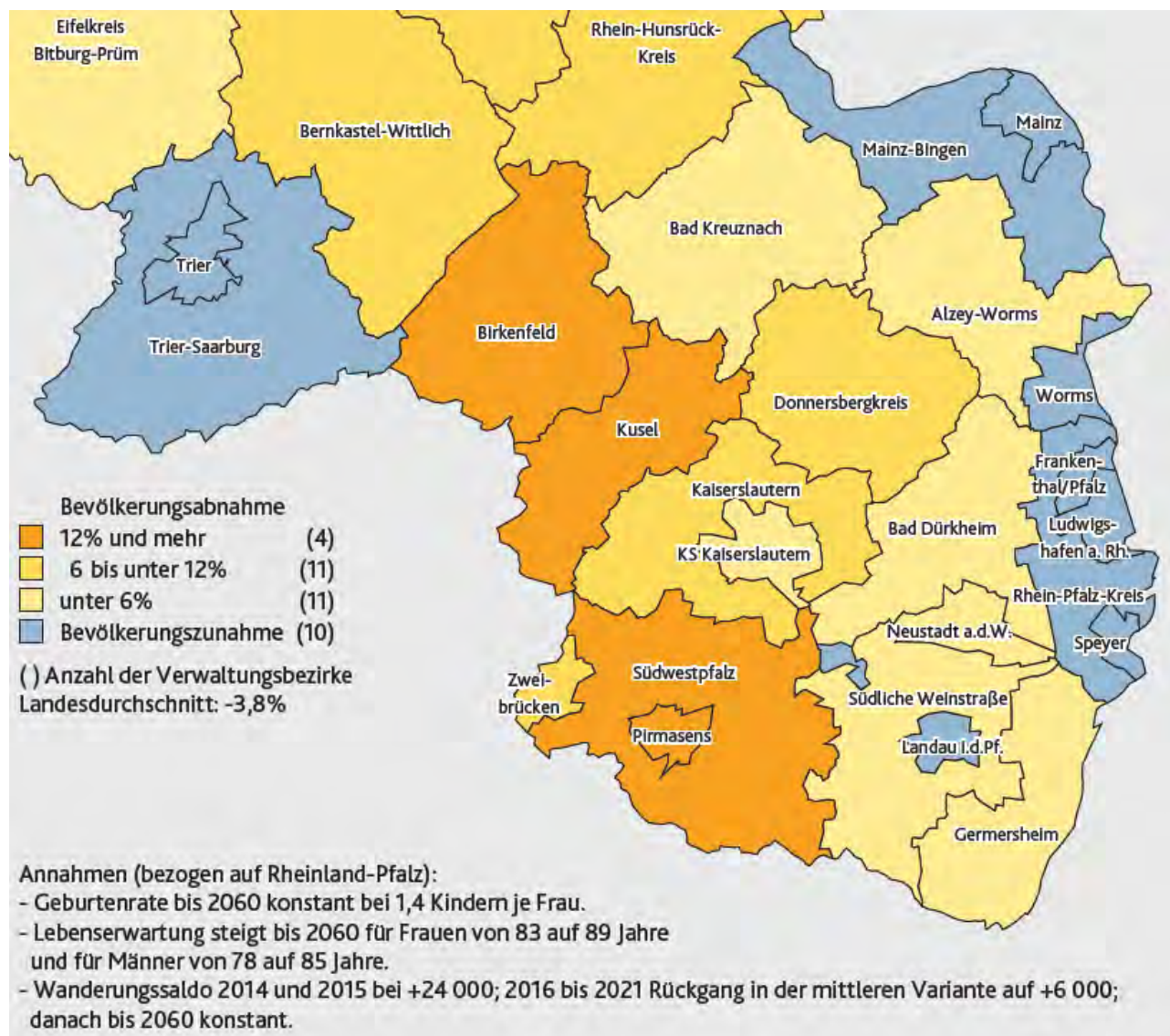
Die Betrachtung der zukünftigen Raumentwicklung auf der Grundlage der Raumordnungsprognose des BBSR zeigt, dass der Standortraum um Pirmasens zukünftig von Bevölkerungsabnahme geprägt sein wird. Grundsätzlich ist dabei festzuhalten, dass der ländliche Raum stärker betroffen sein wird, als die zentralen Orte. **Für den Einzelhandel bedeutet dies aber stabile Potenziale in der Stadt Pirmasens.** Es bedeutet aber auch, dass keine zusätzlichen Potenzialreserven zu erwarten sind.

Trends geben grundsätzlich lediglich ein mögliches Entwicklungsszenario vor. Durch gezielte Stadt- und Wirtschaftsentwicklungspolitik können Städte ganz erheblich gegen solche allgemeinen Trends steuern und zukunftsfähige Strukturen bilden und erhalten.

B.3.2 Demographische Entwicklung

Grundlage der Abbildungen bildet die Regionale Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes sowie deren Vorausberechnungen.

Abbildung 6 Bevölkerungsentwicklung 2015 bis 2035



Quelle: StaLA, 2016

Die Bevölkerungsvorausberechnungen der letzten acht Jahre haben eines gezeigt: Verlässliche Prognosen sind fast unmöglich. Bereits zum dritten Mal wurden die vorliegenden Entwicklungstendenzen korrigiert. Auch eine lapidare Zahl: 12% Bevölkerungsabnahme ist für die betroffenen Kommunen wenig hilfreich. Zudem in dem Wissen, dass vor allem die Mittelzentren hier eine Ausnahme bilden. Ein genauer Blick auf die lokalen Gegebenheiten ist daher zielführend.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Bevölkerung zurückgehen wird. Dies bedeutet aber nur einen marginalen Verlust an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft bei gleichzeitig tendenziell steigenden Ausgabenbeträgen.



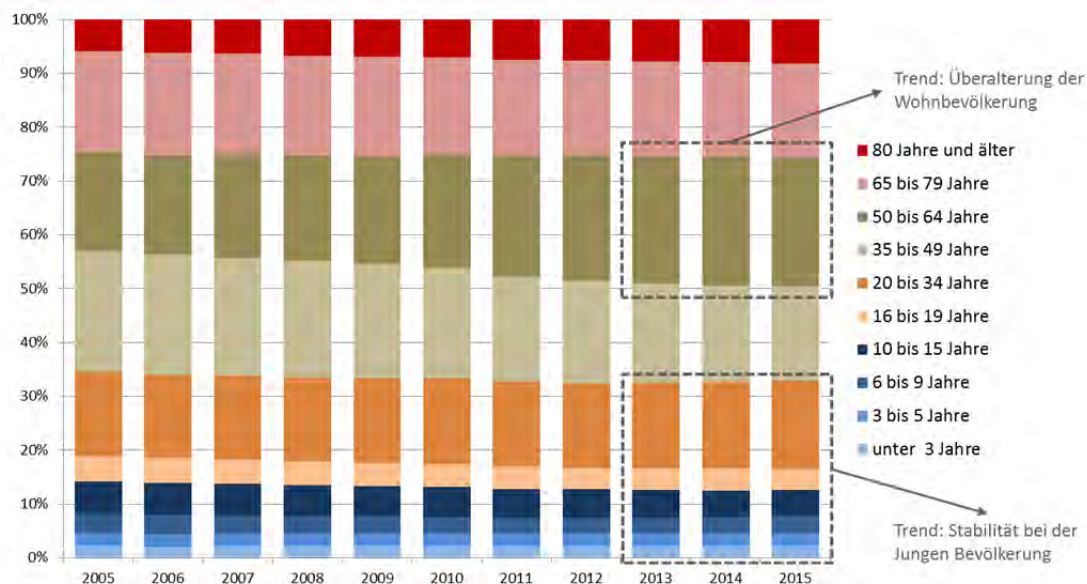
Abbildung 7 Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Pirmasens



Quelle: Meso, 2016

Ein Trend ist eine - häufig als linear unterstellte - Funktion der Zeit, die die Grundrichtung des Verlaufes einer Zeitreihe ausdrückt und meist auch als deterministischer Trend bezeichnet wird. Zu einem nennenswerten Trend kommt es meist dann, wenn über eine Zeitdauer von fünf Jahren keine signifikante Änderung eintritt. Dies ist bei der Bevölkerungsentwicklung in Pirmasens der Fall.

Abbildung 8 Altersgruppen und –entwicklung in Pirmasens



Quelle: StaLA, 2016

Auch bei der Betrachtung der Entwicklung der Altersgruppen zeigen sich zwei wichtige und zukunftsweisende Ausprägungen. Zum einen die Überalterungen aber auch eine hohe Stabilität bei der jungen Bevölkerung. Dies bedeutet zukünftig auch eine verstärkte Ausrichtung auf diese beiden Bevölkerungsgruppen. (Anm. Deren Ansprüche sind gar nicht unterschiedlich).

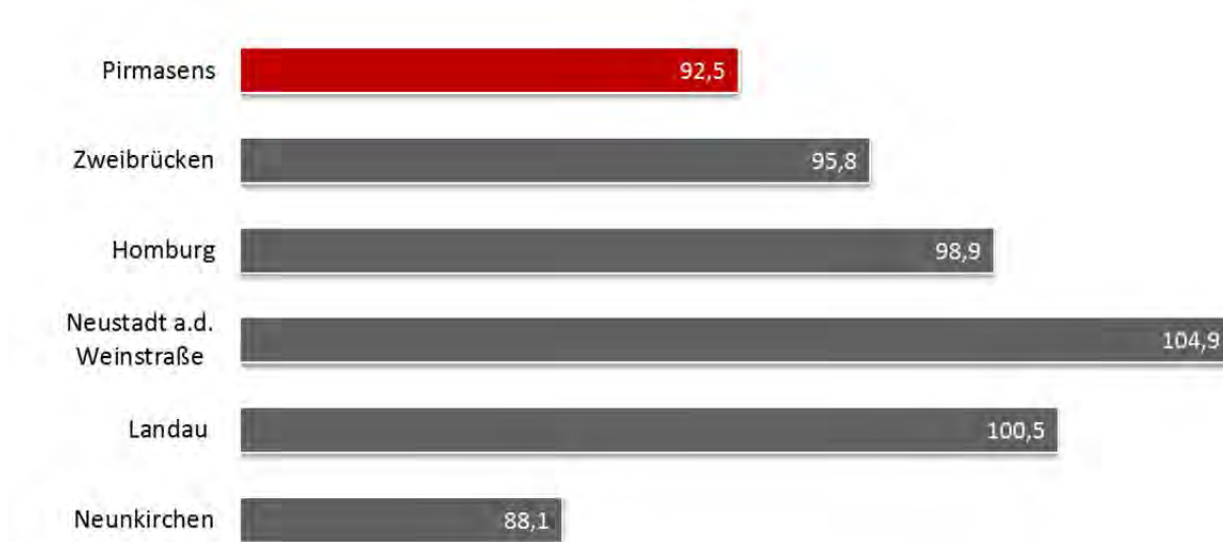


B.3.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Kaufkraftverhältnisse innerhalb einer Region lassen sich am ehesten durch die Kaufkraftkennziffern² darstellen. Die Kaufkraftkennziffern geben Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbraucher nachfrage. In Verbindung mit den aktuellen Zahlen zur (ortsansässigen) Bevölkerung, erlauben sie quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage nach Waren und Gütern, die über Handels- und Dienstleistungsunternehmen distribuiert werden.

Die ausgewiesenen Kaufkraftindizes messen die jeweiligen regionalen Ergebnisse am Bundeswert, oder den Werten für die alten/ neuen Bundesländer. Der Durchschnittswert wird dabei auf 100 gesetzt. Demnach bedeutet ein Wert über 100 eine überdurchschnittliche Kaufkraft, ein Wert unter 100 eine unterdurchschnittliche Kaufkraft in der Region. Kaufkraftindizes sind grundsätzlich Betrachtungen je Einwohner einer Region und werden somit zum „Durchschnittseinwohner“ in Beziehung gesetzt.

Abbildung 9 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich (BRD=100)



Quelle: MB-Research, Nürnberg 2016

Danach herrschen leicht unterdurchschnittliche Einkommen in der Region vor, die naturgemäß Auswirkungen auf die Einzelhandelsausgaben haben. Für die Zone 1 (Stadt Pirmasens) wurde ein Kaufkraftindex von 92,5 ermittelt. Damit liegt Pirmasens etwas unter dem Bundesdurchschnitt. Keine Aussage kann allerdings über die tatsächlichen Umsatzchancen des Einzelhandels gemacht werden. Vielmehr handelt es sich um einen ersten regionalen Benchmark.

² Kaufkraftkennziffern sind jährlich berechnete Vergleichswerte! Die Analyse von Zeitreihen dieser Einzelhandelszentralitätskennziffern stellt besonders hohe Anforderungen an die Interpretationskunst, denn durch die zusätzliche Dimension des Zeitverlaufs wird die Berücksichtigung vielfältiger Relationen erforderlich. Hier sind die Veränderungen der Relation zwischen verschiedenen Gemeinden, der Relation zwischen Bundesdurchschnitt und Gemeindeverten, im Falle von Pro-Kopf-Werten auch noch die Relation der Bevölkerungsentwicklung zwischen Bundesrepublik und Gemeinde, und die Relationen zwischen Kaufkraft- und Umsatzentwicklung bundesweit und in der Gemeinde jeweils zu berücksichtigen. Zeitvergleiche der Zentralitätskennziffern sind grundsätzlich komplex und mit der bloßen Aneinanderreihung der jährlich veröffentlichten Werte methodisch fragwürdig. Ein leicht nachvollziehbares Problem für den Zeitvergleich ist der steuerliche Aspekt. Da die Umsatzkennziffern eine Bruttoumsatzbetrachtung darstellen ist die Umsatzsteuer in den Zentralitätskennziffern enthalten. Veränderungen der Umsatzsteuerquote oder auch Verschiebungen in den Umsatzsteuersätzen der Sortimente über die Jahre nehmen Einfluss auf die Bruttoumsatzdaten und führen zu Verwerfungen im Zeitvergleich. Letztlich verbietet sich aufgrund der Vielzahl möglicher methodischer Brüche deshalb ein zeitlicher Vergleich der jährlich erscheinenden Zentralitätskennziffern. Dabei wird der mögliche Fehler umso größer je länger der Vergleichszeitraum ist. Möchte man auf den Zeitvergleich nicht verzichten, so wäre die Rückrechnung der Zentralitätskennziffer vom aktuellen Jahr auf der Basis des aktuellen Datenkenntnisstandes, der aktuellen Umsatzsteuersätze, den aktuellen kommunalen Gebietszuschnitten in die Vergangenheit die Methode der Wahl.



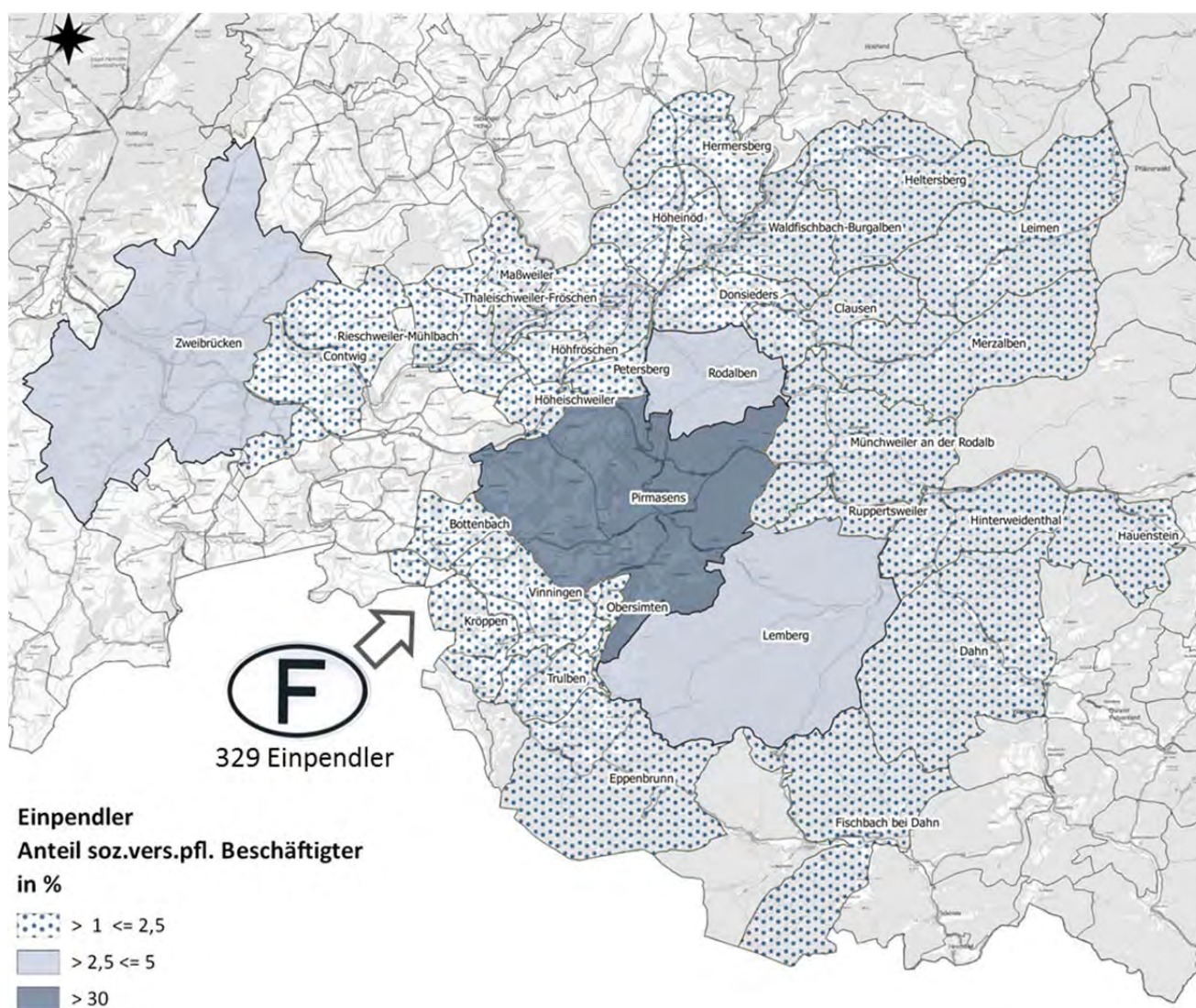
C Das Pirmasenser Einzugsgebiet

Das Marktgebiet bzw. das Einzugsgebiet umfasst jenes Gebiet, aus dem sich zum überwiegenden Teil die Kunden des Einzelhandels rekrutieren. Die Größe des Einzugsgebietes ist abhängig von der Art und Verkaufsfläche der großflächigen Einzelhandelsbetriebe bzw. der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt und Außenstadt. Die Größe des Marktgebietes wird auf Basis von Distanz- und Zeit-Isochronen, empirischer Erfahrungswerte, Pendlerverflechtungen sowie auf Grundlage von Kunden- und Einzelhändler-Befragungen ermittelt. Dabei hat die Konkurrenz (Nachbarstädte, absatzformengleiche Einzelhandelsbetriebe) einen erheblichen Einfluss auf das Marktgebiet.

Als maßgebliche Instrumente zur Abgrenzung des Marktgebietes wurden die Aussagen der Regionalplanung in Bezug auf die Abgrenzung von Verflechtungsbereichen sowie die Bewertung der umliegenden Konkurrenzzentren herangezogen. Daneben fließen auch topographische und siedlungsstrukturelle Gegebenheiten sowie die übergemeindliche Wettbewerbssituation und die Pendlerbeziehungen in das Abgrenzungsverfahren mit ein.

Die Stadt Pirmasens als stabiles Mittelzentrum, leistet einen entscheidenden Beitrag zur Versorgung des zugewiesenen Mittelbereiches und der umliegenden Region.

Abbildung 10 Pendlerverflechtungen für Pirmasens



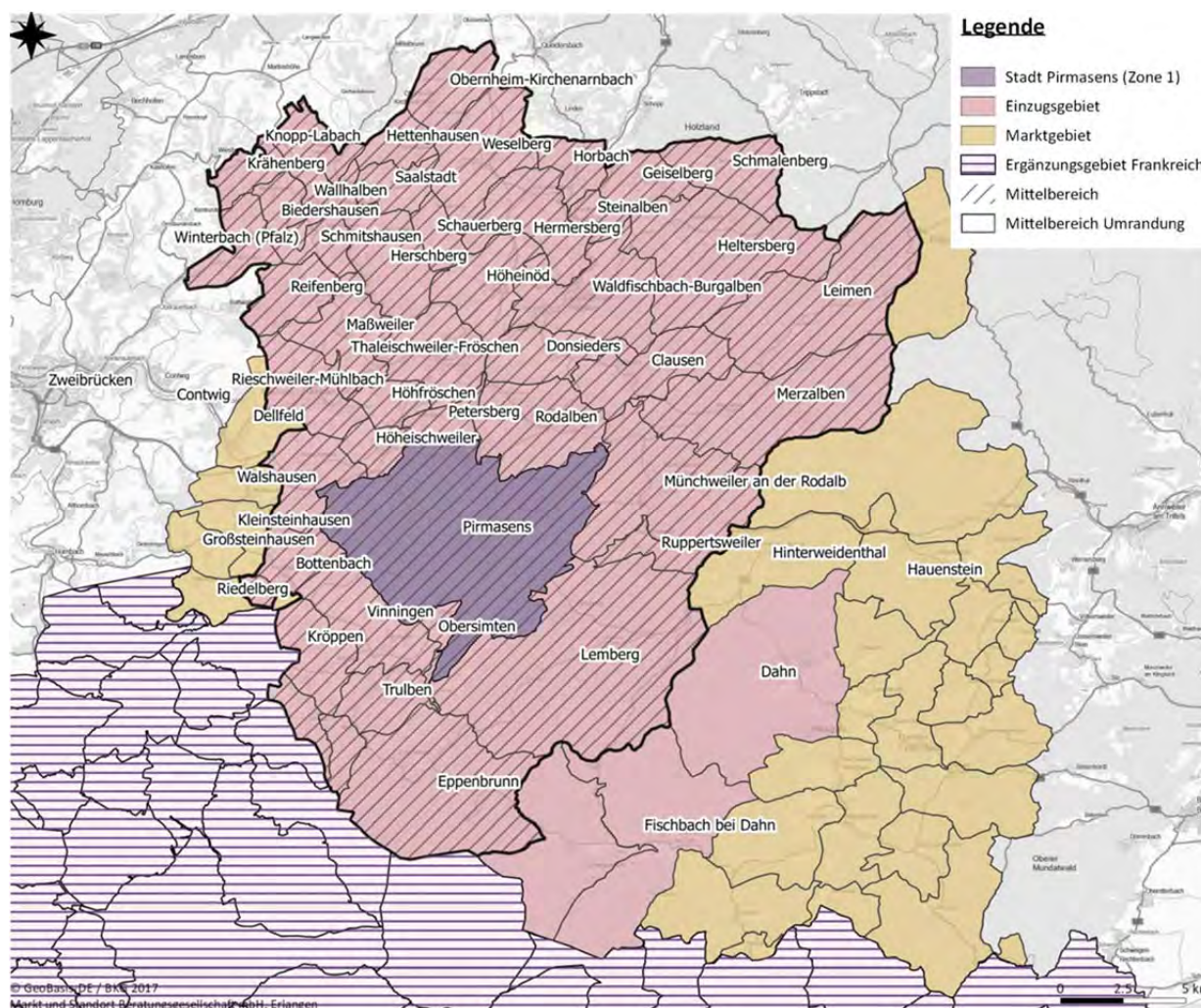
© GeoBasis-DE / BKG 2017
Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Erlangen

Quelle: eigene Darstellung, Daten: Agentur für Arbeit 2016

Die in der Abbildung (Pendlerverflechtungen) dargestellten Einpendler verdeutlichen den hohen Stellenwert der ansässigen Wirtschaftsstruktur im Mittelzentrum Pirmasens. Dieser wirtschaftsräumliche Verflechtungsbereich lässt auch erste Rückschlüsse über den Einzugsbereich des städtischen Einzelhandels zu.

Diese guten Strukturen sind trotz der unmittelbaren Nähe zu umliegenden Mittelzentren aufgrund der aktiven Wirtschaftsförderung und Bestandspflege der Stadt zurückzuführen.

Abbildung 11 Das Einzugsgebiet der Stadt Pirmasens



Quelle: eigene Darstellung

Das Einzugsgebiet³ (also das Gebiet, aus dem regelmäßig Verbraucher nach Pirmasens zum Einkauf kommen) orientiert sich am Mittelbereich⁴ und beinhaltet die Stadt Pirmasens. Daneben verfügt Pirmasens über ein (ergänzendes) Marktgebiet⁵ und einen Ergänzungsbereich der das Gebiet auf französischem Territorium umfasst.

Der umrissene Einzugsbereich verdeutlicht nochmals die wirtschaftsräumlichen Verflechtungen aufgrund der Einpendler.

³ Einzugsgebiet: räumlich umgrenzter Bereich, aus dem die Kunden stammen, die üblicherweise einen Handelsbetrieb (regelmäßig) in Pirmasens aufsuchen.

⁴ Mittelbereiche bilden die Verflechtungsbereiche für die Versorgung mit Gütern des gehobenen Bedarfs ab und sind in der Regel einem Mittelzentrum oder einem mittelzentralen Verbund bzw. höherrangigen zentralen Ort zugeordnet. Mittelbereiche sind ein Raumbezug, welcher der Bedeutung der Mittelstädte Rechnung trägt.

⁵ Marktgebiet: räumlich umgrenzter Bereich, aus dem die Kunden stammen, die ab und zu (sporadisch) einen Handelsbetrieb in Pirmasens aufsuchen.



D Kaufkraftanalyse Pirmasens

D.1 Marktpotenzial

In der Stadt Pirmasens ergibt sich eine durchschnittliche **konsumnahe einzelhandelsrelevante Kaufkraft** von **6.195 Euro je Einwohner**, die in 11 Warengruppen differenziert dargestellt wird. Dieser Wert resultiert aus der Gewichtung des bundesdeutschen Durchschnittswertes für Ausgaben im Einzelhandel (Basis: Markt und Standort Warengruppensystematik) mit dem jeweiligen Kaufkraftindex.

Multipliziert mit der jeweiligen Einwohnerzahl (Hauptwohnsitz) ergibt sich das Kaufkraftvolumen. Das Potenzial für den Einzelhandel im Einzugsbereich ergibt sich zum einen aus der Bevölkerungskonzentration und -verteilung und zum anderen aus den Pro-Kopf-Ausgaben, die Grundlage für die Berechnung der Einzelhandelsausgaben sind. Folgende bundesdurchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben werden für diese Studie zugrunde gelegt.

Abbildung 12 Mittlere Ausgaben (nach Sortimentsgruppen) in Euro pro Kopf (Bundesdurchschnitt) pro Jahr

Nahrungs- und Genussmittel einschl. Getränke	Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Drogeriewaren	Textilien, Bekleidung, Lederwaren	Schuhe	Uhren, Schmuck, Optik	Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik (GPK)
2.350	625	658	160	107	109
Elektrowaren	Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren	Möbel und Einrichtungsbedarf	Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	Hobby-, Sport und Freizeitartikel	Gesamt
498	209	585	592	302	6.195

Quelle: eigene Berechnung 2016

Aus der Verrechnung mit dem Einkommensniveau und der Bevölkerungszahl ergibt sich das im Einzugsbereich verfügbare einzelhandelsrelevante Potenzial, das den Einwohnern jährlich für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Abbildung 13 Einzelhandelsrelevante Potenziale im Einzugsgebiet in Mio. Euro p.a.

Gebiet	Einwohner 31.12.2016	Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex (gewichtet) 2016
Stadt Pirmasens	40.882	92,5
Einzugsgebiet (ohne PS)	63.562	93,7
Summe	104.444	---
Marktgebiet (Ergänzung)	9.213	93,1
Gesamt	113.657	---

Quelle: eigene Berechnung 2016, MB-Research 2016, Meso und StaLA 2016

Die Berechnung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials erfolgt durch die Multiplikation der Einwohnerzahl mit dem jeweiligen spezifischen Pro-Kopf-Ausgabewert und unter Berücksichtigung des jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftindices des jeweiligen betrachteten Gebietes.

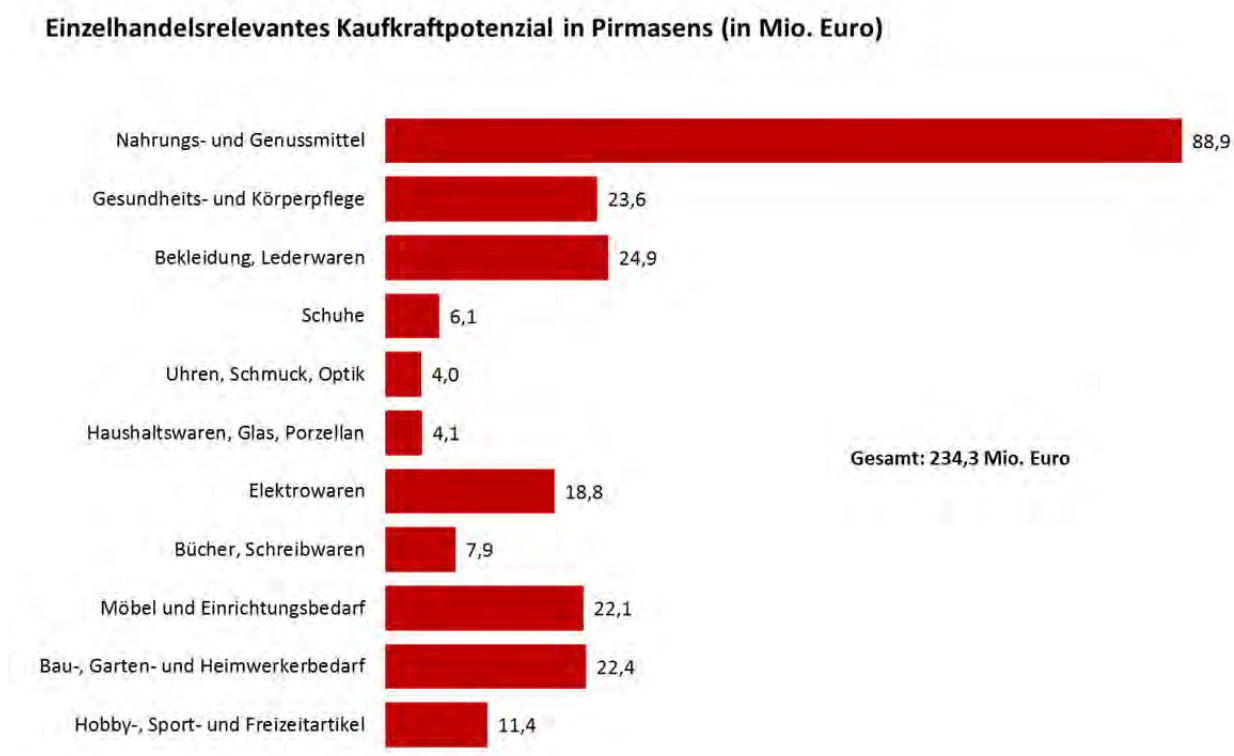
Anm.: das französische Potenzial wird nicht weiter ausgewiesen.



D.2 Kaufkraft in den Zonen des Einzugsgebietes

Betrachtet man das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial⁶ in Pirmasens, so ergibt sich folgendes Bild:

Abbildung 14 Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten – Stadt Pirmasens in Mio. Euro



Quelle: eigene Berechnung 2016, MB-Research 2016

Die höchsten Anteile der Kaufkraft in der Stadt Pirmasens entfallen auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (88,9 Mio. Euro), gefolgt von Gesundheits- und Körperpflege (23,6 Mio. Euro) sowie Bekleidung, Lederwaren (24,9 Mio. Euro), Möbel und Einrichtungsbedarf, Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf (beide jeweils rd. 22 Mio. Euro).

Insgesamt stehen den Verbrauchern innerhalb der Stadt jährlich rd. 234 Mio. Euro an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft zur Verfügung.

⁶ Rechenweg: Einwohner im spezifischen Gebiet mal einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex mal sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgabe



Abbildung 15 Vergleich einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich

Sortiment	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Pirmasens in Mio. Euro	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet in Mio. Euro	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	88,9	140,0	20,2
Gesundheits- und Körperpflege	23,6	37,2	5,4
Bekleidung, Lederwaren	24,9	39,2	5,6
Schuhe	6,1	9,5	1,4
Uhren, Schmuck, Optik	4,0	6,4	0,9
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	4,1	6,5	0,9
Elektrowaren	18,8	29,7	4,3
Bücher, Schreibwaren	7,9	12,4	1,8
Möbel und Einrichtungsbedarf	22,1	34,8	5,0
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	22,4	35,3	5,1
Hobby-, Sport- und Freizeitartikel	11,4	18,0	2,6

Quelle: eigene Berechnung 2016, MB-Research 2016

Die erste Spalte zeigt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial, das in der Stadt Pirmasens anliegt.

Die zweite Spalte zeigt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet (einschließlich der Stadt Pirmasens). Die Abgrenzung des Einzugsgebietes findet sich in Abbildung 11 auf Seite 19.

Die dritte Spalte zeigt das ergänzende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet.

Aufgrund der gestiegenen und weiter steigenden Pro-Kopf-Ausgabenpotenziale im deutschen Einzelhandel, haben sich die Potenziale seit der letzten Studie (CIMA 2011) nochmals deutlich erhöht.



E Analyse Einzelhandelsbestand und einzelhandelsrelevanter Aspekte in Pirmasens

Der Kontext für die folgenden Analysen des Einzelhandels und der einzelhandelsrelevanter Aspekte beziehen sich auf die Gesamtstadt oder die zentrale Innenstadt von Pirmasens. Weitere Einzelhandelsstandorte werden unter Punkt G in ihrer Funktion definiert und näher betrachtet.

E.1 Die lageräumliche Verteilung von Einzelhandelsbetrieben

Im Rahmen der Untersuchung wurden Ende 2016 alle Einzelhandelsbetriebe in Pirmasens auf Basis ihrer Branche und Verkaufsflächen sortimentsbezogen ermittelt. Nicht in die Erhebung einbezogen wurden die Betriebe des Großhandels, des KFZ- Handels und der Brennstoffe jeglicher Art. Die Verkaufsshops von Tankstellen sowie die Verkaufsräume von Dienstleistern und Handwerksbetrieben (soweit Waren tatsächlich direkt verkauft werden und nicht nur Showroom sind) wurden ebenfalls erfasst. Folgende größere Einzelhandelsbetriebe (Nahversorgung) wurden ermittelt:

Abbildung 16 Nahversorgungsbetriebe in Pirmasens

Name	Betriebsform	Standort
real	geschlossen	Zweibrücker Straße
Kaufland	SB-Warenhaus	Wiesenstraße
Edeka	Verbrauchermarkt	Lemberger Straße
Wasgau	Verbrauchermarkt	Bitscher Straße
Wasgau	Supermarkt	Carl-Schurz-Straße
Wasgau	Supermarkt	Gersbacher Straße
Wasgau	Supermarkt	Arnulfstraße
Biomarkt	Supermarkt	Ringstraße
Lidl	Lebensmitteldiscounter	Zweibrücker Straße
Lidl	Lebensmitteldiscounter	Arnulfstraße
Aldi	Lebensmitteldiscounter	Waisenhausstraße
Aldi	Lebensmitteldiscounter	Simter Straße
Aldi	Lebensmitteldiscounter	Zweibrücker Straße
Netto	Lebensmitteldiscounter	Conrad-Crez-Straße
Netto	Lebensmitteldiscounter	Waisenhausstraße
Netto	Lebensmitteldiscounter	Teichstraße
Penny	Lebensmitteldiscounter	Blocksbergstraße
SBK Getränke	Getränkefachmarkt	Arnulfstraße

Quelle: eigene Erhebung 2016

Definitionen:

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 3.000 qm (nach amtlicher Statistik), von 4.000 qm (nach EHI Köln), von 5.000 qm (nach internationaler Abgrenzung) ein umfassendes Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu ca. 100.000 Artikeln anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt i.d.R. bei Nahrungs- und Genussmitteln (Lebensmittelvollsortiment mit Frischwaren) mit ca. 62 % des Gesamtumsatzes.

Lebensmittelmärkte:

Lebensmitteldiscounter: Ein Lebensmittel-Discounter ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 450 qm bis 1.200 qm ein eng begrenztes Sortiment mit schnell umschlagenden Artikeln des täglichen Bedarfs in totaler Selbstbedienung anbietet. Das Frischwarensortiment ist stark reduziert. Es dominiert das Angebot im Trockensortimentsbereich. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 80 % des Gesamtumsatzes. Die Marketingstrategie ist preisorientiert.

Supermarkt: Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 400 qm bis 1500 qm Nahrungs- und Genussmittel, einschließlich Frischwaren, sowie Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Der Anteil der Non-Food Fläche beträgt i.d.R. nicht mehr als ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 85 % des Gesamtumsatzes.

Verbrauchermarkt: Ein Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 1.000 qm (nach amtlicher Statistik) bzw. 1.500 qm (nach EHI Köln) ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln sowie an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Die Verkaufsflächenobergrenze liegt bei ca. 3.000 qm. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 70 % des Gesamtumsatzes.



Abbildung 17 Größere Einzelhandelsbetriebe teils mit Fachmarktcharakter in Pirmasens

Name	Betriebsform	Standort
dm	Drogeriefachmarkt	Bitscher Straße ⁷
dm	Drogeriefachmarkt	Zweibrücker Straße
Rossmann	Drogeriefachmarkt	Arnulfstraße
Müller	Drogeriefachmarkt	Innenstadt (ZVB)
C&A	Bekleidungsfachmarkt	Innenstadt (ZVB)
H&M	Bekleidungsfachmarkt	Innenstadt (ZVB)
Kik	Bekleidungsdiscounter	Winzler Straße
Kik	Bekleidungsdiscounter	Innenstadt (ZVB)
Modehaus Adler	Bekleidungshaus	Innenstadt (ZVB)
Takko	Bekleidungsfachmarkt	Zweibrücker Straße
Vögele	Bekleidungsfachmarkt	Zweibrücker Straße
Deichmann	Schuhfachmarkt	Arnulfstraße
Reno	Schuhfachmarkt	Zweibrücker Straße
Picks Raus	Sonderpostenmarkt	Waisenhausstraße
Thomas Phillips	Sonderpostenmarkt	Arnulfstraße
Tedi	Hartwarenfachmarkt	Innenstadt (ZVB)
VABO	Fachmarkt für Festbedarf	Neckarstraße
Hornbach	Bau- und Gartenfachmarkt	Zweibrücker Straße
Bruckner Euronics	Elektrofachmarkt	Innenstadt (ZVB)
Media Markt	Elektrofachmarkt	Zweibrücker Straße
ROFU Kinderland	Spielwarenfachmarkt	Zweibrücker Straße
Dänisches Bettenlager	Einrichtungsfachmarkt	Zweibrücker Straße
Hammer	Einrichtungsfachmarkt	Zweibrücker Straße
Möbel Ass	Möbelfachmarkt	Blocksbergstraße
Fressnapf	Zoofachmarkt	Zweibrücker Straße
Möbel Zimmermann	Möbelfachgeschäft	Innenstadt (ZVB)
Thalia	Buchhandlung	Innenstadt (ZVB)
Wölfling	Haushaltswarenfachgeschäft	Innenstadt (ZVB)
Woolworth	Kleinkaufhaus	Innenstadt (ZVB)

Quelle: eigene Erhebung 2016

Definition

Fachmarkt

Ein Fachmarkt ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche ab ca. 400 qm ein breites und tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z.B. Bekleidung, Schuhe), einem Bedarfsbereich (z.B. Sport-, Elektro-, Spielwaren-, Möbel und Baufachmarkt) oder einer Zielgruppe (z.B. Design-Möbelhaus) anbietet. Die Warenanordnung ist i.d.R. übersichtlich bei niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Je nach Fachmarkttyp wird Beratung und Service angeboten. Die Verkaufsflächengrenzen sind generell nicht festzulegen. Sie liegen bei Schuh- und Drogeriefachmärkten bei ca. 400-1.000 qm Verkaufsfläche, bei Bekleidungs- und Sportfachmärkten bei ca. 1.000-1.500 qm Verkaufsfläche, bei Spielwaren- und Elektrofachmärkten bei ca. 2.000-4.000 qm Verkaufsfläche, bei Baumärkten bei ca. 2.000 bis ca. 15.000 qm Verkaufsfläche und bei Möbelfachmärkten bis zu ca. 50.000 qm Verkaufsfläche.

⁷ Zum Zeitpunkt der Erhebung noch nicht gebaut. Erfassung über Bauantrag.

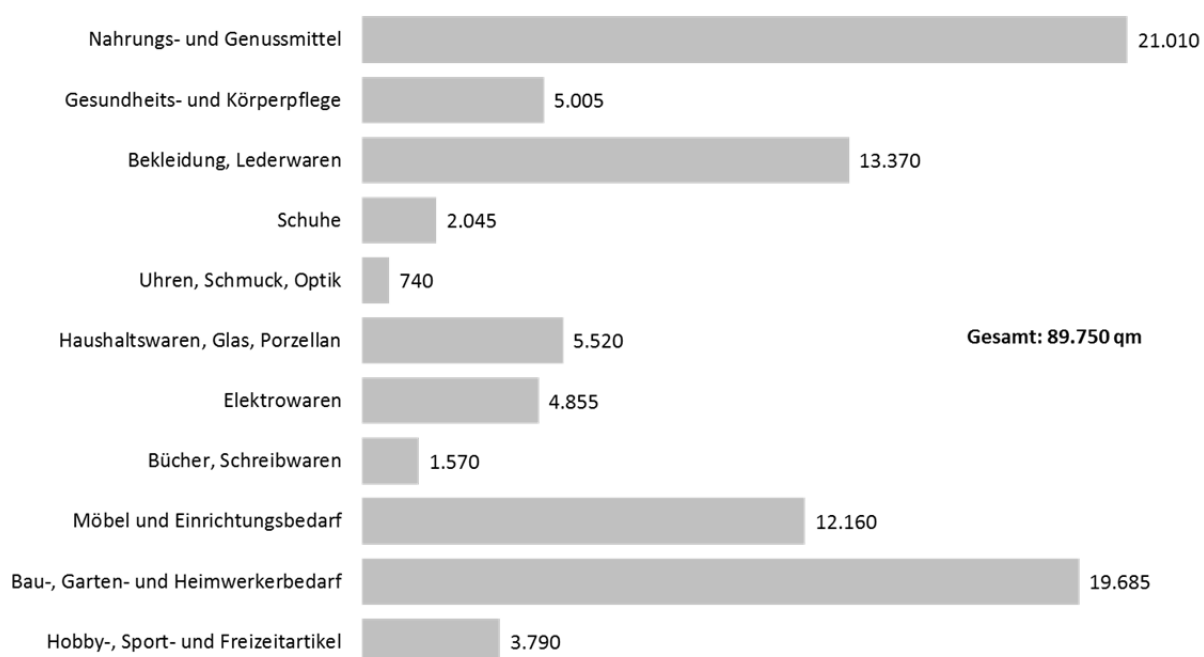


E.2 Verkaufsflächen, Umsätze und Entwicklung

Die Verkaufsflächenschwerpunkte liegen in den Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung und bei Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf.

Abbildung 18 Verkaufsflächen nach Sortimentseinheiten in qm

Verkaufsflächen in Pirmasens, gesamt (in qm)



Quelle: eigene Erhebung 2016

Insgesamt verfügt die Stadt Pirmasens über rd. 89.750 qm Verkaufsfläche.



Abbildung 19 Entwicklung der Verkaufsflächen, gesamt

Sortiment	CIMA 2011 [in qm]	bereinigt*	MuS 2016 [in qm]	Delta [in qm]	Anteil real Schließung
Nahrungs- und Genussmittel	25.985	23.185	21.010	-2.175	-3.105
Gesundheits- und Körperpflege	5.790	5.590	5.005	-585	-620
Bekleidung, Wäsche	15.035	14.655	13.370	-1.285	-610
Schuhe, Lederwaren	2.650	2.550	2.045	-505	-210
Uhren, Schmuck, Optik	1.255	1.205	740	-465	-20
Geschenke, Hausrat, GKP	5.400	4.970	5.520	550	-320
Elektro, Foto, U-Elektronik	7.015	6.665	4.855	-1.810	-390
Bücher, Schreibwaren	1.720	1.570	1.570	0	-190
Möbel und Einrichtungsbedarf	12.170	11.860	12.160	300	-310
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	20.015	19.965	19.685	-280	-70
Hobby-, Sport- und Freizeitartikel	5.060	5.010	3.790	-1.220	-450
Summe	102.095	97.225	89.750	-7.475	-6.295

* Bereinigung: Wasgau C+C und Hallenflohmarkt; Eine Bereinigung ist aufgrund der Vergleichbarkeit der Zahlen dringend notwendig. Unter gutachterlichen Gesichtspunkten ist ein Cash+Carry-Markt klar als Großhandel definiert und fällt daher nicht zum Einzelhandel. Ein Hallenflohmarkt stellt eine nicht-stationäre Sonderform des Handels dar. Durch wechselnde Sortimente und keine einheitliche Betriebsform/-typ ist eine Zuzählung zu Einzelhandelsverkaufsfläche irreführend.

Quelle: eigene Erhebung durch Berechnungen 2016/17

Abbildung 20 Entwicklung der Verkaufsflächen im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Sortiment	CIMA 2011 [in qm]	MuS 2016 [in qm]	Delta [in qm]
Nahrungs- und Genussmittel	1.015	1.255	+240
Gesundheits- und Körperpflege	1.635	1.765	+130
Bekleidung, Wäsche	9.185	9.980	+795
Schuhe, Lederwaren	540	435	-105
Uhren, Schmuck, Optik	1.085	615	-470
Geschenke, Hausrat, GKP	1.845	2.015	+170
Elektro, Foto, U-Elektronik	1.690	1.225	-465
Bücher, Schreibwaren	1.050	970	-80
Möbel und Einrichtungsbedarf	3.240	2.925	-315
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	540	915	+375
Hobby-, Sport- und Freizeitartikel	2.120	940	-1.180
Summe	23.945	23.040	-905

Quelle: eigene Erhebung durch Berechnungen 2016/17

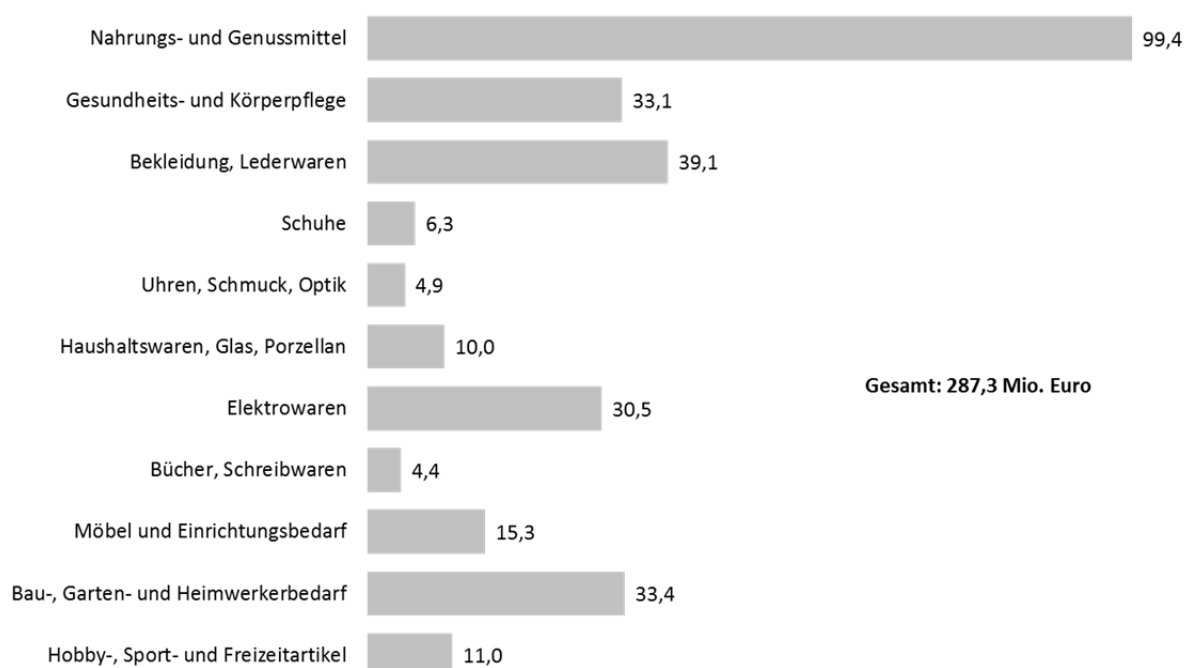
Seit der letzten Untersuchung 2011 kam es erneut zu leichten Schrumpfungstendenzen. Allerdings konnte sich das Kern- und Leitsortiment Bekleidung etwas besser positionieren.



Die Unterschiede zwischen Bekleidung (Zuwachs) und Hobby-, Sport- und Freizeitartikel (Rückgang) liegt zum einen an der unterschiedlichen Zuschlüsselung der beiden Gutachterbüros und somit unterschiedlichen Zuordnung von Teilsortimenten begründet. Zum anderen kam es in diesem Zeitraum auch zu signifikanten Schließungen (z.B. Sport Stuppy).

Abbildung 21 Umsätze nach Sortimenten in Pirmasens in Mio. Euro

Einzelhandelsumsätze in Pirmasens, gesamt (in Mio. Euro)



Quelle: eigene Berechnungen 2016/17 (Grundlage: Sortiments- bzw. betreiberspezifische Durchschnittsraumleistungen in Deutschland)

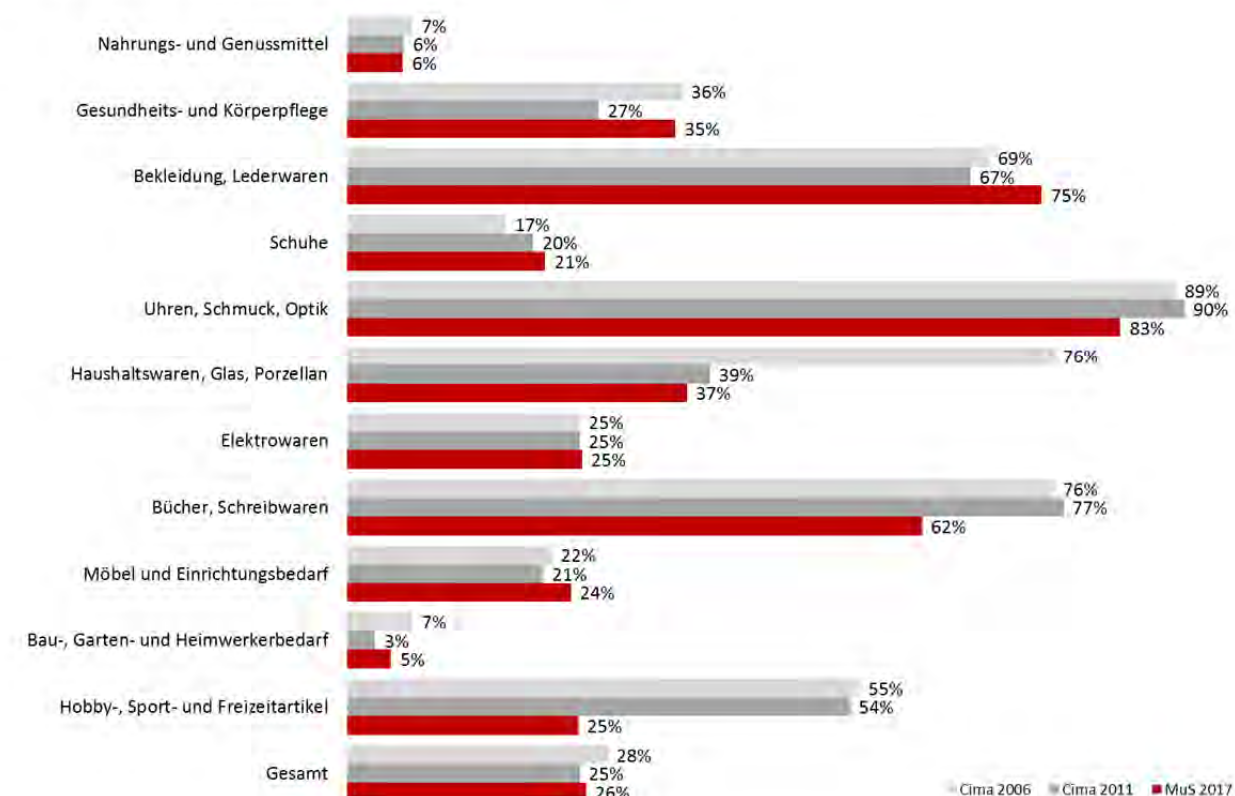
Die Berechnung der in Pirmasens getätigten Umsätze resultiert aus der Verknüpfung von Verkaufsfläche (vor Ort erhoben) und durchschnittlicher Flächenproduktivität je nach Betriebsform und Größe (Umsatz je qm Verkaufsfläche)⁸. Je nach Standort und Sortiment wurde die durchschnittliche Raumleistung variiert. Insgesamt wird im Pirmasenser Einzelhandel ein Umsatz von rund 287 Mio. Euro erzielt.

⁸ Dabei wurden die im EHI (Handel aktuell) belegbaren Umsatzkennziffern nach Betriebsformen und Anbietern zugrunde gelegt. Ergänzend dazu wurden die Kennziffern des aktuellen LZ-Reports 2015/16 zugezogen.



Abbildung 22 Warengruppenspezifische Umsatzverteilung im Vergleich Gesamtstadt / Innenstadt

Veränderung der warengruppenspezifischen Umsatzverteilung
(Anteil der Innenstadt an der Gesamtstadt)



Quelle: eigene Berechnungen 2016/17, CIMA EHK 2006, CIMA EHK 2011

Der innerstädtische Umsatzanteil von nur 6% in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel signalisiert ein Angebotsdefizit in der Innenstadt. In der Regel wird hier ein Umsatzanteil von 10% realisiert. In der Warengruppe Bekleidung, Lederwaren realisiert die Innenstadt von Pirmasens einen Umsatzanteil von 75%. Damit liegt sie auf einem Level mit leistungsstarken Innenstädten.

Insgesamt ist die Entwicklung positiv zu bewerten, vor allem dann, wenn man die deutlichen Umsatzverluste durch den Wegfall des Sportsortiments und den deutlich gewachsenen Online-Anteil bei Bekleidung, Schuhen und Büchern im Vergleich zu den Untersuchungszeiträumen der CIMA berücksichtigt.

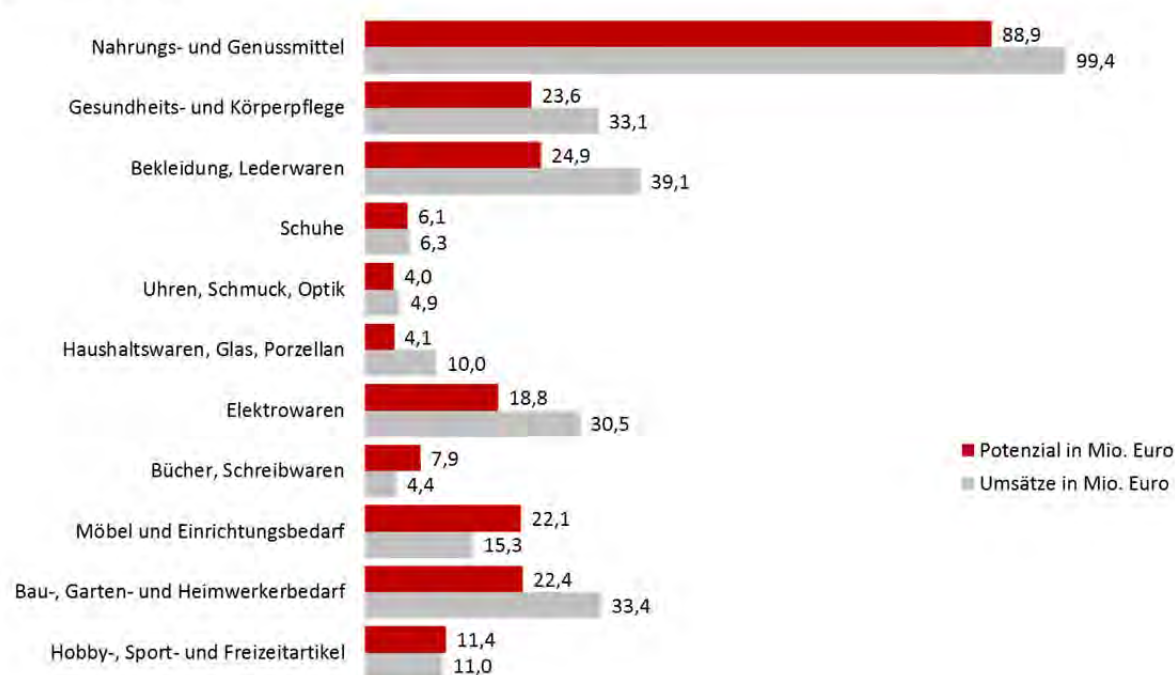


E.3 Kaufkraftbindung

Die berechneten Kaufkraftbindungsquoten sind ein Indikator zur Abschätzung von möglichem Flächenbedarf in einer Kommune. Dabei wird zwischen der Zentralität (Umsatz im Verhältnis zum Potenzial im Stadtgebiet) und den Marktanteilen unterschieden (Umsatz im Verhältnis zum Potenzial im Einzugsgebiet).

Abbildung 23 Gegenüberstellung Kaufkraftpotenzial zu Umsätzen (Zone 1 = Stadt Pirmasens)

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial und Einzelhandelsumsätze in Pirmasens (in Mio. Euro)



Quelle: eigene Erhebung und Berechnungen 2016

Mit Ausnahme des Möbel- bzw. des Bücher und Schreibwarensortiments schafft es das Mittelzentrum in nahezu allen Teilsortimenten die vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft zu binden.

Der **Beitrag der Innenstadt zur gesamtstädtischen Zentralität** liegt bei rund 31%. Da in dieser Betrachtung auch die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren einfließen und diese Einzelhandelsbetriebe überwiegend außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt liegen, ist diese Zahl nur ein Teilindikator. Im Gesamtwert ist der Beitrag der Innenstadt seit 2011 leicht gesunken (CIMA 2011: 36%). Dies liegt vor allem an den deutlich gestiegenen Raumleistungen der Lebensmittelhändler, die, wie bereits beschrieben, vor allem außerhalb des ZVB Innenstadt ansässig sind.

Ein detaillierter Vergleich zu den vorangegangenen Untersuchungen ist aus fachlicher Sicht nicht zielführend. Dagegen sprechen folgende fachliche Punkte:

- Die Potenzialsysteme (einzelhandelsrelevante Kaufkraft) sind lediglich Momentaufnahmen und gelten nur im jeweiligen Untersuchungsjahr.
- Die Raumleistungen der Einzelhandelsbetriebe ändern sich ebenfalls von Jahr zu Jahr und liefern daher ebenfalls lediglich eine Momentaufnahme.
- Die Erhebungs- und Zuordnungssystematik zwischen MuS und CIMA sind unterschiedlich. Eine Rückrechnung auf die Bestandsdaten 2006 oder 2011 ist nicht möglich.

Aufgrund der Varianz der Berechnungsvariablen verbietet sich diese Betrachtung.



E.3.1 Zentralitätswerte in der Stadt Pirmasens

Grundlage für die Ermittlung der Zentralität in den einzelnen Sortimentsgruppen sind die einzelhandelsrelevanten Potenziale in Zone 1, die mit den jeweiligen getätigten Einzelhandelsumsätzen in den Sortimentsgruppen verrechnet werden.

Abbildung 24 Zentralitäten in Pirmasens in %

Zentralität nach Bedarfsgruppen in Pirmasens Einzelhandelsumsatz in Prozent von Stadtpotenzial (Zone 1)



Quelle: eigene Erhebung und Berechnungen 2016/17

Die Abbildung zeigt die Bindungsquoten nach Sortimenten in Bezug auf das Pirmasenser Kaufkraftpotenzial. Eine Bindungsquote von 100% bedeutet, dass der Pirmasenser Handel es schafft, das städtische Potenzial vollständig zu binden. Quoten unter 100% deuten auf Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb Pirmasens hin, Quoten über 100% zeigen deutlich zu starke Bindungsquoten (auch mit Potenzial von außerhalb der Stadt) an.

Die teilweise schwächeren Zentralitätswerte spiegeln die Entwicklungsnotwendigkeiten für die Stadt Pirmasens wieder. So zeigen sich deutliche Entwicklungsnotwendigkeiten in den Bereichen Bücher, Möbel aber auch bei Schuhen und Hobby- und Freizeitartikeln (u.a. Sportartikel).

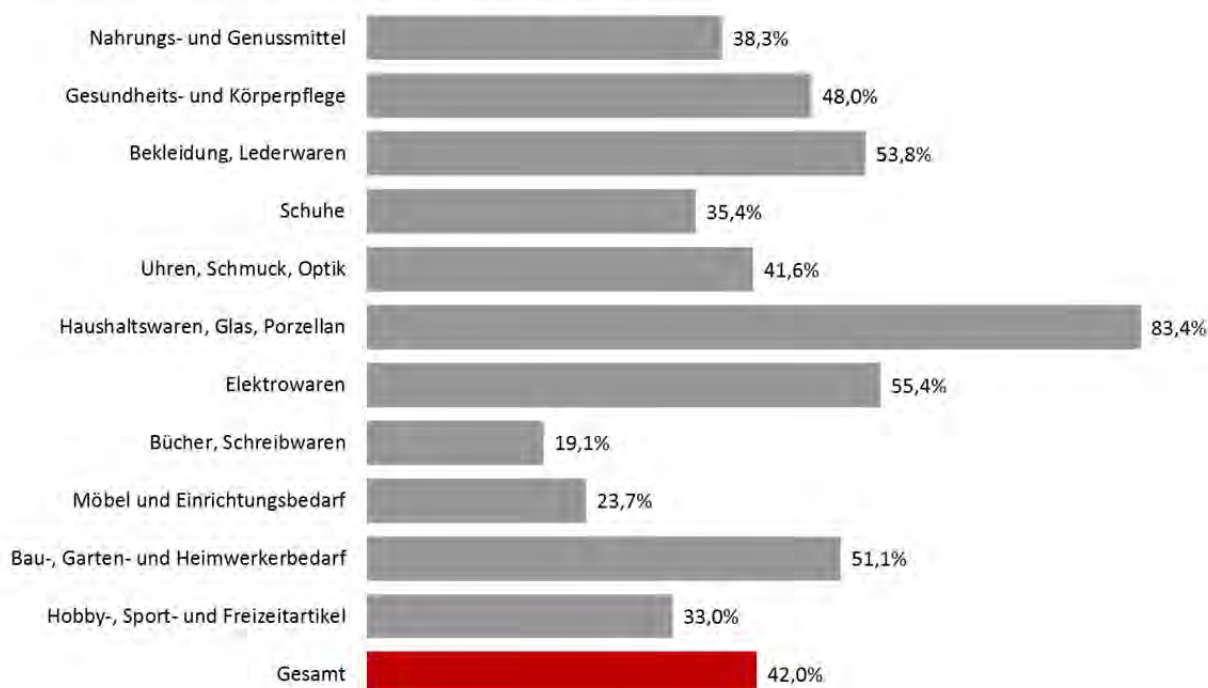


E.3.2 Marktanteile im Einzugsgebiet

Im Gegensatz zur Zentralitätsdarstellung, die ausschließlich das Ausmaß der Kaufkraftbindung aus dem Umland zeigt, wird mit den Marktanteilen im Einzugsbereich die tatsächliche Ausschöpfung der Marktpotenziale im angrenzenden Einzugsbereich gezeigt. Aus dieser Darstellung ist zum einen ablesbar, wie hoch die Kaufkraftabschöpfung aus dem Einzugsbereich ist und zum anderen interpretierbar, welche Kaufkraftreserven für den Einzelhandel in Pirmasens insgesamt erreichbar sind.

Abbildung 25 Marktanteile in Einzugsgebiet der Stadt Pirmasens in %

Marktanteile nach Bedarfsgruppen in Pirmasens Einzelhandelsumsatz in Prozent von Marktgebietspotenzial



Quelle: eigene Erhebung und Berechnungen 2016/17

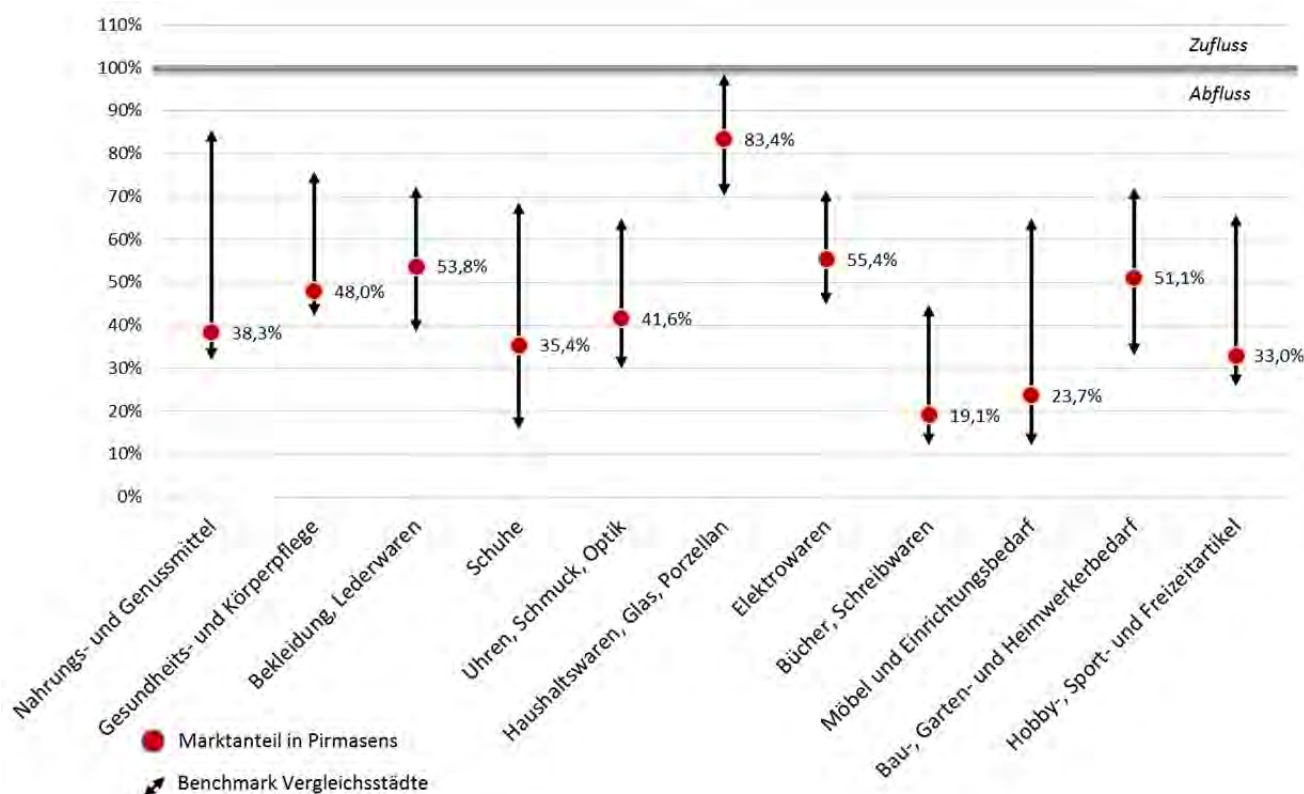
Der Einzelhandel in Pirmasens bindet insgesamt rd. 42% der Kaufkraft in seinem Einzugsgebiet.

Die geringsten Marktanteile werden bei Möbeln und Bücher aber auch bei Schuhen und in nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppen erzielt. Die höchsten Marktausschöpfungen erreicht der Pirmasenser Einzelhandel in der Sortimentsgruppe Hausrat, Glas, Porzellan sowie Elektrowaren und Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf. Bei der innenstadtrelevanten Sortimentsgruppe Bekleidung hat Pirmasens einen sehr guten Wert und damit einen hohen Einfluss im Einzugsgebiet!

Der bundesdeutsche Durchschnitt bei Mittelzentren ähnlicher Größe in Bezug auf die Marktanteile liegt bei rund 51% Marktausschöpfung im Einzugsgebiet. Bezogen auf diesen Wert bedeutet dies derzeit rund 61 Mio. Euro Kaufkraftabfluss über alle Sortimente gerechnet.



Abbildung 26 Benchmark bei Marktanteilen im Vergleich zu anderen Mittelzentren



Quelle: eigene Berechnungen

Der Benchmark zu anderen, vergleichbaren Städten (Datenbank Markt und Standort, $n_{\text{Gesamt}}=308$, $n_{\text{ausgewertet}}=22$)⁹ zeigt, das teilweise erhebliche Potenzialreserven in Pirmasens vorhanden sind. Die Maximalwerte des Benchmarks zeigen die erreichbaren Marktanteile für Pirmasens.

Besonders die Bereiche Schuhe, Möbel und Einrichtungsbedarf¹⁰ sowie Hobby- und Freizeitartikel (hier finden sich u.a. Sportartikel) weisen nicht unerhebliche Entwicklungspotenziale auf.

Vor allem der Bereich Möbel und Einrichtungsbedarf sollte mit einem geeigneten Standort in die zukünftige Angebotsplanung einfließen. Vor allem das Oberzentrum Kaiserslautern (mit IKEA und Möbel Martin) zieht hier erheblich Kaufkraft aus der Stadt Pirmasens ab.

Eine weitere Entwicklung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel bezogen auf neue, zusätzliche Standorte außerhalb bzw. zusätzlich zu bestehenden Standorten ist nicht notwendig. Entwicklungen innerhalb von Nahversorgungszentren oder/und zentralen Versorgungsbereichen sind aber zielführend. Allerdings zeigt der Benchmark, dass eine Weiterentwicklung an den bestehenden Standorten (aktiver Bestandsschutz) verträglich sein kann.

⁹ Folgende 22 Städte sind mit der Stadt Pirmasens annähernd vergleichbar: Fürstfeldbruck, Dachau, Schwabach, Forchheim, Waiblingen, Speyer, Homburg, Oranienburg, Bernau, Saarlouis, Horb a.N., Sindelfingen, Altdorf, Marktheidenfeld, Frankenthal, Vellmar, Butzbach, Böblingen, Landau i.d. Pfalz, Korbach, Hofgeismar, Neunkirchen

¹⁰ Klassische Standorte für den Möbelhandel sind allerdings periphere, nicht-integrierte Lagen, die optimal mit dem Pkw erreicht werden können.



E.4 Raum- und Flächenbedarf

Durch die zunehmende Überalterung, aber auch durch den leichten Rückgang der Bevölkerung im Einzugsbereich, müssen sich auch die Planung und die Politik auf veränderte Rahmenbedingungen hinsichtlich der Einzelhandelsentwicklung einstellen. Dies bedeutet eine bipolare Entwicklung für die Stadt Pirmasens auch unter Berücksichtigung des Einzugsgebietes, welches eher ländlich geprägt ist:

Abbildung 27 Anforderungsprofile

Junge Bevölkerung und Familien	Senioren
gute Qualität	mehr Qualität
Discountangebote	mehr Beratung
attraktive Flächen	angepasste Sortimentsstrukturen (z.B. Sanitätsfachgeschäfte)
angepasste Sortimente (z.B. Baby- und Kinderbedarf)	gut erreichbare Standorte
gutes Parkplatzangebot	Lieferservice
gute Erreichbarkeit	Übersichtlichkeit im Laden (verbunden mit bspw. breiten Gängen)
[...]	[...]

Quelle: eigene Darstellung

Folgende Fakten sind dabei zu berücksichtigen:

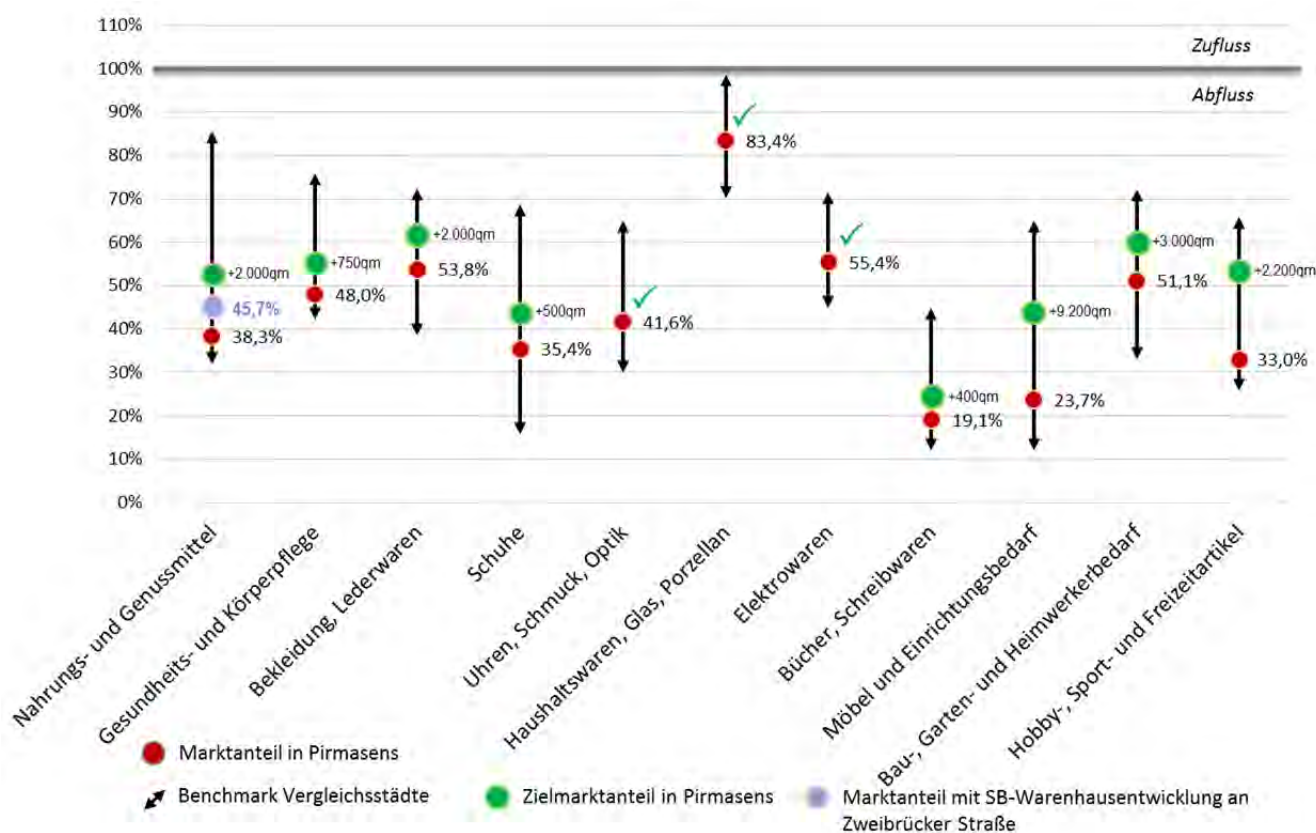
- Angebotsstrukturen (Entfaltung)
- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse
- Polarisierung der Nachfragepräferenzen
- weiteres Aufklaffen der Schere zwischen Verkaufsfläche und Flächenproduktivität
- starke Betriebsformendynamik
- Fortsetzen des Flächenwachstums, wenn auch gedämpft

Gerade die Einzelhändler versuchen, sich durch innovative und zukunftsgerichtete Konzepte, auf die sich ständig verändernden Rahmenbedingungen einzustellen und den Spagat zwischen den unterschiedlichen Verbraucherbedürfnissen zu schaffen.

Dabei ist eines klar: Modernes Ambiente und maßgeschneiderte Sortimentskonzepte benötigen deutlich mehr Raum als in unflexiblen planerischen Konzepten und Programmen vorgesehen wird. Durch vorsorgliche Bauleitplanung wird diesem Aspekt aktiv entgegengewirkt.

Die Kommune kann nur mittelbar, durch vorsorgliche Bauleitplanung und gezielte Steuerung der Ansiedlungspolitik sowie nachvollziehbare und konsequente Aussagen zu Entwicklungspotenzialen, steuernd eingreifen. Dies bedeutet nicht zuletzt auch den Schutz der Innenstadt und den Erhalt der Stadtstruktur.

Abbildung 28 Zielmarktanteile und Flächenpotenziale



Quelle: eigene Berechnungen

Im Kontext der Diskussion der warengruppenspezifischen Marktabschöpfungsquoten wurde auf mögliche optimale Marktabschöpfungsquoten verwiesen. Weist man die Differenz zwischen dem maximal zu bindenden Nachfragevolumen und dem bisher tatsächlich gebundenen Nachfragevolumen aus, kann auf zusätzliche Gestaltungsspielräume im Kontext der Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen geschlossen werden. Dazu wird die Differenz zwischen optimaler und realisierter Marktabschöpfung durch die warengruppenspezifische Flächenproduktivität¹¹ dividiert. Als Ergebnis resultiert ein rechnerisch möglicher Gestaltungsspielraum zur Erweiterung des Verkaufsflächenangebotes.

Mögliche „Steigerungen im Einzugsgebiet sind allerdings nur dann erreichbar, wenn die gesamtstädtische Attraktivität gesteigert wird. Das „Herauspicken“ einzelner Sortimentsgruppen ist dabei wenig zielführend. Lediglich der Bereich Möbel und Einrichtungsbedarf würde, auch für sich alleine genommen, eine sinnvolle Einzelstandortentscheidung rechtfertigen. Vor allem die innenstadtrelevanten und innenstadtprägenden Sortimente (Bekleidung, Schuhe, Hobby-, Sport- und Freizeitartikel) sollten auch dort (also im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt) als „Attraktivitätssteigerer“ eingesetzt werden.

Anmerkung:

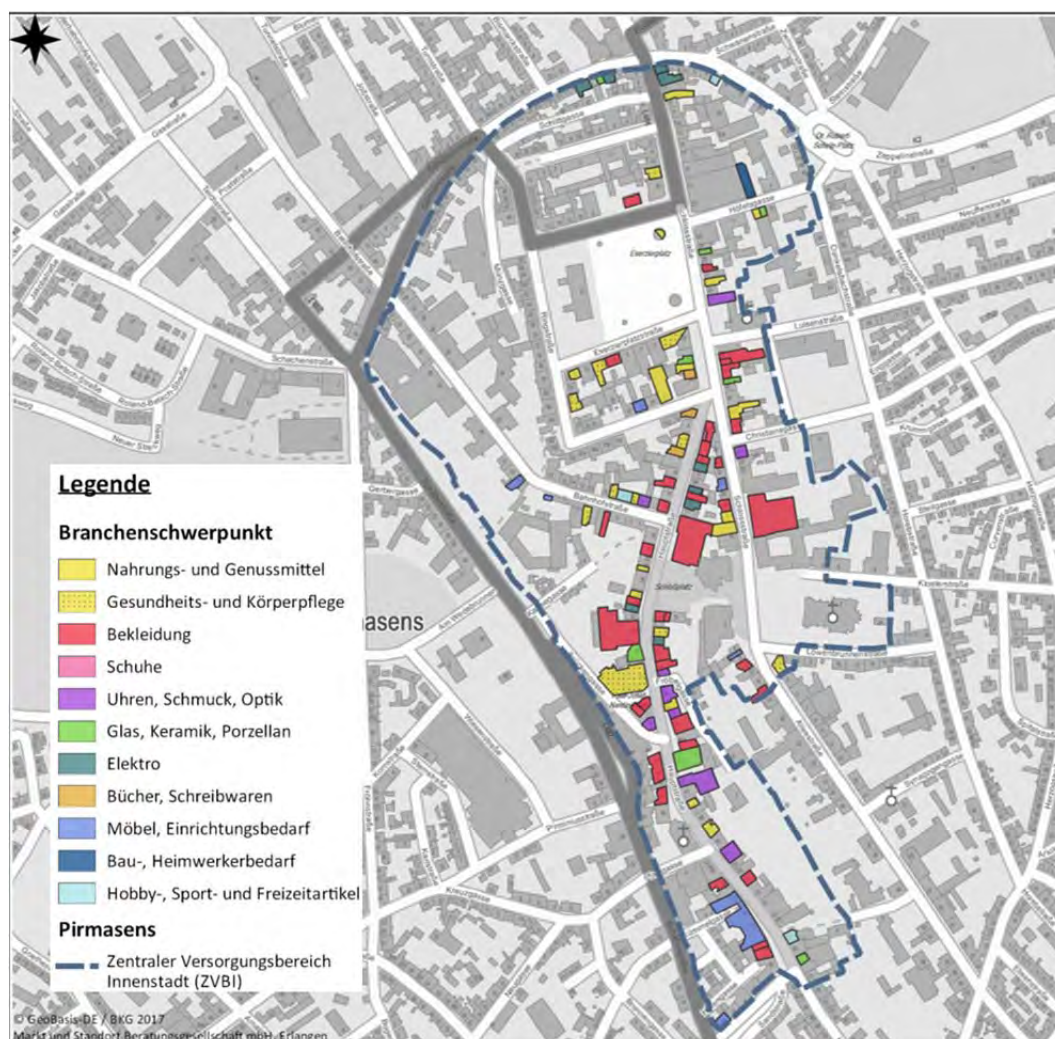
Eine Steigerung der Marktanteile aus dem Einzugsbereich der Stadt Pirmasens bedeutet immer auch einen sich deutlich verstärkenden Wettbewerb innerhalb der Versorgungsstrukturen der Stadt, da dieses Potenzial durch Kunden von außerhalb der Stadt generiert wird (Beeinträchtigungsverbot) und es führt zu einer Verstärkung des Wettbewerbs in den umliegenden Kommunen (Kongruenzgebot) und muss daher im Einzelfall einer Ansiedlung genauer betrachtet werden.

¹¹ Es wurden bei der Berechnung dieselben Raumleistungen (Umsatz in €/qm Verkaufsfläche) angelegt, wie sie aktuell in Pirmasens zur Ermittlung des jeweiligen sortimentspezifischen Umsatzes verwendet wurde.

E.5 Geschäftsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Die Abbildung verdeutlicht die Kerneinkaufslagen anhand des relativ dichten Geschäftsbesatzes in den Bereichen Hauptstraße und Schlossstraße. Hier konzentriert sich der innerstädtische Handel. Die wichtigen Magnetbetriebe der Innenstadt finden sich ebenfalls hier. Dazu zählen H&M, C&A, Wölfling, Modehaus Adler, Thalia oder Woolworth und zahlreiche kleinere, teils hochspezialisierte Fachgeschäfte sowie nicht zu vergessen das Lebensmittelhandwerk.

Abbildung 29 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt und Geschäftsbesatz mit Branchenschwerpunkt



Quelle: eigene Erhebung 2016

Die Darstellung ist mit einem Branchenschwerpunkt je bauliche Einheit versehen. Das bedeutet, dass das jeweils größte Sortiment (bezogen auf die Verkaufsfläche) die baulich abgegrenzte Einheit farblich dominiert. Innerhalb der Erhebungsdatenbank sind jedoch alle Teilsortimente ebenfalls erhoben und haben in alle Auswertungen Eingang gefunden.

Gestützt wird der Bereich durch zahlreiche Dienstleister (Banken, Sparkasse, etc.) sowie gastronomische Angebote. Insgesamt ist der zentrale Versorgungsbereich gut mit dem Pkw zu erreichen. **Nachteilig für den Facheinzelhandel sind die relativ kleinen Ladeneinheiten. Notwendige Sortimentserweiterungen oder –ergänzungen werden somit erschwert. Die Kleinkammerung verhindert auch die Ansiedlung ergänzender Filialisten, die Verkaufsflächen von mind. 200 bis 400qm benötigen. Daher sollte es zukünftig Aufgabe der Immobilienbesitzer in Zusammenarbeit mit der Stadt sein, zusammenhängende, erdgeschossige Ladenflächen anzubieten. Auch der Faktor Tourismus (Fernreisende) und Naherholung (Gäste aus dem Umland) sollte weiter ausgebaut werden.**

E.6 Parkraum Innenstadt

Abbildung 30 Bestandsanalyse Parkraum Innenstadt



Quelle: Stadt Pirmasens 2017 (Vor-Ort-Erfassung 09/2016 (unter Berücksichtigung vorh. Einfahrten); Luftbildauswertung, Datenabgleich mit 66.2 Straßenbau und 32.2. Ordnungsamt)

Die Darstellung zeigt alle innenstadtrelevanten Parkmöglichkeiten. Folgende methodischen Aspekte wurden dabei angewandt:

- 1) Abgrenzung Untersuchungsraum: Zentraler Versorgungsbereich (beschlossen 2014)
Differenzierung Parkflächen (Stellplätze im Straßenraum, öffentliche und privat bewirtschaftete Parkplätze, Parkhäuser)
- 2) Art der Stellplätze (frei / gebührenpflichtig / Parkscheibe / Behinderte / Anwohner / frei, zeitlich begrenzt / Wohnmobil)
- 3) Darstellung der Parkplätze (Einzeldarstellung (Größe: 6,0 m x 2,5 m, längs / 5,0 m x 2,5 m senkrecht))

Nicht bewertet wurden private Parkflächen und Parkhäuser des Einzelhandels und der Dienstleistungsunternehmen.

Dieser Bewertung folgend, stehen so den pkw-orientierten Verbrauchern innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches 1.138 Parkplätze und im 300m Umfeld weitere 2.098 Parkplätze, insgesamt also 3.236 Parkplätze zur Verfügung

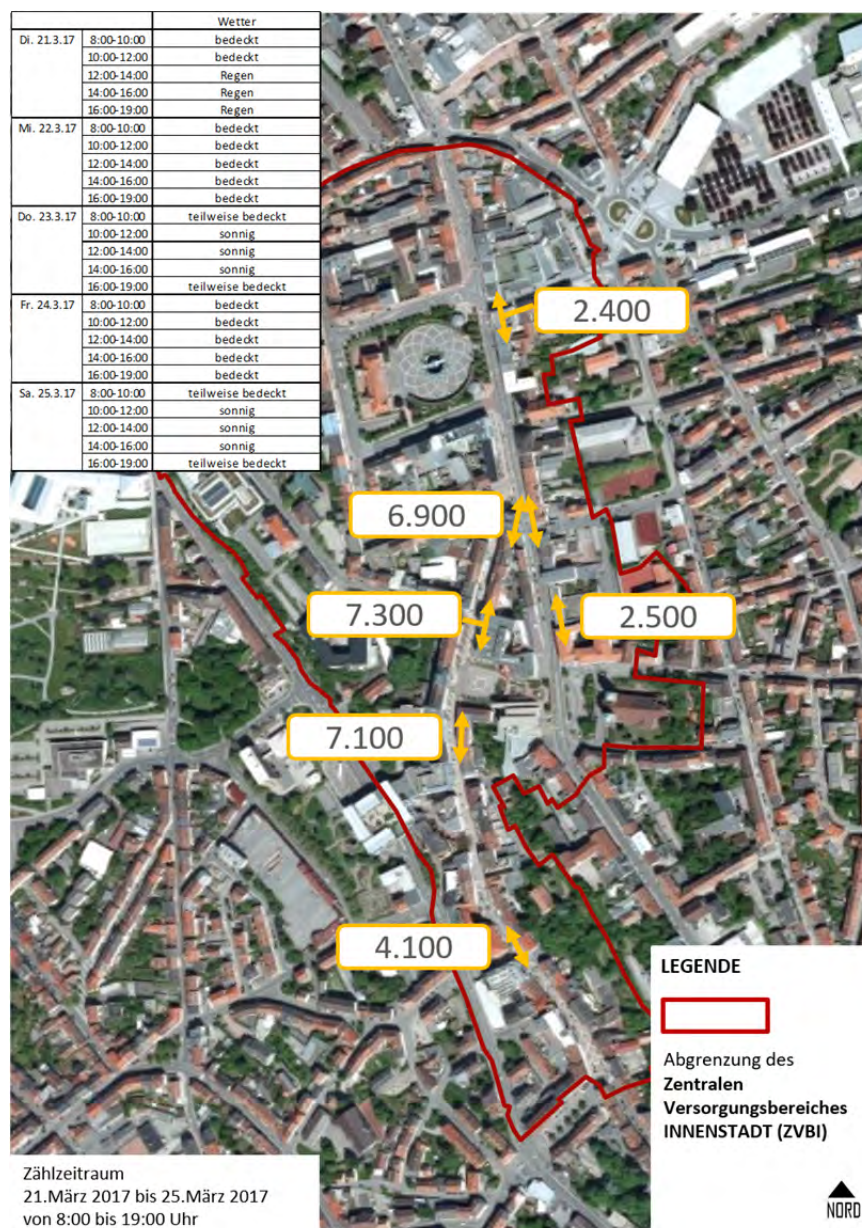
Damit verfügt der zentrale Versorgungsbereich des Mittelzentrums Pirmasens über eine hervorragende Ausstattung mit Parkplätzen in und um den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.



E.7 Passantenfrequenzen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Im Zeitraum vom 21. März 2017 bis 25. März 2017 jeweils von 8:00 Uhr bis 19:00 Uhr wurde an den in der Abbildung gezeigten Standorten die Passantenfrequenz gezählt.

Abbildung 31 Passantenfrequenzen im durchschnittlichen Mittel



Quelle: eigene Passantenzählung 21.März 2017 bis 25. März.2017 zwischen 8:00 Uhr und 19:00 Uhr

Die oben dargestellten Zahlen zeigen die durchschnittliche Tagesfrequenz an Passanten im Zeitraum von 8:00 Uhr bis 19:00 Uhr.

Insgesamt ist festzuhalten, dass vor allem in der Fußgängerzone sehr gute Frequenzen vorherrschen, die allerdings erst zu den Öffnungszeiten der Einzelhandelsgeschäfte stark ausgeprägt sind und nach Geschäftsschluss deutlich abfallen.

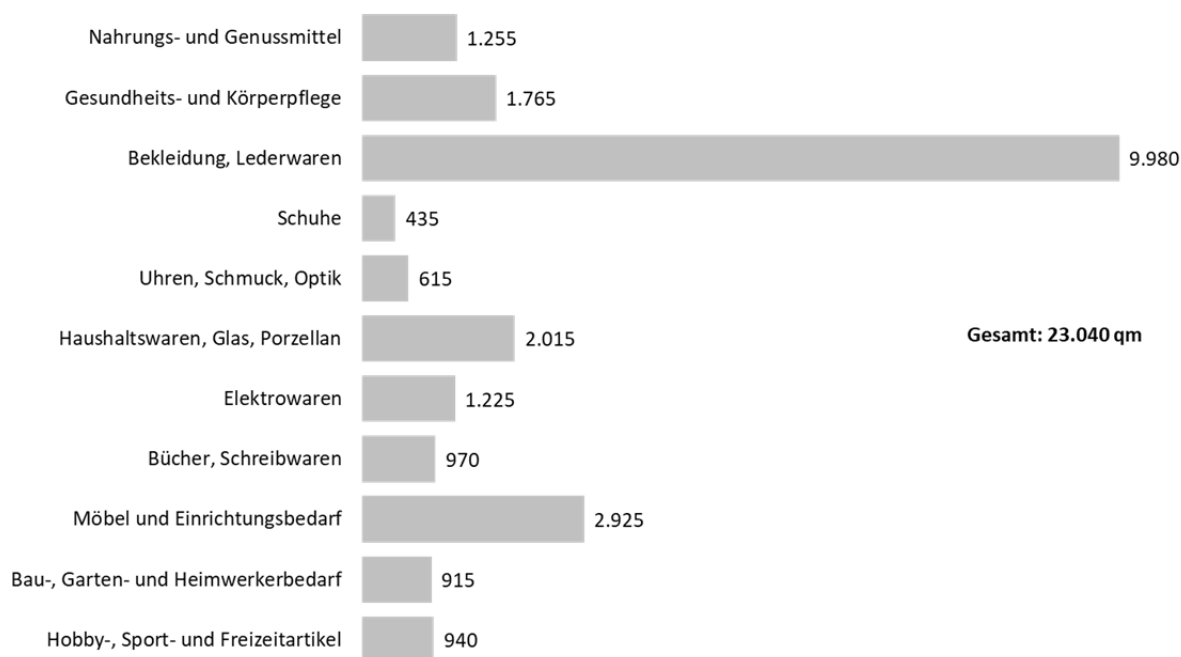


E.8 Verkaufsflächen und Einkaufslagen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt finden sich rund 23.000 qm Verkaufsfläche. Dies entspricht rund 26% der Gesamtverkaufsfläche.

Abbildung 32 Verkaufsflächen im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt in qm

Verkaufsflächen im ZVBI in Pirmasens, gesamt (in qm)

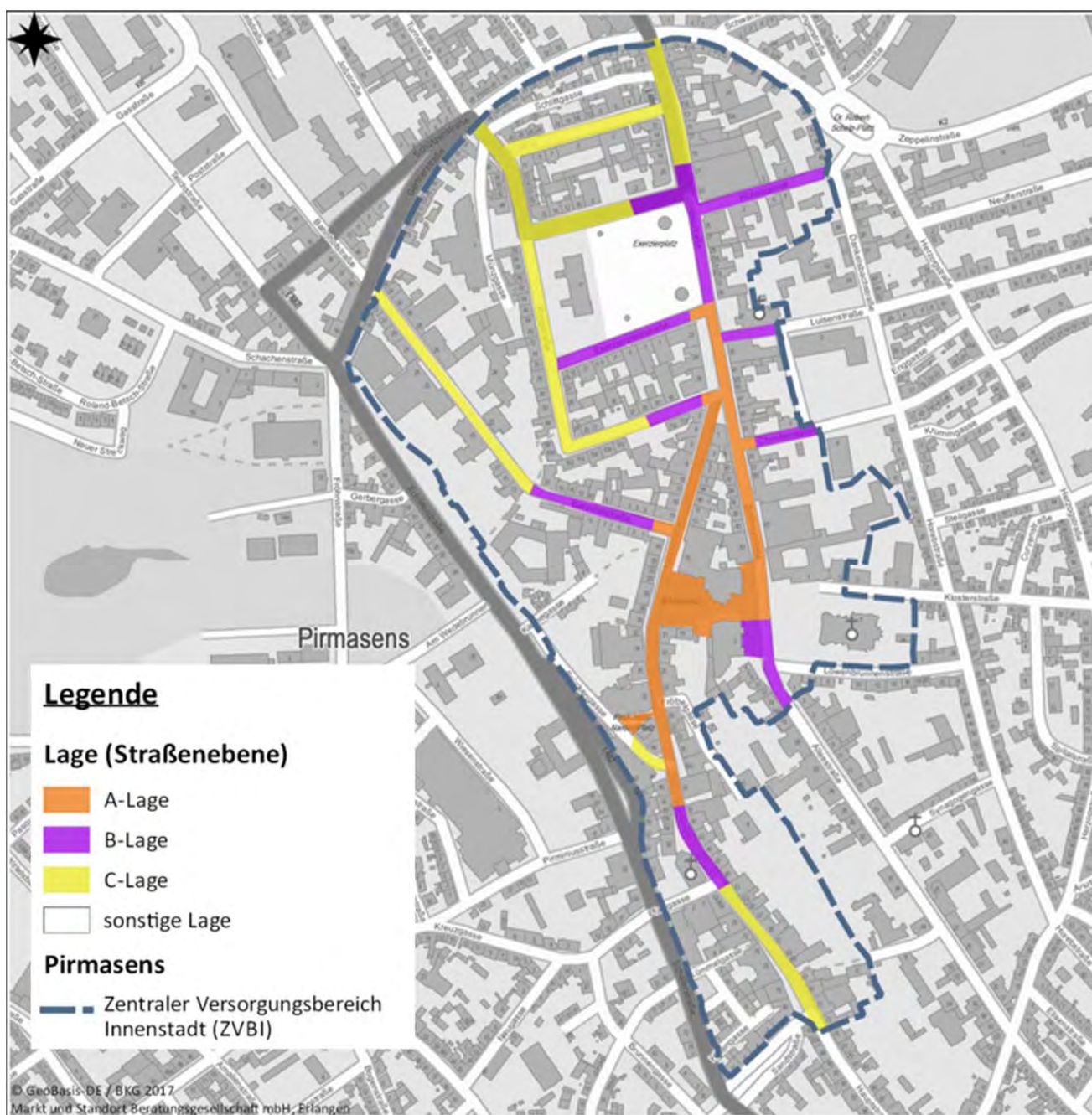


Quelle: eigene Erhebung 2016

Die Einkaufslagen des innerstädtischen Einzelhandels spiegeln die Zentralität und Attraktivität einzelner Abschnitte wider. Der Stadtgrundriss, die Lage der Einkaufsbereiche innerhalb des Siedlungsgefüges und die allgemeine zentralörtliche Funktion sind relevante Kriterien für die Abgrenzung von Einkaufslagen und Lagequalitäten. Es werden drei Einkaufslagen, die nach folgenden (gleichgewichteten) Kriterien abgegrenzt werden, unterschieden:

- Passantenfrequenz,
- Besatzdichte im Einzelhandel,
- Branchen- und Betriebstypenmix,
- Filialisierungsgrad,
- Ladenleerstände, gefährdete Standorte und nichtadäquate Nutzungen.

Abbildung 33 Einkaufslagen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Erhebung 2016

A-Lagen und B-Lagen sind Hauptfrequenzlagen. Sie werden geprägt durch die Frequenz erzeugenden Einzelhandelsgroßbetriebe der überwiegend qualitätsorientierten und auf den Massenkonsum ausgerichteten Filialbetriebe. C-Lagen beschreiben die Rand- und Streulagen des Haupteinkaufsbereichs. Sie sind durch ein Ausdünnen des Einzelhandelsbesatzes gekennzeichnet. Es dominieren kleinflächige Einzelhandelsstrukturen. Darüber hinaus können Ladenleerstand und ein stark auf Discount ausgerichteter Einzelhandelsbesatz Struktur prägend sein.



E.9 Sortiments- und Angebotsstruktur Innenstadt

Die Bewertung der Sortiments- und Angebotsstruktur in der Pirmasenser Innenstadt wurde mittels einer standardisierten Checkliste durchgeführt. Dabei wurden die (Einzelhandels-)Betriebe **aus der Sicht des Kunden betrachtet**. Folgende Attribute wurden erfasst:

- Name und Anschrift sowie Lage
- Filialisierungsgrad und Absatzform
- Branchenschwerpunkt
- Ladeneinrichtung, Warenpräsentation, Schaufenstergestaltung
- Qualität des Sortiments
- Zielgruppenorientierung
- Öffnungszeiten

E.9.1 Ladeneinrichtung und Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung

Neben den klassischen Standortfaktoren (Lage, Passantenfrequenz) spielen die Ladeneinrichtung, Schaufenstergestaltung, Präsentation der Ware, Sortimentstiefe und –breite, Qualität, Markenorientierung und Preisniveau eine wichtige Rolle. Da große Teile von Kaufentscheidungen erst am „point of sale“ getroffen werden, sind hier alle Möglichkeiten auszuschöpfen, sich so attraktiv wie möglich gegenüber den Kunden zu präsentieren.

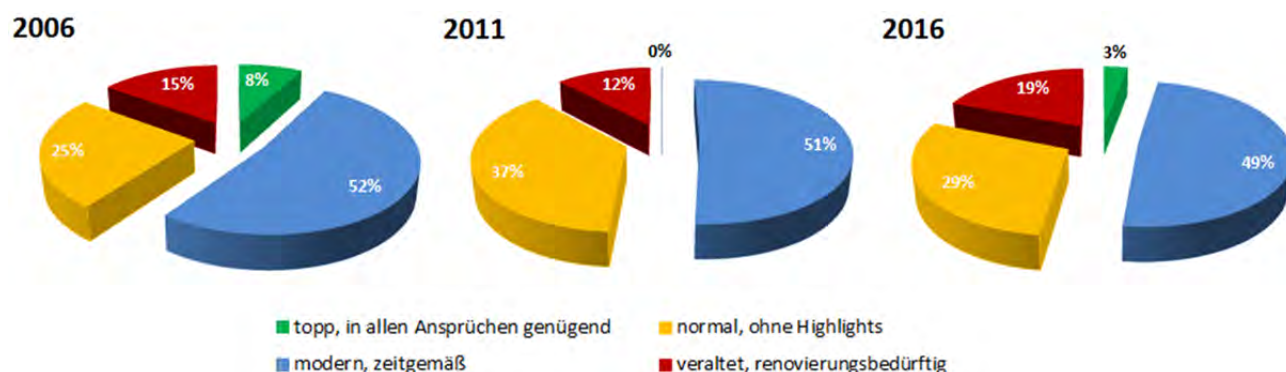
Die Schaufenstergestaltung ist besonders für Einzelhandelsbetriebe von besonderer Funktion! Sie ist die Visitenkarte des Geschäftes. Kunden entscheiden oftmals anhand der Schaufenstergestaltung, ob sie einen Laden betreten oder nicht.

Daneben spielt die Warenpräsentation innerhalb des Schaufensters oder innerhalb des Ladens eine weitere wichtige Rolle! Der Kunde möchte sich einen schnellen Überblick über die Waren verschaffen können. Eine übersichtliche und angenehm ausgeleuchtete Präsentation ist dabei von größter Wichtigkeit.

Hemmschwellen für potentielle Kunden sind Stufen, geschlossene und schwergängige Türen, Vorhänge oder unsachgemäße Werbung. Nebeneingänge oder Auftritte zu Geschäften bilden weitere Hindernisse.

Die Erhebung wurde an sechs unterschiedlichen Tagen von verschiedenen Projektmitarbeitern durchgeführt. Dabei wurde im Schnitt jeder Betrieb zweimal besucht und bewertet.

Abbildung 34 Bewertung Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung



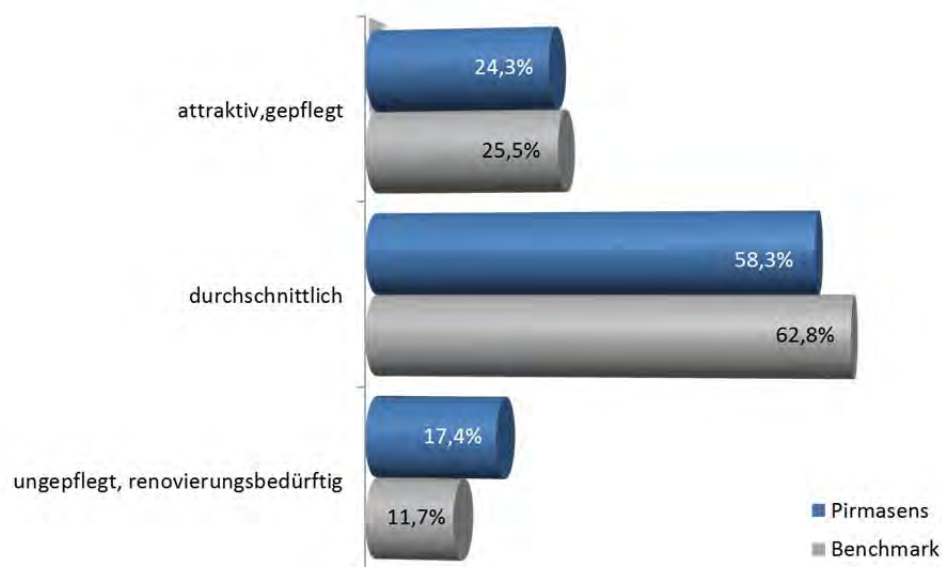
Quelle: eigene Erhebung 2016 und CIMA 2007 und 2011

Die Warenpräsentation ist oftmals das Aushängeschild des (Einzelhandels-)Betriebes. Der Kunde möchte sich einen schnellen Überblick über die Waren verschaffen können. Eine übersichtliche und angenehm ausgeleuchtete Präsentation ist dabei von größter Wichtigkeit. Die meisten Betriebe haben eine ihrem Konzept angepasste, stimmige Präsentation.



Leider zeigt die Entwicklung über die Jahre eine leichte Verschlechterung der Gesamtsituation. Es sind deutlich mehr Objekte am Markt, deren Warenpräsentation veraltet ist bzw. deren Interieur und Auftritt renovierungsbedürftig ist.

Abbildung 35 Bewertung Gebäudezustand



Quelle: eigene Erhebung 2016

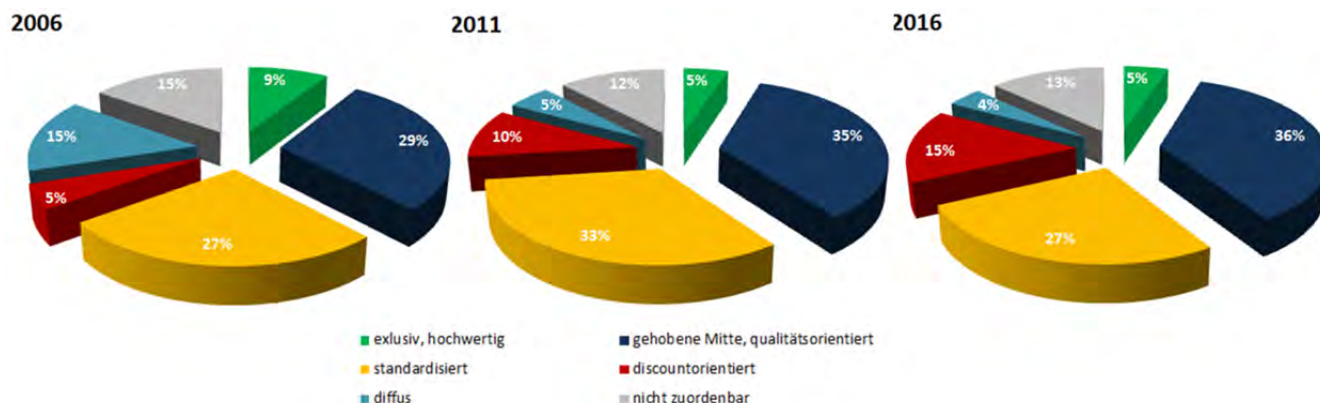
Der Gebäudezustand ist überwiegend durchschnittlich und trägt zu einem eher neutralen Gesamteindruck und einer mittleren Verweildauer von Gästen und Besuchern (ergo potenziellen Kunden) bei.

Im Vergleich zum Benchmark¹² liegt die Stadt Pirmasens leicht schlechter. Allerdings sind deutlich mehr renovierungsbedürftige Gebäude vorhanden, als in der Vergleichsgruppe.

¹² Folgende 22 Städte sind mit der Stadt Pirmasens annähernd vergleichbar: Fürstenfeldbruck, Dachau, Schwabach, Forchheim, Waiblingen, Speyer, Homburg, Oranienburg, Bernau, Saarlouis, Horb a.N., Sindelfingen, Altdorf, Marktheidenfeld, Frankenthal, Vellmar, Butzbach, Böblingen, Landau i.d. Pfalz, Korbach, Hofgeismar, Neunkirchen



Abbildung 36 Bewertung Zielgruppenorientierung



Quelle: eigene Erhebung 2016 und CIMA 2007 und 2011

Im Vergleich der Bewertungen für die Innenstadt in Bezug auf die Zielgruppen- und Qualitätsorientierung des Pirmasenser Einzelhandels spiegelt der Datenvergleich seit 2006 mit 2011 zunächst eine Stabilisierung der Situation wider.

Die Zahl der ‚negativ‘ (diffus) bewerteten Shopkonzepte ist von 15 % auf 4 % gesunken, der Anteil positiver Bewertungen von ‚Topmarkenorientierung‘ bis ‚Konsumigkeit‘ ist dagegen von 70 % auf 84 % angestiegen.

Innerhalb der ‚positiv‘ bewerteten Unternehmen sank jedoch der Anteil der im ‚Topmarkensegment‘ agierenden (Einzelhandels-) Betriebe von 9 % auf 5 %.

Das Bewertungsbild spricht aber auch für das ‚aus dem Markt scheiden‘ im Jahr 2006 und 2011 negativ bewerteter Projekte. Indiz hierfür ist die Zunahme an Ladenleerständen und die verringerte Zahl in der Bewertung zu berücksichtigender Einzelhandelsbetriebe von 164 (2006) auf 145 (2016). Auch die Verdreifachung ‚discountorientierter‘ Betriebe von 5 % auf 15 % signalisiert nicht unbedingt eine Angebotsverbesserung.

E.9.2 Dienstleistungsangebote und Gastronomie

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind zahlreiche Dienstleister mit publikumswirksamer Funktion ansässig. Dies sind zum einen die öffentlichen Dienstleister (Rathaus, Verbandsgemeinde-Verwaltung, Justizbehörden, etc.), aber auch Finanzdienstleister (VR-Bank, Sparkasse, Versicherungen, etc.). Diese Betriebe weisen eine günstige Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches auf. Sie dienen als zusätzliche Magneten und stellen Quellpunkte für Frequenzen dar. Zusätzlich dazu sorgen die unterschiedlichen gastronomischen Anbieter für Impulse und Belebungseffekte im touristischen Ambiente der Innenstadt.



E.9.3 Leerstände in Erdgeschosslagen (einzelhandelsrelevante Lagen)

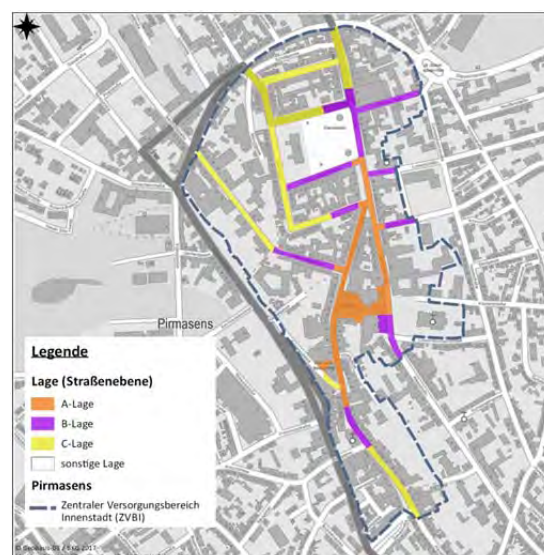
Trotz all dieser zahlreichen positiven Aspekte sind die allgemeinen wirtschaftlichen und demographischen Probleme auch an Pirmasens nicht spurlos vorübergegangen. Die Leerstände sind Ausdruck des allgemeinen Trends im deutschen Einzelhandel, sodass schlechte Standortlagen (mangelnde Verkehrsanbindung, niedrige Kundenfrequenz, ungeeigneter Zuschnitt der Verkaufsflächen, etc.) in Zukunft vermehrt zu weiteren Leerständen führen. Ein zusätzlicher Faktor in Pirmasens sind teilweise fehlende Agglomerations- und Fühlungsvorteile sowie zwischenbetriebliche Synergieeffekte meist in vorgeschädigten Lagen.

Folgende methodischen Aspekte sind bei der Erfassung und Wertung der folgenden Abbildung / Tabelle zu beachten:

Das Erhebungsgebiet deckt sich mit der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt. In die Erfassung sind alle gewerblichen Einheiten (Einzelhandel, Dienstleistung, Handwerk, usw.) in den Erdgeschoss-Bereichen einbezogen und nach Einzelhandels-Lagen ausgewertet. Am Rand des ZVB Innenstadt (insbesondere C- und sonstige Lagen) ist der einzelhandelsbezogene Anteil an den Gewerbeeinheiten weitaus geringer als in den zentralen Lagen (in der Regel A- und B-Lagen). Das bedingt bei der Bewertung und Betrachtung der Leerstandsdaten eine differenzierte Betrachtung.

Abbildung 37 Leerstände im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nach Lagen

Lage	Einheiten absolut	davon Leerstände absolut	davon Leerstände in %
A-Lage	89	14	16
B-Lage	83	27	33
C-Lage	112	30	27
restliche Lagen	45	19	42



Quelle: Stadt Pirmasens, Mai 2017

Nicht jeder der oben angeführten Leerstände ist wieder mit Einzelhandel zu füllen. Oftmals handelt es sich um zu kleine und unattraktive Ladenflächen oder die Immobilienbesitzer haben derzeit keinen Bedarf an einer Vermietung. Eine Überbewertung der Leerstände ist daher derzeit nicht angebracht. Betrachtet man die räumliche Verteilung der Leerstände in der Innenstadt von Pirmasens, so zeigen sich Konzentrationen im Bereich südliche Hauptstraße und nördlich des Exerzierplatzes. Problematisch für einen Teil der Leerstände sind die sehr kleinen Zuschnitte der Verkaufsfläche sowie die **Gestaltung und Ausprägung** der Verkaufsräume. Eine sinnvolle Nachfolgenutzung ist für einige Objekte lediglich die Umwidmung zu Wohnen bzw. ein hochspezialisierter Anbieter oder die Zusammenlegung der Verkaufsflächen im Erdgeschoss.



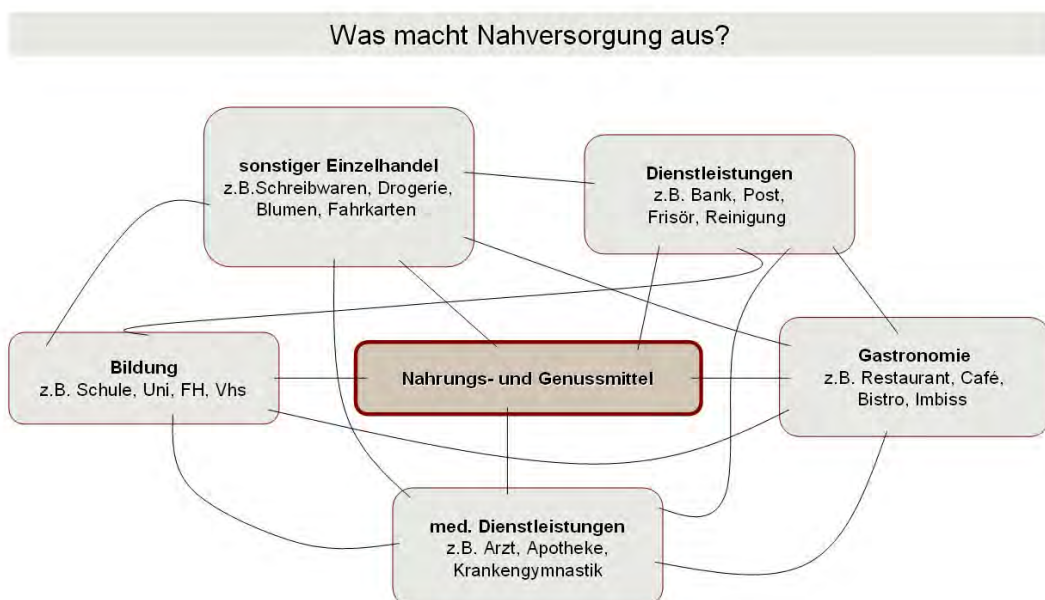
F Entwicklungs- und Zentrenkonzept für den Einzelhandel

F.1 Allgemeine Entwicklungen

Der Einzelhandel in Deutschland ist erheblichen Umstrukturierungsprozessen und starken Einflüssen von außen und innen ausgesetzt. Die privaten Verbrauchsausgaben werden sowohl durch zusätzliche Steuern und Ausgaben, als auch durch aktuelle Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt weiter beeinflusst. Auf der Anbieterseite wird mit Verdrängungswettbewerb und aggressiver Preispolitik dagegengehalten. Zudem wandelt sich das Verbraucherverhalten in Bezug auf Finanzdienstleistungen (Banken, Versicherungen). Auch hier kommt es verstärkt zu einer Abkehr von ladengestützten Konzepten hin zu einer 24/7¹³ Online-Filiale (vgl. auch Seite 13)

In der Nahversorgung müssen sich die Städte den allgemeinen Trends und Anforderungen der Bürger stellen. Jede Stadt muss unter Marktgesichtspunkten Erweiterungsoptionen für bestehende Standorte einplanen und mittels fachlich und politisch begründeter Konzepte die Einzelhandelsentwicklung steuern und stärken. Durch die konsequente Ausweisung von Nahversorgungszentren in Zusammenhang mit solitären verbrauchernahen Nahversorgungsstandorten kann die Stadt diesen Trend steuern.

Abbildung 38 Zusammenhänge bei der Nahversorgung



Quelle: eigene Darstellung

Zu einer funktionierenden Nahversorgung gehört mehr als lediglich der (Lebensmittel-)Einzelhandel. Ergänzende Handelsflächen in den Sortimenten Drogeriewaren, Schreibwaren oder Schnittblumen ergänzen klassische Versorgungsstandorte und steigern deren Attraktivität. Ebenso wichtig sind Grunddienstleister wie Banken, Post, Frisör oder Reinigungen. Auch medizinische Dienstleister in Form von z.B. niedergelassenen Ärzten runden das Angebot und die funktionalen Strukturen ab. Gastronomische Einrichtungen ergänzen kleine und mittlere Nahversorgungsstandorte.

¹³ Ständige, dauerhafte Verfügbarkeit von Angeboten für 24 Stunden und an sieben Tagen die Woche.



F.2 Rahmenvorgaben des Landesentwicklungsprogrammes LEP IV

Das LEP IV fordert die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen und Ergänzungsstandorten, um eine effiziente Steuerung des Einzelhandels begründen zu können.

Ziel 58 (Z58) regelt dies unter dem Gesichtspunkt der **städtebaulichen Integration**:

„Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigem Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- und 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 beinhalten.“

Für bereits bestehende Einzelhandelsagglomerationen oder aber auch relevante großflächige Solitärstandorte fordert das LEP IV die konsequente Ausweisung als Sondergebiete (SO). Für solche Sondergebiete wird eine umfassende Bauleitplanung seitens der Kommunen vorausgesetzt. Das Ziel 61 (Z61) regelt dabei mögliche **bestehende (Einzelhandels-) Agglomerationen**:

„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.“

Darüber hinaus fordert das LEP IV die Ausweisung von Ergänzungsstandorten für den großflächigen Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten. Der Anteil der innenstadtrelevanten Sortimente darf eine innenstadtverträgliche Größenordnung nicht überschreiten. Für die Ausweisung von **Ergänzungsstandorten** legt das LEP IV in Ziel 59 (Z 59) folgendes fest:

„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.“

Zum Thema **Sortimentslisten** gibt das LEP IV einen Anhaltspunkt, der jedoch durch fachgerechte und wissenschaftliche Bewertung vor Ort und den Bezug auf die innenstadtrelevanten Sortimentsteile den jeweiligen örtlichen Verhältnissen angepasst werden kann. Dabei können zusätzliche Sortimente als innenstadtrelevante Sortimente aufgenommen werden, aber auch Sortimente aus der Empfehlungsliste gestrichen werden.

Ferner bleibt die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit **innenstadtrelevantem Kernsortiment unterhalb der Großflächigkeit** weitgehend der Einzelhandelssteuerung der Kommune freigestellt. Es ist allerdings angeraten, dass der Nachweis geführt wird, dass Zentrale Versorgungsbereiche bei der Etablierung nicht in ihrer Versorgungsfunktion beeinträchtigt werden.

Im Kontext zum großflächigen Einzelhandel mit innenstadtrelevantem Kernsortiment formuliert das **Nichtbeeinträchtigungsgesetz** eindeutig:

„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 (Nichtbeeinträchtigungsgesetz). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.“

Mit der Zweiten Landesverordnung zur Änderung der Landesverordnung über das Landesentwicklungsprogramm vom 18. August 2015 wurde auch auf eine stärkere Innenentwicklung fokussiert:

In Z 31 erhalten die Sätze 2 und 3 folgende Fassung: „Die Innenentwicklung hat Vorrang vor der Außenentwicklung. Bei einer Darstellung von neuen, nicht erschlossenen Bauflächen im planerischen Außenbereich im Sinne des §35 BauGB ist durch die vorbereitende Bauleitplanung nachzuweisen, welche Flächenpotenziale im Innenbereich vorhanden sind und aus welchen Gründen diese nicht genutzt werden können, um erforderliche Bedarfe abzudecken.“



Ferner wurde der wichtige Punkt der Agglomeration konkretisiert:

Teil B Abschnitt Nummer 3.2.3 Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel) wird wie folgt geändert:

a) In Z 61 wird folgender neue Satz 1 eingefügt:

„Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Grenze der Großflächigkeit überschreitet, sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln.

b) Absatz 2 der Begründung/Erläuterung zu Z 61 erhält folgende Fassung:

„Es wird unmissverständlich klargestellt, dass Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Großflächigkeitsgrenze von 800 qm überschreitet, raumordnerisch auch wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln sind und für sie damit auch alle einzelhandelsbezogenen Ziele des LEP IV gehen. Für die Annahme einer Agglomeration im raumordnungsrechtlichen Sinn ist die Festlegung eines räumlichen und funktionalen Zusammenhangs erforderlich. Ein Anhaltspunkt dafür ist, wenn die Luftlinie zwischen den Eingängen einzelner Einzelhandelsgebäude unter 150 m liegt.“

Diese Neuformulierung zeigt nochmals die Notwendigkeit der Abgrenzung von a) Zentralen Versorgungsbereichen und b) von Sondergebieten sowie c) Ergänzungsstandorten.

Bei der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ist daher für bereits bestehende Einzelhandelsagglomerationen oder aber auch relevante großflächige Solitärstandorte die Ausweisung als Sondergebiet (SO Einzelhandel) zielführend. Für solche Sonderstandorte wird zusätzlich eine umfassende Bauleitplanung seitens der Kommunen eingefordert (Stichwort **vorsorgliche Bauleitplanung**).

Darüber hinaus fordert das LEP IV die Ausweisung von Ergänzungsstandorten für den großflächigen Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten. Der Anteil der innenstadtrelevanten Sortimente darf dabei eine innenstadtverträgliche Größenordnung nicht überschreiten.

Für die Abgrenzung der innenstadtrelevanten von den nicht innenstadtrelevanten Sortimenten gibt das LEP IV eine Empfehlungsliste vor:

Nahrungsmittel, 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

Ergänzend führt das LEP IV aus, dass die Liste der innenstadtrelevanten Sortimente jeweils auf die örtlichen Verhältnisse anzupassen ist (Kommunale Sortimentsliste). **Dabei können zusätzliche Sortimente als innenstadtrelevante Sortimente aufgenommen werden, aber auch Sortimente aus der Empfehlungsliste gestrichen werden.**



F.3 Definition der Zentren in Pirmasens

Der Einzelhandel ist ein Baustein der räumlich-funktionalen Ordnung des Stadtgebietes. Eine Gliederung der Stadt in Teilräume ist aufgrund der Funktionsteilung und Siedlungsmorphologie von Pirmasens notwendig. Die Stadt stellt für sich einen multifunktionalen Raum dar, in dem die Funktionen Wohnen, sich versorgen, sich bilden, Verkehr, Kommunikation und Erholung erfüllt werden.

Die Abgrenzung der Zentren fand nach den tatsächlich bestehenden Funktionen, dem qualitativen und quantitativen Angebot an Einzelhandelsverkaufsflächen, betrachtet nach Bedarfshäufigkeit (kurz-, mittel- und langfristiger Bedarf) sowie den städtebaulichen Aspekten von städtebaulicher Einheit und Integration, statt.

Aufgrund der oben angeführten städtebaulichen Struktur der Stadt sowie des Grundpotenzials im Stadtgebiet wird eine differenzierte Zentrenstruktur aufgezeigt.

Funktionale Kriterien:

- Agglomeration verschiedener Anbieter (Einzelhandel und Dienstleistung)
- sich ergänzende Betriebstypen und -formen
- Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Anbieter
- Handelsdichte, -konzentration, -vielfalt
- Ergänzende Angebote in Dienstleistung und Gastronomie

Städtebauliche Kriterien:

- Städtebauliche Einheit des Zentrums
- Erkennbare Gestaltung (Zuordnung des öffentlichen Raumes, Gebäudeanordnung, etc.)
- Fußläufige Anbindung einzelner (Einzelhandels-)Betriebe und Bereiche
- Barrieren (z.B. Straßen, Gebäuderiegel, Topographie)
- Aufenthaltsqualität

F.3.1 Funktionale Definition

Der zentrale Versorgungsbereich soll alle zentralen Einrichtungen anbieten, die auch für die Versorgung der Region von Bedeutung sind. Neben dem Einzelhandel in jeglicher Ausprägung, Form und Betriebsgröße, sind es vor allem Einrichtungen des Schulwesens, der öffentlichen Verwaltung, der Kultur und Freizeit sowie private Dienstleistungen, die ein solches Zentrum bestimmen. Für den Einzelhandel bedeutet dies, dass alle Formen des Handels sowie alle Sortimente grundsätzlich zugelassen sind. In Bezug auf den Einzelhandel bedeutet dies, dass die (Nahversorgungs-) Zentren so ausgestattet sind, dass die örtliche Versorgung der Bevölkerung mit allen Bedarfsgütern des täglichen Bedarfs möglich ist. Eine Zuordnung zu Wohngebieten ist gegeben. Der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt muss zudem die Versorgung mit mittel- und teilweise langfristigen Bedarf sicherstellen.



F.3.2 Städtebauliche Definition

Für die Unterscheidung von städtebaulichen Einheiten innerhalb des Zentrenkonzepts Pirmasens ist eine relativ scharfe aber bestimmte Abgrenzung der Zentren vorgenommen worden. Dies ist notwendig, wenn es sich um Ansiedlungen zur unmittelbaren Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche handelt.

- Stadt- und Siedlungsstruktur
- Städtebaulicher Zusammenhang, auch zusammenhängender Geschäftsbesatz, natürliche und gebaute Zäsuren, Agglomeration verschiedener Anbieter (Einzelhandel, Dienstleistung, etc.)
- Öffentliche Nutzungen und Infrastrukturelle Einrichtungen
- Potenziale
- Vorgaben durch bestehendes Planungsrecht
- Fußläufige Anbindung der Einzelhandelsbetriebe an die Wohnstrukturen

Zudem wurden die Ausstattungsmerkmale von zentralen Versorgungsbereichen mittels einer Bewertungsmatrix im Verhältnis zum bundesdeutschen Durchschnitt dargestellt.

Die Werte basieren auf den langjährigen, begleitenden Studien- und Gutachtererfahrungen der Markt und Standort Beratungsgesellschaft.

F.4 Wichtige Standortvorgaben zum Zentrenkonzept

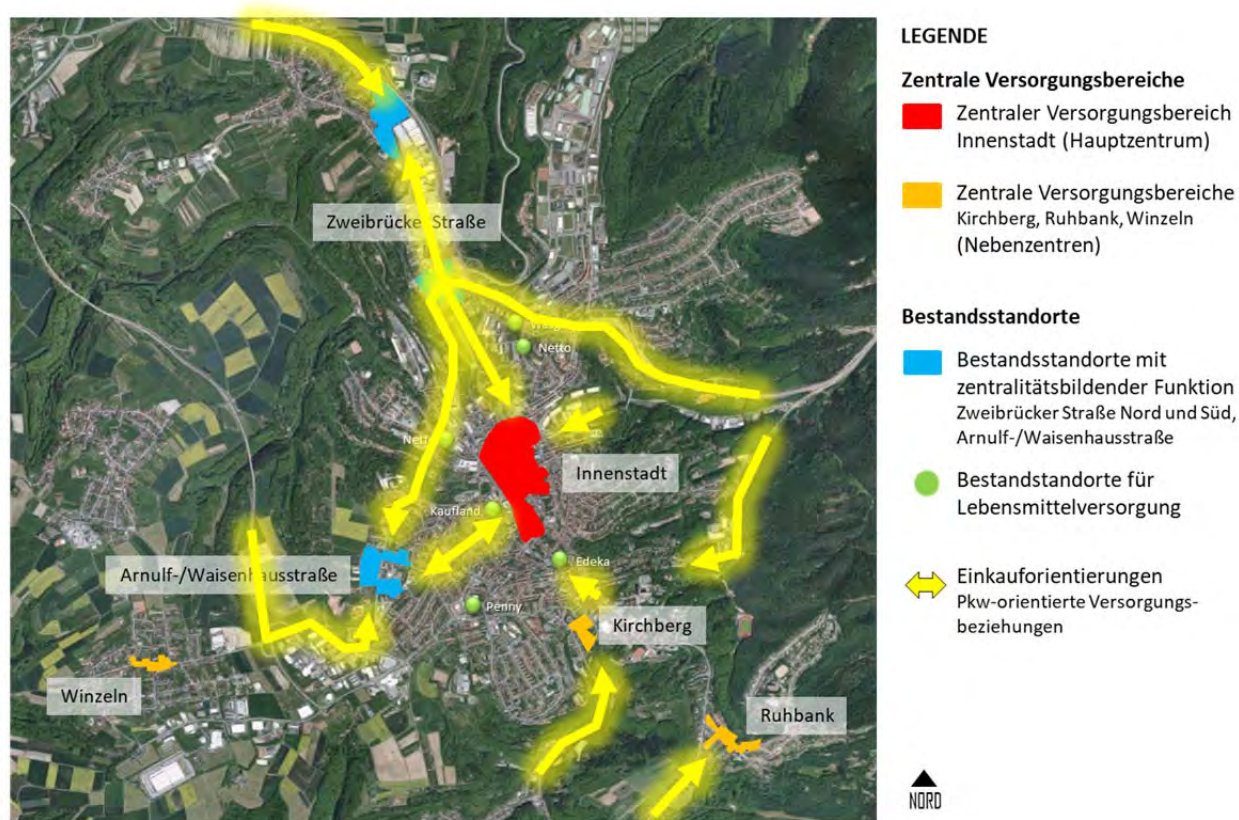
Grundlagen für das vorliegende **Zentrenkonzept** sind u.a. die Einzelhandelsanalyse sowie die vorliegenden regionalen Untersuchungen und die Bewertung der Sortiments- und Angebotsstruktur der Innenstadt. Die städtebauliche und sozio-ökonomische Analyse von Pirmasens hat einige, bedeutsame Punkte hervorgebracht:

1. Die Versorgung mit Waren der unterschiedlichen Sortimentsgruppen für den Mittelbereich hat in der Stadt Pirmasens stattzufinden (Konzentrationsgebot).
2. Der Einzugsbereich der Versorgung der Wohnbevölkerung mit Waren des kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfs geht auch (aufgrund der Erreichbarkeiten) über das Stadtgebiet hinaus. Aufgrund der verkehrlichen und traditionellen Einkaufsbeziehungen sowie den aktuellen Pendlerverkehren kommt auch ergänzende Kaufkraft von außerhalb des Stadtgebietes. Dies sind zusätzliche, ergänzende Potenziale, die regelmäßig auftreten.
3. Die siedlungstechnische Entwicklung der Stadt verlief und verläuft (in den 50er Jahren) entlang der Hauptverkehrssträger. Dies spiegelt sich auch in der Ausprägung der Sonderstandorte wieder.
4. Durch die topographische Lage und die vorhandene Siedlungsstruktur sind nur geringe Einzelhandelsflächenpotenziale im direkten Stadtkern vorhanden, die städtebaulich und wirtschaftlich sinnvoll vermarktet werden können.
5. Der Zuschnitt der einzelhandelsgenutzten Erdgeschosszonen der meisten innerstädtischen Immobilien erlaubt zukünftig keine oder nur unter erheblich erschwerten Bedingungen eine Nach- oder Wiedernutzung mit Einzelhandelsbetrieben.
6. Die Innenstadt und die damit verbundene Kleinkammerung der Ladenflächen macht eine Ansiedlung von größeren Einzelhandelsbetrieben (VKF > 300qm) schwierig. Hier sind vertiefende Gespräche mit den Immobilienbesitzern notwendig (Stichwort BID¹⁴).

¹⁴ Business Improvement District (in RLP LEAP - Lokale Entwicklungs- und Aufwertungsprojekte). Das Ziel von Business Improvement Districts ist es, die Attraktivität von Quartieren zu steigern und dadurch Kundenfrequenzen zu erhöhen sowie zusätzliche Kaufkraft zu binden. Anders als bei herkömmlichen Stadtmarketinginitiativen werden im Falle von BIDs grundsätzlich alle Eigentümer gewerblich genutzter Grundstücke im Quartier zur Finanzierung herangezogen. BIDs bieten damit einen Ansatz zur Lösung des so genannten Trittbrettfahrerproblems. Basis für die Einrichtung von BIDs ist das Erreichen einer gesetzlich geregelten Zustimmungsquote der o.g. Eigentümer im Rahmen eines formalen, rechtlich verbindlich geregelten Verfahrens.

7. Die ermittelten Marktanteile sind für ein Mittelzentrum im ländlichen Raum als knapp ausreichend zu bezeichnen. Die Stadt Pirmasens bemüht sich, möglichst alle Versorgungsaufgaben (v.a. kurz- und mittelfristiger Bedarf) bestmöglich zu erfüllen. Dabei spielen die Innenstadt sowie die Standorte Zweibrücker Straße und Arnulf-/Waisenhausstraße eine wichtige Rolle. Eine Stabilisierung der Marktanteile ist weiter angeraten.
8. Die derzeit bestehenden Versorgungsstrukturen sind als ausgewogen, aber stellenweise ausbaufähig zu bewerten. Bei zukünftigen Ansiedlungen sind jedoch strenge Maßstäbe hinsichtlich der Integration der Standorte in die bestehenden Strukturen sowie möglicher städtebaulich schädlicher Umsatzzumlenkungen zu berücksichtigen.
9. Die Unternehmer haben zu großen Teilen die Situation und die Schwierigkeiten der Standortentwicklung und –verbesserung erkannt. Zusammen mit der Stadt sind daher geeignete Maßnahmen (offensichtlich auch im touristischen Bereich) zu finden, die vor allem die Innenstadt als einen attraktiven Magneten erhält.

Abbildung 39 Versorgungszusammenhänge und Einkaufsachsen (Pkw-orientiert)



Quelle: eigener Entwurf 2016

Vor allem die zentralitätsbildenden Standorte an der Zweibrücker Straße und an der Arnulf-/Waisenhausstraße ziehen aufgrund ihrer optimalen Pkw-Erreichbarkeit die Verbraucher an. Auch die Themen kostenfreies Parken und quantitative und qualitative Angebote spielen eine entscheidende Rolle.

Die Innenstadt ist für Pkw-orientierte Verbraucher eher die „zweite Wahl“ in Bezug auf kurzfristige Versorgung. Vor allem die innenstadtrelevanten Sortimente an der Zweibrücker Straße nehmen einiges an Entwicklungspotenzial für innerstädtische Entwicklungen – Dopplung von Fachmarktangeboten wird es daher nicht geben.



F.5 Praktische Bedeutung von zentralen Versorgungsbereichen

Zentrale Versorgungsbereiche sind Orte, mit deren Erscheinungsbild Städte und Gemeinden identifiziert werden, die gewissermaßen ihr Aushängeschild sind und sich damit positiv oder negativ auf das Image der Kommunen auswirken. Der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist daher ein Kernelement einer nachhaltigen, zukunftsfähigen Stadtentwicklung.

F.5.1 Definition und Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind.

Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.¹⁵ Neben Einzelhandelsbetrieben sollte der Versorgungsbereich in aller Regel auch Dienstleistungsbetriebe verschiedener Art aufweisen. Letztere sind nicht nur unschädlich, sondern regelmäßig sogar erforderlich für das Vorliegen eines Versorgungsbereiches. Nach der Vorstellung des Gesetzgebers können sich zentrale Versorgungsbereiche nicht nur aus planerischen Festschreibungen, sondern auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben (BTDrucks 15/ 2250 S. 54). Es ist nicht erforderlich, dass Einzelhandelsnutzungen stets unmittelbar aneinandergrenzen, also gleichsam als eine räumlich-funktionale Einheit erscheinen. In den Versorgungsbereichen können vielmehr durchaus bauliche Nutzungen vielfältiger Art eingestreut sein, die mit der Versorgung mit Waren und Dienstleistungen nichts zu tun haben.¹⁶

Abbildung 40 Aspekte zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Einzelhandelsbesatz Dichte	Multifunktionalität	Erreichbarkeit und Parken
Städtebauliche Einheit	Agglomeration unter- schiedlicher Anbieter	Einzelhandelsbesatz Vielfalt
Aufenthaltsqualität	Zentrenrelevanz des Angebotes	Ergänzungsfunktion Dienstleistung, Gastronomie
sich ergänzende Betriebs- typen und -formen	Einzelhandelsbesatz Konzentration	Fußläufigkeit

Quelle: eigener Entwurf 2016

¹⁵ vgl. BVerwG – Urteil vom 11.10.2007 – 4 C 7.07

¹⁶ vgl. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, S.80 (145,146)



F.5.2 Schutz- und Entwicklungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen

Durch die Ausweisung eines Zentralen Versorgungsbereiches ist ein Schutz aller dort ansässigen Einzelhandelsbetriebe möglich. Um eine Schutzfunktion gegenüber diesen bestehenden Betrieben auch für Ansiedlungen innerhalb des Versorgungsbereiches zu erzielen ist eine stringente Anpassung der Bauleitplanung notwendig.

Abbildung 41 Schutzfunktion durch Zentrenkonzept und Baurecht



Quelle: eigene Darstellung

Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG Münster bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung von Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007).



F.6 Abgleich mit dem bestehenden Zentrenkonzept (CIMA)

Alle relevanten inhaltlichen und strukturellen Themen wurden abgeglichen:

Abbildung 42 Abgleich mit dem bestehenden Zentrenkonzept

Parameter	CIMA 2008 und 2011	MuS 2016/17	Bewertung
Verkaufsflächen	106.000 qm	87.965 qm	<i>Unterschiede bei der Zuordnung von Betrieben. Wegfall real SB-Warenhaus.</i>
Einzugsgebiet	121.000 Einwohner	112.900	<i>Demographisch rückläufige Entwicklung.</i>
Einzelhandelsrelevantes Potenzial	217 Mio. €	230 Mio. €	<i>Leicht gestiegenes Potenzial.</i>
Kaufkraftindex	95,6	92,5	<i>vgl. Erläuterung S.15</i>
Zentralität	147%	124%	<i>Logischerweise ebenfalls rückläufig, da zum einen sinkende Verkaufsflächen, zum anderen steigende Potenziale.</i>
Planungsgrundlage	LEP IV, Regionaler Raumordnungsplan Westpfalz 2012	LEP IV, Regionaler Raumordnungsplan Westpfalz 2012 und Teilfortschreibung	<i>Keine Änderung notwendig</i>
Art der Abgrenzung	parzellenscharf	parzellenscharf	<i>Keine Änderung notwendig</i>
Zentrale Versorgungsbereiche	Innenstadt, Kirchberg, Ruhbank, Winzeln	Innenstadt, Kirchberg, Ruhbank, Winzeln	<i>Deutliche Definition als zentrale Versorgungsbereiche.</i>
Zentrale Versorgungsbereiche	Kirchberg, Ruhbank, Winzeln	Kirchberg, Ruhbank, Winzeln	<i>Deutliche Definition als zentrale Versorgungsbereiche.</i>
Sonderstandorte, Ergänzungsstandorte	Zweibrücker Straße, Arnulf-/ Waisenhausstraße	Zweibrücker Straße, Arnulf-/ Waisenhausstraße	<i>Umbenennung in zentralitätsbildende Sonder- und Ergänzungsstandorte.</i>
Solitärstandorte	diverse	nur solitäre Nahversorgungsstandorte	
Nahversorgung	Kaufland, real, Wasgau, Netto, Edeka, Penny, Aldi, Lidl	Kaufland, real, Wasgau, Netto, Edeka, Penny, Aldi, Lidl	<i>Keine Änderung notwendig.</i>
Sortimentsliste	Sehr enges und unhandliches Konzept auf Grundlage der WZ08.	Überarbeitetes, umstrukturiertes Konzept.	<i>Leichte Anpassungen durch globale und lokale Entwicklungen.</i>
Entwicklungsziele	9 Grundsätze	8 Leitziele	<i>Neue Definition.</i>

Quelle: CIMA, eigene Erhebungen



G Zentrale Versorgungsbereiche und Einzelhandelsstandorte in Pirmasens – Gebietsbeschreibung, Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen

Das Zentrenkonzept des bestehenden Einzelhandelskonzepts (CIMA) wird in seiner Struktur beibehalten und aufgrund geänderter Rahmendaten inhaltlich in Teilbereichen neu gefasst. Neben der Bereichsbeschreibung werden Entwicklungsziele definiert und Handlungsempfehlungen insbesondere für den Umgang mit Erweiterungs- und Ansiedlungsabsichten von Einzelhandelsbetrieben sowie für die Bauleitplanung gegeben.

Folgende Grundstruktur ist aus dem bestehenden Einzelhandelskonzept und den derzeitigen Standortgegebenheiten ableitbar:

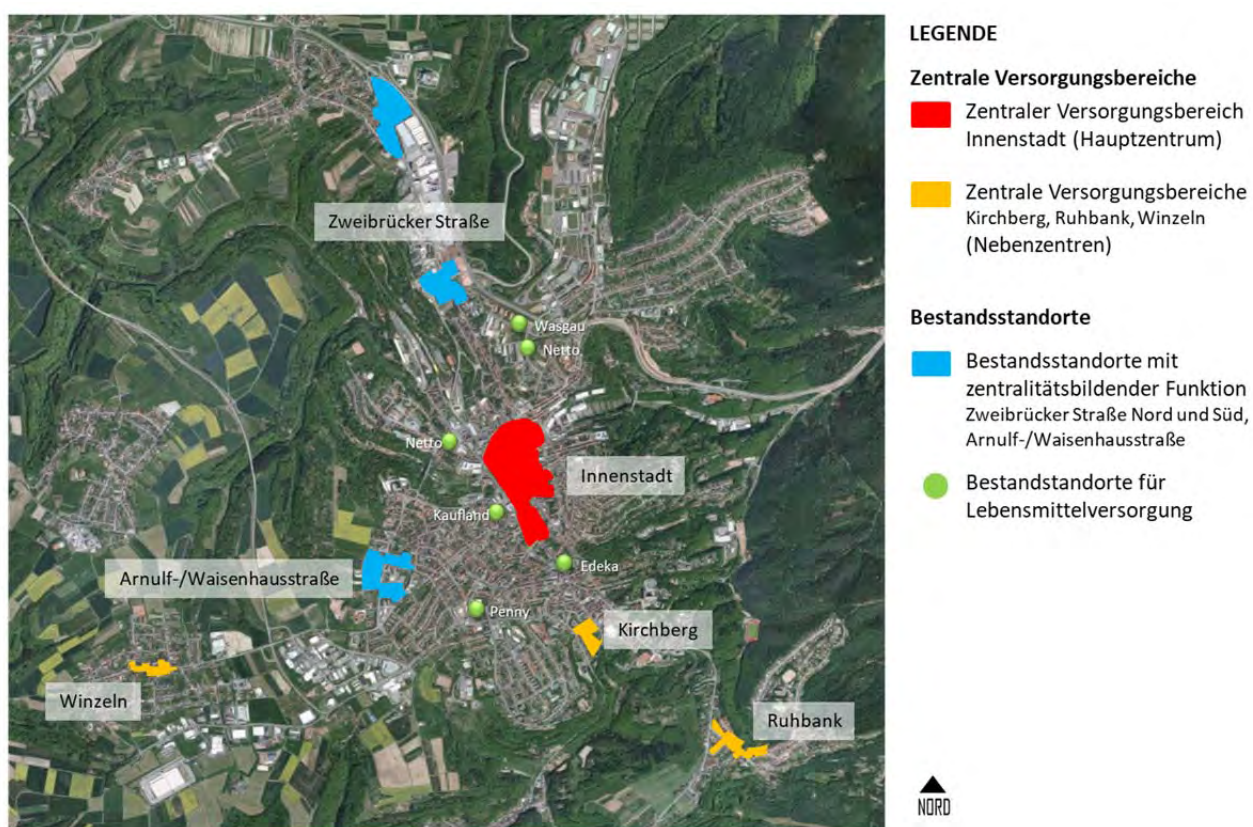
Es wird zwischen drei Lage- und Standortkategorien unterschieden

Zentrale Versorgungsbereiche (1 Hauptzentrum / 3 Nebenzentren)

Bestandsstandorte mit zentralitätsbildender Funktion (2 Standorte)

Bestandsstandorte für Lebensmittelversorgung (6 Standorte)

Abbildung 43 Versorgungsbereiche und weitere Standorte



Quelle: eigener Entwurf 2016



Dem Zentrenkonzept liegen folgende konzeptionelle Überlegungen zugrunde:

Abbildung 44 Konzeptionelle Überlegungen zum Zentrenkonzept

Nr.	Bereich	Status	Konzeptansatz
1a	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt - Hauptzentrum -	Historisch gewachsene Strukturen mit relativ kleinen und begrenzten Ladenflächen. Magnetbetriebe, die gleichzeitig eine Leitfunktion für die Innenstadt übernehmen.	Weitere Ansiedlung von Fachgeschäften und filialisier-ten Fachmärkten zur Attraktivierung des Angebotes insbesondere zur Schließung von Sortimentslücken oder zur Besetzung von Marktnischen. Es besteht z. B. eine Versorgungslücke bei der Nahversorgung oder bei Sportartikeln, die möglichst zu schließen ist. Zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben ist die Inten-sivierung der Gespräche mit Immobilienbesitzern hin-sichtlich der Zusammenlegung von derzeit zu kleinen, erdgeschossigen Flächen zu größeren, marktfähigen Einheiten (Stichwort LEAP/BID) erforderlich. Bewerbung des Parkraumangebotes. Aufwertung durch Stadtbegrünung und Stadtmöblierung. Ausbau von gemeinsamen Marketingaktivitäten (z.B. Kernöffnungs-zeiten, Lieferservice in die Region). Strukturelle Aufwer-tung des Areals.
1b	Zentrale Versorgungsbereiche Kirchberg, Ruhbank, Winzeln - Nebenzentren -	Historisch gewachsene und geplante Nahver-sorgungsstandorte	Erhalt der bestehenden, wichtigen Magnetbetriebe. Möglichkeit der Betriebserweiterung und Ansiedlung innerhalb der Zentrenabgrenzung auf Grundlage der Pirmasenser Liste im nahversorgungsrelevanten Sorti-mentsbereich.
2	Bestandsstandorte mit zentralitätsbil-dender Funktion Zweibrücker Straße und Arnulfstraße/ Waisenhausstraße (BSZ)	Gewachsene, beste-hende Sonderlagen	Keine weitere flächige Ausdehnung der bereits weitläu-figen Standorte über die festgelegte Abgrenzung. Erhalt der bestehenden Einzelhandelsbetriebe mit nah-versorgungsrelevanten Sortimenten. Keine zusätzlichen Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sorti-menten (Pirmasenser Liste). Eine Verkaufsflächenerweiterung bestehender Einzel-handelsbetriebe zur Marktanpassung ¹⁷ muss zwingend eingeschränkt werden. Diese Begrenzung muss im Rah-men eines Bebauungsplans erfolgen. Die Ansiedlung von Fachmärkten mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten ist zielführend. Der Betriebstyp SB-Warenhaus im nördlichen Teil des BSZ Zweibrücker Straße ist zu erhalten.
3	Bestandsstandorte für Lebensmittel-versorgung (BSL)	Gewachsene und ge-plante Nahversor-gungsstandorte	Die Solitärstandorte sind zukünftig nicht weiter auszu-bauen. Ziel ist der Erhalt der Nahversorgungsbetriebe mit der Möglichkeit der Marktanpassung ¹⁷ der Verkaufs-fläche im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich (Pirmasenser Liste).

Quelle: eigene Bewertung

¹⁷ Marktanpassung: unter Marktanpassung sind allgemeine (Weiter-)Entwicklungen innerhalb des Einzelhandels gemeint, die zum heutigen Zeitpunkt nicht oder nur sehr schwer abgeschätzt werden können. Dies können beispielsweise wie in der Vergangenheit die Verbreiterung der Gänge oder die deutliche Verringerung der Regalhöhen sein, oder die Integration von „Backshops“ in den Märkten. Auch die durch den Gesetzgeber ausgelöste Etablie-rung von Pfandräumen fallen in diese Definition.



G.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)

G.1.1 Gebietsbeschreibung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt ist das städtische Hauptzentrum. Die zentrale Lage innerhalb der Stadt sowie die sehr gute Erreichbarkeit aus allen Richtungen in der Kombination mit einem kostengünstigen Parkplatzangebot machen die City zu einem relativ attraktiven und multifunktionalen Standort. Die unmittelbare Nähe zu den wichtigen behördlichen (Stadtverwaltung) und öffentlichen (Krankenkassen, Sparkasse, etc.) Einrichtungen verstärken die Synergieeffekte zusehends. Insgesamt verfügt die Innenstadt über eine gute städtebauliche Qualität. Diese gute Ausprägung mündet auch in eine relativ starke Kundenfrequenz. Allerdings nimmt diese nach Geschäftsschluss deutlich ab. Die Ausstrahlung der Innenstadt geht über alle Zonen des Einzugsbereiches. Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und seinem direkten Randbereich finden sich auch alle zentrentragenden privaten und öffentlichen Dienstleister sowie wichtige kulturelle Einrichtungen. Weitere wichtige Frequenzbringer auf der Entwicklungsachse Rheinberger - Exe – Messe sind mit der Jugendherberge (Fertigstellung bis Ende 2018) und der Entwicklung der Kaufhalle (Investorenwettbewerb 2017) geplant. Die städtebauliche Situation ist als gut zu beschreiben. Neben verkehrsberuhigenden Maßnahmen in den Hauptlagen wurden bzw. sollen zentrale Wegebeziehungen durch städtebauliche Maßnahmen verbessert werden.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt umfasst zahlreiche maßgebliche Einzelhandelsbetriebe sowie die bestehenden ergänzenden Dienstleistungsstrukturen und die öffentlichen Einrichtungen.

In ihm bündeln sich entscheidende, zentrenbildende Teile der Verkaufsflächen in der Stadt Pirmasens. Durch seine Multifunktionalität ist er als wichtigster Versorgungsbereich v.a. für den mittelfristigen Bedarf (etwa 75% des Gesamtumsatzes mit Bekleidung wird in der Innenstadt erzielt) aber auch den langfristigen Bedarf (Uhren, Schmuck und Optik sowie qualitativ hochwertige Möbelangebote) zu werten.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind nur sehr wenige verfügbare Flächenpotenziale für größere (ebenerdige, zusammenhängende Verkaufsfläche > 300qm) Fachgeschäfte oder Fachmärkte verfügbar.

Abbildung 45 Begründung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

Kriterium	Beschreibung	Erfüllungsgrad
Einzelhandelsbesatz, -dichte und -vielfalt	Die Dichte des Einzelhandelsbesatzes ist, vor allem in der Fußgängerzone (A-Lage), noch recht gut ausgeprägt. Durchgängige Straßenlagen mit Einzelhandelsbetrieben sind auffindbar. Relativ durchgängig finden sich spezialisierte Anbieter. Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist aufgrund der historischen nachverdichteten Bausubstanz und der damit verbundenen Kleinkammerung in den baulichen Einheiten aktuell nur schwer möglich. Es sind derzeit unterschiedliche Strukturen zu finden. Vorwiegend wird der zentrale Versorgungsbereich durch Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung geprägt. Aufgrund der baustrukturellen Gegebenheiten, aber auch aufgrund der topographischen Gegebenheiten ist eine Stärkung der Einzelhandelsvielfalt immer eine Herausforderung. Es sind wenige Lücken im Besatz festzustellen bzw. sind diese mit einzelhandelsaffinem Gewerbe (z.B. Reisebüros, Gastronomie) gefüllt. Die größte Konzentration von Einzelhandelsbetrieben findet sich in der Fußgängerzone wieder. Zahlreiche Marken und Markenanbieter finden sich in der Innenstadt. Neben hochpreisigen Segmenten (vor allem beim Facheinzelhandel) finden sich auch niedrigpreisige Angebote (z.B. bei KiK).	Kriterium erfüllt.
Aufenthaltsqualität	Die gewachsene Baustuktur macht die Innenstadt als Einzelhandels-, Wohn- und Touristikstandort attraktiv. Vor allem der Schlossplatz und der „Exe“ sind wichtige städtebauliche Marken, die eine Identifikation ermöglichen.	Kriterium erfüllt.
Städtebauliche Einheit	Durch das kompakte Siedlungsgefüge und die kurzen Distanzen ist eine städtebauliche Einheit gegeben. Der gesamte Innenstadtbereich innerhalb der Abgrenzung zeigt sich als kompakte, unzersiedelte Einheit ohne markante Lücken. Urbanes Flair durch relative große Gebäudehöhen ist durchgängig gegeben.	Kriterium erfüllt.



Kriterium	Beschreibung	Erfüllungsgrad
Multifunktionalität	Die Multifunktionalität wird bestimmt durch einige spezialisierte Fachhändler, Banken sowie gastronomische Einheiten. Ergänzende Dienstleister sowie Ärzte runden den Faktor ab. Daneben finden sich wichtige Einrichtungen wie die Verbandsgemeinde-Verwaltung sowie Justizbehörden innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Vor allem der Bereich Exerzierplatz Richtung Schlossplatz (Fußgängerzone) zeichnet sich durch seine relativ hohe Aufenthaltsqualität aus. Nachteilig ist die Topographie.	Kriterium erfüllt.
Parken, Erreichbarkeit	Für eine gewachsene Stadt mit teilweise engen Baustrukturen ist immer ausreichend Parkraum gegeben. Die Zuwegung zur Innenstadt ist (vor allem aufgrund der Topographie) stellenweise nur mühsam gewährleistet. Grundsätzlich sind aber alle baulichen Einheiten sowie die bestehenden Einzelhandelsbetriebe gut erreichbar. Die Innenstadt ist insgesamt aber sehr gut mit dem ÖPNV und dem MIV (motorisierten Individualverkehr) erreichbar. Rund 3.200 Parkplätze (gebührenfreie und kostenpflichtige) spiegeln dies deutlich wider.	Kriterium erfüllt.
Betriebsformen und Agglomeration unterschiedlicher Anbieter	Aufgrund der geringen verfügbaren (großen, zusammenhängenden) Flächen sowie der mangelnden Flächenpotenziale können sich nur sehr begrenzt unterschiedliche Betriebsformen und -typen im Einzelhandel ansiedeln. Es finden sich derzeit unterschiedliche Betriebstypen in der Innenstadt wieder. Neben „Kleinkaufhäusern“ wie Müller oder Woolworth finden sich auch große Textilformate (H&M sowie C&A) in der Innenstadt. Kleinere Fach- und Nischenbetriebe aus fast allen Sortimentsgruppen runden dieses Bild ab	Kriterium erfüllt.
Zentrenrelevanz	Die angebotenen Sortimente stammen fast ausschließlich aus den Warengruppen, die üblicherweise als innenstadtrelevant angesehen werden (Bekleidung, Hausrat, Schmuck, etc.). Aber auch die Nahversorgung hat einen Platz in der Innenstadt. Das eigentlich normalerweise zentrenprägende Schuhsortiment ist in der Innenstadt Pirmasens unterrepräsentiert. Rund 85% der angebotenen Waren sind als innenstadtrelevant zu bewerten.	Kriterium erfüllt.
Ergänzungsfunktion	Durch die zahlreichen ergänzenden Anbieter (Ärzte, Verwaltung, Dienstleister) sowie fest etablierte Gastronomiebetriebe mit und ohne Übernachtungsmöglichkeiten ist die Ausstattung an der Größe der Stadt Pirmasens gemessen als gut zu bewerten. Alle wichtigen Banken (Sparkasse, VR-Bank, Sparda, Commerzbank, Hypo-Vereinsbank) und Versicherer (AOK, DEVK, etc.) finden sich innerhalb des ZVB Innenstadt. Daneben besteht eine Vielzahl von gastronomischen Betrieben unterschiedlichster Ausprägung (Restaurants, Bistros, Imbisse, etc.).	Kriterium erfüllt.
Fußläufigkeit	Der gesamte Versorgungsbereich ist fußläufig erschlossen. Die innere Durchwegung ist gemessen an den historischen bzw. gewachsenen Strukturen sehr gut. Auch die Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten ist erfüllt. Die gesamte Innenstadt kann fußläufig durchschritten werden. Hindernis ist hier lediglich die Topographie. Durch Parkmöglichkeiten an allen relevanten Eingangsstraßen zur Fußgängerzone ist dieses Hindernis allerdings minimiert, vorausgesetzt der Verbraucher nimmt dies an.	Kriterium erfüllt.
Gesamtbewertung	Zusammenfassend sind ausreichend städtebauliche und wirtschaftsräumliche Kriterien erfüllt, um die Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches zu untermauern.	ERFÜLLT

Quelle: eigene Bewertung

Bei der Bewertung der einzelnen Kriterien ist in keinem Fall eine Unstimmigkeit aufgetreten. Alle Bewertungskriterien sind derzeit positiv besetzt. Dies spricht für die Ausweisung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.

Alle Abgrenzungskriterien für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind erfüllt.

Auch wenn die Abgrenzungskriterien aktuell erfüllt sind, muss auch künftig darauf geachtet werden, dass sie auch regelmäßig überprüft und ständig weiterentwickelt werden sollen.

Es ist gemeinsame Aufgabe aller innerstädtischen Akteure (Eigentümer, Stadt, Händler, Gastronomen, Dienstleister, Anwohner und Besucher) in einem stetigen Prozess die Aufenthaltsqualität zu optimieren, die Multifunktionalität zu erhalten und so eine gute städtebauliche Qualität zu gewährleisten.



Abbildung 46 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



LEGENDE



Abgrenzung des
Zentralen
Versorgungsbereiches
Innenstadt (ZVBI)



Quelle: eigener Entwurf 2016/17, Grundlage Stadt Pirmasens



G.1.2 Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt übernimmt als zentraler Versorgungsbereich eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet sowie die umliegenden zentralen Orte. Als städtebauliches Zentrum der landesplanerisch als Mittelzentrum ausgewiesenen Kommune soll dieser - wie auch bisher - künftig Angebotsschwerpunkte für kurzfristig sowie mittel- und langfristig nachgefragte Bedarfsgüter verschiedener Qualitäten bereithalten. Als Leitfunktion sichert der Einzelhandel den übrigen Zentrenfunktionen ein gutes Besucheraufkommen und trägt erheblich zur Nutzungsvielfalt (u.a. Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe, Kultur, (Laden-)Handwerk, Gewerbe, Bildung und Wohnen) bei. Als vitaler und vielfältiger Mittelpunkt der Stadt soll das Innenstadtzentrum somit nicht nur Versorgungsschwerpunkt sein, sondern auch die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung von Pirmasens fördern.

Folgende Zielaussagen sind für die Innenstadtentwicklung im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu treffen:

- Frequenzsteigerung durch geeignete Maßnahmen
(z.B. Weiterführung des Stadtmarketings, Events, Ansiedlung weiterer Magnetbetriebe, Etablierung Outlet)
- Aufbau und Weiterentwicklung von innerstädtischen Achsen
 - Nord-Süd-Achse: Exerzierplatz – Fußgängerzone
 - West-Ost-Achse: Rheinberger – Jugendherberge – Exerzierplatz – Messe
 - Bahnhofstraße: Jugendherberge – Bahnhofstraße – Fußgängerzone
- Beseitigung der Ladenleerstände
(Gespräche mit den Immobilienbesitzern zum Thema LEAP/BID¹⁸)
- Nutzungsintensivierung der Ladenflächen – soweit erforderlich – ermöglichen
(z. B. durch Zusammenlegung von Ladenlokalen im Erdgeschoss)
- Einführung einheitlicher Kernöffnungszeiten
- Etablierung von Pick-Up-Points¹⁹ für gekaufte Ware oder Lieferservice in die Region
- Weiterführung der städtebaulichen Impulse
(z.B. vergleichbar mit der Etablierung des Dynamikums oder der Jugendherberge)
- Ansiedlung strukturstärkender Einzelhandelsbetriebe
(v.a. aus den Sortimentsgruppen Sport und Bekleidung)
- Bewerbung der vorhandenen großen Parkplatzvielfalt und Optimierung in einem Parkraumkonzept für die Innenstadt
- Weiterentwicklung der Funktionsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben
(Ergänzung durch Wohnfunktion)
- Gemeinsame Marketing-Aktivitäten (evtl. auch in einem LEAP)

Die bestehende Vielfalt an kleinen Fachgeschäften soll gesichert und gestärkt werden.

Die Intensivierung der Gespräche mit Immobilienbesitzern hinsichtlich der Zusammenlegung von erdgeschossigen Flächen zu größeren, markt- und zukunftsfähigen Einheiten (Stichwort LEAP/BID) ist ebenfalls weiter voranzutreiben. Die Nachnutzung bestehender Leerstände soll dabei soweit wie möglich im Vordergrund stehen.

¹⁸ Lokale Entwicklungs- und Aufwertungsprojekte (in RIP)/Business Improvement District, siehe dazu auch Glossar S.94

¹⁹ Pick-Up-Points sind zentrale verwaltete und vermarktete Anlaufstellen für Kunden und Verbraucher an denen sie ihre in der Innenstadt getätigten Einkäufe vor der Nachhausefahrt abholen können. Die sich beteiligenden Einzelhandelsbetriebe liefern die bei Ihnen gekaufte Ware direkt an den vom Kunden gewünschten Pick-Up-Point.



G.1.3 Städtebauliche und bauplanungsrechtliche Handlungsempfehlungen zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)

Ansiedlungsvorhaben innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches sind positiv zu bewerten.

Im Bereich des ZVB Innenstadt erfolgt die Beurteilung von Bauvorhaben derzeit hauptsächlich nach § 34 BauGB. Das Erfordernis einer verbindlichen Bauleitplanung mit einzelhandelsrelevanten Festsetzungen ist bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen zu prüfen.

G.2 Weitere zentrale Versorgungsbereiche (Nebenzentren)

Die weiteren zentralen Versorgungsbereiche sind definiert durch eine gewachsene und integrierte dörfliche oder städtische Versorgungsstruktur. Neben ihrer Versorgungsfunktion für den zugehörigen Stadtteil decken diese zentrale Versorgungsbereiche teilweise auch die Nachfrage für umliegende Stadtteile und Kommunen ab. Darüberhinaus sind in diesen Bereichen noch Potentiale für eine positive Entwicklung im Einzelhandel gegeben. Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind sie insbesondere ergänzende Schwerpunkte der Nahversorgungsstruktur in Pirmasens.

Als weitere zentrale Versorgungsbereiche in Pirmasens werden die Bereiche Kirchberg, Ruhbank und Winzeln definiert. Bei der Begründung dieser zentralen Versorgungsbereiche sind die zu berücksichtigenden Kriterien überwiegend erfüllt.

Abbildung 47 Begründung der zentralen Versorgungsbereiche (Nebenzentren)

Kriterium	Beschreibung	Erfüllungsgrad
Einzelhandelsbesatz, -dichte und -vielfalt	Bei allen Nahversorgungszentren handelt es sich um gewachsene Standorte. Auch wenn nicht immer ein durchgängiger Besatz vorhanden ist, so ist die Ausrichtung des jeweiligen Standortes bereits im baulichen Bestand ableitbar. Der Einzelhandelsbesatz konzentriert sich auf die abgegrenzten Nahversorgungszentren. Vorherrschende Sortimentsgruppe ist Nahrungs- und Genussmittel.	Kriterium erfüllt.
Aufenthaltsqualität	Es herrscht eine dem Einkaufszweck (Stichwort Versorgungseinkauf) angemessene Aufenthaltsqualität vor. Diese kann allerdings nicht mit einer Fußgängerzone mithalten.	Kriterium erfüllt.
Städtebauliche Einheit	Die Nahversorgungszentren sind als städtebauliche Einheiten wahrnehmbar. Es gibt keine größeren Zäsuren, die diesen Eindruck unterbrechen würden.	Kriterium erfüllt.
Multifunktionalität	Es finden sich nur teilweise Dienstleister und kleine gastronomische Einheiten in den Versorgungsbereichen. Daher ist das Merkmal nur teilweise erfüllt.	Kriterium teilweise erfüllt.
Parken, Erreichbarkeit	Die Nahversorgungszentren sind gut mit dem ÖPNV wie auch dem MIV (motorisierten Individualverkehr) erreichbar.	Kriterium erfüllt.
Betriebsformen und Agglomeration unterschiedlicher Anbieter	Vorherrschend sind Einzelhandelsbetriebe der Nahversorgung. Eine Agglomeration unterschiedlicher Anbieter findet sich derzeit nicht. Daher ist das Merkmal nur teilweise erfüllt.	Kriterium teilweise erfüllt.
Zentrenrelevanz	Rund 90% der angebotenen Waren sind als nahversorgungs- und innenstadt-relevant zu bewerten.	Kriterium erfüllt.
Ergänzungsfunktion	Neben Einzelhandel finden sich teilweise auch Dienstleister und kleine gastronomische Einheiten in den Nahversorgungszentren. Daher ist das Merkmal nur teilweise erfüllt.	Kriterium teilweise erfüllt.
Fußläufigkeit	Alle Nahversorgungszentren können fußläufig durchschritten werden. Alle Zentren grenzen zudem direkt an Wohnbebauung und versorgen die dortige Wohnbevölkerung.	Kriterium erfüllt.
Gesamtbewertung	Zusammenfassend sind ausreichend städtebauliche und wirtschaftsräumliche Kriterien erfüllt, um die Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches respektive eines Nahversorgungszentrums zu untermauern.	ERFÜLLT

Quelle: eigene Bewertung

Bei der Bewertung der einzelnen Kriterien ist in keinem Fall eine Unstimmigkeit aufgetreten. Alle Bewertungskriterien sind derzeit überwiegend positiv besetzt. Dies spricht für die Ausweisung der Nebenzentren.

Alle Abgrenzungskriterien für die zentralen Versorgungsbereiche als Nebenzentren sind überwiegend erfüllt.

G.2.1 Gebietsbeschreibungen der zentralen Versorgungsbereiche (Nebenzentren)

G.2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Kirchberg (Nebenzentrum)

Der zentrale Versorgungsbereich Kirchberg umfasst die Standortagglomeration des Lebensmitteldiscounters Aldi, des Vollsortimenters Wasgau sowie seit März 2017 des Drogeriefachmarkts dm zwischen Simter Straße und Bitscher Straße. Der zentrale Versorgungsbereich wird durch mehrere Betriebe überwiegend aus dem Dienstleistungssektor ergänzt bzw. aufgewertet.

Es handelt sich um ein im urbanen Umfeld gewachsenes, rein funktionales Zentrum. Der Standortbereich bindet überörtlich Kaufkraft und ist dennoch zugleich Wohnsiedlungslagen zuzuordnen. Er übernimmt dabei insbesondere Versorgungsfunktion für die Stadtteile Kirchberg und Niedersimten.

Bauplanungsrechtlicher Status:

Eine verbindliche Bauleitplanung existiert derzeit nicht. Eine bauplanungsrechtliche Beurteilung von Vorhaben erfolgt demgemäß auf der Grundlage § 34 BauGB.

Abbildung 48 Zentraler Versorgungsbereich Kirchberg (Nebenzentrum)



Quelle: Stadt Pirmasens 2017

G.2.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Ruhbank (Nebenzentrum)

Der zentrale Versorgungsbereich Ruhbank erstreckt sich entlang der Lemberger Straße und der Beckenhofer Straße. Der Edeka Verbrauchermarkt übernimmt hier die maßgebliche Nahversorgungsfunktion für die Stadtteile Ruhbank und Erlenbrunn. Das Zentrum wird durch einige Einzelhandelsbetriebe ergänzt. Weiterhin verfügt die Standortagglomeration auch über mehrere Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe.

Der zentrale Versorgungsbereich Ruhbank ist ein aus eher dörflichen Strukturen gewachsenes Zentrum, das dementsprechend über eine größere Flächenausdehnung verfügt. Die östliche Abgrenzung entlang der Beckenhofer Straße orientiert sich am Besatz der komplementären Dienstleistungsnutzungen und erstreckt sich bis auf Höhe der Kreuzung mit der Hofstraße. Es werden alle an die Lemberger Straße und Beckenhofer Straße angrenzenden Liegenschaften erfasst.

Bauplanungsrechtlicher Status:

Eine verbindliche Bauleitplanung existiert derzeit nicht. Eine bauplanungsrechtliche Beurteilung von Vorhaben erfolgt demgemäß auf der Grundlage § 34 BauGB.

Abbildung 49 Zentraler Versorgungsbereich Ruhbank (Nebenzentrum)



Quelle: Stadt Pirmasens 2017

G.2.1.3 Zentraler Versorgungsbereich Winzeln (Nebenzentrum)

Der zentrale Versorgungsbereich Winzeln umfasst den Ortskern Winzeln an der Bottenbacher Straße und an der Gersbacher Straße. Maßgeblicher Nahversorger ist der Wasgau-Markt an der Gersbacher Straße. Dazu wird das Nebenzentrum durch mehrere Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ergänzt. Weiteres Aufwertungspotential bieten die vier zur Zeit leerstehenden Ladenlokale in der Bottenbacher Straße.

Auch der zentrale Versorgungsbereich Winzeln ist ein aus einer dörflichen Struktur heraus gewachsenes Zentrum.

Bauplanungsrechtlicher Status:

Eine verbindliche Bauleitplanung existiert derzeit nicht. Eine bauplanungsrechtliche Beurteilung von Vorhaben erfolgt demgemäß auf der Grundlage § 34 BauGB.

Abbildung 50 Zentraler Versorgungsbereich Winzeln (Nebenzentrum)



Quelle: Stadt Pirmasens 2017



G.2.2 Entwicklungsziele zentrale Versorgungsbereiche (Nebenzentren)

Zentrale Versorgungsbereiche als Nebenzentren dienen der Versorgung der ihnen zugeordneten Stadtteile bzw. Wohnsiedlungsbereiche mit Waren des kurzfristigen Bedarfs. Darüber hinaus übernehmen die Nebenzentren die Grundversorgung mit – auch innenstadtrelevanten – Sortimenten. Sie sind in ihrem Bestand zu schützen, zu erhalten und hinsichtlich einer qualitativen Versorgungsverbesserung weiter zu entwickeln. Die Nebenzentren sind der Konzentrationspunkt für eine zukünftige strukturergänzende Entwicklung.

Die Standorte sichern neben der Grundversorgung der Bevölkerung der Stadt Pirmasens eine qualitative Versorgungsfunktion für die Stadtteile. Bei den bestehenden Lebensmittelmärkten geht es deshalb um die Bestandssicherung und um markt- und wettbewerbsbedingte Größenanpassungen auf den bestehenden Grundstücken. Durch die Ermöglichung dieser Erweiterung bei den bestehenden Einzelhandelsbetrieben oder ihrer Ablösung durch Neubauten innerhalb der Zentrenabgrenzung wird der Erhalt der Versorgungsfunktion angestrebt.

Aufgrund ihrer Entwicklung und Lage ist gerade in den Nebenzentren Ruhbank und Winzeln eine Verbesserung im Bereich Multifunktionalität/Ergänzungsfunktion und der Angebotsvielfalt durch zusätzliche Dienstleister, Gastronomiebetriebe und ergänzende Sortimente anzustreben, um die Standorte nachhaltig zu stabilisieren (vgl. Abbildung 46, Spalte Erfüllungsgrad).

In den zentralen Versorgungsbereichen Ruhbank und Winzeln sind noch Flächenpotenziale gegeben, die neue sortimentsergänzende Einzelhandelsbetriebe aufnehmen können. Um einer qualitativen Versorgungsverbesserung in diesen Nebenzentren gerecht zu werden, sind zusätzlich kleinteilige, nicht strukturprägende (Einzelhandels-)Betriebe mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten zur nachhaltigen Stärkung des Zentrums bedingt zulässig. Von den im jeweiligen Nebenzentrum ergänzenden Sortimenten dürfen keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und das Zentrenkonzept ausgehen. Beurteilungsgrundlage für deren Zulassung sind die unter Kapitel J sortimentspezifisch definierten Auslöseschwellenwerte.

G.2.3 Städtebauliche und bauplanungsrechtliche Handlungsempfehlungen zentrale Versorgungsbereiche (Nebenzentren)

Um die Nebenzentren zukunftsfähig und markadäquat aufzustellen, sind Ansiedlungsvorhaben und Erweiterungsvorhaben von Bestandsbetrieben des Einzelhandels innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche grundsätzlich positiv zu bewerten. Bei der Beurteilung nach § 34 BauGB und der Aufstellung von verbindlichen Bauleitplänen bilden folgende Vorgaben die Grundlage:

Bestandserweiterungen und Ansiedlungsvorhaben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Definition: Pirmasenser Liste) können bis in den großflächigen Verkaufsflächenbereich (Verkaufsfläche (VKF) ab 800 qm) zugelassen werden.

Bei Betriebsansiedlungen und –erweiterungen ist der Nachweis der städtebaulichen Unbedenklichkeit (Stichwort: Nicht-beeinträchtigungsgebot) zu führen ab Erreichen der Auslöseschwellenwerte und unter Berücksichtigung der definierten/abgeleiteten Abwägungsschwellenwerte (siehe Kapitel J).

Bestandserweiterungen und Ansiedlungsvorhaben mit innenstadtrelevanten Sortimenten (Definition: Pirmasenser Liste) müssen unterhalb der Großflächigkeit (Verkaufsfläche (VKF) unter 800 qm) liegen. Bei einer Verkaufsfläche ab Auslöseschwellenwert ist auch hier der Nachweis der städtebaulichen Unbedenklichkeit zu erbringen. Dieser Unbedenklichkeitsnachweis ist auch zu führen, wenn eine Agglomeration von mehreren kleineren Einzelhandelsbetrieben innerhalb einer Sortimentsstruktur in der summarischen Betrachtung von Bestandsbetrieben, der Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben oder der Betriebserweiterung von Einzelhandelsbetrieben in deren Gesamtverkaufsfläche der Auslöseschwellenwert überschritten wird.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Hauptsortimenten sind zulässig. Dabei sollen innenstadtrelevante sowie zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente in Einzelhandelsbetrieben in einem Umfang von bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche je Betrieb zulässig sein, wobei einzelne Randsortimentsgruppen die für Pirmasens strukturprägenden Auslöseschwellenwerte nicht überschreiten dürfen.



G.3 Bestandsstandorte mit zentralitätsbildender Funktion (BSZ)

Bestandsstandorte mit zentralitätsbildender Funktion sind zugleich Ergänzungsstandorte im Sinne des Landesentwicklungsprogrammes LEP IV. Sie dienen der Sicherung und Stärkung der städtischen Gesamteinzelhandelszentralität und bieten ein umfangreiches und breites Einzelhandelsangebot. Dabei entfalten sie eine, nicht nur lokale, sondern auch regionale Versorgungs- und Kundenbindungsfunktion.

Sie verfügen über eine sehr gute verkehrliche Erschließung und eine gute Anbindung an die umliegenden Kommunen des zu versorgenden Mittelbereiches. Aus diesen Gründen kommt ihnen, ergänzend zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, eine ebenfalls hohe regionale Versorgungsfunktion zu. Allerdings treten sie gerade deswegen regelmäßig mit dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt in Konkurrenz.

Innerhalb von Bestandsstandorten mit zentralitätsbildender Funktion können auch gewerbliche Betriebe (z.B. Autohäuser²⁰ oder Brennstoffdistributoren²¹) liegen. Für diese gilt ebenfalls der Bestandschutz. Bei Umwidmung z.B. zu Einzelhandel gelten aber die gleichen Entwicklungsbedingungen wie bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben.

In Pirmasens werden als Bestandsstandorte mit zentralitätsbildender Funktion die Bereiche Arnulfstraße / Waisenhausstraße und Zweibrücker Straße definiert.

²⁰ Mit dem Begriff Autohaus bezeichnet man einen Gewerbebetrieb aus der Kfz-Branche. In einem Autohaus gibt es in der Regel die Bereiche Fahrzeugverkauf Neuwagen (mit Verkaufsraum), Fahrzeugverkauf Gebrauchtwagen, Zubehörverkauf und Fahrzeugreparatur Werkstatt. Autohäuser werden überwiegend von Vertragshändlern der Fahrzeughersteller betrieben. Sie gehören deshalb nicht zum klassischen Einzelhandel. Lediglich der Bereich „Zubehörverkauf“ mit seiner deutlich untergeordneten Funktion im Vergleich zur Gesamtfläche des Betriebes ist als Einzelhandel zu bewerten.

²¹ Die amtliche Statistik des statistischen Bundesamtes grenzt den Großhandel auf der Grundlage der NACE Rev. 1.11) ab (Abschnitt G, Abteilung 51), die in die nationale Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2003 (WZ 2003) überführt wurde. Die Abteilung 51 der WZ 2003 umfasst den Großhandel (ohne Kraftfahrzeughandel) und die Handelsvermittlung. Im Unterschied zu den Gruppen 51.3 und 51.4 werden im Großhandel mit nicht landwirtschaftlichen Halbwaren, Altmaterialien und Reststoffen (51.5) Güter gehandelt, die für die Industrie bestimmt sind. Zu ihnen zählen Erze, Metalle, Kunststoffe, chemische Erzeugnisse, Halbwaren, **alle Arten von Mineralölerzeugnissen, Brennstoffe und Altmaterialien**, wie zum Beispiel Altpapier und Altöl. Je nachdem, ob die gehandelten Waren vorrangig für die Produktion oder für den Konsum bestimmt sind, wird der Großhandel in die Bereiche „Produktionsverbindungshandel“ und „Konsumtionsverbindungshandel“ unterteilt. (Quelle: destatis, Dipl.-Verkehrswirtschaftler Sascha Kless, Dipl.-Kaufmann Elmar Wein - Großhandel im Jahr 2005 – Strukturen und wirtschaftliche Rahmenbedingungen, Definitionen innerhalb der Warengruppensystematik für den deutschen Binnenhandel, Wiesbaden 2007). Damit fallen auch die Handelsbetriebe mit Brennstoffen nicht in die einzelhandelsrelevante Betrachtung innerhalb von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten.

G.3.1 BSZ Arnulfstraße / Waisenhausstraße

G.3.1.1 Gebietsbeschreibung BSZ Arnulfstraße / Waisenhausstraße

Der BSZ Arnulfstraße / Waisenhausstraße ist ein gesamtstädtischer Versorgungsstandort zwischen den Stadtteilen Winzeln und Winzler Viertel. Neben dem Vollsortimenter Wasgau ergänzen die Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl und Netto sowie der Drogeriefachmarkt Rossmann und der SBK Getränkefachmarkt das Angebot. Der Schuhfachmarkt Deichmann und der Sonderpostenmarkt Thomas Philips und Picks Raus beherbergen auch innenstadtrelevante Sortimente.

Bauplanungsrechtlicher Status:

Der definierte Bestandsstandort ist vollständig mit dem rechtskräftigen Bebauungsplan P 181 „Arnulfstraße / Waisenhausstraße“ überplant. Die Lebensmittelmärkte Aldi, Lidl und Wasgau sind als Sondergebiete der Nahversorgung ausgewiesen. Der Bereich nördlich der Waisenhausstraße ist als Mischbaufläche festgesetzt. Der Drogeriefachmarkt Rossmann (Nahversorgungssortiment) und die Betriebe Thomas Philips und Deichmann mit innenstadtrelevanten Sortimenten sowie ein Getränkemarkt bzw. ein Küchenstudio liegen im Bereich eines Gewerbegebietes.

Abbildung 51 Bestandsstandort mit zentralitätsbildender Funktion Arnulfstraße / Waisenhausstraße



Quelle: Stadt Pirmasens 2017



G.3.1.2 Entwicklungsziele BSZ Arnulfstraße / Waisenhausstraße

Der Bestandsstandort mit zentralitätsbildender Funktion Arnulfstraße/ Waisenhausstraße ist ein bedeutender Baustein für die mittelzentrale Funktion der Stadt Pirmasens und der damit verbundenen Kundenbindung im Einzugsbereich.

Der Bestandsstandort mit zentralitätsbildender Funktion übt durch seine Standortagglomeration einen erheblichen Wettbewerbsdruck auf die Innenstadt aus. Deshalb ist eine weitere Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben (unabhängig von der Verkaufsflächengröße) mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten auszuschließen.

Bestehende Einzelhandelsbetriebe mit dem Hauptsortiment Nahversorgung innerhalb des abgegrenzten Bestandsstandort mit zentralitätsbildender Funktion Arnulfstraße / Waisenhausstraße sollen erhalten werden. Aufgrund der sehr guten Nahversorgungsausstattung ist die zusätzliche Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben bzgl. der Verträglichkeit mit dem Zentrenkonzept der Stadt (Nichtbeeinträchtigungsgebot) eher nicht zielführend und entsprechend zu steuern. Nur durch einen gutachterlichen Nachweis der Unbedenklichkeit soll hierzu eine Ausnahme möglich sein.

Bestandsbetriebe mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment sollen auf den Verkaufsflächenbestand beschränkt werden.

Im Sinne einer räumlich ausgewogenen Zentren- und Versorgungsstruktur in Pirmasens sollten großflächige Ansiedlungen mit nicht innenstadtrelevantem Einzelhandel, insbesondere für die festgestellten Bedarfslücken (vgl. Abb. 36) auf die abgegrenzten Flächen des Zentrenkonzepts konzentriert werden. Deshalb sind für den Bestandsstandort mit zentralitätsbildender Funktion Fachmarktsansiedlungen mit nicht-innenstadtrelevanten Hauptsortimenten zielführend. Dabei kommt der Problematik von innenstadtrelevanten Randsortimenten eine besondere Bedeutung zu. Bei innenstadtrelevanten Randsortimenten muss deren Verträglichkeit mit dem Angebot im ZVB Innenstadt geprüft werden. Sind dabei schädliche Auswirkungen auf den ZVB Innenstadt zu erwarten, muss zwingend eine Verkaufsflächenbegrenzung erfolgen oder der Nachweis der Unbedenklichkeit (landesplanerisches Nichtbeeinträchtigungsgebot) geführt werden.

G.3.1.3 Städtebauliche und bauplanungsrechtliche Handlungsempfehlungen BSZ Arnulfstraße / Waisenhausstraße

Zur Vermeidung von negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche ist eine Steuerung des Bestandsstandorts Arnulfstraße / Waisenhausstraße durch Fortschreibung des rechtskräftigen Bebauungsplans P 181 „Arnulfstraße / Waisenhausstraße“ zwingend erforderlich. Die Festsetzungen sind in Bezug auf die Zielaussagen der vorliegenden Einzelhandelsfortschreibung zu prüfen und ggfls. anzupassen. Folgende Vorgaben bilden dazu die Grundlage:

1 Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben im Bestandsstandort mit zentralitätsbildender Funktion Arnulfstraße / Waisenhausstraße

1a Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevantem Hauptsortiment

Die Ansiedlung von Fachmärkten oder die Umnutzung zu (Einzelhandels-)Betrieben (auch in den BSZ einbezogene Flächen mit Gewerbebetrieben) mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten ist für die Standortentwicklung zielführend. Dabei muss insbesondere im Hinblick auf die innenstadtrelevanten Randsortimente immer eine städtebauliche Bewertung (Nichtbeeinträchtigungsgebot) vorgenommen werden.

Innenstadtrelevante bzw. zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente in Einzelhandelsbetrieben sollen in einem Umfang von bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche je Betrieb zulässig sein, wobei einzelne Randsortimentsgruppen die für Pirmasens strukturprägenden Auslöseschwellenwerte nicht überschreiten dürfen. Ist bei der Erweiterung durch die Summierung von Verkaufsflächen (VKF) mehrerer innenstadtrelevanter Sortimentsgruppen eine negative Auswirkung zu befürchten (auch wenn die sortimentsbezogenen Schwellenwerte im Einzelfall nicht überschritten werden), ist der Nachweis der städtebaulichen Unbedenklichkeit (Stichwort: Nichtbeeinträchtigungsgebot) zu führen unter Berücksichtigung der definierten/abgeleiteten Abwägungsschwellenwerte (siehe Kapitel J).

1b Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment

Die Ansiedlung von zusätzlichen Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ist aufgrund der sehr guten Nahversorgungssituation in diesem Stadtbereich nicht zielführend. Ausnahmen dazu können nur durch gutachterlichen Nachweis der Nichtbeeinträchtigung der Zentralen Versorgungsbereiche ermöglicht werden.



1c Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten

Die Ansiedlung von Betrieben mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten ist in diesem Bestandsstandort mit zentralitätsbildender Funktion durch entsprechende Bauleitplanung grundsätzlich auszuschließen.

2 Beurteilung von Bestandsbetrieben und Erweiterungsvorhaben im Bestandsstandort Arnulfstraße / Waisenhausstraße

2a Bestandsbetriebe mit nicht innenstadtrelevantem oder nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment

Die Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten ist für die Standortentwicklung zielführend. Dabei muss insbesondere im Hinblick auf die innenstadtrelevanten Randsortimente immer eine städtebauliche Bewertung (Nichtbeeinträchtigungsgebot) vorgenommen werden.

Bei Bestandsbetrieben und deren Erweiterung gilt: innenstadtrelevante sowie zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente in Einzelhandelsbetrieben sollen in einem Umfang von bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche je Betrieb zulässig sein, wobei einzelne Randsortimentsgruppen die für Pirmasens strukturprägenden Auslöseschwellenwerte nicht überschreiten dürfen. Ist bei der Erweiterung durch die Summierung von Verkaufsflächen (VKF) mehrerer innenstadtrelevanter Sortimentsgruppen eine negative Auswirkung zu befürchten (auch wenn die sortimentsbezogenen Schwellenwerte im Einzelfall nicht überschritten werden), ist der Nachweis der städtebaulichen Unbedenklichkeit (Stichwort: Nichtbeeinträchtigungsgebot) zu führen unter Berücksichtigung der definierten/abgeleiteten Abwägungsschwellenwerte (siehe Kapitel J).

2b Bestandsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment

Innerhalb des abgegrenzten BSZ Arnulfstraße / Waisenhausstraße sollen bestehende Einzelhandelsbetriebe mit dem Hauptsortiment Nahversorgung erhalten werden. Zur Sicherung der Nahversorgungsfunktion in diesem BSZ sollen die Betriebe im Rahmen einer Bauleitplanung innerhalb von festgesetzten Sondergebieten der „Nahversorgung“ mit Festsetzung von Verkaufsflächenobergrenzen erhalten werden.

2c Bestandsbetriebe mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment

Aufgrund des erheblichen Wettbewerbsdrucks dieser Bestandsbetriebe auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind die vorhandenen und genehmigten Verkaufsflächen (auch bei Nicht-Großflächigkeit) durch entsprechende Bauleitplanung auf ihren Verkaufsflächenbestand festzuschreiben. **Dementsprechend kann z. B. die Festsetzung „Gewerbegebiet“ als Art der baulichen Nutzung im Bereich östlich der Arnulfstraße bestehen bleiben.**

3 Allgemeine Grundlagen bei Planungen und Vorhaben

Bei Sortimentsanpassungen oder –änderungen ist die Pirmasenser Liste (Siehe Kapitel I) als verbindliches Prüfschema anzuwenden.

Der Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit (Stichwort Nichtbeeinträchtigungsgebot) von Vorhaben, insbesondere bezogen auf die Funktionen der zentralen Versorgungsbereiche, ist auf der Grundlage der in Kapitel J definierten Auslöseschwellenwerte zu führen.

Agglomerationen von nicht großflächigen Betrieben, innerhalb derer die einzelnen Betriebe für sich genommen unter einem spezifischen Auslöseschwellenwert liegen, können in der Summe durchaus negative städtebauliche Auswirkungen haben und sind daher detailliert zu betrachten. Die Vermeidung von Funktionsbeeinträchtigungen durch solche Agglomerationen bei den zentralen Versorgungsbereichen muss über eine entsprechende Bauleitplanung mit der Festsetzung von Obergrenzen für Verkaufsflächen erfolgen.

4 Allgemeine Grundlagen bei Veränderungen von sonstigen Gewerbebetrieben

Bei Änderung des gewerblichen und/oder betrieblichen Zwecks (Gewerbe wie Autohäuser oder Brennstoffdistributoren zu Einzelhandel), gelten die vorab (1-3) aufgestellten Regelungen. Ferner sind mögliche, unschädliche Umwidmungen mittels Sondergebiet Einzelhandel dann zu regeln. Die bestehenden Ausweisungen als Gewerbegebiet (GE) entfallen dann.

G.3.2 BSZ Zweibrücker Straße

G.3.2.1 Gebietsbeschreibung BSZ Zweibrücker Straße

Entlang der Zweibrücker Straße haben sich zwei Fachmarkttagglomerationen etabliert, die über die Zweibrücker Straße miteinander verknüpft sind. Zwischen beiden Agglomerationen liegen derzeit Industrieflächen. Die beiden Fachmarkttagglomerationen Nord (Bereich Fehrbach) und Süd (Kreuzungsbereich Zweibrücker Straße / B270) bilden gemeinsam den BSZ Zweibrücker Straße.

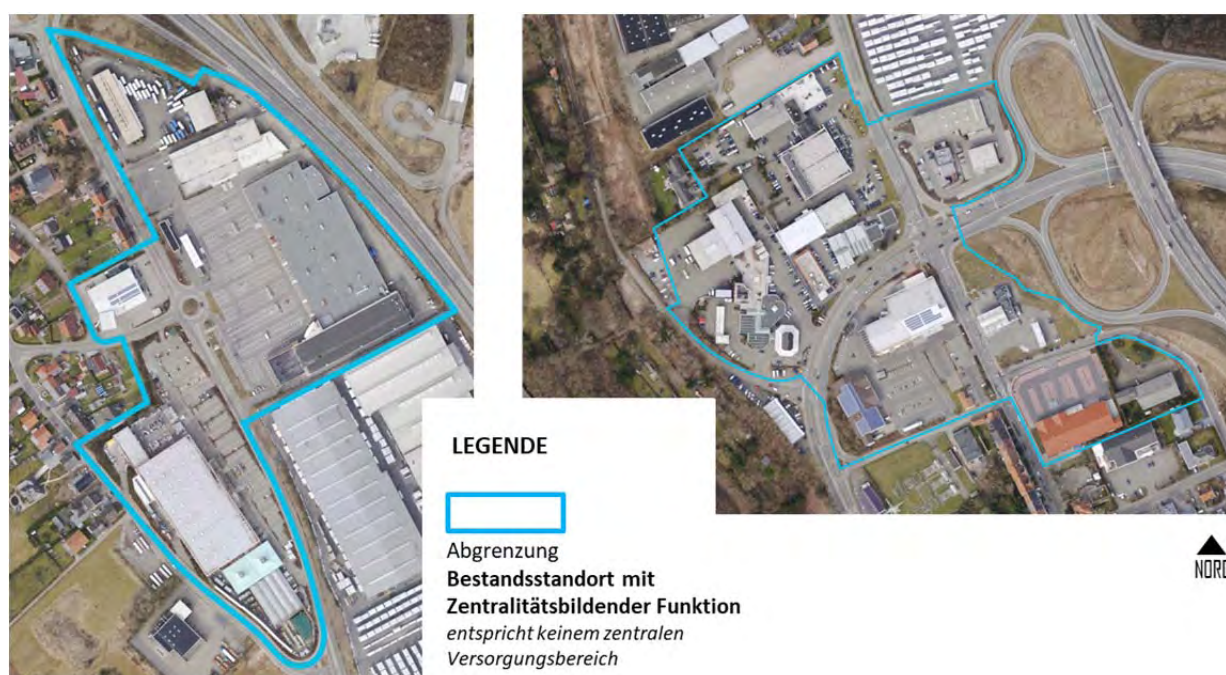
Bauplanungsrechtlicher Status Zweibrücker Straße Nord:

Der definierte Bestandsstandort ist vollständig mit dem Bebauungsplan F 118 „Zweibrücker Straße Nord“ überplant. Derzeitiger Status § 33 BauGB. Eine weitere Offenlage nach Beschluss der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts ist erforderlich. Der Bebauungsplan weist verschiedene Sondergebiete für großflächigen nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel aus.

Bauplanungsrechtlicher Status Zweibrücker Straße Süd:

Der definierte Bestandsstandort ist vollständig mit dem rechtskräftigen Bebauungsplan P 180 „Zweibrücker Straße / Turnstraße“ überplant. Die Einzelhandelsflächen liegen in festgesetzten Gewerbegebieten.

Abbildung 52 BSZ Zweibrücker Straße



Quelle: Stadt Pirmasens 2017

Die nördliche Fachmarkttagglomeration Fehrbach beherbergt neben den im Hauptsortiment nicht-innenstadtrelevanten Fachmärkten Hornbach (Bau-, Garten und Heimwerkerfachmarkt) sowie Dänisches Bettenlager (Möbelfachmarkt) und Hammer (Heimausstattungs-fachmarkt) auch innenstadtrelevante Fachmärkte wie einen Media-Markt (Elektrofachmarkt), einen Spielwarenfachmarkt (Rofu), einen Bekleidungsfachmarkt (Takko) sowie ein SB-Warenhaus (zum Zeitpunkt der Untersuchung Real).

Die südliche Fachmarkttagglomeration im Kreuzungsbereich Zweibrücker Straße / B 270 beherbergt u.a. die Lebensmittel-discounter ALDI und LIDL, einen dm – Drogeriefachmarkt, den Bekleidungsfachmarkt Vögele sowie einen Reno Schuh-fachmarkt.

Beide Fachmarkttagglomerationen sind Bestandsagglomerationen nach LEP IV und mittlerweile dementsprechend bau-rechtlich abgesichert worden, so dass keine weitere Ansiedlung von nahversorgungs- und innenstadtrelevantem Einzelhandel erfolgen kann. Die Fachmarkttagglomerationen an der Zweibrücker Straße sind maßgeblich mit verantwortlich für die hohe Kaufkraftbindung außerhalb der Innenstadt.



G.3.2.2 Entwicklungsziele BSZ Zweibrücker Straße

Der BSZ Zweibrücker Straße (Teilbereich Nord und Süd) ist wie der BSZ Arnulfstraße/ Waisenhausstraße ein bedeutender Baustein für die mittelfunktionale Funktion der Stadt Pirmasens und der damit verbundenen Kundenbindung im Einzugsbereich.

Die Standortagglomeration im BSZ übt einen erheblichen Wettbewerbsdruck auf die Innenstadt (ZVB, und BSL) aus. Deshalb ist eine weitere Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben (unabhängig von der Verkaufsflächengröße) mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten auszuschließen.

Bestehende Betriebe mit dem Hauptsortiment Nahversorgung innerhalb des abgegrenzten BSZ Zweibrücker Straße sollen erhalten werden. Aufgrund der sehr guten Nahversorgungsausstattung in beiden Teilbereichen (Nord und Süd) ist die zusätzliche Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben bzgl. der Verträglichkeit mit dem Zentrenkonzept der Stadt (Nichtbeeinträchtigungsgebot) eher nicht zielführend und entsprechend zu steuern. Nur durch einen gutachterlichen Nachweis der Unbedenklichkeit soll hierzu eine Ausnahme möglich sein.

Bestandsbetriebe mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment sollen auf den Verkaufsflächenbestand beschränkt werden.

Im Sinne einer räumlich ausgewogenen Zentren- und Versorgungsstruktur in Pirmasens sollten großflächige Ansiedlungen mit nicht innenstadtrelevantem Einzelhandel, insbesondere für die festgestellten Bedarfslücken (vgl. Abb. 36) auf die abgegrenzten Flächen des Zentrenkonzepts (ZVB, BSZ) konzentriert werden. Deshalb sind für den BSZ Fachmarktansiedlungen mit nicht-innenstadtrelevanten Hauptsortimenten zielführend. Dabei kommt der Problematik von innenstadtrelevanten Randsortimenten eine besondere Bedeutung zu. Bei innenstadtrelevanten Randsortimenten muss deren Verträglichkeit mit dem Angebot im ZVB Innenstadt geprüft werden. Sind dabei schädliche Auswirkungen auf den ZVB Innenstadt zu erwarten, muss zwingend eine Verkaufsflächenbegrenzung erfolgen oder der Nachweis der Unbedenklichkeit (landesplanerisches Nichtbeeinträchtigungsgebot) geführt werden.

Städtebauliche und bauplanungsrechtliche Handlungsempfehlungen BSZ Zweibrücker Straße Nord:

Der im Verfahren befindliche Bebauungsplan F 118 „Zweibrücker Straße Nord“ ist mit der Zielsetzung dieser Fortschreibung des Einzelhandelskonzept zur Rechtskraft zu führen. Dabei bilden die folgenden Vorgaben die Grundlage.

BSZ Zweibrücker Straße Süd:

Der im Verfahren befindliche Bebauungsplan P 197 „Zweibrücker Straße - Turnstraße“ (Änderung des derzeit noch rechtskräftigen Bebauungsplans P 180 „Zweibrücker Straße / Turnstraße“) ist mit der Zielsetzung dieser Fortschreibung des Einzelhandelskonzept zur Rechtskraft zu führen. Die wesentliche Änderung ist die Ausweisung von Sonderbauflächen für großflächigen, nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel (im Bereich der bestehenden Einzelhandelsbetriebe). Dabei bilden die folgenden Vorgaben die Grundlage.

Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben im BSZ Zweibrücker Straße (Teilbereiche Nord und Süd)

1a Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment

Die Ansiedlung von Fachmärkten oder Umnutzung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Hauptsortimenten ist für die Standortentwicklung zielführend. Dabei muss insbesondere im Hinblick auf die innenstadtrelevanten Randsortimente immer eine städtebauliche Bewertung (Nichtbeeinträchtigungsgebot) vorgenommen werden.

Innenstadtrelevante sowie zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente in Einzelhandelsbetrieben sollen in einem Umfang von bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche je Betrieb zulässig sein, wobei einzelne Randsortimentsgruppen die für Pirmasens strukturprägenden Auslöseschwellenwerte nicht überschreiten dürfen. Zudem müssen die Randsortimente einen direkten inhaltlichen Bezug zum Hauptsortiment aufweisen. Ist bei der Erweiterung durch die Summierung von Verkaufsflächen (VKF) mehrerer innenstadtrelevanter Sortimentsgruppen eine negative Auswirkung zu befürchten (auch wenn die sortimentsbezogenen Schwellenwerte im Einzelfall nicht überschritten werden), **ist der Nachweis der städtebaulichen Unbedenklichkeit (Stichwort: Nichtbeeinträchtigungsgebot) zu führen unter Berücksichtigung der definierten/abgeleiteten Abwägungsschwellenwerte (siehe Kapitel J).**



1b Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment

Die Ansiedlung von zusätzlichen Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ist aufgrund der sehr guten Nahversorgungssituation in diesem Stadtbereich nicht zielführend und deshalb kritisch zu hinterfragen. Ausnahmen dazu können nur durch gutachterlichen Nachweis der Nichtbeeinträchtigung der Zentralen Versorgungsbereiche ermöglicht werden.

1c Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten

Die Ansiedlung von Betrieben mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten ist in diesem BSZ durch entsprechende Bauleitplanung grundsätzlich auszuschließen.

2 Beurteilung von Bestandsbetrieben des Einzelhandels und Erweiterungsvorhaben im BSZ Zweibrücker Straße (Bereich Nord und Süd)

2a Bestandsbetriebe des Einzelhandels mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment

Die Erweiterung von Betrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Hauptsortimenten ist für die Standortentwicklung zielführend. Dabei muss insbesondere im Hinblick auf die innenstadtrelevanten Randsortimente immer eine städtebauliche Bewertung (Nichtbeeinträchtigungsgebot) vorgenommen werden.

Bei Bestandsbetrieben und deren Erweiterung gilt: Innenstadtrelevante sowie zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente in Einzelhandelsbetrieben sollen in einem Umfang von bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche je Betrieb zulässig sein, wobei einzelne Randsortimentsgruppen die für Pirmasens strukturprägenden Auslöseschwellenwerte nicht überschreiten dürfen. Ist bei der Erweiterung durch die Summierung von Verkaufsflächen (VKF) mehrerer innenstadtrelevanter Sortimentsgruppen eine negative Auswirkung zu befürchten (auch wenn die sortimentsbezogenen Schwellenwerte im Einzelfall nicht überschritten werden), **ist der Nachweis der städtebaulichen Unbedenklichkeit (Stichwort: Nichtbeeinträchtigungsgebot) zu führen unter Berücksichtigung der definierten/abgeleiteten Abwägungsschwellenwerte (siehe Kapitel J).**

2b Bestandsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment

Innerhalb des abgegrenzten BSZ Zweibrücker Straße (Bereich Nord und Süd) sollen bestehende (Einzelhandels-)Betriebe mit dem Hauptsortiment Nahversorgung erhalten werden. Zur Sicherung der Nahversorgungsfunktion in diesem BSZ sollen die Betriebe im Rahmen einer Bauleitplanung innerhalb von festgesetzten Sondergebieten der „Nahversorgung“ mit Festsetzung von Verkaufsflächenobergrenzen erhalten werden.

Der Betriebstyp SB-Warenhaus im nördlichen Teil des BSZ Zweibrücker Straße ist zu erhalten.

2c Bestandsbetriebe des Einzelhandels mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment

Aufgrund des erheblichen Wettbewerbsdrucks dieser Bestandsbetriebe auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind die vorhandenen und genehmigten Verkaufsflächen (auch bei Nicht-Großflächigkeit) durch entsprechende Bauleitplanung auf ihren Verkaufsflächenbestand festzuschreiben.

3 Allgemeine Grundlagen bei Planungen und Vorhaben

Bei Sortimentsanpassungen oder –änderungen ist die Pirmasenser Liste (Siehe Kapitel I) als verbindliches Prüfschema anzuwenden.

Der Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit (Stichwort Nichtbeeinträchtigungsgebot) von Vorhaben, insbesondere bezogen auf die Funktionen der zentralen Versorgungsbereiche, ist auf der Grundlage der in Kapitel J definierten Auslöseschwellenwerte zu führen.

Agglomerationen von nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben, innerhalb derer die einzelnen Betriebe für sich genommen unter einem spezifischen Auslöseschwellenwert liegen, können in der Summe durchaus negative städtebauliche Auswirkungen haben und sind daher detailliert zu betrachten. Die Vermeidung von Funktionsbeeinträchtigungen durch



solche Agglomerationen bei den zentralen Versorgungsbereichen muss über eine entsprechende Bauleitplanung mit der Festsetzung von Obergrenzen für Verkaufsflächen erfolgen. (Grundlage LEP IV, Z61, Agglomerationsverbot)

In den BSZ Zweibrücker Straße einbezogene Flächen auf denen Gewerbebetriebe angesiedelt sind, sollen im Rahmen einer Bauleitplanung die Möglichkeit der (Um)Nutzung mit nicht-innenstadtrelevantem Einzelhandel erhalten (vgl. dazu die festgestellten Bedarfslücken in bestimmten Sortimentsbereichen, vgl. Abb. 36).

4 Sonderfallbetrachtung der Flächen des ehemaligen real SB-Warenhauses im Norden des BSZ Zweibrücker Straße

Durch den Wegfall des real SB-Warenhauses am genannten Standort kam es in der Folge zu einem quantitativen und teilweise qualitativen Versorgungsrückgang der umliegenden Wohn- und Arbeitsbevölkerung. Auch ist die Attraktivität des Gesamtstandortes (Magnetfunktion für die Gesamtstadt und Anziehungspunkt für den mittelzentralen Verflechtungsbereich) deutlich zurückgegangen.

Daher handelt es sich um einen Sonderfall im Zentrenkonzept der Stadt Pirmasens.

Zum Erhalt der Nahversorgungsfunktion zum einen und der Magnetfunktion für die Gesamtstadt und dem daraus resultierenden Versorgungsauftrag für den mittelzentralen Verflechtungsbereich zum anderen ist der Erhalt des Betriebstyps SB-Warenhaus an dieser Stelle jedoch ausdrücklich zu empfehlen.

Zielsetzung und Parameter für die Flächen des ehemaligen real SB-Warenhauses:

- 1) Wiederansiedlung eines SB-Warenhauses
- 2) Ausweisung eines separaten Sondergebietes mittels Bebauungsplan für den Betriebstyp SB-Warenhaus
- 3) Festsetzung der Verkaufsfläche nach Sortimenten als maximal verträgliche Fläche
- 4) Festsetzung der Shopzone und der dort geplanten Einzelhandelsbetriebe
- 5) Ausschluss von weiteren Betrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten

Mit diesen Festsetzungen ist auch zukünftig gewährleistet, dass ein leistungsfähiger (Nah-)Versorger im nördlichen Stadtbereich besteht, die Zugkraft des Gesamtstandortes Pirmasens hinsichtlich des Versorgungsauftrages des mittelzentralen Verflechtungsbereiches aufrecht gehalten werden kann und die Betriebsvielfalt gewahrt bleibt.

5 Allgemeine Grundlagen bei Veränderungen von sonstigen Gewerbebetrieben

Bei Änderung des gewerblichen und/oder betrieblichen Zwecks (Gewerbe wie Autohäuser oder Brennstoffdistributoren zu Einzelhandel), gelten die vorab (1-3) aufgestellten Regelungen. Ferner sind mögliche, unschädliche Umwidmungen mittels Sondergebiet Einzelhandel dann zu regeln. Die bestehenden Ausweisungen als Gewerbegebiet (GE) entfallen dann.

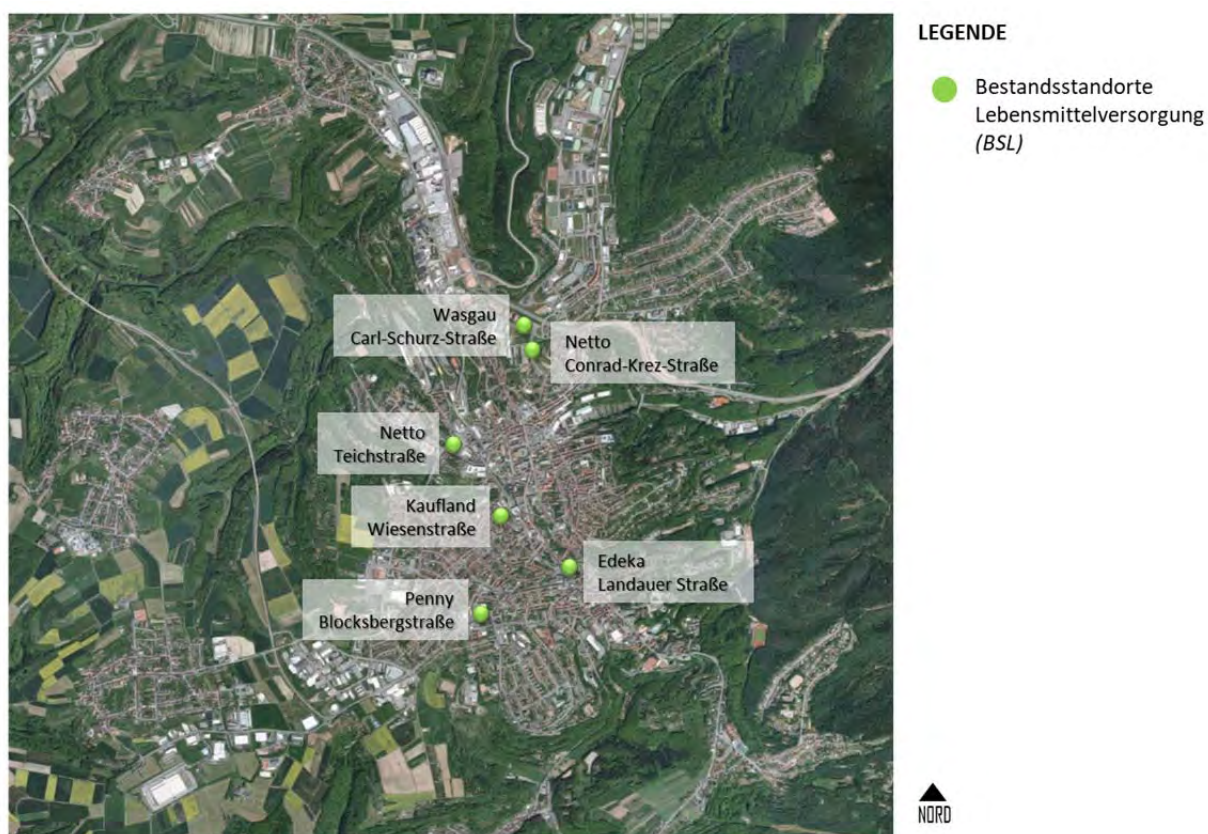
Fazit: Zur Vermeidung von negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche ist eine Steuerung des BSZ Zweibrücker Straße durch Fortschreibung der Bauleitplanung zwingend erforderlich.



G.4 Bestandsstandorte für Lebensmittelversorgung (BSL)

Bei den Bestandsstandorten für Lebensmittelversorgung handelt es sich um teilweise großflächige und autokundenfreundlich gelegene, städtebaulich oft nicht-integrierte Standorte (im Sinne des LEP IV). Mit den Bestandsstandorten für Lebensmittelversorgung wird die Nahversorgungsfunktion im Bereich Lebensmittel (Stichwort Fußläufigkeit) in den Stadtteilen insgesamt gut erfüllt und eine gute Flächenabdeckung gewährleistet, was für die künftige Wohnbauentwicklung in der Innenstadt und der Stadtteile (Umstrukturierungsbereiche) von großer Bedeutung ist.

Abbildung 53 Bestandsstandorte für Lebensmittelversorgung



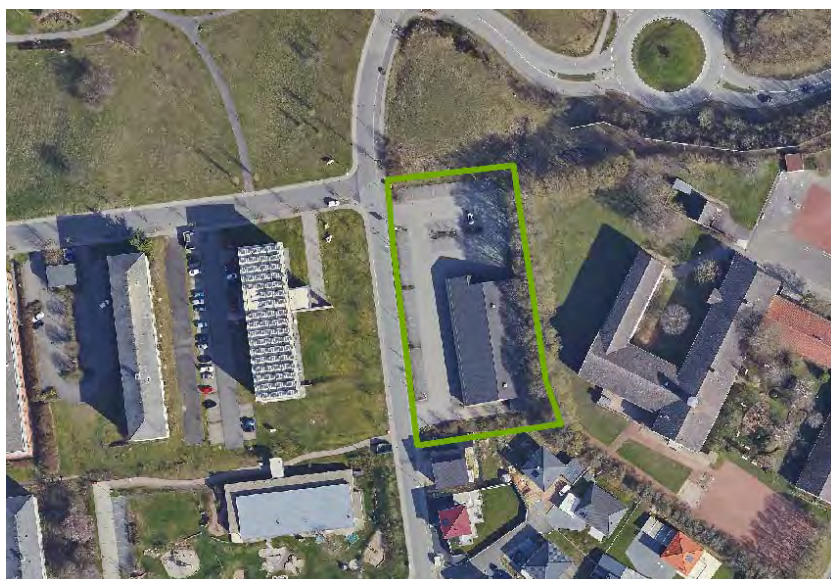
Quelle: eigener Entwurf 2016

G.4.1 Status der Bestandsstandorte für Lebensmittelversorgung

Es handelt sich um folgende Standorte:

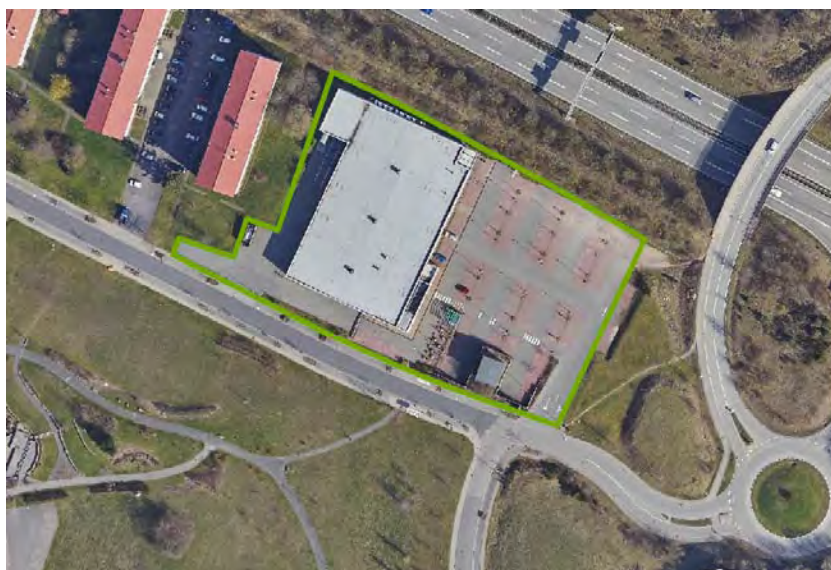
1. Bestandsstandort für Lebensmittel Conrad-Cretz-Straße (Netto)

Lage: Husterhöhe Nord
 Bauplanungsrecht: rechtskräftiger Bebauungsplan P163 „Husterhöhe Nord“
 Einzugsbereich: Husterhöhe, Sommerwald und Rodalber Straße



2. Bestandsstandort für Lebensmittel Carl-Schurz-Straße (Wasgau)

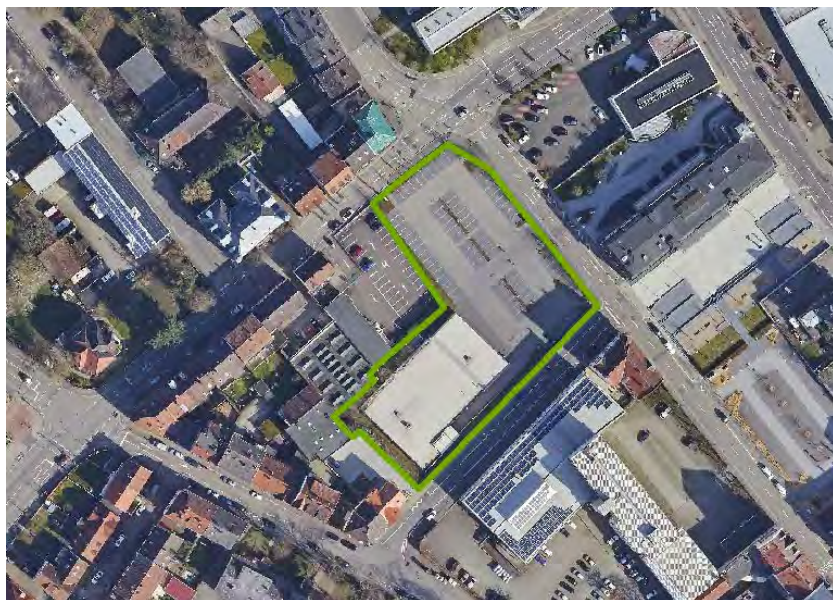
Lage: Husterhöhe Nord
 Bauplanungsrecht: rechtskräftiger Bebauungsplan P163 „Husterhöhe Nord“
 Einzugsbereich: Husterhöhe, Sommerwald und Rodalber Straße





3. Bestandsstandort für Lebensmittel Teichstraße (Netto)

Lage: Innenstadt
Bauplanungsrecht: rechtskräftiger vorhabenbezogener Bebauungsplan P 182 „Lebensmittelmarkt Teichstraße“
Einzugsbereich: Schachen



4. Bestandsstandort für Lebensmittel Wiesenstraße (Kaufland)

Lage: Innenstadt
Bauplanungsrecht: Innenbereich / § 34 BauGB
Einzugsbereich: westliche Innenstadt und östliches Winzler Viertel





5. Bestandsstandort für Lebensmittel Blocksbergstraße (Penny)

Lage: Übergangsbereich Winzler Viertel / Kirchberg
Bauplanungsrecht: Innenbereich / § 34 BauGB
Einzugsbereich: südlicher Teil Winzler Viertel / Teil Wohngebiet Kirchberg



6. Bestandsstandort für Lebensmittel Landauer Straße (Edeka)

Lage: südliche Innenstadt
Bauplanungsrecht: Innenbereich / § 34 BauGB
Einzugsbereich: Oststadt mit Horeb (Altstadt und angrenzendes Neubaugebiet)



In Bezug auf die Bestandsstandorte für Lebensmittelversorgung sei an dieser Stelle auf den Exkurs zum Thema §34 BauGB im Kapitel H.2.5 verwiesen.



G.4.2 Entwicklungsziele Bestandsstandorte Lebensmittelversorgung

Die umfassende Verkaufsflächenausstattung der solitären Nahversorgungsstandorte im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente gewährleistet eine quantitativ und qualitativ hinreichende Versorgung der Bevölkerung. Deshalb besteht derzeit kein Bedarf für die Neuansiedlung von weiteren Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem **Hauptsortiment im Stadtbereich außerhalb des ZVB Innenstadt**. Ausnahmen dazu können nur durch gutachterlichen Nachweis der Nichtbeeinträchtigung der Zentralen Versorgungsbereiche ermöglicht werden.

Bei den abgegrenzten, Bestandsstandorten Lebensmittel gilt:

Erhalt der bestehenden Märkte.

Betriebsbezogene Marktanpassungen und wettbewerbsbedingte Größenanpassungen sind städtebaulich unproblematisch. Bei Änderungen der Sortimente ist die Pirmasenser Liste anzuwenden und die Verträglichkeit hinsichtlich schädlicher Umsatzzumlenkungen aus den zentralen Versorgungsbereichen gutachterlich zu prüfen (Nichtbeeinträchtigungsgebot). Änderungen mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten sind in der Regel unproblematisch.

G.4.3 Städtebauliche und bauplanungsrechtliche Handlungsempfehlungen BSL

Bei der Beurteilung nach § 34 BauGB und der Aufstellung von verbindlichen Bauleitplänen bilden folgende Vorgaben die Grundlage:

Bestehende Betriebe im Bestandsstandort sollen die Möglichkeit erhalten, eine **betriebsbezogene, marktbedingte Erweiterung innerhalb der Nahversorgungssortimente vorzunehmen**. Damit ist eine **zukunftsfähige und marktdäquade Ausrichtung möglich**.

Grundsätzlich sind bei Betriebserweiterungen im unbeplanten Innenbereich (§34 BauGB) die Auslöseschwellenwerte zu beachten.

Bei einer **bauplanungsrechtlichen Steuerung** von Bestandsbetrieben und deren Erweiterung (z. B. im Rahmen des erweiterten Bestandsschutzes) soll die **Festsetzung von Verkaufsflächenobergrenzen erfolgen**. Innenstadtrelevante Randsortimente sollen dann in einem Umfang von bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche je Betrieb zulässig sein, wobei einzelne Randsortimentsgruppen die für Pirmasens strukturprägenden Auslöseschwellenwerte nicht überschreiten dürfen.



H Städtebauliche und bauplanungsrechtliche Handlungsempfehlungen in Bereichen und Standorten (außerhalb des Zentrenkonzepts unter Kapitel G)

Ist absehbar, dass durch Ansiedlungswünsche von Einzelhandelsunternehmen keine zusätzliche Steigerung der städtischen Gesamtzentralität entsteht, sondern lediglich traditionelle Einzelhandelslagen oder Bestandsstandorte mit zentralitätsbildender Funktion mit innenstadtrelevante und nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimenten in ihrer Bedeutung geschwächt werden, sind diese aus städtebaulicher Sicht abzuwehren. Grundsätzlich sollte bei der Genehmigung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevantem und nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment beachtet werden, dass auch hier eine Verträglichkeit gegeben ist. Ein reiner Verdrängungswettbewerb führt zu vermehrten Leerständen in den zentralen Versorgungsbereichen und sowie den Bestandsstandorten für Lebensmittelversorgung. In den Bestandsstandorte mit zentralitätsbildender Funktion, den Bestandsstandorten für Lebensmittelversorgung und den sonstigen, nicht-integrierten Lagen, entsteht hieraus wiederum regelmäßig ein Umnutzungsdruck in höherwertige Nutzungen, das heißt i.d.R. innenstadtrelevanter Einzelhandel.

Nach § 1 Abs. 5 BauNVO kann im Bebauungsplan festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die im Plangebiet an sich allgemein zulässig sind, nicht zulässig oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können. Die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebietes muss gewahrt bleiben. Unter „Arten von Nutzungen“ sind die in der BauNVO verwendeten Nutzungsbegriffe zu verstehen. Auf der Grundlage dieser Ermächtigungsnorm können auch Einzelhandelsnutzungen (als Arten von Nutzungen) in Mischgebieten, Gewerbegebieten und Industriegebieten generell ausgeschlossen werden. Der Ausschluss muss jedoch städtebaulich erforderlich sein (§ 1 Abs. 3 BauGB) und den Anforderungen des Abwägungsgebotes (§ 1 Abs. 7 BauGB) genügen.

H.1 Sonstige Lagen / Standorte im Bereich von Bebauungsplänen

H.1.1 Gewerbegebiete

Für kleinflächige Einzelhandelsbetriebe (Verkaufsfläche unter 800qm) existiert eine dem § 11 Abs. 3 BauNVO vergleichbare einschränkende gesetzliche Vorgabe mit Blick auf deren mögliche städtebauliche Auswirkungen nicht. In Dorfgebieten, Mischgebieten, Gewerbegebieten und Industriegebieten sind Einzelhandelsbetriebe entweder ausdrücklich oder aber als Unterart der Nutzungsart „sonstige Gewerbebetriebe aller Art“ allgemein zulässig.

Grundsatz einzelhandelsbezogener Festsetzungen ist der generelle Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben im Gewerbegebiet GE gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO als Unterart von Gewerbebetrieben aller Art gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 BauNVO. Die Differenzierung dieser Nutzungsart erfolgt auf der Grundlage des § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO. Der Begründungsansatz für solche Festsetzungen ist das städtebauliche Integrationsgebot, wonach Einzelhandelsflächen auf die bestehenden zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte zu konzentrieren sind. Grundsätzliche Zielausrichtung für Flächen in Gewerbegebieten ist die Freihaltung und Nutzung von Gewerbeflächen für produzierende Gewerbe- und Handwerksbetriebe. Diese Zielsetzung ist für die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt Pirmasens von enormer Bedeutung. Zurzeit kann die Gewerbeflächennachfrage nur sehr schlecht bedient werden, weil geeignete Flächen nicht in ausreichendem Maß zur Verfügung stehen und auch künftig (auch topographiebedingt) nur begrenzt bereitgestellt werden können. Ein möglichst optimaler Zugriff auf Bestandsflächen im beplanten Bereich ist deshalb von großer Bedeutung.

Der Gebietscharakter des Gewerbegebietes wird durch den Ausschluss von Einzelhandel (Ausnahme Brennstoffhandel und Kfz-Handel²²) nicht beeinträchtigt, da Gewerbegebiete vorwiegend der Unterbringung von nicht erheblich belästigenden Gewerbe- und Handwerksbetrieben dienen.

²² vgl. Erörterung Fußnote 21, Seite 64



Weiterer Gegenstand der Festsetzungen ist die Zulässigkeit von an den Endverbraucher gerichteten Verkaufsstätten von Gewerbebetrieben aller Art (einschließlich Handwerksbetrieben). **Der Verkauf von Waren und deren Herstellung erfolgt direkt am Produktionsstandort.** In der Regel weisen solche Betriebe eine eigenständige, von der Produktion getrennte Verkaufsstätte auf. Diese erfüllt die Merkmale für einen selbständigen Einzelhandelsbetrieb, wenn sie einen eigenen Eingang hat und unabhängig von dem Produktionsbereich des Betriebes geschlossen und geöffnet werden kann. In diesen Fällen ist der Betrieb baurechtlich sowohl als Einzelhandelsbetrieb als auch als Produktions- bzw. Handwerksbetrieb zu werten. Die Verkaufsstätte muss in **einem unmittelbaren räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit dem entsprechenden Gewerbebetrieb stehen** und sich diesem in seiner Größe deutlich unterordnen.

Es erfolgt eine Differenzierung nach Unterarten der baulichen Nutzung gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO. Dieser sog. „Werksverkauf“ ist als eigener Anlagentyp im Gewerbegebiet zulässig und kann innenstadtrelevante und nicht-innenstadtrelevante Warensortimente aus der eigenen Produktion in untergeordneter Größenordnung anbieten.²³ Die Zulässigkeit dient der wirtschaftlichen Unterstützung der anzusiedelnden Produktions- oder Handwerksnutzungen und liegt deshalb zugleich auch im Interesse der wirtschaftlichen Entwicklung des Standortes und der gewollten Nutzungsmischung. Insoweit ist die untergeordnete Handelsfunktion bewusst deutlich anders bewertet als eigenständiger Einzelhandel, selbst wenn dieser das gleiche Sortiment anbieten sollte.

Für die bereits bestehenden, gewachsenen Werksverkäufe in Pirmasens wurde innerhalb von Bebauungsplänen bereits eine Verkaufsflächenbegrenzung vorgenommen. Im unbeplanten Innenbereich (§34 BauGB) gelten die unter Kapitel J festgelegten Auslöseschwellenwerte als Beurteilungsgrundlage.

H.1.2 Industriegebiete

Um die Industriegebiete denjenigen Betrieben vorzubehalten, die wegen ihres hohen Störgrades durch Emissionen in anderen Gebieten nicht zulässig sind, sollten Einzelhandelsbetriebe sowie Verkaufsstellen von Handwerksbetrieben und anderen Gewerbebetrieben, die sich ganz oder teilweise an Endverbraucher wenden, in Bebauungsplangebieten mit GI-Festsetzung nach § 9 BauNVO grundsätzlich ausgeschlossen werden.

H.1.3 Neue Sondergebiete mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten

Ansiedlungen von großflächigem Einzelhandel außerhalb der definierten Bereiche und Standorte des Zentrenkonzepts sollen nur in städtebaulich begründeten Ausnahmefällen im nicht innenstadtrelevanten Sortimentsbereich . möglich sein.

Um unerwünschte raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sondergebieten (SO Einzelhandel) gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, werden Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen erforderlich.

Wird durch eine Sondergebietsfestsetzung ein Standort für einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit einem nicht innenstadtrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zugelassen, müssen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente des Einzelhandelsbetriebs exakt beschrieben und in ihrer Verkaufsfläche begrenzt werden, um einer potenziellen Gefährdung des Entwicklungsziels der Sicherung und Stabilisierung zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken (Nichtbeeinträchtigungsgebot).

Innenstadtrelevante Randsortimente sollen nach den Vorgaben des LEP IV in SO-Gebieten dann **auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung, i. d. R. maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche** je Einzelhandelsbetrieb begrenzt sein. Dabei sollen einzelne Randsortimentsgruppen die für Pirmasens strukturprägenden Auslöseschwellenwerte nicht überschreiten. Ist bei der Erweiterung durch die Summierung von Verkaufsflächen (VKF) mehrerer innenstadtrelevanten Sortimentsgruppen eine negative Auswirkung zu befürchten (auch wenn die sortimentsbezogenen Schwellenwerte im Einzelfall nicht überschritten werden), **ist der Nachweis der städtebaulichen Unbedenklichkeit (Stichwort: Nichtbeeinträchtigungsgebot) zu führen unter Berücksichtigung der definierten/abgeleiteten Abwägungsschwellenwerte (siehe Kapitel J).**

²³ vgl. Auslöseschwellenwert Seite 82



H.1.4 Mischgebiete

Mischgebiete zeichnen sich dadurch aus, dass die Hauptnutzungsarten nicht soweit entflochten werden können, dass größere Bereiche entstehen, in denen die eine oder andere Nutzungsart ein solches Übergewicht bekommt, dass de facto ein Wohngebiet oder ein Gewerbegebiet entsteht. In der Praxis ist es nicht einfach, allein durch die Mischgebietsfestsetzung eine gleichgewichtige Mischung von Wohnen und Gewerbe sicherzustellen. Schon gar nicht wird so eine gemischte Nutzung einzelner Grundstücke erreicht. Auch wenn bei einer schrittweisen Entwicklung des Gebietes dasjenige Vorhaben, das zum „Umkippen“ des Mischgebietes führt, nur schwer zu bestimmen ist, muss die Baubehörde im Einzelfall in Abstimmung mit der Gemeinde prüfen, ob die Eigenart des Baugebietes durch das Vorhaben nicht mehr gewahrt wäre, sodass es gemäß § 15 BauNVO nicht zugelassen werden kann.

In Mischgebieten soll die Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit innerstadtrelevanten Sortimenten auf der Grundlage der Pirmasenser Liste (Kapitel I) und der sortimentsspezifischen Auslöschwellenwerte (siehe Kapitel J.3) erfolgen.

Gesamtfazit zu Kapitel H.1

Flächen in Baugebieten mit potentieller Eignung (in Bezug auf die Gebietsart, ihre Lage, Ausdehnung, Grundstückszuschnitt oder einer vorhandenen Baustruktur) zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der Bestandsstandorte mit zentralitätsbildender Funktion sind zwingend durch Änderung der Flächennutzungs- und Bebauungspläne zu überplanen.



H.2 Standorte im Innenbereich gemäß §34 BauGB

Die Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten soll auf der Grundlage der Pirmasenser Liste (Kapitel I) und der sortimentspezifischen Auslöseschwellenwerte (siehe Kapitel J.3) erfolgen.

Zukünftige Ansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben sollten sich jedoch zwingend auf die Zentralen Versorgungsbereiche beschränken. Die Ansiedlung von großflächigen Betrieben mit der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel (Nahversorger) ist aufgrund der guten Flächenabdeckung im Stadtgebiet außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt derzeit nicht notwendig.

Flächen im Innenbereich (Beurteilungsgrundlage § 34 BauGB) mit potentieller Eignung (in Bezug auf den Gebietscharakter, ihre Lage, Ausdehnung, Grundstückszuschnitt oder einer vorhandenen Baustruktur) zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche sind zwingend durch Änderung der Flächennutzungs- und Bebauungspläne zu überplanen.

Exkurs zu §34 – Zulässigkeit von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile

(1) Innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist. Die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse müssen gewahrt bleiben; das Ortsbild darf nicht beeinträchtigt werden.

(2) Entspricht die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete, die in der auf Grund des § 9a erlassenen Verordnung bezeichnet sind, beurteilt sich die Zulässigkeit des Vorhabens nach seiner Art allein danach, ob es nach der Verordnung in dem Baugebiet allgemein zulässig wäre; auf die nach der Verordnung ausnahmsweise zulässigen Vorhaben ist § 31 Abs. 1, im Übrigen ist § 31 Abs. 2 entsprechend anzuwenden.

(3) Von Vorhaben nach Absatz 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.

(3a) Vom Erfordernis des Einfügens in die Eigenart der näheren Umgebung nach Absatz 1 Satz 1 kann im Einzelfall abgewichen werden, wenn die Abweichung

1. der Erweiterung, Änderung, Nutzungsänderung oder Erneuerung eines zulässigerweise errichteten Gewerbe- oder Handwerksbetriebs oder der Erweiterung, Änderung oder Erneuerung einer zulässigerweise errichteten baulichen Anlage zu Wohnzwecken dient,
2. städtebaulich vertretbar ist und
3. auch unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist.

Satz 1 findet keine Anwendung auf Einzelhandelsbetriebe, die die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können.

Anmerkungen:

Nur ein Vorhaben, das innerhalb eines im Zusammenhang bebauten Ortsteils ausgeführt werden soll, ist nach § 34 BauGB zulässig. Das setzt in räumlicher Hinsicht dreierlei voraus:

- Einmal muss das zu bebauende Grundstück von relevanter Bebauung umgeben sein,
- diese relevante Bebauung muss in einem Zusammenhang stehen und
- der Bebauungszusammenhang muss einem Ortsteil angehören.

Ob ein unbebautes Grundstück, das sich einem Bebauungszusammenhang anschließt, diesen Zusammenhang fortsetzt oder ihn unterbricht, hängt davon ab, inwieweit nach der maßgeblichen Betrachtungsweise der Verkehrsauffassung die aufeinanderfolgende Bebauung trotz der vorhandenen Baulücke den Eindruck der Geschlossenheit oder Zusammengehörigkeit vermittelt. Ein unbebautes und auch nicht optisch durch Bebauung geprägtes Grundstück am Rande eines Bebauungszusammenhangs kann dann (ausnahmsweise) noch zum Innenbereich gehören, wenn es ihm, etwa wegen eines



hinter ihm liegenden Geländehindernisses oder wegen anderer topografischer Verhältnisse, bei wertender Betrachtung im Einzelfall, zugerechnet werden muss.²⁴

Nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB richtet sich die planungsrechtliche Zulässigkeit baulicher Vorhaben im unbeplanten Innenbereich nach dem sich aus der vorhandenen Bebauung ergebenden Maßstab. Erst wenn der maßgebliche Rahmen ermittelt ist, stellt sich die weitere Frage, ob sich das zur Prüfung stehende Vorhaben in ihn i.S.d. § 34 BauGB einfügt. Das bedeutet allerdings, dass – gleichsam auf der ersten Stufe der Betrachtung – alles an Bebauung in den Blick zu nehmen ist, was in der näheren Umgebung tatsächlich vorhanden ist. Eine Beschränkung auf das, was von der vorhandenen Bebauung städtebaulich wünschenswert oder auch nur vertretbar ist, darf insoweit nicht vorgenommen werden. Auch eine städtebaulich unerwünschte Bebauung darf bei der Bildung des Maßstabs nicht einfach von vornherein vernachlässigt werden.

Die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit wird im unbeplanten Innenbereich nach § 34 Abs. 1 BauGB innerhalb des Bezugsrahmens der näheren Umgebung durch vier Kriterien bestimmt, nämlich

- die Art und
- das Maß der baulichen Nutzung,
- die Bauweise und
- die Grundstücksfläche, die überbaut werden soll.

Mit diesen Tatbestandsmerkmalen hat es, von

- der Sicherung der Erschließung,
- den Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse sowie
- dem Schutz des Ortsbildes

abgesehen, sein Bewenden.

§ 34 Abs. 3 BauGB enthält eine weitere, einschränkende Zulässigkeitsvoraussetzung für Vorhaben nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB. Zweck der Vorschrift ist der Schutz zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden vor schädlichen Auswirkungen durch Vorhaben, die nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB grundsätzlich zulässig wären. Dies betrifft vor allem Vorhaben des (großflächigen) Einzelhandels, die städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche verursachen.²⁵

Von Abs. 3 erfasst werden insbesondere Einzelhandelsbetriebe, und zwar auch nicht-großflächige.²⁶ Damit fallen auch Fachmärkte oder Lebensmitteldiscounter mit weniger als 800qm Verkaufsfläche, also unterhalb der vom BVerwG²⁷ gezogenen Grenze der Großflächigkeit, unter diese Regelung. Entscheidend ist allein, ob von ihnen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen können.²⁸

§ 34 Abs. 3 BauGB will schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermeiden. Anders als § 11 BauNVO verlangt diese Vorschrift konkrete, also nachweisbare schädliche Auswirkungen. Deshalb findet hier die Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO keine Anwendung,²⁹ weder unmittelbar noch entsprechend.

Maßgeblich sind nach der Rechtsprechung³⁰ drei Gesichtspunkte:

- Das Vorhaben – in der Praxis ein großflächiger oder nichtgroßflächiger Einzelhandelsbetrieb – soll außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden;
- das Warenangebot dieses Einzelhandelsbetriebes soll gerade (auch) solche Sortimente umfassen, die in Konkurrenz stehen zu den für die gegebene Versorgungsfunktion des betreffenden zentralen Versorgungsbereiches typischen Sortimenten;

²⁴ BVerwG, Beschl. v. 1.8.1994 – 4 B 203/93 – juris

²⁵ Vgl. RegE, BT-Drucks. 15/2250, S. 54.

²⁶ OVG Münster, Urt. v. 19.6.2008 – 7 A 1392/07 – BauR 2008, 2025.

²⁷ BVerwG, Urt. v. 24.11.2005 – 4 C 10/04 – BauR 2006, 639.

²⁸ Kuschnerus, Rn. 326.

²⁹ BVerwG, Urt. v. 12.2.2009 – 4 B 3.09 – BauR 2009, 944; BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 1.08 – BauR2010, 732, 733.

³⁰ BVerwG, Urt. v. 11.10.2007 – 4 C 7.07 – BauR 2008, 315; OVG Münster, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05 – BauR 2007, 848.



- das Vorhaben lässt nach seiner konkreten Lage und Ausgestaltung erwarten, dass die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs insbesondere durch zu erwartende Kaufkraftabflüsse in beachtlichem Ausmaß beeinträchtigt und damit gestört wird.

Liegt das Vorhaben im oder im direkten Anschluss an den zentralen Versorgungsbereich, kann es dessen Funktion nicht stören. § 34 Abs. 3 BauGB normiert keinen Konkurrenzschutz der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe. Aus der Voraussetzung der Sortimentsidentität folgt, dass ein Nahversorgungszentrum, welches ganz überwiegend Güter des kurzfristigen Bedarfs anbietet, in seiner Funktion nicht durch die Errichtung etwa eines Elektrofachmarktes beeinträchtigt wird. Umgekehrt kann ein Einzelhandelsbetrieb schädliche Auswirkungen erwarten lassen, der gerade die Sortimente anbietet, die in dem Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden.

Einzelhandelsbetriebe, die sich wegen § 34 Abs. 3 BauGB nicht einfügen, können auch nicht nach Maßgabe des § 34 Abs. 3a BauGB zugelassen werden. Auf § 34 Abs. 2 BauGB ist die Regelung nicht anwendbar. Hierfür besteht auch kein Bedürfnis, weil Vorhaben, die ihrer Art nach in dem jeweiligen Baugebiet nicht allgemein zulässig sind, im Wege der Ausnahme oder Befreiung zugelassen werden können (§ 34 Abs. 2 Hs. 2 BauGB).

Eine Regelung wäre hier mit Hilfe §9 Abs. 2a BauGB einen einfachen Bebauungsplan mit Ausschluss von Einzelhandel als übergeordnete Planung über die betroffenen Gebiete zu legen. Eine Überprüfung von Festsetzungen in z.B. Mischgebieten (MI) ist die Konsequenz.

H.3 Nachnutzung / Umnutzung von Leerständen

Im Bereich des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, insbesondere in den A- und B-Lagen, ist die Nachnutzung von Einzelhandelsleerständen mit Einzelhandelsflächen anzustreben. Dabei ist eine umfassende Information der Eigentümer zu der derzeitigen Immobiliensituation (lageabhängige Möglichkeiten und Chancen einer Nachnutzung) von großer Bedeutung. In vielen Fällen wird eine Nachnutzung des Leerstands als Einzelhandelsfläche aufgrund der zu kleinen Verkaufsfächenzuschnitte im Bestand nur durch Zusammenlegung von direkt angrenzenden Leerstandsflächen mit dem gleichen Problem möglich. Gelingen kann dies nur durch eine Kooperation der betroffenen Eigentümer und der Innenstadtakteure (siehe dazu Kapitel K).

Fazit zu Kapitel H

Die Bauleitplanung ist durchgängig den Zielen und Inhalten des Einzelhandelskonzeptes anzupassen!

Die Bauleitplanung sollte vorsorglich erfolgen. Bei Änderungen in der Gesetzgebung oder von Rechtsgrundlagen (z. B. BauGB, BauNVO, o.ä.) sowie der Rechtssprechung einerseits, oder bei Veränderungen in den Handelsobjekten andererseits, sollte eine Überprüfung der Bauleitplanung und ggfls. eine entsprechende Anpassung erfolgen.

Die städtebauliche Verträglichkeit muss bei Neuansiedlungen und Bestandsweiterentwicklungen in Bezug zu bestehenden zentralen Versorgungsbereichen gewährleistet sein.



I Pirmasenser Liste

Die Definition einer speziell für den Pirmasenser Einzelhandel aufgestellten, zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsliste ist entscheidender Bestandteil der vorliegenden Entwicklungskonzeption für die Stadt. Da alle Einzelhandelsbetriebe in Pirmasens sortimentsscharf erhoben wurden, ist die Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH in der Lage, eine entsprechende Liste zu erstellen. Zudem gilt es eine Aktualisierung der bestehenden Liste von 2011 (CIMA) vorzunehmen.

Grundlagen der „Pirmasenser Liste“ sind die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung, die lokalen Gegebenheiten und die bereits dargestellten Entwicklungspotenziale des Pirmasenser Einzelhandels. Entscheidend bei der Festlegung der Sortimentsliste sind die erhobenen Sortimente innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt. Treten hier einzelne Sortimente nicht mehr oder nur noch in Teilsortimenten innerhalb von Fachgeschäften auf, so sinkt deren Zentrenrelevanz. Ebenso als Bewertungskriterium fließt die Gewichtung der Ansiedlungsperspektiven einzelner Warengruppen für Innenstadtlagen ein. Hier wurde im Besonderen nach marktüblichen Standortpräferenzen die Marktfähigkeit von bestimmten Betriebstypen und Flächenverfügbarkeiten bewertet.

Abbildung 54 Überprüfung der (Teil-)Sortimentsgruppen und deren Innenstadt-/Zentrenrelevanz

Sortiment	Zuordnung 2011	Flächenbestand 2016	Bedeutung für Innenstadttatraktivität	Magnetfunktion	Transportfähigkeit/Warenbeschaffenheit	Synergieeffekte für die Innenstadt	Neue Zuordnung 2017	Anmerkungen
Tiernahrung, Zooartikel	■	□	□	■	□	□	□	Alle Angebote finden sich fast vollständig außerhalb von ZVBs. Auch handelt es sich um keine Handtaschensortimente.
Baby- und Kinderbedarf	■	□	■	■	■	□	□	Alle Angebote finden sich vollständig außerhalb von ZVBs. Auch handelt es sich um keine Handtaschensortimente.
Textilien, Heimtextilien, Bettwäsche, Badtextilien	■	□	□	■	■	□	□	Viele Angebote finden sich vollständig außerhalb von ZVBs.
Vorhänge, Gardinen, Orientteppiche	■	□	□	■	□	□	□	Die Angebote finden sich überwiegend außerhalb von ZVBs. Auch handelt es sich um keine Handtaschensortimente.
Spielwaren	■	□	■	■	■	■	■	Selbst wenn dieses Sortiment auch außerhalb der Innenstadt angeboten wird, ist das Sortiment als innenstadtrelevant zu bewerten.
Lampen und Leuchten	■	□	□	□	□	□	□	Die Angebote finden sich überwiegend außerhalb von ZVBs. Auch handelt es sich um keine Handtaschensortimente.
Gebrauchtwaren	■	□	□	□	□	□	□	Gebrauchtwaren oder Second-Hand-Artikel tragen nur bedingt zur Attraktivitätssteigerung einer Innenstadt bei.

■=innenstadtrelevante Eigenschaft
Eigenschaft

□=überwiegend innenstadtrelevante Eigenschaft

□=nicht-zentrenrelevante

Quelle: eigene Bewertung

Generell ist festzuhalten, dass innenstadtrelevante Sortimente großflächig grundsätzlich nur innerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche zulässig sind. Zum anderen betreffen großflächige **Ansiedlungsausschlüsse lediglich die innenstadtrelevanten sowie die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente**, wenn diese außerhalb des ZVB Innenstadt oder den ausgewiesenen Lagen angesiedelt werden sollen. Dagegen sollen nach Möglichkeit großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten auch in den Zentren und Lagen des Zentrenkonzeptes (ZVB, BSZ und BSL) angesiedelt werden.



Ansiedlungen von großflächigem Einzelhandel außerhalb der definierten Bereiche und Standorte des Zentrenkonzepts sollen nur in städtebaulich begründeten Ausnahmefällen im nicht innenstadtrelevanten Sortimentsbereich möglich sein.

Abbildung 55 Pirmasenser Liste

Innenstadtrelevantes Sortiment	Nicht-innenstadtrelevantes Sortiment
Nahrungs- und Genussmittel Lebensmittel*, Nahrungs- und Genussmittel*, Tabakwaren*, Getränke*, Reformwaren	
Gesundheits- und Körperpflege Drogerieartikel*, Parfümerieartikel*, Apothekenwaren*, orthopädische und medizinische Waren, Hygieneartikel	
Textilien, Bekleidung, Lederwaren Damen- und Herrenoberbekleidung, Kinderbekleidung, Kürschnerwaren, Miederwaren, Strümpfe, Bekleidungszubehör, Kurzwaren, Lederwaren, Taschenwaren, Handarbeitsbedarf, Sportbekleidung, Reisegepäck	
Schuhe	
Uhren, Schmuck, Optik Uhren, Schmuck, feinmechanische Erzeugnisse, Optik (Lupen, Ferngläser, Brillen, etc.), Edelmetallwaren, Akustik	
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik (GPK) Hausrat aus Eisen, Metall, Kunststoff, Schneidwaren, Bestecke, Feinkeramik, Glaswaren, Porzellan, Steingut, Galanteriewaren, Geschenkartikel, Näh- und Strickmaschinen	Haushaltswaren, GPK Campingartikel
Elektrowaren Braune Ware (Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte, DVD, CD, Video, Foto-, Kino- und Projektionsgeräte, Fotozubehör), Computer, Telekommunikation, Zubehör	Elektrowaren Weiße Ware (z.B. Herde, Kühl- und Gefrierschränke und -truhen, Geschirrspülmaschinen, Staubsauger, Waschmaschinen, Öfen)
Bücher und Schreibwaren Bücher, Fachzeitschriften, elektronische Publikationen, Unterhaltungszeitschriften, Schreibwaren, Papierwaren, Büroartikel, Bastelartikel	Bücher und Schreibwaren Büromaschinen, Organisationsmittel, Büromöbel
Möbel und Einrichtungsbedarf Antiquitäten	Möbel und Einrichtungsbedarf Leuchten und Lampen, Teppiche, Möbel, sperriger Einrichtungsbedarf, Matratzen, Gardinen, Kunst und kunstgewerbliche Gegenstände, Devotionalien, Bettwäsche, Bettwaren, Bilder, Rahmen, Kinderwägen
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse	Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren, Rasenmäher, Schrauben, Kleisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel, Tapeten, Wand- und Deckenbeläge, Bodenbeläge, elektrotechnische Erzeugnisse, Lacke, Farben, Polituren, Klebstoffe, Pinsel und Zubehör, Pflanzen, Blumentöpfe und -erde, Heimtier- und Kleintierfutter, Zoobedarf, Tiere, Sämereien, Düngemittel, Schnittholz, Baustoffe
Hobby-, Sport und Freizeitartikel Musikinstrumente, Musikalien, Briefmarken, Malbedarf, Waffen, Munition, Jagdgeräte, Jagdausrüstung, Sportartikel, Spezialsportschuhe, Berg- und Wanderschuhe, Wanderrucksäcke, Spielwaren	Hobby-, Sport- und Freizeitartikel Fahrräder, Zweiräder, KFZ- und Kradzubehör, Kindersitze, Reifen, Sportgeräte, Zelte, Turngeräte, Sport- und Freizeitboote, Gebrauchsgüter

** Sortimentsgruppe ist nahversorgungsrelevant. Sie ist Teil des innenstadtrelevanten Sortiments und hat eine besondere Bedeutung für die Nahversorgung und damit für die ZVBs Kirchberg, Ruhbank und Winzeln. Die übrigen Sortimentsgruppen haben besondere Bedeutung für die (überörtliche) Zentralität der Innenstadt (Entsprechend der Aufgabenteilung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen wird hier bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben auch noch hinsichtlich der Nahversorgungsrelevanz unterschieden).*

Soweit im Einzelfall bestimmte Artikel in der Liste nicht aufgeführt sind, sind sie nach sachlogischem Zusammenhang einer der benannten Artikelgruppen zuzuordnen.



J Schwellenwerte als Grundlage für die Beurteilung von Vorhaben

J.1 Tragfähigkeit und Entwicklungsfähigkeit von Zentren und Standorten

Um die Tragfähigkeit der jeweiligen Zentrenstruktur bewerten zu können, wurden Angebot, Qualität und Verkaufsflächenausstattung exakt untersucht und bemessen. Auch die möglichen Erweiterungspotenziale sowie die städtebaulichen Strukturen aber auch Anbindung an Wohngebiete und weitere Distanzen erschließende Verkehrsträger wurden geprüft und durch Vor-Ort-Recherche verifiziert.

J.2 Bewertungs- und Bemessungsgrundlagen

Grundlage des Modells ist die Vollerhebung des Einzelhandelsbestandes und zusätzlich die genauen Kenntnisse über die Einwohner-, Pendler- und Kaufkraftverhältnisse sowie Umsätze und Verkaufsflächen in Pirmasens und im Einzugs- und Marktgebiet. Siehe dazu u. a. die Kapitel C-E.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind derzeit keine großen, zusammenhängenden und ungenutzten oder leerstehenden Flächenpotenziale (Ausnahme: Areal Kaufhalle) für größere Einzelhandelsansiedlungen vorhanden. Weiterer Druck auf die zentralen Versorgungsbereiche ist vor dem Hintergrund zu erwarten, dass in den umliegenden Orten Einzelhandelsprojekte geplant oder entstanden sind, die Kaufkraftabflüsse für die Stadt Pirmasens mit sich bringen. Deshalb sind die Überlegungen für die Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in Pirmasens auf eine zielgerichtete Expansion innerhalb der definierten Abgrenzungen zu richten.

J.3 Sortimentsbezogene Abwägungsschwellenwerte und Auslöseschwellenwerte

Insgesamt ist festzuhalten, dass ein leichter trading-down Prozess im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Pirmasens festzustellen ist. Hier bezeichnet "trading down" den Trend zum Ersatz höherwertiger- und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Einzelhandelsbetriebe der Ersatz höherpreisiger Sortimentsbestandteile durch niedrigpreisige Artikel. Damit einhergehend sind eine Verflachung (Banalisierung) des Angebotes, des Ladenbaus, der Außenwerbung, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten festzustellen.

Erscheinungsmerkmale von trading down Prozessen sind u. a. discountierende Filialisten, Postenläden (1-Euro-Shops), Verkauf von der „Palette“, temporäre Zwischennutzungen, Leerstand. Dieser trading-down Prozess ist auch auf die gestiegene Zahl von großflächigen, preisaggressiven Angeboten außerhalb von Pirmasens (u.a. DOZ Zweibrücken, IKEA Kaiserslautern, FOC Hauenstein) zurückzuführen. Um v. a. preisorientierte Kunden zurück zu gewinnen, gehen auch die innerstädtischen Anbieter in Teilen ihrer Sortimente diesen Preiskampf ein. Dadurch kommt es zu einer Verflachung des Angebotes und einer qualitativen Minderung der angebotenen Sortimente. Gerade Fachmarktzentren, Möbelgroßflächen und Factory-Outlet-Center (großflächige Ansiedlungen im Einzugsbereich von Pirmasens) sind in der Lage durch ihre gute Erreichbarkeit und hohe Konzentration von innenstadtrelevanten Sortimenten mit unterschiedlichsten Angeboten, preis- und qualitätssensitive Kunden aus der Innenstadt von Pirmasens abziehen.

Die regional nicht angepassten Entwicklungen der Vergangenheit (vor allem die Etablierung des DOZ in Zweibrücken), haben zu einer nicht unerheblichen Schädigung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt der Stadt Pirmasens geführt, da hier gerade die innenstadtrelevante Kernkompetenz angegriffen wurde.

Durch dieses heute ablesbare trading-down kommt es zu Attraktivitätsverlusten in bestehenden Einkaufslagen. Dadurch betroffen sind in erster Linie die meist inhabergeführten qualitativ höherwertigen Einzelhandelsbetriebe, die plötzlich in einem deutlich weniger attraktiven Umfeld agieren müssen. Durch geänderte Laufwege (Verbraucher suchen attraktive Standorte!) mit einhergehenden sinkenden Frequenzen ergeben sich zwangsläufig auch Tragfähigkeitsprobleme. Diese können trading-down Prozesse beschleunigen und zu Leerständen in ganzen Straßenzügen führen. Diese so generierten Leerstände sind dann nur noch sehr schwer zu füllen oder provozieren städtebaulich nicht gewünschte Ansiedlungen (z.B. Spielhallen, Wettbüros) und lassen die Attraktivität als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandorts vollkommen in den Hintergrund treten. Die damit verbundenen Vermietungsprobleme sind nur ein Aspekt. Schwerwiegender ist der funktionale Mangel in solchen Lagen, der den Eigentümer schließlich zur Umstrukturierung der Bausubstanz zwingt. Dabei sind auch ursprünglich noch häufig als Einzelhandelsflächen genutzten EG-Zonen oftmals nur noch als Dienstleistungs- oder sonstige die Wohnnutzung (i. d. R. in den oberen Geschossen) nicht störende Gewerbeflächen umzunutzen. Letztendlich bleibt für viele dieser ehemaligen Einzelhandelsflächen im EG nur noch der Rückbau zu Wohnen.



Solche Umstrukturierungsbereiche lassen sich mittlerweile im Stadtbild der Pirmasenser Innenstadt (siehe ZVB Innenstadt, v.a. C-Lagen) auch deutlich ablesen.

Eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns bzw. der städtebaulich-funktionalen Zentren wird regelmäßig vermutet, wenn aufgrund des durch zusätzliche Verkaufsflächen und den damit verbundenen (Mehr-)Umsatz verursachten Kaufkraftabflusses (dem sogenannten Abwägungsschwellenwert) Geschäftsaufgaben drohen. Dies wird regelmäßig vermutet, wenn bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10% und bei nicht innenstadtrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 20% zu erwarten ist. Allerdings handelt es sich hier nicht um fixe Grenzwerte, die in jedem Falle heranzuziehen sind. Für jeden Einzelfall sind die Verträglichkeitsgrenzen gutachterlich neu zu bewerten (vgl. BVerwG).

Im Fall der zentralen Versorgungsbereiche in Pirmasens ist Folgendes festzuhalten:

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)

Für den Einzelhandel in diesem Bereich sind strukturelle und funktionelle Schwächen mit teilweise erheblichen trading-down Effekten zu verzeichnen. Darunter leiden auch die bestehenden Magnetbetriebe. Eine deutliche Vorschädigung durch überregionale Einzelhandelsgroßprojekte (DOZ, Ikea, etc.) ist ableitbar.

Zentrale Versorgungsbereiche Kirchberg, Ruhbank und Winzeln (Nebenzentren)

Die Nahversorger innerhalb der genannten Nebenzentren sind momentan überwiegend gut aufgestellt, wenn auch teilweise qualitativer und quantitativer Nachholbedarf ablesbar ist.

Aufgrund der vorgenannten Vorschädigungen der zentralen Versorgungsbereiche werden die folgenden Abwägungsschwellenwerte (bei Umsatzumlenkungen) bei Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben bezüglich einer möglichen Störung der Zentren in Pirmasens definiert:

Abbildung 56 Städtebauliche Abwägungsschwellenwerte bei Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben in Pirmasens, dem Einzugsgebiet und regional bedeutsamen Großprojekten

Gebiet	maximaler Abwägungsschwellenwert in %	Begründung
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)	6 bis 8	Bestandsschutz und Bestandspflege der bestehenden Einzelhandelsbetriebe, Vermeidung von ruinösem Wettbewerb und damit verbunden von Leerständen, Verhinderung von weiteren trading down Signalen
Wohnlagenintegrierte Standorte Zentraler Versorgungsbereich Kirchberg, Ruhbank und Winzeln (Nebenzentren)	8 bis 9	Bestandsschutz und Bestandspflege der bestehenden integrierten Einzelhandelsbetriebe, Vermeidung von ruinösem Wettbewerb und damit verbunden von Leerständen, Aufrechterhaltung der wohnungsnahen Nahversorgung
Dezentrale (teil- oder nichtintegriert) Bestandsstandorte mit zentralitätsbildender Funktion	keiner	Keine Schutzwürdigkeit im Sinne des BauGB
Bestandsstandorte für Lebensmittelversorgung	keiner	Keine Schutzwürdigkeit im Sinne des BauGB

Quelle: eigene Darstellung

Der Prüfungsmaßstab der schädlichen Auswirkungen (Abwägungsschwellenwerte) fordert eine Gesamtbetrachtung aller städtebaulich relevanten Umstände (Urteil vom 17. Dezember 2009 - BVerwG 4 C 2.08 - BVerwG 136, 10 Rn. 16). Dies wird mit einem Einzelhandels- und Zentrenkonzept allerdings regelmäßig erzielt. Zu berücksichtigen sind bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben insbesondere die Verkaufsfläche des Vorhabens im Vergleich zu den im Versorgungsbereich vorhandenen Verkaufsflächen derselben Branche, die voraussichtliche Umsatzumverteilung, die Entfernung zwischen dem Vorhaben und dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich, eine etwaige „**Vorschädigung**“ des Versorgungsbereichs oder die Gefährdung eines vorhandenen „Magnetbetriebs“, der maßgebliche Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs hat (Beschluss vom 12. Februar 2009 - BVerwG 4 B 3.09 - Buchholz 406.12 § 11 BauN-VO Nr. 34 Rn. 9). **Diese Aufzählung ist - wie sich aus dem Wort „insbesondere“ ergibt - nicht abschließend.**



Festzuhalten ist jedoch, dass beim aktuellen Stand der Wettbewerbsbeziehungen (Dezember 2016) innerhalb der Stadt Pirmasens und im Einzugsgebiet sowie zu den großflächigen Wettbewerbern in der Region (Zweibrücken, Hauenstein, Kaiserlautern, etc.) die Überschreitung der benannten Auslöseschwellenwerte bei Erweiterungs- oder Umplanungen und Neuansiedlungen städtebaulich schädliche Auswirkungen hervorrufen können, die im Einzelfall genauer geprüft werden müssen.

Die Abwägungsschwellenwerte sind bei jeglicher Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten in Pirmasens, im Einzugsbereich der Stadt Pirmasens oder bei regional bedeutsamen Projekten mit Rückgriff auf Pirmasenser Potenzial (auch bei Rückgriff auf den Einzugsbereich des Mittelzentrums) zu berücksichtigen und gutachterlich zu würdigen.

Bei der Beurteilung von Einzelvorhaben im Stadtgebiet sollen jedoch grundsätzlich keine unnötigen Planungs- und Abwägungsnotwendigkeiten aufgebaut werden. Daher werden im Folgenden sortimentsbezogene Auslöseschwellen abgeleitet. Bei der Überschreitung einer solchen Auslöseschwelle ist die Stadtverwaltung angehalten einen genauen Blick auf das Ansiedlungsvorhaben oder die Betriebserweiterung zu werfen und dem Stadtrat zur Abwägung vorzustellen:

Abbildung 57 Sortimentspezifische Auslöseschwellenwerte bei Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben in der Stadt Pirmasens oder im Einzugs- und Marktgebiet

Sortiment	Vorschädigung	Potenzial	Auslöseschwelle
Nahrungs- und Genussmittel	Nur geringe Vorschädigungen in der Bestandsstruktur vorhanden. Besondere Rücksichtnahme auf die bestehenden Nahversorgungszentren erforderlich.	Hohe Bindungsquote des städtischen Potenzials. Ergänzende Potenziale im Einzugsgebiet vorhanden. Steigerung im Bereich qualitative Entwicklung bevorzugt.	ab großflächiger Ansiedlung (VKF >800qm) oder Erweiterungsabsichten deren Gesamtverkaufsfläche den Schwellenwert überschreitet
Drogeriewaren	Nur geringe Vorschädigungen in der Bestandsstruktur vorhanden. Rücksichtnahme auf den bestehenden Magnetbetrieb Müller im ZVB Innenstadt notwendig.	Mäßige Bindungsquote mit guten Potenzialreserven.	ab 200qm VKF
Bekleidung	Erhebliche Vorschädigung vor allem durch externe Einflüsse wie das DOZ oder den Onlinehandel. Besondere Rücksichtnahme auf die Magnetbetriebe der Innenstadt (H&M, Adler, C&A, etc.) ist unabdingbar.	Sehr gute Bindungsquote und sehr hoher Beitrag der Innenstadt (ZVB) zur gesamtstädtischen Zentralität bei mäßigen Potenzialen im Einzugsbereich.	ab 280qm VKF
Schuhe	Vorschädigung durch interne (Fabrikverkäufe der heimischen Schuhindustrie) sowie externe Einflüsse (DOZ und FOC Hauenstein, Onlinehandel).	Gute Bindungsquoten und geringe Potenzialreserven.	ab 200qm VKF
Uhren, Schmuck, Optik	Leichte Vorschädigung durch externe Einflüsse (DOZ).	Hohe Bindungsquote des städt. Potenzials. Ergänzende Potenziale im Einzugsgebiet vorhanden. Wenig Entwicklungspotenzial vorhanden.	ab 50qm VKF
Hausrat, GPK	Leichte Vorschädigung durch externe Einflüsse (DOZ, Randsortimente in Möbelhäusern sowie Onlinehandel). Rücksichtnahme auf Magnetbetriebe im ZVB Innenstadt (z.B. Wölfig).	Sehr gute Bindungsquoten durch Randsortimente in Lebensmittelmärkten, Baumärkten und Möbelmärkten. Gleichzeitig dadurch hohe Wettbewerbsquote mit den innerstädtischen Anbietern bei fast vollständiger Potenzialausschöpfung.	ab 150qm VKF



Sortiment	Vorschädigung	Potenzial	Auslöseschwelle
Elektrowaren	Keine maßgebliche Vorschädigung, aber erste Einflüsse durch Onlinehandel. Rücksichtnahme auf den innerstädtischen Magnetbetrieb (Elektro Bruckner)	Relativ gute Bindungsquoten. Potenzial im Einzugsbereich der Stadt vorhanden.	ab 400qm VKF
Bücher, Schreibwaren	Extreme Vorschädigung durch Internethandel.	Sehr schwache Bindungsquoten. Fast kein ergänzendes Potenzial aufgrund des starken Wettbewerbs aus dem Onlinebereich.	ab 80qm VKF
Möbel, Einrichtungsbedarf	Starke Vorschädigung durch externe Einflüsse (u.a. IKEA, Möbel Martin)	Schwache Bindungsquoten aber derzeit ausreichend Potenziale für die Entwicklung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes.	ab großflächiger Ansiedlung (VKF >800qm)
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	Keine maßgebliche Vorschädigung	Gute Bindungsquoten mit ausreichenden Potenzialen im Einzugsbereich der Stadt.	ab großflächiger Ansiedlung (VKF >800qm) oder Erweiterungsabsichten deren Gesamtverkaufsfläche den Schwellenwert überschreitet
Hobby-, Sport- und Freizeitartikel	Erhebliche Vorschädigung vor allem durch externe Einflüsse wie das DOZ.	Gute Bindungsquote im Teilsortiment Spielwaren aber sehr schwache Quoten im Teilsortiment Sportartikel bei guten Potenzialen in der Stadt und im Einzugsbereich.	ab 300qm VKF

Quelle: eigene Bewertung

Auch Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben, innerhalb derer die einzelnen Sortimente für sich genommen unter einem spezifischen Auslöseschwellenwerte liegen, können in der Summe durchaus negative städtebauliche Auswirkungen haben und sind daher ggfs. detailliert zu betrachten.

In der Praxis bedeutet dies die Prüfung von Ansiedlungswünschen außerhalb des ZVB Innenstadt von mehreren kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben oder mehreren kleinflächigen Erweiterungsabsichten, auch wenn diese im jeweiligen Sortiment nicht über den Auslöseschwellenwert reichen. Vor allem bei den innenstadtrelevanten (Teil-)Sortimenten ist diese Prüfung notwendig. Der Prüfwert liegt dabei in der Summe der kleinflächigen Erweiterungen bei 799qm, also der Schwelle zur Großflächigkeit.

Die Auslöseschwellenwerte stellen eine Arbeitshilfe bei Erweiterungs- oder Neuansiedlungsabsichten dar. Sie ersetzen keinesfalls die notwendigen Planungsunterlagen oder die landesplanerischen oder städtebaulichen Abwägungsgebote.

K Empfehlungen und Maßnahmen zur Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels

Grundlegend ist festzuhalten, dass der innerstädtische Einzelhandel der Stadt Pirmasens noch Entwicklungspotenziale in der Angebotserweiterung und -qualifizierung sowie in der Konzentration der Einkaufslagen besitzt.

Darüber hinaus sollte eine Optimierung der Rahmenbedingungen in der Innenstadt oberste Priorität für eine funktionierende innerstädtische Einzelhandelslandschaft erhalten. Hierzu zählt besonders die Verbesserung (baulich, qualitativ, marketingtechnisch) vieler innerstädtischer Einzelhandelsstandorte.

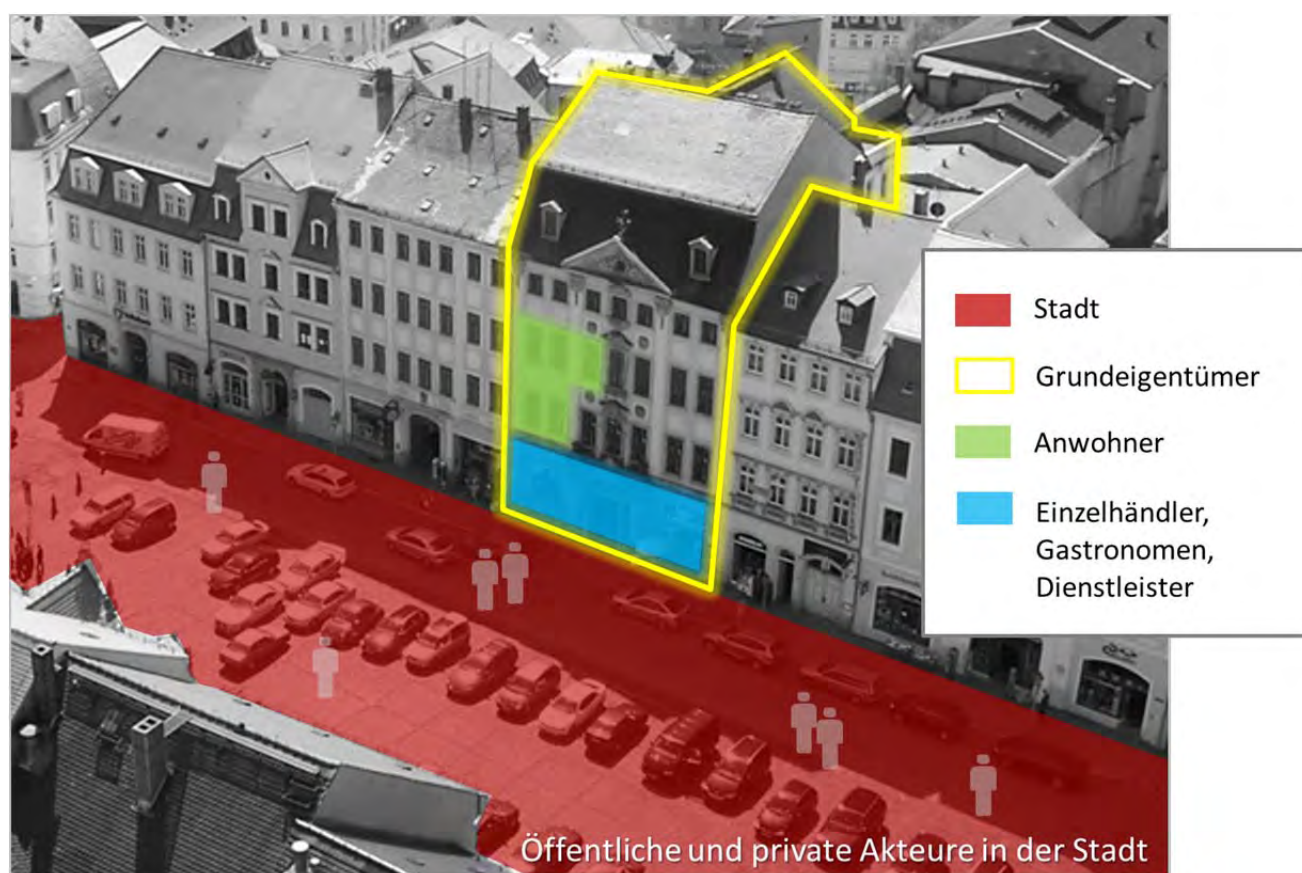
Zudem sollten hier in Zukunft sämtliche Möglichkeiten einer impulsgebenden Revitalisierung nachdrücklich verfolgt werden, um eine Stärkung und Aufwertung aller innerstädtischen Lagen zu forcieren.

In erster Linie sind die eingeschränkten Standortmöglichkeiten (fehlende größere, zusammenhängende Verkaufsflächen oder topographiebedingte Erschwernisse wie rückwärtige Andienung in der Fußgängerzone) in guter Lage dafür verantwortlich, dass Ansiedlungserfolge ausblieben. Trotz dieser bekannten Probleme gelingt es immer wieder, kleinere Fachgeschäfte im innerstädtischen Bereich anzusiedeln, die den Branchenmix weiter optimieren und aufrecht erhalten.

Die hohe Mobilität der Kunden führt zugleich zu gestiegenen Ansprüchen in Hinsicht auf die Erlebnisvielfalt während des Einkaufs und die Aufenthaltsqualität bzgl. des Stadtbilds. Durch die Vielzahl von Parkmöglichkeiten in und um den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (ZBVI) hat der Verbraucher jederzeit die Möglichkeit sein Fahrzeug abzustellen und die Fußgängerzone zu besuchen.

Nur die strukturierte und zielgerichtete Zusammenarbeit aller Akteure (siehe Abbildung 57 Akteure in der Stadt) ermöglicht eine zielführende und positive Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandels in Pirmasens.

Abbildung 58 Öffentliche und private Akteure in der Stadt



Quelle: eigene Darstellung



Die Innenstadt bietet heute ein noch relativ hohes Attraktivitätsniveau. Trotzdem bieten sich zahlreiche Ansätze für eine strukturelle und qualitative Weiterentwicklung des ZVB Innenstadt. Ziel muss es sein, die Kunden durch ein angenehmes und hochwertiges Einkaufsambiente länger zum Verweilen in der Innenstadt zu animieren. Dabei spielen folgende Punkte eine wichtige Rolle:

- Einkaufserlebnis
 - Geschäftsvielfalt
 - Einkaufsbummel
 - Qualität der Ware
 - Qualität der Beratung
 - Ergänzende gastronomische und touristische Angebote
- Einkaufsbedingungen
 - Parkmöglichkeiten
 - Städtebauliche Qualität
 - Preisniveau
 - Distanzen
 - Öffnungszeiten (einheitliche Kernöffnungszeiten)
- Berücksichtigung der touristischen Aspekte
(sowohl für Naherholung (Umkreis 20-40 km Entfernung) als auch für Touristen (> 100 km Entfernung))
- Berücksichtigung und Bindung der Wohnbevölkerung in den umliegenden Gemeinden
(Mittelzentrum als Verwaltungs- und Versorgungsstandort)

Die **Aufenthaltsqualität und die damit verbundene Verweildauer** sind zwei maßgebliche Stellschrauben einer zukunftsfähigen Innenstadtentwicklung. Diese Ansprüche können durch **gemeinsame Anstrengungen** seitens der Stadt, der Händlerschaft und der Immobilien- und Grundeigentümer befriedigt werden. Neben der Pirmasenser Wohnbevölkerung bilden die regelmäßigen Gäste aus der Nähe (Einzugs- und Ergänzungsgebiet) ein weiteres wichtiges Potenzial ab. Vor allem die Verbraucher der Umlandgemeinden aber auch die Gäste aus Frankreich sind wichtige zusätzliche Potenzialträger.

Die folgenden Maßnahmen sind unter dem Blickwinkel der öffentlichen und privaten Akteure in der Stadt zu verstehen und bedeuten eine klare Beachtung der jeweiligen Zuständigkeiten! (vgl. dazu Kapitel K)

Folgende Maßnahmen (nicht abschließend) sind dazu einsetzbar:

Maßnahmen der Stadt Pirmasens

- Optimierung der Kommunikation der guten Parkplatzsituation
- Erhalt der historischen, städtischen Substanz (soweit zielführend und/oder imageprägend)
- Gestaltung der Fahr- und Gehwege (Verwendung von fußgängergerechten Materialien)
- Erhalt und Ausbau der Stadtmöblierung und –beschilderung
- Unterstützung bei der Weiterführung der Sanierung einzelner Objekte (Stadtbildverbesserung)
- Unterstützung bei der maßvollen, ergänzenden Ansiedlung von Fachmärkten
- Bestandspflege durch vorsorgliche Bebauungsplanung
- Weiterführung der kommunalen Impulse (z.B. Dynamikum, Forum Alte Post (beide bereits umgesetzt), Jugendherberge, Kaufhalle)
- Bindung und Prägung der Jugend (insbesondere der Schüler) auf den Standort Pirmasens
- Moderation von Prozessen im Rahmen der Innenstadt(weiter)entwicklung



Maßnahmen der Einzelhändler, Dienstleister, Handwerker und Immobilien- und Grundeigentümer

- Zusammenlegung von Ladenflächen, gemeinsame Entrees schaffen
- Innovative Erneuerung und Weiterentwicklung der Schaufenstergestaltung einiger Ladengeschäfte
 - Klare Gestaltung und Strukturierung und Schaffung von Blickfängen
 - Punktuelle Beleuchtung
- Erneuerung der teilweise überalterten Ladeneinrichtung
- Transparente Gestaltung der Ladeneingangssituation (Senkung der Hemmschwelle zum Betreten eines Ladengeschäftes)
- Verständigung auf einheitliche Kernöffnungszeiten
- Lieferservice oder Pick-Up Points (zentrale Abholstationen für (Einzelhandels-)Betriebe im ZVB Innenstadt an in-frastrukturellen Schnittpunkten wie z.B. Eingang zu Parkhäusern) verwirklichen
- Schulung des Personals
 - Qualifizierungsmaßnahmen für die Fachberatung
 - Durchgängige Freundlichkeit
 - Information über zusätzlich Serviceleistungen (cross-selling)
- Erhalt und Weiterentwicklung der Werbemaßnahmen (Faustregel des Werbebudgets: 3-5% des Umsatzes)
 - Wahrung der Kontinuität
 - Aufbau und Pflege von Kundendateien
 - Überprüfung der Werbereichweiten bei Gemeinschaftsaktionen
- Moderierte Immobiliengespräche zur Wirtschaftsförderung
- Internet und Onlinemarketing (Web-Shops, Virtuelles Kaufhaus, QR-Codes, Gratis W-LAN, etc.)
- Erhalt der privaten, historischen Bausubstanz (soweit zielführend und/oder imageprägend)

Gemeinsame Maßnahmen

- Beleuchtungskonzept für die Ladengeschäfte, historische bzw. stadtbildprägende Bauwerke und auch Wohnim-mobilien
- Pflege des Ensembles
- Sauberkeit der Straßen und Geschäftslagen
- Citymanagement
- BID/LEAP
- Fortführung des Stadtmarketings
- Tourismus (Gäste aus einer Entfernung von mehr als 100km) und Naherholung (Gäste aus dem Umkreis 20 - 100 km) als ergänzende Potenzialkomponenten



L Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Wichtige Ziele sind:

- Ausweisung und Anwendung der Pirmasenser Liste
 - Ausweisung der dargestellten zentralen Versorgungsbereiche
 - Ausweisung der zentralitätsbildenden Sonderstandorte
 - Konzentration aller Einzelhandelsfunktionen auf die ausgewiesenen Bereiche:
 - Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)
 - Zentraler Versorgungsbereiche Kirchberg, Ruhbank und Winzeln (Nebenzentrum)
 - Bestandsstandorte mit zentralitätsbildender Funktion Arnulfstraße / Waisenhausstraße und Zweibrücker Straße
 - Bestandsstandorte Lebensmittelversorgung
 - Keine großflächigen Einzelhandelsansiedlungen mit innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten (siehe Pirmasenser Liste) außerhalb der abgegrenzten Standortbereiche (Zentrale Versorgungsbereiche)
 - Einarbeitung der Ziele und strategischen Aussagen des Konzeptes in die aktuelle Bauleitplanung
 - Keine Ausweisung von weiteren Standorten der Nahversorgung außerhalb der abgegrenzten Standortbereiche
 - Bestandsschutz und Bestandspflege der bestehenden Einzelhandelsbetriebe (auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche)
 - Weiterführung der Innenstadtentwicklung
 - Erhalt und Pflege der Innenstadt als „Schmuckkästchen bzw. Identifikationsplatz (z.B. Schlossplatz)“ unter Berücksichtigung der Flächenbedarfe für den Fachhandel, Dienstleister und die Gastronomie
 - Verbesserung der Kaufkraftbindung durch zusätzliche, ergänzende oder auch neue Angebote
 - Zielgerichtetes und strategisches Ausnutzen der Potentiale und der bereits erfolgten touristischen Impulse
 - Abwägende Ansiedlung von neuen, strukturergänzenden Märkten unter Berücksichtigung der getroffenen Aussagen zu Sortimenten und räumlicher Verortungen
 - Ansiedlung neuer Betriebsformen und –typen innerhalb der bestehenden Zentrenstruktur zur Strukturergänzung und Verbesserung der Magnetfunktion für Kunden aus dem Einzugsgebiet (Ausnahme: die Sortimentsgruppe Möbel)
 - Flächenerweiterungen im Einzelhandel sind nicht nur unter dem Gesichtspunkt Umsatzsteigerung, sondern auch unter dem qualitativen Aspekt zu verstehen (breite Gänge, niedrigere Regale, tieferes Sortiment, etc.)
 - Schaffung von marktgängigen bzw. von Einzelhandelsunternehmen nachgefragten Verkaufsflächengrößen für innenstadtrelevante Sortimente im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Flächen-Angebot schaffen).
- Lösungsansatz:
Zusammenlegung von kleinen Verkaufsflächen in der EG-Zone (Immobilien-Pooling) zur Deckung des Bedarfs von ansiedlungswilligen Einzelhandelsunternehmen.



M Gesamtfazit

Durch das Zentrenkonzept ist die Stadt Pirmasens in der Lage, zukünftige Einzelhandelsentwicklungen an ungewollten Solitärstandorten zu unterbinden und so die (Nah-)Versorgungssituation innerhalb der Stadt zu sichern.

Gleichzeitig werden die Anforderungen der Landesplanung erfüllt und die künftige Stadtentwicklung hinsichtlich der Einzelhandelsansiedlungen konkretisiert und festgeschrieben.

Die Integration von Einzelhandelsbetrieben (soweit möglich) mit Magnetfunktion in der Innenstadt bietet die beste Möglichkeit, die Attraktivität der Innenstadt weiter zu erhöhen.

Insgesamt kann der Stadt Pirmasens derzeit eine relativ gute Marktstellung als Handelsstandort in der Region bestätigt werden. Allerdings sind weiterhin sortimentspezifische Verbesserungen und ergänzende Verkaufsflächen und Betriebsformen notwendig.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt ist als primärer Standort, sofern Flächenanforderungen realisiert werden können, für den Einzelhandel bevorzugt zu entwickeln.

Die ausgewiesenen drei zentrale Versorgungsbereiche Kirchberg, Ruhbank und Winzeln sind elementare und schützenswerte Bestandteile der Nahversorgungsstruktur und dienen der wohnungsnahen Nahversorgung.

Die zentralitätsbildenden Standorte gehören zur Angebots- und Sortimentsabrundung genauso wie die zentralen Versorgungsbereiche. Allerdings kommt ihnen keinerlei Schutzfunktion im Sinne des Baurechtes zu.

Die Stadt Pirmasens hat als Mittelzentrum für ihren Versorgungs- und Einzugsbereich die Versorgungsfunktion zu erfüllen. Das Potenzial im Mittelbereich aber auch in der zonalen Betrachtung des Einzugsbereiches wird nicht vollständig ausgeschöpft. Daher fließen heute (Nah-)Versorgungspotenziale aus Pirmasens und seinem Mittelbereich an andere Standorte ab. Hier ist eine leichte Störung der zentralörtlichen Funktion abzulesen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die derzeitige Ausgangslage, wie auch die zukünftigen Potenziale, einer positiven Stadt- und Wirtschaftsentwicklung nicht entgegenstehen. Durch gemeinsames Handeln und nachhaltige Planung können die zentralen Strukturen erhalten und weiter gestärkt werden.

Das vorliegende Konzept versteht sich als Bedarfs- und Strukturkonzept. Es werden keine exakten Aussagen zum Flächenbedarf und Zeiträumen gegeben. Lediglich die zukünftigen Standorträume und die Entwicklungsempfehlungen für die bestehenden Zentren sind wichtiger Teil der Konzeption. So ist das Konzept insgesamt flexibel und zukunftsfähig. Aktuelle Plan- und Projektanfragen können so anhand der Strukturräume (Zentrenabgrenzungen, Projektstandorte) und Zielaussagen (Pirmasenser Liste, Entwicklungsaussagen, u.a.) bewertet werden.

Ziel muss es sein, dass künftige Entwicklungen kritisch hinterfragt und unter Berücksichtigung des vorliegenden Zentren- und Entwicklungskonzeptes abgewogen werden.

Das Zentrenkonzept bietet neben Entwicklungsanstoßen vor allem eine Planungssicherheit für die bestehenden Einzelhandelsbetriebe sowie deren Eigentümern sowie eine klare Richtlinie für zukünftige Investoren.

Die Ziele und Maßnahmen, die das Einzelhandelskonzept vorsehen, sind NUR durch zielgerichtete Kooperation und konstruktive Zusammenarbeit aller Akteure zu erreichen. Eine Umsetzung ist demnach Aufgabe ALLER Akteure.



N Beschlussfassung

Ausgangslage

Die Stadt Pirmasens zeichnet sich durch ihre mittelzentrale Versorgungsfunktion mit derzeit leichten Einschränkungen aus. Der Einzelhandel ist ein bedeutender Wirtschafts- und Standortfaktor für die Stadt. Die Innenstadt ist wichtiger Handels- und Dienstleistungsstandort und damit in ihrer Struktur zu stärken und zu entwickeln.

Planungserfordernis

Die Handelsentwicklung in der Stadt ist Ausgang einer planerischen Überlegung. So konnten bereits in der Vergangenheit bestimmte Entwicklungen gesteuert bzw. negative Prozesse vermieden werden. Zeitgleich aber schreitet der Strukturwandel im Einzelhandel voran. Ebenso sind die Herausforderungen durch die demografische Entwicklung nicht von der Hand zu weisen. Steigende Verkaufsflächenbedarfe (z.B. breitere Gänge) und leicht sinkende Flächenproduktivitäten sorgen zunehmend für Ansiedlungs- und Verlagerungsdruck auf kostengünstige oft stadtstrukturell ungeeignete Lagen. Um den Handelsstandort Pirmasens insgesamt weiterentwickeln zu können, ist es unabdingbar, einen konzeptionellen Ansatz für die Gesamtstadt, der den Anforderungen der Landes- und Regionalplanung sowie der aktuellen Rechtsprechung gerecht wird, zu entwickeln.

Rechtlicher Status

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Pirmasens ist eine informelle Planung und hat somit keine unmittelbare Außenwirkung auf die planungsrechtliche Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben. Diese richten sich weiterhin ausschließlich nach den Regelungen des Baugesetzbuches. Daher ist es notwendig, das Konzept als Leitbild in die Bauleitplanung einzustellen und ggf. betroffene Bebauungspläne zu überarbeiten, damit sich eine Schutzwirkung für die bestehenden Einzelhandelsbetriebe entfalten kann.

Vor allem im Rahmen der Bebauungsplanverfahren finden gesetzlich normierte Beteiligungs- und Abwägungsprozesse statt. In diesem kann auf die spezifischen Erfordernisse der Stadt, des lokalen Handels sowie Zielen der Landes- und Regionalplanung, aber auch auf die Interessen von Einzelpersonen eingegangen werden.

Zentrale Versorgungsbereiche

Der Begriff des **Zentralen Versorgungsbereiches** ist in der Kommentierung und der aktuellen Rechtsprechung definiert worden und keiner freien Interpretation zugänglich!

Zentrale Versorgungsbereiche sind bestehende oder konzeptionell vorgesehene, räumlich abgegrenzte Agglomerationen aus mehreren Einzelhandelsbetrieben mit einer bestimmten hierarchischen Versorgungsfunktion. Die zentralen Versorgungsbereiche definieren sich neben Einzelhandelsnutzungen auch aus Dienstleistungsbetrieben und anderen Versorgungsnutzungen (z.B. soziale und medizinische Einrichtungen). Bei der Erkenntnis von städtebaulich sinnvollen Entwicklungspotenzialen können über die sog. faktischen Zentralen Versorgungsbereiche hinaus auch Erweiterungs- und Entwicklungsbereiche festgelegt werden.

Solitärstandorte von Einzelhandelsbetrieben stellen in der aktuellen Rechtsauffassung keine Zentralen Versorgungsbereiche dar. Soweit in deren Umfeld keine Entwicklungspotenziale bestehen oder aufgrund der Lage weitere Entwicklungen städtebaulich nicht sinnvoll sind, können diese auch planerisch-konzeptionell nicht als ZVB ausgewiesen werden.



Grundsätze

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind allgemeine Grundsätze formuliert, aus denen Investoren, Einzelhändler und die Kommune ohne weiteres entnehmen können, ob bestimmte Vorhaben den Zielen der städtischen Entwicklung entsprechen.

- Erhalt und Entwicklung des ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt
- Erhalt und Entwicklung der ausgewiesenen Nahversorgungszentren
- Erhalt der zentralitätsbildenden Sonder- und Ergänzungsstandorte
- Sicherung der mittelzentralen Funktion
- Gewährleistung einer verbrauchernahen Versorgung
- Schaffung günstiger Rahmenbedingungen für den mittelständischen Einzelhandel
- Sicherung des wichtigen Wirtschaftsfaktors Einzelhandel

Ziele

Mit dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Pirmasens wird eine zielgerichtete und räumlich-funktional strukturierte Einzelhandelsentwicklung angestrebt. Mit dem Einzelhandelskonzept wird ein konstruktives, komplexes Leitbild für die Entwicklung des Einzelhandels formuliert. Dabei stehen Transparenz und Ablesbarkeit der städtischen Planungsziele für potenzielle Investoren, aber auch für die Politik und sonstigen Marktakteure, im Vordergrund. Mit dem Konzept wird den Einzelhandelsbetrieben innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche, aber auch an den sonstigen bestehenden Standorten eine sichere Planungsgrundlage für weitere Investitionen gegeben. Gleichzeitig werden auch für künftige Ansiedlungsinteressen die Richtlinien aufgezeigt.

Durch die Beschlussfassung des Stadtrates entfaltet das Konzept Bindungswirkung gegenüber dem kommunalen und dem freien planerischen Handeln der jeweiligen Akteure.

Beschluss der kommunalen Gremien

Die Stadt Pirmasens erkennt das vorgelegte Einzelhandelskonzept für die Stadt als gemeinsame und verbindliche Grundlage bei der zukünftigen Bewertung und Steuerung von Einzelhandelsansiedlungsvorhaben in der Stadt an und stimmt den Aussagen im Gutachten zu. Die Aussagen des Einzelhandelskonzeptes sind in die Bauleitplanung zu übernehmen.



O Anhang

O.1 Glossar und Definitionen

Betriebstypen und -formen

Lebensmittel SB-Laden

Ein Lebensmittel SB-Laden ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 qm Verkaufsfläche, das vor allem Lebensmittel in Selbstbedienung anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln und dient vor allem der Grundversorgung.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 400 qm bis 1.500 qm Nahrungs- und Genussmittel, einschließlich Frischwaren, sowie Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Der Anteil der Non-Food Fläche beträgt i.d.R. nicht mehr als ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 85 % des Gesamtumsatzes.

Lebensmittel-Discounter

Ein Lebensmittel-Discounter ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 450 qm bis 1.200 qm ein eng begrenztes Sortiment mit schnell umschlagenden Artikeln des täglichen Bedarfs in totaler Selbstbedienung anbietet. Das Frischwarensortiment ist - wenn überhaupt vorhanden - stark reduziert. Es dominiert das Angebot im Trockensortimentsbereich. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 80 % des Gesamtumsatzes. Die Marketingstrategie ist preisorientiert.

Verbrauchermarkt

Ein Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 1.000 qm (nach amtlicher Statistik) bzw. 1.500 qm (nach EHI Köln) ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln sowie an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Die Verkaufsflächenobergrenze liegt bei ca. 3.000 qm. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 70 % des Gesamtumsatzes.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 3.000 qm (nach amtlicher Statistik), von 4.000 qm (nach EHI Köln), von 5.000 qm (nach internationaler Abgrenzung) ein umfassendes Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu ca. 100.000 Artikeln anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt i.d.R. bei Nahrungs- und Genussmitteln (Lebensmittelvollsortiment mit Frischwaren) mit ca. 62 % des Gesamtumsatzes.

Warenhaus

Ein Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment mehrerer Branchen mit hohem Servicegrad im mittleren bis gehobenen Preisniveau anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Non-Food Güter mit Schwerpunkt bei Bekleidung und Textilien. Hinzu kommen Lebensmittel, Gastronomie, Reisevermittlung, Friseur und Finanzdienstleistungen. Nach der amtlichen Statistik ist eine Verkaufsfläche von mindestens 3.000 qm erforderlich.

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon mindestens eine Warengruppe in tiefer Gliederung, anbietet. Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Sortimenten sind am stärksten verbreitet. Die Größe liegt i.d.R. ab ca. 1.000 qm Verkaufsfläche.

Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches Sortiment in großer Auswahl und unterschiedlichem Preis- und Qualitätsniveau anbietet. Beratung und Kundendienst gehören zum Serviceumfang. Die Größe von Fachgeschäften liegt i.d.R. deutlich unter 800 qm Verkaufsfläche.



Fachmarkt

Ein Fachmarkt ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche ab ca. 800 qm ein breites und tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z.B. Bekleidung, Schuhe), einem Bedarfsbereich (z.B. Sport-, Elektro-, Spielwaren-, Möbel und Baufachmarkt) oder einer Zielgruppe (z.B. Design-Möbelhaus) anbietet. Die Warenanordnung ist i.d.R. übersichtlich bei niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Je nach Fachmarkttyp wird Beratung und Service angeboten. Die Verkaufsflächengrenzen sind generell nicht festzulegen. Sie liegen bei Schuh- und Drogeriefachmärkten bei ca. 400 qm – 1.000 qm Verkaufsfläche, bei Bekleidungs- und Sportfachmärkten bei ca. 1.000 – 1.500 qm Verkaufsfläche, bei Spielwaren- und Elektrofachmärkten bei ca. 2.000 qm – 4.000 qm Verkaufsfläche, bei Baumärkten bei ca. 2.000 bis ca. 15.000 qm Verkaufsfläche und bei Möbelfachmärkten bei bis zu ca. 50.000 qm Verkaufsfläche.

Gutachtenrelevante Definitionen und Begriffe

Business Improvement District (BID)

(in RLP LEAP - Lokale Entwicklungs- und Aufwertungsprojekte) Das Ziel von Business Improvement Districts ist es, die Attraktivität von Quartieren zu steigern und dadurch Kundenfrequenzen zu erhöhen sowie zusätzliche Kaufkraft zu binden. Anders als bei herkömmlichen Stadtmarketinginitiativen werden im Falle von BIDs grundsätzlich alle Eigentümer gewerblich genutzter Grundstücke im Quartier zur Finanzierung herangezogen. BIDs bieten damit einen Ansatz zur Lösung des so genannten Trittbrettfahrerproblems. Basis für die Einrichtung von BIDs ist das Erreichen einer gesetzlich geregelten Zustimmungsquote der o. g. Eigentümer im Rahmen eines formalen, rechtlich verbindlich geregelten Verfahrens.

Einzugsgebiet

Ist ein räumlich umgrenzter Bereich, aus dem die Kunden stammen, die üblicherweise einen Handelsbetrieb (regelmäßig) in der untersuchten Stadt/Gemeinde aufsuchen.

Geschäftsfläche

Die Geschäftsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte betrieblich genutzte Fläche für Verkaufs-, Ausstellungs-, Lager-, Versand-, Büro-, sowie Personal- und Sozialzwecke. Dies schließt überbaute Flächen und Freiflächen, nicht aber Parkplätze ein.

Kaufkraft (Potential)

Die Kaufkraft, auch Kaufkraftpotential, Marktpotential oder einfach Potential, bezeichnet das innerhalb des Marktgebietes zur Verfügung stehende Ausgabenvolumen der dort lebenden Bevölkerung für einzelhandelsrelevante Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs innerhalb eines Jahres. Das einzelhandelsrelevante Marktpotential wird in den 11 Markt und Standort Warengruppen auf Basis der Umsatzsteuerstatistik und verschiedener statistischer Analysen berechnet und mit einem regionalspezifischen Kaufkraftindex des Markt und Standort Instrumentes „Regionale Kaufkraftpotentiale“ gewichtet.

Die einzelhandelsrelevante durchschnittliche Kaufkraft (ungewichtet) eines bundesdeutschen Einwohners - in der Abgrenzung der Markt und Standort Systematik - liegt, je nach konjunktureller Lage, zwischen etwa 4.850.- Euro und 5.400.- Euro pro Jahr. Davon zu unterscheiden ist die „allgemeine Kaufkraft“, die auch Ausgaben für Miete, Eigentum, Vorsorge, Ersparnis und andere, nicht einzelhandelsrelevante, Güter umfasst.

(einzelhandelsrelevante) Kaufkraftkennziffern

Sind jährlich berechnete Vergleichswerte! Die Analyse von Zeitreihen dieser Einzelhandelszentralitätskennziffern stellt besonders hohe Anforderungen an die Interpretationskunst, denn durch die zusätzliche Dimension des Zeitverlaufs wird die Berücksichtigung vielfältiger Relationen erforderlich. Hier sind die Veränderungen der Relation zwischen verschiedenen Gemeinden, der Relation zwischen Bundesdurchschnitt und Gemeindegewerten, im Falle von Pro-Kopf-Werten auch noch die Relation der Bevölkerungsentwicklung zwischen Bundesrepublik und Gemeinde, und die Relationen zwischen Kaufkraft- und Umsatzentwicklung bundesweit und in der Gemeinde jeweils zu berücksichtigen. Zeitvergleiche der Zentralitätskennziffern sind grundsätzlich komplex und mit der bloßen Aneinanderreihung der jährlich veröffentlichten Werte methodisch fragwürdig. Ein leicht nachvollziehbares Problem für den Zeitvergleich ist der steuerliche Aspekt. Da die Umsatzkennziffern eine Bruttoumsatzbetrachtung darstellen ist die Umsatzsteuer in den Zentralitätskennziffern enthalten. Veränderungen der Umsatzsteuerquote oder auch Verschiebungen in den Umsatzsteuersätzen der Sortimente über die



Jahre nehmen Einfluss auf die Bruttoumsatzdaten und führen zu Verwerfungen im Zeitvergleich. Letztlich verbietet sich aufgrund der Vielzahl möglicher methodischer Brüche deshalb ein zeitlicher Vergleich der jährlich erscheinenden Zentralitätskennziffern. Dabei wird der mögliche Fehler umso größer je länger der Vergleichszeitraum ist. Möchte man auf den Zeitvergleich nicht verzichten, so wäre die Rückrechnung der Zentralitätskennziffer vom aktuellen Jahr auf der Basis des aktuellen Datenkenntnisstandes, der aktuellen Umsatzsteuersätze, den aktuellen kommunalen Gebietszuschnitten in die Vergangenheit die Methode der Wahl.

Marktgebiet

Ist ein räumlich umgrenzter Bereich, aus dem die Kunden stammen, die ab und zu (sporadisch) einen Handelsbetrieb in der untersuchten Stadt/Gemeinde aufsuchen. Das Marktgebiet bzw. der Einzugsbereich umfasst jenes Gebiet, aus dem sich zum überwiegenden Teil die Kunden des Einzelhandels einer Gemeinde oder eines Einzelbetriebes rekrutieren. Die Größe des Einzugsgebietes ist abhängig von der Verkaufsfläche eines Einzelbetriebes bzw. der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt einer Gemeinde. Die Größe des Marktgebietes kann auf der Basis von Distanz- und Zeitisochronen sowie empirischer Erfahrungswerte, auf der Basis von Pendlerverflechtungen, auf der Basis von Befragungen von Passanten/Kunden in den Innenstadtlaugen und an bestehenden Betrieben ermittelt werden. Dabei hat die Attraktivität der Konkurrenz (Nachbarstädte, absatzformengleiche Betriebe) einen erheblichen Einfluss auf das Marktgebiet.

Mittelbereiche

Sind die räumlich definierten Bereiche und bilden die Verflechtungsbereiche für die Versorgung mit Gütern des gehobenen Bedarfs ab und sind in der Regel einem Mittelzentrum oder einem mittelzentralen Verbund bzw. höherrangigen zentralen Ort zugeordnet. Mittelbereiche sind ein Raumbezug, welcher der Bedeutung der Mittelstädte/Mittelzentren Rechnung trägt.

Pick-Up-Points

Sind zentral verwaltete und vermarktete Anlaufstellen für Kunden und Verbraucher an denen sie ihre in der Innenstadt getätigten Einkäufe vor der Nachhausefahrt abholen können. Die sich beteiligenden Betriebe liefern die bei Ihnen gekaufte Ware direkt an den vom Kunden gewünschten Pick-Up-Point.

Raumleistung/Flächenproduktivität

Die durchschnittliche Raumleistung/Flächenproduktivität ist definiert als Umsatz je qm Verkaufsfläche. Durchschnittliche Raumleistungen werden branchen- und absatzformenspezifisch ermittelt. Die Höhe hängt von der Lage, der Art, dem Erscheinungsbild, der Qualität und der Verkaufsfläche des Einzelbetriebes ab. Der Ermittlung durchschnittlicher Raumleistungskennziffern liegen primär- und sekundärstatistische Analysen zugrunde. Die Basis sind amtliche Statistiken, Fachstatistiken und Veröffentlichungen (Presse, Geschäftsberichte). Sie setzen ein umfassendes Berichtswesen voraus.

Umsatz

Der Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes umfasst den Erlös aus verkauften Waren bzw. Dienstleistungen, inklusive der Umsatzsteuer (bzw. Mehrwertsteuer aus Kundensicht). Die Ermittlung der Umsätze eines Betriebes kann auf Basis von Einzelhandelsbefragungen (schriftlich, telefonisch, persönlich) oder über eine Schätzung der Verkaufsfläche und branchenüblicher durchschnittlicher Raumleistungen (Umsatz je qm Verkaufsfläche) ermittelt werden. Hierzu sind umfangreiche primärstatistische und sekundärstatistische Erhebungen erforderlich.

Umsatzerwartung

Die Umsatzerwartung drückt den an einem bestimmten Standort voraussichtlich erzielbaren Umsatz eines Einzelbetriebes aus. Er entspricht somit einem Erwartungswert unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Verhältnisse. Die Höhe ist abhängig von Standort, Branche, Marktpotential und Konkurrenzsituation. Umsatzerwartungen werden mittels branchenüblichen distanzabhängigen Marktanteilen (Marktanteilskonzept), mittels zeit- und distanzabhängiger Kaufkraft- und Konkurrenzanalysen (ökometrische Methode) und mittels gewichteter branchenbezogener, firmen- und größenspezifischer Umsatzleistung je qm Verkaufsfläche (Produktivitätskonzept) ermittelt. Markt und Standort bemisst die Umsatzerwartung auf der Basis aller drei üblichen Verfahren unter Berücksichtigung des Einkaufsverhaltens der Marktgebietsbevölkerung (Markt und Standort-metrisches Konzept).



Verkaufsfläche

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte, für den Kunden zugängliche, Fläche auf welcher der Verkauf getätigt wird. Hierzu zählen der Eingangsbereich mit der entsprechenden Kundenlauffläche, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Auslage- und Ausstellungsfläche (soweit sie dem Kunden zugänglich ist), Schaufenster, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, die Flächen von Bedientheken und dahinterliegenden Warenträgern (ohne die dazwischenliegende Lauffläche der Verkäufer), Umkleidekabinen, dem Kunden zugängliche Gänge, die Kassenzone und Freiverkaufsflächen, die dem Kunden zugänglich sind und nicht nur vorübergehend genutzt werden sowie die Pfandrückgaberäume die vom Kunden betreten werden können und auch die Boxen für Einkaufswagen (wenn diese innerhalb des Einzelhandelsgebäudes angeordnet oder bereitgestellt werden).



O.2 Markt und Standort Warengruppensystematik 2016/17

1. Nahrungs- und Genussmittel

Fleischerei (ohne Pferdefleischerei)
Pferdefleischerei
Bäckerei, Konditorei
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren
Reformwaren
Milch, Milcherzeugnisse, Fettwaren, Eier
Fisch, Fischerzeugnisse
Wild, Geflügel
Süßwaren
Kaffee, Tee, Kakao
Fleisch, Fleischwaren
Brot, Konditorwaren
Kartoffeln, Gemüse, Obst
Sonstige Nahrungsmittel
Wein, Spirituosen
Bier, alkoholfreie Getränke
Tabakwaren

2. Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Apotheken
Medizinisch-Orthopädische Artikel
Parfümeriewaren (Kosmetikartikel, Körperpflegemittel)
Drogeriewaren
Feinseifen, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Bürsten



3. Textilien, Bekleidung, Lederwaren

Textilien, Bekleidung

Herrenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Damenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Kinderbekleidung, Bekleidungszubehör für Kinder u. Säuglinge

Kürschnerwaren (Pelzfelle, Pelzbekleidung)

Pullover, Strümpfe, Herrenwäsche, Damenblusen, Bekleidungszubehör

Damenwäsche, Miederwaren

Kopfbedeckung, Schirme, Stöcke

Kurzwaren, Schneidereibedarf

Handarbeiten, Handarbeitsbedarf

Meterware für Bekleidung, Haus-, Tisch- und Bettwäschestoff

Lederwaren, Täschnerwaren (Taschen, Koffer, Mappen, Börsen u.a.)

4. Schuhe

Straßen- und Hausschuhe

Sportschuhe (ohne Spezialsportschuhe wie Berg-Wanderschuhe)

5. Uhren, Schmuck, Optik

Optik (Brillen, Mikroskope, Ferngläser, Barometer, Lupen o. med. Artikel)

Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck (u.a. Edelmetallbestecke u. -tafelgeräte)

6. Hausrat

Hausrat aus Eisen, Metall, Kunststoff (nichtelektrische Haushalts- und Küchenkleingeräte,

Koch- und Bratgeschirre, Tafelgeschirr, Küchen- und Haushaltsbehälter, Artikel für den Garten, Möbel- und Grillgeräte für Garten und Camping, ohne Öfen, Herde

Schneidwaren, Bestecke (ohne Edelmetallwaren wie Silberbestecke)

Feinkeramik, Glaswaren, Porzellan, Steingut

Galanteriewaren (u.a. Raucherzubehör, Kunstblumen, Wandteller, Kerzenständer), Geschenkartikel

Näh- und Strickmaschinen



7. Elektro

Herde, Waschmaschinen, Kühlschränke, Öfen (weiße Ware)

Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, CD, Video (braune Ware)

Foto-, Kino- und Projektionsgeräte, Fotozubehör (braune Ware)

Computer, Telekommunikation, Zubehör

8. Bücher, Schreibwaren

Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel, Bastelartikel

Bücher, Fachzeitschriften

Unterhaltungszeitschriften, Zeitungen

Büromaschinen, Organisationsmittel (u.a. Schreibmaschinen, Diktiergeräte, Ordner, Hefter, aber ohne Büromöbel)

9. Möbel- und Einrichtungsbedarf

Möbel (incl. Büromöbel)

Korb-, Kork- und Flechtwaren

Antiquitäten, antike Teppiche, Münzen und Edelmetallwaren

Kunstgegenstände, Bilder (o. Antiquitäten)

Kunstgewerbliche Erzeugnisse, Devotionalien

Gardinen, Dekostoffe, Decken, Stuhlauflagen, Kissen, Gobelins

Teppiche, Läufer, Kelims

Bettwaren, Bettdecken, Kopfkissen, Matratzen, Bettfedern, Daunen

Lampen, Leuchten

Haus- und Tischwäsche, Handtücher, Tischdecken, Servietten, Bettwäsche



10. Bau- , Garten- und Heimwerkerbedarf

Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren)

Schrauben, Kleineisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel u.ä.

Tapeten, Wand- und Deckenbeläge

Bodenbeläge (Bahnenware, Fliesen, Kunststoff, Linoleum, ohne Teppiche)

Elektrotechnische Erzeugnisse (Drähte, Kabel, Akku, Trafo u.a.)

Lacke, Farben, Polituren, Klebstoffe, Malerpinsel u.a. Zubehör

Blumen, Pflanzen, Blumentöpfe und -erde

Heim- und Kleintierfutter, Tiere, Sämereien, Düngemittel

Sonstiger Baubedarf (Schnittholz, Kunststoffplatten, Baustoffe, Schleifmittel, technische Gummi- und Lederwaren, Asbest, Glas- und Keramikstoffe)

11. Hobby- und Freizeitartikel

Musikinstrumente, Musikalien

Sammlerbriefmarken

Kfz-Zubehör

Fahrräder, Motorräder und -roller, Mopeds, Zubehör und Reifen

Waffen, Munition, Jagdgeräte

Spielwaren (Kinderroller, Puppen, Puppenwagen, Spiele, Scherzartikel, Feuerwerkskörper)

Sportartikel (Sportbekleidung, Spezialsportschuhe, Berg- und Wanderschuhe, Zelte, Schlafsäcke, Turngeräte, Campingartikel)

Sport- und Freizeitboote (einschl. Motorsportboote und Jachten)



Die Ausarbeitung sowie die Entwurfsvorlagen fallen unter §2, Abs.2 sowie §31, Abs.2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte.

Weitergabe, Vervielfältigung (auch auszugsweise) ist nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Verfassers zulässig.

Sämtliche Rechte, vor allem Urheberrechte, verbleiben bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Erlangen.

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH

Hugenottenplatz 1

91054 Erlangen

beschlossene Fassung Stadtrat 27.11.2017

Markus Epple

Geschäftsführer

Projektteam:

Dipl.-Geogr. Markus Epple, Projektleitung

Dr. Ute Biegelmann, Statistik und Auswertungen

Dipl.-Geogr. Magdalena Blank, Erhebungen und Geomarketing