

Fortanschreibung

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Ludwigshafen

Ortsbeirat Friesenheim | 23.01.2024

Andreas Q. Schuder, Geogr. M.A.

Die Rolle des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

- 1 Grundlage für die aktive Gestaltung des Strukturwandels im Einzelhandel
- 2 Basis für die einzelhandelsbezogene Bauleitplanung
- 3 Grundlage für die Fortschreibung des Flächennutzungsplans
- 4 Auftrag gemäß Landesentwicklungsprogramm IV
- 5 Sicherung und Weiterentwicklung bestehender/gewünschter Einkaufslagen
- 6 Sicherung und Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung
- 7 Planungssicherheit für Kommune und Investoren
- 8 Basis für eine aktive (und nicht reaktive) Handels- und Standortentwicklung

→ Beschluss des Konzeptes als **städtebauliches Entwicklungskonzept** (§ 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB)

Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung

Einzelhandelsbestand in Ludwigshafen – stadtteilspezifisch

| Stadtteil | Einwohner (Hauptwohnsitz) | Anzahl der Betriebe | Gesamtverkaufsfläche in m ² | Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner |
|--------------------|---------------------------|---------------------|--|---|
| Mitte | 12.859 | 231 | 48.500 | 3,77 |
| Süd | 21.019 | 66 | 14.600 | 0,69 |
| Nord-Hemshof | 18.300 | 66 | 6.400 | 0,35 |
| West | 4.985 | 18 | 3.500 | 0,71 |
| Friesenheim | 18.747 | 76 | 36.300 | 1,94 |
| Oppau | 9.947 | 37 | 6.800 | 0,68 |
| Edigheim | 7.805 | 27 | 3.900 | 0,51 |
| Pfingstweide | 5.974 | 16 | 3.300 | 0,55 |
| Oggersheim | 25.384 | 121 | 108.300 | 4,26 |
| Ruchheim | 5.801 | 18 | 4.100 | 0,70 |
| Gartenstadt | 16.827 | 43 | 5.600 | 0,33 |
| Maudach | 6.426 | 14 | 1.500 | 0,23 |
| Mundenheim | 14.119 | 38 | 8.800 | 0,62 |
| Rheingönheim | 8.215 | 38 | 9.300 | 1,13 |
| Gesamtstadt | 176.431 | 811 | 260.800 | 1,48 |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Stadt Ludwigshafen 12/2021; Einwohner: Stadt Ludwigshafen (Stand: 30.06.2022); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Angaben ohne Leerstände.

Umsatz und Zentralität gesamtstädtisch

| Warengruppe | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. Euro | Kaufkraft in Mio. Euro | Zentralität |
|--|----------------------------------|---------------------|------------------------|-------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 68.500 | 495,0 | 490,1 | 101 % |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken | 12.800 | 83,0 | 81,3 | 102 % |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 8.600 | 24,2 | 22,4 | 108 % |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher | 4.100 | 16,8 | 35,0 | 48 % |
| Kurzfristiger Bedarfsbereich | 93.900 | 609,2 | 628,9 | 98 % |
| Bekleidung | 28.400 | 88,0 | 85,4 | 103 % |
| Schuhe/Lederwaren | 3.400 | 9,6 | 23,5 | 41 % |
| Pflanzen/Gartenbedarf | 14.200 | 29,4 | 25,1 | 117 % |
| Baumarktsortiment i. e. S. | 37.000 | 101,4 | 90,5 | 112 % |
| GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör | 10.800 | 17,3 | 18,1 | 96 % |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente | 2.500 | 6,9 | 24,6 | 28 % |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | 9.100 | 26,5 | 35,3 | 75 % |
| Mittelfristiger Bedarfsbereich | 105.300 | 279,0 | 302,4 | 92 % |
| Medizinische und orthopädische Artikel/Optik | 4.900 | 31,1 | 28,8 | 108 % |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz | 10.400 | 13,2 | 11,8 | 112 % |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche | 2.400 | 4,7 | 11,4 | 41 % |
| Möbel | 23.700 | 29,4 | 62,5 | 47 % |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte | 7.200 | 31,4 | 38,3 | 82 % |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik | 9.100 | 56,1 | 79,0 | 71 % |
| Uhren/Schmuck | 1.200 | 7,7 | 11,3 | 68 % |
| Sonstiges | 2.600 | 7,6 | 10,8 | 71 % |
| Langfristiger Bedarfsbereich | 61.600 | 181,2 | 253,9 | 71 % |
| Gesamt | 260.800 | 1.069,4 | 1.185,1 | 91 % |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt Ludwigshafen 12/2021; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2022; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Umsatz und Zentralität stadtteilbezogen

| Stadtteil | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz in Mio. Euro | Kaufkraft in Mio. Euro | Zentralität gesamt | Zentralität NuG | Zentralität DroG |
|--------------------|----------------------------------|---------------------|------------------------|--------------------|-----------------|------------------|
| Mitte | 48.500 | 210,0 | 78,1 | 269 % | 176 % | 325 % |
| Süd | 14.600 | 71,3 | 136,8 | 52 % | 86 % | 80 % |
| Nord-Hemshof | 6.400 | 36,6 | 116,2 | 32 % | 50 % | 63 % |
| West | 3.500 | 21,5 | 30,3 | 71 % | 126 % | 82 % |
| Friesenheim | 36.300 | 127,8 | 119,2 | 107 % | 142 % | 109 % |
| Oppau | 6.800 | 44,6 | 69,9 | 64 % | 102 % | 138 % |
| Edigheim | 3.900 | 23,4 | 55,0 | 43 % | 78 % | 48 % |
| Pfingstweide | 3.300 | 11,0 | 42,1 | 26 % | 33 % | 21 % |
| Oggersheim | 108.300 | 379,4 | 179,3 | 212 % | 173 % | 126 % |
| Ruchheim | 4.100 | 10,8 | 41,0 | 26 % | 35 % | 29 % |
| Gartenstadt | 5.600 | 30,3 | 118,3 | 26 % | 37 % | 30 % |
| Maudach | 1.500 | 9,0 | 45,7 | 20 % | 34 % | 45 % |
| Mundenheim | 8.800 | 51,6 | 95,8 | 54 % | 94 % | 55 % |
| Rheingönheim | 9.300 | 51,9 | 58,6 | 89 % | 128 % | 238 % |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt Ludwigshafen 12/2021; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2022; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

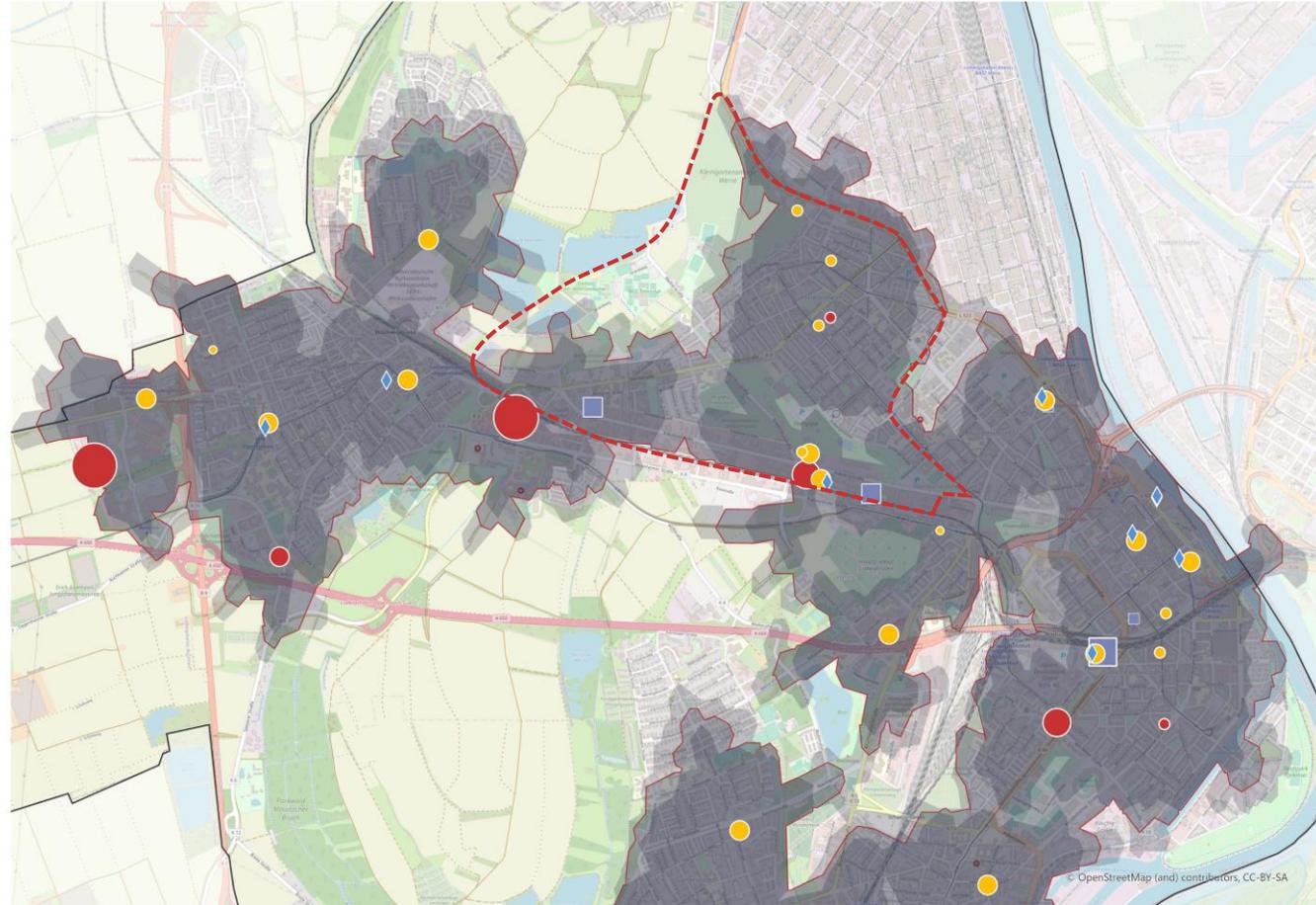
Nahversorgungsanalyse

Räumliche Nahversorgungssituation im Stadtteil Friesenheim

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt Ludwigshafen 12/2021; Isochronen: ESRI, here.com (Geschwindigkeit: 5 km/h); Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; * u. a. ethnische Supermärkte, Biomärkte, Dorfläden.

- Administrative Grenzen**
- Kommune
- Betriebstyp**
- Lebensmitteldiscounter
 - Lebensmittellivsorientierter
 - ◆ Drogeriemarkt
 - Ethnischer Lebensmittelmarkt
- Betriebsgrößenstruktur in m²**
- □ 350 - 399 m²
 - □ 400 - 799 m²
 - □ 800 - 1.499 m²
 - □ 1.500 - 2.499 m²
 - □ 2.500 - 4.999 m²
 - □ ab 5.000 m²
- Gehzeit in Minuten**
- 12-Minuten-Isochrone
 - 10-Minuten-Isochrone
 - 8-Minuten Isochrone

1.500m



Nahversorgungsanalyse

Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Ludwigshafen/**Friesenheim**

| Ausstattungsmerkmal | Nahrungs- und Genussmittel | | Drogeriewaren* | |
|---|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------|----------------------------------|
| Einwohner (Hauptwohnsitz, inkl. Entwicklung bis 2028) | 176.431 (+2,8 %) / 18.747 | | | |
| Sortimentspezifische Verkaufsfläche in m ² | 68.500 / 9.400 | | 12.800 / 1.200 | |
| Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner | 0,39 / 0,50 | | 0,07 / 0,07 | |
| Sortimentspezifische Zentralität | 101 % / 142 % | | 102 % / 109 % | |
| Betriebstypenmix | 2x/ 0x | Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus | 12x/ 1x | Drogeriefachmarkt |
| | 11x/ 2x | Lebensmittelsupermarkt | 53x/ 5x | sonstige Drogeriewarengeschäfte* |
| | 30x/ 6x | Lebensmitteldiscounter | | |
| | 38x/ 2x | Ethnischer Lebensmittelmarkt | | |
| | 14x/ 1x | Getränkemarkt | | |
| | 236x/ 23x | sonstige Lebensmittelgeschäfte | | |

Darstellung: Gesamtstadt / **Stadtteil Friesenheim**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Stadt Ludwigshafen; Einwohner: Stadt Ludwigshafen (Stand: 30.06.2022); ZVB-Abgrenzung: EZK 2011; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * inkl. Parfümerie/Kosmetik, Apotheken.

Strategische Ausrichtung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

- Der Fokus des Konzepts liegt auf der Sicherung und Stärkung sowie – im Rahmen der Möglichkeiten auf – der Ausweitung der bestehenden zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Standorte.
- Die Ausweisung neuer Standorte – v. a. für die Nahversorgung – ist vor dem Hintergrund der landesplanerischen Regularien in Verbindung mit insbesondere der hohen Nutzungs-/Bebauungsdichte im Stadtgebiet und damit fehlenden geeigneten/landesplanerisch konformen Flächen nur in wenigen Einzelfällen möglich.
- Im Konzept werden – unter Berücksichtigung der wachsenden Bedeutung des online-Handels – vor allem folgende Ansätze verfolgt:
 - Verdichtung der bestehenden Handelslagen/zentralen Versorgungsbereiche
 - Stärkere Konzentration auf integrierte Lagen
 - Stärkung der Handelslagen durch Lebensmittelmärkte und Drogerien, die vom Online-Handel bislang wenig betroffen sind, als Ankerpunkte der Nahversorgung und Frequenzbetriebe
 - Hohe Bedeutungsfunktion von ergänzenden Nutzungen in den zentralen Versorgungsbereichen

Städtebauliche Analyse

Stadtteilzentrum Friesenheim

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt Ludwigshafen 12/2021; Kartengrundlage: Stadt Ludwigshafen.

Funktion

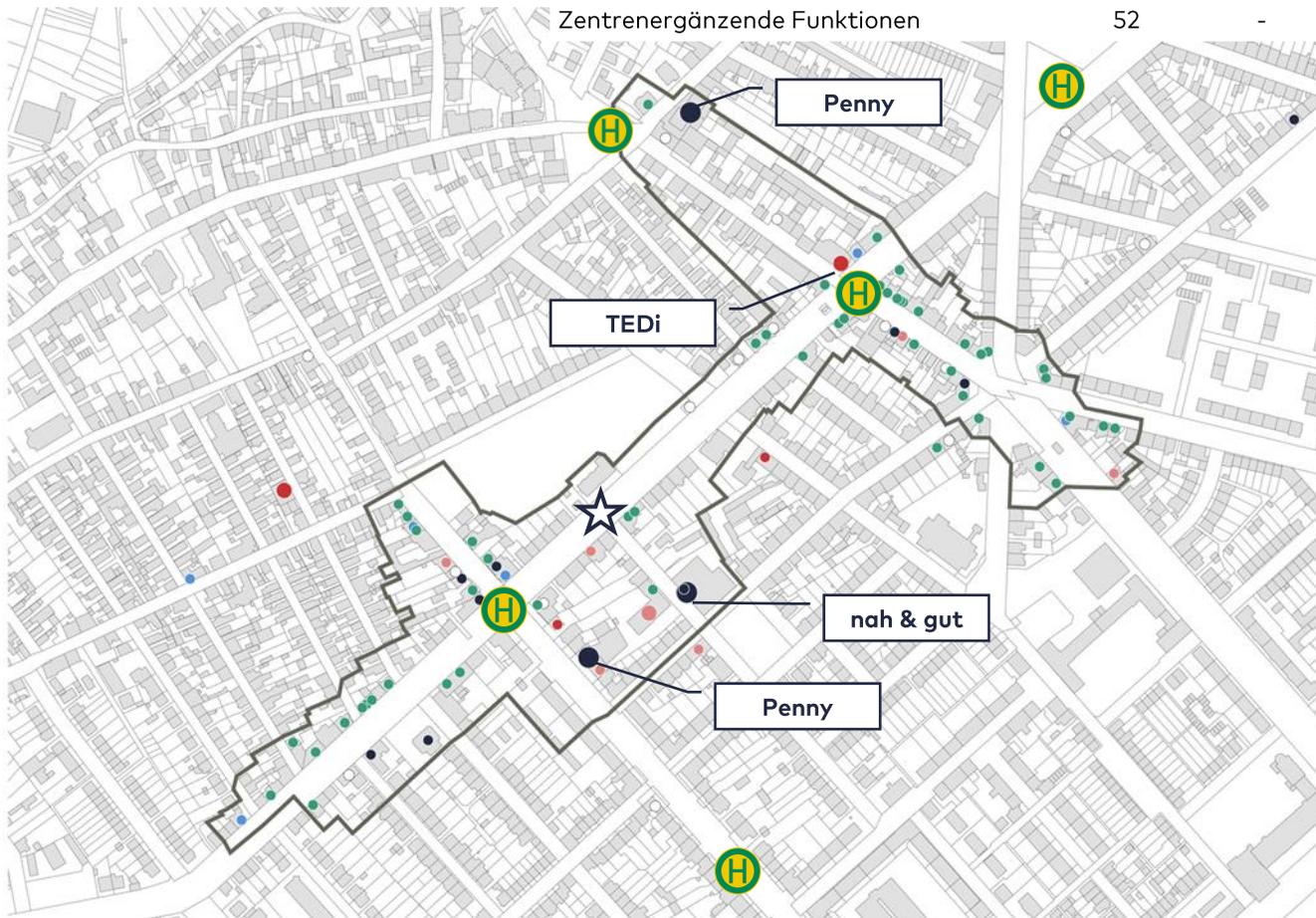
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab. 5.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ ZVB-Abgrenzung EHZK 2011
- ★ Wochenmarkt (29)



Einzelhandelsstruktur

| | absolut | anteilig |
|--|---------|----------|
| Anzahl der Betriebe (anteilig bezogen auf Gesamtstadt) | 23 | 2,8 % |
| Gesamtverkaufsfläche in m² (anteilig bezogen auf Gesamtstadt) | 3.000 | 1,1 % |
| Anzahl der Leerstände (anteilig bezogen auf Standortbereich) | 11 | 5,2 % |
| Zentrenergänzende Funktionen | 52 | - |

Bewertungskriterien

| | |
|---|-------|
| Räumliche Integration | ○ ○ ● |
| Verkehrliche Erreichbarkeit | ○ ○ ● |
| Versorgungsfunktion | ○ ● ○ |
| Einzelhandelsbesatz | ○ ● ○ |
| Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur | ● ● ○ |
| Zentrenergänzende Funktionen | ○ ● ● |
| Städtebauliche Struktur | ● ● ○ |
| Städtebauliches Erscheinungsbild | ● ○ ○ |
| Entwicklungsperspektive (Zukunftsperspektive) | ↓ |
| Gesamtbewertung | ○ ● ○ |

50 m

ZVB Quartierszentrum Friesenheim

Allgemeine Entwicklungsziele

Funktion

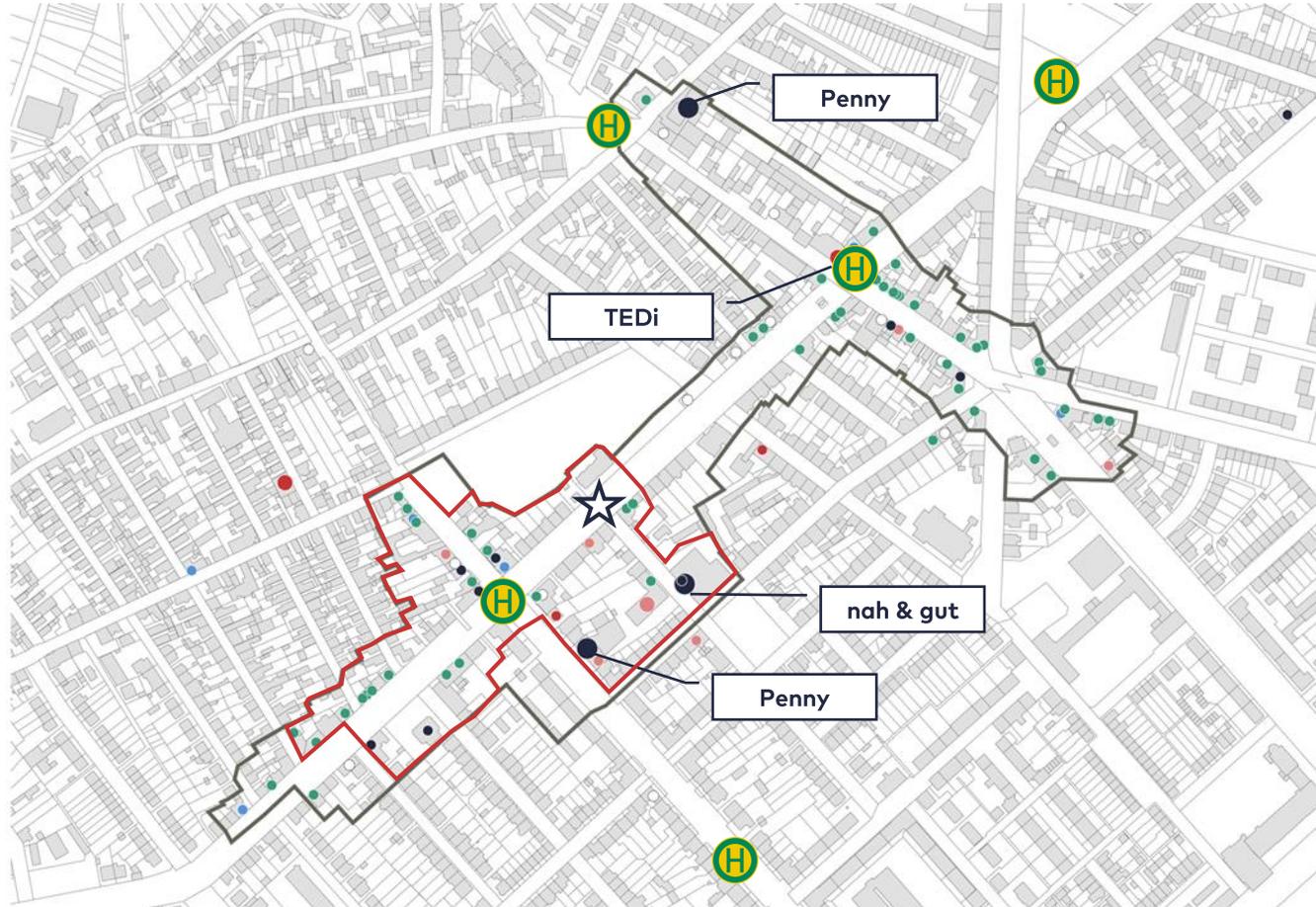
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab. 5.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ ZVB-Abgrenzung EHZK 2011
- ▭ Abgrenzungsvorschlag 2023
- ★ Wochenmarkt (29)



Entwicklungsziele

- Festlegung des ZVB Quartierszentrums Friesenheim als Positivstandort für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel
- Versorgungsgebiet: v.a. Stadtteil Friesenheim
- Bestandssicherung des Nahversorgungsangebotes
- Bestehende Lebensmittelmärkte ohne Entwicklungsperspektive dürfen konzeptionell positiv einzuordnenden Nahversorgungsvorhaben im Stadtteil Friesenheim nicht entgegenstehen
- Attraktivierung des Angebotes im Bereich des erweiterten Grundbedarfs (Fachgeschäfte)
- Erhalt und qualitative Weiterentwicklung mit zentrenergänzenden Funktionen
- **Gesonderte Fassung des Penny-Marktes (in der Hagelochstraße) als Bestandsstandort Nahversorgung**

Bestandsbereich Stadtteilkern Friesenheim Ruthenplatz

Allgemeine Entwicklungsziele

Funktion

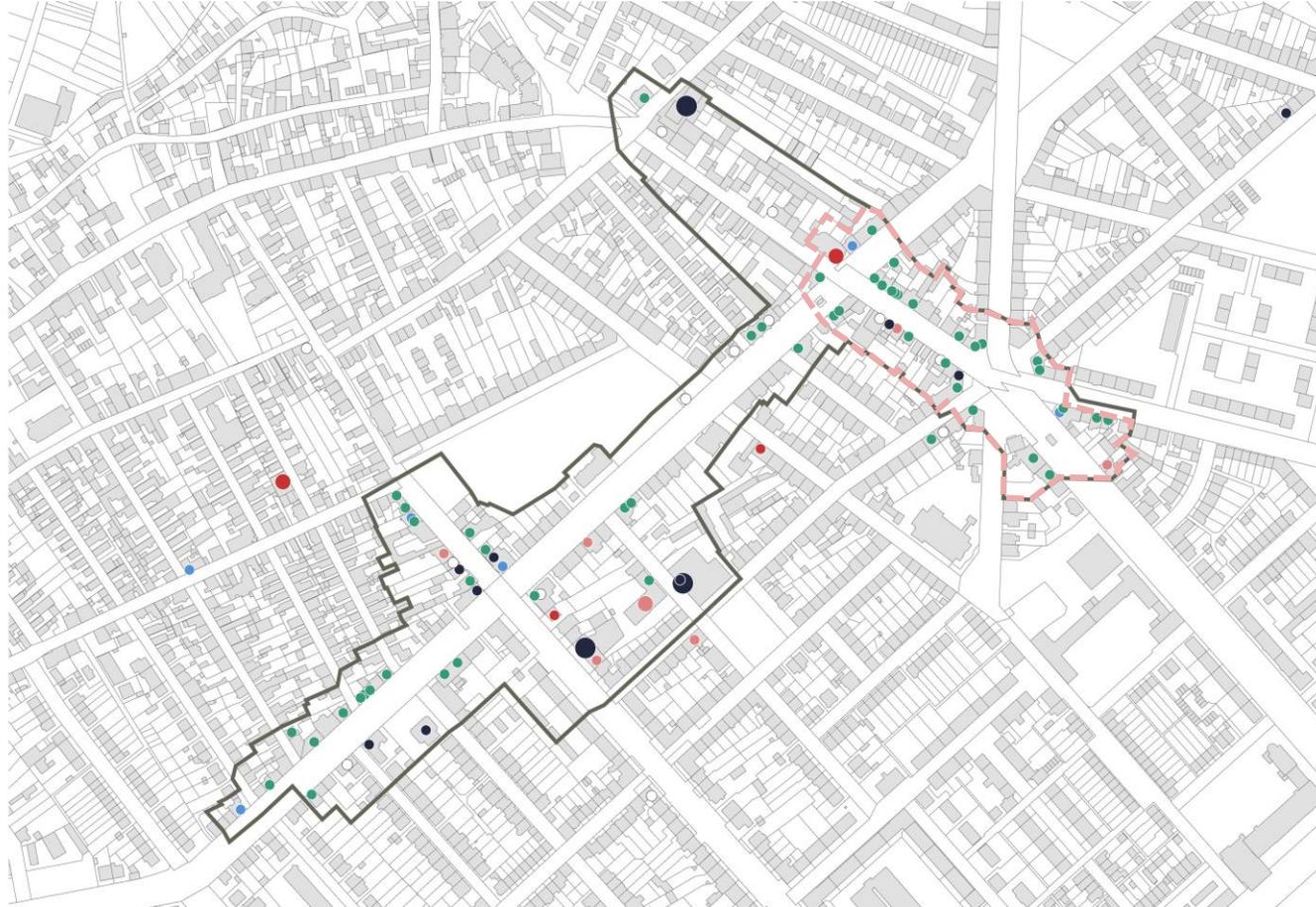
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab. 5.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▬ ZVB-Abgrenzung EHZK 2011
- - - Abgrenzungsvorschlag 2023
- ▬ ZVB-Abgrenzungsvorschlag 2023



Bestand & Entwicklungsziele:

- **Keine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich möglich:** Festlegung als **Stadtteilkern Ruthenplatz** als frequenzstarker Kernbereich mit gewisser Versorgungsfunktion für den Stadtteil Friesenheim
- Konzentration auf den Bereich mit städtebaulich-funktionalem Zusammenhang und gewisser Zentrenfunktion
- Qualifizierung und Quantifizierung des Angebots mit Fokus auf den kleinteiligen Einzelhandel sowie zentrenergänzende Funktionen
- Leerstände oder leerfallende Betriebseinheiten bieten die Chance der Nachnutzung oder Flächenzusammenlegung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt Ludwigshafen 12/2021; Kartengrundlage: Stadt Ludwigshafen.

Ergänzungsstandort Industriestraße

Friesenheim

Funktion

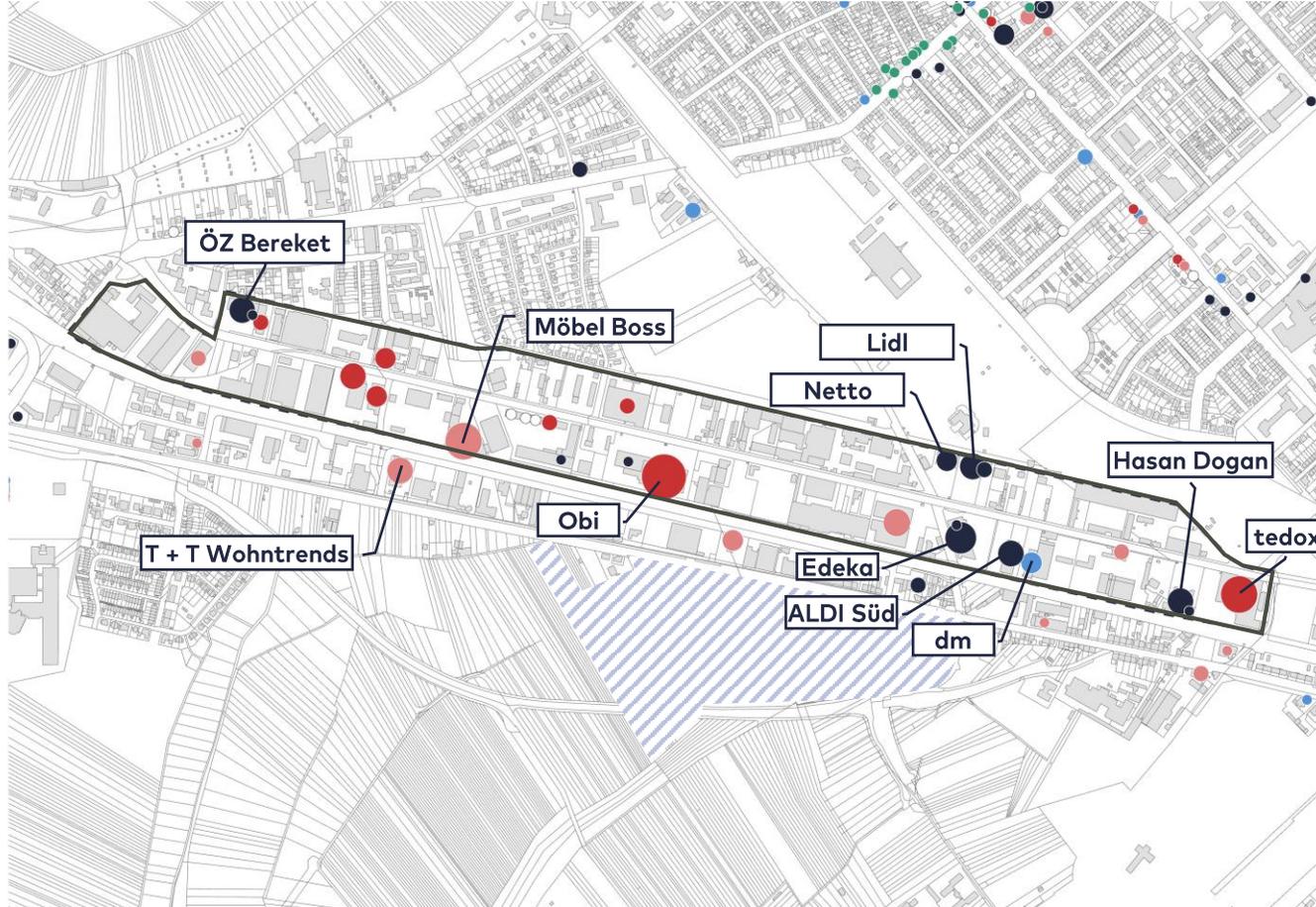
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

- unter 100 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 1.499 m²
- 1.500 - 2.499 m²
- 2.500 - 4.999 m²
- ab. 5.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▬ Ergänzungsstandort EHZK 2011
- ▬ Ergänzungsstandort EZK 2023
- ▨ Wohnbauentwicklung



Entwicklungsziele

- Positivstandort für Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment (restriktiver Umgang mit Randsortimente, s. Steuerungsleitsatz III)
- Keine Neuansiedlungen und kein Ausbau von Betrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten
- Keine Neuansiedlungen von Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment
- **Fortschreibung als Ergänzungsstandort, Parzellenscharfe Abgrenzung**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Bestandsdaten: Erhebung Stadt Ludwigshafen 12/2021; Kartengrundlage: Stadt Ludwigshafen.

Bestandsstandorte Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive

- Friesenheim Penny (Hagelochstraße)
- Friesenheim Aldi Süd (Eschenbachstraße)

Entwicklungsziele

- Bestandsschutz
- Möglichkeit der Modernisierung des Marktauftrittes
- Restriktiver Umgang mit zentrenrelevanten Sortimenten

Lebensmittelmärkte in nicht integrierter Lage

- Friesenheim Lidl, Aldi Süd, Edeka, Netto (Ergänzungsstandort Industriestraße)

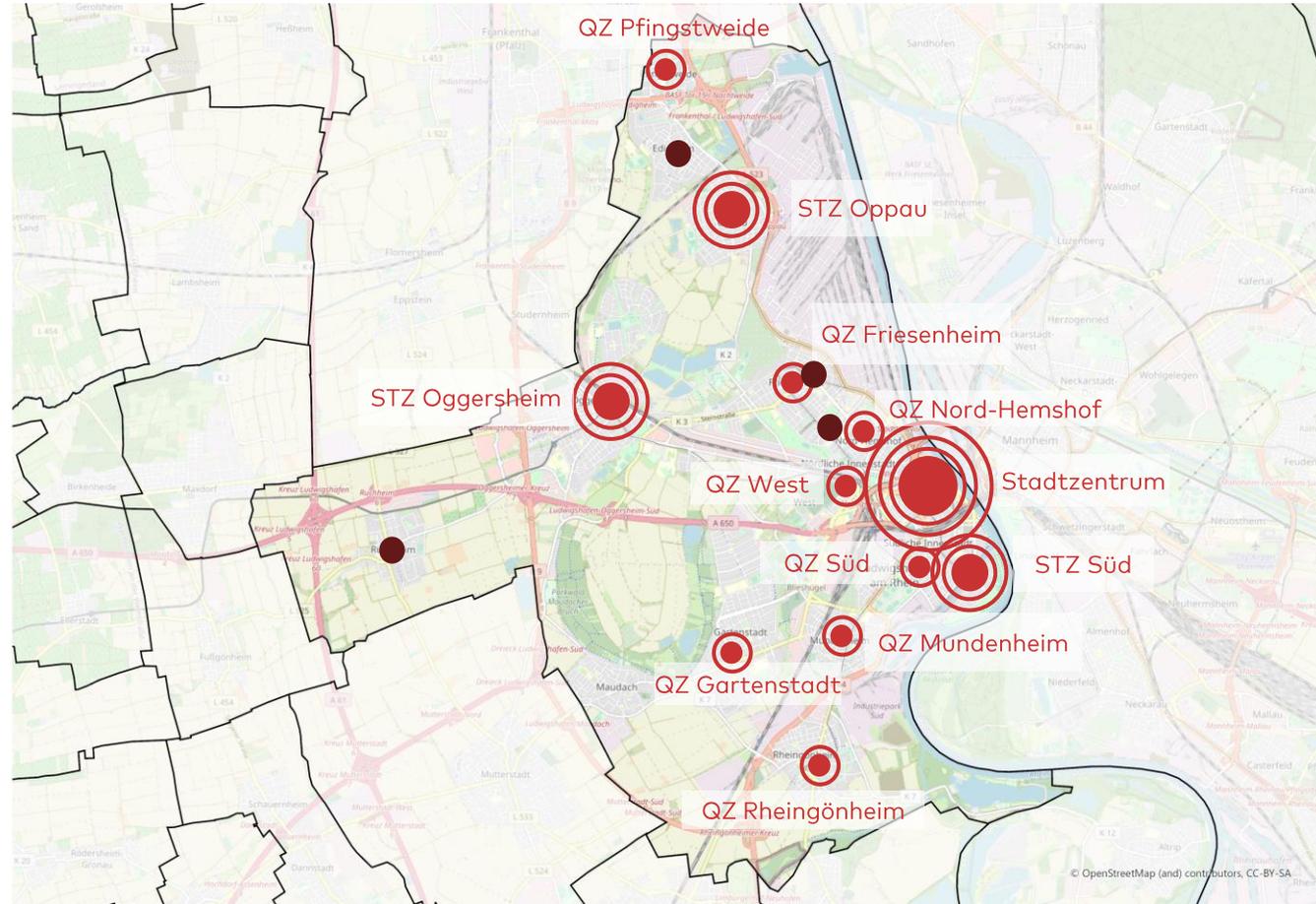
Entwicklungsziele

- Bestandsschutz
- Keine wesentliche Verkaufsflächenerweiterungen

Neue Zentren- und Standortstruktur für Ludwigshafen

- Administrative Grenzen**
- Kommune
- Stadtzentrum
- Stadtteilzentrum
- Quartierszentrum
- Bestandsbereich Stadtteilkern

1.000 m



Nahversorgungsstruktur für Ludwigshafen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

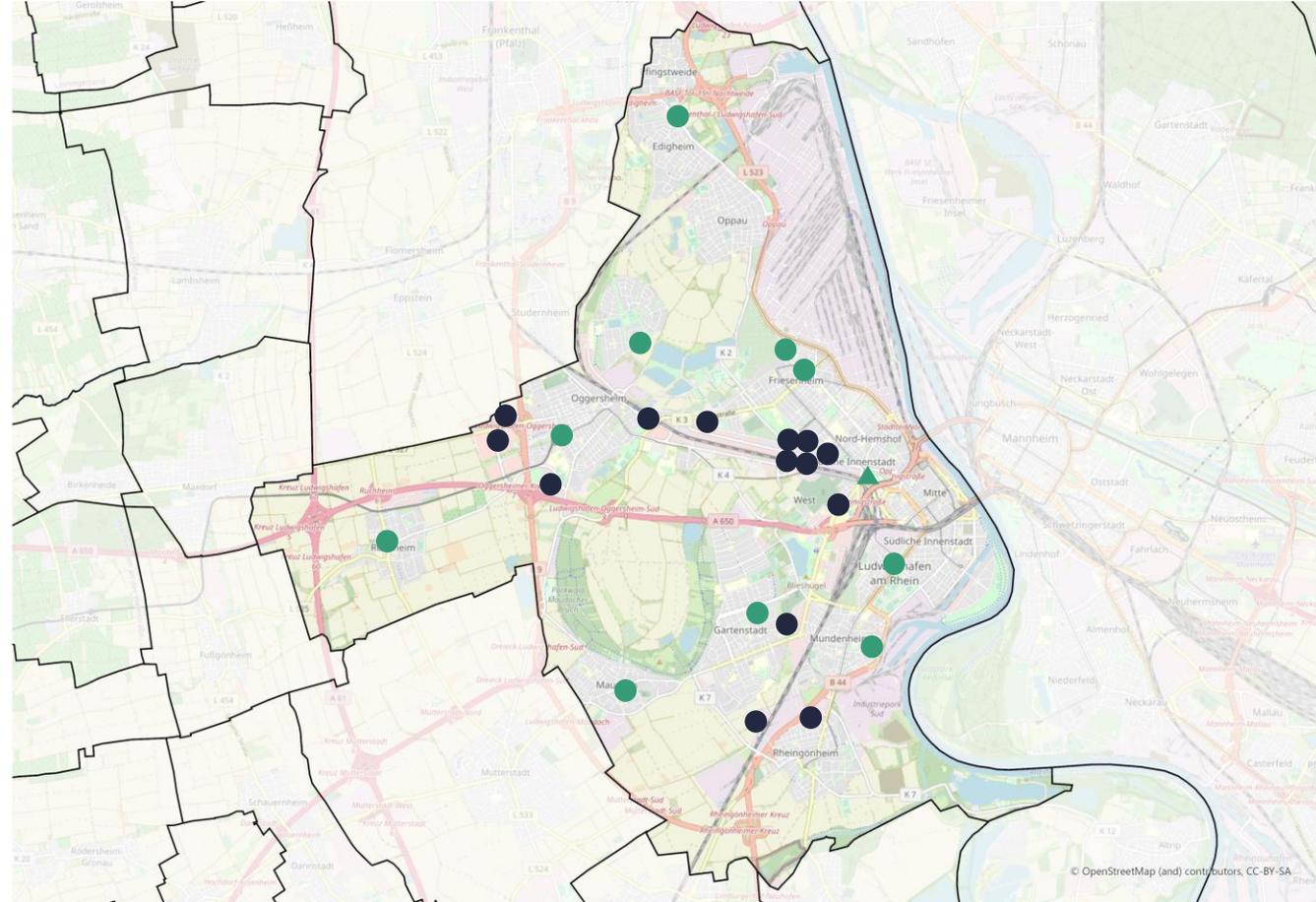
Administrative Grenzen

□ Kommune

- Bestandsstandort Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive
- ▲ Planstandort Nahversorgung
- Bestandsstandort Nahversorgung mit Bestandsschutz

Nicht als Bestandsstandorte ausgewiesene Lebensmittelmärkte sind entsprechend ihrer räumlichen Integration zu behandeln

1.000 m



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL

Neue Wege.
Klare Pläne.

STADT+HANDEL

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner GmbH**

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund
Handelsregisternummer
HRB 33826
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

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

Standort Hamburg

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

Standort Karlsruhe

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

Standort Leipzig

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