

Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt St. Ingbert

<i>Organisationseinheit:</i> Stadtentwicklung (61)	<i>Datum</i> 12.04.2023
---	----------------------------

<i>Beratungsfolge</i>			
Ortsrat St. Ingbert-Mitte	Kenntnisnahme		Ö
Ortsrat St. Ingbert-Rohrbach	Kenntnisnahme		Ö
Stadtentwicklungs-, Biosphären-, Umwelt- und Demographieausschuss	Vorberatung	30.11.2023	N
Stadtentwicklungs-, Biosphären-, Umwelt- und Demographieausschuss	Vorberatung	30.11.2023	N
Stadtrat	Kenntnisnahme	12.12.2023	Ö

Sachverhalt

Aufgrund einer immer wiederkehrenden Vielzahl an Anfragen verschiedener Einzelhändler zur Etablierung neuer Einzelhandelsstandorte bzw. zur Erweiterung bestehender Standorte innerhalb des Stadtgebietes St. Ingbert wurde das Einzelhandels- und Zentrenkonzept fortgeschrieben. Dies auch, da dem bestehenden Einzelhandelskonzept der CIMA aus dem Jahr 2009 elementare konzeptionelle Bausteine fehlen, wie beispielsweise klare Ziele und ein eindeutiges Leitbild sowie Ansiedlungsregeln für Einzelhandelsbetriebe. Ferner fehlen in dem Konzept aus 2009 für die zentralen Versorgungsbereiche eine Herleitung und Begründung zu deren Abgrenzung.

Darüber hinaus hat der Stadtrat am 12. Oktober 2021 den Aufstellungsbeschluss für den Bebauungsplan Nr. 523.00 „Grubenweg“ (ehemaliges Hela-Baupark-Gelände) gefasst. Ziel ist es, die weiteren Entwicklungen und ggf. Nachnutzungen der Ladeneinheiten sowie die Bebauung des noch unbebauten Bereiches bauleitplanerisch zu regeln. In diesem Zusammenhang ist als Grundlage für den Bebauungsplan ein Einzelhandelsgutachten erforderlich, in dem u.a. die zulässigen Warensortimente aufgezeigt werden.

Die Vorhaben der Einzelhändler im Stadtgebiet können nicht als separate Einzelfälle bewertet werden. Vielmehr müssen diese in einem Gesamtzusammenhang betrachtet werden, um eine flächendeckende und verbrauchernahe Grundversorgung zu gewährleisten und die Überdimensionierung einzelner Standorte auszuschließen.

Die Fortschreibung / Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes dient dazu, mögliche Entwicklungsabsichten innerhalb des Stadtgebietes gezielt zu bewerten bzw. zu steuern.

Die Stadt behält sich vor, in begründeten Einzelfällen von den Zielen des Einzelhandelskonzeptes abzuweichen.

Die Vorstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes soll noch vor der Stadtratssitzung am 12. Dezember 2023 in einer Videokonferenz mit allen Stadratsmitgliedern erfolgen. Eine Einladung mit genauer Terminierung erfolgt zeitnah,

Finanzielle Auswirkungen

Die Kosten für die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes stehen im Deckungskreis des GB 6 bereit.

Anlage/n

1	20231123_Einzelhandelskonzept
---	-------------------------------

EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT

für die Stadt St. Ingbert
-Fortschreibung/Aktualisierung-



Titelbild: Auszug aus dem Geoportal des Landesamtes für Vermessung, Geoinformation und Landentwicklung des Saarlandes, © 2024 (<https://www.govdata.de/dl-de/by-2-0>)

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt St. Ingbert

- Fortschreibung/Aktualisierung -

Im Auftrag der Stadt St. Ingbert

Stefan Kruse
Johannes Schwegmann
Jana Fieseler-Smolana



Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

November 2023

Datenschutzerklärung

Diese Datenschutzerklärung klärt darüber auf, wie personenbezogene Daten im Rahmen der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzepts genutzt werden und zu welchem Zweck das geschieht.

Wir verarbeiten die personenbezogenen Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt, und ist im Rahmen der Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzepts für die Stadt St. Ingbert als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB erforderlich. Darüber hinaus verwenden wir die Daten im Rahmen unserer weiteren Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen (z. B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).

Die bei uns gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald die Daten für die für sie bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Kontaktdaten der Verantwortlichen

Junker+Kruse Stadtforschung Planung, Markt 5 | D-44137 Dortmund
Gesellschafter Dipl.-Ing. Rolf Junker und Dipl.-Geogr. Stefan Kruse
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 | Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50
E-Mail: info(at)junker-kruse.de | www.junker-kruse.de

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit werden keine männlichen und weiblichen Schriftformen verwendet. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich alle Geschlechter angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

INHALTSVERZEICHNIS

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts	7
2	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung	9
3	Übergeordnete Zielaussagen	20
3.1	Übergeordnete Zielaussagen der Landesplanung	20
3.2	Stadtentwicklungskonzepte	24
4	Methodische Vorgehensweise	26
4.1	Angebotsanalyse	26
4.2	Nachfrageanalyse	31
4.3	Städtebauliche Analyse	32
5	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen	34
5.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	34
5.2	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in St. Ingbert	36
6	Aktuelle Angebotssituation in der Stadt St. Ingbert	39
6.1	Einzelhandelsrelevante Kennziffern in der Stadt St. Ingbert	39
6.2	Angebotsstruktur des Einzelhandels in der Stadt St. Ingbert	44
6.2.1	Zentrale Versorgungsbereiche	48
6.2.1.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	49
6.2.1.2	Zentraler Versorgungsbereich Rohrbach	55
6.2.2	Sonderstandorte	60
6.2.2.1	Sonderstandort Alte Glashütte	61
	Standortprofil: SO Alte Glashütte	61
6.2.2.2	Sonderstandort Oststraße	63
	Standortprofil: SO Oststraße	63
6.2.2.3	Sonderstandort Dudweilerstraße	65
	Standortprofil: SO Dudweilerstraße	65
6.2.2.4	Sonderstandort Grubenweg	67
	Standortprofil: SO Grubenweg	67
6.2.2.5	Sonderstandort Rohrbach-West	69

Standortprofil: SO Rohrbach-West.....	69
6.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Stadt St. Ingbert.....	70
6.4 Wohnungsnahe Grundversorgung in St. Ingbert.....	74
6.5 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse	78
7 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in St. Ingbert	80
8 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt St. Ingbert	87
8.1 Übergeordnetes Entwicklungsleitbild	87
8.2 Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung	88
8.3 Räumliche Standortstruktur	92
8.3.1 Zentrale Versorgungsbereiche	96
8.3.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt.....	99
8.3.1.2 Nahversorgungszentrum Rohrbach	103
8.3.2 Sonderstandorte.....	105
8.3.2.1 Sonderstandort Alte Glashütte / Oststraße	106
8.3.2.2 Sonderstandort Dudweilerstraße	108
8.3.2.3 Sonderstandort Grubenweg	110
8.3.2.4 Sonderstandort Rohrbach-West	112
8.3.3 Integrierte (solitäre) Standorte zur Nahversorgung	114
8.4 St. Ingberter Sortimentsliste	119
8.5 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung.....	126
Verzeichnisse	136
Anhang.....	138
A1 Legende.....	138
A2 Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	139

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts

Die Stadt St. Ingbert verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2009¹ sowie ein Nahversorgungskonzept von 2015². Eine bedeutsame Grundlage solcher Konzepte – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst dieser Konzepte. Seit der Erstellung des Nahversorgungskonzept 2015 haben Veränderungen in der St. Ingberter Einzelhandelslandschaft stattgefunden und es werden verschiedene Einzelhandelsprojekte bzw. Ansiedlungsanfragen im Stadtgebiet diskutiert.

Doch nicht nur die St. Ingberter Einzelhandelslandschaft erfährt Veränderungen, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen haben sich weiterentwickelt³.

Von daher ist es folgerichtig, dass die Stadt St. Ingbert im Jahr 2022 eine Fortschreibung / Aktualisierung ihres Einzelhandelskonzeptes beauftragt hat. Diese Untersuchung soll – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen sowie betrieblicher Anforderungen – einzelhandelsspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in St. Ingbert im Allgemeinen und insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt St. Ingbert, wie die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und die Sicherung und Weiterentwicklung einer funktionsfähigen Grundversorgungssituation, eine bedeutende Rolle.

Vor allem soll die Fortschreibung des Konzepts die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler wie auch privater Seite weiterhin gewährleisten. Die Stadt St. Ingbert erhält mit dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept und dem abschließenden Ratsbeschluss ein aktuelles städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches sie auch zukünftig in die Lage versetzt – für den weitaus größten Teil der zukünftigen Anfragen – Entscheidungen herbeizuführen und diese auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben.⁴ Dies wiederum „entlastet“ die Stadt von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig zu anderen Ergebnissen kommen, als das jeweilige Einzelhandelskonzept vorgibt.

¹ Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH (2009): Einzelhandelskonzeption für die Stadt St. Ingbert. Stuttgart. Nachfolgend im Einzelhandelskonzept: EHK 2009

² Quelle: Junker + Kruse Stadtforschung Planung (2015): Nahversorgungskonzept 2015 für die Mittelstadt St. Ingbert: in Ergänzung zur Einzelhandelskonzeption 2009. Dortmund. Nachfolgend im Einzelhandelskonzept: NVK 2015

³ zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

⁴ Urteil des BVerwG vom 26. März 2009 – 4 C 2.07

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzepts i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB ist in einschlägigen Urteilen nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionellen Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n.F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorte in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Stadt funktionsgerecht eingebunden ist.“⁵

Die vorliegende Fortschreibung umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrage-seitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort St. Ingbert. Darauf aufbauend sind die im Jahr 2009 formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzepts (Zielsetzungen, Zentrenhierarchie, Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich, Sortimentsliste sowie Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst worden.

Der europäische Gerichtshof (EuGH) hat in dem Urteil vom 30.01.2018 (Az. C-360/15 und C-31/16) entschieden, dass Einzelhandel eine Dienstleistung im Sinne der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (2006/123/EG) ist. Demgemäß sind wirtschaftliche Bedarfsprüfungen (im Sinne von prognostischen Ermittlungen der Verkaufsflächenbedarfe) nicht mehr zulässig. Die Steuerung des Einzelhandels muss zudem nichtdiskriminierend, erforderlich und verhältnismäßig sein. Das vorliegende Einzelhandelskonzept, welches konkrete städtebauliche Zusammenhänge und Kriterien berücksichtigt und bewusst auf eine bedarfsorientierte Argumentation verzichtet, bietet die Grundlage für eine EuGH-konforme Steuerung des Einzelhandels in St. Ingbert und erfüllt die Anforderung der Artikel 14 und 15 der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie.

⁵ OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

2 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung

Seit Jahrzehnten unterliegt der Einzelhandel einem ständigen Wandel. Neben den allgemeinen betriebstypischen Entwicklungen zeigt sich eine enorme Dynamik aufgrund eines Strukturwandels im Einzelhandel, welcher durch die Digitalisierung und den Onlinehandel hervorgerufen wird.

Wesentliche Trends, welche zugleich einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung städtischer Zentren und der räumlichen Einzelhandelsstruktur haben, werden nachfolgend skizziert:

Entwicklungen auf der Nachfrageseite

- „Die **demografischen Veränderungen** und ihre Folgen sind in Deutschland seit vielen Jahren in nahezu allen Lebensbereichen spürbar. Ihre Ursachen sind in erster Linie die kontinuierlich steigende Lebenserwartung, das dauerhaft niedrige Geburtenniveau und die wachsende nationale und internationale Mobilität. Diese drei demografischen Dauertrends führen dazu, dass sich die Bevölkerung in ihrer Struktur bereits gewandelt hat und laufend weiter verändern wird.“⁶

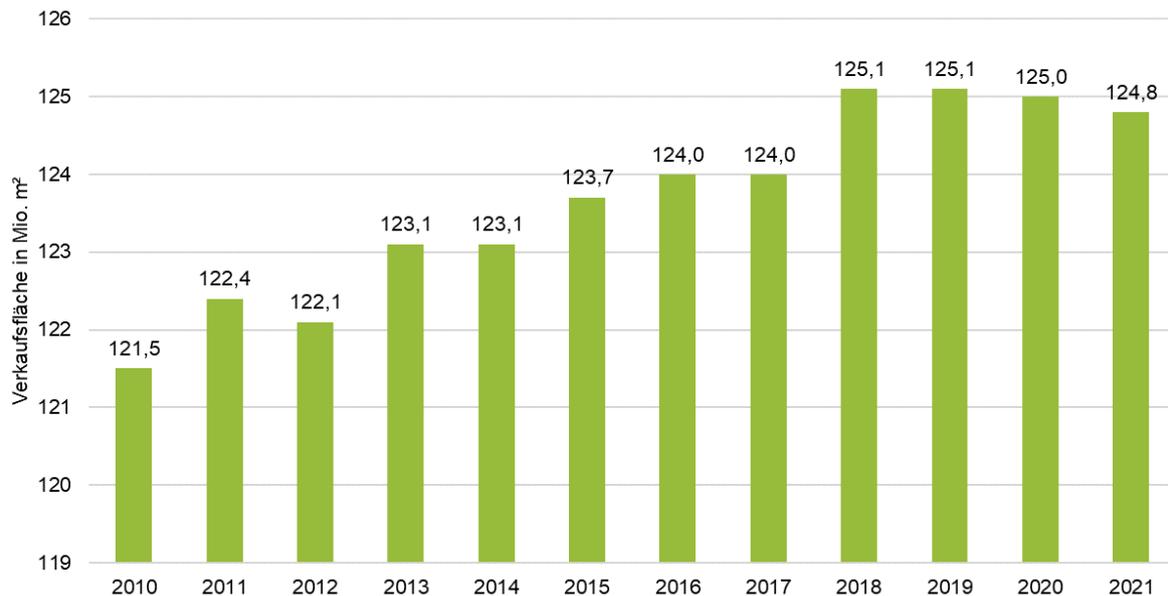
Das heißt insbesondere: Wir werden älter, weniger, multikultureller, wir leben immer häufiger alleine und für die Vorausberechnung der tatsächlichen Einwohnerschaft am schwierigsten vorhersehbar: wir siedeln um.

- Die Kaufenden entscheiden sich bewusst für einen **Versorgungs- oder Erlebniseinkauf**. Dabei zählt beim Versorgungseinkauf insbesondere die Erreichbarkeit und der Preis, während der Erlebniseinkauf durch Faktoren wie Qualität und Atmosphäre gekennzeichnet ist. Der Erlebniseinkauf ist Bestandteil der Freizeitgestaltung. Vor diesem Hintergrund sind Kopplungen mit anderen Aktivitäten und Nutzungen (Shopping, Dienstleistung, Gastronomie) von besonderer Bedeutung, während der Versorgungseinkauf durch eine zunehmende Discountorientierung und Schnäppchenkäufe gekennzeichnet ist.

⁶ Quelle: <https://www.demografie-portal.de>, (Zugriff im März 2020)

Trends auf der Angebotsseite

Abbildung 1: Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland (2010 bis 2021)



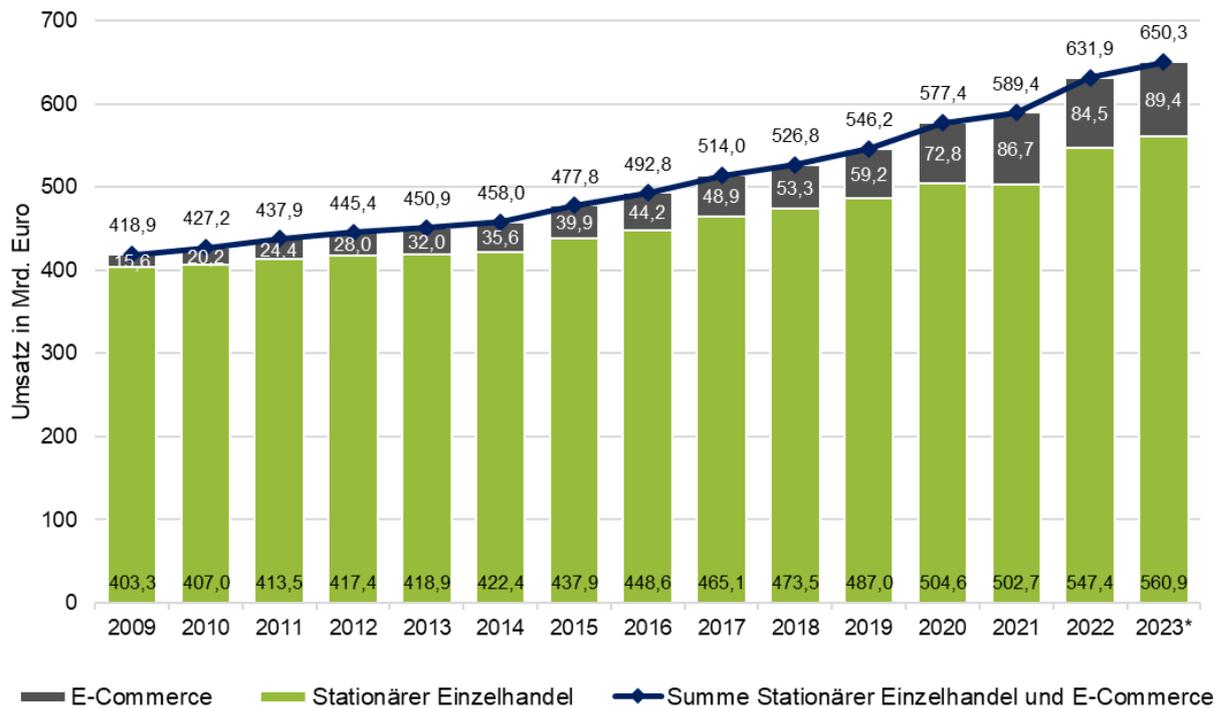
Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2010 bis 2021 (in Millionen m²), Abruf unter www.statista.de, (Zugriff: 08/2023)

- Zwischen den Jahren 2010 und 2020 erhöhte sich die **Verkaufsfläche** des Einzelhandels in Deutschland von rund 122 Mio. m² um ca. 3 % auf rund 125 Mio. m²⁷. Die jährlichen Zuwachsraten sind in den letzten Jahren jedoch; wenn auch nur leicht, gesunken und weisen auf Sättigungstendenzen und einen sich verschärfenden Wettbewerb hin. Dieser Trend hat sich bereits 2021 fortgesetzt und kann auch für das Jahr 2022 angenommen werden⁸.

⁷ Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2020 (in Millionen m²), Abruf unter www.statista.de, (Zugriff: 07/2022)

⁸ Es liegen noch keine veröffentlichten Zahlen für das Jahr 2022 vor.

Abbildung 2: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2023)



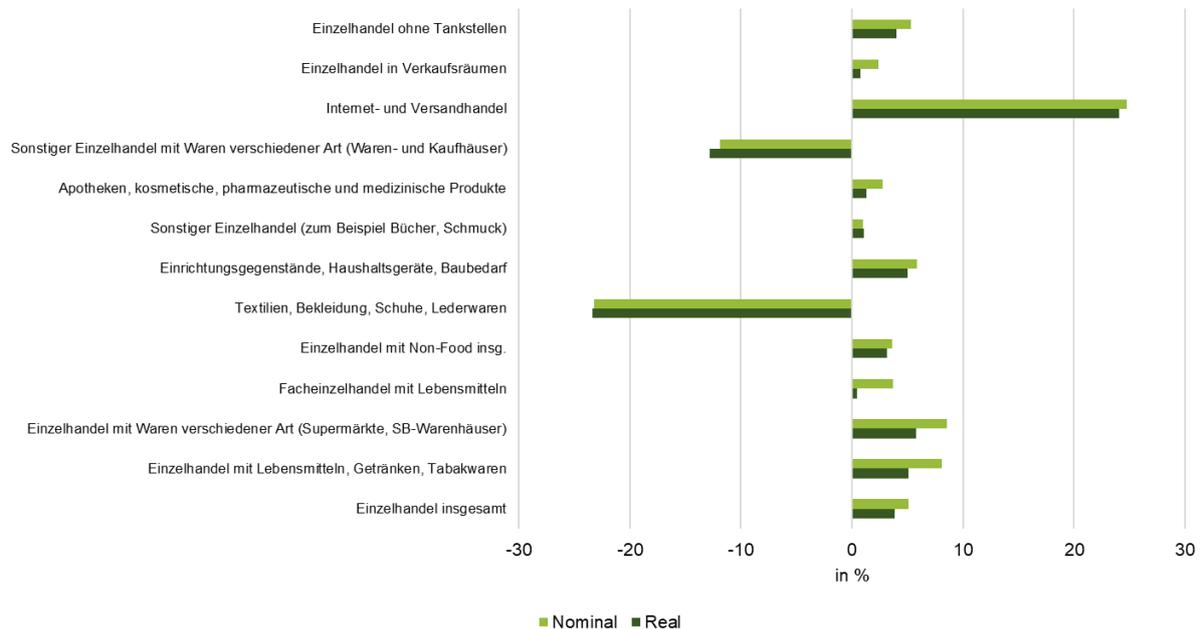
Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2023 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken) und Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2023; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 08/2023)

*Hochrechnung

- Der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Nach einem zwischenzeitlich rückläufigen Gesamtumsatz von rund 419 Milliarden Euro im Jahr 2009, wurde im Jahr 2019 ein Gesamtumsatz von rund 546 Milliarden Euro im deutschen Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rund 30 % entspricht. Im Jahr 2022 wurde ein Gesamtumsatz von rund 632 Milliarden Euro erzielt, für das laufende Jahr wird in der Hochrechnung ein Umsatz von ca. 650 Mrd. € erwartet.
- Infolge der Corona-Pandemie kam es 2021 zu leichten **Umsatzrückgängen** im Vergleich zum Vorjahr, jedoch auf weiterhin hohem Niveau trotz der Lockdowns im stationären Einzelhandel. Für das Jahr 2022 ist ein weiterer Umsatzanstieg auf ca. 630 Milliarden Euro zu verzeichnen, der damit im Bereich der jährlichen Zuwachsraten vor Corona liegt. Allerdings ist dabei auch zu berücksichtigen, dass der Einzelhandelsumsatz 2022 über höhere Preise nominal um drei Prozent zum Vorjahr wächst, preisbereinigt jedoch zwei Prozent seiner Erlöse verliert.⁹ Ein wesentlicher Grund der insgesamt weiterhin nominal steigenden Umsatzzahlen ist auf den Onlinehandel zurück zu führen, deren Anteil am Gesamtumsatz sich 2022 von rund 5 % im Jahr 2010 auf ca. 16 % mehr als verdreifacht hat.

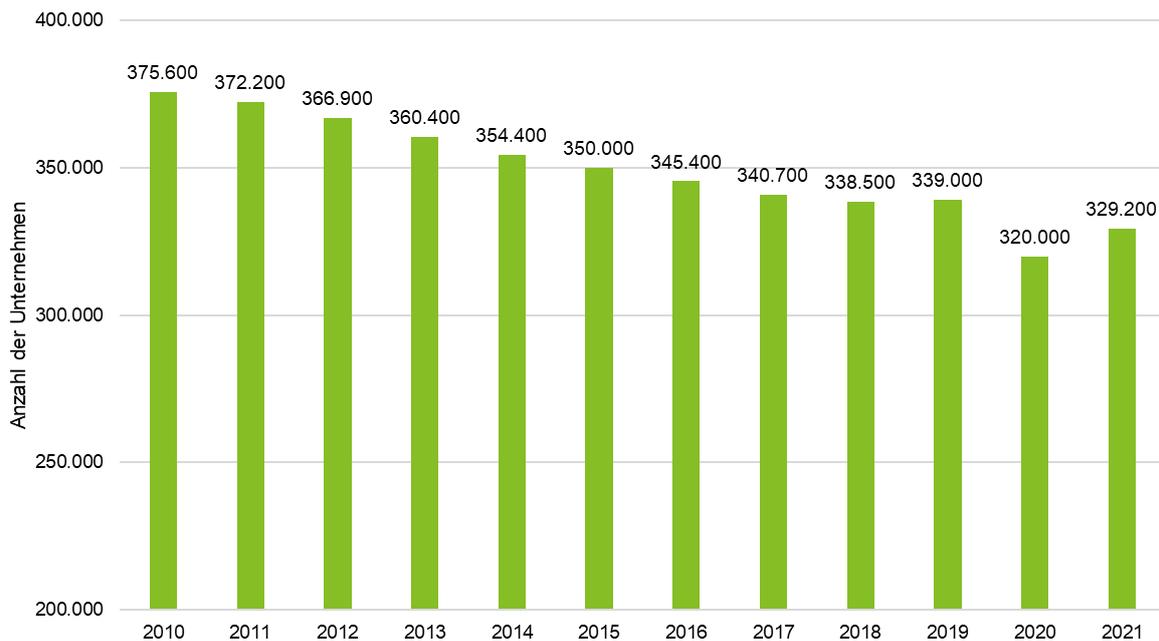
⁹ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, HDE-Halbjahrespressekonferenz Berlin, 5. Juli 2022

Abbildung 3: Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Branchen 2020 gegenüber dem Vorjahr



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Umsatzentwicklung im Einzelhandel in Deutschland nach Branchen im Jahr 2020 (gegenüber dem Vorjahr); Abruf unter <https://de.statista.com> (Zugriff: 01/2023)

- Dabei gibt es allerdings große Unterschiede in den einzelnen **Warengruppen**. Während im Jahr 2020 in den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren aber auch Uhren / Schmuck enorme Umsatzeinbußen von bis zu -20 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnet werden, erzielen u. a. der Lebensmitteleinzelhandel und der Bau- und Gartenbedarf Umsatzzuwächse. Größter Gewinner der Corona-Krise ist gleichwohl der Internet- und Versandhandel.

Abbildung 4: Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2021

Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 08/2023)

- Zwischen 2010 und 2019 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rund 376.000 um etwa 10 % auf rund 339.000¹⁰. Im Jahr 2020 ist ein deutlicher Rückgang der Anzahl der Betriebsstätten auf 320.000 zu verzeichnen (Schließungen aufgrund der Corona-Pandemieeffekt). Im Jahr 2021 stieg die Anzahl dann wieder an, jedoch nicht auf das Vor-Krisen-Niveau. Die IFH Köln GmbH prognostiziert in einer mittleren Prognosevariante bis 2023 rund 80.000 Schließungen im stationären Einzelhandel infolge der Corona-Pandemie¹¹.
- Diese gegenläufigen Entwicklungen (von Umsatz und Anzahl der Betriebe) sind Merkmale einer fortschreitenden **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2010 noch einen Marktanteil von 21,6 % einnahm, lag dieser 2020 nur noch bei 14,3 %¹². Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten. Doch nicht nur inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte gerieten in der Vergangenheit zunehmend unter Druck. Neben der anhaltenden „Warenhauskrise“ war dies vor allem auch in

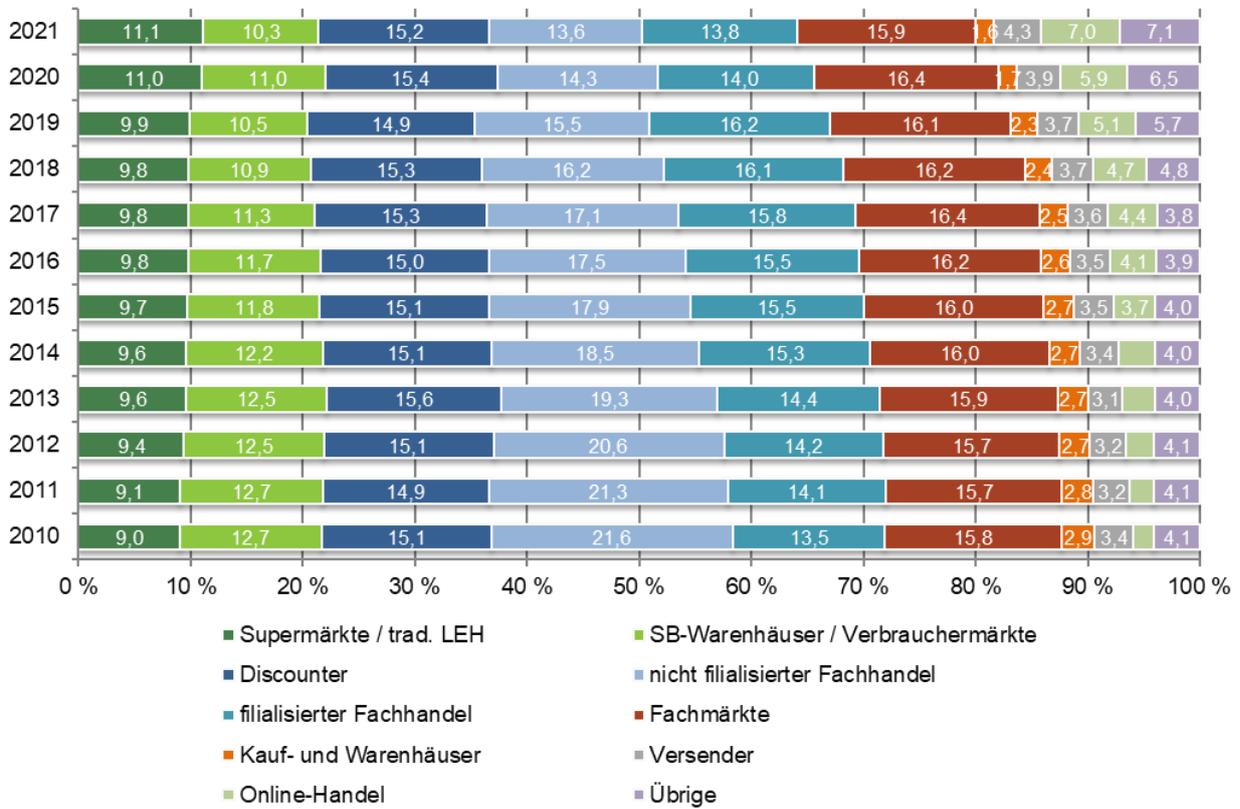
¹⁰ Quelle: Statistisches Bundesamt; Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2022)

¹¹ Quelle: IFH Köln GmbH, Der Coronaturbo: Geschäftsaufgaben und Onlinewachstum im Zeitraffer. Abruf unter <https://www.ifhkoeln.de/der-coronaturbo-geschaeftsaufgaben-und-onlinewachstum-im-zeitraffer/> (Zugriff: 08/2023)

¹² Quelle: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2022)

Insolvenzen ehemals namhafter Filialisten (u. a. Adler, Bonita, Esprit, Hallhuber, Praktiker, Pro-mod, Schlecker) ablesbar.

Abbildung 5: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2021



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 08/2023)

- Die Gesamtzahl der Einkaufszentren ist zwischen 2010 und 2021 konstant, wenn auch langsam, gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Center mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. m², existierten im Jahr 2021 493 mit einer Gesamtfläche von 15,9 Mio. m². Im Jahr 2022 ist jedoch kein Einkaufszentrum dazugekommen und auch die Verkaufsfläche der Bestehenden ist stagniert.¹³ Dabei stehen neue Konzepte von Centern und neu entstehende Flächen dem Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Centern gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die minder genutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Missstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.
- In den 1980er und 1990er Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an Pkw-kundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sogenannte sekundäre Standortnetze) sorgten und so mit den Angeboten in den

¹³ Quelle: EHI Retail Institute e. V.; Zahl der Shopping-Center in Deutschland stagniert; Abruf unter <https://www.ehi.org/news/zahl-der-shopping-center-in-deutschland-stagniert/> (Zugriff 01/2023)

Zentren in Konkurrenz traten. Auch wenn diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmitteldiscountern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (in auch zentrenrelevanten Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche zentrenrelevante **Randsortimentsangebote** (z. B. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen.

Auch für **Factory-Outlet-Center** entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen Waren aus eigener Produktion an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.

- Auf der anderen Seite positionieren sich einige, üblicherweise großflächige Anbieter, auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in vorzugsweise (hoch)verdichteten integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören Lebensmittelanbieter, aber auch Möbel- oder Baumärkte sowie Spielwaren- oder Sportfachmärkte. Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomienutzung, o. ä.).
- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch „neue“ **Kundenmagnete** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark oder De-cathlon, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

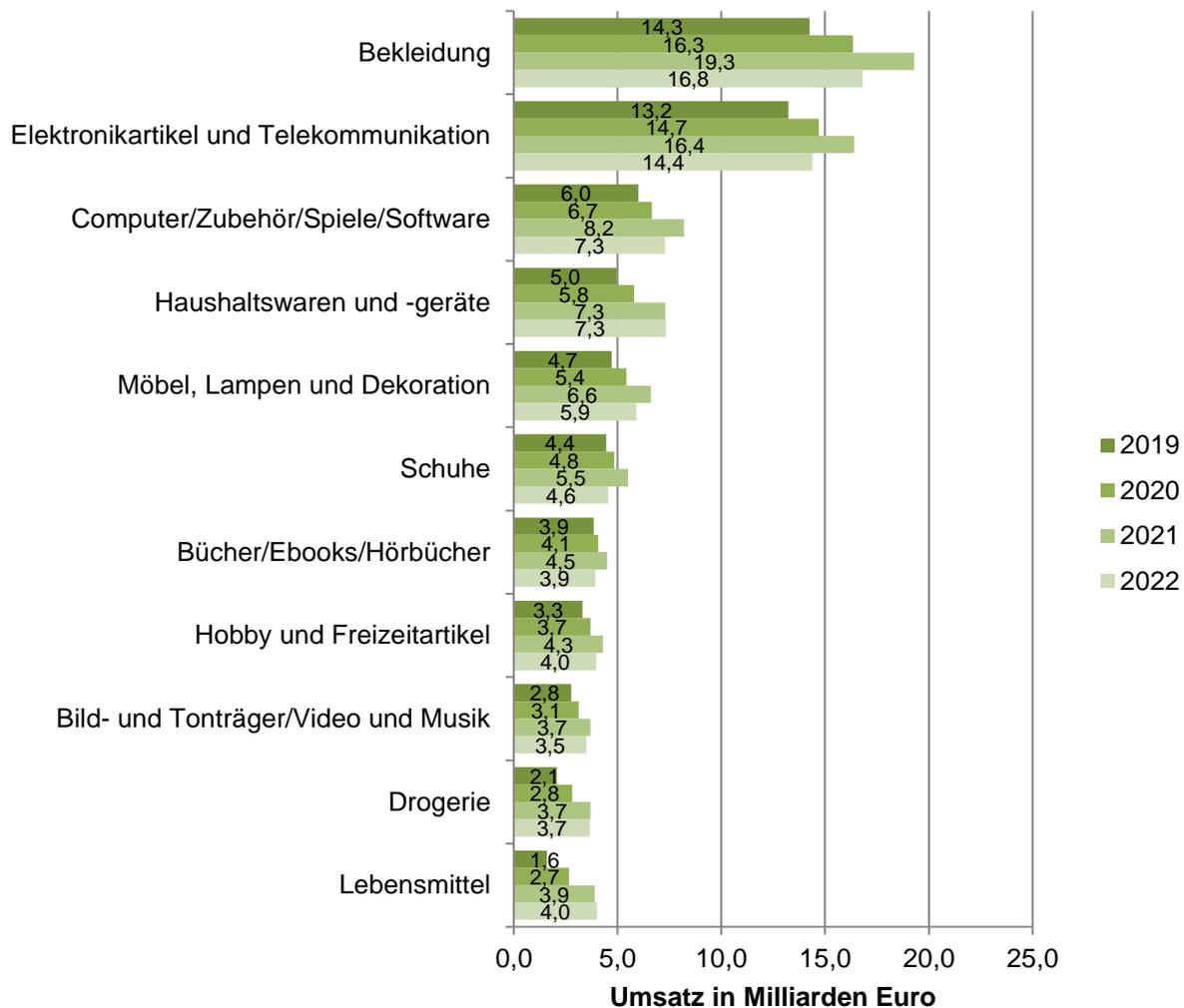
Onlinehandel

- Im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel gewinnen „neue“ Vertriebs- und Absatzwege zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen und steigendem Wettbewerbsdruck. Dazu gehört vor allem die steigende Bedeutung von **E-Commerce**^{14/} **Onlinehandel**, die durch Vorteile, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus, weiter zunehmen dürfte. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig steigende Marktanteile auf, die durch die Corona-Pandemie noch einmal deutlich gewachsen sind: Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 1 Milliarde Euro im Jahr 2000 auf rund 60 Milliarden Euro im Jahr 2019 an.

¹⁴ „Ein Unternehmen betreibt E-Commerce, wenn es rechtsverbindliche Ein- oder Verkäufe über Websites oder automatisierten Datenaustausch (EDI) tätigt. Bezahlung und Auslieferung der Bestellungen müssen bei E-Commerce nicht im Bestellvorgang integriert sein.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; Abruf unter www.destatis.de (Zugriff: 03/2020)

Bedingt durch die mit der Corona-Pandemie einhergehenden Einschränkungen des stationären Einzelhandels (=Lockdown) konnte der Einzelhandelsumsatz im Onlinehandel im Jahr 2020 sogar auf rund 73 Milliarden Euro und 2021 nochmal auf über 86 Milliarden Euro ansteigen.¹⁵ Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entspricht dieser Wert 2021 und 2022 einem relativen Umsatzanteil von fast 15 %.

Abbildung 6: Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2022



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Warengruppen im Online-Handel nach dem Umsatz in Deutschland in den Jahren 2019 bis 2022; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 01/2023)

- Wesentlichen Anteil an der Umsatzentwicklung haben die üblicherweise als zentrenrelevant eingestuft Sortimente aus dem Bereich Bekleidung mit ca. 19 Milliarden Euro im Jahr 2021, gefolgt von Sortimenten aus dem Elektronikbereich mit 16,4 Milliarden Euro (vgl. **Abbildung 6**). Es zeigt sich aber, dass während der Corona-Pandemie in all diesen dargestellten Warengruppen Umsatzzuwächse im Onlinehandel generiert wurden.

¹⁵ Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2022)

- Eine prägende Entwicklung sind die sogenannten Multi-Channel-Konzepte. Dabei erfolgt eine Verknüpfung von verschiedenen Handelsformaten, beispielsweise von stationärem Einzelhandel und E-Commerce, d. h. der stationäre Handel geht online oder ein bisher nur online agierender Händler geht ins stationäre Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen. Der Kunde hat bei diesem Konzept beispielsweise die Möglichkeit, sich im stationären Einzelhandel über ein bestimmtes Produkt zu informieren, um es daraufhin im Onlineshop käuflich zu erwerben oder ein online erworbenes Produkt im stationären Handel umzutauschen oder zurückzugeben.

Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

- Auf der einen Seite beleben **neue Handelsformate** den Markt; dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste - gekoppelt mit dem Onlinehandel.
- Auf der anderen Seite steigen – vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen – die **Marktzutrittsgrößen** bzw. werden entsprechend von Investoren und Betreibern nachgefragt. Größere Märkte generieren einen größeren – in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden – Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur aufgrund wettbewerblicher bzw. städtebaulicher Auswirkungen. Es findet eine Netzausdünnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrechterhalten werden bzw. die Funktion „kleinerer“ Zentren in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.
- Onlinehandel oder Bringdienste können diese entstehenden Lücken nur sehr eingeschränkt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

Effekte durch Corona-Pandemie:

Folgende, durch die Corona-Pandemie ausgelöste oder verstärkte Trends im Einzelhandel lassen sich beobachten:

- Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe nimmt anhaltend weiter ab. Zwischen 2015 und 2019 sind es rund 5.000 Geschäfte pro Jahr. Bis 2023 sind bis zu 79.000 weniger Unternehmen im Einzelhandel im Vergleich zu 2017 prognostiziert.¹⁶
- Der Anteil des Onlinehandels am Einzelhandelsumsatz beläuft sich gemäß einer Veröffentlichung des HDE (2021) auf 14,7 %. Absolut übersteigt der Online-Umsatz der letzten beiden Jahre (2020/2021) mit +27,5 Milliarden Euro den Zuwachs in den fünf Jahren zuvor (2015-2019: + 23,5 Milliarden Euro). Die Betrachtung der einzelnen Branchen macht deutlich, dass

¹⁶ Quelle: IFH Köln GmbH im Auftrag des HDE e. V.; Handelsszenario 2030

gerade in den innenstadtaffinen Sortimenten wie Bekleidung, Elektro sowie Freizeit und Hobby die Online-Anteile durch die Pandemie noch einmal erheblich angestiegen sind und mittlerweile ein Niveau von fast 50 % erreichen. Auf der anderen Seite sind die Online-Umsätze des umsatzstarken Lebensmitteleinzelhandels mit rund 4,1 % noch recht gering.

- Es gibt zunehmend Online-Plattformen auf lokaler / regionaler Ebene. Diese lokalen / regionalen Online-Plattformen können diesen Absatzweg dem inhabergeführten Einzelhandel „näherbringen“.
- Insgesamt wird die **Verknüpfung** von stationärem Einzelhandel und Onlinehandel zunehmen. Dadurch werden Multi-Channel-Konzepte für den stationären Einzelhandel wichtiger denn je.
- Die **Bedeutung und Wertschätzung** sowohl des stationären Einzelhandels – über die einfache Versorgung mit Gütern hinaus – als auch der Innenstädte bzw. Zentren als Treff- / Einkaufs- / Lebensmittelpunkte wird zunehmen. Dies bestätigt eine Umfrage des Unternehmens Bonial zum Einfluss von Corona auf das Kaufverhalten und die Entwicklung des innerstädtischen Handels. Demnach kaufen mehr als 40 % der Befragten nun häufiger im lokalen Einzelhandel als vor der Corona-Pandemie ein und knapp 90 % der Befragten ist eine lebendige Innenstadt wichtig.¹⁷

Weitere entwicklungsbestimmende Faktoren

- Die weltweiten, europäischen und auch nationalen Auswirkungen des Ende Februar 2022 begonnenen Angriffskriegs auf die **Ukraine** lassen sich noch nicht genau abschätzen. Dennoch sind verschiedene Entwicklungen spürbar, die sich mittelfristig verschärfen dürften:
 - Steigende Herstellungskosten und insbesondere auch sich kontinuierlich erhöhende Lebensmittelpreise (Inflation 2022 gegenüber dem Vorjahr: +20,7 %) wirken sich negativ auf das Konsumverhalten der Bevölkerung aus. Die Konzentration auf eher lebensnotwendige Grundnahrungsmittel und auf die übrigen Güter des täglichen Bedarfs wirken sich negativ auf den Konsum bei mittel- und langfristigen Bedarfsgütern (Bekleidung, Schuhe, Unterhaltungselektronik, etc.) aus und führen dort zu Umsatzeinbußen.
 - Preissteigerungen haben auch Auswirkungen auf die Sortimentsstruktur (Marken, Preislagen), Wahl des Einkaufsstandortes (wohnnah, Wechsel zu Discount) und die Konkurrenz zwischen alternativen Verwendungen des privaten Konsums (Einzelhandel vs. Reisen).¹⁸
 - Preissteigerungen im Energiesektor (Inflation 2022 gegenüber dem Vorjahr: +24,4 %) belasten die Einkommen der Haushalte und führen zu Verschiebungen zu Ungunsten der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Zudem bindet u. a. der Boom bei Investitionen in klimaneutralere Photovoltaik- und Heizungssysteme finanzielle Mittel der Privathaushalte, dass u. a. aus der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft abfließt.
 - Eine im November 2022 veröffentlichte Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung geht zudem davon aus, dass bis 2030 der deutschen Wirtschaft rund 260

¹⁷ Quelle: Bonial International GmbH; Exklusive Umfrage: 90 Prozent der Deutschen ist eine lebendige Innenstadt wichtig; Abruf unter <https://www.bonial.com/de/pressemitteilungen/exklusive-umfrage/> (09/2020)

¹⁸ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, HDE-Halbjahrespressekonferenz Berlin, 5. Juli 2022

Milliarden Euro verloren gehen werden und dass es zwischen 2022 und 2028 rund 150.000 weniger Beschäftigte geben wird als in dem, vor Februar 2022 prognostizierten, Alternativszenario.

Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung

Mit den zuvor dargelegten Einflussfaktoren gehen strukturelle und räumliche Angebotsverschiebungen einher, die auch die räumliche Planung vor große Herausforderungen stellen:

- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb von städtischen Zentren oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene Siedlungsstrukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren können die Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur bedingt bzw. nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.
- Durch überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb und vor allem auch außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (z. B. Möbelanbieter).
- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust gewachsener Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Das kann sich durch uniforme und zumeist kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-) Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Wachsende Betriebsgrößen, Konzentrationstendenzen und in Teilen auch eine zunehmende Bedeutung des Onlinehandels auf der einen Seite, sowie Angebotsverschiebungen an nicht integrierte Standorte auf der anderen Seite, bewirken vor allem im Lebensmitteleinzelhandel sowie auch im Handel mit Drogeriewaren eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere bzw. dünner besiedelte Stadt- und Stadtteile in größeren Städten.

3 Übergeordnete Zielaussagen

Im Rahmen des Planungssystems im Saarland stehen stadtentwicklungsplanerische Entscheidungen, insbesondere auch vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung, im Bezug zu übergeordneten Planungen auf Landes- und kommunaler Ebene.

3.1 Übergeordnete Zielaussagen der Landesplanung¹⁹

Die seit 2020 laufende Neuaufstellung des Landesentwicklungsplans (LEP) ist zum Zeitpunkt der Erstellung des Konzepts nicht abgeschlossen, weshalb der Vorgänger-Plan weiterhin Bestand hat und daher im Folgenden herangezogen wird: Mit seinen Zielen und Grundsätzen ist der **LEP, Teilabschnitt „Siedlung“ (2006)**²⁰, neben dem LEP, Teilabschnitt „Umwelt“ (2004), das wichtigste Planungsinstrument der Landesplanungsbehörde im Saarland. Die Vorgaben der Landesplanung sind bei der Erarbeitung von Regionalplänen, Flächennutzungsplänen und Bebauungsplänen sowie anderen Fachplänen der nachgeordneten Planungsebenen zu beachten. Der LEP „Siedlung“ beinhaltet

- die Festlegung von zentralen Orten unterschiedlicher Stufe;
- die Festlegung von raumordnerischen Siedlungsachsen;
- die Festlegung von Raumkategorien;
- die Festlegung von Zielen und Grundsätzen für die Wohnsiedlungstätigkeit;
- die Festlegung von Zielgrößen für den Wohnungsbedarf;
- die Festlegung von Zielen und Grundsätzen für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen.

Kapitel 2.5 befasst sich mit großflächigen Einzelhandelseinrichtungen. Dabei werden die im Raumordnungsgesetz (ROG) festgelegten Grundsätze der Raumordnung zur Daseinsvorsorge und zur Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche im Hinblick auf den großflächigen Einzelhandel konkretisiert. Vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung ist somit hervorzuheben, dass durch die Festlegung der zentralen Orte eine Versorgung der Bevölkerung mit einem ausgewogenen Warenangebot, sozialen, kulturellen und wirtschaftsbezogenen Einrichtungen und Dienstleistungen sowie eines entsprechenden Wohnungsangebots im Sinne des dezentralen Konzentrationsgebotes auf kurzem Wege sichergestellt wird. Die Festlegung von Zielen und Grundsätzen für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen trägt dazu bei, dass in allen Landesteilen eine bedarfsorientierte Warenversorgung der Bevölkerung durch eine ausgewogene und breit gefächerte, nach Zentralörtlichkeit differenzierte Einzelhandelsstruktur sichergestellt wird. Die Stadt St. Ingbert wird als Mittelzentrum eingestuft (LEP „Siedlung“, Kapitel 2.1.2., Seite 972).

Der Landesentwicklungsplan gibt u. a. vor, dass großflächige Einzelhandelseinrichtungen nicht zu einer Beeinträchtigung des Zentralen-Orte-Gefüges des Landes und der Funktionsfähigkeit der jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche des zentralen Ortes sowie der Nachbarstadt führen

¹⁹ Der saarländische LEP übernimmt auch die Funktion eines Regionalplans.

²⁰ Quelle: Staatskanzlei Saarland (2006): Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Siedlung“. In seiner zuletzt geänderten Fassung vom 04. Juli 2006
Im Folgenden: LEP „Siedlung“ 2006

dürfen. Darüber hinaus werden klare Vorgaben zur Steuerung des zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandels gemacht, wobei die Landesplanung städtebaulich integrierten Einzelhandelsstandorten und damit nicht zuletzt den zentralen Versorgungsbereichen den Vorrang einräumt. In Anlage 7 werden zentrenrelevante Leitsortimente dargestellt, die stets zu beachten sind und die innerstädtischen Lagen prägen sowie eine hohe Besuchsattraktivität erzeugen. Diese Liste ist auf kommunaler Ebene auf Grundlage der örtlichen Situation zu überprüfen und ggf. zu ergänzen.

Folgende Ziele (Z) und Grundsätze (G) mit Bezug zum großflächigen Einzelhandel werden im LEP „Siedlung“ im Kapitel 2.5.2 festgelegt:

Ziele und Grundsätze

(41)

(G) Zur bedarfsgerechten, verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung soll in allen Landesteilen ein auf den jeweiligen Versorgungsauftrag des Ober-, Mittel- oder Grundzentrums ausgerichtetes Spektrum von Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen unterschiedlicher Größe und Angebotsformen sichergestellt werden. Die Stadt soll dazu im Rahmen der Bauleitplanung an städtebaulich geeigneten Standorten in den zentralen Orten Flächenvorsorge für großflächige Einzelhandelseinrichtungen treffen.

(Z) In nicht-zentralen Stadtteilen („Nahbereich“) ist die Versorgung der Bevölkerung auf die wohnortnahe Grundversorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs auszurichten.

(42)

(Z) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur im Oberzentrum sowie in den Mittel- und Grundzentren zulässig (Konzentrationsgebot). In Ausnahmefällen sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen auch in nicht-zentralen Stadtteilen zulässig, wenn

- dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der wohnortnahen, örtlichen Grundversorgung dient und
- eine entsprechende Mantelbevölkerung, d. h. die für die Auslastung der großflächigen Einzelhandelseinrichtungen erforderliche Bevölkerungszahl, vorhanden ist.

Über Ausnahmemeerforderlichkeit sowie Standort und Umfang der Einzelhandelsansiedlung, -erweiterung oder -änderung entscheidet die Landesplanungsbehörde.

(43)

(Z) Geschoss- und Verkaufsflächen mehrerer Einzelhandelseinheiten, die im räumlich-funktionalen Verbund zueinanderstehen (Einzelhandelsagglomerationen), sind zusammenzuzählen. Als Verkaufsfläche gelten hierbei alle Flächen, auf denen der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich sind (einschließlich Kassen- und Packzonen, Gänge, Treppen innerhalb der Verkaufsräume, Standflächen für Warenträger und Einrichtungsgegenstände). Zur Verkaufsfläche zählen auch Freiflächen, die nicht nur vorübergehend für Verkaufszwecke genutzt werden sowie Lagerräume, die gleichzeitig dem Verkauf dienen („Verkauf ab Lager“).

(44)

(Z) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen müssen sich bezüglich Größenordnung und Warensortiment funktional in die vorgegebene zentralörtliche Versorgungsstruktur einfügen. Der Einzugsbereich der entsprechenden Einzelhandelseinrichtung darf den Verflechtungsbereich des betreffenden zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot). Dies ist vom Planungsträger entsprechend nachzuweisen.

(45)

(Z) Neuansiedlungen, Erweiterungen bzw. Nutzungsänderungen großflächiger Einzelhandelseinrichtungen dürfen das Zentrale-Orte-Gefüge des Landes sowie die Funktionsfähigkeit des jeweiligen zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereiches des zentralen Ortes (Stadt) sowie der benachbarten zentralen Orte (Nachbargemeinde) nicht beeinträchtigen (Beeinträchtigungsverbot). Dies gilt insbesondere für solche Städte, in denen der Erfolg von städtebaulichen

Maßnahmen zur funktionalen Stärkung oder Stabilisierung von Stadt- und Stadtkernen in Frage gestellt wird, z. B. bei städtebaulichen Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt- und Dorferneuerungsmaßnahmen.

(46)

(Z) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sind im engen räumlich-funktionalen Zusammenhang mit dem zentralen, innerörtlichen Versorgungsbereich (integrierter Standort) des jeweiligen zentralen Ortes innerhalb des Siedlungszusammenhangs zu errichten (städtebauliches Integrationsgebot). Im Oberzentrum sowie in den Mittelzentren sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen auch in den Nebenzentren zulässig, sofern sie bezüglich Größenordnung, Warensortiment und Einzugsbereich dem Versorgungsbereich des Nebenzentrums angemessen sind und an einem städtebaulich integrierten Standort errichtet werden.

(47)

(Z) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen können unter Beachtung der landesplanerischen Zielsetzungen in Ausnahmefällen auch außerhalb integrierter Standorte des jeweiligen zentralen Ortes in Sondergebieten (gemäß Baunutzungsverordnung) ausgewiesen werden. Dies gilt allerdings nur für Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevanten Warensortimenten, also für Warensortimente außerhalb der in Anlage 7 dargestellten zentrenrelevanten Sortimentsgruppen, deren Vertriebsformen aufgrund ihrer fachlichen Spezialisierung hauptsächlich auf große ebenerdige Ausstellungs- und Verkaufsflächen angewiesen sind (z. B. Möbelhäuser, Bau- und Gartenmärkte, Autohäuser). In diesen Sondergebieten ist durch geeignete Bebauungsplan-Festsetzungen die Bündelung zulässiger, nicht-zentrenrelevanter Warensortimente zu ermöglichen.

(48)

(G) Standorte für großflächige Einzelhandelseinrichtungen sollen grundsätzlich in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden werden.

(49)

(Z) Die planenden Städte haben im Sinne der § 2 Abs. 2 BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB die übergemeindliche Abstimmung von Planung und Ansiedlung, Erweiterung oder Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sicherzustellen (interkommunales Abstimmungsgebot).

(G) Den Städten wird empfohlen, (inter-)kommunale Einzelhandelskonzepte zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der betreffenden Stadt bzw. im betreffenden Teilraum aufzustellen.

(50)

(Z) Entsprechend § 11 Abs. 1 Saarländisches Landesplanungsgesetz (SLPG) haben öffentliche Stellen und Personen des Privatrechts nach § 4 Abs. 3 Raumordnungsgesetz (ROG) die Landesplanungsbehörde frühzeitig über alle Planungen und Maßnahmen zur Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu unterrichten.

(51)

(Z) Für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen über 5.000 m² Verkaufsfläche ist in der Regel die Durchführung eines Raumordnungsverfahrens erforderlich. Die Entscheidung hierüber obliegt der Landesplanungsbehörde.

(52)

(Z) Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in Vorranggebieten für Gewerbe, Industrie und Dienstleistungen (VG) gemäß Landesentwicklungsplan, Teilabschnitt „Umwelt (Vorsorge für Flächennutzung, Umweltschutz und Infrastruktur)“ vom 13. Juli 2004 (Ziffern 70–78), widerspricht deren Zweckbestimmung, Betriebe aus dem industriell-produzierenden Sektor, des gewerblichen Bereiches sowie des wirtschaftsorientierten Dienstleistungsgewerbes anzusiedeln und ist daher unzulässig. Zur Sicherung dieser Flächen ist daher die Ansiedlung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO bauleitplanerisch auszuschließen.

(53)

(G) Innerhalb bauleitplanerisch ausgewiesener bzw. auszuweisender gewerblicher Bauflächen (Gewerbegebiete nach § 8 BauNVO sowie Industriegebiete nach § 9 BauNVO) sollen in Verbindung mit § 1 Abs. 9 BauNVO Einzelhandelseinrichtungen ausgeschlossen werden. Hiervon können solche Verkaufsstätten ausgenommen werden, die einem Handwerks- oder Gewerbebetrieb zugeordnet und diesem baulich und funktional untergeordnet sind und eine maximale Verkaufsfläche von 500 m² nicht überschreiten. Von dieser Beschränkung ausgenommen sind Kraftfahrzeugreparaturwerkstätten zugeordnete Verkaufsstätten für Kraftfahrzeuge. Zentrenrelevante Kern- oder Randsortimente sollen in Gewerbe- und Industriegebieten in Verbindung mit § 1 Abs. 9 BauNVO generell ausgeschlossen werden.

3.2 Stadtentwicklungskonzepte

Im Rahmen der öffentlichen Förderprogramme von Bund und Land helfen Fördermittel der Stadt, den demographischen und wirtschaftlichen Strukturwandel zu gestalten. Dazu wurden städtebauliche Entwicklungskonzepte gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB erarbeitet und beschlossen, womit der Zugang zu öffentlichen Fördermitteln ermöglicht wurde:

- Das **Gesamtstädtische Entwicklungskonzept** (*SEKO*, aktuellste Version: 2019)²¹ stammt in seiner Ursprungsfassung aus dem Jahr 2006, wurde 2011 und 2019 fortgeschrieben und befasst sich mit dem gesamten Gemeindegebiet. Es verweist auf den LEP (Teilabschnitte „Siedlung“ und „Umwelt“) und bewertet Flächen u. a. hinsichtlich ihrer Eignung, ob großflächiger Einzelhandel dort möglich ist. Außerdem gibt das Konzept die Handlungsempfehlungen, u. a. auf die Umwidmung von vorhandenen Industrie- und Gewerbeflächen zu Einzelhandels- oder Wohnbauflächen zu verzichten und keine Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben auf Gewerbeflächen zu betreiben.

²¹ Quelle: AG isoplan-Marktforschung – MESS Stadtplaner (2019): Stadtentwicklungskonzept für die Mittelstadt St. Ingbert: Fortschreibung für die Handlungsfelder Siedlungs- und Gewerbeentwicklung. 2. Fortschreibung. Saarbrücken, Kaiserslautern.

- Daneben existieren eine Reihe an Konzepten, deren Fokus auf anderen Teilbereichen der Stadtentwicklung bzw. räumlichen Planung liegt und keine einzelhandelsrelevanten Aussagen tätigen, u. a.:
 - ISEK „Alte Schmelz“ (*Integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept St. Ingbert - neues Feuer für die Alte Schmelz*, 2016):
 - Klimaschutzteilkonzept Zukunftsmobilität (*Klimaschutzteilkonzept Zukunftsmobilität*, 2019): Empfehlung der Attraktivitätssteigerung und Stärkung von Einzelhandelsstandorten; Potenzial von Verkehrsraumumverteilung u. a. für den lokalen Einzelhandel
 - Klimaanpassungskonzept (*Klimaanpassungskonzept für die Stadt St. Ingbert*, 2020): -
 - Landschaftsplan (*Landschaftsplan für die Stadt St. Ingbert*, 2020): Die Auswirkungen von durch Einzelhandel geprägte Siedlungslandschaft wird als „sehr gering“ bewertet

4 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt St. Ingbert stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen als auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Stadtgebiet von St. Ingbert sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe im zentralen Bereich.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt St. Ingbert gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Köln GmbH.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in St. Ingbert ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

4.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im Februar 2022 eine flächendeckende **Vollerhebung des St. Ingberter Einzelhandelsbestands** (inkl. Leerstände) durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer Begehung des gesamten Stadtgebiets bei gleichzeitiger Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Dabei ist zu betonen, dass diese Vollerhebung eine Momentaufnahme des Status Quo ist und nachfolgende Entwicklungen (z. B. eine Geschäftsaufgabe) in den Zahlen nicht berücksichtigt sind.

Im Rahmen der Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter i.d.R. unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte – soweit möglich bzw. vom Geschäftsinhaber / Filialleiter zugelassen²² – erhoben und eine räumliche Zuordnung der Geschäfte vorgenommen.

²² Sofern eine lasergestützte Messung nicht möglich war, wurden die Flächen abgeschritten bzw. geschätzt.

Der Erhebung liegt folgende **Definition der Verkaufsfläche** zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwägt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die einschlägige Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt. Zwar legen wir bei der Erfassung der Verkaufsflächen einen sehr hohen Grad von Genauigkeit und Sorgfalt an, jedoch kann und soll diese Bestandserfassung nicht den Anspruch erfüllen, der z. B. an ein DIN-Flächenaufmaß anzulegen ist.

In der sich anschließenden Auswertung werden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle 1 dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker+Krusse

Warengruppe	Sortiment
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
	Backwaren / Konditoreiwaren
	Fleischwaren
	Getränke
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
	Zoologische Artikel, lebende Tiere
	Heim- und Kleintierfutter
Gesundheit und Körperpflege	pharmazeutische Artikel
	Drogeriewaren / Körperpflegeartikel, Kosmetikartikel / Parfümeriewaren
Papier / Büroartikel / Schreibwaren (PBS) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren, Büromaschinen
	Zeitungen / Zeitschriften
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe	
Bekleidung	Bekleidung
Schuhe / Lederwaren	Schuhe
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltswaren	Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	Hobbyartikel (inkl. Künstlerartikel / Bastelzubehör sowie Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle)
	Musikinstrumente und Zubehör
	Spielwaren
	sonstige Babyartikel (Kinderwagen, Kindersicherheit)
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen
	Campingartikel
	Fahrräder und technisches Zubehör
	Reitsportartikel
	Sportartikel / -kleingeräte
	Sportbekleidung und Sportschuhe
überwiegend langfristige Bedarfsstufe	
Wohneinrichtung	Bettwaren
	Matratzen
	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe
	Teppiche (Einzelware)
Möbel	Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen, Wohndekorationsartikel
	Möbel
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte
	Elektrokleingeräte
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Elektronik / Multimedia	Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
Medizinische und orthopädische Artikel	Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck
Baumarktsortimente	Baumarktspezifisches Sortiment: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
Gartenmarktsortimente	Gartenartikel und -geräte
	Pflanzen / Samen
Sonstiges	Erotikartikel
	Sammlerbriefmarken und -münzen

Quelle: Zusammenstellung Junker+Krusse

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des St. Ingberter Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebots sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Standortbereiche dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzepts zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 8.4).

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentrale Bereiche, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lagen, städtebaulich nicht integrierte Lagen zugeordnet, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert werden:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

Zentraler (Versorgungs)Bereich

Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)

Beispiel: Innenstadt St. Ingbert



Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage

Eine Legaldefinition des Begriffspaares der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des St. Ingberter Konzepts werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt St. Ingbert integriert sind und einen unmittelbaren Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als städtebaulich integriert eingestuft, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren, wie z. B. Autobahnen, Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise, den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

Beispiel: Hassel Marktplatz



Städtebaulich nicht integrierte Lage

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht oder nur in geringem Maße im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und Pkw-kundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: Oststraße



Quelle: Zusammenstellung Junker+Kruse; Kartengrundlagen Stadt St. Ingbert (2022), Legende für Kartengrundlage im Anhang

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des St. Ingberter Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mitberücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in St. Ingbert. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung“

Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* oder *wohnungsnaher Grundversorgung* wird hier die Versorgung der Bürger mit nahversorgungsrelevanten Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. das Sortiment Lebensmittel herangezogen.

Dabei kann es sehr unterschiedlich ausgestattete Nahversorgungsstandorte geben. Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotsituation berücksichtigt werden. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppen-spezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in St. Ingbert wird eine Distanz von rund 600 bis 700 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen für die Gesamtstadt einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnaher Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel / Lebensmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel pharmazeutische Artikel
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: Zusammenstellung Junker+Kruse

4.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Analyse der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das aktuelle einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der St. Ingberter Bevölkerung sowie der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von der IFH Köln GmbH oder der Gesellschaft für Konsum, Markt- und Absatzforschung (GfK) Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Köln GmbH zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebiets. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Ergänzend zu den vorab beschriebenen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u. a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u. a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

4.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in St. Ingbert im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf dem *zentralen Bereich*. Auch im Einzelhandelskonzept von 2009 ist die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs vorgenommen worden. Insgesamt wird dieser wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische zentrale Versorgungsbereiche anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt, dies auch mit Blick auf die aktuelle Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall auch eine aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Durch die Lage im Zentrum einer Stadt sind für die Prosperität eines Zentrums neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tieferegreifende Analyse eines Geschäftszentrums sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzepts, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung des Zentrums genannt werden.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte²³
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre

²³ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzepts für die Stadt St. Ingbert. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse bewertet werden, sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund einschlägiger Rechtsprechung²⁴ keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

²⁴ vgl. dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

5 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

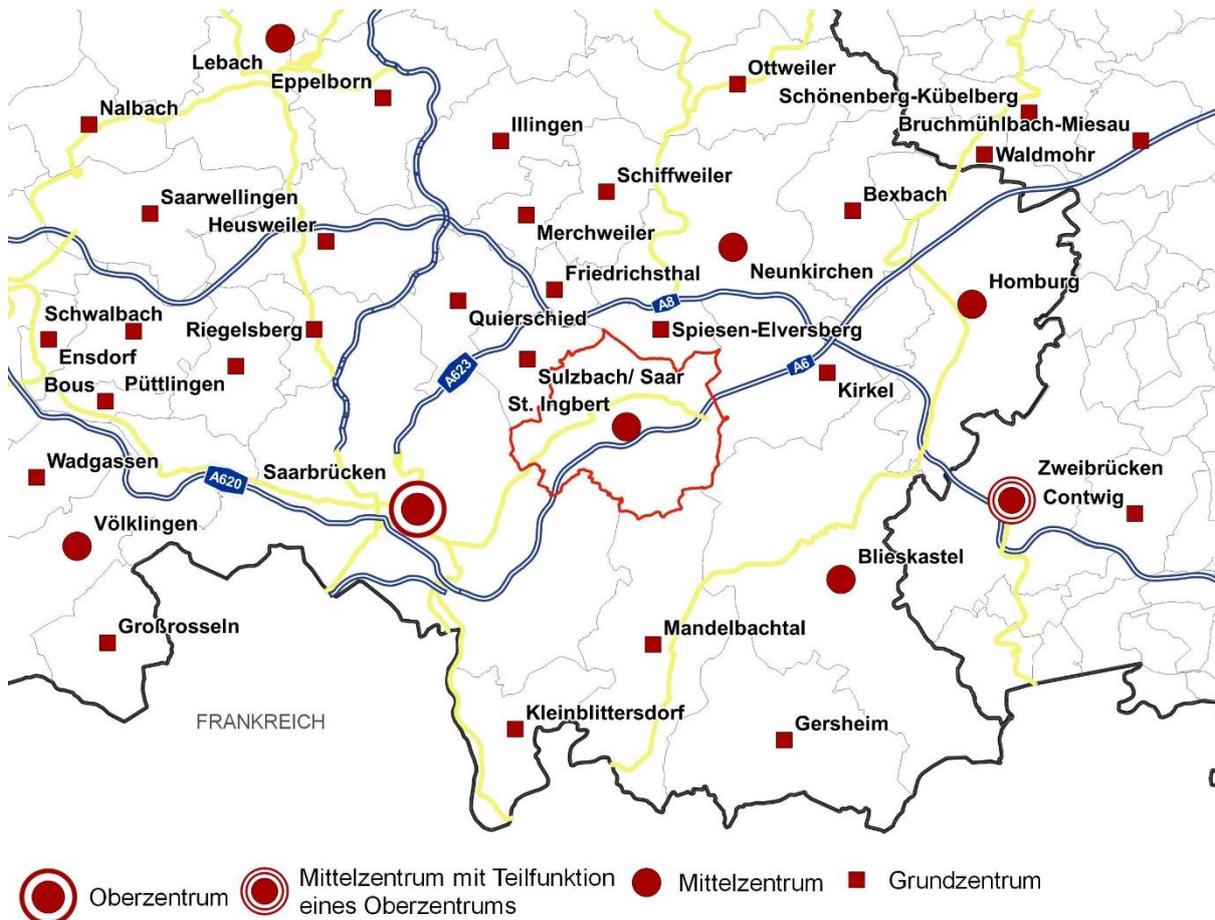
Nachstehend folgt zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelssituation in der Stadt eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts St. Ingbert auswirken können.

5.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die Stadt St. Ingbert mit ihren rund 36.000 Einwohnern liegt im Landkreis Saarpfalz-Kreis im Süden des Saarlands. Landesplanerisch ist der Stadt die Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums zugewiesen. St. Ingbert ist die fünftgrößte Stadt im Saarland und ist nur wenige Autominuten von der Landeshauptstadt Saarbrücken entfernt.

Karte 1: Lage der Stadt St. Ingbert in der Region



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Basis von © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA 2.0 (www.openstreetmap.org/copyright)

Angrenzend an das Mittelzentrum St. Ingbert ist im Osten das Mittelzentrum Blieskastel zu verorten und im Westen das Oberzentrum Saarbrücken. Weitere umgebende Zentren sind

ausschließlich als Grundzentren gekennzeichnet. Dazu gehören im Norden die Zentren Sulzbach/Saar sowie Spiesen-Elversberg, im Nordosten das Zentrum Kirkel und im Süden das Zentrum Mandelbachtal. Die Stadt St. Ingbert konkurriert als Wirtschaftsstandort vor allem mit dem benachbarten Mittelzentrum in der Region.

Durch eine gute verkehrliche Anbindung werden die räumlich-funktionalen Verflechtungen St. Ingberts mit der Region begünstigt. St. Ingbert ist durch die im Süden angrenzende Autobahn A 6 in West-Ost-Richtung (französische Grenze bei Saarbrücken – Kaiserslautern – Mannheim – Nürnberg – tschechische Grenze) sowie mehrerer Landesstraßen die durch das Stadtzentrum führen, zu erreichen.

Mit der DB-Anschlussstelle Bahnhof St. Ingbert ist die Stadt an das regionale und überregionale Schienennetz angebunden. Des Weiteren befinden sich im Stadtgebiet St. Ingbert drei weitere Bahnhöfe. Die Haltestellen St. Ingbert, Rohrbach und Rentrish liegen auf der Strecke Mannheim – Saarbrücken und die Haltestelle Hassel liegt auf der Strecke St. Ingbert – Rohrbach – Primasens/Landau. Darüber hinaus bietet ein Netz aus Buslinien Verbindungen innerhalb St. Ingberts und in benachbarte Orte der Region. Dabei sind Linien mit hoher regionaler Bedeutung mit den Liniennummern R 1 bis R 13 gekennzeichnet. Neben den RegioBus-Linien verkehren ebenfalls Stadtbuslinien sowie Taxibusse, die den Verkehrsraum St. Ingberts abdecken.

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Das St. Ingberter Stadtgebiet umfasst rund 50 km² und gliedert sich in fünf Stadtteile. In der folgenden Tabelle 4 werden die Einwohner sowie deren Anteile an der Gesamtbevölkerung dargestellt.

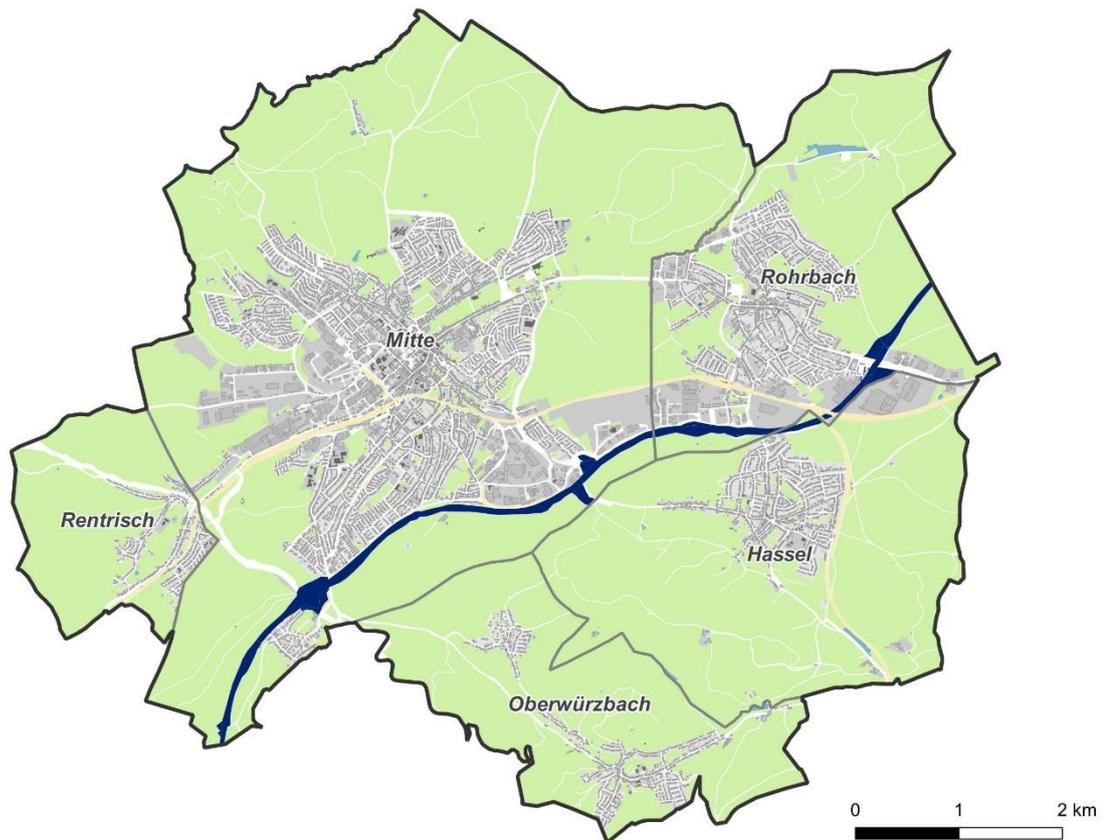
Tabelle 4: St. Ingberter Stadtgliederung mit Einwohnerzahlen

Stadtteil	Einwohner	Anteil
St. Ingbert Mitte	22.879	63,6 %
Rohrbach	6.103	17 %
Hassel	3.292	9,2 %
Oberwürzbach	2.171	6 %
Rentrish	1.507	4,2 %
Gesamt	35.952	100 %

Quelle: Stadt St. Ingbert, Stand: 31.12.2021

Das Stadtgebiet ist überwiegend durch Waldfläche geprägt. Den Siedlungsschwerpunkt bildet der Stadtteil St. Ingbert Mitte. Das wirtschaftliche und kulturelle Zentrum der Stadt ist das Zentrum mit ihrer Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und öffentlichen Einrichtungen. Durch die Eingemeindung früherer eigenständiger Stadtteile ist die Siedlungsstruktur St. Ingberts insgesamt eher zerstreut. Der Siedlungsschwerpunkt liegt im Stadtteil St. Ingbert Mitte und die übrigen Stadtteile sind überwiegend ländlich und dörflich geprägt. Teilweise trennen sich die Stadtteile deutlich vom Stadtteil St. Ingbert Mitte.

Karte 2: Siedlungsstruktur St. Ingbert



Quelle: Darstellung Junker+Kruise auf Basis von Kartengrundlagen LVGL Saarland (2022); Legende für Kartengrundlage im Anhang

5.2 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in St. Ingbert

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Köln GmbH zurückgegriffen. Diese werden durch die IfH-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial stellt sich für die Stadt St. Ingbert folgendermaßen dar:

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in St. Ingbert

Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der St. Ingberter Wohnbevölkerung	
	Pro-Kopf-Kaufkraft	Absolut (in Mio. €)
Nahrungs- und Genussmittel	2.702	97,2
Blumen (Indoor) / Zoo	126	4,5
Gesundheit und Körperpflege	466	16,7
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	174	6,3
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.468	124,7
Bekleidung	484	17,4
Schuhe / Lederwaren	131	4,7
GPK / Haushaltswaren	118	4,2
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	149	5,4
Sport und Freizeit	226	8,1
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.108	39,8
Wohneinrichtung	174	6,3
Möbel	423	15,2
Elektro / Leuchten	206	7,4
Elektronik / Multimedia	462	16,6
Medizinische und orthopädische Art.	87	3,1
Uhren / Schmuck	76	2,7
Baumarktsortimente	519	18,7
Gartenmarktsortimente	120	4,3
Überwiegend langfristiger Bedarf	2.066	74,3
Sonstiges	274	9,8
Gesamtsumme	6.917	248,7

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

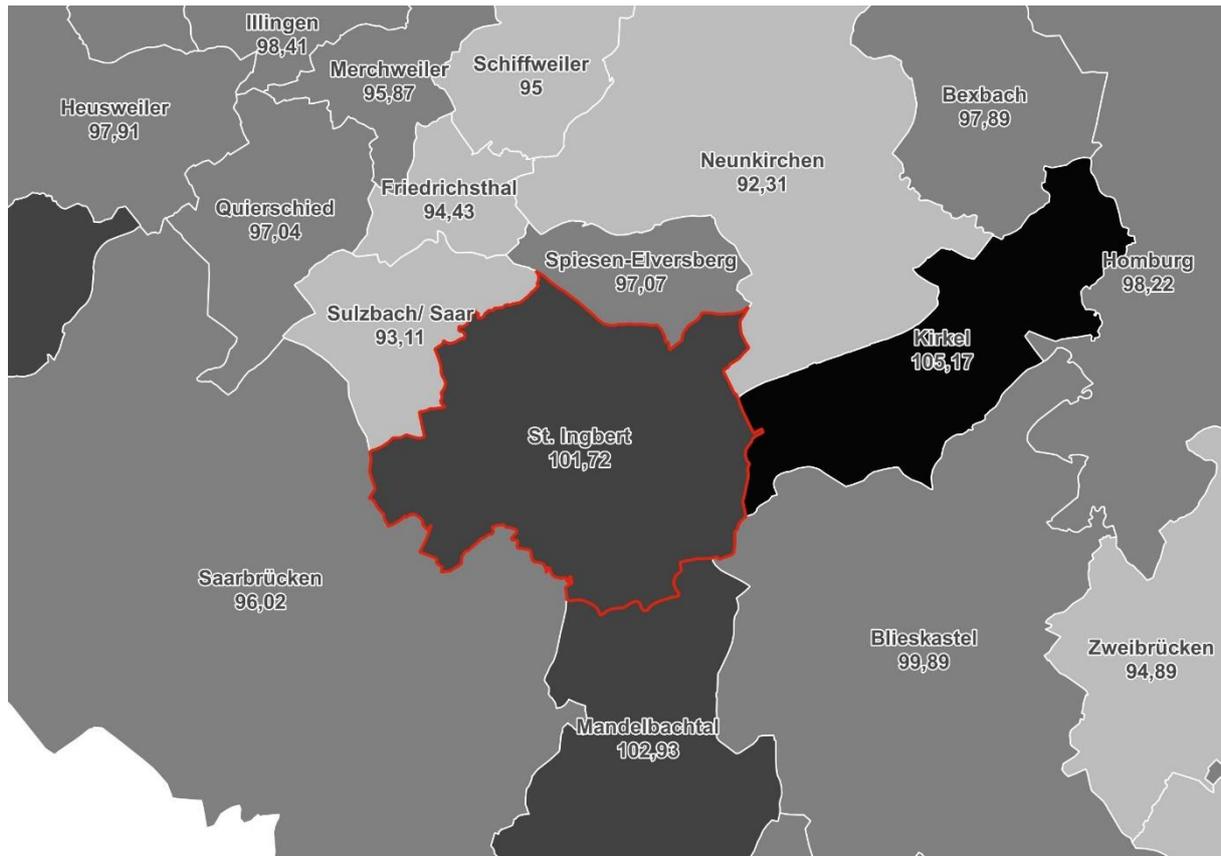
Quelle: Berechnung Junker + Kruse auf Basis IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln 2021

Insgesamt beträgt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für St. Ingbert rund 249 Mio. Euro (2021)**. Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei unterschiedlich ausgeprägt. Auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt mit rund 97 Mio. Euro bzw. rund 39 % der höchste Anteil am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Mit deutlichem Abstand folgen die Warengruppen Baumarktsortimente (rund 19 Mio. Euro bzw. 13 %), Bekleidung (rund 17 Mio. Euro bzw. 7 %), sowie Gesundheit und Körperpflege (rund 17 Mio. Euro bzw. 7 %) und Elektronik / Multimedia (rund 17 Mio. Euro bzw. 7 %).

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau der Stadt St. Ingbert zu Grunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in St. Ingbert vom

Bundesdurchschnitt (=100) an. Derzeit ergibt sich in St. Ingbert eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** von **101,72**, d. h. das Kaufkraftniveau der St. Ingberter Bevölkerung liegt um rund 2 % über dem Bundesdurchschnitt. Im Vergleich zum Jahr 2009 (103,8)²⁵ ist das Kaufkraftniveau gesunken. Die Entwicklung des absoluten Kaufkraftvolumens hingegen ist seit dem Jahr 2009 gestiegen: von rund 214 Mio. Euro²⁶, die im EHK 2009 ausgewiesen wurden, stieg es um rund 16 % auf rund 249 Mio. Euro (2021).

Karte 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich (2021)



Quelle: Darstellung und Berechnung Junker + Kruse auf Basis IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln 2021 und © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA 2.0 (www.openstreetmap.org/copyright)

Im **regionalen Vergleich** wird deutlich, dass die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern der St. Ingbert umgebenden Kommunen teilweise unter dem Bundesdurchschnitt liegen. Kirkel und Mandelbachtal hingegen erreichen ebenfalls einen Durchschnitt, welcher über dem vom Bund liegt.

²⁵ Quelle: EHK 2009: 14

²⁶ Quelle: EHK 2009: 101

6 Aktuelle Angebotssituation in der Stadt St. Ingbert

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in der Stadt St. Ingbert unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

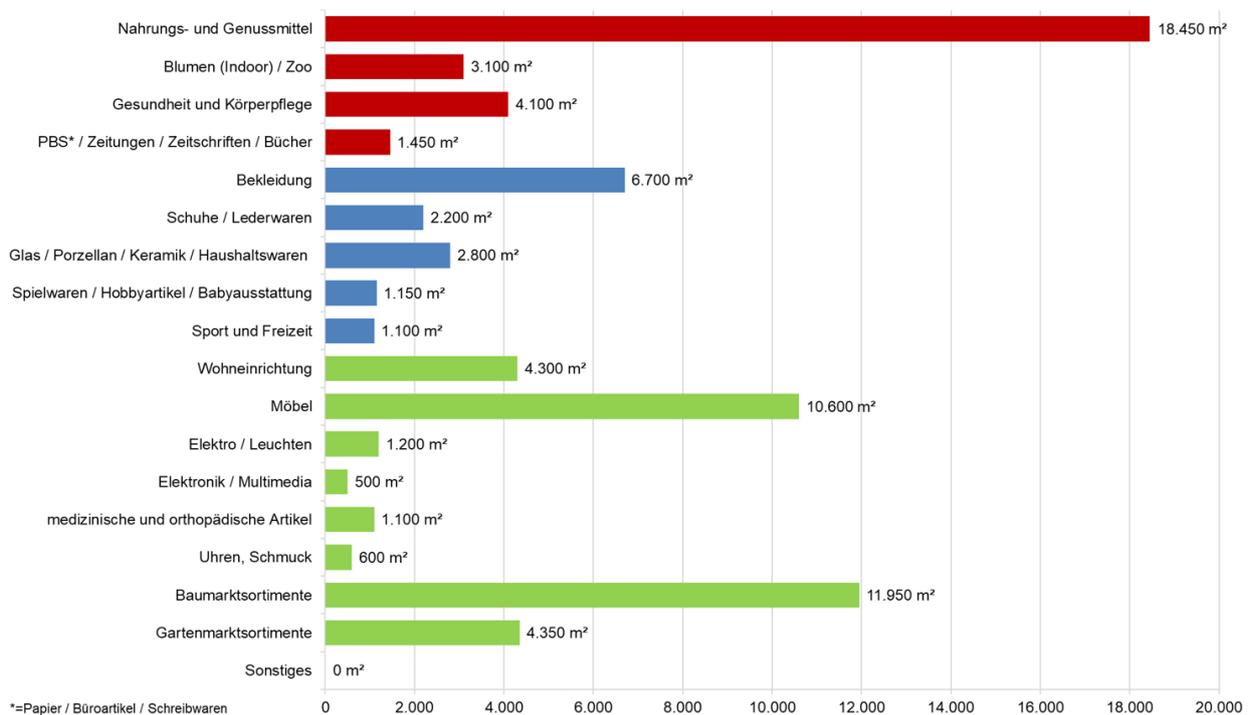
Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, basieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem beschlossenen Nahversorgungskonzept aus dem Jahr 2015. Das heißt: Die zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Innenstadt sowie Nahversorgungszentrum Rohrbach wurden entsprechend ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Im Rahmen der Fortschreibung ist es allerdings möglich, dass sich – entsprechend der zwischenzeitlich erfolgten einzelhandelsrelevanten Entwicklungen – Veränderungen in der räumlichen Abgrenzung ergeben haben.

6.1 Einzelhandelsrelevante Kennziffern in der Stadt St. Ingbert

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in St. Ingbert getroffen werden. Dabei ist zu betonen, dass diese Vollerhebung eine Momentaufnahme des Status Quo ist und nachfolgende Entwicklungen (z. B. eine Geschäftsaufgabe) in den Zahlen nicht berücksichtigt sind. Die wesentlichen Kennwerte des Einzelhandels in der Stadt St. Ingbert stellen sich zum Erhebungszeitpunkt wie folgt dar:

- Es bestehen insgesamt **238 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kapitel 2) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **75.600 m²**. Seit 2009 ist somit über alle Warengruppen ein Verkaufsflächenzuwachs von rund 6.370 m² (+ 9 %) bei einer leicht gesunkenen Anzahl an Einzelhandelsbetrieben (2009: 270 Betriebe) festzustellen.²⁷

²⁷ Neben einzelnen Veränderungen im Bestand muss erwähnt werden, dass das EHK 2009 sowie das vorliegende EHK 2023 von unterschiedlichen Autoren stammen und sich somit nicht nachvollziehbare Änderungen in der Erhebungsmethodik ergeben, die die Vergleichbarkeit der Zahlen aus den beiden Konzepten einschränken.

Abbildung 7: Warengruppenspezifische Verkaufsflächen in der Stadt St. Ingbert (in m²)

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022

- **Quantitative Angebotsschwerpunkte** liegen in der Stadt St. Ingbert in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rund 18.450 m² Verkaufsfläche) sowie in den flächenintensiven Warengruppen **Bau- und Gartenmarktsortimente** (insgesamt rund 16.300 m² Verkaufsfläche). Auch die nicht zentrenrelevante Warengruppe **Möbel** weist mit rund 10.600 m² Verkaufsfläche eine hohe quantitative Bedeutung auf.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt **318 m²** und ist gegenüber 2009 (256 m²) gestiegen. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker+Krusse in anderen Städten mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern (280 m²)²⁸ ist der Wert als überdurchschnittlich zu bewerten.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt **2,10 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – über dem bundesdeutschen Durchschnittswert aller Kommunen von rund 1,5 m² pro Einwohner. Im interkommunalen Vergleich liegt dieser Wert über dem Durchschnitt (zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker+Krusse Datenbank beträgt 2,02 m²). In der Gegenüberstellung zur letzten Erhebung (1,82 m²) ist der Wert gestiegen.

In einem warengruppenspezifischen Vergleich der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungsgrade zu Kommunen ähnlicher Größenordnung zeigen sich aus rein quantitativer Sicht in nahezu allen Warengruppen gleiche bis überdurchschnittliche Angebotsausstattungen.

²⁸ Quelle: Junker+Krusse-Datenbank aus eigenen Erhebungen in Kommunen zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern (n=47)

Warengruppen wie Bekleidung, Elektro / Leuchten, Elektro / Multimedia und Bau- Gartenmarktsortimente weisen ein leicht unterdurchschnittliches Angebot auf.

Tabelle 6: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich

Warengruppe	St. Ingbert rd. 36.000 EW	J+K-Datenbank 25.000 - <50.000 EW
Nahrungs- und Genussmittel	0,51	0,44
Blumen / Zoologische Artikel	0,09	0,07
Gesundheit und Körperpflege	0,11	0,08
PBS* / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	0,04	0,04
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	0,75	0,63
Bekleidung	0,19	0,24
Schuhe / Lederwaren	0,06	0,06
GPK** / Haushaltswaren	0,08	0,08
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	0,03	0,03
Sport und Freizeit	0,03	0,06
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	0,39	0,47
Wohneinrichtung	0,12	0,09
Möbel	0,29	0,26
Elektro / Leuchten	0,03	0,05
Elektronik / Multimedia	0,01	0,05
medizinische und orthopädische Artikel	0,03	0,02
Uhren / Schmuck	0,02	<0,01
Bau- und Gartenmarktsortimente	0,45	0,49
Überwiegend langfristiger Bedarf	0,96	0,95
Gesamt	2,10	2,06

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Junker+Kruse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022 und Junker+Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen in Kommunen zwischen 25.000 - <50.000 Einwohnern

Stellt man das warengruppenspezifisch differenzierte Verkaufsflächenangebot sowie die rechnerisch ermittelten warengruppenspezifischen Umsätze des St. Ingberter Einzelhandels der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber, so ergibt sich sowohl die gesamtstädtische als auch die nach Warengruppen differenzierte einzelhandelsrelevante Zentralität. Hierbei handelt es sich um eine Maßzahl, die den Kaufkraftzu- bzw. -abfluss im Saldo darstellt und Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebotes zulässt. Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genau so groß ist wie die lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der entsprechenden Warengruppe; Werte über 1 deuten auf Zuflüsse von außen hin, Werte unter 1 auf Abflüsse.

Tabelle 7: Umsätze und Zentralitäten in St. Ingbert nach Warengruppen

Warengruppe	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	114,5	97,2	1,18
Blumen / Zoologische Artikel	6,5	4,5	1,44
Gesundheit- und Körperpflege	28,5	16,7	1,70
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	7,0	6,3	1,12
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	156,5	124,7	1,26
Bekleidung	16,6	17,4	0,95
Schuhe / Lederwaren	7,4	4,7	1,57
GPK / Haushaltswaren	6,8	4,2	1,61
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	3,4	5,4	0,63
Sport und Freizeit	3,3	8,1	0,41
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	37,5	39,8	0,94
Wohneinrichtung	8,8	6,3	1,41
Möbel	14,6	15,2	0,96
Elektro / Leuchten	5,2	7,4	0,70
Elektronik / Multimedia	3,6	16,6	0,22
medizinische und orthopädische Artikel	5,9	3,1	1,88
Uhren / Schmuck	4,1	2,7	1,51
Baumarktsortimente	19,3	18,7	1,04
Gartenmarktsortimente	5,2	4,3	1,21
Überwiegend langfristiger Bedarf	66,7	74,3	0,90
Gesamt	260,8	248,7	1,05

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Junker+Kruse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022

- Dem in der Stadt St. Ingbert vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 249 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 261 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,05** über alle Warengruppen. Per Saldo lässt sich also feststellen, dass mehr als das bundesdurchschnittliche Kaufkraftpotenzial ausgeschöpft wird und Zuflüsse zu verzeichnen sind. Angesichts der regionalen Angebots- und Konkurrenzsituation ist dieser Wert – trotz warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen – als gut einzuordnen. Die Stadt St. Ingbert wird daher ihrer landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum gerecht.
- Gegenüber dem EHK 2009 ist eine positive Umsatzentwicklung von rd. 234 Mio. Euro auf 261 Mio. Euro (um rund 15 Mio. Euro; rund + 11,54 %) ²⁹ zu beobachten. Das Kaufkraftvolumen stieg in diesem Zeitraum noch stärker von rd. 214 Mio. Euro auf 249 Mio. Euro um

²⁹ Quelle: EHK 2009: 24

rund 35 Mio. Euro (rund + 16,36 %) ³⁰ an. Die Zentralität ist im Vergleich zum Jahr 2009 (1,10) ³¹ leicht rückläufig. 2022 lag der Wert bei 1,05.

- Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion St. Ingberts erscheinen aus rein quantitativer Sicht die Zentralitätswerte insbesondere in den Warengruppen Elektronik / Multimedia sowie Sport und Freizeit verbesserungswürdig. Weitere, ausbaufähige Warengruppen sind Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung, Elektro / Leuchten, Bekleidung sowie Möbel. Auch der Vergleich der Zentralitätswerte für bestimmte Warengruppen (exemplarische Auflistung) mit anderen Kommunen vergleichbarer Größenordnung offenbart Nachholbedarf ³².
- Weiterführende Betrachtungen hierzu erfolgen in den weiteren Analyseschritten zur qualitativen bzw. strukturellen sowie räumlichen Angebotsstruktur in St. Ingbert in den nachfolgenden Kapiteln. Die daraus abgeleiteten Aussagen zu Entwicklungsperspektiven des St. Ingberter Einzelhandels erfolgen in Kapitel 6.4 dieses Konzepts.

³⁰ Quelle: ebd.: 41

³¹ Quelle: ebd.: 15

³² Bei diesen Vergleichswerten ist zu beachten, dass die Anzahl der Vergleichskommunen sehr gering ist. Außerdem stützen sich Zentralitätswerte nur auf Umsatz- und Kaufkraftvolumen, womit räumliche, strukturelle und qualitative Aspekte nicht berücksichtigt werden können. Dazu zählen u. a. die gesamtstädtische Zentren- und Versorgungsstruktur, die Lage (zentrale Versorgungsbereiche, integriert, nicht integriert, Sonder- und Einzelstandorte) von Einzelhandelseinrichtungen, die Vielfalt und Qualität des Einzelhandelsangebotes (u.a. Branchen- und Betriebsformenmix), die qualitative Attraktivität aufgrund der Nutzungsvielfalt und Funktionsfähigkeit sowie städtebauliche Aspekte. Daher kann kein Anspruch auf Repräsentativität gestellt werden.

6.2 Angebotsstruktur des Einzelhandels in der Stadt St. Ingbert

Das Einzelhandelsangebot in der Stadt St. Ingbert weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende strukturelle Merkmale auf:

Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit 81 Betrieben entfällt der größte Einzelanteil (rund 34 %) der Einzelhandelsbetriebe auf Kernsortimentsanbieter der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Dabei spielen in diesem Zusammenhang jedoch insbesondere auch die zahlreichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (v. a. Bäckereien) im St. Ingberter Stadtgebiet eine quantitative Rolle. Rund 18.450 m² Verkaufsfläche entfallen auf diese Warengruppe. Die *einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung* in dieser Warengruppe von rund 0,51 m² liegt über dem Vergleichswert aus Kommunen vergleichbarer Größenordnung³³ (0,45 m² pro Einwohner) und weist auf eine im Bundesvergleich gute Ausstattung hin.
Der Bereich Nahrungs- und Genussmittel nimmt mit rund 114,5 Mio. Euro den größten Einzelanteil (rund 44 %) am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen ein. Die Zentralität liegt bei 1,18.
- Diese Werte zeigen aus rein quantitativer Sicht zunächst zwar einen guten Ausstattungsgrad in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in St. Ingbert, unterstreichen aber dennoch die hohe Bedeutung dieser Sortimentsgruppe innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte.
- In den übrigen Warengruppen entfallen rund 4.100 m² Verkaufsfläche auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege**. Mit rund 0,11 m² Verkaufsfläche je Einwohner besteht eine für Städte dieser Größenordnung überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (Schnitt: 0,08 m² / EW)³⁴. Auf die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege fällt eine Zentralität von 1,70.

Insgesamt entfällt rund 27.100 m² gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots und mehr als die Hälfte des Umsatzes im St. Ingberter Einzelhandel auf die Warengruppen der **kurzfristigen Bedarfsstufe**. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil dieser Warengruppen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Zentralitäten der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs liegen durchgängig über 1 und verdeutlichen damit Kaufkraftzuflüsse (Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs 1,26 per Saldo). Detailliertere Aussagen zur wohnortnahen Grundversorgungssituation in St. Ingbert folgen in Kapitel 6.4 dieser Untersuchung.

Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe ist die größte Verkaufsfläche mit 6.700 m² in der zentrenprägenden Leitbranche **Bekleidung** vorhanden, was rund 9 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht. Dabei verteilt sich die warengruppenspezifische Verkaufsfläche auf

³³ Quelle: Junker+Kruse-Datenbank aus eigenen Erhebungen in Kommunen zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern (n=47)

³⁴ Quelle: ebd.

28 Betriebe, die dieser Warengruppe zuzuordnen sind. Die Zentralität von 0,95 weist aus quantitativer Sicht auf sehr geringe Kaufkraftabflüsse in dieser zentralen Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels hin.

- In der ebenfalls zentrenprägenden Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** beträgt die Gesamtverkaufsfläche 2.200 m², was einem Anteil von rund 3 % am gesamten Verkaufsflächenangebot der Stadt St. Ingbert entspricht. Die warengruppenspezifische Zentralität von 1,57 zeigt deutliche Kaufkraftzuflüsse. Von den fünf Kernsortimentsanbietern im Bereich Schuhe / Lederwaren befinden sich drei im Hauptzentrum Innenstadt.
- Weitere Angebotsbausteine der mittelfristigen Bedarfsstufe bilden die Warengruppen **Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren** mit einer Verkaufsfläche von 2.800 m², was einem Anteil von rund 4 % am gesamten Verkaufsflächenanteil entspricht. Die Zentralität von 1,61 weist ebenfalls deutliche Kaufkraftzuflüsse auf.
- Die übrigen Warengruppen **Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung** sowie **Sport und Freizeit**, weisen eine Fläche von 1.150 m² und 1.100 m² auf. Die Zentralität der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung beträgt 0,63 und die Zentralität von Sport und Freizeit beträgt 0,41.

Mit insgesamt rund 13.950 m² Verkaufsfläche, 46 Betrieben und einem Umsatz von rund 37,5 Mio. Euro (Gesamtzentralität: 0,94) sind die Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfs** gut ausgebaut, haben aber einen geringen Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot in St. Ingbert. Zwei der fünf Zentralitätswerte (Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung und Sport und Freizeit) weisen auf Kaufkraftzuflüsse hin.

Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- Rund 34.550 m² Verkaufsfläche und damit rund 46 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entfallen auf Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Bau- und Gartenmarktsortimente** (insgesamt rund 11.950 m² Verkaufsfläche) sowie **Möbel** (10.600 m²). Diese Flächenanteile repräsentieren jedoch nicht zwangsläufig einen besonderen Stellenwert dieser Warengruppen innerhalb der St. Ingberter Einzelhandelsstrukturen, sondern sind größtenteils auf das flächenintensive Angebot der Betriebe dieser Warengruppen zurückzuführen. Zu nennen ist hier insbesondere der Bau- und Gartenmarkt OBI. Fünf der acht Zentralitätswerte in den Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe (Wohn Einrichtung, medizinische und orthopädische Artikel, Uhren, Schmuck, Baumarkt- sowie Gartenmarktsortimente) weisen auf – teils deutliche – Kaufkraftzuflüsse hin.
- In der Warengruppe **Elektronik / Multimedia** – einem Sortiment des Onlinehandels der ersten Stunde – ist unter allen Warengruppen mit 0,22 die niedrigste Zentralität zu verzeichnen, was auf sehr hohe Kaufkraftabflüsse hindeutet. Das Verkaufsflächenangebot beträgt insgesamt nur rund 500 m² Verkaufsfläche.
- Das Angebot in den **übrigen, weniger flächenintensiven Warengruppen des langfristigen Bedarfs** liegt jeweils zwischen 600 m² und 4.350 m² Verkaufsfläche. Die Zentralitätswerte

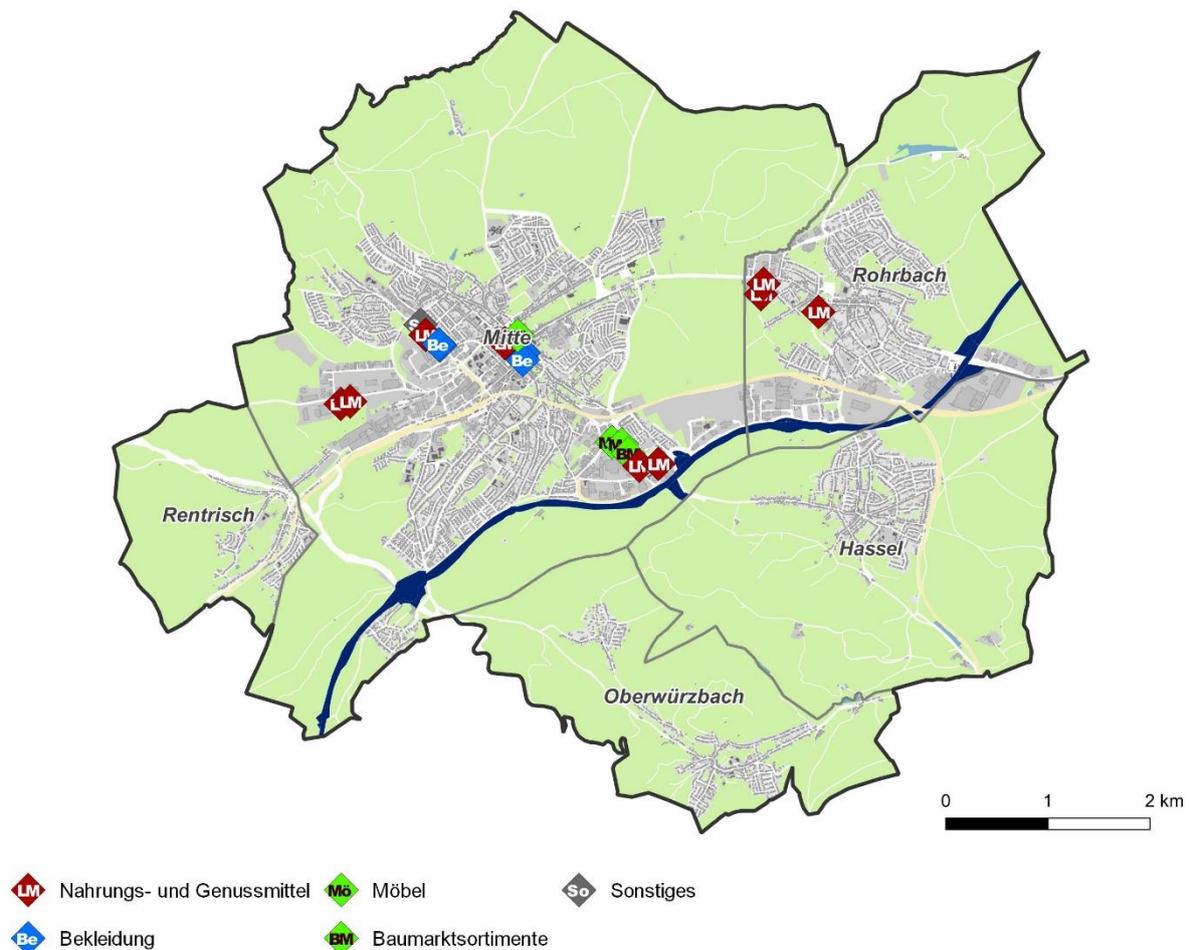
bewegen sich hier bei 0,70 aufwärts. Die Warengruppe **medizinische und orthopädische Artikel** weist mit einer Zentralitätskennziffer von 1,88 den höchsten Wert auf.

Mit einer Zentralität von 0,90 über alle Warengruppen der überwiegend **langfristigen Bedarfsstufe** hinweg kann abschließend auch hier insgesamt ein **quantitativ guter Ausstattungsgrad** für die Stadt St. Ingbert konstatiert werden. Allerdings zeigt sich ein gewisses quantitatives Entwicklungspotenzial in einigen Warengruppen.

Großflächiger Einzelhandel in der Stadt St. Ingbert

- Aktuell existieren in der Stadt St. Ingbert **18 großflächige Betriebe**³⁵ mit einer Verkaufsfläche von zusammen rund 47.850 m². Obwohl diese Betriebe nur rund 8 % aller Anbieter darstellen, umfassen sie **rund 63 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots**.
- Mit rund 15.760 m² Verkaufsfläche entfallen rund 33 % der Fläche der großflächigen Betriebe auf einen Anbieter der Hauptbranche **Baumarktsortimente**, was auf die flächenintensiven Angebotsformen in dieser Warengruppe zurückzuführen ist.
- Neun Betriebe und rund 14.800 m² Verkaufsfläche, d. h. knapp 31 % der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter, entfallen auf Kernanbieter der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Hierbei handelt es sich um ein SB-Warenhaus, drei Supermärkte und fünf Discounter.
- Weitere rund 10.500 m² des Verkaufsflächenangebots der großflächigen Anbieter entfallen auf drei Anbieter der Warengruppe **Möbel**. Dies entspricht einem Anteil von rund 22 % an der Verkaufsfläche aller großflächigen Anbieter.

³⁵ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² zutrifft (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Karte 4: Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m²) in St. Ingbert

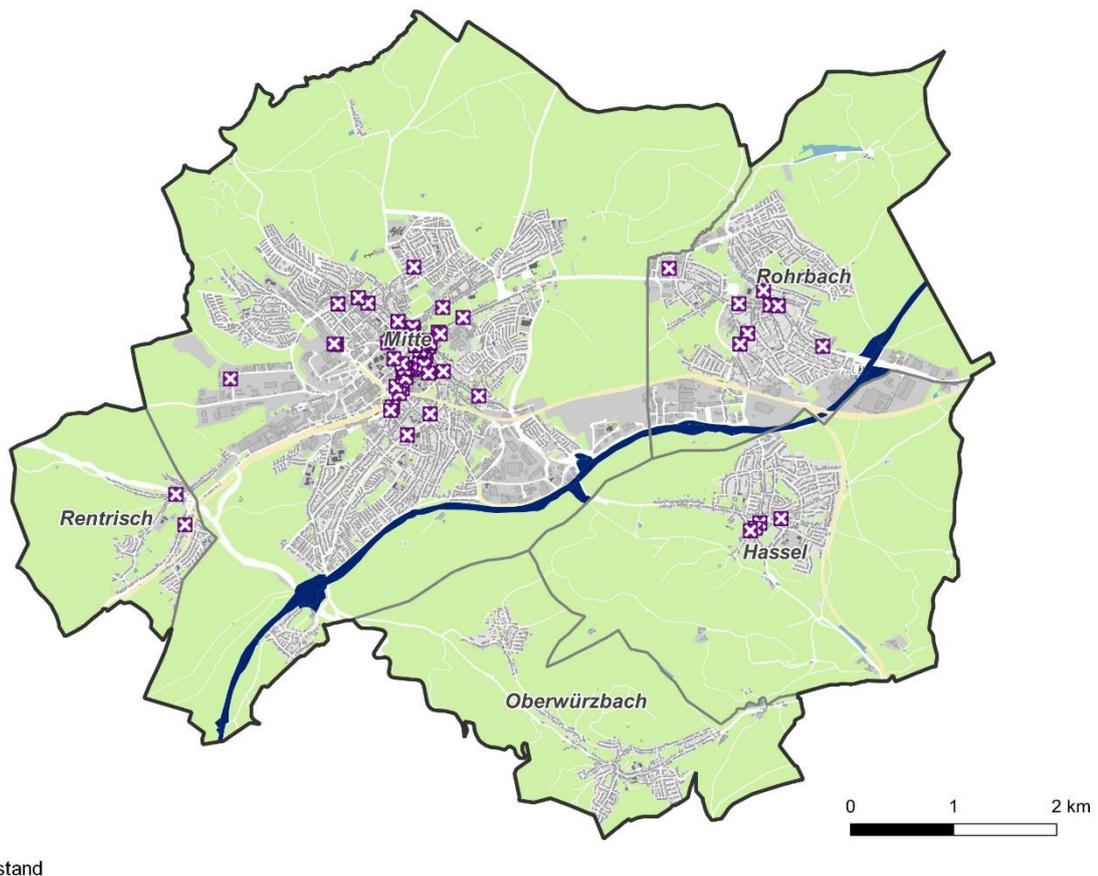
Quelle: Darstellung Junker+Kruse auf Grundlage der Junker+Kruse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: Stadt St. Ingbert 2022; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Leerstände in der Stadt St. Ingbert

- Zum Erhebungszeitpunkt (Februar 2022) bestehen im St. Ingberter Stadtgebiet **65 Leerstände** von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche³⁶ von rund 8.150 m². Dies entspricht einer Leerstandsquote von 21 % der Ladenlokale und rund 10 % der Verkaufsfläche. Die durchschnittliche Größe der Leerstände beträgt rund 126 m². Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Einzelhandelsstruktur immer einer gewissen Fluktuation und Veränderung unterliegt.
- Mit knapp 48 % liegt ein Großteil der Leerstände innerhalb des Hauptzentrum Innenstadts. Die Leerstandsquote beträgt dort rund 23 % der Ladenlokale und 20 % der Fläche. Dabei handelt es sich um einen großflächigen Leerstand und sonst Leerstände von bis zu 200 m². Die durchschnittliche Größe beträgt rund 133 m². Die Leerstände außerhalb der Innenstadt befinden sich in erster Linie entlang der Hauptverkaufsstraßen.

³⁶ Der Flächenwert der Leerstände ist geschätzt, da die Ladenlokale teilweise nur bedingt einsehbar bzw. messbar waren.

Karte 5: Leerstände in St. Ingbert



✕ Leerstand

Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: Stadt Ingbert 2022; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Angebotsschwerpunkte

Die **Standortstruktur** des Einzelhandels in St. Ingbert ist durch mehrere **räumliche Angebotschwerpunkte** geprägt, die im Folgenden beschrieben werden. Inwieweit die Standortstruktur eine Modifizierung erfährt, wird in Kapitel 8.3 ausgeführt. Detailliertere Aussagen zu den Standortbereichen befinden sich in den folgenden Unterkapiteln. Dabei ist zu betonen, dass die zentralen Versorgungsbereiche detaillierter als die Sonderstandorte beschrieben werden³⁷.

6.2.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Folgende zentrale Versorgungsbereiche sind in St. Ingbert ausgewiesen:

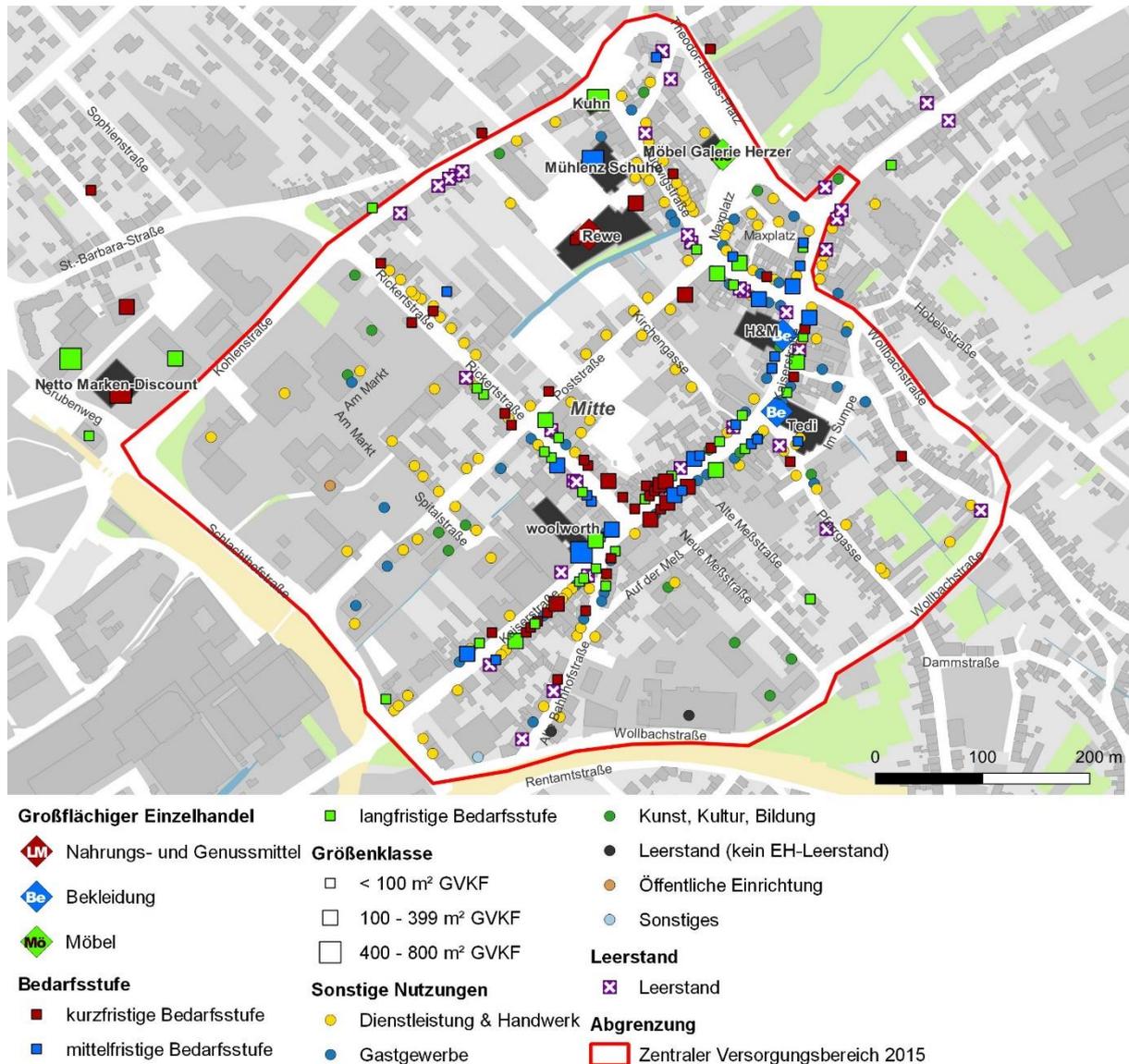
- Zentraler Versorgungsbereich (ZVB) Innenstadt
- ZVB Rohrbach

³⁷ Die Sonderstandorte werden lediglich mithilfe eines Steckbriefs beschrieben, für die zentralen Versorgungsbereiche wird darüber hinaus ein Erläuterungstext und ein Text über die Leerstandssituation formuliert.

6.2.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Der **zentrale Versorgungsbereich (ZVB) Innenstadt** bildet den siedlungsräumlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Mittelpunkt der Stadt. Innerhalb dieses Bereichs prägen eine hohe Nutzungsdichte mit einer Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistung, Wohnen sowie öffentlichen Einrichtungen das Stadtbild. Das Geschäftszentrum erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Kaiserstraße, Poststraße, Rickertstraße und Ludwigstraße sowie um den Maxplatz. Entlang der Kaiserstraße ist die Einzelhandelsdichte am höchsten, während entlang der Poststraße vor allem Dienstleistung und Handwerk das Bild prägen. An den übrigen Straßenzügen und Plätzen ist die Nutzungsdichte deutlich geringer. Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt weist in Nord-Süd-Richtung eine maximale Ausdehnung von rund 670 m auf, während in West-Ost-Richtung die maximale Ausdehnung rund 740 m beträgt. Über den süd-westlich an den zentralen Versorgungsbereich angrenzenden Bahnhof sowie mehrere Bushaltestellen ist die Anbindung an das ÖPNV-Netz sichergestellt.

Karte 6: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im ZVB Innenstadt



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: Stadt St. Ingbert 2022; räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem NVK 2015; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Einzelhandelsangebot

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt ist mit insgesamt 104 Betrieben (rund 44 % der Betriebe in St. Ingbert) und rund 15.750 m² Verkaufsfläche (rund 21 % der Verkaufsfläche in St. Ingbert) der bedeutendste Angebotsschwerpunkt in St. Ingbert.

In der folgenden Tabelle ist das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt differenziert nach Warengruppen dargestellt:

Tabelle 8: Angebotssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Warengruppe	Anzahl Betriebe (absolut)	Verkaufsfläche	
		In m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	25	2.900	16 %
Blumen (Indoor) / Zoo	2	100	4 %
Gesundheit und Körperpflege	10	850	21 %
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	4	650	44 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	41	4.500	17 %
Bekleidung	19	3.600	54 %
Schuhe / Lederwaren	3	1.000	47 %
GPK / Haushaltswaren	1	550	20 %
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	4	350	30 %
Sport und Freizeit	1	300	27 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	28	5.800	42 %
Wohneinrichtung	7	1.500	35 %
Möbel	1	1.900	18 %
Elektro / Leuchten	1	250	21 %
Elektronik / Multimedia	7	300	56 %
med. und orthopädische Artikel	13	1.000	91 %
Uhren / Schmuck	6	450	79 %
Bau- und Gartenmarktsortimente	-	<100	<1 %
überwiegend langfristiger Bedarf	35	5.450	16 %
Gesamt (inkl. Sonstiges)	104	15.750	21 %

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: Berechnung Junker+Kruse auf Grundlage der Junker+Kruse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022

Der Angebotsschwerpunkt des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt liegt im Bereich des **mittelfristigen Bedarfs**, auf den rund 37 % der innerstädtischen Verkaufsfläche und 42 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dieser Bedarfsstufe entfallen. Die Warengruppe Bekleidung stellt derzeit mit rund 3.600 m² den größten Verkaufsflächenanteil im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt dar, was rund 26 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dieser Warengruppe entspricht. Weitere, größere Angebote in der mittelfristigen Bedarfsstufe entfallen mit einer Verkaufsfläche von rund 1.000 m², was rund 17 % der innerstädtischen bzw. rund 47 % der gesamtstädtischen sortimentspezifischen Verkaufsfläche ausmacht, auf die Warengruppe Schuhe / Lederwaren.

Das Angebot in der **kurzfristigen Bedarfsstufe** beträgt insgesamt rund 4.550 m², was einer innerstädtischen Verkaufsfläche von rund 29 % entspricht und einer gesamtstädtischen Verkaufsfläche von rund 17 %. Der Schwerpunkt liegt wie zu erwarten in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, mit rund 64 % macht sie den Großteil der Bedarfsstufe aus. Hier rund 2.900 m² Verkaufsfläche vorgehalten, die sich auf 25 Betriebe verteilen (die höchste sortimentspezifische

Betriebsanzahl im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt). Gesamtstädtisch machen Nahrungs- und Genussmittel im Zentrum rund 16 % der Verkaufsfläche aus. Ein funktionsfähiges Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln ist ein maßgeblicher Bestandteil der funktionalen Heterogenität eines Stadtkerns und ist regelmäßig zu erhalten bzw. weiterzuentwickeln. Insbesondere strukturprägende Lebensmittelanbieter sind unverzichtbare Grundpfeiler (Frequenzbringer) eines funktionierenden Zentrums (auch für andere Nutzungsbausteine), die zudem die Grundversorgung der in der Innenstadt lebenden Menschen sicherstellen. Von wesentlicher Bedeutung für die innerstädtische Lebensmittelversorgung ist der Vollsortimenter in der Kohlenstraße (derzeit: Rewe).

Das Angebot in der **langfristigen Bedarfsstufe** zählt mit rund 5.400 m² mehr Verkaufsfläche als der kurzfristige Bedarfsbereich. Mit rund 1.900 m² Verkaufsfläche liegt der Angebotsschwerpunkt auf der Warengruppe Möbel. Diese machen rund 35 % der innerstädtischen und rund 18 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dieser Warengruppe aus. Weitere Angebote in der langfristigen Bedarfsstufe fallen mit rund 1.500 m² auf die Warengruppe Wohneinrichtung, was rund 28 % der innerstädtischen Verkaufsfläche und rund 35 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche be trägt. Die Warengruppe med. und orthopädische Artikel macht mit rund 1.000 m² Verkaufsfläche innerstädtisch nur rund 18 % aus, auf die gesamte Stadt betrachtet beträgt der Anteil jedoch 91 % der Verkaufsfläche. Hier wird ein breites und differenziertes Angebot vorgehalten, das – in Form von kleinflächigen Fachgeschäften – sowohl inhabergeführte Betriebe als auch namhafte Filialisten umfasst (insgesamt 13 Betriebe).

Des Weiteren muss betont werden, dass nicht in allen Warengruppen Angebote vorhanden sind. Im Bereich des langfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortiment im Stadtzentrum nur als Randsortiment vorgehalten; Betriebe mit dem jeweiligen Kernsortiment gibt es nicht. Das Nichtvorhandensein überrascht jedoch wenig, da Angebote in diesen Warengruppen nicht zentrenrelevant sind. Einzelne Warengruppen (z. B. Sport und Freizeit sowie Elektron / Leuchten) weisen dabei nur eine geringe Breite und Tiefe auf, was darauf zurückzuführen ist, dass diese nur als Rand- oder Nebensortiment angeboten werden.

Die größten Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind derzeit Möbel Galerie Herzer sowie Filialen von Rewe und H&M. Insgesamt handelt es sich um einen kompakten, multifunktionalen Stadtkern mit Versorgungsbedeutung für die gesamte Stadt St. Ingbert.

Leerstände

Im zentralen Bereich stehen zum Zeitpunkt der Erhebung (Februar 2022) insgesamt 31 Ladenlokale mit rund 4.100 m² Verkaufsfläche leer, was einer Leerstandsquote von rund 23 % der Ladenlokale und rund 20 % der Fläche entspricht. Die Leerstände weisen eine durchschnittliche Flächengröße von rund 133 m² auf. Es befindet sich ein großflächiger Leerstand im Zentrum, ansonsten sind die Leerstände nicht größer als 200 m².

Dauerhafte Leerstände können je nach Ausmaß zum Funktions- bzw. Attraktivitätsverlust einzelner Lagen oder gar des gesamten Zentrums beitragen. Im Hinblick auf potenzielle Folgenutzungen der Ladenlokale spielt neben der Flächengröße und dem Zuschnitt auch die vorhandene Eigentümerstruktur eine Rolle. Generell ist zu berücksichtigen, dass kleine Ladenlokale insbesondere in Nebenlagen in der Regel nur eingeschränkt als Einzelhandelsflächen vermarktbar sind, so dass Folgenutzungen an diesen Standorten sowohl durch Einzelhandel, aber vor allem auch durch Dienstleistungen oder Gastronomie in Erwägung zu ziehen sind. Häufig ist die Entstehung von Leerständen kaum vermeidbar (z. B. fehlende Parkplätze, keine Barrierefreiheit, hohe

Mietpreisvorstellungen) und u. a. von der Kompromissbereitschaft der Eigentümer abhängig. Seitens der Stadtverwaltung sind die Eingriffsmöglichkeiten beschränkt. Die Stadt St. Ingert hat ein Programm zur Förderung junger Familien (Gebäudeleerstandsprogramm)³⁸ aufgelegt, das jedoch lediglich die Wohnnutzung als förderfähig ansieht. Für die Einzelhandelsnachnutzung von Immobilien existiert hingegen kein Förderprogramm.

Zur Ableitung von Handlungsstrategien ist daher generell eine vertiefende Analyse der Leerstände³⁹ insbesondere im Hinblick auf ihre Lage, Größe, Dauer und potenzielle Folgenutzung (für Einzelhandel oder andere Nutzungen) notwendig. Die Leerstandsquote (rund 23 % der Ladenlokale und rund 20 % der Fläche) erreicht zwar kein hohes Niveau, dennoch ist Vorsicht geboten: Es ist eine aufkeimende Leerstandsproblematik erkennbar. Dementsprechend birgt die Leerstandssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt die Gefahr von Trading-Down-Tendenzen, weshalb ein aktives Gegensteuern durch die Stadt zu empfehlen ist (vgl. Kapitel 8.3.1.1).

Räumlich funktionale Struktur

Der Einzelhandelsbesatz konzentriert sich vor allem entlang der Kaiserstraße, die den Hauptzentrum Innenstadt in Nordost-Südwest-Richtung durchquert. Des Weiteren ist eine Konzentration entlang der Straßen Rickert- und Ludwigstraße zu verzeichnen. In den Randbereichen offenbart sich jedoch eine Abnahme des Einzelhandelsbesatzes, die aber üblich ist. Es zeigt sich insgesamt eine ansprechende Mischung aus groß- und kleinflächigem, inhabergeführtem und filialisiertem Einzelhandel sowie ein diversifiziertes Verkaufsflächenangebot über alle Bedarfsstufen und Warengruppen, wenngleich dieses überwiegend aus standard- bis niedrigpreisigen Anbietern besteht. Ergänzt wird das Innenstadtangebot durch einen Mix aus Gastronomie, Dienstleistungen, öffentliche und kulturelle Nutzungen.

Foto 1 und Foto 2: Ludwig- (links) und Kaiserstraße (rechts)



Quelle: Aufnahmen Junker+Kruse (März 2022)

Der Bereich der Kaiserstraße (zwischen Rickert- und Hobelstraße), einige Übergänge in Nachbarstraßen sowie die Ludwigstraße (zwischen Kaiser- und Poststraße/Maxplatz) ist als Fußgängerzone ausgewiesen. Diese verfügt über eine attraktive Gestaltung mit Sitzgelegenheiten. Zudem sind mehrere Platzsituationen vorhanden, von denen dem Maxplatz eine gute Aufenthaltsqualität besitzen. Der Marktplatz hingegen ist als Sammelparkplatz konzipiert, hat eine geringe

³⁸ Stadt St. Ingert (2013): Richtlinien zum Programm zur Förderung junger Familien in der Stadt St. Ingert Gebäudeleerstandsprogramm). Stand: 01.11.2013

³⁹ Eine differenzierte Analyse der Leerstände in St Ingert ist nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung.

Aufenthaltsqualität und einen hohen Versiegelungsgrad. Er weist zwar nur eine rudimentäre Einzelhandelsdichte auf, es finden sich jedoch einige Dienstleistungseinrichtungen dort, wie z. B. die Stadthalle und eine Sporthalle. Auf dem Marktplatz findet zweimal wöchentlich (mittwochs und samstags) der Wochenmarkt statt, der als zusätzlicher Frequenzerzeuger fungiert. Daneben befindet sich der Rendezvous-Platz, der den Busbahnhof sowie das Rathaus beherbergt.

Foto 3 und Foto 4: Ludwig- (links) und Kaiserstraße (rechts)



Quelle: Aufnahmen Junker+Kruse (März 2022)

Insgesamt zeigt sich eine gute Bausubstanz mit punktuell ausgearbeiteter Gestaltung, aber auch teils verbesserungswürdigen Fassaden. Die Leerstandszahl liegt auf einem leicht überdurchschnittlichen Niveau, gleichwohl ist eine aufkeimende Leerstandsproblematik erkennbar. Dementsprechend ist ein aktives Gegensteuern durch die Stadt zu empfehlen (vgl. Kapitel 8.3.1.1).

Die verkehrliche Situation ist als sehr gut zu bewerten. Zum einen ist die Innenstadt gut mit dem Bus erreichbar (auch weil der Busbahnhof in der Innenstadt liegt), zum anderen befindet sich der Bahnhof nur rund 300 m vom ZVB Innenstadt entfernt und bietet Anschluss an den Schienenverkehr. Außerdem liegt St. Ingbert an der Autobahn A6, während mehrere Landesstraßen L 111, 112, 119 und 250 für die Verbindung in die Umgebung sorgen. Insgesamt zeigt sich eine sehr gute Erreichbarkeit mit ÖPNV und Auto.

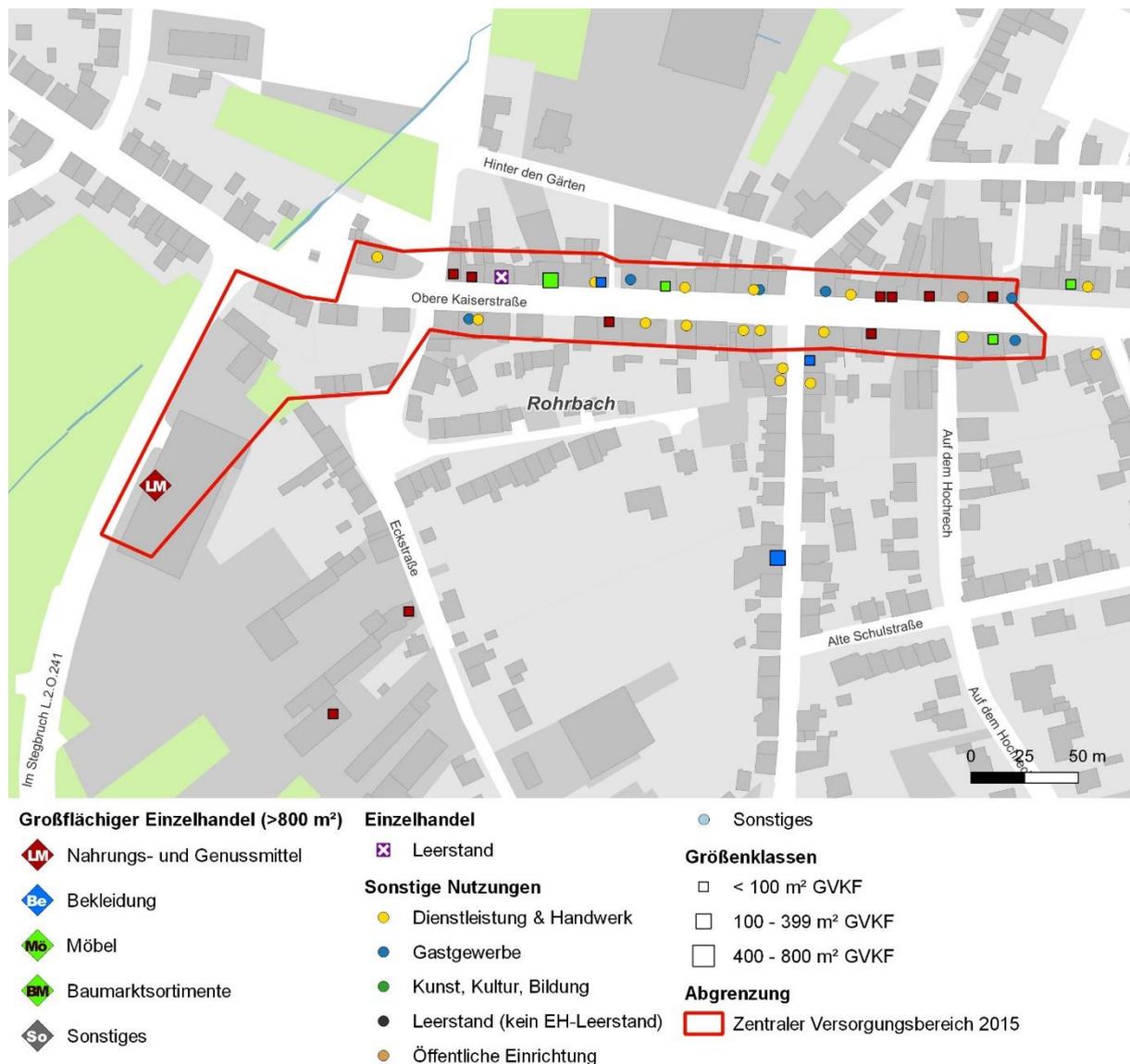
Die Stärken und Schwächen des ZVB Innenstadt sind wie folgt zusammenzufassen:

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ● Hohe Einzelhandelsdichte im Kernbereich Kaiserstraße und Ludwigstraße ● Attraktive Fußgängerzone mit Sitzgelegenheiten ● Aufenthaltsqualität mit Platzsituationen (Maxplatz, Markt) ● Mischung aus großflächigem und kleinteiligem Einzelhandel, inhabergeführt und Filialisten ● Verkaufsflächenangebot über alle Bedarfsstufen und Warengruppen ● Wochenmarkt auf dem Marktplatz (Mi. + Sa.) als wichtiger Frequenzerzeuger ● Gastronomie, Dienstleistungen, öffentliche und kulturelle Nutzungen ergänzen das Innenstadtangebot ● Gute Erreichbarkeit mit ÖPNV (Busbahnhof) und MIV 	<ul style="list-style-type: none"> ● Abnehmender Einzelhandelsbesatz in den Randbereichen ● Überwiegend standard- bis niedrigpreisige Anbieter ● Einige, hauptsächlich kleinteilige Leerstände

6.2.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Rohrbach

Der zentrale Versorgungsbereich (ZVB) **Rohrbach** ist das Zentrum des Stadtteils Rohrbach, der sich im östlichen Teil des Stadtgebiets befindet. Diesen Standortbereich prägen eine hohe Nutzungsdichte mit einer Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistung sowie Wohnen. Der ZVB liegt in erster Linie beidseits der Ortsdurchgangsstraße Obere Kaiserstraße (L 119), an dem sich der Großteil der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe befinden. Die Abgrenzung umfasst aber auch die Einmündungen der Seitenstraßen, insbesondere die Straße Im Stegbruch (L 241), die sich am westlichen Rand des ZVBs befindet und in der ein Lidl-Markt liegt. Der ZVB Rohrbach weist in Nord-Süd-Richtung eine maximale Ausdehnung von rund 390 m auf, während in West-Ost-Richtung die maximale Ausdehnung rund 140 m beträgt. Über eine Bushaltestelle ist die Anbindung an das ÖPNV-Netz sichergestellt. Auch ein Bahnhof ist in Rohrbach vorhanden, dieser liegt jedoch außerhalb des Zentrums (rund 750 m entfernt).

Karte 7: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im ZVB Rohrbach



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: Stadt St. Ingbert 2022; räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem NVK 2015; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Einzelhandelsangebot

Der Rohrbacher ZVB verfügt über insgesamt 13 Betriebe (rund 5 % der Betriebe in St. Ingbert) mit rund 2.000 m² Gesamtverkaufsfläche (rund 3 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche in St. Ingbert) und ist damit aus rein quantitativer Sicht nicht von Bedeutung für die gesamtstädtische Einzelhandelstruktur.

Insgesamt zeigt sich eine kleinteilige und überwiegend inhabergeführte Struktur des Rohrbacher Angebots. Einzige Ausnahme und damit eine herausragende Position nimmt ein Lidl-Markt ein, der sich in der Straße Im Stegbruch befindet und modern gestaltet ist. Während der Erstellung des NVK 2015 war dieser noch nicht errichtet, daher ist dieser Teilbereich des alten Konzepts kein regulärer Teil des ZVB, sondern wurde als Entwicklungsfläche tituliert. Der Discounter verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche von rund 1.350 m² und ist großflächig, während die restlichen

Betriebe des ZVBs eine Gesamtverkaufsfläche von rund 650 m² aufweisen. Der Lidl-Markt ist damit der mit Abstand größte Anbieter des Rohrbacher ZVBs und nimmt mit rund zwei Dritteln der Gesamtverkaufsfläche eine herausragende Stellung in der örtlichen Einzelhandelsstruktur ein. Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist daher von sehr großer Bedeutung für das Einzelhandelsangebot im ZVB Rohrbach, das in der folgenden Tabelle – differenziert nach Warengruppen – dargestellt ist:

Tabelle 9: Angebotssituation im ZVB Rohrbach

Warengruppe	Anzahl Betriebe (<i>absolut</i>)	Verkaufsfläche	
		In m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	3	1.150	6%
Blumen (Indoor) / Zoo	2	150	5%
Gesundheit und Körperpflege	3	200	5%
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	1	100	8%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	9	1.650	6%
Bekleidung	1	<50	1%
Schuhe / Lederwaren	-	<50	1%
GPK / Haushaltswaren	-	<50	2%
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	-	0%
Sport und Freizeit	-	<50	<1%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1	100	1%
Wohneinrichtung	2	200	4%
Möbel	-	-	0%
Elektro / Leuchten	-	<50	<1%
Elektronik / Multimedia	1	<50	4%
med. und orthopädische Artikel	-	<50	4%
Uhren / Schmuck	-	-	0%
Bau- und Gartenmarktsortimente	-	<50	0%
überwiegend langfristiger Bedarf	3	250	<1%
Gesamt (inkl. Sonstiges)	13	2.000	3%

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: Berechnung Junker+Kruse auf Grundlage der Junker+Kruse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022

Der Angebotsschwerpunkt des Rohrbacher ZVB liegt wie zu erwarten im Bereich der **kurzfristigen Bedarfsstufe** beträgt rund 1.650 m², was einem Anteil an der Gesamtverkaufsfläche im Rohrbacher Zentrum von rund 81 % entspricht und an dem gesamtstädtischen Pendant von rund 6 %. Der Schwerpunkt liegt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Mit rund 69 % macht sie den Großteil der Bedarfsstufe aus. Gesamtstädtisch machen Nahrungs- und Genussmittel im Rohrbacher Zentrum rund 16 % der Gesamtverkaufsfläche aus. Der überwiegende Anteil entfällt auf die bereits angesprochene Lidl-Filiale.

Das Angebot in der **langfristigen Bedarfsstufe** zählt rund 250 m² Verkaufsfläche. Davon entfallen rund 200 m² Verkaufsfläche auf die Warengruppe Wohneinrichtung; Diese machen rund 9 % der Gesamtverkaufsfläche im Rohrbacher Zentrum sowie rund 4 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dieser Warengruppe aus. Die Angebote in den weiteren Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe fallen mit jeweils unter 50 m² gering aus.

Auf die Warengruppen im **mittelfristigen Bedarf** entfallen rund 100 m², was einem Anteil am Rohrbacher Zentrum von 6 % entspricht und weniger als 1 % der gesamtstädtischen Gesamtverkaufsfläche dieser Bedarfsstufe. Die Warengruppe Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren stellt derzeit knapp unter 50 m² den noch größten Verkaufsflächenanteil im Rohrbacher ZVB dar.

Des Weiteren muss betont werden, dass nicht in allen Warengruppen Angebote vorhanden sind. Im Bereich des mittel- sowie langfristigen Bedarfs fehlt im Rohrbacher ZVB in manchen Warengruppen das Angebot komplett oder wird nur als Rand- oder Nebensortiment angeboten (vgl. Tabelle 9).

Insgesamt handelt es sich um ein kompaktes, bandförmiges Stadtteilzentrum mit Fokus auf die kurzfristige Bedarfsstufe und mit Versorgungsbedeutung für den Rohrbacher Stadtteil. Es präsentiert sich eher als Nahversorgungszentrum, da es manche Warengruppen nur als Randsortimente vorhält oder diese komplett fehlen.

Leerstände

Im zentralen Bereich steht zum Zeitpunkt der Erhebung (Februar 2022) lediglich ein Ladenlokal mit rund 25 m² Verkaufsfläche leer, was einer Leerstandsquote von rund 7 % der Ladenlokale und rund 1 % der Fläche entspricht. Die reinen Zahlen definieren daher eine geringe Leerstandsquote, weswegen auch keine konkrete Handlungserfordernis gesehen wird.

Räumlich funktionale Struktur

Die meisten Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe konzentrieren sich entlang der Obere Kaiserstraße (L 119), die als Ortsdurchgangsstraße fungiert und den Rohrbacher ZVB in Ost-West-Richtung durchquert. Diese ist jedoch auch durch eine hohe Verkehrsbelastung geprägt und bietet keinerlei Aufenthaltsqualität. Die größte Gesamtverkaufsfläche ist hingegen mit einem großflächigen Lidl-Markt, der der einzige großflächige Einzelhandelsbetrieb im Rohrbacher ZVB ist und die Lebensmittelversorgung in fußläufiger Entfernung sicherstellt, an der Straße Im Stegbruch (L 241) lokalisiert. Am östlichen Rand des ZVBs liegt das Bürgerhaus Rohrbach. Dienstleistungsbetriebe (z. B. Banken, Hotels und Cafés) ergänzen nicht nur das Angebot, sondern kommen in großer Zahl vor (in erster Linie, aber auch in den). In erster Linie sind diese entlang der Obere Kaiserstraße zu finden, aber auch in den Seitenstraßen, wie z. B. in der Bahnhofstraße.

Foto 5 und Foto 6: Obere Kaiserstraße (links) und Lidl-Filiale (rechts)



Quelle: Aufnahmen Junker+Kruse (März 2022)

Ein zentraler Platz, der auch als Identitätsfaktor dienen könnte, ist innerhalb des ZVBs nicht vorhanden. Ebenso findet sich keine Fläche oder Fußgängerzone mit Aufenthaltsqualität.

Foto 7 und Foto 8: Obere Kaiserstraße (links) und Sparkassenfiliale an der Ecke Ob. Kaiserstraße und Hinter den Gärten (rechts)



Quelle: Aufnahmen Junker+Kruse (März 2022)

Der Gebäudebestand befindet sich in einem insgesamt soliden bis gutem Zustand und präsentiert sich größtenteils mit farblich angestrichener Fassade. Die geringe Leerstandsquote dürfte sich positiv darauf auswirken. Insgesamt zeigt sich zwar ein lebendiges Stadtteilzentrum, jedoch fokussiert sich das Angebot sehr auf die kurzfristige Bedarfsstufe und die Belebtheit dürfte an der verkehrlichen Lage beidseits der Ortsdurchgangsstraße liegen.

Die Stärken und Schwächen des ZVB Rohrbach sind wie folgt zusammenzufassen:

Stärken

- Hohe Nutzungsdichte entlang der Oberen Kaiserstraße, aber...
 - Viele Dienstleistungen
 - Hoher Anteil an inhabergeführtem Einzelhandel
- Wenig Leerstände
- Moderne Gestaltung des Lidl-Markts
- Solide Erreichbarkeit MIV (L 119)

Schwächen

- ... Einzelhandelsangebot fokussiert sich auf kurzfristige Bedarfsstufe
 - Einzelhandelsangebot ist flächenmäßig sehr vom Lidl-Markt abhängig
 - Warengruppen der mittel- sowie langfristige Bedarfsstufe sind nur wenig vorhanden
- Gastronomie relativ einfaches Niveau
- Kein zentraler Platz
- Keine Fußgängerzone
- Kein Wochenmarkt
- Ausbaufähige Erreichbarkeit mit ÖPNV (Bushaltestelle vorhanden, aber Bahnhof 750 m entfernt)

6.2.2 Sonderstandorte

Neben den zentralen Versorgungsbereichen finden sich folgende Sonderstandorte im St. Ingberter Stadtgebiet:

- Sonderstandort (SO) Alte Glashütte
- SO Oststraße
- SO Dudweilerstraße
- SO Grubenweg
- SO Rohrbach-West

Dabei ist zu betonen, dass die Sonderstandorte, die im NVK 2015 definiert wurden, nicht abgegrenzt sind.

6.2.2.1 Sonderstandort Alte Glashütte

Standortprofil: SO Alte Glashütte

Karte 8: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im SO Alte Glashütte



- Großflächiger Einzelhandel (>800 m² VKF)** **sonstiger Einzelhandel (bis 800 m² VKF)** **Größenklassen**
- ◆ Möbel
 - kurzfristige Bedarfsstufe
 - mittelfristige Bedarfsstufe
 - langfristige Bedarfsstufe
 - < 100 qm Gesamtverkaufsfläche
 - 400 - 800 qm Gesamtverkaufsfläche

Quelle: Darstellung Junker+Kruse auf Grundlage der Junker+Kruse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Karten-Grundlagen: Stadt St. Ingbert 2022; räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem NVK 2015; Legende für Kartengrundlage im Anhang
 Anmerkung: Der Betrieb „Küchen Herzer“ ist nicht Bestandteil des SO Alte Glashütte.

Lage	
Stadtbezirk	St. Ingbert-Mitte
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	Rund 9.550 m ² (rund 13 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	5 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m ² Verkaufsfläche)	1 Betrieb mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 7.350 m ²
Einzelhandelsstruktur	

Standortprofil: SO Alte Glashütte

Sortimentsschwerpunkte	Möbel und Wohneinrichtung
Magnetbetriebe (nach Größe)	Roller, Rofu (Spielwaren/Hobbyartikel/Babyausstattung), Lidl, Fressnapf
Funktionsrelevante Einrichtungen & Identifikationspunkte	-
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Oststraße (L 111) Wichtige Verkehrsverbindungen: -
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: St. Ingbert) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 1 Buslinie angefahren)
Leerstände	
Leerstände (Anzahl)	-
Leerstände (Fläche)	-
Räumlicher Schwerpunkt	-
Eindruck	Pkw-kundenorientierter Fachmarktstandort mit Fokus auf die langfristige Bedarfsstufe und in verkehrsgünstiger, nicht-integrierter Lage im Süden der Kernstadt

6.2.2.2 Sonderstandort Oststraße

Standortprofil: SO Oststraße

Karte 9: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im SO Oststraße



- | | | |
|---|---|-----------------------------------|
| Großflächiger Einzelhandel (>800 m² VKF) | sonstiger Einzelhandel (bis 800 m² VKF) | Größenklassen |
| Nahrungs- und Genussmittel | kurzfristige Bedarfsstufe | < 100 qm Gesamtverkaufsfläche |
| Möbel | langfristige Bedarfsstufe | 400 - 800 qm Gesamtverkaufsfläche |
| Baumarktsortimente | | |

Quelle: Darstellung Junker+Kruse auf Grundlage der Junker+Kruse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: Stadt St. Ingbert 2022; räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem NVK 2015; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Lage	
Stadtbezirk	St. Ingbert-Mitte
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	Rund 20.300 m ² (rund 27 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	13 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m ² Verkaufsfläche)	4 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 18.800 m ²
Einzelhandelsstruktur	

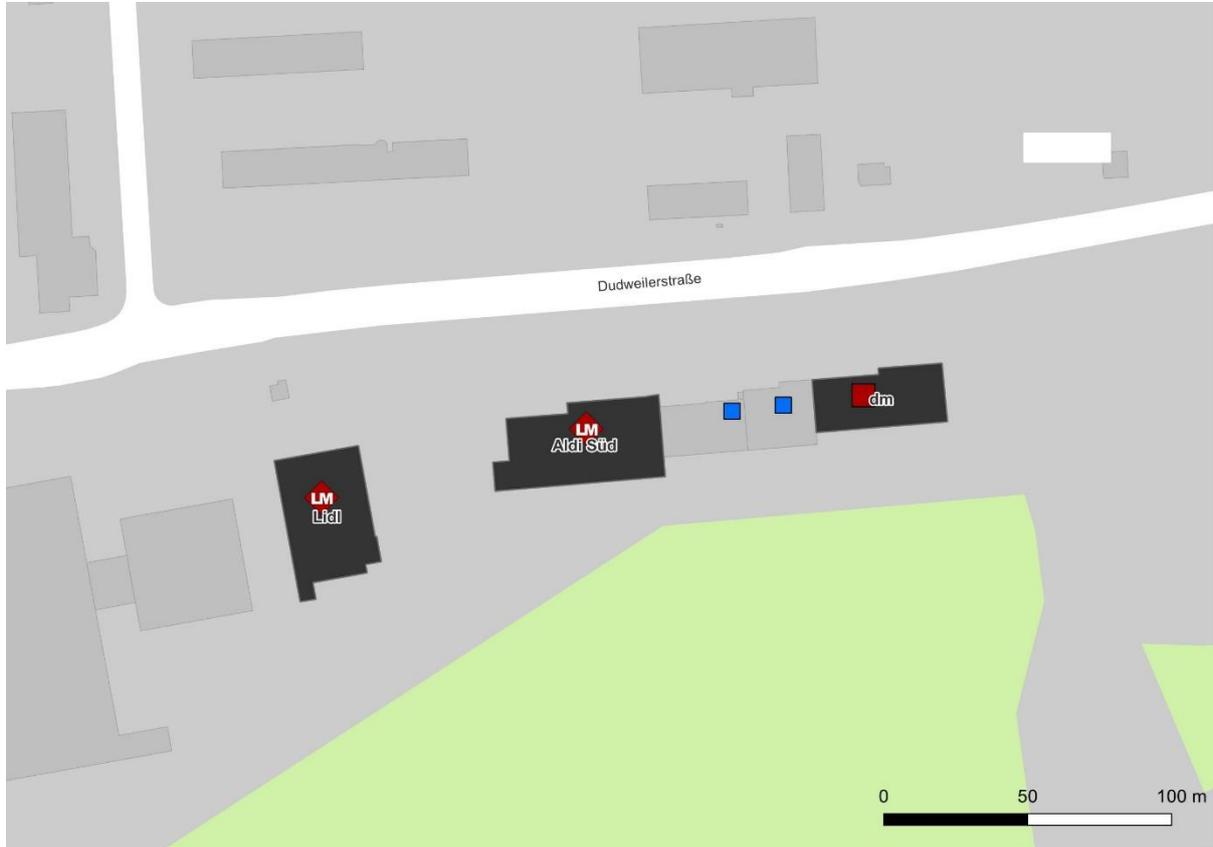
Standortprofil: SO Oststraße

Sortimentsschwerpunkte	Bau- und Gartenmarktsortimente
Magnetbetriebe (nach Größe)	Obi, Küchen Herzer, Edeka, Aldi Süd, dm, Das Futterhaus
Funktionsrelevante Einrichtungen & Identifikationspunkte	-
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Oststraße (L 111) Wichtige Verkehrsverbindungen: Südstraße ergänz
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: St. Ingbert) Bus: 2 Bushaltestellen (werden von 1 Buslinie angefahren)
Leerstände	
Leerstände (Anzahl)	-
Leerstände (Fläche)	-
Räumlicher Schwerpunkt	-
Eindruck	Pkw-kundenorientierter Fachmarktstandort mit Fokus auf die langfristige Bedarfsstufe und in verkehrsgünstiger, nicht-integrierter Lage im Süden der Kernstadt

6.2.2.3 Sonderstandort Dudweilerstraße

Standortprofil: SO Dudweilerstraße

Karte 10: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im SO Dudweilerstraße



Großflächiger Einzelhandel (>800 m² VKF) **sonstiger Einzelhandel (bis 800 m² VKF)** **Größenklassen**

■ Nahrungs- und Genussmittel
 ■ kurzfristige Bedarfsstufe
 □ < 100 qm Gesamtverkaufsfläche
■ mittelfristige Bedarfsstufe
 □ 100 - 399 qm Gesamtverkaufsfläche

Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: Stadt St. Ingbert 2022; räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem NVK 2015; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Lage	
Stadtbezirk	St. Ingbert-Mitte
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	Rund 3.150 m ² (rund 4 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	4 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m ² Verkaufsfläche)	2 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von insgesamt rund 1.850 m ²
Einzelhandelsstruktur	
Sortimentsschwerpunkte	Nahrungs- und Genussmittel

Standortprofil: SO Dudweilerstraße

Magnetbetriebe (nach Größe)	Aldi Süd, Lidl, dm
Funktionsrelevante Einrichtungen & Identifikationspunkte	-
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Dudweilerstraße (L 250) Wichtige Verkehrsverbindungen: -
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: St. Ingbert) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 2 Buslinien angefahren)
Leerstände	
Leerstände (Anzahl)	-
Leerstände (Fläche)	-
Räumlicher Schwerpunkt	-
Eindruck	Pkw-kundenorientierter Fachmarktstandort mit Fokus auf die kurzfristige Bedarfsstufe und in verkehrsgünstiger, nicht-integrierter Lage im Westen der Kernstadt

6.2.2.4 Sonderstandort Grubenweg

Standortprofil: SO Grubenweg

Karte 11: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im SO Grubenweg



- | | | |
|---|---|-------------------------------------|
| Großflächiger Einzelhandel (>800 m² VKF) | ✕ Leerstand | Größenklassen |
| LM Nahrung- und Genussmittel | sonstiger Einzelhandel (bis 800 m² VKF) | □ < 100 qm Gesamtverkaufsfläche |
| Be Bekleidung | ■ kurzfristige Bedarfsstufe | □ 100 - 399 qm Gesamtverkaufsfläche |
| So Sonstiges | ■ mittelfristige Bedarfsstufe | □ 400 - 800 qm Gesamtverkaufsfläche |
| | ■ langfristige Bedarfsstufe | |

Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: Stadt St. Ingbert 2022; räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem NVK 2015; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Lage	
Stadtbezirk	St. Ingbert-Mitte
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	Rund 13.150 m ² (rund 17 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	15 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m ² Verkaufsfläche)	4 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von insgesamt rund 9.900 m ²
Einzelhandelsstruktur	

Standortprofil: SO Grubenweg

Sortimentsschwerpunkte	Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung
Magnetbetriebe (nach Größe)	Kaufland, Thomas Philipps, Tedi, Kik, H&D shoes and more, St. Christophorus Warenkorb (Möbel), Fischer's Lagerhaus (Möbel), Takko
Funktionsrelevante Einrichtungen & Identifikationspunkte	-
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Grubenweg Wichtige Verkehrsverbindungen: Gehbahnstraße
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: St. Ingbert) Bus: 2 Bushaltestellen (werden von 3 Buslinien angefahren)
Leerstände	
Leerstände (Anzahl)	2
Leerstände (Fläche)	Rund 1.600 m ²
Räumlicher Schwerpunkt	-
Eindruck	Pkw-kundenorientierter Fachmarktstandort mit Fokus auf die kurzfristige Bedarfsstufe und in verkehrsgünstiger, nicht-integrierter Lage im Norden der Kernstadt

6.2.2.5 Sonderstandort Rohrbach-West

Standortprofil: SO Rohrbach-West

Karte 12: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im SO Rohrbach-West



Großflächiger Einzelhandel (>800 m² VKF) **sonstiger Einzelhandel (bis 800 m² VKF)** **Größenklassen**

■ Nahrungs- und Genussmittel
 ■ kurzfristige Bedarfsstufe
 □ < 100 qm Gesamtverkaufsfläche
■ langfristige Bedarfsstufe
 □ 100 - 399 qm Gesamtverkaufsfläche

Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: Stadt St. Ingbert 2022; räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem NVK 2015; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Lage	
Stadtbezirk	<i>Rohrbach</i>
Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	Rund 3.400 m ² (rund 5 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	4 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m ² Verkaufsfläche)	2 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von insgesamt rund 2.750 m ²
Einzelhandelsstruktur	
Sortimentsschwerpunkte	Nahrungs- und Genussmittel

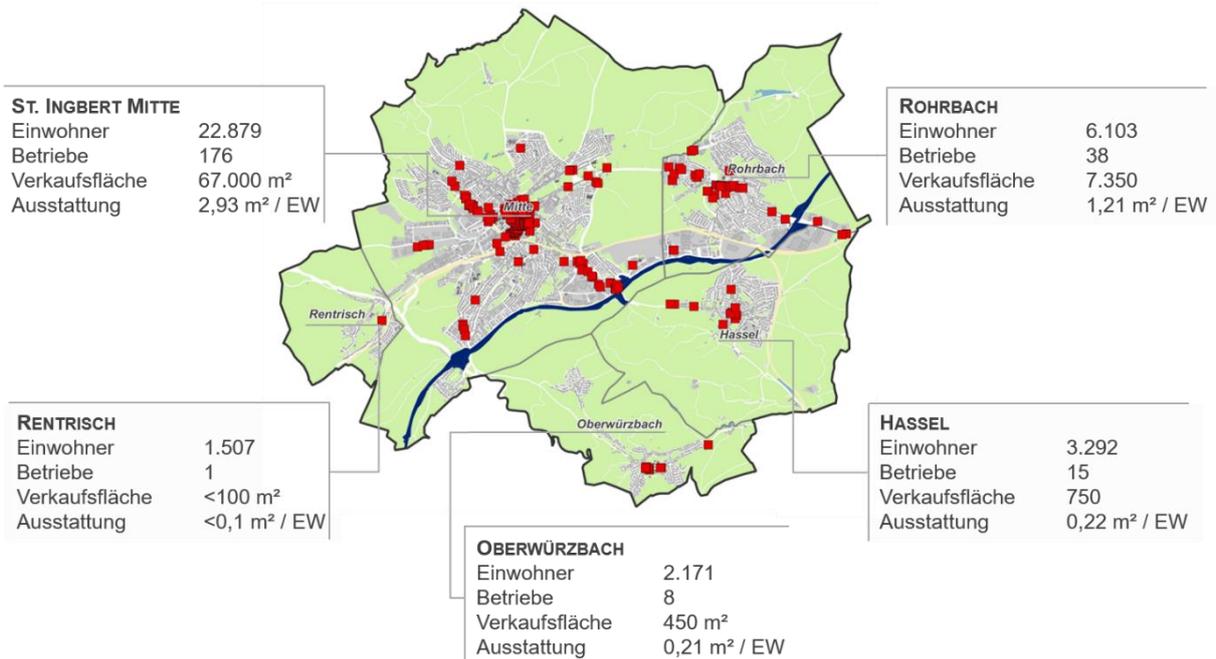
Standortprofil: SO Rohrbach-West

Magnetbetriebe (nach Größe)	Rewe, Aldi Süd, dm
Funktionsrelevante Einrichtungen & Identifikationspunkte	-
Verkehrliche Einordnung	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Obere Kaiserstraße (L 119) Wichtige Verkehrsverbindungen: Jakob-Oberhauser-Straße, Industriestraße
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze, vereinzelt straßenbegleitende Parkplätze
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: Rohrbach) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 4 Buslinien angefahren)
Leerstände	
Leerstände (Anzahl)	-
Leerstände (Fläche)	-
Räumlicher Schwerpunkt	-
Eindruck	Pkw-kundenorientierter Fachmarktstandort mit Fokus auf die kurzfristige Bedarfsstufe und in verkehrsgünstiger, nicht-integrierter Lage im Westen des Stadtteils Rohrbach

6.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Stadt St. Ingbert

Neben den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt sowie Rohrbach existieren auch zahlreiche Einzelbetriebe in solitären Lagen, die von Bedeutung für die St. Ingberter Einzelhandelsstruktur sein können. Neben großflächigen Fachmärkten sind hier vor allem auch die strukturprägenden Lebensmittelmärkte zu nennen, die einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung im St. Ingberter Stadtgebiet leisten. Die nachfolgende Karte zeigt die räumlichen Angebotschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 sowie die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in St. Ingbert.

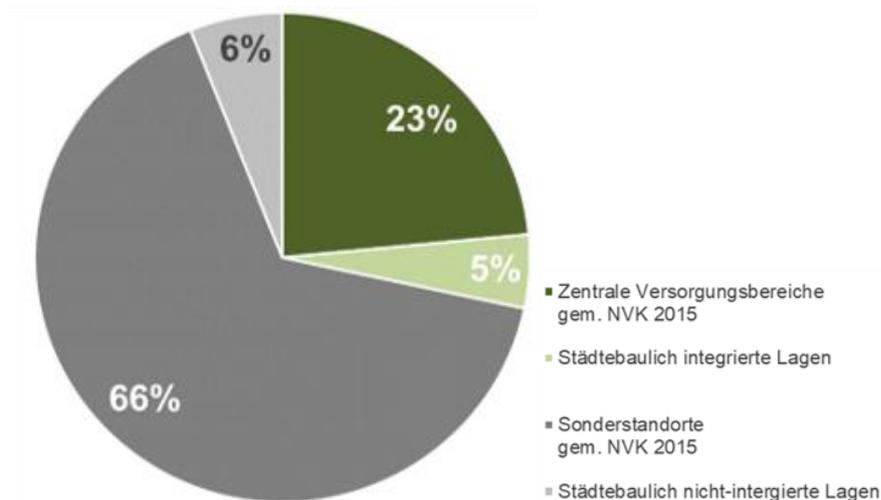
Karte 13: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in St. Ingbert und räumlicher Angebotsschwerpunkt



Quelle: Darstellung Junker+Kruse auf Grundlage der Junker+Kruse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: Stadt St. Ingbert 2022; räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept 2015

Bei der Beurteilung der lokalen Einzelhandels- und Versorgungssituation und des möglichen Handlungsbedarfs in den Themenfeldern „wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung“ sowie der „Vitalität des multifunktionalen städtebaulichen Zentrums“ geht es neben der räumlich funktionalen Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen zu verschiedenen Standortbereichen vor allem auch um die Einordnung der einzelnen Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage, d. h. ihrer siedlungsräumlichen und städtebaulichen Integration in den zentralen Versorgungsbereich oder Wohnsiedlungsbereiche. Im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu den städtebaulichen Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich (Hauptzentrum Innenstadt), integrierte Lage und nicht integrierte Lage vorgenommen (vgl. hierzu Kapitel 4.1). Dabei wurde der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtkern St. Ingbert gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 in seiner damaligen Funktion und Abgrenzung in diese räumlich differenzierte Analyse eingestellt. Es ergibt sich folgendes Bild, das typisch für ein Mittelzentrum ist:

Abbildung 8: Verteilung des Verkaufsflächenangebots in der Stadt St. Ingbert differenziert nach städtebaulicher Lage (gem. Nahversorgungskonzept 2015)



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; räumliche Einordnung gemäß Standortmodell aus dem Nahversorgungskonzept 2015.

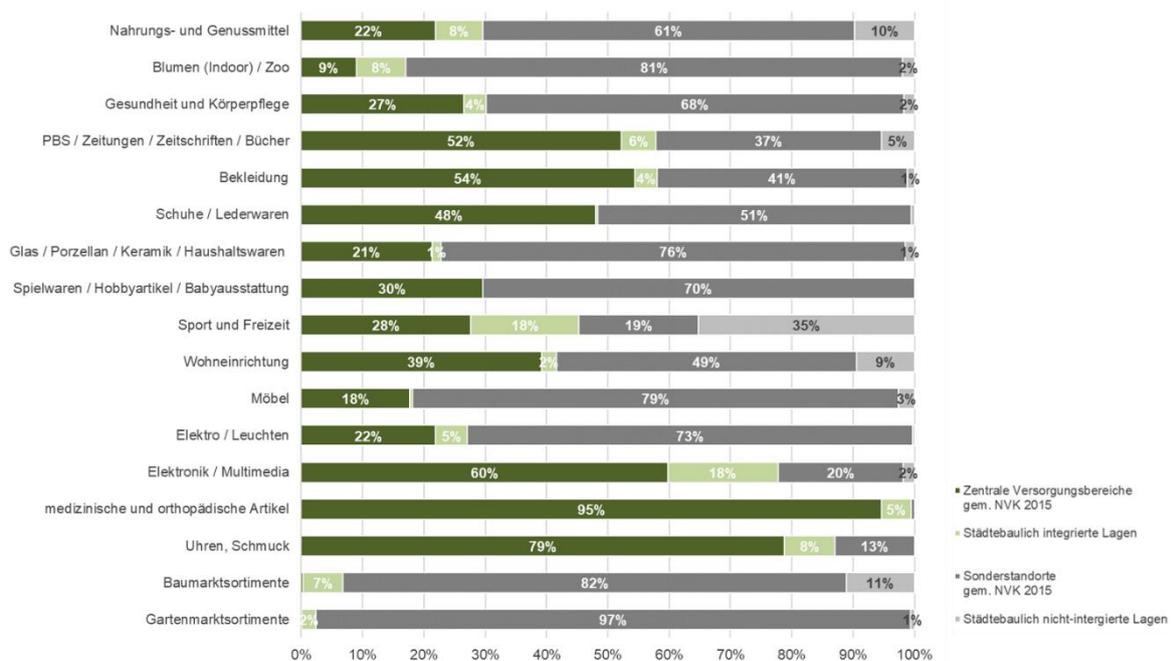
- Als zentrale Versorgungsbereiche sind die **St. Ingberter Innenstadt** sowie Rohrbach ausgewiesen (gem. Nahversorgungskonzept 2015). Diese beiden zentralen Bereiche nehmen mit rund 17.750 m² rund 23 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein. Davon entfällt der Großteil auf den Stadtkern: Der Verkaufsflächenanteil des Stadtkerns an der Gesamtstadt liegt insgesamt mit rund 15.750 m² bei 21 % und rangiert damit auf einem guten Niveau⁴⁰. Dies ist vor allem der Angebotsstruktur des Stadtkerns mit insgesamt 104 Betrieben sowie den großflächigen Einzelhandelsbetrieben geschuldet.
- Auf die städtebaulich **integrierten Lagen** innerhalb des St. Ingberter Stadtgebiets entfallen mit rund 4.425 m² Verkaufsfläche rund 5 % gesamtstädtischen Verkaufsfläche, die sich auf 86 Einzelhandelsbetriebe aufteilen. Bezogen auf die Betriebe entspricht dies einem Anteil von rund 36 % an der Gesamtheit der Einzelhandelsgeschäfte.
- In der Stadt St. Ingbert befinden sich in **städttebaulich nicht integrierten Solitärlagen** 20 Einzelhandelsbetriebe mit rund 4.600 m² Verkaufsfläche. Dies entspricht rund 6 % der Gesamtverkaufsfläche und 8 % aller Betriebe in der Stadt St. Ingbert. Knapp ein Drittel der Verkaufsfläche wird dabei durch die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eingenommen. Der niedrige Anteil der städtebaulich nicht integrierten Lagen an der gesamtstädtischen Gesamtverkaufsfläche liegt insbesondere an dem hohen Anteil der Sonderstandorte:
- In den St. Ingberter **Sonderstandorten** sind 42 Betriebe mit rund 49.550 m² Gesamtverkaufsfläche lokalisiert. Der Anteil der Sonderstandorte an der gesamtstädtischen Gesamtverkaufsfläche liegt bei rund 66 %. Bezogen auf die Betriebe entspricht dies einem Anteil von lediglich rund 18 % an der Gesamtheit der Einzelhandelsgeschäfte, was an den vielen großflächigen Betrieben in den Sonderstandorten liegt.

⁴⁰ Erfahrungswerte durch bundesweite Untersuchungen des Büros Junker + Kruse in vergleichbaren Kommunen zeigen, dass die Verkaufsflächenanteile der Innenstädte im Schnitt bei 20 – 30 % liegen, vitale und funktionsfähige Innenstädte jedoch in der Regel einen Anteil von rund einem Drittel (oder mehr) des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots aufweisen. Gleichwohl ist zu betonen, dass die angegebenen Erfahrungswerte (20 – 30 % bzw. ein Drittel) nicht als Zielwert zu verstehen ist, da bereits die Existenz eines sehr großflächigen Betriebs außerhalb des St. Ingberter Ortskerns die Verkaufsflächenverteilung erheblich beeinflusst und somit die Aussagekraft eines möglichst maximalen innerstädtischen Anteils an der räumlichen Verteilung in der Gemeinde eingeschränkt wird.

- Der hohe Verkaufsflächenanteil in städtebaulich nicht integrierter Lage (inkl. der Sonderstandorte) ist zwar auch den vielen Sonderstandorten in St. Ingbert (fünf Sonderstandorte) geschuldet, ist aber trotzdem überdurchschnittlich hoch. Zudem ist die Existenz mancher, eigentlich als zentrenrelevant eingestuften Warengruppen problematisch. Hier sind insbesondere die Warengruppen Blumen (Indoor) / Zoo, Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren, Nahrungs- und Genussmittel sowie Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung zu nennen, die jeweils zu einem Anteil von rund 70 bis 83 % in städtebaulich nicht integrierter Lage liegen.

Während Angebotsanteile städtebaulich nicht integrierter Standorte für die üblicherweise als nicht zentrenrelevant einzuordnenden und flächenintensiven Angebote in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Möbel in der Regel unproblematisch einzuschätzen sind, so ist ein hoher Angebotsanteil üblicherweise als zentrenrelevant einzuordnenden Warengruppen in nicht integrierten Einzelhandelslagen kritisch zu bewerten. Im Folgenden wird die räumliche Angebotsverteilung auf die einzelnen Lagekategorien daher sortimentspezifisch betrachtet:

Abbildung 9: Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in der Stadt St. Ingbert nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung in St. Ingbert 2022

- Die warengruppenspezifische Betrachtung der räumlichen Verteilung des Verkaufsflächenangebots in St. Ingbert offenbart ein leicht unterdurchschnittliches Bild. Zwar liegt der Anteil in **zentralen Lagen** (23 %) auf einem guten Niveau, jedoch wird nur rund 5 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in städtebaulich **integrierten Lagen** offeriert. Damit richtet sich weniger als ein Drittel der gesamtstädtischen Gesamtverkaufsfläche an Kunden, die die Angebotsstandorte fußläufig erreichen können.
- **Fünf** der 17 Warengruppen haben ihren **Angebotsschwerpunkt im zentralen Versorgungsbereich**. Besonders hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang die zentrenprägenden

Warengruppen Bekleidung, PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher, Elektro / Multimedia, Uhren / Schmuck sowie medizinische und orthopädische Artikel deren Verkaufsfläche sich z. T. zu über 90 % in zentralen Lagen von St. Ingert befindet.

- **Positiv** zu werten ist, dass der Großteil der Verkaufsfläche der Sonderstandorte auf nicht zentrenrelevante und besonders flächenintensive Warengruppen, wie Möbel und Baumarktsortimente sowie Gartenmarktsortimente, entfällt. Diese würden innerhalb dicht bebauter (städttebaulich integrierter) Bereiche nicht die nötigen Flächen finden und zudem für eine hohe Verkehrsbelastung sorgen, denn zum Abtransport der Sortimente wird der Pkw benötigt. Deshalb kommt ihnen auch keine zentrenprägende Funktion zu.

6.4 Wohnungsnahe Grundversorgung in St. Ingert

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur nimmt die wohnungs- bzw. wohnortnahe Grundversorgung ein. Hierunter wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden. In der Praxis wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung sind darüber hinaus strukturelle (Betriebsformenmix) und räumliche Aspekte (Erreichbarkeit) zu berücksichtigen.

Als „strukturprägend“ werden i. S. dieses Konzepts Lebensmittelmärkte ab einer Gesamtverkaufsfläche von 400 m² definiert, die aufgrund ihrer Größe und ihres Warenangebots eine hohe Versorgungsbedeutung für ihr Umfeld übernehmen. In begründeten Ausnahmefällen kann auch die Schwelle für einen strukturprägenden Lebensmittelmarkt geringfügig niedriger angesetzt werden.

Derzeit führen in St. Ingert 81 **Einzelhandelsbetriebe Nahrungs- und Genussmittel** als Kernsortiment und weitere Betriebe als (dem Kernsortiment untergeordnetes) Rand- bzw. Nebensortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rund **18.450 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund **24 %** an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt St. Ingert entspricht. Die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** führen **19 Anbieter** als Kernsortiment. Das sortimentspezifische Verkaufsflächenangebot dieser Warengruppe beträgt rund **2.820 m²**. In der Gesamtschau für die Stadt St. Ingert ist eine **aus rein quantitativer Sicht zunächst zufriedenstellende Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu verzeichnen:

Tabelle 10: Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den St. Ingberter Raumeinheiten

Stadtteil	Einwohner (gerundet, Stand 12/2021)	Anzahl der Betriebe NuG	Verkaufsfläche NuG (in m ²)	Verkaufsflächen- ausstattung NuG (in m ² je Einwohner)	Anbieter
St. Ingert-Mitte	22.879	157	14.250	0,62	1x SB-Warenhaus (Kaufland) 1x Verbrauchermarkt (Rewe)

Stadtteil	Einwohner (gerundet, Stand 12/2021)	Anzahl der Betriebe NuG	Verkaufsfläche NuG (in m ²)	Verkaufsflächen- ausstattung NuG (in m ² je Einwohner)	Anbieter
					2x Supermarkt (Edeka) 5x Discounter (Lidl, Aldi Süd, Netto Marken-Discount) Diverse Lebensmittelmärkte, Lebensmitteläden, Getränkemärkte, Bäcker / Metzger sowie Tankstellen und Kiosk
Hassel	3.292	5	200	0,06	1x Hofladen 3x Bäcker / Metzger 1x Tankstelle
Oberwüzbach	2.171	5	150	0,08	1x Lebensmittelladen 4x Bäcker / Metzger
Rentrisch	1.507	-	<100	0,08	1x Kiosk
Rohrbach	6.103	14	3.800	0,62	1x Verbrauchermarkt (Rewe) 2x Discounter (Lidl, Aldi Süd) 5x Bäcker / Metzger 2x Kiosk 3x Tankstelle 2x sonstige Lebensmittelanbieter
Gesamt	35.952	81	18.450	0,51	

NuG = Nahrungs- und Genussmittel

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung in St. Ingbert 2022

Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt rund **0,51 m² pro Kopf** und liegt somit über dem bundesweiten Vergleichswert von rund 0,45 m² pro Kopf. Deutlich über dem gesamtstädtischen Durchschnittswert liegende Ausstattungsgrade erreichen die Ortsteile **St. Ingbert** (u. a. mehrere strukturprägende Lebensmittelanbieter) sowie **Rohrbach** (u. a. mehrere strukturprägender Lebensmittelanbieter).

Quantitativ deutlich unterdurchschnittliche Werte ergeben sich für **Rentrisch** sowie **Hassel und Oberwüzbach**, die über sonstige Lebensmittelanbieter (z. B. kleinflächige Lebensmittelanbieter, Getränkemärkte, Bäckereien) verfügen.

Mit rund **115 Mio. Euro Umsatz** entfällt etwas weniger als die Hälfte des Gesamtumsatzes des St. Ingberter Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **1,18** zeigt, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Hauptbranche

Nahrungs- und Genussmittel über dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der St. Ingberter Bevölkerung liegt. Der Orientierungswerts einer „Vollversorgung“ (Zielzentralität: 1,0) wird überschritten.

Versorgungssituation

Die **qualitative Angebotsmischung** aus mehreren Supermärkten, Discountern sowie diversen Getränkemärkten, Lebensmittelmärkten und -läden, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks ist aus struktureller Sicht breit gestreut und daher positiv zu werten. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die quantitative Angebotsmischung als gut zu bewerten ist.

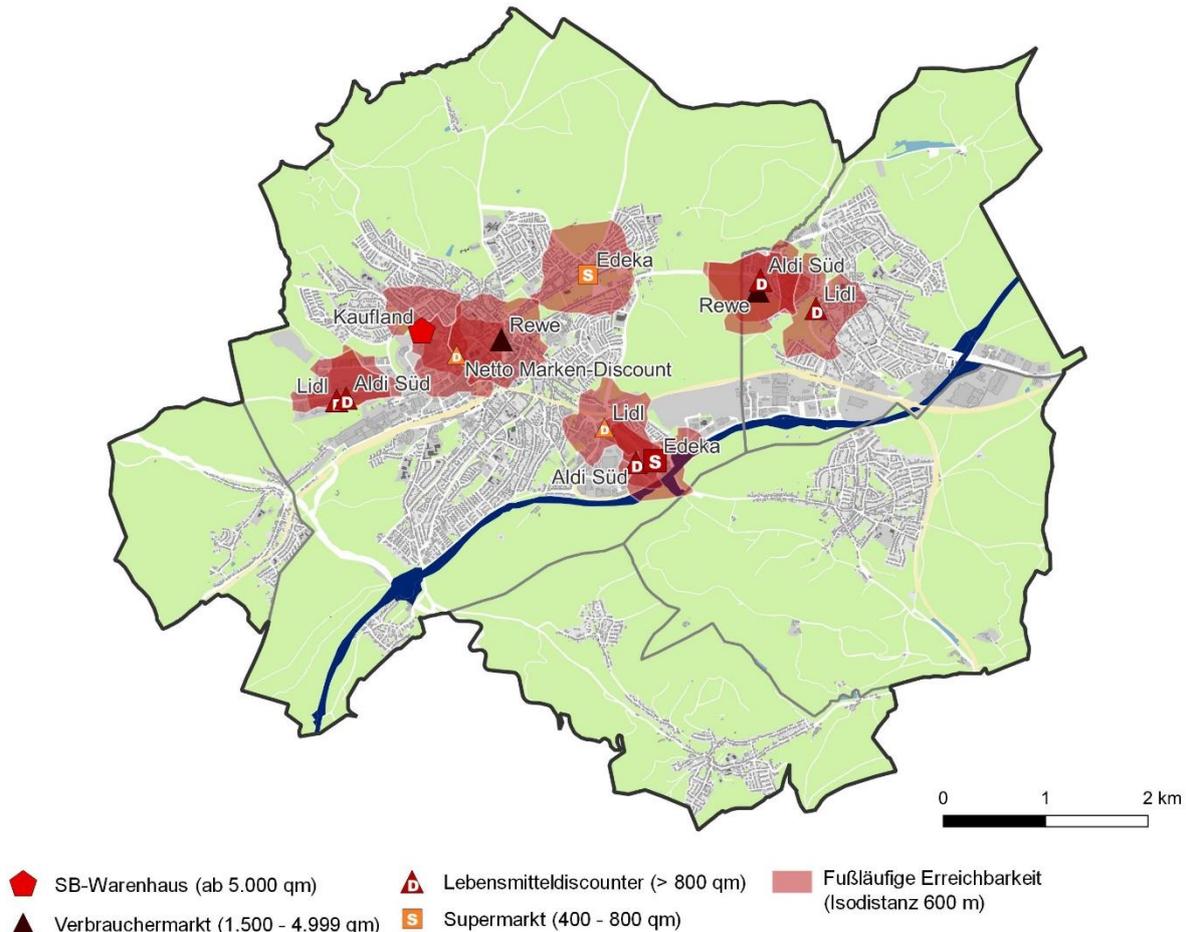
Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung spielt neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln vor allem die räumliche Verteilung dieses Angebots eine wichtige Rolle.

Eine gesicherte und ausreichende Grundversorgung der Wohnbevölkerung einer Stadt mit Nahrungs- und Genussmitteln setzt eine gute Erreichbarkeit der Einkaufsmöglichkeiten vom Wohnort, insbesondere zu Fuß oder mit dem Fahrrad, voraus. Zur **räumlichen Bewertung** der Einzelhandelsstandorte wird daher die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistanzen. Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs – v. a. mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln – i. d. R. noch in einer Gehzeit bis zu 10 Minuten möglich sein soll.

Die Anwendung von Einzugsradien ist aus heutiger Sicht tendenziell ungenau, da tatsächliche Wegelängen unberücksichtigt bleiben und somit das fußläufige Einzugsgebiet der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe regelmäßig überschätzt wird. Aus diesem Grund werden sogenannte Isodistanzen zur Bewertung der fußläufigen wohnungsnahen Grundversorgung herangezogen, denen tatsächliche Wegstrecken zugrunde liegen. Dabei entspricht ein Radius von 500 m in etwa einer Isodistanz von rund 600 bis 700 m.

In der nachfolgenden Karte 14 sind die strukturprägenden Lebensmittelanbieter im St. Ingberter Stadtgebiet mit der Isodistanz von rund 600 bis 700 m dargestellt.

Karte 14: Lebensmittelmärkte mit fußläufiger Versorgung (Isodistanzen)



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis von Junker + Kruse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022 und Kartengrundlagen LVGL Saarland (2022); Legende für Kartengrundlage im Anhang

Die Isodistanzen der fußläufigen Einzugsbereiche der strukturprägenden Anbieter in St. Ingbert verdeutlichen eine Konzentration in dem Hauptzentrum Innenstadt. In Rohrbach, direkt an den Stadtteil St. Ingbert angrenzend, ist ein gutes Angebot vorhanden. Wohingegen es in den übrigen Stadtteilen (Rentrish, Oberwürzbach und Hassel) keine strukturprägenden Anbieter gibt.

St. Ingbert verfügt über zwölf strukturprägende Lebensmittelanbieter, großflächigen Lebensmittelmarkt sowie Discounter, die die Versorgungsfunktion für die dort lebende Bevölkerung übernehmen. Ein Supermarkt befindet sich im zentralen Versorgungsbereich Mitte und ein Discounter im Bereich Rohrbach. Ein Supermarkt befindet sich in integrierter Lage und die übrigen Lebensmittelanbieter verteilen sich über die nicht integrierten Lagen.

Im zentralen Versorgungsbereich von **St. Ingbert Mitte** befindet sich ein strukturprägender Supermarkt. Außerdem befindet sich das SB-Warenhaus sowie drei weitere Discounter in nicht integrierter Lage. In **Rohrbach** befindet sich ein strukturprägender Discounter sowie einen Supermarkt und einen Discounter in nicht integrierter Lage. Zwei weitere Discounter sowie einen Supermarkt befinden sich in nicht integrierter Lage zwischen den Ortsteilen Rohrbach und Mitte.

Im **übrigen St. Ingberter Stadtgebiet** (Rentrish, Oberwürzbach und Hassel) zeigt sich hingegen ein räumliches Versorgungsdefizit. Die vorhandenen Anbieter, in der Regel Handwerksbetriebe des Lebensmitteleinzelhandels und Hofläden, können die Versorgungsfunktion nur unzureichend

erfüllen. Vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung in diesen Stadtteilen (zwischen 1.500 und 3.300 Einwohner (vgl. Kapitel 5.1)) ist die Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes ökonomisch und betriebswirtschaftlich ausgeschlossen.

6.5 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **238 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **75.600 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt St. Ingbert als durchschnittlicher Angebotsstandort mit einer entsprechenden quantitativen Angebotsausstattung über alle Warengruppen. Umgerechnet auf aktuell rund 35.950 Einwohner in der Stadt St. Ingbert ergibt sich eine **Verkausflächenausstattung von rund 2,10 m² je Einwohner**. Im **Vergleich** zur letzten Einzelhandelserhebung aus dem Jahr **2009** ist das gesamtstädtische Verkaufsflächenangebot leicht gestiegen.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt **2,10 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,5 m² pro Einwohner. Im interkommunalen Vergleich liegt dieser Wert deutlich unter dem Durchschnitt (zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker+Kruse Datenbank beträgt 2,06 m²). In der Gegenüberstellung zur letzten Erhebung (1,82 m²) ist der Wert allerdings gestiegen.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt **318 m²** und ist im Vergleich zur letzten Erhebung (256 m²) gestiegen. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus Erhebungen des Büros Junker+Kruse in Städten mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern (280 m²) stellt sich der Wert überdurchschnittlich dar.
- Die Stadt St. Ingbert weist ein leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf (einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer 2022: 101,7). Dabei steht dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 249 Mio. Euro** ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 261 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,05** über alle Warengruppen, was auf leichte Kaufkraftzuflüsse hindeutet. Angesichts der regionalen Angebots- und Konkurrenzsituation ist dieser Wert – trotz warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen – als gut einzuordnen. Die Stadt St. Ingbert wird daher ihrer landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum gerecht.
- Bedeutendster Angebotsstandort ist der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt. Dieser präsentiert sich mit seinen kompakten städtebaulichen Strukturen und der multifunktionalen Nutzungsmischung aus Einzelhandel, öffentlichen und privaten Dienstleistungseinrichtungen sowie Gastronomieangeboten als funktionsfähiger Standort. Unter einzelhandelsseitigen Gesichtspunkten handelt es sich um ein quantitativ gut ausgestattetes Zentrum mit Angebotskonzentrationen in den Warengruppen Bekleidung sowie Nahrungs- und Genussmittel. Zugleich sind aber auch einige Warengruppen des langfristigen Bedarfs in relevanten Verkaufsflächendimensionen vorhanden, z. B. Möbel oder Wohneinrichtung. Die größten Magnetbetriebe bilden derzeit vor allem Möbel Galerie Herzer sowie Filialen von Rewe und H&M.

- Negativ fällt auf, dass ein großer Anteil mancher zentrenrelevanter Angebote in städtebaulich nicht integrierter Lage lokalisiert ist. Dies betrifft die Warengruppen Blumen (Indoor) / Zoo, Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren, Nahrungs- und Genussmittel sowie Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung, die jeweils zu einem Anteil von rund 70 bis 83 % in städtebaulich nicht integrierter Lage liegen.
- Mit Blick auf eine räumlich ausgewogene **wohnungsnahe Grundversorgung** ist festzustellen, dass gesamtstädtisch mit einem überdurchschnittlichen Wert von 0,51 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel je Einwohner, eine quantitativ hinreichende Angebotsausstattung mit Gütern des täglichen Bedarfs vorhanden ist.
- Die **Leerstandssituation** in St. Ingbert ist zwar (in gesamtstädtischer Sicht) nicht besorgniserregend (nach Anzahl der Betriebe: rund 21 %, nach Fläche: rund 10 %), jedoch ist ein aktives Gegensteuern der Leerstandssituation geboten. Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, in dem eine Leerstandsquote von rund 23 % der Ladenlokale und 20 % der Fläche vorliegt, kann anhand einiger Maßnahmen gegengesteuert werden.

7 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in St. Ingbert

Im Folgenden wird eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2030) des Einzelhandels in St. Ingbert gegeben. Für die Kommune als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in St. Ingbert fließen folgende Faktoren ein:

Gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation in St. Ingbert wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 5 und 6). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität⁴¹ ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in St. Ingbert von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen. Der nominale Umsatz im St. Ingberter Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklungen einzelhandelsrelevanter Kennwerte, unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten und dem Einfluss des Onlinehandels voraussichtlich nur gering ansteigen.

Bevölkerungsentwicklung in der Stadt St. Ingbert bis 2030

Die Einwohnerzahl von St. Ingbert hat seit dem letzten Einzelhandelskonzept⁴² leicht abgenommen. Bis zum Prognosehorizont 2030 wird tendenziell von einem Bevölkerungsrückgang ausgegangen⁴³. Die Bertelsmann Stiftung weist diesbezüglich für den Zeitraum 2012 bis 2030 einen Rückgang um rund 14,4 % aus. Die Bevölkerungsentwicklung ist dabei landesweit und so auch in St. Ingbert durch eine Zunahme der älteren Bevölkerungsgruppen geprägt.

⁴¹ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

⁴² Das EHK 2014 basiert auf Bevölkerungszahlen aus dem Jahr 2009.

⁴³ Quelle: Wegweiser Kommune der Bertelsmann Stiftung, 2022, Bevölkerungsprognose bis 2030

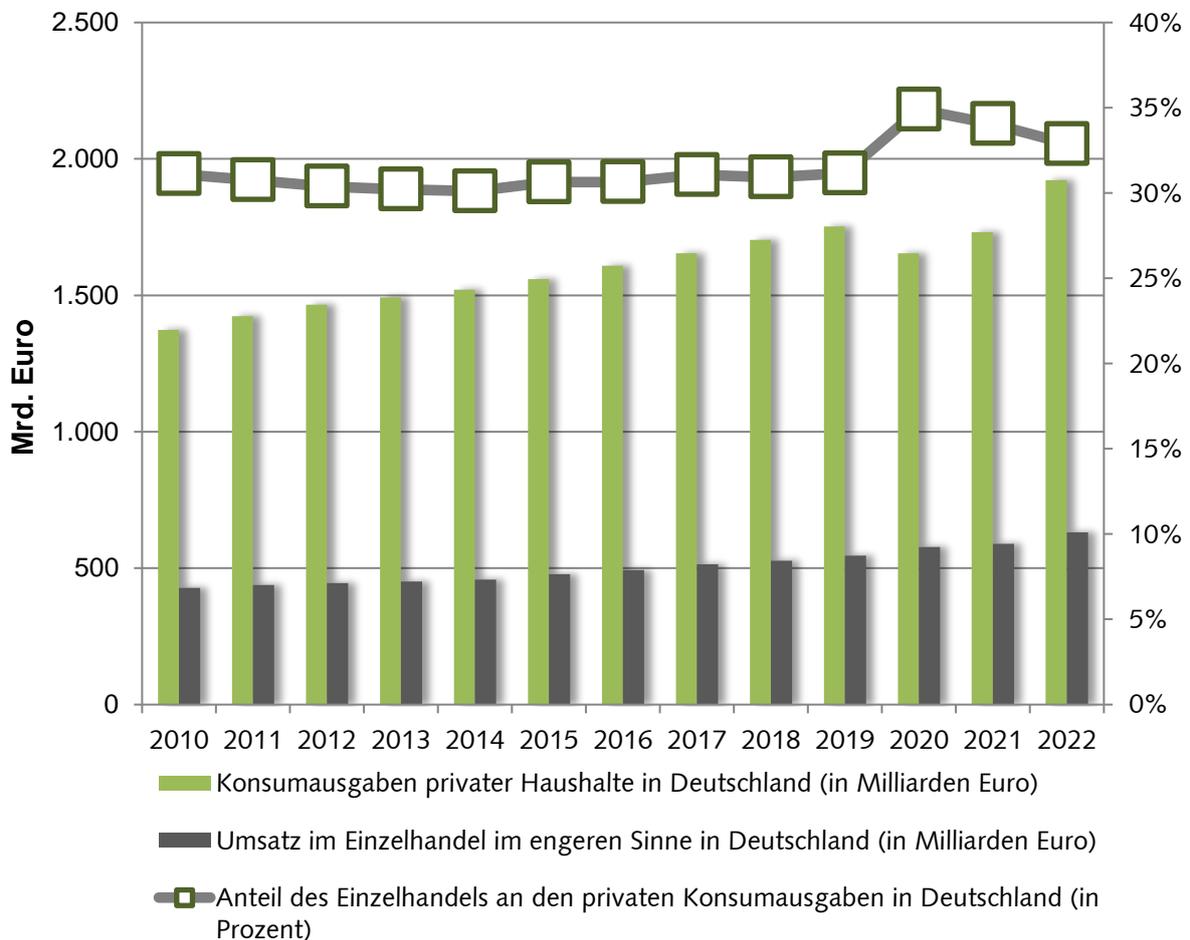
Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- Zum einen von privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

Ein zusätzlicher Faktor in diesem Zusammenhang ist der Anteil der Ausgaben, die nicht dem stationären Einzelhandel, sondern dem Onlinehandel zufließen.

Abbildung 10: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland: Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2022 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken); Höhe der Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland von 1991 bis 2022. Abruf unter: www.statista.de (Zugriff: 09/2023).

- Die **Konsumausgaben der privaten Haushalte** in Deutschland sind in den letzten 10 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen, allerdings in Folge der Corona-Pandemie in 2020

erstmalig wieder leicht gesunken. 2021 setzte dann wieder eine Erholung ein, wenngleich das Vor-Corona-Niveau noch nicht erreicht ist.

- Der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten Konsumausgaben blieb zwischen 2011 und 2019 relativ konstant (rd. 30 bis 31 %). Im Jahr 2020 ist jedoch eine Zunahme auf rd. 35 % zu konstatieren, was wiederum im Zusammenhang mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie steht. 2021 ist dieser Anteil wieder leicht auf rd. 34 % gesunken.
- Einem Rückgang des Anteils der Einzelhandelsausgaben an den privaten Konsumausgaben hat eine in den letzten Jahren erhöhte Umsatzsteigerung im Einzelhandel entgegengewirkt. Während der **gesamtdesche Einzelhandelsumsatz** ungefähr auf demselben Niveau verblieb, kann seit 2015 ein jährliches Wachstum von 2,5 bis 4,5 % festgestellt werden. Dieser Trend hat sich auch in den Jahren 2020 und 2021 fortgesetzt, ein Effekt der Corona-Pandemie ist daher beim allgemeinen (also branchenübergreifenden) Einzelhandelsumsatz nicht erkennbar (vgl. Kapitel 2).

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen⁴⁴ Kaufkraft zu rechnen ist und bezüglich des Umsatzes nur geringe Zunahmen anzunehmen sind.

Jedoch müssen auch spezifische Entwicklungen in den einzelnen Warengruppen bzw. im Onlinehandel berücksichtigt werden, d. h. es muss eine Prognose erfolgen, die Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

Entwicklung des E-Commerce

Bei der Ermittlung künftiger Potenziale in St. Ingbert ist vor dem Hintergrund der Entwicklungen im Onlinehandel zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden. Dieser fällt tendenziell niedriger aus, da ein gewisser Umsatzanteil dem Onlinehandel zufließt, welcher jedoch nicht allein aus „pure-playern“ besteht, sondern vor allem auch Multi-Channel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebskanäle. Das heißt: Der stationäre Handel vertreibt online oder ein bisher nur online agierender Händler eröffnet ein stationäres Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen. Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Onlinehandel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt auch dem stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten.

Einerseits stellt der Onlinehandel zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den

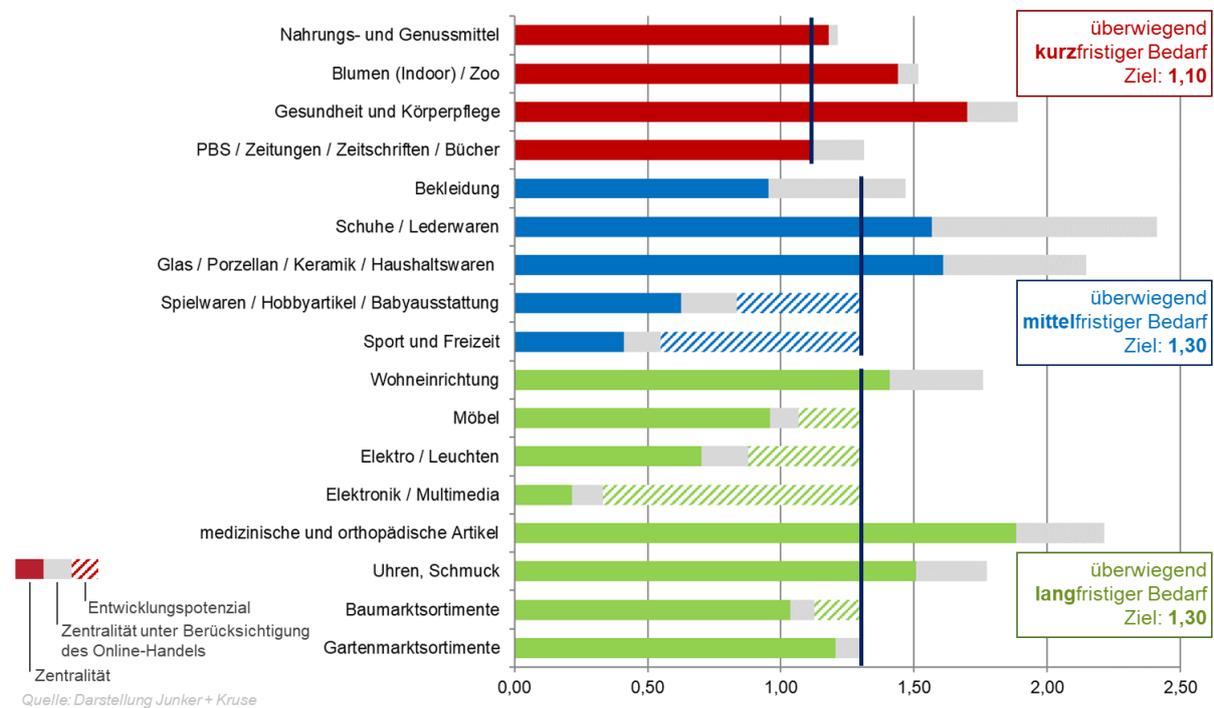
⁴⁴ Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel dar, andererseits kann die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein. Vor allem gilt es in erster Linie, unter Berücksichtigung neuer Möglichkeiten aufgrund der Digitalisierung, die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebots das städtische Zentrum zu erhalten bzw. weiterzuentwickeln.

Zielzentralitäten für das Jahr 2030

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion St. Ingberts als Mittelzentrum sowie der regionalen Wettbewerbssituation.

Abbildung 11: Zielzentralitäten des Einzelhandels in St. Ingbert



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in der Stadt St. Ingbert

Mit Blick auf die zuvor benannten Aspekte werden folgende Zielzentralitäten definiert:

- Im Hinblick auf eine Sicherung und Stärkung der Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird grundsätzlich eine Zielzentralität von 1,1 angenommen. Dieser Wert wird von allen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs überschritten, insbesondere unter Berücksichtigung des Online-Handels.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,3 angenommen, die die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt St. Ingbert vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation im Umland widerspiegeln. Der angesetzte Wert wird von den Warengruppen Schuhe / Lederwaren, Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren sowie Bekleidung

überschritten. Lediglich in den Warengruppen Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung und Sport und Freizeit ist noch Entwicklungspotential vorhanden.

- Im **langfristigen Bedarfsbereich** wird ebenfalls eine Zielzentralität von 1,3 angenommen, die der unterschiedlichen Relevanz dieser Branchen für das mittelzentrale Einzugsgebiet Rechnung tragen. Bereits heute überschreitet die Zentralität der Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel, Uhren / Schmuck und Wohneinrichtungen diese teils deutlich. Eine leichte Überschreitung der Zielzentralität wird in der Warengruppe Gartenmarktsortimente erzielt. In den übrigen Warengruppen bestehen verschieden große Entwicklungspotenziale, die sich aber größtenteils „im Rahmen halten“. Einzig in der Warengruppe Elektronik / Multimedia ergibt sich ein auffälliges rechnerisches Entwicklungspotenzial.

In der Gesamtbetrachtung der erörterten Entwicklungsfaktoren ergeben sich für den Einzelhandelsstandort St. Ingbert auf gesamtstädtischer Ebene somit **relevante Entwicklungsspielräume** in den folgenden Warengruppen:

- In den Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe sind auf gesamtstädtischer Ebene rechnerische keine Entwicklungspotenziale erkennbar. Das bedeutet natürlich nicht, dass in diesen Warengruppen keine Entwicklung mehr stattfinden kann; vielmehr sind weitere Ansiedlungen stets möglich, wobei die St. Ingberter Innenstadt als Perspektivstandort oberste Priorität genießt. In allen Warengruppen bestehen teilweise strukturelle Optimierungsmöglichkeiten unter qualitativen wie räumlichen Aspekten.
- In zwei Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe zeigen sich Entwicklungspotenziale. Dies umfasst die Warengruppen **Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung** und **Sport und Freizeit**. Darin zeigt sich jedoch auch eine ausgeprägte und steigende Konkurrenz zum Onlinehandel. Bestehende Kaufkraftabflüsse komplett durch Neuansiedlungen im stationären Einzelhandel zu kompensieren, unterliegt dabei einem hohen betrieblichen Risiko. Gleichwohl sind auch diese Warengruppen von hoher Bedeutung für einen attraktiven Angebotsmix, so dass die Rückgewinnung von Kaufkraftabflüssen durch attraktive Fachangebote (inhabergeführte Geschäfte oder auch Filialisten) im zentralen Versorgungsbereich Stadtkern St. Ingbert ein legitimes städtebauliches Ziel darstellt und – trotz ausgeprägten Wettbewerbs – Spielraum für Angebotsausweitungen an geeigneten Angebotsstandorten bietet.
- Die Warengruppen **Wohneinrichtung, Möbel, Elektro / Leuchten, Bau-** sowie **Gartenmarktsortimente** sind neben kleinteiligen Fachangeboten und Randsortimenten vor allem auch durch große Fachmärkte bzw. sehr flächenintensive Angebotsformen geprägt, so dass sich in den Zentren zumeist keine realistischen Entwicklungsperspektiven ergeben und entsprechende Anbieter in der Regel auch für den Branchenmix an solchen Angebotsstandorten keine tragende Rolle spielen. Dabei ist auch in diesen Warengruppen ein zunehmender Wettbewerbsdruck durch den Onlinehandel zu berücksichtigen. Auch setzen die Marktentwicklungen und Überschneidungen mit anderen Marktsegmenten (Handwerk, Spezialhandel, etc.) rechnerischen Entwicklungspotenzialen Grenzen.
- Die Warengruppe **Elektronik / Multimedia** weist ein erhebliches quantitatives Angebotsdefizit auf. Es wird als Randsortiment vorgehalten oder in kleinteiligen Fachgeschäften (Telefonläden). Der Anteil an inhabergeführtem Facheinzelhandel ist gering und findet sich zudem nur in Betrieben mit einer Gesamtverkaufsfläche von unter 70 m². Großflächige Kernsortimentsanbieter und/oder namhafte Filialisten sucht man vergeblich. Zudem ist es durch eine sehr starke

Konkurrenz zum Onlinehandel geprägt. Eine Positionierung des stationären Einzelhandels dieser Warengruppen gegenüber dem steigenden Konkurrenzdruck durch den Onlinehandel ist vor allem innerhalb der Angebotsstrukturen in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sinnvoll und zielführend.

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt St. Ingbert aus rein quantitativer Sicht in einigen Warengruppen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Aber auch gute quantitative Zentralitäten bedeuten nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzepts kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebots auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung dem **Ausbau der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt** in St. Ingbert dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zuge dachte Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Warengruppen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies zu Umsatzumverteilungen innerhalb der St. Ingberter Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die auch weiterhin eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente

Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglicht auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt St. Ingbert. Zudem stellt es für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist. Generell gilt, dass das übergeordnete Ziel die **Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich strukturellen Angebotssituation** ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

...sie die **zentralörtliche Funktion St. Ingberts als Mittelzentrum und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,**

...sie den **zentralen Versorgungsbereich und die Nahversorgungsstandorte in ihrer Funktion stärken,**

...sie zu einer **räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,**

...die **wohnnah Grundversorgung gesichert und verbessert wird und**

...**neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotspektrums in St. Ingbert beitragen.**

8 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt St. Ingbert

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 5 und Kapitel 6) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kapitel 6.4) zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Grundsätzlich sind auch im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt St. Ingbert Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht dem zentralen Versorgungsbereich i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonderstandorten zugeordnet sind, sind kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf den Hauptzentrum Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie ergänzende Einzelhandelsstandorte zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Das Einzelhandelskonzept für die Stadt St. Ingbert umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 8.1)
- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 8.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 8.3)
 - Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel 8.3.1)
 - Abgrenzung der Sonderstandorte (vgl. Kapitel 8.3.2)
 - Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 8.3.3)
- St. Ingberter Sortimentsliste (vgl. Kapitel 8.4)
- Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 8.5)

8.1 Übergeordnetes Entwicklungsleitbild

Der Einzelhandelsstandort St. Ingbert soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es, eine klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf bestimmte Standortbereiche** zu sichern und zu stärken. Der Entwicklungsfokus soll dabei in erster Linie auf die zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Innenstadt sowie Rohrbach sowie eine wohnortnahe Grundversorgung im St. Ingberter Stadtgebiet gelegt werden.

Das Leitbild setzt dazu einen klaren räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in St. Ingbert:

Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelsstandorte im St. Ingberter Stadtgebiet konzentriert. Eine stringente Steuerung seitens der Stadt St. Ingbert innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Folgende Aspekte stützen das Leitbild:

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb zu Lasten städtebaulich sinnvoller Standorte vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Kaufkraftbindung und Ausstrahlung des St. Ingberter Einzelhandels insgesamt verbessert werden. Durch ergänzende Zielvorgaben seitens der Stadt St. Ingbert bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch in den zentralen Versorgungsbereichen, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts St. Ingbert können – durch das Zusammenwirken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.
- Aus **politischer** und **planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbildes mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investitionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch auf Seiten der bestehenden Betreiber – wird somit gegeben. Die St. Ingberter Stadtplanung kann ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht werden. Damit erhalten Politik und Verwaltung in der Stadtplanung eine aktive Rolle. Durch die Förderung einer sich ergänzenden Arbeitsteilung der Einzelhandelsstandorte in St. Ingbert wird zudem das Entwicklungsziel eines attraktiven und lebendigen städtebaulich-funktionalen Hauptzentrum Innenstadts unterstützt. Eine stringente Anwendung des Leitbildes setzt sowohl positive Signale nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.
- Aus **rechtlicher Sicht** kann die St. Ingberter Stadtplanung ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten nutzen, was impliziert, dass das bauplanungsrechtliche Instrumentarium im Rahmen der Umsetzung des Leitbildes bzw. des Einzelhandelskonzepts zielgerichtet und konsequent angewendet wird. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitplanungsverfahren, werden auf Grundlage des empirisch hergeleiteten Einzelhandelskonzepts erleichtert.

8.2 Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Basierend auf der einzelhandelsspezifischen Situation in St. Ingbert werden, unter Berücksichtigung allgemeiner Entwicklungstrends, übergeordnete Ziele zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung formuliert. Es muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele sowie auch der Maßnahmen, die diese Ziele konkretisieren, nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen im Sinne der Stadtentwicklung auf positiv zu bewertende Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Sicherung und Ausbau der landesplanerischen Versorgungsfunktion (Mittelzentrum)

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt St. Ingbert ist die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum mit zentralen Versorgungsfunktionen zum einen für die eigene Bevölkerung, zum anderen aber auch darüber hinaus. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, vor dem Hintergrund der regionalen Angebots- und Konkurrenzsituation derzeit erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,05).

Ansiedlungsanfragen offenbaren ein anhaltendes Investitionsinteresse für den Standort St. Ingbert. Eine Entwicklung von Standorten außerhalb der stadtentwicklungsplanerisch definierten Versorgungsstandorte (insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Innenstadt und Rohrbach) kann eine Angebotsverschiebung vor allem in Richtung städtebaulich nicht integrierter Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in St. Ingbert sollte es daher sein, einer solchen drohenden bzw. sich verschärfenden räumlichen „Schieflage“ zu begegnen und somit die mittelzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch auszubauen. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf der St. Ingberter Innenstadt als „Aushängeschild“ der Stadt. Dabei ist ein attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix in der Innenstadt von hoher Bedeutung für die überörtliche Attraktivität eines Einkaufsstandorts und die Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten. Für eine potenzielle Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben gilt es einschränkend zu beachten, dass große Flächenpotenziale in der St. Ingberter Innenstadt nicht vorhanden sind und viele der bestehenden Leerstände kaum oder gar nicht umgenutzt werden können.

Sicherung eines attraktiven Einzelhandelsangebots sowie der gesamtstädtischen Versorgungsstruktur

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebots (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen / -konzepte und Betriebsgrößenordnungen) sowie durch die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort St. Ingbert auch künftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu erhalten bzw. zu entwickeln. Ein Ziel ist es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu sichern und zu stärken, das der Versorgungsfunktion der Stadt St. Ingbert innerhalb der Region gerecht wird. Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Standortprioritäten**.

Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß Entwicklungsleitbild

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation der Stadt St. Ingbert ist eine ausgewogene, hierarchisch und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um potenziell negativen Folgewirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Versorgungsstruktur zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier die bestehende Konzentration von (zentrenrelevanten) Einzelhandelsangeboten im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Stadtkern St. Ingbert und von nahversorgungsrelevanten Sortimenten an Nahversorgungsstandorten.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel Pkw-kundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie z. B. an solitären städtebaulich nicht integrierten Standorten) zu einer Schwächung bzw. Gefährdung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen.

Für eine langfristig zielorientierte und nachhaltige Stadtentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes und vor dem Hintergrund der demografischen wie auch allgemein strukturellen Entwicklung (Abnahme der Bevölkerung, Strukturwandel im Einzelhandel, Bedeutungsgewinn des Onlinehandels) ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der Einzelhandelsstandorte in St. Ingbert unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen und den nachrangigen Standorten ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote umgesetzt werden kann.

Sicherung und Ausbau der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere eines attraktiven Stadtkerns (Innenstadt St. Ingbert)

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Die St. Ingberter Innenstadt (Hauptzentrum) stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt St. Ingbert dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Musikschule, Wohnen etc.) auszeichnet. Aber auch der zentrale Versorgungsbereich Rohrbach ist zu nennen. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität des St. Ingberter Einzelhandelsangebots und soll gesichert und gestärkt werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen in den zentralen Versorgungsbereichen zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung des Stadtkerns bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf den St. Ingberter zentralen Versorgungsbereichen gerichtet werden. Diese Standorte genießen oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Stadt St. Ingbert, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Für den Einzelhandelsstandorte Innenstadt und Rohrbach ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen bzw. -größenstrukturen durch moderne Einzelhandelsbetriebe mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten, anzustreben.

Sicherung und Stärkung einer wohnortnahen Grundversorgung im St. Ingberter Stadtgebiet durch ein Netz funktionsfähiger Nahversorgungsstandorte

Das Ziel der Sicherung einer weitgehend fußläufigen Versorgung impliziert eine flächendeckende wohnungsnah (und somit auch fußläufige) Versorgung. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum

betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten⁴⁵ gegenüber, die eine Umsetzung dieses Ziels erschweren. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im St. Ingberter Stadtgebiet zu sichern und zu stärken. Ein primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte (sowohl in zentraler als auch in städtebaulich integrierter Lage) zu erhalten und zu stärken.

Bei neuen Nahversorgungsstandorten gilt es – aufgrund fehlender Flächenpotenziale – auch Alternativstandorte, die städtebaulich integriert sind, in den Blick nehmen

Zentrenverträgliche Entwicklung (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment an ergänzenden Einzelhandelsstandorten

Solitär gelegene Einzelbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment und überörtlicher Bedeutung stellen einerseits zwar Konkurrenzstandorte für die zentralen Versorgungsbereiche dar, andererseits handelt es sich aber auch um sinnvolle und notwendige Ergänzungen des dortigen Einzelhandels. Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung und auch angesichts der Nichtexistenz großer Flächenpotenziale in beiden zentralen Versorgungsbereichen sind diese Standorte als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und – wenn erforderlich – weiterzuentwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe angestrebt werden muss. Auch würde das dazu beitragen, die mittelzentrale Funktion der Stadt St. Ingbert zu erfüllen.

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Standorten ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. Außerdem ist dabei zwingend geboten, dass bei jeder Entwicklung – welcher Art auch immer – die Zentrenverträglichkeit im Fokus stehen muss. Allgemein formuliert bedeutet das: An geeigneten städtebaulich nicht-integrierten Standorten im Stadtgebiet sind Angebotsausweitungen in nicht zentrenrelevanten Sortimenten nach einer solchen positiven Einzelfallprüfung prinzipiell möglich, Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an nicht-integrierten Standorten jedoch auszuschließen.

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind, mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine mögliche Entwicklungsoption.

Verhinderung konterkariender Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem stadtentwicklungspolitischen Leitbild einer „Stadt der kurzen

⁴⁵ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

Wege“ anzustreben. Insbesondere ein multifunktionaler Geschäftsbereich ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege.

Mit Hilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Stadt St. Ingbert entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

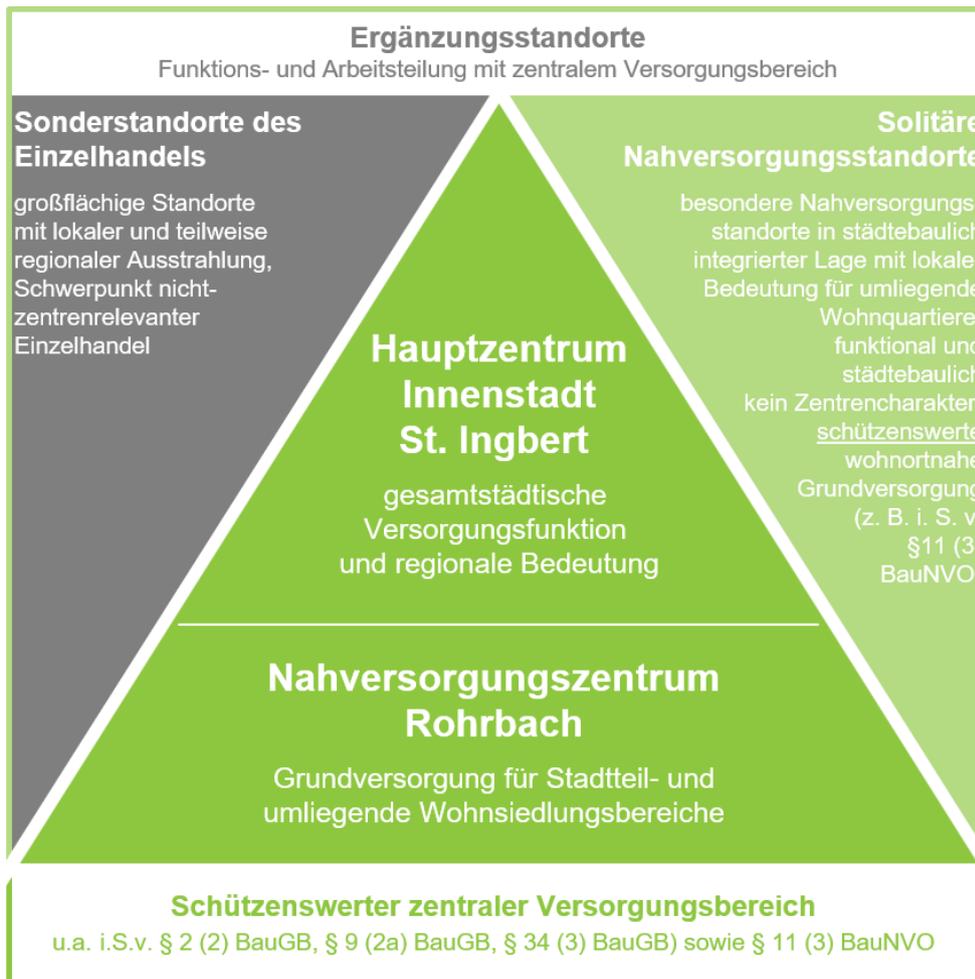
8.3 Räumliche Standortstruktur

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt St. Ingbert sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung werden die räumlichen Angebotschwerpunkte im St. Ingberter Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandorts in das **Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standorts. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im NVK 2015⁴⁶ festgelegte Standortstruktur des St. Ingberter Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten und unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird. Folgende Standortkategorien sind zu unterscheiden:

⁴⁶ Quelle: Junker + Kruse Stadtforschung Planung (2015): Nahversorgungskonzept 2015 für die Mittelstadt St. Ingbert: in Ergänzung zur Einzelhandelskonzeption 2009. Dortmund.

Abbildung 12: Standortstrukturmodell für die Stadt St. Ingbert

Quelle: Darstellung Junker+Kruse

Hauptzentrum

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen.

Die **Innenstadt** des St. Ingberter Kernorts mit ihrem abgegrenzten Hauptgeschäftsbereich wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und teils überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung⁴⁷ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Nahversorgungszentrum

Ein Nahversorgungszentrum weist ein deutlich geringeres Angebot an Einzelhandel und Dienstleistungen auf und hat demzufolge auch einen geringeren Versorgungsauftrag. Es handelt sich um ein lokales Versorgungszentrum, das überwiegend der wohnortnahen Nahversorgung dient. Der Angebotsschwerpunkt ist auf die Nahversorgung ausgerichtet, andere Branchen spielen i. d. R. nur eine untergeordnete Rolle. Ein Nahversorgungszentrum sollte demnach folgende Kriterien erfüllen:

- In der Regel bilden ein bis zwei Lebensmittelmärkte den Schwerpunkt des Einzelhandelsangebots im kurzfristigen Bedarfsbereich,
- nur vereinzelte Einzelhandelsangebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich vorhanden – Wettbewerbssituation fehlt überwiegend (nicht selten als Rand- oder Nebensortimente),
- bestenfalls einzelne, zentrenprägende Dienstleistungsangebote vorhanden, in der Regel aus der Gruppe der einzelhandelsnahen Dienstleistungen allerdings mit höchstens geringer Wettbewerbssituation.

Der gemäß NVK 2015 definierte zentrale Versorgungsbereich **Rohrbach** wird zukünftig als Nahversorgungszentrum eingestuft, da das dort lokalisierte Einzelhandels- und sonstige Angebot sowohl hinsichtlich Dichte als auch Struktur für die ansässige Wohnbevölkerung unter Berücksichtigung der zuvor definierten Merkmale die Funktion eines Nahversorgungszentrums erfüllt.

Solitäre Nahversorgungsstandorte (städtebaulich integriert – mit Entwicklungsperspektive)

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (auch) fußläufigen Nahversorgung der St. Ingberter Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich Stadtkern St. Ingert geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Erweiterung, Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Erweiterungen,

⁴⁷ „Zentrale Versorgungsbereiche‘ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...]. Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05).
vgl. hierzu ergänzend die Ausführungen in Kapitel 8.3.1.

Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In St. Ingbert ist derzeit folgender Angebotsstandort als solitärer Nahversorgungsstandort zu definieren:

- Spieser Landstraße, St. Ingbert (derzeit Edeka)

Sonderstandort

Dieser Angebotsstandort ist vor allem idealtypisch gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- gesamtstädtische(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht zentrenrelevanten Einzelhandels, zudem auch relevante Anteile nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente vorhanden,
- Pkw-kundenorientierter Standort,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

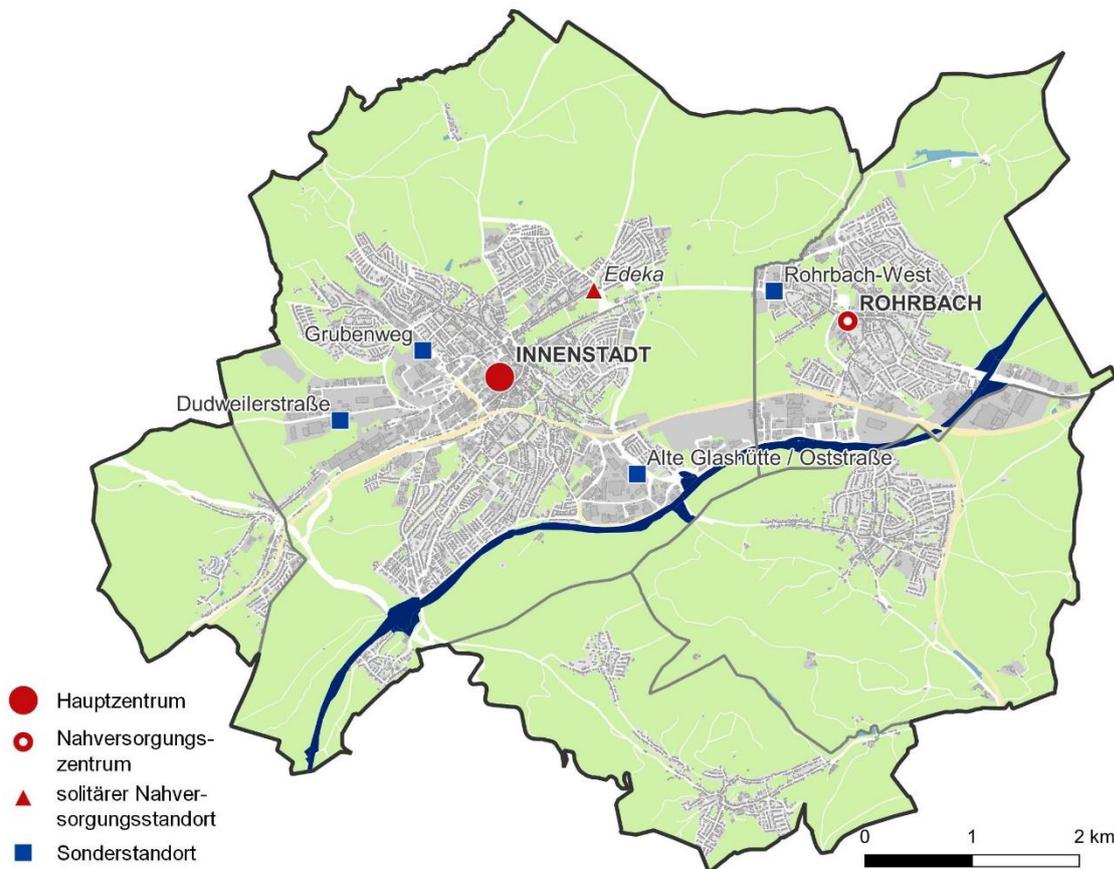
Entsprechend den vorangestellten Kriterien können in St. Ingbert insgesamt vier Angebotsstandorte definiert werden:

- Alte Glashütte / Oststraße (Angebotsschwerpunkt: Bau- und Gartenmarktsortimente, Möbel, Nahrungs- und Genussmittel sowie Blumen (Indoor) / Zoo; derzeit u. a. Obi, Roller, Küchen Herzer, Edeka, Aldi Süd)
- Dudweilerstraße (Angebotsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel; derzeit u. a. Aldi Süd, Lidl)
- Grubenweg (Angebotsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Möbel; derzeit u.a. Kaufland, Thomas Philipps, Tedi, Kik)
- Rohrbach-West (Angebotsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel; derzeit u. a. Rewe, Aldi Süd)

Derartige solitäre Standorte / Betriebe ergänzen die St. Ingberter Zentren- und Angebotsstruktur und treten daher nicht in einen unmittelbaren Wettbewerb mit diesen. Allerdings besteht auch ein Erfordernis zur Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente (siehe Ansiedlungsregel 3 in Kapitel 8.4).

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche in St. Ingbert stellt sich wie folgt dar:

Karte 15: Räumliche Standortstruktur in St. Ingbert



Quelle: Darstellung Junker+Krusse; Kartengrundlagen: LVGL Saarland (2022); Legende für Kartengrundlage im Anhang

8.3.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition der zentralen Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt St. Ingbert dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2006 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition „zentraler Versorgungsbereich“

Unter *zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Kommune zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁴⁸ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen.

⁴⁸ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.⁴⁹

Sonderstandorte und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen können.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur⁵⁰ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium. Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein.⁵¹

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt St. Ingbert dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung der Innenstadt sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen.

Im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für St. Ingbert ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet. Dies ist

⁴⁹ vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2007 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

⁵⁰ vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A.: Der standortgerechte Einzelhandel; 2. Auflage; Bonn, 2018

⁵¹ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

zum einen der Geschäftsbereich in der St. Ingberter Innenstadt; ebenso sind jedoch auch mögliche Nahversorgungszentren diesbezüglich zu betrachten.

Wichtige Abgrenzungskriterien der zentralen Versorgungsbereiche sind der Besatz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs** heranzuziehen sind.

- **Funktionale Kriterien**

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Pkw-Kunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

- **Städtebauliche Kriterien**

- städtebaulich integrierte Lage
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen der zentralen Versorgungsbereiche stehen und diese – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. St. Ingberter Sortimentsliste; vgl. Kapitel 8.4) unabdingbar.

In den Karten in den nachfolgenden Unterkapiteln (8.3.1.1, 8.3.1.2 sowie 8.3.2.1, 0, 0 und 0) werden die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt St. Ingbert auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzungen wurden auf Basis der vorgestellten Kriterien und mit Kenntnis der zum Zeitpunkt der Bearbeitung erkennbaren Grundstückszuschnitte / -verfügbarkeiten vorgenommen. Sie dient als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“). Ausnahmsweise sind Modifikationen dieser Abgrenzung dann möglich und städtebaulich sinnvoll, wenn sie – unter Einbeziehung der Ziele und Grundsätze dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept – folgende Kriterien beachten:

Die Erweiterungsfläche dient der Stärkung der bestehenden Strukturen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Sie muss unmittelbar an die bisherige Abgrenzung angrenzen. Die geplante Nutzung auf der Erweiterungsfläche hat ihre funktionale Ausrichtung (Eingangssituation) eindeutig zur Erschließungsachse des zentralen Versorgungsbereichs (Vermeidung einer „zweiten Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 8.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung vorgenommen. Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien sind die im Jahr 2015 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche überprüft worden.

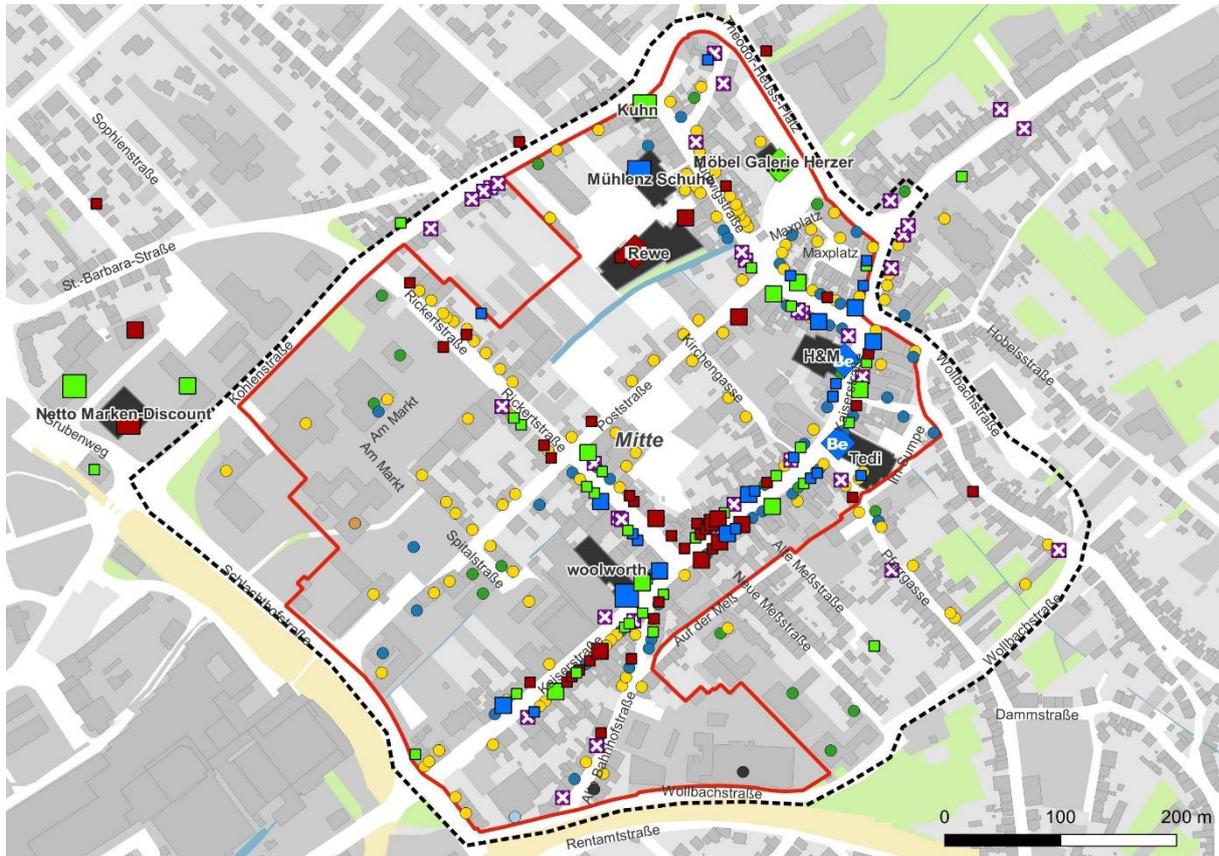
Im Folgenden wird – wie bereits in Kapitel 8.3 beschrieben – unterschieden zwischen

- dem zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt und
- dem Nahversorgungszentrum Rohrbach.

8.3.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt

Die Innenstadt von St. Ingbert als Hauptgeschäftsbereich ist sowohl quantitativ der bedeutendste Angebotsschwerpunkt in St. Ingbert als auch unter qualitativen und städtebaulichen Gesichtspunkten. Folglich ist er als Hauptzentrum (HZ) zu definieren. Er stellt darüber hinaus unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich u. a. im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie des § 11 (3) BauNVO dar. Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich HZ Innenstadt wie in nachfolgender Karte 16 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 16: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im HZ Innenstadt



- | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|
| Großflächiger Einzelhandel | Größenklasse | ● Leerstand (kein EH-Leerstand) |
| ◻ Nahrung- und Genussmittel | □ < 100 m² GVKF | ● Öffentliche Einrichtung |
| ◻ Bekleidung | □ 100 - 399 m² GVKF | ● Sonstiges |
| ◻ Möbel | □ 400 - 800 m² GVKF | Leerstand |
| Bedarfsstufe | Sonstige Nutzungen | ◻ Leerstand |
| ■ kurzfristige Bedarfsstufe | ● Dienstleistung & Handwerk | Abgrenzung |
| ■ mittelfristige Bedarfsstufe | ● Gastgewerbe | ◻ Zentraler Versorgungsbereich 2023 |
| ■ langfristige Bedarfsstufe | ● Kunst, Kultur, Bildung | ◻ Zentraler Versorgungsbereich 2015 |

Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Basis von Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: LVGL Saarland (2022); Legende für Kartengrundlage im Anhang; Abgrenzungen gemäß NVK 2015 (schwarz gestrichelte Linie) und EHK 2023 (rote Linie)

Die **räumliche Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereichs ist im Wesentlichen durch die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie ergänzender zentrenprägender Einrichtungen (wie Dienstleistung und Gastronomie) geprägt. Der aktuelle Bestand ist im Hinblick auf eine zukünftige Entwicklung des Hauptzentrums Innenstadt überprüft worden. Seit der Erarbeitung des NVKs 2015 haben sich Veränderungen ergeben, welche zu einer kompakten und damit einigen Teilen deutlich räumlich enger gefassten Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Innenstadt führen.

Eine **Verkleinerung** des zentralen Versorgungsbereichs gegenüber der Abgrenzung des NVKs 2015 findet in den Randbereichen statt. Dabei wird sich bei der Grenzziehung an den Flurstücksgrenzen orientiert. Das **Hauptzentrum Innenstadt** erstreckt sich im Wesentlichen entlang der

Kaiserstraße, Poststraße, Rickertstraße und Ludwigstraße sowie um den Maxplatz. Weitere Nebenstraßen, die in der zukünftigen Abgrenzung enthalten sind, sind die Alte Bahnhofstraße. Verkleinerungen hat es insbesondere an drei Stellen gegeben:

- ein Bereich im südöstlichen Teil (u. a. Blieskasteler Straße, Pfarrgasse, Neue und Alte Meßstraße),
- zwei kleinere Bereich im Norden des zentralen Versorgungsbereichs sowie
- die ringförmige Straße, die das Hauptzentrum umgibt (Theodor-Heuss-Platz – Kohlenstraße – Schlachthofstraße – Wollbachstraße (L 119)).

Weitere kleinere Veränderungen sind aufgrund der Orientierung an den Flurstücksgrenzen entstanden.

Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Innenstadt liegt aus gutachterlicher Sicht eine adäquate Dimensionierung, auch im Sinne einer potenziellen Angebotsausweitung, vor. Mit Blick auf die **weitere Entwicklung** und Wahrung der städtebaulichen Stabilität des Hauptzentrums Innenstadt ist es auch zukünftig ratsam, den St. Ingberter Hauptgeschäftsbereich „von Innen nach Außen“ zu entwickeln und die einzelhandelsrelevante Entwicklung auf die bestehenden Haupt- und Nebenlagen zu konzentrieren, um einen funktionalen Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kern des Stadtkerns zu gewährleisten. Dabei spielt ein funktionsfähiges städtebaulich kompaktes Grundgerüst mit starken Eckpunkten und Eingangsbereichen eine entscheidende Rolle.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Oberstes Ziel bleibt die Sicherung und langfristige Stärkung der innerörtlichen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- **Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung** einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in dem zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt. Die Stärkung der Versorgungsfunktion der Innenstadt für das gesamte Stadtgebiet ist dabei stets zu berücksichtigen.
- Arrondierung des Angebotsspektrums und **Attraktivitätssteigerung** des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Innenstadt, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten. Auch in Branchen mit guten Zentralitäten und Verkaufsflächenausstattungen (insbesondere Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung sowie Sport und Freizeit) sind qualitative und räumliche Verbesserungen durch zielgerichtete Weiterentwicklungen (z. B. im bekannteren Standard- und höherwertigen Segment) möglich.
- **Profilierung und Positionierung** des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte. In diesem Zusammenhang

bieten angemessen dimensionierte Entwicklungen u. a. durch Aktivierung der Leerstände mit attraktiven Frequenzbringern und / oder Handelsmagneten innerhalb der Innenstadt eine gute Entwicklungsoption in exponierter Lage. Grundsätzlich ist ein Erhalt von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Einzelhandels im Hauptzentrum Innenstadt anzustreben.

- **Sicherung der Attraktivität** des Hauptzentrums Innenstadt im Vergleich zu den nicht integrierten Lagen durch Beachtung der Zentrenverträglichkeit bei allen Einzelhandelsentwicklungen.
- **Sicherung und Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung** auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.
- **Sicherung der Grundversorgung** für die im Hauptzentrum Innenstadt sowie im näheren Umfeld lebende Bevölkerung durch Stärkung und Weiterentwicklung nahversorgungsrelevanter Angebote im Stadtkern.
- **Aktives Leerstandsmanagement:** Zum Erhebungszeitpunkt⁵² existierten 31 Leerstände mit einer Fläche von rund 4.100 m² Verkaufsfläche. Die Leerstandsquote von rund 23 % der Ladenlokale und rund 20 % der Fläche weist auf ein über das typische Maß (Vor-Corona-Niveau: 10 %) einer üblichen Fluktuation und marktseitigen Neuordnung des Einzelhandels hin. Hier besteht Handlungsbedarf für ein aktives Gegensteuern, bevor die Leerstandssituation gravierender wird und die Möglichkeit einer aktiven Steuerung schwindet. Zwar wurde zuvor bereits auf die Notwendigkeit einer vertiefenden Analyse der Leerstände hingewiesen, dennoch weisen die reinen Zahlen (rund 23 % der Ladenlokale und rund 20 % der Fläche) auf die Dringlichkeit hin, aktiv der Leerstandssituation zu begegnen. Gutachterlicherseits ist die Einrichtung eines Leerstandsmanagements zu empfehlen. Dieses soll in erster Linie zu einem Abbau der Leerstände sowie der Verhinderung der Entstehung von neuen Leerständen beitragen, kann aber auch andere Aufgaben (z. B. Öffentlichkeitsarbeit, Werbung für den Stadtkern) übernehmen. Außerdem können Potenzialflächen und/oder Baulücken im Bestand genutzt werden, um größere Potenzialflächen durch Zusammenlegen zu schaffen. Auch ist bei gewerblichen Leerständen das Aufzeigen von Handlungsoptionen empfehlenswert.
- **Digitalisierung als Chance für den Einzelhandel nutzen.** Der Einzelhandel ist seit jeher durch einen stetigen Wandel gekennzeichnet. Prägend sind derzeit markante Veränderungen aufgrund der deutlichen Zunahme des Onlinehandels. Dabei gerät der stationäre Einzelhandel zunehmend unter Druck. Vor diesem Hintergrund ist die digitale Transformation zu forcieren. Sind die technischen Rahmenbedingungen geschaffen, ist die Nutzung von Internetauftritten sowie virtuellen Marktplätzen ein möglicher Ansatz zur Stärkung und Sicherung des Hauptzentrums Innenstadt als Einzelhandelsstandort. Darüber hinaus ist vor allem auch ein aktives Engagement von Handel, Immobilieneigentümern, übrigen Nutzern im Zentrum (u. a. Gastronomie, Dienstleistungen), Verwaltung und Politik für eine klare strategische Positionierung und ein zielgerichtetes Management pro Innenstadt unabdingbar.
- **Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels,** denn diese ist das erste sichtbare Zeichen eines Geschäftes für den potenziellen Kunden. Wichtige Themenfelder zur

⁵² Februar 2022

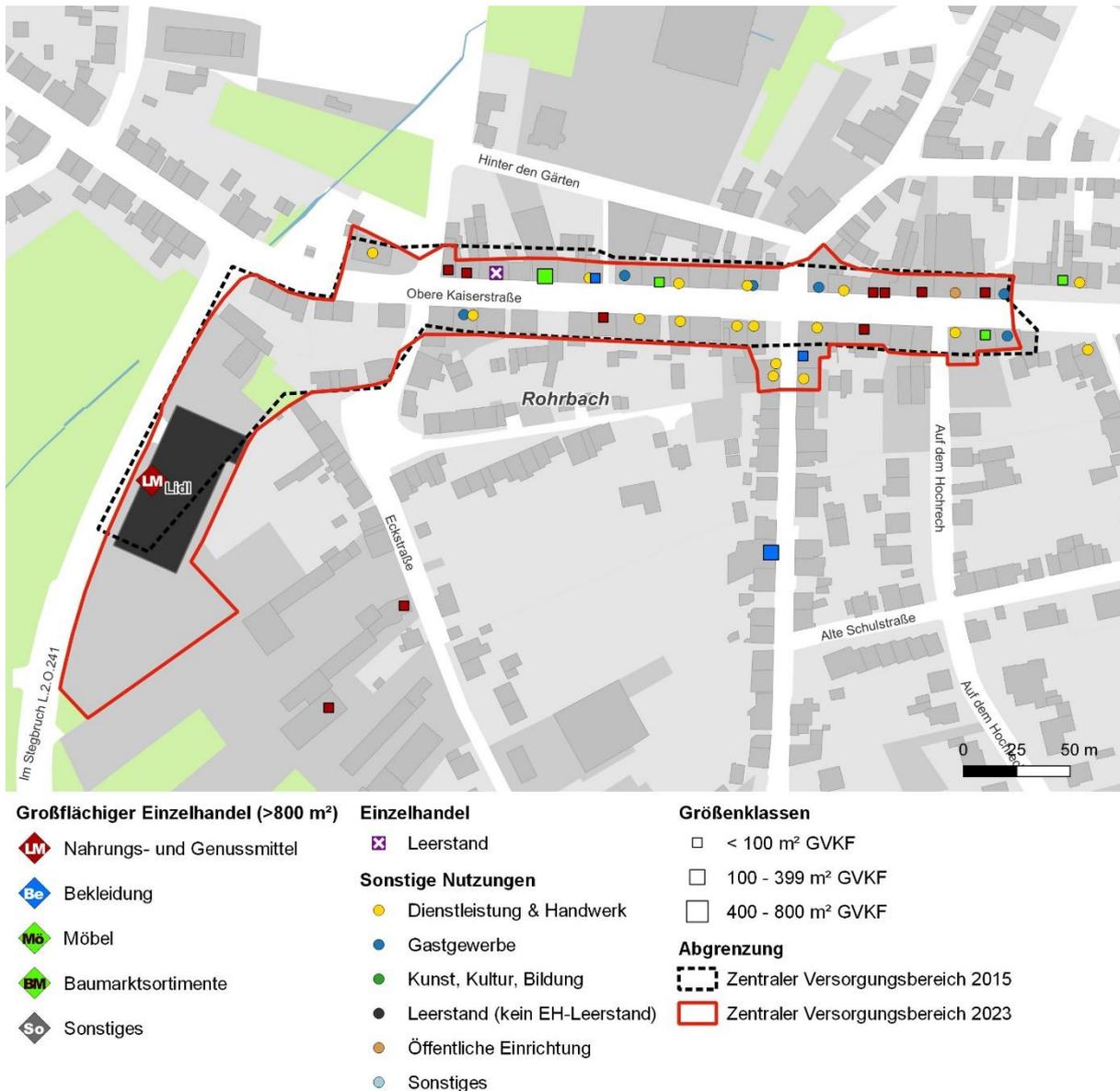
Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels sind Fassadengestaltung, Werbeanlagen, Sondernutzungen im Straßenraum sowie Schaufenstergestaltung. Auf der Suche nach Lösungen bieten sich verschiedene Modelle an. Zur Verbesserung der Schaufenstergestaltung können beispielsweise Informationsveranstaltungen mit Experten für die Händlerschaft durchgeführt sowie Gestaltungswettbewerbe angeregt werden.

Aufwertungen von Fassaden können durch verschiedene städtische Angebote begünstigt und gefördert werden, z. B. durch ein Hof- und Fassadenprogramm (gab es in St. Ingbert bereits, wurde aber eingestellt) und / oder eine Bauberatung.

8.3.1.2 Nahversorgungszentrum Rohrbach

Das Nahversorgungszentrum (NVZ) Rohrbach ist mit 13 Einzelhandelsbetrieben auf zusammen rund 2.000m² Verkaufsfläche sowie den ergänzenden Dienstleistungseinrichtungen mit Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich ein Angebotsstandorte, der die Anforderungskriterien an die Einstufung als zentralen Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum“ erfüllt. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente, größter Anbieter ist ein strukturprägender Lebensmitteldiscounter.

Karte 17: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ Rohrbach



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Basis von Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: LVGL Saarland (2022); Legende für Kartengrundlage im Anhang; Abgrenzungen gemäß NVK 2015 (schwarz gestrichelte Linie) und EHK 2023 (rote Linie)

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums ist in Kapitel 6.2.1 beschrieben und wird nur geringfügig angepasst. Kleinere Abweichungen der Abgrenzung im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Jahr 2015 sind zum einen auf eine Vergrößerung des zentralen Versorgungsbereichs im westlichen Bereich (um den Lebensmittelmarkt (Lidl) in Gänze miteinzuschließen, der im Vorgängerkonzept noch nicht komplett in der Abgrenzung enthalten war), zum anderen auf eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung zurückzuführen. Für die weitere Vergrößerung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs reicht die Nutzungsdichte in der Umgebung nicht aus, denn diese ist überaus dünn bzw. nicht existent und wird in hohem Maße von Wohnen bestimmt.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Nahversorgungszentrum für die angrenzenden Wohngebiete
- Sicherung des vorhandenen Lebensmittelmarkts als frequenzerzeugender Magnetbetrieb
- Arrondierung und qualitative Optimierung des grundversorgungsrelevanten Angebots durch kleinteilige Ergänzungen
- Ausbau des Einzelhandelsangebots in der mittel- und / oder langfristigen Bedarfsstufe
- Sicherung und Stärkung des Dienstleistungsangebots
- Keine weitere räumliche Ausdehnung des NVZ

8.3.2 Sonderstandorte

Im Sinne der Ergänzungsfunktion ist eine zentrenverträgliche Sicherung und Weiterentwicklung einiger Sonderstandorte in St. Ingbert möglich. Das bedeutet, dass der perspektivische Entwicklungsschwerpunkt bei der Sicherung und ggf. dem Ausbau von Fachmarktangeboten mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment liegen soll.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung sind diese Standorte als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und – wenn erforderlich – weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe angestrebt werden muss. Es besteht Steuerungs- und Planerfordernis. In Bezug auf die St. Ingberter Sonderstandorte folgt daraus, dass Betriebe, die bereits dort verortet sind – egal mit welchem Kernsortiment –, natürlich **Bestandsschutz** genießen. Jedoch ist bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen (vgl. Kapitel 8.2) sowie landesplanerischen Zielen zu überprüfen. Dabei steht insbesondere die Zentrenverträglichkeit im Fokus. Für die St. Ingberter Sonderstandorte bedeutet das, dass langfristige Umnutzungsmöglichkeiten zu prüfen sind: wenn ein Betrieb mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auszieht, sollte ein Betrieb mit nicht zentrenrelevantem Sortiment die Mietnachfolge antreten. Die Neu-Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist zu vermeiden, denn Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment ist in den St. Ingberter Sonderstandorte nicht kompatibel mit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt St. Ingbert.

Bereits bei der Betrachtung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels (vgl. Kapitel 6.3) fiel die quantitative Schiefelage zugunsten der Sonderstandorte in städtebaulich nicht integrierter Lage auf. Mit mehr als der dreifachen Gesamtverkaufsfläche und einem hohen Anteil nahversorgungsrelevanter Warengruppen, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel, die rund 23 % der Gesamtverkaufsfläche der Sonderstandorte einnehmen, besteht eine ausgeprägte Konkurrenzsituation zu den zentralen Versorgungsbereichen. Zwar bedienen die Sonderstandorte u. a. andere Sortimente, dennoch sind einige zentrenrelevanten Sortimente in diesem städtebaulich nicht integrierten Standortbereichen vertreten (s. o.). Zudem dürften die Sonderstandorte bei Neuansiedlungen

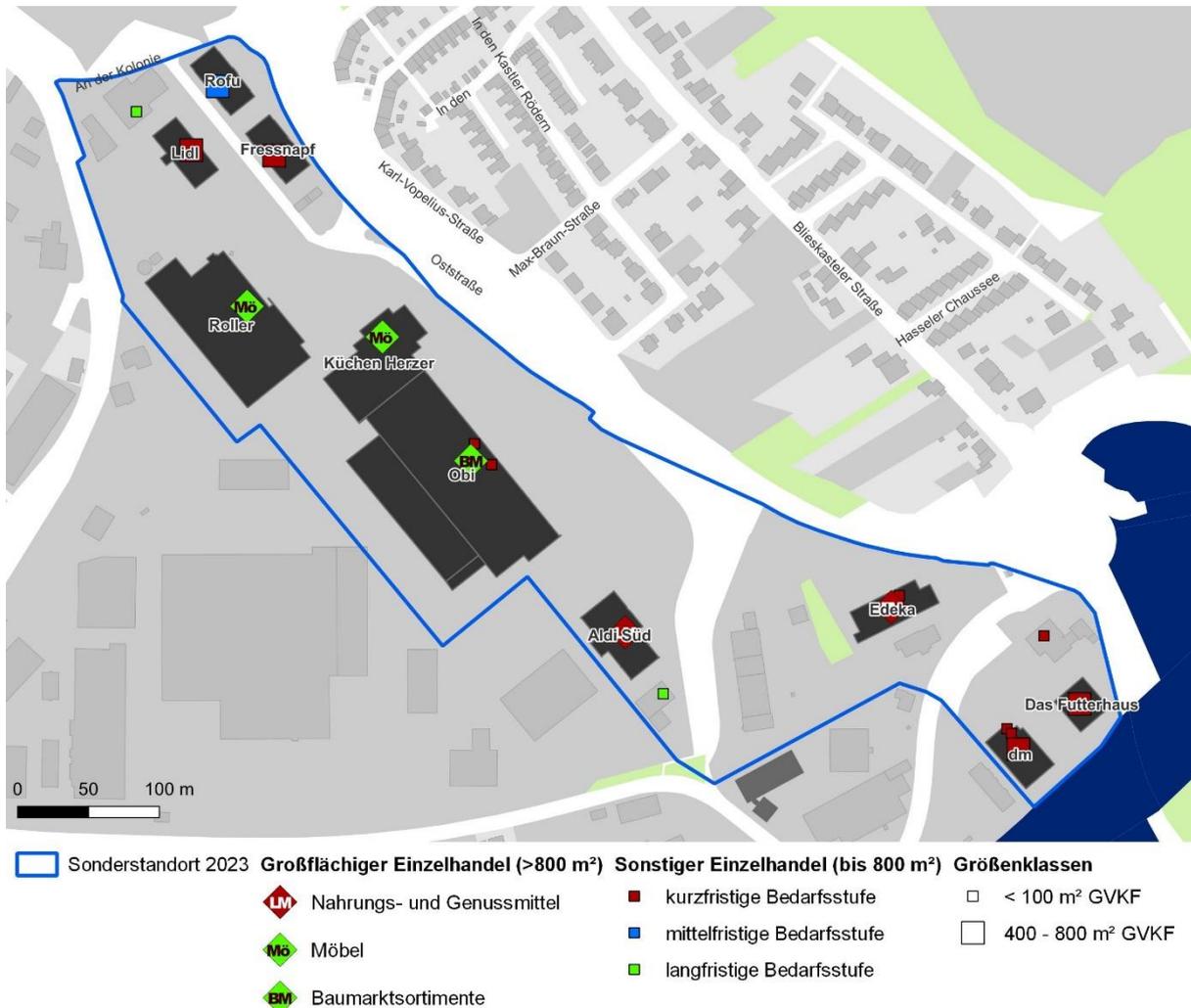
– insbesondere von großflächigen Anbietern – wesentlich attraktiver sein als die zentralen Versorgungsbereiche, auch aufgrund der guten Pkw-Erreichbarkeit des Standorts sowie der geringen Flächenverfügbarkeit in der Innenstadt. Umsatzverlagerungen durch Kaufkraftabflüsse zugunsten von den Sonderstandorten sind zu erwarten.

8.3.2.1 Sonderstandort Alte Glashütte / Oststraße

Der Sonderstandort Alte Glashütte / Oststraße am südlichen Rand der Kernstadt ist der größte Angebotsschwerpunkt in St. Ingbert. Er zeichnet sich durch ein großes Angebot in Form von fünf großflächigen Einzelhandelsbetrieben aus und verfügt über eine fast doppelt so große Gesamtverkaufsfläche wie das Hauptzentrum Innenstadt.

Der Angebotsschwerpunkt liegt in der langfristigen Bedarfsstufe (rund 77 % der Gesamtverkaufsfläche im SO Alte Glashütte / Oststraße), genauer gesagt in den Warengruppen Baumarktsortimente und Möbel. Darüber hinaus sind auch Kernsortimentsanbieter mit zentrenrelevantem Angebot dort lokalisiert, beispielweise in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Blumen (Indoor) / Zoo, aber auch Gesundheit und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung, die zusammen einen Anteil an der Gesamtverkaufsfläche vom SO Alte Glashütte / Oststraße von rund 20 % einnehmen.

Karte 18: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im Sonderstandort Alte Glashütte / Oststraße



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Basis von Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: LVGL Saarland (2022); Legende für Kartengrundlage im Anhang; Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen – keine rechtlich verbindliche Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke / Parzellen – überschreiten.

Aufgrund der unmittelbaren räumlichen Nähe werden die beiden Sonderstandorte Alte Glashütte (vgl. Kapitel 6.2.2.1) sowie Oststraße (vgl. Kapitel 6.2.2.2) zusammengefasst und in diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept als „SO Alte Glashütte / Oststraße“ definiert. Die räumliche Ausdehnung des Sonderstandorts ist in den Kapiteln 6.2.2.1 und 6.2.2.2 beschrieben.

Planungsrechtliche Ausweisung

Folgende planungsrechtliche Ausweisung ist – je nach Betrieb(en) – gegeben:

- Roller → SO Möbelmitnahmemarkt und Fachmarkt
- Lidl, Aldi, Rofu, Fressnapf → GE
- Obi, Herzer → SO Bau- und Gartenfachmarkt

- Edeka → GE
- dm, Das Futterhaus → GE

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Keine (weitere) Ansiedlung oder Weiterentwicklung von Betrieben mit zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten über den (genehmigten) Bestand hinaus
 - Zentrenverträgliche Sicherung und Entwicklung des Standorts, um die bestehende quantitative Schieflage in St. Ingbert zu entschärfen, durch...
 - ...den Ausbau als Ergänzungsstandort für überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Vorrangstandort für entsprechende Neuansiedlungen im Stadtgebiet), wobei eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß erfolgen sollte (Einzelfallprüfung),
 - ...den Abbau der zentrenrelevanten Sortimente,
 - ...die Mietnachfolge eines Betriebs mit nicht zentrenrelevantem Sortiment, wenn ein Betrieb mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auszieht, sowie
 - ...Vermeidung der Neu-Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten.
- Diversifizierung des Dienstleistungsangebots

8.3.2.2 Sonderstandort Dudweilerstraße

Der Sonderstandort Dudweilerstraße befindet sich im Westen der Kernstadt und verfügt über ein – vergleichsweise – überschaubares Angebot in Form von zwei großflächigen Einzelhandelsbetrieben. Insgesamt sind in diesem Standortbereich fünf Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 3.100 m² lokalisiert. Der Angebotsschwerpunkt liegt in der kurzfristigen Bedarfsstufe (rund 72 % der Gesamtverkaufsfläche im SO Dudweilerstraße), genauer gesagt im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, das rund 49 % der Gesamtverkaufsfläche des Standorts ausmacht.

Karte 19: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im Sonderstandort Dudweilerstraße



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Basis von Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: LVGL Saarland (2022); Legende für Kartengrundlage im Anhang;
 Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen – keine rechtlich verbindliche Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke / Parzellen – überschreiten.

Die räumliche Ausdehnung des Sonderstandorts ist in Kapitel 6.2.2.3 beschrieben.

Planungsrechtliche Ausweisung

Es existiert für das genannte Gebiet kein Bebauungsplan, daher ist eine planungsrechtliche Absicherung erforderlich.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Keine (weitere) Ansiedlung oder Weiterentwicklung von Betrieben mit zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten über den (genehmigten) Bestand hinaus
 - Zentrenverträgliche Sicherung und Entwicklung des Standorts, um die bestehende quantitative Schiefelage in St. Ingbert zu entschärfen, durch...
 - ...den Ausbau als Ergänzungsstandort für überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Vorrangstandort für entsprechende

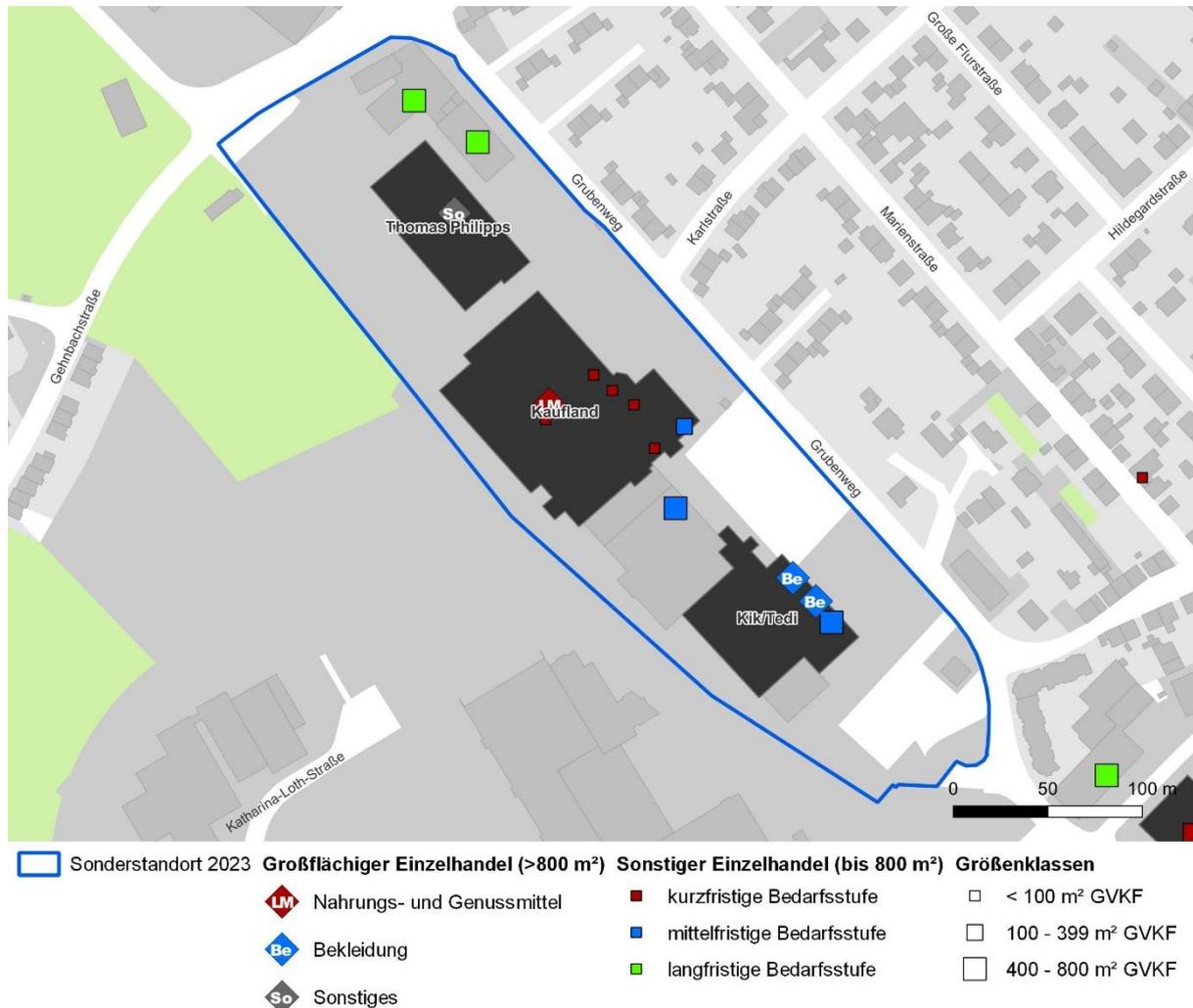
Neuansiedlungen im Stadtgebiet), wobei eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß erfolgen sollte (Einzelfallprüfung),

- ...den Abbau der zentrenrelevanten Sortimente,
 - ...die Mietnachfolge eines Betriebs mit nicht zentrenrelevantem Sortiment, wenn ein Betrieb mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auszieht, sowie
 - ...Vermeidung der Neu-Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten.
- Diversifizierung des Dienstleistungsangebots

8.3.2.3 Sonderstandort Grubenweg

Im Sonderstandort Grubenweg, der im Norden der Kernstadt liegt, sind vier großflächigen Einzelhandelsbetrieben beheimatet, insgesamt befinden sich dort 15 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 13.150 m². Der Angebotsschwerpunkt liegt in der kurzfristigen Bedarfsstufe (47 % der Gesamtverkaufsfläche im SO Grubenweg), genauer gesagt im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, das rd. 36 % der Gesamtverkaufsfläche des Standorts ausmacht.

Karte 20: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im Sonderstandort Grubenweg



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Basis von Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: LVGL Saarland (2022); Legende für Kartengrundlage im Anhang;
Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen – keine rechtlich verbindliche Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke / Parzellen – überschreiten.

Die räumliche Ausdehnung des Sonderstandorts ist in Kapitel 6.2.2.4 beschrieben.

Planungsrechtliche Ausweisung

Es existiert für das genannte Gebiet kein Bebauungsplan, jedoch ist ein Aufstellungsbeschluss gefasst und eine Veränderungssperre erlassen.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

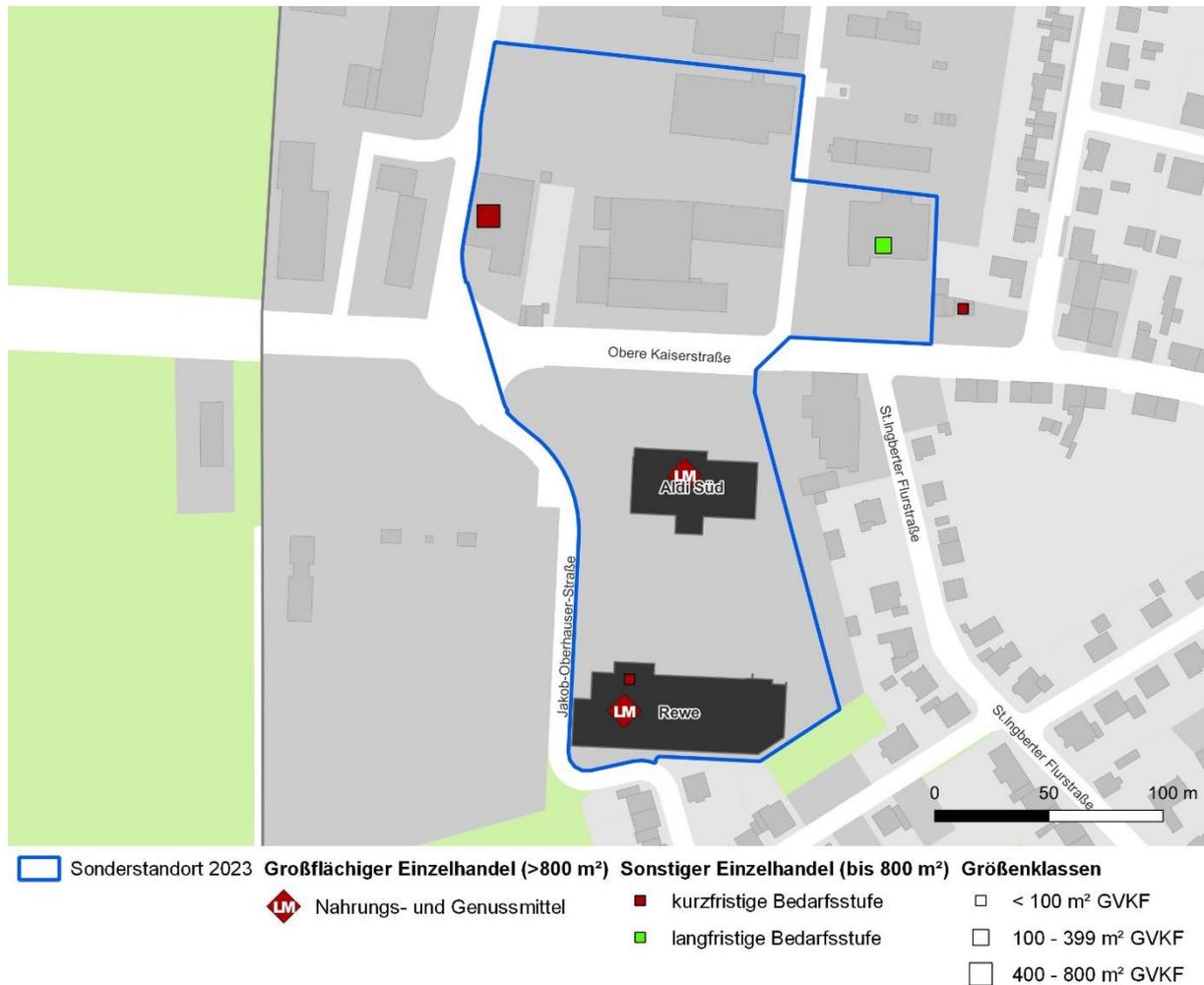
- Keine (weitere) Ansiedlung oder Weiterentwicklung von Betrieben mit zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten über den (genehmigten) Bestand hinaus
 - Zentrenverträgliche Sicherung und Entwicklung des Standorts, um die bestehende quantitative Schiefe in St. Ingbert zu entschärfen, durch...

- ...den Ausbau als Ergänzungsstandort für überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Vorrangstandort für entsprechende Neuansiedlungen im Stadtgebiet), wobei eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß erfolgen sollte (Einzelfallprüfung),
 - ...den Abbau der zentrenrelevanten Sortimente,
 - ...die Mietnachfolge eines Betriebs mit nicht zentrenrelevantem Sortiment, wenn ein Betrieb mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auszieht, sowie
 - ...Vermeidung der Neu-Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten.
- Diversifizierung des Dienstleistungsangebots

8.3.2.4 Sonderstandort Rohrbach-West

Der einzige Sonderstandort außerhalb von St. Ingbert-Mitte ist der Sonderstandort Rohrbach-West, der sich im Westen des namensgebenden Stadtteil Rohrbach befindet. Er zeichnet sich durch ein Angebot in Form von zwei großflächigen Einzelhandelsbetrieben aus, insgesamt sind dort vier Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 3.400 m² angesiedelt. Der Angebotschwerpunkt liegt in der kurzfristigen Bedarfsstufe (rund 95 % der Gesamtverkaufsfläche im SO Rohrbach-West), genauer gesagt im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, das rund 71 % der Gesamtverkaufsfläche des Standorts ausmacht.

Karte 21: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im Sonderstandort Rohrbach-West



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Basis von Junker+Krusse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022; Kartengrundlagen: LVGL Saarland (2022); Legende für Kartengrundlage im Anhang;
 Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen – keine rechtlich verbindliche Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke / Parzellen – überschreiten.

Die räumliche Ausdehnung des Sonderstandorts ist in Kapitel 6.2.2.5 beschrieben.

Planungsrechtliche Ausweisung

Folgende planungsrechtliche Ausweisung ist – je nach Betrieb(en) – gegeben:

- Rewe → SO für Vollsortimentmarkt
- Aldi → planungsrechtliche Absicherung erforderlich

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Keine (weitere) Ansiedlung oder Weiterentwicklung von Betrieben mit zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten über den (genehmigten) Bestand hinaus

- Zentrenverträgliche Sicherung und Entwicklung des Standorts, um die bestehende quantitative Schiefelage in St. Ingbert zu entschärfen, durch...
 - o ...den Ausbau als Ergänzungsstandort für überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Vorrangstandort für entsprechende Neuansiedlungen im Stadtgebiet), wobei eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß erfolgen sollte (Einzelfallprüfung),
 - o ...den Abbau der zentrenrelevanten Sortimente,
 - o ...die Mietnachfolge eines Betriebs mit nicht zentrenrelevantem Sortiment, wenn ein Betrieb mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auszieht, sowie
 - o ...Vermeidung der Neu-Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten.
- Diversifizierung des Dienstleistungsangebots

8.3.3 Integrierte (solitäre) Standorte zur Nahversorgung

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im St. Ingberter Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt St. Ingbert und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb St. Ingberts nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt sichergestellt werden kann, decken die **städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken ab.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben dem zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb St. Ingberts – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandorts bezieht sich dabei **immer** auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (**keine wettbewerbliche Schutzfunktion**). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Zum Erhebungszeitpunkt kann in St. Ingbert folgender solitärer Nahversorgungsstandort in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m² Verkaufsfläche, in begründeten Ausnahmefällen auch weniger) definiert werden:

- Spieser Landstraße, St. Ingbert (derzeit Edeka)

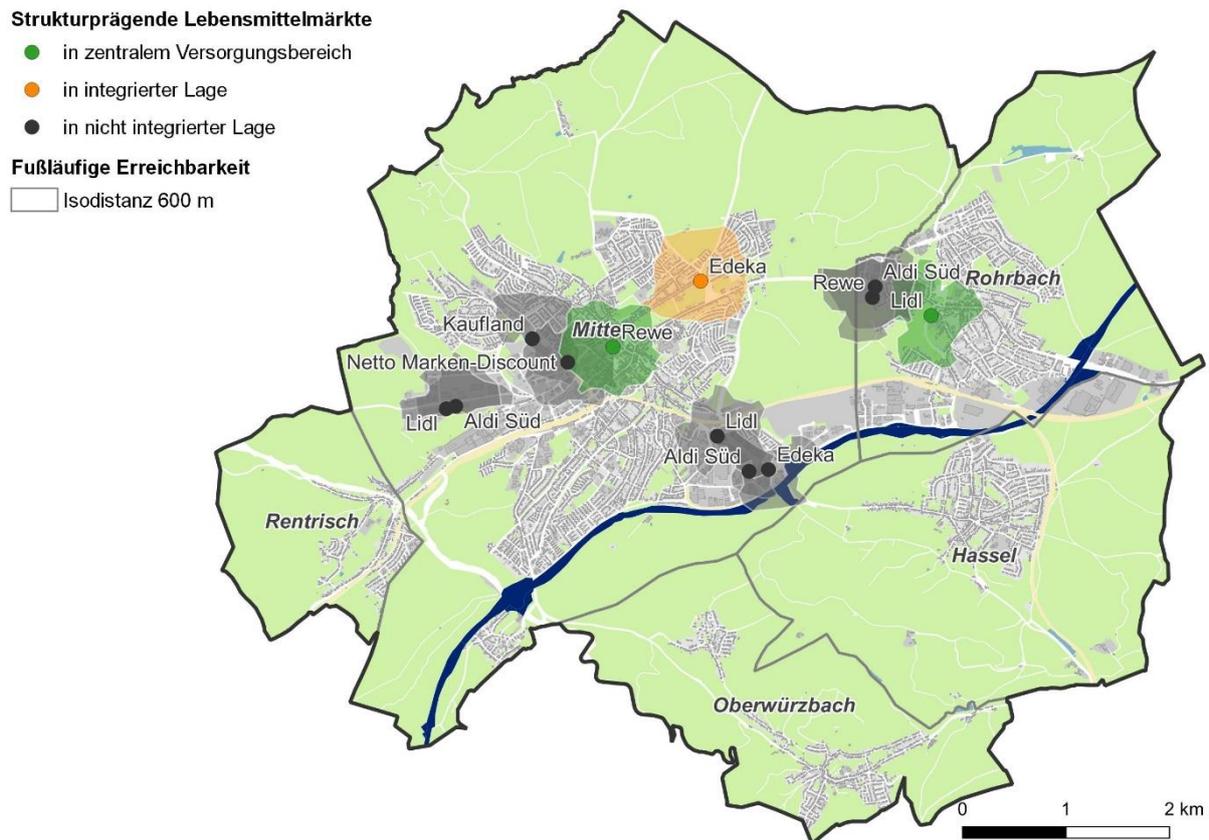
Der Anbieter hat heute eine Gesamtverkaufsfläche von rund 650 m² und weist damit eine marktunübliche Verkaufsflächengröße auf, woraus sich ein wettbewerblicher Anpassungsdruck ergeben könnte. Jedoch leistet aufgrund seiner integrierten Lage sowie seiner Größe⁵³ einen wichtigen Beitrag zur (fußläufigen) Nahversorgung der Bevölkerung. Außerdem wird der Markt durch zwei Bäckereien (beide unter 50 m²) sinnvoll ergänzt. Nichtsdestotrotz ist eine Verkaufsflächenerweiterung mittelfristig unausweichlich, da die heutige Dimensionierung des Markts marktunüblich und dessen Erscheinungsbild „in die Jahre gekommen“ ist. Sofern es zu einem Erweiterungswunsch des bestehenden Lebensmittelmarktes in die Großflächigkeit kommen sollte, wäre – in Abhängigkeit der angestrebten Verkaufsflächengröße – ein bauleitplanerisches Verfahren notwendig.

Fußläufige Erreichbarkeit

In der nachfolgenden Karte 22 sind die bestehenden strukturprägenden Lebensmittelmärkte mit den umliegenden Bereichen dargestellt, die in einer Fußwegedistanz von rund 600 bis 700 m (Isodistanz) liegen. Daraus folgt, dass die Bereiche außerhalb dieser Isodistanzen fußläufig unterversorgt sind und somit meist auf ein anderes Verkehrsmittel (insbesondere das Auto) zurückgegriffen wird. Auch lassen sich in der kartographischen Darstellung die städtebauliche Lage (zentral, städtebaulich integriert sowie städtebaulich nicht integriert) ablesen. Eine mögliche Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes sollte unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes an einen Nahversorgungsstandort im Sinne des Einzelhandelskonzeptes erfolgen.

⁵³ Der Markt ist sowohl der einzige als auch der mit Abstand größte Lebensmittelanbieter im nördlichen Siedlungsreich von St. Ingbert.

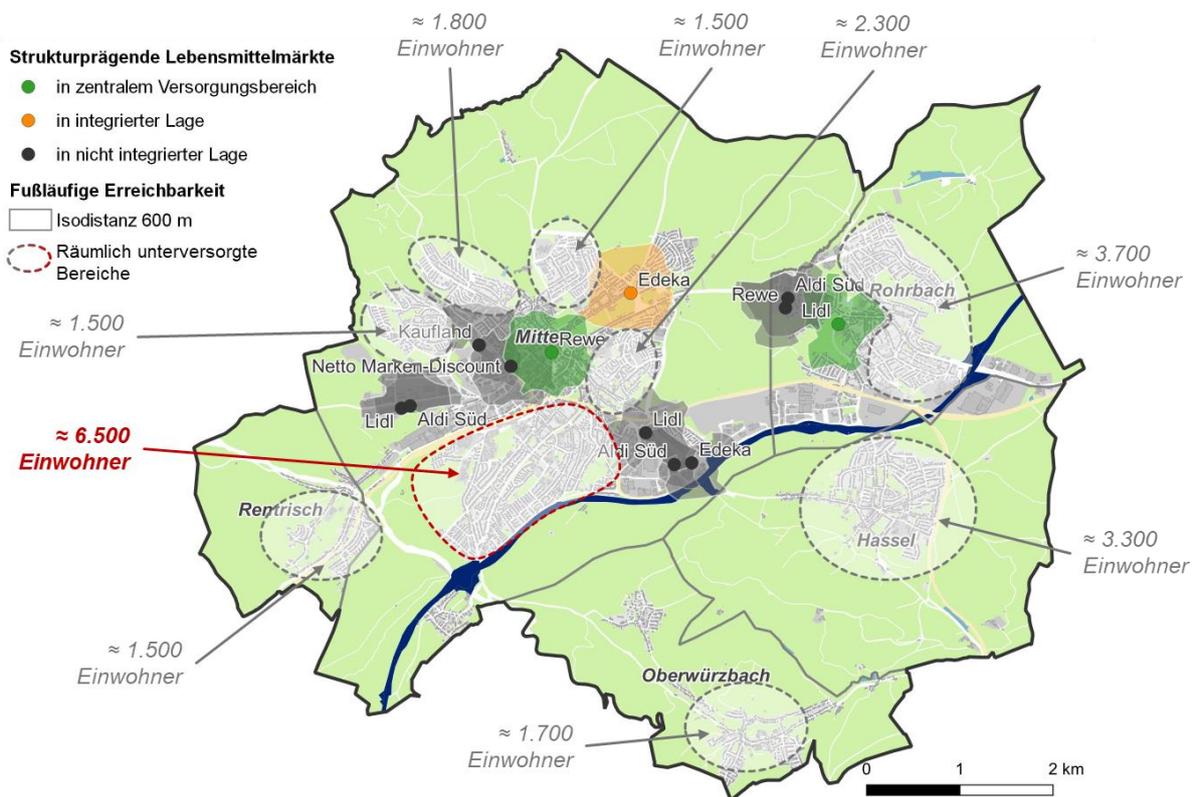
Karte 22: Lebensmittelmärkte mit fußläufiger Versorgung (Isodistanzen)



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis von Junker + Kruse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022 und Kartengrundlagen LVGL Saarland (2022); Legende für Kartengrundlage im Anhang

Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standorts rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rund 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in dem zentralen Versorgungsbereich bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.

Daraus ergibt sich folgende Karte, die die Bevölkerungszahlen der unterversorgten Bereiche ermittelt:

Karte 23: Lebensmittelmärkte mit fußläufiger Versorgung (Isodistanzen)


Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis von Junker + Kruse Einzelhandelserhebung St. Ingbert 2022 und Kartengrundlagen LVGL Saarland (2022); Legende für Kartengrundlage im Anhang

Die größte Unterversorgung besteht daher im südwestlichen Teil von St. Ingbert-Mitte (rot markierter Bereich) mit rund 6.500 Einwohnern. Daraus resultiert die gutachterliche Empfehlung, im genannten Bereich von St. Ingbert nach einem geeigneten Standort zu suchen und / oder dortige Ansiedlungsgesuche – vorausgesetzt, sie befinden sich in geeigneter Lage – positiv zu begleiten. Eine Randlage in diesem Bereich sollte aber unbedingt vermieden werden.

Entwicklungsempfehlungen

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** des oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandort** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieses Nahversorgungsbetriebs – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestands an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).
- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Wie bereits angesprochen, bestehen räumlich-strukturelle Angebotsdefizite in der Nahversorgung insbesondere im südwestlichen Bereich von St. Ingbert-Mitte (s.o.).

Dabei müssen großflächige Einzelhandelsvorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO den landesplanerischen Vorgaben⁵⁴ des saarländischen LEP⁵⁵ entsprechen. U. a. sind diese in den Ortsteilen (also abseits des Kernorts St. Ingbert) nur dann zulässig, wenn das Vorhaben

- der Sicherung der Nahversorgung dient⁵⁶ und
- eine erforderliche Mantelbevölkerung zur Auslastung des Vorhabens nachweisen kann.

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen.

- Eine zukünftige Aufgabe ist die Sicherung der Nahversorgung im zentralen Versorgungsbe- reich Hauptzentrum Innenstadt. Das Lebensmittelangebot in der Innenstadt ist zurzeit zwar gut, allerdings nicht ewig gesichert. Falls der strukturprägende Anbieter den Standortbereich verlässt, ist für adäquaten Ersatz zu sorgen, der die Mietnachfolge antritt. Die erneute Ansied- lung eines Lebensmittelmarktes kann die Versorgungssituation und -bedeutung des Stadt- kerns als herausragendes Versorgungszentrum der Stadt St. Ingbert sichern. Dabei sind Di- mensionierung und Standort eines potenziellen Marktes entscheidend.
- Eine besondere Rolle im Rahmen der wohnungsnahen Grundversorgung nehmen zudem auch Drogeriemärkte ein. Durch die Insolvenz der Fa. Schlecker sind auch kleinere Drogeriemarkt- Filialen in St. Ingbert geschlossen worden. Die Betriebsgrößen der ehemaligen Schlecker- Märkte (zwischen 100 und 300 m²) entsprechen heute nicht mehr den aktuellen Standortan- forderungen der Betreiber moderner Drogeriemärkte. Die Aufgabe der Filialen deutet ohnehin auf eine mangelnde ökonomische Rentabilität aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungs- gebieten an diesen Standorten hin. Unter räumlichen Gesichtspunkten hat eine Konzentration des branchenspezifischen Angebots stattgefunden.
- Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** er- höht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergä- nzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen fre- quenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Im- biss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know- how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.
- Die **landwirtschaftliche Direktvermarktung**, beispielsweise in Hofläden, durch Abokisten oder Beschickung von Wochen- und Bauernmärkten in ländlich geprägten Bereichen leistet einen Beitrag insbesondere zur qualitativen Abrundung des gesamtstädtischen,

⁵⁴ Dies umfasst die Ziele 42, 44 bis 47, 50, ggf. 51 und 52 sowie den Grundsatz 48.

⁵⁵ Quelle: LEP „Siedlung“ 2006: 991f.

⁵⁶ Das bedeutet, dass sich die Gesamtverkaufsfläche am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versor- gungsgebiet orientiert: Soll-Umsatz des Betriebs bewegt sich im Rahmen einer Kaufkraftabschöpfung von 35 – 50 % (Orientierungswert, Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, vgl. dazu auch Ansiedlungsregel 1 (Kap 8.5) dieser Untersuchung).

grundversorgungsrelevanten Angebots. Daher sollte diese Vermarktungsform von landwirtschaftlichen Produkten direkt durch den Erzeuger positiv begleitet werden.

- Die Ansiedlung größerer Märkte ist allein zur Nahversorgung der Wohnbevölkerung in kleineren Bereichen bzw. Wohnplätzen und Siedlungsrandbereichen ökonomisch oft nicht tragfähig. Deshalb sind auch **alternative kleinteilige Angebotsformen** wie „Dorfläden“, sog. „Convenience-Stores“ oder Nachbarschaftsläden sinnvoll. Diese setzen jedoch ein hohes Maß an bürgerlichem Engagement voraus. Zudem ist festzuhalten, dass alternative Nahversorgungskonzepte im Gegensatz zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit häufig schwierig zu betreiben sind. In der Praxis kommen sie daher bislang nur in Ausnahmefällen vor. Sie sollten aber dennoch zur Sicherung der Nahversorgung auch künftig in Einzelfällen zumindest in Betracht gezogen werden.

Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten St. Ingberter Stadtgebiet, die sich auf die zentralen Versorgungsbereiche, Sonderstandorte und den integrierten Nahversorgungsstandort im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt St. Ingbert dient der Umsetzung dieses Ziels.

8.4 St. Ingberter Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der beiden zentralen Versorgungsbereiche und der Definition der solitären Nahversorgungsstandorte stellt die „St. Ingberter Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten** und **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig⁵⁷.

Rechtliche Prämissen und Rahmenbedingungen, Begriffsdefinitionen sowie schließlich die Herleitung der für die Stadt St. Ingbert ortsspezifischen Liste werden im Folgenden dargestellt.

⁵⁷ vgl. dazu vgl. Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Rdnr. 519

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchstrichterlich anerkannt⁵⁸. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z. B. relevant

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten),
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO sowie in bislang unbeplanten Innenbereichen nach § 9 (2a) BauGB nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden⁵⁹. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren zuweilen bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Zur Steuerung des Einzelhandels ist daher eine ortsspezifische Sortimentsliste notwendig, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen⁶⁰.

Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis durchaus unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem nahversorgungsrelevante,

⁵⁸ vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

⁵⁹ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

⁶⁰ vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente⁶¹ zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für den Hauptzentrum Innenstadt zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind eine Teilgruppe der zentrenrelevanten Sortimente und dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten, aber auch in Grund- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann bei entsprechender Dimensionierung im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit z. B. Lebensmitteln oder Gesundheit und Körperpflegeartikeln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in St. Ingbert – für den innerörtlichen Einzelhandel keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche (und mehr) umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

⁶¹ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebs wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebots und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

Landesplanerische Vorgaben im Saarland

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Waren zu beachten. Im Landesentwicklungsplan⁶² (LEP „Siedlung“ 2006, Anlage 7) mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels im Saarland sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur saarländischer Innenstädte und Stadtkerne prägen. Die zentrenrelevanten Einzelhandelssortimente gemäß Anlage 7 sind zu berücksichtigen und unterliegen somit der kommunalen Abwägung. Aufgrund der örtlichen Situation kann eine Kommune diese Auflistung der zentrenrelevanten Sortimente anpassen und erweitern.

Folgende zentrenrelevante Leitsortimente werden im LEP „Siedlung“ 2006 definiert:

- Sortimente der Grund- / Nahversorgung / des kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk, Getränke und Tabakwaren)
- Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren, Büroartikel
- Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik, kunstgewerbliche Artikel, Geschenkartikel, Bastelartikel, Antiquitäten
- Bekleidung, Leder- / Pelzwaren, Schuhe
- Uhren, Schmuck, Edelmetallwaren
- Drogeriewaren, Kosmetika, pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel
- Unterhaltungselektronik / Telekommunikations- und EDV-Bedarf, Kleinelektrohaushaltswaren („braune Ware“)
- Musikinstrumente, Musikalienhandel, Bild- und Tonträger
- Fotogeräte, feinmechanische / optische Erzeugnisse und Zubehör
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Teppiche (ohne Teppichböden), Beleuchtungskörper, Raumausstattung
- Baby-, Kinderartikel
- Spielwaren, Sportartikel (kleinteilig), Reit-/Jagdbedarf
- Wolle, Kurzwaren / Handarbeit, Nähmaschinen und Zubehör
und
- Schnittpflanzen, zoologischer Bedarf, lebende Tiere, Tiernahrung

⁶² Quelle: LEP „Siedlung“ 2006: 1008

Herleitung der St. Ingberter Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus, Bishopink und Wirth⁶³ empfehlen im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten:

- Zunächst gilt es, die Zielvorgaben der Raumordnung im entsprechenden Bundesland zu prüfen. Wenn bindende Vorgaben zu zentrenrelevanten Sortimenten bestehen (wie im Landesraumentwicklungsplan Saarland, Teilabschnitt „Siedlung“), müssen diese in die ortsspezifische Sortimentsliste aufgenommen werden. Die Stadt ist an die verbindlichen Zielvorgaben der Raumordnung gebunden.
- Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts werden die tatsächlich vorhandenen, weiteren typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen im zentralen Versorgungsbereich, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – isolierten, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumstbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzepts / Einzelhandelskonzepts notwendig).
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der Stadtspezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

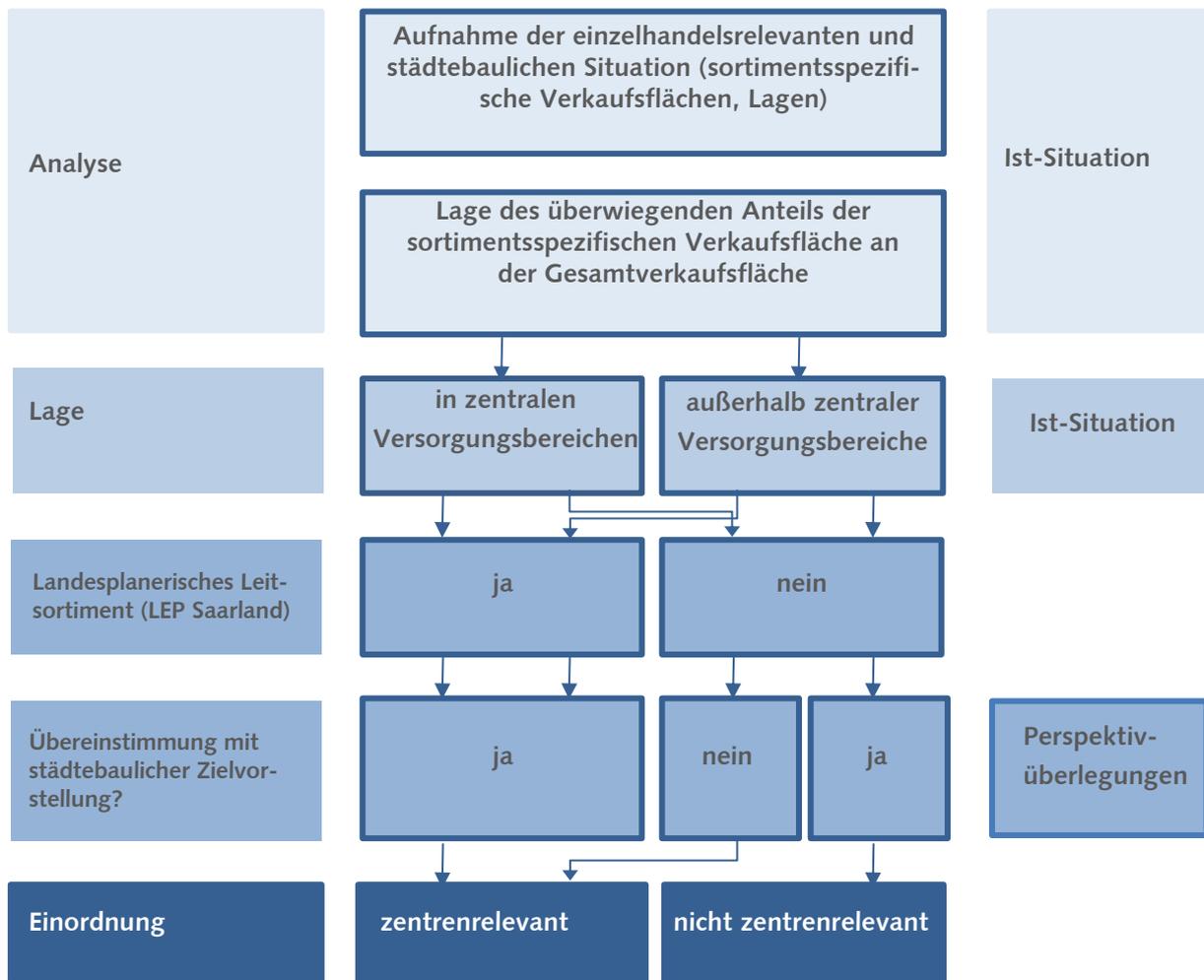
Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt St. Ingbert selbst,
- der Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente, Kopplungsaffinitäten, quantitativen oder qualitativen Angebotsschwerpunkten, Betriebsstrukturen etc., aber auch
- der allgemeinen Bedeutung der entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen in St. Ingbert.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Stadt St. Ingbert unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben:

⁶³ vgl. Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Rdnr. 521

Abbildung 13: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: Darstellung Junker+Kruse

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in St. Ingbert sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in St. Ingbert ergibt sich die im Folgenden dargestellte St. Ingberter Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 11: Sortimentsliste für die Stadt St. Ingbert**Zentrenrelevante Sortimente (abschließende Aufzählung)***davon nahversorgungsrelevante Sortimente:*

Backwaren / Konditoreiwaren	Getränke ¹
Blumen	Nahrungs- und Genussmittel ²
Drogeriewaren / Körperpflegeartikel	Zeitungen / Zeitschriften
Fleischwaren	
Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Bekleidung, Wäsche	Medizinische und orthopädische Artikel ⁶
Bücher	Musikinstrumente und Zubehör
Büromaschinen	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Elektroklein- und -großgeräte	Schuhe
Elektronik und Multimedia ³	Spielwaren
Glaswaren / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren ⁴	Sportartikel / -kleingeräte
Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle	Sportbekleidung
Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Sportschuhe
Hobbyartikel ⁵	Uhren / Schmuck
Kosmetik- / Parfümerieartikel	Wohndekorationsartikel ⁷ , Kunstgegenstände und Bilderrahmen

Nicht-zentrenrelevante Sortimente (nicht abschließende Auflistung)

Angler- und Jagdartikel ⁸ , Waffen	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Bettwaren ⁹ , Matratzen ¹⁰	Möbel ¹⁶ (inkl. Küchen)
Bauelemente, Baustoffe, Holz	Pflanzen / Samen
baumarktspezifisches Sortiment ¹¹	Reitsportartikel
Campingartikel ¹²	Sportgroßgeräte ¹⁷
Fahrräder und technisches Zubehör	Teppiche (Einzelware)
Gartenartikel / -geräte ¹³	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
Kfz- ¹⁴ , Caravan- ¹⁵ und Motorradzubehör (inkl. Kindersitze)	Zoologische Artikel (inkl. Heim- und Kleintierfutter), lebende Tiere ¹⁸
Kinderwagen	

grün dargestellt: mehrheitlich innerhalb ZVB

Quelle: Darstellung Junker+Kruse

Erläuterungen

- ¹ dazu gehören u. a. Wein / Sekt / Spirituosen
- ² dazu gehören u. a. Kaffee / Tee / Tabakwaren
- ³ dazu gehören u. a. Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
- ⁴ Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
- ⁵ dazu gehören u. a.: Künstlerartikel / Bastelzubehör, Sammlerbriefmarken und -münzen
- ⁶ dazu gehören u. a. Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel / Orthopädiewaren

- ⁷ dazu gehören u. a. Kunstgewerbe (kunstgewerbliche Artikel / Erzeugnisse) / Bilder / Bilderrahmen, sonstige Wohneinrichtungsartikel (Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen)
- ⁸ ohne Bekleidung und Schuhe
- ⁹ dazu gehören u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
- ¹⁰ ohne Bettwäsche (Heimtextilien)
- ¹¹ dazu gehören u. a. Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
- ¹² dazu gehören u. a. Zelte, Isomatten und Schlafsäcke (ohne Caravanzubehör, Bekleidung und Schuhe)
- ¹³ dazu gehören u. a. Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör; Gartenwerkzeug wie z. B. Schaufeln, Harken, Scheren; Gartenmaschinen wie z. B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer; Grillgeräte und -zubehör; Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche und Zubehör, Großspielgeräte; Pflanzgefäße (Outdoor auch Terrakotta)
- ¹⁴ Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
- ¹⁵ dazu gehören u. a. Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
- ¹⁶ dazu gehören u. a. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen
- ¹⁷ dazu gehören u. a. Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel, Boote
- ¹⁸ dazu gehören u. a. Heim- und Kleintierfutter, lebende Tiere und Hygieneartikel für Kleintiere

8.5 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts bilden gesamtstädtische **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt St. Ingbert** (vgl. Kapitel 8.2) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt St. Ingbert abgeleitet werden.

Diese als **Ansiedlungsregeln** formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben in St. Ingbert bilden die Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Der wesentliche Vorteil dieser **gesamtstädtischen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Ansiedlungsregeln ist vorab noch Folgendes herauszustellen:

- die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Ansiedlungsregeln für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar;

- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend;
- die Grundsätze betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d.h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben;
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).

ANSIEDLUNGSREGEL 1

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten werden zukünftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Innenstadt und Nahversorgungszentrum Rohrbach sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – ausnahmsweise auch zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten Nahversorgungsstandorten in den Stadtteilen sowie Siedlungsbereichen ermöglicht. Standorte für Drogeriemärkte sollen konsequent nur in den zentralen Versorgungsbereichen liegen.

Die maximale Dimensionierung eines Betriebes soll sich an der jeweiligen Versorgungsfunktion des Standorts orientieren:

- Hauptzentrum: Gesamtstädtische Versorgungsfunktion
- Nahversorgungszentrum Rohrbach: Stadtteilweite Versorgungsfunktion
- (solitäre) Nahversorgungsstandorte: Versorgungsfunktion für umliegende Siedlungsgebiete (funktionales Versorgungsgebiet)
 - Innerhalb der Kernstadt (Mitte) = zunächst fußläufiger Einzugsbereich (600 m), bei erkennbarer Unterversorgung angrenzender Wohnsiedlungen auch weitergefasst
 - Außerhalb der Kernstadt = jeweiliger Stadtteil

Einzelhandelsbetriebe (mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel) können außerhalb des St. Ingberter Hauptzentrums Innenstadt möglich sein, wenn sie

- der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung darf eine Quote von 35 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft im Versorgungsgebiet nicht wesentlich übersteigen),
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind und
- (auch) fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind.

Ausnahme: Verkaufsstätten in Verbindung mit einem landwirtschaftlichen Betrieb (sog. **Hofläden**) können auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Stadtkern St. Ingbert und auch außerhalb des Siedlungszusammenhangs realisiert / erweitert werden, wenn

- die Verkaufsstätte dem landwirtschaftlichen Hauptbetrieb (Hofstelle) räumlich zugeordnet
- und im betrieblichen Zusammenhang errichtet ist,
- die angebotenen Waren (Nahrungs- und Genussmittel) aus eigenem Anbau / aus der eigenen Zucht / Mast stammen oder im unmittelbaren Zusammenhang mit den angebauten / gezüchteten/gemästeten Waren stehen,

- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem landwirtschaftlichen Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO (800 m² Verkaufsfläche) nicht überschritten wird.

Erläuterungen (ohne Drogeriemärkte)

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, **die Nahversorgung zukünftig zu sichern und zu verbessern**. Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen daher zukünftig **in den zentralen Versorgungsbereichen sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – an integrierten Nahversorgungsstandorten** liegen. Unter bestimmten Bedingungen sind also auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf zentralen Versorgungsbereiche oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzepts ausgehen.

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne des St. Ingberter Einzelhandelskonzepts werden Standorte definiert, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist und für die eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll: Im Falle eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens im **kompakten Siedlungsbereich** der St. Ingberter Kernstadt würde ein zu versorgendes Gebiet als Nahbereich definiert werden. Dieser entspricht der fußläufigen Erreichbarkeit in einer Entfernung von rund 600 bis 700 m, um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen.

Berechnungsbeispiel zur Kaufkraftabschöpfung

Ausgangssituation

- Vorhaben: Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m²
- Standort: städtebaulich integriert
- Einwohner: im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet leben rund 3.000 Einwohner

Berechnung des Soll-Umsatzes des Vorhabens

- Der geplante Lebensmitteldiscounter bietet auf rund 80 % seiner Gesamtfläche, d. h. rund 960 m², Nahrungs- und Genussmittel an:
 $1.200 \text{ m}^2 \times 80 \% = 960 \text{ m}^2$
- Auf dieser Fläche erwirtschaftet er im Schnitt voraussichtlich rund 6,7 Mio. Euro:
 $960 \text{ m}^2 \times 7.000 \text{ Euro} / \text{m}^2 = 6,7 \text{ Mio. Euro}$

(Die Flächenproduktivität der Lebensmitteldiscounter liegt im Jahr 2022 zwischen 4.070 bis max. 9.300 Euro / m².)⁶⁴

Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet

- Die Einwohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rund 7,6 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel:
3.000 EW x 2.549 Euro je Einwohner = 7,6 Mio. Euro
- Ein Einzelanbieter kann in der Regel max. rund 40 % dieser Kaufkraft abschöpfen:
7,6 Mio. Euro x 40 % = 3,1 Mio. Euro

Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation)

- Der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel übersteigt die abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung um mehr als das Doppelte:
6,7 Mio. Euro / 3,1 Mio. Euro = 2,2

Schlussfolgerung:

Das Vorhaben dient nicht primär der Nahversorgung der Bevölkerung im zugeordneten Versorgungsgebiet, sondern müsste mehr als die Hälfte des Soll-Umsatzes im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel durch Kaufkraftzuflüsse von außerhalb dieses Gebiets beziehen (ggf. zu Lasten anderer städtebaulich wünschenswerter Standorte). Das Vorhaben ist im Sinne der aus den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts abgeleiteten Ansiedlungsregel 1 nicht zulässig.

Insbesondere **in den kleineren Stadtteilen der Stadt St. Ingbert** und den **dünn besiedelten Wohnsiedlungsrandbereichen** erfordert die vorhandene aufgelockerte Siedlungsstruktur jedoch eine weiter ausdifferenzierte Regelungssystematik: Die in diesen Bereichen vorherrschenden siedlungsstrukturellen, verkehrlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen führen dazu, dass städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte vergleichsweise weit entfernt von den Wohnstandorten liegen. Somit greift das erforderliche Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich eines (rund 600 bis 700 m) Planvorhabenstandorts als Prüfkriterium nicht. Um aber auch in solchen Stadtbereichen – unter Berücksichtigung des formulierten Ziels einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet – eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung von möglichen woh-nortnahen Nahversorgungsstandorten (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb St. Ingberts zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien (u. a. siedlungsräumliche Strukturen, verkehrliche Barrieren, Lage und Entfernung zu Zentren und Nahversorgungsstandorten) einzelfallbezogen zu definieren. In der Regel sind in diesem Zusammenhang jedoch auch hier die umliegenden zusammenhängenden Siedlungskörper der jeweiligen statistischen Bezirke als grundlegender Orientierungsmaßstab heranzuziehen. Die Kaufkraftabschöpfung sollte hier die sortimentspezifische Kaufkraft im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet nicht übersteigen.

Eine über den Bestandsschutz bzw. die bauplanungsrechtlichen Festsetzungen hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an **städtebaulich nicht integrierten Standorten** ist hingegen

⁶⁴ vgl. Hahn Gruppe; 18. Retail Real Estate Report Germany 2022/2023; Bergisch-Gladbach

auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“, Verkaufsstätten i. S. d. „Handwerkerprivilegs“ s. u.) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

Erläuterungen zu Drogeriemärkten

Entwicklungen der Drogeriemarkt-Branche

Mit der Schlecker-Insolvenz im Jahre 2012 erlebten die Anzahl und der Umsatz der Drogeriemärkte in Deutschland einen deutlichen Einbruch. Die Zahl sank von 2011 bis 2012 von rund 10.250 auf 3.855 Märkte und damit um mehr als 60 %. Damit einher ging eine deutliche Ausdünnung des Filialnetzes, was vor allem in dünner besiedelten Bereichen und im ländlichen Raum zu Versorgungslücken führte. Der Umsatz der Branche sank von 13,5 Mrd. Euro im Jahre 2011 auf 11,8 Mrd. Euro im Jahre 2012 um rund 13 %.

Seither hat sich der Umsatz jedoch sehr gut erholt. Auch die Anzahl der Betriebe ist stetig angestiegen, wobei die Anzahl aus dem Jahre 2011 längst nicht erreicht wird. Im Jahre 2019 sind es 4.855 Märkte. Das entspricht einem Anteil von 47 % gegenüber 2011. Dabei ist festzuhalten, dass besonders die Wettbewerber dm-Drogeriemarkt und Rossmann deutliche Entwicklungen erfahren haben. Diese „neuen“ Märkte unterscheiden sich sowohl in den Verkaufsflächengrößen (500-800 m²) deutlich von Schlecker-Märkten (150-250 m²), als auch im Angebot sowie im Erscheinungsbild (breiteres Angebot, niedrige Regal, breitere Gänge, Lichtdesign etc.). Die Unternehmen wählen für die Ansiedlung von Drogeriemärkten vor allem Standorte mit hoher Kundenfrequenz, guter Verkehrsanbindung (guten Parkmöglichkeiten, Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr) und entsprechend hohen Umsatzerwartungen (und nicht wie Schlecker mit geringen Ladenmieten in Randlagen oder Vorstädten). Folgende Standorte stehen im Blickwinkel der Expansion:

- innerstädtische 1A und 1B-Lagen
- Einkaufszentren
- Fachmarktzentren
- Nahversorgungs- und Ortsteilzentren
- Verbundstandorte mit gut frequentierten Lebensmittelmärkten

Die Expansionsbestrebungen der Unternehmen zielen damit nicht nur auf Lagen in den städtischen Zentren (zentralen Versorgungsbereichen) ab, sondern auch auf Lagen außerhalb der Zentren. Dabei handelt es sich sowohl um wohnsiedlungsräumlich integrierte Standorte als auch um nicht integrierte Standorte (an Hauptverkehrsstraßen oder in Gewerbegebieten bzw. an Fachmarktstandorten). Nicht zuletzt aufgrund ihrer Gesamtverkaufsfläche entwickeln moderne Drogeriemärkte außerhalb der Zentren jedoch eine Ausstrahlungskraft, die deutlich über den Nahbereich hinausreicht, so dass ihnen i. d. R. keine reine Nahversorgungsfunktion zukommt. Dabei findet aufgrund der Flächenansprüche, die unter 800 m² und damit der Großflächigkeit liegen, häufig keine eingehende planerische Auseinandersetzung mit entsprechenden Ansiedlungsbegehren statt.

Handlungsempfehlung zum planerischen Umgang mit Drogeriemärkten in St. Ingbert

Das Angebot an Drogeriewaren wird in der Stadt St. Ingbert vor allem in drei Drogeriemärkten (alle in Sonderstandorten gelegen) sowie in mehreren Apotheken (mehrheitlich in dem Hauptzentrum Innenstadt) angeboten. Außerdem ist es ein typisches Randsortiment in Lebensmittelmärkten (Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmitteldiscounter).

In der Stadt St. Ingbert sind aus rein quantitativer Sicht im Hinblick auf Drogeriewaren die Entwicklungspotenziale bereits ausgeschöpft (Zentralitätswert von 1,70 (vgl. Kapitel 6.1)), nichtsdestotrotz bestehen natürlich stets qualitative Verbesserungenpotenziale. Aber neben der rein quantitativen Sicht auf den Ausstattungsgrad ist auch der Standort zu berücksichtigen.

Zulässigkeit von Vorhaben gemäß bauplanungsrechtlichen Vorgaben

Durch die Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sowie die Operationalisierung der Nahversorgung setzt sich die Stadt St. Ingbert einen Rahmen zum Umgang mit Vorhaben zur Ansiedlung von Lebensmittelmärkten. Dabei stehen vor allem die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Sicherung und Stärkung einer wohnungsnahen Versorgung im Vordergrund. Sie dienen einer ersten Einordnung eines potenziellen Vorhabens und nicht zuletzt auch mit Blick auf die Entscheidung ggf. ein Bauleitplanverfahren einzuleiten, um es im Sinne städtebaulicher Zielvorstellungen zu ermöglichen oder auch abzuwehren. Schließlich stellt doch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept entsprechend der systematischen Stellung in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als städtebauliches Entwicklungskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen einen Abwägungsbelang dar.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass sich die Zulässigkeit von Vorhaben in Gebieten mit Bebauungsplan entweder nach den Festsetzungen für die Baugebiete gemäß §§ 2 bis 9 BauNVO bzw. nach § 11 (3) BauNVO bei Großflächigkeit sowie im unbeplanten Innenbereich nach § 34 (2) BauGB (ggf. i. V. m. § 11 (3) BauNVO) und § 34 (3) BauGB ergibt.

Kleinflächige Lebensmittelmärkte sind demnach regelmäßig in Kerngebieten (MK), Mischgebieten (MI), Urbanen Gebieten (MU), allgemeinen Wohngebieten (WA), besonderen Wohngebieten (WB), Gewerbe (GE)- und Industriegebieten (GI) zulässig und zur Gebietsversorgung in Kleinsiedlungsgebietes (WS) bzw. ausnahmsweise zur Gebietsversorgung in reinen Wohngebieten (WR) gemäß Baunutzungsverordnung (BauNVO) zulässig. Auch kann sich gemäß § 34 BauGB eine Zulässigkeit von kleinflächigen Lebensmittelmärkten ergeben.

Mit Blick auf die städtebaulichen Zielvorstellungen (Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes) ist jedoch hervorzuheben, dass - in Abwägung gesamtstädtischer Interessen - in Gewerbe- und Industriegebieten kein Einzelhandel, insbesondere auch kein Lebensmitteleinzelhandel, angesiedelt werden darf. Darüber hinaus sollen Betriebe die Anforderungen an einen Nahversorgungsstandort (s.o.) erfüllen.

ANSIEDLUNGSREGEL 2

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente) sind zukünftig nur noch in zentralen Versorgungsbereichen möglich.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment** im Sinne der St. Ingberter Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß Ansiedlungsregel 1) sollen zukünftig ausschließlich im Hauptzentrum Innenstadt möglich sein.

Kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment (Orientierungswert: bis zu 400 m²) können außerdem in dem Nahversorgungszentrum Rohrbach liegen.

Moderate Entwicklungsperspektiven für kleinteilige Läden zur „Gebietsversorgung“ sind an solitären städtebaulich integrierten Standorten (z. B. Allgemeinen Wohngebieten (WA), Dorfgebieten (MD), Mischgebieten (MI) oder Urbanen Gebieten (MU) gemäß Baunutzungsverordnung) möglich.

An Ergänzungsstandorten sowie sonstigen Standorten in Gewerbe- / Industriegebieten ist keine Angebotsneuansiedlung oder -ausweitung über den genehmigten bzw. bauplanungsrechtlich gesicherten Bestand hinaus möglich.

Erläuterungen

Um die Zukunftsfähigkeit der St. Ingberter Innenstadt mit seiner Versorgungsfunktion als Hauptzentrum zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des St. Ingberter Stadtgebiets attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment ab 800 m² Verkaufsfläche sollen demnach zukünftig nur noch im Hauptzentrum Innenstadt zulässig sein, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen ruinösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb der zentralen Versorgungsbereichs im Sinne einer positiven Stadtentwicklung ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandorts, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebots.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) i. S. einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zu den zentralen Versorgungsbereichen erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für die zentralen Versorgungsbereichen, also sowohl das Hauptzentrum Innenstadt als auch das Nahversorgungszentrum Rohrbach. Daher impliziert die Ansiedlungsregel einen **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** in St. Ingbert. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und

Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs in St. Ingbert erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m² Gesamtverkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer – auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit – stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** bzw. für **allgemeine Wohngebiete** dar.

Auch die Stadt St. Ingbert weist, ebenso wie zahlreiche andere Kommunen, z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt entspricht. Für Mischgebiete, Allgemeine Wohngebiete und Urbane Gebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt St. Ingbert entspricht. Die maximale Verkaufsflächengrößenordnung solcher Ladenlokale liegt deutlich unterhalb von 800 m², sogar unterhalb von 400 m².

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in **Gewerbe- und Industriegebieten** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Lagen** ist auszuschließen.

ANSIEDLUNGSREGEL 3

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen und vorrangig an den dafür vorgesehenen Sonderstandorten möglich. Zentrenrelevante Randsortimente bei Betriebsstandorten großflächiger Betriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind zu begrenzen.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der St. Ingberter Sortimentsliste können in den zentralen Versorgungsbereichen und vorrangig an den dafür vorgesehenen Sonderstandorten liegen. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen des jeweiligen Standortbereichs vereinbart werden kann. Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe i. S. d. § 11 (3)

S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment auf städtebaulich geeignete Standorte zu konzentrieren.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe ($\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich (z. B. im MI, GE).

Im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzepts der Stadt St. Ingbert sollte vor Öffnung neuer Standorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass negative Auswirkungen auf den jeweiligen zentralen Versorgungsbereich vermieden werden. Die zentrenrelevanten Randsortimente dürfen 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch 800 m^2 Verkaufsfläche nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem oder einigen wenigen Sortimenten belegt werden. Zwischen dem Kern- und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung der zentralen Versorgungsbereiche sinnvoll sein.

Erläuterungen

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der Zentren den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (z. B. bei Möbelanbietern u. a. Glas / Porzellan / Keramik oder Wohndekorationsartikel). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment⁶⁵ vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt St. Ingbert eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als max. 800 m^2 Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsortimentsfläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Demnach sollte weiterhin angegeben sein, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden. Des Weiteren ist darauf zu achten, dass das Randsortiment eine funktionale Zuordnung zum Hauptsortiment aufweist.

⁶⁵ Als typische Beispiele für einen funktionalen Bezug sind u. a. zu nennen: GPK / Haushaltswaren und Wohneinrichtung in Möbelhäusern; Haushaltswaren, Wohneinrichtung, Arbeitskleidung / -schuhe, Schnittblumen in Bau- u. Gartenmärkten.

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und der Sonderstandorte unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebs sollte im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bewertet werden.

AUSNAHMEN ANSIEDLUNGSREGEL 1-3: ANNEXHANDEL / WERKSVERKAUF

Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben können im Gewerbegebiet („Annexhandel“) angesiedelt werden, wenn

- die Verkaufsstätte dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und im betrieblichen Zusammenhang errichtet ist,
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO (800 m² Verkaufsfläche) nicht überschritten wird.

Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1:	Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland (2010 bis 2021)	10
Abbildung 2:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2023).....	11
Abbildung 3:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Branchen 2020 gegenüber dem Vorjahr	12
Abbildung 4:	Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2021	13
Abbildung 5:	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2021	14
Abbildung 6:	Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2022	16
Abbildung 7:	Warengruppenspezifische Verkaufsflächen in der Stadt St. Ingbert (in m ²)	40
Abbildung 8:	Verteilung des Verkaufsflächenangebots in der Stadt St. Ingbert differenziert nach städtebaulicher Lage (gem. Nahversorgungskonzept 2015)	71
Abbildung 9:	Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in der Stadt St. Ingbert nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung	73
Abbildung 10:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)	81
Abbildung 11:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in St. Ingbert.....	83
Abbildung 12:	Standortstrukturmodell für die Stadt St. Ingbert.....	93
Abbildung 13:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	124

Tabellen

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker+Kruse	28
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	29
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung.....	31
Tabelle 4:	St. Ingberter Stadtgliederung mit Einwohnerzahlen	35
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in St. Ingbert.....	37
Tabelle 6:	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich	41
Tabelle 7:	Umsätze und Zentralitäten in St. Ingbert nach Warengruppen	42
Tabelle 8:	Angebotssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	51
Tabelle 9:	Angebotssituation im ZVB Rohrbach	57
Tabelle 10:	Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den St. Ingberter Raumeinheiten	74
Tabelle 11:	Sortimentsliste für die Stadt St. Ingbert	125

Karten

Karte 1:	Lage der Stadt St. Ingbert in der Region	34
----------	--	----

Karte 2:	Siedlungsstruktur St. Ingbert.....	36
Karte 3:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich (2021)	38
Karte 4:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m ²) in St. Ingbert	47
Karte 5:	Leerstände in St. Ingbert.....	48
Karte 6:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im ZVB Innenstadt	50
Karte 7:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im ZVB Rohrbach.....	56
Karte 8:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im SO Alte Glashütte	61
Karte 9:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im SO Oststraße	63
Karte 10:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im SO Dudweilerstraße	65
Karte 11:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im SO Grubenweg.....	67
Karte 12:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im SO Rohrbach-West.....	69
Karte 13:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in St. Ingbert und räumlicher Angebotsschwerpunkt	71
Karte 14:	Lebensmittelmärkte mit fußläufiger Versorgung (Isodistanzen)	77
Karte 15:	Räumliche Standortstruktur in St. Ingbert.....	96
Karte 16:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im HZ Innenstadt.....	100
Karte 17:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ Rohrbach	104
Karte 18:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im Sonderstandort Alte Glashütte / Oststraße.....	107
Karte 19:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im Sonderstandort Dudweilerstraße.....	109
Karte 20:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im Sonderstandort Grubenweg.....	111
Karte 21:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im Sonderstandort Rohrbach-West.....	113
Karte 22:	Lebensmittelmärkte mit fußläufiger Versorgung (Isodistanzen)	116
Karte 23:	Lebensmittelmärkte mit fußläufiger Versorgung (Isodistanzen)	117

Fotos

Foto 1 und Foto 2:	Ludwig- (links) und Kaiserstraße (rechts)	53
Foto 3 und Foto 4:	Ludwig- (links) und Kaiserstraße (rechts)	54
Foto 5 und Foto 6:	Obere Kaiserstraße (links) und Lidl-Filiale (rechts)	58
Foto 7 und Foto 8:	Obere Kaiserstraße (links) und Sparkassenfiliale an der Ecke Ob. Kaiserstraße und Hinter den Gärten (rechts)	59

Anhang

A1 Legende

Grenzen

-  Stadtgrenze
-  Raumeinheit
-  statistischer Bezirk
-  Flurstück

Gebäude

-  Gebäude
-  öffentliches Gebäude
-  Magnetbetrieb

Nutzungen

-  Bahnfläche
-  Siedlungsfläche
-  Gewerbefläche
-  Gewässer
-  Freifläche
-  Straßennetz

A2 Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH Köln GmbH) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandels-relevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH Köln GmbH ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandels-zentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Stadt. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Stadt / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.

Begriff	Erläuterung
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswerts deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt)
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Stadt / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

Begriff	Erläuterung
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses möglichst ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 - 1.300 m ² .
Lebensmittelvollsortimenter	Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rund 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienungselemente (Wurst- / Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m ² bis teilweise mehr als 10.000 m ²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rund 7.000 bis 60.000 Artikel).
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu

Begriff	Erläuterung
	<p>Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmittel-discounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.</p>
<p>Nicht zentrenrelevante Sortimente</p>	<p>Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotenzial für gewachsene Zentren ist bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben.</p> <p>Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Stadt haben kann.</p>
<p>SB-Warenhaus</p>	<p>Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m² bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).</p>
<p>Sonderstandort Ergänzungsstandort</p>	<p>bzw. Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine Pkw-kundenorientierte Lage.</p>
<p>Sortimentsliste (ortstypische)</p>	<p>Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.</p> <p>Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).</p> <p>Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die Stadtspezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Stadt besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.</p>
Ortsteilzentrum	<p>Ein Ortsteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Ortsteils (bzw. Versorgungsbereichs) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscount (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.</p>
(Städtebaulich) Integrierte Lage	<p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des St. Ingberter Einzelhandelskonzepts werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt St. Ingbert integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.</p>
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² - max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.</p>
Umsatzkennziffer	<p>Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>Einwohner des Gebiets an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswerts deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.</p>
Verbrauchermarkt	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 - 3.000 bzw. 5.000m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch Pkw-kundenorientiert.</p>
Verkaufsfläche	<p>Gemäß Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.</p>
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	<p>Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Stadt / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebiets.</p>
Zentraler Versorgungsbereich	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Ortsteil- oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb des Stadtkerns setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich des Stadtkerns handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>Nutzungsvielfalt geprägten Stadtkern. Der Stadtkern „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Pkw-Kunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie).</p> <p>Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.</p>
Zentrenrelevante Sortimenten	<p>Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Ortsteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotenziale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune. Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. Stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).</p>
Zielzentralität	<p>Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.</p>