

Einzelhandelskonzept der Stadt Frankenthal (Pfalz)

**Fortschreibung 2019
der gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeption**

Auftraggeber:

Stadt Frankenthal (Pfalz)
Bereich Planen und Bauen



Projektleitung:

Dipl.-Ing. Marika Denzer, Stadtbaudirektorin
Dr. Matthias Kattler

Autoren:

Dr. Karsten Schreiber
Sarah Engel
isoplan-Marktforschung GbR

06.05.2019

ENTWURF

:marktforschung

isoplan

:marktforschung

Dr. Schreiber & Kollegen GbR
Saarbrücken Berlin

Heinrich-Böcking-Str. 7
D-66121 Saarbrücken

fon: +49 (0) 6 81 9 36 46-10
fax: +49 (0) 6 81 9 36 46-33

mail: mafo@isoplan.de
internet: www.isoplan.de

Inhalt

Inhalt	II
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	IV
1 Hintergrund und Zielsetzung	1
2 Bestandsanalyse des Einzelhandels.....	4
2.1 Rahmenbedingungen	4
2.1.1 Bevölkerung	5
2.1.2 Wirtschaft	7
2.1.3 Rechtliche Rahmenbedingungen	9
2.2 Angebotsseite.....	14
2.2.1 Übergeordnete Trends im Einzelhandel	14
2.2.2 Einzelhandelsangebot in Frankenthal.....	18
2.2.3 Verteilung im Stadtgebiet (Status Quo)	23
2.2.4 Nahversorgungsnetz	27
2.3 Nachfrageseite	30
2.3.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	30
2.3.2 Kaufkraftbindung	31
3 Entwicklungspotenzial	33
3.1 Marktgebiet des Einzelhandels von Frankenthal.....	33
3.2 Nachfragepotenzial im Marktgebiet	36
3.2.1 Bevölkerungsvorausberechnung	36
3.2.2 Künftige Kaufkraftentwicklung	37
3.3 Erweiterungspotenzial	38
3.3.1 Periodischer Bedarf.....	39
3.3.2 Aperiodischer Bedarf.....	40
4 Entwicklungsziele für den Einzelhandel	46
4.1 Entwicklungsszenarien	46
4.1.1 Restriktives Szenario.....	46
4.1.2 Deregulierung	47
4.1.3 Moderater Ausbau.....	48
4.2 Entwicklungsziele für den Einzelhandel	49

4.3	Frankenthaler Sortimentsliste	51
5	Räumliches Einzelhandelskonzept	54
5.1	Einzelhandelskonzeption 2012: Standorttypen	54
5.2	Status Quo und geplante Einzelhandelsstandorte	56
5.3	Übergeordnete Empfehlungen für die Bauleitplanung.....	59
5.4	Zentrale Versorgungsbereiche.....	60
5.4.1	Definition und Abgrenzungskriterien.....	60
5.4.2	Innenstadt (Hauptzentrum).....	62
5.4.3	Jakobsplatz (Nebenzentrum).....	65
5.4.4	Albert-Frankenthal-Quartier (geplantes Nebenzentrum)	67
5.5	Ergänzungsstandorte	70
5.5.1	Wormser Straße / Eisenbahnstraße	70
5.5.2	Einkaufszentrum Studernheim	74
5.6	Nahversorgungsstandorte	78
5.6.1	Nahversorgungsstandorte im Bereich von Ergänzungsstandorten	79
5.6.2	Foltzring 33	79
5.6.3	Schraderstraße / Daniel-Bechtel-Straße.....	80
5.6.4	Benderstraße 1-3	84
5.6.5	Kleinflächige Nahversorgungsstandorte	86
5.7	Sonstige Standorte	87
5.7.1	Einzelhandelsgroßprojekte mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten	87
5.7.2	Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht innenstadtrelevanten Hauptsortimenten	87
5.7.3	Einzelhandelsansiedlungen in den Ortsteilen	88
6	Anhang.....	89
6.1	Methodische Vorgehensweise	89
6.1.1	Hintergrund und Ziel.....	89
6.1.2	Aufbau und Methode.....	90
6.2	Beteiligung von TöB und Bevölkerung	92
6.3	Zusammenfassung der kumulierten Auswirkungsanalyse	98
6.3.1	Erweiterungspotenzial	98
6.3.2	Auswirkungsanalyse	98
6.3.3	Gutachterliche Empfehlungen	101

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Untersuchte Einzelhandelsstandorte in Frankenthal.....	3
Abbildung 2:	Lage Frankenthals in der Metropolregion Rhein-Neckar.....	4
Abbildung 3:	Entwicklung der Einwohnerzahl der Stadt Frankenthal.....	6
Abbildung 4:	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftssektoren	8
Abbildung 5:	Mittelbereich Frankenthal und Umgebung	9
Abbildung 6:	Raumnutzungskarte des ERRN und Legende (Ausschnitt)	13
Abbildung 7:	Nahversorgung in Frankenthal	29
Abbildung 8:	Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt Frankenthal (Pfalz).....	35
Abbildung 9:	Einzelhandelsstandorte gemäß Einzelhandelskonzeption von 2012.....	55
Abbildung 10:	Räumliche Einzelhandelsstruktur, Status Quo und Planung 2017	57
Abbildung 11:	Fußläufiger Einzugsbereich gepl. Standort Norma	82
Abbildung 12:	Fußläufiger Einzugsbereich Lidl und Aldi.....	83

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Verteilung der Einwohner im Stadtgebiet von Frankenthal	5
Tabelle 2:	Anteil Distanzhandel an Umsatz der Branche insgesamt.....	17
Tabelle 3:	Verkaufsflächenentwicklung in Frankenthal nach Stadtteilen.....	19
Tabelle 4:	Stadt Frankenthal, Verkaufsflächen in m ²	20
Tabelle 5:	Einzelhandelsumsätze 2016 in Frankenthal nach Stadtteilen (Mio. €) ..	21
Tabelle 6:	Eckdaten des Einzelhandels in Frankenthal, Zeitreihe 1991 - 2017.....	22
Tabelle 7:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	30
Tabelle 8:	Kaufkraftbindungsquoten nach Warengruppen.....	31
Tabelle 9:	Bevölkerungsvorausberechnung für den Mittelbereich von Frankenthal	36
Tabelle 10:	Künftige Kaufkraftentwicklung im Mittelbereich von Frankenthal	37
Tabelle 11:	Erweiterungspotenziale für den Einzelhandel in Frankenthal.....	38
Tabelle 12:	Standorttypen des großflächigen Einzelhandels in Frankenthal (Bestand und Planung).....	58
Tabelle 13:	Genehmigungen und Nutzungen Studernheim-West.....	76
Tabelle 14:	Kleinflächige Lebensmittel- u. Getränkemärkte über 200 m ² VKF.....	86
Tabelle 15:	Annahmen Szenario 7	100
Tabelle 16:	Kumulierte Umsatzumverteilung Szenario 7	100

1 Hintergrund und Zielsetzung

Die Stadt Frankenthal hat 2008 eine Einzelhandelskonzeption für ihr Stadtgebiet erarbeiten lassen.¹ Diese wurde 2012 durch eine Fortschreibung an das Landesentwicklungsprogramm LEP IV und den Einheitlichen Regionalplan angepasst.² In der Fortschreibung wurden die Ziele der Einzelhandelsentwicklung, die Liste der innenstadtrelevanten Sortimente sowie die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches aktualisiert. Durch Gremienbeschluss wurde der Fortschreibung ein verbindlicher Charakter verliehen.

Aufgrund des raschen Wandels der Einzelhandelslandschaft und verschiedener neuer Vorhaben in Frankenthal ist eine erneute Überarbeitung des verbindlichen Einzelhandelskonzepts für die Kernstadt erforderlich geworden. Frankenthal hat zudem - im Gegensatz zu zahlreichen anderen Mittelzentren, v. a. in der Westpfalz - kurzfristig Bevölkerungszuwächse zu verzeichnen; mittelfristig wird aufgrund zu erwartender anhaltender Zuwanderung eine vergleichsweise stabile Bevölkerungsentwicklung prognostiziert. Aus diesem Grund ist eine quantitative Sicherung und qualitative Stärkung des Einzelhandelsbestands in der Stadt prioritäres Ziel der Stadt Frankenthal.

In diesem Zusammenhang ist die Planung eines neuen zentralen Versorgungsbereichs im künftigen Albert-Frankenthal-Quartier westlich der Bahnlinie an der Lamsheimer Straße zu sehen. Hierfür hat die Stadt einen Masterplan erarbeitet, in dem (unter anderem) zur Versorgung der Wohngebiete „Lauterecken“ und „Lamsheimer Straße West“ die Entwicklung eines Nebenzentrums mit 2.500 m² Verkaufsfläche, davon 1.700 für einen Lebensmittel-Vollsortimenter, als Ziel formuliert wird.³

Bis März 2017 wurde eine Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Frankenthal durch isoplan-Marktforschung erstellt und am 05.04.2017 vom Stadtrat beschlossen. Die Teilfortschreibung ist auf den Branchenschwerpunkt Lebensmitteleinzelhandel und den räumlichen Schwerpunkt Kernstadt Frankenthal beschränkt. Die der Teilfortschreibung zugrunde liegenden Analysen wurden im Hinblick auf die Erweiterung zu einem vollständigen Einzelhandelskonzept bereits über alle Warengruppen und Stadtteile durchgeführt.

Die Stadt Frankenthal hat isoplan-Marktforschung aufgefordert, auf der Grundlage dieser umfassenden Vorarbeiten die vorliegende Teil-

¹ GMA: Einzelhandelskonzeption der Stadt Frankenthal (Pfalz), Leitlinien für die Einzelhandelsentwicklung, Ludwigsburg, August 2008

² Stadt Frankenthal: Fortschreibung der gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeption, November 2012

³ Stadt Frankenthal/ FIRU: Masterplan Albert-Frankenthal-Quartier, S. 38

fortschreibung zu einem vollständigen Einzelhandelskonzept für alle Warengruppen und das gesamte Stadtgebiet auszuweiten.

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Frankenthal (Pfalz) ist ein informelles Planungsinstrument. Es umfasst eine Quantifizierung des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfs in Frankenthal, formuliert eine Einzelhandelsstrategie als Leitlinie für die Flächennutzungsplanung und gibt Entscheidungshilfen zur Steuerung der Verortung neuer Einzelhandelsvorhaben im Stadtgebiet.

Das Einzelhandelskonzept dokumentiert den Planungswillen der Stadt Frankenthal bezüglich der Einzelhandelsentwicklung im gesamten Stadtgebiet.

Nahezu an allen Einzelhandelsstandorten gibt es aktuell Erweiterungs- oder Modernisierungsabsichten. Als Grundlage der konzeptionellen Aussagen wurden im Vorfeld für die folgenden Standorte in der Stadt Frankenthal die zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen von Einzelhandels-Erweiterungen bzw. -Neuansiedlungen untersucht (siehe Abbildung 1 auf der nächsten Seite):

1. KBA-Gelände Lamsheimer Straße
2. Bereich südlich der Schraderstraße
3. Sportplatz Schraderstraße als möglicher Ersatzstandort für den bestehenden NORMA-Markt in der Schraderstraße
4. Erweiterungsmöglichkeiten für LIDL (Schraderstraße)
5. Erweiterungsmöglichkeiten für ALDI (Daniel-Bechtel-Straße)
6. Erweiterung des Edeka-Marktes am Jakobsplatz
7. Erweiterung des Edeka-Marktes am Foltzring
8. Erweiterung von ALDI (Wormser Straße)
9. Erweiterung von Penny (Benderstraße)
10. Verlagerung und Erweiterung von dm (Wormser Str. 101)
11. Neukonzeption des real-Geländes in Studernheim.

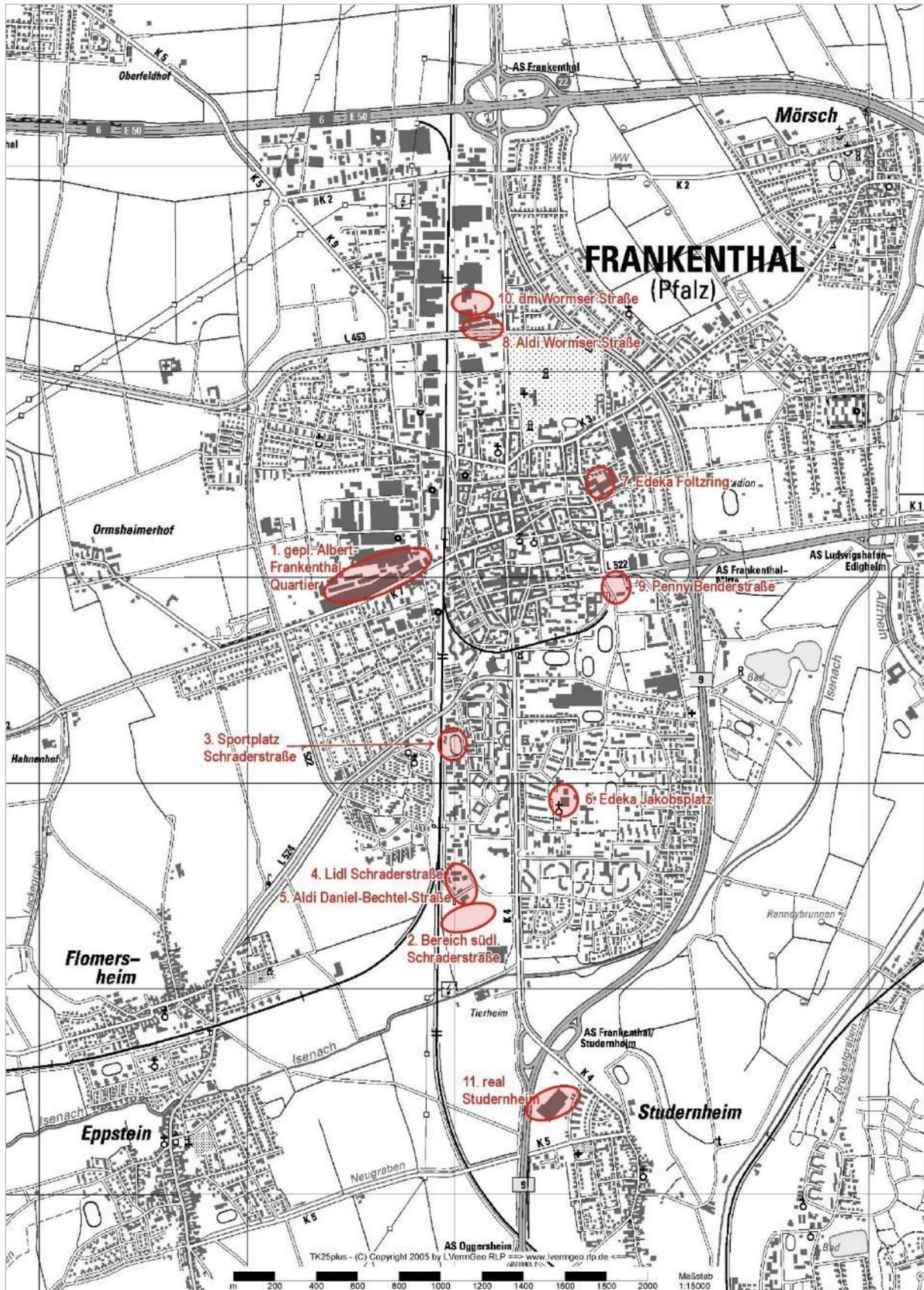
Ziel der Untersuchungen war es,

a) Entscheidungsgrundlagen für die Stadt Frankenthal zur Standortfindung und Dimensionierung von Lebensmittelmärkten in der Stadt Frankenthal zu erarbeiten und

b) konkrete Empfehlungen für den geplanten neuen Einzelhandelsstandort im Albert-Frankenthal-Quartier an der Lamsheimer Straße zu erarbeiten.

Die Ergebnisse der Analysen wurden in das vorliegende gesamtstädtische Einzelhandelskonzept eingearbeitet.

Abbildung 1: Untersuchte Einzelhandelsstandorte in Frankenthal

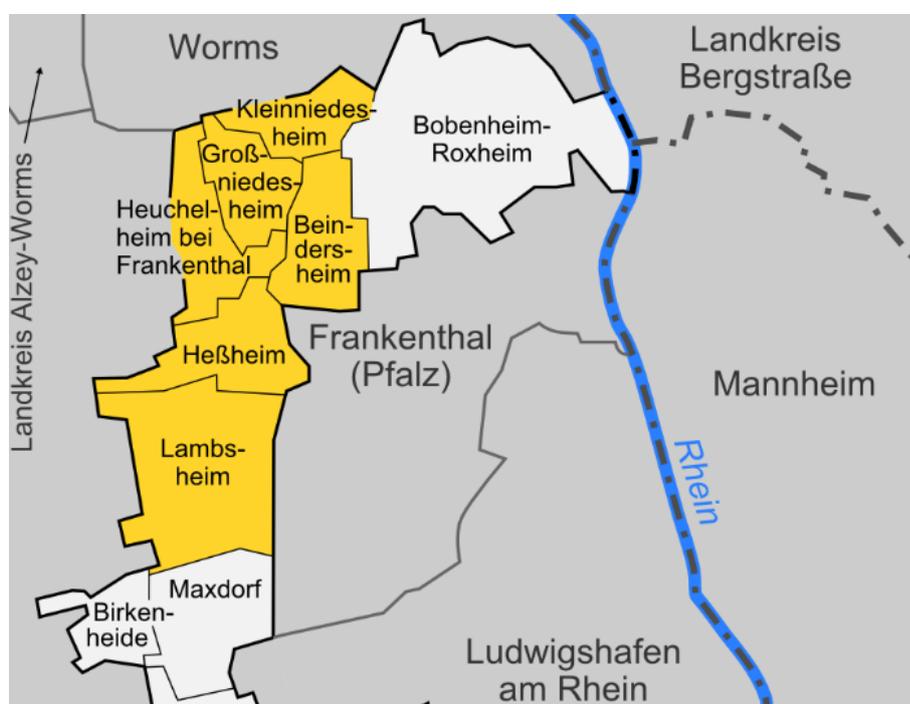


2 Bestandsanalyse des Einzelhandels

2.1 Rahmenbedingungen

Die 49.028 Einwohner⁴ zählende kreisfreie Stadt Frankenthal liegt in der Metropolregion Rhein-Neckar nördlich des Oberzentrums Ludwigshafen. Rechtsrheinisch grenzt Frankenthal an das Oberzentrum Mannheim, im Westen an die Verbandsgemeinden Lambsheim-Heßheim und Maxdorf und im Norden an die Gemeinde Bobenheim-Roxheim.

Abbildung 2: Lage Frankenthals in der Metropolregion Rhein-Neckar



Quelle: Wikimedia Commons, Autor Lencer

Frankenthal ist sehr gut an das deutsche Fernstraßennetz angebunden. Die Bundesautobahnen A6 (Saarbrücken - Nürnberg) und A61 (Venlo - Hockenheim) sind schnell zu erreichen, ebenso die A650 (Bad Dürkheim - Ludwigshafen) und A65 (Ludwigshafen - Würther Kreuz). Die westlich der Innenstadt verlaufende B9 verbindet Frankenthal im Norden mit Worms und Mainz und im Süden mit Speyer. Zudem bestehen zahlreiche direkte Verbindungen über Landesstraßen zu den Nachbarkommunen.

⁴ Einwohner am Hauptwohnsitz, Stand: 30.03.2019, Quelle: Gemeindestatistik EWOISneu, <https://ewios.de>

Die Stadt Frankenthal ist zudem über das Bahn- und Busnetz gut in die Rhein-Neckar-Region eingebunden. So halten zum Beispiel halbstündlich Regionalbahnen der Bahnstrecke Mainz–Ludwigshafen am Hauptbahnhof Frankenthal.

2.1.1 Bevölkerung

Bevölkerungsverteilung im Stadtgebiet

Frankenthal gliedert sich in die fünf Stadtteile Kernstadt, Eppstein, Flomersheim, Mörsch und Studernheim. Mitte 2018 lebten in der Kernstadt 38.419 oder 79 % der Einwohner. Studernheim ist mit 1.850 Einwohnern der bevölkerungsärmste Stadtteil, in Eppstein, Flomersheim und Mörsch lebten zwischen 2.611 und 3.263 Einwohner. Der Ausländeranteil in Frankenthal Kernstadt und dem Stadtteil Mörsch ist mit 19,7 % bzw. 14,8 % deutlich höher als in den anderen drei Stadtteilen.

Tabelle 1: Verteilung der Einwohner im Stadtgebiet von Frankenthal

Stadtteil	gesamt	davon			
		Geschlecht		Nationalität	
		männlich	weiblich	Deutsche	Ausländer
Frankenthal	38.419	18.835	19.584	30.852	7.567
Eppstein	2.611	1.297	1.314	2.413	198
Flomersheim	2.761	1.330	1.431	2.517	244
Mörsch	3.263	1.587	1.676	2.781	482
Studernheim	1.850	915	935	1.758	92
Summe	48.904	23.964	24.940	40.321	8.583

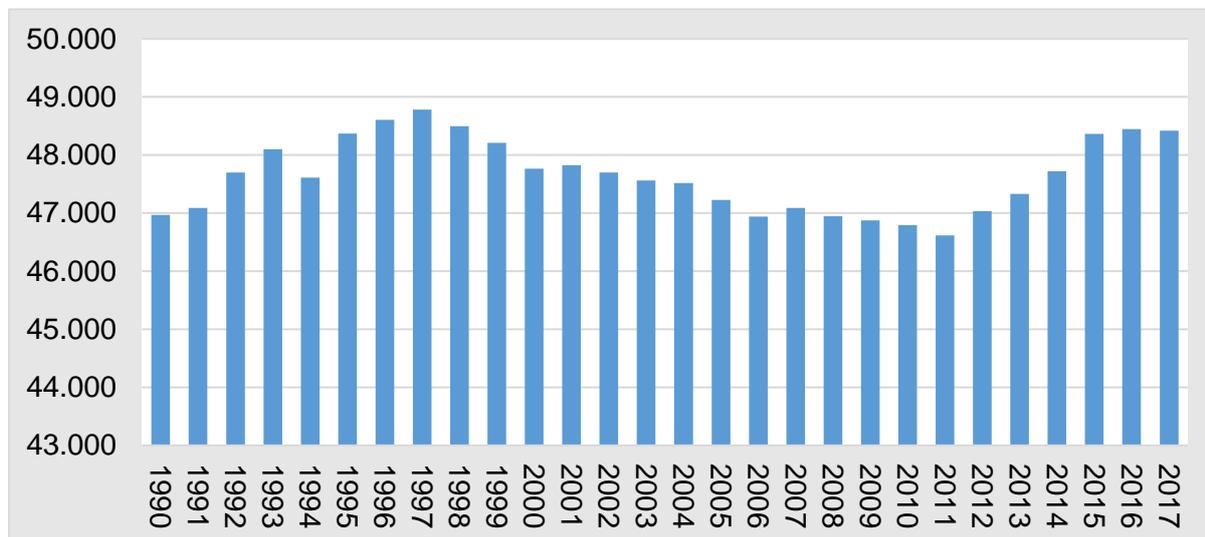
Quelle: Meldeamt Stadt Frankenthal: Einwohner nach Hauptwohnsitz
Stand: 28.06.2018

Bevölkerungsentwicklung

Die Einwohnerzahl der kreisfreien Stadt Frankenthal ist von 1990 bis 1997 um fast 4 % auf ihren letzten Höchstwert von 48.783 Einwohnern gestiegen. In den Folgejahren sank die Zahl der Einwohner bis 2011 um mehr als 2.150 (-4,5 %) auf 46.617. Aufgrund der Ergebnisse des Zensus von 2011 hat das Statistische Landesamt Rheinland-Pfalz die offiziellen Einwohnerzahlen ab 2012 nach oben korri-

giert. Bis 2015 stieg die Einwohnerzahl von Frankenthal aufgrund eines positiven Wanderungssaldos wieder deutlich an und stagniert seitdem bei etwas über 48.400 Einwohnern.⁵

Abbildung 3: Entwicklung der Einwohnerzahl der Stadt Frankenthal



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand: je 31.12.

Bevölkerungsvorausberechnung

Das statistische Landesamt hat auf der Basis der Bevölkerungsdaten von 2017 eine fünfte regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung mit drei Varianten herausgegeben. Die Varianten unterscheiden sich durch ihre Annahmen zum Wanderungsgeschehen. In der unteren Variante wird von einem Abklingen des Zuwanderungsüberschusses nach Rheinland-Pfalz bis 2025 ausgegangen, während in den anderen beiden Varianten auch weiterhin mäßige bis starke Zuwanderungsgewinne unterstellt werden.

Die Bevölkerungszahl der Stadt Frankenthal wird in der unteren Variante bis 2020 auf rund 48.800 steigen, um dann bis 2040 wieder auf rund 46.100 zu sinken. In der mittleren Variante wird etwa 2015 ein Höhepunkt mit knapp 49.500 Einwohnern und bis 2040 ein Rückgang auf rund 49.100 Einwohner vorausberechnet. In der oberen Variante wird die Bevölkerungszahl bis 2040 auf rund 52.100 ansteigen.⁶

⁵ Die Angaben des Statistischen Landesamtes weichen von EWOIS neu aufgrund unterschiedlicher Fortschreibungsmethoden geringfügig ab.

⁶ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz: Demografischer Wandel in Rheinland-Pfalz. Fünfte regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung (Basisjahr 2017). Ergebnisse für die kreisfreie Stadt Frankenthal (Pfalz). Bad Ems, 2019

2.1.2 Wirtschaft

Beschäftigung

Am 30.6.2018 standen in der Stadt Frankenthal (Pfalz) 16.232 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (SVB) am Wohnort 16.440 SVB am Arbeitsort gegenüber. Dies bedeutet für die Stadt per Saldo einen Einpendlerüberschuss von 208 SVB.⁷ Lediglich knapp 5.000 SVB mit dem Arbeitsort Frankenthal wohnen auch dort, dem stehen über 11.239 Auspendler und 11.439 Einpendler gegenüber.

Mit den Auspendlern fließt auch Einzelhandelskaufkraft aus Frankenthal in die Nachbarstädte und -gemeinden, da Einkäufe oft auf dem Arbeitsweg erledigt werden. Diese Kaufkraftabflüsse können nicht vollständig durch Zuflüsse kompensiert werden, die Einpendler verursachen (siehe Kapitel 2.3.2). Ein Grund hierfür dürfte in dem attraktiven und umfangreichen Angebot in den benachbarten Oberzentren zu suchen sein.

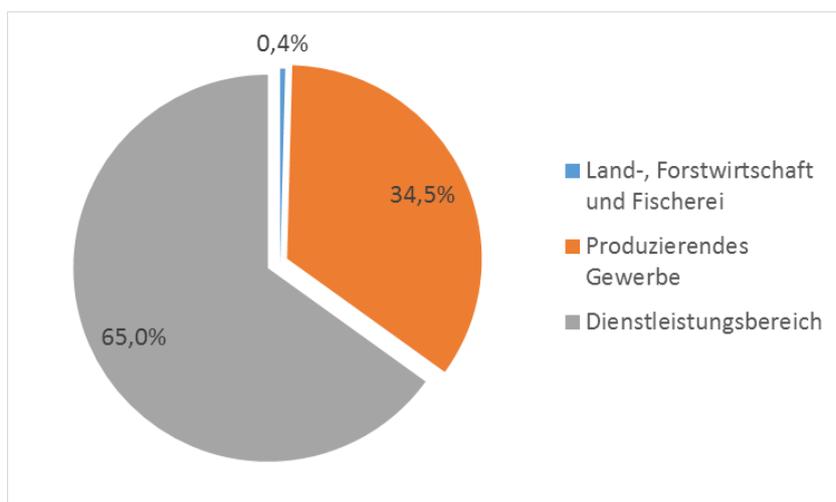
Branchen

Zum 30.06.2018 waren in Frankenthal knapp zwei Drittel (65 % bzw. 10.691 SVB) im Dienstleistungssektor beschäftigt. Der größte Anteil der Beschäftigten im Dienstleistungssektor entfiel auf die Wirtschaftsabteilung Handel und Instandhaltung/Reparatur von Kfz (16 %), gefolgt vom öffentlichen Dienst (7,8 %) und dem Gesundheitswesen (7,5 %).

Im produzierenden Gewerbe waren ca. 34,5 % oder 5.680 der SVB tätig. Der größte Teil (19,8 %) der SVB ist der Wirtschaftsabteilung Metall-, Elektro- und Stahlindustrie zuzuordnen. 0,4 % der SVB war zum Stichtag im Wirtschaftssektor Land- und Forstwirtschaft und Fischerei beschäftigt.⁸

⁷ Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigungsstatistik Stichtag (Stand: 30.06.2018)

⁸ Bundesagentur für Arbeit, Regionalreport über Beschäftigte, Frankenthal (Pfalz) (Stand: 30.09.2018)

Abbildung 4: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftssektoren

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.09.2018

Arbeitgeber

Gemessen an der Mitarbeiterzahl sind die Top-Arbeitgeber die RKW-Gruppe mit ca. 3.000 Mitarbeitern in der Kunststoffherstellung, gefolgt von der KSB Aktiengesellschaft, einem Hersteller von Pumpen und Armaturen mit rund 2.000 Mitarbeitern.⁹

Arbeitslosigkeit

Die Arbeitslosenquote in der Stadt Frankenthal lag im April 2019 mit 6,7 % (1.566 Arbeitslosen) um 0,1 Prozentpunkte über dem Wert des Vorjahres. Im Vergleich zum Bund lag sie um 1,8 Prozentpunkte höher.¹⁰ Die Bundesagentur für Arbeit führt den leichten Anstieg der Arbeitslosigkeit auf eine Abkühlung der internationalen Konjunktur zurück, obwohl sich der Arbeitsmarkt bisher noch relativ robust gegenüber der konjunkturellen Schwächephase zeigt.

Die leicht erhöhte Arbeitslosigkeit dürfte sich kurzfristig negativ auf das Konsumklima und damit auch auf die Ausgaben im Einzelhandel auswirken. Ein langfristiger Trend kann hieraus freilich nicht hergeleitet werden.

⁹ IHK Pfalz, Top-Arbeitgeber 2016/2017

¹⁰ Bundesagentur für Arbeit, Arbeitsmarkt im Überblick, Monatsbericht April 2019 Frankenthal (Pfalz) + Internetinfo <https://statistik.arbeitsagentur.de>, eingesehen am 30.04.2019

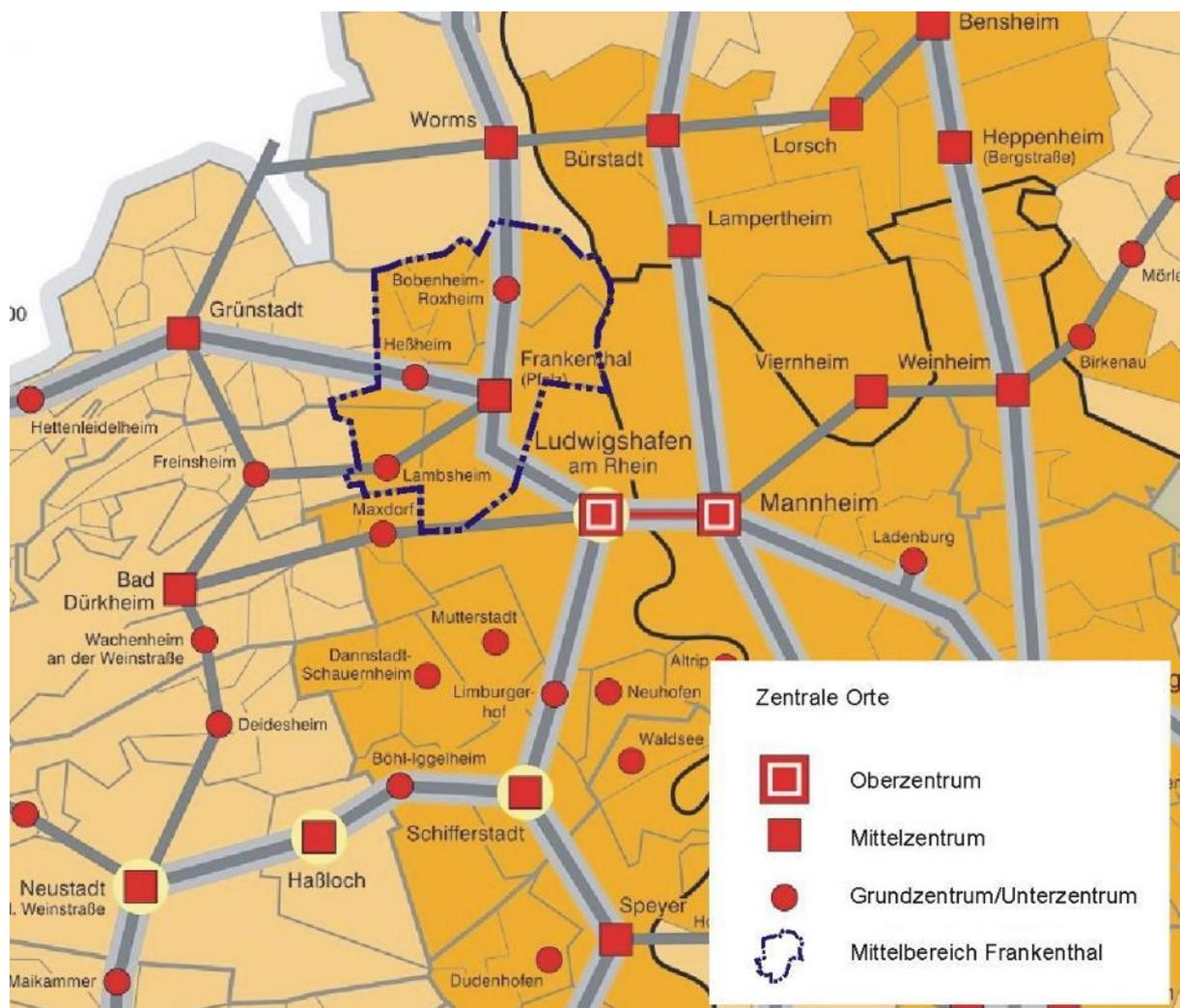
2.1.3 Rechtliche Rahmenbedingungen

Zentralörtliche Ordnung

Die kreisfreie Stadt Frankenthal wird in der zentralörtlichen Hierarchie der rheinland-pfälzischen Landesplanung als Mittelzentrum eingestuft. Frankenthal soll für seinen Verflechtungsbereich (Mittelbereich) eine vollständige Versorgung der mittelzentralen Funktion leisten. Diese Funktion gilt es zu stärken und zu sichern.¹¹

Der Mittelbereich der Stadt Frankenthal umfasst neben der kreisfreien Stadt selbst die Gemeinden der Verbandsgemeinde Lamsheim-Heßheim und die verbandsfreie Gemeinde Bobenheim-Roxheim.

Abbildung 5: Mittelbereich Frankenthal und Umgebung



Quelle: eigene Darstellung, Basis: VRN, Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar, Raumstrukturkarte, 2013

¹¹ LEP IV, S. 86, Z39

Ziele des LEP IV für großflächigen Einzelhandel (Abschnitt 3.2.3)

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 57)

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 58)

Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch in 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 59)

Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die Versorgungsgebiete (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nichtbeeinträchtigungsgesetz). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten. (Z 60)

Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Grenze der Großflächigkeit überschreitet, sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln. Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzungen in der Bauleitplanung entgegenzuwirken (Agglomerationsverbot). Haben sich bereits Agglomerationsbereiche außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche gebildet, so sind diese als Sondergebiete des großflächigen Einzelhandels in der Bauleitplanung auszuweisen und in ihrem Bestand festzuschreiben. (Z 61)

Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar (ERRN)

Die übergeordneten Regelungen des LEP IV werden durch die Regionalplanung bestärkt und dort, wo die Landesplanung Regelungen offen gelassen hat, detailliert. In Kapitel 1.7 des Einheitlichen Regionalplans Rhein-Neckar (ERRN) werden die Ziele und Grundsätze der Regionalplanung für Einzelhandelsgroßprojekte dargelegt und begründet.¹²

Für die Aussagen des Einzelhandelskonzepts zu Erweiterungen und Neuansiedelungen von Einzelhandelsgroßprojekten in Frankenthal sind - über die ähnlich lautenden Ziele und Grundsätze des LEP IV hinaus - insbesondere die folgenden Regelungen der Regionalplanung relevant und zu berücksichtigen:

- Das **Beeinträchtungsverbot** ist nicht nur auf die Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde und anderer Zentraler Orte anzuwenden, sondern auch auf die Nahversorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich. Damit erlangen auch nicht in zentralen Versorgungsbereichen gelegene Nahversorger einen gewissen Schutzstatus (siehe Z 1.7.2.4 des ERRN).

Der ERRN kennt zwei **Standorttypen** für großflächigen Einzelhandel, die in der Raumnutzungskarte des ERRN gebietsscharf festgelegt sind (siehe unten, Abbildung 6):

- „**Zentralörtliche Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte**“ für die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit zentrenrelevanten¹³ Sortimenten (gemäß Z 1.7.3.1), sowie
- „**Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte**“ mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (sofern für solche Betriebe in den „Zentralörtlichen Standortbereichen für Einzelhandelsgroßprojekte“ keine geeigneten Flächen zur Verfügung stehen, siehe Z 1.7.3.2).

Die „Zentralörtlichen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte“ entsprechen von der Intention und der Definition den zentralen Versorgungsbereichen gemäß § 1 (6) 5. BauGB, § 9 (2a) BauGB u.a.

¹² Der Verband Region Rhein-Neckar hat 2013 den Einheitlichen Regionalplan für die Metropolregion Rhein-Neckar herausgegeben. Er ist ab dem 15.12.2014 für den rheinlandpfälzischen Teil des Verbandsgebiets verbindlich.

¹³ Der ERRN verwendet den Begriff „zentrenrelevant“ zur Abgrenzung von Sortimenten, der LEP IV „innenstadtrelevant“. Beide Begriffe sind als Synonyme zu verstehen.

Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig. Diese sind gemäß Ziel 59 LEP IV ebenfalls von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen (siehe auch Z 1.7.3.2 ERRP).

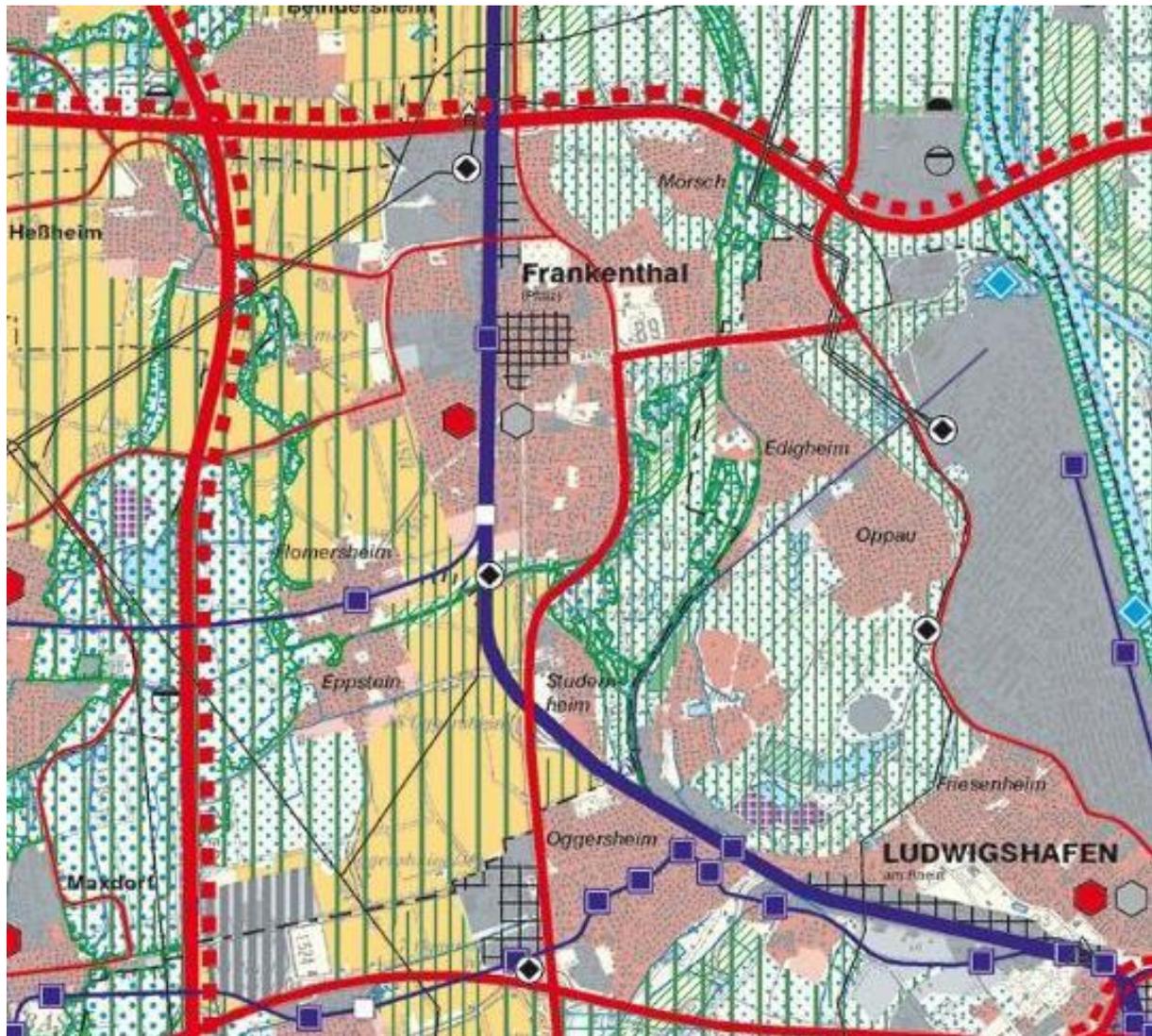
Der ERRN lässt folgende Ausnahmen von diesen beiden Standortkategorien zu:

- **Nahversorgungsstandorte:** Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten, die ausschließlich der Nahversorgung dienen, 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 derer Ortskerne zu erwarten sind. (Z 1.7.3.1)
- **Bestandsstandorte:** 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. (Z 1.7.4.2)
- **Sonstige Standorte für Einzelhandelsgroßprojekten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten:** Im Einzelfall ist die Ausweisung, Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ ausnahmsweise möglich, wenn in diesen keine geeigneten Flächen verfügbar sind, die raumordnerische Verträglichkeit entsprechend Z 1.7.2.1 nachgewiesen wird und sich das Vorhaben in ein kommunales Einzelhandelskonzept einfügt. (Z 1.7.3.2)

Die Regionalplanung fordert die Städte und Gemeinden auf, zur Stabilisierung ihrer innerstädtischen Versorgungs- und Einzelhandelsstrukturen sowie zur Sicherung der Nahversorgung in Abstimmung mit der Regionalplanung kommunale/interkommunale **Einzelhandelskonzepte** zu erarbeiten. Auf der Grundlage dieses Einzelhandelskonzepts sollen alle Bebauungspläne mit GE- bzw. GI-Festsetzungen an die jeweils aktuelle Baunutzungsverordnung angepasst werden. (1.7.4.3)

Die in Kapitel 5.1 des vorliegenden Einzelhandelskonzepts beschriebene Typisierung der Einzelhandelsstandorte in der Stadt Frankenthal orientiert sich an den in Kapitel 1.7.3 des ERRN verwendeten und oben zitierten Kategorien der räumlichen Zuordnung.

Abbildung 6: Raumnutzungskarte des ERRN und Legende (Ausschnitt)



Regionale Siedlungsstruktur

-  Siedlungsbereich Wohnen, Gemeinde oder Gemeindeteil (Z)
-  Siedlungsbereich Gewerbe, Gemeinde oder Gemeindeteil (Z)
-  Vorranggebiet für Industrie, Gewerbe, Dienstleistung, Logistik (Z)
-  Zentralörtlicher Standortbereich für Einzelhandelsgroßprojekte (Z)
-  Ergänzungsstandort für Einzelhandelsgroßprojekte (Z)

Quelle: Metropolregion Rhein-Neckar, Der Verband: Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar, Satzungsbeschluss vom 27.09.2013, Raumnutzungskarte

Baugesetzbuch und Baunutzungsverordnung

Bei der Erstellung des Einzelhandelskonzepts fanden weiterhin die einschlägigen Paragraphen des **BauGB** Berücksichtigung, insbesondere:

§1 (6) zur Aufstellung der Bauleitpläne, §9 (2a) zum Inhalt des Bebauungsplans und §34 zur Zulässigkeit von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile.

Bei der Ansiedlung großflächiger EH-Betriebe sind ferner die Regelungen des §11 (3) **BauNVO** bezüglich der Auswirkungen des Vorhabens zu beachten.

2.2 Angebotsseite

2.2.1 Übergeordnete Trends im Einzelhandel

In der Einzelhandelslandschaft in Deutschland vollzieht sich ein Strukturwandel. Veränderungen im Nachfrageverhalten überlagern sich mit der Entwicklung neuer Betriebstypen und Standortgemeinschaften auf der Angebotsseite. Die kommunale Entwicklungsplanung muss sich der aktuellen Herausforderungen bewusst sein, denen der Einzelhandel ausgesetzt ist. Von besonderer Bedeutung ist die zunehmende Konzentration und Internationalisierung der Handelskonzerne und die wachsende Bedeutung des Internethandels mit weitgehend lageunabhängigen Standortanforderungen.

Bereits seit einigen Jahren kann beobachtet werden, dass die demografische Entwicklung, der Wandel der Sozialstruktur und Änderungen im Konsumverhalten zu einer strukturellen Änderung und Polarisierung der Nachfrage führen (steigender Anteil der Senioren, Zunahme der Zahl kleiner Haushalte, Polarisierung zwischen Discount- und Spitzenqualität, Trends zu Convenience auf der einen und Erlebniseinkauf und Genuss auf der anderen Seite).

Der Anteil des Einzelhandelsumsatzes am privaten Verbrauch („einzelhandelsrelevante Kaufkraft“) stagniert seit Mitte der 2000er Jahre im Bundesschnitt bei rund 30 %. Nach einer Phase des stagnierenden Konsums erfreut sich der Einzelhandel seit 2010 wieder leicht wachsender Umsätze. Die anhaltende Hochkonjunktur in Deutschland hat sich auch in der Ausgabenbereitschaft der Verbraucher niedergeschlagen. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes stieg der Einzelhandelsumsatz in Deutschland im Jahr 2017 im Vergleich zum Vorjahr nominal um 4,3 % und preisbereinigt um 2,8 %. 2018 stieg er nominal um 2,9 % und preisbereinigt um 1,6 %. Der Umsatz

im Lebensmitteleinzelhandel stieg 2018 preisbereinigt hingegen nicht mehr an.¹⁴

Es ist zu beobachten, dass sich im Lebensmittelhandel die Vertriebs-typen aneinander annähern. Inzwischen verzichten nicht mehr alle Lebensmittel-Discounter auf Ambiente und setzen nur auf billige Produkte. Gerade neu und häufig höherwertig gebaute Discounter schließen immer mehr die Lücke zwischen den Discountern und den Vollsortimentern, indem sie auf eine gepflegte Produktpräsentation und eine breitere Produktpalette setzen und immer mehr Marken listen. Fast alle Discounter haben inzwischen eigene Back-Shops im Vorkassenbereich oder einen SB-Back-Shop im Geschäft integriert.

Räumlich ist der Einzelhandel in Deutschland von einer Konzentration von Filialbetrieben auf großflächige Formate in Mittel- und Oberzentren, oft auch in nicht integrierten Agglomerationen, zu Ungunsten der Grundzentren und der kleinflächigen, inhabergeführten Geschäfte gekennzeichnet. Konzentrations- und Konsolidierungsprozesse auf der Anbieterseite führen dazu, dass insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel heute ganz überwiegend von wenigen großen Ketten dominiert wird. Der Handel mit Waren des periodischen Bedarfs wird durch eine Reduzierung der Marktdichte und die Ausbreitung großflächiger Verkaufsformen geprägt. Hinzu kommt, dass der Markt gesättigt ist, d.h. Marktanteilsgewinne sind fast nur noch auf Kosten von Mitbewerbern möglich.

Für moderne, großflächige Geschäftsformen von Nahversorgern und Fachmärkten mit Verkaufsflächen von über 800 m² finden sich immer seltener geeignete oder wirtschaftlich rentable Standorte in den Ortszentren. So haben sich in den vergangenen beiden Jahrzehnten fast flächendeckend Fachmarkttagglomerationen an verkehrsgünstig gelegenen Siedlungsrandlagen gebildet. Nicht zuletzt auch aufgrund der Kundenwünsche nach preiswertem und breitem Angebot sowie ausreichend kostenlosen Parkplätzen in Geschäftsnähe sind es heute vorwiegend Fachmärkte und Discounter in nicht integrierten Lagen, die die aktuelle Einzelhandelsentwicklung prägen (siehe zum Beispiel die Agglomeration um Kaufland an der Wormser Straße). Entgegen diesem Trend scheint der Standort des SB-Warenhauses „real“ am Nordrand von Studernheim Marktanteile zu verlieren.

Die Fachmärkte, vor allem im Non-Food-Bereich, zählen zu den Marktanteilsgewinnern der letzten Jahre. Ihr Marktanteil am Einzelhandelsumsatz steigt kontinuierlich v. a. auf Kosten der traditionellen Fachgeschäfte. Allerdings werden sich die Fachmärkte zunehmenden gesetzlichen Regelungen und Vorschriften stellen müssen.

¹⁴ Statistisches Bundesamt (Destatis) www.destatis.de, eingesehen am 30.04.2018

Insgesamt hält der Trend zu agglomerierten Standorten in Deutschland an. Der Wettbewerb mit den großflächigen Verkaufsformen führt zum Verlust der inhabergeführten Nahversorger in vielen Orten Deutschlands. Wichtige Frequenzbringer gehen damit den Ortszentren verloren. Die Wege zum Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs werden für die Bevölkerung länger. Immobiler Bevölkerungsgruppen (rund ein Viertel aller Haushalte verfügt nicht über einen PKW) müssen einen Verlust an Lebensqualität, Selbstbestimmtheit und Möglichkeit zur gesellschaftlichen Teilhabe hinnehmen. Ohne steuernde Eingriffe wird sich das Nahversorgungsangebot zunehmend auf weniger Standorte konzentrieren. Bei allen Lebensmittelketten lässt sich ein Trend zu größeren Märkten feststellen. Selbst für Discounter sind Verkaufsflächen von 1.100 bis 1.300 m² mittlerweile der Normalfall. Dieser Trend in die Großflächigkeit führt an vielen Standorten zu aufwändigen Genehmigungsverfahren und Bauleitplanungsänderungen.

Rolle des Distanzhandels

Der Distanzhandel ist die derzeit mit Abstand am stärksten wachsende Form des Handels. Während der traditionelle Versandhandel („Katalogversandhandel“) in Deutschland lange bei ca. 4 – 5 % Anteil am gesamten Handel stagnierte, hat der Distanzhandel vor allem durch das Internet erheblich an Bedeutung gewonnen. In den letzten Jahren zeigte der Online-Handel in Deutschland ein äußerst dynamisches Wachstum. 2017 wuchs der Onlinehandel in Deutschland auf ein Volumen von 48,9 Mrd. € (netto, ohne MWSt.). Für 2018 prognostiziert der HDE eine Zunahme um 9,7 % auf 53,6 Mrd. €.¹⁵

Für 2018 prognostiziert der HDE einen Onlineanteil am Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne (ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel) insgesamt von 10,2 %.¹⁶ Allerdings ist der Anteil sehr branchenabhängig (siehe Tabelle 1). Während 2017 für technische Gebrauchsgüter (Elektronik, Elektro, EDV, Foto) bereits fast jeder fünfte Euro im Internet ausgegeben wurde, lag der Marktanteil des Online-Handels mit Lebensmitteln 2017 nur bei 1 %. Gründe hierfür sind die hohe Marktdichte in urbanen Räumen und das bislang noch auf einen direkten Warenkontakt ausgerichtete Verbraucherverhalten.

Dass der Online-Handel mit Waren des täglichen Bedarfs Potenzial hat, zeigen die Marktanteile in anderen Ländern (Großbritannien 6%, Frankreich 4,3%, Niederlande 2,1%).¹⁷

¹⁵ HDE Handelsverband Deutschland: Handel digital. ONLINE-MONITOR 2018, S. 4, in: www.einzelhandel.de/online-monitor, eingesehen am 30.04.2019

¹⁶ ebenda, S. 6

¹⁷ GfK Nürnberg: Integrative Markenführung – Erfolgsfaktoren digitaler Kommunikation, Mai 2016, Seite 20/21

Tabelle 2: Anteil Distanzhandel an Umsatz der Branche insgesamt

Warengruppe	2010	2013	2017
Lebensmittelhandel	0,5%	1,0%	1%
Arzneimittel	1,5%	2,5%	17%
Sanitätshäuser, Orthopädie, med. Fachhandel	14,0%	15,0%	k.A.
Drogerie- und Parfümeriewaren	3,5%	5,2%	4%
Bekleidung	11,0%	11,0%	19%
Lederwaren	10,0%	11,0%	16%
Schuhe	4,0%	4,4%	14%
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	12,0%	12,0%	25%
Möbel, Küchen	4,0%	4,0%	5%
Glas, Geschenkartikel, Haushaltswaren	7,5%	10,0%	6%
Elektronik, Elektro, EDV, Foto	12,0%	12,0%	18%
Leuchten und Zubehör	k.A.	12,0%	10%
Brillen, Optik	2,5%	3,0%	7%
Uhren und Schmuck	8,0%	9,5%	13%
Bücher	15,0%	19,0%	24%
Papier, Schreibwaren, Bürobedarf	14,0%	14,0%	10%
Spielwaren/Musikinstrumente	6,5%	7,0%	21%
Sport- und Campingartikel	9,0%	10,0%	18%
Fahrräder und Zubehör	7,5%	9,3%	11%
Autoteile und -zubehör	2,5%	5,0%	6%
Bad und Sanitär, Installationsmaterial	k.A.	1,5%	2%
Bau-/ Heimwerkermarkt (ohne Gartenabteilung)	4,0%	5,0%	10%
Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge	2,0%	3,0%	3%
Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen	1,0%	2,0%	3%
Zooartikel, Tiere	1,0%	1,5%	9%
Schnittblumen	1,0%	k.A.	k.A.
Baby- und Kinderausstattung	12,0%	15,0%	23%

Quelle: BBE Handelsberatung: Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel, München, 2010, 2013 und 2017

2.2.2 Einzelhandelsangebot in Frankenthal

Methodische Vorgehensweise

Der Einzelhandel befindet sich in einem raschen Wandel. Die Aussagen des Einzelhandelskonzepts von 2008 / 2012 zum Einzelhandelsbestand sind veraltet. Grundlage für die Fortschreibung der konzeptionellen Aussagen ist eine Vollerhebung des Einzelhandelsangebots in der Stadt Frankenthal sowie eine quantitative und qualitative Analyse und Bewertung des Bestands.

Hierzu wurde im Mai 2016 der Ladeneinzelhandel im engeren Sinne (einschließlich Ladenhandwerk wie Bäcker, Metzger und Fahrradläden, aber ohne Kfz-Handel und Brennstoffhandel) in der gesamten Stadt Frankenthal durch geschulte isoplan-Mitarbeiter erhoben. Dabei wurden folgende Kriterien für jedes Ladengeschäft ermittelt:

1. Bezeichnung
2. Adresse
3. Lagezuordnung
4. Verkaufsform
5. Branche (Hauptwarengruppe)
6. Verkaufsflächen nach 17 Warengruppen (Definition nach GfK)
7. Einschätzung der Flächenproduktivitätsklasse
8. Umsatzschätzung.

Verkaufsflächen von Geschäften, die Waren aus mehreren Warengruppen führen, wurden auf die einzelnen Warengruppen aufgeteilt.

In dem 2012 festgelegten (einzigen) zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt von Frankenthal wurden im Rahmen der Begehung auch Gebäude mit der Erdgeschossnutzung Dienstleistung (Gastronomie, Ärzte, Banken, Rechtsanwälte, Vergnügungsstätten, öffentliche, kirchliche, soziale und kulturelle Einrichtungen sowie sonstige Dienstleistungen und dienstleistungsähnliches Handwerk wie Friseur, Schlüsseldienste, Schuster, u.ä.) erhoben, um die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs in der Innenstadt zu aktualisieren (s.u.).

Verkaufsflächen

In der Stadt Frankenthal wurden insgesamt 236 Einzelhandelsgeschäfte mit einer Verkaufsfläche von rund 88.350 m² erfasst. Dies entspricht einer Verkaufsflächenausstattung von 1,8 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

In der Kernstadt wurden 219 Geschäfte (93 %) mit 81.300 m² Verkaufsfläche (92 %) erhoben. Rund 21.900 m² (27 %) davon entfallen auf Waren des periodischen Bedarfs. Mit 20.550 m² (25 % der Verkaufsfläche) ist die Warengruppe Einrichtungsbedarf am stärksten vertreten. Die Verkaufsflächenausstattung in der Kernstadt beträgt 2,1 m² je Einwohner.

Im Vergleich zur Erhebung aus dem Jahr 2008 hat sich die Verkaufsfläche in den kleineren Stadtteilen durchgehend, teilweise sehr deutlich, reduziert. Die gesamtstädtische Verkaufsflächenzunahme ergibt sich durch massive Flächenzuwächse in den Randbereichen der Kernstadt.

Tabelle 3: Verkaufsflächenentwicklung in Frankenthal nach Stadtteilen

	2008 (m²)	2017 (m²)	Veränderung (m²)	Veränderung (%)
Kernstadt	74.539	81.291	+6.752	+9,1
Eppstein	385	95	-290	-75,3
Flomersheim	1.085	770	-315	-29,0
Mörsch	775	70	-705	-91,0
Studernheim	7.452	6.120	-1.332	-17,9
Stadt Frankenthal	84.236	88.346	+4.110	+4,9

Quellen: 2008 GMA Einzelhandelskonzeption der Stadt Frankenthal,
2017: isoplan

Tabelle 4: Stadt Frankenthal, Verkaufsflächen in m²

Warengruppe	Stadt Frankenthal	davon im Stadtteil ...				
		Kernstadt	Eppstein	Flomersheim	Mörsch	Studernheim
1. Lebensmittel / NuG	22.510	17.706	40	673	51	4.040
2. Gesundheits- und Körperpflege	4.667	4.207	0	62	18	380
Summe periodischer Bedarf	27.177	21.914	40	735	69	4.420
3. Bekleidung	14.384	13.817	0	7	0	560
4. Schuhe, Lederwaren	3.309	3.209	0	0	0	100
5. Einrichtungsbedarf*	20.608	20.548	0	0	0	60
6. Hausrat, Glas, Porzellan	2.350	2.303	0	7	0	40
7. Elektrogeräte, Leuchten	1.284	1.124	0	0	0	160
8. Unterhaltungselektronik	270	230	0	0	0	40
9. Informationstechnologie	24	24	0	0	0	0
10. Telekommunikation	377	377	0	0	0	0
11. Foto, Optik	594	594	0	0	0	0
12. Uhren, Schmuck	561	561	0	0	0	0
13. Bücher, Schreibwaren	2.053	2.020	5	7	2	20
14. Spielwaren, Hobbys	1.715	1.548	0	7	0	160
15. Sportartikel	1.516	1.216	0	0	0	300
16. Baumarktspez. Sortiment	11.747	11.530	50	7	0	160
17. Baby- und Kinderartikel	377	277	0	0	0	100
Summe aperiodischer Bedarf	61.169	59.377	55	35	2	1.700
Gesamt	88.346	81.291	95	770	70	6.120
Anteil in %	100,0	92,0	0,1	0,9	0,1	6,9
m ² je Einwohner	1,8	2,1	0,0	0,3	0,0	3,4
Anzahl Geschäfte	236	219	4	4	3	6

* Das Ruf Möbelhaus in der Sterngasse wurde zwischenzeitlich aufgegeben (800 m², ca. 1,6 Mio. € ehemaliger Umsatz)
 Quelle: eigene Erhebung 05/2016

Einzelhandelsumsatz

Der Umsatz des Einzelhandels in Frankenthal wurde anhand der erhobenen Verkaufsflächen mit Hilfe von Sekundärdaten zu durchschnittlichen Flächenproduktivitäten für 17 Warengruppen hochgerechnet. Der Umsatz von Geschäften, die Sortimente aus mehreren Warengruppen führen, wurde dabei anhand der jeweiligen Verkaufsflächen auf die verschiedenen Warengruppen aufgeteilt. Dabei wurden nicht nur die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der einzelnen Warengruppen angesetzt, sondern zusätzlich noch Kriterien wie Betreiber, Vertriebsform, Lage und Attraktivität berücksichtigt.

Tabelle 5: Einzelhandelsumsätze 2016 in Frankenthal nach Stadtteilen (Mio. €)

Warengruppe	Kernstadt	Eppstein	Flomersheim	Mörsch	Studernheim	Stadt Frankenthal
1. Lebensmittel / NuG	80,9	0,3	2,8	0,2	20,6	104,8
2. Gesundheits- und Körperpflege	20,6	0,0	0,4	0,2	0,6	21,8
Summe periodischer Bedarf	101,6	0,3	3,2	0,4	21,2	126,6
3. Bekleidung	39,9	0,0	0,0	0,0	0,9	40,8
4. Schuhe, Lederwaren	8,0	0,0	0,0	0,0	0,2	8,2
5. Einrichtungsbedarf	27,8	0,0	0,0	0,0	0,1	27,9
6. Hausrat, Glas, Porzellan	5,0	0,0	0,0	0,0	0,1	5,1
7. Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten	3,0	0,0	0,0	0,0	0,2	3,2
8. Unterhaltungselektronik	0,9	0,0	0,0	0,0	0,1	0,9
9. Informationstechnologie	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
10. Telekommunikation	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7
11. Foto, Optik	3,2	0,0	0,0	0,0	0,0	3,2
12. Uhren, Schmuck	3,4	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4
13. Bücher, Schreibwaren	7,5	0,0	0,0	0,0	0,1	7,6
14. Spielwaren, Hobbys	4,7	0,0	0,0	0,0	0,2	5,0
15. Sportartikel	3,8	0,0	0,0	0,0	0,5	4,2
16. Baumarktspez. Sortiment	19,5	0,1	0,0	0,0	0,2	19,9
17. Baby- und Kinderartikel	0,9	0,0	0,0	0,0	0,2	1,0
Summe aperiodischer Bedarf	129,3	0,1	0,1	0,0	2,7	132,3
Gesamt	230,9	0,4	3,3	0,4	23,8	258,8
in %	89,2	0,1	1,3	0,2	9,2	100,0

Quelle: eigene Erhebung und Berechnung 05/2016

Der Einzelhandelsumsatz der 236 erhobenen Geschäfte in der Stadt Frankenthal für 2016 kann danach auf 258,8 Mio. € geschätzt werden. Hiervon entfallen 126,6 Mio. € (49 %) auf Waren des periodischen Bedarfs und 132,3 Mio. € (51 %) auf Waren des aperiodischen Bedarfs.

Aufgrund der vergleichsweise hohen Flächenproduktivitäten werden die mit Abstand höchsten Umsätze mit rund 104,8 Mio. € in der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ erwirtschaftet. Die Warengruppe Bekleidung ist mit 40,8 Mio. € die umsatzstärkste im aperiodischen Bedarf.

Räumlich ist der Umsatz analog zur Verkaufsfläche auf den Stadtteil Kernstadt konzentriert. Rund 89 % des Gesamtumsatzes der Stadt werden in den Geschäften im Stadtteil Kernstadt erwirtschaftet. Im Stadtteil Studernheim beträgt der Umsatzanteil 9 %, in den restlichen drei Stadtteilen zusammen weniger als 2 %.

Im Vergleich zu den Erhebungsergebnissen von 1991 und 2008 hat die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe abgenommen, die Verkaufsfläche jedoch zugenommen. Insgesamt sind die Umsätze des stationären Einzelhandels in Frankenthal (trotz steigender Einwohnerzahl) seit 2008 leicht zurückgegangen. In der Folge ist auch die durchschnittliche Flächenproduktivität zurückgegangen. Dies ist nicht zuletzt auf die steigenden Umsätze im Onlinehandel zurückzuführen.

Tabelle 6: Eckdaten des Einzelhandels in Frankenthal, Zeitreihe 1991 - 2017

	1991	2008	2017	Veränderung 2008 - 2017	Veränderung in %
Anzahl Einzelhandelsbetriebe	355	335	236	-99	-29,6
VKF in m²	74.875	84.236	88.346	+4110	+4,9
Umsatz in Mio. €	252,2	270,9	258,8	-12,1	-4,5
Umsatz je m² Verkaufsfläche in €	3.368	3.216	2.929	-287	-8,9
durchschnittliche Betriebsgröße in m²	211	251	374	+123	+48,9
VKF m² je Einwohner	1,6	1,8	1,8	0	0
Einwohner	47.087	47.090	48.363	+1.273	+2,7

Quellen: 1991, 2008: GMA Einzelhandelskonzeption der Stadt Frankenthal (Pfalz); 2017: eigene Erhebung und Berechnung; Einwohnerzahl jeweils zum 31.12. des Vorjahres, Quelle: statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

2.2.3 Verteilung im Stadtgebiet (Status Quo)

Der Einzelhandelsbestand in der Stadt Frankenthal konzentriert sich im Wesentlichen in der Innenstadt, zwei Ergänzungsstandorten für großflächigen, nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel, fünf Bestandsstandorten mit großflächigem, z.T. innenstadtrelevantem Einzelhandel in der Kernstadt sowie sechs kleinflächigen Nahversorgern (vgl. Abbildung 10).

Kernstadt Frankenthal

Der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt ist von zahlreichen Filialisten und inhabergeführten Geschäften rund um den Rathausplatz und die Speyerer Straße bestimmt. Ein Wochenmarkt auf dem Rathausplatz rundet das Einzelhandelsangebot in diesem Umfeld ab. Die größten Anbieter in der Innenstadt sind das Kaufhaus Birkenmeier, das Bekleidungshaus Jost, der Drogeriemarkt Müller sowie das Eisenwarenkaufhaus Kisling. Zum Angebot der Innenstadt gehören auch mehrere inhabergeführte größere Lebensmittelgeschäfte und ein weiterer Drogeriemarkt (dm).



Müller Wormser Str. Rathausplatz

Speyerer Straße

Östlich der Innenstadt gibt es zwei Lebensmittelmärkte: den 2015 eröffneten und 2017 erweiterten Edeka-Vollsortimenter im Foltzring und eine Filiale des Discounters Norma mit einer ungewöhnlich langgezogenen Geschäftsfläche an der Straße Am Kanal.



Edeka Foltzring



Norma Am Kanal

Südlich des Europarings in der Benderstraße bilden Filialen von Penny und Rewe einen weiteren Versorgungsschwerpunkt.



Benderstraße: Rewe



Penny

In dem von Hochhäusern gesäumten Albrecht-Dürer-Ring stellt der am Jakobsplatz gelegene Edeka-Markt zusammen mit einigen kleinen weiteren Geschäften und Dienstleistern das örtliche Nahversorgungsangebot sicher.



Edeka am Jakobsplatz

Für die Einwohner des südlichen Wohngebietes westlich der Mahlastraße stehen entlang der Schraderstraße mehrere Discounter zur Auswahl. Neben einem Aldi- und einem Lidl-Markt gehören ein kleinflächiger Norma und ein Getränkemarkt (alldrink) zum örtlichen Angebot.



Schrader Straße: Aldi



Norma



alldrink

Die Firma Netto betreibt Lebensmittel-Discounter an drei Solitärstandorten in der Kernstadt (in der Elsa-Brändström-Straße in der Nähe der Stadtklinik, in Bahnhofsnähe an der Eisenbahnstraße und in der Mörscher Straße in Richtung des Stadtteils Mörsch).



Netto: Elsa-Brändström-Str.



Eisenbahnstr.



Mörscher Str.

An der Wormser Straße 119 hat Ende 2013 Möbel Ehrmann mit rund 18.000 m² Verkaufsfläche ein Möbelhaus eröffnet. Dieses Einrichtungshaus ist die größte Einzelhandelseinrichtung der Stadt.



Wormser Straße: Möbel Ehrmann



Kaufland



Dehner

Südlich schließt sich ein Einkaufszentrum mit einem SB-Warenhaus sowie zahlreichen Fachmärkten, Dienstleistern und Gastronomieangeboten an. Ankerbetrieb ist das SB-Warenhaus Kaufland, neben dem sich verschiedene kleinere Fachmärkte und Geschäfte sowie ein Gartencenter (Dehner) angesiedelt haben.



Fachmarktzentrum Wormser Straße, Lidl Wormser Str. 97, Toom Eisenbahnstr. 77

Südlich schließt sich ein neueres Fachmarktzentrum mit Aldi, dm, Takko, KIK, BÖ-Schuh-Outlet, Fressnapf und Tedi an. Eine Geschäftsfläche mit ca. 400 m² Fläche stand hier zum Redaktionsschluss (04/2019) leer. Auf die räumliche Zäsur der L453 (Nordring)

folgen südlich ein Lebensmitteldiscounter (Lidl) und der einzige Baumarkt im Stadtgebiet (Toom).

Stadtteil Studernheim

Im Stadtteil Studernheim konzentriert sich der Einzelhandel fast ausschließlich auf einen Standort im Norden an der Frankenthaler Straße. Neben dem SB-Warenhaus real inklusive Getränkemarkt sind hier im Vorkassenbereich ein paar kleine Geschäfte und Dienstleister angesiedelt.

Ebenfalls im Norden des Stadtteils werden in einem Gewerbegebiet Am Lausböhl in einem Fachmarkt (Mühlenz) Schuhe vertrieben. Das Ortszentrum von Studernheim befindet sich rund um die Kreuzung Frankenthaler Straße, Heinrich-Reffert-Straße und Oggersheimer Straße und wird von einem Bäcker, einer Sparkasse sowie Kirche und Grundschule gebildet.



Real in der Frankenthaler Straße



Bäcker und Sparkasse
Oggersheimer Straße

Stadtteile Flomersheim und Eppstein

Das Nahversorgungsangebot im Stadtteil Flomersheim wird vor allem durch den Edeka-Markt in der Haardtstraße vorgehalten. Dieser wird durch mehrere kleine Geschäfte und Dienstleister ergänzt, u.a. einen Bäcker in der Haardtstraße, eine Apotheke in der Eppsteiner Straße sowie je eine Sparkassen- und eine RV Bank-Filiale.



Edeka, Haardtstraße



Dreikönig Apotheke, Eppsteiner Str.

Das Einzelhandelsangebot im Stadtteil Eppstein beschränkt sich auf zwei Metzger, einen Kiosk und einen Anbieter für Aquarien und Seewasserfische.

Stadtteil Mörsch

Im Stadtteil Mörsch gibt es nur noch wenige inhabergeführte Geschäfte. Neben dem Bäcker sind dies eine Apotheke und ein Hofladen. Die Nahversorgung im Stadtteil wird vor allem durch die Netto-Filiale in der Mörscher Straße gewährleistet, die zwar in der Gemarkung der Kernstadt liegt, aber auch auf die Einwohner von Mörsch ausgerichtet ist.

2.2.4 Nahversorgungsnetz

In der Kernstadt Frankenthal gibt es derzeit 15 Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche sowie einige kleinere Lebensmittelgeschäfte vornehmlich in der Innenstadt und im Heßheimer Viertel.

Die Bestandsmärkte sind räumlich ungleich über das Stadtgebiet verteilt. In der Kernstadt sind östlich der Bahnlinie fast alle Wohnbereiche gut bis sehr gut versorgt. Teilweise überlagern sich die Einzugsbereiche der Lebensmittelanbieter. Ballungen an der Wormser Straße, der Schraderstraße und östlich der Innenstadt stehen Lücken in der Nahversorgung vor allem im Stadtbezirk Lauterecken gegenüber.

Die Grenze für eine fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelgeschäften bzw. Märkten wird in Städten mit einer hohen Bevölkerungsdichte wie Frankenthal üblicherweise bei ca. 600 Metern oder 10 Minuten Fußweg angesetzt. Um näherungsweise die Abdeckung des besiedelten Stadtgebietes mit entsprechenden Lebensmittelgeschäften in fußläufiger Erreichbarkeit darzustellen, wurden in Abbildung 5 alle Lebensmittelmärkte und die dazugehörigen Bereiche im Radius von 500 Metern Luftlinie um die Geschäfte dargestellt. Zusätzlich wurde die Agglomeration von drei kleinen Nahversorgungsgeschäften in der Heßheimer Straße als Versorgungspunkt für die Einwohner in einem Radius von etwa 250 Metern Luftlinie dargestellt.

Zur verbrauchernahen Versorgung der unterversorgten Bereiche im Stadtbezirk Lauterecken mit Lebensmitteln wurden in einer gesonderten Auswirkungsanalyse zwei mögliche Standorte für Lebensmittelmärkte untersucht (in Abbildung 7 mit roten Punkten und grünen fußläufigen Einzugsbereichen gekennzeichnet).

Die Analyse kommt zu dem Ergebnis, dass die verbrauchernahe Versorgung im Stadtgebiet mit Lebensmitteln durch die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes mit bis zu 1.700 m² Verkaufsfläche im geplanten

zentralen Versorgungsbereich Albert-Frankenthal-Quartier an der Lamsheimer Straße und die Verlagerung und begrenzte Vergrößerung des Norma-Marktes aus der Schraderstraße 34 an die Schraderstraße 8-12 deutlich verbessert würden.

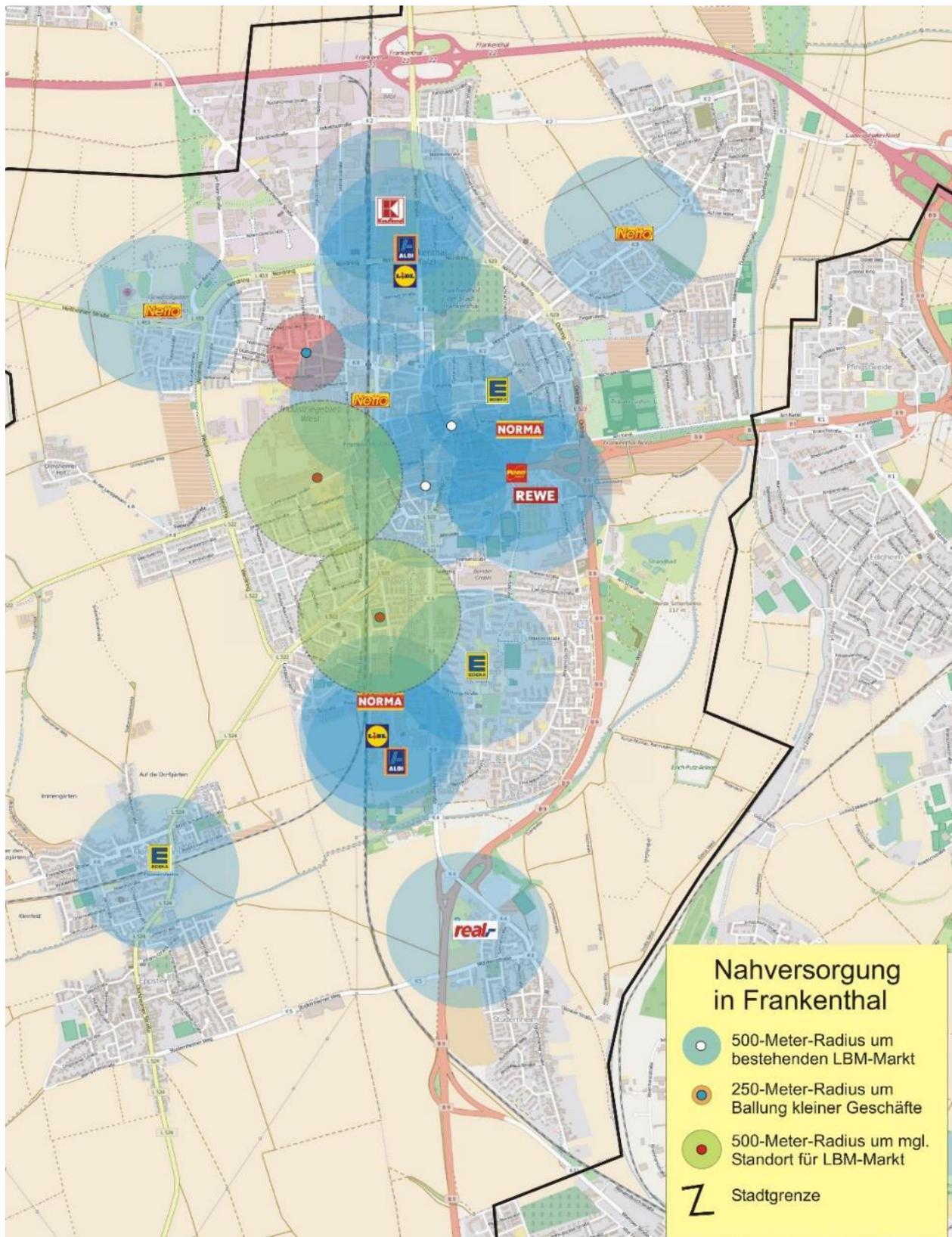
In den weiteren Stadtteilen ist die Ausstattung mit Nahversorgern sehr unterschiedlich zu bewerten (vgl. Kapitel 2.2.3). Die Bevölkerung in den Stadtteilen Studernheim (real) und Flomersheim (Edeka) ist jeweils durch einen Lebensmittelmarkt versorgt. Im Stadtteil Mörsch wird die Nahversorgung durch den nahegelegenen Netto-Markt gesichert.

Lediglich im Stadtteil Eppstein gibt es keinen eigenen Lebensmittelmarkt. Die Neuansiedlung eines eigenen Lebensmittelmarktes im Stadtteil Eppstein ist hingegen unrealistisch, da die Mantelbevölkerung mit ca. 2.650 Einwohnern zu gering ist.

Die Nahversorgung der Bevölkerung von Eppstein wird jedoch durch den EDEKA-Markt in Flomersheim gewährleistet. Der Markt ist von Teilen der Wohngebiete in Eppstein zwar weiter als die angestrebten 500 m entfernt, eine Nahversorgung innerhalb eines Radius von 1.000 m Entfernung von den Wohnstandorten wird in dünner besiedelten Bereichen des Stadtgebietes aber ebenfalls noch als ausreichend erachtet.¹⁸ Mit insgesamt ca. 5.400 Einwohnern ist in beiden Stadtteilen zusammen eine hinreichende Mantelbevölkerung für den bestehenden Lebensmittel-Markt vorhanden.

¹⁸ vgl. z.B. Fachkommission Städtebau: Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels, 28.09.2017

Abbildung 7: Nahversorgung in Frankenthal



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung, Kartengrundlage: Open Street-map

2.3 Nachfrageseite

2.3.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Bevölkerung der Stadt Frankenthal wird für 2015 mit insgesamt 271,3 Mio. € oder 5.732 € pro Kopf angegeben. Damit liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in Frankenthal knapp über dem Bundesschnitt von 5.691 € je Einwohner. Für Waren des periodischen Bedarfs steht der Bevölkerung Frankenthals mit 133,7 Mio. € etwas weniger als die Hälfte (49,3 %) der verfügbaren Kaufkraft zur Verfügung. Knapp 41,2 % hiervon entfallen auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und ca. 8 % auf Waren der Gesundheits- und Körperpflege. 137,6 Mio. € oder 51 % der Kaufkraft der Bevölkerung der Stadt Frankenthal entfallen auf Waren des aperiodischen Bedarfs. Hiervon wurden rund 28,4 Mio. € für die Warengruppe Baumarktspezifisches Sortiment, 22,7 Mio. € für Einrichtungsbedarf und 20,8 Mio. € für Bekleidung aufgewendet.¹⁹

Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft		
	gesamt	pro Kopf	Verteilung
	Mio. €	€	%
1. Nahrungs- und Genussmittel	111,9	2.363	41,2
2. Gesundheits- und Körperpflege	21,9	462	8,1
Summe periodischer Bedarf	133,7	2.826	49,3
3. Bekleidung	20,8	439	7,7
4. Schuhe, Lederwaren	5,3	111	1,9
5. Einrichtungsbedarf	22,7	480	8,4
6. Hausrat, Glas, Porzellan	3,9	82	1,4
7. Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten	9,2	194	3,4
8. Unterhaltungselektronik	8,7	185	3,2
9. Informationstechnologie	5,9	124	2,2
10. Telekommunikation	2,3	48	0,8
11. Foto, Optik	5,3	111	1,9
12. Uhren, Schmuck	3,5	74	1,3
13. Bücher, Schreibwaren	11,4	241	4,2
14. Spielwaren, Hobbys	5,1	108	1,9
15. Sportartikel	4,5	95	1,7
16. Baumarktspezifisches Sortiment	28,4	599	10,5
17. Baby- und Kinderartikel	0,7	15	0,3
Summe aperiodischer Bedarf	137,6	2.906	50,7
Gesamt	271,3	5.732	100,0

Quelle: GfK Nürnberg, Stand: 2015

¹⁹ Quelle: GfK Nürnberg, Daten zur Sortimentskaufkraft. Die GfK legte den aufgrund des Zensus von 2011 durch das Statistische Landesamt Rheinland-Pfalz korrigierten Einwohnerstand vom 01.01.2014 zugrunde (47.332).

2.3.2 Kaufkraftbindung

Als Kaufkraftbindungsquote einer Stadt wird der Quotient aus dem Point-of-Sale-Umsatz des Einzelhandels der Stadt und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Wohnbevölkerung der Stadt bezeichnet. Die Kaufkraftbindungsquote ist ein Maß für die Einzelhandelszentralität. Liegt die Kaufkraftbindungsquote unter 100 %, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Betrachtungsraum ab, liegt der Wert über 100 %, fließt per Saldo Kaufkraft zu.

Tabelle 8: Kaufkraftbindungsquoten nach Warengruppen

Warengruppe	Point-of-Sale-Umsatz (Mio. €)	Kaufkraft (Mio. €)	Kaufkraft-Bindungsquote (%)
1. Lebensmittel / NuG	104,8	111,9	94
2. Gesundheits- und Körperpflege	21,8	21,9	100
Summe periodischer Bedarf	126,6	133,7	95
3. Bekleidung	40,8	20,8	196
4. Schuhe, Lederwaren	8,2	5,3	155
5. Einrichtungsbedarf	27,9	22,7	123
6. Hausrat, Glas, Porzellan	5,1	3,9	132
7.-11. Technik	9,1	31,4	29
<i>darunter 7. Elektro, Leuchten</i>	3,2	9,2	35
<i>8. Unterhaltungselektronik</i>	0,9	8,7	11
<i>9. Informationstechnologie</i>	0,1	5,9	2
<i>10. Telekommunikation</i>	1,7	2,3	74
<i>11. Foto, Optik</i>	3,2	5,3	61
12. Uhren, Schmuck	3,4	3,5	97
13. Bücher, Schreibwaren	7,6	11,4	67
14. Spielwaren, Hobbys	5,0	5,1	98
15. Sportartikel	4,2	4,5	94
16. Baumarktspez. Sortiment	19,9	28,4	70
17. Baby- und Kinderartikel	1,0	0,7	140
Summe aperiodischer Bedarf	132,3	137,6	96
Gesamt	258,8	271,3	95

Quelle: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft: GfK 2015; Umsatz: isoplan-Erhebung 05/2016

In der Stadt Frankenthal steht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 271,3 Mio. € ein geschätzter Point-of-Sale-Umsatz von 258,8 Mio. € gegenüber, d.h. per Saldo fließen 12,5 Mio. € Kaufkraft aus Frankenthal ab. Die Kaufkraftbindungsquote beträgt 95,4 %. Dieser Wert ist für ein Mittelzentrum, für das eigentlich Zuflüsse aus dem Mittelbereich zu erwarten wären, vergleichsweise gering, erklärt sich aber durch die Nähe zu den umfangreichen Einzelhandelsagglomerationen in den Oberzentren Ludwigshafen und Mannheim sowie zu den Mittelzentren Worms, Neustadt und Speyer.

In den Warengruppen des periodischen Bedarfs wurden Kaufkraftabflüsse von 7,2 Mio. € ermittelt. In der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ beträgt die Kaufkraftbindung knapp 94 %, in der Warengruppe „Gesundheits- und Körperpflege“ rund 100%.

Die Warengruppen des aperiodischen Bedarfs sind differenzierter zu betrachten: Die Kaufkraftbindungen schwanken in den einzelnen Warengruppen zwischen 23 % bei Technik (Warengruppen 7 bis 10) bis 196 % bei Bekleidung.

Aufgrund des fehlenden Angebotes in Frankenthal, der zunehmenden Bedeutung des Internethandels und dem Bestand in Ludwigshafen und Mannheim fließen per Saldo rund 20 Mio. € Kaufkraft aus den Warengruppen der Technik aus Frankenthal ab. Im baumarktspezifischen Bedarf fließen rund 8,5 Mio. € ab.

Kaufkraftzuflüsse erzielt der stationäre Einzelhandel in Frankenthal per Saldo vor allem mit Bekleidung (20 Mio. €), aber auch in den Warengruppen Schuhe und Lederwaren, Einrichtungsbedarf, Hausrat, Glas und Porzellan sowie Baby- und Kinderartikel.

3 Entwicklungspotenzial

3.1 Marktgebiet des Einzelhandels von Frankenthal

Das Marktgebiet beschreibt den Bereich, aus dem Kunden regelmäßig die Einzelhandelsangebote der Stadt Frankenthal (Pfalz) in Anspruch nehmen.

Im Einzelhandelskonzept der GMA aus dem Jahr 2008 wurde das Marktgebiet des Einzelhandels auf die Stadt Frankenthal und Gemeinden des Landkreises Bad Dürkheim und den Rhein-Pfalz-Kreis anhand wirtschaftsräumlicher, demographischer und sozialer Kriterien abgegrenzt.

Die Aussagen von 2008 wurden 2017 überprüft und aktualisiert.²⁰ Zur Abgrenzung des Marktgebietes für den städtischen Einzelhandel wurden folgende Kriterien herangezogen:

- Zentralörtliche Hierarchie (LEP IV), Lage und Siedlungsstruktur
- Strahlkraft und Attraktivität des Einzelhandelsstandorts
- Verkehrliche Erreichbarkeit, Mobilität und Pendlerbeziehungen.

Entsprechend der zentralörtlichen Hierarchie der rheinland-pfälzischen Landesplanung umfasst der Mittelbereich der Stadt Frankenthal neben der kreisfreien Stadt selbst die Verbandsgemeinde Lamsheim-Heßheim und die verbandsfreie Gemeinde Bobenheim-Roxheim.²¹

Die Stadt Frankenthal verfügt über eine differenzierte Angebotsstruktur, die sich hinsichtlich Größe, räumlicher Verteilung und Vielfalt der Einzelhandelsbetriebe positiv auf die Attraktivität und die Anziehungskraft des Einzelhandelsstandortes auswirkt. Durch die räumliche Lage im Zentrum der Metropolregion Rhein-Neckar ist Frankenthal aufgrund der sehr guten Verkehrsanbindung ein attraktiver Wohnort.

Das Marktgebiet der Stadt Frankenthal (Pfalz) wird im Südosten durch das Marktgebiet der Oberzentren Ludwigshafen und Mannheim räumlich begrenzt, im Norden und Westen von den Mittelzentren Worms, Grünstadt und Bad Dürkheim.

In der Vergangenheit hat sich der Wettbewerb rund um Frankenthal vor allem in den Oberzentren verschärft. Neue Märkte und Erweiterungsvorhaben im Umland bilden in der Summe eine starke Konkurrenz und wirken sich negativ auf den Handel in Frankenthal aus. In der Folge liegt die Kaufkraftbindungsquote in Frankenthal für etliche

²⁰ Die Durchführung einer Befragung zur empirischen Untermauerung der Marktgebietsabgrenzung war im Rahmen des Auftrages zur Fortschreibung des EH-Konzepts nicht beauftragt.

²¹ LEP IV, S. 86, Z39

Warengruppen unter 100 %, d. h. per Saldo fließt Kaufkraft in andere Einkaufsorte ab (siehe Kapitel 2.3.2).

Ferner steht das Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet nicht allein dem Handel in der Stadt Frankenthal zur Verfügung, denn es gibt Überschneidungen mit Marktgebieten anderer Kommunen. Mit zunehmender Entfernung nimmt die Bindung der Kunden an den Einzelhandel in Frankenthal ab.

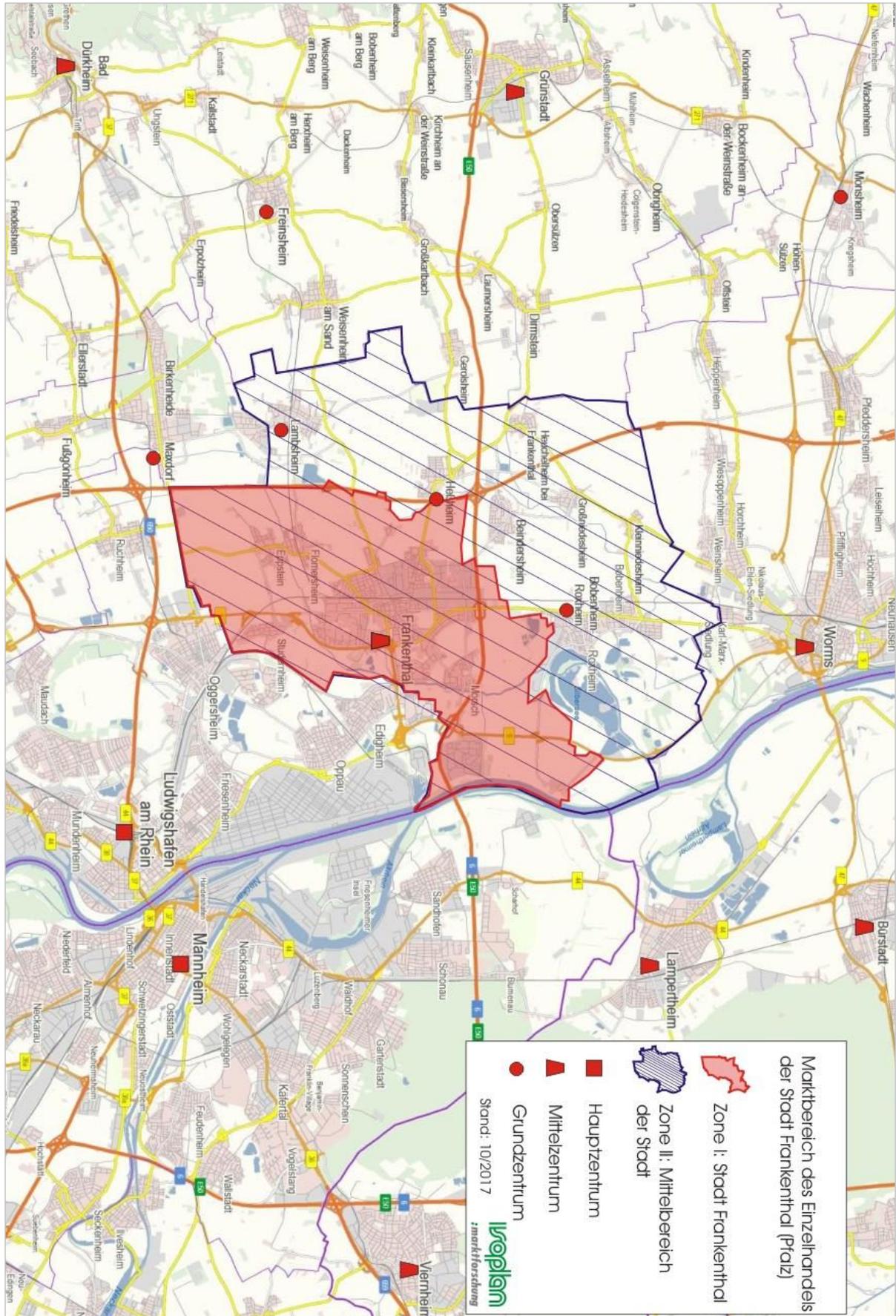
Basierend auf der aktuellen räumlichen Verteilung der Wettbewerbsstandorte und deren Attraktivität kann das Marktgebiet der Stadt Frankenthal 2017 wie folgt abgegrenzt werden:

Zone I: Stadtgebiet Frankenthal (Pfalz)	48.363 Einwohner
Zone II: Mittelbereich ohne Frankenthal	26.497 Einwohner
Zone I +II: Mittelbereich Frankenthal	74.860 Einwohner²²

Es wird von der Annahme ausgegangen, dass Streuumsätze aus weiter entfernt gelegenen Städten und Gemeinden nur mit wenigen Prozenten zum Gesamtumsatz des Einzelhandels in Frankenthal beitragen.

²² Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (Stand: 31.12.15)

Abbildung 8: Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt Frankenthal (Pfalz)



3.2 Nachfragepotenzial im Marktgebiet

Das Nachfragepotenzial wird durch die Entwicklung der Einwohnerzahl und der Kaufkraft pro Kopf im Marktgebiet bestimmt. Für die Abschätzung des künftigen Nachfragepotenzials wird von der Annahme ausgegangen, dass das Marktgebiet mit dem im LEP IV landesplanerisch festgelegten Mittelbereich der Stadt Frankenthal übereinstimmt (siehe Kapitel 3.1).

3.2.1 Bevölkerungsvorausberechnung

In der fünften regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung für Rheinland-Pfalz wurden drei Modellvarianten zur Entwicklung der Einwohnerzahl im Marktgebiet der Stadt Frankenthal (Pfalz) berechnet, die sich nach den Annahmen zum Wanderungsgeschehen unterscheiden. Bei der Erstellung der fünften Bevölkerungsvorausberechnung wurde die aktuelle Entwicklung der Zuwanderung von Flüchtlingen berücksichtigt.²³ Diese steht einem langfristigen Bevölkerungsrückgang der ansässigen Wohnbevölkerung gegenüber.

Nach der mittleren Projektionsvariante der Bevölkerungsvorausberechnung wird die Einwohnerzahl im Mittelbereich von Frankenthal zwischen 2017 und 2020 um 631 Einwohner auf 76.410 ansteigen. In der Stadt Frankenthal fällt der Anstieg mit 1,3 % etwas geringer aus als im Mittelbereich insgesamt (+1,4 %). Zwischen 2020 und 2035 wird ein Abklingen des Bevölkerungszuwachses angenommen. Die Einwohnerzahl wird in diesen 15 Jahren danach insgesamt voraussichtlich nur noch um 727 Einwohner auf 77.136 ansteigen (+0,9 %). Der Bevölkerungsanstieg wird in der Stadt Frankenthal mit +0,4 % oder 209 Einwohnern prozentual etwas geringer ausfallen als im Umland.

Tabelle 9: Bevölkerungsvorausberechnung für den Mittelbereich von Frankenthal

Region	2017	2020	2025	2030	2035
Stadt Frankenthal (Pfalz)	48.417	49.048	49.463	49.412	49.257
Gemeinde Bobenheim-Roxheim	10.190	10.338	10.483	10.534	10.534
VG Lamsheim-Heßheim	16.780	17.024	17.263	17.346	17.346
Mittelbereich der Stadt	75.387	76.410	77.209	77.292	77.136

Quellen: 2017: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; 2020 - 2035 für die Stadt Frankenthal: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; für die anderen Gemeinden anteilig berechnet. Stand jeweils zum 31.12. des Jahres

²³ Die Zuwanderungswelle von Flüchtlingen ist in den letzten zwei Jahren deutlich abgeklungen.

3.2.2 Künftige Kaufkraftentwicklung

Die künftige Kaufkraftentwicklung im Marktbereich von Frankenthal hängt insbesondere von der Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf, der Entwicklung der Einwohnerzahl und etwaigen Veränderungen des Einkaufsverhaltens ab.

Die verfügbare Kaufkraft der Bevölkerung in Deutschland ist nominal in den letzten Jahren angestiegen. (2015: 2,7 %, 2016: 2,0 %, 2017: 1,7 %, 2018: 2,8 %)²⁴. Preisbereinigt lag der Anstieg entsprechend niedriger. Der für Käufe im Einzelhandel verwendete Anteil der verfügbaren Kaufkraft stagnierte in den letzten Jahren bei ca. 26 %. ²⁵ In der Stadt Frankenthal (Pfalz) ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 2007 bis 2015 nominal um 7,4 % bzw. 425 € pro Kopf; durchschnittlich 0,8 % p.a. angestiegen. In den Gemeinden des Mittelbereichs von Frankenthal lag die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf 2018 über dem Bundesschnitt von 100, in Frankenthal darunter (VG Lamsheim-Heßheim: 107,4, Bobenheim-Roxheim: 101,7, Frankenthal: 97,6).²⁶

Unter der Annahme, dass sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in Deutschland wie in den letzten Jahren weiter entwickeln wird und es keine sprunghaften Veränderungen im Spar- und Konsumverhalten geben wird, kann für die nächsten Jahre inflationsbereinigt von einer Zunahme der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft um jährlich 0,6 % ausgegangen werden.

Auf den Mittelbereich von Frankenthal übertragen wird nach diesen Annahmen die insgesamt verfügbare einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung pro Kopf von 2017 bis 2035 um 11,4 % steigen. Das verfügbare einzelhandelsrelevante Kaufkraft-Volumen insgesamt wird unter den gleichen Annahmen bei einer Bevölkerungsentwicklung entsprechend der mittleren Variante der Bevölkerungsvorausberechnung bis 2035 um rund 14 % zunehmen.

Tabelle 10: Künftige Kaufkraftentwicklung im Mittelbereich von Frankenthal

Indikator	2017	2020	2025	2030	2035
Einwohner im Mittelbereich	75.387	76.410	77.209	77.292	77.136
Kaufkraft/Kopf (€)	6.948	7.074	7.289	7.510	7.738
Kaufkraft Mittelbereich (Mio. €)	523,8	540,5	562,8	580,5	596,9

Quelle: Einwohnerzahlen: siehe oben; einzelhandelsrelevante Kaufkraft (2017) berechnet nach MB-Research Marktdaten und GfK, 2020-2035: Schätzung isoplan

²⁴ GfK Nürnberg: Pressemitteilungen zur Kaufkraftprognose

²⁵ GfK Nürnberg: Sortimentskaufkraft Deutschland 2016

²⁶ MB-Research Marktdaten im IHK-Bezirk Rheinland-Pfalz 2018

3.3 Erweiterungspotenzial

Neben der Nahversorgung der eigenen Bevölkerung mit Waren des grundzentralen Bedarfs haben Mittelzentren die Funktion, ihren mittelzentralen Verflechtungsbereich mit Waren des mittelzentralen Bedarfs zu versorgen. Hierzu gehören alle Warengruppen des aperiodischen Bedarfs. Aus dieser übergeordneten zentralörtlichen Funktion resultiert in Mittelzentren in der Regel eine Kaufkraftbindungsquote von über 100%, d.h. per Saldo fließt mehr Kaufkraft aus dem Umland in das Mittelzentrum als umgekehrt. Die Analyse der Angebots- und Nachfrageseite in Frankenthal hat ergeben, dass die Kaufkraftbindungsquoten in der Stadt Frankenthal für einen Teil der Warengruppen deutlich unter 100% liegen. Dies ist ein Indikator dafür, dass die Stadt Frankenthal ihre mittelzentrale Funktion nicht in allen Warengruppen ausfüllt (siehe Tabelle 8).

Unter Berücksichtigung der Wettbewerber in den benachbarten Mittel- und Oberzentren und der zunehmenden Konkurrenz des Internethandels für den stationären Handel wurden realistische Ziele für anzustrebende Kaufkraftbindungsquoten aufgestellt. Die folgende Tabelle zeigt die resultierenden Umsatzpotenziale für den Einzelhandel in Frankenthal in Mio. €. Mit Hilfe durchschnittlicher Flächenproduktivitäten wurden hieraus Verkaufsflächenpotenziale für die betroffenen Warengruppen hergeleitet.

Tabelle 11: Erweiterungspotenziale für den Einzelhandel in Frankenthal

Warengruppe	KK-Bindungsquote IST (%)	KK-Bindungsquote Ziel (%)	Erweiterungspotenzial (Mio. €)	mittlere Flächenproduktivität (€/m ²)	Flächenpotenzial gerundet (m ²)
1. Lebensmittel / NuG	94	110	18,3	4.654	3.900
2. Gesundheits- und Körperpflege	100	110	2,2	4.672	500
Summe periodischer Bedarf	95	110	20,5	4.657	4.400
3. Bekleidung	196			2.838	0
4. Schuhe, Lederwaren	155			2.475	0
5. Einrichtungsbedarf	123			1.353	0
6. Hausrat, Glas, Porzellan	132			2.173	0
7.-10. Technik*	23	45	5,8	3.031	1.900
11. Foto, Optik	61	75	0,7	5.387	100
12. Uhren, Schmuck	97	100	0,1	6.059	0
13. Bücher, Schreibwaren	67	75	0,9	3.710	300
14. Spielwaren, Hobbys	98	120	1,1	2.904	400
15. Sportartikel	94	100	0,3	2.787	100
16. Baumarktspez. Sortiment	70	100	8,5	1.693	5.000
17. Baby- und Kinderartikel	140	120		2.697	0
Summe aperiodischer Bedarf	96	109	17,5	2.162	7.800
Gesamt	95	109	38,0	2.930	12.200

*Elektro, U-Elektronik, EDV, Telekommunikation. Quelle: Eigene Berechnungen, Basis: eigene Erhebungen; GfK Nürnberg; BBE Handelsberatung

3.3.1 Periodischer Bedarf

Nahrungs- und Genussmittel

Die Analysen des Einzelhandelsangebots in Frankenthal und der Nachfrageseite haben ergeben, dass es in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel derzeit bei einer Kaufkraftbindung von 94 % per Saldo Kaufkraftabflüsse von ca. 7,1 Mio. € gibt.

Andere südwestdeutsche Mittelzentren von vergleichbarer Größenordnung wie Frankenthal erzielen Kaufkraftbindungsquoten von 120 % und mehr für Waren des periodischen Bedarfs. Aufgrund der Nähe der benachbarten Mittel- und Oberzentren mit ihrem umfassenden Angebot wird dies in Frankenthal nicht zu erreichen sein. Eine Kaufkraftbindung von bis zu 110 % für Nahrungs- und Genussmittel wird aufgrund möglicher Koppelkäufe von Kunden aus dem Einzugsbereich bei einer entsprechenden Aufwertung des Angebots jedoch durchaus für realistisch gehalten.

Eine angestrebte Kaufkraftbindung von 110 % entspricht bei einer ermittelten durchschnittlichen Flächenproduktivität der Bestandsgeschäfte von rund 4.700 €/m² einem noch auszuschöpfenden Flächenpotenzial von ca. 3.900 m² für Nahrungs- und Genussmittel.

Auf der Basis von Berechnungen der kumulierten ökonomischen Auswirkungen der Erweiterung des Angebots von Lebensmittelmärkten in Frankenthal wurden Empfehlungen für eine Verteilung dieses Erweiterungspotenzials ausgesprochen.²⁷ Es wird angestrebt, hiervon im Albert-Frankenthal-Quartier ca. 1.700 m² zu verwenden. Der Rest steht für die Erweiterung von Bestandsmärkten zur Verfügung.

Waren der Gesundheits- und Körperpflege

Die Innenstadt von Frankenthal ist mit einem dm-Markt, einem Drogeriemarkt Müller, einer Filiale der Parfümerie Douglas und weiteren kleineren Geschäften für Waren der Gesundheits- und Körperpflege gut ausgestattet. Hinzu kommen im gesamten Stadtgebiet 14 Apotheken, vier Hörgeräte-Akustiker, zwei Orthopädiegeschäfte, ein weiteres Kosmetikgeschäft sowie ein dm-Markt im Fachmarktzentrum nördliche Wormser Straße. Die Kaufkraftbindung für Waren der Gesundheits- und Körperpflege liegt entsprechend knapp über 100 %.

Unter der Annahme einer Erhöhung der Kaufkraftbindung auf 110 % beträgt das Erweiterungspotenzial für Drogeriemärkte bzw. -abteilungen in der Stadt Frankenthal einschließlich der Flächen für Nebensortimente rund 500 m².

²⁷ siehe zusammengefasste Auswirkungsanalyse und Empfehlungen im Anhang, Kap. 6.3

Das Potenzial erlaubt neben der Einrichtung einer Drogerieabteilung im geplanten zentralen Versorgungsbereich Albert-Frankenthal-Quartier von rund 200 m² und einer Erweiterung des dm-Marktes in der Wormser Straße um ca. 100 m² lediglich begrenzte Erweiterungen der Drogerieabteilungen der anderen Lebensmittelmärkte.

Zum Schutz der Funktionsfähigkeit der Innenstadt soll im übrigen Stadtgebiet kein weiterer neuer Drogeriemarkt zugelassen werden. Die Ansiedlung eines neuen, zusätzlichen Drogeriemarktes würde das ermittelte Potenzial vollständig ausschöpfen und keinen Raum für Bestandserweiterungen der bestehenden Drogeriemärkte und Ausweitungen der Drogerieabteilungen der bestehenden Lebensmittelmärkte lassen. Zudem besteht die Gefahr der Schädigung der Funktionsfähigkeit der Innenstadt.

Veränderung der Kaufkraftbindungsquote

Die Erweiterungen werden vorwiegend zu einer Umverteilung der Kaufkraftflüsse innerhalb der Stadt Frankenthal führen und nur zu einem kleineren Teil zusätzliche Kaufkraft aus anderen Gemeinden anziehen. Erweiterungen in diesem Umfang werden deshalb nur zu einer geringfügigen Erhöhung der Kaufkraftbindung führen. Die Auswirkungsanalyse gemäß Szenario 7 (das das Potenzial weitgehend ausschöpfen würde) hat ergeben, dass die Kaufkraftbindungsquote für Nahrungs- und Genussmittel von derzeit 93,7% voraussichtlich auf 97,1 % steigen wird und für Waren der Gesundheits- und Körperpflege von derzeit 99,7 % auf 100,7 %.

3.3.2 Aperiodischer Bedarf

Für Waren des aperiodischen Bedarfs leitet sich in einem weitgehend gesättigten Marktumfeld das noch verbliebene Erweiterungspotenzial vorrangig aus dem Ziel her, die Funktionsfähigkeit der Innenstadt zu erhalten und zu stärken. Neue Einzelhandelsangebote dürfen in keinem Fall zu einer Funktionsschädigung der Innenstadt führen. Die folgenden Aussagen zu Erweiterungspotenzialen basieren daher vorwiegend auf einer gutachterlichen Einschätzung der Situation des Einzelhandelsbestands in der Innenstadt.

Bekleidung, Schuhe, Lederwaren

Bekleidung, Schuhe und Lederwaren gehören zu den letzten Domänen der Innenstadt. Die Kaufkraftbindung der Stadt Frankenthal in diesen Sortimenten ist mit 196 bzw. 155 % einem Mittelzentrum angemessen hoch. Um die Funktionsfähigkeit der Innenstadt gerade in diesen für sie äußerst wichtigen Sortimenten nicht zu schädigen, sollen Bekleidung und Schuhe als Hauptsortimente an anderen Standorten im Stadtgebiet generell ausgeschlossen werden.

Einrichtungsbedarf

Zum Einrichtungsbedarf zählen vor allem Möbel, Einrichtungsgegenstände und Dekorationsartikel. Hier ist in Frankenthal durch das Möbelhaus Ehrmann 2013 ein umfassendes und ansprechendes Angebot geschaffen worden. Hinzu kommt im Fachmarktzentrum Wormser Straße ein Einrichtungsfachmarkt (Dänisches Bettenlager) mit ca. 700 m². Ein ehemaliges Möbelgeschäft in der Innenstadt hat zwischenzeitlich geschlossen; hier ist eine Nachnutzung durch Wohnungen geplant.

Innenstadtrelevant sind nur Teile der Warengruppe (Dekorationsartikel, Heimtextilien). Weitere Geschäfte hierfür sollen nur im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt zugelassen werden. Großformatige Waren des Einrichtungsbedarfs wie Möbel, Küchen und Matratzen sind nicht innenstadtrelevant und können auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt angesiedelt werden.

Die Kaufkraftbindungsquote in der Warengruppe Einrichtungsbedarf liegt mit 123 % für ein Mittelzentrum nicht übermäßig hoch. Durch den starken Wettbewerb der Oberzentren Ludwigshafen und Mannheim mit ihren großen Möbelhäusern sind einer weiteren Expansion jedoch recht enge Grenzen gesetzt. Erweiterungspotenzial wird eher im Sinne einer qualitativen Ausweitung des Angebots gesehen.

So wird für den geplanten zentralen Versorgungsbereich Albert-Frankenthal-Quartier - wenn überhaupt - ein Erweiterungspotenzial im Bereich hochwertiger Spezialmöbel gesehen, die mit der gesamten, eher hochwertigen Ausrichtung des neuen Einzelhandelsstandortes korrespondieren sollte. Durch die Schließung des Möbelhauses in der Innenstadt wird hierfür ein Potenzial von 800 m² Verkaufsfläche frei.

Hausrat, Glas, Porzellan

Hausrat, Glas, Porzellan und Besteck sind typische Innenstadt-Sortimente. Zum Schutz der Innenstadt sollen diese Sortimente als Hauptsortimente außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt ausgeschlossen werden. Im Nebensortiment werden sie oft in Einrichtungshäusern mit angeboten. Dies ist auch im geplanten zentralen Versorgungsbereich Albert-Frankenthal-Quartier in einem etwaigen Geschäft für Einrichtungsbedarf denkbar.

Technik (Elektro, Elektronik, Telekommunikation, EDV)

Die Technik-Warengruppen sind in Frankenthal erheblich unterrepräsentiert, es gibt keinen großen Elektrofachmarkt in Frankenthal. Große Fachmärkte in den benachbarten Oberzentren und deren Stadtteilen (v.a. Oggersheim) sowie Internetanbieter ziehen einen

Großteil der Kaufkraft für Käufe im stationären Handel ab (ca. 20 Mio. €). Der Distanzhandel machte 2017 in den Technik-Sortimenten bereits 18 % aus und hat seitdem weitere Marktanteile gewinnen können. Entsprechend gering ist die Kaufkraftbindungsquote für die Technik-Warengruppen in Frankenthal mit 23 %.

Rechnerisch ergibt sich aus den Kaufkraftabflüssen ein erhebliches Erweiterungspotenzial für Technik-Geschäfte in Frankenthal. Selbst unter der Annahme eines auf 5 Mio. € gestiegenen Internetanteils verbleiben 15 Mio. € derzeitige Kaufkraftabflüsse, was bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von 5.500 €/m² für Elektrofachmärkte einem Verkaufsflächenpotenzial von über 2.700 m² entspricht. Die extreme Wettbewerbssituation mit den nächsten großen Fachmärkten im wenige Kilometer entfernten Oggersheim lässt freilich die Ansiedlung eines Elektromarktes in Frankenthal schwierig erscheinen.

Elektro-Kleingeräte, Bild- und Tonträger und Telekommunikation sind innenstadtrelevante Sortimente. Geschäfte mit diesen Hauptsortimenten sollen zum Schutz der Bestandsgeschäfte ausschließlich in der Innenstadt angesiedelt werden. Großformatige Elektrogeräte, zu deren Transport ein PKW erforderlich ist, sind nicht innenstadtrelevant. Geschäfte mit solchen Hauptsortimenten können auch in den Ergänzungsstandorten angesiedelt werden. Innenstadtrelevante Nebensortimente sollen dabei auf ein verträgliches Maß begrenzt werden (maximal 10% der Verkaufsfläche).

Im Zusammenhang mit der höherwertigen Ausrichtung des geplanten zentralen Versorgungsbereichs Albert-Frankenthal-Quartier ist ein Spezialangebot ausgesuchter Geräte denkbar, z.B. hochwertige Kaffee-Maschinen o.ä. Dies ist aber als Hauptsortiment voraussichtlich nicht tragfähig und kann allenfalls ein Nebensortiment in einem der anderen möglichen Geschäfte realisiert werden.

Foto, Optik

Das Angebot an Geschäften für Foto und Optik in der Stadt Frankenthal ist mit ca. 600 m² begrenzt. Die Kaufkraftbindungsquote ist mit 61 % entsprechend unterdurchschnittlich. Dem stationären Handel macht der Internethandel und der Wandel der Verbrauchergewohnheiten zunehmend zu schaffen. So ist mit dem Siegeszug der Smartphone-Kameras der Markt für Kameras zurückgegangen, und mit dem faktischen Ende der analogen Fotografie ist der Markt für Entwicklung und Abzüge von Fotos zusammengebrochen.

Quantitative Erweiterungspotenziale werden in der Warengruppe Foto und Optik angesichts dieser Entwicklung für Frankenthal nicht gesehen. Findige Anbieter können allenfalls Nischen besetzen. Räumlich sollen diese innenstadtrelevanten Anbieter auf den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt begrenzt werden.

Uhren, Schmuck, Spielwaren, Hobby

Für die Warengruppen Uhren und Schmuck, Spielwaren und Hobbyartikel wurde für die Stadt Frankenthal eine Kaufkraftbindung von jeweils 98% ermittelt. Dies ist ein respektable Wert für ein Mittelzentrum, insbesondere angesichts der Wettbewerbssituation durch die benachbarten Oberzentren. Rechnerisch wird kaum ein Erweiterungspotenzial gesehen; dies ergibt sich eher im normalen Wettbewerb durch neue und/oder qualitativ abweichende Anbieter.

Falls weitere Ansiedlungswünsche für Geschäfte mit diesen Hauptsortimenten an die Stadt herangetragen werden, sollen diese zum Schutz der Innenstadt ausnahmslos Standorten im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt vorbehalten bleiben.

Bücher, Schreibwaren

Die Kaufkraftbindung für Bücher, Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren war in Frankenthal zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung mit ca. 67 % relativ gering. Durch die danach erfolgte Schließung eines Schreibwarengeschäfts in der Speyerer Straße ist die Kaufkraftbindung weiter gesunken. Dies dürfte an dem vergleichsweise hohen Anteil der im Internet bestellten Waren aus dieser Warengruppe liegen. So machte 2017 allein bei Büchern der Distanzhandel bereits 24 % des Gesamtumsatzes aus.

Setzt man aufgrund dieses hohen Internetanteils nur 75 % Kaufkraftbindung als Ziel an, ergibt sich ein Erweiterungspotenzial von rund 300 m² Verkaufsfläche in dieser Warengruppe. Für eine Buchhandlung wird allerdings kein Potenzial im Albert-Frankenthal-Quartier gesehen, dieser soll bei Bedarf im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt angesiedelt werden.

Sportartikel, Fahrräder

Sportartikel werden in der Innenstadt in einer Abteilung des Textilkaufhauses Birkenmeier angeboten (Intersport). Darüber hinaus gibt es zwei Fahrradgeschäfte mit zusammen ca. 400 m² Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt.

Die Kaufkraftbindung für Sportartikel in Frankenthal beträgt 94 %. Dies ist ein für ein Mittelzentrum in der Lage von Frankenthal durchaus akzeptabler Wert. Kaufkraftabflüsse von 0,3 Mio. € per Saldo lassen nur einen begrenzten Spielraum für weitere Sportgeschäfte vor allem für neue Trendsportangebote, z.B. im Fahrrad- und E-Bike-Bereich. Entsprechend ist das Potenzial auf wenige hundert Quadratmeter Verkaufsfläche begrenzt. Eine genauere Quantifizierung des Potenzials kann in diesem Rahmen nicht vorgenommen werden; sie müsste im Einzelfall aus einer detaillierten Analyse der Wettbewerbssituation der Branche hergeleitet werden.

Zum Schutz der Innenstadt sollte der Einzelhandel mit Sportartikeln und Sportbekleidung im Hauptsortiment auf den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt begrenzt werden und an anderen Standorten ausgeschlossen werden.

Der Fahrradhandel hat derzeit aufgrund des Trends zu E-Bikes, Pedelecs, Fat-Bikes und anderen Spezialfahrrädern einen steigenden Flächenbedarf für Ausstellungsräume. Falls dieser in der Innenstadt nicht befriedigt werden kann, ist ein Geschäft für Spezialfahrräder im geplanten zentralen Versorgungsbereich Albert-Frankenthal-Quartier mit 200 - 400 m² Verkaufsfläche in Abstimmung mit den Anbietern in der Innenstadt durchaus denkbar. Dieses kann auch mit einer Fahrradwerkstatt in dem für Handwerk und Gewerbe vorgesehenen Bereich gekoppelt werden.

Baumarkt- und Gartensortimente, Kfz-Zubehör

Derzeit gibt es in Frankenthal einen - nach heutigen Gesichtspunkten mit rund 5.500 m² Verkaufsfläche relativ kleinen - toom-Baumarkt sowie ein Dehner Gartencenter mit rund 3.500 m² Verkaufsfläche an der Wormser Straße. Das Angebot wird durch einige kleinere Anbieter (Blumen, Eisenwaren, Autozubehör) ergänzt.

Die Kaufkraftbindungsquote für baumarktspezifische Sortimente (einschließlich Garten und Kfz-Zubehör) beträgt ca. 70 %. Per Saldo fließen 8,5 Mio. € Kaufkraft aus Frankenthal in andere Gemeinden ab.

Die Baumarktdichte im Umfeld von Frankenthal ist überdurchschnittlich hoch. Wettbewerbsstarke Bestandsmärkte in Ludwigshafen (Ogersheim), Worms, Grünstadt und Bad Dürkheim begrenzen das für einen modernen Baumarkt nötige Einzugsgebiet. Allein im Einzugsbereich von 10 km (im Osten begrenzt durch den Rhein) gibt es über 60.000 m² Baumarkt-Verkaufsfläche im Bestand. Östlich des Rheins setzt sich die hohe Baumarktdichte in Mannheim fort.

Angesichts der Wettbewerbssituation wird kein Erweiterungspotenzial für einen zusätzlichen Baumarkt in Frankenthal gesehen. Denkbar wäre allenfalls der Ersatz des bestehenden Baumarktes an der Wormser Straße durch einen wettbewerbsstarken Markt in der Größenordnung von 8.000 m² Verkaufsfläche. Dadurch könnte rund die Hälfte der Kaufkraftabflüsse in Frankenthal gehalten werden. Märkte dieser Größenordnung werden von den gängigen Betreibern allerdings derzeit kaum neu errichtet.

Bau- und Gartenmärkte sind nicht innenstadtrelevant. Sie können in den Ergänzungsgebieten an der Wormser Straße errichtet bzw. erweitert werden. Das Flächenpotenzial im südlichen Ergänzungsgebiet (Eisenbahnstraße) wäre bei einer kompletten Neuordnung des Gebiets ausreichend. Angesichts der dargestellten Wettbewerbssituation

ist eine Neuansiedlung an anderer Stelle unwahrscheinlich. Eine Ausweisung weiterer Flächen für einen neuen Baumarkt wird daher nicht für erforderlich gehalten.

Für Baumarktsortimente, Gartensortimente (außer Schnittblumen) und Kfz-Zubehör ist der geplante zentrale Versorgungsbereich Albert-Frankenthal-Quartier nicht geeignet. Diese benötigen bei niedrigen Flächenproduktivitäten in der Regel große Verkaufsflächen, die sich wirtschaftlich sinnvoll nur an Ergänzungsstandorten realisieren lassen, die auch in nicht-integrierter Lage angesiedelt werden können.

Baby- und Kinderartikel

Baby- und Kinderartikel werden derzeit im Hauptsortiment in keinem Geschäft in Frankenthal angeboten. Im Nebensortiment führen real und Kaufland sowie die Drogeriemärkte Baby- und Kinderartikel. Rechnerisch ergibt sich bereits daraus eine Kaufkraftbindungsquote von 140 %. Ein Potenzial für weitere Angebote in dieser Warengruppe wird nicht gesehen.

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt sollen daher Geschäfte mit dem Hauptsortiment Baby- und Kinderartikel generell ausgeschlossen werden. Das Albert-Frankenthal-Quartier in seiner geplanten Konzeption ist für ein Geschäft für Baby- und Kinderartikel weniger geeignet.

4 Entwicklungsziele für den Einzelhandel

4.1 Entwicklungsszenarien

Die Entwicklung des Einzelhandels in Frankenthal hängt von übergeordneten Trends, der Entwicklung der Wettbewerbsstandorte und den kommunalen Rahmenbedingungen ab. Die Stadt kann die räumliche Entwicklung des Einzelhandels durch ihre Bauleitplanung steuern. Folgende Entwicklungsszenarien sind in den kommenden Jahren denkbar:

4.1.1 Restriktives Szenario

Restriktive Politik zum Schutz des Bestands ohne Veränderungen, Verlagerungen oder Ausweisung neuer Einzelhandelsstandorte:

Der Einzelhandelsstandort Frankenthal ist einem erheblichen Wettbewerbsdruck von benachbarten Mittel- und Oberzentren ausgesetzt. Bei einer Festschreibung des Status Quo ergeben sich ungünstige Entwicklungsperspektiven. Die konkurrierenden Ober- und Mittelzentren haben durch neue Einkaufsstandorte (z.B. Rhein-Galerie Ludwigshafen, Q6 Q7 Einkaufszentrum in Mannheim), Modernisierungen (z.B. Einkaufsstraße Planken in Mannheim) oder Verkaufsflächenerweiterungen ihre Attraktivität in den vergangenen Jahren deutlich erhöht. Gleichzeitig wächst der Marktanteil des Internethandels insbesondere für die Branchen Technik/Elektronik, Bücher, Bekleidung und Schuhe. Ohne eine zusätzliche Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots in Frankenthal ist davon auszugehen, dass Kunden zunehmend in benachbarte Zentren und den Online-Handel abwandern werden. Dies würde wahrscheinlich insbesondere jüngere Käuferschichten betreffen.

Das Einzelhandelsangebot muss alle fünf bis zehn Jahre grundlegend modernisiert werden, wenn es langfristig seine Attraktivität und Anziehungskraft auf Kunden behalten soll.²⁸ Dies ist zum Teil durch eine Aufwertung und moderate Erweiterung im Bestand möglich, zum Teil sind auch Neubauten und die dafür notwendigen Bauflächen erforderlich (Beispiel: veralteter Standort von Norma in der Schraderstraße, Verlagerungs- und Erweiterungswunsch). Eine restriktive Einzelhandelspolitik würde eine solche Modernisierung nicht ermöglichen. Eine restriktive Einzelhandelspolitik würde weiterhin dem Ziel einer flächendeckenden Nahversorgung und der Entwicklung eines neuen Nebenzentrums im Albert-Frankenthal-Quartier entgegenstehen.

²⁸ Sonae Sierra et al. (Hrsg.), Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland. Center-Erfolgscheck, empirische Untersuchung, Düsseldorf/ Ludwigshafen 2011, S. 27ff.

Folge wäre (gerade im Bereich des periodischen Bedarfs) eine zunehmende Abwanderung von (Auto-)Kunden in attraktivere Einkaufsstandorte. Diese Kunden wären auch für andere Einkäufe in Frankenthal verloren, da es häufig zu Koppelkäufen in SB-Warenhäusern und anderen Geschäften der besuchten Nachbarstädte kommt. Auf die Dauer müsste daraufhin mit sinkenden Umsätzen auch in der Innenstadt von Frankenthal und weiteren Geschäftsschließungen gerechnet werden. Es bestünde die Gefahr, dass der Einzelhandelsstandort Frankenthal langfristig von attraktiveren Mittel- und Oberzentren abgehängt würde.

4.1.2 Deregulierung

Das Gegenteil einer restriktiven Einzelhandelspolitik ist der völlige **Verzicht auf eine Regulierung** der Einzelhandelsansiedlung im Stadtgebiet durch die Stadt. In einem solchen „Laissez-faire“-Szenario würde die Stadt mit ihrer Bauleitplanung den Marktkräften freien Lauf lassen und auf eine Regulierung und räumliche Steuerung der Einzelhandelsansiedlung verzichten. Dem hohen Ansiedlungsdruck von Investoren und Betreibern an nicht oder teilintegrierten Standorten würde jederzeit nachgegeben.

Mit hoher Wahrscheinlichkeit würde diese Politik des Verzichts auf die kommunale Planungshoheit zu einer weiteren Konzentration von großflächigen (Fach-)Märkten aller Art unter Ausnutzung vorhandener Agglomerationsvorteile und Kostenvorteile an verkehrsgünstig gelegenen Standorten in Randzonen der Innenstadt außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt führen. Unter Ausnutzung aller gesetzlichen Möglichkeiten (z.B. § 34 BauGB, Ansiedlung kleinflächiger Märkte und anschließende Erweiterung) würden in Industrie- und Gewerbegebieten sowie in Mischgebieten zusätzliche Einzelhandelsangebote in nicht-integrierten Lagen entstehen.

Der Verdrängungswettbewerb würde zunehmen, und Standortvorteile in den Zentren würden zurückgehen. Folge wären mit hoher Wahrscheinlichkeit Betriebsaufgaben und -verlagerungen an die peripheren Standorte. Dies hätte eine Schwächung der Zentren und der wohnungsnahen Versorgung an integrierten Standorten in allen Stadtteilen mit allen damit verbundenen negativen städtebaulichen Auswirkungen (v.a. Leerstände, Versorgungslücken, Zunahme des motorisierten Individualverkehrs) zur Folge. In letzter Konsequenz würde dieses Szenario zu einer Ausdünnung der Angebotsvielfalt, der Dominanz einiger weniger wettbewerbsstarker Betreiber und weniger Planungs- und Investitionssicherheit für die meisten Marktbeteiligten führen. Zudem wären Klagen von Nachbarkommunen wegen negativer Auswirkungen von Neuansiedlungen auf deren zentrale Versorgungsbereiche nicht ausgeschlossen.

4.1.3 Moderater Ausbau

Eine stagnierende Einzelhandelsausstattung ist insgesamt als nicht zukunftssträftig einzustufen. Eine „Laissez-faire-Politik“ führt ebenfalls nicht zu der erwünschten räumlichen Ordnung des Einzelhandelsangebots.

Das dritte Szenario sieht - entsprechend den Zielsetzungen der Stadt Frankenthal und unter Vermeidung der negativen Aspekte des restriktiven bzw. des deregulierten Szenarios - einen **moderaten Ausbau** des mittelzentralen Einzelhandelsangebots und räumliche Steuerung im Rahmen der Möglichkeiten der kommunalen Planungshoheit vor.

Das moderate Ausbauszenario umfasst eine raumordnerisch verträgliche Erweiterung des Einzelhandelsangebots zur Stärkung und qualitativen Aufwertung der mittelzentralen Funktion der Stadt sowie eine räumliche Steuerung des großflächigen Einzelhandels im Stadtgebiet. Zugleich sollen planerische Maßnahmen mit dem Ziel der Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung mit Waren des periodischen Bedarfs in den Wohngebieten ergriffen werden, wo noch Lücken bestehen und wirtschaftlich tragfähige Lösungen möglich sind. Mit der endlichen Ressource Boden wird sparsam umgegangen, indem bestehende Einzelhandelsstandorte bei Geschäftsaufgaben möglichst wiedergenutzt werden. Falls das Kaufkraftpotenzial ausgeschöpft ist, werden aufgegebenen Einzelhandelsstandorte auch für andere Nutzungen umgewidmet.

Diese aktiv steuernde Vorgehensweise nimmt die Chancen einer räumlichen Optimierung der Einzelhandelsstruktur der Stadt Frankenthal wahr, ohne die Gefahr eines zentralörtlichen Bedeutungsverlusts zu bergen. Sie ermöglicht die von der Stadt prioritär angestrebte Entwicklung des Albert-Frankenthal-Quartiers, trägt zu einer Verbesserung der flächendeckenden Nahversorgung in einem realistischen Ausmaß bei und begrenzt ansonsten den Flächenverbrauch für Neuan siedlungen auf ein verträgliches Maß.

Sie stellt das bevorzugte Szenario der Stadt Frankenthal dar. Die Strategie soll zugleich für alle Marktteilnehmer transparent gemacht und durch die Bauleitplanung rechtssicher umgesetzt werden, um damit Anreize für Investoren zu setzen, im Sinne der Planungsziele der Stadt zu agieren.

4.2 Entwicklungsziele für den Einzelhandel

Die Ziele der Stadt Frankenthal für die Einzelhandelsentwicklung wurden bereits im Einzelhandelskonzept von 2008 festgelegt und im Jahr 2012 verifiziert. Unter anderem haben aktuelle Entwicklungen im Bereich Lebensmittelmärkte und die Planungen für das Albert-Frankenthal-Quartier eine Aktualisierung und Präzisierung der städtischen Ziele für die Einzelhandelsentwicklung notwendig gemacht. Auf der Grundlage der Ergebnisse der Bestandsanalyse der aktuellen Rahmenbedingungen des Einzelhandels (Kapitel 2.1) und des festgestellten Erweiterungspotenzials (Kapitel 3) verfolgt die Stadt Frankenthal im Sinne des dritten Szenarios (Kapitel 4.1.3) folgende Oberziele und Teilziele:

Oberziele der Einzelhandelsentwicklung in Frankenthal sind:

- der Erhalt und die Stärkung der mittelzentralen Funktion, sowie
- die Stärkung und sinnvolle räumliche Organisation einer wohnungsnahen Grundversorgung.

Hieraus leiten sich folgende strategischen **Teilziele** zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Frankenthal ab:

- **Erhalt und Stärkung der Funktionsvielfalt des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt**

Es gilt die Kleinteiligkeit der Bestandsgeschäfte im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu erhalten und die Vielfalt sowie Qualität des Einzelhandelsangebotes vor vermeidbaren Schäden zu schützen. Gleichzeitig soll das vorhandene Einzelhandelsangebot zur Schließung von Sortimentslücken ergänzt und hinsichtlich der Nutzungsmischung mit einzelhandelsrelevanten Dienstleistungen und Gastronomieangeboten verbessert werden. Die Gestaltung attraktiver Zentren mit gut strukturierten Angeboten dient zur langfristigen Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt und ihrem Mittelbereich.

- **Flächendeckende Nahversorgung der Wohnbevölkerung**

Vorrangiges Ziel ist der Ausbau der Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet zu einem flächendeckenden, verbrauchernahen Nahversorgungsnetz. Bisher unterversorgte Bereiche sollen durch zwei neue Nahversorger (Nebenzentrum Albert-Frankenthal-Quartier und Sportplatz Schraderstraße) besser wohnungsnah versorgt werden.

Das Albert-Frankenthal-Quartier soll zu einem neuen Nebenzentrum für die Versorgung der westlich der Bahntrasse gelegenen Wohngebiete ausgebaut werden. Dazu soll dort ein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden.

Die Dimensionierung und Sortimentsfestsetzung für den neuen zentralen Versorgungsbereich wird wie folgt konkretisiert: Die Gesamtverkaufsfläche wird zum Schutz der Innenstadt auf 2.500 m² begrenzt, davon maximal 1.700 m² für einen Lebensmittel-Vollsortimenter. Ein Lebensmittelmarkt dieser Größe soll die Nahversorgung für den unterversorgten Stadtbezirk Lauterecken und die geplante neue Wohnbebauung sichern. Das Projekt hat aufgrund seiner herausragenden Bedeutung für die Stadtentwicklung hohe Priorität.

Darüber hinaus genießen die bestehenden Lebensmittelmärkte als Nahversorger Bestandsschutz. Die Standorte sollen als Nahversorgungsstandorte im Sinne von Z 1.7.2.4 ERRN ausgewiesen werden. Erweiterungen sind in geringem Umfang dort akzeptabel, wo diese zum Erhalt der Nahversorger aus wirtschaftlichen Gründen erforderlich sind. Diese sollen jedoch gegenüber dem Hauptziel einer stadtweiten wohnungsnahen Versorgung erst an zweiter Stelle realisiert werden, sofern hierfür noch Kaufkraftpotenzial nachgewiesen werden kann.

Bei der Verteilung der Flächenpotenziale auf die einzelnen Vorhaben ist zu berücksichtigen, dass die Vorhaben kumuliert keine schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der schützenswerten Einzelhandelsstandorte (Zentrale Versorgungsbereiche und andere Nahversorgungsstandorte) haben. Hiervon kann im Allgemeinen ausgegangen werden, wenn die Umsatzumverteilung aus den geschützten Standorten unter 10 % bleibt.

Im Rahmen der Bauleitplanung sind Verkaufsflächenobergrenzen für die einzelnen Vorhabenstandorte in der Stadt Frankenthal festzulegen. Hierzu können die Ergebnisse einer Modellberechnung der kumulierten Umsatzumverteilung und die planerischen Prioritäten der Stadt Frankenthal herangezogen werden (siehe Zusammenfassung in Kapitel 6.3).

- **Begrenzung der Entwicklung an peripheren Standorten zugunsten der zentralen Versorgungsbereiche**

Der großflächige Einzelhandel an peripheren Standorten muss begrenzt werden. Neuansiedelungen mit innenstadtrelevanten Sortimenten sind dort konsequent abzulehnen. Es sollen keine weiteren neuen Einzelhandelsstandorte außerhalb der bestehenden Siedlungsflächen („auf der grünen Wiese“) für großflächigen Einzelhandel entwickelt werden. Aufgrund ihrer Lage und Größe würden sie die Zentren- und Nahversorgungsstruktur der Stadt maßgeblich beeinträchtigen. Ausgenommen sind geringfügige, betriebsbedingte Erweiterungen und Umnutzungen an Bestandsstandorten und Nahversorgungsstandorten. Sie übernehmen eingeschränkt Versorgungsfunktionen an nicht integrierten Standorten (z.B. real) und genießen Bestandsschutz.

Betriebswirtschaftlich bedingte Erweiterungen und/oder Umnutzungen sind nur nach Verträglichkeits- und Auswirkungsanalysen und im Rahmen der B-Pläne entsprechend der genehmigten Nutzung und Verkaufsflächengröße zuzulassen. Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben oder Umnutzungen an Ergänzungsstandorten mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten (z.B. Möbelhaus, Baumarkt) dienen der Ergänzung des innerstädtischen Angebotes und sollten nur begrenzt und nach Bedarf zugelassen werden.

Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten ist an Ergänzungsstandorten zukünftig auszuschließen. Die Ziele sollen in der Bauleitplanung in verbindliche Regeln umgesetzt werden.

4.3 Frankenthaler Sortimentsliste

Der Gesetzgeber hat nicht abschließend festgelegt, welche Sortimente als innenstadtrelevant einzustufen sind. Im LEP IV sind die bedeutendsten innenstadtrelevanten Sortimente aus der Sicht der Landesplanung aufgezählt.²⁹ Die Sortimentsliste des LEP IV ist jedoch nicht abschließend und kann an die örtliche Situation angepasst werden. Die Innenstadtrelevanz der einzelnen Sortimente in Frankenthal ergibt sich aus folgenden Sachverhalten:

- Einzelhandelsbestand: konkrete räumliche Verteilung der Einzelhandelsangebote in Frankenthal; quantitative oder qualitative Angebotsschwerpunkte
- Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente; allgemeine Bedeutung der entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen.

Zur Ermittlung der konkret für Frankenthal als innenstadtrelevant einzustufenden Sortimente wurde methodisch wie folgt vorgegangen:

- Analyse des Anteils der Verkaufsflächen nach Sortimenten und Lage in bzw. außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche
- Abstimmung mit den Zielaussagen der Stadt Frankenthal (Pfalz) und der Landesplanung (LEP IV)
- Gegenüberstellung von Ist-Zustand und Zielen;
Bei Abweichungen Bewertung, wie realistisch eine Ansiedlung in den zentralen Versorgungsbereichen ist.

²⁹ Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) 2008 Teil B „Ziele und Grundsätze der Landesentwicklung: Daseinsvorsorge“. S. 98

- Die jüngere Rechtsprechung hat bestätigt, dass es einer Gemeinde auf der Grundlage eines schlüssigen gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts grundsätzlich gestattet ist, Nutzungsarten, die in Zentren nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten auszuschließen.³⁰

Aufgrund dieser Vorgehensweise werden für Frankenthal (Pfalz) innenstadtrelevante Sortimente neu festgelegt, dabei ergeben sich aktuell folgende Abweichungen gegenüber den Aussagen der gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeption vom November 2012 bzw. dem Altgutachten der GMA von 2008:

Die Einstufung der Sortimente Bekleidung, Lederwaren und Schuhe, Unterhaltungselektronik/Computer, HiFi/Elektroartikel, Foto/Optik, Uhren und Schmuck sowie Bücher/Zeitschriften, Papier/Schreibwaren, Büroartikel als innenstadtrelevant ist aufgrund der allgemeinen Bedeutung der entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen auch in Frankenthal unstrittig. In diesen Warengruppen liegt der überwiegende Anteil der Gesamtverkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen.

Weitere Sortimente, denen allgemein (und so auch vom LEP IV) eine hohe Bedeutung für zentrale Einzelhandelslagen zugeschrieben wird, sind Haushaltswaren/Glas/Porzellan, Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Textilien/Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe, Spielwaren, Sportartikel, Musikhandel sowie Baby-, Kinderartikel. Diese Sortimente oder Warengruppen werden in Frankenthal mit dem Ziel, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen, als zentrenrelevant definiert, da deren Realisierung in einem der zentralen Versorgungsbereiche durchaus als realistisch zu erachten ist und wünschenswert ist.

Die Sortimente Hausrat, Geschenkartikel und Heimtextilien werden häufig in Möbelhäusern oder Baumärkten als Nebensortimente angeboten. Bei zukünftigen Ansiedlungen oder Erweiterungen von Fachmärkten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind deshalb zum Schutz der Innenstadt alle innenstadtrelevanten Nebensortimente auf ein zentrenverträgliches Maß zu begrenzen. Dies ist im Einzelfall nachzuweisen.

Entsprechend der vorgefundenen Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen wurden pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel in der Frankenthaler Liste zu den innenstadtrelevanten Sortimenten ergänzend hinzugefügt.

Die Sortimente Zooartikel, Tiernahrung und Tiere sowie Teppiche wurden im LEP IV als innenstadtrelevant eingestuft. In Frankenthal gibt es jedoch in den Zentren fast kein Angebot in diesen Sortimenten

³⁰ BVerwG 4 C 21.07 - Urteil vom 26.03.2009

mehr. Fachgeschäfte für zoologischen Bedarf gibt es in der City ebenfalls nicht mehr, der Flächenanteil der Zentren aufgrund von Nebensortimenten ist gering. Der tägliche Bedarf an Tiernahrung wird heute in Lebensmittel- und Drogeriemärkten gedeckt; Tierzubehör und lebende Tiere werden in Zoo-Fachmärkten sowie Bau- und Gartenmärkten angeboten.

Teppiche werden überwiegend in Einrichtungshäusern angeboten, die aufgrund ihres Platzbedarfes an Ergänzungsstandorten außerhalb der Innenstadt angesiedelt worden sind. Für die Eröffnung neuer Zoo- oder Teppichgeschäfte in der Innenstadt werden nur geringe Chancen gesehen. Die Sortimente gehören nicht mehr zu den klassischen Leitsortimenten von Innenstädten. Zum Transport der Waren wird aufgrund von Größe und Gewicht oftmals ein PKW benötigt. Aus diesen Gründen werden sie in der Frankenthaler Liste nicht als zentrenrelevant eingestuft.

Mit der gleichen Begründung wurden die Sortimente Mopeds, Motorroller, Mofas, E-Bikes und Zubehör aus den innenstadtrelevanten Sortimenten herausgenommen. Der Verkauf ist üblicherweise mit einer Werkstatt gekoppelt. Standorte in Gewerbegebieten sind hierfür besser geeignet als Innenstadtstandorte.

Frankenthaler Sortimentsliste

Zusammenfassend werden die folgenden Sortimente spezifisch für Frankenthal/Pfalz als innenstadtrelevant bzw. nicht innenstadtrelevant festgelegt. Die Regelungen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels nach Sortimenten dienen dem Schutz der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche. Sie haben darüber hinaus einen ortsspezifischen Zielcharakter.

Innenstadtrelevante Sortimente:

- Nahrungsmittel
- Drogeriewaren/ Kosmetikartikel
- Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel
- Haushaltswaren/Glas/Porzellan
- Bücher/Zeitschriften, Papier/Schreibwaren, Büroartikel
- Kunst/Antiquitäten
- Baby-, Kinderartikel
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Unterhaltungselektronik/Computer, HiFi/Elektroartikel
- Foto/Optik
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel)
- Textilien/Heimtextilien
- Bastelartikel, Kunstgewerbe, Musikhandel
- Uhren/Schmuck
- Spielwaren

- Sportartikel, Sportbekleidung
- Blumen
- Campingartikel, Fahrräder und Zubehör

Nicht innenstadtrelevante Sortimente:

- Weiße Ware, Leuchten, Elektroinstallation
- Möbel, Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Sanitäreinrichtung
- Bettwaren, Matratzen
- Baustoffe, Bauelemente, Heimwerkerbedarf
- Gartenbedarf³¹
- Tapeten, Bodenbeläge, Farben/Lacke
- Teppiche
- KFZ / Motorräder und Zubehör
- Mopeds, Motorroller, Mofas, E-Bikes und Zubehör
- Reitzubehör
- Sportgroßgeräte (z.B. Surfboards, Boote)
- Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse
- Zooartikel, Tiernahrung und Tiere

5 Räumliches Einzelhandelskonzept

5.1 Einzelhandelskonzeption 2012: Standorttypen

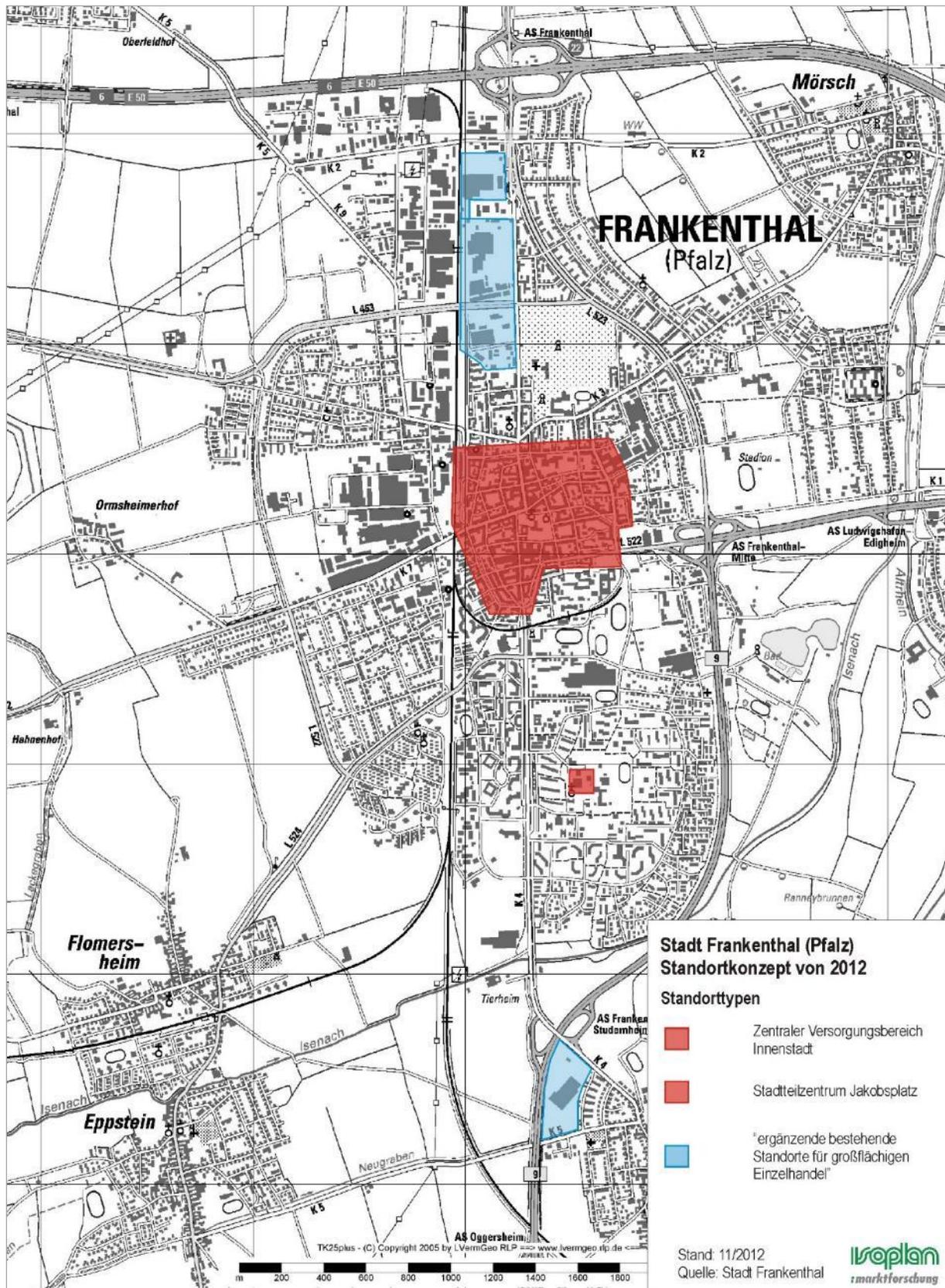
Die Einzelhandelskonzeption der Stadt Frankenthal vom November 2012 legte im Stadtgebiet von Frankenthal erstmals Einzelhandelsstandorte nach den o.g. Standorttypen fest. Es umfasste folgende Gebiete (siehe Abbildung 9):

- einen zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt
- das Stadtteilzentrum Jakobsplatz als Nebenzentrum
- ergänzende bestehende Standorte für großflächigen Einzelhandel an der Wormser Straße und in Studernheim, sowie
- nicht großflächige Standorte im sonstigen Stadtgebiet (nicht im Einzelnen aufgeführt).

Der Einzelhandel in Frankenthal hat sich seitdem erheblich weiterentwickelt. Die 2012 festgelegten Einzelhandelsstandorte geben die aktuell vorgefundene Struktur nicht mehr adäquat wieder. Abbildung 10 und Tabelle 12 beschreiben den Status Quo sowie die künftig geplanten Veränderungen der räumlichen Einzelhandelsstruktur.

³¹ Pflanzen und Zubehör, Gartenwerkzeuge, Gartenbaustoffe, Pflege- und Düngemittel, Torf und Erde, Pflanzengefäße, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Naturhölzer

Abbildung 9: Einzelhandelsstandorte gemäß Einzelhandelskonzeption von 2012



Quelle: Stadt Frankenthal, Fortschreibung der gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeption, November 2012, S. 6; Kartengrundlage: LVerGeo RLP, unmaßstäblich verkleinert

5.2 Status Quo und geplante Einzelhandelsstandorte

Der Einzelhandel in der Stadt Frankenthal befindet sich in einem raschen Wandel. Die Nutzungen an den 2012 definierten Standorten für großflächigen Einzelhandel haben sich weiterentwickelt und z.T. geändert. Über die 2012 in der damaligen Einzelhandelskonzeption ausgewiesenen Standorte großflächigen Einzelhandels hinaus haben sich in der Stadt Frankenthal seitdem weitere Standorte großflächigen Einzelhandels entwickelt. Die Stadt plant darüber hinaus die Entwicklung eines neuen Nebenzentrums im Albert-Frankenthal-Quartiers sowie einen zusätzlichen Nahversorgungsstandort in der Schraderstraße zur Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung in den unterversorgten Gebieten mit hoher Kaufkraft westlich der Bahn (Lauterecken-Viertel).

Gemäß den Regelungen des Landesentwicklungsprogramms (LEP IV) von 2008 und des ERRN von 2013, Kap. 1.7, lassen sich heute drei Standorttypen des großflächigen Einzelhandels unterscheiden:

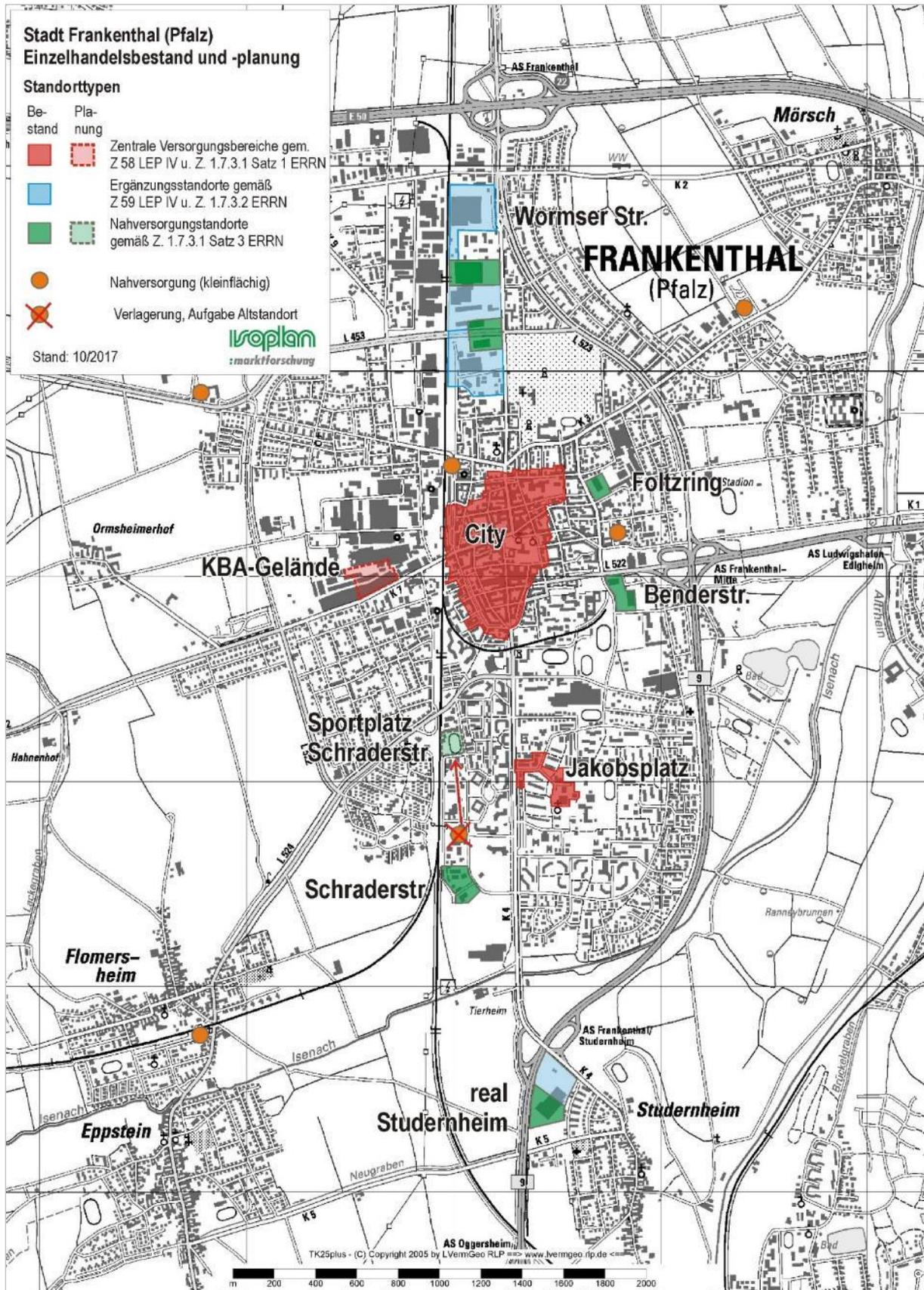
- **Zentrale Versorgungsbereiche**, entsprechend den „zentralörtliche Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte“ gemäß Z 1.7.3.1 ERRN
- **Ergänzungsstandorte** für großflächigen Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevanten Hauptsortimenten, entsprechend den „Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte“ gemäß Z 1.7.3.2 ERRN
- **Nahversorgungsstandorte**, gemäß Z 1.7.3.1 Satz 3 ERRN integrierte Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten, die ausschließlich der Nahversorgung dienen

Bestandsstandorte mit bestehenden großflächigen Einzelhandelsbetrieben außerhalb der „Zentralörtlichen Standortbereiche und der „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ genießen dabei Bestandsschutz (Z. 1.7.4.2 ERRN).

Die derzeitige räumliche Einzelhandelsstruktur entspricht nicht den aktuellen Zielen der Stadt Frankenthal, der Landes- und der Regionalplanung bezüglich Verteilung und Innenstadtrelevanz.

Abbildung 10 und Tabelle 12 zeigt die aktuelle Zuordnung der vorhandenen und geplanten Standorte großflächigen Einzelhandels zu den vier Standorttypen.

Abbildung 10: Räumliche Einzelhandelsstruktur, Status Quo und Planung 2017



Quelle: Eigene Erhebung und Planung, Kartengrundlage: LVermGeo RLP, unmaßstäblich verkleinert

Tabelle 12: Standorttypen des großflächigen Einzelhandels in Frankenthal (Bestand und Planung)

Standorttyp, Charakterisierung	Lage	VKF ca. m ²	Nutzung
Zentrale Versorgungsbereiche gem. Z 58 LEP IV und Z. 1.7.3.1 Satz 1 ERRN schützenswert nach § 34 (3) BauGB			
Hauptzentrum <ul style="list-style-type: none"> Einzugsbereich geht über Standortgemeinde hinaus (Mittelzentrum) 	Frankenthal - Innenstadt	28.900	mittelzentrales Warenangebot
Nebenzentren (Stadtteilzentren) <ul style="list-style-type: none"> mindestens ein Lebensmittelmarkt und mehrere weitere Geschäfte und Dienstleister mit ergänzenden Sortimenten lokale und teilstädtische Bedeutung 	Jakobsplatz	1.330	kurzfristiger Bedarf
	geplantes Nebenzentrum Albert-Frankenthal-Quartier	2.500 (geplant)	bis zu 1.700 m ² Lebensmittel, maximal 800 m ² sonstige nicht innenstadtschädliche Sortimente
Ergänzungsstandorte gem. Z 59 LEP IV und Z. 1.7.3.2 ERRN			
<ul style="list-style-type: none"> Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten Solitär oder Agglomeration, in der Summe großflächig Einzugsbereich kann über Standortgemeinde hinausgehen nicht schützenswert nach BauGB / BauNVO erhaltenswert im Sinne des Planungswillens der Stadt zur Stärkung der mittelzentralen Funktion 	Eisenbahnstr. 77	5.500 k.A.	Baumarkt Kfz und Zubehör
	Wormser Str. 99a -101	ges. 3.620	dm, KIK, Takko, Tedi, Fressnapf
	Wormser Str. 103 -107	3.500 350	Gartenmarkt, ATU Autoteile/Werkstatt
	Wormser Str. 119	18.000	Möbelhaus
	Studernheim, Frankenthaler Str. 67 (Nordteil) gemäß ERRN Z 1.7.3.2 Satz 2	Baugen. für Fachmärkte für zus. 8.840 m ² , nicht umgesetzt	Planung für neue Fachmärkte Ziel: Reduktion der genehmigten VKF zugunsten Nahversorgungsstandort (s.U.) u. nicht-Handelsnutzungen
Nahversorgungsstandorte gemäß Z. 1.7.3.1 Satz 3 ERRN			
<ul style="list-style-type: none"> Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte mit innenstadtrelevanten Sortimenten, die ausschließlich der Nahversorgung dienen städtebaulich (teil-)integrierte Lage Solitär oder Ballung von mehreren (auch kleinflächigen) Betrieben, lokale Bedeutung für die umliegenden Wohnquartiere z. B. i.S.v. § 11 (3) BauNVO schützenswert, falls sie der wohnungsnahen Grund- oder Nahversorgung dienen Hauptsortimente der Bestandsgeschäfte z.T. innenstadtrelevant; Ziel: bei Neunutzung nur noch nahversorgungsrelevant 	Foltzring 33	1.600	Edeka
	Benderstr. 1-3	2.940	Penny, REWE
	Schraderstr. 34 - 44 und Daniel-Bechtel-Straße	3.150	Lidl, Aldi, Norma, Alldrink, Obst/Gemüse
	Schraderstr. 10-20 (geplant)	Plan: max. 1.100	gepl. Verlagerung von Norma
	Wormser Str. 97 Wormser Str. 99	1.100 1.200	Lidl Aldi
	Wormser Str. 109 gemäß ERRN Z 1.7.3.1 Satz 3	ca. 6.900	Kaufland, weitere Fachmärkte mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment
	Studernheim, Frankenthaler Str. 67 (Südteil) gemäß ERRN Z 1.7.3.1 Satz 3	Bestand 6.100, davon 4.600 nahversorgungsrelevant	real SB-Warenhaus und Shops Ziel: s.o.

Quelle: eigene Erhebung, Stand: Mai 2019

5.3 Übergeordnete Empfehlungen für die Bauleitplanung

Das Einzelhandelskonzept hat als informelle Planung keinen rechtsverbindlichen Charakter. Die formulierten Ziele und Maßnahmen erlangen erst durch eine Umsetzung in der Bauleitplanung Verbindlichkeit. Hierbei sind folgende allgemeine Hinweise zu beachten:

- Gemäß § 1 (6) 4. und § 1 (6) 11. BauGB sind **bei der Aufstellung der Bauleitpläne** die Erhaltung und Entwicklung **zentraler Versorgungsbereiche** sowie die Ergebnisse einer von der Gemeinde beschlossenen städtebaulichen Planung, in diesem Falle des **Einzelhandelskonzeptes**, zu berücksichtigen.
- Gemäß § 5.2.2.d BauGB soll die **Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche** gemäß Kapitel 5.4 in die nächste Fortschreibung des **Flächennutzungsplans** aufgenommen werden.
- Zur Sicherung der Nahversorgung und der zentralen Versorgungsbereiche soll in allen **Bebauungsplänen für Gewerbegebiete die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben künftig ausgeschlossen** werden. Ausgenommen sind untergeordnete Verkaufsflächen von Handwerksbetrieben. Bestehende Bebauungspläne sollen - wenn möglich - entsprechend angepasst werden. Das Einzelhandelskonzept liefert die baurechtliche Rechtfertigung hierfür.

In den folgenden Abschnitten werden die Festlegungen für die einzelnen Einzelhandelsstandorte beschrieben und begründet sowie Empfehlungen für die Bauleitplanung und die Regionalplanung aus der Sicht der Einzelhandelsziele der Stadt Frankenthal im Detail formuliert.

5.4 Zentrale Versorgungsbereiche

Der ERRN weist einen „Zentralörtlichen Standortbereich für Einzelhandelsgroßprojekte“ in der Innenstadt von Frankenthal aus (siehe Abbildung 6), dessen (nicht parzellenscharfe) Abgrenzung dem „zentralen Versorgungsbereich Innenstadt“ in der Teilfortschreibung der Einzelhandelskonzeption von 2012 entspricht (s. Abbildung 9).

Neben diesem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, der im vorliegenden Einzelhandelskonzept parzellenscharf neu abgegrenzt wird, werden zwei weitere zentrale Versorgungsbereiche in Nebenzentren der Stadt Frankenthal ausgewiesen, die in den ERRN und dessen Raumnutzungskarte aufgenommen werden sollen.

5.4.1 Definition und Abgrenzungskriterien

Der Einzelhandel in zentralen Versorgungsbereichen genießt nach BauGB, BauNVO und LEP IV einen besonderen Schutz. Der Begriff „zentraler Versorgungsbereich“ wird in diesen Quellen nicht abschließend definiert. Die Rechtsprechung gibt jedoch mittlerweile einen eindeutigen Rahmen für die Begriffsdefinition.

Ein zentraler Versorgungsbereich umfasst danach den Bereich, in dem Handel, Dienstleister, Verwaltungen und sonstige zentralörtliche Einrichtungen konzentriert sind und gegenüber der Wohnfunktion eine übergeordnete Rolle spielen.

Im Einzelhandelskonzept von 2008 und der Teilfortschreibung von 2012 wurden zentrale Versorgungsbereiche grob dargestellt. Der gesetzliche Schutz zentraler Versorgungsbereiche erfordert jedoch deren exakte (parzellenscharfe) Abgrenzung.

Der Gesetzgeber hat keine Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche benannt. Abgrenzungskriterien können aus der Rechtsprechung und der Kommentierung des BauGB hergeleitet werden. Danach ist ein zentraler Versorgungsbereich ein Bereich mit einer breiten Palette von Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten ohne wesentliche Unterbrechungen. Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche liegt nicht im Ermessen des Planers, sondern hat sich an objektiv nachweisbaren Nutzungen zu orientieren.

Im Rahmen der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts wurde eine parzellenscharfe Neuabgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Anlehnung an die Kernaussagen des BVerwG-

Urteils von 2009³², weiterer Urteile³³ und der Kommentierungen des BauGB³⁴ anhand der folgenden städtebaulichen und funktionalen Kriterien vorgenommen:

1. städtebaulich integrierte Lage im Ortszentrum
2. einheitliche städtebauliche und räumliche Struktur ohne Zäsuren
3. besondere Gestaltung des öffentlichen Raums
4. hohe Dichte von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen mit einem über den zentralen Versorgungsbereich hinausgehenden Einzugsbereich (Erdgeschossnutzung besteht zu mehr als 50% aus zentralörtlichen Funktionen wie Einzelhandel, Dienstleister, Gastronomie, Behörden, Praxen u.ä.)
5. Magnetbetriebe, die eine hohe Kundenfrequenz hervorrufen
6. fußläufige Erreichbarkeit
7. entsprechende Festsetzung in der Bauleitplanung.

Gemäß Ziel 58 LEP IV ist die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche wie auch die Festlegung der ortsspezifischen Sortimentsliste mit der Regionalplanung abzustimmen.

Der ERRN legt bisher in Frankenthal einen „Zentralörtlichen Standortbereich für Einzelhandelsgroßprojekte“ in der Innenstadt fest (siehe Kapitel 2.2.3, Abbildung 6).

Nach den o.g. Kriterien der Rechtsprechung lassen sich in der Stadt Frankenthal aktuell zwei zentrale Versorgungsbereiche abgrenzen: Der Haupteinkaufsbereich in der Innenstadt und ein Nebenzentrum am Jakobsplatz. In den anderen vier Stadtteilen wurden keine Bereiche identifiziert, die die o.g. Kriterien für zentrale Versorgungsbereiche erfüllen. Für das geplante Nebenzentrum im Albert-Frankenthal-Quartier an der Lamsheimer Straße wird ein dritter, geplanter zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt.

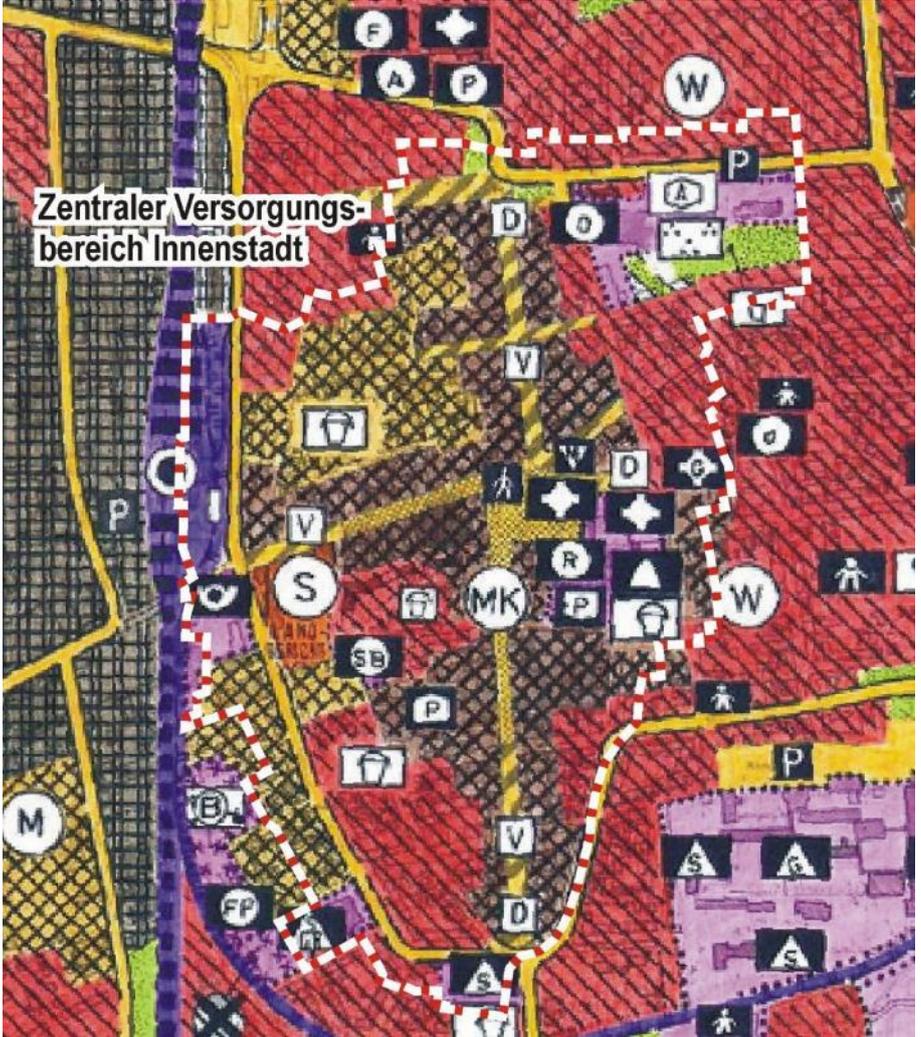
³² BVerwG, Beschluss vom 12.2.2009 - 4 B 5. 09

³³ insbesondere OVG Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 6. November 2008, Az. 10 A 1512/07

³⁴ z.B. Spannowsky/Uechtritz: BauGB Kommentar 2014, S. 632f

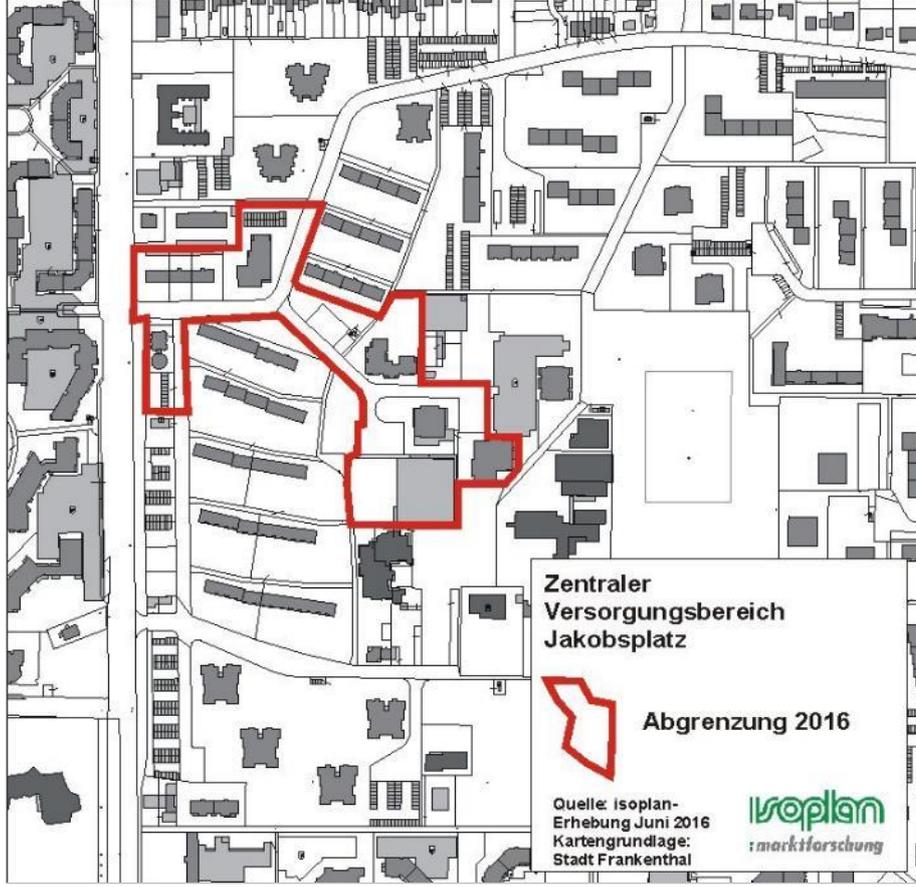
5.4.2 Innenstadt (Hauptzentrum)

Bezeichnung	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)
Standorttyp gemäß Z 1.7.3.1 ERRN	Zentralörtlicher Standortbereich für Einzelhandelsgroßprojekte
Abgrenzung	
<p>ZVB Innenstadt Frankenthal</p> <p>Bedarfsstufe VK-Fläche (m²)</p> <p>■ kurz ◆ 800+</p> <p>■ mittel ■ < 800</p> <p>■ lang ■ < 400</p> <p> ■ < 100</p> <p>Abgrenzung 2016</p> <p>Quelle: isoplan- Erhebung Juni 2016 Kartengrundlage: Stadt Frankenthal</p> <p>isoplan :marktforschung</p>	
	<p>engere Abgrenzung gegenüber 2012</p> <p>Ausschluss von Bereichen mit dem Nutzungsschwerpunkt Wohnen im Nordwesten im Bereich Eisenbahnstraße/Westliche Ringstraße und im Osten</p> <p>Ausschluss von Edeka (Foltzring) und Norma (Am Kanal) aus dem ZVB aufgrund der städtebaulichen Zäsur durch mehrere Wohnblocks zum Kerngebiet</p>
Einzelhandelsbestand (Erhebung 05/2016)	<p>Anzahl Geschäfte: 142</p> <p>Verkaufsfläche: 28.900 m²</p> <p>Einzelhandelsumsatz der Geschäfte im ZVB: 96,2 Mio. €</p> <p>Anteil an gesamtstädtischem Einzelhandelsumsatz 37,2 %</p> <p>davon Bekleidung, Schuhe, Lederwaren: 41,1 Mio. €</p> <p>Anteil an Gesamtumsatz der Geschäfte im ZVB: 42,7 %</p> <p>wichtige Ankerbetriebe: Bekleidung Jost, Kaufhaus Birkenmeier, Metallwaren Kisling (inhabergeführt) Thalia, Douglas, C&A, Tchibo, Drogeriemärkte Müller und dm.(Filialisten)</p>

<p>Charakterisierung</p>	<p>Klassische Innenstadt mit mittelzentralem Warenangebot, attraktive Fußgängerzone, noch vergleichsweise hoher Anteil inhabergeführter Geschäfte, städtebaulich und funktional intakt, hochgradig schützenswert</p>
<p>Entwicklungsziel</p>	<p>Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Funktion Standort für Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten Neuabgrenzung 2016, Ausschluss reiner Wohngebiete</p>
<p>Flächennutzungsplan</p>	 <p>Das Diagramm zeigt einen Flächennutzungsplan einer Innenstadt. Ein zentraler Bereich ist durch eine gestrichelte rote Linie abgegrenzt und als 'Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt' beschriftet. Innerhalb dieses Bereichs sind verschiedene Nutzungsarten durch Symbole und Buchstaben markiert: 'MK' (Mischgebiet), 'S' (Sonderbaufläche), 'V' (Verkehrsmittel), 'D' (Dienstleistung), 'P' (Parkplatz), 'W' (Wohngebiet), 'SB' (Sonderbaufläche), 'G' (Grünfläche), 'M' (Mischgebiet), 'FP' (Freizeitplatz), 'A' (Anlage), 'R' (Rezeption), 'D' (Dienstleistung), 'V' (Verkehrsmittel), 'S' (Sonderbaufläche), 'P' (Parkplatz), 'W' (Wohngebiet), 'S' (Sonderbaufläche), 'G' (Grünfläche), 'S' (Sonderbaufläche). Der Bereich außerhalb der gestrichelten Linie zeigt ebenfalls verschiedene Nutzungsarten wie 'M', 'P', 'W', 'V', 'D', 'P', 'W', 'S', 'G', 'S'.</p>
<p>bisherige Festlegungen</p>	<p>überwiegend gemischte Bauflächen, Kerngebiet gem. § 7 BauNVO (MK) eine Sonderbaufläche gem § 1 Abs. 1 Nr. 4 BauNVO (S) Randbereiche Wohnbauflächen gem. § 1 Abs. 1 Nr. 1 BauNVO (W)</p>
<p>erforderliche Anpassungen</p>	<p>keine</p>

<p>Bebauungsplan</p>	
<p>bisherige Festlegungen</p>	<p>Kerngebiet (MK): Nur ausnahmsweise Wohnnutzung eingeschränkte Kerngebiete (MK_E) und Mischgebiete (MI): ab 2./3. Geschoss ausschließlich Wohnnutzung (begründete Ausnahmen möglich) Festlegung der Nutzungen für eingeschränkte Mischgebiete (MI_E) Weitgehende Einschränkungen für Vergnügungsstätten Keine Einschränkungen bezüglich Einzelhandel oder Sortimenten</p>
<p>Anpassungen</p>	<p>keine</p>
<p>Fotodokumentation Fußgängerzone Wormser Str.</p>	

5.4.3 Jakobsplatz (Nebenzentrum)

Bezeichnung	Zentraler Versorgungsbereich Jakobsplatz (Nebenzentrum)														
Standorttyp gemäß Z 1.7.3.1 ERRN	bisher: keiner künftig: Zentralörtlicher Standortbereich für Einzelhandelsgroßprojekte														
Abgrenzung															
Einzelhandelsbestand (Erhebung 05/2016)	<table border="0"> <tr> <td>Anzahl Dienstleister</td> <td style="text-align: right;">6</td> </tr> <tr> <td>Anzahl Einzelhandelseinrichtungen:</td> <td style="text-align: right;">5</td> </tr> <tr> <td>Verkaufsfläche:</td> <td style="text-align: right;">1.330 m²</td> </tr> <tr> <td>Einzelhandelsumsatz der Geschäfte im ZVB:</td> <td style="text-align: right;">5,7 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Anteil an gesamtstädtischem Einzelhandelsumsatz</td> <td style="text-align: right;">2,2 %</td> </tr> <tr> <td>davon periodischer Bedarf:</td> <td style="text-align: right;">5,4 Mio. €</td> </tr> <tr> <td>Anteil an Gesamtumsatz der Geschäfte im ZVB:</td> <td style="text-align: right;">94,5 %</td> </tr> </table> <p>Betriebe: Edeka Lebensmittelvollsortimenter, Bäcker, Apotheken, Kiosk, Frisör, Sparkasse, RV Bank, Post, Arzt, Fitnessstudio</p>	Anzahl Dienstleister	6	Anzahl Einzelhandelseinrichtungen:	5	Verkaufsfläche:	1.330 m ²	Einzelhandelsumsatz der Geschäfte im ZVB:	5,7 Mio. €	Anteil an gesamtstädtischem Einzelhandelsumsatz	2,2 %	davon periodischer Bedarf:	5,4 Mio. €	Anteil an Gesamtumsatz der Geschäfte im ZVB:	94,5 %
Anzahl Dienstleister	6														
Anzahl Einzelhandelseinrichtungen:	5														
Verkaufsfläche:	1.330 m ²														
Einzelhandelsumsatz der Geschäfte im ZVB:	5,7 Mio. €														
Anteil an gesamtstädtischem Einzelhandelsumsatz	2,2 %														
davon periodischer Bedarf:	5,4 Mio. €														
Anteil an Gesamtumsatz der Geschäfte im ZVB:	94,5 %														
Charakterisierung	Nebenzentrum für das Stadtviertel Pilgerpfad, deshalb schützenswert														
Entwicklungsziel	<p>Sicherung des Nebenzentrums Jakobsplatz als lebendiges Zentrum des Stadtviertels Pilgerpfad mit Nahversorgungseinrichtungen und begleitenden Sortimenten und Dienstleistungen.</p> <p>Erweiterung des Nahversorgungsmarktes um 200 m² zur Modernisierung des Marktes und Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit</p> <p>Verträglichkeit der Erweiterung wurde durch eine kumulierte Auswirkungsanalyse nachgewiesen (siehe Zusammenfassung in Kapitel 6.3)</p>														

<p>Flächennutzungsplan</p>	
<p>bisherige Festlegungen</p>	<p>Wohnbauflächen gemäß § 1 Abs. 1 Nr. 1 BauNVO (W) Flächen für den Gemeinbedarf</p>
<p>erforderliche Anpassungen</p>	<p>Edeka Jakobspatz: Sonderbaufläche für großflächigen Einzelhandel Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs ausweisen</p>
<p>Bebauungsplan</p>	<p>bisher kein Bebauungsplan</p>
<p>erforderliche Anpassungen</p>	<p>Bebauungsplan für Sondergebiet „Jakobspatz“ erstellen Art und Maß der zulässigen Nutzungen: Lebensmittel-Vollsortimentmarkt mit maximal 1.400 m² Verkaufsfläche weitere Einzelhandelseinrichtungen mit sonstigen innenstadtrelevanten Hauptsortimenten jeweils bis 200 m², zusammen bis 600 m² Verkaufsfläche Waren der Gesundheits- und Körperpflege begrenzt auf Apotheken (Bestand) und Nebensortiment des Lebensmittelmarktes bis zu 200 m² Wohnungsnaher Dienstleistungsbetriebe in den Erdgeschossen Wohnungen (Bestand)</p>
<p>Fotodokumentation</p>	

5.4.4 Albert-Frankenthal-Quartier (geplantes Nebenzentrum)

Bezeichnung	Zentraler Versorgungsbereich Albert-Frankenthal-Quartier (Nebenzentrum)
Standorttyp gemäß Z 1.7.3.1 ERRN	bisher: keiner künftig: Zentralörtlicher Standortbereich für Einzelhandelsgroßprojekte
Abgrenzung	
<p>Geplanter Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Lamsheimer Straße</p> <p> Abgrenzung ZVB</p> <p> Weitere Entwicklungsbereiche KBA-Gelände</p> <p>Quelle: Masterplan Albert-Frankenthal-Quartier Kartengrundlage: LVermGEO RLP vroplan :marktforschung</p>	
Einzelhandelsbestand	keiner
Charakterisierung	Nahversorgung der bestehenden Wohngebiete westlich der Bahnlinie und des geplanten neuen Wohngebiets auf dem ehemaligen KBA-Parkplatz lückenhaft umfangreiches Flächenpotenzial des ehemaligen KBA-Geländes an der Lamsheimer Straße
Entwicklungsziele	gemäß Masterplan „Albert-Frankenthal-Quartier“: ³⁵ Entwicklung zu einem neuen funktionalen Stadtquartier mit hochwertigen Nutzungen aus den Bereichen Dienstleistungen, Verwaltung, Gewerbe, Einzelhandel und Wohnen Schaffung eines neuen Nebenzentrums mit großflächigen Einzelhandelseinrichtungen (im Plan oben rot umrandet) zur wohnungsnahen, fußläufigen Lebensmittel-Nahversorgung der derzeit unterversorgten Wohngebiete des Stadtbezirks Lauterecken im Stadtteil West.

³⁵ Stadt Frankenthal / FIRU: Masterplan Albert-Frankenthal-Quartier, Frankenthal/Kaiserslautern 17.11.2016

<p>Flächennutzungsplan</p>	
<p>bisherige Festlegungen</p>	<p>Gewerbliche Baufläche gem. § 1 Abs. 1 Nr. 3 BauNVO (G)</p>
<p>erforderliche Anpassungen</p>	<p>zentralen Versorgungsbereich „Albert-Frankenthal-Quartier“ ausweisen Die zeitweise verfolgte Überlegung, den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Frankenthal bis zum Albert-Frankenthal-Quartier auszuweiten, lässt sich aus dem Bestand an Nutzungen und aufgrund der vorhandenen städtebaulichen Zäsur nicht herleiten. Um eine Einzelhandelsentwicklung in den westlich der Bahnlinie gelegenen Wohnbereichen zu ermöglichen, soll stattdessen ein getrennter zentraler Versorgungsbereich Albert-Frankenthal-Quartier als Nebenzentrum ausgewiesen werden.</p>
<p>Bebauungsplan</p>	<p>in Aufstellung</p>
<p>erforderliche Anpassungen</p>	<p>parzellenscharfe Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Festlegung von Art und Maß der Nutzungen: Großflächiger Einzelhandel, diskontierende Betriebsformen sind auszuschließen verträgliche Verkaufsflächenobergrenze: 2.500 m² davon maximal 1.700 m² Verkaufsfläche für einen Lebensmittelmarkt mit Getränkeabteilung oder Getränkemarkt und den Nebensortimenten Reformwaren, Drogeriewaren / Kosmetik und Apothekerwaren (maximal 200 m² Drogeriewaren und Kosmetik zum Schutz der Innenstadt)³⁶</p>

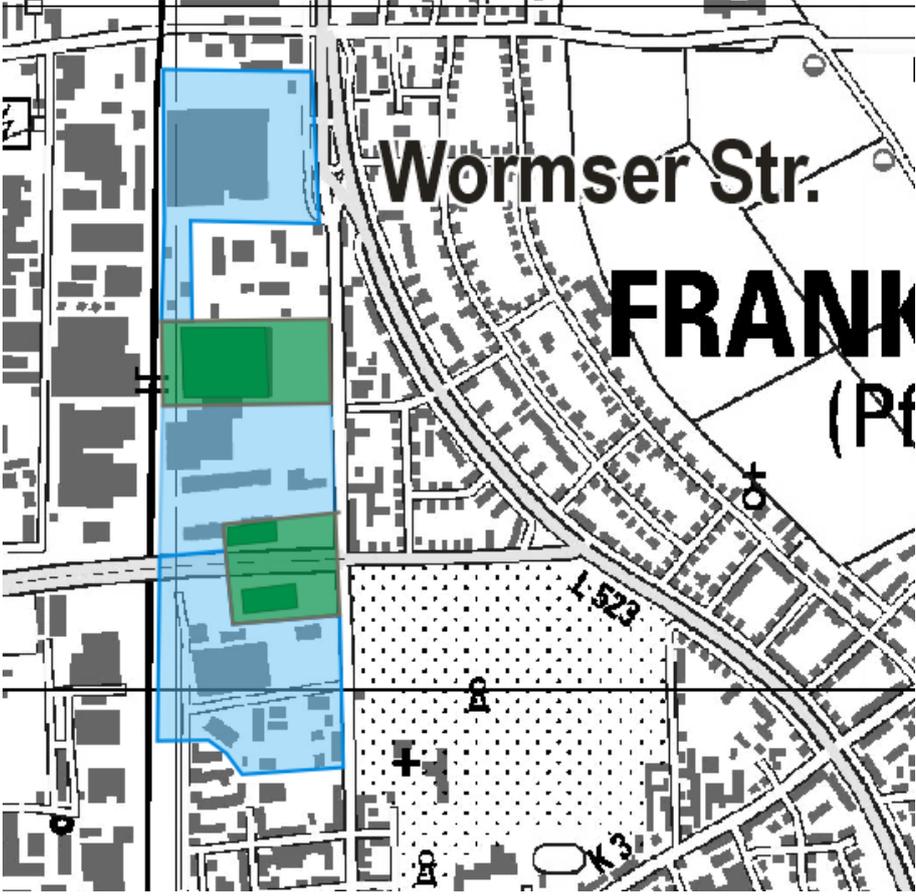
³⁶ Die Verkaufsflächenbegrenzung von 1.700 m² für einen Lebensmittelmarkt resultiert aus einer Verteilung des ermittelten Potenzials von 3.900 m² für Lebensmittel in der Gesamtstadt zur Stärkung der wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet gemäß den Zielen der Stadt (s. Kapitel 4.2). 1.700 m² Verkaufsfläche entsprechen für einen Lebensmittel-Vollsortimenter mit Getränkemarkt oder -abteilung und Bäcker oder Backabteilung dem für ein Stadtteilzentrum der Größe von Lauterecken

	<p>maximal 800 m² Verkaufsfläche zur ergänzenden Ausstattung des Nebenzentrums mit nicht innenstadtschädlichen Non-Food-Waren</p> <p>Folgende Sortimente sind dabei als Hauptsortimente unzulässig und im Bebauungsplan entsprechend auszuschließen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drogeriewaren / Kosmetik • Bücher • Spielwaren, Bastelartikel • Bekleidung (inkl. Sportbekleidung) • Sportgeräte und Sportzubehör (Ausnahme: Sportgroßgeräte) • Schuhe, Lederwaren • Fotowaren • Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik • Optik, Hörgeräte • Uhren, Schmuck • Baby-/Kinderartikel. <p>Die Verkaufsflächen- und Sortimentsbegrenzungen sind im Verlauf des Bebauungsplanverfahrens zu präzisieren.</p>
<p>Fotodokumentation Aktuelle Situation: historische Fassade</p>	 <p>The photograph shows a street scene with a historic brick building. The building features a mix of red and light-colored bricks, with several arched windows on the upper floors. A modern glass and metal extension is visible on the right side of the building. Several cars are parked along the street in front of the building.</p>

üblichen und marktgängigen Maß. Ein größerer Lebensmittelmarkt ist bei einer lokalen Bevölkerung im Einzugsbereich von maximal 8.000 Einwohnern und der Lage abseits einer Ausfallsstraße nicht tragfähig.

5.5 Ergänzungsstandorte

5.5.1 Wormser Straße / Eisenbahnstraße

Bezeichnung	Ergänzungsstandort Wormser Straße / Eisenbahnstraße									
Standorttyp gemäß Z 1.7.3.2 ERRN	Ergänzungsstandort für Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten									
Abgrenzung										
Charakterisierung	Fachmarktzentrum, wesentliches Standbein des mittelzentralen Einzelhandelsangebots in Frankenthal, wichtige und notwendige Ergänzung der Innenstadt, da dort für entsprechende großflächige Angebotsformen keine Flächen verfügbar sind,									
Einzelhandelsbestand (Erhebung 05/2016)	<p>Anzahl Einzelhandelseinrichtungen: 27</p> <p>Verkaufsfläche: ca. 39.800 m²</p> <p>geschätzter Einzelhandelsumsatz: ca. 78,5 Mio. €</p> <p>Anteil an gesamtstädtischem Einzelhandelsumsatz: 30,3 %</p> <p>Leerstände (Stand: Mai 2016): 2 Ladenlokale mit ca. 1.050 m² VKF</p> <p>Umsatz mit</p> <table border="0"> <tr> <td>nicht innenstadtrelevanten Sortimenten</td> <td>35,1 Mio. €</td> <td>45 %</td> </tr> <tr> <td>nahversorgungsrelevanten Sortimenten</td> <td>31,5 Mio. €</td> <td>40 %</td> </tr> <tr> <td>sonstigen innenstadtrelevanten Sortimenten</td> <td>11,8 Mio. €</td> <td>15 %</td> </tr> </table> <p>Großflächige Ankerbetriebe: Möbel Ehrmann, Toom Baumarkt, Dehner Gartencenter, Kaufland SB-Warenhaus, Lidl, Aldi (85% der VK-Fläche im Gebiet)</p>	nicht innenstadtrelevanten Sortimenten	35,1 Mio. €	45 %	nahversorgungsrelevanten Sortimenten	31,5 Mio. €	40 %	sonstigen innenstadtrelevanten Sortimenten	11,8 Mio. €	15 %
nicht innenstadtrelevanten Sortimenten	35,1 Mio. €	45 %								
nahversorgungsrelevanten Sortimenten	31,5 Mio. €	40 %								
sonstigen innenstadtrelevanten Sortimenten	11,8 Mio. €	15 %								

<p>Entwicklungsziele</p>	<p>Erhalt der mittelzentralen Funktion der Stadt Frankenthal</p> <p>Ergänzung des kleinteiligen Angebots in der Innenstadt durch großflächige, z.T. discountorientierte Formate, die in der Innenstadt keinen Platz finden, in innenstadtverträglichem Ausmaß</p> <p>Bestandsschutz, aber keine Erweiterung des Einzelhandels mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten am Ergänzungsstandort</p> <p>Flächendeckendes wohnungsnahes Nahversorgungsangebot im gesamten Stadtgebiet, für deren Erhalt notwendige geringfügige Erweiterungen der vorhandenen Lebensmittelmärkte und des Drogeriemarktes nur in tragfähigem Umfang.</p>
<p>Flächennutzungsplan</p>	
<p>bisherige Festlegungen im FNP</p>	<p>4 Sonderbauflächen gem. §1 Abs. 1 Nr. 4 BauNVO für großflächigen Einzelhandel, 2 x Einkaufszentrum, Baumarkt</p> <p>Gemeinbedarfseinrichtung (Stadtwerke)</p> <p>Gewerbliche Baufläche gem. § 1 Abs. 1 Nr. 3 BauNVO (G)</p>

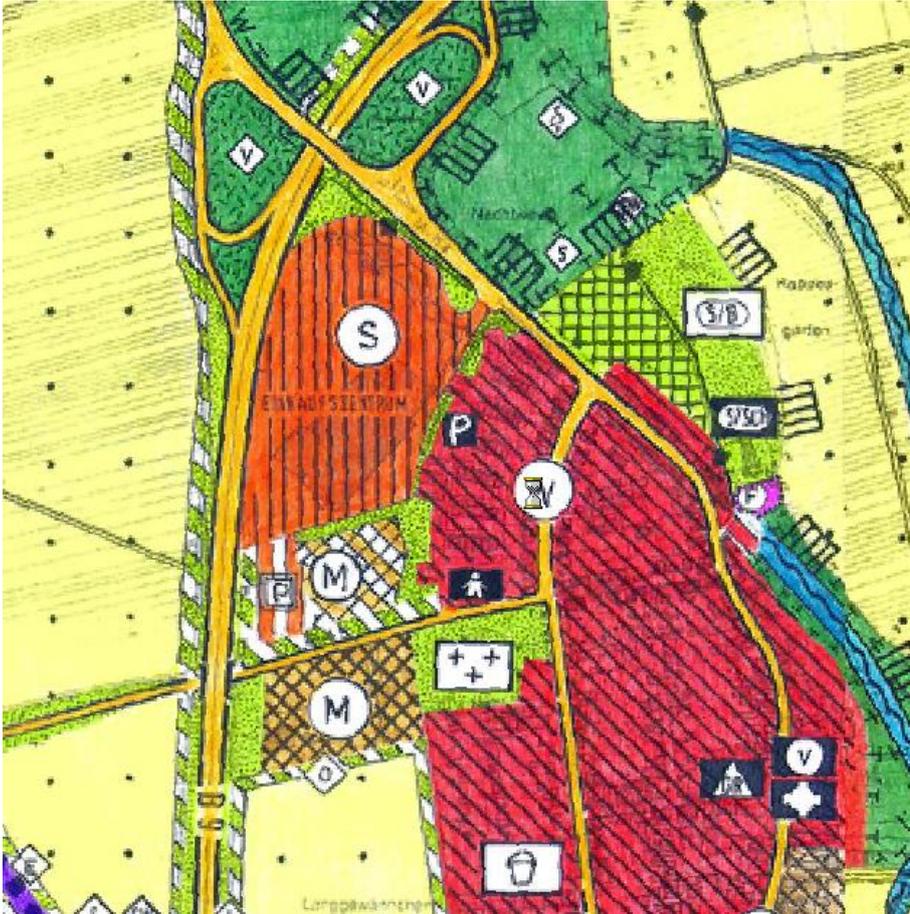
<p>erforderliche Anpassungen des FNP</p>	<p>Der vorhandene und im ERRN ausgewiesene Ergänzungsstandort an der nördlichen Wormser Straße sollte gemäß den vorherrschenden Nutzungen ausdifferenziert werden</p> <p>Die nicht innenstadtrelevanten Nutzungen sind für die mittelzentrale Funktion der Stadt Frankenthal wichtig und sollen durch die Ausweisung des dafür genutzten Bereichs als „Ergänzungsstandort“ gesichert werden.</p> <p>Aldi (Wormser Str. 99) und Lidl (Wormser Str. 97) sollten als Nahversorgungsstandorte ausgewiesen werden.</p> <p>Die in den beiden Sondergebieten „Einkaufszentrum“ (Kaufland, Wormser Str. 109 und Fachmarktzentrum Wormser Straße 99a - 103) vorgefundenen diskontierenden Verkaufsformen mit innenstadtrelevanten Sortimenten (Bekleidung, Drogeriemarkt, Haushaltswaren) widersprechen den Zielen des LEP IV und des Regionalplans für Ergänzungsstandorte. Sie stellen jedoch in dem vorhandenen Ausmaß eine notwendige und erwünschte Ergänzung der kleinteiligen Verkaufsformen in der Innenstadt dar. Diese Nutzungen genießen Bestandsschutz im Rahmen der gültigen Baugenehmigungen. Sie sollen auch bei Neuvermietungen, Betriebsverlagerungen oder Erweiterungen im vertraglichen Rahmen Bestand haben.</p>
<p>Bebauungspläne</p>	
<p>Sondergebiet Wormser Straße, 1. Änderung (2012), Wormser Straße 119</p>	<p>bisherige Festlegungen zu Art und Maß der baulichen Nutzung: großflächiger Einzelhandel mit maximal 18.900 m² Verkaufsfläche, davon 17.900 m² für nicht innenstadtrelevante Sortimente (vorrangig Möbel) und 1.000 m² für die innenstadtrelevanten Sortimente Kunstgewerbe, Geschenkartikel, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik und Heimtextilien.</p> <p>notwendige Anpassungen des B-Plans: keine Änderungen erforderlich</p>
<p>Vorhaben- und Erschließungsplan Familia-Center Frankenthal (1998), Wormser Str. 107-109</p>	<p>bisherige Festlegungen zu Art und Maß der baulichen Nutzung: Art der Nutzung: Einkaufszentrum Festsetzung der Flächen und Sortimente für Einzelhandel: SB-Warenhaus mit Vollsortiment: maximal 4.860 m² Verkaufsfläche Integrierte Handels- und Dienstleistungsbetriebe: maximal 2.090 m² VKF davon maximal 1.250 m² für innenstadtrelevante Sortimente gemäß Auflistung in der textlichen Erläuterung des B-Plans. Optik und Sport werden ausgeschlossen; Garten- und Heimwerkerfachmarkt: maximal 5.060 m² Verkaufsfläche</p> <p>notwendige Anpassungen: B-Plan aufstellen, innenstadtrelevante Sortimente gemäß aktuellem genehmigten und realisierten Bestand zum Schutz der Innenstadt begrenzen, Ausweitung des Angebots innenstadtrelevanter Sortimente vermeiden, Bestandsschutz, aber langfristiges Ziel: Innenstadtrelevante Sortimente bei Geschäftsaufgaben reduzieren, nur auf dem Verhandlungsweg zu erreichen</p>
<p>Sondergebiet Fachmarktzentrum Nördlich des Nordrings (2005), Wormser Str. 99a - 105</p>	<p>bisherige Festlegungen zu Art und Maß der baulichen Nutzung: Vergnügungsstätten und Einzelhandelsbetriebe mit den Sortimenten Drogerieartikel, Bekleidung/Textilwaren, Tiernahrung/Tierbedarf, Schuhe, Möbel, Computerbedarf, Unterhaltungselektronik und Getränke bis zu einer Gesamtverkaufsfläche von 3.620 m²</p>

	<p>notwendige Anpassungen des B-Plans:</p> <p>innenstadtrelevante Sortimente gemäß aktuellem Bestand zum Schutz der Innenstadt auf folgendes Maß begrenzen (Angaben gerundet):</p> <p>innenstadtrelevante Sortimente:</p> <table border="0"> <tr> <td>Drogeriemarkt³⁷</td> <td style="text-align: right;">727 m²</td> </tr> <tr> <td>Haushaltswaren-Fachmarkt (Tedi)</td> <td style="text-align: right;">350 m²</td> </tr> <tr> <td>Bekleidungs-Fachmärkte (Takko, KIK)</td> <td style="text-align: right;">1.029 m²</td> </tr> <tr> <td>alle verbleibenden Verkaufsflächen, derzeit 3 Ladengeschäfte</td> <td style="text-align: right;">1.513 m²</td> </tr> <tr> <td>auf nicht innenstadtrelevante Sortimente begrenzen</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Summe (gerundet)</td> <td style="text-align: right;">3.620 m²</td> </tr> </table> <p>Diese Begrenzungen sind auf dem Verhandlungsweg anzustreben.</p>	Drogeriemarkt ³⁷	727 m ²	Haushaltswaren-Fachmarkt (Tedi)	350 m ²	Bekleidungs-Fachmärkte (Takko, KIK)	1.029 m ²	alle verbleibenden Verkaufsflächen, derzeit 3 Ladengeschäfte	1.513 m ²	auf nicht innenstadtrelevante Sortimente begrenzen		Summe (gerundet)	3.620 m ²
Drogeriemarkt ³⁷	727 m ²												
Haushaltswaren-Fachmarkt (Tedi)	350 m ²												
Bekleidungs-Fachmärkte (Takko, KIK)	1.029 m ²												
alle verbleibenden Verkaufsflächen, derzeit 3 Ladengeschäfte	1.513 m ²												
auf nicht innenstadtrelevante Sortimente begrenzen													
Summe (gerundet)	3.620 m ²												
<p>Wormser Straße 99</p>	<p>Für den Standort der Filiale von Aldi liegt ein der vorhabenbezogene Bebauungsplan Nr. 47 „Sondergebiet Lebensmittelmarkt Wormser Straße“ vom November 2018 mit folgenden Regelungen vor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Art der baulichen Nutzung: Sondergebiet „Einzelhandel Nahversorgung“ • Zulässig ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb für Lebensmittel, sonstige Waren des periodischen Bedarfs sowie Aktionsartikel mit einer Verkaufsfläche von max. 1.200 m² • Im Rahmen der festgesetzten Nutzungen sind nur solche Vorhaben zulässig, zu deren Durchführung sich der Vorhabenträger in einem Durchführungsvertrag verpflichtet hat. 												
<p>Wormser Straße 97</p>	<p>Für den Standort der Filiale von Lidl liegt kein Bebauungsplan vor.</p> <p>notwendige Anpassungen:</p> <p>Bebauungsplan aufstellen, Standorttyp: Nahversorgungsstandort Art der baulichen Nutzung: Lebensmittel-Discounter Maß der baulichen Nutzung: Verkaufsfläche auf Bestand gemäß rechtskräftiger Baugenehmigung begrenzen, maximal 1.100 m² sonstige innenstadtrelevante Nebensortimente des Lebensmittelmarktes auf 10% der Verkaufsfläche begrenzen</p>												
<p>Eisenbahnstraße 77</p>	<p>Für den Standort toom-Baumarkt liegt kein Bebauungsplan vor.</p> <p>notwendige Anpassungen:</p> <p>Standorttyp: Ergänzungsstandort</p> <p>Bebauungsplan aufstellen, bei Bedarf vorhabenbezogenen Erweiterung auf ein zeitgemäßes Maß ermöglichen (10-12.000 m² VKF), ggf. unter Einbeziehung benachbarter Grundstücke (Eisenbahnstraße 75)</p> <p>Hauptsortiment: Baumarktrelevante Sortimente, Blumen, Pflanzen und Zubehör, Kfz-Zubehör, maximale Verkaufsfläche: 12.000 m² davon maximal 800 m² für innenstadtrelevante Nebensortimente</p>												

³⁷ Die von dm beantragte Verlagerung innerhalb des Gebäudes und Erweiterung gegenüber dem Bestand um 106 m² sind verträglich, Begründung siehe: isoplan-Marktforschung: Verlagerung und Erweiterung des dm-Drogeriemarktes in Frankenthal, Einkaufszentrum Wormser Straße, Gutachterliche Stellungnahme, Saarbrücken, 1.9.2017

5.5.2 Einkaufszentrum Studernheim

Bezeichnung	Ergänzungsstandort Einkaufszentrum Studernheim
Standorttyp gemäß Z 1.7.3.2 ERRN	<p>Bisher kein Einzelhandelsstandort im ERRN ausgewiesen</p> <p>Notwendige Anpassungen:</p> <p>Teilfläche 1: Ergänzungsstandort für Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten</p> <p>Teilfläche 2: Nahversorgungsstandort gem. Z 1.7.3.1 Satz 3 ERRN</p>
Abgrenzung	
Charakterisierung	<p>Typischer verkehrsgünstig gelegener und vorwiegend auf Autokunden ausgerichteter SB-Warenhaus-Standort aus den 1970er Jahren mit Tankstelle und Parkplätzen zwischen B9 und Wohnbebauung des Stadtteils Studernheim</p>
Einzelhandelsbestand (Erhebung 05/2016)	<p>SB-Warenhaus mit Shops im Vorkassenbereich</p> <p>zurzeit genutzte Verkaufsfläche (inklusive Shops) ca. 6.110 m²</p>
Entwicklungsziele	<p>Entwicklungsziele der Stadt Frankenthal für den Standort Einkaufszentrum Studernheim:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nahversorgung für den Stadtteil Studernheim sicherstellen • ergänzend zu dem Ergänzungsstandort Wormser Straße einen weiteren Standort für Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten im Süden des Stadtgebiets vorhalten • künftig zum Schutz des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt am real-Standort in Studernheim keine Einzelhandelsgroßprojekte mit sonstigen innenstadtrelevanten Hauptsortimenten mehr zulassen

<p>Flächennutzungsplan</p>	
<p>bisherige Festlegungen im FNP</p>	<p>Sondergebiet Einkaufszentrum</p>
<p>erforderliche Anpassungen des FNP</p>	<p>keine</p>
<p>Bebauungsplan „Stuernheim-West, Änderung V“ (1993)</p>	<p>bisherige Festlegungen im B-Plan Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel gemäß §11 Absatz 3 BauNVO vom 23.01.1990 festgelegt. Im Bebauungsplan wurden Ausnahmen für „nicht-city-orientierte“ Sortimente im Einzelfall zugelassen. Die letzte gültige Baugenehmigung von 2011 schränkt diese ein (siehe unten, Tabelle 12).</p> <p>Notwendige Anpassungen des B-Plans siehe Text unten</p>
<p>Baugenehmigung von 2011</p>	<p>bisherige Festlegungen in der Baugenehmigung siehe unten</p> <p>Notwendige Anpassungen der Baugenehmigung siehe Text unten</p>

Begründung

Entwicklungsziele der Stadt:

Ziel der Stadt Frankenthal ist es, am Standort Einkaufszentrum Studernheim

- a) die Nahversorgung für den Stadtteil Studernheim sicherzustellen, und
- b) zusätzlich zum Ergänzungsstandort Wormser Straße einen weiteren Standort für Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten im Süden des Stadtgebiets vorzuhalten, und
- c) zum Schutz des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt am real-Standort Studernheim keine Einzelhandelsgroßprojekte mit sonstigen innenstadtrelevanten Hauptsortimenten mehr zuzulassen.

Einzelhandelsbestand und Festlegungen in der Bauleitplanung

Im Bebauungsplan „Studernheim-West, Änderung V“ von 1993 wurde ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel gemäß §11 Absatz 3 BauNVO vom 23.01.1990 festgelegt. Im Bebauungsplan wurden Ausnahmen für „nicht-city-orientierte“ Sortimente im Einzelfall zugelassen. Die letzte gültige Baugenehmigung von 2011 schränkt die Verkaufsflächen gemäß Tabelle 12 ein. Der vorhandene großflächige Einzelhandel genießt im Rahmen seiner gültigen Baugenehmigung Bestandsschutz.

Tabelle 13: Genehmigungen und Nutzungen Studernheim-West

Nutzung	B-Plan 1993	Baugen. 2011	Nutzung 05/2016
SB-Warenhaus	5.400 – 6.900 m ²	6.270 m ²	ca. 6.000 m ²
Möbelmarkt	13.400 – 13.900 m	6.142 m ²	0
Textilmarkt	1.150 m ²	697 m ²	0
Shops	1.200 m ²	801 m ²	ca. 110 m ²
Fachmarkt Schuhe	0	762 m ²	0
Fachmarkt Drogerie	0	0	0
Tiernahrung	0	0	0
Summe	22.050 m ²	14.672 m ²	ca. 6.110 m ²

Quellen: B-Plan Studernheim-West, V. Änderung; eigene Erhebung isoplan

Eine Nutzung in dem durch den Bebauungsplan möglichen Ausmaß wurde nie realisiert, der Möbelmarkt wurde stattdessen an der Wormser Straße verwirklicht.

Auch die Baugenehmigung von 2011 wurde nicht vollständig umgesetzt. Selbst im älteren Bestandsgebäude sind derzeit nicht alle Verkaufsflächen für Einzelhandel genutzt. Derzeit betreibt real auf dem Bestandsstandort ein SB-Warenhaus mit ca. 6.110 m² genutzter Verkaufsfläche (inklusive Shops).

Gutachterliche Einschätzung

Die gemäß B-Plan möglichen Flächen gehen aus heutiger Sicht weit über das in Frankenthal tragfähige und von der Stadt angestrebte Maß hinaus. Eine Umsetzung der gemäß Baugenehmigung (oder erst recht gemäß B-Plan) möglichen Verkaufsflächen würde den Zielen der Einzelhandelsentwicklung der Stadt, insbesondere dem Schutzziel der Erhalt des vielschichtigen und differenzierten Einzelhandels in der Innenstadt widersprechen.

Ziel der Stadt ist eine Reduktion der Einzelhandelsnutzung am real-Standort auf ein tragfähiges und innenstadtverträgliches Maß und ein Erhalt der Nahversorgung für den Stadtteil Studernheim. Das SB-Warenhaus ist überdimensioniert, eine Verkleinerung des SB-Warenhauses würde dem Planungswillens der Stadt zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche entsprechen.

Neue Geschäfte mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment gemäß der Frankenthaler Sortimentsliste sollten am Standort real künftig nach Möglichkeit ausgeschlossen werden, um den schützenswerten Bestand der City nicht zu schädigen. Insbesondere gilt dies für Bekleidung, Schuhe, Drogeriemarkt, Uhren, Schmuck, Deko-Artikel, Glas/Porzellan, Heimtextilien und ähnliche Sortimente. Innenstadtrelevante Sortimente sollten am Standort real lediglich mit 10 % der Verkaufsfläche im Nebensortiment zugelassen werden.

Nicht innenstadtschädlich und damit Zielkonform und für den real-Standort geeignet sind Sortimente wie z.B. Möbel oder Tiernahrung. Das Sortiment Tiernahrung wird derzeit in der Innenstadt praktisch nicht angeboten. Aufgrund der hohen Zahl von Haustierhaltern in der Bevölkerung kann hier durchaus ein wohnungsnaher Bedarf festgestellt werden.

Alternativ ist auch eine Bebauung von Teilen des real-Geländes mit Wohnungen, Freizeitnutzungen oder sonstigen gewerblichen Nutzungen denkbar.

Ausweisung im ERRN:

Der real-Standort ist in der Raumnutzungskarte des ERRN nicht als Einzelhandelsstandort ausgewiesen. Das real-SB-Warenhaus übernimmt die Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Studernheim. Dieser Teil des Standortes soll als Nahversorgungsstandort im Sinne von Ziffer 1.7.2.4 ERRN ausgewiesen werden.

Der restliche Bereich soll in Abstimmung mit der Regionalplanung als zweiter Ergänzungsstandort für Einzelhandelsgroßprojekte ausgewiesen werden.

5.6 Nahversorgungsstandorte

Die Stadt Frankenthal strebt in den einzelnen Stadtquartieren eine flächendeckende, fußläufig erreichbare Nahversorgung der Wohnbevölkerung mit Waren des täglichen und periodischen Bedarfs an. Hierzu dienen nicht großflächige Lebensmittelmärkte an Standorten, die in die Wohngebiete integriert sind. Darüber hinaus haben sich in den letzten Jahren zunehmend großflächige Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet von Frankenthal angesiedelt, die weder das Kriterium eines zentralen Versorgungsbereichs noch eines Ergänzungsstandortes erfüllen. In beiden Ergänzungsstandorten gibt es solche Nahversorger. Diese Nahversorgungsstandorte, die zur wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen und periodischen Bedarfs beitragen, sind für ein flächendeckendes Nahversorgungsnetz in der Stadt Frankenthal erforderlich und als wohnungsnaher Grund- oder Nahversorgung i.S.v. § 11 (3) BauNVO und Ziffer 1.7.2.4 ERRN schützenswert.

Die Standorte dieser Märkte sollten künftig als Nahversorgungsstandorte gemäß Z 1.7.3.1 Satz 3 ERRN ausgewiesen werden. Abbildung 10 zeigt die betroffenen Standorte einschließlich des Nahversorgers auf dem real-Standort in Studernheim und in dem bisher als Ergänzungsstandort ausgewiesenen Bereich an der nördlichen Wormser Straße (grüne Signatur).

Die Stadt Frankenthal plant zur Schließung von Lücken in der flächendeckenden wohnungsnahen Nahversorgung zwei neue Standorte (Nebenzentrum Albert-Frankenthal-Quartier, siehe oben, und Schraderstraße 12, siehe unten).

5.6.1 Nahversorgungsstandorte im Bereich von Ergänzungsstandorten

Standort	Bezeichnung	VKF Bestand	VKF Obergrenze
Wormser Straße 97	Lidl Lebensmitteldiscounter	1.100 m ²	1.100 m ²
Wormser Straße 99	Aldi Lebensmitteldiscounter	847 m ²	1.200 m ²
Wormser Straße 109	Kaufland SB-Warenhaus und Getränkemarkt	4.576 m ²	4.576 m ²
Frankenthaler Str. 67	real SB-Warenhaus	6.110 m ²	noch festzulegen
	Lageplan, Regelungen der Bauleitplanung und notwendigen Änderungen siehe Kapitel 5.5		

5.6.2 Foltzring 33

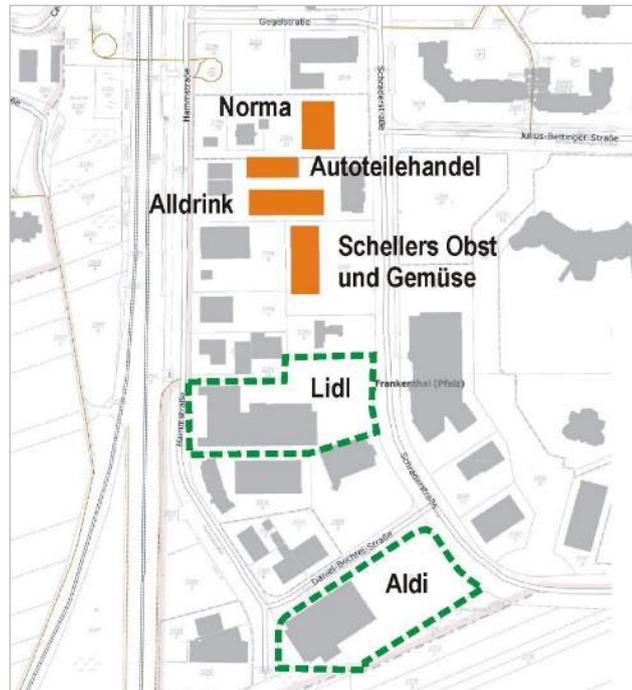
Bezeichnung	Nahversorgungsstandort Foltzring 33	
Lageplan	 <p>©GeoBasis-DE / LVermGeoRP (2017), dl-de/by-2-0, http://www.lvermgeo.rlp.de [Daten bearbeitet]</p>	
Einzelhandelsbestand	Bezeichnung	VKF Bestand
	Edeka Lebensmittel-Vollsortimenter mit großer Wein- und Spirituosenabteilung	1.800 m ²
Entwicklungsziele der Stadt Frankenthal	Stabilisierung der Nahversorgung für die Bevölkerung der angrenzenden Wohngebiete in einem verträglichen Rahmen, keine weitere Erweiterung	
Aussagen der Bauleitplanung	FNP (12. Änderung): „Sonderbaufläche Lebensmittelmarkt“ B-Plan „Am ehemaligen Feierabendhaus“ (Februar 2013): „Sondergebiet Lebensmittelvollsortimentmarkt“, VKF maximal 1.800 m ²	
Erforderliche Anpassungen von FNP und B-Plan	keine	

5.6.3 Schraderstraße / Daniel-Bechtel-Straße

Bezeichnung	Nahversorgungsstandort Schraderstraße/Daniel-Bechtel-Straße		
Lageplan Mischgebiet, ehem. Sportplatz und gepl. Mischgebiet Schraderstraße / Daniel-Bechtel-Str.			
Einzelhandelsbestand und Planungen	Bezeichnung	VKF Bestand	VKF Obergrenze (siehe Anhang, Kapitel 6.3)
	Norma-Lebensmitteldiscounter Betriebsgröße nicht zeitgemäß Erweiterung unter Verlagerung auf ehem. Sportplatz möglich Verträgliche Erweiterung	492 m ²	1.000 m ²
	Lidl- Lebensmitteldiscounter Verträgliche Erweiterung	1.160 m ²	1.200 m ²
	Aldi-Lebensmitteldiscounter Verträgliche Erweiterung	793 m ²	1.200 m ²
	weitere kleinflächige Geschäfte	div.	keine Änderung
Entwicklungsziele der Stadt Frankenthal	<ul style="list-style-type: none"> • Stabilisierung und Verbesserung der Nahversorgung für die Bevölkerung der angrenzenden Wohngebiete • Verlagerung des nicht mehr zeitgemäßen Norma-Marktes auf den ehemaligen Sportplatz unter Erweiterung auf max. 1.000 m² VKF • Begrenzung der Verkaufsflächen auf ein verträgliches Maß • Begrenzung der sonstigen innenstadtrelevanten Nebensortimente der Lebensmittelmärkte auf 10% der jeweiligen Verkaufsfläche • Mischnutzung mit nicht störendem Handwerk bzw. nicht innenstadtrelevanten Sortimenten für die verbleibenden Flächen im Mischgebiet Schraderstraße 		

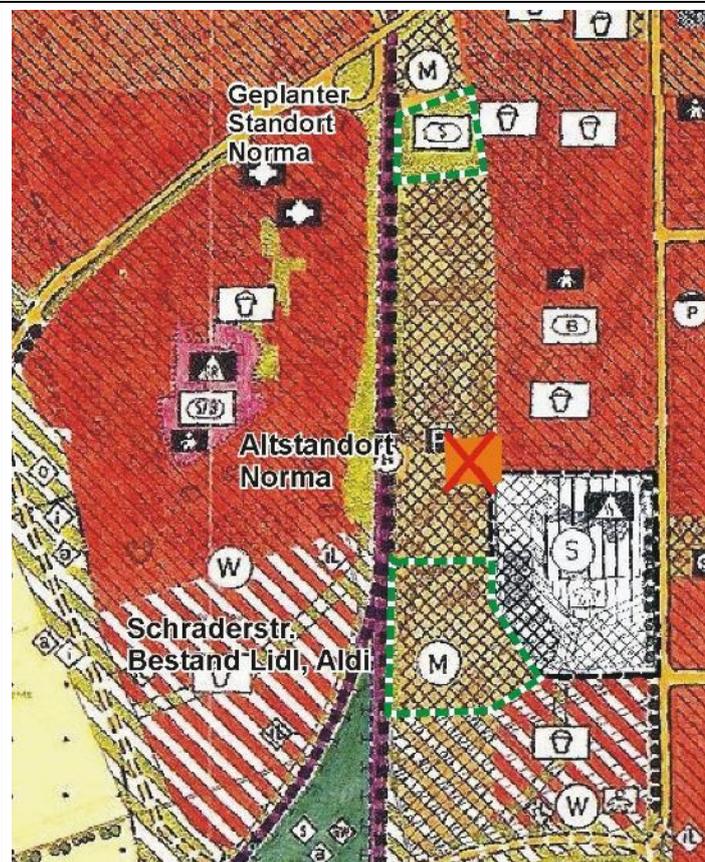
- Abgesehen von den drei Lebensmittelmärkten kein weiterer Einzelhandels mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment am Standort Schraderstraße
- Erweiterungen im Gebiet Schraderstraße, die über das verträgliche Maß hinausgehen, sind kontraproduktiv zu den vorrangigen Zielen, im geplanten Albert-Frankenthal-Quartier ein neues Nahversorgungszentrum zu errichten sowie die Innenstadt zu schützen.

Bestand Lebensmittel-Einzelhandel süd. Schraderstraße / Daniel-Bechtel-Straße



Kartengrundlage:
© GeoBasis-DE /
LVermGeoRP (2017), d-
de/by-2.0,
<http://www.lvermgeo.rlp.de>
[Daten bearbeitet]

FNP-Ausschnitt



Quelle: Kartengrundlage: Ausschnitt Flächennutzungsplan der Stadt Frankenthal

Aussagen der Bauleitplanung	FNP: gemischte Baufläche (M) gemäß §1 Abs. 1 Nr. 2 BauNVO; Sportplatz; südlich schließt sich eine geplante gemischte Baufläche an B-Plan: Bisher wurden keine B-Pläne für das Gebiet aufgestellt
Erforderliche Anpassungen von FNP und B-Plan	FNP: Sondergebiete für Einzelhandelsgroßprojekte ausweisen für Lidl, Aldi, Norma (neuer Standort: Schraderstr. 12) B-Plan für gesamtes Mischgebiet incl. Sportplatz erstellen, Sondergebiete für die 3 großflächigen Lbm.-Discounter ausweisen; Art der baulichen Nutzung: Lebensmittel-Discounter Maß der baulichen Nutzung: Aldi und LIDL: 1.200 m ² VKF Norma (neu), Schraderstr. 12: 1.000 m ² VKF Ausschluss von Einzelhandel mit sonstigen innenstadtrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment; Begrenzung sonstiger innenstadtrelevanter Nebensortimente der Lebensmittelmärkte auf 10% der Verkaufsfläche
In Baugenehmigungen zu regelnde Sachverhalte	Bestehende Märkte genießen Bestandsschutz im Rahmen ihrer Baugenehmigungen Baugenehmigung für Aldi an Änderung der Baugenehmigung der Aldi-Filiale Wormser Str. 99 (Reduktion der VKF auf 1.200 m ²) koppeln Nutzung an Norma-Altstandort auf nicht-innenstadtrelevanten Handel begrenzen (siehe Text)

Abbildung 11: Fußläufiger Einzugsbereich gepl. Standort Norma

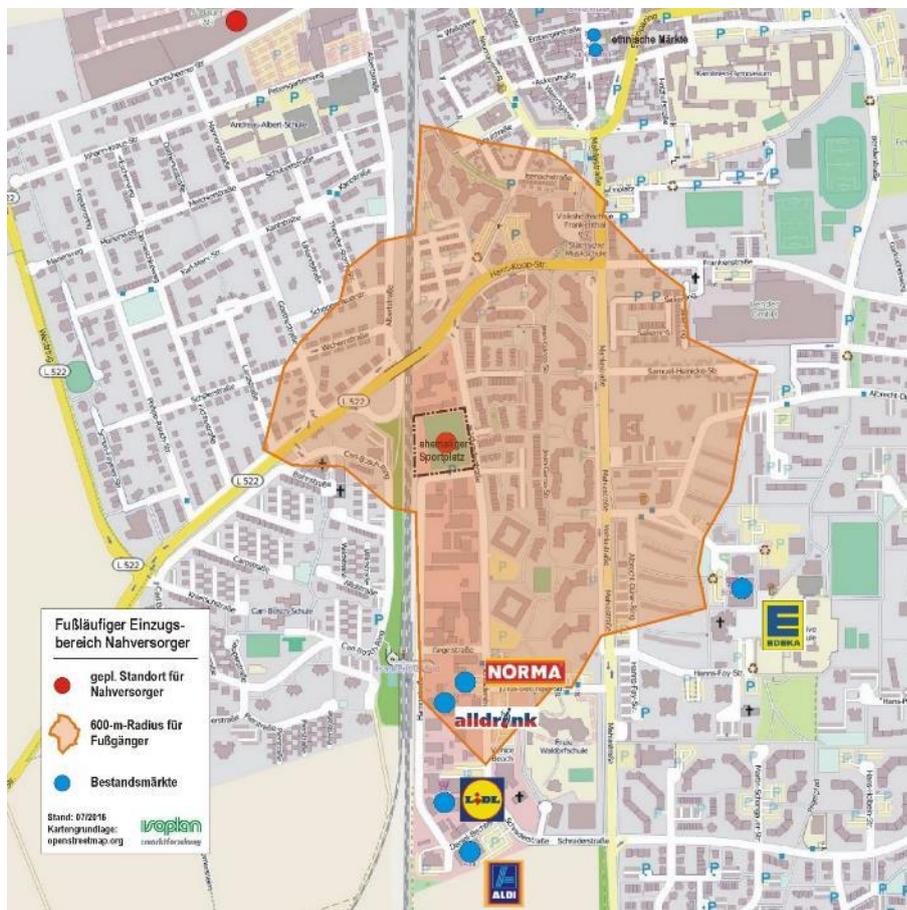
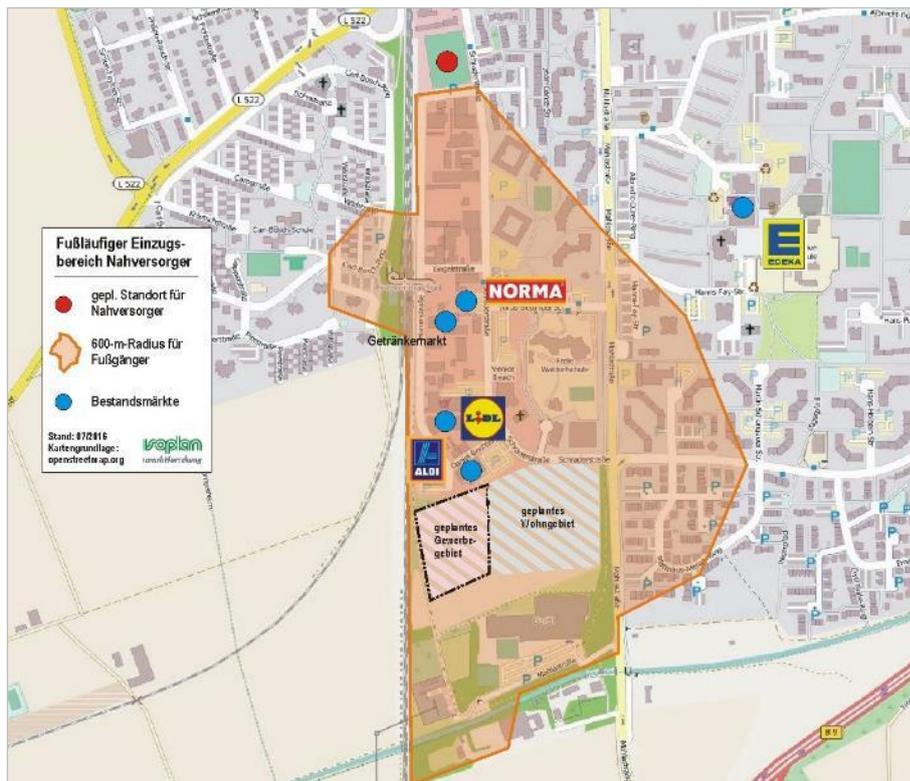


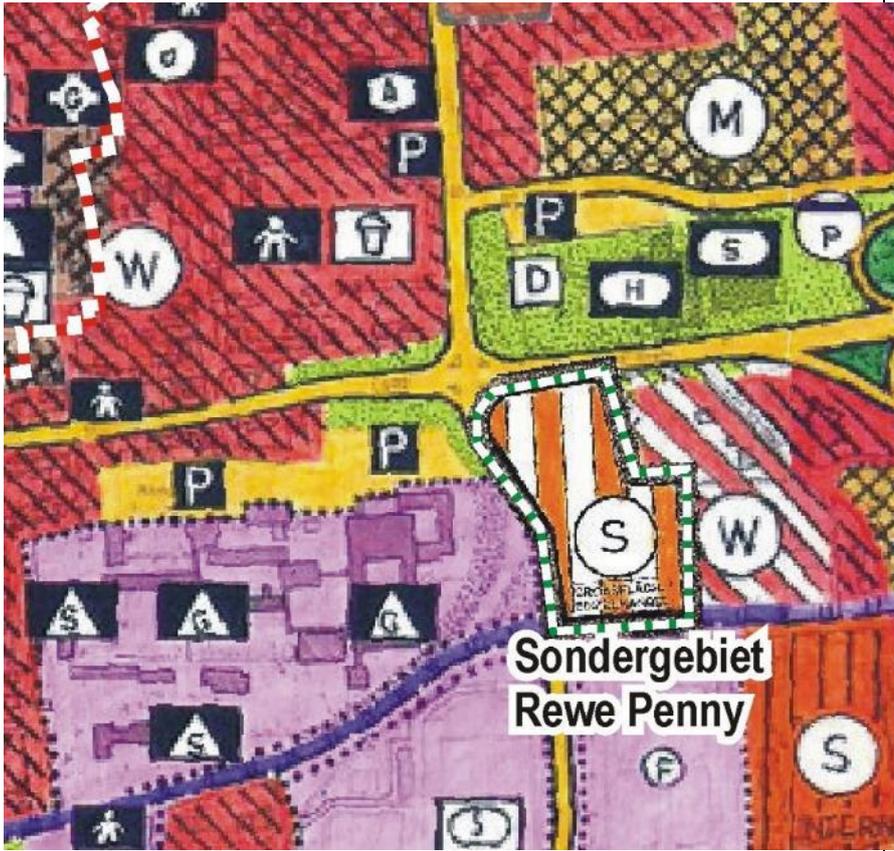
Abbildung 12: Fußläufiger Einzugsbereich Lidl und Aldi



Quelle: Eigener Entwurf, Kartengrundlage: © OpenStreetMap

5.6.4 Benderstraße 1-3

Bezeichnung	Nahversorgungsstandort Benderstraße 1-3		
Lageplan	<p>©GeoBasis-DE / LVermGeoRP (2017), dl-de/by-2-0, http://www.lvermgeo.rlp.de [Daten bearbeitet]</p>		
Einzelhandelsbestand	Bezeichnung	VKF Bestand	VKF Obergrenze
	Penny-Lebensmitteldiscounter	850 m ²	950 m ²
	REWE-Lebensmittel-Vollsortimen-ter incl. Backshop	ca. 1.810 m ²	keine Änderung
Planungsziele der Stadt	<ul style="list-style-type: none"> • Stabilisierung der Nahversorgung in der Benderstraße für die Bevölkerung der angrenzenden Wohngebiete • Begrenzung der Verkaufsflächen auf ein verträgliches Maß (REWE: keine Veränderung, Penny: 931 m²) • Kein sonstiger innenstadtrelevanter Einzelhandel am Standort Benderstraße • Begrenzung der innenstadtrelevanten Nebensortimente auf 10% der Verkaufsfläche <p>Erweiterungen in der Benderstraße, die über das verträgliche Maß hinausgehen, sind kontraproduktiv zu den vorrangigen Zielen, im geplanten Albert-Frankenthal-Quartier ein neues Nahversorgungszentrum zu errichten sowie die Innenstadt zu schützen.</p>		
Aussagen der Bauleitplanung	<p>FNPs: Sondergebiet (S) großflächiger Einzelhandel gemäß §1 Abs. 1 Nr. 2 BauNVO</p> <p>B-Plan „Nahversorgungsmarkt Klostersgärten Nord“ von 2004: SO für Einzelhandelsbetriebe, insbesondere zwei Lebensmittel-Verbrauchermärkte, keine weitere Festlegung auf Sortimente und Verkaufsflächen</p>		

<p>Ausschnitt aus dem Flächennutzungsplan</p>	 <p>Quelle: Kartengrundlage: Ausschnitt Flächennutzungsplan der Stadt Frankenthal, blau/grüne Einfärbung gemäß Nutzungstyp durch isoplan</p>
<p>Erforderliche Anpassung des FNP</p>	<p>FNP: keine Änderung</p>
<p>Erforderliche Anpassung des B-Plans</p>	<p>B-Plan „Nahversorgungsmarkt Klostergärten Nord“: Der gültige Bebauungsplan ist in seiner derzeitigen Fassung bzgl. Sortimenten und Verkaufsflächen für den Standort unkonkret. Ein Einleitungsbeschluss gemäß § 12 Abs. 2 BauGB i.V.m. § 2 Abs. 1 BauGB zur Konkretisierung des B-Plans gemäß der o.g. Planungsziele der Stadt wurde im Oktober 2018 gefasst. Es obliegt dem Vorhabenträger, einen Vorhaben- und Erschließungsplan, den Entwurf für einen Vorhabenbezogenen Bebauungsplan und die erforderlichen Fachgutachten auszuarbeiten und mit der Stadt Frankenthal gemäß den oben genannten Zielen abzustimmen.</p>
<p>In Baugenehmigungen zu regelnde Sachverhalte</p>	<p>Verkaufsfläche für Penny in neuer Baugenehmigung auf 931 m² begrenzen</p>

5.6.5 Kleinflächige Nahversorgungsstandorte

Das dargestellte Netz großflächiger Nahversorgungseinrichtungen wird durch weitere, kleinflächige Lebensmittelmärkte ergänzt. Diese sind von Bedeutung für die flächendeckende Nahversorgung und damit schützenswert.

Die in Abbildung 10 dargestellte geplante Nahversorgungsstruktur stellt nahezu im gesamten besiedelten Bereich der Stadt eine wohnungsnaher Versorgung sicher. Künftig sollten etwaige weitere kleinflächige Vorhaben nur ausnahmsweise an Standorten genehmigt werden, die weitere Lücken in der Nahversorgung schließen.

Die folgende Tabelle zeigt den Bestand.

Tabelle 14: Kleinflächige Lebensmittel- u. Getränkemärkte über 200 m² VKF

Bezeichnung	Adresse	Verkaufsfläche ca. m ²
Netto	Elsa-Brändström-Straße 2	760
Edeka	Haardtstraße 2 (Flomersheim)	700
Netto	Mörscherstraße 143	700
Norma	Schießgartenweg 2	676
Netto	Eisenbahnstraße 23	667
Norma	Schraderstraße 34	492
alldrink	Schraderstraße 36	450
Kaufland Getränke	Wormser Straße 109	391
Anadolu Supermarkt	August-Bebel-Straße 14	335
Daud Supermarkt	Speyerer Straße 35	298
Inci Supermarkt	August-Bebel-Straße 13	250
Schellers Obst und Gemüse	Schraderstraße 38	214

5.7 Sonstige Standorte

5.7.1 Einzelhandelsgroßprojekte mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten

Die Neuansiedlung großflächigen Einzelhandels mit sonstigen *innenstadtrelevanten* Hauptsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche steht im Widerspruch zum Ziel der Stadt Frankenthal, die Funktionsfähigkeit der Innenstadt zu erhalten. Ferner widerspricht sie dem städtebaulichen Integrationsgebot (Ziel 58) des LEP IV und den Zielen des ERRN und sollte künftig grundsätzlich ausgeschlossen werden.

5.7.2 Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht innenstadtrelevanten Hauptsortimenten

Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sollen vorrangig auf die zwei oben dargestellten Ergänzungsstandorte Wormser Straße/Eisenbahnstraße oder Einkaufszentrum Studernheim gelenkt werden.

Falls in diesen Ergänzungsstandorten keine geeigneten Flächen für heute noch nicht absehbare, sinnvolle und nicht innenstadtschädliche Neuansiedlung zur Verfügung stehen, kann die Ausnahmeregelung von Z 1.7.3.2, Satz 2 des ERRN angewendet werden. Diese besagt, dass Einzelhandelsgroßprojekte mit *nicht-zentrenrelevanten* (sic) Sortimenten ausnahmsweise außerhalb der in der Raumnutzungskarte der im ERRN dargestellten „zentralörtlichen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte“ oder „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ angesiedelt werden können. Voraussetzung ist, dass in letzteren keine geeigneten Flächen verfügbar sind, die raumordnerische Verträglichkeit entsprechend Z 1.7.2.1 nachgewiesen wird und sich das Vorhaben in das kommunale Einzelhandelskonzept einfügt.

5.7.3 Einzelhandelsansiedlungen in den Ortsteilen

Das städtische Ziel der Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung gilt auch für die Ortsteile Eppstein, Flomersheim, Mörsch und Studernheim.

Derzeit werden die Ortsteile Flomersheim und Eppstein durch den kleinflächigen Edeka-Markt in der Haardtstraße und einzelne weitere kleinflächige Geschäfte versorgt. Der Ortsteil Studernheim wird durch das SB-Warenhaus real versorgt. Der Ortsteil Mörsch verfügt über keinen eigenen Lebensmittelmarkt, wird aber durch den nahegelegenen Netto-Markt in der Mörscher Straße mit versorgt (siehe Kapitel 2.2.3).

Mit der Ausnahme von Studernheim soll die Nahversorgung in den Ortsteilen durch kleinflächige Einzelhandelseinrichtungen gewährleistet werden, die vorrangig in den Ortskernen anzusiedeln sind, um die Funktion der Ortskerne zu stärken. Großflächiger Einzelhandel aller Art soll in den Ortsteilen Eppstein, Flomersheim und Mörsch zum Schutz der Funktionsfähigkeit der Innenstadt und im Interesse einer gezielten Konzentration auf die zwei Ergänzungsstandorte nicht angesiedelt werden.

6 Anhang

6.1 Methodische Vorgehensweise

6.1.1 Hintergrund und Ziel

Nach Ziel 1.7.4.3 des ERRN sollen die Städte und Gemeinden in der Metropolregion Rhein-Neckar zur Stabilisierung ihrer innerstädtischen Versorgungs- und Einzelhandelsstrukturen sowie zur Sicherung der Nahversorgung in Abstimmung mit der Regionalplanung kommunale/interkommunale Einzelhandelskonzepte erarbeiten.³⁸

Nach Ziel 58 des rheinland-pfälzischen Landesentwicklungsprogramms (LEP IV) sollen die zentralen Orte ihre zentralen Versorgungsbereiche sowie eine Liste der innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimente in Abstimmung mit der Regionalplanung im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts verbindlich festlegen und begründen. Einzelhandelskonzepte sollen auf Stadtebene erstellt werden und die Versorgungssituation in den Stadtteilen darstellen und bewerten.

Die Stadt Frankenthal hat 2008 ihre Planungsabsichten für die räumliche Verteilung und zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt in einer Einzelhandelskonzeption dargelegt und 2012 in Teilen fortgeschrieben.

Der Einzelhandel unterliegt einem raschen Wandel. Der wachsende Erfolg des Internethandels steht dem Wunsch der Betreiber stationärer Einzelhandelseinrichtungen nach immer größeren Verkaufsflächen und eine Konzentration der Anbieter gegenüber. In der Stadt Frankenthal werden aktuell zahlreiche Einzelhandelsvorhaben wie Neuansiedelungen, Erweiterungen und Verlagerungen diskutiert. Diese Entwicklungen machen eine Fortschreibung bzw. Neufassung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Frankenthal (Pfalz) erforderlich.

Aufgabenstellungen der Fortschreibung sind:

- Aktualisierung der Bestandsaufnahme des Einzelhandels in der Stadt Frankenthal (Pfalz) (Angebotsseite) und der Daten zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Bevölkerung (Nachfrageseite)
- Analyse der absatzwirtschaftlichen und räumlichen Entwicklungspotenziale der Einzelhandels
- Abwägung möglicher Entwicklungsszenarien

³⁸ Verband Region Rhein-Neckar 2013, a.a.O., S. 38

- Überprüfung und gegebenenfalls Anpassung der Entwicklungsziele für den Einzelhandel sowie der Zentrenstruktur, insbesondere die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Sortimentsliste
- Formulierung von Empfehlungen für die Bauleitplanung.

Engeres Untersuchungsgebiet ist das Mittelzentrum Frankenthal (Pfalz). Zur Ermittlung der Auswirkungen der Einzelhandelsvorhaben auf das zentralörtliche Gefüge wurde das Untersuchungsgebiet teilweise auf den Mittelbereich der Stadt (Verbandsgemeinde Lambsheim-Heßheim und die verbandsfreie Gemeinde Bobenheim-Roxheim) ausgedehnt.

6.1.2 Aufbau und Methode

Die Bestandsanalyse des Einzelhandels in Frankenthal beleuchtet die relevanten Rahmenbedingungen und aktualisiert die Datengrundlage für die Nachfrage- und Angebotsseite des Einzelhandels in Frankenthal (Kapitel 2). Zu den analysierten Rahmenbedingungen zählen insbesondere die für den Einzelhandel relevanten Aspekte der Bevölkerungs- und Wirtschaftsentwicklung und die rechtlichen Rahmenbedingungen des Einzelhandels (Kapitel 2.1).

Empirische Grundlage für die konzeptionellen Aussagen des Einzelhandelskonzepts zur Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Frankenthal ist die Analyse der Angebotsseite des Einzelhandels in Frankenthal mit einer Vollerhebung des Ladeneinzelhandels im Stadtgebiet nach Sortimenten und Verkaufsflächen durch geschulte isoplan-Mitarbeiter vom Sommer 2016 (Kapitel 2.2).

Die Nachfrageseite wird in Kapitel 2.3 analysiert. Für die Wohnbevölkerung wurden aktuelle Sekundärdaten der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) zur Kaufkraft nach Warengruppen ausgewertet.

Aufbauend auf den Erhebungsergebnissen und aktualisierten Sekundärdaten zu durchschnittlichen Flächenproduktivitäten werden in Kapitel 2.3.2 die Umsätze des Einzelhandels im Untersuchungsgebiet abgeschätzt und der Kaufkraft der Frankenthaler Bevölkerung gegenübergestellt. Auf dieser Basis werden warengruppenspezifische Kaufkraftbindungsquoten errechnet, die Hinweise für die Potenzialberechnungen im nächsten Kapitel geben.

Zur Ermittlung des Entwicklungspotenzials des Einzelhandels in Frankenthal (Kapitel 3) wird zunächst das Marktgebiet anhand der räumlichen Siedlungs- und Einzelhandelsstruktur abgegrenzt. Aussagen des Einzelhandelskonzepts von 2008 zum Nachfragepotenzial im

Marktgebiet werden anhand aktueller Bevölkerungsvorausberechnungen und einer Prognose der Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft aktualisiert. Aufbauend auf den ermittelten Kaufkraftbindungsquoten und den Begehungsergebnissen zur Einzelhandelsstruktur in Frankenthal und dem Umland werden gutachterliche Aussagen zum Erweiterungspotenzial des Einzelhandels in der Stadt getroffen (Kapitel 3.3).

Nach einer Gegenüberstellung verschiedener Entwicklungsszenarien werden die 2012 zuletzt angepassten Ziele der Stadt Frankenthal für die Einzelhandelsentwicklung nach intensiver Diskussion innerhalb der Stadt und mit Trägern öffentlicher Belange in Kapitel 4 fortgeschrieben. Auf den Prioritäten der Stadt aufbauend wird eine für Frankenthal spezifische Sortimentsliste der innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimente erarbeitet (Kapitel 4.3).

Kern der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts ist die Verortung der konzeptionellen Aussagen in Kapitel 5. Alle Bestandsstandorte und zwei geplante neue Einzelhandelsstandorte (Albert-Frankenthal-Quartier; ehemaliger Sportplatz Schraderstraße) werden nach den Kriterien des LEP IV und des Einheitlichen Regionalplans Rhein-Neckar Standorttypen zugeordnet. Für jeden Standort werden Empfehlungen zur ggf. notwendigen Aktualisierung des Flächennutzungsplans und zu Festlegung von Art und Maß der Nutzungen in Bebauungsplänen erarbeitet. Diese basieren auf den Zielen der Stadt Frankenthal, auf verschiedenen Vorarbeiten von isoplan-Marktforschung (Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzepts für Lebensmittelmärkte; kumulierte Auswirkungsanalyse für 7 Vorhaben im Bereich Lebensmittelmärkte; gutachterliche Stellungnahmen zu weiteren Vorhaben), auf den aktuellen, oben beschriebenen Analysen, auf den aktuell vorliegenden Angaben der Stadt zum FNP, zu B-Plänen und zu Baugenehmigungen sowie auf den Ergebnissen der Vorabstimmung mit der SGD Süd.

Kapitel 5 enthält für alle Einzelhandelsstandorte der Stadt umfassende Aussagen und Begründungen zu Art des Standortes, Zielen der Stadt, Einzelhandelsbestand, Planungen, Aussagen der Bauleitplanung, notwendigen Änderungen in B-Plänen und im FNP und empfehlenswerten Vorgehensweisen im Umgang mit den Anträgen der Vorhabenträger.

6.2 Beteiligung von TöB und Bevölkerung

Der Entwurf der Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Nahversorgung wurde einem umfangreichen Beteiligungsverfahren unterzogen. Die SGD Süd, der Verband Region Rhein-Neckar und die IHK als Träger öffentliche Belange sowie die Öffentlichkeit wurden aufgefordert, Stellungnahmen abzugeben. Im Folgenden werden die eingegangenen Stellungnahmen dargelegt und abgewogen.

SGD-Süd

Eine schriftliche Stellungnahme zum Konzeptentwurf vom 21.03.2017 wurde nicht abgegeben. Der Konzeptentwurf wurde stattdessen im Rahmen eines Gesprächstermins in Neustadt a.d.W. ausgiebig mit der SGD Süd diskutiert. Die SGD Süd brachte umfangreiche Ergänzungs- und Korrekturvorschläge vor, die ausnahmslos in die vorliegende Fassung der vollständigen Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts eingearbeitet wurden.

Verband Region Rhein-Neckar

Von:	Michael Wirth [mailto:michael.wirth@vrrn.de] Verband Region Rhein-Neckar Körperschaft des öffentlichen Rechts P 7, 20-21 68161 Mannheim Tel.: 0621/10708 - 56 Fax: 0621/10708 - 34
Datum:	Donnerstag, 31. August 2017 16:37
Stellungnahme:	Abwägung:
Wesentlicher Anlass für die erneute Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes geben einige konkrete Vorhaben im Lebensmittelbereich. Die Teilfortschreibung des Büros ISOPLAN entspricht methodisch-konzeptionell der üblichen Vorgehensweise und ist in Bezug auf Tabellen und Karten übersichtlich gestaltet. Im Ergebnis bestehen hinsichtlich der Zuordnung sowie Abgrenzung der Versorgungsstandorte aus regionalplanerischer Sicht keine Bedenken.	Konsequenzen für das Konzept: Keine Begründung: kein Kritikpunkt
Entwicklungspotenzial Lebensmittel-EH	
Jedoch halten wir die methodische Herleitung des Erweiterungspotentials für zusätzlichen Lebensmitteleinzelhandel von insgesamt 3.900 qm Verkaufsfläche für fragwürdig. So hat das Büro GMA in der Einzelhandelskonzeption der Stadt Frankenthal 2008 auf S. 65 festgestellt, dass	Konsequenzen für das Konzept: Keine Begründung: Die Einschätzung des Büros GMA von 2008 war zum Zeitpunkt der isoplan-Begutachtung über acht Jahre alt. Angesichts des raschen Wandels

	juergen.vogel@pfalz.ihk24.de http://www.pfalz.ihk24.de
Datum:	Mittwoch, 30. August 2017 14:42
Stellungnahme:	Abwägung:
Aus Sicht der IHK Pfalz sind die Grundaussagen des Konzeptes nachvollziehbar und schlüssig. Nach unserer Einschätzung ist die Bestandsanalyse korrekt. Das Gutachten kommt zu dem Ergebnis, dass Frankenthal mit 95,4 % eine für ein Mittelzentrum unterdurchschnittliche Kaufkraftbindungsquote aufweist. Dies gilt auch für den Bereich der Lebensmittelversorgung, in dem ebenfalls nur 94% der Kaufkraft gebunden werden. Ziel der Stadt Frankenthal ist es daher, die mittelzentrale Funktion der Stadt zu stärken.	Konsequenzen für das Konzept: Keine Begründung: Keine Kritikpunkte
Wir begrüßen ausdrücklich, dass diese Stärkung vor allem durch eine Konzentration auf die bestehenden Zentren in der Innenstadt und am Jakobsplatz geschehen soll. Die Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes, insbesondere die fünf Regeln zur Ansiedlung (Seite 45-48 [<i>der Teilfortschreibung</i>]), gewährleisten aus Sicht der IHK gute Bedingungen für den dort ansässigen Handel und bieten einen geeigneten Rahmen, um die gewünschte Stärkung zu fördern.	Konsequenzen für das Konzept: Keine Begründung: Keine Kritikpunkte
Kern des Gutachtens ist aber die Teilfortschreibung des EH-Konzeptes hinsichtlich Nahrungs- und Genussmittel. Hier kommt das Gutachten zum Ergebnis, dass es in Frankenthal eine unterdurchschnittliche Versorgung im Lebensmittelbereich gibt, die hochgerechnet rund 3.900 qm Verkaufsfläche ausmacht. Diese Werte sind nach Auffassung der IHK Pfalz auch angesichts einer steigenden Bevölkerungszahl nachvollziehbar. Insofern sehen auch wir ein gewisses Erweiterungspotenzial für Lebensmittel in Teilen Frankenthals.	Konsequenzen für das Konzept: Keine Begründung: Keine Kritikpunkte
Neben einigen Bestandserweiterungen plant die Stadt vor allem ein neues Nebenzentrum "Lamsheimer Straße". Dort soll ein neues Stadtquartier als Nachnutzung des alten KBA-Standortes entstehen, das auch Wohnnutzungen vorsieht. Zudem zeigt das Gutachten, dass es durchaus Potenzial für ein Nebenzentrum im westlichen Bereich der Stadt Frankenthal (westlich der trennenden Bahnstrecke) gibt. Von daher erscheint aus Sicht der IHK Pfalz auch das geplante Nebenzentrum mit einer Gesamtverkaufsfläche von max. 2.500 qm (davon 1.700 qm Lebensmittel) vertretbar und angemessen.	Konsequenzen für das Konzept: Keine Begründung: Keine Kritikpunkte
Nachvollziehbar ist auch die auf Seite 32 [der Teilfortschreibung] aufgeführte Frankenthaler Sortimentsliste. Hier muss aus Sicht der IHK	Konsequenzen für das Konzept: Änderung der Frankenthaler Sortimentsliste, jedoch nicht für Leuchten

<p>Pfalz lediglich das Sortiment "Leuchten" analog zum Einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar dem zentrenrelevanten Sortiment zugerechnet werden.</p>	<p>Begründung: Leuchten sind in Frankenthal nicht innenstadtrelevant. Einzelhandel mit Lampen und Leuchten werden von Möbel Ehrmann an der Wormser Str. 119 und von dem neuen Elektro-Fachmarkt Elt-Point an der Eisenbahnstr. 76a angeboten. In der Innenstadt wurde kein Geschäft für Lampen und Leuchten identifiziert. Dennoch wurde die Frankenthaler Sortimentsliste erneut überprüft und an die Situation in Frankenthal angepasst. Es wurden Änderungen gegenüber der bislang unverändert von 2008 übernommenen Sortimentsliste vorgenommen. Details siehe Kapitel 4.3 des vorliegenden Konzepts.</p>
<p>Sicher wird man vor Verabschiedung des Einzelhandelskonzeptes noch Details anpassen müssen. Insgesamt ist das vorgelegte Gutachten aber aus Sicht der IHK Pfalz nachvollziehbar und im Rahmen der rechtlichen Vorgaben, Daher bestehen zum jetzigen Zeitpunkt keine grundlegenden Bedenken.</p>	<p>Konsequenzen für das Konzept: Änderungen gegenüber der Teilfortschreibung wurden vorgenommen. Begründung: Ausweitung auf alle Sortimente und die Gesamtstadt</p>

Bevölkerung

Die Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurde vom 21.08.2017 bis einschließlich 22.09.2017 im Bereich Planen und Bauen, Abteilung Stadtplanung und –entwicklung öffentlich ausgelegt mit der Möglichkeit der Abgabe von Stellungnahmen für die Bevölkerung. Der Entwurf war ergänzend auf der Homepage der Stadt online einsehbar. Trotz Ankündigungen der öffentlichen Auslegung des Entwurfes im Amtsblatt, im Bürgerbrief, in der Lokalpresse sowie auf den Internetseiten der Stadt Frankenthal gingen bei der Stadtverwaltung keine Stellungnahmen seitens der Bürgerinnen und Bürger zur Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ein. Lediglich eine Inhaberin eines Einzelhandelsbetriebes hat sich nach dem Entwurf erkundigt. Einige Kommentare zum Thema Einzelhandelsversorgung in Frankenthal wurden in Facebook gepostet.³⁹

Oberbürgermeister Martin Hebich hat auf seiner Facebookseite⁴⁰ folgende **Stellungnahmen** zur Einzelhandelsversorgung aus der Bevölkerung erhalten:

³⁹ Stadt Frankenthal, Pressemitteilung 28.09.2017: Bilanz Beteiligung der Öffentlichkeit - Einzelhandelskonzept

⁴⁰ <https://de-de.facebook.com/martin.hebich>, öffentliches Posting auf privater Facebookseite von OB Martin Hebich vom 21.08.2017; inhaltliche Zusammenfassung aller Kommentare. Letzter Zugriff: 16.10.2017.

Von:	Diversen Facebook-Nutzern
Datum:	Ab 21.08.2017
Stellungnahme:	Abwägung:
<p>Lücken in der Nahversorgung wurden an folgenden Standorten beanstandet. In der Innenstadt fehle ein fußläufig erreichbarer Nahversorger (Discounter oder Vollsortimenter), insbesondere für die älteren und weniger mobilen Anwohner stellt sich die Versorgung als schwierig dar. Der Wunsch nach einer Reaktivierung des Neukaufs (nähe Kaufhaus Birkenmaier) wäre wünschenswert.</p> <p>Ferner wurden fehlende Nahversorger in Frankenthal-Eppstein und in der Ostparksiedlung beklagt. Ausserdem sei der Stadtteil Mörsch nur unzulänglich mit Waren des periodischen Bedarfs versorgt.</p>	<p>Konsequenzen für das Konzept: Keine</p> <p>Begründung: Eine flächendeckende wohnungsnahe Nahversorgung ist ein wichtiges Entwicklungsziel der Stadt Frankenthal. Lücken in der Nahversorgung wurden bereits in der Teilfortschreibung identifiziert. Mit der Planung von zwei neuen Einzelhandelsstandorten in bislang unterversorgten Wohnbereichen kommt die Stadt diesem Ziel einen Schritt näher. Geeignete, wettbewerbsfähige Standorte an unterversorgten Standorte an und in Wohngebieten finden sich nicht im Kernbereich der Innenstadt, sondern in einem Ring um den Kernbereich. Diese sind von allen Innenstadtbewohnern fußläufig zu erreichen. Im zentralen Versorgungsbereich gibt es noch drei kleinere Lebensmittelmärkte, die diese Funktion für den unmittelbaren Stadtkern übernehmen.</p>
Sortimentslücken wurden in der Warengruppe Bekleidung gesehen. Gängige Modekette z.B. H&M oder Fachgeschäften z.B. für Jeans fehle in der Innenstadt	<p>Konsequenzen für das Konzept: Keine</p> <p>Begründung: In der Innenstadt besteht die Möglichkeit, Bekleidungsgeschäfte aller Art zu betreiben. Welcher Betreiber sich ansiedelt, lässt sich von städtischer Seite nur schwer beeinflussen. City-Management oder Wirtschaftsförderung können zur Bestandspflege und Akquise attraktiver Geschäfte durch Standortpflege, Vermarktung und Leerstandsmanagement beitragen.</p>
Entwicklungshemmnisse: hohe Parkkosten, Konkurrenz im Onlinehandel	<p>Konsequenzen für das Konzept: Keine</p> <p>Begründung: Parkgebühren sind nicht Thema des Einzelhandelskonzepts.</p> <p>Die Stadt beobachtet den Onlinehandel ebenfalls kritisch; sie hat auf dessen Entwicklung jedoch keine Einflussmöglichkeit.</p> <p>Aus gutachterlicher Sicht wird die Auffassung vertreten, dass der stationäre Handel in vielen Branchen weiterhin eine wesentliche Rolle bei der Versorgung der Bevölkerung spielen wird, insbesondere wenn es um die tägliche Versorgung mit Frischwaren, den Erlebniseinkauf und das Anprobieren von Bekleidung und Schuhen geht.</p>
Einsicht: Alles wird im Stadtgebiet angeboten aber eben am falschen Platz „auf der grünen Wiese“ hat der Innenstadt stark zugesetzt	<p>Konsequenzen für das Konzept: Keine</p> <p>Begründung: Frankenthal hat im Gegensatz zu vielen vergleichbaren Städten noch eine lebendige, vielfältige Innenstadt. Alle Regelungen des</p>

	<p>Einzelhandelskonzepts sollen dazu beitragen, die Innenstadt in einer sich stark wandelnden und schwieriger werdenden Einzelhandelslandschaft zu erhalten und zu schützen.</p>
<p>Befürchtung: Entwicklung Albert-Frankenthal-Quartier wird den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt stark beeinträchtigen</p>	<p>Konsequenzen für das Konzept: Keine Begründung: Größere Lebensmittel-Vollsortimenter gibt es im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt nicht, lediglich östlich der Innenstadt in der Benderstraße und am Foltzring. Das Albert-Frankenthal-Quartier soll diese Lücke für die westlich der Bahn gelegenen Wohnquartiere schließen. Geplant sind dort insbesondere ein Lebensmittel-Vollsortimenter und in zweiter Linie hochwertige ergänzende und nicht innenstadt-schädliche Einzelhandelsbetriebe. Das Einzelhandelskonzept sieht zum Schutz der Innenstadt umfassende Sortimentsbeschränkungen im Albert-Frankenthal-Quartier vor.</p>

6.3 Zusammenfassung der kumulierten Auswirkungenanalyse

6.3.1 Erweiterungspotenzial

Im Zusammenhang mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Frankenthal wurde das Erweiterungspotenzial für Einzelhandel in Frankenthal ermittelt. Die Analysen des Einzelhandelsangebots in Frankenthal und der Nachfrageseite haben ergeben, dass es in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 2017 bei einer Kaufkraftbindung von nur 94 % per Saldo Kaufkraftabflüsse von ca. 7,1 Mio. € gibt.

Andere südwestdeutsche Mittelzentren von vergleichbarer Größenordnung wie Frankenthal erzielen Kaufkraftbindungsquoten von 120 % und mehr für Waren des periodischen Bedarfs. Aufgrund der Nähe der benachbarten Mittel- und Oberzentren mit ihrem umfassenden Angebot wird dies in Frankenthal nicht zu erreichen sein, eine Kaufkraftbindung von bis zu 110 % für Nahrungs- und Genussmittel wird aufgrund möglicher Koppelkäufe von Kunden aus dem Einzugsbereich bei einer entsprechenden Aufwertung des Angebots jedoch durchaus für realistisch gehalten.

Eine angestrebte Kaufkraftbindung von 110 % entspricht bei einer ermittelten durchschnittlichen Flächenproduktivität der Bestandsgeschäfte von rund 4.700 €/m² einem noch auszuschöpfenden Flächenpotenzial von ca. 3.900 m² für Nahrungs- und Genussmittel.

Für die Warengruppe Gesundheits- und Körperpflege liegt das Erweiterungspotenzial unter den gleichen Annahmen bei etwa 500 m² Verkaufsfläche. Dieses Flächenpotenzial steht für Erweiterungen und Neuansiedlungen in der Gesamtstadt zur Verfügung.

6.3.2 Auswirkungsanalyse

Aufgabe der ökonomischen Auswirkungsanalyse ist die Ermittlung einer tragfähigen, nicht innenstadtschädlichen und alle Ziele der Stadt- und Landesplanung berücksichtigenden Entwicklung der Versorgung der Stadt Frankenthal mit Lebensmittelmärkten. Basierend auf den oben genannten Zielen wurden die voraussichtlichen Auswirkungen bei einer Verwirklichung der folgenden Vorhaben mit Hilfe einer gravitationsbasierten Modellrechnung in mehreren Varianten mit unterschiedlichen Annahmen berechnet. Dabei wurden auch die gegenseitigen Auswirkungen der untersuchten Vorhaben aufeinander berücksichtigt:

1. Vollsortimenter und ggf. weitere Lebensmittelangebote im Albert-Frankenthal-Quartier
2. Erweiterung der Aldi-Filiale an der Daniel-Bechtel-Straße
3. Erweiterung und Verlagerung der Norma-Filiale in der Schraderstraße
4. Erweiterung des E-Aktivmarktes am Jakobsplatz
5. Erweiterung des Edeka-Marktes am Foltzring (bereits genehmigt)
6. Erweiterung der Lidl-Filiale in der Schraderstraße
7. Erweiterung der Aldi-Filiale in der Wormser Straße (bereits genehmigt).

Das Rechenmodell geht von folgenden Annahmen aus:

- Durch die Erweiterungen entsteht keine zusätzliche Kaufkraft, d.h. die Summe der Umsätze aller betroffenen Märkte bleibt gleich.
- In der Konsequenz sinkt die Flächenproduktivität der aller betroffenen Märkte aufgrund einer Verteilung der gleich bleibenden Kaufkraft auf eine größere Gesamtverkaufsfläche.
- Die Attraktivitätssteigerung der erweiterten Märkte führt zu einer Umverteilung der vorhandenen Kaufkraft im Einflussbereich der Vorhaben.
- Die Vorhaben haben gegenseitig Auswirkungen aufeinander. Die Umsatzumverteilung insgesamt ist deshalb geringer als die Summe der einzeln berechneten Umsatzsteigerungen.
- In das gravitationsbasierte Rechenmodell zur Berechnung der Betroffenheit jedes Wettbewerbers von den Vorhaben gehen folgende Parameter ein:
 - jeweiliger Umsatz der Wettbewerber
 - jeweiliger Grad der Sortimentsübereinstimmung zwischen Vorhaben und Wettbewerbern
 - jeweilige Entfernung zwischen Vorhaben und Wettbewerbern.

Neben einem Worst-Case-Szenario mit Annahmen zu Verkaufsflächen, die die höchsten anzunehmenden Auswirkungen zur Folge haben, wurden unterschiedliche Varianten mit geringeren Verkaufsflächen für die einzelnen Vorhaben gerechnet. Die Maßnahmen Erweiterung von Edeka am Foltzring, Erweiterung von Edeka im ZVB Jakobsplatz und Erweiterung von Aldi Wormser Str. wurden zwischenzeitlich umgesetzt bzw. genehmigt.

Unter den in Tabelle 15 dargestellten Annahmen für die Verkaufsflächen und Flächenproduktivitäten der Erweiterungen ergeben sich in der empfohlenen Variante die in Tabelle 16 dargestellten Auswirkungen:

Die mittlere Umsatzumverteilung aus dem ZVB Innenstadt wird im 7. Szenario 9,0% des Bestandsumsatzes der betroffenen Geschäfte betragen. Einzelne Geschäftsaufgaben sind nicht auszuschließen. Die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs wird aufgrund der großen Zahl kleinerer Betriebe dadurch jedoch noch nicht gefährdet.

Der Edeka-Vollsortimenter im zentralen Versorgungsbereich Jakobsplatz wird mit rund 9,6 % Umsatzeinbuße betroffen sein. Da dem Markt jedoch zugleich die Möglichkeit einer Modernisierung und moderaten Ausweitung gegeben wird, kann der Markt insgesamt diese Einbuße gut kompensieren und wird insgesamt ca. 3,2 % Umsatzsteigerung realisieren können. Damit dürfte dieser für die Nahversorgung des Bezirks Pilgerpfad im Stadtteil Süd äußerst wichtige Lebensmittelmarkt gesichert sein.

Der Lebensmittel-Nahversorger (Edeka Scholz) in Flomersheim wird kumuliert ca. 7,5 % seines Umsatzes einbüßen. Dies ist von der Schädlichkeitsgrenze von 10 % noch weit genug entfernt, dass die Funktionsfähigkeit der Nahversorgung von Flomersheim dadurch nicht gefährdet wird.

Die sonstigen schützenswerten nahversorgungsrelevanten Bestandsstandorte werden im Durchschnitt mit 8,5 % Umsatzumverteilung betroffen sein. Dies sind im Wesentlichen die größeren Lebensmittelmärkte in Siedlungsnähe. Eine Gefährdung der Nahversorgung wird hierdurch nicht gesehen.

Kein Standort in den benachbarten Gemeinden wird mehr als 6,5 % Umsatzumverteilung erleiden (REWE Heßheim), die meisten deutlich weniger. Eine Schädigung der Funktionsfähigkeit der Nachbargemeinden kann daraus nicht hergeleitet werden.

Im Fazit kann konstatiert werden, dass die Auswirkungen von Szenario 7 die Grenze der zulässigen Schädigung nicht überschreiten. Das Szenario schöpft die Erweiterungspotenziale in möglichst gerechter Weise aus.

6.3.3 Gutachterliche Empfehlungen

Das verträgliche Maß für Neuansiedlungen im Albert-Frankenthal-Quartier in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt bei 1.700 m² Verkaufsfläche für einen Lebensmittelmarkt einschließlich 400 m² Verkaufsfläche für Getränke. Sie kann auch auf mehrere Geschäfte aufgeteilt werden (z.B. Vollsortimenter, Bio-Markt, Bäcker). Diese Märkte können durch innenstadtverträgliche non-food-Sortimente bis zu einer Obergrenze von 800 m² Verkaufsfläche ergänzt werden.

Eine Realisierung aller weiteren Erweiterungswünsche der Discounter und Vollsortimenter (Worst-Case-Szenario) führt zu unzulässigen Schädigungen an verschiedenen Stellen. Das vertragliche Erweiterungspotenzial würde überschritten werden.

Die bereits genehmigten Erweiterungen müssen als gegeben hingenommen werden, da die Baugenehmigungen rechtsgültig sind. Vor dem Hintergrund der Ergebnisse der Szenarien wird die Empfehlung ausgesprochen, alle Erweiterungswünsche auf ein vertragliches Maß zu begrenzen. Dies liegt pauschal bei 1.100 m² Verkaufsfläche für alle untersuchten Discounter. Eine Ausnahme stellt Aldi dar, dem für eine Reduktion der bereits genehmigten Verkaufsfläche in der Wormser Straße auf 1.200 m² eine Erweiterung der Filiale in der Daniel-Bechtel-Straße zugestanden wird.

Der Flächennutzungsplan ist entsprechend der neuen Nutzungen zu ändern. Für die großflächigen Einzelhandelsvorhaben sind entsprechende Bebauungspläne aufzustellen oder anzupassen (Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel).

Von einer Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe auf dem derzeit noch unbebauten Bereich südlich der Schraderstraße wird grundsätzlich abgeraten. An diesem Standort in unmittelbarer Nähe von zwei Bestandsmärkten (Aldi, Lidl) besteht weder Bedarf für einen weiteren Markt, noch ist ein dann drohender Verdrängungswettbewerb mit der möglichen Folge unerwünschter Leerstände wünschenswert. Eine Ansiedlung von Einzelhandel, gleich welcher Art, an dem Standort südlich der Schraderstraße wird nicht empfohlen.