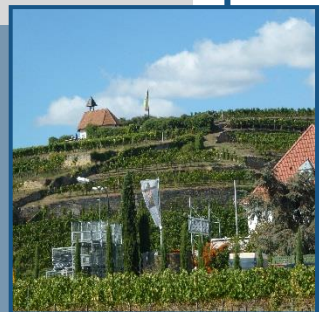


# Einzelhandels- und Zentrenkonzept

für die

## Kreisstadt Bad Dürkheim



*Entwurf*





# Einzelhandels- und Zentrenkonzept

für die

## Kreisstadt Bad Dürkheim

***Beschlussfassung***

vom \_\_.\_\_.\_\_\_\_

***Entwurf***

**Ausarbeitungsstand**

**24. April 2019**

---

Christoph Glogger (Stadtbürgermeister)

---

**ISU**

Immissionsschutz, Städtebau, Umweltplanung  
Hermine-Albers-Straße 3  
54634 Bitburg

Telefon 06561/9449 01  
Telefax 06561/9449 02

E-Mail [info@i-s-u.de](mailto:info@i-s-u.de)  
Internet [www.i-s-u.de](http://www.i-s-u.de)



## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>EINFÜHRUNG .....</b>	<b>3</b>
1.1	Ausgangssituation.....	3
1.2	Aufgabenstellung und Zielsetzung der Untersuchung.....	3
1.3	Nutzen eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes .....	4
1.4	Methodische Vorgehensweise .....	5
<b>2</b>	<b>ÜBERGEORDNETE STANDORTRELEVANTE RAHMENBEDINGUNGEN.....</b>	<b>7</b>
2.1	Allgemeine Entwicklung des Einzelhandels in den zurückliegenden Jahren .....	7
2.2	Aktuelle Entwicklungstrends im Einzelhandel .....	8
2.3	Vorgaben der Landesplanung .....	12
2.4	Vorgaben der Regionalplanung .....	14
2.5	Sonstige Vorgaben .....	18
<b>3</b>	<b>BAD DÜRKHEIM ALS EINZELHANDELSSTANDORT IN DER REGION .....</b>	<b>23</b>
3.1	Einwohnerzahlen .....	24
3.2	Siedlungsstruktur und verkehrliche Anbindung .....	24
3.3	Einzugsbereiche .....	24
3.4	Exkurs: Die Rolle der Stadt Bad Dürkheim in der Region und ihr Verhältnis zum Zentrale-Orte-System Rheinland-Pfalz .....	28
<b>4</b>	<b>ANGEBOTSSITUATION DES EINZELHANDELS .....</b>	<b>31</b>
4.1	Allgemeine Angebotssituation .....	31
4.2	Struktur des Einzelhandelsangebotes .....	31
4.3	Fazit der Angebotsanalyse .....	38
<b>5</b>	<b>NACHFRAGESITUATION DES EINZELHANDELS.....</b>	<b>40</b>
5.1	Allgemeines .....	40
5.2	Kaufkraftpotenzial .....	40
5.3	Kaufkraftbindung.....	41
5.4	Bewertung des Einzelhandelsstandortes.....	44
5.5	Weitere Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Einzelhandels in Bad Dürkheim .	45
<b>6</b>	<b>STÄDTEBAULICHE SITUATION DES EINZELHANDELS .....</b>	<b>46</b>
6.1	Städtebauliche Rahmenbedingungen der Stadt Bad Dürkheim .....	46
6.2	Planungsrechtliche Vorgaben für die vorgenannten Bereiche .....	47
6.3	Fazit der städtebaulichen Analyse.....	55
<b>7</b>	<b>GUTACHTERLICHE AUSWERTUNG.....</b>	<b>57</b>
7.1	Zahlenwerk .....	57
7.2	Absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume, Potenziale und Restriktionen .....	57
7.3	Räumlich-funktionale Entwicklungsspielräume .....	67
7.4	Fazit .....	69
<b>8</b>	<b>MODELLE DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG .....</b>	<b>70</b>
8.1	Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung.....	70

8.2	Steuerungsmodelle der Einzelhandelsentwicklung .....	71
8.3	Fazit .....	74
<b>9</b>	<b>EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT .....</b>	<b>76</b>
9.1	Ziele und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung .....	76
9.2	Ausweisung der zukünftigen zentralen Versorgungsbereiche (ZVB) .....	78
9.3	Lokalspezifische Sortimentsliste .....	80
9.4	Handlungsempfehlungen .....	85
9.5	Zentrenübergreifende Empfehlungen .....	86
<b>10</b>	<b>PLANUNGSRECHTLICHE EMPFEHLUNGEN .....</b>	<b>88</b>
10.1	Änderungserfordernis des Flächennutzungsplans .....	88
10.2	Änderungserfordernis bestehender Bebauungspläne .....	89
10.3	Empfehlung zur Neuaufstellung von Bebauungsplänen sowie Erweiterung bestehender Baurechte (planungsrechtliche ‚Pull-Maßnahmen‘) .....	90
10.4	Ergänzende Planungsrechtliche Empfehlungen .....	91
<b>11</b>	<b>SCHLUSSWORT .....</b>	<b>92</b>
	<b>ANHANG .....</b>	<b>93</b>

# 1 EINFÜHRUNG

## 1.1 Ausgangssituation

Seit dem 25. November 2008 ist nach den Vorgaben des zu jenem Zeitpunkt in Kraft getretenen Landesentwicklungsprogramms (LEP IV) die Ansiedlung und die Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten nur noch in städtebaulich integrierten Bereichen zulässig. Hierzu zählen insbesondere die Kernbereiche von Städten und Gemeinden, d.h. deren Ortskerne (Städtebauliches Integrationsgebot). Diese städtebaulich integrierten Bereiche werden auch „Zentrale Versorgungsbereiche“ genannt. Sie sind von der Gemeinde in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. In diesem Zusammenhang ist auch eine Liste der für den jeweiligen Ort spezifischen innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimente zu erstellen. Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten ist dabei – ebenfalls in Abstimmung mit der Regionalplanung – auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig.

Ziel der vorgenannten Regelungen ist der Schutz der zentralen Versorgungsbereiche vor Beeinträchtigungen durch die Ansiedlung entsprechender Nutzungen an städtebaulich nicht integrierten Standorten. Diese Regelungen des LEP IV zielen sowohl auf die Standortgemeinde selbst, als auch auf deren Verflechtungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) ab (Nichtbeeinträchtigungsgesamt). Die Zielaussagen des LEP IV sind bei der Bauleitplanung als „Ziele der Raumordnung“ von den Kommunen verbindlich zu beachten.

## 1.2 Aufgabenstellung und Zielsetzung der Untersuchung

Die Kreisstadt Bad Dürkheim beschäftigt sich seit einiger Zeit mit Fragen der Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet. Wechselnde Bedarfe der vorhandenen Betriebe und die allgemeine Einzelhandelssteuerung in den für die Versorgung der Bevölkerung maßgeblichen Bereichen sind dabei eine der Ursachen. Vor allem die Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs und die Bereitstellung und Sicherung von Angeboten des mittelfristigen Bedarfs spielen hierbei eine herausragende Rolle. Auch vor dem Hintergrund der Entwicklungen des Einzelhandels in der Region wird eine gezielte Steuerung des Einzelhandels durch die Stadt Bad Dürkheim angestrebt.

Der Einzelhandelsbesatz konzentriert sich innerhalb der Stadt Bad Dürkheim im Wesentlichen auf die Innenstadt sowie das Gewerbegebiet Bruch, wo sich teils großflächige Filialisten sowohl aus dem Bereich der Waren des täglichen Bedarfs wie auch der mittel- und langfristigen Bedarfe angesiedelt haben. Die weiteren Stadtteile verfügen nur vereinzelt über kleine Geschäfte für Waren des täglichen Bedarfs, wie Bäcker, sowie einen Discounter (Grethen/ Hausen) etc.

Um den Anforderungen aus dem LEP IV gerecht zu werden, ist nun ein **Einzelhandels- und Zentrenkonzept** zu erarbeiten, um die Einzelhandelsentwicklung in Bad Dürkheim entsprechend steuern und einen Rahmen für die künftige Eigenentwicklung setzen zu können.

Daher wurde mit der Stadtverwaltung vereinbart, dass zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ein solches Konzept aufgestellt werden soll, das auf der Grundlage einer differenzierten Bestandserfassung die Bereiche beschreibt, in denen schon heute innenstadtrelevanter Einzelhandel existiert und gleichzeitig Flächen definiert, auf denen noch bestimmte nutzbare und städtebaulich verträgliche Entwicklungspotenziale vorhanden sind.

### 1.3 Nutzen eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

Ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als städtebauliches Entwicklungskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen.

Insofern dient ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept einer geordneten Entwicklung des Einzelhandels, sowohl zur gezielten Einzelhandelsansiedlungssteuerung als auch zur geordneten Entwicklung des Einzelhandelsbestandes. Es kann ungeordneten Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben entgegenwirken, welche langfristige negative Folgen für die städtebauliche Qualität einer Stadt und insbesondere eines Stadtzentrums mit sich bringen könnten. Gründe dafür könnten z.B. der innerstädtische Kaufkraftverlust durch Kundenstromverlagerungen zu einem neuen Standort sein.

An dieser Stelle greift das Einzelhandels- und Zentrenkonzept durch die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche sowie daran gekoppelter Sortimentslisten in Kombination mit, als Obergrenze zu verstehenden noch für eine Entwicklung möglichen Flächenpotenzialen für die auf dem Markt vertretenen, Warengruppen und regelt so eine städtebaulich verträgliche Einzelhandelsentwicklung. Dies erfolgt dabei immer unter Berücksichtigung und Wahrung der städtebaulichen Qualität und einer langfristigen positiven Stadtentwicklung. Infolgedessen kann ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept eine positive Anstoßwirkung mit sich bringen – Erfahrungswerte bestätigen diesen Effekt – und eine Sicherung oder Wiederbelebung (z.B. durch Wiedernutzung von Leerständen im Stadtkern) der städtebaulichen Qualität eines Stadtzentrums unterstützen.

Des Weiteren dient das Konzept dazu, schädliche Auswirkungen im Sinne des § 34 Abs. 3 Baugesetzbuch (BauGB) bzw. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) auf die abgegrenzten Versorgungsbereiche zukünftig ausschließen zu können. Diese könnten wie bereits beschrieben sowohl durch ungeordnete Einzelhandelsansiedlungen innerhalb des Stadtgebietes erfolgen, sind jedoch auch durch Einzelhandelsansiedlungen in anderen umliegenden Gemeinden möglich. Durch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept und die darin festgelegten Inhalte steht der Stadt Bad Dürkheim diesbezüglich zukünftig die Möglichkeit offen auf die ausgewiesenen schutzwürdigen und durch Planungen anderer Städte und Gemeinden zu berücksichtigenden Versorgungsbereiche hinzuweisen und einen Verträglichkeitsnachweis zu fordern.

Die wichtigsten konzeptionellen Darstellungen für eine funktionsgerechte Zentrenstruktur sind dabei<sup>1</sup>:

- Beschreibung und Festlegung der potenziellen zentralen Versorgungsbereiche (exakte räumliche Lage und Ausdehnung, Konkrete Versorgungsfunktion, mögliche Weiterentwicklungen),
- Entwicklung eines räumlichen Zentrenmodells (hierarchische Darstellung, entsprechende Funktionszuweisungen),
- Darstellung sonstiger Einzelhandelsagglomerationen ohne umfassende Versorgungsfunktion sowie
- Ermittlungen und Vorschläge für ortstypische Sortimentslisten.

Das vorliegende Konzept entspricht diesen Empfehlungen.

---

<sup>1</sup>

vgl. Kuschnerus, Ulrich; 2007: Der standortgerechte Einzelhandel, S.239

## 1.4 Methodische Vorgehensweise

### 1.4.1 Grundlagendaten

Grundsätzlich werden bei der Datenerhebung zwei Methoden unterschieden:

- die statistische Erhebung von Primärdaten und
- die Auswertung von vorhandenen Informationen aus Sekundärdaten.

Bei der Primärdatenerhebung handelt es sich um eigens für die Untersuchung erhobene oder zu erhebende Daten, deren Auswertung speziell auf das jeweilige Konzept – hier also auf das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bad Dürkheim – bezogen sind.

Die Erhebung der Daten kann durch verschiedene Methoden erfolgen. Im vorliegenden Fall wurde als erster Baustein eine Analyse der aktuellen Situation, die die Berechnungsbasis für die Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht, durchgeführt. Hierzu wurde zunächst mittels einer Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen der Stadt (inkl. Leerstände) durch Bestandsaufnahme vor Ort, der sogenannten Angebotsanalyse, eine Datengrundlage zur Beurteilung des vorhandenen Einzelhandelsangebots in der gesamten Stadt zusammengestellt. Bei der Einzelhandelskartierung wurden die jeweils geführten Sortimente einzelner Warengruppen und die Verkaufsflächen ermittelt.

Da die Notwendigkeit besteht die Einzelhandelssituation städtebaulich zu erklären und zu begründen, wurden ergänzend die Angebote an Dienstleistungen, sowie die baulichen Strukturen der zentralen Bereiche (zentrale Versorgungsbereiche) erfasst und abgegrenzt. Dieser planungsrechtlich zwingend erforderliche Schritt muss dabei die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 Abs. 6 Nr. 4, 2 Abs. 2, 9 Abs. 2a und 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO erfüllen. Darauf aufbauend lassen sich wiederum Rückschlüsse auf die Angebotssituation und den Leistungsstand des Einzelhandels ziehen.

Neben den primär erhobenen Daten wird auf sekundärstatistische Daten (Statistiken, Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die basierend auf bestehenden Untersuchungen und Erhebungen weitere Aussagen zu den Themen Bevölkerung, Einzelhandelsstruktur und Kaufkraft, sowie Einzugsbereich und Angebotskonzentration bzw. -lücken ermöglichen. Die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern ermöglichen darüber hinaus einen kommunalen bzw. regionalen Vergleich, da hierfür stets die Zahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) aus dem Betrachtungszeitraum 2017 zu Grunde gelegt werden, die bundesweit ermittelt werden und daher verifiziert und vergleichbar sind. So lassen sich Verflechtungsbereiche erkennen und charakterisieren. Dies bedeutet, dass sich die Untersuchungen nicht nur auf die Stadt selbst als zentralen Ort beschränken lassen. Die Einbeziehung der Kreisstadt sowie der benachbarten zentralen Orte und evtl. anderer Konkurrenzstandorte erlaubt einerseits negative Auswirkungen auf deren Verflechtungsbereiche zu beurteilen, andererseits aber auch Rückschlüsse auf Beeinträchtigungen des Handelsstandortes Bad Dürkheim durch diese Orte zu ziehen und negative Folgen künftig wirksam verhindern zu können. Um die Nachfragesituation in Bad Dürkheim realistisch abzubilden, ist es zudem nötig, vorhandene Statistiken auf das Kaufverhalten sowie die Kaufkraftbindung hin zu untersuchen. Entsprechende Daten bedürfen hierzu einer exakten Auswertung und einer Abgrenzung des Bezugsraumes, welcher im Prinzip aber bereits durch den festgelegten maßgeblichen Einzugsbereich des zentralen Ortes festgelegt ist. Die Kombination quantitativstatistischer Bausteine mit qualitativstädttebaulichen Aussagen ergibt in der Synthese ein detailliertes Bild der Einkaufssituation in Bad Dürkheim.

### 1.4.2 Weiteres Vorgehen

Die erhobenen Daten werden zunächst zielgerichtet ausgewertet. Im Rahmen der städtebaulichen Analyse sollen dazu die einzelhandelsrelevanten Funktionen des gesamten Siedlungsraumes bezüglich ihrer räumlichen Lage untersucht werden. Neben der Lagekategorie ist vor allem die funktionale Vernetzung der Standorte von Bedeutung. Die unterschiedlichen Bereiche werden auf folgende Punkte hin untersucht:

- Lage im Stadt- / Gemeindegebiet,
- Struktur und Ausdehnung,
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr,
- Bebauungsstruktur,
- Gestaltung des öffentlichen Raumes / der Stadt- / Ortseingangssituation sowie
- räumliche / synergetische Effekte und Erweiterungsmöglichkeiten.

In Kombination mit den vorangegangenen Daten erfolgt eine Analyse der gesamten Situation mit Schwerpunktsetzung auf das Stadtgebiet Bad Dürkheim. Diese Stärken-Schwächen-Analyse ist Voraussetzung um die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und ggf. weiterer Versorgungsbereiche vornehmen zu können, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels zu identifizieren und städtebaulich-funktionale Maßnahmenvorschläge und Handlungsempfehlungen auszuarbeiten.

Die Abgrenzung von Zentren, im Hinblick auf die räumliche Ausdehnung genauso wie auf Sortimentsbeschränkungen, soll für die zukünftige kommunale Einzelhandelsentwicklung die rechtssicheren Grundlagen liefern. Daher sollen im Anschluss an die Datenauswertung und aufbauend auf der Ist-Situation für die Stadt Bad Dürkheim bezüglich aller Branchen Aussagen zu einer wünschenswerten Entwicklung getroffen werden. Diese werden dann konzeptionell in Form künftiger zentraler Versorgungsbereiche, möglicher Nahversorgungsstandorte in den Stadtteilen sowie möglicher Ergänzungsstandorte (z.B. für nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel) festgelegt und zusammengefasst. Dabei sind neben der Ausmaße des zukünftigen zusätzlichen Verkaufsflächenpotenzials vor allen Dingen realistische räumliche Entwicklungsmöglichkeiten im Siedlungsgebiet zu beachten. Außerdem werden spezifische Sortimentslisten mit innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten erarbeitet, damit das Konzept den Anforderungen des LEP IV gerecht wird.

Im letzten Schritt wird auf Grundlage der vorangegangenen Untersuchungen ein Maßnahmenprogramm erstellt, welches zum einen aus dem eigentlichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept und zum anderen aus überschlägigen planungsrechtlichen Empfehlungen besteht. Das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels umfasst einen systematischen Katalog für die funktionale Entwicklung im Stadtgebiet Bad Dürkheim.

## 2 ÜBERGEORDNETE STANDORTRELEVANTE RAHMENBEDINGUNGEN

### 2.1 Allgemeine Entwicklung des Einzelhandels in den zurückliegenden Jahren

Der Strukturwandel im Einzelhandel hält nach wie vor an, auch wenn bestimmte Entwicklungen zwischenzeitlich bereits mehrfach für beendet erklärt worden sind. Insbesondere während der vergangenen dreieinhalb Jahrzehnte haben sich dabei massive Veränderungen der Einzelhandelslandschaft ergeben, die das Gesicht unserer Städte und Gemeinden nachhaltig prägen.

Während in den 80er und 90er Jahren des vergangenen Jahrhunderts insbesondere Lebensmitteldiscounter und bestimmte Fachmärkte (z.B. aus dem Bereich „Bekleidung / Textilien“, „Schuhe / Lederwaren“ u.ä.) auf die „grüne“ oder „graue Wiese“ drängten, ist immer noch eine weitergehende Diversifizierung der Sortimente und Betriebskonzepte festzustellen, die seit einigen Jahren dazu führt, dass sich mittlerweile auch Geschäfte, die früher ausschließlich in den Ortskernen zu finden waren, gerne neben „Magnetbetrieben“ des Lebensmitteleinzelhandels oder anderer Branchen ansiedeln. Dieser Trend führte zu einer immer stärker ausschließlich autokundenorientierten Standortwahl, die regelmäßig eine sehr große Anzahl an Stellplätzen forderte und damit zu einem erhöhten Flächenverbrauch führte.

Außerdem wurden preisaggressive Kernsortimente immer stärker durch gezielte, wöchentlich ein- oder zweimal wechselnde „Angebotsware“ ergänzt, die so günstig verkauft wird, dass dadurch der eingessene Einzelhandel der jeweils betroffenen Branche massiv unter Druck geriet. Lebensmitteldiscounter erreichten durch solche Sortimentsergänzungen mit Non-Food-Artikeln nicht selten Marktanteile von bis zu 50 % für den Angebotszeitraum und stellten somit eine erhebliche Konkurrenz zu den anderen Anbietern in den jeweiligen Warengruppen dar. Dieser Trend hält bis heute unvermindert an.

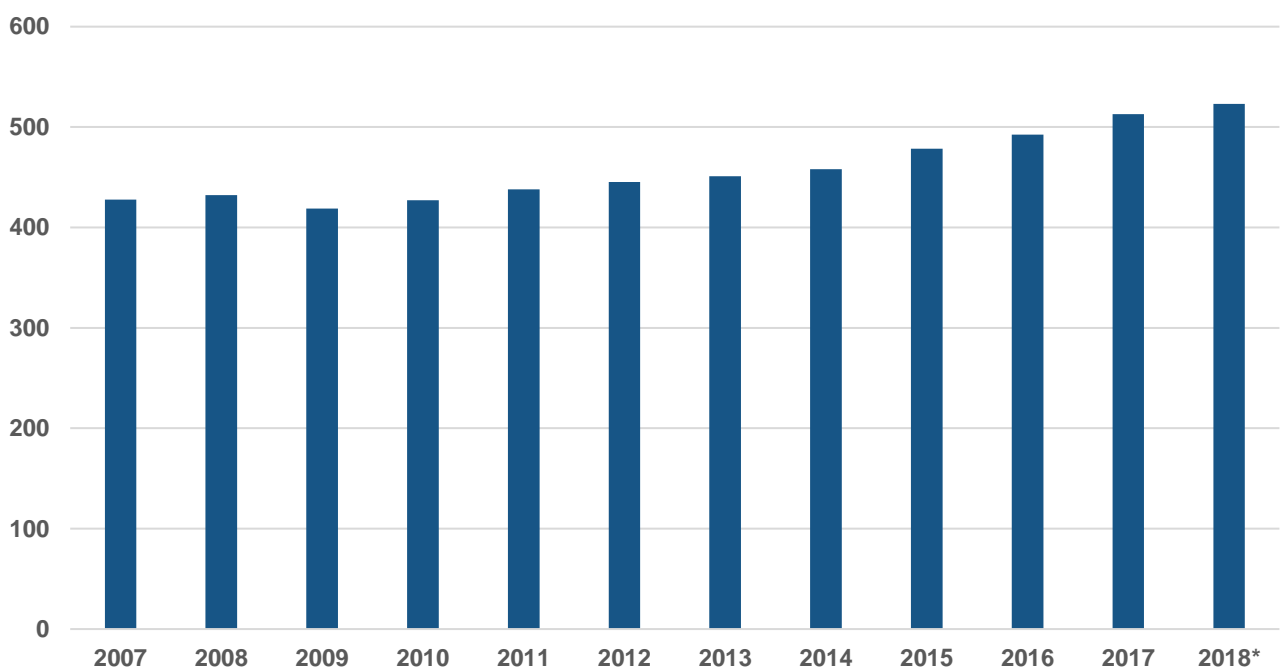


Abbildung 1: Einzelhandelsumsätze in Deutschland in Mrd. € seit 2007  
(Quelle: einzelhandel.de | Umsatzentwicklung Einzelhandel | \* Prognose für 2018 | Stand April 2018 | Zugriff in 08.2018 | eigene Darstellung)

## 2.2 Aktuelle Entwicklungstrends im Einzelhandel

### 2.2.1 Allgemeine Entwicklung

Viele Städte und Gemeinden haben erkannt, dass eine gezielte Steuerung des Einzelhandels notwendig ist, um den aktuellen Entwicklungen entgegen zu wirken und die Anziehungskraft der Innenstädte zu erhalten oder zu attraktivieren. Auch anhand der Nachfragen durch Investoren, welche häufig im Zuge einer Wiederbelebung vorhandener Strukturen die innerstädtischen Potenziale nutzen möchten, lässt sich eine Rückbesinnung des Einzelhandels in die Städte erkennen.<sup>2</sup> Zwar ist diese Entwicklung grundsätzlich als positiv zu erachten, dennoch gilt es natürlich die damit einhergehenden Faktoren wie zum Beispiel gegebenenfalls steigende Lärm- oder Abgasimmissionen durch ein erhöhtes Verkehrsaufkommen zu berücksichtigen und in die Abwägung einzustellen, um nicht nur eine zentrale und bewohnerfreundliche Nahversorgungsstruktur zu fördern, sondern auch die weiteren öffentlichen Belange zu sichern und zu erhalten.

Zudem ist auch die Entwicklung von größeren Einzelhandelsstandorten außerhalb der gewachsenen Zentrenstrukturen, die in vielen Fällen zu einer Schwächung der Ortskerne führen können, noch nicht abgeschlossen. Zwar entstehen nur noch in den wenigsten Fällen Neuansiedlungen einzelner Discounter oder Vollsortimenter und es handelt sich eher um Betriebserweiterungen oder agglomerationsfördernde Ansiedlungen in Nebenzentren oder in Cityrandlagen, jedoch können die hier gegebenenfalls entstehenden, größeren „Fachmarktzentren“ mit einer Kombination von Märkten verschiedener Branchen<sup>3</sup>, häufig städtebauliche Risiken bergen. Die Gefahr des Attraktivitätsverlustes gewachsener Zentren besteht demzufolge nach wie vor; Geschäfte werden aufgegeben und durch zunehmende Leerstände beginnt ein „Teufelskreis“ an dessen Ende oft der „Tod“ der Innenstadt steht.

Problematisch ist neben diesen städtebaulichen Auswirkungen auch die unter anderem daraus resultierende Verschlechterung der wohnungsnahen Grundversorgung in vielen Gemeinden. Während in den 60er und 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts in nahezu jeder noch so kleinen Gemeinde ein „Tante Emma Laden“ existierte, und auch Vollsortimenter mit Verkaufsflächen um 400 m<sup>2</sup> zur Versorgung eines Stadt- oder Ortsteils keine Seltenheit waren, ist diese Kategorie heute nahezu gänzlich ausgestorben. Dies ist insbesondere für ältere, weniger mobile Menschen ein Problem und hinsichtlich des demografischen Wandels in Zukunft noch kritischer zu bewerten.

Da der Versorgungseinkauf fast nur noch mit dem Pkw erledigt wird, drängen immer noch Betriebe, die sich durch Kopplungskäufe eine Steigerung ihres Umsatzes versprechen (z.B. Blumen- oder Tabak- und Zeitschriftenläden, Apotheken, Optiker, ...), an die entsprechenden Standorte. Diese „Fachmarktzentren“ sind mit immer breiter gestreuten Angeboten ausgestattet, die oft durch zahlreiche kleine Läden und Dienstleister (z.B. Reinigung, Änderungsschneiderei, ...) in unmittelbarer Zuordnung „schleichend“ ergänzt werden. So können zahlreiche Erledigungen des täglichen Bedarfs „nebenher“ über das für die Kundschaft attraktive und von ihr erwünschte „One-Stop-Shopping“ erfolgen, was einen Besuch des Ortskerns zunehmend erübrigt.

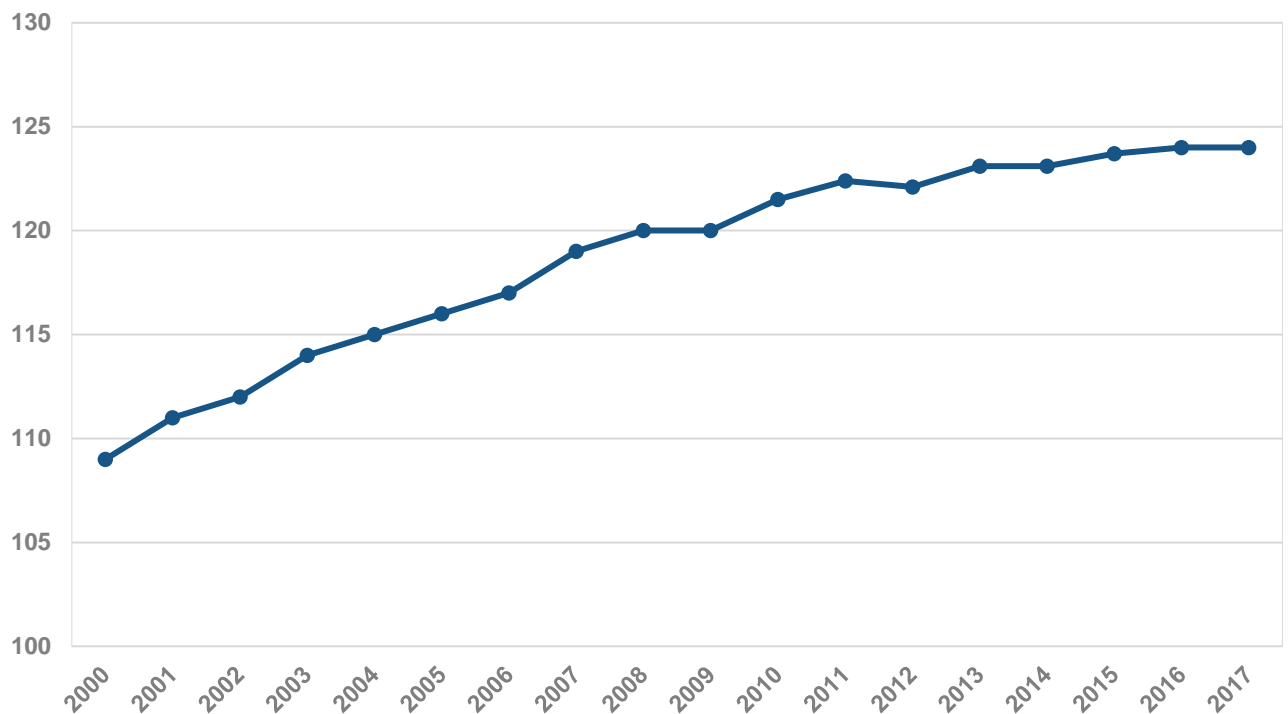
---

<sup>2</sup> vgl. HWWI 2013: Handel im Wandel

<sup>3</sup> In den meisten Fällen werden heute ein Vollsortimenter (z.B. EDEKA oder REWE) mit einem Lebensmitteldiscountmarkt (z.B. ALDI oder LIDL), einem Drogeriemarkt (z.B. DM oder ROSSMANN) und weiteren Discountmärkten verschiedener Branchen (z.B. KIK oder TAKKO aus dem Textilbereich, DEICHMANN oder SCHUHMARKE aus dem Bereich Schuhe / Lederwaren) und einigen kleineren Läden (Bäcker, Metzger, Tabak / Zeitschriften, ...) kombiniert. Vielfach tritt zur Abrundung des Sortiments noch ein Getränkemarkt hinzu. In größeren Städten wird nicht selten zusätzlich ein Elektrofachmarkt angesiedelt.

Zugleich spielt andererseits die ÖPNV-Anbindung sowie die fahrrad- oder fußläufige Erreichbarkeit eines Standortes auch in Folge eines ökologischen Umdenkens in der Gesellschaft eine immer größere Rolle im Einkaufsentscheidungsverhalten, sodass hier voraussichtlich Einzelhandelsstandorte in Innenstadtlagen wieder eine größere Rolle spielen können.

Ein aktueller Trend betrifft auch die Vergrößerung der Verkaufsflächen, die sich früher oft am seinerzeit geltenden Maßstab der Großflächigkeit orientierten und damit häufig unter 700 m<sup>2</sup> lagen.<sup>4</sup> Durch Wünsche der Kunden nach mehr Übersichtlichkeit bei der Warenpräsentation sowie mehr Einkaufskomfort (z.B. breitere Gänge, Vermeidung hoher Regale, Erhöhung der Anzahl der Kassen u.ä.) und durch immer strengere gesetzliche Anforderungen (z.B. Pfandrücknahmepflicht, Entsorgung von Batterien und Leuchtmitteln, Entsorgung von Verpackungsmaterial u.ä.) beantragen daher heute selbst klassische Lebensmitteldiscounter wie ALDI, LIDL, PENNY u.a. zunehmend Verkaufsflächen von 1.000 bis zu 1.300 m<sup>2</sup> oder darüber hinaus und nähern sich so zunehmend den Vollsortimentern wie EDEKA, REWE, WASGAU u.a. an.



**Abbildung 2: Entwicklung der Verkaufsflächen im Einzelhandel in Millionen Quadratmeter**  
(Quelle: einzelhandel.de | Verkaufsflächenentwicklung Stand Juli 2018 | Zugriff in 30.10.2018 | eigene Darstellung)

Diese benötigen teilweise sogar noch deutlich größere Flächen, da hier die angebotene Warenpalette erheblich breiter ist als bei den Discountern und meist noch Frischeprodukte u.ä. hinzukommen. Die Ansiedlungen solcher großflächiger Betriebe auf der „grünen Wiese“ (dies betrifft Lebensmittelläden, Fachmärkte und Einkaufszentren) bedürfen großer Parkplätze und generieren

<sup>4</sup> Im Jahr 2005 hatte sich das BVerwG mit der Fragestellung zu beschäftigen, ab welcher Größe ein Einzelhandelsbetrieb als „großflächig“ gilt. Bis dahin wurde meist davon ausgegangen, dass – obwohl eine feste Grenze nicht existierte – ein Schwellenwert von 700 m<sup>2</sup> nicht überschritten werden darf. Mit den Entscheidungen vom 24. November 2005 – 4 C 10/04 und 4 C 14/04 – wurde erstmalig eine verbindliche Grenze definiert, die seitdem bei 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche liegt. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass heute auch verschiedene Flächenanteile (z.B. Kassenvorzone) zur Verkaufsfläche hinzuzurechnen sind, die früher bei deren Bestimmung gerne außen vor gelassen wurden.

somit eine erhöhte Flächenversiegelung. Zudem schwächt diese Ansiedlung am Stadtrand den zentral angesiedelten, gewachsenen Einzelhandel in den Innenstädten.

Aus diesen Gründen sind Lebensmittelgeschäfte in den Stadtkernen heute vielerorts nicht mehr oder nur noch vereinzelt zu finden. Auch Standorte, die erst vor wenigen Jahren eröffnet wurden, aber keine Erweiterungsmöglichkeiten mehr bieten, um den aktuellen Trends Rechnung zu tragen, werden aufgegeben. Dies betrifft sowohl Lagen im Ortszentrum, als auch Ansiedlungen in den Randbereichen, die oft genug nur wenige Jahre betrieben werden. Viele inhabergeführte oder alteingesessene Betriebe müssen dem Wettbewerb nachgeben, sodass Leerstände entstehen können. Die Problematik eines damit eventuell einhergehenden Trading-Down-Effektes gilt es zwingend zu vermeiden. Hierbei ist allerdings zu beachten, dass eine pauschale Beurteilung über die Innenstadtverträglichkeit eines Einkaufszentrums zu verneinen ist<sup>5</sup> und einer Einzelfallprüfung bedarf.

Die Schnelllebigkeit der Handelswelt zeigt sich auch in umgekehrter Sache. In Folge eines der allgemeinen Entwicklung und dem damit ansteigenden Konkurrenzdruck nachgebenden fehlgeschlagenen Versuches über XL-Märkte den Konkurrenten Paroli zu bieten hat 2012 die bekannte und bis dato standortstärkste Drogeriemarktkette SCHLECKER durch ihre Insolvenz und den damit verbundenen Ladenschließungen für eine Dynamik am Markt gesorgt, die vielfach zu Veränderungen in der Grundversorgung im ländlichen Raum geführt hat. Nachdem in 2011 noch ca. 10.250 Drogerien am Markt waren, wurden 2012 nur noch 3.855 Standorte verzeichnet<sup>6</sup>. Kleinere Orte, in denen SCHLECKER Filialen schlossen, konnten häufig keine Drogeriewaren mehr vorhalten. Nach der Insolvenz musste der Markt in der Warengruppe neu aufgeteilt werden, was insbesondere für die bereits existierenden Konkurrenzunternehmen interessant wurde.

Vor allem DM und Rossmann haben hier profitiert und ihr Standortnetz ausgebaut. Ein weiterer Profiteur ist die Kette Müller; mit häufig kaufhausähnlichen Marktgrößen hat sich das Ulmer Unternehmen an dritter Stelle des bundesweiten Marktes etabliert. Jedoch zeigt das Beispiel des mittlerweile als viertem Player am Markt etablierten Unternehmens Budnikowsky, dass eine Rückbesinnung auf kleinere Standorte ebenfalls sinnvoll ist, um die durch die Schlecker Insolvenz entstandenen Versorgungslücken flächendeckend zu füllen<sup>7</sup>. Insgesamt betrachtet besteht jedoch nach wie vor Bedarf, um die ehemals als nahezu ideal zu bewertende Versorgungssituation in dieser nahversorgungsrelevanten Branche wieder herzustellen.

### 2.2.2 Faktor Online – Handel

Weitere Dynamik erhält der Einzelhandelsmarkt durch das rasante Wachstum des Einzelhandels im Online Segment. So nimmt der Anteil des Online – Handels weiter zu. In 2012 mit einem Umsatz von etwa 28,0 Mrd. € noch bei ca. 6,3% des Gesamtumsatzes in Deutschland, wird für 2018 ein zusätzlicher Anstieg des Umsatzes im Online – Handel auf ca. 53,6 Mrd. € (10,2%) erwartet<sup>8</sup>. Die Prognose für den Einzelhandelsumsatz im Jahr 2018 geht von einer nominalen Umsatzsteigerung um 2% auf 523,1 Mrd. € aus, davon entfallen 10,2 % auf den Onlinehandel.

---

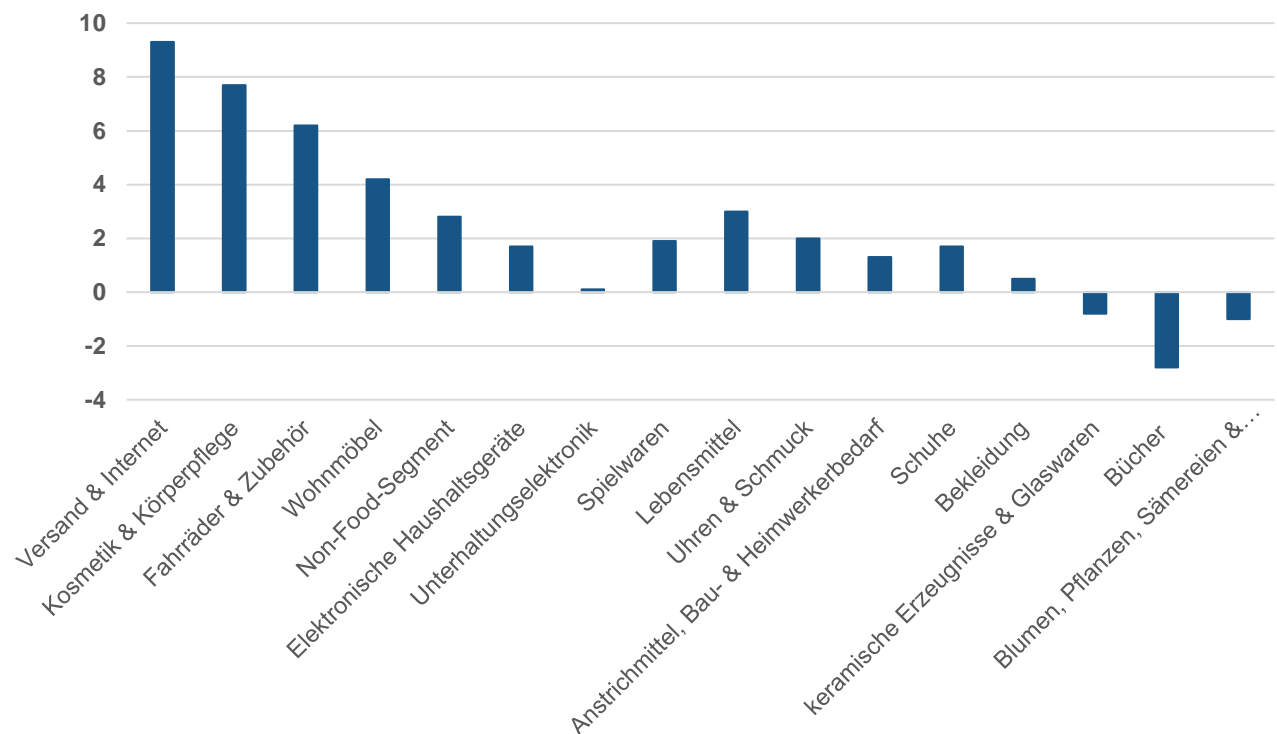
<sup>5</sup> vgl. BMVBS 2013: Weißbuch Innenstadt – Umsetzung gestalten, S.10

<sup>6</sup> Handelsdaten.de

<sup>7</sup> Hahn Gruppe Research 2014 – Retail Real Estate Report Germany

<sup>8</sup> vgl. HDE Handelsverband Deutschland: HDE Online-Monitor; Stand 2018

Eine Unterscheidung zwischen den Anteilen der Non-Food-Segmente (2017 ca. 14%) und der Food-Segmente (2017 1,1%) am Gesamtanteil des Online Umsatzes ist hier allerdings dringend zu beachten<sup>9</sup>. In Folge der Gesamtstrukturentwicklung, welche stark durch den Wandel hin zum Online – Handel geprägt wird, ist vor allem der Fachhandel von rückläufigen Kundenzahlen betroffen. So schätzen 40 Prozent der an einer im Frühjahr 2014 durchgeführten Konjunkturumfrage teilnehmenden Einzelhändler<sup>10</sup> die Kundenfrequenzen als sinkend ein, 17 Prozent bewerten die Kundenfrequenzen sogar als deutlich sinkend. Die Folgen für die jeweiligen Branchen sowie die aus dieser Entwicklung resultierenden Umsatzverteilungen sind teilweise dramatisch.



**Abbildung 3: Branchenanteile an der Umsatzentwicklung im Zeitraum Januar-November 2015**  
(Quelle: einzelhandel.de | Moderates Wachstum in 2014 | Zugriff in 03.2017 | eigene Darstellung)

Bei einer „Real-Stagnation“ des Einzelhandelsumsatzes von +2.6% seit 2009 (Tiefstwert der letzten 13 Jahre) ist eine Realprofitsteigerung um 6,6%<sup>11</sup> im Versand- und Internethandel bei gleichzeitigen starken Verlusten in den weiteren Branchen mehr als bedenklich und bedarf gezielter Gegensteuerung. So sind beispielsweise die Sortimente Bücher, Spielwaren und Unterhaltungselektronik im Online – Handel als etabliert zu bezeichnen.<sup>12</sup> Die Auswirkungen dieser Entwicklung machen sich bereits seit längerem in den Innenstädten sowohl durch die Schließung kleinerer privater Händler aber auch aktuell von Filialen großer Buchhandlungen bemerkbar. Setzt sich dieser Trend auch in den anderen Branchen fort, so ist die weitere Zunahme der Leerstände in den Innenstädten nur noch eine Frage der Zeit.

In Kombination mit den Auswirkungen des demografischen Wandels wächst der bereits jetzt vorhandene Druck auf den stationären, innerstädtischen Handel daher weiter an. Der demografische

<sup>9</sup> vgl. HDE: Online Monitor, 2018

<sup>10</sup> vgl. GfK 2014: Einzelhandel wächst 2014 nur durch Online.

<sup>11</sup> vgl. HDE Handelsverband Deutschland: Jahrespressekonferenz 2014

<sup>12</sup> vgl. HDE: Online Monitor, 2018

Wandel kann hier jedoch auch als Chance gesehen werden. So werden für die zukünftig wachsende Zielgruppe älterer Menschen in Zukunft eine gute fußläufige Erreichbarkeit, die Erreichbarkeit zum ÖPNV sowie bequeme Parkmöglichkeiten eine wichtige Rolle bei der Einkaufsentscheidung spielen und diese Aspekte folglich zu einem wichtigen Faktor im Wettbewerb um diese Zielgruppe im stationären Einzelhandel werden.<sup>13</sup>

Betrachtet man die generellen Auswirkungen der Dynamiken des Einzelhandels, bedarf es einer gezielten Steuerung der Ansiedlungsprozesse in einer Stadt oder Gemeinde, welche auch durch das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bad Dürkheim festgelegt, untermauert und umgesetzt werden sollte.

### 2.3 Vorgaben der Landesplanung

Die Stadt Bad Dürkheim befindet sich gemäß Landesentwicklungsprogramm (LEP) IV in einem verdichteten Bereich mit disperser Siedlungsstruktur und einer hohen Zentrenreichbarkeit (Abb. 4). Bad Dürkheim wird als Mittelzentrum eingestuft. Mittelzentren übernehmen die Aufgabe die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfes zu sichern.

Um diesem Auftrag innerhalb des Mittelbereiches nachzukommen, wird das Konzept auf Grundlage der Vorgaben und Rahmenbedingungen für Mittelzentren mit entsprechender Zielsetzung entwickelt.

Dem LEP IV sind unter Kapitel 3.2.3 *Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)* folgende Zielaussagen zu entnehmen, die über die Bestimmungen des § 1 Abs. 4 Baugesetzbuch (BauGB) als „Ziele der Raumordnung“ bei der Aufstellung von Bauleitplänen verbindlich zu beachten sind:

- Z 57** Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (**Zentralitätsgebot**). Betriebe mit mehr als 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung erforderlich ist.
- Z 58** Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, zulässig (**städtebauliches Integrationsgebot**). Die städtebaulich integrierten Bereiche (*zentrale Versorgungsbereiche* im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.
- Z 59** Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an **Ergänzungsstandorten** der zentralen Orte zulässig. Diese sind ebenfalls von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.
- Z 60** Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der

<sup>13</sup> vgl. HWWI 2013: Handel im Wandel

Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (**Nichtbeeinträchtigungsgebot**). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.

**Z 61** Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Grenze der Großflächigkeit überschreitet, sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln. 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.

**Z 57** definiert eine absolute Obergrenze der Verkaufsflächen bzw. eine bindende Orientierung für großflächige Einzelhandelsbetriebe an der zentralörtlichen Funktion der Gemeinde. Für die Stadt Bad Dürkheim ist diese Vorgabe demnach von Bedeutung. Durch die zugewiesene mittelzentrale Bedeutung obliegt der Stadt das Recht Betriebe mit mehr als 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche anzusiedeln.

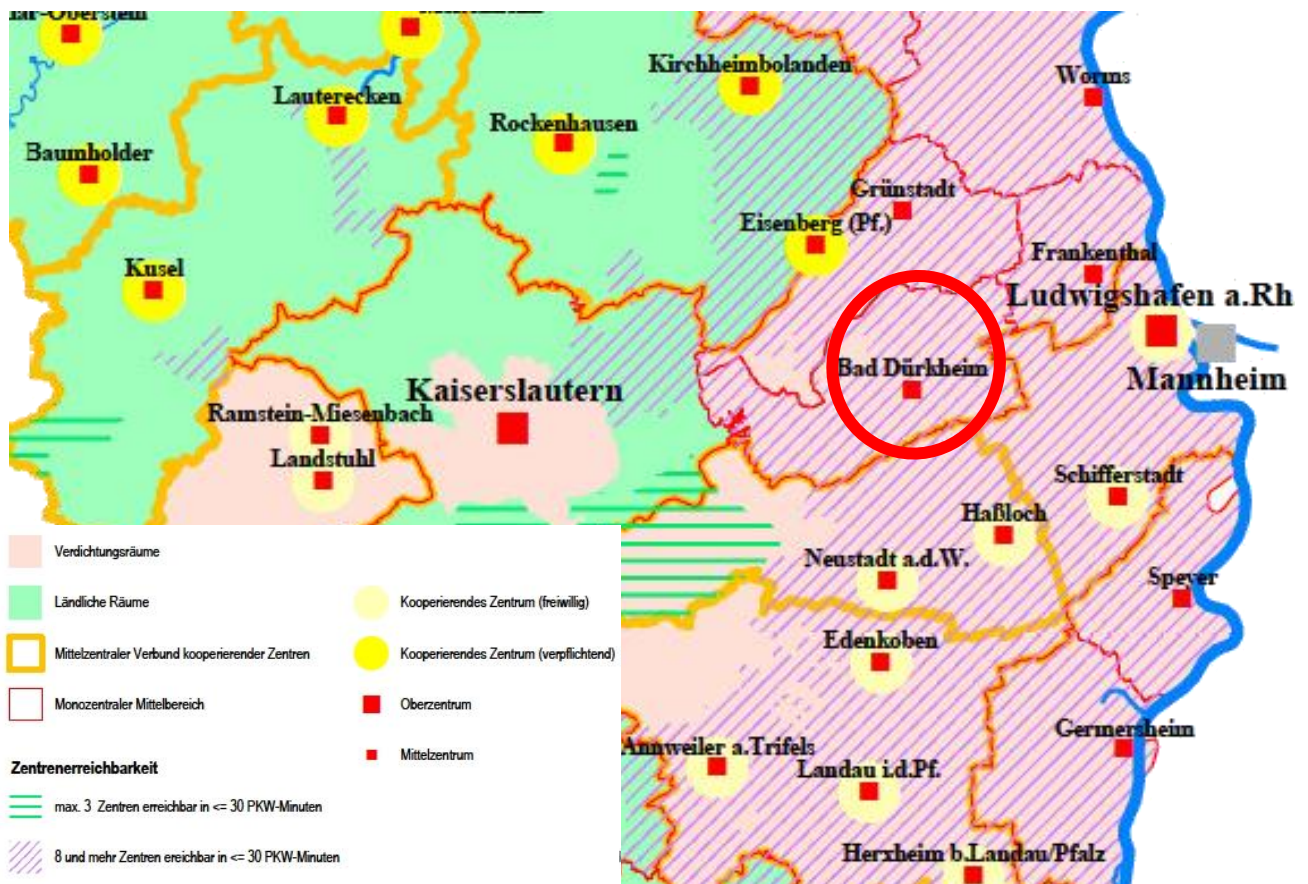


Abbildung 4: Leitbild Daseinsvorsorge – Zentrale Orte, Mittelbereiche und mittelzentrale Verbünde (Quelle: LEP IV, Karte 6 - Ausschnitt)

**Z 58**, das sogenannte „städtebauliche Integrationsgebot“, fordert bei Ansiedlungen großflächiger Betriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten – und hierum handelt es sich bei Betrieben aus den Bereichen „Nahrungs- und Genussmittel“, „Gesundheits- und Körperpflege“ u.ä. mittlerweile regelmäßig – eine Lage innerhalb eines „zentralen Versorgungsbereiches“. Diese Bereiche sind insofern im Zuge der vorliegenden Aufstellung des Konzeptes entsprechend abzugrenzen und

verbindlich festzulegen. Zu den diesbezüglichen Anforderungen wird auf die Ausführungen in den nachfolgenden Kapiteln verwiesen.

**Z 59** definiert Vorgaben für die Ansiedlung von Betrieben mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten (z.B. Baustoffmärkte u.ä.), die aufgrund ihres Angebotes innenstadtrelevante Sortimente als Randsortimente in einem verträglichen Maße führen dürfen. Dieses Maß ist im Konzept ebenfalls zu bestimmen.

**Z 60**, das sogenannten „Nichtbeeinträchtigungsgebot“, bekräftigt, dass durch geplante Ansiedlungen großflächiger Betriebe weder die zentralen Versorgungsbereiche der Standortgemeinde selbst, noch die benachbarter Kommunen – entsprechend dem jeweiligen Versorgungsauftrag, der sich aus der zentralörtlichen Funktionszuweisung ergibt – wesentlich beeinträchtigt werden dürfen, was insofern ebenfalls nachzuweisen sein wird. Hier werden die Erreichbarkeiten der einzelnen Standorte zu untersuchen sein.

**Z 61** sieht vor, dass auch für nicht innenstadtrelevante Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches keine räumlichen Häufungen, also sog. Agglomerationen, auftreten sollen. Dem ist durch entsprechende Flächenbeschränkungen Rechnung zu tragen. Bei bereits bestehenden Agglomerationen ist dieser Zustand als maximale Ausdehnung bauleitplanerisch zu sichern. Entsprechende Empfehlungen sollen Teil dieses Konzeptes sein.

## 2.4 Vorgaben der Regionalplanung

Der Einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar (ERP) der Metropolregion umfasst Teilräume Baden-Württembergs, Hessens und Rheinland-Pfalz. Der ERP ist seit dem 15.12.2014 für den rheinland-pfälzischen Teil des Verbandsgebietes verbindlich. Mit Inkrafttreten der Satzung traten der Regionale Raumordnungsplan Rheinpfalz aus dem Jahr 2004 sowie die Teilfortschreibung, Plankapitel 4.2.2 Dienstleistungen, Handel aus dem Jahr 2006 außer Kraft.

Der ERP überträgt, wie auch bereits der Regionale Raumordnungsplan Rheinpfalz, gemäß den Vorgaben der Landesplanung für seinen rheinland-pfälzischen Teilraum Bad Dürkheim die Funktion eines Mittelzentrums. Diese haben neben den überörtlichen Grundversorgungsaufgaben den gehobenen, spezialisierten Bedarf insbesondere an öffentlichen und privaten Dienstleistungen für den jeweiligen Verflechtungsbereich (Mittelbereich) sicher zu stellen.

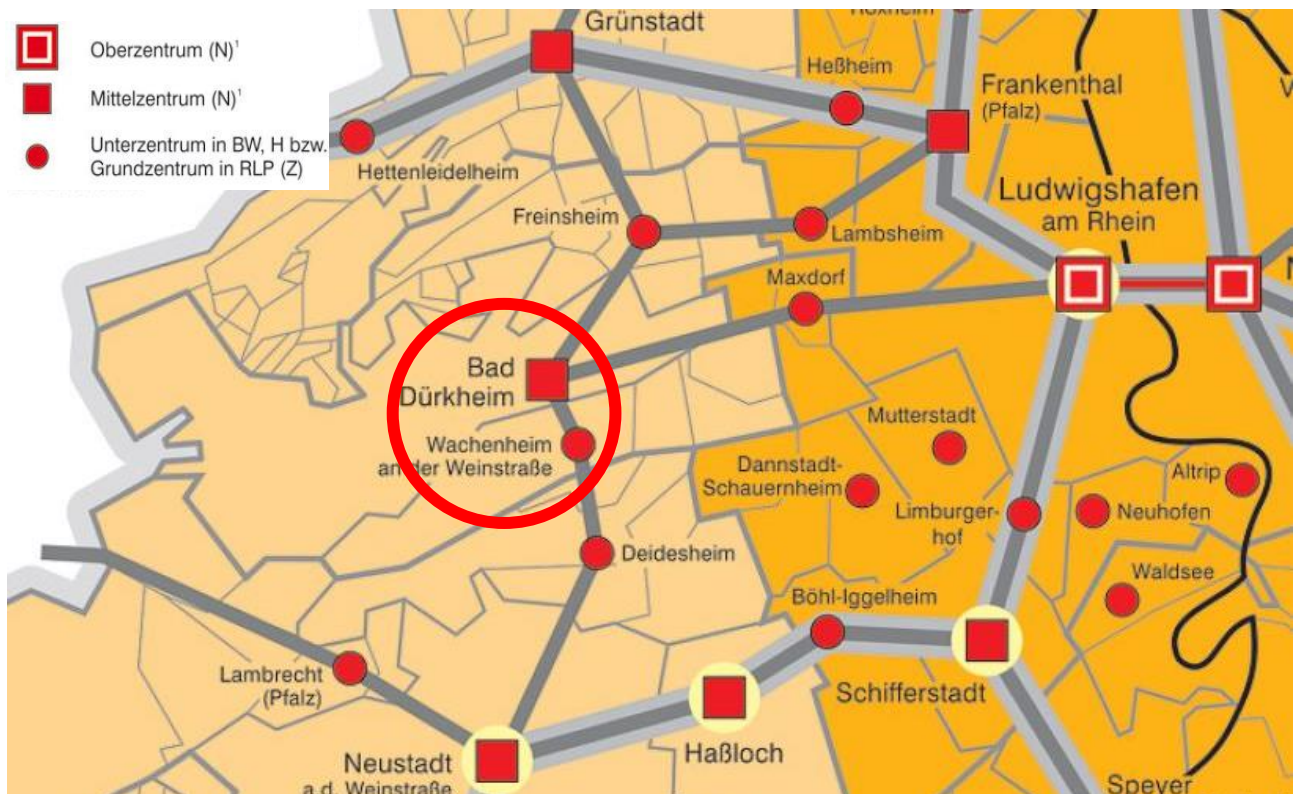


Abbildung 5: Ausschnitt aus der Raumstrukturkarte  
(Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar | 2014)

Dezierte Aussagen zum Einzelhandel in der räumlichen Planung werden im **Kapitel 1.7** getroffen. Dabei wird Bezug genommen auf das zentralörtliche System der Region, welches maßgeblich die Funktion der Gemeinden auch im Hinblick auf den Versorgungsauftrag gegenüber der Bevölkerung regelt:

**G 1.7.1.1** Die **verbrauchernahe Versorgung** (Nahversorgung) zur Deckung des kurzfristigen, täglichen Bedarfs (insbesondere mit Lebensmitteln) soll in allen Städten und Gemeinden der Metropolregion Rhein-Neckar gewährleistet und sichergestellt werden. Hierzu soll eine auf die örtliche Grundversorgung abgestimmte Ansiedlung und Sicherung von Einzelhandelsbetrieben in räumlicher und funktionaler Zuordnung zu den Stadt- und Ortsteilzentren angestrebt werden. Die für den Fußgänger- und Fahrradverkehr gut erschlossenen sowie mit dem öffentlichen Personennahverkehr erreichbaren integrierten Standorte sollen gefördert und gesichert werden. Dabei sollen die Belange von nicht motorisierten und in ihrer Mobilität eingeschränkten Personen, Familien mit Kindern, Personen, die Beruf und Familie vereinbaren, älteren und betagten Menschen und Menschen mit Behinderungen berücksichtigt werden.

**Z 1.7.2.1** Die raumordnerische Verträglichkeit von Einzelhandelsgroßprojekten ist gemäß Z 1.7.2.2 bis Z 1.7.2.5 nachzuweisen.

**Z 1.7.2.2** Einzelhandelsgroßprojekte sind in der Regel nur in den Ober-, Mittel- sowie in Baden-Württemberg in den Unterzentren zulässig (**Zentralitätsgebot**). In Rheinland-Pfalz gilt dies auch in den Grundzentren für Vorhaben bis max. 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Ausnahmsweise kommen für Einzelhandelsgroßprojekte auch andere Standortgemeinden in Betracht, wenn dies ausschließlich zur Sicherung der Nahversorgung geboten ist und keine negativen Auswirkungen auf Ziele der Raumordnung zu erwarten sind. [...]

Z 1.7.2.3 Verkaufsfläche, Warensortiment und Einzugsbereich von Einzelhandelsgroßprojekten sind insbesondere auf die Einwohnerzahl der Standortgemeinde und deren Verflechtungsbereich sowie auf die zentralörtliche Funktionsstufe abzustimmen. Dabei darf der zentralörtliche Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschritten werden (**Kongruenzgebot**).

Z 1.7.2.4 Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde, anderer Zentraler Orte sowie die Nahversorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich **nicht wesentlich beeinträchtigen**.

Z 1.7.2.5 Einzelhandelsgroßprojekte sind an städtebaulich **integrierten Standorten** anzusiedeln. Ausnahmsweise kommen für Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Warensortimenten (vgl. Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3) entsprechend Z 1.7.3.2. auch andere Standorte in Betracht.

Z 1.7.2.6 Hersteller-**Direktverkaufszentren** sind nur an integrierten Standorten von Oberzentren zulässig. Ausnahmsweise kommen hierfür auch Mittelzentren in Betracht, sofern die raumordnerischen Zielvorgaben gemäß Z 1.7.2.3 bis Z 1.7.2.5 eingehalten werden.

G 1.7.2.7 Neue Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte sollen mit einem entsprechend der Größe sowie dem Einzugsbereich des Vorhabens angemessenen **öffentlichen Personennahverkehr** (ÖPNV) erreichbar sein.

Z 1.7.3.1 In den Ober-, Mittel- sowie im baden-württembergischen Teilraum in den Unterzentren sind **Einzelhandelsgroßprojekte** in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten „**Zentralörtlichen Standortbereichen** für Einzelhandelsgroßprojekte“ anzusiedeln. Die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten Sortimenten (vgl. Sortimentsliste in der Begründung) ist nur in diesen Standortbereichen zulässig. **Einzelhandelsgroßprojekte** mit zentrenrelevanten Sortimenten, die ausschließlich der Nahversorgung dienen (vgl. Sortimentsliste; Begründung zu Z 1.7.3.3) kommen ausnahmsweise auch an anderen integrierten Standorten in Betracht, sofern keine schädlichen Wirkungen insbesondere auf „zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB“ und die verbrauchernahe Versorgung der Standortgemeinde sowie anderer Gemeinden und deren Ortskerne zu erwarten sind.

Z 1.7.3.2 Einzelhandelsgroßprojekte mit **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** sind auch in den in der Raumnutzungskarte gebietsscharf festgelegten „**Ergänzungsstandorten** für Einzelhandelsgroßprojekte“ zulässig, sofern für solche Betriebe in den „Zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ keine geeigneten Flächen zur Verfügung stehen. Im Einzelfall ist die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ ausnahmsweise möglich, wenn in diesen keine geeigneten Flächen verfügbar sind, die raumordnerische Verträglichkeit entsprechend Z 1.7.2.1 nachgewiesen wird und sich das Vorhaben in ein kommunales Einzelhandelskonzept einfügt.

Z 1.7.3.3 **Zentrenrelevante Randsortimente** sind in den „Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte“ sowie in den unter Z 1.7.3.2 definierten Ausnahmefällen zulässig, sofern sie gemäß Z 1.7.2.1 raumordnerisch abgestimmt sind. Sie sind auf insgesamt maximal zehn Prozent der Gesamtverkaufsfläche, höchstens jedoch 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu begrenzen. Zentrenrelevante Randsortimente.

**Z 1.7.4.1** Mehrere nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, bei denen auf Grund ihrer engen räumlichen und funktionalen Verknüpfung negative raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen zu erwarten sind (**Agglomeration**), sind zu vermeiden und raumordnerisch wie ein Einzelhandelsgroßprojekt zu beurteilen.

**G 1.7.4.2** Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe an Standorten außerhalb der „Zentralörtlichen Standortbereiche und der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ genießen **Bestandsschutz**. Bestandsorientierte Modernisierungen sollen unter Beachtung der vorstehenden Plansätze auf ihre Raumverträglichkeit geprüft werden. Eingetretene raumordnerische und städtebauliche Fehlentwicklungen dürfen dabei nicht weiter verfestigt werden.

**G 1.7.4.3** Die Städte und Gemeinden in der Metropolregion Rhein-Neckar sollen zur Stabilisierung ihrer innerstädtischen Versorgungs- und Einzelhandelsstrukturen sowie zur Sicherung der Nahversorgung in Abstimmung mit der Regionalplanung **kommunale/interkommunale Einzelhandelskonzepte** erarbeiten. Auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten sollen alle Bebauungspläne mit GE- bzw. GI-Festsetzungen an die jeweils aktuelle Baunutzungsverordnung angepasst werden.

**G 1.7.4.4** Bei Einzelhandelsgroßprojekten, die sich über Staats- und Landesgrenzen hinaus auswirken, soll eine frühzeitige Information und Abstimmung erfolgen.

Die Abbildung 6 zeigt die Raumnutzungskarte des ERP. Hier werden u.a. gemäß Z 1.7.3.1 die „Zentralörtlichen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte“ sowie die „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ gebietsscharf dargestellt. Für Bad Dürkheim wurde der Innenstadtbereich als „Zentralörtlicher Standortbereich für Einzelhandelsgroßprojekte“ definiert. „Ergänzungsstandorte [...]“ legt der ERP für Bad Dürkheim nicht fest. Die „Zentralörtlichen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekten“ entsprechen den „Zentralen Versorgungsbereichen“ im Sinne des BauGB. Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten sind außerhalb der festgelegten „Zentralörtlichen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte“ grundsätzlich unzulässig.

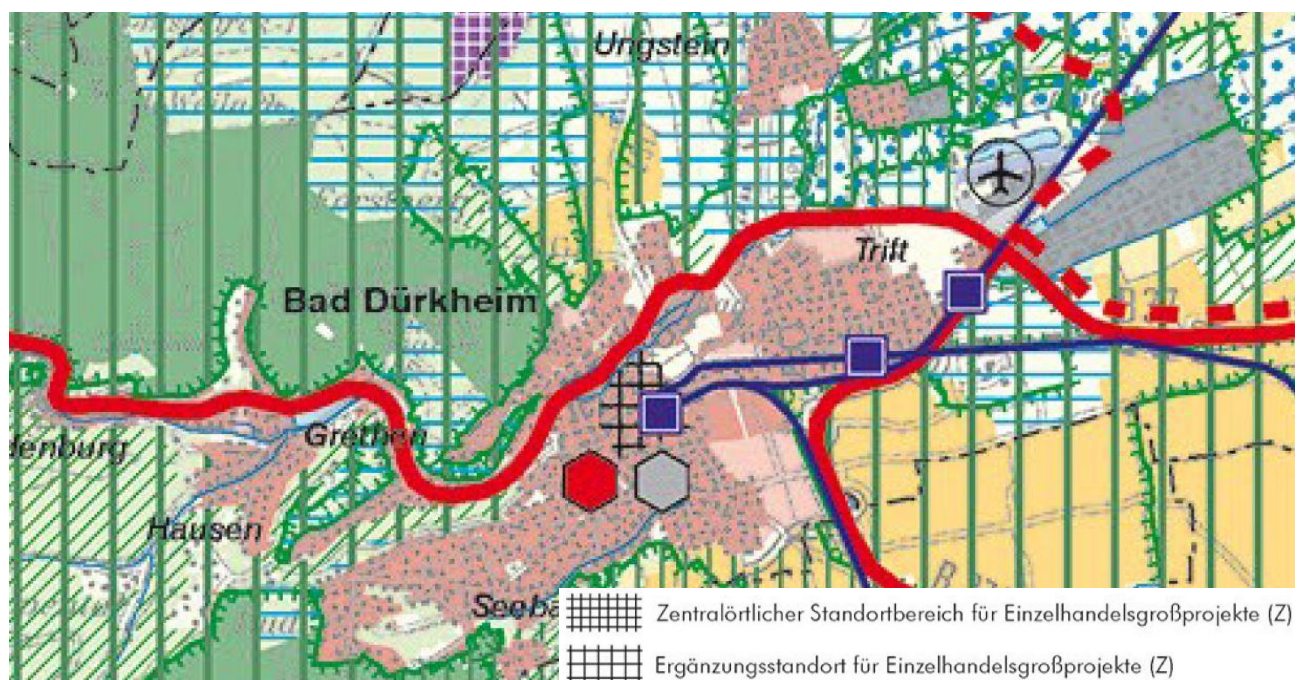


Abbildung 6: Ausschnitt aus der Raumnutzungskarte  
(Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar | 2014)

Der ERP beinhaltet eine Sortimentsliste, die eine einheitliche Beurteilung der Zentrenrelevanz von Einzelhandelsvorhaben in der Metropolregion Rhein-Neckar gewährleisten soll:

#### Zentrenrelevante Sortimente

- Bücher / Zeitschriften / Papier / Schreibwaren / Büroartikel
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Sportartikel
- Baby-/ Kinderartikel
- Unterhaltungselektronik / Computer / Hifi / Elektroartikel / Leuchten
- Foto / Optik
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche (ohne Teppichböden), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Haushaltswaren, Heimtextilien
- Musikalienhandel
- Uhren / Schmuck
- Spielwaren
- Kunst / Antiquitäten
- Schnittblumen
- Gesundheitsartikel / Sanitätswaren

#### Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente

- Lebensmittel, Getränke
- Drogeriewaren, Kosmetikartikel

Auf Grundlage eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes kann in Einzelfällen in Abstimmung mit der Regionalplanung von dieser Sortimentsliste abgewichen werden.

Der ERP sieht es als seine wesentliche Aufgabe an, allen Teilräumen gleichwertige Lebensverhältnisse zu ermöglichen. Dies beinhaltet u.a. die wohnortnahe Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen. Dabei definiert der ERP v.a. die Sicherung der wohnortnahen und bedarfsgerechten Grundversorgung als zentrale Herausforderung. Hier müssen raumplanerische und bauleitplanerischen Instrumentarien zum Einsatz kommen um ausgewogene Nahversorgungsstrukturen zu erhalten und zu entwickeln. Als bedeutende Planungsgrundlage werden die kommunalen bzw. interkommunalen Einzelhandelskonzepte hervorgehoben. Die Grundsätze und Ziele des ERP Rhein-Neckar fließen in die Erarbeitung dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ein.

## **2.5 Sonstige Vorgaben**

Aus den o.g. Anforderungen der Landesplanung ergibt sich das Erfordernis, im Rahmen der Aufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes den oder die zentralen Versorgungsbereich(e) in der Stadt Bad Dürkheim festzulegen und ggf. auch Ergänzungsstandorte zu definieren, an denen sich die Einzelhandelsentwicklung künftig konzentrieren soll. Darüber hinaus ist eine Sortimentsliste mit den für die Stadt innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten aufzustellen, die Maßstab für die Zulässigkeit oder Unzulässigkeit bestimmter Ansiedlungen ist.

Nachfolgend sollen zunächst der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs definiert und die sich aus der Rechtsprechung ergebenden Anforderungen an seine Abgrenzung benannt werden, da sich die Aufstellung des Konzeptes hieran zu orientieren hat.

### → **Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs**

Aus der Rechtsprechung ergibt sich folgende Definition:

*„Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Sie können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben.“<sup>14</sup>*

Diese Formulierung bezieht sich einerseits auf den faktischen Bestand (nämlich Bereiche, denen bereits eine bestimmte Versorgungsfunktion zukommt), als auch auf die planerische Steuerungsmöglichkeit einer Kommune, einen solchen Bereich auch erstmalig oder in Ergänzung und Erweiterung eines bereits vorhandenen Gebiets festzulegen. Ein geplanter zentraler Versorgungsbereich kann daher durchaus größer sein, als der momentan vorhandene, sofern andere Zielvorgaben (z.B. das „Nichtbeeinträchtigungsgebot“) nicht verletzt werden.

Darüber hinaus sollte ein zentraler Versorgungsbereich nicht nur Einzelhandelsbetriebe vorweisen, sondern auch Dienstleistungsbetriebe beinhalten, welche nicht nur unschädlich für den Bereich selbst sondern zudem häufig erforderlich für die Identifizierung oder Festlegung eines Versorgungsbereiches sind. Dabei ist eine zwingende Mindestgröße des abzudeckenden Bereiches nicht festgelegt, obgleich eine Flächenabdeckung von <1.000m<sup>2</sup> einen zentralen Versorgungsbereich eher unwahrscheinlich macht. Vielmehr ist die Funktion des abzugrenzenden spezifischen räumlichen Gebietes für die Versorgung durch Einzelhandel und Dienstleistungen ausschlaggebend bei der Bewertung.<sup>15</sup>

### → **Die Schwelle der schädlichen Auswirkungen**

Was möglicherweise – bezogen auf das Stadtzentrum von Bad Dürkheim oder die umliegenden Orte sowie insbesondere auch auf die benachbarten zentralen Orte – „schädlich“ ist, ergibt sich ebenfalls aus der Rechtsprechung, die hierzu Folgendes ausführt:

*„‘Schädlich‘ im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB sind Auswirkungen erst dann, wenn sie gravierender sind als solche, welche erst die interkommunale Abstimmungspflicht nach § 2 Abs. 2 Satz 1 BauGB auslösen.“<sup>16</sup>*

Insofern ist – bezogen auf den konkreten Fall – zu untersuchen, ob die Ansiedlung neuer Betriebe oder eine Erweiterung zu Auswirkungen führt, die eine interkommunale Abstimmungspflicht auslösen. Bei Vergrößerungen von Betrieben wird dies regelmäßig nicht der Fall sein, sofern sie sich im Rahmen der Vorgaben des LEP IV sowie des Regionalen Raumordnungsplans bewegen.

Aus städtebaulicher Sicht ist dennoch Vorsicht geboten, denn nicht nur Betriebe, die sich auch auf die Versorgungssituation der benachbarten zentralen Orte auswirken, können im Einzelfall „schädlich“ im kleinräumigen Sinne sein. Schädlich sind sie im Einzelfall auch dann, wenn sie die Nahversorgungsfunktion eines bestimmten Ortsteils nachhaltig schwächen.

---

<sup>14</sup> BVerwG: Urteil vom 11. Oktober 2007, Aktenzeichen 4 C 7/07 – Leitsatz

<sup>15</sup> Kuschnerus, Ulrich; 2007: Der standortgerechte Einzelhandel, S. 79ff

<sup>16</sup> OVG Niedersachsen: Urteil vom 17. Januar 2008, Aktenzeichen 1 LB 154/07

Zwar gibt es keine exakt definierte Grenze, was die Schädlichkeit anbelangt, jedoch hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) in diesem Zusammenhang geurteilt: *„Ein Vorhaben lässt schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche einer Standortgemeinde jedenfalls dann erwarten, wenn es deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig stört, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.“*<sup>17</sup>

Übertragen auf Bad Dürkheim bedeutet dies, dass z.B. die Neuansiedlung eines bestimmten Betriebs außerhalb eines Versorgungsbereiches in der Folge zu einer Schwächung der Innenstadt führen könnte, etwa dann, wenn dadurch ein in der Innenstadt befindlicher kleinerer Betrieb so in seiner Existenz bedroht wäre, dass er aufgeben müsste. In Folge dieser Geschäftsaufgabe würde die Innenstadt erneut geschwächt und gegebenenfalls zusätzliche negative Effekte – oder auch Trading-Down-Effekte – generiert. Diese Situation gilt es deshalb im Folgenden ebenfalls zu untersuchen.

Weiter urteilt das OVG Niedersachsen: *„Bei der Beurteilung der Schädlichkeit der Auswirkungen auf benachbarte Gemeinden kann in Anlehnung an § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB auch berücksichtigt werden, ob sich die "Vorhabengemeinde" (Mittelzentrum) damit nur das an Umsatz "zurückholt", was ihr im Vergleich zu Umlandgemeinden, die "nur" Grundzentren darstellen, raumordnungsrechtlich an sich zusteht.“*<sup>18</sup>

Folglich ist im Detail die Einzelhandelsentwicklung einer Gemeinde – und damit auch die Steuerung innerhalb eines Mittelbereichs – differenziert zu betrachten. Die Prüfung von Ansiedlungen auf ihre Tragfähigkeit und Verträglichkeit unterliegt somit einer gewissen Abwägung. Hier spielt das Verhältnis zwischen den unterschiedlichen Versorgungsaufträgen der Gemeinden eine große Rolle. Einzelfallabstimmungen sind daher im Vorfeld von raumbedeutsamen Ansiedlungen unumgänglich.

Weiter lässt die Rechtsprechung keinen Zweifel daran, dass schädliche Auswirkungen nicht auf den Umsatz einzelner Betriebe bezogen werden dürfen, sondern, sofern die Maßnahme städtebaulich motiviert ist, auch nur schädliche Auswirkungen im städtebaulichen Sinne gemeint sein dürfen. Dies gilt auch dann, wenn zwar Auswirkungen auf andere Zentren festgestellt werden, deren Funktionsfähigkeit generell jedoch nicht unter der Konkurrenz einzelner Ladenlokale zum Vorhaben leidet. Damit sind nicht nur branchenspezifische Auswirkungen sondern auch gesamtsregionale Kaufkraftumlenkungseffekte für die Beurteilung eben dieser Auswirkungen darzustellen.<sup>19</sup>

Die schädlichen Auswirkungen eines Vorhabens beziehen sich jedoch nicht in jedem Fall auf die gleiche Schwellenbetrachtung, nämlich die des einschlägigen 10 %-Kriteriums, sondern sind im Falle der Prüfung für den zentralen Versorgungsbereich der eigenen Gemeinde selbst danach zu unterscheiden, ob das Vorhaben in einem integrierten Bereich angesiedelt werden soll. Hierzu sagt das OVG Rheinland-Pfalz:

*„Die Beurteilung von innerkommunalen Umsatzumverteilungen als Folge der Bauleitplanung eines Einkaufszentrums sind grundsätzlich dem planerischen Ermessen der Gemeinde*

---

17 BVerwG: Urteil vom 11. Oktober 2007, Aktenzeichen 4 C 7/07 – Leitsatz

18 OVG Niedersachsen: Urteil vom 17. Januar 2008, Aktenzeichen 1 LB 154/07 – Leitsatz

19 vgl. OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 15. November 2010, Aktenzeichen 1 C 10320/09.OVG

*innerhalb der Ziele der Raumordnung und der Grenzen der abwägungserheblichen Belange überlassen. Eine ‚10 %-Grenze‘ für Umsatzverluste könnte allenfalls dann angenommen werden, wenn es sich bei der Neuplanung um einen nicht integrierten Standort handeln würde, der zulasten der Innenstadt Einzelhandelsumsatz absorbiert.“<sup>20</sup>*

Diese Aussage ist vom BVerwG in dieser Form bestätigt worden.<sup>21</sup>

Die genannten Vorgaben sind natürlich auch im Hinblick auf die Ausarbeitung gesamtstädtischer Entwicklungspotenziale zu beachten.

### → **Die Anforderungen an die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche**

Für die räumliche Beschreibung und Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches, bestehen nach höchstrichterlicher Auffassung keine exakten Maßstäbe. Jedenfalls ist es nicht unbedingt erforderlich, eine parzellenscharfe Abgrenzung vorzunehmen. So bestätigt ein Urteil des BVerwG, dass bestimmte Unschärfen, speziell an den Rändern eines solchen Bereichs, nach gängiger Rechtsauffassung hinzunehmen sind. *„Das im Rechtsstaatsprinzip (Art. 20 Abs. 3 GG) begründete Gebot hinreichender Bestimmtheit von Gesetzen zwingt den Gesetzgeber nicht, den Tatbestand mit Maßstäben zu umschreiben, die so genau sind, dass es bei deren Auslegung und Anwendung keine Zweifelsfragen gibt.“<sup>22</sup>* Kuschnerus hingegen schließt sich dieser Haltung nicht an, sobald es sich um planerisch erfasste zentrale Versorgungsbereiche handelt. Hier fordert er eine exakte Festlegung der Flächen die für Einzelhandelsnutzungen und sonstige dem Versorgungsbereich zuzuschreibende Nutzungen angedacht sind. Mit einer exakten Festlegung ist dabei in diesem Fall tatsächlich eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung gemeint.<sup>23</sup> Somit ist es rechtlich nicht zwingend auferlegt eine parzellenscharfe Abgrenzung vorzunehmen, aus planerischer Sicht aber empfehlenswert, um etwaige Ungenauigkeiten und infolgedessen Konfliktszenarien zu vermeiden.

Zudem ist festzuhalten, dass die Rechtsprechung bereits den Entwicklungen jüngster Zeit Rechnung trägt und auch in den gewachsenen Strukturen größerer Städte mehrere Zentrale Versorgungsbereiche zulässt. Hierzu heißt es etwa in einem Leitsatz des BVerwG: *„In einer entsprechend großen Gemeinde können auch mehrere zentrale Versorgungsbereiche im Sinne von § 34 Abs. 3 BauGB bestehen. Diese können gegebenenfalls auch in (ein oder mehrere) Hauptzentren und Nebenzentren unterteilt werden.“<sup>24</sup>*

Geeignet für die Festlegung erscheint z.B. die Ebene des Flächennutzungsplans einer (Verbands-) Gemeinde. In diesem Zusammenhang können neben den zentralen Versorgungsbereichen auch bestimmte Nahversorgungszentren, Ergänzungsstandorte u.ä. dargestellt werden. Zur konkreten (Fein-) Steuerung kommt natürlich auch die Ebene des Bebauungsplanes in Betracht. Ebenso ist die Abgrenzung in einem „Einzelhandels- und

<sup>20</sup> OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 20. Januar 2011, Aktenzeichen 1 C 11082/09

<sup>21</sup> vgl. BVerwG: Beschluss vom 03. August 2011, Aktenzeichen 4 BN 15.11

<sup>22</sup> BVerwG: Urteil vom 11. Oktober 2007, Aktenzeichen 4 C 7.07

<sup>23</sup> vgl. Kuschnerus, Ulrich: Der standortgerechte Einzelhandel, S.81f RdNr.:151, S.241,RdNr.:482

<sup>24</sup> BVerwG: Beschluss vom 20.November 2006, Aktenzeichen 4 B 50/06 – Leitsatz

Zentrenkonzept“ möglich, das als informelles städtebauliches Konzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB gilt, sofern es vom zuständigen Gremium mit Selbstbindung beschlossen wird.

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und deren Abstimmung mit der Regionalplanung sind auch die auf den Ort bezogenen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente zu definieren und abzustimmen. Diese ortsspezifischen Sortimentslisten sind wichtig, um einerseits eine auf die konkrete Situation bezogene Grundlage für die Beurteilung dessen zu erhalten, was tatsächlich negative Auswirkungen auf das jeweilige Zentrum haben kann. Andererseits lassen sich so im Bedarfsfall auch Ergänzungsstandorte definieren, in denen nicht zentrenrelevante Sortimente angeboten werden dürfen. Dabei ist jedoch stets auch der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente zu beachten, die bei entsprechend großen Ansiedlungen durchaus dazu führen können, dass an sich (bezogen auf den Ortskern) „unschädliche“ Ansiedlungen negative Auswirkungen auf die Innenstadt oder die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche haben können. Eine gerade noch verträgliche Grenze wird im Allgemeinen bei 10 % der Verkaufsfläche – bezogen auf das nicht zentrenrelevante Kernsortiment – gesehen. Das bestätigt sich auch in der Begründung des LEP IV zu Z 59, wo eine Grenze von 10 % als angemessen angegeben wird.

Die Stadt Bad Dürkheim ist mit 19.203 Einwohnern einer von drei Nahbereichen im Mittelbereich Bad Dürkheim. Die Stadt als Sitz der Kreisverwaltung übernimmt als Mittelzentrum die mittelzentrale Versorgungsfunktion für den eigenen Verflechtungsbereich. Hierzu ist sie laut Ziel 42 des LEP IV berechtigt und verpflichtet. Nach den Vorgaben der Regionalplanung übernimmt sie daher die maßgebliche Nahversorgungsfunktion für das eigene Stadtgebiet und somit gleichbedeutend ihrem Nahbereich.

### 3 BAD DÜRKHEIM ALS EINZELHANDELSSTANDORT IN DER REGION

Aufgrund der zugewiesenen mittelzentralen Funktion und den bereits zuvor beschriebenen Zielaussagen zum Einzelhandel steht der Stadt Bad Dürkheim eine sinnvolle Entwicklung und Stärkung des Einzelhandels zu. Das hier zu entwickelnde Konzept soll diese Funktion manifestieren und als Grundstein für die zukünftige Entwicklung dienen. Dabei ist jedoch nicht alleine die Rolle der Stadt für die Versorgung der eigenen Bevölkerung zu prüfen, sondern ihre Bedeutung für die gesamte umgebende Region. Es gilt hier negative Einflüsse auf umliegende Versorgungsbereiche zu vermeiden und gleichzeitig Einflüsse umliegender Zentren auf Bad Dürkheim zu minimieren und somit den eigenen Standort unter Berücksichtigung der Bedürfnisse übriger Gemeinden zu stärken.

Um diese Anforderungen zu erfüllen werden im Folgenden die Lage der Stadt Bad Dürkheim in der Region und ihre Einflussnahme auf die umliegenden Gemeinden dargestellt. Dabei wird berücksichtigt, dass sowohl die verkehrliche Anbindung der Stadt als auch die eigene Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung Einfluss auf die Rolle in der Region ausüben können. Neben diesen internen Faktoren werden auch die externen Faktoren in Form der Einflüsse umliegender Zentren anhand der gleichen Fragestellungen untersucht und bewertet.

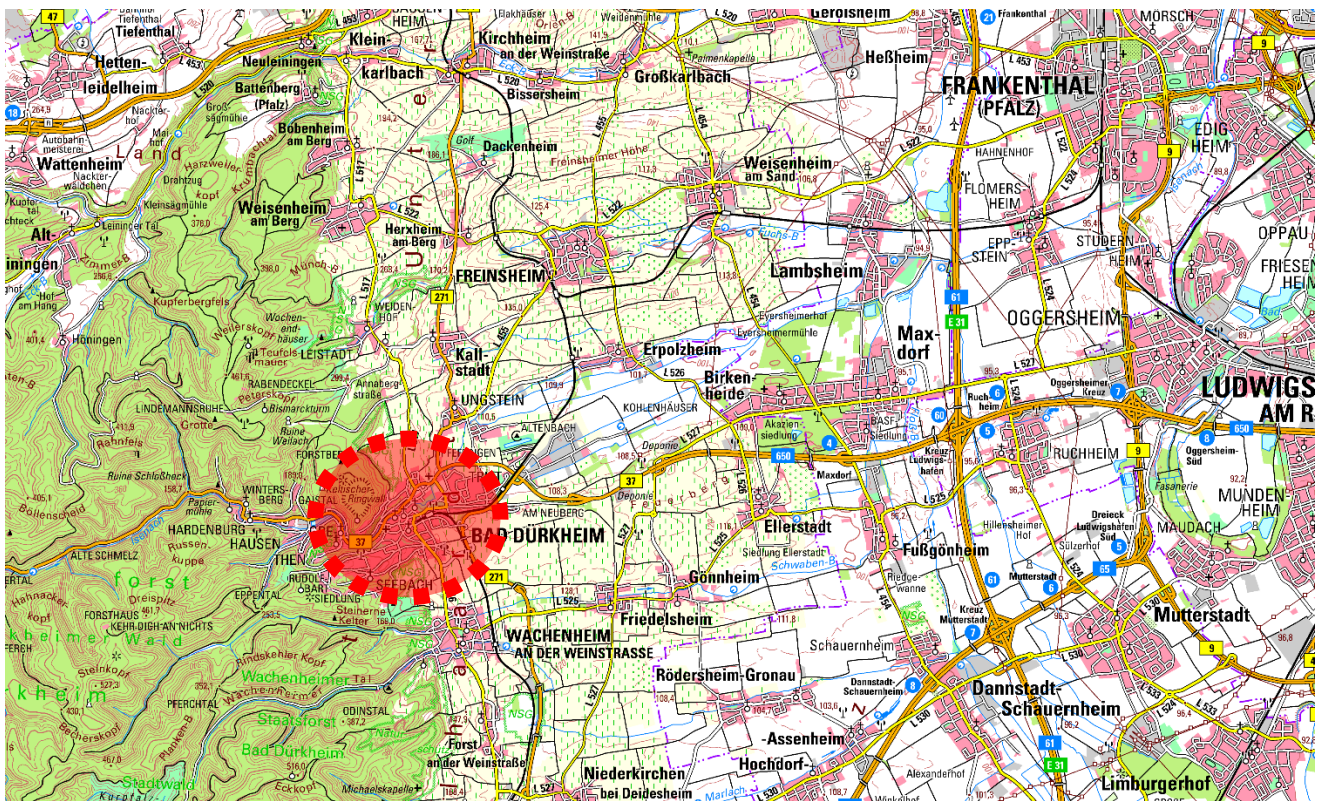


Abbildung 7: Lage der Stadt Bad Dürkheim im Raum

(Quelle: TK 100 ©GeoBasis-DE / LVerGeoRP 2018, dl-de/by-2-0, <http://www.lvermgeo.rlp.de> [10.2018] | ohne Maßstab | eigene Darstellung)

### 3.1 Einwohnerzahlen

Die Stadt Bad Dürkheim hat 19.203 Einwohner bei einer Größe von 102,55 km<sup>2</sup>.<sup>25</sup> Im Raumordnungsplan (ERP) ist der Stadt Bad Dürkheim die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen.

### 3.2 Siedlungsstruktur und verkehrliche Anbindung

Die Stadt Bad Dürkheim ist eine Kur- und Kreisstadt und Verwaltungssitz des Landkreises Bad Dürkheim. Bad Dürkheim besteht aus der Innenstadt und den Stadtteilen Grethen/ Hausen, Hardenburg, Leistadt, Seebach und Ungstein mit Pfeffingen.

Im Umkreis befinden sich zahlreiche Mittel- und Oberzentren von Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg. Laut LEP IV zeichnet sich die Region durch eine hohe Zentrenreichbarkeit und Zentrenauswahl aus. Es sind demnach zwischen 8 und 20 Zentren in weniger als 30 Fahrminuten Entfernung erreichbar.

Das Oberzentrum Ludwigshafen am Rhein liegt mit dem PKW etwa 20 km bzw. etwa 20 Fahrminuten entfernt. Bis ins baden-württembergische Mannheim beträgt die Fahrzeit etwa 25 Minuten, was einer Entfernung von 24 km entspricht. Etwas weiter entfernt liegt das Oberzentrum Kaiserslautern mit 35 km bzw. 42 Fahrminuten. Das Mittelzentrum Neustadt an der Weinstraße liegt rd. 19 km bzw. ca. 20 Fahrminuten südlich von Bad Dürkheim. Die Landeshauptstadt Mainz ist in etwa einer Stunde mit dem PKW zu erreichen und liegt ca. 80 km entfernt.

Wichtigste Verkehrsadern für die Anbindung der Stadt sind die umliegenden Bundesstraßen, welche eine gute überlokale Verbindung ermöglichen sowie die nahe gelegenen Autobahnen A 6 (Saarbrücken - Waishaus), A 61 (Venlo – Dreieck Hockenheim) und die A 65 (Ludwigshafen – Wörth am Rhein). Hierüber bestehen großräumige Verbindungen zu den Autobahnen und Oberzentren sowie darüber hinaus. Innerhalb der Stadt bestehen zahlreiche Verbindungen zwischen den Stadtteilen, die eine gute Erreichbarkeit gewährleisten.

### 3.3 Einzugsbereiche

Die Einzugsbereiche der Stadt Bad Dürkheim lassen sich generell nach zwei Methoden ermitteln. Die erste zeigt auf, wie die verkehrliche Anbindung an einen Standort die Erreichbarkeit für Kunden ermöglicht. Dabei sind die verkehrliche Anbindung und die topografischen Verhältnisse von Bedeutung. Zudem muss auf einen hohen Motorisierungsgrad geschlossen werden. Die zweite Möglichkeit ergibt sich aus den Vorgaben der Regional- und Landesplanung.

Zur Ermittlung des Einzugsbereichs für den Einzelhandel muss beachtet werden, dass hier zwischen zwei unterschiedlichen Versorgungsaufträgen der zentralen Orte unterschieden werden muss. So gibt es die Güter und Waren des kurzfristigen Bedarfs, welche durch Nahbereichsstandorte bereitgehalten werden sollen. Zudem gibt es die Güter und Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Diese sollen vorwiegend in den Mittel- und Oberzentren angeboten werden. Hieraus ergibt sich die Notwendigkeit den Versorgungsauftrag der Stadt Bad Dürkheim in die beiden Gruppen

- kurzfristiger Bedarf und
- mittel- bis langfristiger Bedarf

<sup>25</sup>

Quelle Einwohnerzahlen: von Stadt, Stand 2018.

Quelle Flächengrößen: aufgerufen über [www.statistik.rlp.de/de/regional/meine-heimat/](http://www.statistik.rlp.de/de/regional/meine-heimat/), Stand: 27.08.2018.

zu unterteilen. Zudem ist in Bad Dürkheim als Mittelzentrum davon auszugehen, dass auch die Versorgung mit Sortimenten des mittel- bis langfristigen Bedarfs gedeckt werden darf. Über die tatsächliche Rolle insbesondere der Stadt für die Versorgung in der Region wird im weiteren Konzeptverlauf eingegangen.

### → Ermittlungsansatz 1 (Fahrzeiten)

Aufgrund der Lage der Stadt ist es nötig für die Bestimmung des tatsächlichen Einzugsgebiets zunächst die Entfernungen in Kilometern und damit den tatsächlichen Aufwand zum Erreichen eines Versorgungsstandortes zu betrachten. Dabei spielen direkte Verbindungen zwischen einzelnen Orten und damit die Qualität von Verkehrswegen eine wichtige Rolle. Die Verwaltungseinheiten tragen diesem Problem nur selten Rechnung. So kann eine pauschale Annahme, der Einzugsbereich einer Stadt stimme mit dem Gebiet der Stadt überein, lediglich für einige Standorte ohne verkehrliche Barrieren sowie einer zentralen Lage innerhalb der eigenen Verwaltungsgrenzen als wahrscheinlich erachtet werden.

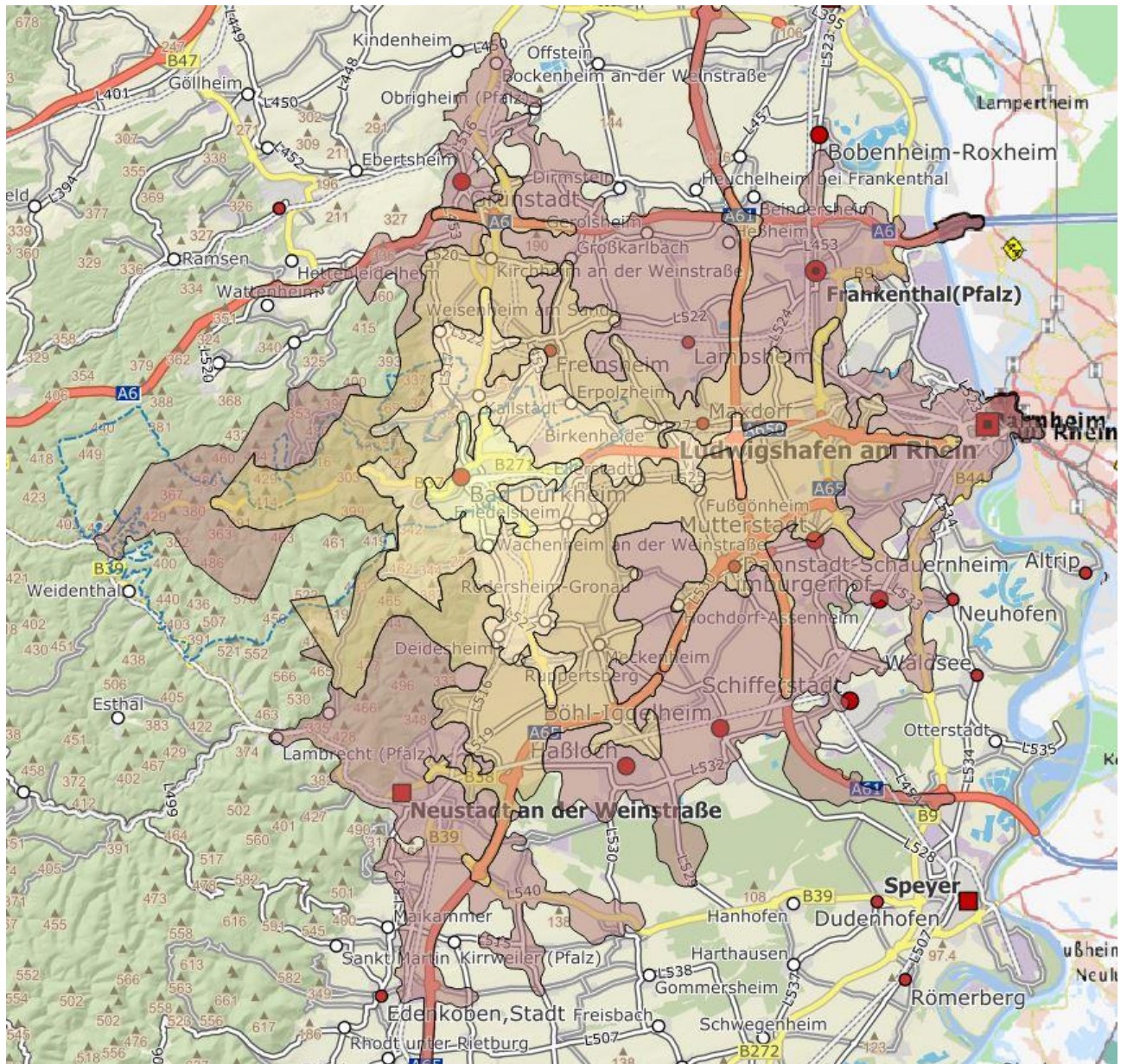
Unter Berücksichtigung der Lage der Stadt Bad Dürkheim und ihrer Anbindung an das Umland ergibt sich auf der Basis des Einzugsbereichs nach PKW-Fahrminuten, gerechnet ab der Kreuzung Bruchstraße/ Gewerbegebiet Bruch folgendes Bild:

	Fahrzeit, KfZ 5 min	Fahrzeit, KfZ 10 min	Fahrzeit, KfZ 15 min	Fahrzeit, KfZ 20 min
<b>Bevölkerung</b>	14.704	38.584	88.896	370.157
<b>Fläche in km<sup>2</sup></b>	9,50	70,64	244,64	547,18
<b>Bevölkerungsdichte (EW/km<sup>2</sup>)</b>	1.547,92	546,2	363,38	185,8

Tabelle 1: **Bevölkerung im Fahr-Einzugsbereich der Stadt Bad Dürkheim**  
(Quelle: Potenzialanalyse | on-geo AG | 22.10.2018)

Im 5-Minuten-Bereich liegt danach in erster Linie die Stadt Bad Dürkheim mit ihren Stadtteilen. Ebenfalls innerhalb des fünfminütigen Radius liegt die Ortsgemeinde Wachenheim an der Weinstraße (VG Wachenheim an der Weinstraße). Innerhalb dieser Zone leben 14.704 Einwohner.

Im 10-Minuten Fahrradius befinden sich Herxheim am Berg, Kallstadt, Erpolzheim, Forst an der Weinstraße, Deidesheim, Ruppertsberg, Friedelsheim, Gönnheim, Niederkirchen bei Deidesheim, Ellerstadt, Birkenheide sowie Teile von Freinsheim und Weisenheim am Berg. Außerdem befinden sich die Bad Dürkheimer Stadtteile Grethen/ Hausen und Hardenburg innerhalb des 10-Minuten-Radius. Dieser Bereich hat zusammen 38.584 Einwohner.



Legende:  5 Min  10 Min  15 Min  20 Min

**Abbildung 8:** Potenzielle Einzugsbereiche der Stadt Bad Dürkheim in 5, 10, 15 und 20 Pkw-Fahrminuten  
(Quelle: Abgrenzung Einzugsbereiche auf Grundlage der Potenzialanalyse | on-geo AG | 22.10.2018 |  
Kartengrundlage TK 25 ©GeoBasis-DE / LVermGeoRP 2019, dl-de/by-2-0, <http://www.lvermgeo.rlp.de>)

In einem Radius von 15 Minuten werden **weitere Verbandsgemeinden** erreicht. In diesem Bereich leben 88.896 Menschen.

In einer Entfernung von ca. 20 Fahrminuten wird das Oberzentrum Ludwigshafen am Rhein sowie der Stadtrand von Mannheim erreicht. In diesem Radius leben 370.157 Menschen.

Unter Berücksichtigung der Einkaufsaffinitäten der Einwohner und der Unterteilung der Warengruppen kurzfristiger Sortimente in 5- bis 10 -minütiger Fahrzeit sowie mittel- bis langfristiger Sortimente in ca. 15- bis 20 -minütiger Fahrzeit Entfernung lässt sich die Einwohnerzahl im so ermittelten Einzugsbereich definieren. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Überschneidungsbereiche mit nach gleicher Weise betrachteten anderen Zentren und Unterdeckungsbereiche, die von keiner zentralörtlichen Gemeinde nach dieser Definition versorgt werden, hier als Korrekturfaktor einzubringen sind.

Versucht man nun, aus den vorgenannten Zahlen einen realistischen Einzugsbereich in Bezug auf die Fahrzeiten für Bad Dürkheim abzugrenzen, ist das eigene Stadtgebiet (19.203 Einwohner) ein unausgewogener Ansatz. Denn bereits Bereiche außerhalb des Stadtgebietes befinden sich noch innerhalb des 5-Minuten-Fahrradius. Wählt man entsprechend des zu beobachtenden Kaufverhaltens die Einwohnerzahl des 10-Minuten-Radius erhält man einen Einzugsbereich von 38.000 Einwohnern. Auch dieser Wert kann aus gutachterlicher Sicht nicht als Grundlage angenommen werden, da sich in diesem Bereich wiederum Grundzentren befinden, die Nahversorgung anbieten. Unter Beachtung der zuvor ausgeführten Herangehensweise und der Überschneidungen, die sich unter gleichem Ansatz bei den angrenzenden zentralen Orten ergeben, kann für Bad Dürkheim ein Einzugsbereich für die Nahversorgung von 2/3 der Bevölkerung im 10-Minuten-Radius und somit rund 25.300 Einwohnern angesetzt werden. Dies beinhaltet die aus den benachbarten Zentren wegen des Angebotes in Bad Dürkheim abwandernden Kunden und die aus der Umgebung in die umliegenden Zentren abwandernden Kunden.

Auch zur Ermittlung des mittelzentralen Bereichs kann die Fahrzeitenuntersuchung nicht alleine als Begründung für den Einzugsbereich gewählt werden. Hier sind zum einen ebenfalls die Berücksichtigung von Verwaltungsaufgaben und bestehende Dienstleistungsangebote zu sehen, welche die reine Einkaufsfunktion eines Standortes unterstützen oder schwächen können (Kombinationseffekte). Zum anderen ist die Lage des Untersuchungsgebietes zu anderen Mittel- und Oberzentren zu beachten. So befinden sich innerhalb des 20-Minuten-Radius, als Einzugsbereich für Waren der mittel- und langfristigen Sortimente, bereits zahlreiche weitere Mittel- und ein Oberzentrum. Diese verfügen ebenfalls über entsprechende Angebote so dass dieser Radius ungeeignet ist als Grundlage für die Betrachtung des Einzugsbereichs für die Stadt Bad Dürkheim.

Für die Ermittlung des Mittelbereichs nach Fahrminuten werden daher die Einwohner hinzugerechnet, die sich aus der Entfernung von 15 Fahrminuten ergeben.

Die Ausstattung der Stadt, die Lage und andere Faktoren lassen darauf schließen, dass zumindest einige Ortsgemeinden der umliegenden Mittelbereiche dem Verflechtungsbereich der Stadt zugerechnet werden könnten. Starke Korrekturen für abwandernde Käufer in umliegende Zentren, aufgrund der im Einzelfall besseren verkehrlichen Anbindung oder auch Angebotsstruktur, sollten allerdings ebenfalls berücksichtigt werden. Rein rechnerisch ist von einem der Stadt Bad Dürkheim für mittel- bis längerfristige Waren zuzuordnenden Einwohnerpotenzial (im 15-Minuten-Fahrradius) von rd. 88.900 auszugehen. Aufgrund der Lagebedingungen und der Angebotsstrukturen der umliegenden Mittelzentren sowie auch insbesondere der Oberzentren Kaiserslautern und Ludwigshafen / Mannheim ist dieser Wert jedoch ebenfalls auf 2/3 dieses Potenzials zu korrigieren.

Nach dieser Herangehensweise, also auf Grundlage der Fahrzeiten, ergibt sich für den Standort Bad Dürkheim für die Versorgung im **Nahbereich** ein Einzugsbereich von rd. **25.300 Einwohnern**. Für den **Mittelbereich** können der Stadt ca. **65.000 Einwohner** zugerechnet werden.

### → Ermittlungsansatz 2 (administrative Zuordnung)

Für das Mittelzentrum Bad Dürkheim wird durch die Regional- und Landesplanung im Einheitlichen Regionalen Raumordnungsplan Rhein-Neckar (ERP) ein Mittelbereich vorgegeben. Dabei handelt es sich neben dem Gebiet der eigenen Stadt um die Verbandsgemeinden Wachenheim und Freinsheim. Damit lässt sich eine klare Abgrenzung anhand des zentralörtlichen Systems erkennen. Der Stadt ist hier eine über die Nahversorgung und die eigene Stadtgrenze hinausgehende Versorgungsfunktion zugewiesen. Die nachfolgende Grafik verdeutlicht die Lagebeziehung der

einzelnen zentralen Orte und deren Einzugsbereiche nach den Vorgaben von LEP IV und ERP Rhein-Neckar.

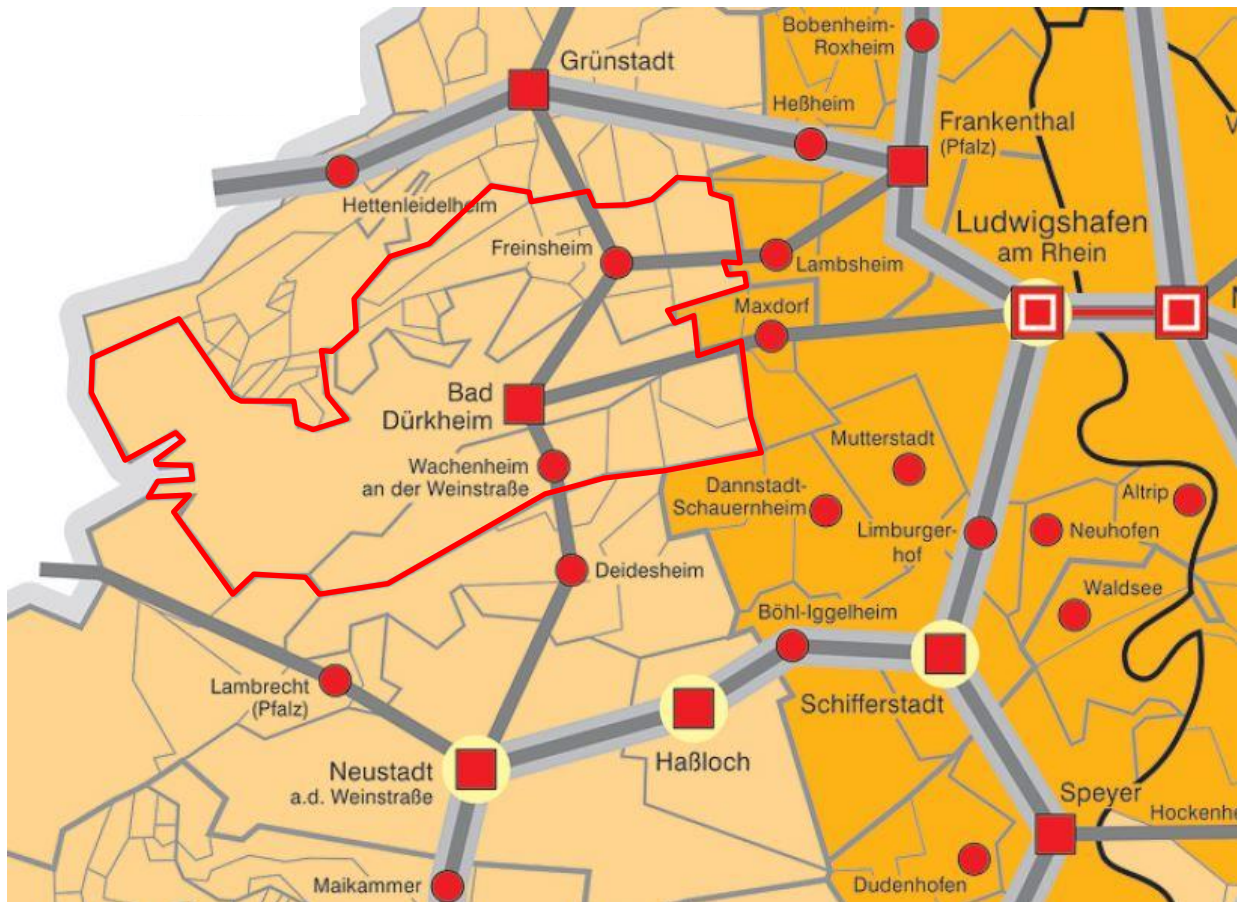


Abbildung 9: Ausschnitt aus der Raumstrukturkarte, Darstellung des Mittelbereichs  
(Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar | 2014)

Die Aufgabe des Mittelzentrums Bad Dürkheim ist es neben der Nahversorgung des eigenen Nahbereiches auch die Versorgung mit Waren des mittelfristigen Bedarfs zu decken. Die weitergehende Versorgung ist nach den Vorgaben der Regional- und Landesplanung dem Oberzentrum Ludwigshafen am Rhein zugeschrieben. Daher ist für Bad Dürkheim nur die Einwohnerzahl des Mittelbereichs als Einzugsbereich zuzuordnen.

Nach dieser Herangehensweise ergibt sich für den Mittelbereich Bad Dürkheim ein Einzugsbereich von **44.990 Einwohnern**. Für die weiteren Berechnungen der nahversorgungsrelevanten Warengruppen werden die Einwohnerzahlen der Stadt Bad Dürkheim zu Grunde gelegt (**19.203 Einwohner**). Für die Berechnung der mittel- und langfristigen Sortimente wird die Einwohnerzahl des Mittelbereichs als Grundlage genommen.

Im Folgenden werden die Einzugsbereiche nach Vorgabe des ERP und des LEP IV für die Erarbeitung des Konzeptes zugrunde gelegt. Es wird dabei berücksichtigt, welche Bedeutung die Stadt in der Realität für die Versorgung der Bevölkerung in der Umgebung hat. Insofern wird auch eine mögliche Entwicklung von mittel- bis langfristigen Sortimenten untersucht.

### 3.4 Exkurs: Die Rolle der Stadt Bad Dürkheim in der Region und ihr Verhältnis zum Zentrale-Orte-System Rheinland-Pfalz

Die Stadt ist hinsichtlich der Nahversorgungsstruktur gut aufgestellt. Als ausgewiesenes Mittelzentrum erfüllt die Stadt Bad Dürkheim als Sitz der Kreisverwaltung ihre in diesem Umfang

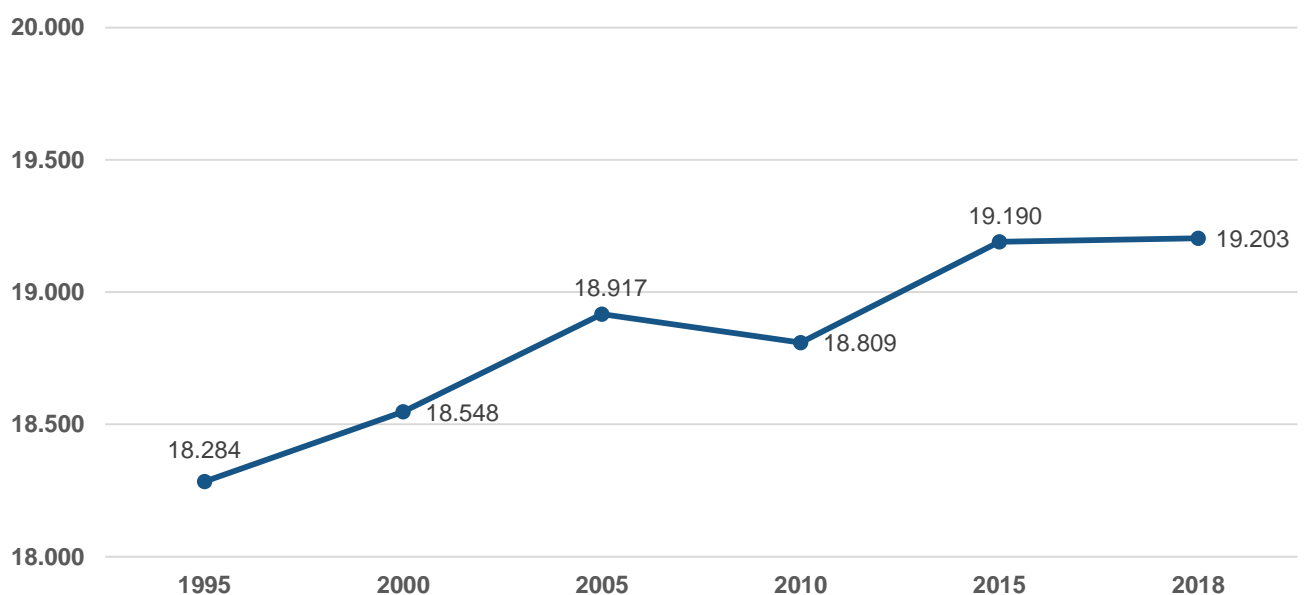
zugeschriebenen Aufgaben, hält allerdings hinsichtlich der Versorgung mit Waren des mittelfristigen Bedarfs keine umfangreichen Angebote in allen Warengruppen vor.

In Bezug auf die soziale und bildungsspezifische Infrastruktur ist die Stadt Bad Dürkheim gut ausgestattet. Es gibt neun Kindertagesstätten (davon zwei als kirchliche Einrichtungen) sowie fünf Grundschulen, drei Horteinrichtungen und zwei weiterführende Schule (Realschule plus und Gymnasium). Darüber hinaus gibt es eine berufsbildende Schule, zwei Förderschulen und eine Volkshochschule.

Die vorhandene medizinische Versorgung aus den verschiedenen Fachbereichen bietet eine umfängliche Versorgungsstruktur. Insgesamt befinden sich im Stadtgebiet vier Apotheken, zahlreiche praktizierende Ärztinnen und Ärzte, Praxen für Krankengymnastik und Physiotherapie, Hebammenpraxen, häuslicher Pflegedienst, ein Krankenhaus sowie fünf Kliniken, zahlreiche Augenoptiker, Sanitätshäuser und diverse Angebote für Senioren.

Auch besteht ein umfangreiches Angebot vereins-kultureller Art. In der Stadt sind eine Vielzahl von Sport, Musik- und Kulturvereinen sowie zahlreiche Fördervereine vertreten. Ergänzt wird das Angebot durch weitere Freizeitangebote (Minigolf, Reiten, Schwimmbad etc.).

Die Stadt Bad Dürkheim verfügt darüber hinaus über eine gute Vernetzung der Stadtteile untereinander und eine zentral auf den Verwaltungssitz des Landkreises ausgerichtete Verkehrslenkung mit einer guten Anbindung an überregionale Ziele wie Ludwigshafen, Mannheim, Worms und Speyer über die nördlich und südlich verlaufenden Autobahnen A 6 und A 65 oder die westlich führende A 61. Neben den Bundesstraßen B 37 und B 271, welche überörtliche eine gute Erreichbarkeit gewährleisten, ist auch die lokale Vernetzung über die Kreis- und Landesstraßen als gut zu bewerten.



**Abbildung 10: Bevölkerungsentwicklung: Kreisstadt Bad Dürkheim (Verbandsfreie Gemeinde)**  
 (Quelle: 1995 – 2015 aus Bad Dürkheim Bevölkerungsvorausschau bis 2031 | Stand 05.12.2017 | Einwohnerzahl von 2018 von Stadt | März 2019 | eigene Darstellung)

Die Zahl der Einwohner nimmt seit 1995 stetig zu. Ein leichter Rückgang der Bevölkerungszahl ist für das Jahr 2010 zu verzeichnen. Zwischen 2010 und 2015 ist die Zahl der Einwohner wieder gestiegen und bleibt bis 2018 erst einmal konstant.

Einem Einwohnerverlust innerhalb der Stadt sollte durch eine stete Attraktivierung auch hinsichtlich der Versorgungsstruktur innerhalb der Stadt entgegengewirkt werden. Eine positive Bevölkerungsentwicklung gilt es zu fördern. Ein starker Auftritt der Stadt Bad Dürkheim und ein weiterer Ausbau der versorgungsstrukturellen Bereiche kann für die Stadt Bad Dürkheim als Mittelzentrum nur sinnvoll sein und muss unterstützt werden.

Unter Berücksichtigung der zuvor genannten und weiteren Faktoren nimmt der Kreis insbesondere über die gute Ausstattung Bad Dürkheims als Verwaltungssitz bereits heute eine breitgefächerte Funktion wahr, die bei der Konzeption zur weiteren Entwicklung Berücksichtigung finden muss. Daher sind die Entwicklungsabsichten der Stadt Bad Dürkheim unterstützenswert.

## 4 ANGEBOTSSITUATION DES EINZELHANDELS

### 4.1 Allgemeine Angebotssituation

Zur Erstellung des vorliegenden Konzeptes wurde im September 2018 im Gebiet der Stadt Bad Dürkheim eine detaillierte Bestandsaufnahme der Einzelhandelssituation durchgeführt. Hierbei wurde der gesamte Untersuchungsbereich durch eine Begehung aufgenommen. Darüber hinaus wurde aus einer Datenauswertung der Einzelhandelsbestand in der Umgebung der Stadt berücksichtigt. Das Konzept stützt sich auf eine Gliederung der angebotenen Waren in Sortimente und Warengruppen. Letztere sind in die folgenden Kategorien eingeteilt:

Warengruppen	
Nahrungs- und Genussmittel	Foto / Optik
Gesundheits- und Körperpflege	Schuhe / Lederwaren
Baumarktspezifische Waren	Informationstechnologie
Bekleidung	Sport / Camping
Einrichtungsbedarf	Glas / Porzellan / Keramik
Bücher / Schreibwaren	Uhren / Schmuck
Unterhaltungselektronik / elektronische Medien	Telekommunikation
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Baby- / Kinderartikel
Spielwaren / Hobby	

Tabelle 2: Warengruppen als Grundlage für die Einzelhandelsuntersuchung  
(Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung GfK)

Die gewonnenen Daten wurden nach der Festlegung der Einzugsbereiche für dieses Konzept entsprechend angepasst, in die Warengruppen einsortiert und zur Bewertung der Einzelhandels-situation herangezogen. Im Folgenden wird daher unterschieden zwischen den Angeboten

- im Stadtgebiet (entspricht dem Nahbereich) und
- in der Umgebung (Mittelbereich).

Des Weiteren unterscheidet die Konzeption zwischen den beiden typischen Bedarfsarten, nämlich den Angeboten zur Deckung

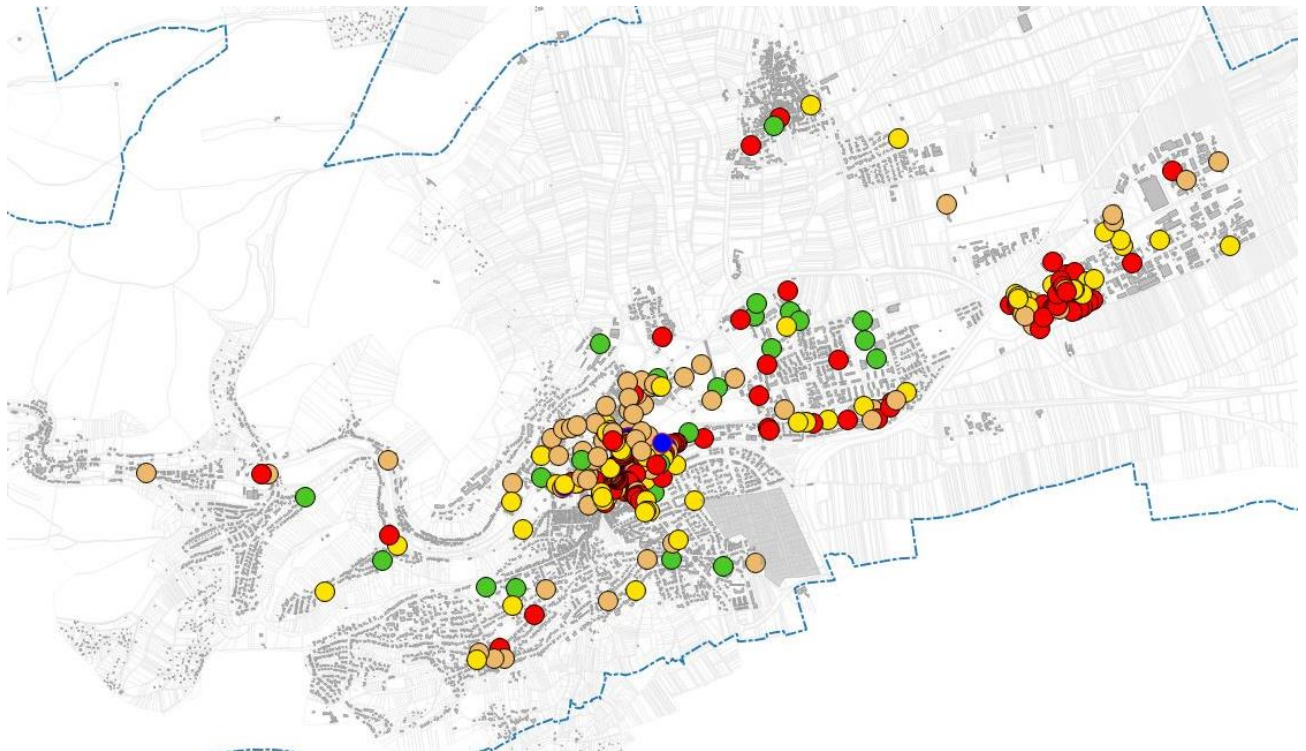
- des kurzfristigen Bedarfs (für den Nahbereich) und
- des mittel- bis langfristigen Bedarfs (für die Grundversorgung und im regionalen Kontext).

Die Sortimentsgruppen „Nahrungs- und Genussmittel“ sowie „Gesundheits- und Körperpflege“ sind dabei vollständig dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen. Hinzu kommen einige untergeordnete Einzelsortimente, wie etwa „Blumen“ und „Bücher / Zeitschriften“ aus anderen Warengruppen. Alle übrigen Sortimente gehören zum mittel- bis langfristigen Bedarf.

### 4.2 Struktur des Einzelhandelsangebotes

#### 4.2.1 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes im Stadtgebiet

Für das Stadtgebiet als Nahbereich gilt die Versorgung mit Gütern des täglichen – also kurzfristigen Bedarfs – als maßgeblich.



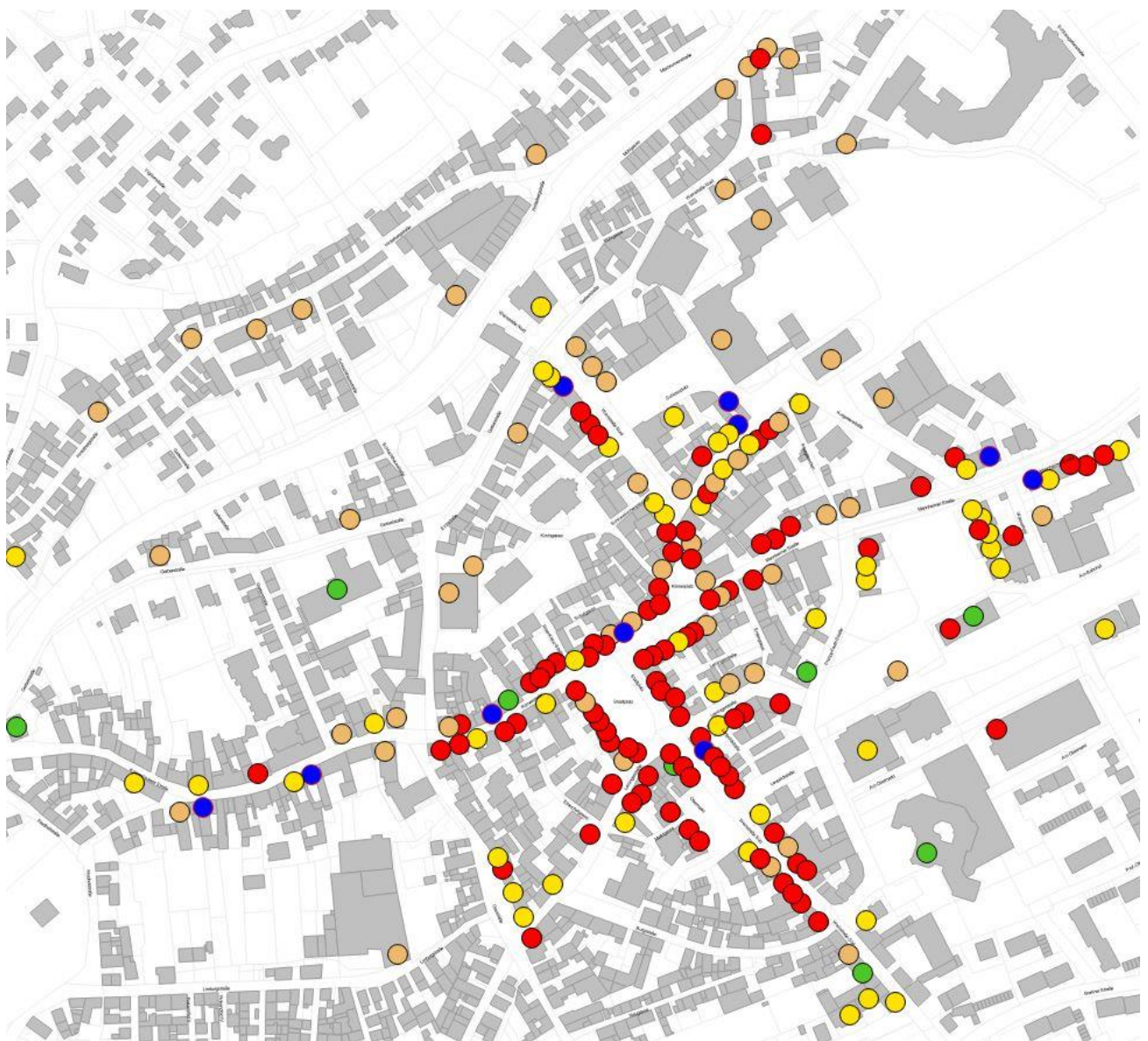
**Legende:**

● Einzelhandelsbetrieb	● Leerstand	● Öffentliche Einrichtung
● Dienstleistungsbetrieb	● Sonstige Nutzung	

**Abbildung 11: Ausschnitt: Bestandskartierung im Stadtgebiet Bad Dürkheim**  
(Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand November 2018)

Die Einzelhandels- wie auch die Dienstleistungsangebote verteilen sich über das Stadtgebiet mit Schwerpunkt im Bad Dürkheimer Innenstadt und dem östlich der Siedlungsfläche anschließenden Gewerbegebiet Bruch.

Die vorhandenen Dienstleistungsbetriebe, Lokale, Leerstände, öffentliche Einrichtungen und sonstige Einrichtungen wurden ebenfalls kartiert, um zentrumsbildende Strukturen identifizieren zu können.



**Legende:**

<span style="color: red;">●</span> Einzelhandelsbetrieb	<span style="color: blue;">●</span> Leerstand	<span style="color: green;">●</span> Öffentliche Einrichtung
<span style="color: yellow;">●</span> Dienstleistungsbetrieb	<span style="color: orange;">●</span> Sonstige Nutzung	

**Abbildung 12: Ausschnitt: Bestandskartierung Innenstadt**  
(Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand November 2018)

Die Stadtteile verfügen über ein geringes Angebot an Dienstleistungen und Einzelhandel.

#### 4.2.2 Nahversorgungsrelevantes Einzelhandelsangebot in der Kreisstadt

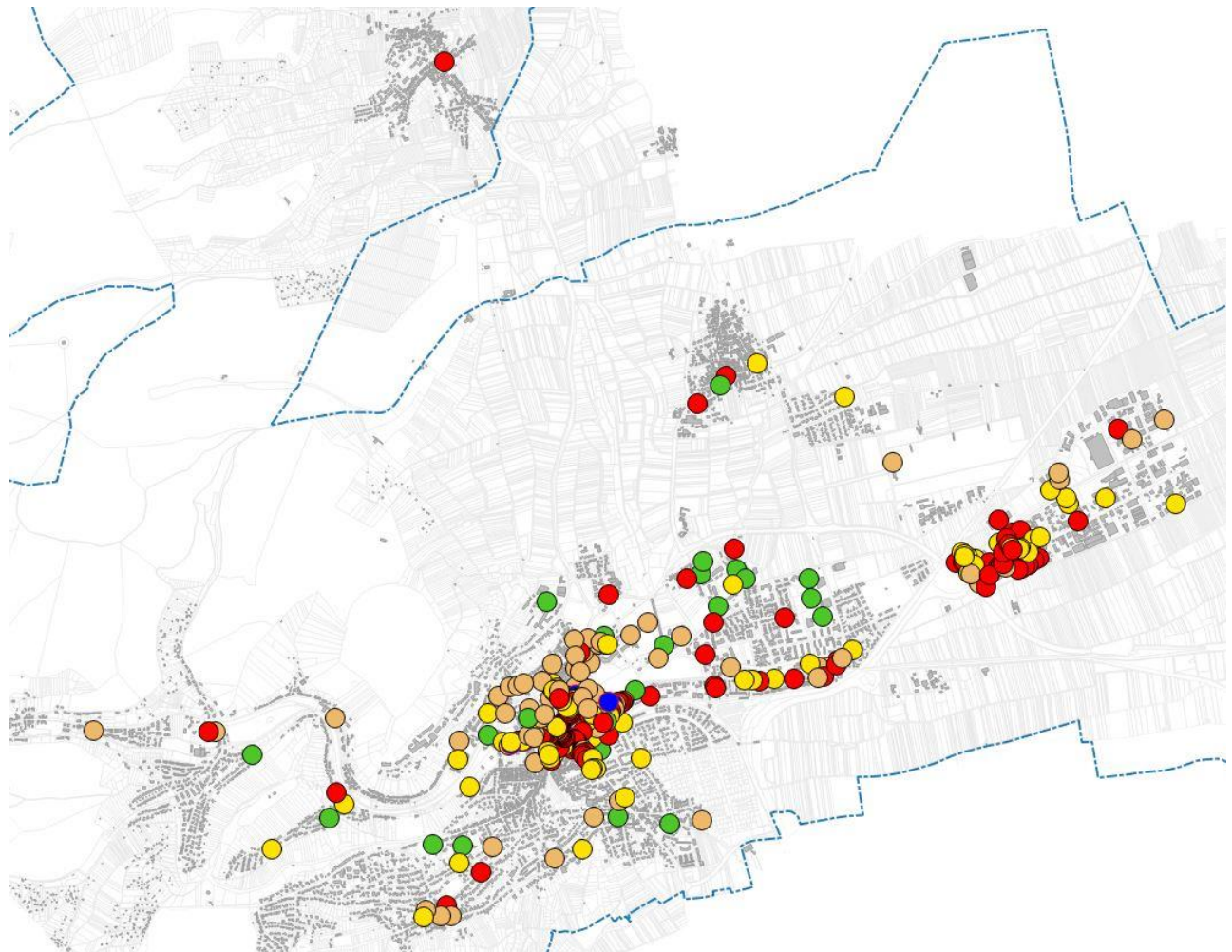
Details zu den ermittelten Nahversorgungsangeboten im Nahbereich sind den folgenden Tabellen zu entnehmen.

Die Angebotssituation im Stadtgebiet im Bereich Nahversorgung konzentrieren auf die Innenstadt, dem Gewerbegebiet Bruch sowie vereinzelte Ansiedlungen im übrigen Stadtgebiet. Eine deutliche Agglomeration großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist im östlichen Bereich der Stadt im Gewerbegebiet Bruch (östlich der B 271/37 entlang der Bruchstraße) zu verzeichnen.

Weiterer Einzelhandelsbesatz, ergänzt durch Dienstleitungen und sonstige Nutzungen, zieht sich entlang der Mannheimer Straße in Richtung Innenstadt.

Im Stadtzentrum von Bad Dürkheim dominieren, für Innenstädte typische, kleinflächige Filialisten und inhabergeführte Geschäfte das Angebot. Ergänzt wird auch dieser Standort durch Dienstleistungen und sonstige Nutzungen. Darüber hinaus sind auch einige wenige Leerstände im Stadtzentrum anzutreffen. Diese verteilen sich gleichmäßig über das Innenstadtgebiet.

Zusammenfassend ergibt sich aus den erfassten Daten für Waren des kurzfristigen Bedarfs im Stadtgebiet Bad Dürkheim eine Verkaufsfläche von **12.820 m<sup>2</sup>**.



**Legende:**

<span style="color: red;">■</span> Einzelhandelsbetrieb	<span style="color: blue;">●</span> Leerstand	<span style="color: green;">●</span> Öffentliche Einrichtung
<span style="color: yellow;">●</span> Dienstleistungsbetrieb	<span style="color: orange;">●</span> Sonstige Nutzung	

**Abbildung 13: Versorgungsstruktur im Stadtgebiet**  
(Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand November 2018)

#### 4.2.3 Mittelbereichsrelevantes Einzelhandelsangebot in der Stadt

Neben der Nahversorgung hat die Stadt Bad Dürkheim einen Versorgungsauftrag für die Bedarfsdeckung mit Waren der mittelfristigen Bedarfe. Daher wurden auch alle anderen Sortimente betrachtet und in der örtlichen Bestandserhebung erfasst. Die vorhandenen Betriebe lassen sich mit den in Tabelle 3 verzeichneten Verkaufsflächensummen den einzelnen Warengruppen dieser Untersuchung zuteilen.

Eine Sicherung des Bestandes und ein Ausbau in einzelnen Bereichen mit regional oder lokal erkennbaren Schwächen sind daher für das Mittelzentrum anzustreben. In Abhängigkeit zu den landesplanerischen Zielen der Einzelhandelsentwicklung sollte diese Entwicklung in Bad Dürkheim

die Grenzwerte des LEP IV einhalten. Die im Zuge dieser Untersuchung ermittelten Bedarfe sind, wenn sich der Ausbau als regional verträglich darstellt und nicht bereits an anderer Stelle durch einen Konkurrenzstandort zur Entwicklung gebracht ist, durch gezielte Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu decken.

Warengruppen	Verkaufsfläche innerhalb der Stadt Bad Dürkheim in m <sup>2</sup> (ca.)
Baumarktspezifische Waren	8.750
Bekleidung	5.546
Einrichtungsbedarf	960
Bücher / Schreibwaren	377
Unterhaltungselektronik / elektronische Medien	17
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	259
Spielwaren / Hobby	391
Foto / Optik	952
Schuhe / Lederwaren	1.350
Informationstechnologie	0
Sport / Camping	215
Glas / Porzellan / Keramik	291
Uhren / Schmuck	248
Telekommunikation	160
Baby- / Kinderartikel	304
<b>Summe</b>	<b>19.820</b>

Tabelle 3: Verkaufsf lächen mittelbereichsrelevanter Angebote in der Stadt Bad Dürkheim  
(Quelle: eigene Erhebung)

Der Einzelhandelsschwerpunkt bildet eindeutig die Innenstadt von Bad Dürkheim. In den Stadtteilen finden sich vereinzelte Einzelhandelsbetriebe. Dies sind meist ausschließlich den Stadtteilen dienende kleine, den notwendigsten Bedarf deckende, also nahversorgungsrelevante Betriebe. Mittelbereichsrelevante Betriebe finden sich ausschließlich in der Bad Dürkheimer Innenstadt sowie im Gewerbegebiet Bruch. Eine detaillierte Aufstellung aller in der Kreisstadt Bad Dürkheim erfassten Einzelhandelsbetriebe ist dem Anhang zu entnehmen.

Zusammenfassend ergibt sich aus den vorangestellten Daten eine Verkaufsfläche für Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs mit Bedeutung für den gesamten Mittelbereich von **19.820m<sup>2</sup>**.

#### 4.2.4 Mittelbereichsrelevantes Einzelhandelsangebot in der Umgebung

Der Standort Bad Dürkheim ist stets in der Konkurrenz zu seinen umgebenden Handelsstandorten zu sehen. Grafisch aufbereitet ergibt sich die folgende Lage im Hinblick auf die Konkurrenzsituation durch das Aufzeigen einzelner raumbedeutsamer Angebote, die geeignet sind in ihrer Branche eine Magnetwirkung auszulösen.

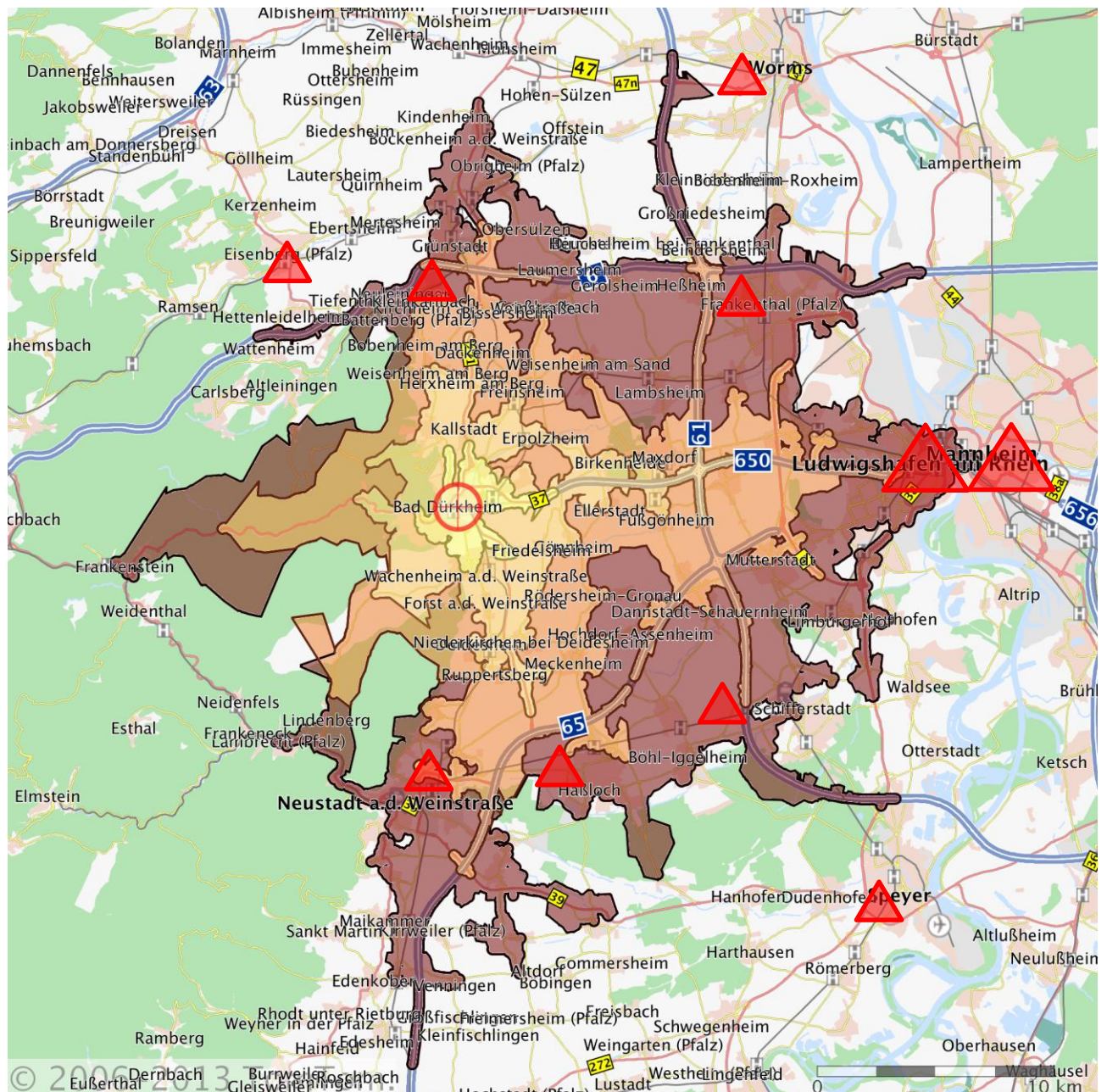


Abbildung 14: Raumbedeutsames Einzelhandelsangebot um die Kreisstadt Bad Dürkheim zur Darstellung vorläufig erkennbarer Konkurrenzstandorte  
(Quelle: Potenzialanalyse | on-geo AG | 22.10.2018)

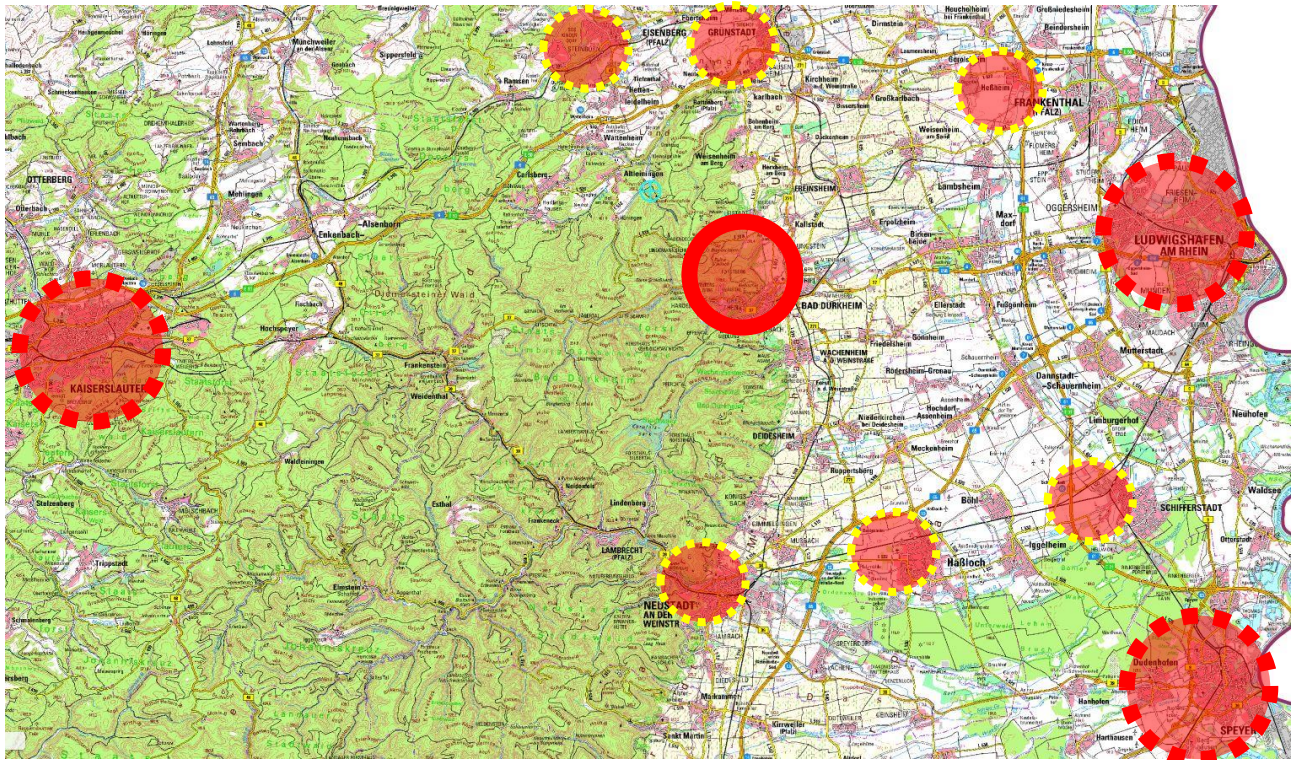
#### 4.2.5 Haupt- und Nebenhandelsstandorte

Zur Beurteilung der Versorgungssituation im Einzugsbereich werden nachfolgend gesonderte Betrachtungen für Haupthandelsstandorte und Nebenhandelsstandorte durchgeführt. Diese setzen sich typischerweise aus einer Ansammlung verschiedener Einzelhandelsbetriebe zusammen.

**Haupthandelsstandorte** sind die augenscheinlich großen „Agglomerationen“ von Einzelhandelsbetrieben, die neben dem räumlichen auch einen funktionalen Zusammenhang erkennen lassen.

**Nebenhandelsstandorte** sind dagegen eher von speziellen, kleineren Agglomerationen geprägt. Hier sind spezifische, spezialisierte Angebote meist in Ergänzung zu den Angeboten des kurzfristigen Bedarfs angesiedelt. Maßgeblich für eine solche Situation ist das Vorhandensein eines

Magnetbetriebs. Dies kann ein Discounter oder Vollsortimenter, in Einzelfällen jedoch auch ein großes Fachgeschäft, sein.





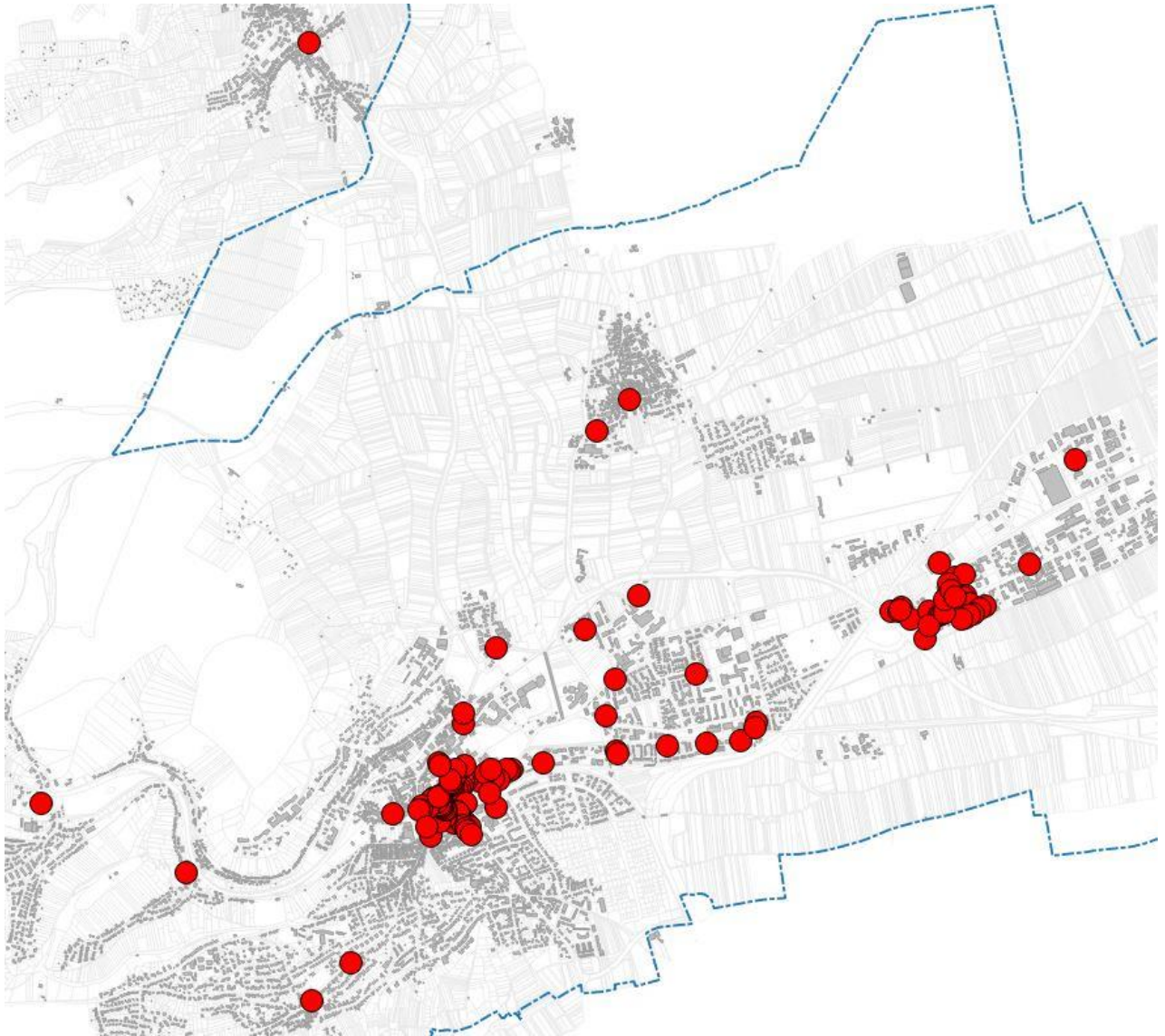
Legende:  Haupthandelsstandorte  Haupthandelsstandorte  
 Nebenhandsstandort

Abbildung 15: Zentrale Handelsstandorte großräumig

(Quelle: TK 100 ©GeoBasis-DE / LVermGeoRP 2018, dl-de/by-2-0, <http://www.lvermgeo.rlp.de> | 11.2018 | ohne Maßstab | eigene Darstellung)

Ausschlaggebend für die Bewertung ist dabei auch die regionale Bedeutung eines Handelsstandortes. Die näher gelegenen Versorgungsstandorte decken in erster Linie den Bedarf an kurzfristigen Sortimenten ab. Konkurrenzsituationen entstehen ab einer Entfernung von etwa 15 Fahrminuten. Bei den Gütern des täglichen Bedarfs sind die Angebote in den umgebenden Städten und Gemeinden als eher nachrangig zu bewerten.



**Abbildung 16: Handelsstandorte im Stadtgebiet Bad Dürkheim**  
(Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand September 2018)

Die Versorgungsstruktur in Bad Dürkheim ist im Wesentlichen in die beiden Themenkomplexe *Lebensmittel* und *Sonstiges* aufgeteilt. Dabei befindet sich das hauptsächliche Angebot im östlichen Stadtbereich (Gewerbegebiet Bruch) und in der Innenstadt. Die Möglichkeit des „One-Stop-Shopping“ besteht grundsätzlich im Gewerbegebiet Bruch, da nur eine geringe fußläufige Entfernung zwischen den einzelnen Betrieben vorhanden ist.

#### 4.2.6 Ergänzungsbereiche

Ergänzungsbereiche umschreiben große vorhandene, nicht zentrenrelevante Angebote, die zwar an der bestehenden Stelle nicht stören, eine Ausweitung auf zentrenrelevante Sortimente jedoch verhindert werden soll. Ein solcher Bereich ist in Bad Dürkheim entlang der Mannheimer Straße auszumachen.

### 4.3 Fazit der Angebotsanalyse

Aufgrund der vorliegenden Informationen kann aktuell davon ausgegangen werden, dass in der Kreisstadt Bad Dürkheim alle wesentlichen Sortimente vorhanden sind, aber im Einzugsbereich des Mittelzentrums nur eine maximal als befriedigend zu bezeichnende Versorgung gegeben ist. Der

Schwerpunkt der Versorgung liegt im Innenstadtbereich sowie im Gewerbegebiet Bruch. Eine wohnortnahe Versorgung für die notwendigsten Bedarfe ist nur in einigen Stadtteilen vorhanden.

Im weiteren Konzeptverlauf sind zum einen der Ausbau des Angebotes und zum anderen der Schutz des Bestandes, vor allem in den Stadtteilen, daher als wichtiges Ziel zu verstehen.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass die vorhandenen Angebote Lücken in nahezu sämtlichen mittelbereichsrelevanten Warengruppen aufweisen. Zu berücksichtigen ist, dass vereinzelt Angebotslücken über Aktionswaren und Sonderangebote einzelner Händler sowie der Discounter abgedeckt werden können. Hierunter ist aber nicht eine flächendeckende für den Mittelbereich ausreichende Versorgung zu verstehen. Die Kreisstadt Bad Dürkheim kann demnach ein gewisses Entwicklungspotenzial für sich behaupten und ihr Zentrenkonzept entsprechend ausgestalten.

## 5 NACHFRAGESITUATION DES EINZELHANDELS

### 5.1 Allgemeines

Die Darstellung der Nachfragesituation resultiert aus der gemeinsamen Betrachtung des Einzugsbereichs sowie statistisch ermittelten Werten zur Kaufkraft, in Verbindung mit den Berechnungsergebnissen zu Umsatz und Angebot der Einzelhandelsbetriebe im regionalplanerischen Einzugsbereich, hier der Stadt Bad Dürkheim. Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial wird aus Einwohnerzahl und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft ermittelt. Hierzu wird, basierend auf dem durchschnittlichen Einkommen, der Kaufkraftindex berechnet, welcher im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt die Kaufkraft für einzelne Warengruppen in Bad Dürkheim angibt.

Die Kaufkraftbindung (in % bzw. Mio. € Umsatz) beschreibt den Teil des Nachfrage- bzw. Kaufkraftpotenzials in einer Stadt und ihrem Einzugsbereich, der zum Untersuchungszeitpunkt tatsächlich dort gebunden wird. Die Berechnung erfolgt branchenspezifisch oder aggregiert. Basis ist dabei der tatsächlich erzielte Umsatz einer Branche dividiert durch das Nachfragepotenzial derselben Branche. Dabei ist es auch möglich, die Kaufkraftbindung für einen räumlich abgegrenzten Bereich zu ermitteln.

Die Kaufkraftbindung, bzw. der Kaufkraftzu- und abfluss, bieten neben dem Zentralitätswert einen weiteren Ansatz um einen Einkaufsstandort – hier Bad Dürkheim – im Hinblick auf seine Leistungsfähigkeit zu beurteilen. Für die Ermittlung der aktuellen vor Ort getätigten Umsätze werden zunächst die vorhandenen Verkaufsflächen pro Warengruppe sowie die bundesdurchschnittlichen Umsatzkennwerte (Flächenproduktivitäten je m<sup>2</sup>) herangezogen. Die durchschnittliche Flächenproduktivität wird dann für verschiedene Sortimente unter Berücksichtigung der tatsächlichen Angebotsstrukturen im Einzugsbereich sowie mit Hilfe regionalspezifischer Korrekturwerte (z.B. der Kaufkraftkennziffer) konkretisiert und zudem mit teilweise vorliegenden Angaben aus den ansässigen Betrieben verglichen und verifiziert.

Zur allgemeinen Bewertung des Einzelhandelsstandortes wird die Einzelhandelszentralität ermittelt. Diese errechnet sich aus den vor Ort erzielten Umsätzen und der zu erwartenden Kaufkraft der Bevölkerung am Bezugsort. Bei Bedarf kann dabei zwischen der Zentralität des Einzugsbereichs insgesamt und der Zentralität des Kernstandortes sowie einzelner Stadtteile oder Ortsgemeinden unterschieden werden.

### 5.2 Kaufkraftpotenzial

In der Bundesrepublik Deutschland liegt 2016 die einzelhandelsrelevante Kaufkraft einer Person bei durchschnittlich 5.740 € pro Jahr<sup>26</sup>. Für die Stadt Bad Dürkheim gilt aufgrund der regionalspezifischen Einkommenssituation ein Kaufkraftindex von 110 %<sup>27</sup>. Hieraus ergibt sich eine Kaufkraft von 6.410 € pro Person und Jahr für die Kreisstadt Bad Dürkheim. Hiervon sind ~3.183 € für die Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs anzusetzen. Die übrigen ~3.226 € pro Person und Jahr sind im zugeordneten Nahbereich für die mittel- bis langfristigen Warengruppen anzusetzen. Zur Ermittlung der tatsächlichen Kaufkraftbindung in den Warengruppen wird die

---

<sup>26</sup> vgl.: GfK Einzelhandelskaufkraft Deutschland 2017.

<sup>27</sup> vgl.: GfK Einzelhandelskaufkraft Deutschland 2018.

gesamte Kaufkraft für mittel- bis langfristige Sortimente im Mittelbereich in Ansatz gebracht. Diese Angaben werden im Folgenden den Berechnungen zu Grunde gelegt.

Warengruppe	Kaufkraft in €* in €	Kaufkraft-index in %	Kaufkraft in der Stadt Bad Dürkheim in €	Kaufkraft im Mittelbereich in €
Nahrungs- und Genussmittel	2.422	110,0	51.160.633	-
Gesundheits- und Körperpflege	472	110,0	9.970.198	-
Baumarktspezifische Waren	615	110,0	12.990.830	17.446.259
Bekleidung	420	110,0	8.871.786	11.914.518
Einrichtungsbedarf	488	110,0	10.308.170	13.843.535
Bücher / Schreibwaren	244	110,0	5.154.085	6.921.768
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	174	110,0	3.675.454	4.936.015
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	216	110,0	4.562.633	6.127.466
Spielwaren / Hobbys	109	110,0	2.302.440	3.092.101
Foto / Optik	113	110,0	2.386.933	3.205.573
Schuhe / Lederwaren	107	110,0	2.260.193	3.035.365
Informationstechnologie	94	110,0	1.985.590	2.666.583
Sport / Camping	120	110,0	2.534.796	3.404.148
Glas-Porzellan-Keramik	90	110,0	1.901.097	2.553.111
Uhren / Schmuck	76	110,0	1.605.371	2.155.960
Telekommunikation	51	110,0	1.077.288	1.446.763
Baby-/ Kinderartikel	16	110,0	337.973	453.886
			<b>123.085.469</b>	<b>83.203.051</b>
			<b>206.288.520</b>	

Tabelle 4: Kaufkraft im Einzugsbereich der Kreisstadt Bad Dürkheim  
(Quelle: eigene Berechnung)

Hinsichtlich der Einwohner im Einzugsbereich ergibt sich demnach ein Versorgungsauftrag für die Stadt Bad Dürkheim, der sich an den Potenzialen von ca. 61,1 Mio. € für die Nahversorgung und ca. 83,2 Mio. € für die Versorgung mit Gütern des mittel- bis langfristigen Bedarfs orientiert. Eine entsprechende Versorgung in diesem Umfang steht Bad Dürkheim hinsichtlich der Nahversorgung, um das Potenzial am Ort zu halten und eine adäquate Versorgung der eigenen Bevölkerung sicherzustellen, zu. Für den weiteren Bedarf steht der Stadt als Mittelzentrum ebenfalls ein Teil der vorhandenen Kaufkraft zu.

Insgesamt ergibt sich ein **Kaufkraftpotenzial** von rd. **206,3 Mio. €**.

### 5.3 Kaufkraftbindung

Zur Ermittlung der Bindung der festgestellten Kaufkraft werden die Verkaufsflächen der erhobenen Einzelhandelsbetriebe herangezogen. Hierbei wird auf die sogenannte Flächenproduktivität zurückgegriffen, die den Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche angibt. Diese wurde auf Basis vorliegender Daten anhand einer Mittelwertanalyse für die einzelnen Warengruppen bestimmt.<sup>28</sup> Aus

<sup>28</sup> Die Mittelwertanalyse basiert auf Erfahrungswerten, verschiedenen konkreten Umsatzangaben der Betriebe und Filialisten und branchenspezifischen Angaben der EHI Retail Institute GmbH, Köln, Handel aktuell 2008/2009.

den gewonnenen Zahlen wird der Umsatz für jede Warengruppe im gesamten Einzugsbereich errechnet. Dieser lässt sich – bezogen auf die vorhandene Kaufkraft – in eine Kaufkraftbindungsquote umrechnen, welche einzeln betrachtet erste Rückschlüsse auf die Versorgungssituation je Warengruppe und in der Gesamtbetrachtung darauf aufbauend Aussagen über die tatsächliche Versorgungssituation sowie die weiteren Potenziale von Bad Dürkheim ermöglichen.

Warengruppe	Kaufkraft im Einzugsbereich in Mio. €	Umsatz nach Flächenproduktivität in Mio. €	Kaufkraftbindungsquote in %
Nahrungs- und Genussmittel	51,16	47,13	92,1
Gesundheits- und Körperpflege	9,97	8,02	80,4
Baumarktspezifische Waren	30,44	12,76	41,9
Bekleidung	20,79	15,81	76,0
Einrichtungsbedarf	24,15	2,48	10,3
Bücher / Schreibwaren	12,08	2,86	23,7
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	8,61	0,06	0,7
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	10,69	0,65	6,1
Spielwaren / Hobbys	5,39	1,06	19,6
Foto / Optik	5,59	3,04	54,5
Schuhe / Lederwaren	5,30	3,51	66,3
Informationstechnologie	4,65	0,00	0,0
Sport / Camping	5,94	0,71	11,9
Glas-Porzellan-Keramik	4,45	0,42	9,5
Uhren / Schmuck	3,76	1,29	39,3
Telekommunikation	2,52	0,40	15,8
Baby-/ Kinderartikel	0,79	0,61	76,8
<b>Summe</b>	<b>206,29</b>	<b>100,80</b>	

Tabelle 5: Kaufkraftbindung im Einzugsbereich  
(Quelle: eigene Berechnungen)

Die Bindungsquote in der ersten Warengruppe, die maßgeblich die Nahversorgung betrifft, zeigt eine Bindung von unter 100 % auf. Dabei liegt der Wert in diesen Warengruppen auf einem angemessenen Niveau. Nach den obigen Zahlen ist davon auszugehen, dass im Bereich der mittelfristigen Sortimente und Warengruppen eine starke Abwanderung der Kaufkraft aus dem Einzugsbereich in umliegende Zentren erfolgt. Es ist davon auszugehen, dass diese Kaufkraft von den nahegelegenen Mittel- und Oberzentren gebunden wird. Bad Dürkheim kommt demnach nicht vollumfänglich seinem Versorgungsauftrag als Mittelzentrum gemäß dem zentralörtlichen System nach.

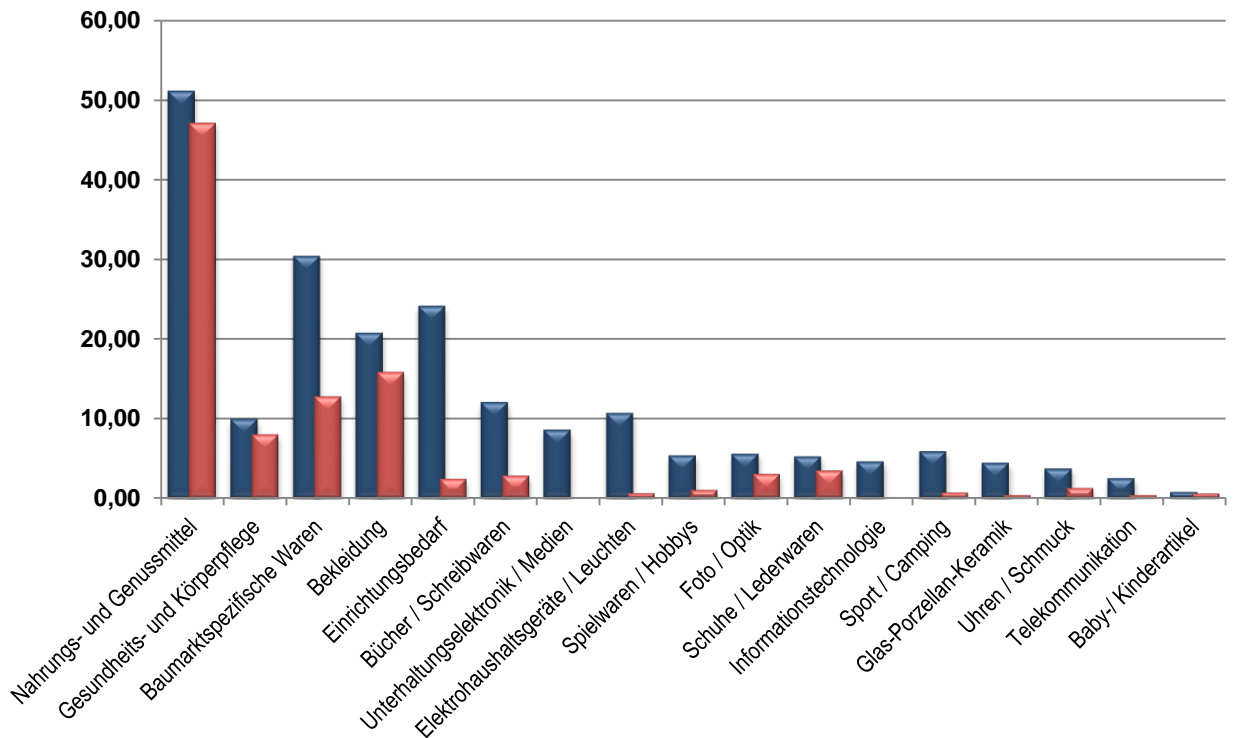


Abbildung 17: Kaufkraft (blau) und Umsätze (rot) in der Stadt Bad Dürkheim in Mio. €  
(Quelle: eigene Darstellung)

Diese Berechnungsergebnisse zeigen, dass die Stadt Bad Dürkheim ihren Versorgungsauftrag in Bezug auf die Nahversorgung ausfüllt. Im Bereich der mittel- und langfristigen Waren ist bei einigen Sortimenten noch ein deutlicher Entwicklungsspielraum bei einigen Warengruppen in den Zahlen zuerkennen. In den übrigen Warengruppen herrscht für ein Mittelzentrum eine eindeutige Unterversorgung vor.

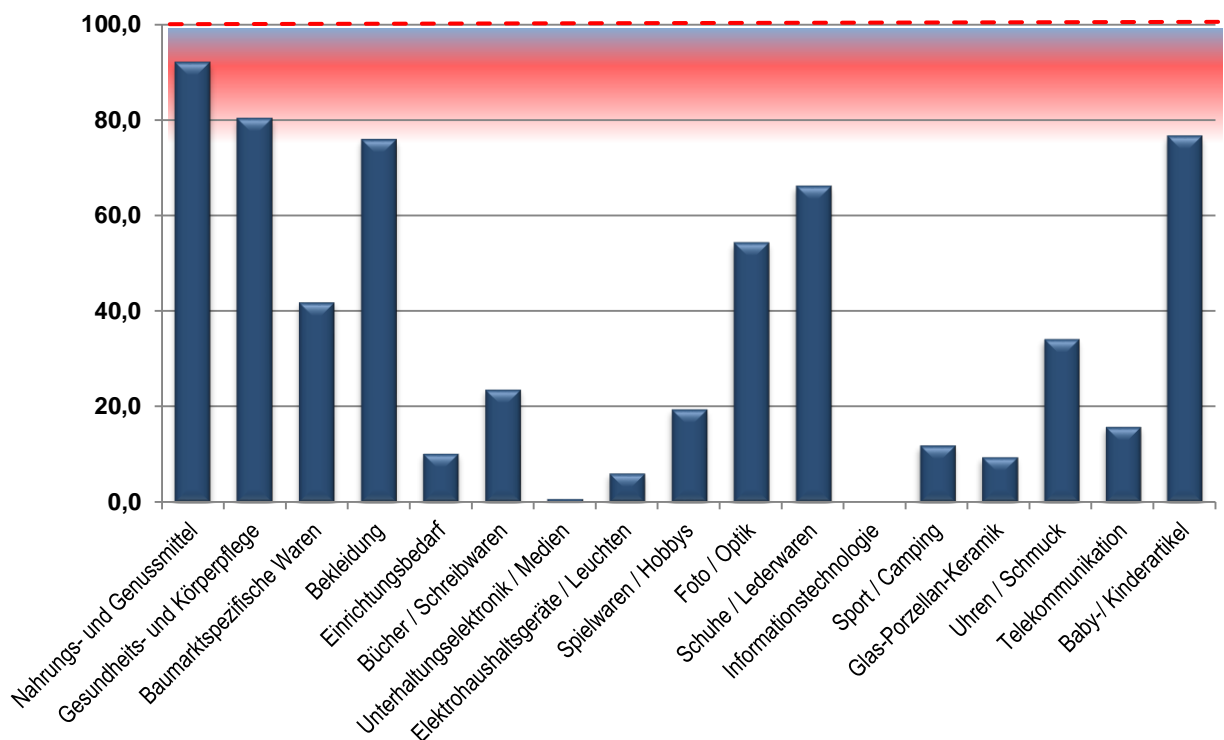


Abbildung 18: Bindungsquoten in %  
(Quelle: eigene Darstellung)

Bezugnehmend auf die einzelnen Warengruppen muss die errechnete Kaufkraftbindungsquote in einigen Fällen für die Ermittlung der sich daraus ergebenden Potenziale gutachterlich korrigiert werden. Dies bezieht sich insbesondere auf erkennbare Mängel oder besondere Stärken des Angebots einiger Läden.

Eine Strahlkraft über den Einzugsbereich hinaus oder die Abwanderung von Kaufkraft in die umliegenden Standorte kann nicht zu 100 % am eigenen Standort kompensiert werden. Des Weiteren resultieren die Bindungsquoten teilweise aus speziellen vor Ort vorhandenen großen Angeboten einzelner Betriebe. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass nicht alle Sortimente aus einer Warengruppe und in allen Qualitätsstufen auch tatsächlich vor Ort vorhanden sind. Hier gilt es also nachzusteuern und die in den Warengruppen summierten Angebote genauer zu analysieren.

Änderungen durch interne Umbaumaßnahmen, andere Gewichtungen innerhalb der angebotenen Waren, die Einrichtung von kurzfristigen Aktionsflächen u.ä. müssen dagegen unberücksichtigt bleiben und bedingen eine gewisse Unschärfe. Diese fällt jedoch – bezogen auf den gesamten Einzugsbereich und alle hier vertretenen Betriebe – voraussichtlich nicht ins Gewicht.

Es gilt zudem zu bedenken, dass die Flächenproduktivität bei kleinen Läden oder Fachgeschäften in aller Regel leicht über den Durchschnittswerten für diese Branche liegt, welche eher auf Großanbieter (z.B. große Elektrofachmärkte) bezogen sind. Gewisse Abweichungen von tatsächlichen Faktoren sind daher auch hier unvermeidlich, da konkrete Umsatzzahlen pro Fläche nur bedingt zur Verfügung stehen. Diese Unschärfen werden in einem weiteren Schritt gutachterlich korrigiert und führen infolgedessen zu einer angemessenen Entwicklungsdarstellung. Dabei wird auch der zentralörtliche Status von Bad Dürkheim vor dem Hintergrund der Gesamtversorgungs- und Konkurrenzsituation in der näheren Umgebung berücksichtigt.

#### 5.4 Bewertung des Einzelhandelsstandortes

Die Bewertung eines Einzelhandelsstandortes stützt sich auf die bereits genannten Zahlen, aus welchen sich die Einzelhandelszentralität ermitteln lässt. Sie gibt die Bedeutung des Standortes für die Versorgung der Bevölkerung an, stellt aber nur einen statistischen Vergleichswert dar. Dieser Wert ermöglicht einen Vergleich verschiedener Standortgemeinden in Abhängigkeit von ihrem Einzugsbereich und ihrer eigenen Bevölkerungszahl.

Aus den vorliegenden Daten ergibt sich für die Kreisstadt Bad Dürkheim eine Kennziffer für die Einzelhandelszentralität von 81,9. Diese bezieht sich auf alle Angebote im gesamten zugrunde gelegten Einzugsbereich und die Bevölkerungszahl der Stadt. Die Einzelhandelszentralität von unter 100 % ist ein Indiz dafür, dass es der Stadt Bad Dürkheim noch nicht umfassend gelingt die Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Potenzial für eine Nachsteuerung des bestehenden Einzelhandels und in einigen Warensortimenten auch zur Erweiterung/ Ansiedlung ist demnach gegeben.

Kaufkraft im Untersuchungsgebiet in Mio. €	Umsatz nach Flächenproduktivität in Mio. €	Ungebundene Kaufkraft und Abfluss in umliegenden Gemeinden	
206,29	100,80	- 51,1 %	- 105,5 Mio. €

Tabelle 6: Kaufkraftabfluss  
(Quelle: eigene Berechnungen)

Es wird deutlich, dass das Angebot im Einzugsbereich im Stadtgebiet Bad Dürkheim gebündelt ist. Hierbei ist wesentlich, dass sich der Großteil der Angebote im Bereich des großflächigen

Einzelhandels auf das Gewerbegebiet Bruch bezieht. Die Innenstadt bildet einen weiteren Einzelhandelschwerpunkt im Stadtgebiet von Bad Dürkheim. In den zugehörigen Stadtteilen sind kaum großflächigen Einzelhandelsbetriebe vorhanden. Lediglich der Stadtteil Grethen/ Hausen verfügt über einen großflächigen Netto-Markt. Nahversorgungsrelevante Angebote in Form von wohnortnahen Bäckereien oder Metzgereien sind nur vereinzelt vorhanden.

### **5.5 Weitere Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Einzelhandels in Bad Dürkheim**

Für die Entwicklung des Einzelhandels in der Region und in der Kreisstadt Bad Dürkheim sind neben den zuvor aufgezeigten Rahmenbedingungen auch andere Aspekte zu beachten. Sie sind zwar nicht in die Berechnungen zu Kaufkraft und Kaufkraftbindung einzubeziehen, machen aber in der Folge einige Entwicklungspotenziale einer kritischeren Betrachtung zugänglich. So sind die folgenden Themen für die Kreisstadt Bad Dürkheim in ihrer Gesamtentwicklung sehr wichtig und prägen das städtische Gefüge und gleichsam die Handelslandschaft im Stadtgebiet:

- Gewerbeschwerpunkt im Landkreis
- gute Bildungs- und Schulinfrastruktur,
- gute lokale und überregionale verkehrliche Anbindung,
- gute medizinische Versorgungsstruktur
- eine intakte städtebauliche Struktur mit erkennbaren, abgrenzbaren und funktionierenden zentralen Versorgungsbereichen sowie sinnvoll angesiedelten Standorten außerhalb des Stadtzentrums.

Diese vorhandenen Standortmerkmale fließen als wichtige Standortattraktivitätsmerkmale in die weitere Konzeptbetrachtung ein.

## 6 STÄDTEBAULICHE SITUATION DES EINZELHANDELS

Die städtebaulichen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelssteuerung und -entwicklung betreffen die Stadt Bad Dürkheim als zentralen Ort mit einer für das Versorgungssystem relevanten Einzelhandelsstruktur.

Zu den städtebaulichen Rahmenbedingungen zählen neben den topografischen und natürlichen Vorgaben und Grenzen auch die durch Planung und Nutzung definierten Realisierungsmöglichkeiten in den einzelnen Entwicklungs- und Bestandslagen des Stadtgebietes.

Es geht folglich darum, die Ergebnisse aus Berechnungen und Analysen auf die städtebauliche Situation zu projizieren und dadurch Entwicklungsmöglichkeiten zu identifizieren, die nur auf Grundlage des Zahlenwerks nicht erkennbar wären.

### 6.1 Städtebauliche Rahmenbedingungen der Stadt Bad Dürkheim

#### 6.1.1 Allgemeines

Wichtige städtebauliche Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung können aus der gegebenen Lage der Stadt hergeleitet werden. Neu zu erschließende Flächen entwickeln sich meist an den für die vorgesehene Nutzung günstig gelegenen Standorten. So muss für größere Ansiedlungen nach geeigneten Flächen im Stadtgebiet gesucht werden, die aber auch in Abhängigkeit vom Sortiment dem städtebaulichen Integrationsgebot für den Einzelhandel nachkommen.

Insgesamt finden sich in der Kreisstadt Bad Dürkheim zwei Haupteinkaufsbereiche. Als Einkaufsbereich mit überwiegend großflächigem Einzelhandel kann das Gewerbegebiet Bruch am östlichen Stadtrand Bad Dürkheims bewertet werden. Der Übergang zu dem Einzelhandelsstandort Innenstadt erfolgt über die Mannheimer Straße, entlang der sich ebenfalls vereinzelt Einzelhandel und sonstige Dienstleistungen befinden. In der Innenstadt finden sich Einzelhandelsbetriebe, die abgesehen von einem Drogeriemarkt unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit liegen und innenstadttypischen Angebotsstrukturen, wie Bäcker, Optiker, Bekleidung, Schmuck oder Buchhandlungen aufweisen.

Geeignete Flächenpotenziale für größere Einzelhandelsunternehmen sind ausschließlich innerhalb der Einzelhandelsagglomeration Bruch zu erkennen. In der Stadt bieten sich kaum Flächenpotenziale, auf denen großflächiger Einzelhandel städtebauliche verträglich ermöglicht werden könnte. Für kleine Einzelhandelsbetriebe eignen sich allerdings einige Leerstände im Zentrum zur Wiedernutzung.

#### 6.1.2 Städtebauliche Situation in Hauptgeschäftsbereichen

Die identifizierten Hauptgeschäftsbereiche innerhalb der Kreisstadt bestehen aus der Einzelhandelsagglomeration im östlichen Bereich der Stadt sowie in der Innenstadt, wo sich der zweite Bereich befindet. Der Bad Dürkheimer Stadtkern ist zum Teil als Fußgängerzone ausgebildet. Einige der schmalen Straßen und Gassen sind mit dem Auto befahrbar. Der Einzelhandel wird durch innenstadttypische Dienstleistungen und sonstige Nutzungen ergänzt.

Die höchste Dichte an großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist im Gewerbegebiet Bruch auszumachen. In diesem Bereich sind Betriebe angesiedelt, die sowohl Waren der kurzfristigen wie auch der mittel- und langfristigen Bedarfe anbieten und aufgrund dessen eine überlokale Magnetwirkung ausüben. Der PKW-Verkehr ist an dieser Stelle auch aufgrund der Eingangssituation

zur Kreisstadt Bad Dürkheim als sehr ausgeprägt zu bewerten. Eine klare Ausrichtung auf eine den PKW nutzende Kundschaft ist hier eindeutig zu identifizieren. Hierin ist der für die Deckung der Nahversorgung wichtigste Bereich und definitiv als Nahversorgungszentrum zu titulierende Bereich in der Stadt zu erkennen. Die städtebauliche Struktur ist eindeutig zweckorientiert und die Ausrichtung der einzelnen Betriebe erfolgt zu einem eigenen Parkplatz.

Eine klassische Fußgänger- und Aufenthaltszone ist im zweiten Hauptgeschäftsbereich, der Bad Dürkheimer Innenstadt, zu erkennen. Hier befindet sich die historisch gewachsene Baustruktur mit teils schmalen Straßenfluchten. Durch Platzgestaltung, Verkehrsberuhigung und ein umfassendes Angebot an Außengastronomie verfügt die Bad Dürkheimer Innenstadt über eine gute Aufenthaltsqualität. Das sich bietende Potenzial zur Stärkung einer attraktiven Aufenthaltszone kann stärker ausgebaut und genutzt werden. Zudem befinden sich hier vereinzelte Leerstände, welche das Stadtbild allerdings nicht prägnant herabsetzen. Eine gezielte Gegensteuerung zur Nachnutzung dieser Immobilien ist aber dennoch auch durch dieses Konzept anzustreben. Raum für großflächige Einzelhandelsangebote findet sich hier jedoch nicht.

### **6.1.3 Städtebauliche Situation in Streulagen**

Als sogenannte Streulagen sind Standorte zu bezeichnen, die eine gewisse Magnetwirkung entfalten können, jedoch nicht zu einem durch aktive Steuerung der Gemeinde gehörenden Versorgungsstandort zuzuordnen oder gleichsam zu charakterisieren sind.

In Bad Dürkheim sind keine Bereiche als klassische Streulagen zu identifizieren. In den weiteren Stadtteilen sind zwar teilweise vereinzelte Einzelhandelsbetriebe vorhanden, diese sind aber keinesfalls in direktem räumlichen Zusammenhang verortet oder in der Lage eine alleinige Magnetwirkung zu entfalten.

Dennoch gilt es natürlich bei der Ausweisung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der für die Kreisstadt auszuweisenden Flächenpotenziale auch die einzelnen Einzelhandelsbetriebe in den Stadtteilen zu berücksichtigen und die Handlungsempfehlungen dementsprechend anzupassen.

### **6.1.4 Städtebauliche Situation in den übrigen Stadtteilen**

Die übrigen Stadtteile verfügen nur in geringem Maß über eine eigene Versorgungsstruktur. Im Stadtteil Grethen/ Hausen befindet sich ein großflächiger Lebensmittelmarkt mit Bäckerei. Der Lebensmittelmarkt wurde im Jahr 2018 erweitert.

In den übrigen Stadtteilen finden sich maximal geringfügige Nahversorgungsmöglichkeiten, wie Bäckereien. Dabei ist besonders auffällig, dass auch aus den Sortimenten der Gesundheits- und Körperpflege keine Angebote vorhanden sind. Üblicherweise finden sich im mindesten Apotheken in den Wohngebieten. Auch dies trifft in Bad Dürkheim nicht zu.

Aufgrund der vorliegenden Versorgungsstrukturen in Bad Dürkheim ist ein weiterer Ausbau der Einzelhandelsstruktur in den Stadtteilen als sinnvoll zu erachten. Hier sollte sich auf die wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs konzentriert werden.

## **6.2 Planungsrechtliche Vorgaben für die vorgenannten Bereiche**

### **6.2.1 Flächennutzungsplan**

Der gültige Flächennutzungsplan der Kreisstadt Bad Dürkheim aus dem Jahr 1997 stellt zwei Sonderbauflächen „Handel“ im Bestand sowie drei Sonderbauflächen „Handel“ in der Planung dar.

Alle Darstellungen befinden sich im Bereich des Gewerbegebietes Bruch.

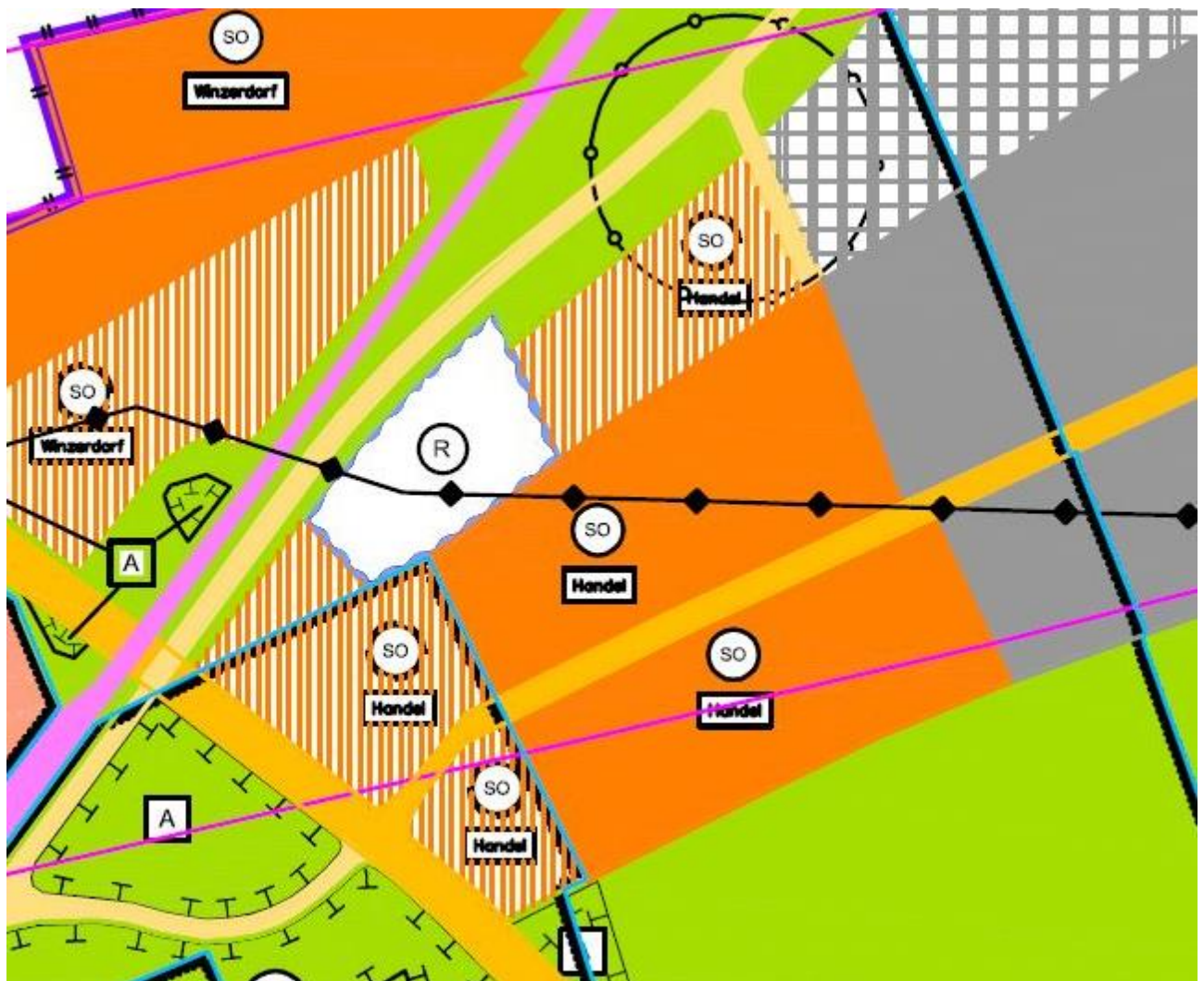


Abbildung 19: Ausschnitt aus dem Flächennutzungsplan der Kreisstadt Bad Dürkheim –Bruch  
(Quelle: Stadt Bad Dürkheim Flächennutzungsplan – 1. Fortschreibung -, Dezember 1997)

Das Ergebnis der Bestandserhebung zeigt, dass es sich hier auch in der Realität bereits um einen Einzelhandelsschwerpunkt in der Stadt Bad Dürkheim handelt.

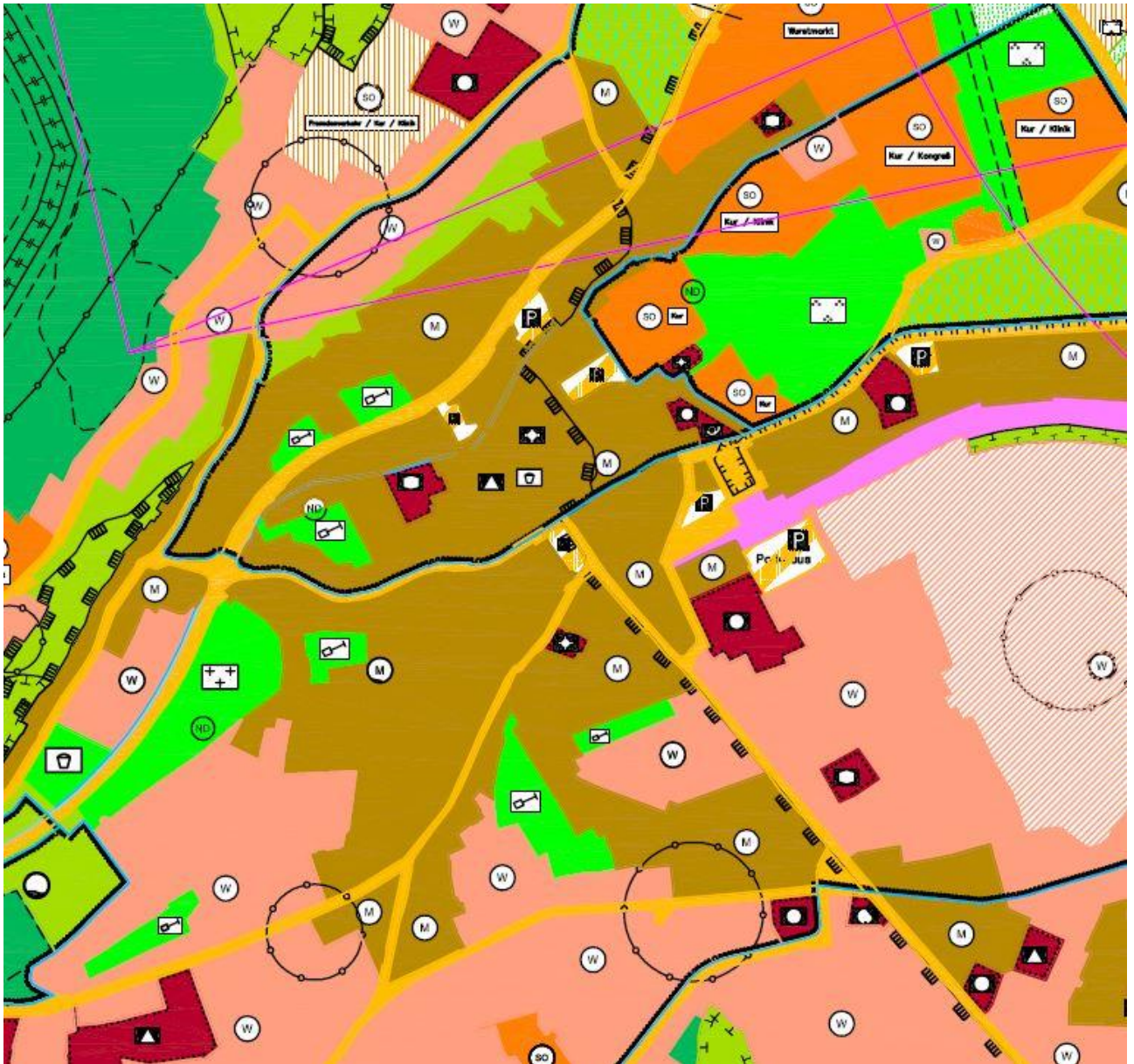


Abbildung 20: Ausschnitt aus dem Flächennutzungsplan der Stadt Bad Dürkheim – Innenstadt  
(Quelle: Stadt Bad Dürkheim Flächennutzungsplan – 1. Fortschreibung -, Dezember 1997)

Die Bad Dürkheimer Innenstadt, die durch einen innenstadttypischen Besatz an Einzelhandel in Verbindung mit Dienstleistungen und sonstigen Einrichtungen gekennzeichnet ist, wird im Flächennutzungsplan überwiegend als gemischte Baufläche im Bestand dargestellt. **An diese Flächen schließen sich Wohnbauflächen (Bestand und Planung) an. Verteilt auf das Stadtgebiet finden sich Flächen für Gemeinbedarf und Sonderbauflächen „Kur und Klinik“.** Darüber hinaus ist der Siedlungsbereich Bad Dürkheims von Grünflächendarstellungen durchzogen.

Damit ist der Einzelhandel tendenziell in beiden Bereichen, **also in der gemischten Baufläche wie auch in der Wohnbaufläche** zulässig. Die Bauleitplanung muss zur exakten Steuerung des Einzelhandels in diesen Bereichen demzufolge eine detaillierte Einzelhandelssteuerung vornehmen, um schädlichen Auswirkungen entgegenzuwirken.

## 6.2.2 Bebauungspläne

Zur Analyse der bauplanungsrechtlichen Vorgaben für den Einzelhandel im Stadtgebiet sind die hierfür eventuell zu beachtenden Bebauungspläne grob zu untersuchen. Dabei wird insbesondere auf die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben und eventuelle Einschränkungen geachtet. Wichtige, zu beachtende überplante Gebiete sind Misch-, Kern-, Industrie- und Gewerbegebiete, für welche die Festsetzungen im Hinblick auf die Zulässigkeit von Einzelhandel nach den Vorgaben der BauNVO modifiziert werden können. Aber insbesondere die planungsrechtliche Festsetzung von Sondergebieten für den Einzelhandel ist im Sinne der städtebaulichen und gesamtstädtischen Steuerung relevant. Hierdurch werden regelmäßig Rahmenbedingungen geschaffen, die über eine nachträgliche Steuerung nur schwer verbessert oder korrigiert werden können.

Für das Stadtgebiet liegen vier einzelhandelsrelevante Bebauungspläne vor, welche Aussagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung treffen.

### → Bebauungsplan „Gewerbe- und Industriegebiet Bruch – Änderungsplan I“

Der Bebauungsplan „Gewerbe- und Industriegebiet Bruch – Änderungsplan I“ stammt aus dem Jahr 1997 und setzt im westlichen Teil seines Geltungsbereiches Sondergebiete „Handel“ fest. Für den übrigen Geltungsbereich sind Gewerbe- und Industriegebiete festgesetzt.

Im Sondergebiet für Handelsbetriebe, gemäß § 11 BauNVO, sind folgende Betriebe zulässig:

- groß- und kleinflächige Einzelhandelsbetriebe,
- ein Shop-in-Shop-Bereich innerhalb der Verkaufsfläche einer wirtschaftlichen Einheit auf maximal 20 % der Verkaufsfläche, jedoch höchstens bis zu einer Fläche von maximal 200 m<sup>2</sup>,
- Großhandelsbetriebe.

Ausnahmsweise zulässig sind Schank- und Speisewirtschaften, sonstige Dienstleistungsbetriebe, die in einer Beziehung zum Einkaufen stehen (z.B. Reisebüro, Bankfiliale, Toto-Lotto-Aannahmestelle).

Im Gewerbegebiet (GE) 1 sind ebenfalls Einzelhandelsbetriebe mit Waren des aperiodischen Bedarfs ausnahmsweise zulässig. Der aperiodische Bedarf wird hierbei definiert als die Nachfrage nach hochwertigen Waren mit großem Einzugsbereich (Hochwertiger Bedarf und Luxusbedarf) sowie die Nachfrage nach nicht regelmäßigen Dienstleistungen. Sonstige Einzelhandelsbetriebe sind unzulässig.

Im Gewerbegebiet (GE) 2 sowie im Industriegebiet sind Einzelhandelsbetriebe unzulässig.

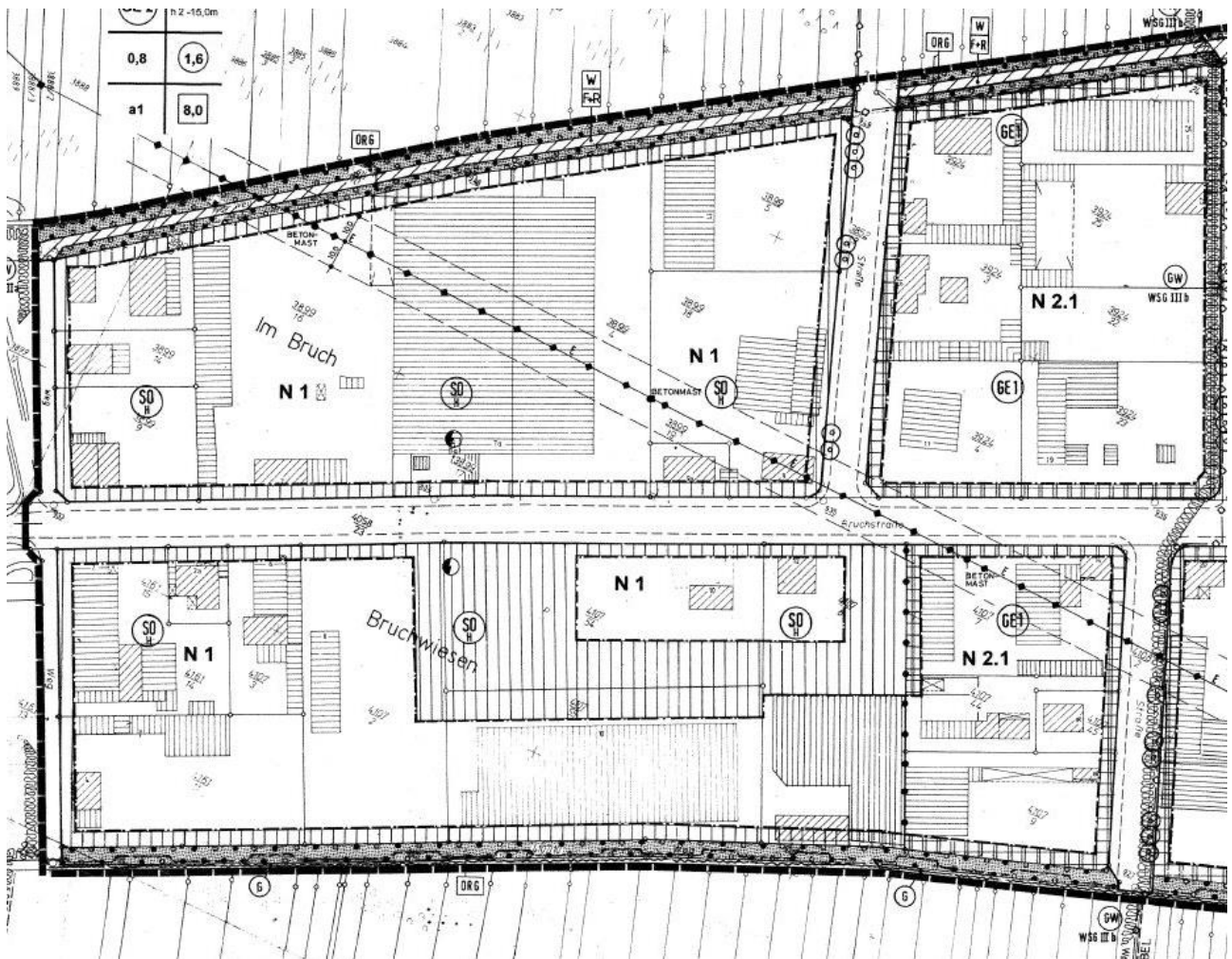


Abbildung 21: Ausschnitt aus dem rechtskräftigen B-Plan „Gewerbe- und Industriegebiet Bruch – Änderungsplan I“  
(Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 1997, ohne Maßstab)

### ➔ Bebauungsplan „Westerweiterung Gewerbegebiet Bruch“

Der Bebauungsplan „Westerweiterung Gewerbegebiet Bruch“ stammt aus dem Jahr 1999 und setzt in seinem Geltungsbereich zwei Sondergebiete für Handelsbetriebe fest.

Im SO Handel 1 sind groß- und kleinflächige Einzelhandels- und Großhandelsbetriebe zulässig. In entsprechend gekennzeichneten Gebieten („B“) sind lediglich Betriebe mit einer Verkaufsfläche von mindestens 600 m<sup>2</sup> zulässig. Dienstleistungsbetriebe sind ausnahmsweise zulässig.

Im SO Handel 2 sind großflächige Einzelhandels- und Großhandelsbetriebe mit folgenden Sortimenten zulässig:

- Sanitärerzeugnisse und Bädereinrichtungen,
- Bauelemente (Türen, Fenster, Gitter, Zäune etc.) und Baustoffe,
- Werkzeuge,
- Eisenwaren,
- Beschläge,
- Holz und Holzmaterialien,
- Brennstoffe,
- Mineralölerzeugnisse,
- Farben- und Lacke,



→ **Bebauungsplan „Norderweiterung Gewerbegebiet Bruch – Änderungsplan I“**

Der Ursprungsbebauungsplan stammt aus dem Jahr 2006 und wurde 2011 in seinem gesamten Geltungsbereich hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung geändert. Die 1. Änderung weist die Flächen innerhalb seines Geltungsbereichs als Sondergebiet für großflächige Handelbetriebe gemäß § 11 BauNVO sowie Gewerbegebiete gemäß § 8 BauNVO aus.

Im Sondergebiet sind großflächige Einzelhandels- und Großhandelsbetriebe mit folgenden Sortimenten zulässig:

- Sanitärerzeugnisse und Bädereinrichtungen,
- Bauelemente (Türen, Fenster, Gitter, Zäune etc.) und Baustoffe,
- Werkzeuge,
- Eisenwaren,
- Beschläge,
- Holz und Holzmaterialien,
- Brennstoffe,
- Mineralölerzeugnisse,
- Farben- und Lacke,
- Fliesen,
- Markisen, Rollläden und Rollos,
- Pflanzen, Gartenbedarf und –zubehör,
- Bodenbeläge und Teppiche,
- Herde und Öfen,
- Küchen und Möbel,
- Elektrogroßgeräte,
- Campingartikel und großteilige Sportgeräte,
- Kraftfahrzeuge und Zubehör,
- Boote und Zubehör.

Ausnahmsweise zulässig sind Schank- und Speisewirtschaften, Dienstleistungsbetriebe, Tankstellen und Einrichtungen für Sport und Freizeit.

In den Gewerbegebieten sind Einzelhandelsbetriebe unzulässig.

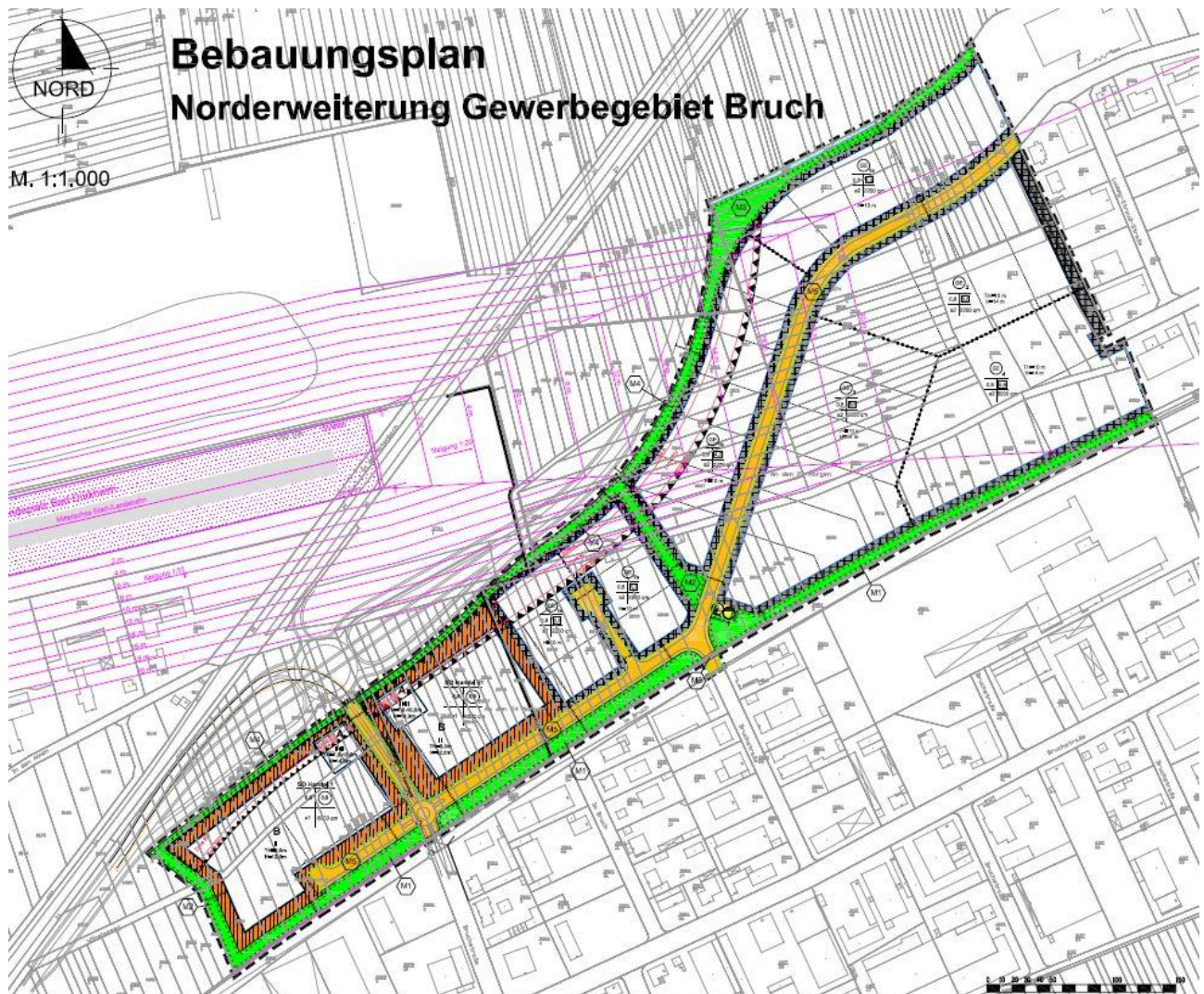


Abbildung 23: Ausschnitt aus dem rechtskräftigen B-Plan „Norderweiterung Gewerbegebiet Bruch“  
(Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 2006, ohne Maßstab)

### → Vorhabenbezogener Bebauungsplan „Rustengut – Änderungsplan I“

Der vorhabenbezogene Bebauungsplan „Rustengut – Änderungsplan I“ aus dem Jahr 2011 setzt ein eingeschränktes Gewerbegebiet gemäß § 8 BauNVO sowie ein Allgemeines Wohngebiet gemäß § 4 BauNVO fest.

In dem eingeschränkten Gewerbegebiet ist Lebensmitteleinzelhandel mit einer Geschossfläche von max. 1.200 m<sup>2</sup> zulässig. Dieser umfasst den Einkaufsmarkt mit integriertem Backshop, Anlieferzone mit teilweise überdachter Rampe, Fahrgasse und Stellplätze.

Im Allgemeinen Wohngebiet sind die der Versorgung des Gebietes dienenden Läden unzulässig.



betreffenden Pläne. Das betrifft insbesondere die Unterscheidung zwischen groß- und kleinflächigen Betrieben.

Als Mittelzentrum hat Bad Dürkheim in seinem Einzugsbereich und in der Region eine herausgehobene Bedeutung, so dass möglicherweise auch bestimmte, früher getroffene Entscheidungen nochmals hinterfragt werden müssen, wenn die Stadt die ihr zugewiesene Funktion auf Dauer wahrnehmen soll. Dies gilt auch im Lichte von in der Umgebung vorhandenen Konkurrenzstandorte und vor der sich stetig ändernden Landschaft des Einzelhandels und dessen Geschäftsmodellen, die auch eine sich verändernde Kundennachfrage mit sich bringen. Dem Motto „Handel ist Wandel“ muss auf planerischer Ebene begegnet werden, um die Stadt als Zentrum zu stärken und langfristig attraktiv für Kunden zu halten – was eine gewisse offene Entwicklungsmöglichkeit des Marktes bedingt – und gleichzeitig einen Rahmen zu setzen, der die Stadt selbst nicht übermäßig belastet, so dass sie ihre Rolle in der Region voll ausfüllen kann.

Die Nahversorgung in den Stadtteilen ist durch planerische Maßnahmen zu unterstützen und auszubauen. Dabei ist durch spezifische Maßnahmen und Handlungsempfehlungen auch hier eine positive Entwicklung zu gewährleisten.

## 7 GUTACHTERLICHE AUSWERTUNG

### 7.1 Zahlenwerk

Zunächst ein kurzer Überblick über das bisherige Zahlenwerk:

■ Einwohner	Stadt Bad Dürkheim	19.203
	Mittelbereich	44.992
■ Kaufkraftindex der Stadt Bad Dürkheim		110,0 %
■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Nahversorgung	3.183 € / Person / a
	sonstige Versorgung	3.226 € / Person / a
■ Kaufkraft	Nahversorgung	61,13 Mio. €
	Mittelbereichsversorgung	145,16 Mio. €
■ Verkaufsfläche nur Stadtgebiet	kurzfristiger Bedarf	12.820 m <sup>2</sup>
	mittelfristiger Bedarf	19.820 m <sup>2</sup>
■ Verkaufsfläche / Einwohner	Stadt Bad Dürkheim	1,7 m <sup>2</sup>
■ Einzelhandelszentralität	Stadt Bad Dürkheim	81,9

### 7.2 Absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume, Potenziale und Restriktionen

Die erhobenen Zahlen stützen sich auf derzeit bekannte Nutzungen und die hier vorhandenen Sortimente der einzelnen Warengruppen. Um aus diesen Zahlen eine gutachterliche Einschätzung der Situation ableiten zu können, müssen jedoch einige Korrekturen aufgrund der tatsächlichen Anbieterstruktur vorgenommen werden. Diese berücksichtigen – wie bereits erläutert –, aufgrund von Besonderheiten des Warenangebotes und bestimmter örtlicher Faktoren, eine Abweichung des theoretischen Zahlenwerks von der realen Situation.

Die folgende Tabelle zeigt zunächst die aus der Kaufkraftbindungsquote ermittelten Werte für den Kaufkraftab- bzw. zufluss in % und in Mio. €. Zu beachtende lokale Besonderheiten werden im Anschluss beschrieben.

Zu beachten ist, dass eine 100 %-ige Deckung des Bedarfs im Einzugsbereich nicht in allen Warengruppen erreicht werden kann und auch nicht angestrebt werden sollte. Bestimmte Sortimente werden beispielsweise eher in Fachmärkten, die typischerweise in größeren Orten angesiedelt werden, vorgehalten. Auch andere Versorgungsmöglichkeiten, wie etwa Online-Shopping, Tele-Shopping u.Ä., die gerade im Elektronikbereich einen immer größeren Stellenwert einnehmen, führen dazu, dass eine vollständige Bedarfsdeckung vor Ort in einigen Sortimenten als unrealistisch angenommen werden kann.

Warengruppe	Kaufkraft- bindungsquote in %	Kaufkraftab- und - zufluss in %	Kaufkraftab- und-zufluss in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	92,1	-7,9	-4,0
Gesundheits- und Körperpflege	80,4	-19,6	-2,0
Baumarktspezifische Waren	41,9	-58,1	-17,7
Bekleidung	76,0	-24,0	-5,0
Einrichtungsbedarf	10,3	-89,7	-21,7
Bücher / Schreibwaren	23,7	-76,3	-9,2
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	0,7	-99,3	-8,5
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	6,1	-93,9	-10,0
Spielwaren / Hobbys	19,6	-80,4	-4,3
Foto / Optik	54,5	-45,5	-2,5
Schuhe / Lederwaren	66,3	-33,7	-1,8
Informationstechnologie	0,0	-100,0	-4,7
Sport / Camping	11,9	-88,1	-5,2
Glas-Porzellan-Keramik	9,5	-90,5	-4,0
Uhren / Schmuck	34,3	-65,7	-2,5
Telekommunikation	15,8	-84,2	-2,1
Baby-/ Kinderartikel	76,8	-23,2	-0,2
			<b>-105,5</b>

Tabelle 7: Kaufkraftab- und zuflüsse im Einzugsbereich  
(Quelle: eigene Berechnungen)

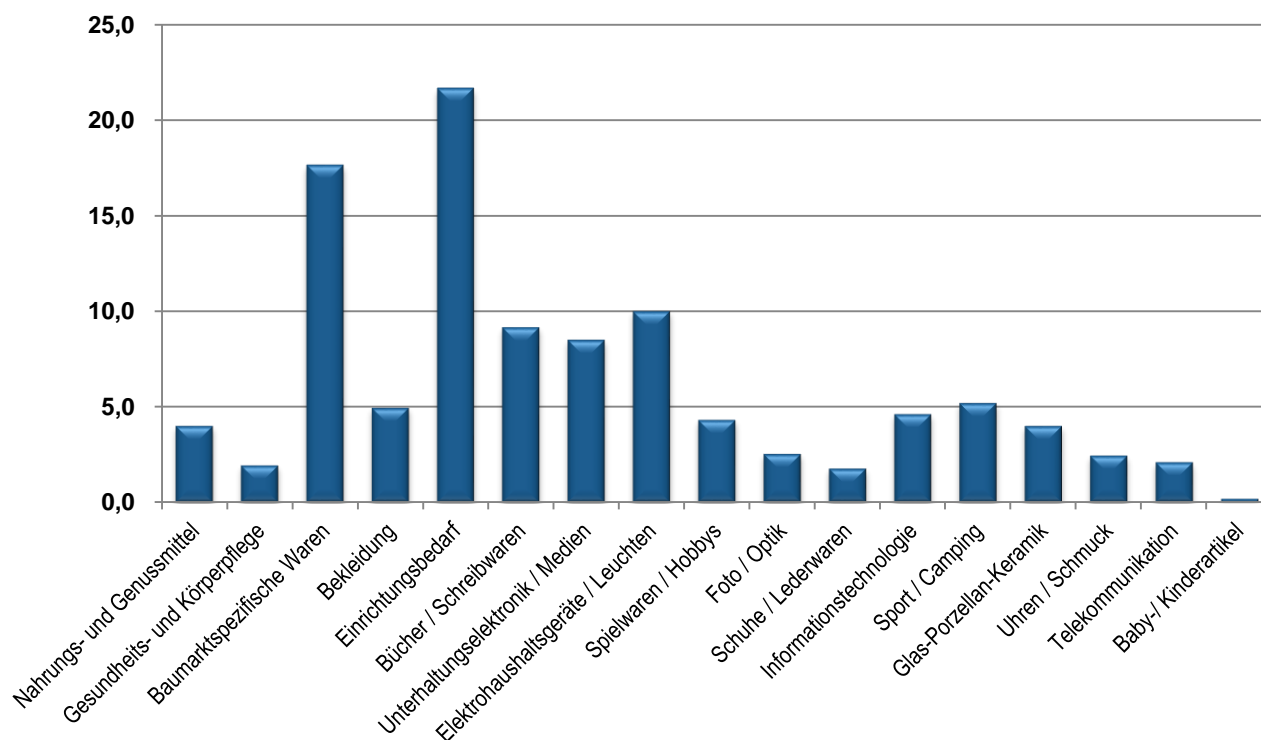


Abbildung 25: Umsatzpotenziale der einzelnen Warengruppen in Mio. € im Vergleich  
(Quelle: eigene Darstellung)

### 7.2.1 Nahversorgung

Die Deckung der wohnortnahen Nahversorgung ist Aufgabe der einzelnen Gemeinden, deren Versorgungsnetz nach Kräften zu erhalten und auszubauen. Eine weitergehende Schließung von Lücken im Nahversorgungsangebot unterliegt hier dem Mittelzentrum Bad Dürkheim. Entsprechend des zentralörtlichen Status kann eine Vollversorgung von bis zu 100 % Kaufkraftbindung und in vertraglichen Fällen auch darüber hinaus angestrebt werden.

#### → Nahrungs- und Genussmittel

Der Bereich „Nahrungs- und Genussmittel“ weist mit einer Kaufkraftbindungsquote von 92,1 % eine solide Gesamtversorgung der städtischen Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs auf. Dennoch besteht ein Kaufkraftabfluss von etwa 4,0 Mio. €. Das bedeutet, dass die Nahversorgung durch die bestehenden Betriebe nicht vollständig abgedeckt ist. Hieraus ergibt sich ein Verkaufsflächenpotenzial von rechnerisch 901 m<sup>2</sup> für Neuansiedlungen, um eine 100 %-ige Versorgung dieser Warengruppe zu gewährleisten.

Die sich ständig wandelnde Handelswelt ist bei der Betrachtung der Flächenpotenziale immer zu berücksichtigen. Aus verschiedenen Gründen, die nicht stets mit einer Vergrößerung des Warenangebotes und damit mit mehr Umsatz verbunden sind, ist die Erweiterung bestehender Betriebe aus der derzeitigen Versorgungsstruktur der Stadt Bad Dürkheim heraus nicht nur auf Basis des rein rechnerischen Potenziales zu ermöglichen.

Durch eine Erweiterung bestehender Betriebe wird vielfach keine zusätzliche Kaufkraft in die Zentren gezogen. Vielmehr wird den Wünschen von Verbrauchern, einer geringeren Lagerhaltung oder einer besseren Präsentation der Waren entsprechend eine Erweiterung bestimmter Betriebstypen notwendig werden. Die alleinige Existenz oder das Fehlen bestimmter Betriebe können Einfluss auf die Kaufkraftbindung haben, weniger aber die Verkaufsfläche selbst; dies gilt insbesondere für Betriebserweiterungen. Daher ist das rechnerische Ergebnis der Verkaufsflächenpotenziale gutachterlich anzupassen. Der Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel werden zusätzliche Verkaufsflächen in Höhe von 2.500 m<sup>2</sup> zugesprochen. Damit ist es zum einen den einzelnen Märkten möglich in einem vertraglichen Rahmen ihre Verkaufsflächen anzupassen und sich somit gegenüber veränderten Rahmenbedingungen zu positionieren. Andererseits gibt diese Korrektur der Verkaufsfläche Spielraum für Neuansiedlungen im Bereich dieser Warengruppe, was, wie die Bestandsaufnahme gezeigt hat, besonders in den Stadtteilen, also wohnortnah, unterstützenswert ist.

Darüber hinaus spiegelt die Kaufkraftbindungsquote in Bad Dürkheim ein wesentliches Charakteristikum dieser Warengruppe nicht wieder: die Nähe der vorhandenen Einzelhandelsstandorte zu den Wohngebieten. Bezieht man die Lage der Einzelhandelsbetriebe in die Beurteilung der Flächenpotenziale mit ein, so zeigt sich, dass wesentliche Bereiche der Stadt nicht über eine wohnortnahe Nahversorgung verfügen. Es ist davon auszugehen, dass ein Großteil der Bevölkerung die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs nur mit Hilfe eines Autos bewerkstelligen kann. Das gutachterlich angesetzte Flächenpotenzial von 2.500 m<sup>2</sup> bezieht sich demnach auch auf die Förderung von nahversorgungsrelevanten Ansiedlungen in Wohngebieten. Aus betriebswirtschaftlichen Gründen streben Betreiber von Lebensmittelmärkten eine höhere Verkaufsfläche an. So realisiert ein typischer Lebensmitteldiscounter derzeit ca. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, ein Vollsortimenter benötigt rund 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Mit dem ermittelten Flächenpotenzial kann neben der Erweiterung bestehende Betriebe auch z.B. ein kleiner Vollsortimenter realisiert werden.

Neuansiedlungen sind – unabhängig von der Verkaufsfläche – detailliert hinsichtlich der Verträglichkeit zu untersuchen.

### → **Gesundheits- und Körperpflege**

Im Hinblick auf das Sortiment „Gesundheits- und Körperpflege“ wurden im Zuge der vorliegenden Untersuchung alle Betriebe berücksichtigt, die Angebote aus dieser Warengruppe führen. Dazu zählen auch die Discounter und Lebensmitteleinzelhändler im Einzugsbereich, die in ihrem Sortiment einen bestimmten Anteil an Produkten aus dieser Warengruppe anbieten. Des Weiteren zählen hierzu auch Apotheken, die i.d.R. zwar nur über eine kleine Verkaufsfläche verfügen, dafür aber eine überdurchschnittliche Flächenproduktivität aufweisen.

In dieser Warengruppe fließt derzeit eine Summe von etwa 2,0 Mio. € vom Standort Bad Dürkheim ab, was zu einer Bindungsquote von 80,4 % führt. Hieraus ergibt sich ein Verkaufsflächenpotenzial von rechnerisch 436 m<sup>2</sup> für Neuansiedlungen, um eine 100 %-ige Versorgung in dieser Warengruppe zu gewährleisten.

Auch dieser Wert kann gutachterlich nicht bestätigt werden. Eine Erweiterung der Gesamtverkaufsfläche um 450 m<sup>2</sup> in dieser Warengruppe ist als verträglich und realisierbar anzunehmen. Dieses Potenzial ist bei einer denkbaren Bindungsquote von leicht über 100 % alleine nicht geeignet eine negative Auswirkung auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt oder umliegender Zentren auszuüben.

Da auch die Erweiterung von Vollsortimentern oder Discountern Verkaufsflächenvergrößerungen im Bereich der Gesundheits- und Körperpflege auslösen können, ist rechnerisch auch bei einer solchen Erweiterung im Einzelfall die Verträglichkeit der Ausschöpfung eines geringen Potenzials nachzuweisen. Da eine Deckelung von Verkaufsflächen nicht bei einer Bindung der vorhandenen Kaufkraft zu 100 % sondern an dem unterbleibenden Auslösen von negativen Auswirkungen nach Z 60 des LEP IV zu orientieren ist, ist die geringe Überschreitung von potenziellen Verkaufsflächen für Bad Dürkheim als Stärkung des Standortes zu verstehen. Auswirkungen von einzelnen Vorhaben sind demnach für den Einzelfall nachzuweisen.

### **7.2.2 Weitere Versorgung**

Die weitergehende Versorgung der Bevölkerung obliegt der Stadt auch auf dem Niveau eines Mittelzentrums.

### → **Baumarktspezifische Waren**

In diesem Bereich fließt derzeit eine Summe von etwa 17,7 Mio. € vom Standort Bad Dürkheim ab, was zu einer Bindungsquote von nur 41,9 % führt. Hieraus ergibt sich ein Verkaufsflächenpotenzial von rechnerisch 13.093 m<sup>2</sup> für Neuansiedlungen, um eine 100 %-ige Versorgung in dieser Warengruppe zu gewährleisten.

Eine Ausweisung der Potenzialfläche bis maximal 5.000 m<sup>2</sup> ist jedoch als angemessen zu erachten. Damit wird bestehenden Betrieben eine Erweiterungsmöglichkeit gegeben. Darüber hinaus ist auch für die Neuansiedlung beispielsweise eines Sondersortimenters Flächenpotenzial für eine hier häufig nur anteilige Warengruppe „Baumarktspezifische Waren“ gegeben.

Die Nutzung der ausgewiesenen Potenzialfläche von 5.000 m<sup>2</sup> sollte allerdings auf das Nutzungskonzept und die Sortimentsstruktur abgestimmt sein.

Zu bedenken ist auch, dass die Struktur der Baumärkte von kleineren Anbietern zu großen Märkten wechselt, da betriebswirtschaftliche Zwänge und die Nachfrage der Kunden eine große Auswahl und damit einen höheren Flächenbedarf voraussetzen. Eine geeignete Struktur entsprechender Angebote ist insofern nicht nur an den Einzugsbereichen der Regional- und Landesplanung sondern auch an der Erreichbarkeit einzelner Standorte zu orientieren. Für konkrete Vorhaben ist demnach eine regionale Verträglichkeit nachzuweisen. Es genügt nicht alleine auf die freien Potenziale des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes abzustellen.

### → **Bekleidung**

In der Warengruppe „Bekleidung“ sind im Untersuchungsgebiet bereits einige Betriebe vorhanden. Die Kaufkraftbindungsquote beträgt derzeit 76,0 %, sodass sich für den Standort ein rechnerischer Kaufkraftabfluss von umgerechnet etwa 5,0 Mio. € ergibt. Dies entspricht einem rechnerischen Verkaufsflächenpotenzial von 1.747 m<sup>2</sup>.

Aus gutachtlicher Sicht sind die Ansiedlung kleinerer Betriebe in der unmittelbaren Innenstadt sowie die Deckung des Bedarfs an Bekleidungsartikeln aus unterschiedlichen Preissegmenten aktiv zu fördern, um eine ausgewogene Angebotsvielfalt vorhalten zu können.

Die Ansiedlung neuer Angebote oder den Ausbau bestehender Angebote gilt es zu steuern, um den Kundenwünschen entsprechend nachkommen zu können und alle Einkommensstufen vor Ort zu bedienen. Aus diesem Grund ist hier ein weiteres Potenzial von etwa 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu benennen.

Es ist zu beachten, dass bei einer tatsächlichen Neuausweisung die Verträglichkeit in einem gesonderten Verfahren nachzuweisen ist.

### → **Einrichtungsbedarf**

Im Bereich der Warengruppe „Einrichtungsbedarf“ werden vom vorhandenen Potenzial 10,3 % am Standort gebunden, sodass hier ein Kaufkraftabfluss von rund 21,7 Mio. € vorhanden ist. Dies ergibt bei der zugrunde gelegten Flächenproduktivität ein Verkaufsflächenpotenzial von 8.401 m<sup>2</sup>.

Unter Berücksichtigung des mittelzentralen Status scheint ein Verkaufsflächenpotenzial von bis zu 3.500 m<sup>2</sup> für Bad Dürkheim angemessen zu sein. Hierdurch können betriebsbedingte Erweiterungen vorhandener Betriebe möglich werden und eine nachhaltige Stärkung der Einzelhandelsstruktur innerhalb der Stadt erreicht werden. Auch die Neuansiedlung ergänzender Warensortimente aus dem Bereich der Einrichtungsbedarfe ist aus gutachterlicher Sicht zur Sicherung der Versorgung der Bevölkerung vertretbar.

### → **Bücher / Schreibwaren**

Bücher und Schreibwaren können als eigenständige Warengruppe nur unter Berücksichtigung der tatsächlichen Angebotsstrukturen realistisch erfasst und bewertet werden. So werden entsprechende (Teil-)Sortimente häufig auch in Supermärkten, Warenhäusern, Discountern, Kiosken, Tankstellen und in weiteren Betrieben als Randsortiment angeboten, was zu einer deutlich anderen Kaufkraftabschöpfung führen kann, als es die rechnerisch ermittelten Werte vermuten lassen.

Die Werte der Kaufkraftbindungsquote von 23,7 % und der sich hieraus ergebene Kaufkraftabfluss von 9,2 Mio. € lassen weitere umfänglichen Verkaufsflächenausdehnungen zu. Rechnerisch sind 2.143 m<sup>2</sup> zusätzliche Verkaufsfläche möglich. Aus gutachterlicher Sicht ist ein Flächenpotenzial von

1.000 m<sup>2</sup> für Bad Dürkheim anzusetzen. Dies ermöglicht bestehenden Betrieben die Erweiterung der Verkaufsfläche, bietet aber auch Raum für Neuansiedlungen.

Da in dieser Warengruppe der Vertrieb und das Bestellen über das Internet ein wichtiger zu beachtender Faktor ist, kann der Ausbau dieses Sortiments nur unter gleichzeitiger Bewerbung des örtlichen Angebotes funktionieren. Hier ist die Form des Marketings über eine eigene Internetseite der Betriebe hilfreich. Zu berücksichtigen ist auch die Angebotsvielfalt in der Warengruppe. Um exaktere Aussagen tätigen zu können, ist hier eine differenziertere Nachfrageanalyse notwendig. Diese Analyse zielte allerdings eher auf die Tragfähigkeit eines zusätzlichen Betriebes und weniger auf dessen Verträglichkeit ab.

### → **Unterhaltungselektronik und elektronische Medien**

Die Warengruppe „Unterhaltungselektronik und elektronische Medien“ weist eine besondere Charakteristik auf, denn neben den elektronischen Geräten zählen hierzu auch Zubehörartikel und Medien. Diese werden jedoch auch in den unterschiedlichsten Einzelhandelsbetrieben als Teil des dortigen Sortiments angeboten. So ist beispielsweise der Verkauf von DVD's und CD's bei Discountern und Lebensmitteleinzelhändlern, Warenhäusern und Drogeriemärkten heute bereits Standard, wenn auch nur als Randsortiment. Insofern muss zwischen den Medien und den eigentlichen Geräten genauer unterschieden werden, um ein realistisches Gesamtbild der tatsächlichen Angebotsstruktur zu erhalten.

Die Kaufkraftbindungsquote liegt bei 0,7 % und dies ergibt einen Kaufkraftabfluss von 8,5 Mio. €. Rein rechnerisch liegt hier ein Verkaufsflächenpotenzial von 2.310 m<sup>2</sup> vor. Da eine Versorgung mit diesen Sortimenten aktuell immer stärker über das Internet und die größeren Betriebe in Mittel- und Oberzentren stattfindet, kann dieses Potenzial gutachterlich nach unten korrigiert werden.

Schwieriger ist die Beurteilung des Angebotes von Waren der reinen Unterhaltungselektronik. Diese Geräte werden außer im Fachhandel auch in jedem Discounter und Vollsortimenter als Aktionsware in regelmäßigen Abständen gehandelt. Dadurch entsteht eine durchaus nennenswerte Konkurrenz zu Fachgeschäften, die kaum quantifiziert werden kann, aber dennoch nicht unterschätzt werden darf. Darüber hinaus können Angebote in den umliegenden Zentren eine starke Konkurrenz darstellen, die eine tragfähige Ansiedlung in Bad Dürkheim erschweren können.

Ein Flächenpotenzial von 1.200 m<sup>2</sup> kann daher eher als tragfähig sowie für weitere Betriebe verträglich bewertet und demnach empfohlen werden.

Kombinierte Angebote mit Sortimenten aus anderen Warengruppen stellen hier eine gute Möglichkeit dar, aus mehreren Warengruppen einen angemessenen Anteil der Kaufkraft vor Ort zu binden. Bestehenden Betrieben sollte die Möglichkeit eingeräumt werden Erweiterungen vorzunehmen.

### → **Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten**

In dieser Warengruppe werden derzeit etwa 6,1 % der Kaufkraft gebunden. Das entspricht einem ungebundenen Potenzial von 10,0 Mio. € und lässt rechnerisch ein Verkaufsflächenpotenzial von 4.017 m<sup>2</sup> erwarten.

Zusätzliche Ansiedlungen oder Erweiterungen in diesem Sortiment sind sinnvoll, um die Angebotsvielfalt und damit die Auswahl für den Kunden auszubauen. Die Kaufkraft wandert teilweise in umliegende Zentren ab. Auch hier ist jedoch die starke Rolle des Online-Handels zu beachten. Empfohlen wird hier daher lediglich ein zu realisierendes Potenzial von etwa 1.200 m<sup>2</sup>

Verkaufsfläche. Damit lässt sich ohne eine zu starke Konkurrenzsituation aufzubauen eine Verdichtung des Angebotes innerhalb der Stadt Bad Dürkheim erreichen, vornehmlich als Erweiterung der bestehenden Angebote oder als kleinflächige Neuansiedlung. Allerdings ist auch hier in Kombination mit weiteren Angeboten eine größere Gesamtverkaufsfläche denkbar (Elektrofachmarkt).

#### → **Spielwaren / Hobby**

Das Angebot der Warengruppe „Spielwaren / Hobby“ ist in der Stadt Bad Dürkheim mit einer Bindungsquote von 19,6 % und damit einem rechnerischen Kaufkraftabfluss von 4,3 Mio. € ebenfalls als unterdurchschnittliches Angebot zu bewerten. Bei einem rein rechnerischen Verkaufsflächenpotenzial von 1.607 m<sup>2</sup> ist hier auch gutachterlich eine Erweiterungsmöglichkeit zu empfehlen.

Eine zusätzliche Ausweisung ist hier auch insbesondere vertretbar, da die vorhandenen Betriebe teilweise ein nur sehr spezifisches Angebot vorweisen. Durch die Erweiterungsmöglichkeit oder kleinflächige Neuansiedlungen, vorrangig im Innenstadtbereich von Bad Dürkheim, wird demzufolge auch eine Diversifikation der Angebotsstruktur ermöglicht.

Dabei sollte ein zusätzliches Verkaufsflächenangebot von 1.000 m<sup>2</sup> hier jedoch nicht überschritten und gleichzeitig aktiv eine Sortimentserweiterung in der Angebotsstruktur gefördert werden.

#### → **Foto / Optik**

In dieser Warengruppe wird eine Kaufkraftbindungsquote von 54,5 % und damit einem Kaufkraftabfluss von 2,5 Mio. € erzielt. Das entspricht einem rechnerischen Verkaufsflächenpotenzial von 796 m<sup>2</sup>.

Da diese Warengruppe auch alle Optiker-Leistungen und Hörgeräte-Akustiker beinhaltet, wird hierdurch die Bilanz leicht verschoben. Allerdings enthält diese Warengruppe auch Angebote, die größere Elektronikmärkte bedienen. Sie sind somit vielfach im Oberzentrum vorhanden oder werden im Internet verkauft. Da es aufgrund der Konkurrenz mit dem Internethandel und den bereits vorhandenen Angeboten nicht erstrebenswert erscheint über die errechneten Verkaufsflächenpotenziale hinauszugehen, wird aus gutachterlicher Sicht ein als verträglich zu betrachtendes maximales Verkaufsflächenpotenzial auf 300 m<sup>2</sup> ausgewiesen. Damit könnte die Ansiedlung von kleineren Geschäften in der Innenstadt (z.B. zur Nachnutzung von Leerständen) oder die Erweiterung bestehender Standorte realisiert werden. Alternativ sind diese Angebote als Teil von kombinierten Betrieben mit Elektronik und Medien vorstellbar.

#### → **Schuhe / Lederwaren**

Das Angebot in dieser Warengruppe liegt mit einer Bindungsquote von 66,3% und einem rechnerischen Kaufkraftzufluss von 1,8 Mio. € in einem durchschnittlichen Bereich. Dementsprechend ist ein rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial von 687 m<sup>2</sup> als Ergebnis festzuhalten.

Aus gutachterlicher Sicht sollte dieser Warengruppe insgesamt ein Wachstumspotenzial von maximal 650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eingeräumt werden. Zwar sollten keine wesentlichen Neuansiedlungen erfolgen, allerdings kann durch den Ausbau des Segments die Attraktivität der Stadt Bad Dürkheim erhalten oder sogar gesteigert werden. Anzusetzen ist dieses Potenzial in erster

Linie für die Ansiedlung in der Innenstadt von Bad Dürkheim. Zudem können auch geringfügige Erweiterungen der Bestandsbetriebe im Gewerbegebiet Bruch ermöglicht werden.

### → **Informationstechnologie**

Weder im Stadtgebiet noch innerhalb des Mittelbereiches befindet sich ein Anbieter dieser Warengruppe. Die Kaufkraftbindungsquote liegt demnach bei 0,0 % und ergibt einen Kaufkraftabfluss von 4,7 Mio. €. Rein rechnerisch liegt hier ein Verkaufsflächenpotenzial von 1.034 m<sup>2</sup> vor. Da eine Versorgung mit diesen Sortimenten aktuell immer stärker über das Internet stattfindet, sollte nicht zwingend eine Bindung von 100 % Kaufkraft angestrebt werden.

Es ist zu erwarten, dass bei entsprechenden Angeboten in der Stadt Bad Dürkheim auch weiterhin Einkäufe über das Internet getätigt werden. Daher sollte trotz eines rechnerisch weitaus höheren Flächenpotenzials aus gutachterlicher Sicht eine obere Empfehlungsgrenze von etwa 600 m<sup>2</sup> an zusätzlicher Verkaufsfläche nicht überschritten werden. Auch hier handelt es sich um Angebote, die vorrangig in Kombination mit Sortimenten anderer Warengruppen angeboten werden. Dies kann aus gutachterlicher Sicht regelmäßig empfohlen werden, um den Standort in Gänze zu stärken und marktfähige Betriebe am Handelsstandort zu entwickeln.

### → **Sport / Camping**

Die Bindungsquote von 11,9 % wird in der Stadt Bad Dürkheim ausschließlich durch das Angebot eines Fachhändlers geprägt. Rechnerisch ergibt sich ein Kaufkraftabfluss von 5,2 Mio. € und ein Verkaufsflächenpotenzial von 1.585 m<sup>2</sup>.

Zur Schließung der Lücken im Stadtgebiet ist eine Realisierung von etwa 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit Sportartikeln empfehlenswert. Aufgrund kaum vorhandener Betriebe ist eine Neuansiedlung hier ebenfalls unbedenklich. Darüber hinaus könnte auch die Erweiterung des Bestandsbetriebs durch das Flächenpotenzial ermöglicht werden.

### → **Glas / Porzellan / Keramik**

Eine tendenziell in vielen Städten und Gemeinden eher schwach aufgestellte Warengruppe ist „Glas / Porzellan / Keramik“. Für Bad Dürkheim ist eine äußerst geringe Bindungsquote von 9,5 % festzustellen. Es fließen derzeit rund 4,0 Mio. € vom Standort ab. Rechnerisch ergeben sich demnach 2.781 m<sup>2</sup> an zusätzlicher Verkaufsfläche.

Die Verkaufsfläche kann insbesondere hinsichtlich des Versorgungsauftrages der Stadt Bad Dürkheim auf ein Potenzial von rund 1.500 m<sup>2</sup> festgelegt werden. Mit dem Zurückbleiben hinter dem rechnerischen Potenzial wird eine Verträglichkeit der Flächenerweiterung hinsichtlich interkommunaler Belange sichergestellt. Gleichzeitig wird der Stadt eine entsprechende Entwicklung innerhalb dieser Warengruppe (Neuansiedlung und Bestandssicherung) zugestanden und dem Versorgungsauftrag als Mittelzentren Rechnung getragen.

### → **Uhren / Schmuck**

Die Warengruppe „Uhren / Schmuck“ weist mit einer Bindungsquote von derzeit 34,3 % einen Kaufkraftabfluss von 2,5 Mio. € und damit ein Verkaufsflächenpotenzial von 475 m<sup>2</sup> auf.

Im vorliegenden Fall ist von einer unterdurchschnittlichen Versorgung auszugehen, sodass ein zusätzliches Potenzial zur Sicherung der Bestandsbetriebe in dieser Warengruppe sowie für

Neuansiedlungen freigestellt werden sollte. Dabei wird eine Potenzialflächensumme von 200 m<sup>2</sup> als ausreichend erachtet.

### → **Telekommunikation**

Auch in der Warengruppe „Telekommunikation“ sind in Bad Dürkheim nur vereinzelt Anbieter vertreten. Die Kaufkraftbindungsquote liegt bei 15,8 %. Das entspricht einem Kaufkraftabfluss von etwa 2,1 Mio. € und einem rechnerischen Verkaufsflächenpotenzial von 850 m<sup>2</sup>.

Entsprechende Angebote sind in dieser Warengruppe auf kleinem Raum zu realisieren. Bekannt hierfür sind Geschäfte von Mobilfunkanbietern oder Service-Betriebe, die neben dem Verkauf auch den gesamten Kundenservice für einen zugewiesenen Bereich abwickeln. Typischerweise können die Angebote dieser Warengruppe auch als integrierte Bestandteile von Elektronikmärkten und Fachgeschäften wahrgenommen werden. Zudem werden viele Käufe und Erledigungen im Hinblick auf die Telekommunikation auch über das Internet abgewickelt. Discounter und Supermärkte haben SIM-Karten und Guthaben für Prepaid-Programme als Randsortimente in ihrem Warenangebot. Es besteht also eine große Konkurrenz zwischen spezialisierten Fachgeschäften und den sonstigen Vertriebswegen. Daher kann gutachterlich zu einer Realisierung des offenen Potenzials in Höhe von etwa 250 m<sup>2</sup> geraten werden, wobei verschiedene Angebotsformen hierunter zu verstehen sind. Auch für diese Warengruppe kommt wieder die Kombination mit anderen Warengruppen in Frage, so z.B. in einem Elektrofachgeschäft.

### → **Baby- / Kinderartikel**

Mit einem Kaufkraftabfluss von derzeit 23,2 % oder 0,2 Mio. € ist in der Warengruppe „Baby- / Kinderartikel“ rein rechnerisch von einer grundlegenden Versorgung der Bevölkerung auszugehen. Aus der Kaufkraftbindung resultiert, dass ein rein rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial in Höhe von 92 m<sup>2</sup> festzustellen ist.

Es ist allerdings zu beachten, dass es sich nicht um ein Fachgeschäft mit entsprechender Verkaufsfläche handelt. Das bestehende Angebot resultiert aus dem anteiligen Warensortiment bekannter Filialisten wie DM, NKD oder Tedi.

Fachgeschäfte in dieser Warengruppe sind eigentlich eher in Oberzentren und nur in einzelnen Fällen in gut aufgestellten Mittelzentren angesiedelt. Dennoch kann eine Realisierung von rund 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ins Konzept eingestellt werden. Dieses Maß lässt nicht auf schädliche Auswirkungen in umliegenden Zentren schließen.

### → **Zusammenfassung**

Zusammengefasst ergeben sich aus den vorgenannten Betrachtungen die dargestellten und gutachterlich bereinigten Flächenpotenziale für die einzelnen Warengruppen. Diese sind jedoch nicht als absolute „Grenzwerte“, sondern eher als *empfohlener oberer Rahmen* für Neuansiedlungen und Erweiterungen zu verstehen. Zudem wird eine schrittweise Entwicklung dieser Potenziale empfohlen um eine behutsame und verträgliche Nachverdichtung und Potenzialflächennutzung zu gewährleisten. Zugleich sollte die Stadt aber langfristig versuchen, die noch offenen Potenziale komplett in den Markt einzustellen, um eine bedarfsgerechte Deckung und somit eine Stärkung des Standortes herbeizuführen.

Für die Stadt Bad Dürkheim muss klar sein, dass die aufgezeigten Potenziale eine auf dem Ansatz des Einzugsbereichs basierende Betrachtung darstellen, die für konkrete Vorhaben im Einzelfall zu

prüfen sind. Das bedeutet, dass Auswirkungen von bestimmten Betriebsstrukturen durchaus anders ausfallen können, als es sich aus der Berechnung mit linearer Fortführung der Flächenproduktivitäten ergibt.

Warengruppe	Flächenpotenzial in m <sup>2</sup> (ca.)		Warengruppe	Flächenpotenzial in m <sup>2</sup> (ca.)	
Nahrungs- und Genussmittel	901	2.500	Foto / Optik	796	300
Gesundheits- und Körperpflege	436	450	Schuhe / Lederwaren	687	650
Baumarktspezifische Waren	13.393	5.000	Informationstechnologie	1.034	600
Bekleidung	1.747	1.500	Sport / Camping	1.585	1.000
Einrichtungsbedarf	8.401	3.500	Glas / Porzellan / Keramik	2.781	1.500
Bücher / Schreibwaren	2.143	1.000	Uhren / Schmuck	475	200
Unterhaltungselektronik / Medien	2.310	1.200	Telekommunikation	850	250
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	4.017	1.200	Baby- / Kinderartikel	92	800
Spielwaren / Hobbys	1.607	1.000		43.255	20.150

Tabelle 8: Flächenpotenziale nach Warengruppen (errechnet und korrigiert)  
(Quelle: eigene Ermittlungen)

Die Potenziale sollen in der Umsetzung einem hierarchischen System zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt Bad Dürkheim folgen, welches nachfolgend ausformuliert wird. Dabei ist innerstädtischen Strukturen die höchste Priorität einzuräumen.

Insgesamt ergibt sich ein zusätzliches Verkaufsflächenpotenzial von rund **20.150 m<sup>2</sup>** bei einem mittleren Ansatz für die Flächenproduktivität der jeweiligen Warengruppen.

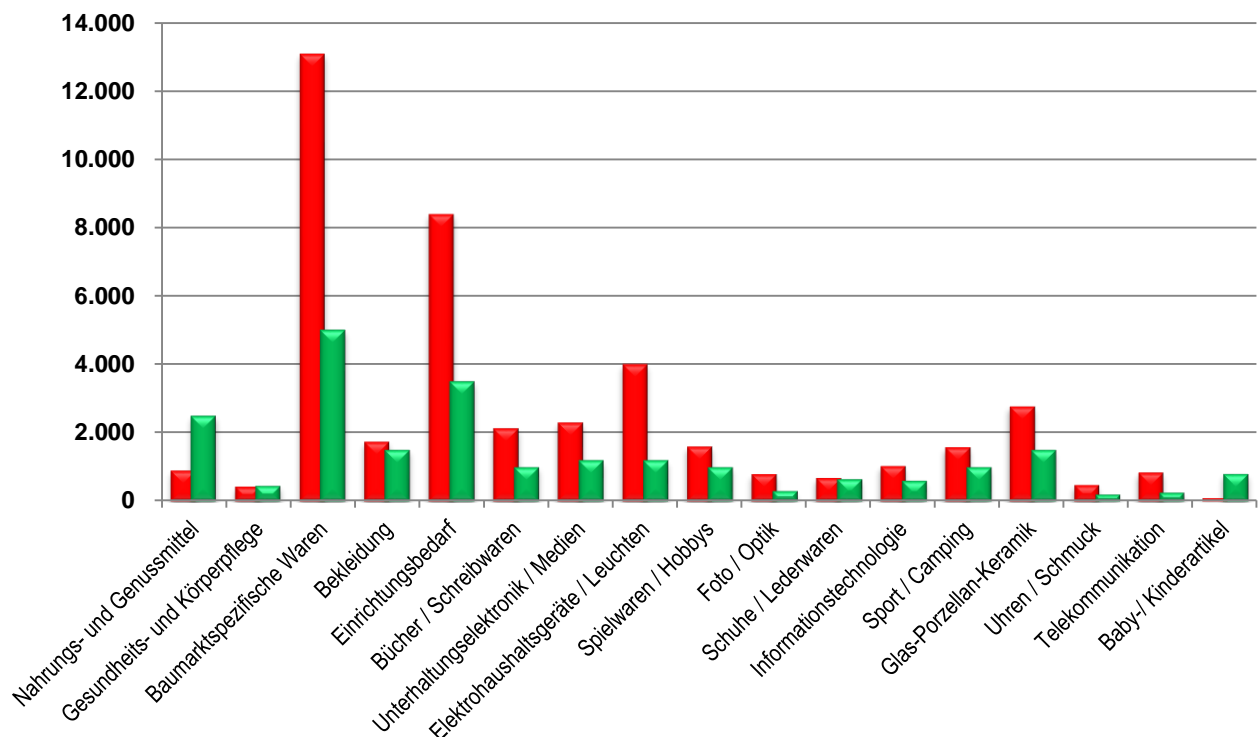


Abbildung 26: Verkaufsflächenpotenziale in m<sup>2</sup> errechnet (rot) und korrigiert (grün)  
(Quelle: eigene Darstellung)

### 7.3 Räumlich-funktionale Entwicklungsspielräume

Ziel der Untersuchung ist neben dem Aufzeigen von Potenzialen und der Steuerung von Ansiedlungen auch die Darstellung von Entwicklungsspielräumen. Aus der Sicht von Investoren wird diese bei der Standortsuche oftmals nicht berücksichtigt, da hier immer spezielle Anforderungen zu berücksichtigen sind. Es ist demnach sinnvoll den gesamten zugrunde zu legenden Einzugsbereich (Kernstadt und alle Stadtteile Bad Dürkheims) und im speziellen die Innenstadt von Bad Dürkheim auf geeignete Entwicklungsräume hin zu untersuchen. Damit kann die Stadt die proaktive Steuerung von Ansiedlungen stützen und Vorhabenanfragen zielgerichtet auswerten.

#### → Innerstädtische Potenziale Bad Dürkheim

Zu den innerstädtischen Potenzialen zählen vor allem die Flächen und Leerstände<sup>29</sup> in der Innenstadt Bad Dürkheims.

Im Folgenden wird eine kurze Bewertung der dargestellten und prinzipiell möglichen Standorte für eine weitere Entwicklung vorgenommen. Darauf aufbauend werden Empfehlungen zum planerischen Umgang mit den Flächen bezüglich einer möglichen Einzelhandelsentwicklung gegeben. Potenzialflächen für den großflächigen Einzelhandel finden sich dabei innerhalb der Innenstadt von Bad Dürkheim nicht.

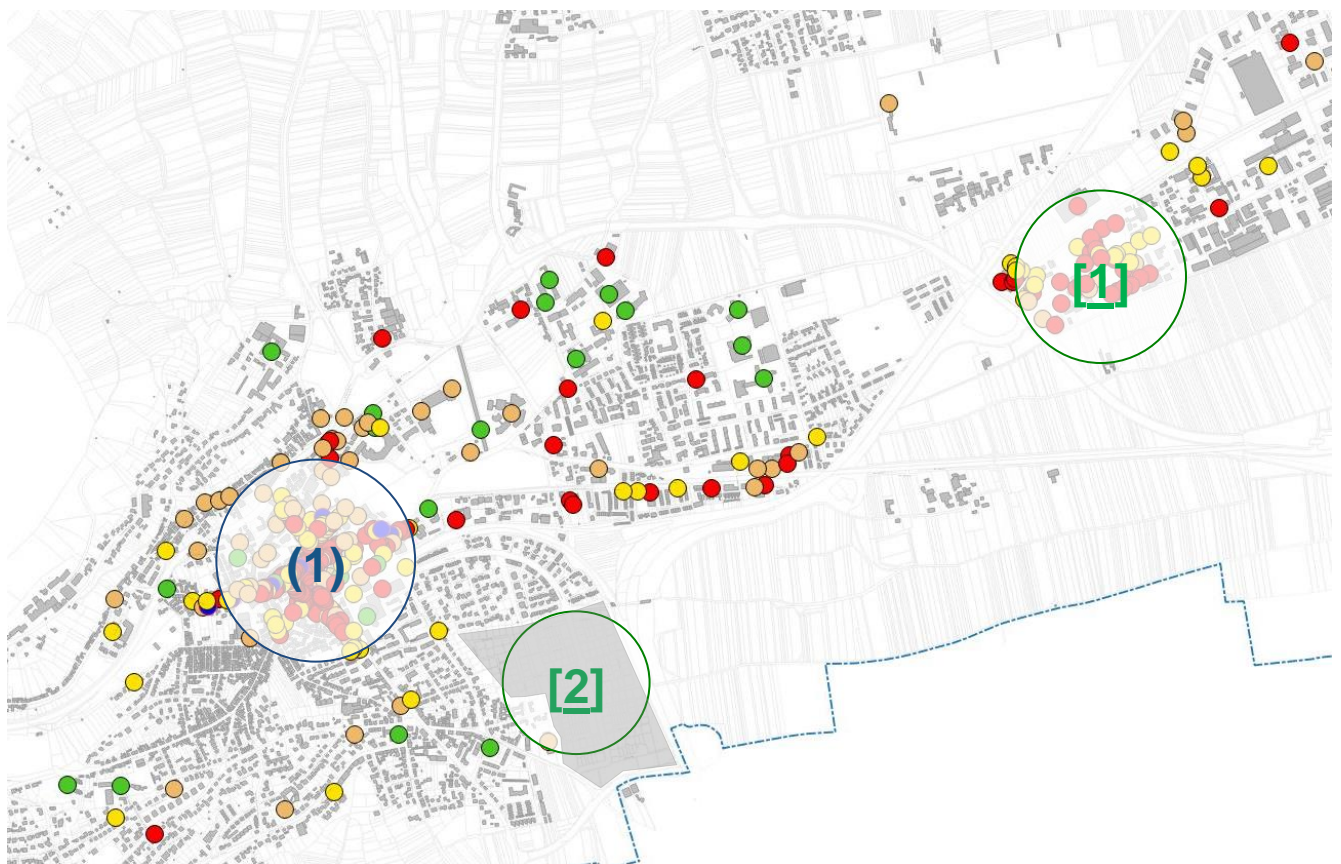


Abbildung 27: Entwicklungspotenziale und -flächen Bad Dürkheim  
(Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand September 2018)

<sup>29</sup> Eine Verortung der Leerstände ist der Kartendarstellung der Bestandsaufnahme im Anhang des Konzeptes zu entnehmen.

- (1) Als innerstädtische Potentialflächen können lediglich die Leerstände benannt werden. Diese sind nur vereinzelt vorhanden und verteilen sich relativ gleichmäßig im Stadtzentrum. Eine Stärkung dieser Bereiche basiert auf der Bestandsstruktur, sodass sich Ansiedlungen hier am günstigsten harmonisch in den Einzelhandelsbesatz einfügen. Eine Nutzung von Synergieeffekten ist hier wünschenswert. Daher sollte die Ansiedlung von kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben zielstrebig in diese Richtung gelenkt werden. Freiflächen, die im Zuge einer Nachverdichtung, bebaut werden könnten, sind in der Innenstadt nicht auszumachen. Großflächiger Einzelhandel ist nur durch das Verschmelzen von Ladenlokalen realisierbar.

Aus der obigen Aufstellung der innerstädtischen Flächenpotenziale wird deutlich, dass ein weiterer Ausbau des Einzelhandels in der Innenstadt nur in sehr eingeschränktem Umfang möglich ist. Die gesamtstädtischen Potentiale sind vor diesem Hintergrund besonders zu beachten.

### → **Gesamtstädtische Potenziale Bad Dürkheims**

Als gesamtstädtische Potenziale können all die Flächen bezeichnet werden, die zwar entwickelbar wären, jedoch nicht mehr zur direkten Innenstadtlage gezählt werden können. Dabei ist es unerheblich, ob sie in der Kernstadt oder einem Stadtteil liegen. Ihre Eignung für Einzelhandelsnutzungen ist vor dem städtebaulichen Ziel der Integration allerdings genauer zu untersuchen und zu bewerten.

[1] Eine weitere Potenzialfläche befindet sich im Gewerbegebiet Bruch direkt an der östlichen Siedlungsgrenze. Hier ist bereits ein Großteil der großflächigen städtischen Einzelhändler angesiedelt. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch Dienstleistungen und sonstige Nutzungen. An dieser Stelle ist eine vorsichtige, kleinschrittige Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben denkbar, um eine nachhaltige Anstoßwirkung zur Stärkung des innerstädtischen Zentrums zu unterstützen und die Kaufkraft innerhalb der Stadt Bad Dürkheims auf dieses Areal zu konzentrieren.

[2] Eine weitere Potenzialfläche befindet sich aus gutachterlicher Sicht im südlich der Innenstadt gelegenen Stadtteil Fronhof. Hier entwickelt die Stadt Bad Dürkheim in mehreren Bauabschnitten Wohnbauflächen. Diese neu entstehenden Wohngebiete mit nahversorgungsrelevanten Einzelhandel zu versorgen ist städtebaulich sinnvoll. Wie bereits erwähnt, gibt es in Bad Dürkheim nur vereinzelt nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in den Wohngebieten. Es sollte daher angestrebt werden, bei dieser Entwicklungsmaßnahme die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfes in die Planung zu integrieren.

### → **Potenziale im weiteren Stadtgebiet**

Die Stadtteile verfügen im Bestand kaum über Nahversorgungsstrukturen. Dieses geringe Angebot zu erhalten und den Ausbau zu ermöglichen muss als Ziel für die Entwicklung der wohnortnahen Nahversorgung gesehen werden. Die Nahversorgung konzentriert sich deutlich in der Innenstadt bzw. im Gewerbegebiet Bruch. Die Effekte der Unterversorgung in einzelnen Stadtteilen können abgemildert werden, wenn das aufgezeigte Potenzial zum Erhalt bzw. Ausbau des Versorgungsnetzes eingesetzt wird.

Natürlich sind auch für die Nahversorgung in den kleineren Stadtteilen die Ziele der Raumordnung verbindlich zu beachten.

Die Gewerbegebiete im übrigen Stadtgebiet sollten dem produzierenden Gewerbe vorbehalten bleiben. Eine Verdichtung des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten wird in den

Stadtteilen nicht empfohlen. Dies gilt in erster Linie für Bereiche, die im Falle einer angestrebten Entwicklung bauleitplanerisch begleitet werden müssten.

#### **7.4 Fazit**

Generell ist davon auszugehen dass die Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt Bad Dürkheims stattfinden soll. Die bestehende Nah- und Grundversorgung innerhalb der Stadtteile ist zu erhalten und im Rahmen der wohnortnahen Versorgung zu stärken. Darüber hinaus ist den hier ansässigen Betrieben im Rahmen betriebstragfähigkeitsnotwendiger Erweiterungsabsichten ein angemessenes Erweiterungspotenzial zu genehmigen. Das Hauptaugenmerk ist jedoch auf die Stärkung des Einzelhandels in der Innenstadt Bad Dürkheims als Hauptversorgungsträger zu richten.

Für die exakte Zuordnung und Definition der zulässigen Sortimente ist ein System zentraler Versorgungsbereiche zu entwickeln, das die Bedürfnisse der einzelnen Sortimente berücksichtigt und den Schutz der Nahversorgung sowie der funktionierenden Innenstadt zum Ziel hat. Der Ausbau einzelner nicht zentrenrelevanter Sortimente in Ergänzungsstandorten ist vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Funktion der Stadt Bad Dürkheim im Einzelfall zu prüfen.

## 8 MODELLE DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

### 8.1 Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung

Indikatoren für die zukünftigen Bedarfe und Realisierungschancen von Einzelhandelsbetrieben und Angeboten sind die Bevölkerungsentwicklung und eine daraus abzuleitende Prognose sowie eine Abschätzung der sich entwickelnden Kaufkraft pro Person und Jahr. Diese Aussagen können Grundlage für eine Herleitung von Steuerungsmodellen für Bad Dürkheim sein.

#### → Bevölkerungsentwicklung

Die Zahl der Einwohner nimmt seit 1995 stetig zu. Ein leichter Rückgang der Bevölkerungszahl ist für das Jahr 2010 zu verzeichnen. Zwischen 2010 und 2015 ist die Zahl der Einwohner wieder gestiegen und bleibt bis 2018 erst einmal konstant.

Da die Versorgung im ländlichen Raum jedoch stetig schwieriger wird und Versorgungsstandorte zunehmend konzentriert in Klein- und Mittelstädten vorzufinden sein werden, ist von einer Konzentration der Wohnbevölkerung in den Städten der ländlichen Regionen auszugehen. Von dieser Bewegung kann auch die Stadt Bad Dürkheim profitieren.

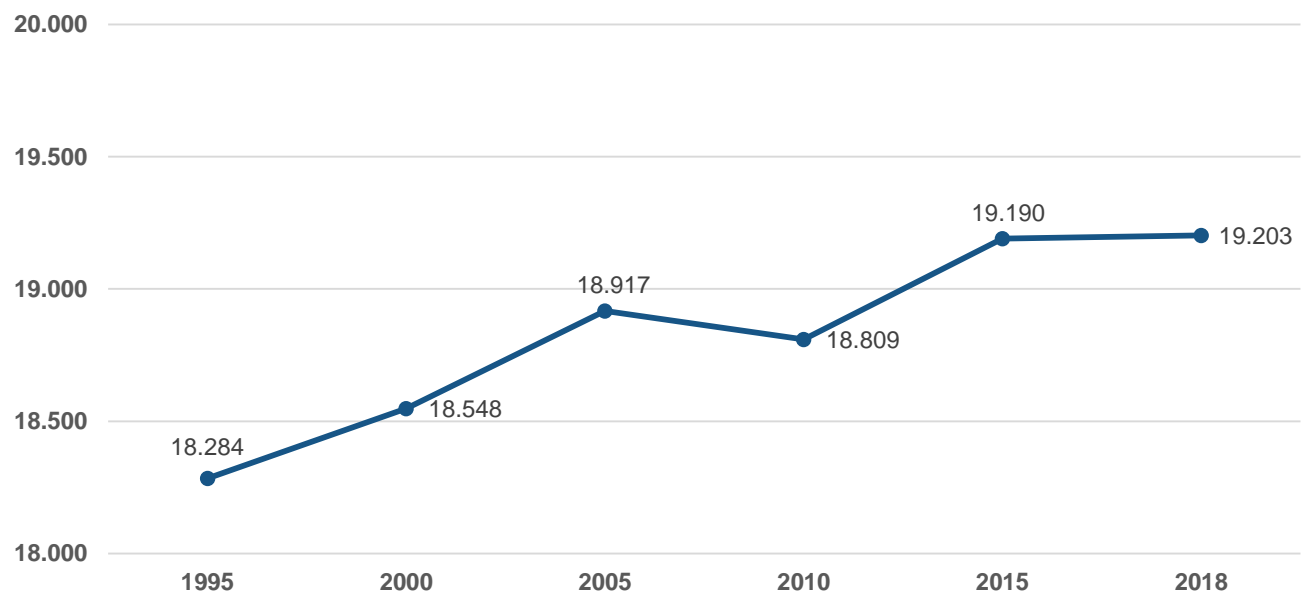


Abbildung 28: Bevölkerungsentwicklung: Kreisstadt Bad Dürkheim (Verbandsfreie Gemeinde)  
(Quelle: Bad Dürkheim Bevölkerungsvorausschau bis 2031 | Stand 05.12.2017 | Einwohnerzahl von 2018 von Stadt | März 2019 | eigene Darstellung)

#### → Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Die Ermittlung der lokalen und regionalen Kaufkraft erfolgt in der Regel durch deutschlandweit tätige Unternehmen oder Gutachter. Diese können auf Basis von Vergleichswerten des bundesdeutschen Durchschnitts sowie der einzelnen Regionen Aussagen über diese treffen. Dazu werden Daten ausgewertet, die auf die Kaufkraft pro Person und Jahr schließen lassen. Hierbei ist wichtig, dass eine hohe Kaufkraft nicht automatisch auch einen hohen Anteil dieser Kaufkraft für den Einzelhandel bedeutet. Vielmehr sind in den einzelnen Regionen neben den Einkommensverhältnissen auch Mietpreisspiegel und Grundstückspreise, Nebenkosten und Arbeitslosenquoten sowie Einkommensverhältnisse von Relevanz.

In der vorliegenden Untersuchung wird auf die Zahlen der GfK GeoMarketing GmbH zurückgegriffen, da diese für ganz Deutschland zur Verfügung stehen, somit verifiziert und infolgedessen vergleichbar sind. Diese Zahlen werden auch von der IHK für vergleichende Betrachtungen und Prognosen in der Wirtschaftlichkeitsberatung als Grundlage genutzt. Demnach wird neben der ermittelten Kaufkraft für den Einzelhandel auch die Aufteilung in die 17 Warengruppen der GfK für alle Berechnungen zu Grunde gelegt.

Ausgehend von den durchschnittlichen Werten für die Einzelhandelskaufkraft in Deutschland wird unter Zuhilfenahme des regionalen oder lokalen Kaufkraftindex die tatsächlich theoretisch vorhandene Kaufkraft im zu untersuchenden Gebiet errechnet. Sie dient als Grundlage für eine Anpassung der Beurteilung zur Unter- oder Überdeckung in den einzelnen Warengruppen an die realen Verhältnisse.

Da die Ermittlung der deutschlandweiten Kaufkraft jährlich starken Schwankungen unterliegen kann, ist eine direkte Vergleichbarkeit über mehrere Jahre hinweg jedoch nicht unmittelbar gegeben. So sank die Einzelhandelskaufkraft im bundesdeutschen Durchschnitt von 2008 bis 2010 und stieg seit 2011 wieder deutlich an. Diese Schwankung ließ sich aber nicht immer im gleichen Verhältnis in den einzelnen Warengruppen erkennen. Vielmehr gab es hier teilweise weniger starke oder auch stärkere Schwankungen, die sich teils wieder umkehrten.

#### → **Fazit**

Durch die konstant zunehmende Bevölkerungszahl in der Stadt Bad Dürkheim in Kombination mit der als eher leicht steigend anzunehmenden Kaufkraft des einzelnen Einwohners, muss von einem steigenden Niveau der örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ausgegangen werden. Dennoch sind die zuvor ermittelten Potenziale für neue Ansiedlungen auch kurz- bis mittelfristig als empfohlene Obergrenze für den Ausbau der Einzelhandelsstruktur zu erachten. Eine unter diesen Werten bleibende Realisierung ist angeraten, wobei gleichzeitig die Deckung des Bedarfs in der Bevölkerung sichergestellt sein sollte. Es ist daher zu unterscheiden zwischen generellen Erstversorgungen und dem Ausbau bereits bestehender Angebote. Zudem ist das zentralörtliche System zu beachten.

## **8.2 Steuerungsmodelle der Einzelhandelsentwicklung**

Zur gezielten Steuerung der künftigen Einzelhandelsentwicklung im Mittelzentrum Bad Dürkheim müssen verschiedene Szenarien mit unterschiedlichen politischen und planerischen Vorgaben betrachtet, analysiert und hinsichtlich ihrer planerischen, wirtschaftlichen und städtebaulichen Folgewirkungen bewertet werden.

Durch die unterschiedlichen Ansätze werden die Zusammenhänge der Zentren- und Versorgungsstruktur kenntlich gemacht und die Auswirkungen von Ansiedlung, Aus- oder Rückbau von Einzelhandelsstandorten beschrieben.

In den dargestellten Szenarien werden zentrale Versorgungsbereiche sowie die städtebaulich integrierten und nicht integrierten Einzelhandelsstandorte vereinfacht beschrieben, um unter idealtypischen Entwicklungsszenarien die Folgewirkungen der Standortentwicklung aufzuzeigen.

#### → **Szenario 1 | Freies Spiel der Kräfte**

Diese, auch „Laissez-faire-Szenario“ genannte, Untersuchung basiert auf der Annahme, dass bei Einzelhandelsansiedlungen keine politischen und planerischen Restriktionen seitens der Kommune

greifen. Dem Ansiedlungsdruck, meist auf nicht integrierte Standorte, wird nicht mit städtebaulich-funktionalen Steuerungen begegnet. Stattdessen entscheiden Investoren und Unternehmer über Ansiedlungsvorhaben, Verlagerungen und Erweiterungen ohne an ein (obligatorisches) übergeordnetes Steuerungsleitbild gebunden zu sein.

Die wahrscheinlichste Entwicklung ist die Ansiedlung von autokundenorientierten Einzelhandelsbetrieben auf preisgünstigen Grundstücken in bestehenden oder neuen städtebaulich nicht integrierten Lagen, dies belastet die bestehende hierarchische Zentrenstruktur. Die innenstadt-inhärenten, integrierten Betriebe werden durch den Kaufkraftabfluss geschwächt, was eine Reduzierung des Versorgungsangebotes nach sich zieht. Dies führt zu Geschäftsaufgaben und demzufolge zu vermehrten Leerständen von Ladenlokalen in der Innenstadt.

→ *Kurzbewertung:*

Die Standortplanung von Einzelhandelsunternehmen und die kommunale Entwicklungsplanung stehen häufig im Gegensatz zueinander, da das Interesse des Handels auf niedrige Betriebskosten und bei der Neuansiedlung auf möglichst geringe Erststellungs- und Baukosten (Grundstückspreis, Erschließung, Bauweise etc.) ausgerichtet ist. Das Interesse der Stadtentwicklung hingegen ist in erster Linie am Versorgungsbedarf der gesamten Bevölkerung orientiert (Gegensatz von betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Beurteilungsgrundsätzen). Es lässt sich daher mit hoher Wahrscheinlichkeit prognostizieren, dass hauptsächlich Standorte außerhalb der ausgewiesenen Zentren gesucht werden, an denen die Grundstückskosten niedrig sind, zugleich aber eine gute Erreichbarkeit für den individuell motorisierten Verbraucher gegeben ist und möglichst extensive Parkmöglichkeiten geschaffen werden können.

In der Stadt Bad Dürkheim würde die freie Entfaltung der Kräfte des Marktes zu einer unkontrollierten Entwicklung im Bereich der nicht integrierten Standorte führen und die Entwicklung der Innenstadt stark gefährden. Diesem Szenario ist entschieden entgegen zu wirken. Durch mögliche frei werdende Flächen aus gewerblichen Nutzungen bieten abgelegene Gewerbegebiete gute infrastrukturelle Eigenschaften, um problemlos Ansiedlungen zu realisieren. Dabei ist auch die unkontrollierte Erweiterung nicht integrierter Einzelhandelsbetriebe zu berücksichtigen, die eine eher schleichende Schwächung der Innenstadt zur Folge hätten.

Eine derartige „ungeordnete“ städtebauliche Entwicklung nutzt die bestehenden Zentren- und Stadtstrukturen nicht und beachtet darüber hinaus auch keine gestalterische Eingliederung. Im Stadtbild würde sich eine zunehmend diffuse Verteilung der Einzelhandelsbetriebe durchsetzen.

Durch die Ansiedlung großflächiger Betriebstypen besteht die Gefahr, dass im nicht integrierten Bereich Sortimente angeboten werden, die nach der lokalen Sortimentsliste zentrenrelevant wären. Dabei würde mittel- bis langfristig auch der Tourismus unter einer solchen Entwicklung leiden, da die innerstädtische Einzelhandelsstruktur direkt mit der gastronomischen Struktur und damit auch mit der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt zusammenhängt. Demnach wäre ein ‚Trading-Down-Effekt‘ zu befürchten, welcher einen klaren Nachteil für den Standort insgesamt darstellen würde.

→ **Szenario 2 | Schwerpunkt Innenstadt**

In diesem Szenario wird die Einzelhandelsstruktur so gesteuert, dass die kleinteilige Geschäftsstruktur gefördert und ein attraktiver Angebotsmix erhalten bzw. entwickelt wird. Dabei gilt es innerhalb der kompakten Zentren Leerstände zu vermeiden und die vorhandenen Räumlichkeiten zu nutzen. Das übergeordnete Ziel dieses Szenarios ist die Sicherung und der Schutz der zentralen Versorgungsbereiche in der Innenstadt. Daher wird eine Verbesserung der Service-Leistungen

(„König Kunde“), eine Attraktivierung der zentralen Bereiche und eine Verbesserung der Infrastruktur angestrebt.

Die Sicherung der Nahversorgung in den unterschiedlichen Stadtteilen oder -quartieren durch eine gezielte Steuerung des Einzelhandels, ist ein weiteres wichtiges Ziel.

Kernpunkt ist somit die städtebaulich-funktionale Gliederung und Entwicklung bei einer gleichzeitigen hierarchischen Abstufung. Die Konzentration gilt dabei dem (gewachsenen) Stadtzentrum und weiteren ausgewählten Standorten. Dabei wird der Innenstadt die größte Bedeutung beigemessen. Sie zu entwickeln ist das maßgebliche Ziel bei der stetigen Optimierung der Einzelhandelsstruktur. Es wird dabei stets die Prämisse verfolgt alle Sortimente entsprechend der Nachfrage zu 100 % vorzuhalten. Eine völlige Deckung des Bedarfs nach Abstufung der Zentrenrelevanz gilt als optimale Einzelhandelsstruktur.

Eine Neuentwicklung von Standorten wird dabei nicht restriktiv untersagt, muss aber mit den Entwicklungen der derzeitigen Zentrenstruktur abgestimmt sein und sich zeitlich dieser Vollentwicklung unterwerfen. Eine Einzelhandelssteuerung unter diesen Voraussetzungen schafft einen klaren räumlichen und funktionalen Rahmen für derartige Entwicklungen. Die Einzelhandelsentwicklung wird zudem basierend auf Sortiments- und Größenstrukturen, sowie der funktionalen hierarchischen Eingliederung an bestimmte Standorte gebunden.

→ *Kurzbewertung:*

Durch die strikte städtebaulich-funktionale Zentrengliederung wird die Sicherung und Stärkung des Stadtzentrums ermöglicht. Da der Hauptfokus weiterer Einzelhandelsansiedlungen auf diesen zentralen Versorgungsbereich ausgerichtet ist und damit eine Steigerung der Attraktivität einhergeht, ist ein Anstieg der Kaufkraftbindung wahrscheinlich. Hier sind Potenziale vorhanden, die auch schon innerhalb der räumlich-funktionalen Entwicklungsspielräume diskutiert wurden. Die vorrangige Entwicklung der Innenstadt ist hier jedoch immer primär.

Auf Sonderwünsche von Investoren und Projektentwicklern kann bei dieser Optimierung nicht eingegangen werden. In der Folge können einige potenzielle Nutzungen nicht am Standort realisiert oder gehalten werden.

Die Fokussierung auf die Innenstadt kann dabei zu einem Nachteil für die weniger integrierten Flächenpotenziale führen, da mögliche Ansiedlungen an diesen Standorten erschwert werden und dadurch Chancen die Sortimentsstruktur am Standort generell qualitativ zu verbessern versiegen. Gleichzeitig würde in den Gewerbegebieten keine weitere Entwicklung stattfinden und ein Rückgang des dortigen Einzelhandels wäre eine vermutliche Folge, sodass wiederum die Vollversorgung im Einzugsbereich gefährdet wäre.

Jedoch wird nach einer vollständigen Entwicklung der Kernbereiche die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben auf die direkte Umgebung ausgeweitet, sodass einige der bereits genannten Flächen ebenfalls genutzt werden können. Dies ist immer an eine straffe Entwicklungshierarchie gekoppelt. Folglich grenzt sich das Stadtzentrum vom übrigen Stadtgebiet deutlich ab und schafft ein charakteristisches Einzelhandelsumfeld.

→ **Szenario 3 | Gezielte Einzelhandelssteuerung**

Im Gegensatz zum vorherigen Szenario werden bei der gezielten Einzelhandelssteuerung keine starren Prioritäten bei der Einzelhandelsansiedlung festgelegt. Vielmehr wird die Einzelhandelsentwicklung auch hier gezielt und nach klaren räumlich-funktionalen Vorgaben

gesteuert. Dabei wird die Konzentration des Einzelhandels, unter Berücksichtigung der Sortiments- und Größenstrukturen sowie der funktionalen Rahmenbedingungen, auf ausgewählte Schwerpunktfelder fokussiert.

Darüber hinaus bestimmen die absatzwirtschaftlichen Potenziale die Marktentwicklung, d.h. die sortimentspezifischen Rahmenbedingungen legen Art und Umfang von Neuansiedlungen und Erweiterungen fest. Darauf aufbauend kann hier „gezielt“ reagiert werden. Unterrepräsentierte Sortimente werden dabei bevorzugt, während über eine Ansiedlung von Sortimenten, deren Kaufkraft nahezu ausgeschöpft ist, im Einzelfall entschieden wird.

Im Zuge bestimmter Umsiedlungs- und Ansiedlungsvorhaben gibt eine Einzelfallbeurteilung sowohl Aufschluss über die Tragfähigkeit des Vorhabens als auch die Verträglichkeit des selbigen am gewünschten Standort. Darüber hinaus können auch die Risiken und Gefahren – den vorherrschenden Sortimentsbestand und die derzeitige Zentrenstruktur betreffend – eingeschätzt und gezielt untersucht werden.

Einerseits wird versucht, die Vorgaben einer stringenten Steuerung umzusetzen, um eine zukunftsfähige räumlich-funktionale Entwicklung zu garantieren. Andererseits wird mit Einzelfällen gerechnet, die von der Steuerungspolitik abweichen und postulierte Leit- und Grundsätze nicht erfüllen können. Derartige Tatbestände werden nicht von vornherein ausgeschlossen, sondern durchlaufen einen Prozess der Abwägung und Entscheidungsfindung, um herauszufinden, ob sie dem Zeitgeist entsprechend das vorhandene Konzept aufwerten und unterstützen können.

So kann es in diesem Szenario, im Gegensatz zum „Schwerpunkt-Szenario“, zu einer einmaligen politisch motivierten Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs an einem präferierten, integrierten und durch ein Gutachten als unschädlich belegten sonstigen Standort kommen. Der Gemeinde werden dann Möglichkeiten eröffnet, die sich den aktuellen Gegebenheiten des Marktes anpassen.

→ *Kurzbewertung:*

Dieses Szenario verdeutlicht die Relevanz eines Rahmenkonzeptes für die Einzelhandelsentwicklung. Mit der vorliegenden qualitativen und quantitativen Analyse können sich zukünftige Projekte an formulierten Leitbildern orientieren. Den Entscheidungsträgern wird dadurch ein gezielter Eingriff in die Einzelhandelsentwicklung ermöglicht.

Die in Bad Dürkheim identifizierten Flächenpotenziale für die unterschiedlichen Warengruppen wurden bereits vorgestellt. Eine gezielte Einzelhandelssteuerung würde Flächen in der genannten Größenordnung zulassen. Geringe Abweichungen und Überschreitungen würden nach speziellen Untersuchungen zur Unschädlichkeit des Vorhabens ermöglicht werden. Demzufolge sind die Empfehlungen nur als Orientierungswerte anzusehen, die sich im Einzelfall – auch nach Veränderungen am Markt – stützen oder widerlegen lassen.

Die Verfolgung dieses Szenarios sorgt für eine bedarfsgerechte Entwicklung der Stadt sowie für die Sicherung des Versorgungsauftrags. Dabei werden sowohl die Rahmenbedingungen der Betriebe als auch die politischen Steuerungsmöglichkeiten gleichermaßen gewichtet. Eine ausgewogene Entwicklung im Sinne der Versorgung der Bevölkerung ist langfristig betrachtet möglich.

### 8.3 Fazit

Die aufgeführten Szenarien machen deutlich, dass die Entwicklung des Einzelhandels innerhalb der Stadt Bad Dürkheim durch eine aktive Steuerungspolitik massiv gelenkt werden kann. Weder eine zu strenge Regelung der Ansiedlungen noch das Gegenteil, eine ungesteuerte Entwicklung, sind

dabei wünschenswert. Vielmehr ist die gezielte Steuerung der Einzelhandelsansiedlungen das geeignete Instrument, um auf die Entwicklungen des Marktes zu reagieren und neben der Stärkung des Zentrums auch Vorhaben mit Platzbedarf, nach dem Ausschluss eventuell schädlicher Auswirkungen, an sonstigen Standorten zuzulassen.

Zudem lässt die Aufstellung eines Gesamtkonzeptes auch eine weitere Beobachtung des Marktes zu. Dies vor allem unter der Maßgabe, dass auch auf veränderte Rahmenbedingungen flexibel reagiert werden kann.

## 9 EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT

### 9.1 Ziele und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Bei der Aufstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist es nicht nur erforderlich, die Angebotsstrukturen quantitativ und räumlich darzustellen und die absatzwirtschaftlichen Spielräume zu ermitteln. Es ist insbesondere auch zu untersuchen, ob und wenn ja, welche Gebiete innerhalb der Gemeinde zukünftig für die Fortführung von Einzelhandelsnutzungen bzw. für zusätzliche Einzelhandelsansiedlungen geeignet erscheinen (potenzielle Entwicklungsbereiche) und welche übergeordneten Ziele diesen Entwicklungen zu Grunde gelegt werden.

#### 9.1.1 Übergeordnete Ziele

Die übergeordneten Leitlinien ergeben sich aus der zuvor abermals zusammengefassten einzelhandels- und zentrenspezifischen Situation der Stadt und des zugehörigen Nahbereiches, den daraus resultierenden Bewertungen sowie den weiteren allgemein formulierten Rahmenbedingungen. Für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung – sowohl in quantitativer, qualitativer sowie in räumlich-funktionaler Hinsicht – ist es erforderlich verbindliche Ziele zugrunde zu legen.

Als vorrangige Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bad Dürkheim werden von gutachterlicher Seite zum einen die **Sicherung und Stärkung der Innenstadt von Bad Dürkheim**, welches als Mittelzentrum den Versorgungsauftrag für den mittelzentralen Bereich erfüllen muss, zum anderen die **sinnvolle Sicherung der wohnortnahen Nahversorgung** an den entsprechenden Standorten gesehen. Dabei wird eine Fortentwicklung der zentrenunschädlichen Standorte zur weiteren Deckung des Bedarfs angestrebt, wobei hier darauf zu achten ist, die Randsortimente auf ein verträgliches Maß zu beschränken.

Zusammenfassend betrachtet ergibt sich aus den vorherigen Arbeitsschritten folgender übergeordneter Zielkatalog zur Einzelhandelsentwicklung in Bad Dürkheim als Mittelzentrum und Hauptversorgungssträger des zugewiesenen Nahbereiches:

- Sicherung und Stärkung der identifizierten Hauptgeschäftsbereiche sowie Entwicklung und Stärkung seiner Randbereiche (insbesondere bei Angebotslücken),
- Sicherung des Besatzes sowie Reduzierung und Vermeidung von Leerständen in zentralen Versorgungsbereichen von Bad Dürkheim,
- Erhaltung und Stärkung des identifizierten Nahversorgungsnetzes und der Schwerpunkte,
- Sicherung und Ausbau eines attraktiven und vielschichtigen Einzelhandelsangebotes sowie der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt ,
- Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk, Dienstleistungen und produzierendes Gewerbe,
- Sicherung der mittelzentralen Funktion.

#### 9.1.2 Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels

Im Hinblick auf eine den aufgeführten, übergeordneten Zielen entsprechende Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Bad Dürkheim sollen für die zukünftige räumliche Steuerung grundsätzliche Strategien entwickelt werden. Vor dem Hintergrund der o.g. Ziele und unter Berücksichtigung der Bewertung der Ausgangssituation einerseits sowie den zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren andererseits, sollen für Bad Dürkheim folgende Leitsätze zur

räumlichen Einzelhandels- und Zentrenstruktur gelten und durch entsprechende politische Beschlüsse festgelegt werden. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen beteiligten Akteuren Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu geben und vor dem Hintergrund einer weiteren Attraktivierung der Stadt die erstrebenswerte Magnetwirkung zu entfalten.

Dabei soll im Hinblick auf die zukünftige bauleitplanerische Umsetzung darauf hingewiesen werden, dass das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als abwägungsrelevantes, städtebauliches Konzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zwar eine wichtige Entscheidungsgrundlage darstellt, allerdings keine Rechtsverbindlichkeit im Hinblick auf die Steuerung von Einzelhandelsnutzungen entfaltet. Vielmehr gibt das Konzept Leitvorstellungen und Grundsätze vor, die mittels bauleitplanerischer Entscheidungen umgesetzt werden müssen. Somit wird die Stadt nicht von ihrer Pflicht entbunden, in jedem Einzelfall zu prüfen, welche bauleitplanerischen Festsetzungen städtebaulich gerechtfertigt und mit dem Abwägungsgebot vereinbar sind.

→ **Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen**

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Hauptsortiment sind grundsätzlich nur noch in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen zulässig. Diese Direktive soll aber auch für alle kleineren Betriebe gelten, die in ihrer Sortimentsstruktur eine gewisse „Systemrelevanz“ erkennen lassen. Ausgelöst wird eine solche Relevanz durch das Verhältnis der Angebotsfläche des zu bewertenden Betriebs zu der bereits vorhandenen Fläche in der Innenstadt und dem gesamten Stadtgebiet. Dies gilt generell für strukturprägende Betriebsgrößenordnungen, von denen an anderer Stelle Negative Auswirkungen auf den Stadtkern zu erwarten sind.

→ **Grundsatz 2: ‚kleinflächige‘ Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment wohnortnah**

Nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe spielen bei der wohnortnahen Grundversorgung eine gewichtige Rolle. Sind diese großflächig, so sind sie nach den Vorgaben des LEP IV nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig. Diese Regelung soll grundsätzlich auch auf kleinere Betriebe ausgeweitet werden.

In der Gemeinde soll die flächendeckende Nahversorgung gezielt gesichert und gestärkt werden. So können an solitären Standorten, innerhalb des Gemeindegebietes aber außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment dann zulässig und sinnvoll sein, wenn sie der Nahversorgung der im unmittelbaren Umfeld vorhandenen Wohnbevölkerung dienen und keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche erwarten lassen. Demnach sind hier im Wesentlichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) sowie kleinere Lebensmittelläden (Nachbarschaftsläden unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit) zulässig, die zur Deckung des täglichen Bedarfs dienen.

Die Ausweisung der zentralen Versorgungsbereiche ist an diesem Grundsatz zu orientieren.

→ **Grundsatz 3: Randsortimente an nicht integrierten Standorten**

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten führen regelmäßig Randsortimente. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des Hauptgeschäftsbereiches ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich festgelegten Zentren Auswirkungen auf den Hauptgeschäftsbereich möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes grundsätzlich widersprechen

würde, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat. Die Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein.

Bisher hat sich eine Begrenzung auf rund 10 % der gesamten Verkaufsfläche als praktikabel erwiesen. Es wird jedoch empfohlen, eine maximale Fläche von 800 m<sup>2</sup> für Randsortimente nicht zu überschreiten. Die genaue Beschränkung ist jedoch im Einzelfall in der Bauleitplanung zu entscheiden. Eine deutlich geringere Fläche für Randsortimente wäre zwar wünschenswert, unterliegt aber der jeweiligen Abwägung im Bauleitplanverfahren. Hierzu ist unter Umständen im Einzelfall die Verträglichkeit der Randsortimente zu prüfen.

## 9.2 Ausweisung der zukünftigen zentralen Versorgungsbereiche (ZVB)

Ein zentraler Punkt des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, die für die Stadt Bad Dürkheim vorzunehmen ist. Diese basiert auf dem aktuellen Bestand der Einzelhandelsangebote und der beschriebenen Steuerungsabsicht der Stadt für die weitere Entwicklung des Einzelhandels.

### 9.2.1 Verteilung der Einzelhandelsangebote

Als Grundlage für die Abgrenzung der Versorgungsbereiche dient die Darstellung der aktuellen Standorte des lokalen Einzelhandels (Bestandsanalyseergebnis). Dabei können verschiedene Kategorien von Angebotsclustern unterschieden werden, je nachdem wie sie vom Verbraucher vor Ort wahrgenommen werden. Damit stellt die folgende Betrachtung auf eine Magnetwirkung von Standorten ab, die für die Abgrenzung der Versorgungsbereiche gesondert untersucht und bewertet werden muss.

### 9.2.2 Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Bad Dürkheim

Aus der Darstellung der Geschäftsbereiche in der Stadt Bad Dürkheim lässt sich die genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ableiten. Die hier abgebildeten Einheiten sind dabei nicht als parzellenscharf zu verstehen. Sie dienen der Verortung der Entwicklung des Einzelhandels im Stadtgebiet und lassen geringe Unschärfen bei der späteren Entwicklung zu. Aus Gründen der Eindeutigkeit sind sie dennoch parzellenscharf abgebildet.

Klar erkennbar ist der **Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** als Haupteinkaufsbereich der gesamten Stadt Bad Dürkheim. Ein weiterer Versorgungsbereich ist der **Zentrale Versorgungsbereich Bruch (eingeschränkt)**.

Der **Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** erstreckt sich über den historischen Stadtkern von Bad Dürkheim und umfasst nah- und mittelbereichsrelevanten Angebote in zentraler Stadtlage und die dort in Form von bestehendem Leerstand gebundenen, vorhandenen Potenziale.

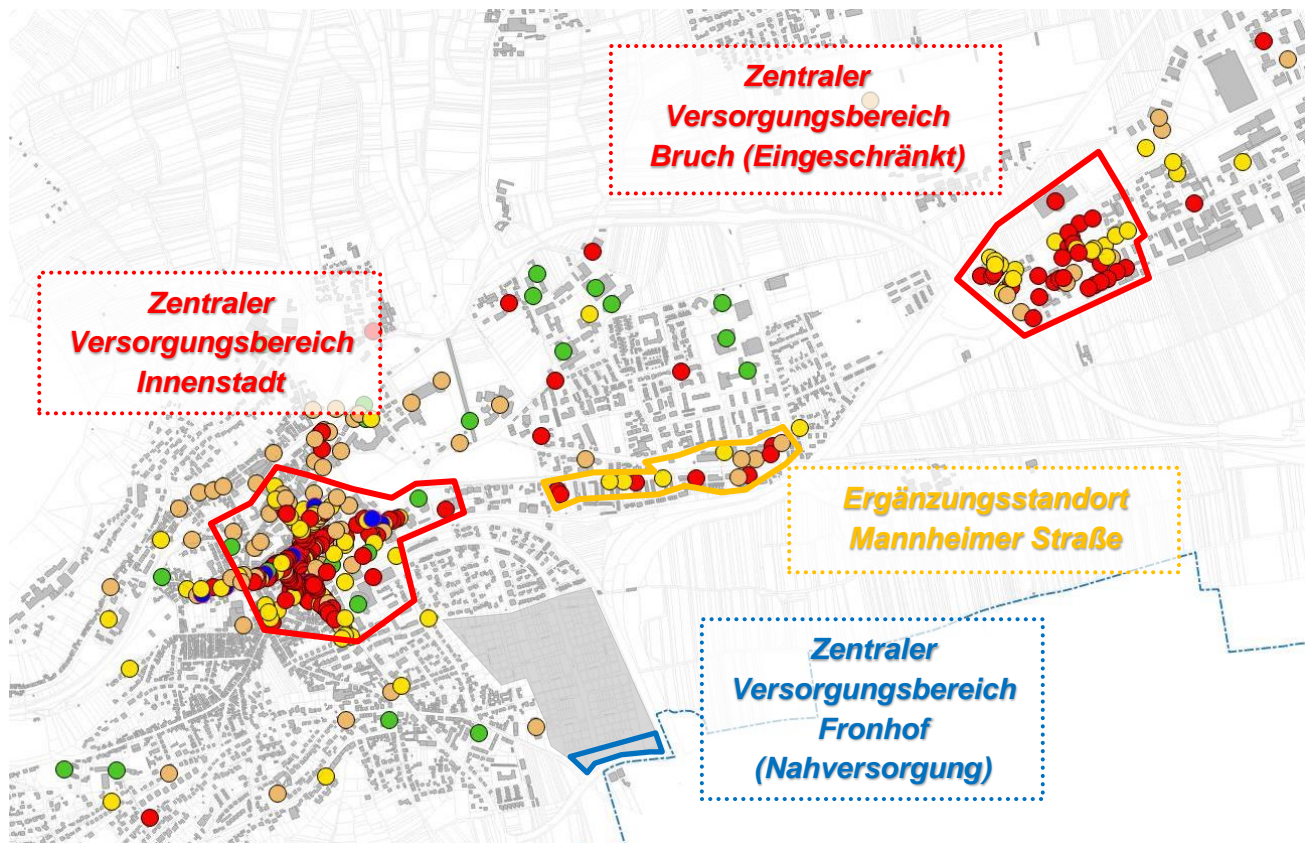


Abbildung 29: Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Bad Dürkheim  
(Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim | eigene Darstellung | Stand September 2018)

Eine besondere Rolle der weiteren Einzelhandels- sowie infolgedessen auch der gesamtstädtischen Entwicklung kann darüber hinaus der dargestellte **Zentrale Versorgungsbereich Bruch (Eingeschränkt)** einnehmen. Dieser liegt östlich des städtischen Siedlungsbereiches. Hier können Ansiedlungen zur nachhaltigen Erweiterung und Verbesserung der Versorgungsleistung Raum gegeben werden, welche in der Innenstadt aufgrund der Kleinteiligkeit der hier vorhandenen Leerstände nicht möglich wäre. Für den **Zentrale Versorgungsbereich Bruch (Eingeschränkt)** ist eine eigenständige Sortimentsliste zu erstellen, um dieser spezifischen Ausrichtung Rechnung zu tragen. Wesentlich ist dabei auch die für Bad Dürkheim vorzunehmende Definition der zentrenrelevanten Sortimente. Natürlich ist darauf zu achten, dass bei einer Entwicklung des Bereiches schädliche Auswirkungen ausgeschlossen werden.

Das Gelände bietet demnach Potenzial zur Ansiedlung eines attraktiven großflächigen Einzelhandels, welcher im Zentrum von Bad Dürkheim, aber auch in den einzelnen Stadtteilen keinen Platz finden kann. Hierfür spricht sowohl die Lage als auch die verkehrliche Anbindung sowohl regional aber vor allem auch lokal. Ein hier gegebenenfalls realisierbares Angebot kann auch eine breit gefächerte Nachverdichtung der Sortimentsstruktur mit sich bringen sowie als weiterer positiver Aspekt eine Magnetwirkung entfalten und den Gesamtstandort Bad Dürkheim stärken.

Allerdings ist eine Einschränkung notwendig, um die Innenstadt als klaren Handelsschwerpunkt mit ihrer Angebotsvielfalt in Zukunft zu erhalten und im Rahmen ihrer Möglichkeiten angemessen weiter entwickeln zu können. Es wird nicht gelingen, die Nahversorgung in Gänze in die Innenstadt zurück zu holen, da der hier entstandene Standort von der Bevölkerung gut angenommen wird und entsprechend geeignete Flächenreserven innerhalb der Stadt Bad Dürkheim nicht vorhanden sind. Die Bereichsausweisung orientiert sich am Bestand und ist wegen der Bedeutung der hiesigen

Betriebe auch für die Umlandgemeinden als wichtiger Handelsbereich zu sehen. Die Anbindung an die überörtliche Verkehrsinfrastruktur unterstützt diese Funktion zusätzlich.

Südlich der Innenstadt wird ein **Zentraler Versorgungsbereich Fronhof (Nahversorgung)** ausgewiesen. Hier soll die Möglichkeit bestehen Betrieben eine Ansiedlung zu ermöglichen, die als Nahversorgung die angrenzenden Wohngebiete versorgen. Der **Zentrale Versorgungsbereich Fronhof (Nahversorgung)** wird in seiner Funktion bezüglich der zulässigen Sortimente für die weitere Entwicklung künftig auf die Nahversorgung beschränkt. Hier befinden sich im südlichen Bereich des Neubaugebietes Freiflächen, die sich für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes anbieten.

Es ist zu beachten, dass die hier beschriebenen Zentralen Versorgungsbereiche **Bruch (Eingeschränkt)** und **Fronhof (Nahversorgung)** nicht im ERP als zentralörtliche Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte dargestellt sind. Da es sich bei dem **Zentrale Versorgungsbereich Bruch (Eingeschränkt)** um einen faktischen Versorgungsbereich handelt, kommt dieses Konzept zu dem Ergebnis, dass abweichend von den Darstellungen des ERP diese Einzelhandelsagglomeration als ZVB ausgewiesen werden soll. Der **Zentrale Versorgungsbereich Fronhof (Nahversorgung)** dient, wie bereits erwähnt der Versorgung der umliegenden Wohngebieten mit Gütern des täglichen Bedarfs und ist aus städtebaulicher Sicht zur Stärkung der Nahversorgungsstruktur in dieses Konzept zu integrieren.

Der Bereich der Mannheimer Straße wird als **Ergänzungsstandort Mannheimer Straße** ausgewiesen. Hier soll bei Bedarf die Ansiedlung von nicht zentrenrelevanten Sortimenten möglich sein. Bestehende Betriebe aus dem Bereich der Nahversorgung erhalten Bestandsschutz. Weitere Ansiedlungen von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollen an diesem Standort nicht erfolgen. Vielmehr bietet die Ausweisung als Ergänzungsstandort der Stadt die Möglichkeit bei Veränderungen, z.B. Geschäftsschließungen, eine Nachnutzung anzustreben, die im Einklang mit diesem Konzept steht.

## 9.3 Lokalspezifische Sortimentsliste

### 9.3.1 System der Zentrenrelevanz

Die Aufteilung der Sortimente und Warengruppen des Einzelhandels in Sortimentslisten führt zu unterschiedlich strengen Auflagen im Hinblick auf das zulässige Angebot am jeweiligen Standort. Die Zentrenrelevanz einzelner Angebote lässt sich dabei nach den verschiedenen Versorgungsbereichen einer Gemeinde schichten. Nicht innenstadtrelevante Sortimente sind dabei immer auch in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.



Abbildung 30: System der Zentrenrelevanz  
(Quelle: eigene Darstellung)

Allgemein ist es möglich, nahversorgungsrelevante Sortimente, die eigentlich in den Schutz des Zentrums gehören, auch außerhalb des Zentrums anzubieten, um hier eine wohnortnahe Nahversorgung der Bevölkerung sicherstellen zu können. Hiervon ausgenommen ist die Zulässigkeit von Randsortimenten, die an einem nicht zentralen Standort auch Angebote mit Zentrenrelevanz zulassen können. Dies bedarf allerdings einer bauleitplanerischen Steuerung zur Zulässigkeit nach Art und Maß dieser Angebote zum Kernsortiment.

Im vorliegenden Fall muss nun die Aufteilung der Sortimente auf die möglichen Versorgungsaufträge der einzelnen Bereiche der Stadt erfolgen. Hierzu können der Bedeutung für die Gesamtversorgung innerhalb des Einzugsbereichs diese Sortimente anhand der nachstehend grafisch aufgezeigten Zuordnung einem nachvollziehbaren System unterworfen werden, das eine transparente Entwicklungsidee für die Versorgung der Bevölkerung darstellt.

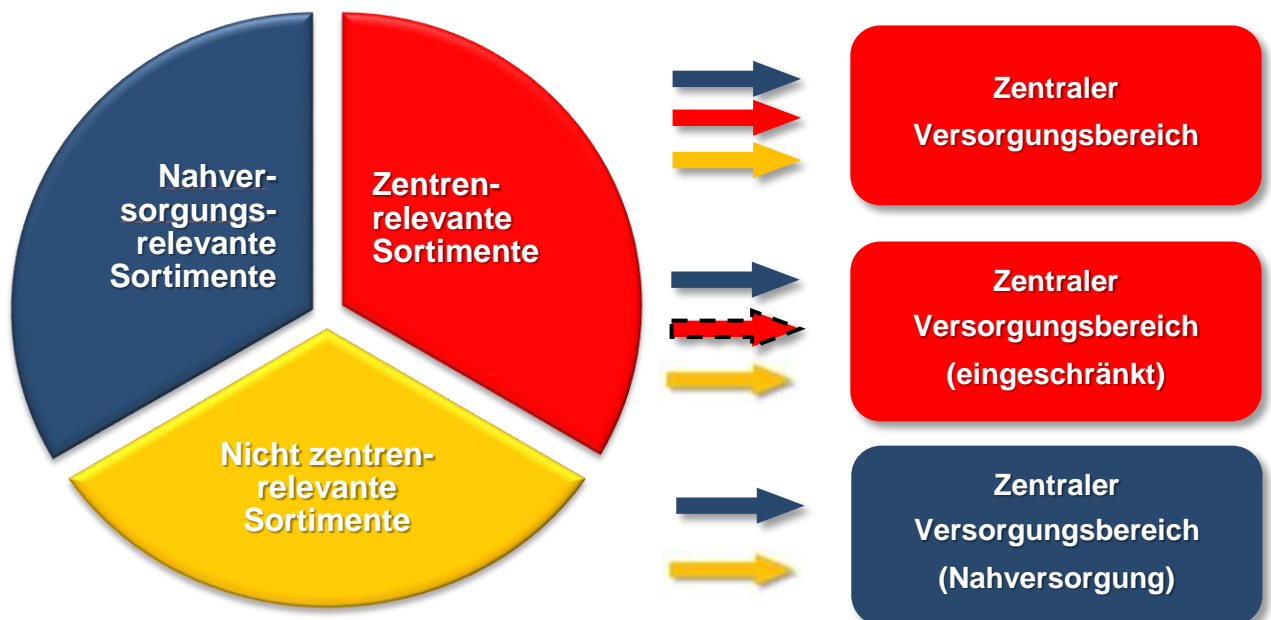


Abbildung 31: Zuordnungshierarchie von Sortimenten zu den unterschiedlichen Versorgungsbereichen  
(Quelle: eigene Darstellung)

Hierbei wird insbesondere der Steuerungswille im Hinblick auf den eingeschränkten Versorgungsbereich erkennbar. Diese Steuerung muss sich natürlich – wie im LEP IV gefordert – in Sortimentslisten wiederfinden, welche bei späteren Planungen als Vergleichs- und Prüfungsgrundlage für jeweiligen Vorhaben herangezogen werden können.

### 9.3.2 Sortimentslisten Bad Dürkheim

Aus dem ermittelten Einzelhandelsbestand in der Stadt Bad Dürkheim und den potenziellen Entwicklungsmöglichkeiten für die jeweiligen Versorgungsbereiche resultiert die folgende Liste der nahversorgungsrelevanten, allgemein zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Bad Dürkheim:

#### → Nahversorgungsrelevante Sortimente

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungsmittel, Genussmittel	Alle Arten von Lebens- und Genussmitteln (inkl. Kaffee, Tee, Tabakwaren, Reformhauswaren, etc.) frisches Obst und Gemüse, Back- und Konditoreiwaren, Metzgereiwaren
Gesundheits- und Körperpflege	Drogerie, Parfümerie, Wasch- und Putzmittel	Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Drogeriewaren, Putz- und Reinigungsmittel, Waschmittel, Parfümerieartikel, freiverkäufliche Apothekenwaren im Einzelfall gehören hierzu auch medizinische und orthopädische Artikel und Sanitätsbedarf
Baumarktspezifische Waren	Blumen	Schnittblumen, Topfpflanzen, Gestecke
Bücher / Schreibwaren	Buchhandel	Zeitungen und Zeitschriften

#### → Zentrenrelevante Sortimente

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Bekleidung	Damenoberbekleidung, Herrenmode, Kinderoberbekleidung, Wäsche, Strumpfwaren	Bekleidung aller Art (inkl. Lederbekleidung, etc.), Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren, Unterwäsche und Miederwaren, Strümpfe und Strumpfwaren, Bademoden
Einrichtungsbedarf	Haus- und Heimtextilien, Wohneinrichtungsbedarf	Gardinen, Heimtextilien, Dekostoffe, Haus-, Bett- und Tischwäsche sowie Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen u.ä., hochwertige Bodenbeläge (Einzelware, wie z.B. Orientteppiche), Antiquitäten, Wohneinrichtungsbedarf
Bücher / Schreibwaren	Papier, Schreibwaren, Bürobedarf, Buchhandel	Schreibwaren und Büroartikel aller Art (außer Büroeinrichtung), Papier, Sortimentsbuchhandel
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte; Bild- und Tonträger; Videospiele; "braune Ware"	Unterhaltungselektronik wie z.B. Rundfunk- und Fernsehgeräte, HiFi-Anlagen, Video- und Audiosysteme, Videokameras und Fotoartikel, Spielekonsolen, Unterhaltungssoftware, Computer- und Videospiele
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Elektrokleingeräte, Leuchten, Lampen, Leuchtmittel	Elektrokleingeräte aller Art (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Bügeleisen, Rasierer, Zahnbürsten, ...), Leuchten, Lampen, Leuchtmittel u.ä.
Spielwaren / Hobbys	Spielwaren, Hobby-, Bastelwaren, Musikinstrumente	Spielwaren aller Art, technisches Spielzeug, Hobby- und Bastelartikel im weitesten Sinne, Sammlerbriefmarken und Münzen, Musikinstrumente und Zubehör

Foto / Optik		Fotoapparate und Videokameras, Fotoartikel und –zubehör, optische Geräte, Ferngläser, Brillen, Hörgeräte u.ä.
Schuhe / Lederwaren		Schuhe, Sandalen, Stiefel, Lederwaren aller Art, Taschen, Koffer, Schirme
Informationstechnologie	Hard-/Software, Personal Computer, Peripheriegeräte	Computer aller Art und Computerezubehör sowie Peripheriegeräte (Bildschirme, Drucker, Tastaturen und sonstige Eingabegeräte, Festplatten u.ä.), Software einschl. Computerspiele, Navigationsgeräte
Sport / Camping	Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportkleingeräte, Fahrräder	Sportbekleidung und –schuhe, Sportartikel und –kleingeräte (Bälle, Schläger, ...), Waffen, Angler- und Jagdbedarf, Fahrräder und Zubehör
Glas / Porzellan / Keramik	Hausrat, Geschenkartikel	Haushaltswaren aller Art (Töpfe, Pfannen, Schneidwaren und Bestecke, ...), Glas, Porzellan, Vasen und Feinkeramik, sonstiger Hausrat, Geschenkartikel und Souvenirs
Uhren / Schmuck		Uhren, Zubehör, Schmuck, Modeschmuck
Telekommunikation		Mobiltelefone, Faxgeräte, Telefone, Internetzubehör
Baby- / Kinderartikel		Babybekleidung, Babyspielwaren, Babymöbel, Kinderwagen

### → Nicht zentrenrelevante Sortimente

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Spirituosen, Getränke	Spirituosen, Getränke
Bekleidung	Berufsbekleidung, Funktionskleidung	Bekleidung für berufliche Tätigkeiten, Arbeitsschutzbekleidung
Einrichtungsbedarf	Möbel	Möbel (inkl. Büro-, Bad- und Küchenmöbel), Gartenmöbel und Polster-auflagen, Bettwaren, Matratzen, Bodenbeläge, Teppiche (Auslegeware)
Baumarktspezifische Waren	Baumarktspezifisches Sortiment; Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Werkzeuge, ... Pflanzen, Gartenbedarf; Kfz-Zubehör; Zoologischer Bedarf	Maschinen und Werkzeuge, Bauelemente, Baustoffe (inkl. Fenster, Türen, ...), Eisenwaren, Beschläge Elektroartikel und –installationsmaterial, Farben, Lacke, Fliesen und Zubehör, Sanitärbedarf, Gartenbedarf und Gartengeräte, einschl. Freilandpflanzen, Kamine und Kachelöfen, Pflanzen und Sämereien sowie sonstige baumarktspezifische Waren; Kfz- und Motorradzubehör, Zoologischer Bedarf
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Öfen; Elektrogroßgeräte; "weiße Ware"	Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen, ...) und sonstige Elektrohaushaltsgeräte (Staubsauger, Wäschemangeln, ...) außer Elektrokleingeräte und „braune Ware“
Sport / Camping	Sportgroßgeräte	Camping- und Outdoorartikel, Zelte, Boote

Tabelle 9: Sortimentslisten der Stadt Bad Dürkheim  
(Quelle: eigene Darstellung)

Die Sortimentsliste regelt lediglich die Neuansiedlung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsbetrieben. Bestehende Betriebe sind im Bestand zunächst geschützt.

Die Liste ist bei weiteren Planungen innerhalb der Stadt Bad Dürkheim in der Bauleitplanung und auf Genehmigungsebene im Rahmen der Abwägung zu beachten und umzusetzen.

### → Erläuterung zu den Abweichungen von der Sortimentsliste des LEP IV

Die Spirituosen und Getränke werden als nicht zentrenrelevant festgeschrieben, da sie vielfach nicht zu den Artikeln des „Handtaschenformates“ gehören (z.B. Getränkekisten) und in der Regel mit dem PKW besorgt werden. Dies soll nicht zwangsläufig im Zentrum erfolgen müssen. Eine weitere Unterscheidung in diesen Sortimenten soll nicht erfolgen. Die Festlegung orientiert sich zudem an der Bestandsstruktur.

Zoologischer Bedarf kommt im ländlichen Raum in den meisten Fällen als kombiniertes Angebot in Baumärkten vor, die selbst nicht im Stadtzentrum liegen müssen oder sollten. Daher wird das Sortiment als nicht zentrenrelevant definiert. Dies hat auch keinen Einfluss auf den Bestand im Stadtgebiet.

Die Sortimente Berufsbekleidung und Funktionsbekleidung werden aus der sonstigen Bekleidung herausgelöst und als nicht zentrenrelevant deklariert, da die Möglichkeit bestehen soll, sie im Verbund mit baumarktspezifischen Waren anzubieten.

Die als nicht zentrenrelevant aufgenommen Artikel der Warengruppe Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten werden wegen der mangelnden Platzverhältnisse in der Stadtstruktur als nicht erforderlich für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt gesehen; daher diese Abweichung in der Sortimentsliste.

Bei der Abweichung im Hinblick auf die Sportgeräte (hier Sportgroßgeräte) ist auf die bestehende Struktur der Stadt hinzuweisen. Entsprechende Angebote sind derzeit in Bad Dürkheim nicht vorhanden. Hier besteht daher auch kein Bedürfnis zum Schutz von bestehenden Strukturen, allerdings auch kein Ansiedlungsbedarf.

### 9.3.3 Sortimentsliste Zentraler Versorgungsbereich Bruch (Eingeschränkt)

Aufgrund der spezifischen Ausrichtung des **Zentralen Versorgungsbereiches Bruch (Eingeschränkt)** ist für diesen Bereich eine eigenständige Sortimentsliste zu erstellen. Hier sollen zwar nahezu alle Sortimentsbereiche zulässig sein, jedoch ist die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nur ausnahmsweise zuzulassen, sofern es sich bei dem die Warengruppe vorhaltenden Betrieb um einen Betrieb handelt, welcher aus einem städtebaulich und nahversorgungsspezifisch weniger integrierten Bereich in diesen **Zentralen Versorgungsbereich Bruch (Eingeschränkt)** umsiedelt. Auch die Erweiterung bereits vorhandener Betriebe soll ermöglicht werden. Für Neuansiedlungen mit dieser Warengruppe sollte hier keine Genehmigung erteilt werden. Demzufolge stellt sich die regelmäßige Sortimentsliste für diesen Bereich wie folgt dar:

Warengruppe	Sortimente	Einschränkungen
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungsmittel, Genussmittel	Verträglichkeit ist nachzuweisen
Gesundheits- und Körperpflege	Drogerie, Parfümerie, Wasch- und Putzmittel	Keine großflächigen Neuansiedlungen; Verträglichkeit ist nachzuweisen

Baumarktspezifische Waren	Blumen	Keine selbständigen großflächigen Angebote; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Bekleidung	Damenoberbekleidung, Herrenmode, Kinderoberbekleidung, Wäsche, Strumpfwaren	Nur in Ausnahmefällen, wenn keine anderen Flächen zur Verfügung stehen Tragfähigkeit und Verträglichkeit sind nachzuweisen
Einrichtungsbedarf	Haus- und Heimtextilien, Wohneinrichtungsbedarf	Tragfähigkeit und Verträglichkeit sind nachzuweisen
Bücher / Schreibwaren	Papier, Schreibwaren, Bürobedarf	Verträglichkeit ist nachzuweisen
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte; Bild- und Tonträger; Videospiele; „braune Ware“	Verträglichkeit ist nachzuweisen
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Elektrokleingeräte, Leuchten, Lampen, Leuchtmittel	Verträglichkeit ist nachzuweisen
Schuhe / Lederwaren	Schuhe, Sandalen, Stiefel, Lederwaren aller Art, Taschen, Koffer, Schirme	Nur in Ausnahmefällen, wenn keine anderen Flächen zur Verfügung stehen Tragfähigkeit und Verträglichkeit sind nachzuweisen
Informationstechnologie	Hard-/Software, Personal Computer, Peripheriegeräte	Verträglichkeit ist nachzuweisen
Sport / Camping	Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportkleingeräte	Nur in Ausnahmefällen, wenn keine anderen Flächen zur Verfügung stehen Tragfähigkeit und Verträglichkeit sind nachzuweisen
Glas / Porzellan / Keramik	Hausrat, Geschenkartikel	Als Teilsortiment eines Kombinationsanbieters Verträglichkeit ist nachzuweisen
Telekommunikation		Als Teilsortiment eines Kombinationsanbieters Verträglichkeit ist nachzuweisen
Baby- / Kinderartikel		Tragfähigkeit und Verträglichkeit sind nachzuweisen

\* Zusätzlich sind alle nicht zentrenrelevanten Sortimente der Bad Dürkheimer Sortimentsliste im eingeschränkten zentralen Versorgungsbereich Bruch zulässig

Tabelle 10: Sortimentslisten des eingeschränkten zentralen Versorgungsbereiches Bruch  
(Quelle: eigene Darstellung)

## 9.4 Handlungsempfehlungen

### → Handlungsempfehlungen für den Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen

Wie auch bei vielen anderen Städten bildet in Bad Dürkheim der (historische) Stadtkern den Knotenpunkt zwischen sozialen und wirtschaftlichen Beziehungen. Hier befindet sich relativ gleichmäßig der Besitz an Einzelhandel aber auch Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen. Eine behutsame quantitative und qualitative Verbesserung der Einzelhandelsstruktur in dem Bereich zur Sicherung und Stärkung ihrer Attraktivität steht infolgedessen im Vordergrund. Hierbei ist wichtig, die vorhandene Struktur zu erhalten, um möglichst hohe Synergieeffekte der einzelnen Funktionen untereinander zu erreichen.

Unter qualitativer Verbesserung ist z.B. die Durchsetzung hoher städtebaulicher und architektonischer Ansprüche sowie aktive Verhinderung des Entstehens und das Bekämpfen von Leerständen zu verstehen. In Bad Dürkheim verteilen sich die relativ wenigen Leerstände gleichmäßig in der Innenstadt. Hier sollte durch gezielte Ansiedlungspolitik versucht werden Angebote insbesondere aus den Warengruppen mit bisher schlechten Kundenbindungsquoten anzusiedeln.

Außerhalb der Innenstadt können auch Einzelhandelsvorhaben mit mittlerem, bis größerem Flächenbedarf realisiert werden, für welche im Bereich der Innenstadt kein Platz vorhanden ist. Durch die insgesamt vorhandenen leerstehenden Potenzialflächen ermöglichen sich generell sehr gute Chancen für die Ansiedlung von unterrepräsentierten Angeboten und somit eine Verbesserung der Kundenbindungsquoten in diesen Warengruppen.

#### → **Handlungsempfehlungen für den Einzelhandel zur Nahversorgung**

Hier soll der Fokus auf die Sicherung und ggf. behutsame Erweiterung der bestehenden Einzelhandelsbetriebe gelegt werden, da sie wichtige Voraussetzungen zur flächendeckenden Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs bieten. Aufgrund der Kaufkraftbindungsquote von ca. 85% sollte den Betrieben der Nahversorgung Erweiterungsmöglichkeiten gegeben werden, um die hiesige Versorgungsstruktur und die bestehenden Standorte auch zukünftig zu sichern. Besonderes Augenmerk sollte hierbei auf die wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs liegen.

Durch die verbindliche Bauleitplanung sollte in Bad Dürkheim sichergestellt werden, dass die Angebote zur Nahversorgung gesichert werden und gleichzeitig wesentliche Beeinträchtigungen auf andere vorhandene Nahversorger im Nahbereich, aber auch auf städtischer Ebene nicht zu erwarten sind. Alle anderen zentrenrelevanten Sortimente sind ausschließlich nach der Definition der Sortimentsliste für Bad Dürkheim vorzuhalten. Regelungen zu Randsortimenten und Aktionswaren sind in der Bauleitplanung zu berücksichtigen.

### **9.5 Zentrenübergreifende Empfehlungen**

#### → **Schließung von Angebotslücken**

Die ermittelten Angebotslücken sollten nach den Vorgaben der lokalen Sortimentsliste bestmöglich geschlossen werden. Hierbei ist zu bedenken, dass eine Kaufkraftbindungsquote von 100 % nicht in allen Warengruppen erreicht werden kann. Die Empfehlungen zur Ergänzung der verschiedenen Sortimente berücksichtigen diese Tatsache bereits angemessen.

Die Angebote in den technischen Warengruppen (Unterhaltungselektronik / Medien, Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten, Informationstechnologie, Telekommunikation) sind prioritär zu ergänzen, um Angebotslücken für die Einwohner zu schließen. Weitere nennenswerte Potenziale sind in den Warengruppen Einrichtungsbedarf, Sport/ Camping sowie Glas-Porzellan-Keramik vorhanden. Jedoch ist hier eine 100% Quote nicht erstrebenswert. Eine Ausweitung des Angebotes kann aber in jedem Fall angestrebt werden.

#### → **Attraktivierung der städtebaulichen Situation**

In den zentralen Versorgungsbereichen sollten die Ansiedlungen von Einzelhandelsangeboten sowie die Sicherung vorhandener Betriebe stets mit einer Verbesserung der städtebaulichen Situation einhergehen.

Dieses Ziel kann in Bad Dürkheim durch unterschiedlichste Maßnahmen verfolgt werden. Durch eine Vielzahl bereits erfolgter Maßnahmen, Verkehrsberuhigung, Freiraumgestaltung, ist die Bad Dürkheimer Innenstadt ein attraktiv und gut besuchter Standort. Diese Aufwertung muss jedoch begleitend zur Aufwertung des Besatzes auch weiterhin erfolgen. Deziertierte Maßnahmen zur Aufwertung der städtebaulichen Attraktivität sind jedoch nicht Bestandteil des vorliegenden Konzeptes und bedürfen einer andersartigen Erfassung der Ist-Situation sowie der Analyse und Zielvorstellung.

Jedoch ist der Aspekt der städtebaulichen (Re-) Qualifizierung stets Bestandteil der vorliegenden konzeptionellen Ausarbeitung.

## 10 PLANUNGSRECHTLICHE EMPFEHLUNGEN

Von entscheidender Bedeutung für eine unmittelbare räumliche Steuerungswirkung eines Einzelhandelskonzeptes ist die Kopplung an die Bauleitplanung und deren Rechtsinstrumente.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept selbst beschreibt dabei zunächst nur unverbindliche Rahmenbedingungen, ist aber für die Schaffung von Baurecht unverzichtbar und als „städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB“ für die Abwägung ohne Alternative.

Nach dem BauGB steht jeder Gemeinde ein umfangreiches Instrumentarium zur konzeptkonformen Erstellung von Bauleitplänen zur Verfügung. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist demnach in den Flächennutzungsplan zu integrieren, und die enthaltenen Aussagen in die verbindlich zu beachtenden Bebauungspläne einzuarbeiten. Als städtebauliches Konzept ist es ohnehin im Rahmen der Abwägung zu berücksichtigen. Nachfolgend werden daher einige Maßnahmen zur Verankerung empfohlen.

In diesem Zusammenhang ist eine proaktive Politik der Bebauungsplanänderung und der Neuaufstellung in bestimmten Teilbereichen sinnvoll, so dass das „Einsickern“ von unverträglichen Einzelhandelsnutzungen in ältere Bebauungsplangebiete verhindert bzw. in bisher nicht beplanten Bereichen nach § 34 BauGB deutlich eingeschränkt werden kann.

Um das Stadtgebiet flächendeckend vor unerwünschten Einzelhandelsansiedlungen zu schützen, ist es wichtig in Industrie- oder Gewerbegebieten ggf. vorhandene Baurechte für Einzelhandelsbetriebe einzuschränken oder zurückzunehmen und baurechtliche Unsicherheiten deutlich herauszustellen. Dies gilt sicher auch für einige Mischgebiete.

Ergänzend ist das Instrumentarium der Sortimentsdifferenzierung in „nahversorgungsrelevant“, „zentrenrelevant“ und „nicht zentrenrelevant“ in die Bauleitplanung zu übernehmen. Dies sollte innerhalb der textlichen Festsetzungen eines entsprechenden Bebauungsplanes durch die Übernahme der jeweiligen, im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept festgelegten Sortimentslisten eindeutig verankert werden.

Grundsätzlich bestehen verschiedene Optionen zur rechtsförmlichen Umsetzung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in Bauleitplänen. Insgesamt sind durch Aufstellung, Ergänzung und Änderung von Bebauungsplänen bestehende „Schlupflöcher“ für Einzelhandelsansiedlungen, welche der planerischen Zielsetzung und der Inhalte dieses Konzeptes hinsichtlich der künftigen Siedlungs- und Einzelhandelsentwicklung widersprechen, zu schließen. Die konzeptionell festgelegten Zentrenbereiche in Bad Dürkheim sollten planungsrechtlich mit Kern- oder Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel unterlegt werden.

Bei der Neuausrichtung an Nutzungsrechten für den Einzelhandel ist grundsätzlich auf eine konsequente Ausschöpfung der Möglichkeiten zur detaillierten Sortiments- und Größensteuerung von Einzelhandelsbetrieben zu achten. Hierbei ist zu beachten, dass die Festsetzung einer Verkaufsflächenobergrenze nicht auf ein Baugrundstück bezogen erfolgen kann, sondern nur im direkten Betriebsbezug festgesetzt werden darf, um ein „Windhundrennen“ potenzieller Investoren um zur Verfügung stehende Flächenmengen zu unterbinden.

### 10.1 Änderungserfordernis des Flächennutzungsplans

Ein wichtiges Scharnier zwischen der vorbereitenden – den allgemeinabstrakten Rahmen setzenden – und der diesen Rahmen konkretisierend ausfüllenden Planungsstufe bei

Einzelhandels- und Zentrenkonzepten, besteht in der räumlichen Abgrenzung und Aufnahme von „Zentrenbereichen“ und Baugebieten in den Flächennutzungsplan.

Um den räumlichen Abgrenzungen rechtsförmliche Verbindlichkeit zu verleihen, bietet es sich an, diese zunächst in den Flächennutzungsplan aufzunehmen. Dort ist das verfolgte Einzelhandelsstrukturmodell mit seinen unterschiedlichen Zentren räumlich konkretisiert zu verankern. Hierbei ist die Ausweisung von Sonderbauflächen bzw. Sondergebieten zur Vorbereitung der Festlegung zentraler Versorgungsbereiche denkbar<sup>30</sup>.

Insofern ist in erster Linie die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in den Flächennutzungsplan aufzunehmen. Dies kann im Rahmen der Fortschreibung des Flächennutzungsplanes eingearbeitet werden.

Zusammenfassend erscheinen auf der Grundlage des vorliegenden Konzeptes im Flächennutzungsplan keine Anpassungen erforderlich. Sowohl die gemischten Bauflächen in der Innenstadt, als auch die bereits dargestellten Sonderbauflächen lassen die entsprechenden Nutzungen zu. Außerdem sind die verschiedenen Versorgungsbereiche entsprechend abzugrenzen. Sollte es durch weitergehende Konkretisierungen von Vorhaben in Bebauungsplanverfahren erforderlich sein, ist der Flächennutzungsplan im Parallelverfahren fortzuschreiben, zu ändern oder anzupassen.

## 10.2 Änderungserfordernis bestehender Bebauungspläne

Um die Gefährdung der Funktionsfähigkeit und eine Schwächung der zentralen Versorgungsbereiche durch standortunverträgliche Einzelhandelsansiedlungen an anderer Stelle zu verhindern, müssen im Sinne eines Negativkatalogs Tabuflächen identifiziert und - wo es sich nach den verfolgten Zielsetzungen als notwendig erweist – bezogen auf den Einzelhandel derzeit bestehende baurechtliche Entwicklungsmöglichkeiten eingeschränkt bzw. zurückgenommen werden. Als bauleitplanerische Instrumente sind hierfür die Änderung bestehender Bebauungspläne sowie die Überplanung unbeplanter Bereiche geeignet.

Besondere Aufmerksamkeit sollten dabei Bebauungspläne für Kern-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebiete erfahren, die nach älteren Baunutzungsverordnungen (z.B. BauNVO 1962 bzw. 1968) erstellt wurden. Gleiches gilt für Einzelhandelssondergebiete für den großflächigen Einzelhandel, die ohne beschränkte Festsetzungen zu maximalen Flächengrößen oder zulässigen Sortimenten Rechtskraft erlangt haben. Regelungen zur Zulässigkeit von Sortimenten, die den Standards dieses Konzeptes angepasst werden müssten sind ebenfalls genau zu prüfen. Zur Anpassung bestehender Baurechte, die im Widerspruch zum beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzept stehen, sollten frühzeitig entsprechende Bebauungsplanverfahren eingeleitet werden. Natürlich müssen hierbei auch mögliche Schadenersatzansprüche oder Planschadenfälle in den Blick genommen werden, so dass ggf. bestimmte wünschenswerte Änderungen nicht oder zumindest nicht kurzfristig umgesetzt werden können.

Darüber hinaus sollten die bisher unbeplanten Gebiete betrachtet und ggf. durch Neuaufstellung von Bebauungsplänen die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben hier vollständig (oder bestimmte Unterarten davon) ausgeschlossen werden. Auch die Aufstellung von Plänen zur gezielten

---

<sup>30</sup> vgl. Kuschnerus, Ulrich; 2007: Der standortgerechte Einzelhandel, S.90

Ansiedlung von Einzelhandel ist möglich. Dadurch kann erreicht werden, dass es an anderen Stellen im Gemeindegebiet gar nicht erst zu einer Eigenentwicklung kommt.

Für die Entwicklung der Stadt Bad Dürkheim wird daher empfohlen, in den Bebauungsplänen die Ziele und Grundsätze dieses Konzeptes zu beachten und in die Regelungsinhalte einfließen zu lassen.

### **10.3 Empfehlung zur Neuaufstellung von Bebauungsplänen sowie Erweiterung bestehender Baurechte (planungsrechtliche ‚Pull-Maßnahmen‘)**

Zur Lenkung von Einzelhandelsangeboten auf dafür geeigneten Flächen sind im Sinne von Positivplanungen aktiv Flächenangebote zu schaffen. Insofern ist an den dafür geeigneten Standorten Baurecht für die planungsrechtliche Zulässigkeit wünschenswerter Betriebe herzustellen. Als bauleitplanerische Instrumente stehen hierfür die Neuaufstellung von Bebauungsplänen sowie die differenzierte Festsetzung in Bebauungsplänen zur Gliederung der Gebiete zugunsten des Einzelhandels (§ 1 Abs. 4, 5 und 9 BauNVO) zur Verfügung.

Flächen, die bereits von großflächigen Einzelhandelsbetrieben beansprucht werden, sind als „Sondergebiet Handel / Einzelhandel / großflächiger Einzelhandel / EZH“ entsprechend § 11 Abs. 2 oder 3 BauNVO auszuweisen. In Sondergebieten sollte die Nutzungsart des großflächigen Einzelhandels hinsichtlich der Zweckbestimmung, maximal zulässiger Verkaufsfläche und / oder der Differenzierung zulässiger und nicht zulässiger Sortimente sowie der Randsortimente festgelegt werden. Insgesamt sollte den ansässigen Betrieben stets eine angemessene wirtschaftliche Entwicklung ermöglicht werden, was neben der Neuansiedlung auch Erweiterungen mit einschließt.

In Bad Dürkheim sollten die noch nicht mit Bebauungsplänen gesteuerten Bereiche mit potentiellen Einzelhandelsnutzungen (beispielsweise im Flächennutzungsplan als gewerbliche Baufläche ausgewiesen, aber noch ohne verbindliche bauleitplanerische Steuerung) zeitnah einer Steuerung unterzogen und damit planungsrechtlich geregelt werden. Damit lässt sich verhindern, dass im Falle einer Nutzungsaufgabe eine gleiche oder ähnliche Nutzung an dieser Stelle entsteht, deren Verträglichkeit im Zweifelsfall nicht nachgewiesen werden kann.

Für den Fall entsprechender Anfragen zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Innenstadt ist darauf hinzuweisen, dass im Innenstadtbereich von Bad Dürkheim kaum die dafür notwendigen Flächen vorhanden sind. Falls infolge eines entstandenen Leerstandes eine solche Situation entsteht und infolgedessen eine Realisierung eines großflächigen Marktes möglich wird, sollte hier kurzfristig reagiert werden. In der Regel sind dazu Bebauungspläne mit Kern- oder Sondergebietsausweisungen aufzustellen. Eine Planung im Vorfeld einer möglichen Ansiedlung ist hier jedoch nicht sinnvoll, da die konkreten Anforderungen aus dem Projekt zu diesem Zeitpunkt noch nicht bekannt sein können und insofern ein Sondergebiet erst dann geplant werden kann, wenn das Vorhaben hinreichend genau bekannt ist.

Die gesamten Entwicklungen rund um die Innenstadt sind im Hinblick auf die umfassende integrierte Stadtentwicklung stets auch unter dem Aspekt einer optimierten Verkehrsführung inklusive der Regelung des ruhenden Verkehrs, einer Aufwertung des öffentlichen Raums und weiterer städtebaulicher Qualitätskriterien zu sehen. Insofern sind bei der Bauleitplanung immer auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen des Standortes selbst sowie die sich aus der Gesamtentwicklung ergebenden Anforderungen zu beachten. Die Planungen sollen daher generell auch gestalterische Ansätze und Zielsetzungen verfolgen, die im Einklang mit der Stadtentwicklung stehen und Aufenthaltsqualität für die Bürger und Kunden der einzelnen Bereiche schaffen.

## 10.4 Ergänzende Planungsrechtliche Empfehlungen

### → Sicherung der Versorgungsbereiche

Ein wichtiger Schritt zur Sicherung der Versorgungsbereiche kann die Aufstellung eines Bebauungsplans (oder mehrerer Bebauungspläne) mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB sein. In nachfolgenden Detailplanungen für bestimmte Teilbereiche können dann die weiteren Rahmenbedingungen definiert werden. Durch entsprechende rahmensetzende Pläne entsteht frühzeitig Planungssicherheit für die Gemeinde und potenzielle Investoren gleichermaßen. Letztere können auf einen Blick erfahren, welche Ansiedlungen an welchen Stellen möglich sind und wo sich detailliertere Planungsüberlegungen lohnen.

### → Festlegung von Kern- und Randsortimenten

Um den Angebotsstrukturen von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten gerecht zu werden, sollte diesem Einzelhandelszweig auch weiterhin die Möglichkeit eingeräumt werden, branchenunübliche zentrenrelevante Randsortimente anzubieten. Diese müssen gerade bei großflächigen Betrieben (insbesondere Möbelmärkte, Baumärkte, Gartenmärkte) aber regelmäßig auf zentrenverträgliche Größenanteile (z.B. 5 % oder 10 % der Gesamtverkaufsfläche) begrenzt werden. Hinsichtlich der Leerstandssituation innerhalb des *zentralen Versorgungsbereiches Bad Dürkheim* ist hier eine Begrenzung auf 10% der Gesamtverkaufsfläche anzuraten, um diese Bereiche nicht weiter zu schwächen und Sortimentsentwicklungen angemessen zu lenken.

Außerdem kann zusätzlich eine betriebsbezogene, maximale Flächenobergrenze bestimmt werden, da beispielsweise ein Randsortiment von 10% bei einem Baumarkt mit über 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bereits oberhalb der Schwelle der Großflächigkeit liegen würde. Auch in Bad Dürkheim als Mittelzentrum sind bestimmte Obergrenzen (beispielsweise maximal 500 oder 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sinnvoll, um eine Gefährdung der zentralen Versorgungsbereiche auszuschließen. Dies ist allerdings nicht auf der Ebene eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu bestimmen und muss daher im Rahmen der verbindlichen Bauleitplanung im Einzelfall entschieden und geregelt werden.

### → Sortimentsqualifizierung

Das Instrument der Sortimentsqualifizierung sollte konsequent in der Bauleitplanung angewendet werden. Die innerhalb des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erarbeitete lokale Sortimentsliste sollte mit ihrer Unterscheidung von nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten über das Instrumentarium der Feinsteuerung des § 1 BauNVO Bestandteil sämtlicher Bebauungspläne werden, welche die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben vorbereiten.

Hierbei ist jedoch darauf zu achten, dass eine einheitliche Steuerung in der Stadt Bad Dürkheim verfolgt wird und ihre Bebauungspläne entsprechend ausgestaltet werden.

## 11 SCHLUSSWORT

Mit dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept verfügt die Stadt Bad Dürkheim über eine gute Ausgangsbasis für die Sicherung der vorhandenen Einzelhandelsstandorte innerhalb der Stadt und ihren Stadtteilen. Zudem unterstützt das Konzept eine nachhaltige Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und der gewachsenen Strukturen.

Insbesondere die historisch gewachsene Innenstadt von Bad Dürkheim kann dadurch als bedeutender zentraler Versorgungsbereich langfristig entwickelt werden.

Die aufgezeigten Potenziale zur weiteren Einzelhandelsentwicklung lassen eine dynamische Zukunft in Bad Dürkheim erwarten und ermöglichen eine langfristige Sicherung und Entwicklung der Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Bad Dürkheim.

Zudem dient eine Sicherung der innerstädtischen Funktionen durch die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche dem Schutz und Erhalt des Einzelhandels in der Stadt. Auch die derzeit maßgeblich im Zentralen Versorgungsbereich Bruch stattfindende Nahversorgung wird im Konzept in angemessener Weise berücksichtigt.

Das Konzept ist ein wichtiger Baustein der integrierten Entwicklung der gesamten Stadt Bad Dürkheim und bietet durch seine umfassenden, detaillierten Analysen, Empfehlungen und Anregungen den verantwortlichen Akteuren aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen, der zusammen mit der angemessenen bauleitplanerischen Absicherung die notwendige Rechtssicherheit vermittelt um eine nachhaltige Einzelhandels- und Stadtentwicklungspolitik zu realisieren.

Durch den Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes durch den Stadtrat im Sinne einer Selbstbindung und der Zustimmung der zuständigen Genehmigungsbehörde werden die Empfehlungen in der künftigen Abwägung bindend. Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch größtmögliche Wirkung und erleichtern die Aufstellung oder Änderung von Bauleitplänen sowie die Beurteilung einzelner Vorhaben im Rahmen zukünftiger Baugenehmigungen.

Alle Behörden, aber auch Handelstreibende, Eigentümer und Investoren sind aufgefordert, die aufgezeigten Anregungen und Perspektiven zur Entwicklung des Einzelhandels zusammen mit der Verwaltung und den Gremien zu diskutieren und im Konsens eine zeitnahe Umsetzung der Empfehlungen zu forcieren. Dabei sollte jeder der beteiligten Akteure seine spezifischen Möglichkeiten in diesen Umsetzungsprozess einbringen, um eine darauf aufbauende bestmögliche Entwicklung zu fördern.

## ANHANG

- Sortimentsliste des Einzelhandels
- Glossar
- Flächenproduktivitäten
- Abbildungsverzeichnis
- Tabellenverzeichnis
- Bestandsaufnahmeplan

## Sortimentsliste des Einzelhandels

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungsmittel, Getränke, Spirituosen, Genussmittel	alle Arten von Lebens- und Genussmitteln (inkl. Kaffee, Tee, Tabakwaren, Reformhauswaren etc.), frisches Obst und Gemüse, Back- und Konditoreiwaren, Metzgereiwaren sowie Getränke
Gesundheits- und Körperpflege	Drogerie, Parfümerie; Wasch-/Putzmittel	Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Drogeriewaren, Putz- und Reinigungsmittel, Waschmittel, Parfümerieartikel, freiverkäufliche Apothekenwaren; im Einzelfall gehören hierzu auch medizinische und orthopädische Artikel und Sanitätsbedarf
Baumarktspezifische Waren	Blumen, Baumarktspezifisches Sortiment; Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Werkzeuge, ...; Pflanzen, Gartenbedarf; Kfz-Zubehör; Zoologischer Bedarf	Schnittblumen und Topfpflanzen sowie Gestecke; Maschinen und Werkzeuge, Bauelemente, Baustoffe (inkl. Fenster, Türen, ...), Eisenwaren, Beschläge Elektroartikel und -installationsmaterial, Farben, Lacke, Fliesen und Zubehör, Sanitärbedarf, Gartenbedarf und Gartengeräte, einschl. Freilandpflanzen, Kamine und Kachelöfen, Zoologischer Bedarf, lebende Tiere, Tierfutter, Pflanzen und Sämereien sowie sonstige baumarktspezifische Waren; hierunter fallen aber auch: Kraftfahrzeuge und Fahrräder, Kfz-, Motorrad- und Fahrradzubehör
Bekleidung	Damenoberbekleidung; Herrenmode; Kinderoberbekleidung; Wäsche; Strumpfwaren	Bekleidung aller Art (inkl. Lederbekleidung, Berufsbekleidung etc.), Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren, Unterwäsche und Miederwaren, Strümpfe und Strumpfwaren, Bademoden
Einrichtungsbedarf	Haus- und Heimtextilien; Möbel	Gardinen, Heimtextilien, Dekostoffe, Haus-, Bett- und Tischwäsche sowie Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen u.ä., hochwertige Bodenbeläge (Einzelware, wie z.B. Orientteppiche), Antiquitäten; Möbel (inkl. Büro-, Bad- und Küchenmöbel), Gartenmöbel und Polsterauflagen, Bettwaren, Matratzen, Bodenbeläge, Teppiche (Auslegeware), Wohneinrichtungsbedarf
Bücher / Schreibwaren	Papier; Schreibwaren; Bürobedarf; Buchhandel	Schreibwaren und Büroartikel aller Art (außer Büroeinrichtung), Papier, Sortimentsbuchhandel, Zeitungen und Zeitschriften
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte; Bild- und Tonträger; Videospiele; "braune Ware"	Unterhaltungselektronik wie z.B. Rundfunk- und Fernsehgeräte, HiFi-Anlagen, Video- und Audiosysteme, Videokameras und Fotoartikel, Spielekonsolen, Unterhaltungssoftware, Computer- und Videospiele
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Elektrokleingeräte; "braune Ware"; Öfen; Elektrogroßgeräte; "weiße Ware"	Elektrokleingeräte aller Art (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Bügeleisen, Rasierer, Zahnbürsten, ...), Leuchten, Lampen, Leuchtmittel u.ä., Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen, ...) und sonstige Elektrohaushaltsgeräte (Staubsauger, Wäschemangeln, ...) außer Elektrokleingeräte und „braune Ware“

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Spielwaren / Hobbys	Spielwaren; Hobby- und Bastelwaren; Musikinstrumente	Spielwaren aller Art, technisches Spielzeug, Hobby- und Bastelartikel im weitesten Sinne, Musikinstrumente und Zubehör, Sammlerbriefmarken und -münzen
Foto / Optik		Fotoapparate und Videokameras, Fotoartikel und -zubehör, optische Geräte, Ferngläser, Brillen, Hörgeräte u.ä.
Schuhe / Lederwaren		Schuhe, Sandalen, Stiefel, Lederwaren aller Art, Taschen, Koffer, Schirme
Informationstechnologie	Hard-/Software, Personal Computer, Peripheriegeräte	Computer aller Art und Computerzubehör sowie Peripheriegeräte (Bildschirme, Drucker, Tastaturen und sonstige Eingabegeräte, Festplatten u.ä.), Software einschl. Computerspiele, Navigationsgeräte
Glas-Porzellan-Keramik	Hausrat; Geschenkartikel	Haushaltswaren aller Art (Töpfe, Pfannen, Schneidwaren und Bestecke, ...), Glas, Porzellan, Vasen und Feinkeramik, sonstiger Hausrat, Geschenkartikel und Souvenirs
Sport / Camping	Sportbekleidung, -schuhe; Sportgeräte; Fahrräder	Sportbekleidung und -schuhe, Sportartikel und -kleingeräte (Bälle, Schläger, ...), Waffen, Angler- und Jagdbedarf; Camping- und Outdoorartikel, Zelte, Boote, Fahrräder und Zubehör
Uhren / Schmuck		
Telekommunikation	(Mobil-)Telefone; Faxgeräte	
Baby-/ Kinderartikel		

### Erläuterung:

Die Liste lehnt sich an die Definition der Warengruppen und Sortimente der GfK Marktdaten<sup>31</sup> an. Die in der rechten Spalte aufgeführten Beispiele dienen lediglich der Veranschaulichung und näheren Erläuterung dessen, was mit dem Sortiment gemeint ist.

Mit einer gutachterlich standortspezifischen Differenzierung der obigen Sortimentsliste soll eine einheitliche Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen innerhalb der jeweiligen Gemeinde ermöglicht werden. In Verbindung mit der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der ergänzenden Nahversorgungsstandorte ist somit eine klare und eindeutige Aussage möglich, welche Sortimente an welcher Stelle zulässig sind.

Basierend auf obiger Tabelle wird innerhalb des Gutachtens zwischen „zentrenrelevanten“ und „nicht zentrenrelevanten“ Sortimenten unterschieden. Die Zentrenrelevanz ergibt sich dabei vor allem aus der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der betrachteten Gemeinde (Bestand) sowie einer städtebaulich wünschenswerten künftigen Entwicklung (Planung).

<sup>31</sup> GfK - Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung; Datenkatalog 2009; Deutschland

## Glossar

Begriff	Erläuterung
<b>Annex-Handel</b>	Verkauf der von Handwerks- und Gewerbetrieben selbst produzierten Waren in untergeordneten mit dem Hauptbetrieb zusammenhängenden Verkaufsflächen
<b>Bindungsquote</b>	Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial: Sie indiziert einen Zufluss (>100 %) oder einen Abfluss (<100 %).
<b>Discounter</b>	Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment, niedriger Artikelzahl und aggressive Marketing-Strategien aus. Ergänzt wird das Sortiment durch Non-Food-Artikel.
<b>Einzelhandel</b>	Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne Kraftfahrzeug-Handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Person.
<b>Ergänzungsstandort</b>	Gebiet, in dem auch großflächige Vorhaben realisiert werden können, die nicht zentrenrelevante Waren an Endverbraucher verkaufen
<b>Hauptgeschäftsbereich</b>	→ Lagekategorie
<b>Innenstadtbereich</b>	→ Lagekategorie
<b>Integrierte Lage</b>	→ Lagekategorie
<b>Kaufkraft</b>	Kaufkraft der Bevölkerung (Global- oder auch Gesamtkaufkraft): Geldmittel, welche einer Person in einem räumlich abgegrenzten Gebiet für Konsum- oder andere Zwecke während einer Zeitperiode tatsächlich zur Verfügung stehen. Sie wird auf die einzelnen Warengruppen umgerechnet.
<b>Kaufkraftbindung</b>	Bindung der Kaufkraft (des Umsatzes) an den Standort/ die Region; Er quantifiziert den Kaufkraftfluss: Ein Kaufkraftabfluss liegt vor wenn ein Teil außerhalb der Region ausgegeben wird. Wenn Kaufkraftanteile aus Fremddregionen dem Marktgebiet zufließen herrscht ein Kaufkraftzufluss vor.
<b>Kaufkraftindex-/ kennziffer</b>	Die Kaufkraftkennziffer einer Region gibt das Kaufkraftniveau pro Einwohner oder Haushalt im Vergleich zum nationalen Durchschnitt an. Sie zeigt an, ob die Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt liegt.
<b>Kaufkraftpotenzial</b>	sämtliche einem Haushalt zur Verfügung stehenden Geldmittel, einschließlich Transferzahlungen wie Familienbeihilfe oder Arbeitslosengeld, aber ohne Kreditaufnahme und Sparerträge. Das für Konsumausgaben verwendete Geld wird durch die Kaufkraft quantifiziert
<b>Nahversorgungszentrum</b>	→ Lagekategorie

Begriff	Erläuterung
<b>Nicht integrierte Lage</b>	→ <b>Lagekategorie</b>
<b>Lagekategorie</b>	<p>Man unterscheidet vier Lagekategorien:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innenstadt- bzw. Hauptgeschäftsbereich: innerstädtisches Geschäftszentrum</li> <li>• Nahversorgungszentrum: kleineres, vorwiegend der Grundversorgung der Bevölkerung des Stadtteils dienendes Zentrum</li> <li>• integriert: sonstige, den Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar zugeordnete Standorte</li> <li>• nicht-integriert: Standorte ohne Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen (fehlende Einbettung), d.h. in der Regel Gewerbegebiete oder „Grüne-Wiese“-Standorte</li> </ul>
<b>Nebenzentrum</b>	Stadt- und Ortsteilzentren die über einen hohen Besitz an Einzelhandelsgeschäften verfügen. Darüber hinaus weisen sie Zentrenfunktionen und städtebauliche Zentrenmerkmale auf. Es grenzt sich über die Nutzungsdichte und die Lage im Stadtgebiet ab.
<b>One-Stop-Shopping</b>	<p>Möglichkeit an einem Standort durch singulären Parkvorgang den Großteil des Einkaufsbedarfes zu befriedigen.</p> <p>z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bei Einkaufszentren</li> <li>• an einem Standort mehrerer Einzelhandelsbetriebe (Hier: Saynbach Center)</li> </ul>
<b>Sortiment</b>	<p>Artikelstruktur eines Einzelhandelsunternehmens; Unterschieden wird in Kern- und Randsortiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment, z.B. Gesundheits- und Körperpflege, mit dem der Hauptumsatz erzielt wird. In Ausnahmefällen kann ein Sortiment, das nicht als Kernsortiment betrachtet wird, den Hauptumsatz ausmachen, wenn sich dieser aus einer breiteren Aufstellung des Betriebes ergibt.</li> <li>• Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten.</li> </ul>
<b>Zentraler Versorgungsbereich</b>	Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionale Zentren (Innenstadtzentrum, Nebenzentrum, Nahversorgungszentrum) Die Abgrenzung und der Schutz zentraler Versorgungsbereiche ist im § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO gesetzlich begründet.
<b>Zentralität</b>	Die Einzelhandelszentralität quantifiziert die regionale Bedeutung des Einzelhandels einer Stadt oder Gemeinde. Sie leitet sich aus dem Umsatz pro Einwohner und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner ab. Erreicht die Einzelhandelszentralität einen Wert von mehr als 100, bedeutet dies eine überdurchschnittliche Einzelhandelszentralität aufgrund von Kaufkraftzuflüssen; liegt der Wert unter 100, fließt einzelhandelsrelevante Kaufkraft ab.

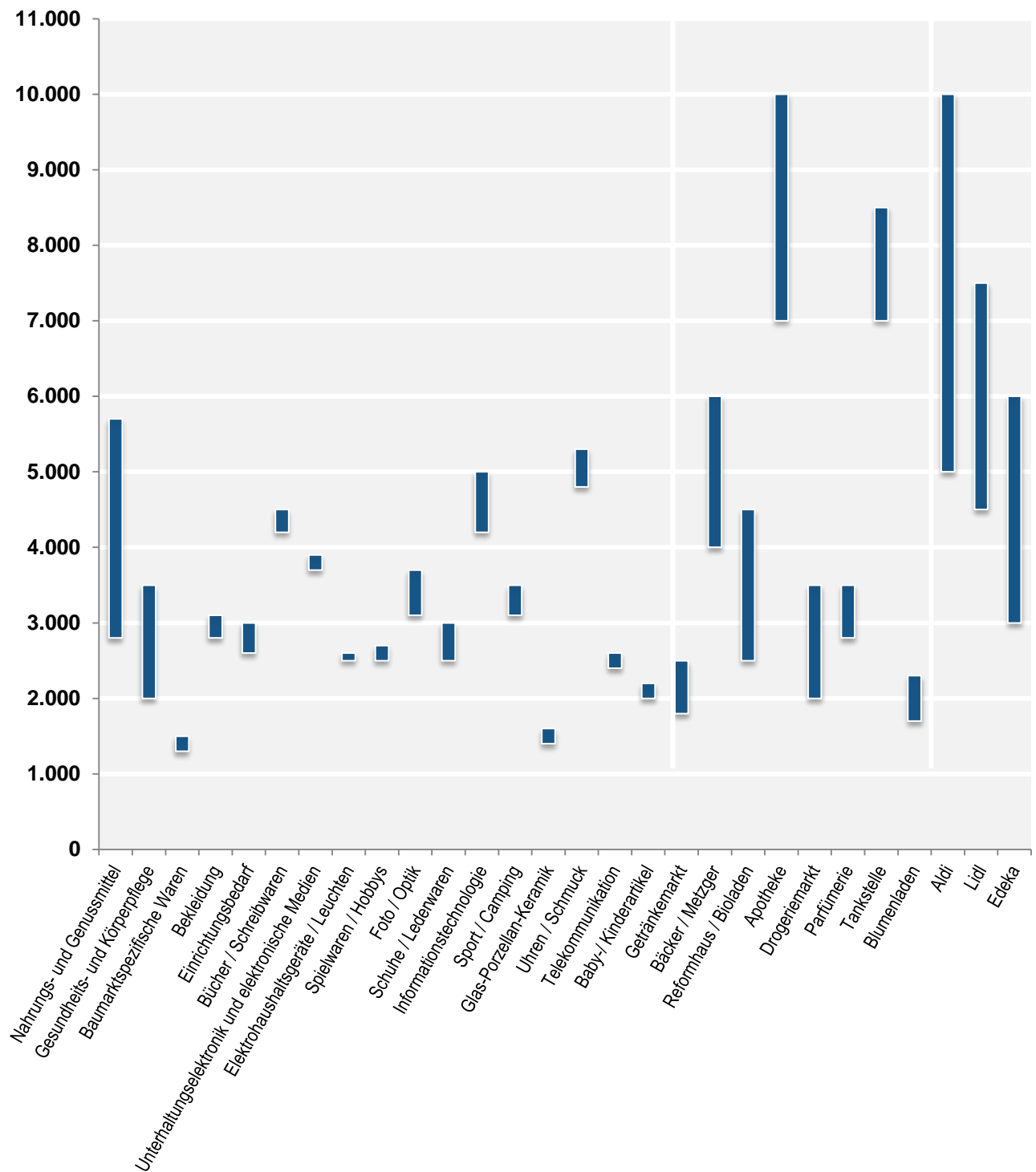
## Flächenproduktivitäten

### nach Betrieben und Warengruppen

Die folgenden Flächenproduktivitäten können für Berechnungen in Einzelhandelsuntersuchungen genutzt werden:

Warengruppe	Betriebstyp	Betrieb	Produktivität in € / m <sup>2</sup>	
			Minimum	Maximum
Nahrungs- und Genussmittel			2.800	5.700
Gesundheits- und Körperpflege			2.000	3.500
Baumarktspezifische Waren			1.300	1.500
Bekleidung			2.800	3.100
Einrichtungsbedarf			2.600	3.000
Bücher / Schreibwaren			4.200	4.500
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien			3.700	3.900
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten			2.500	2.600
Spielwaren / Hobbys			2.500	2.700
Foto / Optik			3.100	3.700
Schuhe / Lederwaren			2.500	3.000
Informationstechnologie			4.200	5.000
Sport / Camping			3.100	3.500
Glas-Porzellan-Keramik			1.400	1.600
Uhren / Schmuck			4.800	5.300
Telekommunikation			2.400	2.600
Baby-/ Kinderartikel			2.000	2.200
	Getränkemarkt		1.800	2.500
	Bäcker / Metzger		4.000	6.000
	Reformhaus / Bioladen		2.500	4.500 (6000)
	Apotheke		7.000	10.000
	Drogeriemarkt		2.000	3.500 (5000)
	Parfümerie		2.800	3.500
	Tankstelle		7.000 (5000)	8.500
	Blumenladen		1.700	2.300
		Aldi	5.000	10.000
		Lidl	4.500	7.500
		Edeka	3.000	6.000

### Verhältnis der Flächenproduktivitäten



- (Quellen:**
- EHI-Handelsatlas 2008 / 2009 sowie 2009 / 2010
  - Angaben von Betrieben zu Einzeluntersuchungen
  - Erfahrungswerte aus Einzelhandelsuntersuchungen sowie Einzelhandels- und Zentrenkonzepten der ISU)

## Abbildungsverzeichnis

<b>Abbildung 1:</b>	<b>Einzelhandelsumsätze in Deutschland in Mrd. € seit 2007</b> (Quelle: einzelhandel.de   Umsatzentwicklung Einzelhandel   * Prognose für 2018   Stand April 2018   Zugriff in 08.2018   eigene Darstellung).....	7
<b>Abbildung 2:</b>	<b>Entwicklung der Verkaufsflächen im Einzelhandel in Millionen Quadratmeter</b> (Quelle: einzelhandel.de   Verkaufsflächenentwicklung Stand Juli 2018   Zugriff in 30.10.2018   eigene Darstellung) .....	9
<b>Abbildung 3:</b>	<b>Branchenanteile an der Umsatzentwicklung im Zeitraum Januar-November 2015</b> (Quelle: einzelhandel.de   Moderates Wachstum in 2014   Zugriff in 03.2017   eigene Darstellung) .....	11
<b>Abbildung 4:</b>	<b>Leitbild Daseinsvorsorge – Zentrale Orte, Mittelbereiche und mittelzentrale Verbünde</b> (Quelle: LEP IV, Karte 6 - Ausschnitt).....	13
<b>Abbildung 5:</b>	<b>Ausschnitt aus der Raumstrukturkarte</b> (Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar   2014) 15	
<b>Abbildung 6:</b>	<b>Ausschnitt aus der Raumnutzungskarte</b> (Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar   2014) .....	17
<b>Abbildung 8:</b>	<b>Lage der Stadt Bad Dürkheim im Raum</b> (Quelle: TK 100 ©GeoBasis-DE / LVermGeoRP 2018, dl-de/by-2-0, <a href="http://www.lvermgeo.rlp.de">http://www.lvermgeo.rlp.de</a> [10.2018]   ohne Maßstab   eigene Darstellung) 23	
<b>Abbildung 9:</b>	<b>Potenzielle Einzugsbereiche der Stadt Bad Dürkheim in 5, 10, 15 und 20 Pkw-Fahrminuten</b> (Quelle: Abgrenzung Einzugsbereiche auf Grundlage der Potenzialanalyse   on-geo AG   22.10.2018   Kartengrundlage TK 25 ©GeoBasis-DE / LVermGeoRP 2019, dl-de/by-2-0, <a href="http://www.lvermgeo.rlp.de">http://www.lvermgeo.rlp.de</a> ) .....	26
<b>Abbildung 10:</b>	<b>Ausschnitt aus der Raumstrukturkarte, Darstellung des Mittelbereichs</b> (Quelle: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar   2014).....	28
<b>Abbildung 11:</b>	<b>Bevölkerungsentwicklung: Kreisstadt Bad Dürkheim (Verbandsfreie Gemeinde)</b> (Quelle: 1995 – 2015 aus Bad Dürkheim Bevölkerungsvorausschau bis 2031   Stand 05.12.2017   Einwohnerzahl von 2018 von Stadt   März 2019   eigene Darstellung).....	29
<b>Abbildung 12:</b>	<b>Ausschnitt: Bestandskartierung im Stadtgebiet Bad Dürkheim</b> (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim   eigene Darstellung   Stand September 2018).....	32
<b>Abbildung 13:</b>	<b>Ausschnitt: Bestandskartierung Innenstadt</b> (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim   eigene Darstellung   Stand September 2018).....	33
<b>Abbildung 14:</b>	<b>Versorgungsstruktur im Stadtgebiet</b> (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim   eigene Darstellung   Stand September 2018).....	34
<b>Abbildung 15:</b>	<b>Raumbedeutsames Einzelhandelsangebot um die Kreisstadt Bad Dürkheim zur Darstellung vorläufig erkennbarer Konkurrenzstandorte</b> (Quelle: Potenzialanalyse   on-geo AG   22.10.2018).....	36
<b>Abbildung 16:</b>	<b>Zentrale Handelsstandorte großräumig</b> .....	37

<b>Abbildung 17:</b>	<b>Handelsstandorte im Stadtgebiet Bad Dürkheim</b> (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim   eigene Darstellung   Stand September 2018).....	38
<b>Abbildung 18:</b>	<b>Kaufkraft (blau) und Umsätze (rot) in der Stadt Bad Dürkheim in Mio. €</b> (Quelle: eigene Darstellung).....	43
<b>Abbildung 19:</b>	<b>Bindungsquoten in %</b> (Quelle: eigene Darstellung) .....	43
<b>Abbildung 20:</b>	<b>Ausschnitt aus dem Flächennutzungsplan der Kreisstadt Bad Dürkheim –Bruch</b> (Quelle: Stadt Bad Dürkheim Flächennutzungsplan – 1. Fortschreibung -, Dezember 1997) .....	48
<b>Abbildung 21:</b>	<b>Ausschnitt aus dem Flächennutzungsplan der Stadt Bad Dürkheim – Innenstadt</b> (Quelle: Stadt Bad Dürkheim Flächennutzungsplan – 1. Fortschreibung -, Dezember 1997) .....	49
<b>Abbildung 22:</b>	<b>Ausschnitt aus dem rechtskräftigen B-Plan „Gewerbe- und Industriegebiet Bruch – Änderungsplan I“</b> (Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 1997, ohne Maßstab) .....	51
<b>Abbildung 23:</b>	<b>Ausschnitt aus dem rechtskräftigen B-Plan „Westerweiterung Gewerbegebiet Bruch“</b> (Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 1999, ohne Maßstab) .....	52
<b>Abbildung 24:</b>	<b>Ausschnitt aus dem rechtskräftigen B-Plan „Norderweiterung Gewerbegebiet Bruch“</b> (Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 2006, ohne Maßstab) .....	54
<b>Abbildung 25:</b>	<b>Ausschnitt aus dem rechtskräftigen vorhabenbezogenen B-Plan „Rustengut-Änderungsplan I“</b> (Quelle: Stadt Bad Dürkheim, 2011, ohne Maßstab).....	55
<b>Abbildung 26:</b>	<b>Umsatzpotenziale der einzelnen Warengruppen in Mio. € im Vergleich</b> (Quelle: eigene Darstellung).....	58
<b>Abbildung 27:</b>	<b>Verkaufsflächenpotenziale in m<sup>2</sup> errechnet (rot) und korrigiert (grün)</b> (Quelle: eigene Darstellung).....	66
<b>Abbildung 28:</b>	<b>Entwicklungspotenziale und -flächen Bad Dürkheim</b> (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim   eigene Darstellung   Stand September 2018) .....	67
<b>Abbildung 29:</b>	<b>Bevölkerungsentwicklung: Kreisstadt Bad Dürkheim (Verbandsfreie Gemeinde)</b> (Quelle: Bad Dürkheim Bevölkerungsvorausschau bis 2031   Stand 05.12.2017   Einwohnerzahl von 2018 von Stadt   März 2019   eigene Darstellung).....	70
<b>Abbildung 30:</b>	<b>Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Bad Dürkheim</b> (Quelle: Grundkarte der Stadt Bad Dürkheim   eigene Darstellung   Stand September 2018) .....	79
<b>Abbildung 31:</b>	<b>System der Zentrenrelevanz</b> (Quelle: eigene Darstellung).....	81
<b>Abbildung 32:</b>	<b>Zuordnungshierarchie von Sortimenten zu den unterschiedlichen Versorgungsbereichen</b> .....	81

## Tabellenverzeichnis

---

<b>Tabelle 1:</b>	<b>Bevölkerung im Fahr-Einzugsbereich der Stadt Bad Dürkheim</b> (Quelle: Potenzialanalyse   on-geo AG   22.10.2018).....	25
<b>Tabelle 2:</b>	<b>Warengruppen als Grundlage für die Einzelhandelsuntersuchung</b> (Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung GfK) .....	31
<b>Tabelle 3:</b>	<b>Verkaufsflächen mittelbereichsrelevanter Angebote in der Stadt Bad Dürkheim</b> (Quelle: eigene Erhebung) .....	35
<b>Tabelle 4:</b>	<b>Kaufkraft im Einzugsbereich der Kreisstadt Bad Dürkheim</b> (Quelle: eigene Berechnung) 41	
<b>Tabelle 5:</b>	<b>Kaufkraftbindung im Einzugsbereich</b> (Quelle: eigene Berechnungen) ..	42
<b>Tabelle 6:</b>	<b>Kaufkraftabfluss</b> (Quelle: eigene Berechnungen).....	44
<b>Tabelle 7:</b>	<b>Kaufkraftab- und zuflüsse im Einzugsbereich</b> (Quelle: eigene Berechnungen) 58	
<b>Tabelle 8:</b>	<b>Flächenpotenziale nach Warengruppen (<i>errechnet</i> und <i>korrigiert</i>)</b> (Quelle: eigene Ermittlungen) .....	66
<b>Tabelle 9:</b>	<b>Sortimentslisten der Stadt Bad Dürkheim</b> (Quelle: eigene Darstellung) 83	
<b>Tabelle 10:</b>	<b>Sortimentslisten des eingeschränkten zentralen Versorgungsbereiches Bruch</b> (Quelle: eigene Darstellung).....	85