

TOP 1

Gremium	Termin	Status
Bau- und Grundstücksausschuss	27.03.2023	öffentlich

Vorlage der Verwaltung

Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Ludwigshafen

Vorlage Nr.: 20236172

ANTRAG

Der Bau- und Grundstücksausschuss möge die Informationen über die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts zustimmend zur Kenntnis nehmen.

1. Erläuterung

Am 7.4.2022 wurde im Stadtentwicklungsausschuss (STEA) und Stadtentwicklungsbeirat die geplante Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ludwigshafen behandelt. Im Anschluss wurde entsprechend dem Auftrag an die Verwaltung die Leistung ausgeschrieben und am 3.11.2022 das Büro Stadt + Handel - in Zuständigkeit des Standortes Karlsruhe - mit der Konzepterstellung beauftragt.

Das Einzelhandelskonzept ist als wichtiges Abwägungsmaterial für die Fortschreibung des Flächennutzungsplans unverzichtbar. Das als Rechtsverordnung für die Kommunen von Rheinland-Pfalz verbindliche Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) schreibt gemäß Ziel 58 ein solches Konzept, in dem die zentralen Versorgungsbereiche definiert werden, für die Kommunen vor.

Z 58

Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt sowie Stadtteilzentren, zulässig (städtebauliches Integrationsgebot). Die städtebaulich integrierten Bereiche (»zentrale Versorgungsbereiche« im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen

Das aktuelle Einzelhandelskonzept datiert aus dem Jahr 2012, die zugrundeliegenden Zahlen stammen aus dem Jahr 2009. Entsprechend ist das Konzept wegen der in der Zwischenzeit erfolgten Entwicklungen in Bezug auf einige Inhalte nicht mehr aktuell. Die SGD Süd als die zuständige Raumordnungsbehörde hat die Stadt Ludwigshafen bereits aufgefordert, das Konzept zu aktualisieren, andernfalls wären keine Verfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben mehr durchführbar. Zusätzlich muss das Einzelhandelskonzept in die derzeit laufende Fortschreibung des Flächennutzungsplans eingebunden werden.

Das Einzelhandelskonzept ist kein durchgreifendes Instrument für gezielte Maßnahmen, es gibt lediglich den Rahmen vor, innerhalb dessen sich der Einzelhandel in Ludwigshafen entwickeln kann. Durch das Konzept selbst kann keine aktive Entwicklung des Handelsgeschehens (insbesondere Akquise von Neuansiedlungen) erfolgen, da der Einzelhandel ein rein privatwirtschaftlich organisierter Wirtschaftszweig ist. Vielmehr dient das Konzept der Rahmensezung für die Entwicklung des Einzelhandels und dessen Standorte in Ludwigshafen, die im Nachgang mittels planungsrechtlicher und baurechtlicher Instrumente festgelegt werden können.

Grundsätzlich soll die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes den Rahmen für die Versorgung der Bevölkerung, darunter auch die fußläufige Nahversorgung for-

mulieren und dabei zukünftige aktuelle globale und nationale Einzelhandelsentwicklungstrends benennen und gegebenenfalls berücksichtigen. Im Rahmen des Konzepts soll eine Bewertung und Aktualisierung der nachfrage- und angebotsseitigen Veränderungen vorgenommen und die daraus abzuleitenden Entwicklungsperspektiven unter besonderer Berücksichtigung der Innenstadt und der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgung aufgezeigt werden. Dabei sind insbesondere die Entwicklungen im Käuferverhalten während der Pandemie, die Betriebs- und Standortanforderungen der Anbieter sowie die Auswirkungen der zunehmenden Konkurrenz des Online-Handels für den stationären Einzelhandel zu berücksichtigen.

Ein weiteres Ziel des Einzelhandelskonzepts ist die Überprüfung der Abgrenzung der nach dem derzeitigen Einzelhandelskonzept festgelegten zentralen Versorgungsbereiche, wie es sowohl Landesplanung als auch Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd fordern. Dabei ist zu klären, ob die bestehenden Zentren innerhalb der festzulegenden Zentrenstruktur erhalten bleiben oder eine Anpassung dieser notwendig sein wird.

Für die Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes sind die folgenden Schritte vorgesehen:

- Vorberatung bzgl. der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes im STEA (erfolgt im April 2022)
- Information des BGA in der Sitzung am 27.03.23 über Ziele, Inhalte und Zeitplan des Konzepts
- Beteiligung aller Ortsbeiräte (anvisiert bis zur Sommerpause 2023)
- Erarbeitung eines Entwurfs und Vorstellung im BGA (anvisiert nach der Sommerpause 2023)
- Durchführung einer „Offenlage“ in Anlehnung an das Bauleitplanverfahren
- Beschluss des Konzepts im Stadtrat nach Vorberatung im BGA (anvisiert im 4. Quartal 2023).

Die Konzepterstellung erfolgt in Abstimmung mit den betroffenen Trägern öffentlicher Belange (TÖB) im Rahmen einer Arbeitsgruppe, um deren Interessen und Anregungen frühzeitig in die Fortschreibung einfließen zu lassen. Darin beteiligt sind Vertreter*innen von Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd, IHK Pfalz, Handelsverband Süd-West und Regionalplanung. Darüber hinaus sind auch die WirtschaftsEntwicklungsGesellschaft Ludwigshafen (W.E.G.) und die Lukom in der Arbeitsgruppe vertreten.

Neben der Arbeitsgruppe wird die Konzepterstellung von den Bereichen Stadtentwicklung, Stadtplanung, Stadterneuerung und Bauaufsicht im Rahmen einer Lenkungsgruppe begleitet.

Derzeit wird die Bestandsaufnahme der Daten von Ludwigshafen erarbeitet. Erste gesamtstädtische Analyseergebnisse zu den Entwicklungen im Einzelhandel, wie z.B. zur Umsatzentwicklung vor Ort und den Verkaufsflächenansprüchen der Lebensmittelmärkte, liegen bereits vor und können dem BGA anhand einer Präsentation durch das Büro Stadt + Handel vorgestellt werden. Eine Bereitstellung der Präsentation erfolgt über das Ratsinformationssystem.

Die wesentlichen ersten Erkenntnisse des beauftragten Büros zur Entwicklung des Einzelhandels in Ludwigshafen seit 2009 sind:

- Positive Entwicklung der Einwohnerzahl (Hauptwohnsitz) von rd. 158.000 (2009) auf rd. 175.000 (2021, plus 10,6 %). Verringerung der Betriebsanzahl im gleichen Zeitraum von 1.154 auf 877 Einzelhandelsbetriebe (minus 277 oder minus 24 %). Der Löwenanteil davon entfällt auf das Rathaus-Center (minus rd. 80 Betriebe) und die Walzmühle (minus rd. 20 Geschäfte) sowie einige inhabergeführte Geschäfte in der Innenstadt. Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe wurde zudem in allen Stadtteilen in unterschiedlichem Ausmaß kleiner.
- Rückgang der Gesamtverkaufsfläche von rd. 297.000 qm um rd. 36.000 qm auf rd. 261.000 qm oder um minus 12,2 %. Die starke Abnahme der Verkaufsfläche ist zu etwa 53 % auf den Stadtteil Mitte und zu rd. 25 % auf den Stadtteil Süd zurückzuführen. In Mitte sind das v.a. große Einheiten wie das Rathaus-Center (rd. 19.000 qm), Kaufhof (rd. 7.000 qm), C+A (rd. 5.000 qm), Karstadt-Schnäppchenmarkt (Tortenschachtel, rd. 4.000 qm), H+M und Drogerie Müller (je 2.600 qm) sowie Fashion House (2.200 qm). Im Stadtteil Süd sind es vorwiegend Betriebe in der Walzmühle, dort fielen rd. 10.000 qm Verkaufsfläche weg. In den übrigen Stadtteilen ging die Verkaufsfläche ebenfalls zurück, außer in den Stadtteilen West, Friesenheim, Pfingstweide und Oggersheim, die geringe Zunahmen verzeichneten.
- Rückgang der Verkaufsflächenausstattung um 20,7 % von 1,88 auf 1,49 qm je Einwohner.
- Positive Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 924,2 Mio. Euro auf rd. 1.185,1 Mio. Euro (plus 28,2 %).
- Verringerung des Kaufkraftniveaus von einem Kaufkraftindex von rd. 97 auf rd. 94.

- Zunahme des Umsatzes im Einzelhandel von 923,3 Mio. Euro auf 1.079,2 Mio. Euro (plus 16,8 %).

Erläuterung: Die deutlich gestiegene Kaufkraft der Ludwigshafener Bevölkerung konnte z.T. durch die Einzelhandelsstrukturen in Ludwigshafen aufgefangen werden, so dass diese höhere Umsätze verzeichnen. Da der Umsatz im Vergleich zur Kaufkraft weniger stark angestiegen ist, finden nunmehr deutlichere Kaufkraftabflüsse in das Umland statt.

Rückgang der Einzelhandelszentralität von rd. 113 % auf rd. 91 %.

Erläuterung: Steigt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft stärker an als der Umsatz im stationären Einzelhandel vor Ort, sinkt die berechnete Zentralität, weil wachsende Anteile der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft nicht in Ludwigshafen, sondern über andere Vertriebswege ausgegeben werden, z.B. im Versand- oder Online-Handel oder im stationären Handel außerhalb Ludwigshafens.