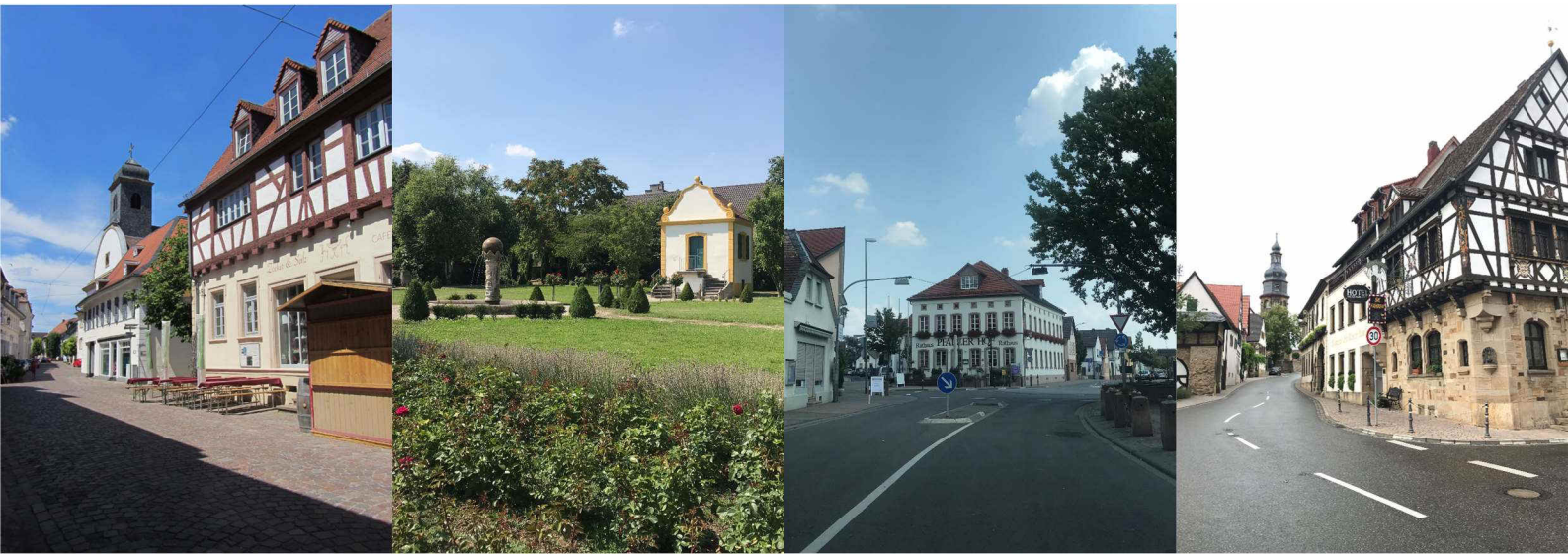
Kon-zept

12/2019

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Freinsheim

Beschlossen durch den Rat der Verbandsgemeinde Freinsheim am 16.12.2019



STADT+HANDEL

Neue Wege. Klare Pläne.

Impressum

AUFTRAGNEHMER
Stadt + Handel Beckmann und Föhrer Stadtplaner PartGmbB
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Essen
Partnerschaftsregister-nummer PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund
Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg
Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe
Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig
Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER
Verbandsgemeinde Freinsheim

VERFASSER
Dipl.-Ing. Marc Föhrer
Andreas Q. Schuder, Geogr. M.A.
Lena Dehof, M. Sc.
Dortmund/Karlsruhe,
16.12.2019

Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
1	**Rechtliche Rahmenvorgaben**	**6**
1.1	Rechtliche Einordnung von Einzelhandelskonzepten	6
1.2	Raumordnerische Regelungen	7
2	**Methodik**	**12**
3	**Markt- und Standortanalyse**	**14**
3.1	Trends im Einzelhandel	14
3.2	Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen	21
3.3	Gesamtverbandsgemeindliche Nachfrageanalyse	23
3.4	Gesamtverbandsgemeindliche Angebotsanalyse	25
3.5	Städtebauliche Analyse	30
3.6	Nahversorgungsanalyse	33
3.7	Zwischenfazit	36
4	**Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung**	**39**
4.1	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen Nahversorgung	39
4.2	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für die Verbandsgemeinde Freinsheim	47
5	**Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Freinsheim**	**49**
5.1	Zentrenkonzept	49
5.2	Nahversorgungskonzept	61
5.3	Ergänzungsstandortkonzept	75
5.4	Sortimentsliste	76
5.6	Steuerungsleitsätze	81
6	**Schlusswort**	**84**

Einführung

Die Einzelhandelsentwicklung unterliegt bundesweit einer deutlichen Dynamik mit erheblichen Auswirkungen auf städtische Strukturen und Funktionen. Diese Wirkungen sind auch in der Verbandsgemeinde Freinsheim zu erkennen: Veränderte Rahmenbedingungen auf der Angebotsseite (z. B. anhaltende Konzentrationsprozesse, Entwicklung neuer Betriebstypen und des Online-Handels, steigende Standortanforderungen) und der Nachfrageseite (z. B. demografischer Wandel, Individualisierungsprozesse, Änderungen im Konsumverhalten) äußern sich insbesondere in Kleinstädten wie Freinsheim in Form von Betriebsaufgaben kleinerer, inhabergeführter Geschäfte auf der einen Seite und Einzelhandelsansiedlungen bzw. -verlagerungen von meist flächenintensiven, filialisierten Betrieben auf der anderen Seite.

Den größtenteils betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsunternehmen sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Zusätzlich sind lokale und regionale Strukturmerkmale zu berücksichtigen. Die Verbandsgemeinde Freinsheim hat in der Funktion als Grundzentrum (= Stadt Freinsheim) in Bezug auf den Einzelhandel vornehmlich die Versorgung für den qualifizierten Grundbedarf für ihre Bürgerinnen und Bürger zu übernehmen. Die Sicherung und Weiterentwicklung eines leistungsfähigen und gleichzeitig städtebaulich zielführenden Nahversorgungsangebotes zählt somit, insbesondere vor dem Hintergrund der demografischen und gesellschaftlichen Veränderungen, zu den Zukunftsaufgaben von Freinsheim. Gleichzeitig gilt es, das gewachsene Ortszentrum in seiner Funktion als städtebauliche, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Mitte der Verbandsgemeinde zu sichern. Inwiefern der Einzelhandel einen Beitrag zu diesem Ziel zu leisten vermag, wird im folgenden Konzept spezifiziert. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielstellungen der Verbandsgemeinde Freinsheim eine bedeutende Rolle.

Die Verbandsgemeinde Freinsheim beabsichtigt daher, die Weiterentwicklung der gesamtverbandsgemeindlichen Zentren- und Standortstruktur auf eine entsprechend tragfähige, städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die Leitfunktion des Einzelhandels stabilisiert bzw. ausgebaut und dadurch die Vitalität und Attraktivität der Versorgungsstandorte gesichert werden. Nicht zuletzt wird durch die Gesamtkonzeption eine funktionierende, wohnortnahe Grundversorgung gesichert und optimiert. Dabei werden die folgenden Schwerpunkte gesetzt:

- Aufstellung einer aktuellen Einzelhandelskonzeption auf Grundlage der Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung
- Markt- und Standortanalyse der aktuellen Einzelhandelssituation in der Verbandsgemeinde Freinsheim inkl. Ermittlung von warengruppenspezifischen Umsätzen sowie einer dezidierten Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Freinsheim sowie der Ortsgemeinden unter besonderer Berücksichtigung der Nahversorgungsstrukturen

- Darstellung der zukünftigen absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale vor dem Hintergrund der Bevölkerungsentwicklung, den allgemeinen angebots- und nachfrageseitigen Trends im Einzelhandel sowie dem grundzentralen Versorgungsauftrag (Stadt Freinsheim) der Verbandsgemeinde Freinsheim
- Ableitung übergeordnete Entwicklungszielstellungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte in der Verbandsgemeinde Freinsheim
- Abgrenzung, Beschreibung und Bewertung der auszuarbeitenden Versorgungsbereiche in der Verbandsgemeinde Freinsheim
- Empfehlungen und Maßnahmen zur Stärkung der Ortskerne sowie zur Sicherung und Weiterentwicklung einer ausgewogenen Nahversorgungsstruktur im Grundzentrum Stadt Freinsheim und den Ortsgemeinden
- Aufstellung einer für Freinsheim ortstypischen Sortimentsliste
- Steuerungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten vorbereiten

Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in der Verbandsgemeinde Freinsheim zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandelskonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung sowie Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern zur Verfügung. Zudem enthält das Einzelhandelskonzept auch Inhalte und Empfehlungen, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: die Wirtschaftsförderung, die örtliche Händlergemeinschaft, das Stadtmarketing sowie die Bürgerinnen und Bürger aus Kunden- und Besucherperspektive.

Im Einzelnen wird im Einzelhandelskonzept zunächst der aktuelle Zustand der Einzelhandelsstruktur in der Verbandsgemeinde Freinsheim für alle relevanten Standorte und für alle relevanten Warengruppen beschrieben und bewertet.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Gemeindeentwicklung wurden alle wichtigen Zwischenschritte und erarbeiteten Empfehlungen eng zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt und zusätzlich in zwei begleitenden Arbeitskreisen erörtert. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten in Freinsheim Berücksichtigung finden.

1 Rechtliche Rahmenvorgaben

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die relevanten landes- und regionalplanerischen Vorgaben skizziert. Weitere rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. zur Abgrenzung und Schutzfunktion von zentralen Versorgungsbereichen, zu Nahversorgungsstandorten und zur Sortimentsliste) finden sich in den einzelnen Teilkapiteln in inhaltlicher Zuordnung zu den jeweiligen Themenbereichen.

1.1 RECHTLICHE EINORDNUNG VON EINZELHANDELSKONZEPTEN

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: Durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtischer bzw. gesamtverbandsgemeindlicher gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürgerinnen und Bürger sowie Besucherinnen und Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in Neben- oder Stadtteilzentren und an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets raumordnerische oder städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (ZVB) gehört.

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung[1]. Der Bundesgesetzgeber hat mit den Novellen des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. Die Bedeutung von kommunalen Einzelhandelskonzepten für die Rechtfertigung der Planung hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) deutlich hervorgehoben.[2]

Darüber hinaus gewährleistet das vorliegende Einzelhandelskonzept eine Konformität zu den Zielen und Grundsätzen der Landes- und Regionalplanung.

---

[1] Vgl. zahlreiche Urteile zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. OVG NRW Urteil vom 19.06.2008 – AZ: 7 A 1392/07, bestätigt das BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – AZ: 4 C 2.08; OVG NRW Urteil vom 15.02.2012 – AZ: 10 D 32/11.NE).

[2] Vgl. BVerwG Urteile vom 27.03.2013 – AZ: 4 CN 6/11, 4 CN 7/11, 4 C 13/11.

Das Einzelhandelskonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung den Verbandsgemeindeentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzeptes ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, damit es in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist.

1.2 RAUMORDNERISCHE REGELUNGEN

Eine wichtige Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden, trotz der kommunalen Planungshoheit, die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend der lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Freinsheim wesentlichen Vorgaben aus der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

Landesplanerische Vorgaben

In Rheinland-Pfalz gilt seit Oktober 2008 das Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), in dem landesplanerische Vorgaben für großflächige Einzelhandelsvorhaben formuliert werden. Der Ministerrat hat in seiner Sitzung am 21. Juli 2015 die Zweite Teilfortschreibung des Landesentwicklungsprogramms (LEP IV) beschlossen. Die entsprechende Zweite Landesverordnung zur Änderung des Landesentwicklungsprogramms (hier relevant Änderung Z 61) ist am 22. August 2015 in Kraft getreten. Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug auf Einzelhandelsstandorte sind in Kapitel 3 des Landesentwicklungsprogramms niedergelegt:

- **[G 56]** „Die Sicherung einer wohnortnahen und qualitativen Versorgung der Bevölkerung mit öffentlichen und privaten Einrichtungen und Dienstleistungen soll durch die zentralen Orte in den Mittelbereichen und in Aufgabenteilung in den mittelzentralen Verbünden wahrgenommen werden.
- **[Z 57]** „Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betriebe mit mehr als 2.000 m² 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 m² 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 städtebaulichen integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nichtbeeinträchtigungsgebot). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten."
- **[Z 61]** „Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzungen in der Bauleitplanung entgegenzuwirken (Agglomerationsverbot). Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Grenze der Großflächigkeit überschreitet, sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln. Haben sich bereits Agglomerationsbereiche außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche gebildet, so sind diese als Sondergebiete des großflächigen Einzelhandels in der Bauleitplanung auszuweisen und in ihrem Bestand festzuschreiben."
- **[G 62]** „Die Ergänzungsstandorte, die außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche eines zentralen Ortes liegen, sollen in örtliche bzw. regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden."
- **[G 63]** „Um wesentliche Versorgungsschwächen im ländlichen Raum zu vermeiden, sollen Modelle erprobt und bei erfolgreichem Einsatz fortgesetzt werden, die den Einzelhandel mit Zusatzfunktionen (Post/Bank/ Dienstleistungen) – auch als mobile Einrichtungen - verknüpfen."

Neben den Zielen und Grundsätzen ist die zentralörtliche Gliederung des Landes eine wichtige Grundlage für die Bewertung und Konzeption von relevanten Einzelhandelsstandorten, da sie das Spiegelbild überörtlicher Verflechtungen, Aufgabenteilungen und Versorgungsfunktionen ist (vgl. LEP IV, Kapitel Zentrale-Orte-Struktur).

Regionalplanerische Vorgaben des einheitlichen Regionalplans Rhein-Neckar (Stand 2014)

Der einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar beinhaltet die überörtliche, überfachliche und zusammenfassende Landesplanung im Gebiet der Planungsregion Rhein-Neckar. Der regionale Raumordnungsplan vertieft und konkretisiert das Landesentwicklungsprogramm und enthält Ziele und Grundsätze, die gemäß § 1 (4) BauGB in der Bauleitplanung sowie in den Fachplanungen zu beachten bzw. zu berücksichtigen sind.

- **Z 1.7.1.1 Gebot der verbrauchernahen Versorgung**
  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 1.7.1.2 Zentralitätsgebot**
  Einzelhandelsgroßprojekte sind in der Regel nur in den Ober-, Mittel- sowie in Baden-Württemberg in den Unterzentren zulässig. In Rheinland-Pfalz gilt dies auch in den Grundzentren für Vorhaben bis max. 2.000 m² 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. Für den baden-württembergischen Teil gilt die Ausnahmeregelung für andere Standortgemeinden[3] auch dann, wenn diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind. Z 1.7.2.3 bis Z 1.7.2.5 gelten entsprechend.
- **Z 1.7.2.3 Kongruenzgebot**
  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.
- **Z 1.7.2.4 Beeinträchtigungsverbot**
  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 Integrationsgebot**
  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 1.7.3.1 Zentralörtliche Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte**
  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

[3] Diese Standortgemeinden sind: in Baden-Württemberg Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion gemäß Plansatz (Z) 3.3.7 sowie (Z) 2.5.11 des Landesentwicklungsplans Baden-Württemberg vom 23. Juli 2002, in Hessen die zentralen Ortsteile der Grundzentren (Unter- und Kleinzentren) gemäß Plansatz (Z) 4.1.2 des Landesentwicklungsplans Hessen vom 13.Dezember 2000 und in Rheinland-Pfalz Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnern bis max. 1.600 m² Verkaufsfläche gemäß (Z) 57 des Landesentwicklungsprogramms Rheinland-Pfalz (LEP IV) vom 7. Oktober 2008.

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 Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte**
  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 Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte Z 38 entsprechend Z 1.7.2.1 nachgewiesen wird und sich das Vorhaben in ein kommunales Einzelhandelskonzept einfügt.
- **Z 1.7.3.3 Zentrenrelevante Randsortimente**
  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 m2 Verkaufsfläche zu begrenzen.
- **Z 1.7.4.1 Einzelhandelsagglomeration**
  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.
- **Z 1.7.4.2 Bestandsschutz von Einzelhandelsgroßprojekten**
  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.

Die regionalen Rahmenvorgaben zur Einzelhandelsentwicklung in der Verbandsgemeinde Freinsheim sind im vorliegenden Einzelhandelskonzept entsprechend berücksichtigt worden. Das kommunale Einzelhandelskonzept konkretisiert diese Zielstellungen auf gesamtverbandsgemeindlicher Ebene und ist künftig als die

entscheidende Abwägungsgrundlage im Rahmen der Bauleitplanung zu berücksichtigen.

2 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem Einzelhandelskonzept zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische, empirische Erhebungen zurückgreifen.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes folgende Leistungsbausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

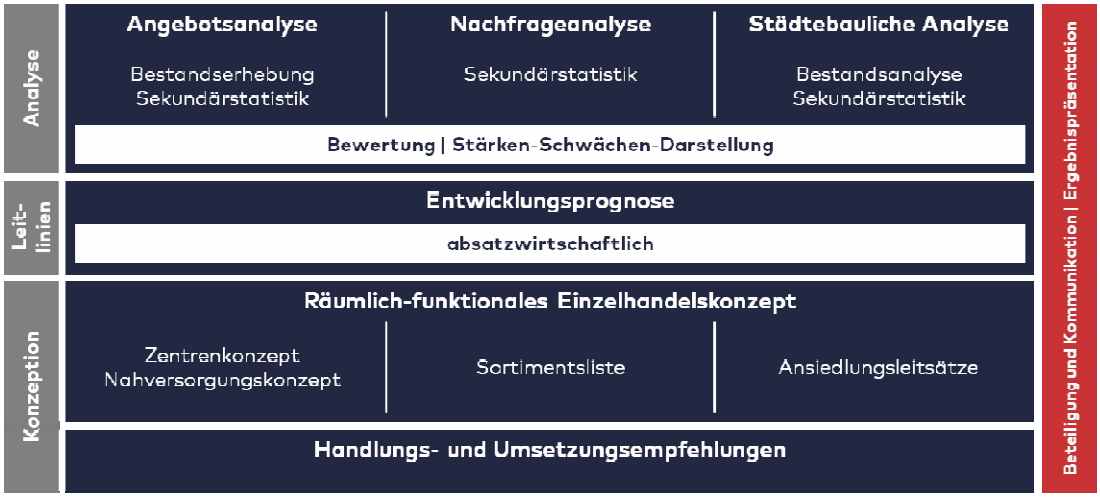


Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Städtebauliche Analyse

Für die Verbandsgemeinde Freinsheim erfolgt eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen (siehe dazu Einführung) orientierte städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die mögliche räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentsspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

Begriff der städtebaulich integrierten Lage

In diesem Bericht werden Lagebereiche hinsichtlich ihrer städtebaulichen Integration (d. h. hinsichtlich ihres räumlich-funktionalen Zusammenhangs zu Wohnbebauung und ihrer fußläufigen Erreichbarkeit) bewertet. Diese ist oftmals gegeben, wenn Einzelbetriebe oder Ansammlungen kleiner, weniger Betriebe in Wohnbereiche eingebettet und an den ÖPNV angebunden sind, aber die Dichte der Bebauung und des Einzelhandels keine Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches rechtfertigen.

Empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kommen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung:

Tabelle 1: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestandserhebung	Erhebung durch Stadt + Handel	07/2018	Flächendeckende Vollerhebung	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse, zentrenergänzende Funktionen, Leerstände
Sekundärstatistische Analysen	Kaufkraftzahlen IFH Retail Consultants GmbH	2017	Berechnung der Umsatzwerte durch Stadt + Handel auf Basis branchen- und betriebsüblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Hahn Retail Real Estate Report, IFH/BBE Struktur- und Marktdaten)	
Arbeitskreissitzungen	Durchführung durch Stadt + Handel	10/2018 02/2019	Prozessbegleitender Facharbeitskreis (Teilnahme: Verwaltung, Politik, Multiplikatoren, Einzelhandelsvertreter)	Diskussion der Ergebnisse der Analysephase sowie der konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

3 Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstruktur in Freinsheim. Einführend werden zunächst die relevanten Trends im Einzelhandel sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

3.1 TRENDS IM EINZELHANDEL

Der Einzelhandel unterliegt als dynamischer Wirtschaftsbereich einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei bundesweite Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucherverhalten determinieren sich dabei wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder" und „Folgeeffekt" nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist. Für Freinsheim sind Strukturveränderungen im Bereich des **qualifizierten Grundbedarfs** (d. h. insbesondere Nahversorgung) von besonderer Relevanz und werden im Folgenden skizziert.

3.1.1 Nachfrageseitige Aspekte

Wertewandel: Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit[4], an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen.

Individualisierung: Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert.[5] Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

Demografischer Wandel: Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu.[6] Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeutung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität einge-

---

4 LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)

5 2016: rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41 % Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56 % Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).

6 2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

schränkt wird. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Bringdienste).

Online-/Sharing-Affinität: Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen") wird auf Konsumentenseite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv. Allerdings zeigen sich die für Kleinstädte wie Freinsheim so wichtigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs als überaus „robust". Dies liegt zum einen in der Natur der Sache (schnell zu verbrauchende Konsumgüter lassen sich nicht teilen bzw. mieten), zum anderen aber auch an einer (noch) vorhandenen Skepsis beim Online-Einkauf von frischen Lebensmittel sowie der dafür nicht ausgelegten Transportlogistik (z. B. Kühlkette). Es ist jedoch davon auszugehen, dass mittel- bis langfristig auch in diesem Marktsegment gesellschaftliche und technische Hürden überwunden werden. Die Entwicklung wird allerdings zunächst Großstädte bzw. hoch verdichtete Großstadtregionen betreffen.

Abbildung 2: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse
Quelle: Fotos (von links nach rechts) © M-SUR/Fotolia, pixabay, © oneinchpunch/Fotolia, pixabay.

Kopplung und Entkopplung von Konsum: Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte" Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte *one-stop-shopping* begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundensicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch" ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben.

Erlebnisorientierung: Der Erlebniseinkauf spielt nicht nur beim klassischen „Einkaufsbummel" eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch. Dies führt u. a. zu einem erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

Segmentierung der Nachfragemärkte: Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: Erlebniseinkauf (*lifestyle shopping*), Bequemlichkeitseinkauf (*convenience shopping*), Preiseinkauf (*discount shopping*) und Schnäppcheneinkauf (*smart shopping*). Neben dem für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher" je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen (siehe Abbildung 3).

Abbildung 3: Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos Stadt + Handel, pixabay.

Preis-/Zielgruppenpolarisierung: Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck. Gerade in kleineren Städten wie Freinsheim beschränkt sich daher die Entwicklungsdynamik auf discountorientierte Angebote (z. B. Lebensmitteldiscounter, Tedi, Kodi, Kik, Action) sowie Supermärkte mit z. T. auch höherpreisigen Angebotssegmenten.

3.1.2 Angebotsseitige Aspekte

Filialisierung/Konzentration: Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig – besonders deutlich wird dies insbesondere in kleineren Städten wie Freinsheim. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer stark ausgeprägten Filialisierung sprechen. Dies betrifft im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel (siehe Abbildung 4). Eine wohnungsnahe (fußläufige) adäquate Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs ist damit insbesondere im ländlichen Raum und in Gebieten mit negativer Bevölkerungsentwicklung häufig nicht mehr gesichert oder nur schwer zu erreichen.

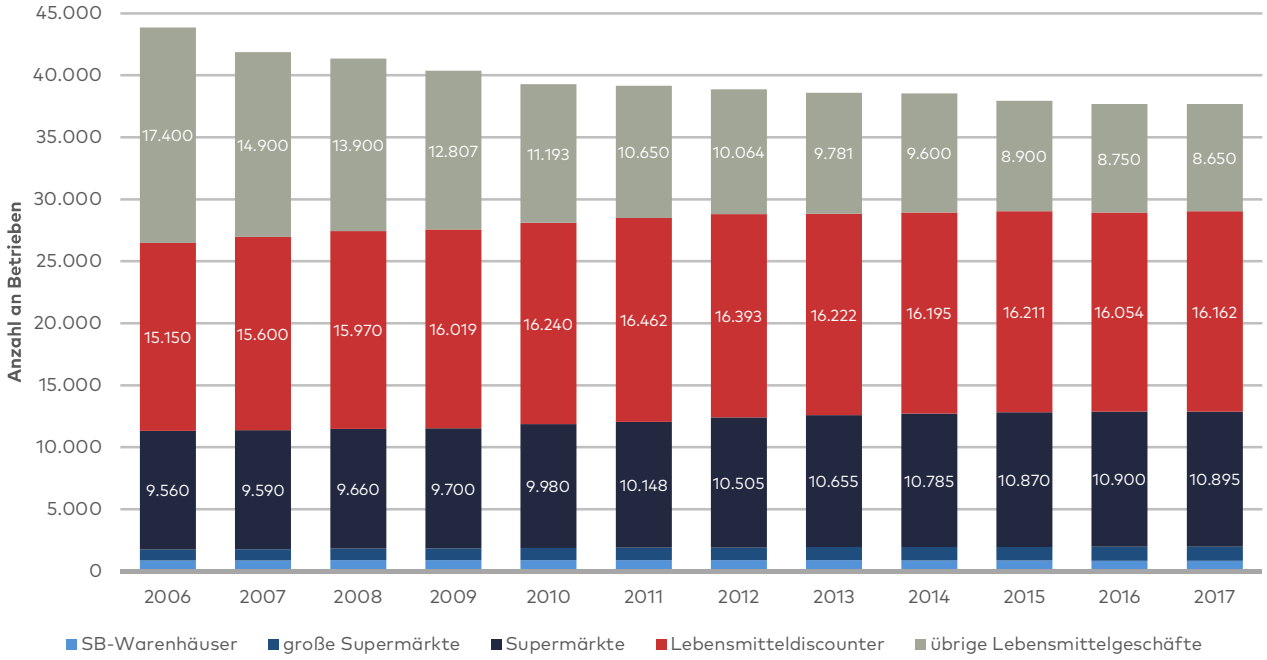


Abbildung 4: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Bei Drogeriefachmärkten lässt sich aktuell als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen ein lebhaftes Expansionsgeschehen beobachten, welches sich im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung fokussiert. Für kleinere Städte gestaltet es sich jedoch zunehmend anspruchsvoll, ein qualitativ hochwertiges Angebot in der Warengruppe Drogeriewaren vorzuhalten, da insbesondere grenzrentable Standorte im ländlichen Raum oder in Grundzentren von den Konzentrationsprozessen im Drogeriewarensegment betroffen sind.

Verkaufsflächen- und Standortansprüche: Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist sowohl im Lebensmittel- als auch im Drogeriewarenhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpassungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen sowie einer steigenden Sortimentsbreite und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen) ergibt.[7] Auch wenn es für Supermärkte (und neuerdings auch verstärkt für Lebensmitteldiscounter) kleinere

[7] Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche: Lebensmitteldiscounter 2006 rd. 706 m², 2016 rd. 804 m² (+14 %); (große) Supermärkte 2006 rd. 1.063 m², 2016 rd. 1.245 m² (+17 %).

City- und Metropolfilialkonzepte gibt, ist für kleinere Städte und ländliche Räume aktuell von einer Mindestgröße von 800 m² bis 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen auszugehen[8] (siehe Abbildung 5). Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch zunehmend bereit, von ihren standardisierten Marktkonzepten abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Parkplatzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadtregionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen.

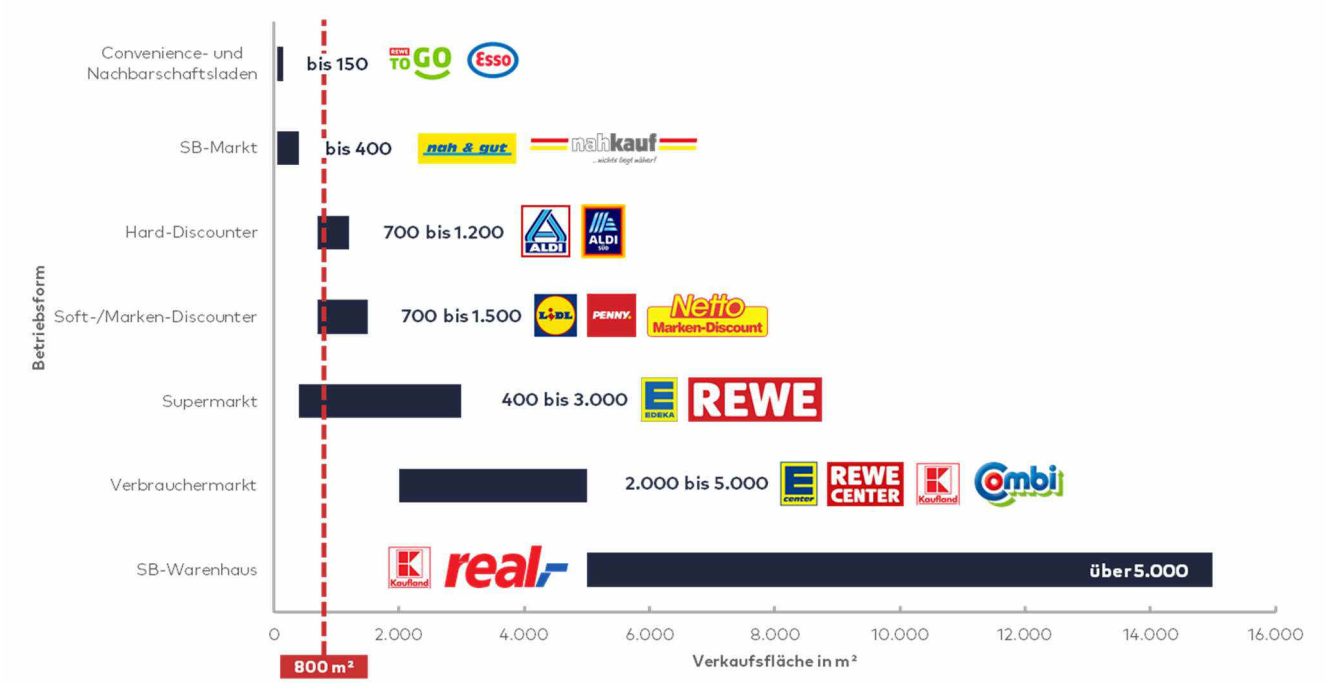


Abbildung 5: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten
Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis ILG Gruppe 2016 (leicht modifiziert und ergänzt).

Wandel der Betriebsformen: Differenziert man die Gesamtwerte anhand der jeweiligen Betriebstypen, sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen festzustellen. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (Betriebe und Umsatz) ergeben sich insbesondere für (große) Supermärkte, welche maßgeblich vom Wertewandel profitieren. Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmitteldiscounter nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und 2000er Jahren im Übergang zur Reifephase. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes infolge eines Trading-Up-Prozesses sowie einer Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen.

[8] Werte gelten für Lebensmitteldiscounter, Supermärkte i. d. R. mit deutlich höheren Verkaufsflächenansprüchen.

Auch Drogeriefachmärkte stellen zunehmend hybride Betriebskonzepte dar und positionieren sich als „Kleinkaufhäuser" mit einem entsprechend großen Warenspektrum. Die somit gleichermaßen hohe Bedeutung für die Nahversorgung und für die zentralen Versorgungsbereiche gilt es daher verstärkt und sorgfältig abzuwägen.

Umsatzentwicklung: Der bis 2009 zu beobachtende Trend zurückgehender Flächenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen stationärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben einem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die weiter oben beschriebenen Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bedingt.[9] Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre) Umsätze und Flächenproduktivitäten vieler Betriebe v. a. bedingt durch den Online-Handel und mit räumlichen Fokus auf Klein- und Mittelstädte.

Abbildung 6: Standortentwicklung in Kleinstädten
Quelle: Fotos (von links nach rechts) Stadt + Handel, pixabay, © cirquedesprit/Fotolia, Stadt + Handel.

Nachfolgeproblematik: Insbesondere in kleineren Städten mit einem hohen Anteil inhabergeführter Geschäfte stellt sich im Zuge des demografischen Wandels auch die Frage der Geschäftsinhabernachfolge. Aufgrund hoher Arbeitsbelastung, langen Ladenöffnungszeiten, hoher Konkurrenz durch Filialisten und den Online-Handel, eigentümerseitigen Erwartungen an die Miethöhe und den weiteren oben skizzierten sozioökonomischen Rahmenbedingungen wird die Nachfolgersuche jedoch zunehmend anspruchsvoller. So stehen Ladenlokale nach dem Wechsel der Eigentümer in den Ruhestand oftmals leer. Immobilienseitige Defizite (z. B. geringe Verkaufsfläche, fehlende Barrierefreiheit, Renovierungs-/Sanierungsstau) erschweren die Situation weiter.

Neue Handelsformen und -formate: Fachgeschäfte haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Ortskerne größtenteils verloren. In Kleinstädten stellen stattdessen filialisierte Anbieter des täglichen Bedarfs (insbesondere Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriefachmärkte) sowie discountorientierte Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (u. a. Non-Food-Discounter in den Bereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK[10]/Hausrat/Einrichtungszubehör) die wichtigsten Magnetbetriebe dar. Weitere Handelsformen wie z. B. Shopping-Center und Factory-

[9] In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren wird rd. 49 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet (vgl. EHI Retail Institute 2017).

[10] GPK = Glas, Porzellan, Keramik.

Outlet-Center sind primär in größeren Städten zu finden. Lediglich kleinere, zumeist autokundenorientierte Fachmarktzentren stellen eine gängige Handelsagglomeration in Kleinstädten dar, die aufgrund ihres Flächenanspruchs und oftmals mangelnder städtebaulichen Qualität nur schwer in integrierte Siedlungslagen bzw. zentrale Versorgungsbereiche einzubinden sind.

Digitalisierung: Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und wird laut Prognosen im Jahr 2018 bei rd. 53,4 Mio. Euro (rd. 10,2 % des Einzelhandelsumsatzes) liegen (siehe Abbildung 7). Es sind allerdings sortimentsspezifisch große Unterschiede festzustellen.

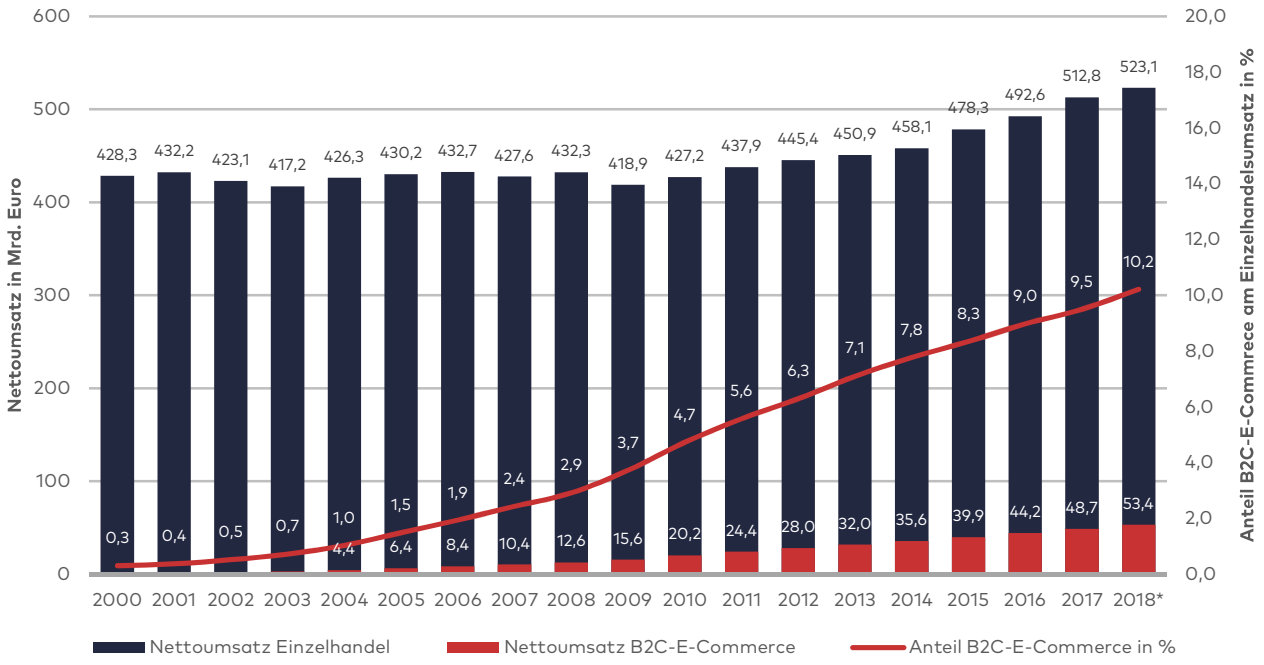


Abbildung 7: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); * Prognose.

Während der Online-Umsatzanteil v. a. in innenstadtaffinen Warengruppen am höchsten ist[11], sind im Bereich des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels bislang mir rd. 1,7 % noch vergleichsweise geringe Online-Umsatzanteile festzustellen[12] (siehe dazu auch Kapitel 3.1.1). Auch wenn dieses Segment langfristig an Dynamik gewinnen wird, so konzentrieren sich erste Entwicklungen auf Metropolen und Ballungsräume, in denen aktuell bereits erfolgsversprechende Modelle zur Online-Bestellung von Lebensmitteln umgesetzt werden. Für Städte wie Freinsheim werden sich in der mittleren Frist voraussichtlich nur geringe onlinebedingte, strukturprägende Veränderungen im Bereich des qualifizierten Grundbedarfs ergeben. Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich entfaltet die Digitalisierung allerdings eine bereits jetzt erkennbare, disruptive Wirkung. Neben einem erhöhten (und für kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte oftmals nicht wirtschaftlichen) Wettbewerb gegenüber Online-Vertriebsformen, kann die Digitalisierung jedoch auch gewisse Chancen bieten (u. a. Erhöhung der Sichtbarkeit/Erreichbarkeit, Realisierung von Liebhaber- und Spezialhandelsgeschäften mit sehr spitzen Zielgruppen, Multi- und Cross-Channel-Marketingstrategien).

[11] Unterhaltungselektronik rd. 25,7 %, Fashion & Accessoires rd. 23,5 %, Freizeit & Hobby rd. 22,9 %, Büro & Schreibwaren rd. 22,8 % (vgl. HDE/IFH 2017).

[12] Vgl. HDE/IFH 2017.

3.2 SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

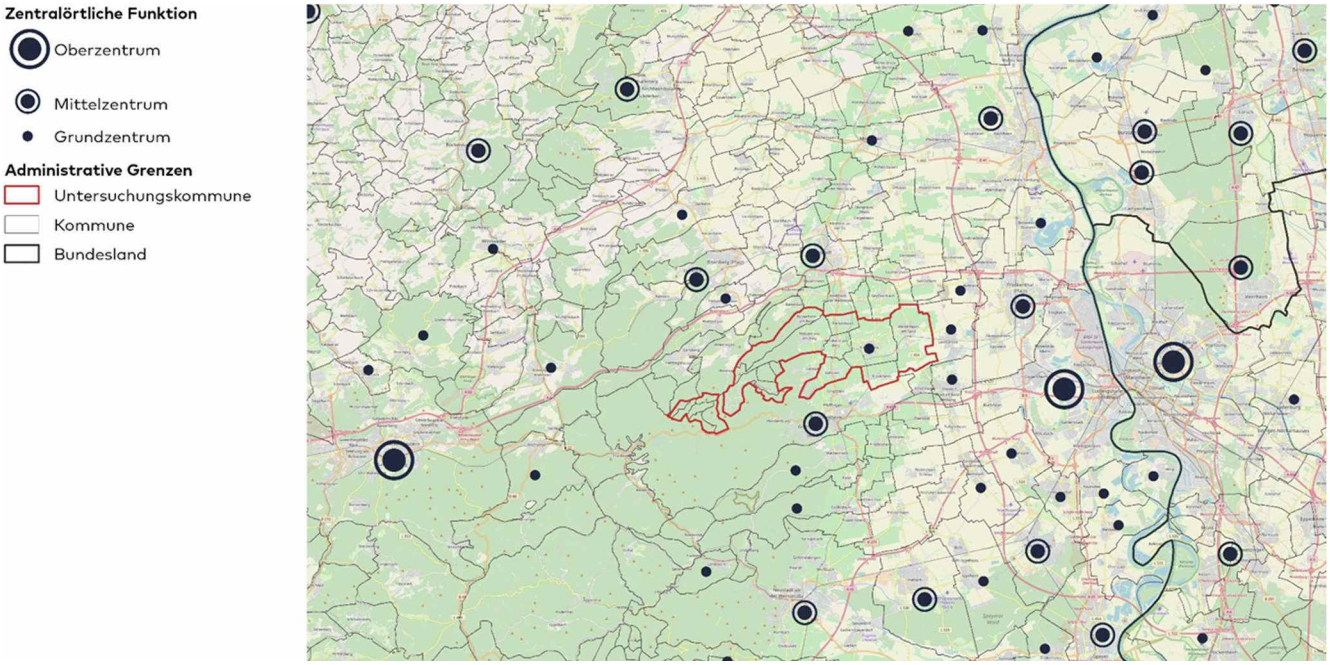
Im Folgenden werden die relevanten siedlungsräumlichen Faktoren der Verbandsgemeinde Freinsheim für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur vorgestellt. Eine Darstellung weiterer relevanter angebots- und nachfrageseitiger Parameter folgt in den Kapiteln 3.3 bis 3.6.

SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Versorgungsfunktion

Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum (Stadt Freinsheim)
Einwohner im grundzentralen Kongruenzraum bzw. Verbandsgemeinde Freinsheim	15.603

Nächstgelegene Mittelzentren (Pkw-Fahrzeit)	Nächstgelegene Oberzentren (Pkw-Fahrzeit)
Bad Dürkheim (10 min)	Ludwigshafen am Rhein (22 min)
Grünstadt (14 min)	Mannheim (24 min)
Eisenberg (23 min)	Kaiserslautern (35 min)
Frankenthal (18 min)	
Worms (30 min)	



Siedlungsstrukturelle Kennwerte der Verbandsgemeinde

Einwohner	15.603
Relative Einwohnerentwicklung bis 2023	-0,1 %

Einwohner nach Verbandsgemeindeteilen

Freinsheim (Hauptort)	4.926 (32 %)*
Weisenheim am Sand	4.396 (28 %)*
Weisenheim am Berg	1.746 (11 %)*
Erpolzheim	1.342 (9 %)*
Kallstadt	1.256 (8 %)*
Bobenheim am Berg	863 (6 %)*
Herxheim am Berg	728 (5 %)*
Dackenheim	446 (3 %)*

Verkehrliche Anbindung

Motorisierter Individualverkehr	Angemessene verkehrliche Anbindung an die nächstgelegenen zentralen Orte über die A 650 sowie die B 37 und B 271
Öffentlicher Personennahverkehr	Anbindung an das Regionalbahnnetz (u. a. Mannheim, Bad Dürkheim, Neustadt a.d.W.) und an das Busliniennetz (u. a. Frankenthal, Grünstadt)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohner: Verbandsgemeinde Freinsheim (Stand: 30.06.2018); Einwohnerprognose: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; Zentralörtliche Funktionen: BBSR 2008 (aktualisiert durch Stadt + Handel); Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; *Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich

3.3 GESAMTVERBANDSGEMEINDLICHE NACHFRAGEANALYSE

Neben den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in auf sekundärstatistische Rahmendaten der statistischen Ämter des Bundes und der Länder, der Bundesagentur für Arbeit sowie der IFH Retail Consultants GmbH zurückgegriffen.

Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die folgenden Tabellen stellen die sozioökonomischen Rahmendaten der Verbandsgemeinde Freinsheim im Verlauf der letzten Jahre im Vergleich zum Landkreis Bad Dürkheim dar. Aus den Daten lassen sich wichtige Rückschlüsse zum Versorgungsgebiet von Freinsheim und die daraus resultierenden Kaufkraftströme ziehen.

Tabelle 2: Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Verbandsgemeinde Freinsheim

Freinsheim	2016	2017	2018	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	2.051	2.001	2.025	-1,3 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	5.623	5.725	5.767	2,6 %

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.).

Tabelle 3: Sozioökonomische Rahmenbedingungen des Landkreises Bad Dürkheim

Landkreis Bad Dürkheim	2016	2017	2018	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	30.881	31.342	31.984	3,6 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	50.159	51.036	51.759	3,2 %
Einpendler Arbeitsort (Einpendlerquote)	13.074 (42 %)	13.358 (43 %)	13.720 (43 %)	4,9 %
Auspendler Wohnort (Auspendlerquote)	32.379 (65 %)	33.070 (65 %)	33.508 (65 %)	3,5 %
Pendlersaldo	-19.305	-19.712	-19.788	2,5 %

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Bundesagentur für Arbeit (Stichtag: 30.06.).

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Verbandsgemeinde Freinsheim verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 104,6 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 6.704 Euro je Einwohner, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit rd. 2.652 Euro je Einwohner auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) entfällt.

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen in der Verbandsgemeinde Freinsheim

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Euro	Kaufkraft je Einwohner in Euro
Nahrungs- und Genussmittel	41,4	2.652
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	6,6	423
Blumen, zoologischer Bedarf	1,9	124
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	3,3	212
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**53,2**	**3.411**
Bekleidung	10,3	659
Schuhe/Lederwaren	2,7	176
Pflanzen/Gartenbedarf	1,5	95
Baumarktsortiment i. e. S.	8,1	517
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	1,4	87
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	2,6	164
Sportartikel/Fahrräder/Camping	2,2	138
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**28,7**	**1.837**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	1,5	93
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	1,2	74
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	1,1	72
Möbel	6,0	386
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	3,3	212
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	7,5	481
Uhren/Schmuck	1,5	98
Sonstiges	0,6	40
Langfristiger Bedarfsbereich	**22,7**	**1.457**
Gesamt	**104,6**	**6.704**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2017; PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glast, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Briefmarken, Münzen; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer[13] beträgt in der Verbandsgemeinde Freinsheim rd. 113 und liegt damit sowohl über dem Durchschnitt von Rheinland-Pfalz (rd. 99) als auch über dem Bundesdurchschnitt (= 100). Auch die

[13] Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

Nachbarkommunen verfügen über ein eher überdurchschnittliches Kaufkraftniveau. (siehe Abbildung 8).

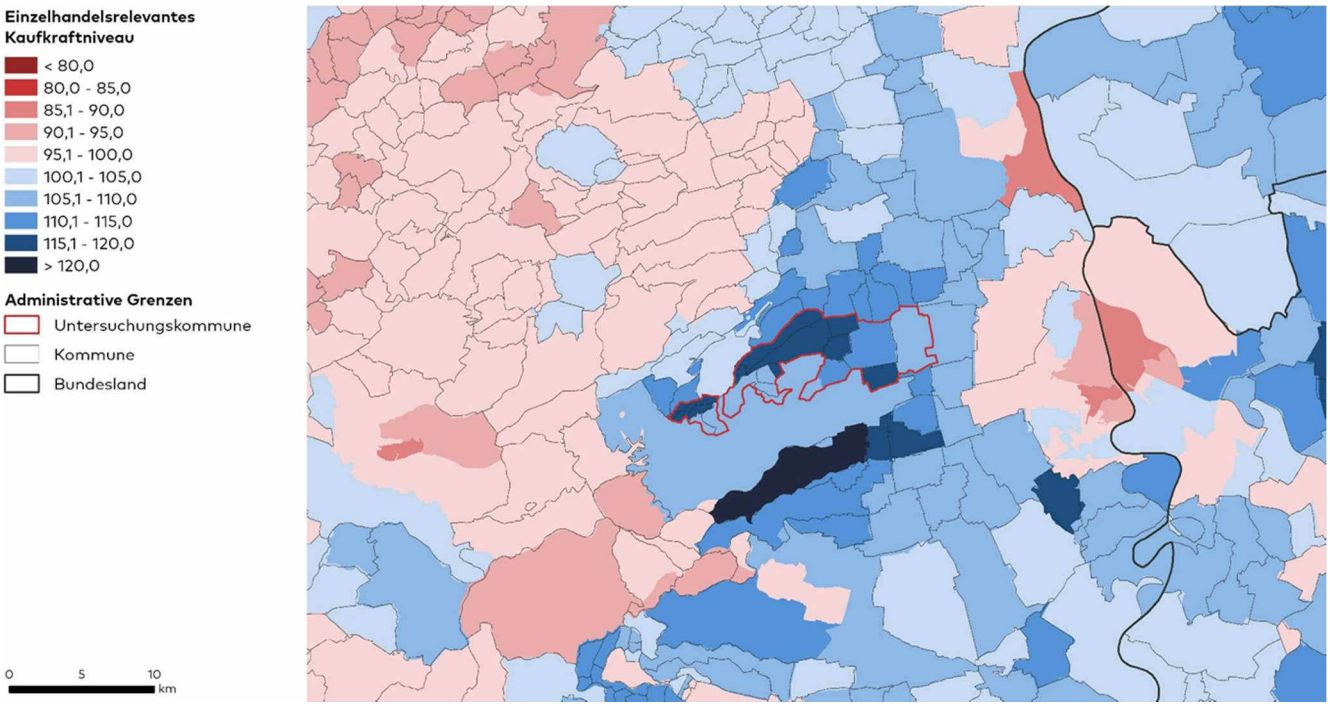


Abbildung 8: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Verbandsgemeinde Freinsheim und Umgebung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2017; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, Digital Data Services GmbH (DDS) 2014.

3.4 GESAMTVERBANDSGEMEINDLICHE ANGEBOTSANALYSE

Im Verbandsgemeindegebiet von Freinsheim wurden im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung (07/2018) insgesamt 63 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 7.400 m² verfügen (siehe Tabelle 5)[14]. Um eine Bewertung der Angebotssituation in der Verbandsgemeinde vornehmen zu können, wird die Gesamtverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass in der Verbandsgemeinde Freinsheim die Verkaufsflächenausstattung mit einem Wert von rd. 0,47 m² je Einwohner deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,50 m² VKF/Einwohner[15]) liegt.

[14] Weiterhin wurden 27 Winzer bzw. Weingüter mit Verkaufsstellen erfasst, welche bei der quantitativen Gesamtbetrachtung des Einzelhandelsbestandes in der Verbandsgemeinde Freinsheim als Direktvermarkter jedoch nicht weiter berücksichtigt werden.

[15] Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand in der Verbandsgemeinde Freinsheim

Strukturdaten	Erhebung 07/2018
Einwohner	15.603
Anzahl der Betriebe	63 (+ 27 Winzer/Weingüter mit Verkaufsstätten)
Gesamtverkaufsfläche in m²*	7.400**
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	0,47**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2018; Einwohner: Verbandsgemeinde Freinsheim (Stand: 30.06.2018); * Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; ** ohne Weingüter.

Bei einer Differenzierung nach Lagen wird deutlich, dass in der Verbandsgemeinde Einzelhandelsbetriebe mit rd. 96 % der Verkaufsfläche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind. Die übrigen Betriebe mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 4 % sind in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet. Abbildung 9 stellt die in der Verbandsgemeinde erfasste Verkaufsfläche differenziert nach Warengruppen und Lagebereichen dar.

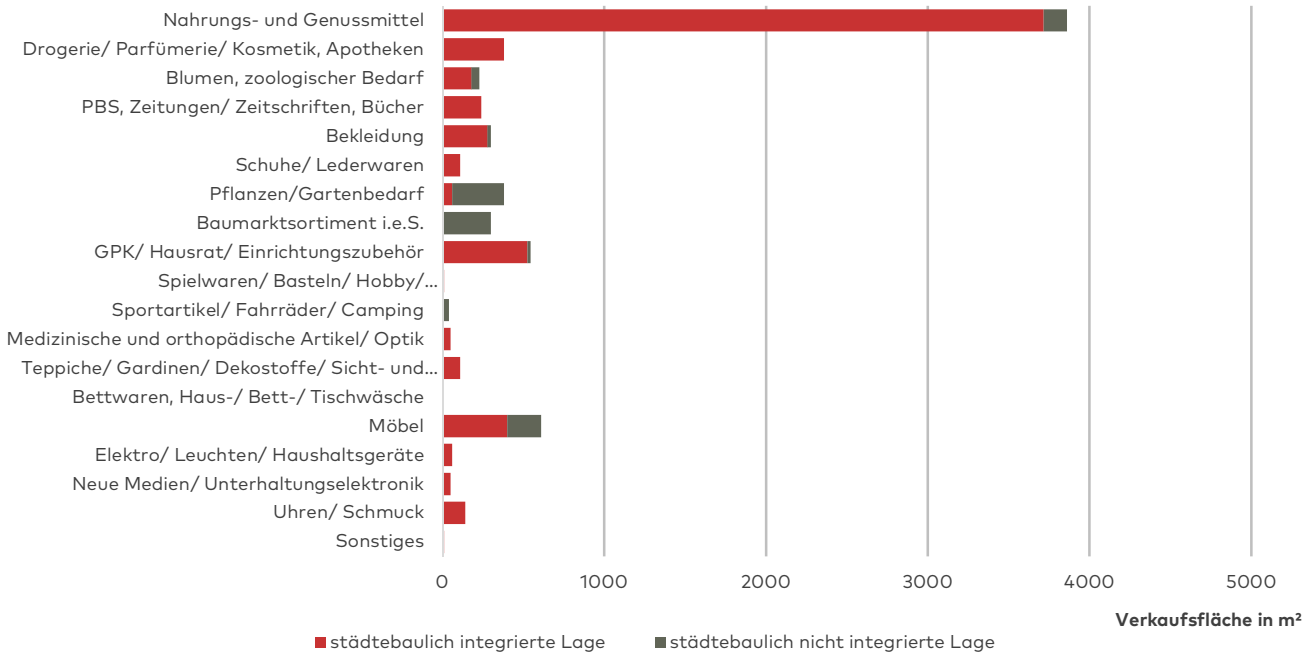


Abbildung 9: Einzelhandelsbestand in der Verbandsgemeinde Freinsheim nach Warengruppen und Lagebereichen
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 07/20108; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Hinsichtlich der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche und deren städtebaulicher Integration sind insbesondere die folgenden Punkte von höherer Relevanz für die weiteren konzeptionellen Empfehlungen:

- Das Einzelhandelsangebot in der Verbandsgemeinde Freinsheim ist hinsichtlich der Verkaufsfläche überwiegend geprägt durch die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie nachgeordnet Möbel und GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör. Die Verkaufsflächenprägung in der Waren-

gruppe Nahrungs- und Genussmittel wird dabei v. a. durch filialisierte Angebotsformen (Edeka, Penny, Netto), die im Verbandsgemeindegebiet angesiedelt sind, geprägt.

- In den klassischen innerstädtischen Leitsortimenten (insb. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör) ist sowohl absolut als auch relativ betrachtet ein hoher Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich integrierter Lage verortet.
- Das Verkaufsflächenangebot in städtebaulich nicht integrierten Lagen besteht überwiegend aus den Warengruppen Baumarktsortiment im engeren Sinne und Pflanzen/Gartenbedarf. Betriebe mit diesen Sortimenten sind aufgrund ihres flächenintensiven Charakters i. d. R. weder für eine Ansiedlung in zentralen Versorgungsbereichen geeignet noch sind diese Branchen in funktionaler Hinsicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche.
- Daneben wird das Angebot außerhalb des Stadtkerns von Freinsheim v. a. durch Lebensmittelmärkte geprägt. Diese können – da sie in städtebaulich integrierten Lagen verortet sind – einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung leisten.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass das Einzelhandelsangebot in der Verbandsgemeinde Freinsheim hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und der gesamtverbandsgemeindlichen Verkaufsfläche als unterdurchschnittlich für ein Grundzentrum zu bewerten ist. Die städtebauliche Integration der Einzelhandelsbetriebe ist in den relevanten Warengruppen als überwiegend positiv zu bewerten.

Umsatzschätzung und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze[16] im Einzelhandel der Verbandsgemeinde Freinsheim basiert auf allgemein und für die Verbandsgemeinde spezifizierten angebots- und nachfrageseitigen Eingangsparametern.

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden grundlegende **nachfrageseitigen Rahmenbedingungen** (siehe dazu Kapitel 3.3) berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft sowie sozioökonomische Strukturdaten (insb. die Bedeutung von Freinsheim als Arbeitsort in der Region).
- Im Rahmen eines Desk-Researchs werden die **relevanten Wettbewerbsstrukturen im engeren und weiteren Umfeld** identifiziert und hinsichtlich ihrer Wechselwirkung mit den Angeboten in der Verbandsgemeinde beurteilt. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen im engeren Umfeld sowie die großflächigen Einzelhandelsstandorte und Innenstädte der Nachbarkommunen im weiteren Umfeld von besonderer Bedeutung.
- Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortimentsspezifischen Umsätze werden abschließend mit Hilfe von Stadt + Handel vorliegenden **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifischen Kennwerten einzelner Anbieter** plausibilisiert. Das umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die

[16] Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

konkrete Situation vor Ort berücksichtigt werden. So fließen in Einzelfällen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die, mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage, in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtverbandsgemeindlicher Einzelhandelsumsatz von rd. 33,2 Mio. Euro brutto je Jahr ermitteln. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 104,6 Mio. Euro ergibt sich somit eine Einzelhandelszentralität[17] von rd. 32. Diese ist trotz der unmittelbaren räumlichen Nähe zu weiteren leistungsstarken Grund-, Mittel- und Oberzentren in der Region und der zentralörtlichen Funktion der Stadt Freinsheim als Grundzentrum innerhalb der Verbandsgemeinde als unterdurchschnittlich zu bewerten. Wie Tabelle 6 zu entnehmen ist, fällt die Zentralität in Freinsheim je nach Warengruppe sehr differenziert aus.

[17] Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) gibt das Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 1,00 ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 1,00 ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

Tabelle 6: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in der Verbandsgemeinde Freinsheim

Warengruppe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	3.850	21,9	41,4	53
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	400	2,3	6,6	35
Blumen, zoologischer Bedarf	250	0,8	1,9	39
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	250	1,3	3,3	38
Kurzfristiger Bedarfsbereich	**4.700**	**26,2**	**53,2**	**49**
Bekleidung	300	1,1	10,3	11
Schuhe/Lederwaren	100	0,4	2,7	13
Pflanzen/Gartenbedarf	400	0,4	1,5	26
Baumarktsortiment i. e. S.	300	1,1	8,1	14
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	550	0,9	1,4	65
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	> 50	> 0,1	2,6	> 2
Sportartikel/Fahrräder/Camping	> 50	0,1	2,2	6
Mittelfristiger Bedarfsbereich	**1.650**	**4,0**	**28,7**	**14**
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	50	0,3	1,5	20
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	100	0,2	1,2	16
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	> 50	> 0,1	1,1	> 2
Möbel	600	0,8	6,0	14
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	50	0,2	3,3	7
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	50	0,3	7,5	4
Uhren/Schmuck	150	1,1	1,5	70
Sonstiges	> 50	> 0,1	0,6	2
Langfristiger Bedarfsbereich	**1.000**	**3,0**	**22,7**	**13**
Gesamt	**7.400**	**33,2**	**104,6**	**32**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 07/2018; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2017; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 10 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

In allen betrachteten Warengruppen sind mit Zentralitäten von z. T. deutlich unter 100 signifikante Kaufkraftabflüsse in umliegende Gemeinden festzustellen (siehe Tabelle 6). Auch in den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe ist in der Summe mit einer Zentralität von rd. 49 insgesamt ein deutlicher Kaufkraftabfluss festzustellen. Die Stadt Freinsheim als Grundzentrum kann

demnach nicht die grundzentrale Versorgungsfunktion für den zugeordneten grundzentralen Versorgungsbereiche (= Verbandsgemeinde Freinsheim) erfüllen.

Im Bereich des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches weist Freinsheim mit rd. 14 und rd. 13 deutlich niedrigere Zentralitäten auf. Die höchsten Werte werden dabei in den Warengruppen Uhren/Schmuck (rd. 70) und GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör (rd. 65) erreicht und sind auf entsprechende spezialisierte Fachgeschäfte insbesondere im Ortskern Freinsheim zurückzuführen. Die geringsten Zentralitäten weisen in der Verbandsgemeinde Freinsheim die Warengruppen Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche (> 2) sowie Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente (> 2) auf.

3.5 STÄDTEBAULICHE ANALYSE

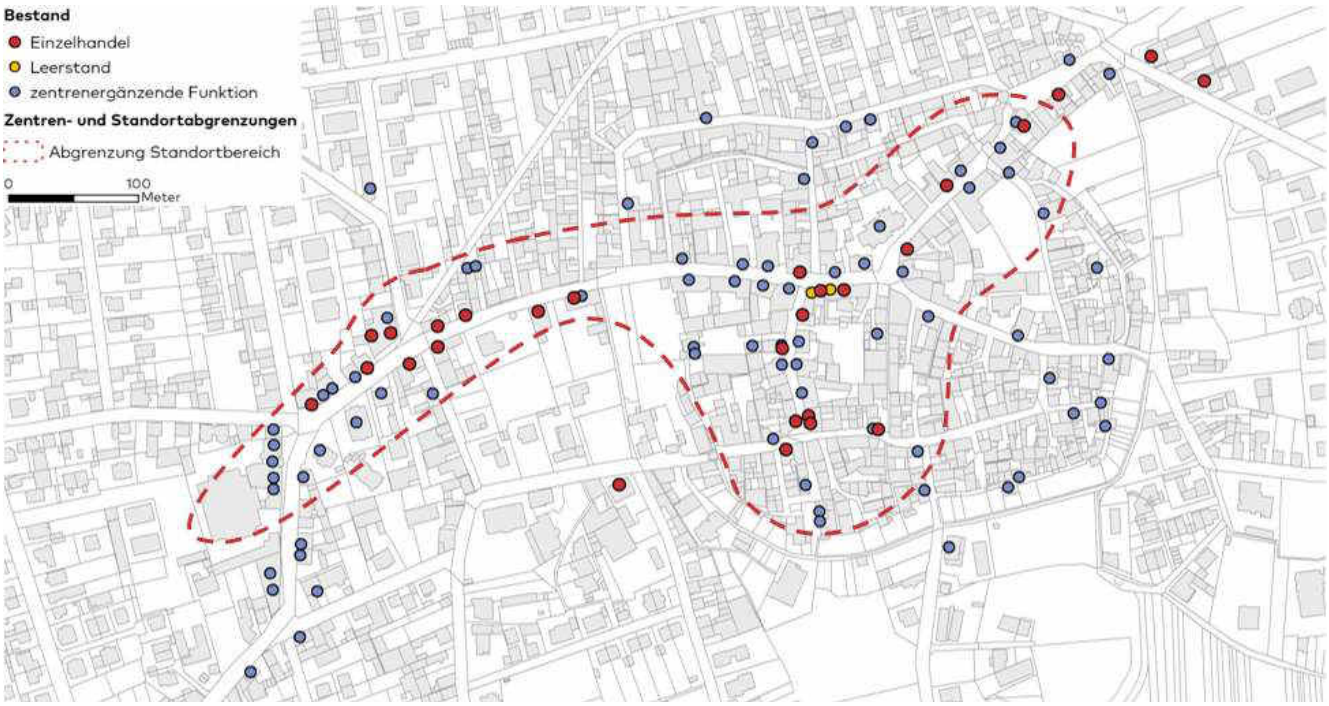
Im Rahmen der Markt- und Standortanalyse werden in der nachfolgenden städtebaulichen Analyse relevante Einzelhandelsstandorte in der Verbandsgemeinde Freinsheim hinsichtlich städtebaulich-funktionaler Kriterien analysiert und in die Gesamtbewertung des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde einbezogen. Im Rahmen der Strukturanalyse können die folgenden strukturprägenden Standortbereiche in der Verbandsgemeinde identifiziert und im Folgenden hinsichtlich ihrer städtebaulich-funktionalen Aspekte analysiert werden. Darüber hinaus konnten keine weiteren strukturprägenden Standortbereiche in der Verbandsgemeinde Freinsheim identifiziert werden.

- Stadtkern Freinsheim
- Ortskern Weisenheim am Sand

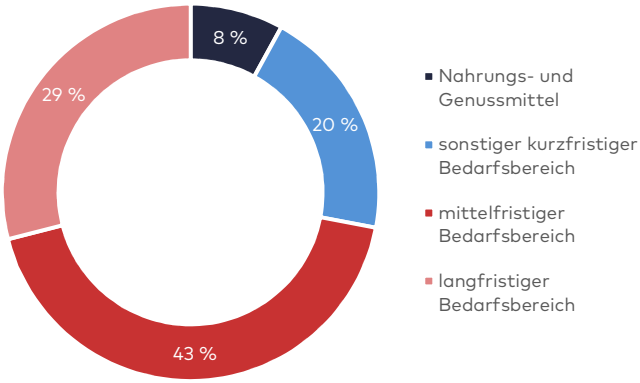
STANDORTBEREICH STADTKERN FREINSHEIM

Räumliche Analyse

Versorgungsbereich	Stadt Freinsheim



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner (Verbandsgemeinde)	15.603
Relative Einwohnerentwicklung bis 2023	-0,1 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	21	33 %*
Gesamtverkaufsfläche in m²*	1.300	18 %*
Zentrenergänzende Funktionen	50	58 %**
Leerstände	2	-

Magnetbetriebe

Keine klassischen Magnetbetriebe im Ortskern Freinsheim verortet

Städtebaulich-funktionale Situation

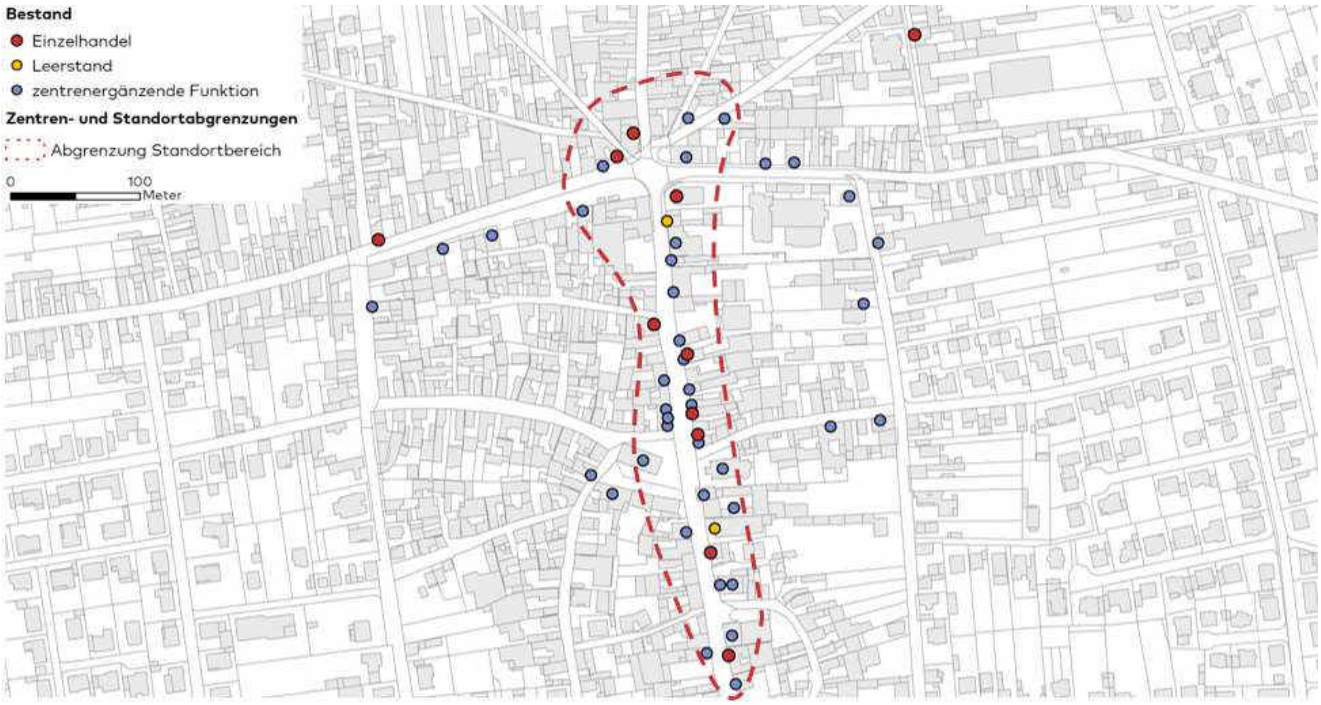
- geringe Versorgungs- und Angebotsfunktion des Ortskerns
- Funktionsbereich an westlicher Hauptstraße mit nahversorgungsrelevantem Angebotsschwerpunkt
- Angebotsstrukturen im Kreuzungsbereich Hauptstraße/Breitestraße mit touristischem Schwerpunkt
- eingeschränkter funktionaler Zusammenhang zwischen beiden Standortbereichen
- keine klassischen Magnetbetriebe oder strukturprägenden Handelsanker im Ortskern verortet
- hohe Zahl an zentrenergänzenden Funktionen
- Leerstandsproblematik im jahreszeitlichen Verlauf unterschiedlich ausgeprägt

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2018; Einwohner: Verbandsgemeinde Freinsheim (Stand: 30.06.2018); Kartengrundlage: Verbandsgemeinde Freinsheim; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * anteilig bezogen auf Gesamtgemeinde; **anteilig bezogen auf Ortsgemeinde Freinsheim

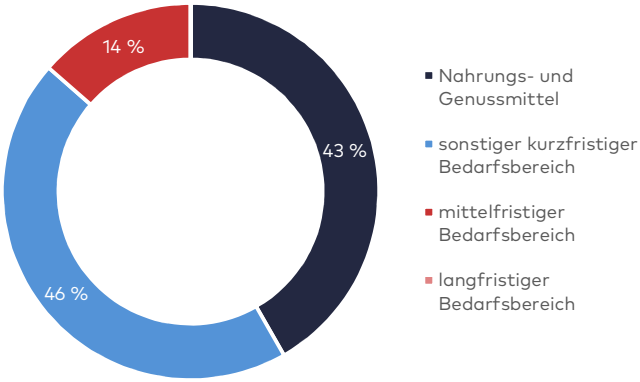
STANDORTBEREICH ORTSKERN WEISENHEIM AM SAND

Räumliche Analyse

Versorgungsbereich	Ortsgemeinde Weisenheim am Sand



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner (Weisenheim am Sand)	4.926
Relative Einwohnerentwicklung bis 2023	-0,1 %

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	9	10 %*
Gesamtverkaufsfläche in m²*	350	4 %*
Zentrenergänzende Funktionen	27	69 %**
Leerstände	2	-

Magnetbetriebe

Keine klassischen Magnetbetriebe im Ortskern Weisenheim am Sand verortet

Städtebaulich-funktionale Situation

- niedrige Einzelhandelsdichte und geringe Angebotsfunktion des Ortskerns
- keine strukturprägenden Betriebe im Ortskern verortet, geringe Versorgungsfunktion für die Gesamtgemeinde
- Angebotsprägung im Ortskern überwiegend durch kleinteilige Nahversorgungsstrukturen (u. a. Lebensmittelhandwerk)
- keine freien Potenzialflächen im Ortskern aufgrund der historisch gewachsenen baulichen Strukturen; Ausnahme eingeschränkt reaktivierbare Potenzialfläche ehemaliger Nutzkauf (Bahnhofstraße 29)
- keine wesentliche Leerstandsproblematik erkennbar

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 07/2018; Einwohner: Verbandsgemeinde Freinsheim (Stand: 30.06.2018); Kartengrundlage: Verbandsgemeinde Freinsheim; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * anteilig bezogen auf Gesamtgemeinde; ** anteilig bezogen auf Ortsgemeinde Weisenheim am Sand.

3.6 NAHVERSORGUNGSANALYSE

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürgerinnen und Bürger, wird die Nahversorgungsstruktur der Verbandsgemeinde Freinsheim im Folgenden vertieft analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung **quantitativ**, **qualitativ** und **räumlich** gewährleistet wird. Zu den Trends im Bereich der Nahversorgung sei auf Kapitel 3.1 verwiesen.

Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Freinsheim

Die Verbandsgemeinde Freinsheim weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 3.850 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. von rd. 400 m² in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken[18] auf, was einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,25 m² je Einwohner (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. rd. 0,02 m² je Einwohner (Drogeriewaren) entspricht. Mit diesem quantitativen Ausstattungsniveau liegt die Verbandsgemeinde sowohl im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel unter dem Bundesdurchschnitt von rd. 0,41 m² je Einwohner[19] als auch im Bereich der Drogeriewaren (rd. 0,08 m² je Einwohner[20]).

Die Zentralität von rd. 53 im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 35 im Bereich Drogeriewaren verdeutlicht zudem, dass die lokale Kaufkraft in diesen Sortimenten in großen Teilen aus der Verbandsgemeinde in das Umland abfließt, was unter anderem durch die siedlungsräumlichen Strukturen und Lagen der einzelnen Ortsgemeinden im Verbandsgemeindegebiet und dessen Ost-West-Ausdehnung begründet liegt. Tabelle 7 fasst die relevanten Rahmenbedingungen zusammen und schließt mit einer Bewertung der quantitativen und qualitativen Nahversorgungssituation in Form einer Ampel. Eine „grüne Ampel" zeigt eine positive Bewertung an, eine „rote Ampel" hingegen eine negative Bewertung. Eine uneindeutige Bewertung wird durch eine „gelbe Ampel" dargestellt.

[18] Die Warengruppe wird in diesem Kapitel aufgrund der Lesbarkeit im Folgenden mit Drogeriewaren abgekürzt.

[19] Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m²); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.

[20] Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Erhebungen.

Tabelle 7: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in der Verbandsgemeinde Freinsheim

Ausstattungsmerkmal	Nahrungs- und Genussmittel	Drogeriewaren
Einwohner (inkl. Entwicklung bis 2023)	15.603 (-0,1 %)	
Sortimentsspezifische Verkaufsfläche in m²	3.850	400
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	0,25	0,02
Sortimentsspezifische Zentralität	53	35
Verkaufsfläche nach Lagebereich	96 % siL 4 % niL	100 % siL 0 % niL
Betriebstypenmix	0x Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus 1x Lebensmittelsupermarkt 2x Lebensmitteldiscounter 1x sonstige Lebensmittelmärkte (GM)	0x Drogeriefachmarkt 4x sonstige Einzelhandelsbetriebe*
Verkaufsflächenrelation nach Betriebstyp	51 % Lebensmittelvollsortimenter 49 % Lebensmitteldiscounter	0 % Drogeriefachmärkte 100 % Betriebe mit Randsortiment***
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner nach Betriebstyp**	0,09 Lebensmittelvollsortimenter 0,09 Lebensmitteldiscounter	0,00 Drogeriefachmärkte
Quantitative Nahversorgungssituation	🔴🟡⚪	🔴⚪⚪
Qualitative Nahversorgungssituation	⚪🟡⚪	🔴🟡⚪

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 07/2018; Einwohner: Verbandsgemeinde Freinsheim (Stand: 30.06.2018); Verkaufsfläche auf 10 m² gerundet; * mit Hauptsortiment Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken; ** Gesamtverkaufsfläche maßgebend; *** Mit Haupt- oder Randsortiment Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken; ohne Weingüter.

Insgesamt sind im Verbandsgemeindegebiet drei strukturprägende Lebensmittelmärkte (VKF > 400 m²) vorhanden. Davon sind zwei Betriebe Lebensmitteldiscounter, bei einem weiteren Betrieb handelt es sich um einen Supermarkt (GVKF > 1200 m²). Ergänzt wird das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel durch einen Getränkemarkt. Bedingt durch die vorhandenen Anbieter ist das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln in der Verbandsgemeinde Freinsheim hinsichtlich des Betriebstypenmixes als ausgewogen zu bewerten. Dies wird auch durch die Verkaufsflächenrelation (siehe dazu Abbildung 10) deutlich. Gleichzeitig liegt die Verkaufsflächenausstattung nach Betriebstyp mit rd. 0,09 m² je Einwohner für Lebensmittelvollsortimenter und rd. 0,09 m² je Einwohner für Lebensmitteldiscounter deutlich unter den bundesdeutschen Durchschnitten (Lebensmittelvollsortimenter: rd. 0,13 m² je Einwohner, Lebensmitteldiscounter: rd. 0,15 m² je Einwohner).[21]

[21] Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; inkl. Non-Food-Flächen.

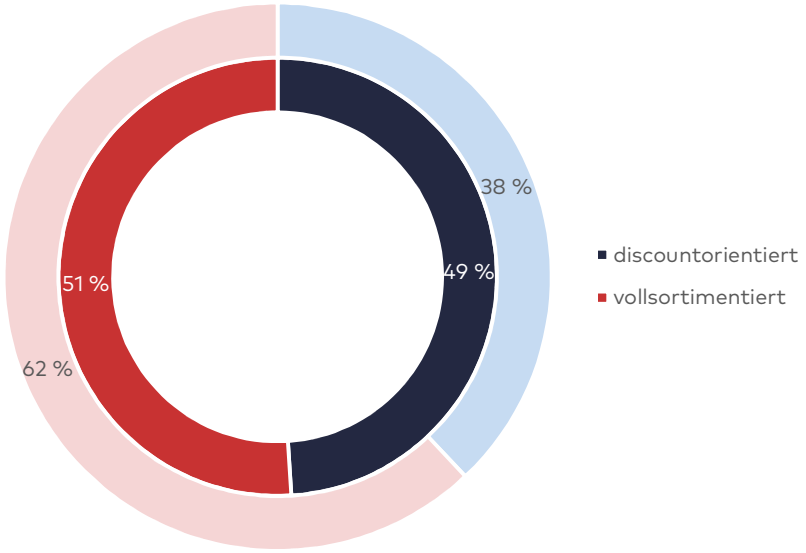


Abbildung 10: Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel Verbandsgemeinde Freinsheim im Vergleich zum Bundesdurchschnitt
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 07/2018, EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen; innerer Ring: Verbandsgemeinde Freinsheim; äußerer Ring: Bundesdurchschnitt.

Die Versorgung im Sortimentsbereich Drogeriewaren wird ausschließlich durch die oben genannten Lebensmittelmärkte (hier jedoch nur als Randsortiment) sichergestellt. Vier weitere Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Hauptsortiment sind Apotheken. Die Verkaufsflächenrelation und die Verkaufsflächenausstattung resultiert hier direkt aus den in der Verbandsgemeinde Freinsheim vorhandenen Anbietern im Sortimentsbereich Drogeriewaren.

Die quantitative Nahversorgungssituation der Verbandsgemeinde Freinsheim ist insbesondere aus den oben genannten Gründen als **unterdurchschnittlich** zu bezeichnen. Auch die qualitative Nahversorgungssituation bietet **Optimierungspotenzial** hinsichtlich des Marktauftritts einzelner Betriebe. Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung der quantitativen und qualitativen Nahversorgung finden sich in Kapitel 5.2.

Räumliche Nahversorgungssituation in Freinsheim

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden Lebensmittelmärkte ab 300 m² VKF dargestellt, da ab dieser Betriebsgröße i. d. R. ein ausreichendes Warensortiment – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – handelsseitig bereitgestellt werden kann. Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte durch Nahversorgungsradien von 500 m und 700 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet (siehe Abbildung 11). Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann dort von einer ausreichenden Nahversorgung ausgegangen werden.[22] In Gebieten außerhalb dieser gekennzeichneten Bereiche ist die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bewerten.

[22] Eine Luftlinienentfernung von 500 bis 700 m wird allgemein als Kriterium der Versorgungsqualität angenommen, da diese Entfernung einer Wegelänge von 700 bis 1.000 m bzw. einem Zeitaufwand von rd. 10 Gehminuten entspricht.

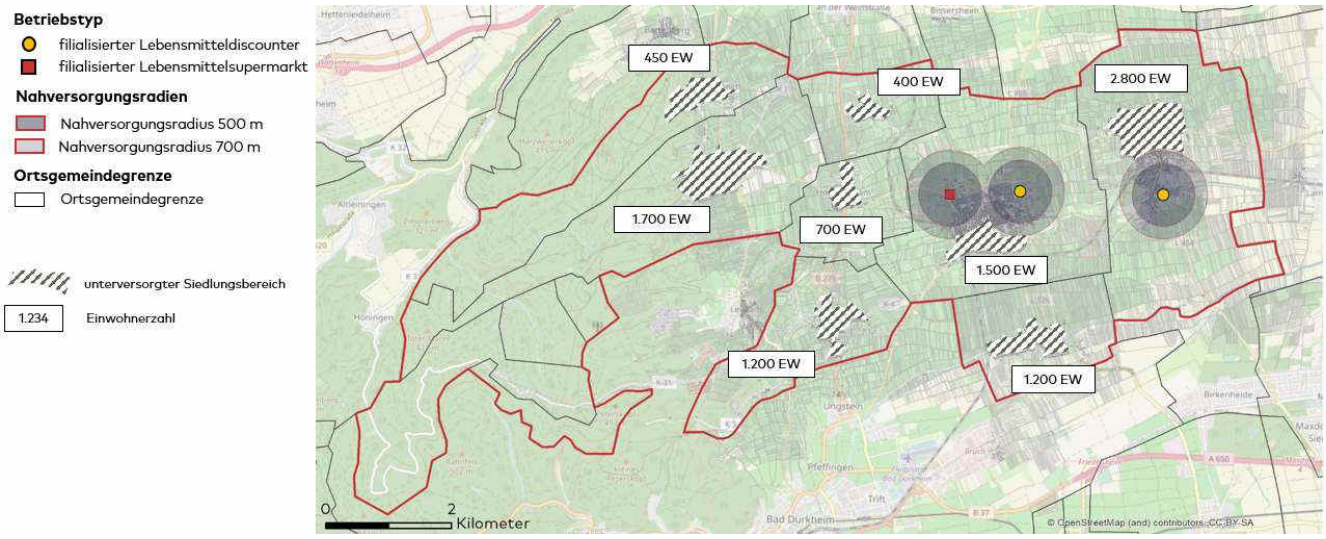


Abbildung 11: Räumliche Nahversorgungssituation in der Verbandsgemeinde Freinsheim

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 07/2018; Kartengrundlage: Verbandsgemeinde Freinsheim.

Abbildung 11 verdeutlicht, dass hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation in der Verbandsgemeinde ein gewisses **Optimierungspotenzial** zu erkennen ist: Insbesondere die folgenden Ortsgemeinden bzw. Siedlungsbereiche weisen keine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeiten durch den strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandel auf:

- Nördliches Siedlungsgebiet Weisenheim am Sand (rd. 2.800 Einwohner)
- Weisenheim am Berg (rd. 1.700 EW)
- Südliches Siedlungsgebiet Freinsheim (rd. 1.500 Einwohner)
- Erpolzheim (rd. 1.200 Einwohner)
- Kallstadt (rd. 1200 Einwohner)
- Herxheim am Berg (rd. 700 Einwohner)
- Bobenheim am Berg (rd. 450 Einwohner)
- Dackenheim (rd. 400 Einwohner)

Außerhalb der Kernsiedlungsbereiche der Stadt Freinsheim und Weisenheim am Sand sind in den siedlungsräumlich abgesetzten Ortsgemeinden aktuell keine strukturprägenden Nahversorgungsanbieter vorhanden. Für die Ansiedlung eines marktgängigen bzw. üblichen Lebensmittelmarktes ist allerdings in diesen Ortsgemeinden aus fachgutachterlicher Sicht keine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden. Es ist daher zu erwarten, dass diese dezentral gelegenen Ortsgemeinden durch die bestehenden Angebote in den Hauptsiedlungsbereichen von Freinsheim und Weisenheim am Sand sowie den näher gelegenen nördlich und südlich angrenzenden Kommunen mitversorgt werden.

Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung der quantitativen und qualitativen Nahversorgung finden sich in Kapitel 5.2.

3.7 ZWISCHENFAZIT

Hinsichtlich der Analyse der gesamtverbandsgemeindlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sind folgende wesentlichen Erkenntnisse festzuhalten, die im weiteren Verlauf als Grundlage für die Ableitung von konzeptionellen Handlungsansätzen zur Fortentwicklung der Zentren- und Standortstruktur in der Verbandsgemeinde Freinsheim dienen.

Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

- Die Stadt Freinsheim übernimmt als **Grundzentrum** in der Verbandsgemeinde Freinsheim die Versorgungsfunktion für 15.603 Einwohner im eigenen Verbandsgemeindegebiet (grundzentraler Kongruenzraum).
- Die Verbandsgemeinde Freinsheim ist in mehrere relativ kleine und **siedlungsräumlich voneinander abgesetzte Ortsgemeinden** gegliedert. In der Stadt Freinsheim als Sitz der Verbandsgemeindeverwaltung wohnen rd. 32 % der gesamten Einwohner.
- Die Verbandsgemeinde Freinsheim nimmt eine Lage in einem eher ländlich geprägten Raum ein, ist aber von mehreren leistungsstarken Mittelzentren (u. a. Bad Dürkheim, Frankenthal, Worms) sowie diversen Grundzentren in direkter Nachbarschaft (u. a. Lambsheim, Maxdorf) umgeben. Die nächsten Oberzentren (Ludwigshafen am Rhein, Mannheim und Kaiserslautern) sind in deutlich unter einer Stunde PKW-Fahrzeit zu erreichen. In Verbindung mit der angemessenen verkehrlichen Erreichbarkeit über die A 650 und B 37 ist von einem **überdurchschnittlichen Wettbewerbsumfeld** auszugehen.

Gesamtverbandsgemeindliche Nachfragesituation

- In der Verbandsgemeinde Freinsheim beträgt die gemittelte einzelhandelsrelevante **Kaufkraftkennziffer rd. 113** und liegt damit sowohl über dem Durchschnitt von Rheinland-Pfalz (rd. 99) als auch über dem Bundesdurchschnitt (= 100).

Gesamtverbandsgemeindliche Angebotssituation

- Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rd. 0,47 m² je Einwohner deutlich **unter dem Bundesdurchschnitt** von rd. 1,50 m² je Einwohner.
- Die Einzelhandelsbetriebe in der Verbandsgemeinde Freinsheim sind **überwiegend städtebaulich integriert**. Lediglich rd. 4 % der Verkaufsfläche ist in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet.
- Das Einzelhandelsangebot in der Verbandsgemeinde ist insgesamt hinsichtlich der Anzahl der Betriebe, der gesamtverbandsgemeindlichen Verkaufsfläche und der Verkaufsflächenausstattung als **unterdurchschnittlich** für eine Verbandsgemeinde mit einem Grundzentrum zu bewerten.
- Dies wird durch **eine niedrige Einzelhandelszentralität** von rd. 32 bestätigt, die je nach Warengruppe differenziert ausfällt.
- In den nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken sind mit Zentralitäten von rd. 53 bzw. rd. 35 **deutliche Kaufkraftabflüsse** in das Umland festzustellen.
- Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich sind mit einer Einzelhandelszentralität von rd. 14 bzw. rd. 13 ebenfalls **signifikante Kaufkraftabflüsse** in umliegende Kommunen zu verzeichnen.

Nahversorgungssituation

- Die quantitative Nahversorgungssituation ist in der Verbandsgemeinde Freinsheim mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,25 m² je Einwohner im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 0,02 m² im Bereich

Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken als deutlich **unterdurchschnittlich** zu bezeichnen.

- Die qualitative Nahversorgungssituation erscheint hinsichtlich der Vielfalt der Betriebsstrukturen (u. a. Supermarkt, Lebensmitteldiscounter) **optimierungsbedürftig**. Gleichzeitig bzw. prioritär besteht **Optimierungsbedarf** in Bezug auf die bestehenden Lebensmittelmärkte, die sich als nicht mehr vollumfänglich marktgängig bzgl. der Verkaufsflächenflächendimensionierung darstellen.
- Hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation ist in der Verbandsgemeinde Freinsheim **kein wesentliches Optimierungspotenzial** zu erkennen. Zwar ist in den siedlungsräumlich abgesetzten - v. a. östlichen - Ortsgemeinden außerhalb der Stadt Freinsheim und der Gemeinde Weisenheim am Sand keine fußläufige Versorgung durch marktübliche Lebensmittelmärkte möglich, allerdings verfügt auch keiner der Ortsgemeinden über eine ausreichende Mantelbevölkerung zur Ansiedlung gängiger Betriebstypen. Zudem bestehen für diese Ortsgemeinden nicht nur Versorgungsmöglichkeiten durch die Angebotsstrukturen des Grundzentrums Stadt Freinsheim und nachrangig der Ortsgemeinde Weisenheim am Sand, sondern insbesondere auch durch entsprechend Angebotsstrukturen in den angrenzenden nördlichen (z. B. Grünstadt) und südlichen (z. B. Bad Dürkheim) Kommunen, die teilweise schneller mit dem Kfz zu erreichen sind als das eigene Grundzentrum Stadt Freinsheim.

Handlungsbedarf ergibt sich darüber hinaus für die Sicherung und Weiterentwicklung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in der Verbandsgemeinde auf der einen Seite und der Sicherung des Stadtkerns von Freinsheim als soziale, wirtschaftliche und kulturelle Mitte der Verbandsgemeinde auf der anderen Seite. Der Einzelhandel kann als Frequenzbringer (jedoch nicht einziger) durch eine konsequente und zielführende bauleitplanerische Steuerung seinen Beitrag dazu leisten. Der Anspruch an eine entsprechende konzeptionelle Grundlage steigt dabei weiter. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund fortschreitender Konzentrations- und Filialisierungsprozesse, der Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel, dem Online-Handel, geänderten Konsumverhaltensmustern sowie dem Bedeutungsverlust von kleinstädtischen Einzelhandelsstrukturen.

Entsprechende Handlungs- und Lösungsansätze sind in den nachfolgenden Teilbausteinen des Einzelhandelskonzeptes sowohl aus funktionaler als auch aus städtebaulicher Sicht zu erarbeiten.

4 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse konkrete Instrumente zur konzeptionellen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vorgestellt werden können, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen für die Nahversorgung und die daraus resultierenden übergeordneten Entwicklungszielstellungen für die Verbandsgemeinde Freinsheim zu erarbeiten.

4.1 ABSATZWIRTSCHAFTLICHER ENTWICKLUNGSRAHMEN NAHVERSORGUNG

Die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für die Nahversorgung (Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken) dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Nahversorgungsentwicklungen. Im Entwicklungsrahmen werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht.

4.1.1 Vorbemerkung zum ermittelten Entwicklungsrahmen

Der nachfolgend vorgestellte Entwicklungsrahmen ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

- Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen kann und soll aufgrund seines mit Unsicherheiten behafteten Prognosecharakters grundsätzlich **keine „Grenze der Entwicklung"** (etwa als oberer Grenzwert) darstellen. Er ist vielmehr eine von mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels.
- Auch Vorhaben, die den absatzwirtschaftlich Entwicklungsrahmen **überschreiten**, können im Einzelfall zur gewünschten Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebotes beitragen, sofern sie mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Freinsheim korrespondieren. Dies kann der Fall sein, wenn eine Ansiedlung an einem Verbandsgemeindeentwicklungspolitisch gewünschten und konzeptionell konformen Standort (z. B. Stadtkern Freinsheim) erfolgen soll.
- Vorhaben, die diesen Zielen und dem vorliegenden Konzept jedoch nicht entsprechen und die sich aufgrund ihrer Dimensionierung nicht in den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen einfügen, können das städtebaulich präferierte Zentrum und weitere Standorte durch verhältnismäßig hohe **Umsatzumverteilungseffekte** im Einzelfall gefährden.
- Dies impliziert, dass der hier beschriebene absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen im engen Kontext mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen und dem Zentren- und Standortkonzept zu sehen ist. Erst im Kontext des **räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds** kann der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen zur Verfolgung Verbandsgemeindeentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind darüber hinaus Entwicklungsspielräume auch oberhalb der hier dargestellten Angaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb der Verbandsgemeinde Freinsheim gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial größtenteils neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

4.1.2 Methodik und Berechnung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs die vergangenen, gegenwärtigen und prognostizierten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie die versorgungsstrukturellen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Freinsheim werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt.

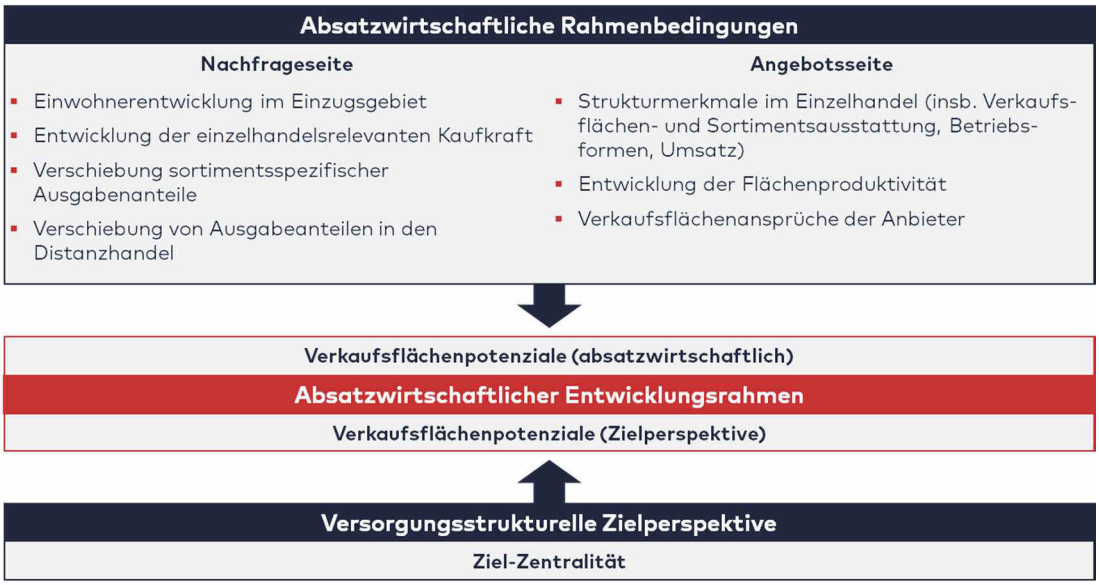


Abbildung 12: Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Landes- und Regionalplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in der Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren z. B. breit gefächerte Einzelhandelsangebote auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt die wohnstandortnahe Versorgung mit dem qualifizierten Grundbedarf zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag wird hier als so genannte Ziel-Zentralität aufgegriffen.

Im Folgenden werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für das **Prognosejahr 2023** einzeln erläutert.

Einwohnerentwicklung im Einzugsgebiet

Zur Untersuchung der zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Freinsheim werden Prognosedaten des Landkreises Bad Dürkheim sowie der Verbandsgemeinde Freinsheim zugrunde gelegt. Für die Ermittlung der Verkaufsflächenpotenziale wird ein gemittelter Wert der Prognosedaten (rd. -0,1 %) verwendet.

Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung sind insgesamt keine Impulse, aber auch keine deutlichen Einbußen im Hinblick auf das künftige einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial zu erwarten.

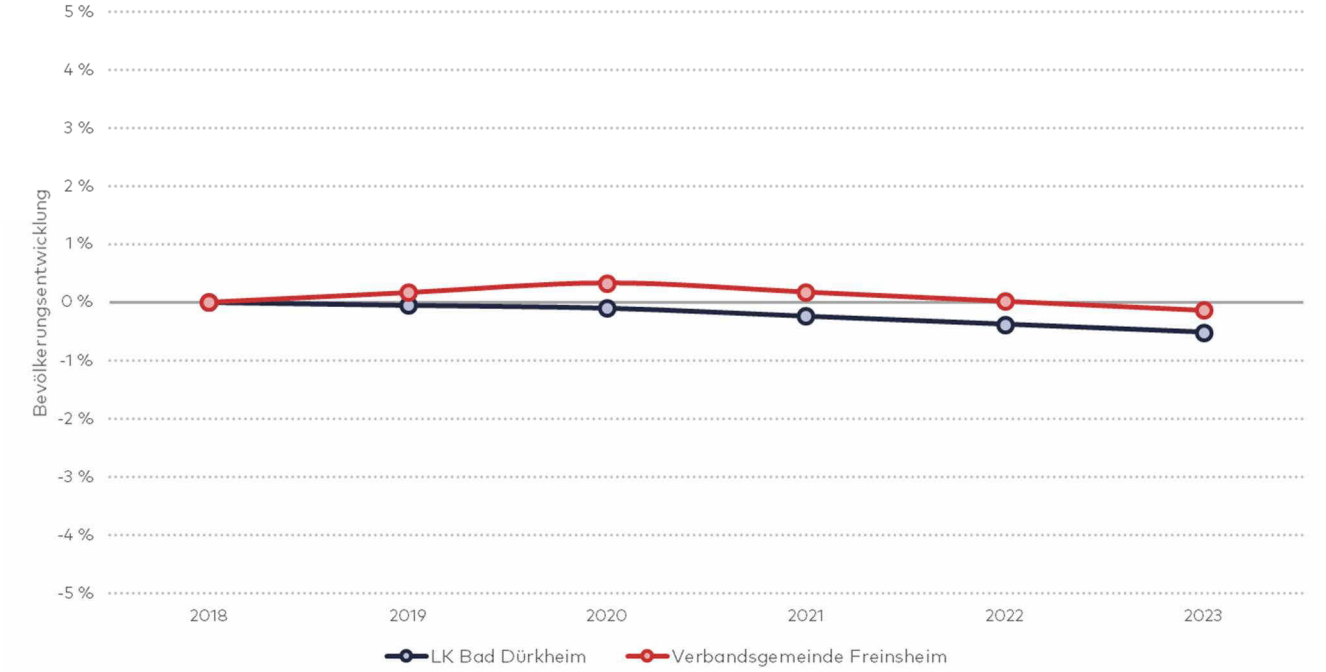


Abbildung 13: Einwohnerprognose für die Verbandsgemeinde Freinsheim
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Einwohnerprognose: siehe Legende.

Entgegen der aufgezeigten Prognosen geht die Verbandsgemeinde Freinsheim von einem positiven Bevölkerungszuwachs von rd. 600 – 700 Personen in den nächsten/kommenden fünf Jahren aus. Vor dem Hintergrund des bereits aktuell bestehenden Bevölkerungswachstums sowie der zusätzlichen Ausweisung von Bauplätzen ist nach Angaben der Verbandsgemeinde mit einer positiven Entwicklung zu rechnen.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Der Nettoumsatz im Einzelhandel stagnierte zwischen den Jahren 2000 und 2010 bei knapp über 400 Mrd. Euro pro Jahr. Seit etwa 2010 ist ein spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, sodass diese im Jahr 2017 bei rd. 512,8 Mrd. Euro liegen. Dies entspricht einem Wachstum von rd. 15 % in den letzten fünf Jahren. Im Gegensatz dazu sind die allgemeinen Konsumausgaben in den letzten fünf Jahren lediglich um rd. 12 % gestiegen. Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt nach deutlichen Rückgängen in den 2000er Jahren seit 2010 insgesamt relativ stabil bei rd. 31 %. Der spürbar gestiegene Einzelhandelsumsatz ist u. a. auf eine höhere Ausgabebereitschaft bei Lebensmitteln, hohen Umsatzsteigerungen im Online-Handel und auf das insgesamt positive Konsumklima der letzten Jahre zurückzuführen. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Nettoumsatz im Einzelhandel sowohl den stationären

als auch den Online-Einzelhandelsumsatz beschreibt. Die Online-Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. u.).

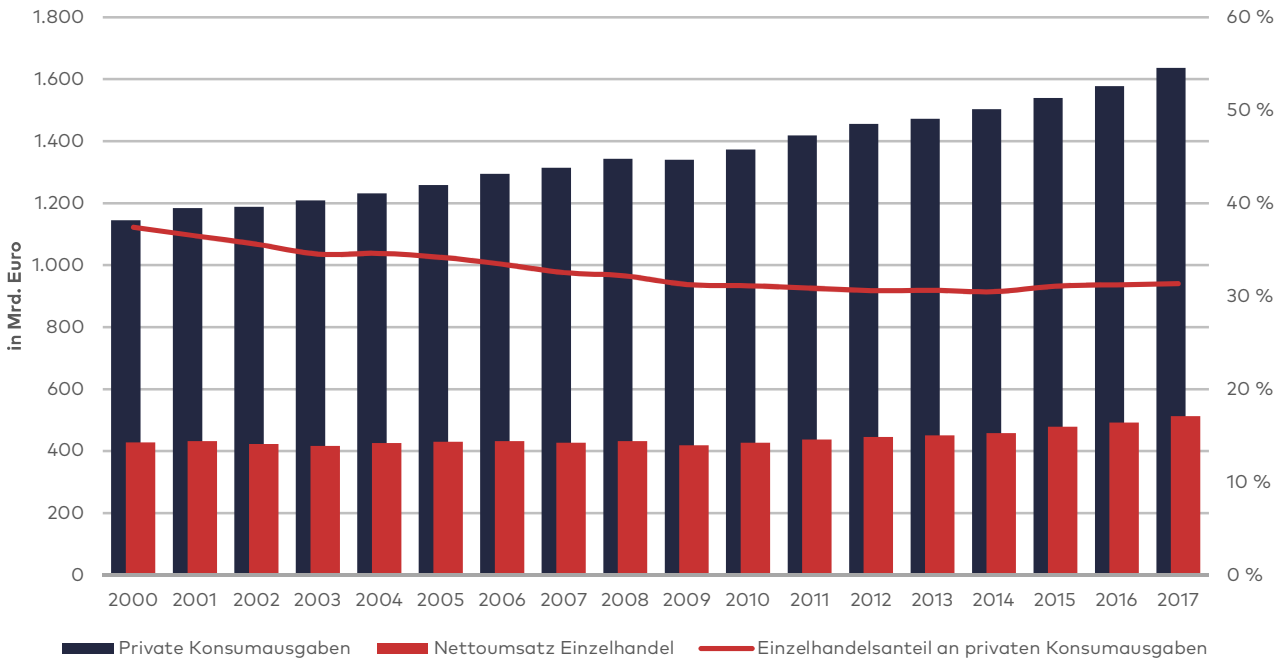


Abbildung 14: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

In der Summe ist somit eine moderate Steigerung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben zu verzeichnen. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts aktueller Unsicherheiten in der Entwicklung des stationären Einzelhandels nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens wird daher für die nächsten Jahre eine insgesamt stagnierende Entwicklung der stationär relevanten Kaufkraft mit sortimentsspezifischen Unterschieden angenommen. Für einzelne Sortimente ergeben sich allerdings deutliche Unterschiede: Während die stationär relevante Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel z. B. in den nächsten Jahren aufgrund der nur moderat zu erwartenden Steigerung des Online-Anteils, der Preisentwicklung sowie dem veränderten Konsumverhalten weiter deutlich ansteigt, ist insbesondere bei innenstadtaffinen Sortimenten (z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik) von einem weiteren Rückgang der stationär relevanten Kaufkraft (insb. aufgrund des weiter zunehmenden Online-Anteils) auszugehen.

Entwicklung der Flächenproduktivität

In der Zeit von 2000 bis 2014 war bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben zu beobachten. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, sodass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm. Das Verkaufsflächenwachstum hat sich in den letzten Jahren allerdings abgeschwächt. Eine Fortsetzung des Trends zum Verkaufsflächenwachstum ist nicht zuletzt aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels (s. u.) unwahrscheinlich. Der stationäre Einzelhandelsumsatz (und damit auch die Flächenproduktivität) ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat

sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. umgekehrt, sodass die Flächenproduktivität insgesamt in aktuell wieder ansteigt (vgl. Abbildung 15).

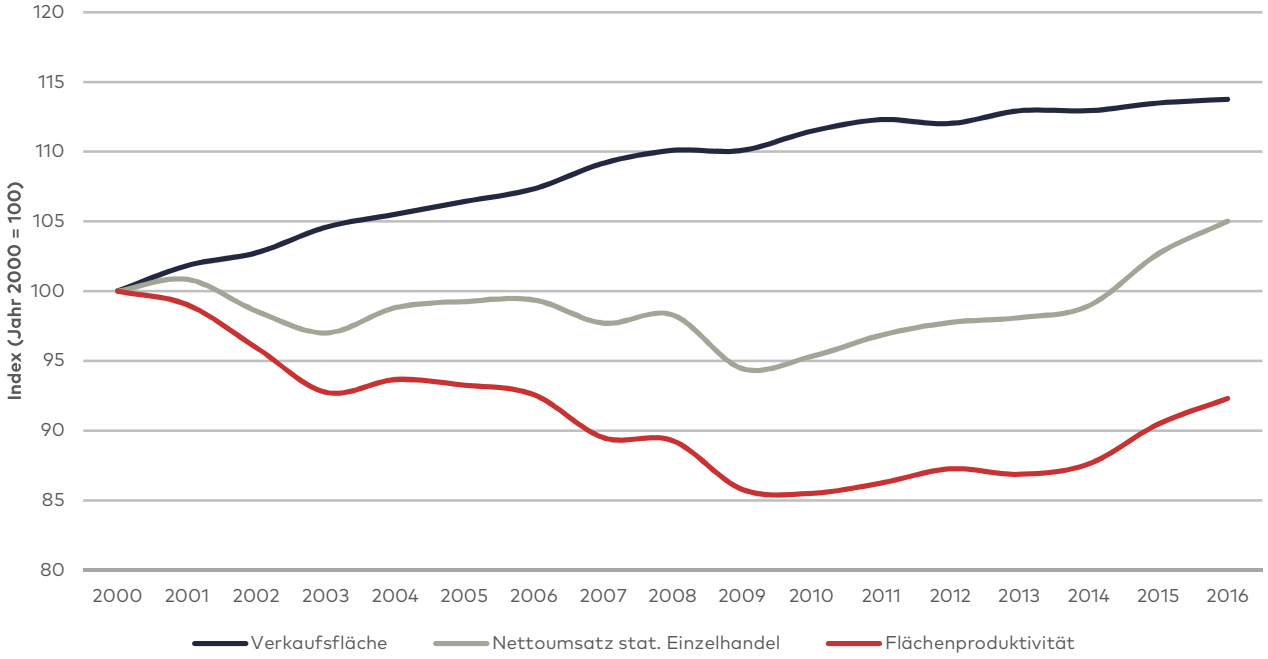


Abbildung 15: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Zukünftig kann daher von deutlichen Unterschieden bei der Entwicklung der Raumleistung ausgegangen werden. Dabei sind selbst in der gleichen Warengruppe je nach Betreiber gegensätzlichen Entwicklungen zu konstatieren.

Entwicklung des Online-Handels

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre stetig angewachsen ist. So wird für das Jahr 2018 im Online-Segment ein Einzelhandelsumsatz von rd. 53,4 Mio. Euro (rd. 10,2 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes) prognostiziert.

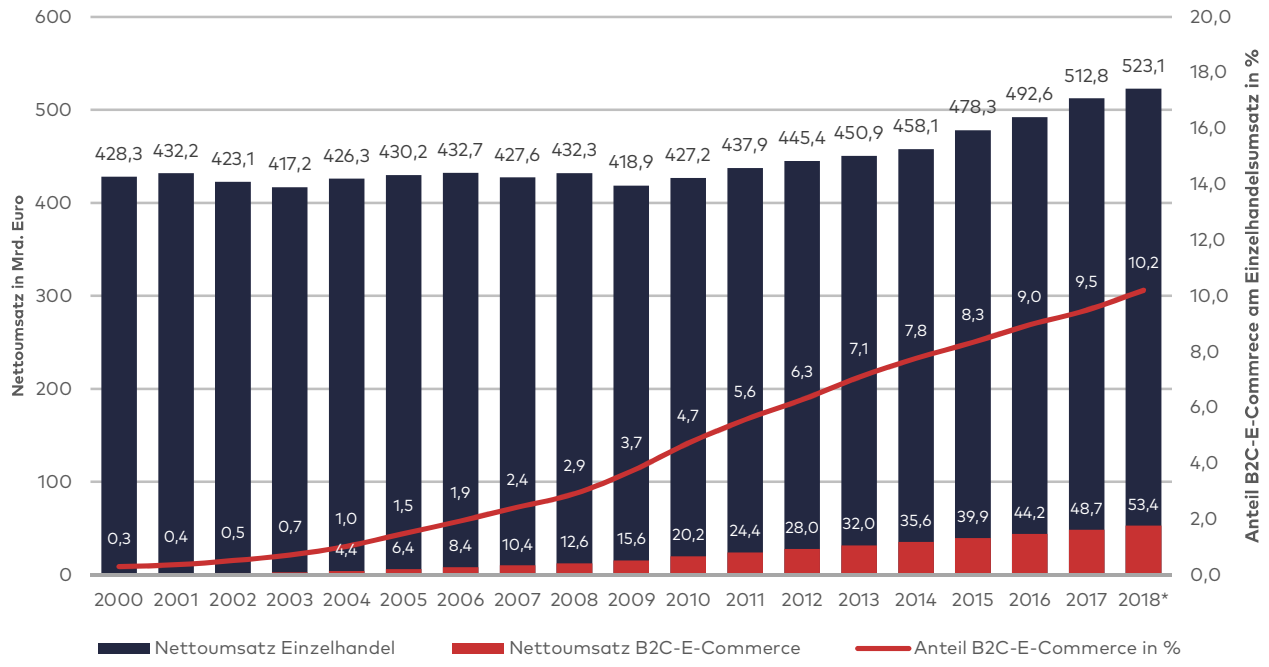


Abbildung 16: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); * Prognose.

Der Anteil ist sortimentsspezifisch allerding deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik nimmt der Online-Anteil am Gesamtumsatz im Einzelhandel stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente und im besonderen Maße innerstädtische Leitsortimente betroffen.

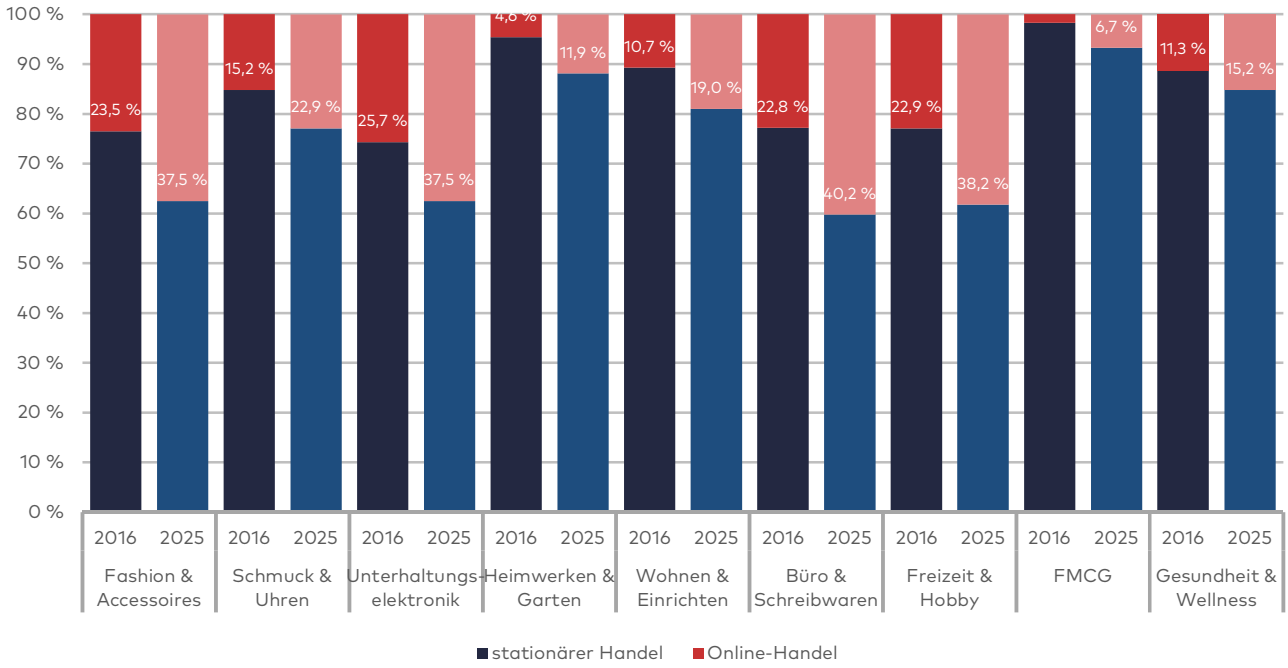


Abbildung 17: Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2016 und 2025 (Prognose)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Handelsverband Deutschland (HDE), IFH Retail Consultants GmbH 2017, BBSR 2017; Prognose: BBE/elaboratum; FCMG = Fast Moving Consumer Goods (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren).

Ob oder in welchem Maße dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist derzeit allerdings nicht präzise vorherzusagen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen davon aus, dass der Online-Anteil im Jahr 2025 je nach Sortiment zwischen rd. 6,7 % und rd. 40,2 % liegen wird.

Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen (Flächenangebot) und verkehrsseitigen (mikro- und makroräumliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) Aspekten in erster Linie absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Einwohnerentwicklung, Siedlungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um Kopplungseinkäufe zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

Ziel-Zentralität

Die heutige Einzelhandelszentralität der Verbandsgemeinde Freinsheim in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken beträgt rd. 53 bzw. 35. Für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches wird aus fachgutachterlicher Sicht eine Ziel-Zentralität von 95 verbandsgemeindeentwicklungspolitisch und hinsichtlich des landesplanerischen Versorgungsauftrages des Grundzentrums Stadt Freinsheim vor dem Hintergrund des ausgeprägten Wettbewerbsumfeldes in Kombination mit der deutlichen Ost-West-Ausdehnung der Verbandsgemeinde festgesetzt.

Aus der dargestellten sortimentsspezifischen Ziel-Zentralität (siehe Abbildung 18) ergeben sich verbandsgemeindeentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell begründbare Entwicklungspotenziale für die betrachteten nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken.

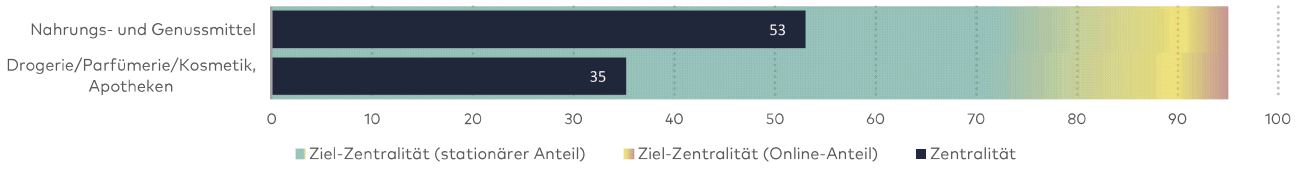


Abbildung 18: Sortimentsspezifische Zentralität und Ziel-Zentralität
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel.

Zusammenfassung der relevanten Rahmenbedingungen

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der für den zu ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zugrunde gelegten Parameter ist Tabelle 8 zu entnehmen.

Tabelle 8: Relevanten Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen der Verbandsgemeinde Freinsheim

Rahmenbedingung	Impuls	Entwicklungsperspektive für die Verbandsgemeinde Freinsheim bis 2023
Demografische Entwicklung	→	stagnierende Einwohnerentwicklung bei zunehmend höherem Anteil älterer Menschen
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft	→	moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)
Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der Anbieter	↑	leichte Impulse bei Filialisten insbesondere im periodischen Bedarfsbereich
Entwicklung der Flächenproduktivität	→	insgesamt stagnierend bis leicht zunehmend mit deutlichen sortimentsspezifischen Unterschieden
Online-Handel	↓	konstant steigender Online-Anteil mit deutlichen sortimentsspezifischen Unterschieden
Versorgungsauftrag (Ziel-Zentralität)	↑	sortimentsspezifische Entwicklungspotenziale für die betrachteten nahversorgungsrelevanten Warengruppen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

4.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für die Verbandsgemeinde Freinsheim

Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie der sortimentsspezifischen Ziel-Zentralitäten der nahversorgungsrelevanten Warengruppen ergeben sich für die Verbandsgemeinde Freinsheim bis 2023 absatzwirtschaftliche Entwicklungspotenziale, die in der Tabelle 9 in qualitativer Form dargestellt werden.

Tabelle 9: Verkaufsflächenpotenziale für die Verbandsgemeinde Freinsheim bis 2023

Warengruppe	Arrondierungsspielraum	Fachgeschäft	kleiner Fachmarkt	großer Fachmarkt
Nahrungs- und Genussmittel	■	■	■	■
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	■	■	■	□

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; ■ = absatzwirtschaftliches Potenzial vorhanden; □ = kein absatzwirtschaftliches Potenzial vorhanden.

Unterschieden wird nach den Ansiedlungsfällen „Fachgeschäft", „kleiner Fachmarkt" und „großer Fachmarkt". Während bei einem **Fachgeschäft** i. d. R. eine sortimentsspezifische Verkaufsfläche von 50 bis 100 m² (z. B. Lebensmittelhandwerk, Lebensmittelfachgeschäft, Dorfladen) angenommen wird, so ist bei einem **kleinen Fachmarkt** i. d. R. je nach Warengruppe von einer sortimentsspezifischen Verkaufsfläche von 600 m² (z. B. Drogeriefachmarkt) bis 800 m² (z. B. kleiner Lebensmitteldiscounter) auszugehen. **Große Fachmärkte** bezeichnen im Bereich der beiden untersuchten nahversorgungsrelevanten Sortimente Betriebe ab einer Verkaufsfläche von 800 m² (z. B. große Lebensmitteldiscounter, Supermärkte).

Die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale verdeutlicht Entwicklungsspielräume in beiden nahversorgungsrelevanten Warengruppen. In der Verbandsgemeinde Freinsheim übernimmt die Stadt Freinsheim als Grundzentrum eine Versorgungsfunktion im Bereich des qualifizierten Grundbedarfs. Dieser Aufgabe wird die Stadt Freinsheim aktuell aufgrund der niedrigen Ausstattungskennwerte der Verbandsgemeinde im kurzfristigen Bedarfsbereich nicht gerecht.

Die vorhandenen Verkaufsflächenpotenziale im Sortimentsbereich **Nahrungs- und Genussmittel** sollten daher zur Fortentwicklung der bestehenden Nahversorgungsstrukturen und ggf. zur Ansiedlung neuer Lebensmittelmärkte an verbandsgemeindeentwicklungspolitisch und konzeptionell gewünschten Standorten genutzt werden. Die Verkaufsflächenpotenziale im Bereich **Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheke** könnten zur Ansiedlung eines kleinen Drogeriefachmarktes genutzt werden.

Gleichwohl sei an dieser Stelle vor dem Hintergrund der Siedlungsstruktur der Verbandsgemeinde mit einer starken Ost-West-Ausdehnung des Verbandsgemeindegebiets und der Lage des Grundzentrums Stadt Freinsheim im östlichen Bereich der Verbandsgemeinde darauf verwiesen, dass aus fachgutachterlicher Sicht eine Umsetzung der aller rechnerischen Potenziale nur bedingt zur Verbesserung der Nahversorgung in den westlichen Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde Freinsheim beitragen kann.

Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die Prognosewerte **keine „Grenze der Entwicklung"** darstellen, sondern vielmehr als Orientierungswert verstanden werden. Auch Vorhaben, die das absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungspotenzial überschreiten, können ggf. zur Verbesserung des gesamtverbandsgemeindlichen Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Freinsheim korrespondieren und sie an verbandsgemeindeentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

4.2 ÜBERGEORDNETE ENTWICKLUNGSZIELSTELLUNGEN FÜR DIE VERBANDSGEMEINDE FREINSHEIM

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Verbandsgemeinde Freinsheim bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte, übergeordnete Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung angestrebt werden:

1. **Stärkung der grundzentralen Funktion:** Sicherung und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion der Grundzentrums Stadt Freinsheim in der Verbandsgemeinde Freinsheim im Sinne einer Ausschöpfung absatzwirtschaftlicher Potenziale der nahversorgungsrelevanten Warengruppen.
2. **Sicherung und Stärkung der Nahversorgung:** Gewährleistung einer wohnortnahen Grundversorgung durch bedarfsgerechte Weiterentwicklung des Nahversorgungsangebotes an konzeptionell sinnvollen Standorten. Gleichzeitig Sicherung der kleinteiligen Nahversorgungsstrukturen in der Freinsheimer Innenstadt und in den Ortgemeinden steilen.
3. **Bereitstellung von Ergänzungsstandorten:** Bereitstellung von Flächen für den großflächigen nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel im Grundzentrum Freinsheim. Gleichzeitig restriktiver Umgang bei Ansiedlung von Betrieben mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment und Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe.

Abbildung 19 veranschaulicht zusammenfassend die übergeordneten Entwicklungszielstellungen für die Verbandsgemeinde Freinsheim.

1. Ziel:

Stärkung der grundzentralen Funktion

- Erhalt und Stärkung der Grundversorgungsfunktion des Grundzentrums Stadt Freinsheim für die VG Freinsheim
- Sinnvolle und tragfähige Ausschöpfung der absatzwirtschaftlichen Potenziale in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen

2. Ziel:

Sicherung und Stärkung der Nahversorgung

- Nahversorgungsangebot an Bestandsstandorten sichern und weiterentwickeln
- Ergänzung und Ausbau des Nahversorgungsangebots an konzeptionell erwünschten Standorten im Rahmen der Potenziale
- Sicherung der kleinteiligen Nahversorgungsstrukturen Innenstadt Freinsheim und in den Ortsgemeinden

3. Ziel:

Bereitstellung von Ergänzungsstandorten

- Stadt Freinsheim: Flächen für den großflächigen, nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel
- Restriktive Handhabung innenstadtrelevanter (Rand-)Sortimente
- Schädliche Auswirkungen auf Freinsheimer Innenstadt und Nahversorgung vermeiden
- Sicherung der Gewerbegebiete für Handwerk + produzierendes Gewerbe

Abbildung 19: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Freinsheim
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Zwischen diesen jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, sodass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet. Vor diesem Hintergrund erfolgt in den nächsten Schritten eine räumliche und inhaltliche Konkretisierung der übergeordneten Entwicklungszielstellungen im Form eines Zentren- und Standortkonzeptes, einer Liste innenstadtrelevanter und innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente (Sortimentsliste für Freinsheim) sowie in Form von bei Standortfragen anzuwendenden Ansiedlungsleitsätze.

5 Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Freinsheim

Aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse und abgeleitet aus den Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung werden im Folgenden ein Zentren- und Standortkonzept, eine Liste innenstadt- und innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sowie die bei Standortanfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze für die Verbandsgemeinde Freinsheim entwickelt.

5.1 ZENTRENKONZEPT

Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzeptes ist die räumliche und funktionale Festlegung der zu empfehlenden künftigen zentralen Versorgungsbereiche für die Verbandsgemeinde Freinsheim. Die hierbei zugrunde zulegenden Kriterien werden in Kapitel 3.5 detailliert vorgestellt.

5.1.1 Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von zentralen Versorgungsbereichen

Die Innenstädte und Ortszentren sowie die Nebenzentren und Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Zentrale Versorgungsbereiche bilden die essentielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB. Darüber hinaus sieht § 5 Abs. 2 BauGB vor, dass im Flächennutzungsplan die Ausstattung des Gemeindegebiets mit zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden kann, um Einzelhandelskonzepten als informelles Planungsinstrument stärkeres rechtliches Gewicht zu verleihen. Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG) eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen

Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition im Bundesland Rheinland-Pfalz ergibt sich, je nach Größe und Struktur einer Kommune, ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum (siehe Abbildung 20), einem Nebenzentrum (bzw. Stadtteilzentren) sowie Bestandsstandorten Nahversorgung (inkl. ggf. perspektivische Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Verbandsgemeindegebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtverbandsgemeindliche Standortsystem.

Abbildung 20: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die einzelnen Zentrentypen unterscheiden sich hinsichtlich der Tiefe und der Breite der Versorgungsfunktion:[23]

1. **Innenstadt-/Ortszentren** verfügen über einen großen Einzugsbereich (i. d. R. gesamtes Stadtgebiet & weiteres Umland) und bieten regelmäßig ein breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.
2. **Neben-/Stadtteilzentren** verfügen über einen mittleren Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Stadtteile größerer Städte) und bieten regelmäßig ein größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen (ggf. auch langfristigen) Bedarfsbereiches an.
3. **Bestandsstandorte Nahversorgung** sind in städtebaulich integrierten Lagen verortet und verfügen über einen kleineren Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Ortsgemeinde bzw. mehrere Ortsgemeinden) und bieten insbesondere ein nahversorgungsrelevantes Angebot sowie teil-

[23] Vgl. Kuschnerus/Bischopink/Wirth 2018, S. 101.

weise, dann jedoch deutlich nachgeordnet, Waren des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an. Die **Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung** sind perspektivische **Bestandsstandorte Nahversorgung**, die im Kontext einer sinnvollen Ergänzung der Nahversorgungsstrukturen (v.a. Lebensmittelnahversorgung) im Rahmen der konzeptionellen Zentrenhierarchie entsprechend entwickelt werden können.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.[24]

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Verbandsgemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungs-funktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.[25]

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen.[26]

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt.[27]

EIN ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH IST EIN

- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
- eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung – häufig ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote – geprägt ist.

[24] Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.
[25] Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.
[26] Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.
[27] Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.[28]

In der Planungspraxis ist die Beurteilung, ob bestimmte Lagen noch als zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Grund- oder Nahversorgungszentrums einzustufen sind zuweilen überaus anspruchsvoll. Regelmäßig ergeben sich Streitfälle bei zwar städtebaulich integrierten Bereichen mit einer historischen Zentrenfunktion, die aber nur über eine eingeschränkte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus verfügen. Standortbereiche, die nicht über eine ausreichende Größe und ein Spektrum von Waren und Dienstleistungen sowie keinen marktgängigen Lebensmittelmarkt verfügen, können gemäß aktueller Rechtsprechung keine zentrale Versorgungsfunktion in größeren Städten übernehmen und sind somit bei fehlender Entwicklungsperspektive (z. B. in Form konkreter Potenzialflächen) nicht als zentraler Versorgungsbereich einzustufen.[29]

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Abbildung 21 veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Bestandsstruktur hinausgeht.

[28] Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

[29] Vgl. OVG NRW Urteil 15. Februar 2012 – AZ: 10 A 1770/09.

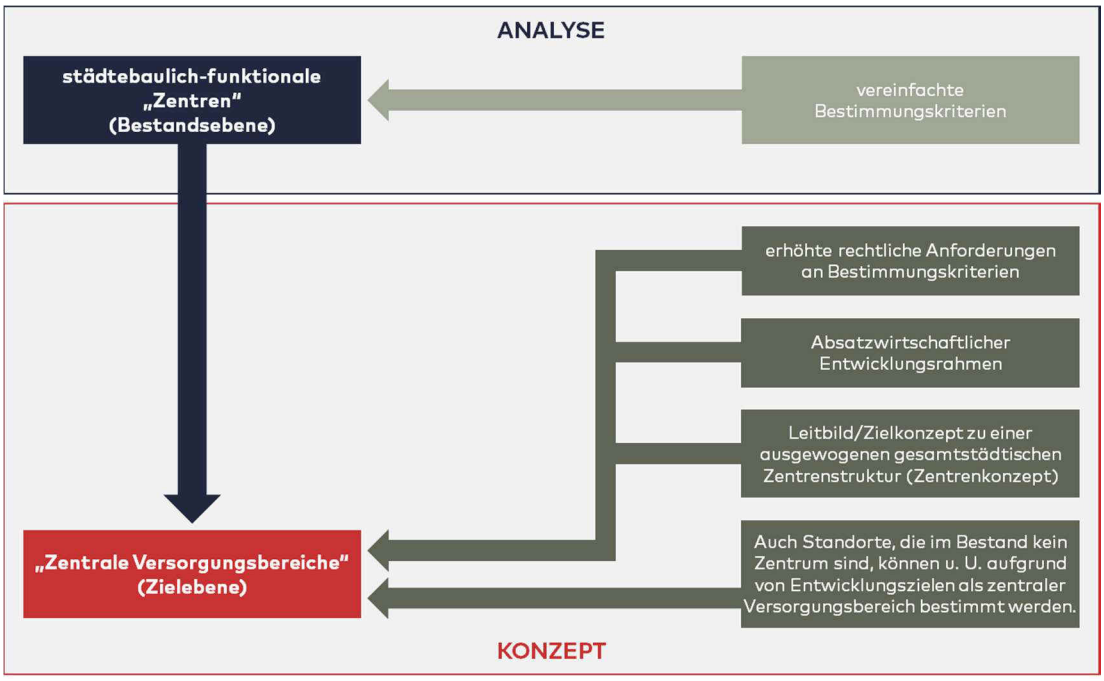


Abbildung 21: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:

FESTLEGUNGSKRITERIEN FÜR ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

Aspekte des Einzelhandels

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).

Sonstige Aspekte

- Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.),
- städtebauliche Gestaltung und Dichte, Verbandsgemeindehistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums,
- integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets,
- verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen,
- ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche

Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.[30]

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches als Ganzem beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.[31]

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),
- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten oder
- wenn potentielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

5.1.2 Zentrenstruktur in der Verbandsgemeinde Freinsheim

Im Rahmen des Einzelhandelskonzepts wurde überprüft, inwieweit das Stadtzentrum Freinsheim sowie der Ortskern von Weisenheim am Sand oder andere Standortbereiche in der Gemeinde die rechtlichen Standortanforderungen zur Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich erfüllen. Die hierbei zugrunde zu legenden Festlegungskriterien wurden im vorangegangenen Kapitel 5.1.1 detailliert vorgestellt. In der Verbandsgemeinde Freinsheim wird jedoch keine Ausweisung eines Einzelhandelsstandorts/-agglomeration als zentraler Versorgungsbereich empfohlen. Idealtypischer Weise wird das Stadtzentrum als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen, ggf. ergänzt durch weitere zentrale Versorgungsbereiche in hierarchischer Abstufung (z.B. Neben- und Nahversorgungszentren). In der Stadt Freinsheim, der größten Kommune in der Verbandsgemeinde und zudem als Grundzentrum ausgewiesen, weist der Stadtkern jedoch nicht die Voraus-

[30] Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG NRW bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07).

[31] Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

setzungen auf, die seitens der Gesetzgebung und Rechtsprechung für die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs formuliert werden (siehe voranstehende Auswirkung sowie Kapitel 1.2).

- Eine Leitfunktion des Einzelhandels ist aufgrund des sehr geringen Einzelhandelangebots im Stadtkern von Freinsheim nicht erkennbar. Die geringe Betriebsanzahl, das geringe Warenspektrum und die geringe Branchenvielfalt entsprechen nicht den seitens der Rechtsprechung formulierten Anforderungen eines zentralen Versorgungsbereichs.
- Das vorhandene Angebot im historischen Stadtzentrum übernimmt keine ausreichende Versorgungsfunktion für Stadt Freinsheim sowie die Verbandsgemeinde Freinsheim.
- Die Nutzungsmischung und - dichte (neben Einzelhandel auch ergänzende öffentliche und private Einrichtungen) sind in der Stadt Freinsheim jedoch gut ausgeprägt. Der Fokus ergänzender Einrichtungen liegt in Freinsheim vor allem im Bereich Gastronomie.

Andere Voraussetzungen, wie die städtebauliche Gestaltung und Dichte, die integrierte Lage sowie die verkehrliche Erreichbarkeit und Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz sind für das historische Stadtzentrum von Freinsheim zwar gegeben, jedoch allein für sich gestellt nicht für die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs ausreichend. Aufgrund der historisch bedingten Kleinteiligkeit der Bausubstanz sind zudem keine Potenzialflächen im Stadtkern erkennbar, die eine Entwicklungsperspektive für einen potenziellen zentralen Versorgungsbereich realistisch erscheinen lassen.

Weitere Einzelhandelsstandorte/-agglomerationen in der Verbandsgemeinde Freinsheim können vor dem Hintergrund der formulierten Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich ebenfalls nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden. Obschon der Standort Ortskern Weisenheim am Sand gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelssicht zu bewertende Agglomeration erkennen lässt, weist der Standort nicht die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf.

Die Ortskerne der weiteren Ortsgemeinden können aus den gleichen Gründen wie die oben genannten Gründe beim Stadtkern Freinsheim sowie Ortskern Weisenheim am Sand nicht als zentraler Versorgungsbereich definiert werden.

Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass der Stadtkern von Freinsheim und der Ortskern von Weisenheim am Sand durchaus gewissen Versorgungsfunktionen übernehmen können bzw. diese aktuell auch übernehmen, wenngleich sie nur in wenigen Versorgungsfunktionen über den unmittelbaren Nahbereich ausstrahlen.

Angesichts dessen wird empfohlen, die angesprochenen Nahversorgungsstandorte für den strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandel zu sichern bzw. als Bestandsstandorte Nahversorgung auszuweisen, um vorhandene Standorte ggf. im Rahmen der Zulässigkeiten des LEP IV Rheinland-Pfalz weiter zu entwickeln. Demnach werden drei Standortbereiche bestehender Lebensmittelmärkte, denen aufgrund ihrer Lage und der zuordenbaren Bevölkerung eine hohe Nahversorgungsfunktion zukommt und welche eine mittel- bis langfristige Standortperspektive aufweisen, als Bestandsstandorte Nahversorgung ausgewiesen. Sofern

perspektivisch im Rahmen einer geplanten Standortsicherung die Verlagerung eines Betriebes aus seinem Bestandsstandort Nahversorgung notwendig erscheint, ist neben dem grundsätzlichen Nachweis der städtebaulichen und landesplanerischen Verträglichkeit des Vorhabens zu prüfen, ob der geplante Standort die Funktion des bestehenden Bestandsstandorts Nahversorgung im Sinne des Einzelhandelskonzepts der Verbandsgemeinde Freinsheim übernehmen kann. Falls dies positiv beschieden werden kann, wäre eine Verlagerung konzeptionell im Rahmen des Ziels der Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung in der Verbandsgemeinde Freinsheim gedeckt; die Ausweisung des Altstandorts als Bestandsstandorts Nahversorgung wäre zu prüfen und ggf. aufzuheben.

Zusätzlich zu den drei bestehenden Bestandsstandorten Nahversorgung wird perspektivisch ein weiterer Standort als Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung zur Sicherung der Nahversorgung in der Verbandsgemeinde bzw. in der Ortsgemeinde Weisenheim am Sand empfohlen (s. Kapitel 5.2.2). Die Nahversorgungsstandorte und der Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung sollen der langfristigen Sicherung und geordneten Weiterentwicklung und Ergänzung der wohnortnahen Nahversorgung in der Verbandsgemeinde Freinsheim dienen.

Zur Herleitung und Begründung der drei Bestandsstandorte Nahversorgung und des perspektivischen Versorgungsbereichs Lebensmittelnahversorgung sei auf das nachfolgende Kapitel 5.2 verwiesen.

5.1.3 Stadtkern Freinsheim

Der Stadtkern Freinsheim ist hinsichtlich eines Anteils von 13 % (rd. 1.300 m²) an der Gesamtverkaufsfläche der Verbandsgemeinde Freinsheim der größte städtebaulich integrierte Geschäftsbereich der Verbandsgemeinde. Dieser weist städtebauliche Zentrenmerkmale wie z. B. eine gewisse städtebauliche Dichte, Nutzungsmischung und urbanes Leben auf. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des Stadtkerns Freinsheim findet sich in Kapitel 3.5.

Räumliche Ausprägung und Bestandsstrukturen

Der Stadtkern erstreckt sich im Wesentlichen um den Bereich entlang der Hauptstraße sowie in Teilen entlang der Herrenstraße und Breitenstraße. Durch die Ost-West-Ausdehnung ergeben sich grundsätzlich zwei Standortbereiche, die über die Hauptachse, die in Ost-West-Richtung verlaufende Hauptstraße miteinander verbunden sind. Allerdings besteht zwischen den beiden Standortbereichen nur ein stark eingeschränkter funktionaler Zusammenhang. Im Südwesten orientiert sich die Abgrenzung an der Bahnhofstraße und schließt damit die Verbandsgemeindeverwaltung mit in die Begrenzung ein. Im Südosten bildet die ringförmig verlaufende Straße Am Guten Brunnen die Grenze in diese Richtung. Der nördliche Abschluss verläuft parallel oberhalb der Hauptstraße und wird im östlichen Standortbereich durch das 1. Eisentor, ein Teil der in der Stadt Freinsheim erhaltenen Stadtmauer begrenzt. Das Ortsbild und vor allem auch der Stadtkern sind durch die gut erhaltene Stadtmauer geprägt, welche den historischen Kern der Stadt rund um den Marktplatz auf einer Länge von ca. 1,3 km umgibt.

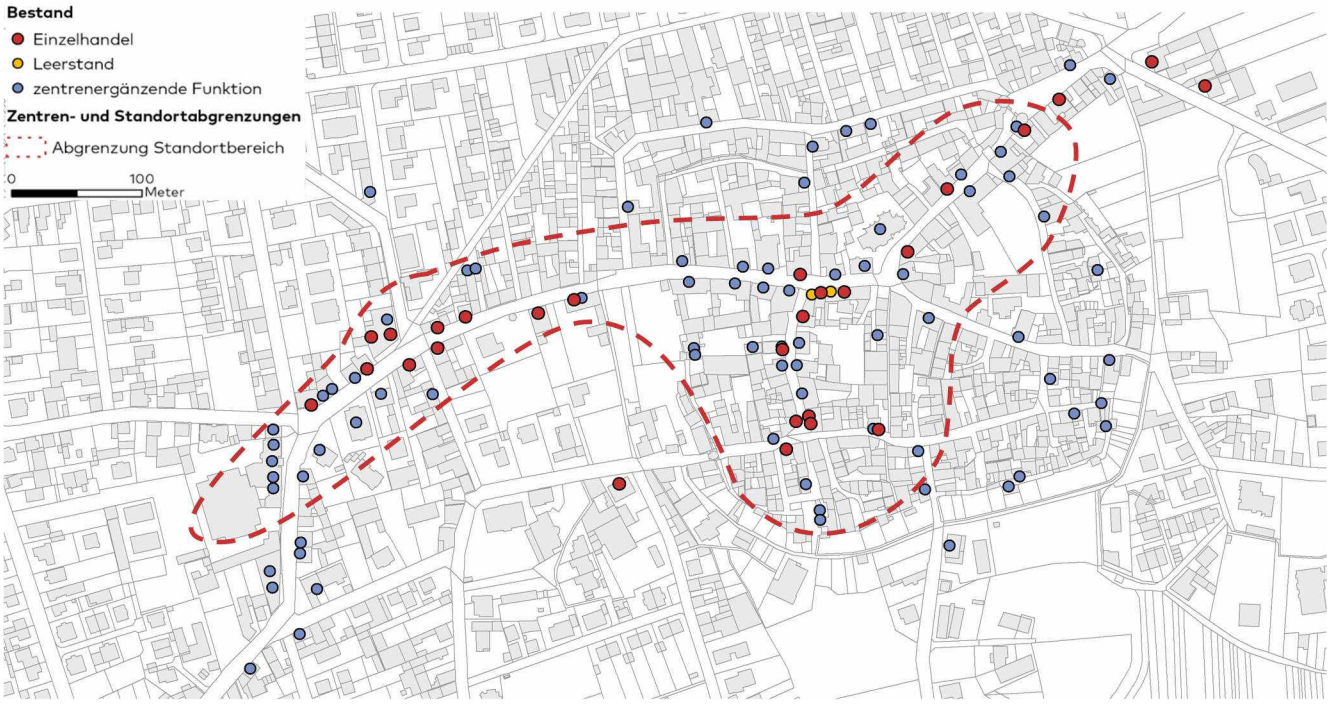


Abbildung 22: Räumliche Abgrenzung des Stadtkerns Freinsheim

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/20184; Kartengrundlage: Verbandsgemeinde Freinsheim.

Neben fehlenden Magnetbetrieben, welche dem Stadtkern auch als Frequenzbringer dienen würden, sind zudem keine Potenzialflächen für großformatige Einzelhandelsbetriebe im Stadtkern verfügbar.

Im Kreuzungsbereich Hauptstraße/Breitenstraße bildet sich der touristische Schwerpunkt der Stadt heraus, welcher sich überwiegend in der hohen Anzahl an Gastronomiebetriebe widerspiegelt. Im Gegensatz zur hohen Zahl an zentrenergänzenden Funktionen ist das Einzelhandelsangebot v. a. im nahversorgungsrelevanten Bereich als unterdurchschnittlich zu bewerten. Aufgrund fehlender Ankernutzungen sind die Passantenfrequenzen auf einem relativ geringen Niveau. Die Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels im historischen Stadtkern liegen insbesondere in den Potenzialen, die sich aus dem Tourismus ergeben.

Im westlichen Bereich des Stadtkerns überwiegen Nahversorgungsstrukturen sowie Dienstleistungsbetriebe, zudem ist dort durch den Sitz der Verbandsgemeinde ein Verwaltungsschwerpunkt auszumachen.

Der Einzelhandel trägt im gesamten Stadtkern ergänzend neben den übrigen Zentrenfunktionen, hier insbesondere aus dem gastronomischen Bereich und Verwaltungseinrichtungen, zum Besucheraufkommen bei; er trägt somit zu einer vitalen kulturellen, handwerks- und dienstleistungsbezogenen und speziell einer gastronomischen Nutzungsvielfalt bei. Als historischer, touristischer und vielfältiger Mittelpunkt der Stadt soll der Stadtkern Freinsheim die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung der Stadt weiter fördern.

ENTWICKLUNGSZIELE UND EMPFEHLUNGEN: STADTKERN FREINSHEIM

- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der Möglichkeiten
- Städtebauliche Rahmenbedingungen des privaten und öffentlichen Raums weiter aufwerten – Aufenthaltsqualität weiter erhöhen
- Leerstände oder leerfallende Betriebseinheiten: Flächenzusammenlegung prüfen, ansprechende Gestaltung der (leerstehenden) Ladenlokale
- Weitere Qualifizierung und Quantifizierung des Angebots mit Schwerpunkt auf der Nahversorgung sowie dem touristischen Potenzial im historischen Stadtkern – folglich auch Erhaltung und Stärkung der zentrenergänzenden gastronomischen Funktionen
- Keine zusätzlichen kleinteiligen Einzelhandelsstrukturen außerhalb des Stadtkerns
- **Zielperspektive:** Nahversorgung, Aufenthaltsqualität, Tourismus, gastronomische Angebote

Flächenzusammenlegung

Die Entwicklungsziele umfassen auch die Empfehlung zur Prüfung von Möglichkeiten zur Flächenzusammenlegung von getrennten Ladenlokalen. Der Stadtkern in Freinsheim ist geprägt durch überwiegend kleinteilige Verkaufsflächengrößen der einzelnen Ladenlokale. Aktuelle Betriebskonzepte fragen regelmäßig deutlich größere Ladenflächen nach. Um hier marktadäquate und moderne Verkaufsflächeneinheiten zu schaffen und somit den Stadtkern entsprechend der ausgesprochenen Empfehlungen nachhaltig zu stärken, sollte das Zusammenlegen von Ladenlokalen geprüft und umgesetzt werden. Infolge dieser Maßnahmen sind größere Ladeneinheiten für gängige Filialkonzepte nutzbar. Voraussetzung ist jedoch eine Sensibilisierung von Immobilieneigentümern von geeigneten Objekten. Die Verbandsgemeindeverwaltung selbst kann in solchen Prozessen lediglich unterstützend steuernd und ggf. moderierend tätig sein.

Als Beispiel für eine erfolgreiche Flächenzusammenlegung sei auf zwei in der nachfolgenden Abbildung dargestellten Projekte aus der Gemeinde Plauen verwiesen. Dort sind jeweils zwei zuvor getrennte Ladenflächen zusammengelegt worden, sodass ein zusammenhängendes größeres Ladenlokal entstanden ist. Ersichtlich wird, dass eine Flächenzusammenlegung sowohl von nebeneinander als auch hintereinander gelegenen Verkaufsräumen erfolgen kann.

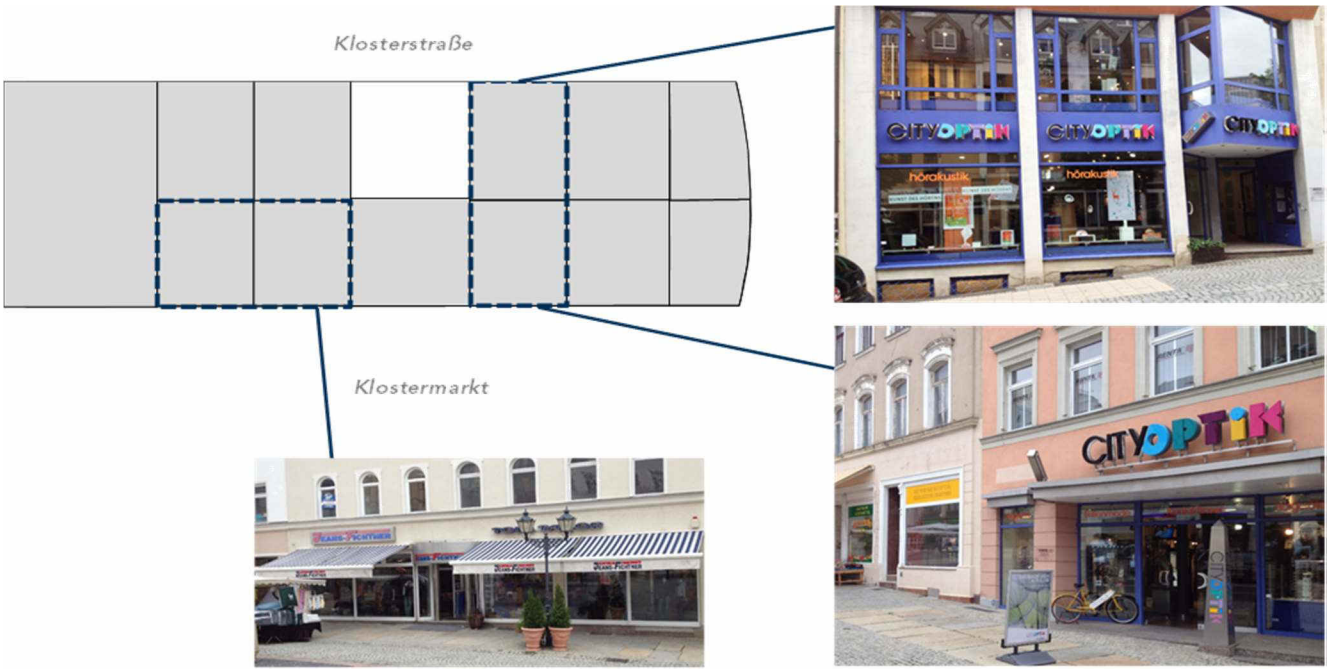


Abbildung 23: Beispiele für Flächenzusammenlegungen aus der Verbandsgemeinde Plauen
Quelle: Darstellung und Fotos Stadt + Handel.

Etablierung von Kompetenz-Ankerpunkten

Neben dem Einzelhandel spielen auch die zentrenergänzenden Funktionen als Frequenzbringer eine wichtige Rolle für die Funktionsvielfalt des Stadtkerns, in Freinsheim insbesondere gastronomische und touristische Nutzungen. Es sollte daher auf die Sicherung bereits bestehender zentrenergänzender Funktionen sowie die gezielte Neuansiedlung solcher Funktionen, wie z. B. Gastronomie, Unterkunftsmöglichkeiten aber auch weitere Dienstleistungsbetriebe (z. B. Ärzte) im Stadtkern hingewirkt werden. Für den Stadtkern in Freinsheim empfiehlt sich zudem die Etablierung von Ankerpunkten an denen Einzelhandel, Dienstleistungen und weitere Funktionen eine gebündelte Angebotskompetenz aufweisen. Beispiele hierfür sind z. B. Einzelhandelsbetriebe mit regionalspezifischen Produkten und gastronomischen Angeboten. Auch im gesundheitsorientierten Bereich bietet sich die Etablierung von Kompetenz-Ankerpunkten an – gerade vor dem Hintergrund des demografischen Wandels. So ist z. B. die Kombination aus verschiedenen Ärzten, einer Apotheke, altengerechtem Wohnen sowie Einzelhandelsbetrieben wie Sanitätshäusern und Anbietern von Reformwaren eine zukunftsfähige Form, den Stadtkern belebt zu halten. Ein etablierter „Gesundheitscluster" kann entscheidend höhere Besucherfrequenzen erzeugen als die einzelnen Betriebe für sich alleine.

Leerstands- und Flächenmanagement

Für die Belebung des Stadtkerns bietet sich die Etablierung eines Leerstands- und Flächenmanagements an, um Einzelhandelsbetriebe gezielt im zentralen Versorgungsbereich anzusiedeln und in die „gewachsenen Lagen" zu lenken. Ein zentraler „Kümmerer", z. B. ein Citymanagement, sollte die eindeutige Anlaufstelle zur Vermittlung verfügbarer Geschäftsflächen sein. Dabei steht das gleichzeitige Anstreben des gewünschten Branchenmixes im Vordergrund, d. h. neben dem quantitativen Ziel zur Verringerung der Leerstandsquote spielt auch das qualitatives Ziel zur Steuerung des Branchenmixes (ähnlich wie das Management eines Shopping-

Centers) eine große Rolle. Nachstehende Abbildung zeigt den idealtypischen Ablauf eines Ladenflächenmanagements.

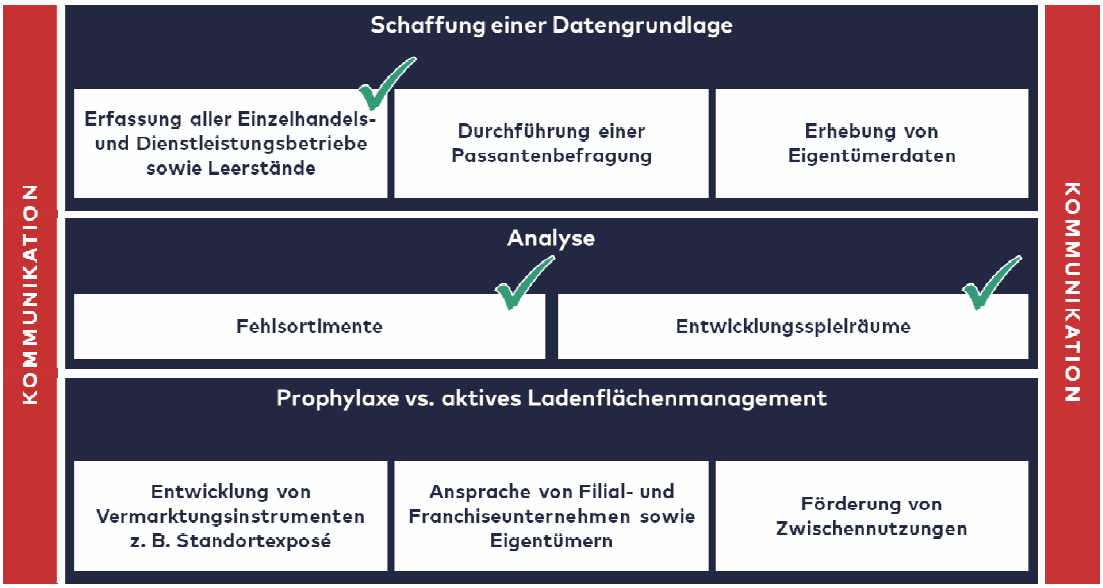


Abbildung 24: Idealtypischer Ablauf eines Ladenflächenmanagements
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ✓ = bereits im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes erfolgt.

Ein Ladenflächenmanagement gliedert sich in vier Stufen. Die erste Stufe besteht in der Schaffung einer Datengrundlage, durch die Erfassung aller Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sowie Leerstände (Anschrift, Verkaufsfläche). Darüber hinaus sollten nach Möglichkeit auch Eigentümerdaten, Vertragslaufzeiten und weitere Daten (z. B. Schaufensterlänge, Nebenräume) ergänzt werden. Zusätzlich können Ergebnisse von Passantenbefragungen berücksichtigt werden.

Im zweiten Schritt werden die erhobenen Daten analysiert und in einer umfassenden Flächendatenbank zusammengeführt. Diese Flächendatenbank und weitere Auswertungen zur räumlichen Umsetzung von Einzelhandelsansiedlungen und zu fehlenden Sortiment bilden das zukünftige Handwerkszeug, um auf Betreiberanfragen zielgerichtet reagieren zu können.

Im Fokus der dritten Stufe steht die Prophylaxe und aktive Beseitigung von Leerständen, durch die Entwicklung von Vermarktungsinstrumenten und die gezielte Ansprache potenzieller Handelsunternehmen und Immobilieneigentümer. Durch die Akquirierung von Zwischennutzungen (die im Idealfall über reine Schaufensterdekoration hinausgehen) können sonst leerstehende Immobilien ggf. in ihrem Wert stabilisiert und gleichzeitig das direkte Umfeld attraktiv gehalten werden.

Der vierte Baustein der Kommunikation sollte begleitend stattfinden. Zum einen ist eine gezielte Pressearbeit nach außen zu empfehlen. Zum anderen sollte nach innen die Kooperation und Kommunikation am Standort durch regelmäßige Treffen gestärkt werden. Ein weiterer Schwerpunkt bildet auch hier die Beratung von Immobilieneigentümern zur Vermarktung ihrer Ladenlokale bzw. zur Sensibilisierung für mögliche Flächenzusammenlegungen.

Durch das nun vorliegende Einzelhandelskonzept und die in diesem Rahmen durchgeführten empirischen Bausteine (Einzelhandelsbestandserhebung, Händlergespräch) und Analysen (absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen) liegen in Freinsheim bereits wichtige Daten für die Einrichtung eines Ladenflächenmanagements vor.

Im Rahmen eines Ladenflächenmanagements sollte auch die Sicherung und Stärkung der Vielfalt an kleinen Fachgeschäften im Stadtkern im Fokus liegen. Gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer und ggf. weiteren Akteuren können unter Zuhilfenahme eines professionellen Coachings insbesondere folgende Aspekte bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben thematisiert und optimiert werden:

- Inhabernachfolge
- Warenpräsentation/Schaufenstergestaltung/Marketing
- Zwischenfinanzierung
- bautechnische/architektonische Beratung der Eigentümer zum Umbau bzw. Zusammenlegung von Ladenlokalen

Diese qualifizierenden Maßnahmen dienen der mittel- bis langfristigen Bestandsicherung der bestehenden Einzelhandelsbetriebe und somit der Sicherung der Angebotsvielfalt im Stadtkern.

5.2 NAHVERSORGUNGSKONZEPT

Vor dem Hintergrund der Absenz eines klassischen zentralen Versorgungsbereichs i. S. eines Innenstadtzentrums in der Verbandsgemeinde Freinsheim werden nachfolgend Nahversorgungsstandorte empfohlen, denen jeweils eine spezifische Versorgungsfunktion im Rahmen der wohnortnahen Nahversorgung und i. S. der grundzentralen Versorgungsfunktion der Verbandsgemeinde Freinsheim zukommt.

Aufgrund der hohen Bedeutung von Angeboten des täglichen Bedarfs werden nachfolgend die Nahversorgungsstrukturen in der Verbandsgemeinde Freinsheim analysiert und darauf aufbauend allgemeine Entwicklungsziele erarbeitet. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung, insbesondere in den Wohngebieten, flächendeckend gewährleistet werden kann.

In diesem Zusammenhang wird in der Verbandsgemeinde Freinsheim die Ausweisung von drei Standortbereichen als Bestandsstandort Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive empfohlen:

- Bestandsstandort Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive **Herxheimer Straße** (Stadt Freinsheim)
- Bestandsstandort Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive **Weisenheimer Straße** (Stadt Freinsheim)
- Bestandsstandort Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive **Almenweg** (Ortsgemeinde Weisenheim am Sand)

Neben den drei Bestandsstandorten Nahversorgung wird für die Ortsgemeinde Weisenheim am Sand die Ausweisung von einem der drei nachfolgend aufgelisteten Standortbereiche als **perspektivischer Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung** zur Fortentwicklung der Nahversorgung in Weisenheim am Sand empfohlen:

- Standortbereich **Schafweideweg**
- Standortbereich **Obstmarkt**
- Standortbereich **ehemaliger Standort Nutzkauf**

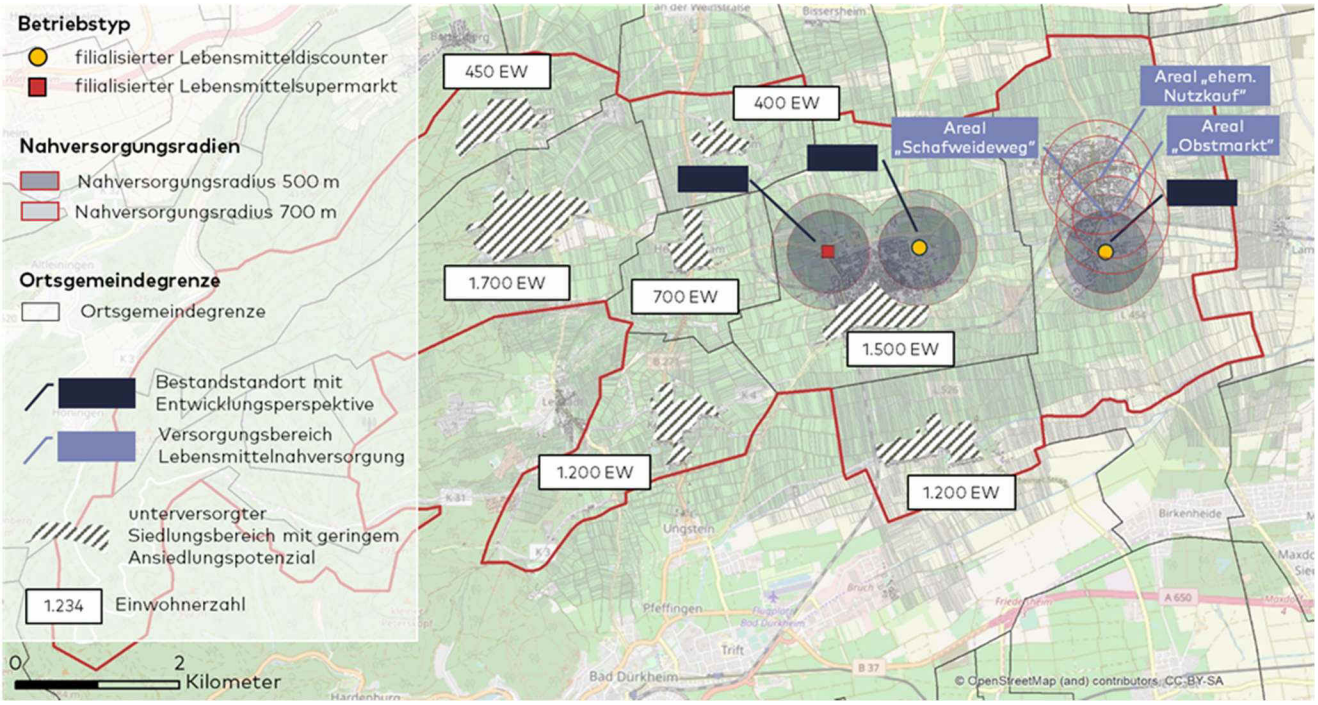


Abbildung 25: Nahversorgungsstandortkonzept
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage OpenStreetMap

Die Empfehlung zur Ausweisung dieser Nahversorgungsstandorte soll den Zielen der übergeordneten Entwicklungszielstellung (siehe Kapitel 4.2), im speziellen Ziel 2., der Sicherung und Stärkung der Nahversorgung, für die Verbandsgemeinde Freinsheim dienen.

Die drei Bestandsstandorte Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive sollen der langfristigen Sicherung und geordneten Weiterentwicklung der wohnortnahen Nahversorgung in der Stadt Freinsheim, der Ortsgemeinde Weisenheim am Sand und auch der Verbandsgemeinde Freinsheim dienen. Mit der Ausweisung von einem der drei aufgelisteten Standortbereiche Schafweideweg, Obstmarkt oder ehemaliger Nutzkauf als **perspektivischer Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung** wird ein Potenzialstandort für die Ansiedlung eines die Angebotsstrukturen der Nahversorgung in Weisenheim am Sand ergänzenden Lebensmittelvollsortimenter (s. u.) aufgezeigt. Alle drei aufgelisteten Standortbereiche stellen einen im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzepts und den konzeptionellen Zielstellungen des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzepts entsprechenden Potenzialstandort dar. In der Ortsgemeinde Weisenheim am Sand (4.396 Einwohner) ist aktuell kein Lebensmittelvollsortimenter angesiedelt, so dass die Entwicklung von einem der drei genannten Standortbereiche durch einen Lebensmittelvollsortimenter eine sinnvolle Ergänzung zum bestehenden Lebensmitteldiscounter am Bestandsstandort Lebensmittelnahversorgung Almenweg darstellen könnte und dadurch die Nahversorgung in Weisenheim am Sand grundlegend verbessern könnte (unter Berücksichtigung des Nachweises der städtebaulichen und landesplanerischen Verträglichkeit, s. hierzu Ausführungen in Kapitel 5.2.2).

Die gezielte Ausweisung der Bestandsstandorte Nahversorgung bzw. eines Versorgungsbereichs Lebensmittelnahversorgung und die nähere planerische Befassung mit diesen tragen begünstigend dazu bei, die Nahversorgung in der Verbandsgemeinde Freinsheim – trotz Absenz eines zentralen Versorgungsbereichs

– dauerhaft zu sichern sowie gezielt und nachfragegerecht weiterzuentwickeln. Neben den drei empfohlenen Bestandsstandorten Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive sowie dem perspektivischen Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung sind aktuell vor dem Hintergrund der gegebenen Siedlungsstrukturen keine alternativen oder zusätzlichen Standorte erkennbar, welche als Nahversorgungsstandorte berücksichtigt werden könnten[32].

5.2.1 Versorgungskriterien und Standorttypen der Nahversorgung

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgung für die Bevölkerung der Verbandsgemeinde Freinsheim ist die Steuerung von nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsstrukturen ein wichtiger Teilaspekt des Einzelhandelskonzepts. Ein effektives, konsistentes, städtebaulich zielführendes und gleichzeitig die Markterfordernisse berücksichtigendes Nahversorgungskonzept ist allerdings auf ein entsprechend ausdifferenziertes Standortmodell angewiesen, das im Folgenden vorgestellt werden soll. Die hier definierten Standorttypen der Nahversorgung ergeben sich dabei überwiegend aus den jeweiligen Versorgungskriterien.

Versorgungskriterien der Nahversorgung

Um die Versorgungsqualität und die **räumliche Erreichbarkeit** der Angebote zu verdeutlichen, wird eine Gehzeit von rd. 10 min bzw. eine fußläufige Entfernung von 700 bis 1.000 m als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung angenommen. In der nachfolgenden Analyse der Nahversorgungsstruktur sind die Nahbereiche der filialisierten Lebensmittelmärkte durch Radien von 500 m und 700 m Luftlinie um den Angebotsstandort herum gekennzeichnet. Sofern Siedlungsbereiche innerhalb eines solchen Radius liegen, kann dort von einer ausreichenden fußläufigen Nahversorgung ausgegangen werden. In Gebieten außerhalb dieser gekennzeichneten Bereiche ist die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bewerten.
Diese generalisierte Luftlinienentfernung entspricht allerdings lediglich einer Annäherung an die realen Bedingungen vor Ort. In Abhängigkeit von der Dichte der Wohnbebauung, topografischen Gegebenheiten, städtebaulichen/naturräumlichen Barrieren, dem Verlauf der Fußwegenetze sowie dem Wettbewerbsumfeld sollte für die einzelfallbezogene Betrachtung ein an den örtlichen Gegebenheiten orientierter **situativer Nahbereich** abgegrenzt werden, der sich an den oben genannten Faktoren orientiert.

Für Freinsheim ist die generalisierte Darstellung der Nahversorgungsradien daher lediglich als erste Einschätzungshilfe zu verstehen. So kann z. B. auch die Ausweisung eines deutlich über den **wohnungsnahen Bereich** (rd. 10 min Gehzeit) hinausgehenden Nahbereiches in begründeten Ausnahmefällen zielführend sein, um bislang und auch zukünftig dauerhaft unterversorgte Siedlungslagen (z. B. aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung) einzuschließen, die im Einzugsbereich des Vorhabenbetriebs liegen. Solche **wohnortnahen Bereiche** umfassen i. d. R. bis zu 10 min Fahrzeit mit dem Fahrrad oder annähernd 2 km Radfahrdistanz und orientieren sich an siedlungsräumlichen Zusammenhängen, Radwegenetzen sowie städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren.

[32] Dieser Sachverhalt kann sich je nach veränderter Ausgangslage perspektivisch verändern, berücksichtig jedoch insbesondere die rahmengebenden landes- und regionalplanerischen Vorgaben (s. auch Kapitel 1.2).

In die Analyse der räumlichen Nahversorgungsstruktur werden alle filialisierten Lebensmittelmärkte mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel und mehr als 400 m² Verkaufsfläche eingestellt. Es wird zudem zwischen den Betriebstypen SB-Warenhaus/Verbrauchermarkt, Supermarkt und Lebensmitteldiscounter unterschieden.

Weitere konzeptionelle Empfehlungen leiten sich aus den **quantitativen und qualitativen Versorgungskriterien** ab, die u. a. folgende Aspekte berücksichtigen können:

- Verkaufsfläche in m²
- Zentralität
- Verkaufsflächenausstattung (in m² je Einwohner)
- Verkaufsflächenanteile nach Lagebereich (ZVB, sonstige städtebaulich integrierte Lage, städtebaulich nicht integrierte Lage)
- Betriebstypenmix
- Verkaufsflächenrelation nach Betriebstyp
- Verkaufsflächenausstattung (in m² je Einwohner) nach Betriebstyp

Auch diese Qualitätskriterien wurden bei der Ausweisung von Standorttypen und Entwicklungszielen der Nahversorgung berücksichtigt. So kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmitteldiscounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einer Ortsgemeinde verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (leichter) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale in der betrachteten Ortsgemeinde einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern[33].

5.2.2 Bestandsstandorte Nahversorgung und Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung

In der Verbandsgemeinde Freinsheim wird zur langfristigen Sicherung und der geordneten Weiterentwicklung und Ergänzung der wohnortnahen Versorgung die Ausweisung von Bestandsstandorten Nahversorgung und eines perspektivischen Versorgungsbereichs Lebensmittelnahversorgung als gebietsscharfe Abgrenzung vorgesehen[34]. In den Bestandsstandorten Nahversorgung und im Versorgungsbereichen Lebensmittelnahversorgung soll zukünftig die Ansiedlung und Entwicklung von Nahversorgungsbetrieben (auch großflächigen) mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittelmärkte) zur Versorgung des umliegenden Gebiets möglich sein. Als Bestandsstandorte Nahversorgung und Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung werden die nachstehenden Standortbereiche geprüft.

- Standortbereich Herxheimer Straße
- Standortbereich Weisenheimer Straße

[33] Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.

[34] Die potenziell als Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung geeigneten Standortbereiche sind zwischen der Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd (SGD Süd) sowie der Verbandsgemeinde abgestimmt.

- Standortbereich Almenweg
- Standortbereich Schafweideweg
- Standortbereich Obstmarkt
- Standortbereich ehem. Nutzkauf

Die Bestandsstandorte Nahversorgung und des perspektivischen Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung in Weisenheim am Sand beschränken sich auf die Aufgabe der Nahversorgung der näheren und weiteren Umgebung. Die Ausweisung der Standortbereiche basiert auf der Bestandsanalyse im Rahmen der Konzepterstellung. Es ist perspektivisch möglich, weitere Standortbereiche im Zuge sinnvoller Planvorhaben als Bestandsstandorte Nahversorgung oder Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung auszuweisen. Die räumlichen Festlegungen der Bestandsstandorte Nahversorgung und des perspektivischen Versorgungsbereichs Lebensmittelnahversorgung sollen grundsätzlich den Raum definieren, in welchem sich die Nahversorgungsstrukturen entwickeln sollen. Je nach Marktentwicklung sowie Flächen- und Grundstücksverfügbarkeit ist eine flexible Anpassung der räumlichen Abgrenzung i. S. des Nahversorgungskonzepts zu prüfen und ggf. möglich. In zu prüfenden Einzelfällen kann ggf. die Verlagerung bzw. Verschiebung eines Bestandsstandort Nahversorgung an einen vergleichbaren, der wohnortnahen Nahversorgung dienenden Standort i. S. des Nahversorgungskonzepts sinnvoll sein. Dazu müssen, wie auch für die Ausweisung der Bestandsstandorte Nahversorgung im vorliegenden Konzept, die nachfolgendend aufgeführten Voraussetzungen erfüllt werden.

KRITERIEN FÜR BESTANDSSTANDORTE NAHVERSORGUNG

- Der Standort ist **städtebaulich integriert**, d. h. von mindestens zwei (besser drei) Seiten von Wohnbebauung umgeben und fußläufig erreichbar. **(Integrationsgebot)**[35]
- Der Standort trägt wesentlich zur Sicherung und/oder Optimierung der Nahversorgung bei:
  - **räumliche Nahversorgungsfunktion**: Die aktuelle Versorgungsfunktion geht über den unmittelbaren Nahbereich hinaus.
  - **Quantitative/qualitative Nahversorgung**: Der Standortbereich verfügt aktuell über mindestens einen größeren Nahversorgungsbetrieb.
- Der Standort ist in das **Netz des ÖPNV** eingebunden (d. h. es befindet sich ein regelmäßig frequentierter Haltepunkt des ÖPNV in unmittelbarer Nähe, mindestens jedoch in 300 m Entfernung).
- Der Standort verfügt über **räumliches Entwicklungspotenzial,** d. h. es stehen Flächen für Bestandserweiterungen oder Neuansiedlungen zur Verfügung.

Der perspektivische **Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung** in Weisenheim am Sand (nur einer der drei möglichen Standortbereiche) wird ebenfalls entsprechend der vorgenannten Kriterien ausgewiesen. Der Unterschied liegt in der Betrachtung des Integrationsgebotes. Versorgungsbereiche befinden sich in städtebaulichen Randlagen, erfüllen ansonsten aber die Kriterien der Bestandsstandorte Nahversorgung und stellen somit eine sinnvolle oder stadtentwicklungspolitisch gewollte Ergänzung des Nahversorgungsangebotes in der Verbandsgemeinde Freinsheim dar.

[35] Z 58 LEP IV Rheinland-Pfalz

Im Folgenden werden die Standorte mit strukturprägenden Nahversorgungsbetrieben überprüft, bewertet und gegebenenfalls als Bestandsstandorte Nahversorgung ausgewiesen. Entsprechend werden die drei Standortbereiche, welche grundsätzlich als perspektivischer Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung in Weisenheim am Sand dienen können, geprüft und bewertet. Die Bewertung der einzelnen Kriterien erfolgt in Anlehnung an die dargestellte Ampel-Systematik. Eine „grüne Ampel" zeigt eine positive Bewertung an, eine „rote Ampel" hingegen eine negative Bewertung. Eine uneindeutige Bewertung wird durch eine „gelbe Ampel" dargestellt. Die Bewertungskriterien werden im Folgenden näher erläutert.

Standortbereich Herxheimer Straße (Edeka)

Der Standortbereich Herxheimer Straße (Edeka) ist als noch städtebaulich integriert zu bewerten, er weist zwar eine siedlungsräumliche Randlage auf, diese ist jedoch durch die Siedlungsstruktur sowie den historischen Ortskern bedingt ist. Der Standort liegt am westlichen Rand des zentralen Siedlungsgebietes der Stadt Freinsheim und übernimmt eine Versorgungsfunktion für diesen Bereich und über den unmittelbaren Nahbereich hinaus für die gesamte Stadt bzw. Verbandsgemeinde Freinsheim - insbesondere im vollsortimentierten Segment, da der Standortbereich mit einem Edeka Markt den einzigen Lebensmittelvollsortimenter in der gesamten Verbandsgemeinde darstellt. Die Entfernung zum südöstlich gelegenen historischen Ortskern der Stadt Freinsheim beträgt rd. 1,2 km.

Die verkehrliche Erschließung erfolgt für den MIV über die Herxheimer Straße bzw. die L522 und ist als sehr gut zu bewerten. Eine direkte Anbindung an den ÖPNV in einem 300 m Radius besteht in diesem Bereich nicht und ist deshalb optimierungsbedürftig. Die nächstgelegene Bushaltestelle befindet sich am Raiffeisenplatz in 750 m Entfernung. Der Standort ist darüber hinaus jedoch über einen Rad- und Fußweg mit dem Ortskern verknüpft. Neben dem Lebensmittelvollsortimenter Edeka und einem Konzessionär sind am Standort gegenwärtig keine weiteren Einzelhandelsbetriebe verortet.

Standortmerkmale	
Lage innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes	🟡
städtebaulich integrierte Lage	🟡
Anbindung an das System des ÖPNV	🟡
Nähe zum historischen Ortskern	🟡
räumliche Nahversorgungssituation	🟢
quantitative/qualitative Nahversorgungsfunktion	🟢
Eignung als Bestandsstandort Nahversorgung	🟡

Abbildung 26: Bewertung des Standortes Herxheimer Straße (Edeka)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2018; Kartengrundlage: Verbandsgemeinde Freinsheim.

Der Standort Herxheimer Straße (Edeka) nimmt für die fußläufige wohnortnahe Grundversorgung im westlichen Siedlungsbereich sowie darüber hinaus für die gesamte Verbandsgemeinde eine wichtige Funktion ein. Daher wird der Standort als Bestandsstandort Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive ausgewiesen.

Aktuell ist der Standortbereich bauleitplanerisch durch einen Bebauungsplan der Stadt Freinsheim als sonstiges Sondergebiet nach §11 BauNVO gefasst (B-Plan Sondergebiet „Einkaufsmarkt an der Herxheimer Strasse" 1999). In diesem Zusammenhang wird als Art der baulichen Nutzung der Bereich als Ladengebiet für Einzelhandelsbetriebe der Lebensmittelbranche festgelegt. Die mögliche überbaubare Grundstücksfläche sieht eine Größenordnung von max. 1.800 m² Geschossfläche vor.

Im Rahmen einer Entwicklung des Standortbereichs bzw. der dort aktuell bzw. perspektivisch verorteten Betriebe empfiehlt sich die Ausweisung eines Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO.

Vor diesem Hintergrund werden folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als **Bestandsstandort Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive**
- Bestandssicherung und funktions- bzw. ggf. bedarfsgerechter Ausbau am Standort oder unmittelbarer Nähe zur Sicherung und Stärkung des vollsortimentierten Lebensmittelangebotes für die Stadt Freinsheim sowie der Verbandsgemeinde
- Potenzialflächen im umliegenden Bereich vorhanden
- Verbesserung der städtebaulichen Integration (z. B. durch entsprechende Wohnbauentwicklung) im östlichen Bereich möglich

Standortbereich Weisenheimer Straße (Netto/Getränkefachmarkt)

Der Standort Weisenheimer Straße (Netto/Getränkefachmarkt) ist städtebaulich integriert und befindet sich im östlichen Siedlungsbereich der Stadt Freinsheim. Er übernimmt eine fußläufige Versorgungsfunktion vorrangig für den östlichen Bereich der Stadt sowie über den unmittelbaren Nahbereich hinaus als Angebotsergänzung zum Vollsortimenter Edeka in der Herxheimer Straße. Die Entfernung zum südwestlich gelegenen Ortskern von Freinsheim beträgt rd. 500 m.

Die verkehrliche Erschließung erfolgt für den MIV über die Gewerbestraße bzw. die Großkarlbacher Straße, die an die L 522 angebunden ist. Die Pkw-Erreichbarkeit ist damit als gut zu bewerten. Eine Anbindung an den ÖPNV besteht in unmittelbarer Nähe (rd. 200 m) in südliche Richtung an der Gewerbestraße. Neben dem Lebensmitteldiscounter PENNY, einem zugehörigen Konzessionär ist am Standort gegenwärtig noch ein Getränkefachmarkt verortet, welche zusammen eine Nahversorgungsagglomeration bilden.

Standortmerkmale	
Lage innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes	● ● ●
städtebaulich integrierte Lage	● ● ●
Anbindung an das System des ÖPNV	● ● ●
Nähe zum historischen Ortskern	● ● ●
räumliche Nahversorgungssituation	● ● ●
quantitative/qualitative Nahversorgungsfunktion	● ● ●
Eignung als Bestandsstandort Nahversorgung	● ● ●

Abbildung 27: Bewertung des Standortes Weisenheimer Straße (PENNY/Getränkefachmarkt)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2018; Kartengrundlage: Verbandsgemeinde Freinsheim.

Der Standort Weisenheimer Straße (Netto/Getränkefachmarkt) nimmt für die wohnortnahe Grundversorgung im umliegenden Siedlungsbereich eine wichtige Funktion ein und zusätzlich auch über den siedlungsräumlichen Nahbereich hinaus. Aufgrund dessen wird der Standort auch als Bestandsstandort Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive ausgewiesen.

Aktuell ist der Standortbereich bauleitplanerisch sowohl als Gewerbe- als auch Sondergebiet gefasst (Satzung zur Abrundung im Zusammenhang bebauten Ortsteil „Östlicher Ortsteil, Erweiterung I, Änderung I" der Stadt Freinsheim 2010). Der westliche Bereich auf welcher aktuell ein Getränkefachmarkt ansässig ist, ist als Gewebegebiet gemäß §8 BauNVO festgesetzt. Die Fläche des Netto im östlichen Bereich ist als sonstiges Sondergebiet nach §11 BauNVO als Ladengebiet für einen Einzelhandelsbetrieb der Lebensmittelbranche festgelegt. Die Verkaufsfläche wird hierbei mit einer Höchstgrenze von 1.200 m² angegeben.

Im Rahmen einer Entwicklung des Standortbereichs bzw. der dort aktuell bzw. perspektivisch verorteten Betriebe empfiehlt sich die Ausweisung eines Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO.

Vor diesem Hintergrund werden folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als **Bestandsstandort Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive**
- Bestandssicherung für die fußläufige Nahversorgung sowie den erweiterten Nahbereich
- Ggf. bedarfsgerecht Ausbau der Angebotsstrukturen am Standort oder in räumlicher Nähe bzw. i. S. der Nahversorgungsstruktur an einem vergleichbar sinnvollen Standort

Standortbereich Almenweg (PENNY)

Der städtebaulich integrierte Standortbereich Almenweg liegt im südlichen Bereich der Ortsgemeinde Weisenheim am Sand, welche die zweithöchste Einwohneranzahl nach Freinsheim in der Verbandsgemeinde aufweist. Der Lebensmittel-

discounter PENNY ist der einzige strukturprägende Nahversorger in der Ortsgemeinde und erfüllt einen wichtigen Versorgungsauftrag sowohl für den südlichen Siedlungsbereich als auch für die gesamte Ortsgemeinde. Die Entfernung zum nördlich gelegenen Ortskern von Weisenheim am Sand beträgt rd. 1 km.

Der Standortbereich wird verkehrlich über die Speyerer Straße an das Ortszentrum sowie an die südlich verlaufende L 454 angebunden. Die Anbindung des Standortbereichs ist als sehr gut zu bewerten. Der Weisenheimer Bahnhof am südlichen Ende des Ortskerns bildet mit seiner Haltestelle die Anbindung an den ÖPNV über Bus- und Bahnlinie, welcher in 600 m Entfernung zum Standortbereich Almenweg liegt.

Standortmerkmale	
Lage innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes	● ● ●
städtebaulich integrierte Lage	● ● ●
Anbindung an das System des ÖPNV	● ● ●
Nähe zum Ortskern	● ● ●
räumliche Nahversorgungssituation	● ● ●
quantitative/qualitative Nahversorgungsfunktion	● ● ●
Eignung als Bestandsstandort Nahversorgung	● ● ●

Abbildung 28: Bewertung des Standortes Almenweg (PENNY)
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2018; Kartengrundlage: Verbandsgemeinde Freinsheim.

Der Standortbereich am Almenweg (PENNY) verfügt über eine wichtige räumliche Nahversorgungsfunktion durch die Abdeckung des kurzfristigen Bedarfsbereichs. Die Versorgungsfunktion geht über den südlichen Siedlungsbereich hinaus und Erstreckt sich über die gesamte Ortsgemeinde Weisenheim am Sand. Perspektivisch ist eine Erweiterung des Bestandsbetriebes möglich.

Der Standortbereich ist wie der Standort zuvor bauleitplanerisch sowohl als Gewerbegebiet als auch als sonstiges Sondergebiet festgeschrieben (Bebauungsplan mit integriertem Grünordnungsplan „Gewerbegebiet in den Almen" Ortsgemeinde Weisenheim am Sand 1999). Der Teil des Sondergebiets, welcher als Ladengebiet für einen Einzelhandelsbetrieb der Lebensmittelbranche konstatiert ist, wird mit einer reinen Verkaufsfläche von 600 m² festgesetzt.

Im Rahmen einer Entwicklung des Standortbereichs bzw. der dort aktuell bzw. perspektivisch verorteten Betriebe empfiehlt sich die Ausweisung eines Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO.

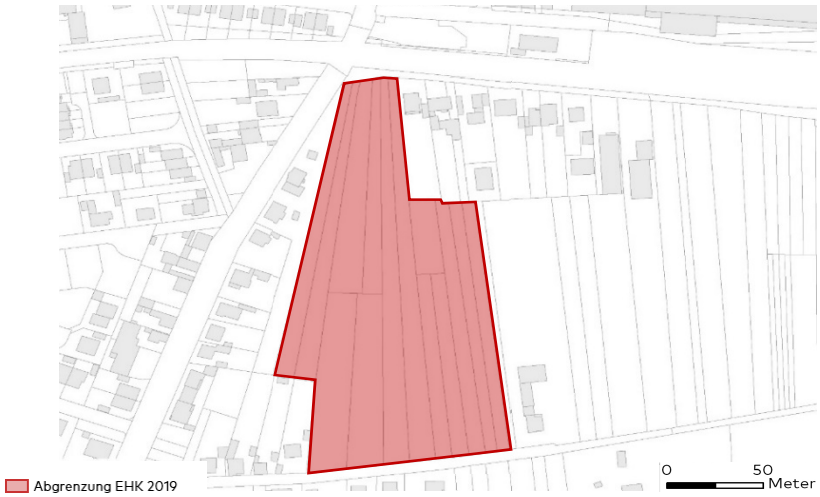
ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ausweisung als **Bestandsstandort Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive**
- Bestandssicherung für die fußläufige Nahversorgung sowie den erweiterten Nahbereich
- Ggf. bedarfsgerechte Erweiterung

Standortbereich Schafweideweg

Im südöstlichen Siedlungsbereich der Ortsgemeinde Weisenheim am Sand befindet sich der Standortbereich Schafweideweg. Der Standort liegt unmittelbar südlich des Bahnhaltepunkts Weisenheim am Sand und rückwärtig zur L 454, welche von Süd nach Nord durch die Ortsgemeinde Weisenheim am Sand verläuft. Die Anbindung des Standortes an den ÖPNV erfolgt für Bus und Bahn gleichermaßen über den nordöstlich angrenzenden Bahnhaltepunkt Weisenheim am Sand. Die Anbindung an den MIV erfolgt in Richtung Ortskern als auch in Richtung Maxdorf über die L 454.

Allgemein besteht in der Ortsgemeinde Bedarf für die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters in Ergänzung zum bestehenden Lebensmitteldiscounter im südlichen Siedlungsbereich. Der Standortbereich Schafweideweg erweitert in Ergänzung zum bestehenden Bestandsstandort mit Entwicklungsperspektive Almenweg, welcher sich in 500 m Entfernung südlich zum Standortbereich befindet, die fußläufige Nahversorgung der Ortsgemeinde Weisenheim am Sand in Richtung des nördlichen Siedlungsbereichs. Durch die Ansiedlung eines Vollsortimenters könnte das Nahversorgungsangebot sowohl quantitativ als auch qualitativ in Weisenheim am Sand deutlich verbessert werden. Der Standort kann daher als Positivstandort für die Fortentwicklung der Nahversorgung in der Ortsgemeinde Weisenheim am Sand wie auch für die der Verbandsgemeinde benannt werden, da eine Konformität zu übergeordneten rechtlichen Rahmenvorgaben (Regional- und Landesplanung) besteht. Der Standort wird für eine nahversorgungsbezogene Einzelhandelsnutzung empfohlen.



Standortmerkmale	
Lage innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes	● ● ●
städtebaulich integrierte Lage	● ● ●
Anbindung an das System des ÖPNV	● ● ●
Nähe zum Ortskern	● ● ●
räumliche Nahversorgungssituation	● ● ●
quantitative/qualitative Nahversorgungsfunktion	● ● ●
Eignung als Bestandsstandort Nahversorgung	● ● ●

Abbildung 29: Bewertung des Standortes Schafweideweg
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2018; Kartengrundlage: Verbandsgemeinde Freinsheim.

Aktuell ist der ausgewählte Standortbereich Schafweide bauleitplanerisch nicht gefasst.

Im Rahmen einer Entwicklung des Standortbereichs bzw. des dort perspektivisch verorteten Betriebs empfiehlt sich die Ausweisung eines Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO. In Folge bzw. im Rahmen einer entsprechenden Entwicklung wäre der Standortbereichs als Versorgungsbereich

Lebensmittelnahversorgung zu benennen, die beiden anderen Standorte Obstmarkt und ehemaliger Nutzkauf könnten sodann nicht mehr als Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung entwickelt werden.

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ggf. Ausweisung als **Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung**
- Ggf. Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters zur Optimierung der Nahversorgungssituation in Weisenheim am Sand
- Schutz der kleinteiligen Fachgeschäfte bzw. des Lebensmittelhandwerks im Ortskern Weisenheim am Sand: keine kleinteiligen Betriebe (z. B. Lebensmittelhandwerk) im Vorkassenbereich eines potenziellen Lebensmittelmarktes

Standortbereich Obstmarkt

Ähnlich wie der Standortbereich Schafweideweg befindet sich der Standort Obstmarkt auch im südöstlichen Siedlungsbereich der Ortsgemeinde Weisenheim am Sand. Der Standort grenzt jedoch nördlich an den Bahnhaltepunkt Weisenheim am Sand an und wird im Weiteren durch den Ostring und die Rheinstraße begrenzt wodurch sich eine städtebaulich integrierte Lage ergibt. Die Anbindung an den ÖPNV sowohl für den Bus- als auch den Bahnverkehr, erfolgt durch den angrenzenden Bahnhof Weisenheim (Sand). Eine Anbindung an den MIV ergibt sich über den Ostring als auch über die Goethestraße als Querverbindungen zur L 454.

Wie zuvor bereits angeführt besteht in der Ortsgemeinde ein Bedarf für die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters in Ergänzung zum Lebensmitteldiscounter PENNY im Almenweg. Dadurch würde sich neben der quantitativen auch das qualitative Nahversorgungsangebot deutlich verbessern. Mit dem Standortbereich Obstmarkt ergibt sich hieraus ein Positivstandort für die zukünftige Entwicklung der Nahversorgung in der Ortsgemeinde sowie im Gebiet der Verbandsgemeinde.

Standortmerkmale	
Lage innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes	● ● ●
städtebaulich integrierte Lage	● ● ●
Anbindung an das System des ÖPNV	● ● ●
Nähe zum Ortskern	● ● ●
räumliche Nahversorgungssituation	● ● ●
quantitative/qualitative Nahversorgungsfunktion	● ● ●
Eignung als Bestandsstandort Nahversorgung	● ● ●

Abbildung 30: Bewertung des Standortes Obstmarkt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2018; Kartengrundlage: Verbandsgemeinde Freinsheim.

Der ausgewählte Standortbereich Obstmarkt ist aktuell bauleitplanerisch nicht gefasst.

Im Rahmen einer Entwicklung des Standortbereichs bzw. des dort perspektivisch verorteten Betriebs empfiehlt sich die Ausweisung eines Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO. In Folge bzw. im Rahmen einer entsprechenden Entwicklung wäre der Standortbereichs als Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung zu benennen, die beiden anderen Standorte Schafweide und ehemaliger Nutzkauf könnten sodann nicht mehr als Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung entwickelt werden.

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ggf. Ausweisung als **Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung**
- Ggf. Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters zur Optimierung der Nahversorgungssituation in Weisenheim am Sand
- Schutz der kleinteiligen Fachgeschäfte bzw. des Lebensmittelhandwerks im Ortskern Weisenheim am Sand: keine kleinteiligen Betriebe (z. B. Lebensmittelhandwerk) im Vorkassenbereich eines potenziellen Lebensmittelmarktes

Standortbereich ehemaliger Nutzkauf

Der Standort des ehemaligen Nutzkauf ist städtebaulich integriert und liegt im Zentrum der Ortsgemeinde Weisenheim am Sand südlich des Rathauses. Nach Aufgabe des Betriebs Nutzkauf steht die Ladenfläche aktuell leer. Durch Nutzung umliegender Flächen bzw. Immobilien könnte ggf. eine für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ausreichend Flächengröße erreicht werden. Neben dem Lebensmitteldiscounter PENNY im südlichen Bereich der Ortsgemeinde, ist kein weiterer strukturprägender Nahversorger in Weisenheim/Sand ansässig. Durch die Neuansiedlung eines Nahversorgers würde sich der unterversorgte Bereich, v.a. im nördlichen Siedlungsbereich verringern. Durch die zentrale Lage des Standorts im Zentrum der Ortgemeinde, ergibt sich eine flächendeckende fußläufige Erreichbarkeit der Nahversorgungsbetriebe für das gesamte Siedlungsgebiet.

Der Standort ist über die Bahnhofstraße (L 454), als Nord-Süd-Achse an den Verkehr angebunden. Neben der verkehrlichen Anbindung des MIV ist auch eine Anbindung an den ÖPNV gegeben. Die nächstgelegene Haltstelle „Weisenheim Mitte“ befindet sich in 300 m fußläufiger Entfernung zum Standortbereich. Die verkehrliche Anbindung des Standortbereichs ist folglich als sehr gut zu bewerten.

Standortmerkmale	
Lage innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes	● ● ●
städtebaulich integrierte Lage	● ● ●
Anbindung an das System des ÖPNV	● ● ●
Nähe zum Ortskern	● ● ●
räumliche Nahversorgungssituation	● ● ●
quantitative/qualitative Nahversorgungsfunktion	● ● ●
Eignung als Bestandsstandort Nahversorgung	● ● ●

Abbildung 31 : Bewertung des Standortes ehemaliger Nahkauf
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 07/2018; Kartengrundlage: Verbandsgemeinde Freinsheim.

Der Standortbereich im Zentrum der Ortsgemeinde Weisenheim übernimmt perspektivisch die Nahversorgung für die nördlich gelegenen Siedlungsbereiche der Ortsgemeine Weisenheim/Sand. In Ergänzung zum bestehenden Lebensmitteldiscounter PENNY am Bestandsstandort Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive Almenweg ergibt sich eine flächendeckende Nahversorgung für die gesamte Ortsgemeinde.

Der ausgewählte Standortbereich ehem. Nutzkauf ist aktuell bauleitplanerisch nicht gefasst.

Im Rahmen einer Entwicklung des Standortbereichs bzw. des dort perspektivisch verorteten Betriebs empfiehlt sich die Ausweisung eines Sondergebiets für großflächigen Einzelhandel gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO. In Folge bzw. im Rahmen einer entsprechenden Entwicklung wäre der Standortbereichs als Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung zu benennen, die beiden anderen Standorte Schafweide und Obstmarkt könnten sodann nicht mehr als Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung entwickelt werden.

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Ggf. Ausweisung als **Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung**
- Ggf. Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters zur Optimierung der Nahversorgungssituation in Weisenheim am Sand
- Schutz der kleinteiligen Fachgeschäfte bzw. des Lebensmittelhandwerks im Ortskern Weisenheim am Sand: keine kleinteiligen Betriebe (z. B. Lebensmittelhandwerk) im Vorkassenbereich eines potenziellen Lebensmittelmarktes

5.2.3 Handlungsprioritäten

Zum Ausbau der Nahversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich ist ein nennenswerter tragfähiger Entwicklungsspielraum für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken vorhanden (s. Kapitel 4.1.3).

Da mit zunehmendem Überschreiten absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume gesamtverbandsgemeindliche oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-Down-Effekten einhergehen können, sollten die zukünftigen Ansiedlungsbemühungen der Verbandsgemeinde Freinsheim aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

EMPFEHLUNGEN ZUR NAHVERSORGUNG IN DER VERBANDSGEMEINDE FREINSHEIM

Ziel 1: Sicherung und bedarfsgerechte Erweiterung der Nahversorgung

- Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgungsstandorte.
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb der Bestandsstandorte Nahversorgung und des Stadtkerns Freinsheim sowie des Ortskerns Weisenheim am Sand resultieren könnten.
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels).

Ziel 2: Nahversorgung in den Bestandsstandorten Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive und Versorgungsbereichen Lebensmittelnahversorgung in den Ortsgemeinden sichern

- Sicherung der bestehenden Bedarfsstandorte Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive Herxheimer Straße, Weisenheimer Straße und Almenweg.
- Ggf. bedarfsgerechte Weiterentwicklung der Nahversorgungsbetriebe in den bestehenden Bestandsstandorten zur Standortsicherung bzw. Verbesserung/Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen bzw. auch durch die Entwicklung eines potenziellen Versorgungsbereichs Lebensmittelnahversorgung in Weisenheim am Sand im Rahmen der Zulässigkeiten gemäß des LEP IV Rheinland-Pfalz und der BauNVO in den ohne gleichzeitig negative Auswirkungen auf die jeweils anderen Nahversorgungsstandorte auszulösen.
- Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung, insbesondere fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmitteldiscounter und Supermärkte
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen resultieren könnten

Ziel 3: Schützenswerte kleinteilige Nahversorgungsstrukturen in den Ortsgemeinden sichern

Ziel 4: Keine Ansiedlungen mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in städtebaulich nicht integrierten Lagen

Sonstige Empfehlungen:

- Grundsätzlich: Neuansiedlungen/Verlagerungen/Erweiterungen nur zur Versorgung des Gebietes und wenn keine negativen Auswirkungen auf die Nahversorgung zu erwarten sind
- Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze und Service
- Ansonsten konsequenter Ausschluss von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Steuerungsleitsätze (siehe Kapitel 5.5), die ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung der wohnortnahen Versorgung in der Fläche beinhalten. Zudem wird empfohlen, die vorstehenden Entwicklungsziele durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen umzusetzen.

Empfehlungen für die Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde

Vor dem Hintergrund des Ziels der Gewährleistung einer weitestgehend flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung, gewinnt eine optimierte räumliche Verteilung der Betriebe an Bedeutung. In den kleineren Ortsgemeinden sind aktuell keine oder stark eingeschränkte Nahversorgungsangebote vorhanden. Grundsätzlich sind kleinteilige Nahversorgungsstrukturen (s. o. Ziel 3) schützenswert. Für dezentral gelegene Ortsgemeinden können daher ggf. auch alternative Vertriebskonzepte und Versorgungsangebote eine sinnvolle Ergänzung darstellen und sollten weiter geprüft werden:

- mobiler Handel (Verkaufswagen)
- „gebündelter" mobiler Handel (mehrere Anbieter mit verschiedenen Sortimenten zur gleichen Zeit am gleichen Ort, Ansatz einer „Wochenmarktfunktion")
- Liefer- und Bestellservice
- Hof-/Dorfläden mit nahversorgungsrelevantem Schwerpunkt ggf. ergänzt um weiter einzelhandelsnahe Dienstleistungen (z. B. Bank, Post, Café etc.)

Gerade der mobile Handel in Form von Verkaufswagen ist im ländlichen Raum eine Alternative, die Nahversorgung sicherzustellen – entweder als Spezialanbieter (z. B. Eier, Fleisch) oder mit einem breit gefächerten Sortiment als mobiler Laden. Eine zeitliche wie räumliche Bündelung mehrerer Verkaufswagen bietet zudem die Möglichkeit der Schaffung eines „Minimarkts" mit einem vielfältigen Angebotsspektrum. Gleichwohl ist diese Möglichkeit vor dem Hintergrund der nördlich und südlich im westlichen Bereich der Verbandsgemeinde angesiedelten Nahversorgungsstrukturen vermutlich wirtschaftlich nicht tragfähig.

Darüber hinaus können an Einzelhandelsbetriebe angegliederte Bringdienste das Nahversorgungsangebot in einem Ort ergänzen und durch Attraktivitätssteigerung gleichzeitig dessen Marktdurchdringung erhöhen. Bisher gibt es in diesem Bereich jedoch keinen bundesweit tätigen Anbieter und auch hinsichtlich der Ausgestaltung der Angebote lassen sich deutliche Unterschiede feststellen.

Eine weitere Alternative, die Nahversorgung im ländlichen Raum sicherzustellen, sind Hofläden, welche meist als Direktverkauf landwirtschaftlicher Betriebe dienen. Gemeinsam mit oftmals genossenschaftlichen oder engagierten, lokalen Akteuren betriebene Dorfläden biete diese zudem die Möglichkeit, durch eine Erweiterung einen Multifunktionsladen mit vielfältigen Kopplungsmöglichkeiten (ähnlich zu Nahversorgungsagglomerationen oder Zentren) zu bieten. Die Bandbreite an Kopplungsmöglichkeiten ist dabei sehr groß und jeweils auf die lokale Nachfrage und zielgruppenspezifische Bedürfnisse anzupassen (z. B. Post/Bank-Service, Wäscherei/Bügelservice, Gastronomie/Mittagstisch, Verwaltungsleistungen, kulturelle/soziale Angebote).

5.3 ERGÄNZUNGSSTANDORTKONZEPT

Nach Ziel 59 des LEP IV Rheinland-Pfalz ist die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten auch an Ergänzungsstandorten in zentralen Orten zulässig. Entsprechende Ergänzungsstandorte sind in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Die Stadt Freinsheim ist als Grundzentrum ausgewiesen, demnach

sind gemäß des Zentralitätsgebots (Z 57) des LEP IV Rheinland-Pfalz in der Stadt Freinsheim Einzelhandelsbetriebe bis 2.000 m² VKF zulässig. Grundsätzlich wäre demnach die Ausweisung eines Ergänzungsstandorts für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment bis zu einer Grenze von max. 2.000 m² in der Stadt Freinsheim konform zu den landesplanerischen Zielstellungen.

In der Stadt Freinsheim ist derzeit kein Ansiedlungsdruck im Bereich des großflächigen nicht innenstadtrelevanten Einzelhandels erkennbar. Bei einer konkreten Ansiedlungsanfrage für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment sollte geprüft werden, ob der entsprechende Vorhabenstandort im Rahmen der in diesem Konzept formulierten städtebaulich-funktionalen Entwicklungsziele für die Einzelhandelsstrukturen der Verbandsgemeinde Freinsheim als Ergänzungsstandort im Sinne des LEP IV Rheinland-Pfalz ausgewiesen werden kann, sofern dort planungsrechtlich sowie landesplanerisch im Einzelfall zulässig. Zudem sollten Konflikte gegenüber sonstigen standortsuchenden Gewerbe- und Handwerksbetrieben vermieden werden. Die Ausweisung eines Ergänzungsstandorts könnte sodann bspw. im Rahmen einer Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzepts oder in einer ergänzenden Stellungnahme erfolgen.

Kleinflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment können im gesamten Gebiet der Verbandsgemeinde Freinsheim angesiedelt werden, sofern dort planungsrechtlich sowie landesplanerisch im Einzelfall zulässig und sofern Konflikte gegenüber sonstigen standortsuchenden Gewerbe- und Handwerksbetrieben minimiert werden können.

5.4 SORTIMENTSLISTE

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in der Verbandsgemeinde Freinsheim als innenstadtrelevant sowie als innenstadt- und nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Steuerungsleitsätzen festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzeptes entspricht.

5.4.1 Rechtliche Anforderungen

Die Steuerungsempfehlungen des Einzelhandelskonzeptes, die als Grundlage der Bauleitplanung dienen, müssen hinreichend bestimmt bzw. bestimmbar und daher abschließend sein. Sortimentslisten, welche die Begriffe „insbesondere“, „zum Beispiel“ bzw. „beispielsweise“ enthalten, sind auch im Sinne der gängigen Rechtsprechung nicht hinreichend präzise und können zur bauleitplanerischen Steuerung nicht verwendet werden.

Auch ein bloßer Rückgriff auf landesweite Sortimentslisten wäre nicht ausreichend. Vielmehr hat die planende Gemeinde **sortimentsspezifisch** und **abschließend** darzulegen, welche aktuellen örtlichen Grüne jeweils für oder gegen die Festlegung von Sortimenten in der Sortimentsliste sprechen.[36]

5.4.2 Methodische Herleitung

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzeptes zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Im konkreten Fall der Herleitung der Sortimentsliste für die Verbandsgemeinde Freinsheim ist zu berücksichtigen, dass weder in der Stadt Freinsheim noch in den Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde ein zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt werden konnte. Die Herleitung der Sortimentsliste für die Verbandsgemeinde Freinsheim kann daher nur eingeschränkt anhand der konkreten örtlichen Verkaufsflächenanteile und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen erfolgen.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Innenstadtrelevanz oder Innenstadt- und Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

Über die Benennung innenstadt- und nicht innenstadtrelevanter Sortimente hinaus hat sich im Rahmen der Planungspraxis die Konkretisierung nahversorgungsrelevanter Sortimente bewährt. Wenngleich diese aufgrund ihrer Charakteristik nahezu immer auch innenstadtrelevant sind, kommt diesen Sortimentsgruppen eine besondere Aufgabe im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge im Hinblick auf die Gewährleistung einer möglichst wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Zur Gewährleistung dieses Versorgungsziels werden im folgenden Kapitel konkrete Entwicklungsleitsätze / Steuerungsleitsätze für Einzelhandelsansiedlungen oder -erweiterungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten formuliert.

[36] Zu dieser Anforderung liegt eine gefestigte landesgerichtliche Rechtsprechung vor, so z.B. OVG Münster Urteil vom 03.06.2002 – 7A D 92/99.NE, gleichlautend auch VGH Baden-Württemberg Urteil vom 02.05.2005 – AZ 8 S 1848/04.

BEURTEILUNGSKRITERIEN FÜR DIE INNENSTADTRELEVANZ VON SORTIMENTEN

Innenstadtrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können und
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollen.

Innenstadt- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen,
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestands auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und
- die dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht innenstadtrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die zentrale Lagen nicht prägen und
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen eignen.

Die aufgeführten Sortimente sind unter Beachtung der zuvor genannten Beurteilungskriterien entsprechend auch in die Sortimentsliste für Freinsheim, die sog. „Freinsheimer Liste" als innenstadtrelevante bzw. innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente zu berücksichtigen.

5.4.3 Sortimentsliste für die Verbandsgemeinde Freinsheim

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen, der methodischen Herleitung sowie auf Basis der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen und der dargestellten städtebaulichen Zielstellungen ergibt sich die folgende zu empfehlende Liste innenstadtrelevanter sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente in Freinsheim.

Tabelle 10: Sortimentsliste für die Verbandsgemeinde Freinsheim

Kurzbezeichnung Sortiment	innenstadtrelevant	innenstadt- und nahversorgungsrelevant	nicht innenstadtrelevant*
Augenoptik	■	□	□
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	■	□	□
Bücher	■	□	□
Elektrokleingeräte	■	□	□
Glas/Porzellan/Keramik	■	□	□
Hausrat/Haushaltswaren	■	□	□
Heimtextilien (Gardinen und Zubehör), Bettwaren	■	□	□
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	■	□	□
Medizinische und orthopädische Geräte (Sanitätsbedarf)	■	□	□
Musikinstrumente und Musikalien	■	□	□
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	■	□	□
Schuhe, Lederwaren	■	□	□
Spielwaren und Bastelbedarf	■	□	□
Kinderwagen	■	□	□
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	■	□	□
Uhren/Schmuck	■	□	□
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	■	□	□
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	■	□	□
(Schnitt-) Blumen	□	■	□
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika)	□	■	□
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	□	■	□
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	□	■	□

Kurzbezeichnung Sortiment	innenstadtrelevant	innenstadt- und nahversorgungsrelevant	nicht innenstadtrelevant*
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	☐	■	☐
Zeitungen/Zeitschriften	☐	■	☐
Arbeitskleidung	☐	☐	■
Baumarktsortiment i.e.S.**	☐	☐	■
Campinggroßartikel	☐	☐	■
Elektrogroßgeräte	☐	☐	■
Fahrräder und Zubehör	☐	☐	■
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	☐	☐	■
Lampen/Leuchten	☐	☐	■
Kfz – Zubehör	☐	☐	■
Möbel (inkl. Garten- und Camping-möbel)	☐	☐	■
Pflanzen/Samen	☐	☐	■
Reitsportartikel (Sattel, Halfter, Trensen etc.)	☐	☐	■
Sportgroßgeräte	☐	☐	■
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	☐	☐	■

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * gleichzeitig auch nicht nahversorgungsrelevant; erläuternd, aber nicht abschließend; ** umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen.

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen. Zur Gewährleistung einer hinreichenden Bestimmtheit und Bestimmbarkeit erfolgt im Anhang eine Zuordnung der Kurzbezeichnungen der Sortimente zu den Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen.

5.6 STEUERUNGSLEITSÄTZE

Die Steuerungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Freinsheim und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

5.6.1 Einordnung und Begründung der Steuerungsleitsätze

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von übergeordneten Entwicklungszielstellungen, absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen, des künftigen Einzelhandelskonzeptes sowie einer Spezifizierung der innenstadtrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Konzeptbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Steuerungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Die Steuerungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Freinsheim insbesondere zugunsten einer gesamtverbandsgemeindlich gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Steuerungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Freinsheimer Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei. Sie garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber noch nicht in der Verbandsgemeinde Freinsheim ansässiger Einzelhandelsbetriebe.

Die in den Steuerungsleitsätzen gefassten Empfehlungen differenzieren Einzelhandelsbetriebe nach

- innenstadtrelevanten, innenstadt- und nahversorgungsrelevanten sowie nicht innenstadtrelevanten Sortimenten (Sortimentsstruktur),
- städtebaulichen Lagen bzw. Standorttypen,
- Verkaufsflächenumfang,
- Haupt- und Randsortimenten.

Die Steuerungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden. Der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

5.6.2 Steuerungsleitsätze für die Verbandsgemeinde Freinsheim

Folgende Steuerungsleitsätze werden für die Verbandsgemeinde Freinsheim empfohlen:

Leitsatz I: Innenstadtrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment ist zukünftig primär im Stadtkern Freinsheim und im Ortskern Weisenheim am Sand anzusiedeln.

Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig primär und ohne Verkaufsflächenbegrenzung[37] auf den Stadtkern Freinsheim und nachgeordnet den Ortskern Weisenheim am Sand fokussiert werden (klein- und großflächig). Damit können die Angebotsstrukturen im Grundzentrum bzw. Stadtkern Freinsheim sowie im Ortskern von Weisenheim in der heutigen Ausprägung gesichert und im Rahmen der grundzentralen Versorgungsaufgabe (nur Freinsheim) weiter ausgebaut werden.

Leitsatz II: Einzelhandel mit innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll zukünftig in den Bestandsstandorten Nahversorgung und im Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung angesiedelt werden.

Aufgrund der hohen Bedeutung, welche der Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz hat, sollen Einzelhandelsvorhaben mit innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment primär in den Bestandsstandorten Nahversorgung und an einem der drei Standortbereiche, welche sich als Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung in Weisenheim am Sand eignen, angesiedelt werden:

- An den Bestandsstandorten Nahversorgung und im Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung sind Verkaufsflächendimensionierungen für Vorhaben (nur Betriebe mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel) im Einzelfall unter Berücksichtigung der zugewiesenen Versorgungsfunktion und unter Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit herzuleiten.
- Ausnahmsweise sind Betriebe (nur mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel) an sonstigen städtebaulich integrierten Solitärlagen zur Sicherung bzw. bedarfsgerechten Optimierung der räumlichen Nahversorgung zulässig, sofern negative Auswirkungen auf die Bestandsstandorte Nahversorgung und die Entwicklungsmöglichkeiten des Versorgungsbereichs Lebensmittelnahversorgung in Weisenheim am Sand und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden.
- Von den vorgenannten zwei Regelungen sind die Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ausgenommen, die eindeutig der Versorgung des näheren Gebietes dienen. Demzufolge zielt diese Regelung auf die Zulässigkeit kleiner Fachgeschäfte mit i. d. R. unter 100 m² Verkaufsfläche[38], die bereits heute in den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen in dieser begrenzten Größenordnung vorhanden sind.

[37] Sofern landesplanerische und städtebauliche Gründe (Schutz von ZVBs, Nachbarkommunen etc.) nicht entgegenstehen.

[38] Die Regelung dient der bauleitplanerischen Absicherung von nahversorgungsrelevanten Betrieben wie Betrieben des Lebensmittelhandwerks, kleine Lebensmittelfachgeschäften, Kiosken, Tankstellenshops etc. Die Größenordnung leitet sich aus der sozioökonomischen Realität entsprechender Betriebsformen ab (Grundlage bundesweiter Einzelhandelserhebungen Stadt + Handel seit 2005).

- Im Falle eines Ansiedlungsvorhabens aus dem Bereich von Drogeriefachmärkten soll die Ansiedlung in räumlicher Nähe zu bzw. i. S. eines ‚Anschmiegens' an die Bestandsstandorte Nahversorgung im Grundzentrum Stadt Freinsheim erfolgen.

Leitsatz III: Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevantem und nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ist prinzipiell an allen Standorten anzusiedeln,

Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevantem oder nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment können grundsätzlich im gesamten Verbandsgemeindegebiet vorgesehen werden, sofern

- das Vorhaben planungsrechtlich sowie landesplanerisch im Einzelfall zulässig ist
- Konflikte gegenüber sonstigen standortsuchenden Gewerbe- und Handwerksbetrieben minimiert werden können,
- bei der Ansiedlung von großflächigen nicht innenstadtrelevanten (und nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel eine vorhabenbezogene Ausweisung des Standortes als Ergänzungsstandort erfolgt. Entsprechende Ergänzungsstandorte sind i. S. des LEP IV Rheinland-Pfalz nur im Grundzentrum Stadt Freinsheim bis 2.000 m² VKF zulässig.

Leitsatz IV: Handwerkerprivileg

Verkaufsstätten von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie Betrieben des produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbes („Annexhandel) können auf Grundlage der nachfolgenden Kriterien zugelassen werden,

- wenn eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist,
- wenn eine Errichtung im betrieblichem Zusammenhang erfolgt,
- wenn eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung sowie eine sortimentsbezogene Zuordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist.
- Entsprechende Ausnahmeregelungen für den „Annexhandel" auf Grundlage des § 31 Abs. 1 BauGB sind sorgfältig in Hinblick auf die Anforderungen an die Bestimmtheit auszuarbeiten.
- Für landwirtschaftliche Betriebe im Außenbereich ergeben sich die Bestimmungen über die Regelungsinhalte des §§ 35 bzw. 201 BauGB.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Verbandsgemeinde Freinsheim künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

6 Schlusswort

Die Verbandsgemeinde Freinsheim verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere der Bestandsstrukturen in der Stadt Freinsheim sowie der Ortsgemeinde Weisenheim am Sand, mit klar definierten Versorgungsaufgaben. Gleichwohl ist die Ausgangsbasis im Bereich nahversorgungsrelevanten Bestandsstrukturen als solide zu bewerten. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und den parallel einberufenen Facharbeitskreis – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten formuliert und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium (Verbandsgemeinderat) werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB). Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen zu gewährleisten (siehe Abbildung 32).

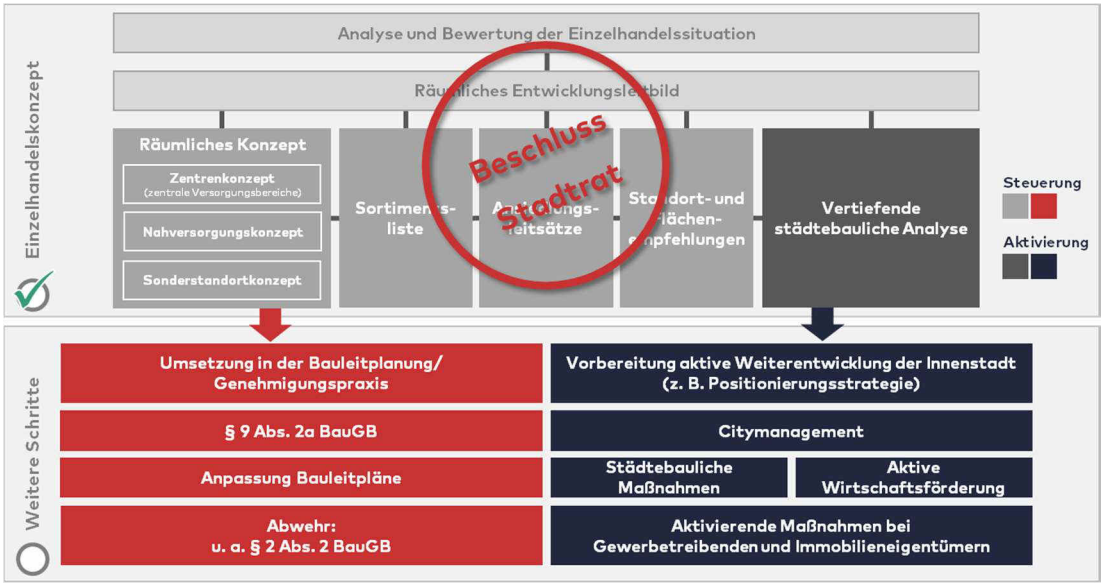


Abbildung 32: Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Verbandsgemeindeentwicklungspolitik
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Obschon dieses Einzelhandelskonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung oder des Citymanagements. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorha-

ben (etwa im Grundzentrum Freinsheim), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa zur Ausprägung der Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung. Gerade für die Stärkung der Grundversorgungsfunktion in der Verbandsgemeinde, für welche sich Handlungserfordernisse abzeichnen, werden Entwicklungsoptionen und Empfehlungen formuliert.

Insbesondere kann das Einzelhandelskonzept erste Erkenntnisse für eine aktive Weiterentwicklung der Verbandsgemeinde bieten, die sich stärker gegenüber Konkurrenzstandorten (insbesondere benachbarten Städten und Grundzentren) sowie dem Online-Handel positionieren sollte. Eine entsprechende Positionierungsstrategie (vgl. dazu das Produktportfolio von Stadt + Handel) ist als umsetzungsorientierter Folgebaustein und in starker inhaltlicher Verknüpfung mit diesem Konzept zu empfehlen.

Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel ist mittelfristig auch weiterhin ein Bedarf zur Fortschreibung der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielerarbeitung für ein zu aktualisierendes Einzelhandelskonzept – inkl. einer flächendeckenden Vollerhebung des Einzelhandels – zu erkennen.

Insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Konzepts bedürfen einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Ob ein solcher Bedarf zur Fortschreibung erkennbar ist, sollte erfahrungsgemäß alle fünf Jahre bewertet werden. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen sollte.

Literatur- und Quellenverzeichnis

LITERATUR

Bundesinstitut für Bau-, Verbandsgemeinde- und Raumforschung (BBSR) (Hrsg.) (2017): Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Verbandsgemeindeteil- und Ortszentren. Bonn.

Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2017): Retail Real Estate Report Germany 2017/2018. Bergisch Gladbach.

Handelsverband Deutschland (HDE) / IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2017): Online-Monitor 2017. Berlin.

ILG Gruppe (Hrsg.) (2016): Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2016/2017. München.

ILG Gruppe (Hrsg.) (2017): Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2017/2018. München.

IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2017): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2017. Köln.

Kuschnerus, Ulrich / Bischopink, Olaf / Wirth, Alexander (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn.

Kommunalverbund Bremen/Niedersachsen e. V. (Hrsg.) (2014): Regionales Zentren- und Einzelhandelskonzept Region Bremen. Delmenhorst.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2015): Bevölkerung Deutschlands bis 2060 – 13. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung. Wiesbaden.

DATENBANKEN

Bertelsmann Stiftung (Hrsg.): wegweiser-kommune.de

EHI Retail Institute (Hrsg.): handelsdaten.de

Handelsverband Deutschland (Hrsg.): einzelhandel.de

Statistische Ämter der Länder und des Bundes (Hrsg.): regionalstatistik.de

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): destatis.de

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG		SEITE
Abbildung 1:	Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes	12
Abbildung 2:	Gesellschaftliche Wandlungsprozesse	15
Abbildung 3:	Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster	16
Abbildung 4:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel	17
Abbildung 5:	Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten	18
Abbildung 6:	Standortentwicklung in Kleinstädten	19
Abbildung 7:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz	20
Abbildung 8:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Verbandsgemeinde Freinsheim und Umgebung	25
Abbildung 9:	Einzelhandelsbestand in der Verbandsgemeinde Freinsheim nach Warengruppen und Lagebereichen	26
Abbildung 10:	Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel Verbandsgemeinde Freinsheim im Vergleich zum Bundesdurchschnitt	35
Abbildung 11:	Räumliche Nahversorgungssituation in der Verbandsgemeinde Freinsheim	36
Abbildung 12:	Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens	40
Abbildung 13:	Einwohnerprognose für die Verbandsgemeinde Freinsheim	41
Abbildung 14:	Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland	42
Abbildung 15:	Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel	43
Abbildung 16:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz	44
Abbildung 17:	Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2016 und 2025 (Prognose)	44
Abbildung 18:	Sortimentsspezifische Zentralität und Ziel-Zentralität	45
Abbildung 19:	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Freinsheim	48
Abbildung 20:	Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)	50
Abbildung 21:	Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen	53
Abbildung 22:	Räumliche Abgrenzung des Stadtkerns Freinsheim	57
Abbildung 23:	Beispiele für Flächenzusammenlegungen aus der Verbandsgemeinde Plauen	59
Abbildung 24:	Idealtypischer Ablauf eines Ladenflächenmanagements	60
Abbildung 25:	Nahversorgungsstandortkonzept	62

Abbildung 26: Bewertung des Standortes Herxheimer Straße (Edeka) 66
Abbildung 27: Bewertung des Standortes Weisenheimer Straße (PENNY/Getränkefachmarkt) 68
Abbildung 28: Bewertung des Standortes Almenweg (PENNY)..... 69
Abbildung 29: Bewertung des Standortes Schafweideweg 70
Abbildung 30: Bewertung des Standortes Obstmarkt 71
Abbildung 31 : Bewertung des Standortes ehemaliger Nahkauf..... 73
Abbildung 32: Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Verbandsgemeindeentwicklungspolitik..... 84

Tabellenverzeichnis

TABELLE		SEITE
Tabelle 1:	Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen	13
Tabelle 2:	Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Verbandsgemeinde Freinsheim	23
Tabelle 3:	Sozioökonomische Rahmenbedingungen des Landkreises Bad Dürkheim	23
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen in der Verbandsgemeinde Freinsheim	24
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand in der Verbandsgemeinde Freinsheim	26
Tabelle 6:	Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in der Verbandsgemeinde Freinsheim	29
Tabelle 7:	Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in der Verbandsgemeinde Freinsheim	34
Tabelle 8:	Relevanten Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen der Verbandsgemeinde Freinsheim	46
Tabelle 9:	Verkaufsflächenpotenziale für die Verbandsgemeinde Freinsheim bis 2023	46
Tabelle 10:	Sortimentsliste für die Verbandsgemeinde Freinsheim	79
Tabelle 11:	Sortimentsliste für die Verbandsgemeinde Freinsheim (Langfassung)	91

Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Verbandsgemeinde- und Raumforschung
BGF	Bruttogeschossfläche
BVerfGH	Bundesverfassungsgerichtshof
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
Drog	Drogeriewaren
EH	Einzelhandel
EHK	Einzelhandelskonzept
ERRN	Einheitlicher Regionalplan Rhein - Neckar
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EW	Einwohner
GVKF	Gesamtverkaufsfläche
IZ	Innenstadtzentrum
LEP	Landesentwicklungsprogramm
MIV	motorisierter Individualverkehr
niL	städtebaulich nicht integrierte Lage
NuG	Nahrungs- und Genussmittel
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
siL	städtebaulich integrierte Lage
VG	Verwaltungsgericht
VKF	Verkaufsfläche
VLMNV	Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung
ZVB	zentraler Versorgungsbereich

Anhang

Tabelle 11: Sortimentsliste für die Verbandsgemeinde Freinsheim (Langfassung)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
innenstadtrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Bettwaren/Matratzen	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
Briefmarken und Münzen	aus 47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen)
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett-/Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Hausrat/Haushaltswaren	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)	aus 47.53 aus 47.51	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen) Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche und Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen o. ä.)
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Künstler- und Bastelbedarf	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Künstler- und Bastelbedarf)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähnadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	47.41 47.42 47.43 47.63 47.78.2	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen
Schuhe/Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Einzelhandel mit Campingartikeln und Anglerbedarf)
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	aus 47.78.3 aus 47.59.9 aus 47.62.2	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren) Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Postern)
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren

(Fortsetzung von Tabelle 11)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente		
(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Blumen)
Parfümerieartikel und Kosmetika	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	aus 47.75 aus 47.78.9	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen) Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wach- und Putzmittel)
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	aus 47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Postern sowie Künstler- und Bastelbedarf)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
nicht innenstadtrelevante und nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente**		
Arbeitsbekleidung	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung (daraus NUR: Arbeitsbekleidung)
Baumarktsortiment i. e. S.***	aus 47.52.1 47.52.3 aus 47.53 aus 47.59.9 aus 47.78.9	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleineisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten) Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore) Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kohle und Holz)
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Erotikartikel	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Erotikartikeln)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9 aus 47.52.1	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten) Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleineisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32 aus 45.40	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Lampen/Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1 47.79.1 aus 47.59.9	Einzelhandel mit Wohnmöbeln Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (draus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)
Pflanzen/Samen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Reitsportartikel	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Reitsportartikel)
Sportgroßgeräte	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikel (ohne Campingartikel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Sportgroßgeräten)
Teppiche (ohne Teppichböden)	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.78.9 aus 47.64.2	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition) Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Anglerbedarf)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008; ** Die Aufführung der nicht innenstadtrelevanten und nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelskonzeptes der Verbandsgemeinde Freinsheim als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend; *** umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen.

KONTAKT

Stadt + Handel Beckmann und Föhrer Stadtplaner PartGmbB
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Essen
Partnerschaftsregister-nummer PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund
Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg
Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe
Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig
Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43