

Stadtentwicklungsausschuß 24. April 2023

Nahversorgung in den Stadtteilen der Stadt Ludwigshafen

Wie steht es um die Nahversorgung in den Stadtteilen?

Die Ausgangssituation

- „Nicht gewünschte“ Veränderungen und Leerstände prägen das Bild in manchen Stadtteilen
- (inhabergeführte) Bäckereien und Metzgereien sind stark rückläufig
- Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus 2011 (die Neufassung ist derzeit in Arbeit)

Auftrag an LUKOM, Bereich Stadtentwicklung und W.E.G.

- Untersuchung der Ist-Situation
- Strategieentwicklung

Arbeitsweise

- Konzept mit zwei Phasen (Bestandsaufnahme mit strategischer Einordnung sowie Vertiefung mit Lösungsansätzen)
- Einbindung lokaler bzw. externer Partner (Ortsvorsteher*innen, Gewerbevereine, IHK, HWK, EHV, mehrere Makler)

Heutige Vorlage

- Zwischenbericht
- Schlussbericht sowie Einzelberichte zu den Stadtteilen Ende 2023/Beginn 2024

Wie sieht es in den Stadtteilen aus?

In unserer Untersuchung haben wir nachfolgende Punkte mehr oder weniger in jedem Stadtteil festgestellt:

1. Inhabergeführte Bäckereien wie auch Metzgereien werden immer weniger oder sind in Teilen gar nicht mehr vorhanden
2. Wochenmärkte haben wenige Anbieter oder sind in Teilen nicht vorhanden
3. Die klassische Gastronomie ist rückläufig, Take-away Angebote nehmen zu
4. Nicht gewünschte Nutzungen wie Kleinstgastronomie (mit Spielautomaten), Wettbüros etc. nehmen zu
5. Eine gute ärztliche Versorgung ist zentral für das Lebensgefühl im Stadtteil. Wenige werdende und zum Teil überalterte Allgemein-Mediziner*innen (in zum Teil nicht barrierefreien Immobilien) werden nicht als ausreichend wahrgenommen

Wie sieht es in den Stadtteilen aus? - 02

6. Die Immobilieneigentümerstruktur verändert sich rasant. Häufig führt dies zu einem Entkoppeln der lokalen Verbundenheit
7. Eine ansprechende Aufenthaltsqualität, ausreichendes und gepflegtes Grün, das Gefühl von Sicherheit und Sauberkeit im öffentlichen Raum sind nicht zu unterschätzende Voraussetzungen für Ortskerne und zentrale Lagen und deren Attraktivität
8. Soziale Treffpunkte wie Cafés, Gastronomie oder gar Versammlungsräume sind rar oder fehlen
9. Soziale Strukturen wie z.B. Gewerbevereine existieren nicht mehr in jedem Stadtteil oder haben eine deutlich geringere Bedeutung
10. Soziale Nähe in der Nachbarschaft und eigene Verantwortlichkeit für das Wohnumfeld (z.B. beim Thema Sauberkeit) nehmen vielfach ab

Allgemeine Erkenntnisse

Gesellschaftliche Veränderungen

- Differenzierung der Berufs- und Arbeitswelt
- Distanzen zu Arbeitsstätten
- Belastungen im Familienalltag
- demographischer Wandel
- Veränderungen in Berufsbildern und in der Arbeitswelt (so z. B. auch ein deutlicher Rückgang von Selbständigkeit in Handel und Handwerk)
- eine vergrößerte Diversität in Bildung und Lebensstilen
- Vielfalt in der kulturellen Prägung der Akteure
- Verfügbarkeit bzw. Nichtverfügbarkeit von finanziellen Ressourcen
- die technische Fortentwicklung/Digitalisierung

Allgemeine Erkenntnisse 02

Exkurs: Digitalisierung in Deutschland

- *Ca. 95 % der Bevölkerung (älter als 14) nutzt das Internet zumindest selten, das entspricht ca. 67 Millionen Menschen*
- *Der Aktivitätsgrad – und vor allem die Kompetenzen und Vielfalt in der Nutzung ist abhängig von Lebensstil, Alter und (digitaler) Bildung. Hier liegt Deutschland lediglich im Mittelfeld*
- *In Deutschland werden jährlich über 260 Milliarden Euro für Lebensmittel, Getränke und Tabak ausgegeben, der Online-Anteil beträgt 4 Milliarden Euro*
- *Nach einer 2022 veröffentlichten Studie wird der prognostizierte Marktanteil im Online-Lebensmittelbereich bis zum Jahr 2030 etwa 10 bis 15 % ausmachen (zum Vergleich in Großbritannien beträgt er bereits heute 12 %)*
- *Wir befinden uns in einer Übergangsphase in der analoge Angebote weiterhin vorgehalten wie digitale Angebote aufgebaut bzw. verstärkt werden müssen.*
- ** Quellen: Statista, Studie Accenture und GfK, D21 Digitalindex 2021/2022*

Allgemeine Erkenntnisse – 03

Strukturwandel im Handwerk und Handel

- Die Ansprüche an erforderliche Flächen und Logistik haben sich verändert
- Anforderungen an die Wirtschaftlichkeit sind höher
- Der Fachkräftemangel nimmt zu
- Material- und Energiekosten steigen
- Nachfolgeregelungen innerhalb von inhabergeführten Betrieben sind selten
- Selbständigkeit im Einzelhandel und Handwerk eher unattraktiv
- Steigende Akzeptanz des Internethandels

Exkurs:

- **Metzgereien:** In den letzten zwanzig Jahren ist bundesweit die Anzahl der Metzgereien von knapp 20.000 auf 11.000 gesunken – mit einem Verlust von ca. 9.000 Mitarbeiter*innen
- **Bäckereien:** In den vergangenen 60 Jahren sank die Anzahl der Bäckereien von 55.000 Betrieben (altes Bundesgebiet) auf weniger als 10.000 (mit 35.000 Filialen) im heutigen Bundesgebiet. Allein in den letzten acht Jahren verloren bei der Schließung von ca. 2.500 Betrieben rund 37.000 Menschen ihren Arbeitsplatz

Allgemeine Erkenntnisse – 04

- Zunehmender Direktvertrieb der Hersteller
- Verkaufspreise lokaler Geschäfte liegen häufig über dem Online-Handel
- Handel, der eine Kombination mit Handwerk oder Dienstleistung anbietet (wie Optik, Hörgeräteakustik, Friseure mit Handel etc.), ist eher resilient
- Veraltete Gebäude (mangelnde Barrierefreiheit, ungünstige Grundrisse, fehlende Parkplätze für Autos, Fahrräder, Lastenfahrräder etc.) erfüllen nicht mehr die erforderlichen marktüblichen Ansprüche an die Verkaufsflächen und werden daher von den Betreibern zunehmend abgelehnt
- In den bebauten Stadtteilen sind selten Entwicklungsflächen für Lebensmittelmärkte vorhanden bzw. die planungsrechtlichen Hürden sind sehr hoch.
- Ungeachtet dessen sind in einzelnen innerstädtischen Lagen bundesweit durchaus Lebensmittelmärkte mit deutlich kleinen Verkaufsflächen (z.B. Rewe to go, tegut) eröffnet worden.

Erkenntnisse – für Ludwigshafen

Was können wir in Ludwigshafen tun?

- **Wenig Leerstand – viele Umnutzungen sind bereits erfolgt.** Dies macht nur selten Handlungsbedarfe bezüglich Leerstand notwendig
- Pro-aktive Akquise zur Ansiedlung von Handel oder Handwerk ist **nicht erfolgversprechend**
- „**Unerwünschte Nutzungen**“ wie Kleinstgastronomie und Wettbüros sind auf kommunaler Ebene per Bauleitplanung bzw. Bauordnung oder Gewerberecht **nicht zu verhindern**. Hier ist das Landesrecht der wichtigste Ansatzpunkt
- Relativ **hohe Zahl an ethnischen Lebensmittelläden**, die, vielleicht auch wegen des anderen Einkaufsverhaltens in den Herkunftsländern, entstehen (Gutachter des neuen Einzelhandelskonzeptes aus der Bestandsaufnahme)

Erkenntnisse – für Ludwigshafen 02

- Hier **ansässige Lebensmitteldiscounter** besitzen oft relativ kleine Verkaufsflächen, was perspektivisch **zu einer ersatzlosen Schließung von einzelnen Märkten führen kann** (Gutachter des neuen Einzelhandelskonzeptes aus der Bestandsaufnahme)
- Die Er-/Einrichtung **moderner Lebensmittelmärkte in den Ortskernen** ist aufgrund der dichten Bebauung, und örtlichen baulichen Gegebenheiten der Bestandsimmobilien **kaum bzw. nur in Einzelfällen realisierbar**
- **Perspektiven können gemischte Nutzungen** im Zuge der Konversion von größeren Liegenschaften bieten (z.B. G+H-Gelände), indem die Stadt über die Schaffung des entsprechenden Planungsrechts die Projektentwicklung steuert und dabei Einzelhandelsnutzungen mit den Investoren verhandelt werden können.

Erkenntnisse – für Ludwigshafen 03

- Inwieweit hier zukünftig zu mobilisierende **Standorte** in Kern- und Mischgebieten oder an den Siedlungsrändern zur Verfügung stehen werden, wird insbesondere **bei der anstehenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes zu diskutieren sein**
- Gerade **in Wohngebieten** stehen bestehende Einzelhandelsstandorte zum Teil trotz ihrer Bedeutung für die fußläufige Nahversorgung **zunehmend in der Kritik**
- Ob **neue Standorte an den Rändern der Stadtteile** gezielt ausgewiesen werden, wenn die Lebensmittelversorgung innerorts nicht mehr als ausreichend eingestuft wird, wird im **Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ebenfalls zu diskutieren sein**
- Der **jahrzehntelange Schutz der Zentren** war aufgrund der bundesweiten Trends und der spezifischen Bedingungen in Ludwigshafen **nur bedingt erfolgreich**

Erkenntnisse – für Ludwigshafen 04

Exkurs:

Ärztliche Versorgung wird in einigen Stadtteilen von den Ortsvorsteher*innen als nicht ausreichend angesehen. Erste Überlegungen könnten dazu sein:

- *Durch eine konzertierte Aktion mit Ärzteschaft, Kassenärztliche Vereinigungen, Stadt und Politik könnten die Stadtteile diesbezüglich auf den Prüfstand gestellt werden.*
- *Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die bestehenden Arztpraxen (zusammen mit den dort befindlichen Apotheken) innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ein wesentlicher Frequenzbringer sind. Ziel wäre eine Analyse, um mögliche Handlungsansätze für alle Beteiligten aufzuzeigen.*
- *Dies könnte den auch in Ludwigshafen seit vielen Jahren zu beobachtenden Trend bestätigen, die ärztliche Versorgung in Abstimmung mit den gesetzlichen Vorgaben und im verträglichen Rahmen in medizinischen Zentren zu bündeln.*

Perspektive „Mitte des Stadtteils“

Nahversorgung - mehr als die fußläufige Versorgung von Lebensmittel

Es sind auch die Orte an denen sich die Menschen begegnen, wodurch Nähe und Verantwortung entsteht.

Mögliche Ansatzpunkte/Angebote innerhalb der Stadtteile - **in der Mitte des Stadtteils oder je nach Größe vielleicht auch in mehreren „Kernen“** könnten sein z.B.

- Paketabholstationen
- Mindestens Bankautomaten, besser Bankfilialen
- Postdienstleistungen
- Mindestens eine Bäckerei mit Café
- Lebensmittelnahversorgung inkl. Drogerie

Perspektive „Mitte des Stadtteils“ - 02

- Apotheke (nur konkurrenzfähig, wenn unmittelbar Arztpraxen angrenzen)
- Ärztliche Versorgung durch ein angemessenes Angebot an Praxen, ggf. in Ärztezentren
- Gesundheitsnahe Dienstleistungen
- Orte der Begegnungen, des Austausches, der Beratung und Service oder der (Weiter-)Bildung z.B. in bereits vorhandenen öffentlichen Einrichtungen als Stabilisatoren und Frequenzbringer

Ansatzpunkte für Veränderungen

Stadt Ludwigshafen:

1. Derzeit wird das Einzelhandels- und Zentrenkonzept aktualisiert. Es ist der **konzeptionelle Rahmen** für die Sicherung und die Stärkung der Nahversorgung durch eine aktuelle Neuausrichtung unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Entwicklung – mit Offenheit für Vergrößerungen bestehender Märkte, um Standorte zu sichern, sowie für die gezielte Ausweisung neuer Standorte innerhalb eines verträglichen Rahmens. Das Ergebnis wird Ende 2023/ Anfang 2024 vorliegen
2. Bei größeren Umstrukturierungsprojekten **gemischte Nutzungen** mit Einzelhandels- und Nahversorgungsangeboten einfordern (Bebauungsplan, Städtebaulicher Vertrag)
3. **Ansprache von Gruppen** mit bürgerschaftlichem Engagement, Kirchen, Vereinen etc. für gemeinsame Aktionen, um soziale Nähe zu schaffen
4. Ein **gut ausgebauter Öffentlicher Nahverkehr** (kann auch innerhalb eines Ortes oder zum nächsten Stadtteil Versorgung sicherstellen)

Ansatzpunkte für Veränderungen - 02

5. Beim **Ausbau des Fahrradverkehrs** die Nahversorgungsbereiche berücksichtigen
6. Ausbau des Radwegenetzes zur **Stärkung der aktiven Mobilität**
7. Abstellplätze bzw. **Parkplätze für Fahrräder und Lastenfahrräder** sowie flächendeckendes Angebot von Leih-Fahrrädern (wie z.B. das VRNnextbike)
8. Verbesserung der **Aufenthaltsqualität** (Grün, Sicherheit, Sauberkeit etc.) in den zentralen Versorgungsbereichen
9. Stabilisierung der **öffentlichen Einrichtungen** innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch Nutzungserweiterungen
10. Ausbau von **digitalen Angeboten** in Service und Bildung

Ansatzpunkte für Veränderungen - 03

W.E.G.:

1. **Bestandspflege** der Eigentümer größerer Immobilien
2. **Standortakquisition** für die Lebensmittelstandortversorgung auf Grundlage des neuen Zentrenkonzeptes (wird derzeit erstellt)
3. Initiierung oder Unterstützung zum Bau von **Ärztelhäusern bzw. sonstigen Praxiszusammenschlüssen** unter Berücksichtigung der jeweiligen Versorgungssituation in den Stadtteilen und der kassenärztlichen Vorgaben

Ansatzpunkte für Veränderungen - 04

LUKOM:

1. Wochenmärkte überprüfen

- ob eine Konzentration auf weniger Tage/weniger Stadtteile stabilisierend wirken kann sowie
- Ansprache aller jetzigen Marktbesucher und
- Suche nach neuen Anbietern/neuen Produkten

2. Mobile Anbieter suchen

Versuch an festen Tagen Angebote in die Stadtteile bringen, die über keinen Markt verfügen
z.B. einen mobilen Metzger

3. Kontakte zwischen Gewerbetreibenden unterstützen

Versuch, einmal im Jahr gemeinsam mit der IG Ludwigshafener Gewerbevereine einen Erfahrungsaustausch zu initiieren, ggf. mit Beteiligung von W.E.G. und IHK

Vielen Dank!



Ludwigshafen
Stadt am Rhein