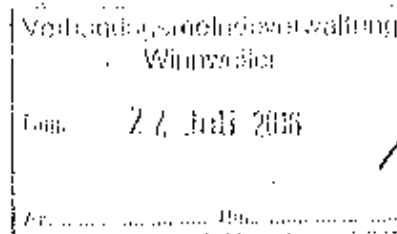




Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd | Postfach 10 02 62 |  
67402 Neustadt an der Weinstraße

Verbandsgemeindeverwaltung  
Winnweiler  
Jakobstraße 29  
67722 Winnweiler



Friedrich-Ebert-Straße 14  
67433 Neustadt an der  
Weinstraße  
Telefon 06321 99-0  
Telefax 06321 99-2900  
poststelle@sgdsued.rlp.de  
www.sgdsued.rlp.de

07.07.2016

Mein Aktenzeichen  
14-437-14:41  
Bitte immer angeben!

Ihr Schreiben vom

Ansprechpartner/-in / E-Mail  
Dr. Weingart  
Johannes.Weingart@sgdsued.rlp.de

Telefon / Fax  
06321 99-2242  
06321 99-32242

## Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Winnweiler

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Verbandsgemeinde Winnweiler hat ein Einzelhandelskonzept durch die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA) erarbeiten lassen (Stand 16.02.2016).

In dem Einzelhandelskonzept wird zunächst die Einzelhandelssituation in der Verbandsgemeinde Winnweiler umfassend dargestellt. Von den 60 Betrieben des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks entfällt mehr als die Hälfte auf den kurzfristigen Bedarf und davon ein Anteil von fast 85 % auf den Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. Den langfristigen Bedarf decken zwei Drittel der gezählten Betriebe ab, die jedoch nur über etwas mehr als die Hälfte der gesamten Verkaufsfläche verfügen.

In räumlicher Hinsicht ist der Einzelhandelsbestand eindeutig auf die Ortsgemeinde Winnweiler konzentriert, der auch die Funktion des Grundzentrums zukommt. In Winnweiler verfügt die Ortsmitte über ein breites Angebot. Der Einzelhandelsbesatz dort ist sehr kleinteilig, umfasst aber fast ausschließlich inhabergeführte Fachgeschäfte.

1/5

Konto der Landesoberkasse:  
Deutsche Bundesbank, Filiale Ludwigshafen  
IBAN: DE79 5450 0000 0054 5015 05

Besuchszeiten:  
Montag-Donnerstag  
9.00-12.00 Uhr, 14.00-15.30 Uhr  
Freitag 9.00-12.00 Uhr



Für eine formgebundene, rechtsverbindliche elektronische Kommunikation nutzen Sie bitte die Virtuelle Poststelle der SGD Süd. Hinweise zu deren Nutzung erhalten Sie unter [www.sgdsued.rlp.de](http://www.sgdsued.rlp.de).



te. Im Gewerbegebiet Jakobstraße/Industriestraße befinden sich drei Lebensmittelmärkte, am nächsten zur Ortsmitte ein Netto-Markt, etwa 600 Meter von der Ortsmitte entfernt ein Edeka-Markt und am äußersten südlichen Ende des Gewerbegebiets ein Aldi-Markt. Diese drei Märkte sind die größten im Gebiet der Verbandsgemeinde.

( ) In den restlichen Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde Winnweiler gibt es nur in Wartenberg-Rohrbach und in Börrstadt jeweils einen Baustoffhändler mit angeschlossenen Baumarkt. Ansonsten finden sich in den übrigen Ortsgemeinden nur vereinzelt Kleinstbetriebe.

Insgesamt stellt der Gutachter für die Verbandsgemeinde Winnweiler eine unterdurchschnittliche Einzelhandelsausstattung fest. Im kurzfristigen Bedarfsbereich fehlten u. a. ein Getränkefachmarkt und ein Drogeriefachmarkt. Für größere oder spezialisierte Anbieter des mittel- und langfristigen Bedarfs sei das Einwohnerpotenzial innerhalb der Verbandsgemeinde jedoch kaum ausreichend.

( ) Im Einzelhandelskonzept ist das Marktgebiet der Einzelhandelsbetriebe in Winnweiler abgegrenzt. Dieses Marktgebiet stimmt im wesentlichen mit dem Gebiet der Verbandsgemeinde Winnweiler überein. Die Abgrenzung des Marktgebiets ist aus Sicht der oberen Landesplanungsbehörde nachzuvollziehen.

Für den Einzelhandel insgesamt wird eine Kaufkraftbindung von etwa 39 % ermittelt. Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel werden etwa drei Viertel der im Verbandsgemeindegebiet vorhandenen Kaufkraft vor Ort gebunden. Dieser Wert wird vom Gutachter als ausbaubar eingeschätzt. Aus Sicht der oberen Landesplanungsbehörde ist allerdings bei der Bewertung der Kaufkraftbindung die Nähe der Verbandsgemeinde Winnweiler zum Oberzentrum Kaiserslautern zu berücksichtigen.

Im Einzelhandelskonzept werden zwei Komponenten erarbeitet. Das Sortimentskonzept und das Standortkonzept. Als erste Komponente stellt der Gutachter die ortsspe-



zifische Sortimentsliste zusammen. Der Zuordnung der Sortimente auf die Kategorien der innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimente kann aus Sicht der oberen Landesplanungsbehörde zugestimmt werden.

Nicht korrekt ist es, in der Liste die in der ersten Kategorie zuletzt genannten drei Sortimente als „davon innenstadtrelevante Sortimente der Grundversorgung“ zu bezeichnen, da sie davor in der Liste nicht aufgeführt sind.

- ( ) Beim Standortkonzept werden der zentrale Versorgungsbereich von Winnweiler und ein Versorgungsbereich Nahversorgung festgelegt. Zum Begriff des zentralen Versorgungsbereichs findet sich eine detaillierte Darstellung. Die auf Seite 40 folgende Anmerkung, dass das Landesentwicklungsprogramm (LEP) IV neben den zentralen Versorgungsbereichen auch die Möglichkeit vorsehe, Versorgungsbereiche für die Lebensmittel-Nahversorgung zu bestimmen, ist zu korrigieren. Das LEP IV kennt nur zentrale Versorgungsbereiche (Z 58).

Als zentraler Versorgungsbereich wird die Ortsmitte von Winnweiler festgelegt. Der in Karte 6 dargestellten Abgrenzung dieses zentralen Versorgungsbereichs kann aus Sicht der oberen Landesplanungsbehörde zugestimmt werden.

- ( ) Für den Standort Industriestraße/Winnweilerer Straße schlägt der Gutachter die Ausweisung eines Versorgungsbereichs Nahversorgung vor, der als funktionale Ergänzung des zentralen Versorgungsbereichs die Vorhaltung von Sortimenten der Grundversorgung (Lebensmittelmärkte, Drogeriefachmarkt) sicherstellen solle. Die Kategorie eines Versorgungsbereichs Nahversorgung kennt die Raumordnung nicht. Nach Ziel 58 des LEP IV sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.

Der angesprochene Standort befindet sich zudem auf Lohnsfelder Gemarkung und nicht auf der des Grundzentrums Winnweiler. Die Ansiedlung eines großflächigen Le-



Lebensmittelmarkts und eines Drogeriefachmarkts an diesem dezentralen Standort verstößt gegen Z 57 (Zentralitätsgebot), Z 58 (städtebauliches Integrationsgebot) und Z 61 (Agglomerationsverbot) des LEP IV. Möglicherweise ist auch Z 60 (Nichtbeeinträchtigungsgesetz) betroffen. Die Entwicklung des Standorts stünde deshalb unter dem Vorbehalt des positiven Ergebnisses eines Zielabweichungsverfahrens mit entsprechender Prüfung von Standortalternativen.

( ) Für den Standort des Edeka-Markts an der nördlichen Industriestraße soll im Einzelhandelskonzept ergänzend ein Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung ausgewiesen werden. Dieser Standort ist aus Sicht der oberen Landesplanungsbehörde jedoch ein Bestandsstandort. Der bestehende Markt genießt Bestandsschutz, soweit Baurecht besteht. Betriebserweiterungen sind in begrenztem Ausmaß zur Bestandssicherung möglich.

Auch bei dem Aldi-Markt am äußersten südlichen Ende des Gewerbegebiets Jakobstraße/Industriestraße handelt es sich um einen solchen Bestandsstandort. Für den Markt gelten die obigen Aussagen zum Bestandsschutz.

( ) Nach Z 59 des LEP IV ist die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig. Wie im Einzelhandelskonzept ausgeführt wird, erscheint die Ansiedlung solcher Betriebe in Winnweiler weder realistisch noch sinnvoll. Auf die Ausweisung eines Ergänzungsstandorts wird deshalb verzichtet.

Das Einzelhandelskonzept enthält auch die Empfehlung, die Bebauungspläne für Gewerbegebiete zu überplanen und dort innenstadtrelevante Sortimente auszuschließen. Die obere Landesplanungsbehörde empfiehlt der Gemeinde eine solche Anpassung der Bauleitplanung. Allerdings sollten in den Gewerbegebieten Einzelhandelsbetriebe generell ausgeschlossen werden.



Nach Ziel 58 des LEP IV sind die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und die ortsspezifische Sortimentsliste vor Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts durch den Rat mit der Regionalplanung abzustimmen.

Es wird der Verbandsgemeinde Winnweiler empfohlen, die wesentlichen Ergebnisse des Einzelhandelskonzepts in das Fachkapitel Einzelhandel des sich in der Fortschreibung befindenden Flächennutzungsplans zu übernehmen.

( ) Diese Stellungnahme ergeht in Abstimmung mit der Kreisverwaltung Donnersbergkreis als unterer Landesplanungsbehörde und der Planungsgemeinschaft Westpfalz als Träger der Regionalplanung.

Mit freundlichen Grüßen

Im Auftrag

Dr. Johannes Weingart



**Einzelhandelskonzept  
für die  
Verbandsgemeinde Winnweiler**

---

**Auftraggeber:** Verbandsgemeinde Winnweiler

**Projektleitung:** Dipl.-Geogr. Gerhard Beck  
Dipl.-Soz. Ök. Silke Schüler

Ludwigsburg, am 16.02.2016



Gesellschaft für Markt-  
und Absatzforschung mbH

## Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



**Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**  
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14  
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0  
Telefax: 07141 / 9360-10  
E-Mail: [info@gma.biz](mailto:info@gma.biz)  
Internet: [www.gma.biz](http://www.gma.biz)

## Vorbemerkung

Im November 2015 erteilte die Verbandsgemeinde Winnweiler der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) den Auftrag zur Erarbeitung eines Einzelhandelskonzepts. Damit soll ein städtebauliches Instrument entwickelt werden, das zukünftig eine planerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung städtebaulich begründet ermöglicht.

Im Rahmen dieser Untersuchung wurden u. a. auf Grundlage einer Primärerhebung des Einzelhandels die wesentlichen Strukturen des Einzelhandelsstandorts der Verbandsgemeinde Winnweiler dargestellt und bewertet. Ergänzend wurden die Kaufkraftpotenziale im Marktgebiet analysiert, sortiments- und standortbezogene Potenziale formuliert und auf dieser Basis ein Standort- und Sortimentskonzept entwickelt. Außerdem wurde der Vorschlag zur Realisierung eines neuen Nahversorgungsschwerpunkts in Winnweiler / Lohnsfeld geprüft. Während der Konzepterstellung erfolgte eine enge Abstimmung mit der Verbandsgemeinde Winnweiler.

Der vorliegende Bericht soll der Verbandsgemeinde Winnweiler als Instrument für eine wirtschaftlich und städtebaulich zukunftsfähige Einzelhandelsentwicklung dienen, wobei insbesondere die zukünftige rechtssichere planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Mittelpunkt steht.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA Informationen der Auftraggeberin, des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz, des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung. Die Daten der Untersuchung wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und ausgewertet. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

Das Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sofern nicht anders mit dem Auftraggeber vereinbart, ist eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

GMA  
Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, den 16.02.2016  
BE SC wym



<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Aufgabenstellung, Rahmenbedingungen und Strukturdaten</b>	<b>6</b>
1. Aufgabenstellung	6
2. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung des Einzelhandels	7
2.1 Baugesetzbuch und Baunutzungsverordnung	7
2.2 Landes- und Regionalplanung	8
2.3 Kommunale Einzelhandelskonzepte und ihre rechtliche Einordnung	10
3. Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung und ihre städtebauliche Bedeutung	11
3.1 Entwicklung und Trends auf der Angebotsseite	11
3.2 Entwicklung und Trends auf der Nachfrageseite	13
3.3 Entwicklungen und Trends in der Nahversorgung	15
4. Wesentliche Strukturdaten der Verbandsgemeinde Winnweiler	16
<b>II. Situationsanalyse des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Winnweiler</b>	<b>21</b>
1. Standortgefüge des Einzelhandels	21
2. Aktueller Einzelhandelsbestand in der Verbandsgemeinde Winnweiler	24
3. Einzelhandelsausstattung im interkommunalen Vergleich	26
4. Zusammenfassende Bewertung der Einzelhandelssituation in der VG Winnweiler	27
<b>III. Marktgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft</b>	<b>29</b>
1. Abgrenzung und Zonierung des Marktgebietes	29
2. Kaufkraft in der VG Winnweiler	30
3. Kaufkraftströme	32
<b>IV. Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandel in der Verbandsgemeinde Winnweiler</b>	<b>34</b>
1. Rahmenbedingungen der Weiterentwicklung bis 2020	34
2. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose in mittlerer Frist (2020)	35
3. Schlussfolgerungen für die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Winnweiler	36

<b>V.</b>	<b>Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Winnweiler</b>	<b>38</b>
1.	Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes	38
2.	Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“	39
3.	Sortimentskonzept	41
4.	Standortkonzept der VG Winnweiler	44
4.1	Zentrale Versorgungsbereiche	47
4.2	Versorgungsbereich Nahversorgung	49
4.3	Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung	50
4.4	Ergänzungsstandorte	52
4.5	Gewerbegebietslagen	53
5.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	53
<b>VI.</b>	<b>Auswirkungsanalyse zu aktuellen Ansiedlungs- und Umsiedlungsvorhaben in der Verbandsgemeinde Winnweiler</b>	<b>55</b>
1.	Vorhaben	55
2.	Standorteigenschaften	55
3.	Wettbewerbssituation	57
3.1	Wettbewerbssituation in der VG Winnweiler	57
3.2	Wettbewerbssituation in umliegenden zentralen Orten	57
4.	Einzugsgebiet, Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial	61
4.1	Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial	61
4.2	Relevante Kaufkraftpotenziale	63
5.	Auswirkungsanalyse	63
5.1	Methodik	63
5.2	Umsatzerwartung und Marktbedeutung des Vorhabens	64
5.3	Voraussichtliche Wettbewerbsswirkungen und Kaufkraftbewegungen	66
5.4	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	69
5.4.1	Auswirkungen im Grundzentrum Winnweiler	69
5.4.2	Auswirkungen in umliegenden Zentralen Orten	70
6.	Raumordnerische Beurteilung des Vorhabens	71

## **I. Aufgabenstellung, Rahmenbedingungen und Strukturdaten**

### **1. Aufgabenstellung**

Die Verbandsgemeinde Winnweiler (Landkreis Donnersbergkreis) ist ein Verbund aus 13 Ortsgemeinden, wo derzeit rund 13.000 Einwohner leben. Sitz der Verbandsgemeinde (VG) ist die namensgebende Ortsgemeinde Winnweiler, die als Grundzentrum ausgewiesen ist. Damit übernimmt die Ortsgemeinde Winnweiler wichtige Funktionen für die Grundversorgung der übrigen Ortsgemeinden innerhalb der VG Winnweiler.

Nachdem von der rheinland-pfälzischen Landesplanung im Landesentwicklungsprogramm (LEP IV, Kapitel III.2.3) und auch von der Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd (SGD Süd) von den zentralen Orten die Entwicklung von Einzelhandelskonzepten gefordert wird, will die VG Winnweiler dieser Verpflichtung nachkommen. Wesentliches Ziel des Einzelhandelskonzepts ist die **Lenkung und Steuerung des Einzelhandels**, insbesondere von großflächigen Betrieben, an geeignete integrierte Standorte. Zugleich soll die **Deckung des täglichen Bedarfs möglichst wohnortnah** erfolgen. Das Einzelhandelskonzept formuliert daher Standortprioritäten – an erster Stelle der „zentrale Versorgungsbereich“ (Innenstadt bzw. Ortskern) – und legt innenstadtrelevante und nicht innenstadtrelevante Sortimente fest. Durch die ergänzende Ausweisung von Standorten für die Lebensmittel-Nahversorgung wird sichergestellt, dass alle Bewohnerinnen und Bewohner des Verbandsgemeindegebiets flächendeckend eine bedarfsgerechte Versorgung im Grundbedarf erhalten.

Außerdem soll das Einzelhandelskonzept eine Beurteilungsgrundlage für künftige Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben bieten. Derzeit liegen Ansiedlungsvorhaben eines Lebensmittelmarkts (REWE) und eines Drogeriefachmarkts (dm) sowie ein Verlagerungsgesuch eines Lebensmittelmarkts (Netto) vor, für die ein Sondergebiet im Bereich Winnweiler / Lohnsfeld ausgewiesen werden soll.

Dieser Bericht bearbeitet folgende wesentliche Untersuchungspunkte:

#### **■ Rahmenbedingungen:**

- rechtlichen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelssteuerung
- aktuelle Trends im Einzelhandel, insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel
- wesentliche Struktur- und Standortdaten der VG Winnweiler

#### **■ Analyse des Einzelhandelsbestands:**

- Erhebung der Einzelhandelsangebote innerhalb der VG Winnweiler
- Quantitative und qualitative Bewertung des Einzelhandelsbestands, u. a. durch Vergleich mit anderen Verbandsgemeinden

- // Ermittlung des Nachfragepotenziale für den Einzelhandel in der VG Winnweiler
  - Marktgebiet des Einzelhandels
  - Vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet
  - Darlegung der Kaufkraftströme
- // Entwicklungsperspektiven im Einzelhandel, differenziert nach Standorten und Hauptwarengruppen
- // Leitbild für die künftige Einzelhandelsentwicklung in der VG Winnweiler
  - Zielsetzungen und Grundsätze der Einzelhandelssteuerung in der VG Winnweiler
  - Standortkonzept; insbes. Bestimmung des zentralen Versorgungsbereichs
  - Sortimentskonzept: Erarbeitung einer ortsspezifischen Sortimentsliste mit Innenstadtrelevanten und nicht Innenstadtrelevanten Sortimenten
- // Wirkungsanalyse der vorliegenden Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben unter städtebaulichen, versorgungsstrukturellen und raumordnerischen Gesichtspunkten.

## 2. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung des Einzelhandels

### 2.1 Baugesetzbuch und Baunutzungsverordnung

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann. Folgende Gebietskategorien sind zu unterscheiden:

#### // Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB):

Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:

- sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO)
- in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der § 11 Abs. 3 BauNVO eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren, Agglomerationen und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind, wenn die Geschossfläche über 1.200 m<sup>2</sup> liegt, außer in Kerngebieten nur in ausgewiesenen Sondergebieten zulässig (dieser Satz beinhaltet aber eine widerlegbare Regelvermutung).

#### **/// Nicht beplanter Innenbereich (§ 34 BauGB):**

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der Baunutzungsverordnung entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. bei Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im § 34 BauGB ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelage im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

## **2.2 Landes- und Regionalplanung**

Zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind ergänzend die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen zu prüfen.

Bei der Positionierung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in Rheinland-Pfalz sind gemäß Landesentwicklungsprogramm IV (LEP IV) folgende wesentliche Ziele der Raumordnung und Landesplanung zu beachten:

- „Z 57** Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betriebe mit mehr als 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>1</sup> kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung<sup>2</sup> der Bevölkerung erforderlich ist.
- Z 58** Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, d. h. in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren zulässig (städtebauliches Integrationsgebot). Die städtebaulich integrierten Betriebe („zentrale Versorgungsbereiche“ i. S. des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.
- Z 59** Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig. Diese sind ebenfalls von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevanter Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.
- Z 60** Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nichtbeeinträchtigungsgesetz). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.
- Z 61** Die 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 Agglomerationen außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche gebildet, so sind diese als Sondergebiete des großflächigen Einzelhandels in der Bauleitplanung auszuweisen und in ihrem Bestand festzuschreiben.“<sup>3</sup>

Die VG Winnweiler befindet sich im Geltungsbereich des **Regionalen Raumordnungsplans (ROP) Westpfalz IV** (rechtsverbindlich seit 2012). Darin ist Winnweiler als einziger zentraler Ort (Grundzentrum) für die VG Winnweiler benannt. Somit übernimmt Winnweiler Grundversorgungsfunk-

<sup>1</sup> „Die Verkaufsfläche umfasst i. d. R. alle Flächen eines Betriebes, die dem Kunden dauerhaft für Verkaufszwecke zugänglich sind. Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen, Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.“

<sup>2</sup> „Hierbei handelt es sich um Sortimente des täglichen kurzfristigen Bedarfs, die typischerweise im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel angeboten werden.“

<sup>3</sup> Quelle: Landesentwicklungsprogramm (LEP IV), verbindlich seit dem 14.10.2008, S. 96f.

tionen sowohl für das eigene Gemeindegebiet als auch für die Ortsgemeinden Börrstadt, Breunigweiler, Falkenstein, Gonbach, Höringen, Imsbach, Lohnsfeld, Münchweiler a. d. Alsenz, Schweisweiler, Sippersfeld, Steinbach a. Donnersberg und Wartenberg-Rohrbach.

In Hinsicht auf die Einzelhandelssteuerung ist im ROP Westpfalz besonders das Kapitel II.1.4 wichtig. Gemäß Ziel Z<sub>N</sub>12 ist für das Grundzentrum Winnweiler im „städtebaulich integrierten Bereich“ ein zentraler Versorgungsbereich gemäß BauGB auszuweisen sowie eine Liste von Innenstadtrelevanten und nicht Innenstadtrelevanten Sortimenten festzulegen. Ansiedlungen und Erweiterungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten sind nur in diesem städtebaulich integrierten Bereich zulässig. Ziel Z<sub>N</sub>13 steuert die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten, für die „Ergänzungsstandorte“ auszuweisen sind. Für großflächige Einzelhandelsvorhaben gelten automatisch die Ziele Z 57 (Zentralitätsgebot) und Z 60 (Nichtbeeinträchtigungsgesetz) des LEP. IV.

### 2.3 Kommunale Einzelhandelskonzepte und ihre rechtliche Einordnung

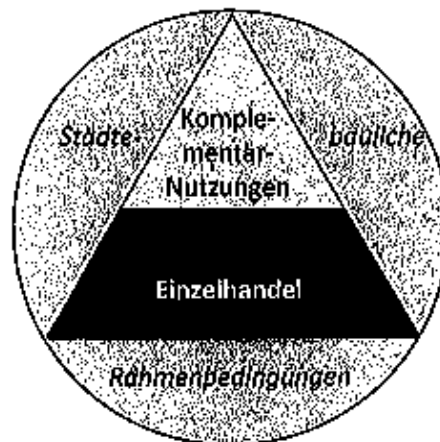
Zur kommunalen Steuerung des Einzelhandels hat sich das Instrument „Sortiments- und Standortleitbild“ bewährt. Ausgehend von dem Geschäftsbesatz, welche für die Attraktivität von innerstädtischen Lagen typisch sind, werden darin diejenigen Sortimente als zentrenrelevant benannt, die für zentrale Geschäftslagen unverzichtbar sind und deren Zentralität begründen. Umgekehrt werden diejenigen Sortimente als nicht zentrenrelevant bestimmt, die weniger bzw. nicht bedeutsam für die Zentrumsentwicklung sind. Durch Sortimentsfestsetzungen (zentrenrelevant vs. nicht zentrenrelevant) können zentrenrelevante Sortimente an unerwünschten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten) ausgeschlossen werden, um den erforderlichen Schutz der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. § 34 Abs. 3 BauGB<sup>4</sup>) zu gewährleisten.

Die notwendige Definition der zentralen Versorgungsbereiche kann sowohl auf den tatsächlichen Verhältnissen als auch auf Planungen beruhen<sup>5</sup>. Wesentlich ist, dass der Bereich tatsächlich als Zentrum fungiert und dabei über das unmittelbare Nahumfeld hinausgehend Versorgungsfunktionen übernimmt (also z. B. für die gesamte VG oder für größere Teilbereiche). Dem Einzelhandel kommt dabei eine wichtige Funktion bei der räumlichen Abgrenzung der Versorgungsbereiche zu, allerdings nicht die alleinige (vgl. Abbildung 1).

<sup>4</sup> § 34 Abs. 3 BauGB i. d. F. der Bekanntmachung vom 27.08.1997, neu gefasst durch Bekanntmachung vom 23.09.2004, zuletzt geändert durch Art. 1 des Gesetzes vom 11.06.2013 (vgl. BGBl. I S. 1548).

<sup>5</sup> Allerdings muss die Planungsabsicht bereits konkretisiert sein und ihre Umsetzung gem. §§ 14ff. BauGB in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen.

Abbildung 1: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche



GMA-Darstellung 2015

Die vorhandenen (oder geplanten) Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Zusammenhang entsprechend der Bedeutung des Zentrums stehen; Maßstab ist die fußläufige Erreichbarkeit. Ergänzend werden bei der Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche die Standorte öffentlicher und privater Dienstleistungen berücksichtigt, außerdem städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Topografie, Ringstraße, markanter Wechsel der Bebauungsstruktur) oder die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen (z. B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle).

### 3. Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung und ihre städtebauliche Bedeutung

#### 3.1 Entwicklung und Trends auf der Angebotsseite

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein Strukturwandel, der v. a. zu Lasten unternehmergeführter Fachgeschäfte geht. Als Gewinner zeigen sich filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungseitigen und logistischen Vorteile nutzen.

Durch die Zuwächse großflächiger Betriebsformen und neuer Angebotskonzepte<sup>6</sup> verzeichnete der Einzelhandel in der Bundesrepublik seit 1990 einen fortlaufenden Verkaufsflächenzuwachs. Durch die teilweise disparate Entwicklung von Verkaufsflächen und Umsätzen gingen jedoch die Flächenproduktivitäten zurück, so dass die ökonomische Auslastung – besonders in Branchen, die an kostenintensiven Standorten wirtschaften – nicht mehr durchgängig gewährleistet ist.

<sup>6</sup> Neue Ladenbau- und Sortimentskonzepte benötigen mehr Präsentations- und Verkaufsfläche, um den Kunden eine optisch ansprechende Präsentation des Angebots im jeweiligen Verwendungszusammenhang bieten zu können.



Vor allem großflächige und filialisierte Betriebstypen (z. B. Fachmärkte) sowie preisbetonte Angebotsformen (z. B. Discounter, SB-Märkte, Fabrikverkäufe, Internetverkauf) konnten ihre Marktbedeutung ausbauen. Da diese Anbieter flächenextensive Konzepte verfolgen und bei ihren Standortkosten rigide sparen, siedelten sie sich zumeist außerhalb der Innenstädte an auto-kundenorientierten Standorten an. Das Verkaufsflächenwachstum vollzog sich somit v. a. an de-zentralen und solitären Standorten, während die Geschäftslagen der Innenstädte und Nahversor-gungszentren Bedeutungsverluste hinnehmen mussten. Besonders in Randlagen der Innenstädte sind vielfach Fluktuation und Leerstände zu beobachten.

In fast allen Branchen erwächst dem stationären Fachhandel zunehmend Konkurrenz durch fach-fremde Anbieter (v. a. Lebensmittel-Discounter mit ihren Randsortimenten) sowie durch den On-line-Handel. Im Gegensatz zum stationären Einzelhandel kann der Internethandel jährlich zwei-stellige Wachstumsraten erzielen. Für 2015 wird bereits ein Umsatzvolumen mit Endverbrau-chern in Höhe von mehr als 43 Mrd. €<sup>7</sup> erwartet; dies entspricht ca. 9 – 10 % des Einzelhandel-sumsatzes. Allerdings sind die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Alle namhaften (stationären) Einzelhändler bieten mitt-lerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausge-wählte Artikel verfügbar sind. Hingegen ist der Marktanteil von reinen Internethandels-Unter-nehmen im deutschen Einzelhandel relativ klein (derzeit unter 3 % des Einzelhandelsumsatzes)<sup>8</sup>. Auch nach Meinung des HDE liegt die Zukunft des Einzelhandels im Multichannel-Handel, d. h. „in der Kombination aus Online- und Offline-Welt“<sup>9</sup>.

Der Online-Handel hat inzwischen praktisch alle Warengruppen erfasst. Branchenbezogen gibt es aber nach wie vor besondere Domänen, in denen der Online-Handel eine besonders starke Stellung einnimmt; dies trifft besonders auf den Handel mit Büchern und Medien zu. Als „Nach-folger“ des klassischen Versandhandels übernimmt der Online-Handel auch beim Einkauf von Kleidung, Schuhen, Computern und Elektroartikeln eine beachtliche Stellung (vgl. Abbildung 2). Der quantitativ größte Anteil entfällt auf die Warengruppe Bekleidung / Textilien / Schuhe<sup>10</sup>.

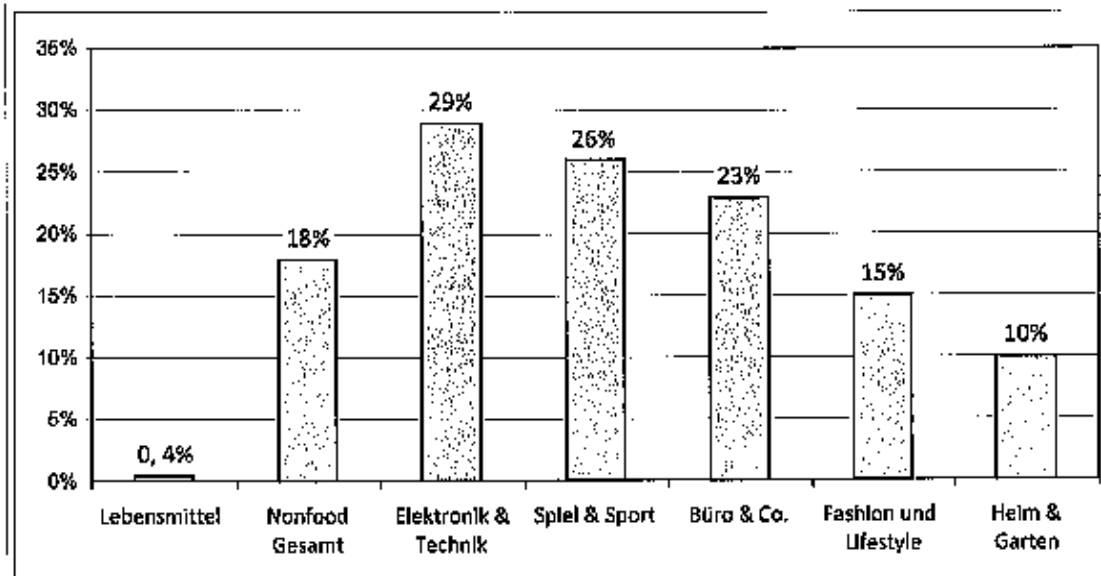
<sup>7</sup> Einschließlich Transaktionen über materielle Güter, Dienstleistungen (z. B. Lieferung), Nutzungsrechte (z. B. Reisen, Eintrittskarten) und Informationen (z. B. kostenpflichtige Downloads). Quelle: HDE-Prognose.

<sup>8</sup> Quelle: Handelsverband Deutschland – HDE e.V.: Der deutsche Einzelhandel, Berlin, Juni 2013, S. 9.

<sup>9</sup> Quelle: Handelsverband Deutschland – HDE e.V.: HDE-Präsident: Multi-Channel-Handel ist die Zukunft, Pressemitteilung vom 29.10.2013.

<sup>10</sup> Quelle: Handelsverband Deutschland – HDE e.V.: Des Internetinkaufs liebstes Kind, Pressemitteilung vom 15.08.2013.

**Abbildung 2: Anteil des Onlinehandels am deutschen Einzelhandelsumsatz 2013 nach Produktkategorie**



Quelle: HDE / GfK Consumer-Panel; aus: HDE Handelsverband Deutschland e. V.: Handel 4.0 – Entwicklung Online-Handel, Berlin 22. Januar 2015; GMA-Darstellung.

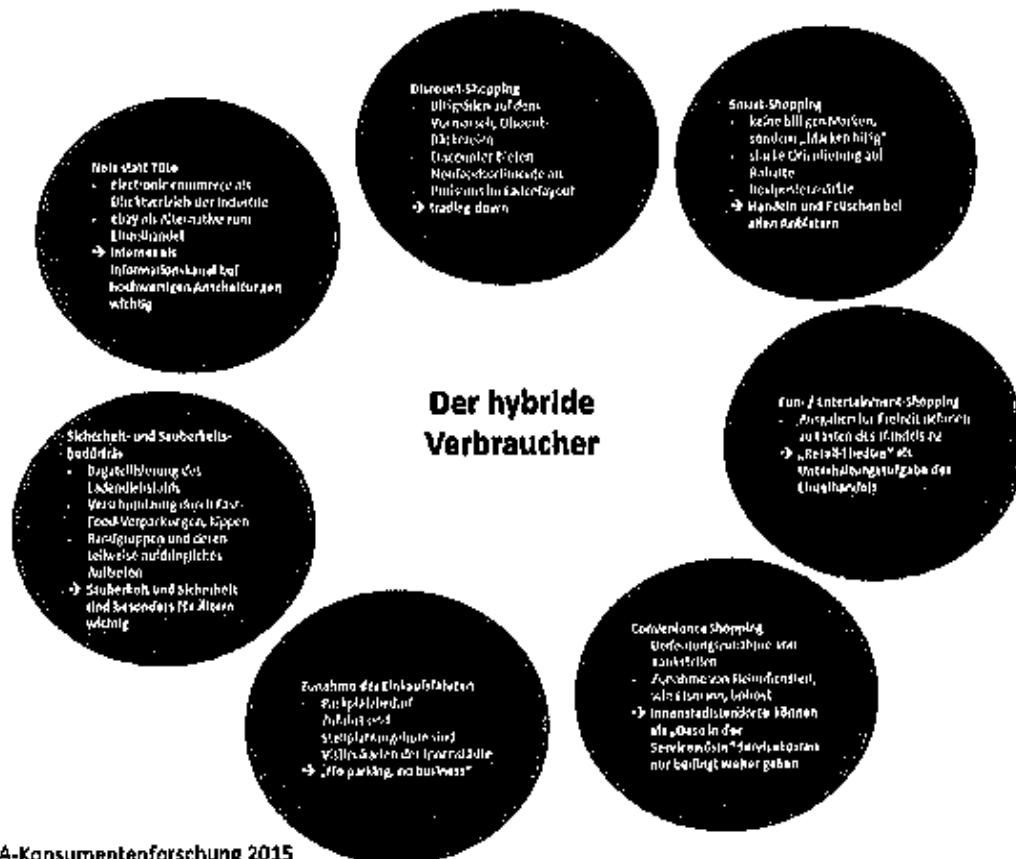
### 3.2 Entwicklung und Trends auf der Nachfrageseite

Neben der Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten durch Einzelhandelsunternehmen haben auch gesellschaftliche und demografische Wandlungsprozessen (u. a. Verschiebung der Altersstruktur, Trend zu kleineren Familieneinheiten) Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Vor allem die **gestiegene Kunden-Mobilität** hat die Wertigkeit von Einkaufslagen verändert und den Siegeszug von autokundenorientierten Standorten erst möglich gemacht. Sie bedingte aber auch einen stetig wachsenden Stellplatzbedarf und stellte damit den Handel in den Innenstädten vor schwierig oder nur sehr kostenaufwändig zu lösende Probleme. Von der Entwicklung des „Kofferraumeinkaufs“ profitierten v. a. Großflächenbetriebe mit einem breiten und tiefen Warenangebot, wie z. B. SB-Warenhäuser und Fachmärkte.

Auffällig ist zudem ein **preisbewussteres Nachfrageverhalten** als in früheren Jahrzehnten, was v. a. durch steigende Ausgaben der Konsumenten für Energie, Miete, Freizeit, Gesundheit, Steuern und Sozialabgaben bedingt ist. Das Verbrauchsverhalten ist zudem abhängig von der Konjunkturlage und damit ggf. verbundenen Befürchtungen vor Arbeitslosigkeit und Rezession. Die Ausgabenanteile für den Einzelhandel waren daher im vergangenen Jahrzehnt rückläufig.

Zugleich sind aber die **Kundenansprüche an den Einzelhandel stetig gewachsen**. Sie wählen sowohl beim reinen Versorgungseinkauf als auch beim Shopping als Freizeitvergnügen kritisch aus und zeigen „Schnäppchenlust“ und „Smart Shopping“ (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Aktuelle Konsumtrends im deutschen Einzelhandel



GMA-Konsumentenforschung 2015

Bedingt durch das Internet und intensive Werbemaßnahmen der größeren Anbieter können die Kunden Preise, Qualitäten und Servicevorteile vergleichen und haben so ein hohes Anspruchsniveau entwickelt, dem viele Kleinanbieter kaum noch standhalten können. Hinzu kommt, dass Kunden weniger berechenbar sind als früher.

Für die Zukunft sind auf der Nachfrageseite v. a. folgende Aspekte zu beachten:

- die soziodemografische Entwicklung, die sich u. a. in einer schrumpfenden Bevölkerung, einer fortlaufenden Abnahme der durchschnittlichen Haushaltsgröße und deutlichen Verschiebungen im Altersaufbau der Bevölkerung zeigen wird,
- eine anhaltend hohe Mobilität der Bevölkerung und ein ansteigender individueller Aktionsraum, auch bei älteren Bevölkerungsgruppen; auch der Einkauf im Internet trägt zu einer sinkenden Kundenbindung bei,
- fortlaufender Trend zur Individualisierung und Erlebnisorientierung, der in einem schwer einschätzbaren Konsumentenverhalten (Smart Shopping) resultiert,
- der weiter wachsende Anspruch breiter Bevölkerungsschichten an eine aktive Gestaltung der Freizeit, wobei der Einzelhandel und das Dienstleistungsgewerbe im Wettbewerb mit anderen Freizeitaktivitäten stehen werden,

- / ein steigendes Anspruchsniveau der Kunden bei abnehmender Toleranz (z. B. Beeinträchtigungen durch Laufwege, Ladenschlusszeiten), was den Verbrauchertrend zum Online-Einkauf und zum One-Stop-Shopping begünstigt.

### 3.3 Entwicklungen und Trends in der Nahversorgung

Für die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs kommt modernen Lebensmittelmärkten eine besondere Bedeutung zu, da sie nicht nur ein qualifiziertes Kernsortiment an Lebensmitteln, Getränken und Drogeriewaren bieten, sondern darüber hinaus auch die wichtigsten weiteren Sortimente des kurzfristigen Bedarfs (z. B. Zeitschriften, Schnittblumen, Schreibwaren) zumindest ausschnittsweise vorhalten. Moderne Lebensmittelmärkte sind daher als Garanten einer qualitativollen Nahversorgung anzusehen, darüber hinaus auch als Leitbetriebe der Einzelhandelsstruktur. Ergänzende Funktionen für die Grundversorgung übernehmen kleinere Lebensmittelgeschäfte, Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Getränkemärkte, Tankstellen, Hofläden oder Kioske.

Kleinere Lebensmittelgeschäfte leiden an strukturell bedingten Kostennachteilen gegenüber größeren Filialisten. Auch genossenschaftliche Lebensmittelmärkte, Bringdienste oder mobile Verkaufsformen sind tendenziell teurer als konventionelle Supermärkte oder Discounter, zudem ist hier die Auswahl deutlich eingeschränkt. Daher liegt für diese Verkaufsformen kundenseitig ein eher geringes Interesse vor. Der Online-Handel mit Nahrungs- und Genussmitteln wird zwar von den Verbrauchern teilweise auch akzeptiert (z. B. für Spezialitäten, Wein usw.), jedoch stellt das Internet für weite Bereiche des Lebensmittelhandels aufgrund der erforderlichen Frische und schonenden Verpackung der Waren (noch) keine verbreitete Angebotsform dar.

Unter den im deutschen Lebensmitteleinzelhandel vertretenen Betriebsformen haben sich Lebensmittel-discounter am dynamischsten entwickelt. Mittlerweile weisen Discounter den größten Umsatzanteil (ca. 45 % im Jahr 2013) auf; Supermärkte hingegen kommen auf nur noch 28 %, SB-Warenhäuser auf 13 %, Große Supermärkte auf knapp 10 % und sonstige Lebensmittelgeschäfte auf ca. 3 % des Umsatzvolumens.<sup>11</sup> Discounter sind wegen des Preisvorteils und ihres übersichtlichen Sortiments bei den deutschen Verbrauchern sehr beliebt. Supermärkte und Große Supermärkte profilieren sich v. a. durch Sortimentsbreite, Frische, Convenience, Service, Ladenatmosphäre und persönliche Kundenansprache.

Als Verkaufsfläche (VK) weisen Discounter heute im Durchschnitt knapp 750 m<sup>2</sup> VK<sup>12</sup> auf, wobei mittlerweile Größen zwischen 1.000 und 1.300 m<sup>2</sup> VK von den Betreibern als marktgerecht angestrebt werden. Supermärkte verfügen über eine Durchschnittsgröße von ca. 960 m<sup>2</sup> VK<sup>13</sup>. Hier werden von den Betreibern bei neuen Objekten aber i. d. R. Einheiten von ca. 1.200 – 2.000 m<sup>2</sup> VK geplant. Hinzu kommen ggf. Flächen für ergänzende Betriebe wie etwa Backshops. Nahezu

<sup>11</sup> Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2014, S. 90f.; Köln 2014; GMA-Berechnungen.

<sup>12</sup> Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2014, S. 90f.; Köln 2014; GMA-Berechnungen.

<sup>13</sup> Quelle: EHI Retail Institute: Leistungskennzahlen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2010; Köln 2011.

alle bedeutenden Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels optimieren derzeit ihre Standortnetze, was i. d. R. mit einer Flächenausweitung der einzelnen Betriebe verbunden ist. Hauptursachen für die steigende Flächeninanspruchnahme sind steigende Anforderungen an die kundengerechte Warenpräsentation, Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel, der auch eine Ausweitung der Sortimente mit sich bringt.

Als Folge davon leitet sich für moderne Lebensmittelmärkte ein wachsender Flächenanspruch ab, nicht nur für das Gebäude selbst sondern auch für ein ebenerdiges Stellplatzangebot. Ein weiterer unabdingbarer Erfolgsfaktor für Lebensmittelmärkte ist eine problemlose verkehrliche Erreichbarkeit, so dass gut angebundene Standorte mit guter Lage zu Hauptverkehrsachsen bevorzugt werden. Dies führt dazu, dass moderne Lebensmittelmärkte zunehmend schwer in das innerörtliche Standortgefüge und in das Ortsbild zu integrieren sind. Da sie zudem erhebliche Verkehrsströme zu sich lenken, wird von den Bürgern eine Integration in die traditionelle Ortsmitte oder in Wohngebiete oft auch gar nicht erwünscht. Aus städtebaulicher wie auch betrieblicher Sicht erweist sich häufig ein Standort in verkehrsorientierter Lage, der im Siedlungsgebiet integriert ist und Bezug zu Wohngebieten aufweist, als günstiger.

#### 4. Wesentliche Strukturdaten der Verbandsgemeinde Winnweiler

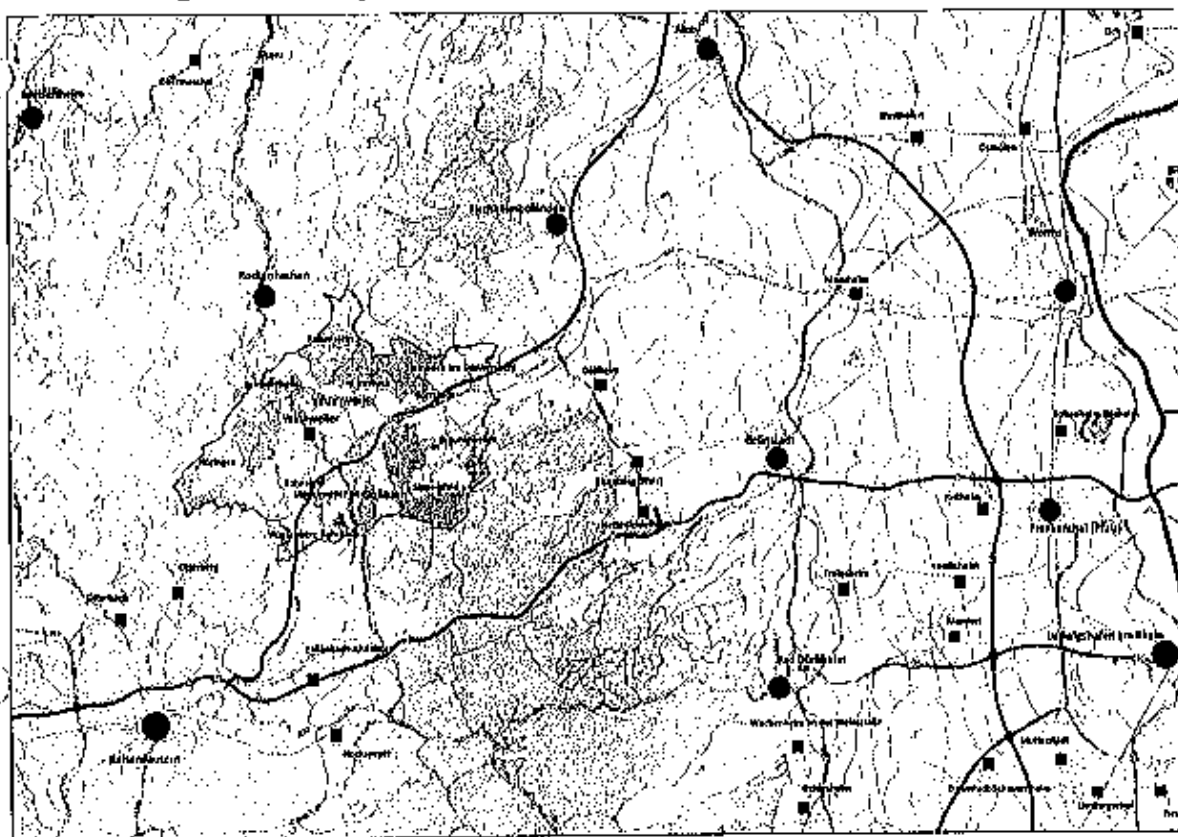
Die VG Winnweiler liegt im Süden des Donnersbergkreises im Nordpfälzer Bergland, zwischen den Städten Kirchheimbolanden, Eisenberg (Pfalz), Otterberg und Rockenhausen (vgl. Karte 1). Zu der VG gehören insgesamt dreizehn Ortsgemeinden: Börrstadt, Breunigweiler, Falkenstein, Gonbach, Höringen, Imsbach, Lohnsfeld, Münchweiler a. d. Alsenz, Schweisweiler, Sippersfeld, Steinbach a. Donnersberg, Wartenberg-Rohrbach und Winnweiler (Verwaltungssitz und Grundzentrum der VG). An das Verbandsgemeindegebiet grenzen die Nahbereiche der Mittelzentren Kirchheimbolanden, Eisenberg (Pfalz) und Rockenhausen sowie der Grundzentren Göllheim, Enkenbach-Alsenborn und Otterbach-Otterberg an.

Die überregionale verkehrliche Erreichbarkeit der Verbandsgemeinde erfolgt durch die Autobahn A 63 (Mainz – Alzey – Kaiserslautern) und die Bundesstraße B 48 (Bad Kreuznach – Rockenhausen – Bad Bergzabern). Außerdem verbinden Landes-, Kreis- und Ortsstraßen das Verbandsgemeindegebiet mit den umliegenden Städten und Ortsgemeinden.

Mit dem ÖPNV ist die Verbandsgemeinde über die Regionalbahnstrecke Bad Kreuznach – Kaiserslautern (Haltepunkt Winnweiler) sowie mehrere Buslinien im VRN-Verbund erreichbar.

Derzeit leben in der VG Winnweiler knapp 13.000 Einwohner. Damit ist die VG Winnweiler die drittgrößte der sechs Verbandsgemeinden im Donnersbergkreis. Einwohnerschwerpunkt innerhalb der VG ist Winnweiler (ca. 4.670 EW), wo ca. 36 % der Bevölkerung der VG leben. Hiernach folgen, mit großem Abstand, die Gemeinden Münchweiler und Sippersfeld (je rd. 1.100 – 1.200 EW) und Börrstadt, Lohnsfeld und Imsbach (derzeit jeweils rd. 900 EW). Die übrigen Ortsgemeinden weisen jeweils zwischen ca. 190 und 740 EW auf (vgl. Tabelle 1).

Karte 1: Lage der Verbandsgemeinde Winnweiler und zentralörtliche Struktur in der Region



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum

erstellt mit  
RegioGraph Planung  
GMA-Bearbeitung 2016

Nachdem sich die Einwohnerzahl in der VG Winnweiler bis Anfang der 2000er Jahre kontinuierlich steigerte, ist seit etwa 2003 ein Rückgang der Bevölkerung eingetreten. In den vergangenen 10 Jahren ging das Bevölkerungsaufkommen in der VG Winnweiler um durchschnittlich 6,3 % zurück. Aufgrund des fortlaufenden Geburtenrückgangs und der Abnahme der jüngeren Bevölkerungsgruppen ist der Anteil der älteren Bevölkerungsgruppen ab etwa 50 Jahren – insbesondere der Senioren und Hochbetagten – stark gestiegen.

Überdurchschnittlich hohe Bevölkerungsverluste mussten besonders die kleineren und zentrenfernen Ortsgemeinden hinnehmen (vgl. Tabelle 1), während die größeren Ortsgemeinden Winnweiler, Münchweiler, Sippersfeld und Börstadt verhältnismäßig geringe Einwohnerrückgänge verzeichneten.

**Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung 2004 – 2014 und -verteilung in der VG Winnweiler**

Ortsgemeinde / Verbandsgemeinde	Einwohner z. Jahresende		Einwohnerveränderung		Ant. Einwohner an der VG 2014
	2004	2014	absolut	relativ	
Börstadt	963	918	-45	-4,7	7
Breunigweiler	451	413	-38	-8,4	3
Falkenstein	224	190	-34	-15,2	1
Gonbach	506	477	-29	-5,7	4
Höringen	758	656	-102	-13,5	5
Imzbach	1.012	875	-137	-13,5	7
Lohnsfeld	990	901	-89	-9,0	7
Münchweiler a. d. Alsenz	1.261	1.206	-55	-4,4	9
Schweissweiler	357	330	-27	-7,6	3
Sippersfeld	1.183	1.144	-39	-3,3	9
Steinbach a. Donnersberg	805	742	-63	-7,8	6
Wartenberg-Rohrbach	563	462	-101	-17,9	4
Winnweiler	4.781	4.665	-116	-2,4	36
<b>Verbandsgemeinde Winnweiler</b>	<b>13.854</b>	<b>12.979</b>	<b>-875</b>	<b>-6,3</b>	<b>100</b>

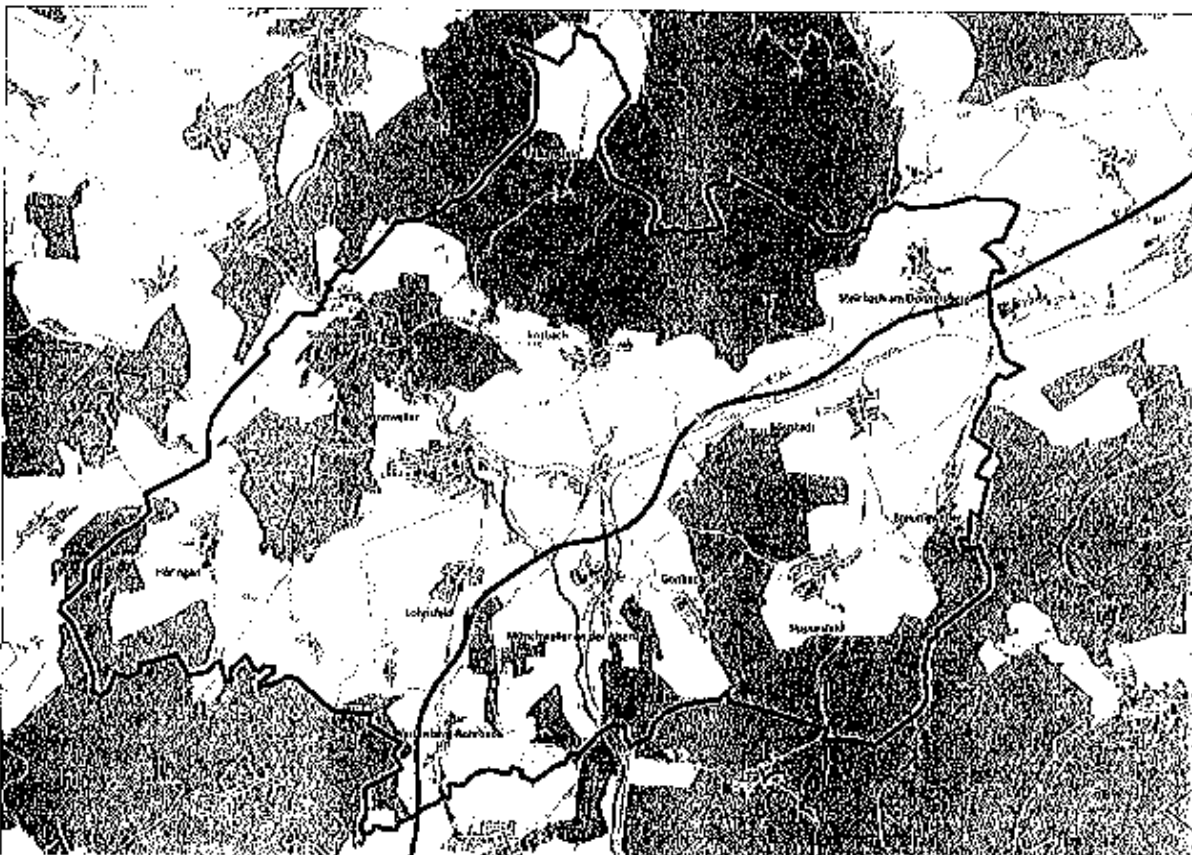
Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand jeweils 31.12., nur Einwohner mit Hauptwohnsitz

GMA-Berechnungen Januar 2016

Die Siedlungsstruktur der Verbandsgemeinde besteht aus 13 Ortsgemeinden, die von Wäldern und landwirtschaftlich genutzten Flächen in einer hügeligen Landschaft voneinander abgesetzt sind (vgl. Karte 2). Dabei liegen Lohnsfeld und Münchweiler allerdings sehr nahe an Winnweiler. Die Ortsgemeinden weisen überwiegend sehr kompakte Strukturen auf und sind hauptsächlich durch Wohn- bzw. Mischnutzungen geprägt.

Wichtigste Verkehrsadern für den innerregionalen Verkehr im Gebiet der VG sind die B 48 (Rockenhausen – Winnweiler – Enkenbach-Alsenborn), die die Verbandsgemeinde von Nord nach Süd durchzieht, sowie die Landesstraßen L 401 (Dreiseln – Winnweiler – Kaiserslautern) und L 394 (Dannenfels – Steinbach – Sippersfeld – Enkenbach-Alsenborn). Weitere Landes- und Kreisstraßen binden die Ortsgemeinden an diese Hauptverkehrsachsen an.

**Karte 2: Siedlungsstruktur der Verbandsgemeinde Wittweiler**



**Legende**

- Außengrenze der Verbandsgemeinde

erstellt mit  
#geoGraph Planung  
GMA Bearbeitung 2016



Als **Wirtschaftsstandort** besitzt die Verbandsgemeinde Winnweiler nur eine geringe Bedeutung. Rd. 1.810 Arbeitsplätzen für sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Gebiet der VG (davon ca. 70 % in der Ortsgemeinde Winnweiler) stehen ca. 4.930 Beschäftigten mit Wohnsitz in der VG gegenüber, sodass sich per Saldo ein hoher Pendlerabfluss ergibt.

Das **Kaufkraftniveau** bleibt in den meisten Ortsgemeinden der VG unter dem Bundesdurchschnitt. In den einzelnen Gemeinden liegen die Kaufkraftkennziffern zwischen 90,5 (Falkenstein) und 102,9 (Gonbach). Der VG-Durchschnitt beträgt 97,7 (normiert auf den Bundesdurchschnitt von 100,0).<sup>14</sup>

Im **Tourismus** profitiert die Verbandsgemeinde Winnweiler mit ihrer Lage zwischen Donnersberg und Pfälzerwald von den vorhandenen Erholungsangeboten (u. a. Wander- und Mountainbike-Wege, Bergbauerlebniswelt Imsbach, Keltendorf und Keltengarten in Steinbach, Freibad Winnweiler, Golfplatz, Camping- und Trekking-Plätze) sowie der Nähe zum Pfälzerwald. Die Ortsgemeinde Winnweiler ist als staatlich anerkannter Fremdenverkehrsort ausgezeichnet. Im Übernachtungstourismus wurden in der VG Winnweiler im Jahr 2014 in 9 Übernachtungsbetrieben rd. 14.600 Gäste gezählt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt ca. 1,8 Tage.

Das **Infrastrukturangebot** der VG Winnweiler umfasst u. a. Verbandsgemeinde- und Ortsgemeindevverwaltungen, ein Gymnasium und eine Realschule plus, drei Grundschulen, 10 Kindergärten bzw. Kindertagesstätten, Kultur-, Sport- und Freizeitangebote, Kreditinstitute sowie diverse Einzelhandelsgeschäfte, Dienstleister, Arztpraxen und gastgewerbliche Betriebe.

<sup>14</sup> Quelle: Michael Bauer Research (MBR), 2014.

## II. Situationsanalyse des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Winnweiler

### 1. Standortgefüge des Einzelhandels

Als wesentliche Standorte des Einzelhandels in der VG Winnweiler sind zu nennen (vgl. Karten 3, 4):

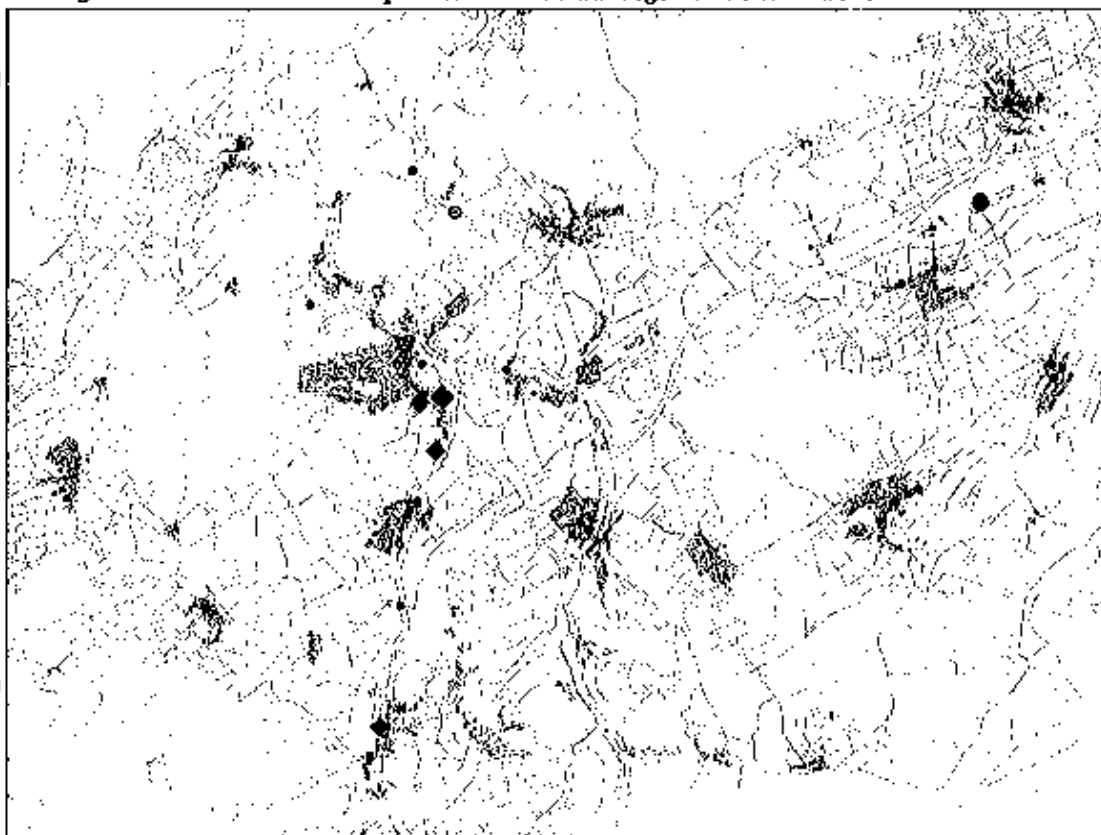
#### Winnweiler, Ortsmitte:

Der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz in der Winnweilerer Ortsmitte konzentriert sich auf die Schloßstraße, den Marktplatz und den nördlichen Teil der Neugasse. Der Einzelhandelsbesatz ist, entsprechend der Baustruktur, sehr kleinteilig und umfasst fast ausschließlich inhabergeführte Fachgeschäfte. Der Branchenmix im Einzelhandel besteht v. a. aus Anbietern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs (Bäckereien, Metzgereien, Apotheken, Sanitätshaus, Blumenhandel, Buchhandlung / Schreibwarenhandel, Lotto / Zeitschriftenladen, Modengeschäfte, Elektrohandel, Fotogeschäft (mit Postagentur), Geschenkartikelläden, Wolgeschäfte, Matratzen- und Bettenhandel, Optiker, Juwelier, Handel für Waffen und Jagdzubehör, Gebrauchtgüteranbieter). Der Standort verfügt über keine größeren Einzelhandelsanbieter mit Magnetfunktionen, profitiert aber von seinem breiten Angebot, den Ergänzungen durch Kreditinstitute, Postagentur, Dienstleister, Arztpraxen, Gastronomiebetriebe und dem Wochenmarkt sowie dem nahe gelegenen Bahnhof. Auch Veranstaltungen und Aktionen der örtlichen Werbegemeinschaft fördern die Kundenbindung. Mit dem gepflegten Ortsbild, verschiedenen Gastronomiebetrieben und kleineren Aufenthaltsbereichen ist die Ortsmitte auch für Touristen attraktiv. Leerstände waren zum Erhebungszeitpunkt nicht zu verzeichnen.

#### Winnweiler, Gewerbegebiet Jakobstraße / Industriestraße:

Am südlichen Ortsrand von Winnweiler befinden sich im Gewerbegebiet Jakobstraße / Industriestraße drei Lebensmittelmärkte (Edeka, Netto, Aldi). Während der Netto-Markt benachbart zu Wohnbebauung etabliert ist und auch der Edeka-Markt nicht weiter als 600 m entfernt von der Ortsmitte liegt, ist der Aldi-Markt am äußersten südlichen Ende des Gewerbegebiets, unmittelbar an der Gemarkungsgrenze zu Lohnsfeld, angesiedelt. Hervorzuheben ist die gute verkehrliche Erreichbarkeit der drei Lebensmittelmärkte aus dem gesamten Verbandsgemeindegebiet, da die Jakobstraße (L 390) als südliche Hauptzufahrt nach Winnweiler von der Bundesstraße B 48 fungiert. Radfahrer und Fußgänger erreichen die Lebensmittelmärkte über einen Rad- und Fußweg von Winnweiler und von Lohnsfeld. Außer den Lebensmittelmärkten (teilweise mit integrierten Backshops) sind keine Einzelhandelsbetriebe im Gewerbegebiet ansässig. Eine Tankstelle und ein Blumengeschäft befinden sich etwas nördlich des Gewerbegebiets an der Jakobstraße.

**Karte 3: Einzelhandelschwerpunkte in der Verbandsgemeinde Winnweiler**



**Legende**

**Bestehender Einzelhandel**

**Größenklassen**

- ◊ Über 1.500 m<sup>2</sup> VK
- ◊ 800 m<sup>2</sup> bis < 1.500 m<sup>2</sup> VK
- 400 m<sup>2</sup> bis < 800 m<sup>2</sup> VK
- 100 m<sup>2</sup> bis < 400 m<sup>2</sup> VK
- < 100 m<sup>2</sup> VK

**Branchen**

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Kartengrundlage:  
 Verbandsgemeinde Winnweiler  
 GMA-Bearbeitung 2016

**Karte 4: Einzelhandelsschwerpunkte in der Ortsgemeinde Winnweiler**



**Legende**

**Bestehender Einzelhandel**

**Größenklassen**

- ◇ Über 1.500 m<sup>2</sup> VK
- ◇ 800 m<sup>2</sup> bis < 1.500 m<sup>2</sup> VK
- 400 m<sup>2</sup> bis < 800 m<sup>2</sup> VK
- 100 m<sup>2</sup> bis < 400 m<sup>2</sup> VK
- < 100 m<sup>2</sup> VK

**Branchen**

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bäckerei, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Kartengrundlage:  
 Verbandsgemeinde Winnweiler  
 GMA-Bearbeitung 2016

Außerhalb dieser Schwerpunkte sind im Verbandsgemeindegebiet nur vereinzelt Einzelhandelsbetriebe vorhanden, so in Münchweller (Lebensmittelgeschäft und Bäckerei), in Höringen (Bürgerladen), Börrstadt, Lohnsfeld, Schweisweiler, Sippersfeld, Steinbach und Wartenberg-Rohrbach. In Falkenstein und Breunigweiler sind außerdem Hofläden ansässig.

## 2. Aktueller Einzelhandelsbestand in der Verbandsgemeinde Winnweiler

Die nachfolgenden Daten beruhen auf einer vollständigen Erhebung des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Winnweiler im Januar 2016 (inkl. Betriebe des Ladenhandwerks, Tankstellen und Hofläden). Dabei wurden die Betriebe nach Umsatzschwerpunkt den einzelnen Warengruppen zugeordnet. Zusätzlich erfolgte eine Einteilung nach der Fristigkeit der Waren in kurz-, mittel- und langfristige Bedarfsbereiche. Bei den Verkaufsflächen sind keine Produktions- und Lagerflächen (z. B. bei Gärtnereien und Baustoffanbietern) enthalten.

Insgesamt weist die VG Winnweiler derzeit folgenden Einzelhandelsbestand auf (vgl. Tabelle 2):

- /// 60 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks
- /// eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 6.790 m<sup>2</sup>
- /// eine Umsatzleistung von rd. 31 Mio. € (brutto).

**Tabelle 2: Einzelhandelsbestand der VG Winnweiler 2016 nach Sortimentsbereichen**

Hauptwarengruppen	Anzahl der Betriebe *	Verkaufsfläche* In m <sup>2</sup>	Umsatz * In Mio. €
<b>Kurzfristiger Bedarf insgesamt</b> (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit, Körperpflege, Blumen)	<b>33</b>	<b>4.220</b>	<b>25,2</b>
... davon Nahrungs- u. Genussmittel	28	4.000	23,4
<b>Mittelfristiger Bedarf insgesamt</b> (Bücher, Schreib- und Spielwaren, Bekleidung, Schuhe, Sport)	<b>6</b>	<b>315</b>	<b>1,1</b>
<b>Langfristiger Bedarf insgesamt</b> (Elektrowaren, Hausrat, Einrich- tung, Möbel, Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Optik, Sonstiges)	<b>22</b>	<b>2.265</b>	<b>4,7</b>
<b>Nichtlebensmittel insgesamt</b>	<b>27</b>	<b>2.800</b>	<b>7,6</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>60</b>	<b>6.800</b>	<b>31,0</b>

\* Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt des Betriebs

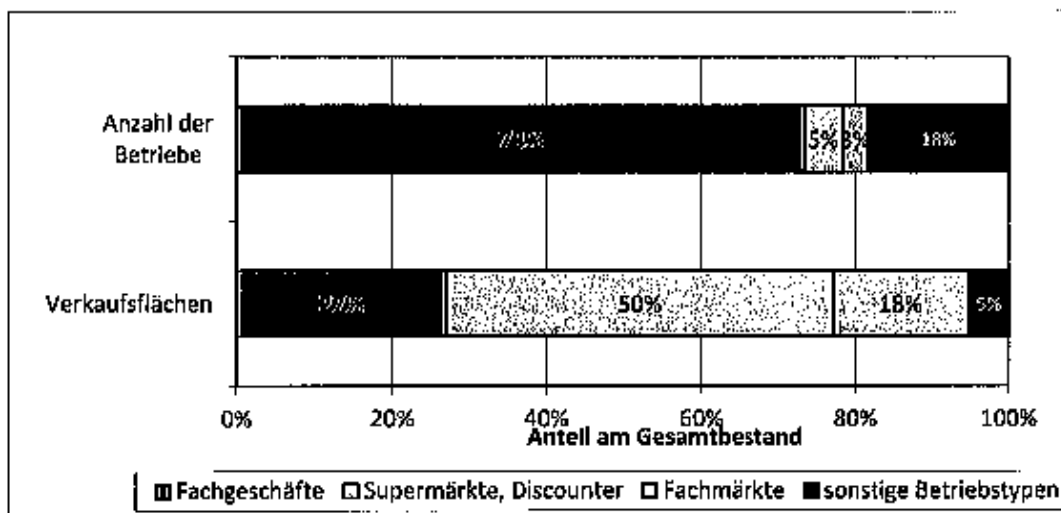
GMA-Erhebung Januar 2016; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

Der Einzelhandelsbestand ist **mehrheitlich von Angeboten des Grundbedarfs** geprägt. Etwa 59 % der Verkaufsflächen entfallen auf Nahrungs- und Genussmittelbetriebe (Lebensmittelmärkte, Getränkeanbieter, Bäckereien, Metzgereien, Hofläden, Tankstellen), weitere 3 % auf andere Anbieter des kurzfristigen Bedarfs (Apotheke, Sanitätshaus, Blumengeschäfte). Nur ca. 5 % der Verkaufsflächen entfallen auf Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (Bücher, Schreibwaren, Spielwaren, Bekleidung), ca. 33 % auf Anbieter von langfristigem Bedarf (Elektrowaren, Geschenkartikel, Möbel, Bau- und Heimwerkerbedarf, Optik, Uhren / Schmuck, Waffen).

**Größte Anbieter** sind die Lebensmittelmärkte Edeka, Aldi und Netto in Winnweiler. Diese Märkte fungieren zugleich als Magnetbetriebe für die örtlichen Kleinbetriebe. Im Durchschnitt liegt die Betriebsgröße bei rd. 110 m<sup>2</sup> VK je Betrieb.

Auch der Blick auf die Betriebstypen (vgl. Abbildung 4) unterstreicht die **hohe Bedeutung der Lebensmittelmärkte** für den Einzelhandel in der VG Winnweiler. Rund die Hälfte der Verkaufsflächen in der VG Winnweiler entfallen auf Supermärkte oder Discounter. Etwa 27 % der Verkaufsflächen befinden sich bei Fachgeschäften, ca. 18 % bei Fachmärkten (Baustoffe / Baubedarf) und ca. 5 % bei anderen Betriebstypen (= Mischbetriebe bzw. Sonderformen des Einzelhandels). Bezogen auf die Anzahl der Betriebe prägen allerdings Fachgeschäfte den Bestand in der VG Winnweiler, auf sie entfallen fast drei Viertel der Betriebe.

**Abbildung 4: Einzelhandelsbestand in der VG Winnweiler 2016 nach Betriebstypen**



GMA-Erhebung Januar 2016

In **räumlicher Hinsicht** ist der Einzelhandelsbestand klar auf die Ortsgemeinde Winnweiler konzentriert (vgl. Tabelle 3). So entfällt von dem gesamten Verkaufsflächenbesatz etwa 72 % auf Winnweiler. Größere Einzelhandelsbetriebe gibt es lediglich in Wartenberg-Rohrbach und Börstadt, wo jeweils ein Baustoffhändler mit angeschlossenem Baumarkt ansässig ist. In den übrigen Ortsgemeinden sind nur vereinzelte Kleinbetriebe vorhanden, zumeist Bäckereien oder Hofläden.

Bei Winnweiler lässt sich eine erhebliche überörtliche Versorgungsbedeutung erkennen (v. a. bei Lebensmitteln). Dies entspricht der grundzentralen Versorgungsfunktion von Winnweiler.

**Tabelle 3: Einzelhandelsbestand der Ortsgemeinden in der VG Winnweiler 2016**

Ortsgemeinde	Nahrungs- u. Genussm.		Nonfood		Einzelhandel insgesamt	
	Betriebe	VK* in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK* in m <sup>2</sup>	Betriebe	VK* in m <sup>2</sup>
Börrstadt	2	< 100	1	200 – 799	3	200 – 799
Breunigweiler	2	< 100	--	--	2	< 100
Falkenstein	1	< 100	--	--	1	< 100
Gonbach	--	--	--	--	--	--
Höringen	1	< 100	--	--	1	< 100
Imsbach	--	--	1	100 – 199	1	100 – 199
Lohnsfeld	3	< 100	1	< 100	4	< 100
Münchweiler	2	100 – 199	--	--	2	100 – 199
Schweisweiler	1	< 100	--	--	1	< 100
Sippersfeld	3	100 – 199	1	< 100	4	100 – 199
Steinbach	1	< 100	1	< 100	2	< 100
Wartenb.-Rohrb.	1	< 100	1	200 – 799	2	800 – 1.499
Winnweiler	11	3.530	26	1.350	37	4.880
<b>VG Winnweiler</b>	<b>28</b>	<b>4.000</b>	<b>32</b>	<b>2.800</b>	<b>60</b>	<b>6.800</b>

\* Aus Datenschutzgründen wurde in Ortsgemeinden mit weniger als 5 Betrieben der Verkaufsflächenbestand in Größenklassen angegeben.

GMA-Erhebung Januar 2016

### 3. Einzelhandelsausstattung im Interkommunalen Vergleich

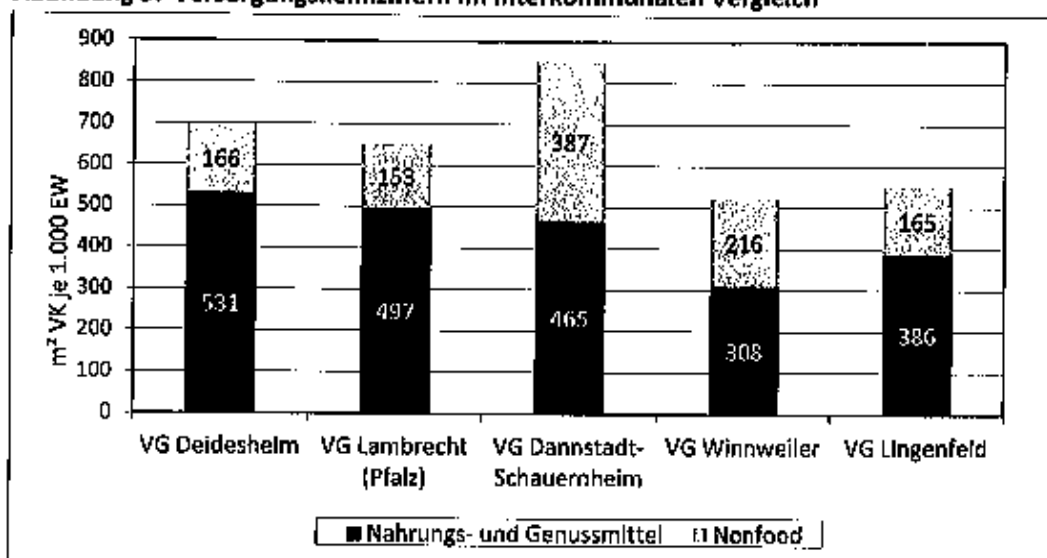
Zur ersten Einordnung der Einzelhandelsausstattung der VG Winnweiler ist es hilfreich, die Situation mit anderen Verbandsgemeinden gegenüber zu stellen. Grundlage hierfür sind Versorgungskennziffern, die die Einzelhandelsausstattung auf die Einwohnerzahlen beziehen und somit interkommunal vergleichbar machen.

Hierfür wurden in einem ersten Schritt **Ausstattungskennziffern** aus anderen Verbandsgemeinden ausgewertet (vgl. Abbildung 5). Die Ausstattungskennziffer der VG Winnweiler ist insgesamt deutlich geringer als in anderen Verbandsgemeinden. Dies resultiert v. a. aus einem schwachen Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln. Im Nonfoodbereich dagegen ist die Ausstattungskennziffer höher als in vielen anderen Verbandsgemeinden. Hierzu tragen v. a. die vorhandenen Baustofffachmärkte in Wartenberg-Rohrbach und Börrstadt bei.

In einem zweiten Schritt wurden auch **Vergleichskennziffern** (Durchschnittswerte einer bundesweiten GMA-Studie) aus **Städten mit ähnlich großen Einwohnerzahlen** herangezogen<sup>15</sup>. Allerdings sind diese Kennziffern nicht als Zielgröße oder Richtwert zu verstehen, sondern sollen lediglich der Einordnung dienen.

Im Vergleich mit Kommunen ähnlicher Größe erweist sich der **Verkausflächenbesatz** der VG Winnweiler als **gering**. Besonders der Nonfoodbereich ist eher schwach besetzt. Aber auch im Nahrungs- und Genussmittelbereich erreicht die VG Winnweiler nur **geringe Ausstattungskennziffern**. Auch unter Berücksichtigung der Versorgungsfunktion als Grundzentrum ist für die VG Winnweiler daher **Ergänzungsbedarf** erkennbar.

**Abbildung 5: Versorgungskennziffern im Interkommunalen Vergleich**



GMA-Untersuchungen 2014 – 2016

#### 4. Zusammenfassende Bewertung der Einzelhandelssituation in der VG Winnweiler

Die VG Winnweiler weist verschiedene positive und negative Eigenschaften auf, die sich auf seine Qualität als Einzelhandelsstandort auswirken. Aus Sicht des Einzelhandels sind derzeit folgende wesentliche Punkte hervorzuheben:

##### Positive Standortfaktoren

- + Ausweisung von Winnweiler als Grundzentrum
- + hohe Wohn- und Lebensqualität in den Ortsgemeinden

<sup>15</sup> Vgl. GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich“, Ludwigsburg 2012. In den Vergleich wurden 66 Kommunen mit 10.001 – 15.000 EW einbezogen.



- + starke Konzentration der Infrastruktureinrichtungen, Einzelhandels- und Komplementärangebote auf die Ortsgemeinde Winnweiler, welche zentral im VG-Gebiet liegt und verkehrlich gut erreichbar ist
- + mehrere Lebensmittelmärkte vorhanden
- + Streukundenpotenziale durch Touristen und Durchfahrende aus benachbarten Orten
- + breiter Einzelhandels- und Komplementärbesatz in der Winnweiler Ortsmitte

#### Negative Standortfaktoren

- unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau in der gesamten VG und den meisten Ortsgemeinden
- zurückgehende Einwohnerzahlen in der gesamten VG
- geringe Einwohnerpotenziale in den meisten Ortsgemeinden verhindern eine gleichmäßige Verteilung von Nahversorgungseinrichtungen im VG-Gebiet
- hügelige Topografie und teilweise große Distanzen zwischen den Ortsgemeinden erfordern Einkäufe mit dem Pkw
- insgesamt schwaches Einzelhandelsangebot in den mittel- und langfristigen Bedarfsbereichen, v. a. bei Schuhen, Sport / Fahrräder, Haushaltswaren und Möbeln
- hohe Kaufkraftabflüsse in umliegende Ober- und Mittelzentren (v. a. Kaiserslautern).

Insgesamt verfügt die VG Winnweiler derzeit über eine unterdurchschnittliche Einzelhandelsausstattung. Wie es einem Grundzentrum entspricht, konzentriert sich das Angebotsspektrum v. a. auf den kurzfristigen Bedarf. Allerdings gibt es auch im kurzfristigen Bedarfsbereich Angebotslücken. So fehlen in der VG u. a. ein Getränkefachmarkt und ein Drogeriefachmarkt.

Für größere oder spezialisierte Anbieter des mittel- und langfristigen Bedarfs (z. B. Bekleidungshäuser, Schuhfachmärkte, Möbelmärkte) ist das Einwohnerpotenzial innerhalb der VG ohnehin kaum ausreichend. Zudem sind die umliegenden und schnell erreichbaren Wettbewerbsstandorte Kaiserslautern und Alzey zu stark. Bedingt durch Lücken im Angebotsspektrum fließt deswegen besonders im Nonfoodbereich ein erheblicher Teil der Kaufkraft an andere Standorte ab.

Aufgrund der Siedlungsstruktur innerhalb der VG, die größtenteils aus sehr kleinen Ortsgemeinden besteht, besteht bei der Infrastruktur und auch im Einzelhandel eine hohe Konzentration auf Winnweiler. Eine gleichmäßige Verteilung der Versorgungseinrichtungen ist wegen dieser Siedlungsstruktur nicht möglich. Moderne Lebensmittelmärkte konnten sich daher nur in der größeren Ortsgemeinde, Winnweiler, etablieren. Kleinflächige Lebensmittel-SB-Geschäfte gibt es zudem noch in Münchweiler und Höringen. Die übrigen kleinen Ortsgemeinden sind dagegen vollständig auf das Versorgungsangebot von Winnweiler angewiesen. Jedoch ist diese Konzentration auf den zentralen Ort Winnweiler durchaus sinnvoll, da die Agglomerationseffekte für den Einzelhandel entstehen lassen. Auch für die Bürger spart die räumliche Nähe von Einzelhandels- und Versorgungseinrichtungen letztlich Wege.

### III. Marktgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

#### 1. Abgrenzung und Zonierung des Marktgebietes

Die Abgrenzung des Marktgebietes ist eine wichtige Voraussetzung zur Ermittlung des erschließbaren Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials. Als Marktgebiet wird in Anbetracht der inhaltlichen Zielsetzung vorliegender Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher die Einzelhandelsbetriebe der VG Winnweiler regelmäßig aufsuchen.

Bei der konkreten Abgrenzung des Marktgebietes wurden insbesondere folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- /// verkehrliche und topografische Bedingungen im Untersuchungsraum / lokale und regionale Verkehrsanbindung für potenzielle Kunden im Untersuchungsraum
- /// relevante Wettbewerbssituation im Umland / Wettbewerbswirkungen konkurrierender zentraler Orte
- /// Einzelhandelsbesatz (insbesondere hinsichtlich Betriebsgrößen- und Sortimentsstruktur, Fristigkeit der angebotenen Waren, Attraktivität der Geschäfte)
- /// Lage und Erreichbarkeit der Einzelhandelschwerpunkte in der VG
- /// Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Bevölkerungsschwerpunkte, Siedlungsstrukturen, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur, administrative Gliederung, Mittelbereich, Staats- und Währungsgrenze)
- /// grundsätzliche Einkaufsorientierung der Verbraucher im Untersuchungsraum (z. B. aufgrund administrativer, geografischer oder historischer Bindungen)
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte zur Häufigkeit des Einkaufs).

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren entspricht das Marktgebiet im Wesentlichen dem der Verbandsgemeinde Winnweiler.

Die Außenlinie des Marktgebietes stellt selbstverständlich keine unüberwindbare Grenze dar, sondern eher eine allgemeine Größe. Nicht alle der in der VG Winnweiler ansässigen Einzelhandelsbetriebe strahlen in gleichem Umfang in das Marktgebiet aus. Die Anziehungskraft hängt neben der Fristigkeit des Bedarfs v. a. von der Attraktivität und Größe des Anbieters ab. So bestehen auf einzelbetrieblicher Ebene teilweise Kundenverflechtungen, die über das skizzierte Marktgebiet hinausgehen, während andere Betriebe längst nicht das gesamte Marktgebiet für sich erschließen können.

Insgesamt umfasst das Bevölkerungspotenzial im Marktgebiet der VG Winnweiler (= Verbandsgemeindegebiet) derzeit rund **12.980 Personen**. Davon leben etwa 36 % in Winnweiler, je ca. 9 % in Münchweller und Sippersfeld, je ca. 5 – 7 % in Börrstadt, Lohnsfeld, Imsbach, Steinbach und Höringen sowie jeweils ca. 1 – 4 % in den übrigen Ortsgemeinden.

Weitere Umsatzzufüsse können z. B. von Berufspendlern aus den umliegenden Orten oder auch Touristen / Tagestouristen kommen. Hier ist aber nicht mehr von intensiven Einkaufsbeziehungen zur VG Winnweiler auszugehen. Bei diesen Umsätzen ist von sog. „Streuumsätze“ zu sprechen.

## 2. Kaufkraft in der VG Winnweiler

Die Berechnung des im abgegrenzten Marktgebiet (d. h. in der VG Winnweiler) vorhandenen Kaufkraftvolumens wird speziell für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Dazu werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes Wiesbaden sowie GMA-Statistiken verwendet, die auf intensiven Marktrecherchen beruhen. Nach Berechnungen der GMA beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland (einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk und in Apotheken<sup>16</sup>) derzeit pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.410 €. Davon entfallen ca. 36 % (ca. 1.968 €) auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. ca. 64 % (ca. 3.442 €) auf Nichtlebensmittel (Nonfood).

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist auch das lokale Einkommensniveau (Kaufkraftniveau) zu berücksichtigen. Das Kaufkraftniveau bewegt sich in den einzelnen Ortsgemeinden zwischen 90,5 (Falkenstein) und 102,9 (Gonbach).<sup>17</sup> Im Durchschnitt errechnet sich für die VG Winnweiler ein Kaufkraftniveau von 97,9, d. h. die Kaufkraft liegt 2,1 % unter dem Bundesdurchschnitt (normierter Wert 100,0).

Unter Berücksichtigung der aktuellen einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben, der lokalen Kaufkraftkoeffizienten und der Einwohnerzahlen für die VG Winnweiler im Marktgebiet beläuft sich das aktuelle einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial auf insgesamt ca. **68,6 Mio. €** (vgl. Tabelle 4). Von dem Kaufkraftpotenzial entfallen ca. 23,2 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 40,7 Mio. € auf Nichtlebensmittel.

<sup>16</sup> Ohne verschreibungspflichtige Medikamente.

<sup>17</sup> Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2014.

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der VG Winnweiler 2015

Hauptwarengruppen	Kaufkraft in Mio. €
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>25,0</b>
Gesundheit, Körperpflege	4,8
Blumen, zoologischer Bedarf	1,6
Bücher, Schreib- und Spielwaren	3,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	8,8
Elektrowaren, Medien, Foto	6,7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	7,5
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	6,1
Optik, Uhren / Schmuck	1,5
Sonstige Sortimente	3,3
<b>Nichtlebensmittel gesamt</b>	<b>49,6</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>68,6</b>

GMA-Berechnungen Januar 2016; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

In den einzelnen Ortsgemeinden existieren folgende Kaufkraftpotenziale (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich):

	Insgesamt	davon für Nahrungs- und Genussmittel
/// Börstadt	ca. 4,8 Mio. €	ca. 1,8 Mio. €
/// Breunigweiler	ca. 2,3 Mio. €	ca. 0,8 Mio. €
/// Falkenstein	ca. 0,9 Mio. €	ca. 0,3 Mio. €
/// Gonbach	ca. 2,7 Mio. €	ca. 1,0 Mio. €
/// Höringen	ca. 3,5 Mio. €	ca. 1,3 Mio. €
/// Imsbach	ca. 4,4 Mio. €	ca. 1,6 Mio. €
/// Lohnsfeld	ca. 4,6 Mio. €	ca. 1,7 Mio. €
/// Münchweiler a. d. Alsenz	ca. 6,3 Mio. €	ca. 2,3 Mio. €
/// Schweisweiler	ca. 1,6 Mio. €	ca. 0,6 Mio. €
/// Sippersfeld	ca. 6,2 Mio. €	ca. 2,2 Mio. €
/// Steinbach a. Donnersberg	ca. 4,0 Mio. €	ca. 1,5 Mio. €
/// Wartenberg-Rohrbach	ca. 2,4 Mio. €	ca. 0,9 Mio. €
/// Winnweiler	ca. 25,0 Mio. €	ca. 9,1 Mio. €

Im Verhältnis aus der Umsatzleistung (ca. 31,0 Mio. €) und des örtlichen Kaufkraftpotenzials (ca. 68,6 Mio. €) errechnet sich eine Zentralitätskennziffer des Einzelhandels von ca. 45<sup>18</sup>. Hieraus wird ersichtlich, dass aus der VG Winnweiler erhebliche Kaufkraftabflüsse an andere Einkaufsorte vorliegen. Dies ist besonders in den Nonfoodbranchen der Fall (z. B. bei Möbeln, Bau- und Heimwerkerbedarf, Mode, Schuhe).

### 3. Kaufkraftströme

Insgesamt erzielte der Einzelhandel der VG Winnweiler im Jahr 2014 nach GMA-Berechnungen eine Brutto-Umsatzleistung von ca. 31,0 Mio. €. Davon entfielen nach Bereinigung<sup>19</sup> ca. 20,6 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 10,4 Mio. € auf Nichtlebensmittel. Etwa 86 % der Umsätze<sup>20</sup> stammen von Kunden aus der VG Winnweiler (Insgesamt ca. 26,6 Mio. €). Durch auswärtige Kunden erfolgen Kaufkraftzuflüsse in Höhe von ca. 4,4 Mio. €.

Die Kaufkraftbindung in der VG Winnweiler lässt sich durch Gegenüberstellung der bereinigten Umsatzleistung mit dem Kaufkraftpotenzial ermitteln.

Für den Bereich Nahrungs- und Genussmittel beträgt die Kaufkraftbindungsquote

ca. 18,6 Mio. €	:	ca. 25,0 Mio. €	=	ca. 74 – 75 %
(Umsatz mit Kunden aus der VG Winnweiler)		(Kaufkraft der örtlichen Wohnbevölkerung)		(Kaufkraftbindung)

Für den Bereich Nichtlebensmittel (Nonfood) beträgt die Kaufkraftbindungsquote

ca. 8,0 Mio. €	:	ca. 43,6 Mio. €	=	ca. 18 – 19 %
(Umsatz mit Kunden aus VG Winnweiler)		(Kaufkraft der örtlichen Wohnbevölkerung)		(Kaufkraftbindung)

Für den Einzelhandel insgesamt beträgt die Kaufkraftbindungsquote

ca. 26,6 Mio. €	:	ca. 68,6 Mio. €	=	ca. 39 %.
(Umsatz mit Kunden aus VG Winnweiler)		(Kaufkraft der örtlichen Wohnbevölkerung)		(Kaufkraftbindung)

<sup>18</sup> Die Zentralitätskennziffer des Einzelhandels errechnet sich aus dem erzielten Umsatz in der betreffenden Kommune im Verhältnis zur Kaufkraft der dortigen Wohnbevölkerung. Sie stellt damit ein Indiz für die Attraktivität des betreffenden Einzelhandelsstandorts – auch für auswärtige Kunden – dar. Werte von über 100 zeigen erhebliche Kaufkraftzuflüsse an, bei Werten unter 100 liegen hohe Kaufkraftabflüsse vor. Es ist aber zu berücksichtigen, dass es sich um einen rein rechnerischen Wert handelt, der umso höher ausfällt, je niedriger die Kaufkraft am Ort selbst ist und je größer das Marktgebiet des Einzelhandelsstandorts ist (abhängig u. a. von der Entfernung zu Oberzentren, von der Lage an Autobahnen / Bundesstraßen sowie von der Präsenz von Großbetrieben wie Möbelhäuser oder Bau- und Heimwerkermärkte mit großer Marktreichweite).

<sup>19</sup> Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Sortimenten zugeordnet.

<sup>20</sup> Durchschnittswert; je nach Branche und Einzelbetrieb bestehen teilweise erhebliche Unterschiede.

Bei der Betrachtung der Kaufkraftbindungswerte für die VG zeigt sich, dass etwa 39 % der vorhandenen Kaufkraft (= ca. 26,6 Mio. €) am Ort gebunden werden kann. Umgekehrt betragen die Kaufkraftabflüsse ca. 42,0 Mio. € bzw. ca. 61 % des Kaufkraftvolumens. Diese fließen an andere Standorte ab oder werden von nicht einzelhandelsrelevanten Betriebsformen abgeschöpft (z. B. Onlinehandel). Kaufkraftabflüsse in erheblicher Höhe liegen besonders im Möbelhandel vor, aber auch in den Branchen Bekleidung, Schuhe, Sportartikel und Medien.

Im Vergleich mit anderen Kommunen ähnlicher Größenordnung sind die ermittelten Kaufkraftbindungswerte wie folgt zu bewerten:

- /// Die Kaufkraftbindungsquote im Nahrungs- und Genussmittelbereich stellt mit ca. 74 – 75 % einen ausbaubaren Wert dar.
- /// Im Nichtlebensmittelsektor liegt die Kaufkraftbindungsquote für die VG Winnweiler im Durchschnitt nur bei 18 – 19 %. Besonders in den Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport, Hausrat / Einrichtung / Möbel, Drogerie- und Parfümeriewaren, Elektrowaren / Medien sowie Spielwaren fließen große Teile der Kaufkraft in umliegende Städte ab (z. B. nach Kaiserslautern, Alzey oder Grünstadt) oder gehen zu Onlineanbietern. Noch relativ hohe Kaufkraftbindungsquoten erreichen dagegen die Warengruppen Blumen, Bücher / Zeitschriften, Optik und Baubedarf, für die es Anbieter in der VG Winnweiler gibt. Steigerungen erscheinen v. a. bei Drogeriewaren als klassischem Nahversorgungssortiment noch denkbar.
- /// Insgesamt liegt die Kaufkraftbindungsquote für den gesamten Einzelhandel in der VG Winnweiler mit ca. 39 % in einem recht niedrigen Bereich. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass Winnweiler nur als Grundzentrum ausgewiesen ist und somit in erster Linie die Deckung des kurzfristigen Bedarfs innerhalb der VG übernehmen soll. Ausbaufähig bzw. ergänzungsbedürftig erscheint im kurzfristigen Bedarfsbereich das Angebot an Lebensmitteln, Drogeriewaren, Getränken und Heimtierbedarf.

#### **IV. Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandel in der Verbandsgemeinde Winnweiler**

##### **1. Rahmenbedingungen der Weiterentwicklung bis 2020**

Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf einen mittelfristigen Prognosehorizont, d. h. einen Zeitraum von ca. 5 – 10 Jahren. Weiter reichende Prognosen wären aufgrund der damit verbundenen Unsicherheiten (z. B. angesichts der skizzierten Marktentwicklungen im Einzelhandel, des künftigen Verbraucherverhaltens, konjunktureller und inflatorischer Einflüsse sowie der Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet) u. E. nicht seriös.

Die mittelfristige Entwicklung des Kaufkraftvolumens ist einerseits abhängig von konjunkturellen Einflüssen und dem zukünftigen Verbraucherverhalten, andererseits von der Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet.

Zudem sind auch Entwicklungen in konkurrierenden Einkaufsorten zu berücksichtigen, welche das Marktgebiet des Winnweilener Einzelhandels schmälern könnten. Als weitere Konkurrenz ist der Online-Handel zu beachten. Online-Shopping zeigt ungebrochen hohe Zuwachsraten, nicht nur in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger sondern auch bei Mode, Schuhen oder Spezialartikeln aller Branchen. Befördert wird der Online-Handel durch eine zunehmende Internetaffinität aller Altersgruppen, eine bessere Versorgung mit schnellem Internet sowie den wachsenden Ausstattungsgrad mit PCs, Laptops, Notebooks und Tabletcomputern. Hinzu kommen die rasante Verbreitung von Smartphones und die damit verbundene Zugangsmöglichkeiten zu Mobile-Commerce-Angeboten.<sup>21</sup> Das Europäische Handelsinstitut (EHI) geht in einer aktuellen Studie davon aus, dass der Onlinehandel bis zum Jahr 2025 einen Marktanteil von bis zu 25 % erreichen kann. Dies wird gravierende Folgen für den stationären Einzelhandel haben, sofern dieser es nicht schafft, über Multi-Channel-Strategien ebenfalls am Wachstum des Onlinehandels zu partizipieren.

Unter Berücksichtigung dieser externen Entwicklungen ist nicht zu erwarten, dass der Einzelhandel der VG Winnweiler seine Marktbedeutung ausweiten kann. Dies trifft nicht nur auf den Non-food-Einzelhandel zu, sondern auch auf den Lebensmitteleinzelhandel. Zu berücksichtigen sind zum einen Modernisierungsprojekte in den Umlandkommunen, zum anderen Ausweitung von Onlineangeboten und Optimierungsbestrebungen des Handels. Grundsätzlich muss sich der Einzelhandelsstandort Winnweiler daher darum bemühen, seine Wettbewerbsposition bzw. sein Marktgebiet zu erhalten.

<sup>21</sup> Vgl. Trend Topic E-Commerce – Axel Springer AG Marktanalyse, Hamburg August 2011, S. 2f.

## 2. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose In mittlerer Frist (2020)

In den letzten 10 Jahren wies die VG Winnweiler bereits ein rückläufiges Bevölkerungsaufkommen auf. Für die kommenden Jahrzehnte erwartet das Statistische Landesamt Rheinland-Pfalz daher einen weiteren Rückgang der Einwohnerzahlen. Demnach ist für die VG Winnweiler im Jahr 2020 mit einer Bevölkerungszahl von ca. 12.480 zu rechnen (-4,7 % gegenüber 2013). Danach wird der Rückgang der Geburtenzahlen zu fortschreitenden Bevölkerungsverlusten führen (bis 2035 -13,8 % gegenüber 2013).<sup>22</sup> Rückgänge sind besonders bei Kindern, Jugendlichen und jüngeren Erwachsenen zu erwarten.

Diese Prognose des Statistischen Landesamts wäre ggf. zu korrigieren, wenn sich die Zahl der Einwohnerzuzüge erheblich von den – auf Trendfortschreibungen basierenden – Annahmen des Statistischen Landesamts unterscheidet. Dies könnte z. B. durch die Ausweisung von größeren Wohnbaugebieten und eine erheblichen Zuzug von Asylbewerbern eintreten. Dieses ist aber nach derzeitigem Kenntnisstand im Verbandsgemeindegebiet in naher Zukunft nicht geplant.

Für die Kaufkraftprognose wird unterstellt, dass bis zum Jahr 2020 keine wesentlichen Veränderungen der Sparquote und des Ausgabeverhaltens der Verbraucher eintreten.

Die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland wird nach GMA-Berechnungen im Jahr 2020 ca. € 5.617 p. a. pro Kopf der Wohnbevölkerung betragen.<sup>23</sup> Die Pro-Kopf-Ausgaben 2020 entsprechen gegenüber 2014 einer nominalen Steigerung<sup>24</sup> von ca. 3,8 %. Jedoch werden Verschiebungen zwischen den einzelnen Warengruppen eintreten. Künftig zunehmende Pro-Kopf-Ausgaben sind besonders für die Warengruppen Apotheken- und Sanitätswaren sowie Heimtierbedarf zu erwarten. In den Warengruppen Bäckerei- und Fleischereiwaren, Bücher, Schreibwaren, Unterhaltungselektronik, Haushaltswaren, Teppiche / Bodenbeläge und Uhren / Schmuck ist hingegen von stagnierenden oder sogar zurückgehenden Kaufkraftvolumina auszugehen<sup>25</sup>.

Bei der Größe des Marktgebiets und den lokalen Kaufkraftkoeffizienten wurden gleichbleibende Werte angesetzt.

<sup>22</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz: Rheinland-Pfalz 2035 – Vierte kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung für die verbandsfreien Gemeinden und die Verbandsgemeinden (Basisjahr 2013) – Ergebnisse für den Donnersbergkreis. Die genannten Prozentzahlen beziehen sich jeweils auf die mittlere Variante.

<sup>23</sup> In der Kaufkraftprognose der GMA sind sowohl Veränderungen des verfügbaren Einkommens (einschließlich inflationsbedingten Steigerungen) als auch Verschiebungen bei den einzelnen Ausgabebeträgen aufgrund von Nachfrageänderungen enthalten (z. B. verstärkte Nachfrage nach Gesundheitsprodukten, nach Elektrowaren oder nach Einrichtungs-, Garten- und Heimwerkerzubehör).

<sup>24</sup> Einschließlich inflationsbedingten Steigerungen und Nachfrageverschiebungen. Eine belastbare Prognose der realen Kaufkraftsteigerungen ist zum derzeitigen Zeitpunkt nicht möglich.

<sup>25</sup> Etwa wegen zu erwartender Nachfragerückgänge nach diesen Produkten (etwa durch Verschiebung des Angebotsverhaltens oder durch hohe Marktsättigung wie bei einem bereits sehr hohem Ausstattungsgrad mit diesen Produkten) oder aufgrund eines branchenweiten Preisverfalls (z. B. wegen der Durchsetzung von preisaggressiven Angebotskonzepten).



Unter Berücksichtigung der zukünftigen Pro-Kopf-Ausgaben, des lokalen Kaufkraftniveaus und des korrigierten Einwohnerprognosewerts errechnet sich für das Gebiet der VG Winnweiler im Prognosezeitraum 2020 ein Kaufkraftpotenzial von ca. 68,5 Mio. € (vgl. Tabelle 5), d. h. es sind nur wenig Veränderungen zu erwarten.

**Tabelle 5: Entwicklung des Kaufkraftpotenzials in der VG Winnweiler bis 2020**

Hauptwarengruppen	Kaufkraft in Mio. €			Zunahme in %
	2020	2014	Zunahme	
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>24,9</b>	<b>25,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,4</b>
Gesundheit, Körperpflege	4,9	4,8	+0,1	+2,6
Blumen, zoologischer Bedarf	1,7	1,6	+0,1	+2,8
Bücher, Schreib- und Spielwaren	3,2	3,3	-0,1	-4,2
Bekleidung, Schuhe, Sport	8,8	8,8	+0,0	+0,5
Elektrowaren, Medien, Foto	6,7	6,7	-0,0	-0,2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	7,4	7,5	-0,1	-1,0
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	6,1	6,1	+0,0	+0,4
Optik, Uhren / Schmuck	1,5	1,5	+0,0	+0,3
Sonstige Sortimente	3,3	3,3	-0,0	-0,2
<b>Nichtlebensmittel insgesamt</b>	<b>43,6</b>	<b>43,6</b>	<b>+0,0</b>	<b>+0,0</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>68,5</b>	<b>68,6</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,1</b>

GMA-Berechnungen Januar 2016; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

### 3. Schlussfolgerungen für die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Winnweiler

In den einzelnen Hauptwarengruppen lassen sich – unter Berücksichtigung der bestehenden Angebots- und Nachfragesituation, der Standortrahmenbedingungen sowie der grundzentralen Versorgungsfunktion Winnweilers – folgende **Entwicklungspotenziale** ableiten:

- Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** sind in der VG Winnweiler derzeit 28 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 4.000 m<sup>2</sup> VK vorhanden. Strukturprägende Anbieter sind ein Supermarkt und zwei Discounter in Winnweiler. Bäckereien, Metzgereien, kleine Getränkeanbieter und Hofläden runden das Angebot ab. Mit ca. 308 m<sup>2</sup> VK Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 EW weist die VG Winnweiler im Vergleich zu ähnlich großen Verbandsgemeinden in Rheinland-Pfalz ein unterdurchschnittliches Niveau auf. Entsprechend ist generell Entwicklungspotenzial vorhanden.

In diesem Zusammenhang sind die angestrebten Entwicklungen im Lebensmittelhandel in Winnweiler (Neuansiedlung REWE, Erweiterung Netto) anzusprechen. Zu den Auswirkungen dieser Vorhaben sei auf das Kapitel VI dieser Analyse verwiesen.

- /// Im Bereich **Gesundheit, Körperpflege** sind in der VG Winnweiler derzeit nur 2 Apotheken und ein Sanitätshaus ansässig. Auch unter Berücksichtigung der zukünftig steigenden Nachfrage nach Gesundheits- und Körperpflegeprodukten ist in diesem Bereich ein erheblicher Bedarf für einen Ausbau zu erkennen. Besonders die Ansiedlung eines Drogeriefachmarkts wäre sinnvoll, um die Angebotsqualität in diesem wichtigen Bereich der Grundversorgung in der Verbandsgemeinde langfristig zu erhalten.
- /// Die **übrigen Bereiche des Nonfood-Einzelhandels** sind nur punktuell besetzt (Bücher, Schreibwaren, Spielwaren, Bekleidung, Elektrowaren, Geschenkartikel, Matratzen / Betten, Baubedarf / Baustoffe, Optik, Uhren / Schmuck, Waffen).

In einigen Bereichen wäre eine Ergänzung des Angebots durchaus denkbar (z. B. Fachanbieter für Bekleidung und Schuhe). Jedoch dürfte in den meisten Branchen das Nachfragepotenzial nicht ausreichen, um größere Anbieter in der VG Winnweiler neu anzusiedeln. Auch die regionale Wettbewerbssituation schränkt die realistischen Ansiedlungschancen ein, zumal sich über die Autobahnen und die Bundes- und Landesstraßen von der VG Winnweiler aus sehr schnell konkurrierende Einzelhandelsstandorte erreichen lassen. Daher ist für den Nonfood-Einzelhandel eine wesentliche Bestandserweiterung wohl nicht realistisch. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass Neuansiedlungen von großflächigen Fachmärkten in Grundzentren eigentlich nicht vorgesehen sind, sofern sie nicht der Nahversorgung dienen.

## V. Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Winnweiler

### 1. Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes

Das Einzelhandelskonzept soll als zukunftsorientiertes Planungskonzept für die geordnete Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Winnweiler dienen, um gewünschte Branchen künftig gezielt an hierfür geeignete Standorte lenken zu können. Damit fungiert das Konzept als Grundlage für eine sachgerechte und transparente Beurteilung von Ansiedlungs-, Erweiterungs- und Umsiedlungsvorhaben. Gleichzeitig werden damit Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung formuliert.

Als wesentliche Ziele des Einzelhandelskonzeptes können festgehalten werden:

- /// Festlegung von Grundsätzen zur sachgerechten Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben
- /// Sicherung und Weiterentwicklung der wohnortnahen Grundversorgung mit Lebensmitteln und anderen Sortimenten des täglichen Bedarfs
- /// Weiterentwicklung der Ortsmitte Winnweiler als zentraler Versorgungsbereich
- /// Förderung von Nahversorgungsschwerpunkten im Verbandsgemeindegebiet, die mit allen Verkehrsträgern gut erreichbar sind
- /// Reglementierung des Einzelhandels in den Gewerbegebieten
- /// Sparsamer Umgang mit Flächenressourcen, als Voraussetzung künftiger Entwicklungsmöglichkeiten für Gewerbe, Wohnen, Tourismus, Landwirtschaft und Natur.

Das Einzelhandelskonzept umfasst folgende Bausteine:

- /// **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert ortsspezifisch die innenstadtrelevanten und nicht Innenstadtrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- /// **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzepts erfolgt die Festlegung räumliche Prioritäten zur gezielten Lenkung und Weiterentwicklung des Einzelhandels in verschiedenen Standortlagen. Gemäß LEP IV sind zentrale Versorgungsbereiche (nur hier sind großflächige Einzelhandelsvorhaben mit Innenstadtrelevanten Sortimenten erlaubt) und Ergänzungsstandorte (nur für nicht Innenstadtrelevante Sortimente) zu definieren.

## 2. Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

Das Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelssteuerung dienen. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen.

Im Rahmen des Standortkonzepts erfolgt eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in eine Zentren- und Standortstruktur:

- / Der zentrale Versorgungsbereich gilt als besonders schutzwürdige Einkaufslage (vgl. § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO). Im Sinne einer an den Leitlinien der Regional- und Landesplanung ausgerichteten Einzelhandelspolitik sollten Neuansiedlungen großflächiger Betriebe (> 800 m<sup>2</sup> VK) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten auf diesen Standortbereich gelenkt werden.

Allerdings wurde der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, so dass keine allgemein gültige Definition vorliegt. In der Rechtsprechung wurden durch das Oberverwaltungsgericht NRW<sup>26</sup> verschiedene Kriterien festgelegt, die durch das Bundesverwaltungsgericht<sup>27</sup> (BVerwG) bestätigt wurden. Danach ist festzuhalten, dass zentrale Versorgungsbereiche der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen dienen. Es handelt sich dabei mindestens um das Hauptzentrum eines Ortes (z. B. Innenstadt), allerdings können auch Stadtteil- und Nahversorgungszentren als zentrale Versorgungsbereiche definiert werden. Das Angebotsspektrum und die Nutzungsmischung orientieren sich an dem zu versorgenden Einzugsbereich (z. B. gesamtes Gemeindegebiet, Stadtteil, Wohnumfeld) der Standortlage<sup>28</sup>.

Die Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus planerischen Festlegungen (z. B. im Flächennutzungsplan, in Bebauungsplänen, in Raumordnungsplänen) sowie aus raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepten). Des Weiteren sind jedoch auch die nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnisse<sup>29</sup> entscheidend für die Bewertung, ob ein zentraler Versorgungsbereich vorliegt. Maßgeblich ist die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist jedoch als konstituierendes Element zu sehen, welches durch Komplementärnutzungen ergänzt wird. Als Rahmenbedingungen sind städtebauliche Gegebenheiten sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen zu berücksichtigen (vgl. Kap. I.2). Wesentlich ist, dass der Bereich tatsächlich als „Zentrum“ fungiert und über das unmittelbare Nahumfeld hinausgehend Versorgungsfunktionen übernimmt (also z. B. für die gesamte VG oder für größere Teilbereiche).

<sup>26</sup> Vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05.

<sup>27</sup> Vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07 sowie vom 17.12.2003 - 4 C 2/08.

<sup>28</sup> Vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05.

<sup>29</sup> Aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

- / Neben den zentralen Versorgungsbereichen sieht das rheinland-pfälzische LEP IV auch die Möglichkeit der Bestimmung von Versorgungsbereichen für die Lebensmittel-Nahversorgung vor, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung<sup>30</sup> der Bevölkerung erforderlich ist (vgl. Z 57 LEP IV). In solchen Versorgungsbereichen sollen „vorrangig Betriebe mit einem dauerhaften breiten Sortimentsangebot (Lebensmittelvollsortimenter mit den nahversorgungsrelevanten Sortimenten wie Lebensmittel, Getränke, Drogerie, Kosmetik, Haushaltswaren)“<sup>31</sup> angesiedelt werden. Die Notwendigkeit ist mit einem kommunalen Einzelhandelskonzept zu belegen.

Dies betrifft Standorte, die wegen geringen Besatzes oder fehlender räumlicher Konzentration von zentrenprägenden Nutzungen nicht als zentrale Versorgungsbereiche eingestuft werden können, da sie nicht die erforderlichen Mindestanforderungen zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs erfüllen. Da Lebensmittelmärkten – besonders Lebensmittelvollsortimentern mit ihren weitergehenden Angeboten an nahversorgungsrelevanten Waren – eine elementare Funktion für die Aufrechterhaltung der Grundversorgung der Gemeinde und eine hohe Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung zukommt, sind ihre Standorte ebenfalls nach Möglichkeit zu sichern und ggf. zu stärken. Die Versorgungsbereiche Lebensmittel-Nahversorgung stellen zwar keine formalen zentralen Versorgungsbereiche<sup>32</sup> gemäß BauGB dar, sind aber in ihrer Existenz und Sicherung als städtebauliches Ziel zu verstehen und dementsprechend ebenfalls schutzwürdig.

- / Bei Ergänzungsstandorten handelt es sich um autokundenorientierte Standorte für den nicht Innenstadtrelevanten Einzelhandel, die zumeist aus großflächigen Betrieben (v. a. Fachmärkten) bestehen. Wegen der meist nicht integrierten Lage, des begrenzten Warenspektrums und der i. d. R. fehlenden Komplementärnutzungen gelten diese Standorte aber nicht als zentrale Versorgungsbereiche. Die Ergänzungsstandorte sollen vorrangig als Standorte für die Ansiedlung von Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dienen und damit – im Hinblick auf die gesamtörtliche Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen.

Einzelhandelsbetriebe an Standorten, die weder als zentrale Versorgungsbereiche noch als Ergänzungsstandorte einzustufen sind, sind als sonstige Lagen zu klassifizieren. Hierzu zählen sowohl siedlungsräumlich integrierte Standorte (z. B. wohnortnahe Lagen) als auch dezentrale Bereiche (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete). Diese Betriebe an solchen Standorten genießen zwar Bestandsschutz, können aber – als nicht zentrale Versorgungsbereiche – keinen besonderen Schutz durch das BauGB für sich beanspruchen.

<sup>30</sup> Gemäß LEP IV, Fußnote zu Z 57, „handelt es sich um Sortimente des täglichen kurzfristigen Bedarfs, die typischerweise im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel angeboten werden“.

<sup>31</sup> Quelle: LEP IV, Begründung / Erläuterung zu Z 57.

<sup>32</sup> Im Sinne eines schutzwürdigen Bereichs gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO.

### 3. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet zusammen mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels gezielt gesteuert werden kann. Damit können Innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente in Gewerbegebieten auch unterhalb der Grenze der Großflächigkeit rechtssicher ausgeschlossen werden.

Aufgabe des sortimentsbezogenen Leitbilds ist es, diejenigen Einzelhandelsbranchen festzulegen, welche wesentlich für die Nutzungsvielfalt und Attraktivität zentraler Versorgungsbereiche (Innenstädte, Stadt- und Stadtteilzentren) sind.

**Innenstadtrelevante Sortimente** tragen maßgeblich zu einem aus städtebaulicher Sicht wünschenswerten Einkaufserlebnis in Stadt- bzw. Ortszentren bei. Innenstadtrelevante Sortimente weisen im Allgemeinen eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit, einen begrenzten Flächenbedarf in der Präsentation sowie eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten auf. Als innenstadtrelevant sind solche Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen nennenswerte Umsatzzumlenkungen zu Lasten zentraler Versorgungsbereiche auslösen kann, woraus dort Verdrängungseffekte und Funktionsverluste resultieren. Grundlage der Einordnung der einzelnen Sortimente bilden die ermittelten Bestandsstrukturen in gewachsenen Zentren, die realistischen Ansiedlungschancen in den zentralen Versorgungsbereichen und das aus städtebaulichen Gründen erwünschte Sortimentsspektrum in den zentralen Versorgungsbereichen. Die Einstufung eines Sortimentes als innenstadtrelevant setzt nicht zwingend voraus, dass dieses zum Zeitpunkt der Bewertung in einem zentralen Versorgungsbereich vertreten ist. Auch Sortimente, die derzeit nicht oder nur in einem geringen Umfang in der betreffenden zentralen Lage angeboten werden, die aber einen wesentlichen Beitrag zur Gesamtattraktivität der zentralen Lage leisten würden, können als zentrenrelevant eingestuft werden. Jedoch muss eine solche Ansiedlung bei Beachtung städtebaulicher, verkehrlicher und marktseitiger Rahmenbedingungen (betriebswirtschaftliche Sicht möglicher Betreiber) auch realistisch sein.

Im LEP IV werden folgende Sortimente als innenstadtrelevant aufgeführt:

- /// Nahrungsmittel *(zugleich Sortiment der Grundversorgung)*
- /// Drogeriewaren / Kosmetikartikel *(zugleich Sortiment der Grundversorgung)*
- /// Haushaltswaren / Glas / Porzellan *(zugleich Sortiment der Grundversorgung)*
- /// Bücher / Zeitschriften, Papier / Schreibwaren, Büroartikel
- /// Kunst / Antiquitäten
- /// Baby- / Kinderartikel
- /// Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- /// Unterhaltungselektronik / Computer, Hifi / Elektroartikel

- /// Foto / Optik
- /// Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche, Textilien / Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- /// Musikalienhandel
- /// Uhren / Schmuck
- /// Spielwaren, Sportartikel
- /// Blumen
- /// Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Mofas
- /// Zooartikel, Tiernahrung und Tiere.

Im LEP IV werden außerdem Sortimente der Grundversorgung benannt; dabei handelt es sich um Sortimente, die typischerweise in Lebensmittelmärkten angeboten werden (Nahrungsmittel, Drogeriewaren / Kosmetik und Haushaltswaren / Glas / Porzellan).

Abweichungen von der landesplanerischen Einstufung sind grundsätzlich möglich, erscheinen im vorliegenden Fall jedoch nicht erforderlich. So sind in der VG Winnweiler ohnehin nur geringe Entwicklungsspielräume gegeben.

Als nicht innenstadtrelevant gelten solche Sortimente, die in zentralen Versorgungsbereichen nicht oder nur in geringem Umfang vertreten sind und dort infolge fehlender oder nur geringer Frequenzwirkung auch nur geringe Synergieeffekte hervorrufen würden. Das Angebot von solchen Sortimenten an städtebaulich nicht integrierten Standorten stellt daher i. d. R. keine Gefährdung für die zentralen Lagen dar. Es handelt sich dabei v. a. um voluminöse, schwere oder sperrige Güter, die ganz überwiegend von Pkw-Kunden nachgefragt werden. Hieraus resultiert ein großer ebenerdiger Flächenbedarf, ein hoher Anspruch an die Verkehrsgunst und ein möglichst niedriges Mietkostenniveau des Standortes. Eine Ansiedlung solcher Anbieter außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist daher auch aus städtebaulichen Gründen wünschenswert.

Auf Grundlage der Einzelhandelsverteilung, der komplementären Einrichtungen und der städtebaulichen Gegebenheiten in der VG Winnweiler wird die in Abbildung 7 dargestellte kommunale Sortimentsliste der VG Winnweiler und ihre Untergliederung in innenstadtrelevante Sortimente (einschließlich Sortimente der Grundversorgung) und nicht innenstadtrelevante Sortimente vorgeschlagen.

**Übersicht 1: Sortimentskonzept der Verbandsgemeinde Winnweiler 2016 (GMA-Vorschlag)**

Kategorie	Sortimente	Zulässigkeit
<b>Innenstadtrelevante Sortimente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Apothekenwaren</li> <li>▪ Schnittblumen</li> <li>▪ Zooartikel, Tiernahrung und lebende Tiere</li> <li>▪ Bücher, Zeitschriften</li> <li>▪ Papier- und Schreibwaren, Büroartikel</li> <li>▪ Spielwaren, Bastelartikel</li> <li>▪ Bekleidung, Lederwaren, Schuhe</li> <li>▪ Sportbekleidung und -schuhe</li> <li>▪ Baby- und Kinderartikel</li> <li>▪ Unterhaltungselektronik, Computer, Hifi, Elektrokleingeräte, Telekommunikation, Fotobedarf</li> <li>▪ Einrichtungszubehör, Kunstgewerbe, Teppiche</li> <li>▪ Antiquitäten, Kunst</li> <li>▪ Heimtextilien, Gardinen, Handarbeitsbedarf</li> <li>▪ Campingartikel, Fahrräder u. Zubehör, Mofas</li> <li>▪ Optik, Hörgeräteakustik</li> <li>▪ Uhren, Schmuck</li> <li>▪ Musikinstrumente, Musikalien</li> </ul>	nur in zentralen Versorgungsbereichen
<b>davon Innenstadtrelevante Sortimente der Grundversorgung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel, Reformwaren, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren, Getränke, Tabak)</li> <li>▪ Drogeriewaren, Kosmetikartikel</li> <li>▪ Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik</li> </ul>	zentrale Versorgungsbereiche
<b>Nicht innenstadtrelevante Sortimente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sanitätswaren, Orthopädiebedarf</li> <li>▪ Elektrogroßgeräte, Einbaugeräte, Antennen / Satellitenanlagen, Leuchten, Beleuchtungszubehör, Elektroinstallationsbedarf</li> <li>▪ Möbel, Kücheneinrichtungen, Matratzen</li> <li>▪ Bau- und Heimwerkerbedarf, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Bodenbeläge, Eisenwaren, Farben / Lacke, Fliesen, Holz, Installationsmaterial, Markisen, Rollläden, Rollos, Sanitär / Badeeinrichtung, Tapeten, Werkzeug / Maschinen</li> <li>▪ Gartenbedarf, Garten- und Gewächshäuser, Gartenhölzer, Gartenwerkzeuge, -maschinen, Pflanzen und Zubehör, Pflanzgefäße, Pflege- / Düngemittel, Torf / Erde, Übertöpfe, Zäune</li> <li>▪ Kfz, Auto- und Motorradzubehör</li> <li>▪ Grills / Zubehör, Sportgroßgeräte, Boote, Motorradbekleidung, Waffen- und Jagdbedarf, Angelbedarf</li> <li>▪ Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse, Kamine</li> </ul>	überall möglich <i>(Auflagen bei Großflächigkeit beachten)</i>

GMA-Bewertung Januar 2016



#### 4. Standortkonzept der VG Winnweiler

Auf Grundlage der Einzelhandelsverteilung, der komplementären Einrichtungen und der städtebaulichen Gegebenheiten wird für die VG Winnweiler die nachfolgend dargestellte Zentren- und Standortstruktur vorgeschlagen (vgl. Abbildung 8 und Karte 5):

- // Als **zentraler Versorgungsbereich** (und somit als schutzwürdiger Bereich im Sinne des Baugesetzbuchs<sup>33</sup>) ist die Ortsmitte von Winnweiler einzustufen<sup>34</sup>. Dieser Bereich ist in seinen Strukturen zu sichern und bezüglich der Angebotsstrukturen in allen Bedarfsbereichen, des Städtebaus und der Immobiliensituation weiter zu entwickeln.
- // Es wird die Ausweisung eines „**Versorgungsbereichs Nahversorgung**“ angeregt, der als funktionale Ergänzung des zentralen Versorgungsbereichs die Vorhaltung von Sortimenten der Grundversorgung (Lebensmittelmärkte, Drogeriefachmarkt) sicherstellt, welche im zentralen Versorgungsbereich wegen der dortigen kleinteiligen Baustrukturen nicht integriert werden können („Flächenspendefunktion“ für den zentralen Versorgungsbereich). Als hierfür am besten geeigneter Standort in der VG Winnweiler empfiehlt sich, wegen der zentralen, verkehrlich gut erreichbaren Position im Verbandsgemeindegebiet und wegen der Nähe zu den relativ einwohnerstarken Gemeinden Lohnsfeld und Münchweiler, der Standort Industriestraße / Winnweillerer Straße am südlichen Ortsrand von Winnweiler<sup>35</sup>, wo im Umfeld bereits ein Lebensmittelmarkt (Aldi, Edeka) ansässig sind.

Die Ansiedlung von weiteren, nicht-nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsanbietern, Dienstleistern oder Gastronomiebetrieben in diesem Versorgungsbereich Nahversorgung soll nicht erfolgen, um den zentralen Versorgungsbereich in seinen Bestands- und Entwicklungsmöglichkeiten nicht zu beeinträchtigen.

- // Zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung wird ergänzend ein „**Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung**“ ausgewiesen. Dieser stellt zwar keinen formalen zentralen Versorgungsbereich gemäß BauGB dar, ist aber in seiner Existenz und Sicherung als städtebauliches Ziel zu verstehen und daher ebenfalls schutzwürdig. Es handelt es sich dabei um den Standort des Lebensmittelmarkts Edeka an der nördlichen Industriestraße, der wichtige Nahversorgungsfunktionen insbesondere für die Bevölkerung von Winnweiler übernimmt.

<sup>33</sup> Gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO.

<sup>34</sup> Gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO.

<sup>35</sup> Der Standort befindet sich auf Gemarkung Lohnsfeld.

Der **jetzige Standort** des Netto-Markts an der Jakobstraße, ebenfalls außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gelegen, wird nicht als Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung ausgewiesen, da der Netto-Markt verlagert und der Altstandort danach als Lebensmittelstandort aufgegeben werden soll.

Die Ausweisung von **Ergänzungsstandorten** für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten (Möbelmärkte, Baumärkte usw.) erscheint aus heutiger Sicht **nicht erforderlich**. Ohnehin wäre die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben an solchen Ergänzungsstandorten nur in zentralen Orten, d. h. im Grundzentrum Winnweiler, landesplanerisch zulässig. Wegen der regionalen Wettbewerbssituation und den landesplanerischen Flächenbegrenzungen (in Grundzentren sind nur Betriebe bis zu 2.000 m<sup>2</sup> VK zulässig) ist die Ansiedlung von solchen Märkten zudem wenig wahrscheinlich.

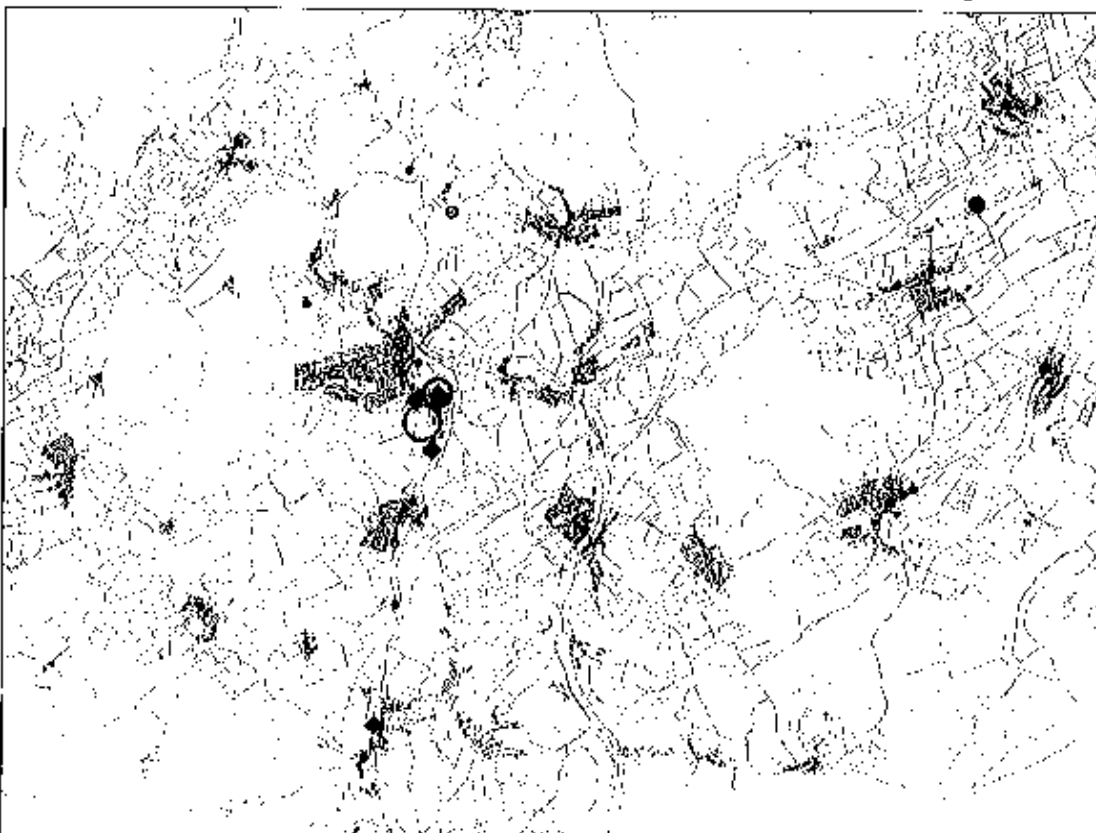
In **Gewerbegebieten** außerhalb des vorgeschlagenen Versorgungsbereichs Nahversorgung sollte ein Einzelhandelsausschluss angestrebt werden, um ausreichend Flächen für das produzierende Gewerbe vorzuhalten.

**Abbildung 6: Standortkonzept der VG Winnweiler 2016 (GMA-Vorschlag)**

zentraler Versorgungsbereich	<b>Versorgungsbereich Nahversorgung</b>	Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung
<b>Ortsmitte Winnweiler</b>	<b>Gewerbegebiet Winnweiler / Lohnsfeld</b>	<b>Nördliche Industriestraße</b>
Zentrumsumfassenden Versorgungsbereich (ZuV)	Versorgungsbereich für die Versorgung der Bevölkerung im Gebiet der Verbandsgemeinde Winnweiler	Wohnortnaher Bestandsstandort eines Lebensmittelmarkts (Edeka)
alle Sortimente zulässig	nur Basissortimente zulässig Lebensmittel-Nahversorgung zulässig	nur Lebensmittel zulässig

GMA Darstellung 2016

**Karte 5: Einzelhandelskonzept der Verbandsgemeinde Winnweiler: Standortkonzept**



**Legende**

- Zentrale Versorgungsbereiche
- Versorgungsbereich Nahversorgung
- Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung

Symbolhafte Darstellung:  
Abgrenzungen nicht parzellenscharf

Kartengrundlage:  
Verbandsgemeinde Winnweiler  
GMA-Bearbeitung 2016

#### 4.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Als **zentraler Versorgungsbereich** der VG Winnweiler (und somit als schutzwürdiger Bereich im Sinne des Baugesetzbuchs<sup>36</sup>) ist die **Ortsmitte von Winnweiler** zu bestimmen. Der dortige Einzelhandel konzentriert sich auf einen insgesamt ca. 500 m langen und max. 300 m breiten Bereich entlang der Schloßstraße, der Zwergstraße und des Marktplatzes, einschließlich Teilen der Schulstraße, Bahnhofstraße, Kirchstraße, Neugasse und Gymnasiumstraße. Danach bricht der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz schlagartig ab, auch bedingt durch topografische und städtebauliche Zäsuren (im Norden die Alsenz, im Osten der Lohnsbach, im Süden die Grünanlage am Festhaus sowie im Westen die Gartenanlagen zwischen Schloßstraße und Prinzenstraße / Seniorenheim). Die daraus entstehende räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs ist der Karte 6 zu entnehmen.

Der Einzelhandelsbesatz in der Winnweilerer Ortsmitte ist sehr kleinteilig und umfasst keine größeren Einzelhandelsanbieter mit Magnetfunktionen (vgl. zur dortigen Einzelhandelsstruktur Kapitel II.1). Jedoch bietet er einen recht breiten Branchenmix im Einzelhandel und auch an ergänzenden Nutzungen (u. a. Kreditinstitute, Postagentur, Dienstleister, Arztpraxen, Gastronomiebetriebe, Wochenmarkt, Museum). Ein gepflegtes Ortsbild, verkehrsberuhigte Bereiche, Begrünungselemente und Sitzbänke erhöhen die Aufenthaltsqualität in der Ortsmitte (vgl. Fotos 1 – 4).

Allerdings verhindert die enge, kleinteilige Bebauungsstruktur in der Ortsmitte die Möglichkeit zur Neuansiedlung von größeren Einzelhandelsbetrieben. Lebensmittelmärkte wurden daher bereits in der Vergangenheit am südlichen Ortsrand von Winnweiler angesiedelt.

**Foto 1:** Ortsmitte Winnweiler, Schloßplatz / Schloßstraße



**Foto 2:** Ortsmitte Winnweiler, Schloßstraße



GMA-Aufnahmen Januar 2016

<sup>36</sup> Gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO.

**Karte 6: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs der VG Winnweiler (Ortsmitte Winnweiler)**



Legende

- Zentraler Versorgungsbereich

Zustand: 15.01.2016  
Verbandsgemeinde Winnweiler  
GMA-Beratung 2016

**Foto 3: Ortsmitte Winnweiler, Geschäftsbesatz am Marktplatz**

**Foto 4: Ortsmitte Winnweiler, westliche Kirchstraße**


GMA-Aufnahmen Januar 2016

Außerhalb der Einkaufsbereiche, jedoch in fußläufiger Entfernung befinden sich mehrere Schulen (Grundschule, Realschule plus, Gymnasium), Kindertagesstätten, Sportplätze, Kirchen, das Festhaus der Gemeinde, ein großes Seniorenheim, die Verbandsgemeindeverwaltung sowie der Bahnhof Winnweiler. Diese Einrichtungen bewirken eine zusätzliche Frequentierung der Ortsmitte.

Eine Direktzufahrt von der B 48 zur Ortsmitte sowie die südliche Zufahrt über die Jakobstraße (L 390) machen den zentralen Versorgungsbereich auch für Bewohner der Winnweilerer Ortsteile Alsenbrück-Langmeil, Hochstein und Potzbach sowie für die Bürger der übrigen Ortsgemeinden in der VG Winnweiler problemlos erreichbar. Parken ist sowohl straßenbegleitend möglich, entlang der Schloßstraße und des Marktplatzes, als auch auf dem Schloßplatz sowie, etwas außerhalb, an der Bahnhofstraße, Jakobstraße und Höringer Straße. Zentrale Bushaltestellen sind am westlichen Marktplatz und am Bahnhof eingerichtet.

In den übrigen Ortsgemeinden der VG Winnweiler sind in den Ortsmitten keine erhöhten Konzentrationen von Einzelhandels- oder ergänzenden Nutzungen vorhanden. Die dort vorhandenen Anbieter weisen wegen ihrer geringen Größen und eingeschränkten Sortimente i. d. R. nur eine sehr geringe Versorgungsbedeutung auf, die kaum über den jeweiligen Ort hinausgeht. Ohnehin sind die einzelnen Ortsgemeinden, mit Ausnahme Winnweilers, nicht als Zentrale Orte ausgewiesen. Die jeweils nur sehr geringen Bevölkerungspotenziale der einzelnen Ortsgemeinden sowie die dichte Bebauung, engen verwinkelten Gassen und z. T. steile Topografie machen dort einen wesentlichen Ausbau der innerörtlichen Versorgungsstrukturen unmöglich. Daher liegen in den Ortsmitten der übrigen Ortsgemeinden, mit Ausnahme Winnweilers, keine zentralen Versorgungsbereiche i. S. des BauGB vor.

#### 4.2 Versorgungsbereich Nahversorgung

In der VG Winnweiler besteht erheblicher Bedarf für die mit Sicherstellung bzw. Ergänzung der Sortimente der Grundversorgung. Wie dargelegt sind aber innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs von Winnweiler keine geeigneten Flächen für die Ansiedlung von größeren Einzelhan-

delsbetrieben vorhanden. Der Versorgungsbereich Nahversorgung übernimmt also eine Art „Flächenspendefunktion“ für den zentralen Versorgungsbereich in Winnweiler, allerdings nur für solche Sortimente und Betriebstypen, die innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs keine geeigneten Flächen finden. Die Ansiedlung von weiteren, nicht-nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben, Anbietern von personennahen Dienstleistungen oder Gastronomiebetrieben in diesem Versorgungsbereich Nahversorgung ist hingegen nicht erwünscht, da dies die Aufgabe des zentralen Versorgungsbereichs ist, welcher in seinen Bestands- und Entwicklungsmöglichkeiten nicht beeinträchtigt werden soll.

Als hierfür am besten geeigneter Standort in der Gemeinde Winnweiler empfiehlt sich der Standort Industriestraße / Winnweilerer Straße (L 390) am südlichen Ortsrand von Winnweiler<sup>37</sup> (vgl. zur Abgrenzung Karte 7). Dieser Standort liegt zum einen zentral im Verbandsgemeindegebiet, zum anderen zwischen den Gemeinden Winnweiler, Lohnsfeld und Münchweiler, welche zu den einwohnerstärksten Ortsgemeinden der VG gehören. Über die L 390 und die nahegelegene L 401 ist der Standort auch gut aus allen anderen Ortsgemeinden in der VG erreichbar. Zudem in diesem Umfeld bereits Lebensmittelmärkte (Aldi, Edeka) ansässig. Nach Überlegungen der VG Winnweiler könnte hier noch ein Lebensmittelmarkt und ein Drogeriefachmarkt angesiedelt werden; außerdem soll der bestehende Netto-Markt von der Jakobstraße hierher verlagert werden (vgl. hierzu Auswirkungsanalyse im Kapitel VI).

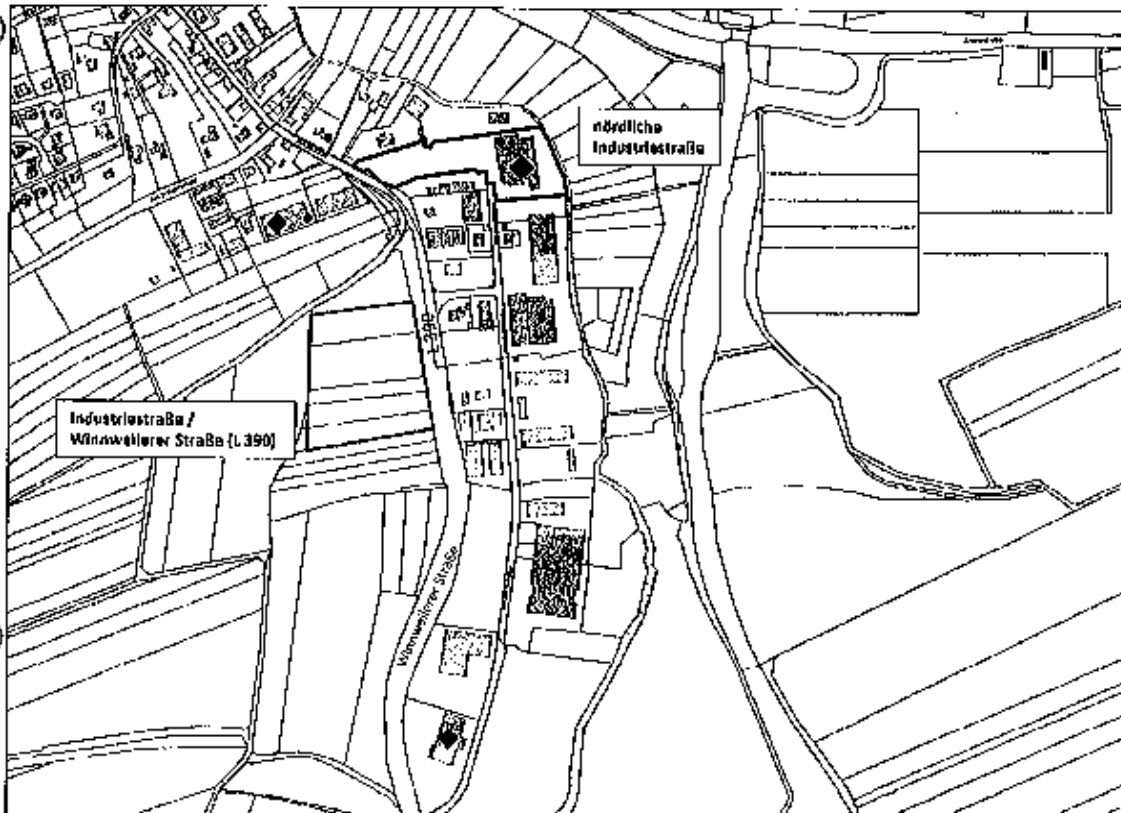
Aus städtebaulicher Sicht ist der Standort mit seiner Lage an der L 390 zwar eindeutig autokundenorientiert, jedoch ist dies vor dem Hintergrund der ländlichen Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum und der erheblichen Distanzen zwischen den einzelnen Ortsgemeinden der VG Winnweiler gar nicht zu vermeiden. Zudem ist auch auf das gewandelte Einkaufsverhalten der Verbraucher beim Lebensmitteleinkauf hinzuweisen (wöchentlicher Versorgungseinkauf statt täglichem Handtaschenkäufe), welches das Auto zum kaum noch verzichtbaren Verkehrsmittel – zumindest außerhalb von Großstädten – werden lässt.

#### 4.3 Versorgungsbereich Lebensmittelnahversorgung

Versorgungsbereiche Lebensmittelnahversorgung sollen vornehmlich der wohnortnahen Versorgung mit Waren des Grundbedarfs dienen. Hierzu dienen Lebensmittelmärkte, die über ihr Hauptsortiment an Nahrungs- und Genussmitteln hinaus auch ein gewisses Angebot an Drogeriewaren und Haushaltswaren (als Randsortimente) vorhalten. Durch die Ausweisung als städtebauliche Ziele des Einzelhandelskonzepts wird eine Bestandssicherung vorgenommen, sodass die Grundversorgung vor Ort bewahrt werden kann. Eine weitere Ausweitung des Standorts, z. B. durch die Ansiedlung zusätzlicher Lebensmittel- oder Fachmärkte, ist aber unerwünscht, um die Funktion des zentralen Versorgungsbereichs nicht zu gefährden.

<sup>37</sup> Auf Gemarkung Lohnsfeld.

**Karte 7: Versorgungshierarchische Nahversorgung und Lebensmittel-Nahversorgung in der Verbandsgemeinde Winnweiler**



**Legende**

- Versorgungsbereich Nahversorgung
- Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung

Kartengrundlage:  
Verbandsgemeinde Winnweiler  
GMA-Braunburg 2016



Aufgrund der dargestellten schwierigen städtebaulichen Rahmenbedingungen in den integrierten Lagen der VG Winnweiler mussten die Lebensmittelmärkte Edeka, Netto und Aldi außerhalb der Ortsmitte angesiedelt werden. Da die Lebensmittelmärkte Edeka und Netto am südlichen Ortsrand von Winnweiler (Bereich nördliche Industriestraße / Jakobstraße) eine hohe Bedeutung für eine wohnortnahe, qualitativ ausreichende Grundversorgung haben, ist ein Schutz dieses Lebensmittelangebots von entscheidender Bedeutung für die Ortsgemeinde Winnweiler, welche die mit Abstand einwohnerstärkste Gemeinde in der VG ist.

Zur langfristigen Sicherstellung der Nahversorgung in der Ortsgemeinde Winnweiler empfiehlt sich die Ausweisung vom Standortbereich an der nördlichen Industriestraße als Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung (vgl. zur Abgrenzung Karte 7). Derzeit ist hier ein Edeka-Markt ansässig, der aktuell einziger Supermarkt am Ort.

Der Standort des Netto-Markts an der Jakobstraße wird hingegen nicht als Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung ausgewiesen, da der Netto-Markt verlagert und der Altstandort danach als Lebensmittelstandort aufgegeben werden soll.

Über die genannten Standorte hinausgehend ist in der VG Winnweiler aus aktueller Sicht kein Bedarf für die Ausweisung von weiteren Versorgungsbereichen „Lebensmittel-Nahversorgung“ absehbar. So sind für alle Bewohner der VG Winnweiler die vorhandenen Lebensmittelmärkte schnell erreichbar. In den kleineren Ortsgemeinden, die jeweils weniger als 3.000 Einwohner aufweisen, bestehen derzeit keine ausreichenden Einwohnerpotenziale für die Etablierung von zusätzlichen Lebensmittelmärkten.

#### 4.4 Ergänzungsstandorte

Die Ergänzungsstandorte dienen vorrangig als Standorte für die Ansiedlung von Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten. Sie übernehmen damit eine ergänzende Funktion zum zentralen Versorgungsbereich, wo insbesondere großflächige Anbieter mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten aus städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gründen nicht erwünscht sind.

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten erscheint jedoch weder realistisch (aufgrund der starken Konkurrenzwirkungen des nahe gelegenen Oberzentrum Kaiserslautern sowie der Mittelzentren Alzey, Grünstadt und Kirchheimbolanden) noch sinnvoll (vor dem Hintergrund der grundzentralen Funktion Winnweilers sowie der begrenzten Einwohnerzahl der Verbandsgemeinde).

Auf die Ausweisung eines Ergänzungsstandorts für nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel für die VG Winnweiler wird deshalb verzichtet.

#### 4.5 Gewerbegebietslagen

Zur Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs ist eine abgestimmte Einzelhandelssteuerung auch in den nicht integrierten bzw. dezentralen Standortlagen von Bedeutung. Im Rahmen der Umsetzung des Einzelhandelskonzepts sollten die Bebauungspläne, insbesondere für Gewerbegebiete sukzessive überplant werden und dort innenstadtrelevante Sortimente ausgeschlossen werden.

Generell sollten die gewerblich geprägten Standorte – ihrer eigentlichen Zweckbestimmung entsprechend – als Gewerbeflächen insbesondere für das verarbeitende Gewerbe, aber auch für Handwerks- und Baubetriebe sowie größere Dienstleistungsunternehmen vorgehalten werden. Die Sicherung der Entwicklungsmöglichkeiten des Gewerbes stellt eine äußerst wichtige Voraussetzung für den Erhalt der vorhandenen Arbeitsplätze. Gerade vor dem Hintergrund der fortschreitenden Bevölkerungsverluste in der strukturschwachen Westpfalz sollte die Entwicklungsmöglichkeiten des Gewerbes keinesfalls gefährdet werden.

Ausnahmeweise können Verkaufsstellen in unmittelbar räumlichem und betrieblichem Zusammenhang mit Gewerbe-, Handwerks- und Dienstleistungsbetrieben zugelassen werden, sofern nachgewiesen ist, dass von diesen keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich ausgehen (sog. „Handwerkerregelung“).

#### 5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in Abstimmung mit der Verbandsgemeinde Winnweiler erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieses sog. informellen Planungsinstruments herzustellen, sind folgende Schritte zu empfehlen:

- /// **Abstimmung des Einzelhandelskonzeptes mit der Planungsgemeinschaft Westpfalz**
- /// **Information der Ortsgemeinderäte von Börrstadt, Breunigweiler, Falkenstein, Gonbach, Höringen, Imsbach, Lohnsfeld, Münchweiler an der Alsenz, Schweisweiler, Sippersfeld, Steinbach am Donnersberg, Wartenberg-Rohrbach und Winnweiler**
- /// **Verabschiedung des Einzelhandelskonzeptes durch den Verbandsgemeinderat der VG Winnweiler, als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, in Verbindung mit dem zu Grunde liegenden Einzelhandelsgutachten. Künftig gilt dann das Einzelhandelskonzept als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten, seine Festlegungen sind bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu beachten.**

Maßgebliche Punkte hierbei sind:

- Städtebauliche Ziele der VG Winnweiler für die künftige Einzelhandelsentwicklung
- Grundsätze zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung
- Sortimentsliste der VG Winnweiler
- Zentren- und Standortstruktur
- Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Ortsmitte Winnweiler“, des Versorgungsbereichs Nahversorgung im Gewerbegebiet Winnweiler / Lohnsfeld sowie des Versorgungsbereichs Lebensmittel-Nahversorgung in Winnweiler, nördliche Industriestraße.

- **Planungsrechtliche Umsetzung im Rahmen der Bauleitplanung:** Die Standortempfehlungen sind möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umzusetzen, entweder durch Anpassung von bestehenden Bebauungsplänen oder durch Erstellung neuer Bebauungspläne. Dabei sollen individuelle Festsetzungen durch einheitliche Sortimentslisten (differenziert nach innenstadtrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten) ersetzt werden. Es ist auf eine einheitliche Verwendung der Festsetzungen sowie auf Anwendung der Randsortimentsregel zu achten, jeweils auf Basis der Sortimentsliste. Vor allem der zentrale Versorgungsbereich ist bauleitplanerisch abzusichern, um mit der räumlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs auch gegenüber Dritten eine Bindungswirkung (und somit die angestrebte Schutzwirkung) zu erreichen. Im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB neue Festsetzungsmöglichkeiten. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich unerwünschten Standorten eine Einzelhandelsentwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts der VG Winnweiler entgegensteht. Für die Begründung ist das erstellte und durch den Verbandsgemeinderat beschlossene Einzelhandelskonzept zu verwenden.

Das Einzelhandelskonzept gilt so lange, bis eine erneute Überprüfung der Rahmenbedingungen und Standortstrukturen erforderlich wird (spätestens nach 5 – 7 Jahren). Dann sollte eine Fortschreibung erfolgen.

## **VI. Auswirkungsanalyse zu aktuellen Ansiedlungs- und Umsiedlungsvorhaben in der Verbandsgemeinde Winnweiler**

Um das Angebot zur Grundversorgung der VG Winnweiler zu modernisieren bzw. zu ergänzen, hat die Planungsgemeinschaft Westpfalz angeregt, für die VG Winnweiler die Entwicklungsmöglichkeiten eines neuen Versorgungsschwerpunkts zu prüfen. Als geeigneter Standort wurde das Gewerbegebiet Winnweiler / Lohnsfeld vorgeschlagen, welches sich in verkehrsgünstiger Lage am südlichen Ortsausgang von Winnweiler befindet. Diese Überlegungen haben sich mittlerweile konkretisiert.

Das Vorhaben wird nachfolgend mit den wesentlichen Standorteigenschaften, seinen Marktbedeutungen (= Einzugsgebiet und vorhandenes Bevölkerungs- und Kaufkraftvolumen), wettbewerblichen Rahmenbedingungen und zu erwartenden Auswirkungen dargelegt und gemäß den landesplanerischen Prüfkriterien des LEP IV bewertet.

### **1. Vorhaben**

Das Vorhaben am südlichen Ortsausgang von Winnweiler beinhaltet folgende Einzelhandelsnutzungen (vgl. auch Abbildung 9):

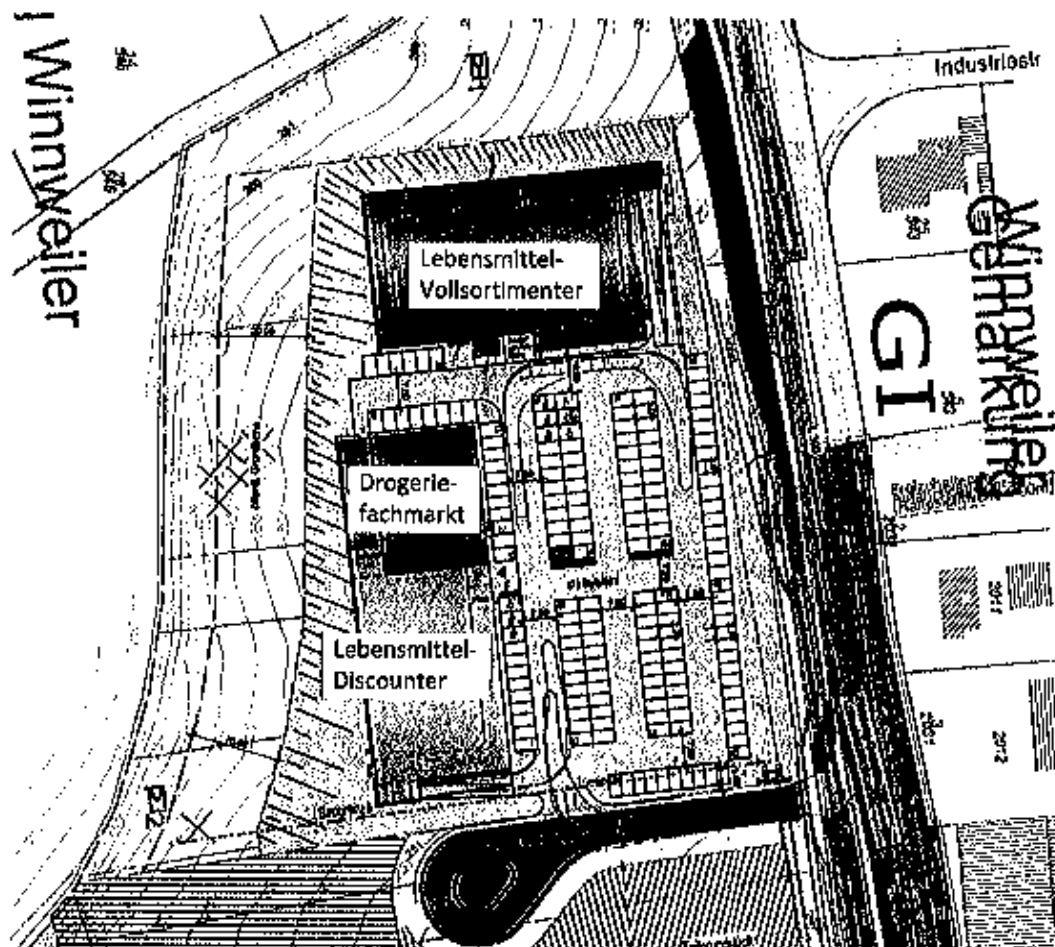
- /// Neuansiedlung eines Lebensmittel-Vollsortimenters (REWE) mit ca. 1.600 m<sup>2</sup> VK
- /// Neuansiedlung eines Drogeriefachmarkts mit ca. 700 m<sup>2</sup> VK
- /// Verlagerung des Winnweilerer Lebensmitteldiscounters Netto, mit welcher eine Erweiterung des Betriebs auf ca. 1.000 m<sup>2</sup> VK einhergehen soll.

Damit sind die beiden geplanten Lebensmittelmärkte als großflächig einzustufen, während der projektierte Drogeriefachmarkt die Grenze zur Großflächigkeit unterschreitet. Für das Vorhaben ist somit gemäß § 11 Abs. 2 BauNVO die Ausweisung eines Sondergebiets großflächiger Einzelhandel und eine entsprechende Auswirkungsanalyse erforderlich.

### **2. Standorteigenschaften**

Das für die Einzelhandelsmärkte vorgesehene Grundstück liegt am Südrand von Winnweiler auf Gemarkung Lohnsfeld. Es liegt westlich der L 390 (Winnweilerer Straße) und ist noch unbebaut. Auf der gegenüberliegenden Seite der Winnweilerer Straße befindet sich ein Gewerbegebiet. Die Entfernung zur Ortsmitte von Winnweiler beträgt ca. 600 m, zur Ortsmitte von Lohnsfeld ca. 1,5 km.

**Abbildung 7: Vorhabenskizze Neuansiedlung / Umsiedlung Einzelhandelsmärkte am Standort L 390 / Industriestraße in Winnweiler**



Quelle: Ratisbona, Stand: 17.11.2015

Verkehrlich soll der Planstandort durch eine neue Stichstraße an die L 390 angebunden werden. Die Landesstraße, vom Kernort Winnweiler kommend, mündet ca. 1 km südlich des Planstandort in die L 401 (Wartenberg-Rohrbach – Steinbach am Donnersberg – Göllheim), über welche wiederum Anschluss an die B 48 und A 63 besteht. Über die L 390 und L 401 sind alle Ortsgemeinden in der VG Winnweiler angebunden. Der Planstandort weist also eine hohe Verkehrsgunst und eine strategisch günstige Lage im Verbandsgemeindegebiet auf.

Der Planstandort ist gemäß der Empfehlungen zum Einzelhandelskonzept der Verbandsgemeinde Winnweiler künftig als Versorgungsschwerpunkt Nahversorgung vorgesehen („Flächenspende-Funktion“ für den zentralen Versorgungsbereich). Hierbei spielt, neben den am Planstandort verfügbaren Flächen, in erster Linie die verkehrsgünstige, gut erreichbare Lage im Verbandsgemeindegebiet eine zentrale Rolle.

### 3. Wettbewerbssituation

#### 3.1 Wettbewerbssituation in der VG Winnweiler

Als **Hauptwettbewerber im Lebensmittelbereich** und somit als Hauptbetroffene des Vorhabens sind die vorhandenen Lebensmittelmärkte in Winnweiler (Edeka, Aldi, Netto) einzustufen. Alle drei Anbieter sind in Gewerbegebietslagen ansässig.

In den an Winnweiler bzw. Lohnsfeld angrenzenden Gemeinden Münchweiler an der Alsenz, Wartenberg-Rohrbach, Höringen, Schwelsweiler, Falkenstein, Imsbach, Börrstadt, Sippersfeld und Gonbach gibt es keine größeren Lebensmittelmärkte. Die hier vorhandenen Kleinanbieter im Lebensmittelbereich – Lebensmittel-SB-Geschäfte in Höringen (Bürgerladen) und Münchweiler (nah & gut Dautermann), Bäckereien, Metzgereien, Hofläden – können aufgrund ihres eingeschränkten Sortiments nur teilweise die Versorgung der Wohnbevölkerung in ihrem jeweiligen Nahumfeld gewährleisten. Deshalb ist davon auszugehen, dass der Großteil des Versorgungseinkaufs nicht bei diesen Kleinanbietern getätigt wird sondern vielmehr bei größeren Lebensmittelmärkten, z. B. in Winnweiler oder auch in umliegenden Orten, mit denen Pendlerverflechtungen bestehen.

**Drogeriefachanbieter** gibt es im Gebiet der VG Winnweiler nicht. Hier sind erneut die örtlichen Lebensmittelmärkte mit ihren Drogerie-Randsortimenten als wesentliche Anbieter zu nennen.

#### 3.2 Wettbewerbssituation in umliegenden zentralen Orten

In den umliegenden zentralen Orten stellt sich die Wettbewerbssituation wie folgt dar:

Im **Mittelzentrum Rockenhausen**, ca. 14 km vom Planstandort entfernt, konzentrieren sich die angebotsprägenden Lebensmittel- und Drogeriemärkte auf folgende Standorte:

- Kaiserslauterer Straße: REWE (Supermarkt), Lidl (Discounter), Penny (Discounter), dm (Drogeriefachmarkt)
- An der Linde: Edeka (Supermarkt), Aldi (Discounter).

Beide Standorte befinden sich in Streulage bzw. Gewerbegebietslage. Im zentralen Versorgungsbereich von Rockenhausen sind keine Lebensmittelmärkte oder Drogerieanbieter vorhanden.

Das **Mittelzentrum Kirchhelmbolanden** ist bereits ca. 24 km vom Planstandort entfernt. Standorte von strukturprägenden Lebensmittel- und Drogeriemärkten sind:

- Mühlstraße / Woogmorgen: Edeka Schmitt (Supermarkt), Netto (Discounter), Rossmann (Drogeriefachmarkt), Aldi (Discounter), dm (Drogeriefachmarkt)
- Hitzfeldstraße: HIT (Supermarkt), Lidl (Discounter).

- /// Im Grundzentrum **Göllheim**, ca. 19 km vom Planstandort entfernt, wird die Wettbewerbssituation von folgenden Lebensmittel- und Drogeriemärkten geprägt:

- Dreisener Straße: Wasgau (Supermarkt), Netto (Discounter), Rossmann (Drogeriefachmarkt).

Der Standort liegt am westlichen Ortsrand von Göllheim. In der Ortsmitte sind keine Lebensmittelmärkte oder Drogerieanbieter vorhanden.

- /// Das Grundzentrum **Eisenberg** befindet sich ca. 24 km vom Planstandort entfernt. Hier sind folgende angebotsprägende Lebensmittel- und Drogeriemärkte vorhanden:

- Konrad-Adenauer-Straße: HIT (Großer Supermarkt)
- In den Geldäckern: Lidl (Discounter), dm (Drogeriefachmarkt)
- Am Gielbrunnen: Aldi (Discounter)
- Kerzenhelmer Straße: Penny (Discounter).

Alle Standorte liegen in Stadtrandlagen der Gemeinde. In Innenstadtrandlage ist außerdem die Neuansiedlung eines REWE-Marktes geplant.

- /// Das Grundzentrum **Enkenbach-Alsenborn**, ca. 11 km vom Planstandort entfernt, wird in Bezug auf Lebensmittel- und Drogeriemärkte entscheidend von folgenden Standorten geprägt:

- Rosenhofstraße: Edeka (Supermarkt), Aldi (Discounter), Wasgau (Supermarkt), Lidl (Discounter), Netto (Discounter), Rossmann (Drogeriefachmarkt)
- Donnersbergstraße: Penny (Discounter).

Während der Penny-Markt in Streulage von Enkenbach liegt, befinden sich die anderen genannten Anbieter am östlichen Ortsrand von Enkenbach. In der Ortsmitte von Enkenbach oder Alsenborn gibt es keine Lebensmittelmärkte oder Drogerieanbieter.

- /// Im Grundzentrum **Otterberg**, ca. 12 km vom Planstandort entfernt, sind folgende Lebensmittelmärkte vorhanden:

- Gewerbestraße: Wasgau (Supermarkt), Penny (Discounter).

Der Standort liegt im südlichen Stadtgebiet in Gewerbegebietslage. In der Otterberger Stadtmitte sind keine Lebensmittelmärkte oder Drogerieanbieter vorhanden.

Das Grundzentrum Otterbach ist ca. 16 km vom Planstandort entfernt. Als Standorte von strukturprägenden Lebensmittel- und Drogeriemärkten sind zu nennen:

- Ziegelhütterstraße: Wasgau (Supermarkt), Lidl (Discounter), dm (Drogeriefachmarkt)
- Im Brühl / Lauterstraße: Aldi (Discounter), Penny (Discounter).

Während sich Aldi und Penny am westlichen Rand der Ortsmitte ansässig sind, befinden sich die Märkte an der Ziegelhütterstraße am nördlichen Ortsausgang in Gewerbegebietslage. In der Ortsmitte gibt es keine Lebensmittelmärkte oder Drogerieanbieter.

Bei allen genannten Anbietern in den umliegenden Mittel- und Grundzentren handelt es sich um leistungsstarke Anbieter (i. d. R. Filialisten), die in modernen bzw. modernisierten Räumlichkeiten wirtschaften und die vielfach Agglomerationsvorteile durch ihre Nähe zu anderen Einzelhandelsmärkten für sich in Wert setzen können. Alle Anbieter befinden sich außerhalb zentraler Lagen, zumelst an autokundenorientierten Standorten an den Ortsrändern.

Des Weiteren ist auf Lebensmittelmärkte in Mehlingen (Penny) und Niederkirchen (Wasgau) hinzuweisen, wobei es sich jeweils um solitäre Märkte in Ortsrandlagen handelt.

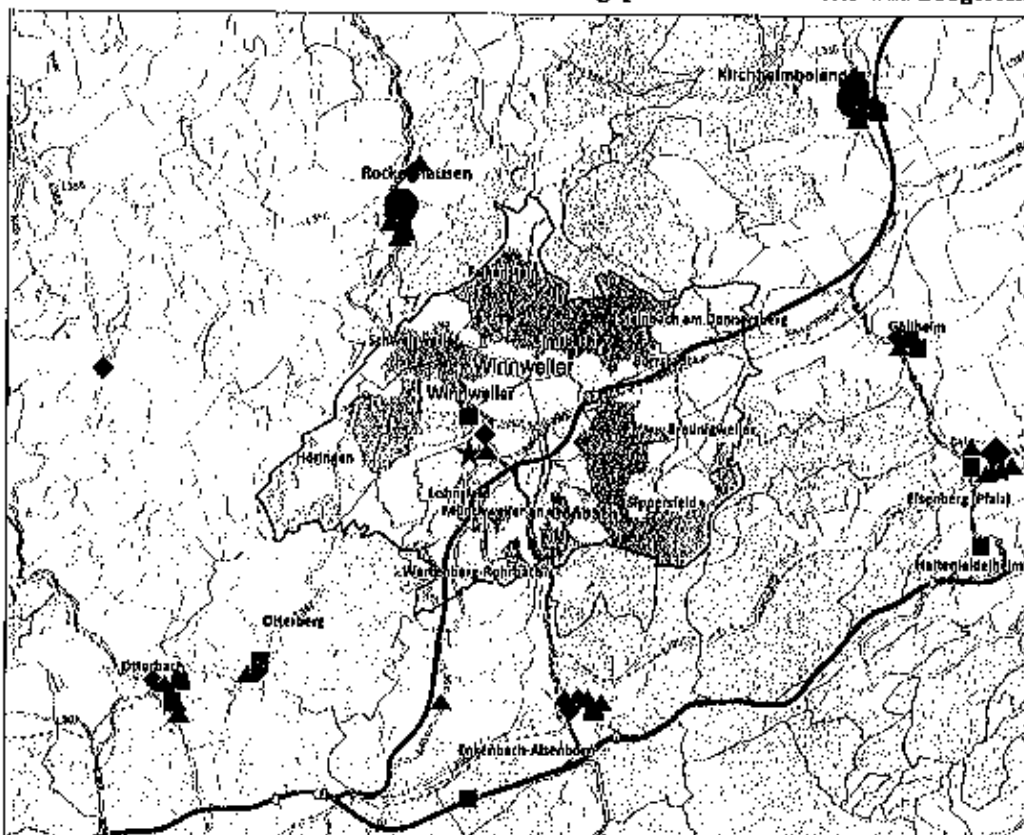
Die Angebotsituation im Untersuchungsraum wird überstrahlt von den Wettbewerbseffekten des Oberzentrums Kaiserslautern (ca. 20 km entfernt), welches der bedeutendste Einkaufs- und Arbeitsplatzschwerpunkt in der Region ist. Kaiserslautern weist auch im Lebensmittel- und Drogeriesegment ein umfangreiches Angebot auf (u. a. 2 SB-Warenhäuser, 2 große Supermärkte, 7 Supermärkte, 21 Discounter), welches sich überwiegend in Streulagen und Gewerbegebietslagen befindet. In der Kaiserslauterer Innenstadt ist im Untersuchungszusammenhang auf 2 kleinere Supermärkte (REWE City), einen Discounter (Aldi im Einkaufszentrum K in Lautern) und 3 Drogeriefachmärkte (Möller, 2 x dm) hinzuweisen.

In einer zusammenfassenden Betrachtung zeigt sich, dass alle umliegenden zentralen Orte über eigene, leistungsfähige Angebotsstrukturen im Lebensmittel- und Drogeriewarensegment verfügen (vgl. Karte 8, Tabelle 6). Auch die Grundzentren verfügen jeweils über mindestens einen Vollsortimenter, mindestens einen Discounter (die Mehrzahl über 3) und einen Drogeriefachmarkt<sup>38</sup>. Bei vielen Standorten handelt es sich zudem um sog. „Kombi-Standorte“ aus Supermarkt, Discounter und Drogeriefachmarkt, die vergleichbar zum Vorhaben in Winnweiler sind. Somit wird das Vorhaben in Winnweiler konzeptionell keine Besonderheit im regionalen Umfeld darstellen.

<sup>38</sup> Nur die Stadt Otterberg hat keinen eigenen Drogeriemarkt. Otterberg übernimmt gemeinsam mit der ca. 3 km entfernten Gemeinde Otterbach Versorgungsfunktionen als Grundzentrum für die Verbandsgemeinde Otterbach-Otterberg. In Otterbach ist ein Drogeriemarkt ansässig.



**Karte 8: Regionale Wettbewerbssituation für die geplanten Lebensmittel- und Drogeriemärkte in Winnweiler**



**Legende**

- Mittelzentrum
- Grundzentrum
- ★ Planstandort Winnweiler

**Wettbewerber:**

- ◆ Supermarkt
- ▲ Discounter
- Drogeriemarkt

erstellt mit  
RatGeoGraph Planung  
GMA-Bearbeitung 2016

**Tabella 6: Wettbewerbsrelevanter Bestand in den umliegenden zentralen Orten**

Zentraler Ort	Einwohnerzahl	Anzahl untersuchungsrelevanter Anbieter			
		Große Supermärkte	Supermärkte	Discounter	Drogeriefachmärkte
Mittelzentrum Rockenhausen	5.350	--	2	3	1
Mittelzentrum Kirchheimbolanden	7.770	1	1	3	2
Grundzentrum Göllheim	3.760	--	1	1	1
Grundzentrum Eisenberg	9.220	1	--	3	1
Grundzentr. Enkenbach-Alsenborn	6.900	--	2	3	1
Grundzentrum Otterberg	5.210	--	1	1	--
Grundzentrum Otterbach	4.030	--	1	3	1
Grundzentrum Winnweiler	4.670	--	1	2	--

GMA-Recherchen Januar 2016

Alle umliegenden zentralen Orte weisen erhebliche Entfernungen zum Planstandort auf (mindestens 10 km entfernt). Dabei sind auch teilweise sehr kurvige Straßenverbindungen nach Winnweiler zu berücksichtigen (z. B. aus Otterberg).

In Bezug auf die Bevölkerung in den umliegenden Verbandsgemeinden ist deshalb davon auszugehen, dass diese in Bezug auf Lebensmittel und Drogeriewaren zu einem hohen Grad auf ihr jeweiliges Grundzentrum bzw. Mittelzentrum ausgerichtet sind. Teilweise dürften auch schon deutliche Einkaufsverflechtungen mit umliegenden Ober- und Mittelzentren vorliegen (z. B. Otterberg und Otterbach nach Kaiserslautern, Eisenberg und Göllheim nach Grünstadt).

#### 4. Einzugsgebiet, Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial

##### 4.1 Einzugsgebiet und Bevölkerungspotenzial

Bei der Abgrenzung und Einteilung des Einzugsgebiets des Vorhabens wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

- / Vorhabenkonzept (Anbieter, Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung) und hieraus zu erwartende Wirkungen auf die künftige Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- / spezielle Lage, Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit des Standortes für potenzielle Kunden im Untersuchungsraum, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- / projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (Lage anderer Lebensmittel- und Drogeriemärkte mit vergleichbaren Angebotskonzepten, vgl. Kapitel VI.3)

- /// **Strukturdaten des Untersuchungsraums (Siedlungsstrukturen, Pendlerbeziehungen) und grundsätzliche Einkaufsorientierung der Verbraucher im Untersuchungsraum**
- /// **Zeit- / Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)<sup>39</sup>.**

Die Wettbewerbsbetrachtung hat gezeigt, dass das Vorhaben, bestehend aus Supermarkt, Discounter und Drogeriefachmarkt, im regionalen Umfeld keine Besonderheit darstellt. Derartige „Kombi-Standorte“ gibt es in fast allen umliegenden Mittel- und Grundzentren.

Die Marktreichweite des Planobjekts wird in erster Linie durch die zunehmende Entfernung zum Planstandort sowie durch andere Lebensmittel- und Drogeriemärkte begrenzt (vgl. hierzu die Wettbewerbsdarstellung in Kap. VI.3). Somit ist nicht mit regelmäßigen Einkaufsverflechtungen aus den umliegenden Verbandsgemeinden Rockenhausen, Kirchheimbolanden, Göllheim, Eisenberg, Enkenbach-Alsenborn und Otterbach-Otterberg zum Planstandort in Winnweiler zu rechnen. Umgekehrt werden in diese umliegenden zentralen Orte auch nur wenige Kaufkraftzuflüsse aus der VG Winnweiler erfolgen (am ehesten durch Pendlerbeziehungen).

Wegen der Wettbewerbssituation sowie wegen der beträchtlichen Entfernungen im regionalen Umfeld wird sich das Einzugsgebiet des Vorhabens im Kern auf das Gebiet der Verbandsgemeinde Winnweiler beschränken. Hier leben derzeit ca. 12.980 Einwohner.

Um Unterschiede in der Einkaufsintensität zu berücksichtigen, wurde das Einzugsgebiet in zwei Zonen unterteilt:

- /// **Die Zone I umfasst in einem Radius von ca. 5 km die Ortsgemeinden Winnweiler, Lohnsfeld, Münchweiler an der Alsenz, Wartenberg-Rohrbach und Imsbach. In dieser Zone leben derzeit ca. 8.110 EW.**
- /// **Zur Zone II gehören die übrigen Ortsgemeinden der VG Winnweiler (Börrstadt, Breunigweiler, Falkenstein, Gonbach, Höringen, Schweisweiler, Sippersfeld, Steinbach am Donnersberg). In diesen Gemeinden ist auch noch von einer vorherrschenden Orientierung zum Grundzentrum Winnweiler auszugehen, wegen der größeren Entfernung zum Planstandort (je ca. 7 – 10 km) jedoch von einer etwas geringeren Bindung zum Vorhabenstandort. In der Zone II leben derzeit ca. 4.870 Einwohner.**

Wegen der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Standorts und seiner günstigen Lage in der Nähe zu einer Bundesstraße könnten auch aus umliegenden Orten teilweise Einkaufsbeziehungen zum Planstandort auftreten (z. B. durch Arbeitspendler). Diese werden, ebenso wie Touristen und Zufallskunden, im weiteren Verlauf der Analyse als sog. „Streukunden“ berücksichtigt.

<sup>39</sup> Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

## 4.2 Relevante Kaufkraftpotenziale

Die Berechnung der im abgegrenzten Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraft wird für die untersuchungsrelevanten Sortimente vorgenommen. Dabei werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes und GMA-Kaufkraftwerte zugrunde gelegt. Die einzelhandelsrelevanten Ausgabebeträge in Deutschland insgesamt (inkl. Apotheken und Lebensmittelhandwerk) betragen nach GMA-Berechnungen derzeit ca. 5.410 € pro Jahr und Kopf der Wohnbevölkerung. Auf Nahrungs- und Genussmittel entfallen davon rund 36 %, d. h. etwa 1.968 € p. a. Für einen Drogeriewarenmarkt kann ein Pro-Kopf-Betrag von ca. 410 € p. a. angesetzt werden.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Einkommensniveau (Kaufkraftniveau) zu berücksichtigen. Das örtliche Kaufkraftniveau in den einzelnen Ortsgemeinden der VG Winnweiler liegt zwischen 90,5 (Falkenstein) und 102,9 (Gonbach).<sup>40</sup>

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren stehen damit für die am Standort L 390 / Industriestraße in Winnweiler geplanten Lebensmittel- und Drogeriemärkte im abgegrenzten Einzugsgebiet die in Tabelle 7 dargelegten Kaufkraftpotenziale zur Verfügung. Sie belaufen sich auf ca. 25,0 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel und ca. 5,2 Mio. € für Drogeriewaren.

**Tabelle 7: Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet der geplanten Lebensmittel- und Drogeriemärkte am Standort Winnweiler, L 390/Industriestraße**

Zonen	Einwohner	Kaufkraft in Mio. €	
		Nahrungs- u. Genussmittel	Drogeriewaren
Zone I	8.110	15,5	3,2
Zone II	4.870	9,5	2,0
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>12.980</b>	<b>25,0</b>	<b>5,2</b>

GMA-Berechnungen Januar 2016

## 5. Auswirkungsanalyse

### 5.1 Methodik

Für die Beurteilung möglicher Auswirkungen des Vorhabens (insbesondere Auswirkungen auf besonders geschützte zentrale Versorgungslagen oder auf die Versorgungsqualität im Untersuchungsraum) sind zunächst die zu erwartenden Umsätze zu berechnen. Im Anschluss daran werden die daraus resultierenden Kaufkraftbewegungen dargelegt.

<sup>40</sup> Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2014.

Für die **Umsatzermittlung** wird das Marktanteilkonzept verwendet<sup>41</sup>. Dieses stellt das relevante Angebot des Untersuchungsobjekts mit dem für das Einzugsgebiet errechneten Nachfragevolumen gegenüber, unter Berücksichtigung von individuellen standörtlichen / wettbewerblichen Besonderheiten.

Die Höhe der vom Planobjekt erzielbaren Marktanteile beruht u. a. auf Sortiment, Konzept und Größe des Vorhabens, den geplanten Betriebstypen, seinen Standortigenschaften (verkehrliche Erreichbarkeit, Werbewirkung, Agglomerationsvorteile, Attraktivität des Makrostandorts etc.), den Wettbewerbsbedingungen (v. a. Lage von Hauptwettbewerbern) sowie dem Verlauf von Pendlerströmen.

## 5.2 Umsatzerwartung und Marktbedeutung des Vorhabens

Für den mit ca. 1.600 m<sup>2</sup> VK geplanten Supermarkt (REWE) ist anhand des Marktanteilkonzepts im Nahrungs- und Genussmittelbereich eine Umsatzleistung mit Kunden aus der VG Winnweiler von ca. 4,5 Mio. € zu erwarten. Einschließlich der am Standort zu erwartenden Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes (v. a. Pendler und Touristen, ca. 10 %) wird die Umsatzleistung des REWE-Supermarkts mit Nahrungs- und Genussmitteln ca. 5,0 Mio. € betragen. Nach Hinzurechnung der Umsätze mit Nonfood (bei REWE-Märkten dieser Größe ca. 10 % des Gesamtumsatzes) ergibt sich für den projektierten Supermarkt eine Gesamtumsatzerwartung von ca. 5,6 Mio. € (vgl. Tabelle 8).

**Tabelle 8: Marktanteile und Umsatzerwartung des geplanten REWE-Supermarkts am Standort Winnweiler, L 390 / Industriestraße**

Umsatzherkunft	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Zone I	15,5	20	3,1
Zone II	9,5	15	1,4
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>25,0</b>	<b>18%</b>	<b>4,5</b>
Streuumsätze, Pendler usw.	---		0,5
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	---		<b>5,0</b>
Nonfood	---		0,6
<b>Gesamt</b>	---		<b>5,6</b>

--- Ausweis nicht sinnvoll.

GMA-Berechnungen Januar 2016 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich).

Für den mit ca. 1.000 m<sup>2</sup> VK geplanten Discounter (Netto) ist anhand des Marktanteilkonzepts mit Nahrungs- und Genussmitteln eine Umsatzleistung ca. 3,5 Mio. € zu erwarten. Davon entfallen ca. 3,2 Mio. € (ca. 90 %) auf Kunden aus dem Einzugsgebiet (= VG Winnweiler) und ca. 0,4

<sup>41</sup> Das Marktanteilkonzept ist eine bewährte gutachterliche Methodik, die auch in zahllosen Gerichtsverfahren anerkannt wurde. Ein anderer Ansatz wäre eine Umsatzberechnung über durchschnittliche Flächenproduktivitäten (= Umsatzwerte je m<sup>2</sup> VK). Jener Ansatz liefert allerdings nur Durchschnittswerte, ohne dabei die individuellen Besonderheiten des vorliegenden Angebotskonzepts, der Dimensionierung des Standorts oder der Wettbewerbssituation zu berücksichtigen.

Mio. € (ca. 10 %) auf Streukunden wie Pendler, Touristen oder Zufallskunden. Nach Hinzurechnung der Nonfood-Umsätze (bei Netto-Märkten ca. 13 % des Gesamtumsatzes) ergibt sich für den projektierten Discounter eine Gesamtumsatzerwartung von ca. 4,0 Mio. € (vgl. Tabelle 9).

Es ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei Netto um die Verlagerung eines bereits in Winnweiler ansässigen Marktes handelt. Insofern erzielt dieser Anbieter einen Großteil seiner Umsätze bereits heute in Winnweiler (ca. 2,8 Mio. €). Wettbewerbsrelevant wird also nur noch ein Teil seiner künftigen Umsätze, d. h. der Teil, der durch die Vergrößerung um ca. 200 m<sup>2</sup> VK sowie durch die Standortverlagerung neu hinzukommt.

**Tabelle 9: Marktanteile und Umsatzerwartung des geplanten Netto-Lebensmittel-discounters am Standort Winnweiler, L 390 / Industriestraße**

Umsatzherkunft	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Zone I	15,5	15	2,3
Zone II	9,5	10	0,9
<i>Einzugsgebiet gesamt</i>	<i>25,0</i>	<i>12 – 13</i>	<i>3,2</i>
Streuumsätze, Pendler usw.	---		0,3
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	---		<b>3,5</b>
Nonfood	---		0,5
<b>Gesamt</b>	---		<b>4,0</b>

--- Ausweis nicht sinnvoll.

GMA-Berechnungen Januar 2016 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich).

Für den geplanten Drogeriefachmarkt mit ca. 700 m<sup>2</sup> VK ist anhand des Marktanteilkonzepts im Kernsortiment Drogeriewaren eine Umsatzleistung in Höhe von ca. 1,9 Mio. € zu erwarten. Hier-von entfallen ca. 1,7 Mio. € (ca. 90 %) auf Kunden aus dem Gebiet der VG Winnweiler und ca. 0,2 Mio. € (ca. 10 %) auf Kunden außerhalb des Einzugsgebiets. Nach Hinzurechnung der Umsätze mit Randsortimenten (ca. 25 % des Gesamtumsatzes) ergibt sich für den Drogeriemarkt insge-samt eine Umsatzerwartung von ca. 2,5 Mio. € (vgl. Tabelle 10).

**Tabelle 10: Marktanteile und Umsatzerwartung des geplanten dm-Drogeriefachmarkts am Standort Winnweiler, L 390 / Industriestraße**

Umsatzherkunft	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Zone I	3,2	35	1,1
Zone II	2,0	30	0,6
<i>Einzugsgebiet gesamt</i>	<i>5,2</i>	<i>33</i>	<i>1,7</i>
Streuumsätze, Pendler usw.	---		0,2
<b>Drogeriewaren</b>	---		<b>1,9</b>
Randsortimente <sup>1</sup>	---		0,6
<b>Gesamt</b>	---		<b>2,5</b>

--- Ausweis nicht sinnvoll.

<sup>1</sup> Fotoarbeiten, Haushaltswaren, Zeitschriften, Getränke, Tabakwaren usw.

GMA-Berechnungen Januar 2016 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich).

### 5.3 Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben lösen Umsatzumverteilungsprozesse gegenüber dem bestehenden Einzelhandel aus. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Vorhabens dar.

Das Vorhaben kann mehrere Arten von **Kaufkraftumlenkungen** bewirken:

- /// Teile der Kaufkraft aus Gemeinden innerhalb oder außerhalb der VG Winnweiler, die bisher zu Wettbewerbern innerhalb der VG Winnweiler geflossen ist, werden zu Gunsten des Vorhabens umgelenkt (= Umverteilung innerhalb der VG)
- /// Teile der Kaufkraft aus Gemeinden der VG Winnweiler, die bisher zu Wettbewerbern außerhalb der VG Winnweiler – einschließlich internet-Anbietern – geflossen ist, werden künftig am Planstandort ausgegeben (= Rückholung von Kaufkraft in die VG, d. h. stärkere Kaufkraftbindung)
- /// Teile der Kaufkraft aus Gemeinden außerhalb der VG Winnweiler, die bisher zu Wettbewerbern außerhalb der VG Winnweiler geflossen ist, könnten künftig zum Vorhaben fließen (= Zufluss von auswärtiger Kaufkraft in die VG).

Es ist davon auszugehen, dass ein großer Teil der durch das Vorhaben ausgelösten Kaufkraftströme auf Umverteilungen innerhalb der VG Winnweiler beruht (und zwar in erster Linie hinsichtlich der Kunden aus der VG Winnweiler). Ein weiterer bedeutender Teil der Kaufkraftströme wird Kaufkraft-Rückholung betreffen, v. a. im Drogeriewarenssegment, das bisher in der VG Winnweiler nur ausschnitthaft angeboten wurde (als Randsortiment der örtlichen Lebensmittelmärkte). Kaufkraftzuflüsse aus auswärtigen Gemeinden dürften wegen der in Kapitel VI.3 dargelegten Wettbewerbsstrukturen in der Region und der erheblichen Distanzen nur in eingeschränktem Maße eintreten.

Für die Beurteilung der **Auswirkungen** ist zu unterstellen, dass solche Standorte, welche die größte Nähe und die größten Konzeptüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Als **Hauptwettbewerber** und somit Hauptbetroffene des Vorhabens sind die Winnweilerer Lebensmittelmärkte Edeka, Aldi und Netto<sup>42</sup> einzustufen. Auch kleinere Lebensmittel- und Getränkeanbieter im Einzugsgebiet könnten betroffen sein, jedoch nur in sehr geringerem Ausmaß, da diese kaum Konzeptüberschneidungen mit dem geplanten Lebensmittelmarkt aufweisen.

Darüber hinaus könnten auch Kombi-Standorte aus Lebensmittel- und Drogeriemärkten außerhalb des Einzugsgebiets besonders betroffen sein, da es solche Kombi-Standorte im Gebiet der VG Winnweiler bisher nicht gibt. In den umliegenden zentralen Orten dürften v. a. die Einkaufs-

<sup>42</sup> Auch wenn Netto selbst an dem Vorhaben (durch eine Verlagerung) beteiligt ist, wird der Markt dennoch durch die Neuansiedlung von REWE und auch von dm betroffen sein.

und Arbeitsplatzschwerpunkte in der Region (z. B. Kaiserslautern), welche bisher von Umsatzzuflüssen aus der VG Winnweiler profitieren konnten, von ausbleibenden Kaufkraftzuflüssen aus Winnweiler betroffen sein, allerdings jeweils nur in geringem Umfang.

Unter Zugrundelegung der bestehenden Verkaufsflächen- und Umsatzverteilung sind im Nahrungs- und Genussmittelbereich aus dem Vorhaben REWE + Netto (Umsatzerwartung mit Nahrungs- und Genussmitteln ca. 8,5 Mio. €) folgende Kaufkraftbewegungen zu erwarten:

/// Umsatzbindung aus Bestand (Netto)	ca. 2,8 Mio. €
/// Umsatzumverteilung gegen Wettbewerber <sup>43</sup> in Winnweiler (ca. 24 % von ca. 15,0 Mio. €)	ca. 3,6 Mio. €
• davon gegen Anbieter in der Ortsmitte (ca. 4 % von ca. 1,5 Mio. €)	< 0,1 Mio. €
• davon gegen Anbieter in anderen Lagen (ca. 26 % von ca. 13,5 Mio. €)	ca. 3,5 – 3,6 Mio. €
/// Umsatzumverteilung gegen Wettbewerber in anderen Gemeinden der VG Winnweiler (ca. 3 – 4 % von ca. 2,8 Mio. €)	ca. 0,1 Mio. €
/// Umsatzumverteilung gg. Wettbewerber außerh. der VG Winnweiler	ca. 2,0 Mio. €
= <b>Insgesamt</b>	<b>ca. 8,5 Mio. €</b>

In den umliegenden zentralen Orten sind wegen der vorhandenen eigenen Angebotsstrukturen im Lebensmittelsegment (u. a. REWE-Supermarkt in Rockenhausen, Supermärkte anderer Betreiber in Rockenhausen, Kirchheimbolanden, Göllheim, Eisenberg, Enkenbach-Alsenborn, Otterberg, Otterbach) keine wesentlichen Kaufkraftabflüsse zum Planstandort nach Winnweiler zu erwarten.

In der Tabelle 11 sind die voraussichtlichen Umsatzumverteilungen im Umland aufgeführt, die das Vorhaben in den einzelnen zentralen Orten gegen dortige Lebensmittelmärkte auslösen wird. Die ermittelten Umverteilungsquoten liegen im Höchstfall bei 1 – 2 % (Rockenhausen), ansonsten bei 1 % oder noch darunter. Hieraus sind keine wesentlichen Auswirkungen auf den Bestand zu erkennen.

<sup>43</sup> Ohne Netto.



**Tabelle 11: Voraussichtliche Umsatzumverteilungen des Vorhabens am Standort Winnweiler, L 390 / Industriestraße, im Nahrungs- und Genussmittelbereich**

Zentrale Orte	Umsatz Lebensmittelmärkte mit Nahrungs- und Genussmitteln	Kaufkraftumlenkung zum Vorhaben	Durchschnittliche Umsatzumverteilungsquote in %
	In Mio. €		
Mittelzentrum Rockenhausen	24,9	0,4	1 – 2
Mittelzentrum Kirchheimbolanden	28,6	0,3	1
Grundzentrum Göllhelm	9,1	0,1	1
Grundzentrum Eisenberg	22,5	< 0,1	< 1
Grundzentrum Enkenbach-Alsenb.	26,4	0,1	< 1
Grundzentrum Otterberg	8,3	0,1	1
Grundzentrum Otterbach	19,5	< 0,1	< 1
Oberzentrum Kaiserslautern	> 100	0,9	< 1
Andere Kommunen	> 30	0,1	< 1

GMA-Berechnungen Januar 2016 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

Im Drogeriewarenbereich ist aus der Neuansiedlung eines Drogeriefachmarkts eine Umsatzerwartung von ca. 2,5 Mio. € abzuleiten. Aufgrund der gegebenen Angebotsstrukturen werden hiervon in der Hauptsache die in Winnweiler ansässigen Lebensmittelmärkte Edeka, Aldi und Netto (künftig auch REWE) betroffen sein sowie auswärtige Drogeriefachmärkte (z. B. dm in Rockenhausen, Kirchheimbolanden, Otterbach und Kaiserslautern, Rossmann in Göllhelm, Enkenbach-Alsenborn und Kaiserslautern, Müller in Kaiserslautern) und auch Lebensmittelmärkte.

In der Tabelle 12 sind die voraussichtlichen Umsatzumverteilungen im Umland aufgeführt, die das Vorhaben in den einzelnen zentralen Orten gegen die dortigen Träger der Drogeriewarenversorgung (Drogerie- und Lebensmittelmärkte) auslösen wird. Wie die Tabelle 12 zeigt, liegen die ermittelten Umverteilungsquoten außerhalb von Winnweiler im Höchstfall bei 6 % (Rockenhausen), ansonsten bei 4 % oder darunter. Da es sich bei allen Anbietern um leistungsstarke Filialisten handelt (darunter mehrere Märkte von dm selbst), sind aus der Ansiedlung eines neuen Drogeriemarkts in Winnweiler keine Gefährdungen einzelner Anbieter wahrscheinlich.

**Tabelle 12: Voraussichtliche Umsatzumverteilungen des Vorhabens am Standort Winnweiler, L 390 / Industriestraße, im Drogeriewarenbereich (ohne Randsortimente)**

Zentrale Orte	Umsatz Lebensmittelmärkte mit Nahrungs- und Genussmitteln	Kaufkraftumlenkung zum Vorhaben	Durchschnittliche Umsatzumverteilungsquote in %
	In Mio. €		
Mittelzentrum Rockenhausen	5,0	0,3	6
Mittelzentrum Kirchhelmbolanden	7,1	0,3	4
Grundzentrum Göllhelm	2,6	0,1	4
Grundzentrum Eisenberg	4,8	< 0,1	1 – 2
Grundzentrum Enkenbach-Alsenb.	4,1	0,2	4
Grundzentrum Otterberg	0,6	< 0,1	2
Grundzentrum Otterbach	4,6	< 0,1	< 1
Oberzentrum Kaiserslautern	> 40	0,6	2
Andere Kommunen	> 30	< 0,3	< 1

\* Drogeriefachmärkte, Lebensmittelmärkte, Fachparfümerien

GMA-Berechnungen Januar 2016 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

Im Bereich der übrigen Randsortimente sind für das Vorhaben nur geringe Auswirkungen zu erwarten, da sich die Auswirkungen aus der Neuansiedlung von REWE und dm auf eine Vielzahl von Sortimenten beziehen, die es zumeist in Winnweiler nicht gibt (Parfümeriewaren, Heimtlerbedarf, Haushaltswaren etc.). Somit betreffen die beiden Neuansiedlungen in Winnweiler in der Hauptsache andere Lebensmittelmärkte, da diese ähnliche Nichtlebensmittel-Artikel vertreiben. Vorhandene Fachanbieter werden dagegen wenig tangiert. Bei dem Netto-Markt handelt es sich um eine Umsiedlung eines bestehenden Marktes, mit der keine wesentliche Erweiterung der Nonfood-Sortimente verbunden ist.

#### 5.4 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

##### 5.4.1 Auswirkungen im Grundzentrum Winnweiler

Es ist davon auszugehen, dass in Winnweiler der größte Teil der Auswirkungen auf die vorhandenen Lebensmittelmärkte entfallen wird. Diese befinden sich an autokundenorientierten Standorten in Ortsrandlagen, außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.

In der Ortsmitte sind keine Lebensmittelmärkte und Drogeriewarenanbieter vorhanden sondern lediglich Bäckereien und Metzgereien, die jedoch keine direkten Konzeptüberschneidungen mit dem Vorhaben aufweisen. Daher werden sich in der Ortsmitte von Winnweiler keine wesentlichen Auswirkungen auf den Angebotsbestand zeigen. Somit sind für das Grundzentrum Winnweiler keine Folgen für den Städtebau oder die Versorgungsfunktion im zentralen Versorgungsbereich absehbar.

Die Nahversorgungssituation in Winnweiler wird durch die Modernisierung von Netto und die Neuansiedlung eines Lebensmittelmarkts und eines Drogeriefachmarkts langfristig gesichert bzw. in Bezug auf die Versorgung mit Drogeriewaren deutlich verbessert. Allerdings ist zu erwarten, dass durch das Vorhaben in Winnweiler insbesondere der vorhandene Edeka-Markt – als bisher einziger Lebensmittelvollsortimenter und Anbieter des größten Sortiments an Drogeriewaren – erhebliche Umsatzeinbußen hinnehmen muss.

#### 5.4.2 Auswirkungen in umliegenden Zentralen Orten

In den umliegenden Verbandsgemeinden verteilen sich die Auswirkungen des Vorhabens auf eine Vielzahl von Anbietern und Standorten. Auf Grund der in den umliegenden zentralen Orten vorhandenen eigenen Angebotsstrukturen im Lebensmittel- und Drogeriewarensegment (u. a. REWE-Supermarkt in Rockenhausen, Netto-Discounter in Kirchheimbolanden, Göllheim und Enkenbach-Alsenborn, dm-Drogeriefachmärkte in Rockenhausen, Kirchheimbolanden, Eisenberg und Otterbach) sind keine wesentlichen Kaufkraftabflüsse aus diesen zentralen Orten nach Winnweiler zu erwarten. Möglicherweise ausbleibende Umsätze aus der VG Winnweiler dürften sich ebenfalls in Grenzen halten.

Im Nahrungs- und Genussmittelsegment wurde in keinem der umliegenden zentralen Orte eine Umsatzumverteilungsquote von mehr als 1 – 2 % gegen strukturprägende Anbieter ermittelt. Im Drogeriewarensegment beläuft sich die Umsatzumverteilungsquote zu Lasten vorhandener Anbieter auf max. 6 %. Hieraus sind keine Bestandsgefährdungen abzuleiten.

Hierzu ist zum einen auf die Leistungsstärke der dortigen, teilweise langjährig etablierten Lebensmittel- und Drogeriemärkte zu verweisen, zum anderen auf die jeweils relativ geringen Umsatzumverteilungen in Folge des Vorhabens in Winnweiler. Beeinträchtigungen der Versorgungsqualität in Umlandgemeinden sind deshalb zu vernachlässigen.

Schließlich handelt es bei den vorhandenen Lebensmittel- und Drogeriemärkten im Untersuchungsraum ganz überwiegend um Standorte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen. Schädigungen der zentralen Versorgungsbereiche im Umland in Folge des Vorhabens in Winnweiler können somit ausgeschlossen werden, ebenso wie Beeinträchtigungen der Versorgungsfunktionen der Zentralen Orte.

## 6. Raumordnerische Beurteilung des Vorhabens

Die raumordnerische Zulässigkeit des Vorhabens wird anhand der Vorgaben des LEP IV beurteilt. Die wesentlichen Ziele und Grundsätze zur Steuerung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben werden in den Z57 bis Z61 (Prüfkriterien) sowie den G 56, G62 und G63 beschrieben.

Hierzu ist zunächst zu bemerken, dass diese Ziele und Grundsätze nur großflächige Einzelhandelsvorhaben betreffen, d. h. Einzelhandelsvorhaben, die entweder für sich genommen bereits großflächig sind oder aber eine Agglomeration von nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten (vgl. Z 61) darstellen.

Zur raumordnerischen Beurteilung sind im vorliegenden Fall folgende Punkte wesentlich:

### **■ Zentralitätsgebot (Z57):**

Bei der Standortkommune Winnweiler handelt es sich um ein ausgewiesenes Grundzentrum. Keiner der geplanten Betriebe umfasst mehr als 2.000 m<sup>2</sup> VK. Das Vorhaben ist daher mit den Vorgaben des Zentralitätsgebots gem. Z 57 LEP IV vereinbar.

### **■ Städtebauliches Integrationsgebot (Z58):**

Bei den vorgesehenen Lebensmittelmärkten handelt es sich um Anbieter von innenstadtrelevanten Sortimenten. Diese wären gemäß Z58 nur in Innenstädten oder Stadtteilzentren zulässig. Der Vorhabenstandort liegt außerhalb der Ortsmitte von Winnweiler und verstößt somit in formaler Hinsicht gegen das städtebauliche Integrationsgebot. Allerdings ist hierzu anzuführen, dass in der eng bebauten Ortsmitte von Winnweiler keine geeigneten Standorte verfügbar sind, die den größenbezogenen, topografischen und verkehrlichen Anforderungen von großflächigen Einzelhandelsvorhaben genügen können. Aus diesen Gründen mussten Lebensmittelmärkte bereits in der Vergangenheit außerhalb der Ortsmitte angesiedelt werden. Dieses Dilemma betrifft im Übrigen nicht nur Winnweiler sondern auch alle anderen Grundzentren im Untersuchungsraum, wo ebenfalls Lebensmittel- und Drogeriemärkte ausschließlich außerhalb zentraler Lagen entstanden.

### **■ Nichtbeeinträchtigungsgebot (Z60):**

Durch das Vorhaben wird die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Ortsgemeinde Winnweiler oder die der Versorgungsbereiche der benachbarten zentralen Orte nicht wesentlich beeinträchtigt. So sind in weder in der Ortsmitte von Winnweiler noch in den zentralen Lagen der umliegenden Grund- und Mittelzentren vorhabenrelevante Lebensmittel- und Drogeriefachmärkte vorhanden. Vielmehr sind die Wettbewerber des Vorhabens ausschließlich außerhalb zentraler Lagen, zumeist in Ortsrandlagen, ansässig.

In den umliegenden zentralen Orten werden die zu erwartenden Umsatzumverteilungsquoten weit unterhalb des städtebaulichen Anhaltswerts von 10 % liegen, sodass vor dem Hintergrund der örtlichen leistungsstarken Angebotsstrukturen keine Bestandsgefährdungen und somit keine städtebaulich relevanten Folgen in diesen Orten eintreten werden.

Festzuhalten ist, dass durch das Vorhaben in Winnweiler weder die Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde Winnweiler noch die der Versorgungsbereiche benachbarter Zentraler Orte oder ihrer Stadtteile wesentlich beeinträchtigt werden. Somit wird das Nichtbeeinträchtigungsgebot i. S. des Z 60 des LEP IV eingehalten.

( )

( )

<b>Verzeichnisse</b>		<b>Seite</b>
<b>Kartenverzeichnis</b>		
Karte 1:	Lage der Verbandsgemeinde Winnweiler und zentralörtliche Struktur in der Region	17
Karte 2:	Siedlungsstruktur der Verbandsgemeinde Winnweiler	19
Karte 3:	Einzelhandelsschwerpunkte in der Verbandsgemeinde Winnweiler	22
Karte 4:	Einzelhandelsschwerpunkte in der Ortsgemeinde Winnweiler	23
Karte 5:	Einzelhandelskonzept der Verbandsgemeinde Winnweiler; Standortkonzept	46
Karte 6:	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs der Verbandsgemeinde Winnweiler (Ortsmitte Winnweiler)	48
Karte 7:	Versorgungsbereiche Nahversorgung und Lebensmittelnahversorgung in der Verbandsgemeinde Winnweiler	51
Karte 8:	Regionale Wettbewerbssituation für die geplanten Lebensmittel- und Drogeriemärkte in Winnweiler	60
<b>Tabellenverzeichnis</b>		
Tabelle 1:	Bevölkerungsentwicklung 2004 – 2014 und -verteilung in der VG Winnweiler	18
Tabelle 2:	Einzelhandelsbestand der VG Winnweiler 2016 nach Sortimentsbereichen	24
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand der Ortsgemeinden in der VG Winnweiler 2016	26
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der VG Winnweiler 2015	31
Tabelle 5:	Entwicklung des Kaufkraftpotenzials in der VG Winnweiler bis 2020	36
Tabelle 6:	Wettbewerbsrelevanter Bestand in den umliegenden zentralen Orten	61
Tabelle 7:	Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet der geplanten Lebensmittel- und Drogeriemärkte am Standort Winnweiler, L 390/Industriestraße	63
Tabelle 8:	Marktanteile und Umsatzerwartung des geplanten REWE-Supermarkts am Standort Winnweiler, L 390 / Industriestraße	64
Tabelle 9:	Marktanteile und Umsatzerwartung des geplanten Netto-Lebensmittel-discounters am Standort Winnweiler, L 390 / Industriestraße	65

Tabelle 10:	Marktanteile und Umsatzerwartung des geplanten dm-Drogeriefachmarkts am Standort Winnweiler, L 390 / Industriestraße	65
Tabelle 11:	Voraussichtliche Umsatzumverteilungen des Vorhabens am Standort Winnweiler, L 390 / Industriestraße, im Nahrungs- und Genussmittelbereich	68
Tabelle 12:	Voraussichtliche Umsatzumverteilungen des Vorhabens am Standort Winnweiler, L 390 / Industriestraße, im Drogeriewarenbereich (ohne Randsortimente)	69

#### Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	11
Abbildung 2:	Anteil des Onlinehandels am deutschen Einzelhandelsumsatz 2013 nach Produktkategorie	13
Abbildung 3:	Aktuelle Konsumtrends im deutschen Einzelhandel	14
Abbildung 4:	Einzelhandelsbestand in der VG Winnweiler 2016 nach Betriebstypen	25
Abbildung 5:	Versorgungskennziffern im Interkommunalen Vergleich	27
Abbildung 6:	Standortkonzept der VG Winnweiler 2016 (GMA-Vorschlag)	45
Abbildung 7:	Vorhabensskizze Neuansiedlung / Umsiedlung Einzelhandelsmärkte am Standort L 390 / Industriestraße in Winnweiler	56

#### Fotoverzeichnis

Foto 1:	Ortsmitte Winnweiler, Schloßplatz / Schloßstraße	47
Foto 2:	Ortsmitte Winnweiler, Schloßstraße	47
Foto 3:	Ortsmitte Winnweiler, Geschäftsbesatz am Marktplatz	49
Foto 4:	Ortsmitte Winnweiler, westliche Kirchstraße	49

#### Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1:	Sortimentskonzept der Verbandsgemeinde Winnweiler 2016 (GMA-Vorschlag)	43
--------------	--	----