

# Kon-<sup>06/2023</sup> zept

**Fortschreibung des Einzelhandels- und  
Zentrenkonzeptes für die Stadt  
Ingelheim am Rhein**

Beschlossen durch den Stadtrat Ingelheim am Rhein am 19.06.2023



**STADT+HANDEL**

**Neue Wege. Klare Pläne.**

# Impressum

---

## AUFTRAGNEHMER

### **Stadt + Handel Beckmann und Führer Stadtplaner GmbH**

info@stadt-handel.de  
www.stadt-handel.de  
Amtsgericht Dortmund  
Handelsregisternummer  
HRB 33826  
Hauptsitz: Dortmund

### **Standort Dortmund**

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

### **Standort Hamburg**

Tibarg 21  
22459 Hamburg  
Fon +49 40 53 30 96 46  
Fax +49 40 53 30 96 47

### **Standort Karlsruhe**

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

### **Standort Leipzig**

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

---

## AUFTRAGGEBER

### **Stadtverwaltung Ingelheim a. R.**

Amt für Bauen und Planen  
Abteilung für Stadtentwicklung  
und -planung  
Fridtjof-Nansen-Platz 1  
55218 Ingelheim am Rhein

---

## VERFASSER

**Dipl.-Ing. Marc Föhler**

**M.A. Jens Nußbaum**

**Geogr. M.A. Andreas Q. Schuder**

**M.Sc. Marcel Lessmann (GbR)**

Karlsruhe, den 19.06.2023

## FOTONACHWEIS

### **Titelseite**

Eigene Aufnahmen Stadt + Handel

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Die Stadt + Handel Beckmann und Führer Stadtplaner GmbH hat bei der Umsetzung des vorliegenden Projektes mit der Stadt + Handel Dienstleistungen GbR (Hörder Hafenstraße 11, 44263 Dortmund) zusammengearbeitet. Mögliche Mitarbeiter der Stadt + Handel Dienstleistungen GbR sind bei den Verfasserangaben mit dem Zusatz „GbR“ gekennzeichnet.

# Inhaltsverzeichnis

|          | <b>KAPITEL</b>   | <b>SEITE</b> |
|----------|--|--------------|
| <b>1</b> | <b>Einführung</b>  | <b>5</b>     |
| <b>2</b> | <b>Rechtliche Rahmenvorgaben</b>   | <b>8</b>     |
| 2.1      | Rechtliche Einordnung von Einzelhandelskonzepten   | 8            |
| 2.2      | Raumordnerische Regelungen   | 9            |
| <b>3</b> | <b>Methodik</b>  | <b>12</b>    |
| <b>4</b> | <b>Markt- und Standortanalyse</b>  | <b>15</b>    |
| 4.1      | Trends im Einzelhandel   | 15           |
| 4.1.1    | Nachfrageseitige Aspekte   | 15           |
| 4.1.2    | Angebotsseitige Aspekte  | 19           |
| 4.2      | Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen   | 23           |
| 4.3      | Gesamtstädtische Nachfrageanalyse  | 24           |
| 4.4      | Gesamtstädtische Angebotsanalyse   | 27           |
| 4.5      | Umsatz und Zentralität   | 30           |
| 4.6      | Bewertung der Entwicklung im Zuge der Fortschreibung   | 33           |
| <b>5</b> | <b>Zwischenfazit</b>   | <b>34</b>    |
| <b>6</b> | <b>Entwicklungsziele</b>   | <b>36</b>    |
| 6.1      | Vorbemerkung zum ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen                               | 36           |
| 6.2      | Methodik und Berechnung  | 37           |
| 6.3      | Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsperspektiven für Ingelheim a. R.                                  | 44           |
| 6.4      | Versorgungsstrukturelle und stadtentwicklungspolitische Entwicklungszielstellung für Ingelheim a. R. | 46           |
| <b>7</b> | <b>Räumlich-funktionales Einzelhandels- und Zentrenkonzept für Ingelheim a. R.</b>                   | <b>48</b>    |
| 7.1      | Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von zentralen Versorgungsbereichen            | 48           |
| 7.1.1    | Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung  | 48           |
| 7.1.2    | Beurteilung in der Planungspraxis  | 50           |
| 7.1.3    | Festlegungskriterien für Zentrale Versorgungsbereiche  | 51           |
| 7.1.4    | Zentren- und Standorthierarchie  | 52           |
| 7.2      | Zentrenkonzept Ingelheim a. R.   | 53           |
| 7.2.1    | Zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum  | 54           |
| 7.2.1.1  | Räumliche Ausprägung   | 54           |
| 7.2.1.2  | Innere Organisation  | 56           |
| 7.2.1.3  | Grundsätzliche Entwicklungsziele und Empfehlungen für den ZVB Stadtzentrum                           | 58           |
| 7.2.1.4  | Die Ingelheimer Innenstadt und der Einzelhandel aus Sicht ausgewählter Experten                      | 59           |
| 7.2.2    | Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Heidesheim                  | 60           |
| 7.2.3    | Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Ingelheim-West              | 62           |

|               |   |            |
|---------------|---|------------|
| 7.2.4         | Städtebaulich integrierte Siedlungskerne  | 64         |
| 7.3           | Nahversorgungskonzept   | 65         |
| 7.3.1         | Gesamtstädtische Nahversorgungsstruktur   | 65         |
| 7.3.2         | Standortkriterien zur Bewertung von Nahversorgungsstandorten  | 69         |
| 7.3.3         | Bestandsstandorte Lebensmittelnahversorgung (LMNV) in<br>Ingelheim a. R.  | 72         |
| 7.3.3.1       | Standortbereich Stauferring (BE LMNV) Nieder-Ingelheim  | 73         |
| 7.3.3.2       | Standortbereich Frei-Weinheim (BE LMNV)   | 74         |
| 7.3.3.3       | Standortbereich Wackernheim (BE LMNV)   | 75         |
| 7.3.3.4       | Standortbereich Heidesheim-Uhlerborn (B LMNV)   | 76         |
| 7.3.4         | Nahversorgungsprüfschema für neue bzw. zu erweiternde<br>Lebensmittelmärkte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche         | 78         |
| 7.3.5         | Gesamtstädtische Handlungsprioritäten   | 81         |
| 7.4           | Ergänzungsstandortkonzept   | 83         |
| 7.4.1         | Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von<br>Ergänzungsstandorten i. S. v. Ziel 59 des LEP IV              | 83         |
| 7.4.2         | Ergänzungsstandort Nahering in Ingelheim a. R.  | 84         |
| 7.4.3         | Ergänzungsstandort Konrad-Adenauer-Straße in Ingelheim a. R.  | 86         |
| 7.4.4         | Ergänzungsstandort Heidesheim-Uhlerborn   | 87         |
| <b>8</b>      | <b>Sortimentsliste</b>  | <b>89</b>  |
| 8.1           | Methodische Herleitung  | 89         |
| 8.2           | Sortimentsliste für Ingelheim a. R.   | 90         |
| <b>9</b>      | <b>Steuerungsleitsätze</b>  | <b>94</b>  |
| 9.1           | Einordnung und Begründung der Steuerungsleitsätze   | 94         |
| 9.2           | Steuerungsleitsätze für Ingelheim a. R.   | 95         |
| <b>10</b>     | <b>Bau- und planungsrechtliche Empfehlungen</b>   | <b>99</b>  |
| 10.1          | Empfohlene bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien   | 99         |
| 10.2          | Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept im Kontext der Neuauf-<br>stellung des Flächennutzungsplans der Stadt Ingelheim a. R. | 100        |
| 10.3          | Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept im Kontext der Bauleit-<br>planung  | 101        |
| 10.4          | Allgemeine Hinweise und Musterfestsetzungen   | 101        |
| <b>11</b>     | <b>Das Konzept im Kontext der aktueller Entwicklungen</b>   | <b>105</b> |
| 11.1          | Ausgangssituation   | 105        |
| 11.2          | Handlungserfordernisse und Lösungswege  | 106        |
| <b>12</b>     | <b>Schlusswort</b>  | <b>109</b> |
| <b>Anhang</b> |   | <b>112</b> |
|               | Langfassung der Sortimentsliste der Stadt Ingelheim a. R.   | 112        |
|               | Vereinfachte Übersicht zur Zulässigkeit von Sortimenten nach Lagen  | 114        |
|               | Übersicht der nach EHZK 2023 definierten Lagebereiche in Ingelheim a. R.  | 115        |
|               | Abkürzungsverzeichnis   | 116        |
|               | Glossar   | 117        |
|               | Literatur- und Quellenverzeichnis   | 121        |
|               | Abbildungsverzeichnis   | 122        |
|               | Tabellenverzeichnis   | 124        |

Die zuletzt beschlossenen Einzelhandelskonzepte der damals noch eigenständigen Kommunen Ingelheim am Rhein und Heidesheim am Rhein stammen aus den Jahren 2006 und 2016. Die ehemals eigenständige Verbandsgemeinde Heidesheim a. R. fusionierte am 1. Juli 2019 mit der Stadt Ingelheim a. R. Nationale sowie globale einzelhandels- und stadtentwicklungsrelevante Trends sowie die durch die Corona-Pandemie und den Ukraine-Krieg ausgelösten disruptiven Verwerfungen für den stationären Einzelhandel und insbesondere die Innenstädte sowie die Neuaufstellung des Flächennutzungsplans der Stadt Ingelheim erfordern eine Überprüfung, Zusammenführung und Fortschreibung der beiden Einzelhandelskonzepte. Im Rahmen der Fortschreibung als Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wird die aktuelle Bestandssituation erfasst und die Entwicklungen der letzten Jahre beurteilt, um die Grundlage zur zukunftsgerechten Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Ingelheim a. R. zu schaffen.

Die Einzelhandelsstrukturen in Deutschland erfahren – forciert durch die oben genannten disruptiven Verwerfungen – fortlaufende Veränderungen. Ersichtlich werden diese auf der Angebotsseite insbesondere durch eine zunehmende Filialisierung, eine Wettbewerbsintensivierung, einen stärkeren Fokus der Unternehmen zur Konzentration an leistungsfähigen Standorten (bspw. Fachmarkzentren, Einkaufszentren) sowie eine fortlaufend steigende Bedeutung des Onlinehandels, der durch die Corona-Pandemie nochmals massiv gewachsen ist. Gleichzeitig ist der Einzelhandel von Veränderungen auf der Nachfrageseite, vor allem von Veränderungen im Konsumverhalten hinsichtlich der Wahl des Einkaufsortes, den oftmals individuellen Ansprüchen der Kundschaft an Warenviefalt, Präsentation und Preisgestaltung etc. sowie von Veränderungen durch den demographischen Wandel betroffen. Mit den Veränderungen der Einzelhandelsstrukturen sind insbesondere in den historisch gewachsenen Innenstädten Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit und die Attraktivität verbunden.

Den größtenteils betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsunternehmen sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Zusätzlich sind lokale und regionale Strukturmerkmale zu berücksichtigen. Die Stadt Ingelheim a. R. hat in der Funktion als Mittelzentrum in Bezug auf den Einzelhandel vornehmlich die Versorgung für den qualifizierten Grundbedarf sowie zusätzlich für den gehobenen Bedarf für ihre Bürger und den Mittelbereich zu übernehmen. Die Stärkung und Weiterentwicklung einer lebendigen, multifunktionalen und attraktiven Innenstadt gehört damit ebenso zu den Zukunftsaufgaben von Ingelheim, wie die Neuausrichtung des Zentren- und Standortgefüges. Gleichzeitig gilt es, ein leistungsfähiges und städtebaulich zielführendes Nahversorgungsangebot durch eine differenzierte und standortspezifische Einzelhandelssteuerung zu ermöglichen.

Die Stadt Ingelheim a. R. beabsichtigt daher mit dem vorliegenden Konzept, die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Zentren- und Standortstruktur auf

eine entsprechend tragfähige, städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die Leitfunktion des Einzelhandels stabilisiert bzw. ausgebaut und dadurch auch die Vitalität und Attraktivität der Standorte gesichert werden. Nicht zuletzt wird durch die Gesamtkonzeption eine funktionierende, wohnortnahe Grundversorgung gesichert und optimiert.

Insgesamt stehen im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Ingelheim a. R. folgende Aspekte und Themen bzw. Untersuchungsfragen im Betrachtungsfokus:

- Überprüfung und Fortschreibung des Konzeptes vor dem Hintergrund der rechtlichen Stellung von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten sowie den Zielen und Grundsätzen der Landesplanung sowie der regionalplanerischen Vorgaben (s. Kapitel 2).
- Markt- und Standortanalyse der aktuellen Einzelhandelssituation in Ingelheim a. R. (s. Kapitel 4).
- Ableitung übergeordneter Entwicklungszielstellungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Ingelheim a. R. (s. Kapitel 6).
- Überprüfung des alten und Erarbeitung eines neuen Zentren- und Standortmodells der Ingelheimer Einzelhandelsstruktur zur Stärkung der Zentren im Kontext ihrer jeweiligen Versorgungsfunktion, zur Herstellung einer ausgewogenen Nahversorgungssituation und zur Darstellung der Aufgaben der Ergänzungsstandorte (s. Kapitel 7).
- Überprüfung und ggf. Modifizierung der Ingelheimer Sortimentsliste und Anpassung an aktuelle Einzelhandelsentwicklungen sowie die Rechtsprechung (s. Kapitel 8).
- Überprüfung und Anpassung der Steuerungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen (s. Kapitel 9), die insbesondere vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzung ermöglichen (s. Kapitel 10).

Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Ingelheim a. R. zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung sowie Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern zur Verfügung. Zudem enthält das Einzelhandels- und Zentrenkonzept auch Inhalte und Empfehlungen, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: die Wirtschaftsförderung, die örtliche Händlergemeinschaft, das Stadtmarketing sowie die Bürger aus Kunden- und Besucherperspektive.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden alle wichtigen Zwischenschritte und erarbeiteten Empfehlungen eng zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung sowie zusätzlich in zwei begleitenden Arbeitskreisen mit der Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd (SGD Süd; Obere Landesplanungsbehörde) sowie der Planungsregion Rheinhessen-Nahe (Regionalplanung) erörtert und abgestimmt. Auf

diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten in Ingelheim a. R. Berücksichtigung finden.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Neuaufstellung des Flächennutzungsplanes, die zukünftige Bauleitplanung und den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts ist u. a. der politische Beschluss i. S. e. städtebaulichen Entwicklungskonzepts nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die relevanten landes- und regionalplanerischen Vorgaben skizziert. Weitere rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. zur Abgrenzung und Schutzfunktion von zentralen Versorgungsbereichen, zu Nahversorgungsstandorten und zur Sortimentsliste) finden sich in den einzelnen Teilkapiteln in inhaltlicher Zuordnung zu den jeweiligen Themenbereichen.

## 2.1 RECHTLICHE EINORDNUNG VON EINZELHANDELSKONZEPTEN

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: Durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtischer gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger sowie Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in Neben- oder Stadtteilzentren und an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets raumordnerische oder städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (ZVB) gehört.

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung<sup>1</sup>. Der Bundesgesetzgeber hat mit den Novellen des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. Die Bedeutung von kommunalen Einzelhandelskonzepten für die Rechtfertigung der Planung hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) deutlich hervorgehoben.<sup>2</sup>

Darüber hinaus gewährleistet das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept eine Konformität zu den Zielen und Grundsätzen der Landes- und Regionalplanung.

<sup>1</sup> Vgl. zahlreiche Urteile zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. OVG NRW Urteil vom 19.06.2008 – AZ: 7 A 1392/07, bestätigt das BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – AZ: 4 C 2.08; OVG NRW Urteil vom 15.02.2012 – AZ: 10 D 32/11.NE).

<sup>2</sup> Vgl. BVerwG Urteile vom 27.03.2013 – AZ: 4 CN 6/11, 4 CN 7/11, 4 C 13/11.



## 2.2 RAUMORDNERISCHE REGELUNGEN

Eine wichtige Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden die Landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend den lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Ingelheim a. R. wesentlichen Vorgaben aus der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

### Landesplanerische Vorgaben

In Rheinland-Pfalz gilt seit Oktober 2008 das Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), in dem landesplanerische Vorgaben für großflächige Einzelhandelsvorhaben formuliert werden. Der Ministerrat hat in seiner Sitzung am 21. Juli 2015 die Zweite Teilfortschreibung des LEP IV beschlossen. Die entsprechende Zweite Landesverordnung zur Änderung des Landesentwicklungsprogramms (hier relevant Änderung Z 61) ist am 22. August 2015 in Kraft getreten. Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug auf Einzelhandelsstandorte sind in Kapitel 3 des LEP IV niedergelegt:

- **[G 56]** „Die Sicherung einer wohnortnahen und qualitativen Versorgung der Bevölkerung mit öffentlichen und privaten Einrichtungen und Dienstleistungen soll durch die zentralen Orte in den Mittelbereichen und in Aufgabenteilung in den mittelzentralen Verbänden wahrgenommen werden.“
- **[Z 57]** „Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betriebe mit mehr als 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung erforderlich ist.“
- **[Z 58]** „Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, zulässig (städtebauliches Integrationsgebot). Die städtebaulich integrierten Bereiche („zentrale Versorgungsbereiche“ im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.“
- **[Z 59]** „Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig. Diese sind ebenfalls von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.“
- **[Z 60]** „Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulichen integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versor-

gungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nichtbeeinträchtigungsgebot). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.“

- **[Z 61]** „Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzungen in der Bauleitplanung entgegenzuwirken (Agglomerationsverbot). Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Grenze der Großflächigkeit überschreitet, sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln. Haben sich bereits Agglomerationsbereiche außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche gebildet, so sind diese als Sondergebiete des großflächigen Einzelhandels in der Bauleitplanung auszuweisen und in ihrem Bestand festzuschreiben.“
- **[G 62]** „Die Ergänzungsstandorte, die außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche eines zentralen Ortes liegen, sollen in örtliche bzw. regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden.“
- **[G 63]** „Um wesentliche Versorgungsschwächen im ländlichen Raum zu vermeiden, sollen Modelle erprobt und bei erfolgreichem Einsatz fortgesetzt werden, die den Einzelhandel mit Zusatzfunktionen (Post/Bank/Dienstleistungen) – auch als mobile Einrichtungen - verknüpfen.“

Neben den Zielen und Grundsätzen ist die zentralörtliche Gliederung des Landes eine wichtige Grundlage für die Bewertung und Konzeption von relevanten Einzelhandelsstandorten, da sie das Spiegelbild überörtlicher Verflechtungen, Aufgabenteilungen und Versorgungsfunktionen ist (vgl. LEP IV, Kapitel Zentrale-Orte-Struktur).

### Regionalplanerische Vorgaben

Der regionale Raumordnungsplan Rheinhessen – Nahe (Stand 2014; Teilfortschreibung 2016) im Gebiet der Planungsgemeinschaft Rheinhessen-Nahe vertieft und konkretisiert das LEP IV und enthält Ziele und Grundsätze, die gemäß § 1 (4) BauGB in der Bauleitplanung sowie in den Fachplanungen zu beachten bzw. zu berücksichtigen sind.

- **G 41**  
Bevölkerung und Wirtschaft in allen Teilen der Region sollen bedarfsgerecht mit Waren und Dienstleistungen versorgt werden. Hierbei soll die Deckung des täglichen Bedarfs so weit wie möglich wohnortnah erfolgen. Dies gilt vor allem für den dünn besiedelten ländlichen Raum. Die Zentren-erreichbarkeit spielt dabei eine wichtige Rolle.
- **Z<sub>n</sub> 42 Zentralitätsgebot**  
Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betriebe mit mehr als 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion, mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern, großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung erforderlich ist.<sup>3</sup>

▪ **Z<sub>n</sub> 43 Integrationsgebot**

Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, zulässig (städtebauliches Integrationsgebot). Die städtebaulich integrierten Bereiche (»zentrale Versorgungsbereiche« i. S. d. BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.<sup>4</sup>

▪ **Z<sub>n</sub> 44 Nichtbeeinträchtigungsgesamt**

Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nichtbeeinträchtigungsgesamt). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.<sup>5</sup>

▪ **Z 45**

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist auf Industrie- und Gewerbeflächen nicht gestattet. Hierfür sollen die planerischen Voraussetzungen (Sondergebiete) geschaffen werden, in denen die Zweckbestimmung und Art der Nutzung geregelt ist (§ 11 BauNVO).

Die regionalen Rahmenvorgaben zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Ingelheim a. R. sind im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept entsprechend berücksichtigt worden. Das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept konkretisiert diese Zielstellungen auf der gesamtstädtischen Ebene und ist künftig als die entscheidende Abwägungsgrundlage im Rahmen der Bauleitplanung zu berücksichtigen.

---

<sup>3</sup> vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3, Z 57, S. 96, einschließlich Begründung/Erläuterung (S. 97).

<sup>4</sup> vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3, Z 58, S. 96, einschließlich Begründung/Erläuterung (S. 98).

<sup>5</sup> vgl. LEP IV, Kap. 3.2.3, Z 60, S. 96, einschließlich Begründung/Erläuterung (S. 99).

# 3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische, empirische Erhebungen zurückgreifen.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes folgende Leistungsbausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

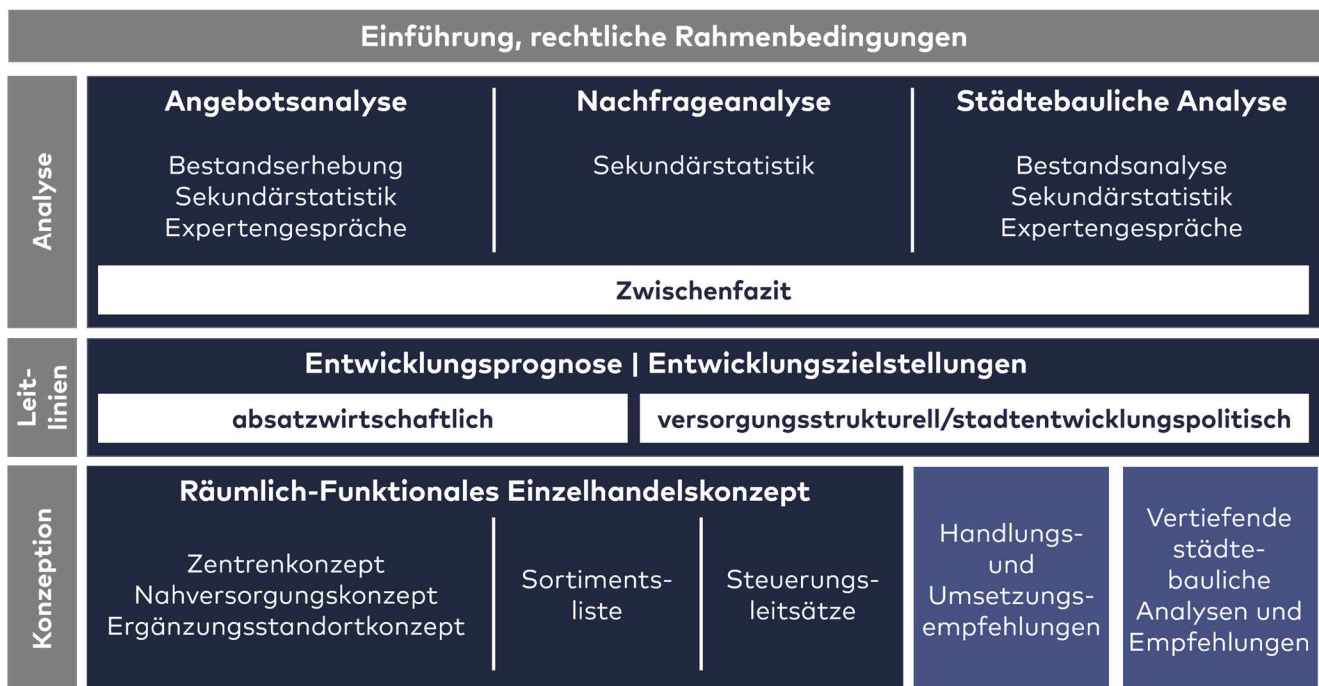


Abbildung 1: Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Ingelheim a. R.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kommen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung:

**Tabelle 1: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen**

|  | Datengrundlage                                      | Zeitraum           | Methode   | Inhalt  |
|--|---|--------------------|---|---|
| <b>Bestands-<br/>erhebung</b>                  | Erhebung durch<br>Stadt + Handel                    | 03/2021            | Flächendeckende<br>Vollerhebung   | Standortdaten, Verkaufsfläche und<br>Sortimente aller Einzelhandelsbe-<br>triebe, städtebauliche Analyse, zen-<br>trenergänzende Funktionen, Leer-<br>stände  |
| <b>Sekundär-<br/>statistische<br/>Analysen</b> | Kaufkraftzahlen<br>IFH Retail Consul-<br>tants GmbH | 2021               | Berechnung der Umsatzwerte durch Stadt + Handel auf Basis<br>branchen- und betriebsüblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus<br>Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Hahn Retail<br>Real Estate Report, IFH/BBE Struktur- und Marktdaten)   |   |
| <b>Qualitative Interviews</b>                  | Interviewführung<br>durch<br>Stadt + Handel         | 06/2021            | <u>Interview mit 9 Akteuren:</u><br>Fr. Dr. Klengel, OV Heidesheim<br>Hr. Berg, OV Wackernheim<br>Hr. Lebert, OV Großwinternheim<br>Hr. Trautmann, Ingelheim aktiv<br>Hr. Hutmacher, HBB (Neue Mitte)<br>Hr. Wedekind, DEHOGA<br>Fr. Dr. Vollmer, IHK Rheinhessen<br>Fr. Badrot, J.Molitor Immobilien<br>Hr. Wermann, Einzelhändler | Aktuelle Herausforderungen für den<br>Einzelhandel in Ingelheim, Stärken<br>und Schwächen des Einzelhandel in<br>Ingelheim sowie speziell im ZVB<br>Stadtzentrum, Einschätzung zur<br>Einzelhandelsstruktur und<br>-entwicklung |
| <b>Arbeitskreis-<br/>sitzungen</b>             | Durchführung<br>durch<br>Stadt + Handel             | 07/2021<br>09/2021 | Prozessbegleitender<br>Facharbeitskreis, Teilnehmer:<br>Stadtverwaltung, Struktur- und<br>Genehmigungsdirektion Süd, Pla-<br>nungsregion Rheinhessen-Nahe   | Diskussion der Ergebnisse der<br>Analysephase sowie der konzeption-<br>ellen Bausteine des Einzelhandels-<br>und Zentrenkonzeptes   |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

### Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe wurde im März 2021 flächendeckend durchgeführt. Die Einzelhandelserfassung erfolgte mittels einer Stichtags-erhebung, wobei sämtliche zum Erhebungszeitpunkt vorgefundene Einzelhandelsbetriebe i. e. S. erfasst wurden.

Bei der vom Planungs- und Gutachterbüro Stadt + Handel durchgeführten Erhebung wurden neben dem Namen und der Adresse der Betriebe u. a. zwei weitere zentrale Messgrößen erfasst. Zum einen wurde die Gesamtverkaufsflächen der einzelnen Anbieter aufgenommen, zum anderen fand eine differenzierte Aufschlüsselung der Verkaufsflächen nach Warensortimenten statt, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse sowohl der Kern- als auch Nebensortimente realitätsnah abbilden zu können.

Bezogen auf die Erfassungsmethodik ist je nach Situation entweder die eigenständige Vermessung der Verkaufsfläche oder die persönliche Befragung des Personals bzw. der Geschäftsinhabenden in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts vom November 2016 (u. a. BVerwG 4 C 1.16) fand dabei konsequente Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen fand nur im Ausnahmefall statt, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen aufgrund von Betriebsaufgaben).

Ergänzend zu den Sortimenten und der Verkaufsfläche wurde außerdem die städtebauliche Lage jedes Betriebs erfasst. Diese Daten sind zur Bewertung der Einzelhandelsstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

Wegen der grundsätzlichen Bedeutung für die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Untersuchungen sind neben dem Ladeneinzelhandel auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (z. B. Fleischer, Bäcker), Tankstellenshops sowie Kioske erfasst worden. Darüber hinaus sind Ladenleerstände – soweit eine vorherige Einzelhandels- oder ladenähnliche Dienstleistungsnutzung erkennbar war – als wichtiger Indikator der Einzelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen in zentralen Bereichen aufgenommen worden. Neben der Erhebung der Einzelhandelsbetriebe wurden ebenfalls im März 2021 die zentrenergänzenden Funktionen in den Zentren erhoben, da Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.) Bestandteile von zentralen Versorgungsbereichen sind.

### **Städtebauliche Analyse**

Für zentrale Versorgungsbereiche und sonstige durch Einzelhandelsagglomerationen geprägte Standorte erfolgt eine städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung. Bzgl. der städtebaulichen Analysen sei auf die entsprechenden Ausführungen in Kapitel 7 verweisen.

### **Qualitative Interviews (Expertengespräche)**

Ergänzend zur Bestandserhebung sowie den sekundärstatistischen Analysen wurden Expertengespräche mit ausgewählten lokalen Akteuren aus dem Themenbereich Einzelhandel, Stadtentwicklung und Politik durchgeführt, um ortsspezifische Erkenntnisse und fachliche Aussagen zu erfassen. Aufgrund der Pandemielage wurden die Interviews telefonisch durchgeführt. Die Gesprächspartner setzen sich aus Gewerbetreibenden der Innenstadt, der Werbegemeinschaft der Stadt Ingelheim a. R., Institutionen wie der IHK und DEHOGA sowie mit den Ortsvorstehern der Stadtteile Heidesheim, Wackernheim und Großwinterheim zusammen. In den Interviews wurden neben den Entwicklungen der vergangenen Jahre auch auf die Stärken und Schwächen des zentralen Innenstadtbereichs sowie des Einzelhandels in Ingelheim im Allgemeinen eingegangen. Besprochen wurden zudem auch die Auswirkungen der Corona-Pandemie sowie die zu erwartenden zukünftigen Entwicklungen und Verbesserungsvorschläge. Die Ergebnisse der Expertengespräche fließen in die qualitative Bewertung der entsprechenden Zentren mit ein.

# 4

# Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstrukturen in Ingelheim a. R. Einführend werden zunächst die relevanten Trends im Einzelhandel sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

## 4.1 TRENDS IM EINZELHANDEL

Der Einzelhandel unterliegt als dynamischer Wirtschaftsbereich einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei bundesweite Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucherverhalten determinieren sich dabei wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder“ und „Folgeeffekt“ nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist. Neben der Skizzierung dieser wechselseitigen Trends werden ebenso die aus den dargestellten Trends emergierenden Herausforderungen für die Stadt Ingelheim a. R. als Mittelzentrum sowie Rückschlüsse auf die örtliche Zentrenstruktur dargelegt.

### 4.1.1 Nachfrageseitige Aspekte

**Wertewandel:** Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit<sup>6</sup>, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen.

**Demografischer Wandel:** Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu<sup>7</sup>. Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeutung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Zudem steigt das Interesse an innerstädtischem Wohnen insbesondere auch bei den jungen Alten.

Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Bringdienste).

<sup>6</sup> LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)

<sup>7</sup> 2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

**Individualisierung:** Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert.<sup>8</sup> Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

**Digitalisierung sowie Online-/Sharing-Affinität:** Die Wirkungen des Online-Handels auf den stationären Einzelhandel werden nachfolgend sowie auch in Kapitel 6.2 thematisiert. Allerdings erstreckt sich die Digitalisierung auf fast alle Handlungsfelder der Innenstadt – von Infrastrukturinvestitionen auf dem Weg zur „Smart City“ über innovative Formen der Raumeignung (z. B. Gamification) bis zum sinkenden Bedürfnis nach physischem Besitz in der Share Economy („Nutzen statt Besitzen“).

Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke wird auf Konsumentenseite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv und unterscheiden sich deutlich zwischen den Warengruppen.

Für die Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs ist derzeit von eher geringen Auswirkungen des Online-Handels auf den stationären Einzelhandel auszugehen. Im Gegensatz dazu sind in den innenstadtrelevanten Warengruppen bereits heute schon hohe Umsatzanteile in den Online-Handel abgeflossen. Prognosen sehen dabei in ausgewählten Warengruppen (insb. Bekleidung, Schuhe) in den nächsten fünf Jahren Umsatzanteile von mehr als einem Drittel bis zu der Hälfte der Umsätze in den Online-Handel abfließen. Ebenfalls ist die Sharing-Affinität in den nicht verbrauchbaren Warengruppen höher, wobei sich dies insbesondere im Bereich Neue Medien/Unterhaltungselektronik im Bereich des Musik- und Videostreamings zeigt.

Insbesondere die Innenstadtzentren von Mittelzentren befinden sich deshalb in stärkerer Konkurrenz zum Online-Handel. Im Gegensatz zu den Grundzentren weisen sie hohe Angebote in stark vom Online-Handel betroffenen Warengruppen auf (u. a. Bekleidung, Schuhe, Neue Medien/Unterhaltungselektronik). Im Vergleich zu Großstädten verfügen Mittelzentren allerdings nicht im gleichen Maße über wirksame Wettbewerbsvorteile, wie z. B. eine starke Erlebnisorientierung bzw. hohe Kopplungseffekte. Umso wichtiger ist daher vielerorts eine auf die jeweilige Innenstadt individuell abgestimmte Positionierungsstrategie.

---

<sup>8</sup> 2016: rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41 % Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56 % Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).





**Abbildung 2: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse**

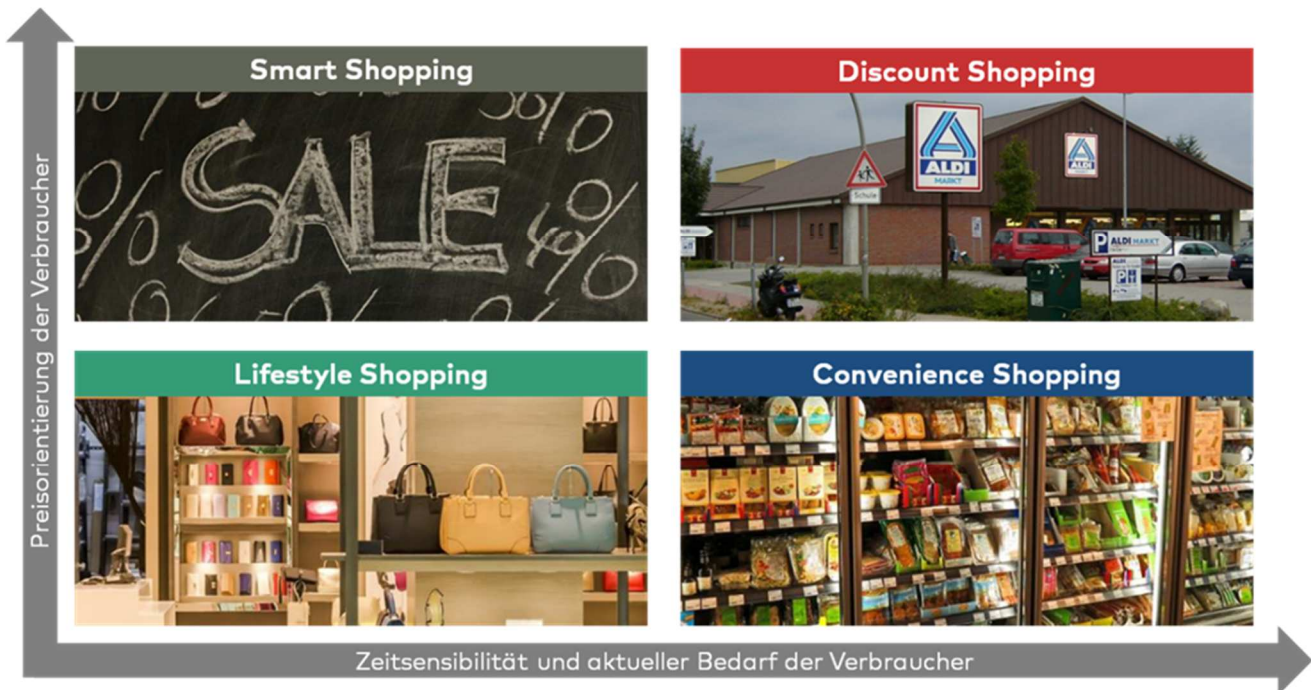
Quelle: Fotos pixabay, © oneinapunch/Fotolia, Wikimedia.

**Kopplung und Entkopplung von Konsum:** Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte“ Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte *one-stop-shopping* begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundensicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch“ ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben.

**Erlebnisorientierung:** Der Erlebniseinkauf spielt nicht nur beim klassischen „Einkaufsbummel“ eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Insbesondere für Mittelstädte besteht aber die Gefahr, zwischen dem vielfältigen, spezialisierten und emotional aufgeladenem Angebot in Großstädten und der pragmatisch-räumlichen Nähe grundlegender Handels- und Dienstleistungsnutzungen in Kleinstädten aufgegeben zu werden. Zielgruppenorientierte attraktive Konsum- und Erlebniswelten in Shopping-Centern einerseits und ein breites preissensibles Warenangebot in großen Fachmarktzentren andererseits verstärken die Wettbewerbsintensität deutlich.

**Segmentierung der Nachfragemärkte:** Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: Erlebniseinkauf (*lifestyle shopping*), Bequemlichkeitseinkauf (*convenience shopping*), Preiseinkauf (*discount shopping*) und Schnäppcheneinkauf (*smart shopping*). Neben dem für den Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach

aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher“ je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen.



**Abbildung 3: Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster**

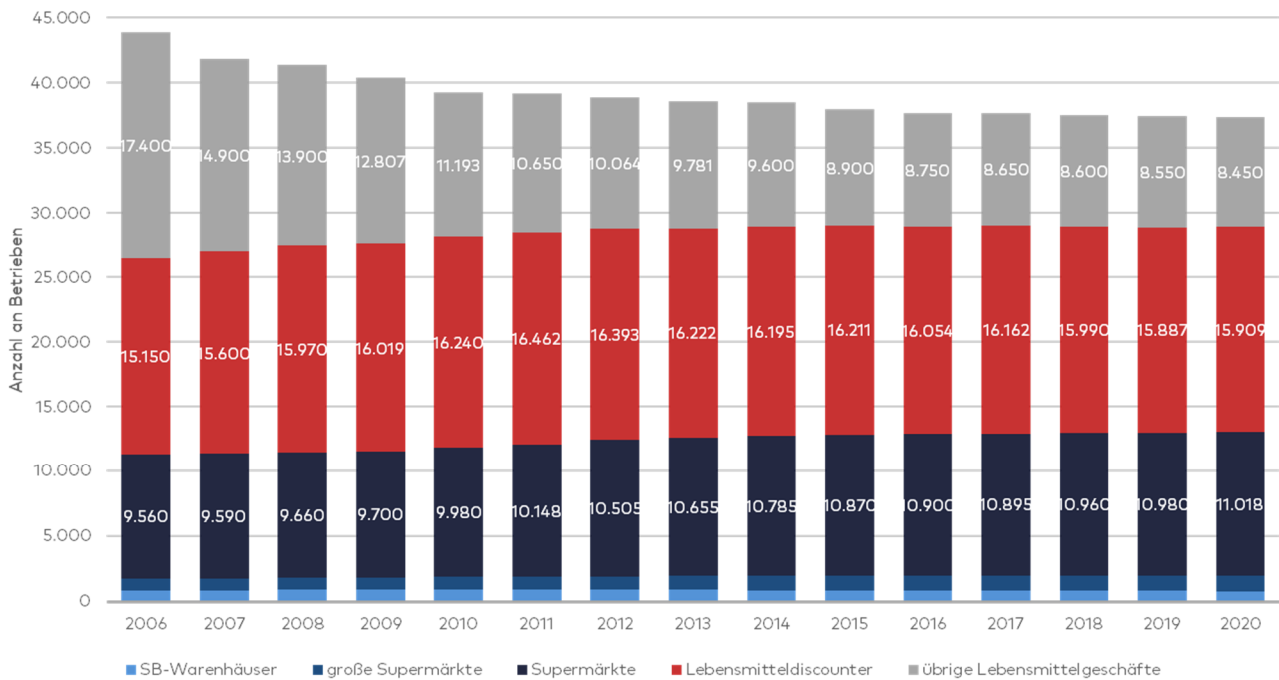
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos Stadt + Handel, pixabay.

**Preis-/Zielgruppenpolarisierung:** Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck. Dabei ist auch die Insolvenz mehrerer Warenhausketten ein Indiz für die zunehmende Preis- und Zielgruppenpolarisierung.

In Mittelstädten sind in den Innenstädten zum Teil qualitativ höherwertige Angebote vorzufinden, welche sich jedoch z. T. auf den Bereich Nahrungs- und Genussmittel beschränken. Neben den qualitativ höherwertigen Angebotsstrukturen fungieren discountorientierte Angebote (z. B. Lebensmittel-discounter, Non-Food-Discounter, Sonderpostenmärkte, Bekleidungsfachmärkte mit Discount-Charakter) als Ankerbetriebe. Ein klarer Zielgruppenfokus ist oftmals nicht mehr gegeben. Bei eingeschränkter Warenvielfalt und fehlender, zielgruppenspezifischer Positionierung stehen zudem nachgeordnete zentrale Versorgungsbereiche nicht mehr oder nur nachrangig im Fokus von Einzelhandelsentwicklungen. Die Folge ist ein möglicher Verlust der Versorgungsfunktion und damit einhergehende Trading-Down-Prozesse.

#### 4.1.2 Angebotsseitige Aspekte

**Filialisierung/Konzentration:** Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer stark ausgeprägten Filialisierung sprechen. Dies betrifft im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel (s. Abbildung 4). Eine wohnungsnahe (fußläufige) adäquate Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs ist damit insbesondere im ländlichen Raum und in Gebieten mit negativer Bevölkerungsentwicklung häufig nicht mehr gesichert oder nur schwer zu erreichen.



**Abbildung 4: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel**

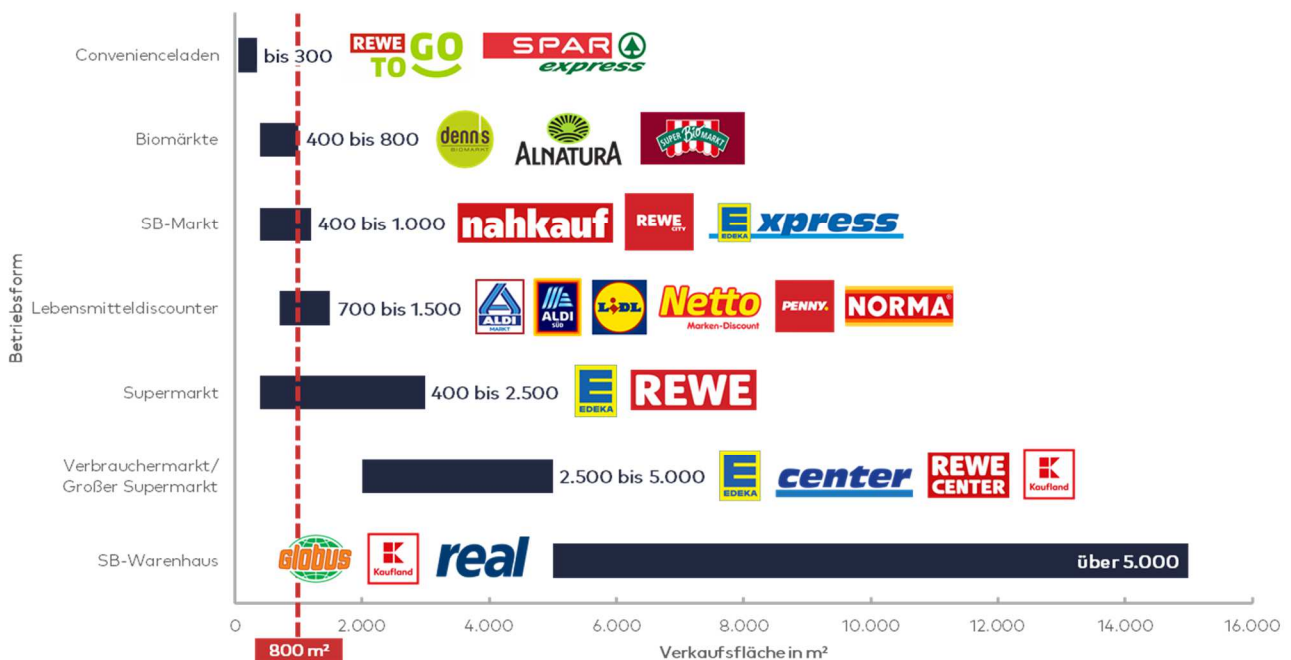
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Bei Drogeriefachmärkten lässt sich aktuell als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen ein lebhaftes Expansionsgeschehen beobachten, welches sich im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung fokussiert. Für kleinere Mittelstädte gestaltet es sich jedoch zunehmend anspruchsvoll, ein qualitativ hochwertiges Angebot in der Warengruppe Drogeriewaren vorzuhalten.

**Verkaufsflächen- und Standortansprüche:** Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist sowohl im Lebensmittel- als auch im Drogeriewarenhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpassungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen sowie einer steigenden Sortimentsbreite und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen) ergibt.<sup>9</sup> Auch wenn es für Supermärkte (und neuerdings auch verstärkt für Lebensmitteldiscounter) kleinere City- und Metropolfilialkonzepte gibt, sind diese Entwicklungen in Mittelstädten

<sup>9</sup> Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche: Lebensmitteldiscounter 2006 rd. 706 m<sup>2</sup>, 2016 rd. 804 m<sup>2</sup> (+14 %); (große) Supermärkte 2006 rd. 1.063 m<sup>2</sup>, 2016 rd. 1.245 m<sup>2</sup> (+17 %).

aufgrund geringerer Passantenfrequenzen aktuell noch nicht zu realisieren. Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch zunehmend bereit, von ihren standardisierten Marktkonzepten abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Parkplatzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadregionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen (s. Abbildung 5).



**Abbildung 5: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

**Wandel der Betriebsformen:** Differenziert man die Gesamtwerte anhand der jeweiligen Betriebstypen, sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen festzustellen. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (Betriebe und Umsatz) ergeben sich insbesondere für (große) Supermärkte, welche maßgeblich vom Wertewandel profitieren. Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmitteldiscounter nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und 2000er Jahren im Übergang zur Reifephase. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes infolge eines Trading-Up-Prozesses sowie einer Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen. Auch Drogeriefachmärkte stellen zunehmend hybride Betriebskonzepte dar und positionieren sich als „Kleinkaufhäuser“ mit einem entsprechend großen Warenspektrum. Die somit gleichermaßen hohe Bedeutung für die Nahversorgung und

für die zentralen Versorgungsbereiche gilt es daher verstärkt und sorgfältig abzuwägen.

**Umsatzentwicklung:** Der bis 2009 zu beobachtende Trend zurückgehender Flächenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen stationärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben einem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die weiter oben beschriebenen Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bedingt.<sup>10</sup> Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre) Umsätze und Flächenproduktivitäten v. a. bedingt durch den Online-Handel. Besonders betroffen davon sind insbesondere kleinere Zentren.

**Nachfolgeproblematik:** Insbesondere in kleineren Städten mit einem hohen Anteil inhabergeführter Geschäfte stellt sich im Zuge des demografischen Wandels auch die Frage der Geschäftsinhabernachfolge. Aufgrund hoher Arbeitsbelastung, langen Ladenöffnungszeiten, hoher Konkurrenz durch Filialisten und den Online-Handel, eigentümergeitigen Erwartungen an die Miethöhe und den weiteren oben skizzierten sozioökonomischen Rahmenbedingungen wird die Nachfolgersuche jedoch zunehmend anspruchsvoller. So stehen Ladenlokale nach dem Wechsel der Eigentümer in den Ruhestand oftmals leer. Immobilienseitige Defizite (z. B. geringe Verkaufsfläche, fehlende Barrierefreiheit, Renovierungs-/Sanierungsstau) erschweren die Situation weiter.

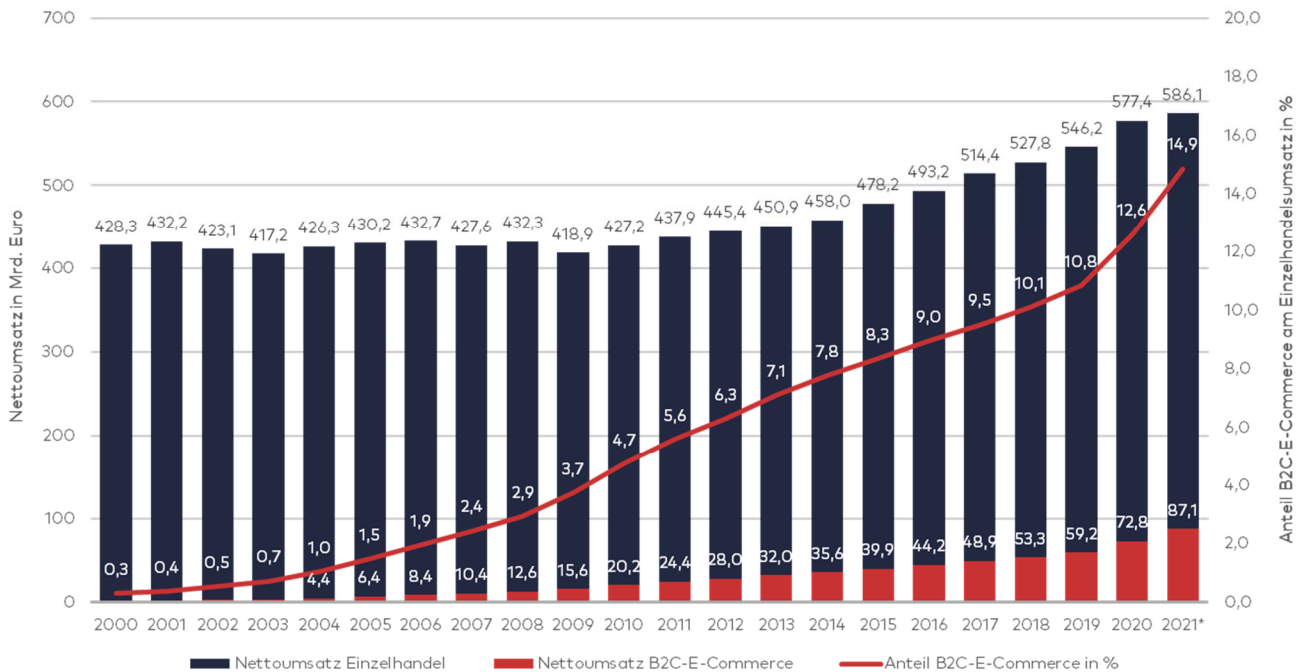
**Neue Handelsformen und -formate:** Fachgeschäfte haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Ortskerne größtenteils verloren. In Kleinstädten stellen stattdessen filialisierte Anbieter des täglichen Bedarfs (insbesondere Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriefachmärkte) sowie discountorientierte Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (u. a. Non-Food-Discounter in den Bereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK<sup>11</sup>/Hausrat/Einrichtungszubehör) die wichtigsten Magnetbetriebe dar. Weitere Handelsformen wie z. B. Shopping-Center und Factory-Outlet-Center sind primär in größeren Städten zu finden. Lediglich kleinere, zu meist autokundenorientierte Fachmarktzentren stellen eine gängige Handelsagglomeration in Kleinstädten dar, die aufgrund ihres Flächenanspruchs und oftmals mangelnder städtebaulichen Qualität nur schwer in integrierte Siedlungslagen bzw. zentrale Versorgungsbereiche einzubinden sind.

**Digitalisierung:** Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und beträgt im Jahr 2020 rd. 72,8 Mio. Euro bzw. rd. 12,6 % des Einzelhandelsumsatzes (s. Abbildung 6). Es ist allerdings aus fachgutachterlicher Sicht davon auszugehen, dass das Wachstum des Online-Anteils ab dem Jahr 2022 wieder ein weniger starkes Wachstum, ähnlich vor der COVID-19 Pandemie, erreichen wird. Es sind allerdings sortimentspezifisch große Unterschiede festzustellen.

---

<sup>10</sup> In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren wird rd. 49 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet (vgl. EHI Retail Institute 2017).

<sup>11</sup> GPK = Glas, Porzellan, Keramik.



**Abbildung 6: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); \* Prognose.

Während der Online-Umsatzanteil v. a. in innenstadtaffinen Warengruppen am höchsten ist, sind im Bereich des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels bislang noch vergleichsweise geringe Online-Umsatzanteile festzustellen (s. dazu auch Kapitel 4.1.1)<sup>12</sup>. Auch wenn dieses Segment langfristig an Dynamik gewinnen wird, so konzentrieren sich erste Entwicklungen auf Metropolen und Ballungsräume, in denen aktuell bereits erfolgsversprechende Modelle zur Online-Bestellung von Lebensmitteln umgesetzt werden. Für Städte wie Ingelheim a. R. werden sich mittelfristig voraussichtlich nur geringe onlinebedingte, strukturprägende Veränderungen im Bereich des qualifizierten Grundbedarfs ergeben. Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich entfaltet die Digitalisierung allerdings eine bereits jetzt erkennbare, disruptive Wirkung. Neben einem erhöhten (und für kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte oftmals nicht wirtschaftlichen) Wettbewerb gegenüber Online-Vertriebsformen, kann die Digitalisierung jedoch auch gewisse Chancen bieten (u. a. Erhöhung der Sichtbarkeit/Erreichbarkeit, Realisierung von Liebhaber- und Spezialhandelsgeschäften mit sehr spitzen Zielgruppen, Multi- und Cross-Channel-Marketingstrategien).

Für die zukünftige Entwicklung des Online-Handels gilt es auch die Auswirkungen durch die Corona-Pandemie zu berücksichtigen. Hierzu kann aus fachgutachterlicher Perspektive von einem Entwicklungsszenario ausgegangen werden, welches einen weiteren Bedeutungszuwachs des Online-Handels sowie eine parallele Reorientierung auf die Angebote des stationären Einzelhandels prognostiziert. Von der Reorientierung auf den stationären Einzelhandel profitieren insbesondere Metropolen und starke Oberzentren, welche durch ihre Qualitäten im Bereich des Erlebniseinkaufes wie auch des umfassenden Innenstadterlebnisses profitieren können, wenngleich auch diese aktuell mit einem nahezu zum Erliegen gekommenen Städtetourismus, sinkenden Frequenzen in den Einkaufslagen und ebenfalls wegbrechenden Handelsstrukturen zu kämpfen haben. Der stationäre Einzelhan-

<sup>12</sup> Vgl. HDE/IFH 2017.

del in Städten wie Ingelheim a. R. erfährt in diesem Szenario einerseits eine Stabilisierung, da hier vorwiegend Versorgungseinkäufe in vertrautem Umfeld getätigt sowie die wohnortnahe Versorgung sichergestellt wird. Andererseits wird jedoch insbesondere der mittel- und langfristige stationäre Einzelhandel (v. a. modischer Bereich, Sport, Unterhaltungselektronik) in Mittelstädten wie Ingelheim in diesem Entwicklungsszenario überproportional von Umsatzeinbußen betroffen sein, da sich die Nachfrage sowohl in den Online-Handel als auch in zukünftig wieder in die Metropolen bzw. in die starken Oberzentren verlagert. Gleichwohl ist für die Bewertung dieses Entwicklungsszenarios für die Stadt Ingelheim die sehr gute städtebaulich-funktionale Ausgangslage der Innenstadt von Ingelheim positiv zu berücksichtigen.

## 4.2 SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Im Folgenden werden die relevanten siedlungsräumlichen Faktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur vorgestellt. Eine Darstellung weiterer relevanter angebots- und nachfrageseitiger Parameter folgt in den Kapiteln 4.3 und 4.4.

Als Mittelzentrum im zentralörtlichen Gefüge von Rheinland-Pfalz zählt die Stadt Ingelheim a. R. 36.007 Einwohner<sup>13</sup>. Bis zum Prognosejahr 2026 wird gemäß des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz<sup>14</sup> eine relative Einwohnerentwicklung von + 1,22 % erreicht<sup>15</sup>. Siedlungsstrukturell gliedert sich die Stadt Ingelheim a. R. in 10 Stadtteile.

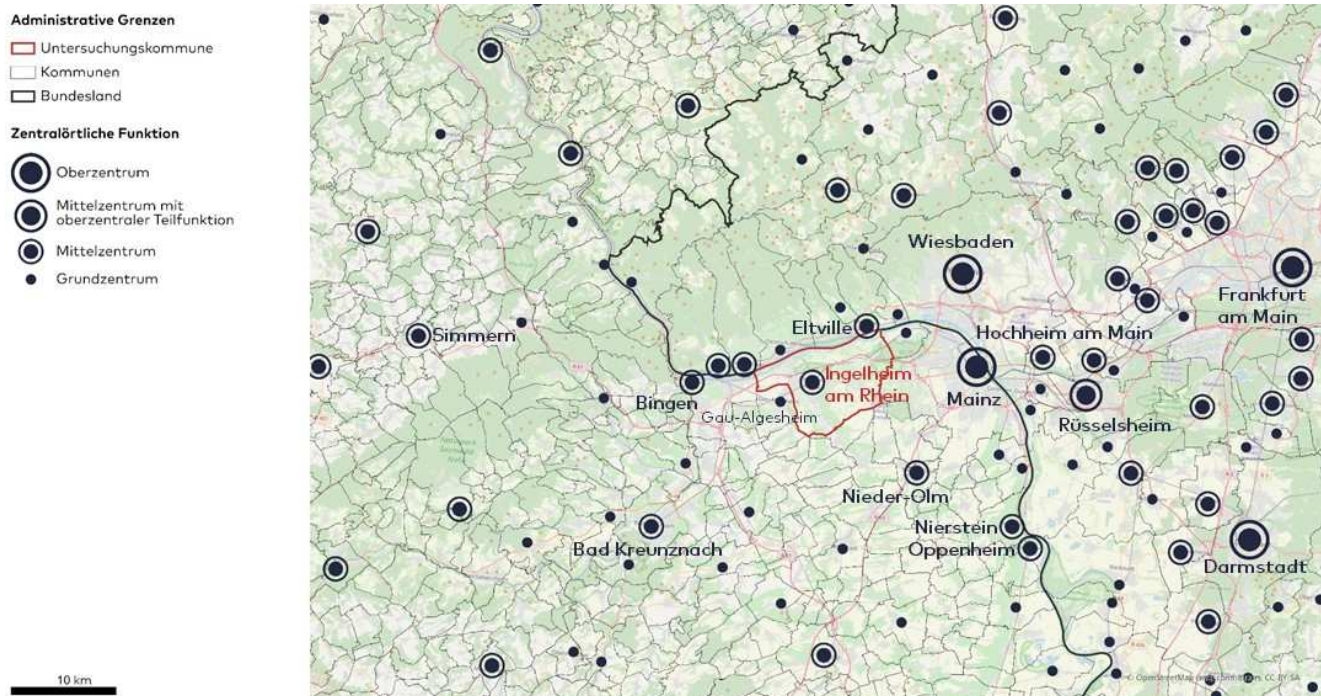
Das Umland der Stadt Ingelheim a. R. ist geprägt von einer Vielzahl an umliegenden Mittelzentren wie Bingen im Westen sowie Bad Kreuznach in südwestlicher Richtung. Neben den umliegenden Mittelzentren grenzt in direkter räumlicher Nähe in Richtung Osten die Landeshauptstadt Mainz (Oberzentrum) an die Stadt Ingelheim a. R. (vgl. Abbildung 7). Weiter im Osten sind jenseits des Rhein mit der hessischen Landeshauptstadt Wiesbaden und den Städten Frankfurt a. M. und Darmstadt weitere stark ausstrahlende Oberzentren verortet.

---

<sup>13</sup> Stadt Ingelheim a. R. (Stand 2/2021).

<sup>14</sup> Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz: Sechste regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung; Basisjahr 2020.

<sup>15</sup> Die Stadt Ingelheim geht mittelfristig von einem stärkerem Bevölkerungswachstum aus als in der Sechsten regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung; Basisjahr 2020 des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz ermittelt.



**Abbildung 7: Zentralörtliche Funktion Ingelheim a. R.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Im Hinblick auf die siedlungsräumlichen Rahmenbedingungen ergibt sich aus dem dargestellten dichten Zentrengewebe ein recht ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld für die Stadt Ingelheim a. R., insbesondere durch das angrenzende Oberzentrum Mainz, welches in einer Fahrtzeit von 20 Minuten mit dem Pkw erreichbar ist. Die Pkw-Fahrtzeit zu den nächstgelegenen größeren Mittelzentren Bingen, Bad Kreuznach oder auch Nieder-Olm beträgt zudem z. T. deutlich unter 30 Minuten.

Dabei begünstigt die gute verkehrliche Anbindung über die A 60 zusätzlich die Wettbewerbssituation. Hinsichtlich der Einbindung an den öffentlichen Personennahverkehr besteht sowohl eine Anbindung an das Busliniennetz als auch ein Anschluss an das regionale und überregionale Bahnnetz in Richtung Frankfurt (Main) und Koblenz.

### Städtebauliche Analyse

Für zentrale Versorgungsbereiche und sonstige durch Einzelhandelsagglomerationen geprägte Standorte erfolgt eine städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung. Bzgl. der städtebaulichen Analysen sei auf die entsprechenden Ausführungen in Kapitel 7 verweisen.

### 4.3 GESAMTSTÄDTISCHE NACHFRAGEANALYSE

Neben den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersu-



chung auf sekundärstatistische Rahmendaten der statistischen Ämter des Bundes und der Länder, der Bundesagentur für Arbeit sowie der IfH Retail Consultants GmbH zurückgegriffen.

### Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die folgende Tabelle stellt die sozioökonomischen Rahmendaten der Stadt Ingelheim a. R. im Verlauf der letzten Jahre dar. Diese stellen neben der Kaufkraft der Wohnortbevölkerung einen wichtigen Indikator dar, um das Versorgungsgebiet von Ingelheim a. R. und daraus resultierende Kaufkraftströme abzuleiten.

**Tabelle 2: Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Ingelheim a. R.**

| Ingelheim a. R.                                      | 2020          | 2021          | 2022          | Entwicklung 2020-2022 |
|--|---------------|---------------|---------------|-----------------------|
| Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort | 19.406        | 19.865        | 20.340        | 4,8 %                 |
| Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort    | 14.931        | 15.084        | 15.341        | 2,7 %                 |
| Einpendler Arbeitsort (Einpendlerquote)              | 14.385 (74 %) | 14.897 (75 %) | 15.259 (75 %) | 6,1 %                 |
| Auspendler Wohnort (Auspendlerquote)                 | 9.914 (66 %)  | 10.120 (67 %) | 10.270 (67 %) | 3,6 %                 |
| Pendlersaldo   | + 4.471       | + 4.777       | + 4.989       | + 11,6 %              |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (Stichtag: 30.06.).

**Tabelle 3: Sozioökonomische Rahmenbedingungen im Landkreis Mainz-Bingen**

| LK Mainz-Bingen                                      | 2020   | 2021   | 2022   | Entwicklung 2020-2022 |
|--|--------|--------|--------|-----------------------|
| Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort | 58.115 | 59.095 | 60.539 | 4,2 %                 |
| Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort    | 85.711 | 86.687 | 88.458 | 3,2 %                 |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (Stichtag: 30.06.).

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist sowohl am Wohn- als auch am Arbeitsort in der Stadt Ingelheim a. R. im betrachteten Untersuchungszeitraum 2020 - 2022 stetig angestiegen. Ebenso hat sich eine positive Entwicklung des positiven Pendlersaldo ergeben, welches sich in den Jahren 2020 bis 2022 kontinuierlich weiter angestiegen ist. Im Vergleich zum Landkreis Mainz-Bingen hat die Stadt Ingelheim a. R. eine positivere Entwicklung im Bereich Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort Saldo, wohingegen im Bereich Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort eine leicht unterdurchschnittliche – wenngleich ebenfalls positive – Entwicklung ersichtlich wird. Zusammengefasst kann die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt Ingelheim a. R. als leicht überdurchschnittlich bewertet werden. Die Einpendlerquote von 75 % ist als sehr hoch zu bewerten, was für die Bedeutung Ingelheims als Arbeitsort spricht.

### Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Stadt Ingelheim a. R. verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 315,9 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 8.774 Euro je Einwohner, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit

rd. 3.213 Euro je Einwohner auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Back-/Fleischwaren und Getränke) entfällt (s. Tabelle 4).

**Tabelle 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen**

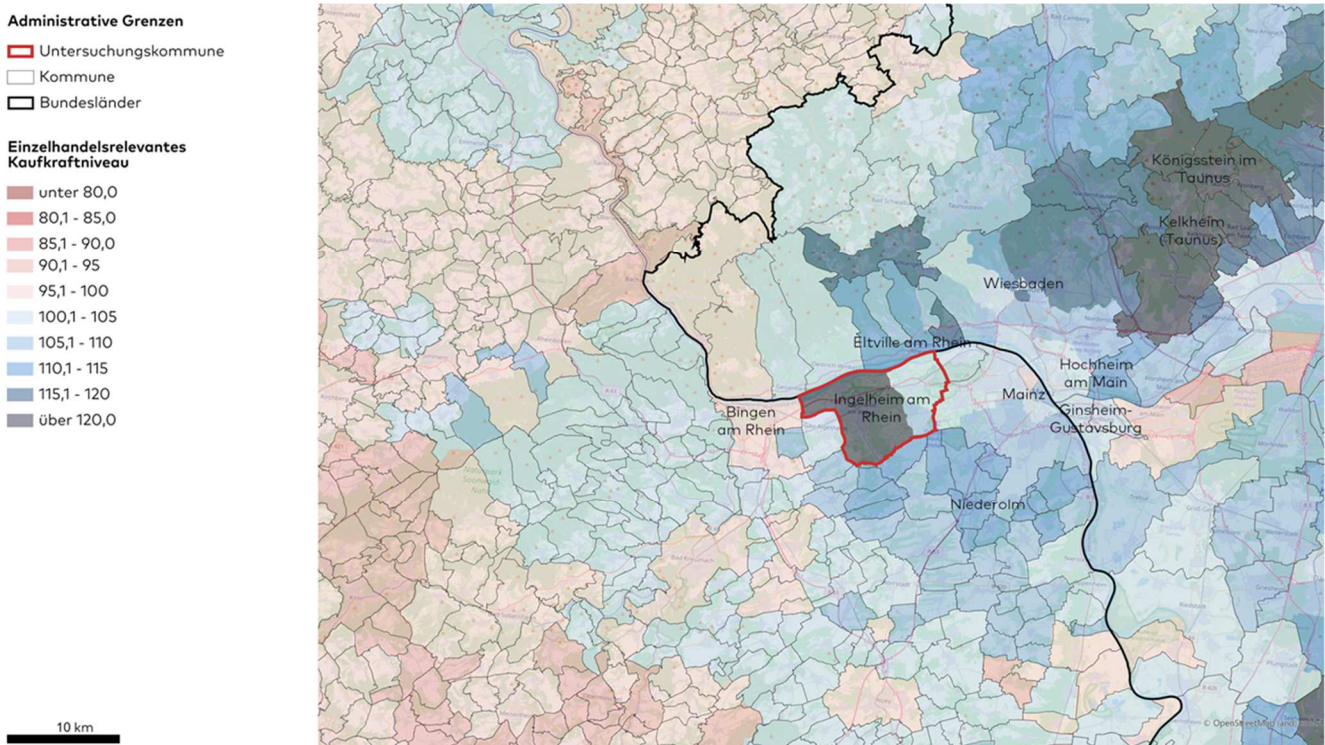
| Warengruppe  | Kaufkraft<br>in Mio. Euro | Kaufkraft je Einwohner<br>in Euro |
|--|---------------------------|-----------------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel                           | 115,7                     | 3.213                             |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken              | 18,0                      | 499                               |
| Blumen, zoologischer Bedarf                          | 5,0                       | 138                               |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher                 | 9,0                       | 251                               |
| <b>Kurzfristiger Bedarfsbereich</b>                  | <b>147,7</b>              | <b>4.102</b>                      |
| Bekleidung   | 28,8                      | 799                               |
| Schuhe/Lederwaren                                    | 8,1                       | 226                               |
| Pflanzen/Gartenbedarf                                | 5,0                       | 138                               |
| Baumarktsortiment i. e. S.                           | 19,5                      | 541                               |
| GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör                      | 6,2                       | 174                               |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente            | 7,1                       | 198                               |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping                       | 8,4                       | 232                               |
| <b>Mittelfristiger Bedarfsbereich</b>                | <b>83,1</b>               | <b>2.307</b>                      |
| Medizinische und orthopädische Artikel/Optik         | 6,9                       | 191                               |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz | 3,4                       | 94                                |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche                   | 3,0                       | 84                                |
| Möbel  | 18,3                      | 507                               |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte                     | 10,3                      | 286                               |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik                  | 20,6                      | 571                               |
| Uhren/Schmuck  | 4,3                       | 120                               |
| Sonstiges  | 18,4                      | 512                               |
| <b>Langfristiger Bedarfsbereich</b>                  | <b>85,1</b>               | <b>2.365</b>                      |
| <b>Gesamt</b>  | <b>315,9</b>              | <b>8.774</b>                      |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2021; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer<sup>16</sup> beträgt in Ingelheim a. R. rd. 132 und liegt damit sowohl deutlich über dem Durchschnitt von Rheinland-Pfalz (rd. 99) als auch über dem Bundesdurchschnitt von 100. Die Nachbarkommunen

<sup>16</sup> Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

verfügen größtenteils ebenfalls über überdurchschnittliches Kaufkraftniveau (s. Abbildung 8), wenngleich nicht in der Höhe wie die Stadt Ingelheim a. R. Westlich von Ingelheim a. R. nimmt die Höhe des Kaufkraftniveaus ab, im benachbarten Mittelzentrum Bingen a. R. ist das Kaufkraftniveau leicht unterdurchschnittlich.



**Abbildung 8: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Ingelheim a. R. und Umgebung**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IfH Retail Consultants GmbH 2021; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, Digital Data Services GmbH (DDS) 2014; Kaufkraft auf Ebene der PLZ5-Gebiete.

## 4.4 GESAMTSTÄDTISCHE ANGEBOTSANALYSE

### Begriff der städtebaulich integrierten Lage

In diesem Bericht werden Lagebereiche hinsichtlich ihrer städtebaulichen Integration (d. h. hinsichtlich ihres räumlich-funktionalen Zusammenhangs zu Wohnbebauung und ihrer fußläufigen Erreichbarkeit) bewertet. Diese ist oftmals gegeben, wenn Einzelbetriebe oder Ansammlungen kleiner, weniger Betriebe in Wohnbereiche eingebettet und an den ÖPNV angebunden sind, aber die Dichte der Bebauung und des Einzelhandels keine Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches rechtfertigen. Entsprechend werden solche Standortbereiche im Folgenden als städtebaulich integrierten Lage bezeichnet.

### Angebotsanalyse

Im Stadtgebiet von Ingelheim a. R. wurden im Rahmen der Einzelhandelsbestandsaufnahme (03/2021) insgesamt 145 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 70.400 m<sup>2</sup> verfügen (s. Tabelle 5). Um eine Bewertung vornehmen zu können, wird die Gesamtverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass Ingelheim a. R. mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 1,95 m<sup>2</sup> VKF/Einwohner über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,50 m<sup>2</sup> VKF/Einwohner<sup>17</sup>) liegt.

<sup>17</sup> Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

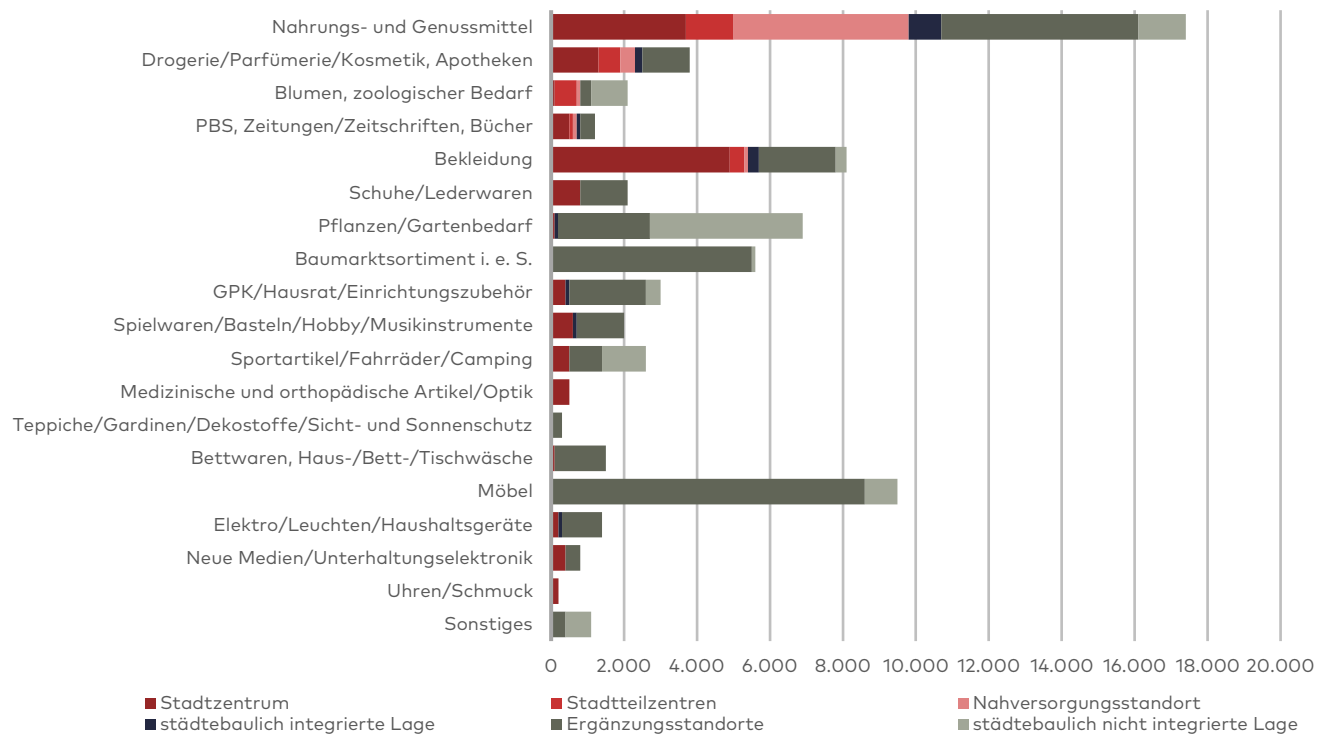
**Tabelle 5: Einzelhandelsbestand in Ingelheim a. R.**

| Strukturdaten   | Erhebung 03/2021 |
|---|------------------|
| Einwohner (Hauptwohnsitz)                                 | 36.007           |
| Anzahl der Betriebe                                       | 145              |
| Gesamtverkaufsfläche in m <sup>2</sup>                    | 70.400           |
| Verkaufsflächenausstattung in m <sup>2</sup> je Einwohner | 1,95             |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 03/2021; Einwohner: Stadt Ingelheim a. R. (Stand: 02/2021); Verkaufsfläche auf 100 m<sup>2</sup> gerundet. Angaben ohne Leerstände.

Die Einzelhandelsbetriebe konzentrieren sich zu einem großen Teil auf städtebaulich nicht integrierte Lagen. Rd. 64 % des gesamten Verkaufsflächenanteils sind in nicht integrierten Lagen verortet, von der gesamten Verkaufsflächen entfallen rd. 50 % auf Ergänzungsstandorte<sup>18</sup>. Rd. 36 % der gesamten Verkaufsfläche sind in städtebaulich integrierten und zentralen Lagen angesiedelt, in diesen sind die rd. 20 % der gesamten Verkaufsfläche, welche im Stadtzentrum angesiedelt sind, inkludiert. Abbildung 9 stellt die in Ingelheim a. R. erfasste Verkaufsfläche differenziert nach Warengruppen und Lagebereichen dar.

**Abbildung 9: Einzelhandelsbestand in Ingelheim a. R. nach Warengruppen**



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 03/2021; ZVB-Abgrenzung: EHK Ingelheim a. R. (CIMA 2006), Potenzialanalyse für Einzelhandelsnutzungen in der Innenstadt von Ingelheim (CIMA 2012) sowie EHK für die VG Heidesheim (GMA 2016); PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Hinsichtlich der sortimentspezifischen Verkaufsfläche und deren städtebaulicher Integration sind insbesondere die folgenden Punkte von höherer Relevanz für die weiteren konzeptionellen Empfehlungen:

<sup>18</sup> Zur Erläuterung des Begriffs Ergänzungsstandort sei auf Kapitel 7.4.1 verwiesen.

- Das Einzelhandelsangebot in Ingelheim a. R. ist hinsichtlich der Verkaufsfläche überwiegend geprägt durch die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel, Bekleidung sowie Pflanzen/Gartenbedarf.
- Wenngleich in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren sich der überwiegende Anteil der Angebotsstrukturen in zentralen und städtebaulich integrierten Lagen befindet, ist auch ein nicht unerheblicher Angebotsschwerpunkt in den Ergänzungsstandorten (v. a. Nahering) festzustellen.
- In den klassischen innerstädtischen Leitsortimenten<sup>19</sup> ist – mit Ausnahme des Sortiments Bekleidung – sowohl absolut als auch relativ betrachtet, ein deutlich höherer Anteil der Verkaufsfläche außerhalb der ZVB, hier insbesondere außerhalb des ZVB Stadtzentrum, verortet.
- Das Verkaufsflächenangebot in den Ergänzungsstandorten bzw. städtebaulich nicht integrierten Lagen wird überwiegend durch die Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf, Baumarktsortiment i. e. S. und Möbel geprägt. Betriebe mit diesen Sortimenten sind aufgrund ihres flächenintensiven Charakters i. d. R. weder für eine Ansiedlung in zentralen Versorgungsbereichen geeignet noch sind diese Branchen in funktionaler Hinsicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche.
- Allerdings werden an Ergänzungsstandorten sowie in städtebaulich nicht integrierten Lagen in einem nicht unerheblichen Umfang auch Waren aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Bekleidung, Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente und Sportartikel/Fahrräder/Camping angeboten. Innerhalb dieser Warengruppen ist von Wettbewerbsbeziehungen insbesondere zwischen den ZVB bzw. den städtebaulich integrierten Lagen und den Standorten in städtebaulich nicht integrierter Lage auszugehen.
- Der hohe Verkaufsflächenanteil in städtebaulich nicht integrierter Lage der innenstadtaffinen Sortimente wie Schuhe/Lederwaren oder GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör, ist auf die Ergänzungsstandorte zurückzuführen, in welchem strukturprägende Betriebe wie die Schuhfachmärkte MWR Schuhe und Deichmann sowie der Fachmarkt TEDi und Randsortimentsangebote in nicht unerheblichem Umfang angesiedelt sind.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass das Einzelhandelsangebot in Ingelheim a. R. hinsichtlich Anzahl der Betriebe und der gesamtstädtischen Verkaufsfläche als durchschnittlich für ein Mittelzentrum zu bewerten ist. Hinsichtlich der Verortung der Angebote der Nahversorgung ist festzuhalten, dass diese zu einem überwiegenden Teil in zentralen bzw. städtebaulich integrierten Lagen verortet ist. Bzgl. der städtebaulichen Integration in den klassischen innerstädtischen Leitsortimenten Schuhe/Lederwaren und GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör ergibt sich jedoch ein Missverhältnis, da der Anteil dieser Sortimente in den städtebaulich nicht integrierten Standorten überwiegt.

---

<sup>19</sup> Klassischerweise zählen hierzu insbesondere Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör.

## 4.5 UMSATZ UND ZENTRALITÄT

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze<sup>20</sup> im Einzelhandel von Ingelheim a. R. basiert sowohl auf allgemeinen als auch auf für die Stadt Ingelheim a. R. spezifizierten angebots- und nachfrageseitigen Eingangsparametern.

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung dienen Stadt + Handel vorliegende **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifische Kennwerte einzelner Anbieter**. Das umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die **konkrete Situation vor Ort** berücksichtigt werden. So fließen in Einzelfällen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.
- Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortimentspezifischen Umsätze werden abschließend mit **nachfrageseitigen Rahmenbedingungen** (s. dazu Kapitel 4.1.1) plausibilisiert. Dazu zählen insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft.
- Im Rahmen einer internetbasierten Recherche werden die **relevanten Wettbewerbsstrukturen im engeren und weiteren Umfeld** identifiziert und hinsichtlich ihrer Wechselwirkung mit den Angeboten in Ingelheim a. R. und dem Nahbereich beurteilt. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen im engeren Umfeld sowie die großflächigen Einzelhandelsstandorte und Innenstädte der Nachbarkommunen im weiteren Umfeld von besonderer Bedeutung.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rd. 232,1 Mio. Euro brutto je Jahr ermitteln. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 315,9 Mio. Euro ergibt sich somit eine Einzelhandelszentralität<sup>21</sup> von rd. 73 %. Diese ist angesichts der zentralörtlichen Funktion der Stadt Ingelheim a. R. als Mittelzentrum und trotz der unmittelbaren Nähe zum Oberzentrum Mainz sowie der zunehmenden Bedeutung des Online-Handels als ausbaufähig zu bewerten. Somit lässt sich in einigen Warengruppen durchaus ein gewisser Handlungsbedarf zur Optimierung der Angebotsstrukturen in Ingelheim a. R. identifizieren (s. Kapitel 6.3). Wie Tabelle 6 zu entnehmen ist, fällt die Zentralität in Ingelheim a. R. je nach Warengruppe sehr differenziert aus.

<sup>20</sup> Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

<sup>21</sup> Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) ermittelt sich anhand der Relation aus dem Einzelhandelsumsatz einer Kommune oder sonstigen Gebietseinheit zur vor Ort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft (Umsatz-Kaufkraft-Relation). Bei einem Wert von über 100 % sind im Saldo Kaufkraftzuflüsse, bei einem Wert unter 100 % dagegen im Saldo Kaufkraftabflüsse anzunehmen.

**Tabelle 6: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Ingelheim a. R.**

| Warengruppe  | Verkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup> | Umsatz<br>in Mio. Euro | Kaufkraft<br>in Mio. Euro | Zentralität |
|--|-------------------------------------|------------------------|---------------------------|-------------|
| Nahrungs- und Genussmittel                               | 17.500                              | 111,1                  | 115,7                     | 96 %        |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik,<br>Apotheken               | 3.800                               | 21,7                   | 18,0                      | 121 %       |
| Blumen, zoologischer Bedarf                              | 2.100                               | 4,7                    | 5,0                       | 94 %        |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften,<br>Bücher                  | 1.400                               | 4,9                    | 9,0                       | 54 %        |
| <b>Kurzfristiger Bedarfsbereich</b>                      | <b>24.600</b>                       | <b>142,4</b>           | <b>147,7</b>              | <b>96 %</b> |
| Bekleidung   | 8.000                               | 21,6                   | 28,8                      | 75 %        |
| Schuhe/Lederwaren  | 2.100                               | 5,8                    | 8,1                       | 71 %        |
| Pflanzen/Gartenbedarf                                    | 6.900                               | 5,6                    | 5,0                       | 112 %       |
| Baumarktsortiment i. e. S.                               | 5.600                               | 9,0                    | 19,5                      | 46 %        |
| GPK/Hausrat/Einrichtung-<br>zubehör                      | 3.000                               | 4,5                    | 6,2                       | 72 %        |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/<br>Musikinstrumente            | 2.000                               | 4,9                    | 7,1                       | 69 %        |
| Sportartikel/Fahrräder/<br>Camping                       | 2.700                               | 6,5                    | 8,4                       | 78 %        |
| <b>Mittelfristiger Bedarfsbereich</b>                    | <b>30.400</b>                       | <b>57,8</b>            | <b>83,1</b>               | <b>70 %</b> |
| Medizinische und orthopädische<br>Artikel/Optik          | 500                                 | 3,8                    | 6,9                       | 55 %        |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/<br>Sicht- und Sonnenschutz | 300                                 | 0,4                    | 3,4                       | 11 %        |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/Tisch-<br>wäsche                  | 1.400                               | 2,3                    | 3,0                       | 77 %        |
| Möbel  | 9.600                               | 10,6                   | 18,3                      | 58 %        |
| Elektro/Leuchten/Haushalts-<br>geräte                    | 1.500                               | 4,2                    | 10,3                      | 41 %        |
| Neue Medien/Unterhaltungs-<br>elektronik                 | 900                                 | 5,6                    | 20,6                      | 27 %        |
| Uhren/Schmuck  | 200                                 | 1,3                    | 4,3                       | 31 %        |
| Sonstiges  | 1.100                               | 3,7                    | 18,4                      | 20 %        |
| <b>Langfristiger Bedarfsbereich</b>                      | <b>15.400</b>                       | <b>31,9</b>            | <b>85,1</b>               | <b>37 %</b> |
| <b>Gesamt</b>  | <b>70.400</b>                       | <b>232,1</b>           | <b>315,9</b>              | <b>73 %</b> |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 03/2021; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2021; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m<sup>2</sup> gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

In den Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfsbereichs** sind mit einer Zentralität von 96 % minimale Kaufkraftabflüsse ins Umland festzustellen, die jedoch je nach Warengruppe different ausfallen. Insbesondere in der Warengruppe Papier, Büro, Schreibwaren (PBS), Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, welche lediglich eine Zentralität von 54 % aufweist, sind deutlich Kaufkraftabflüsse festzustellen. In der

Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel wird eine Zentralität von rd. 96 % erreicht. Trotz einer überdurchschnittlichen VKF-Ausstattung von rd. 0,48 m<sup>2</sup> VKF NuG/Einwohner<sup>22</sup> und eines relativ guten Betriebstypenmixes (Discounter, Supermärkte, SB-Warenhaus, Getränkemärkte, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk, Spezialanbieter) sind in dieser Warengruppe Kaufkraftabflüsse festzustellen. Dies ist v. a. auf die siedlungsräumliche Struktur von Ingelheim a. R. in Verbindung mit Wettbewerbsstrukturen in den Nachbarkommunen zurückzuführen. In der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik und Apotheken sind hingegen mit einer Zentralität von 121 % deutliche Kaufkraftzuflüsse zu beobachten, die sich aus der hohen sortimentspezifischen Verkaufsflächenausstattung, u. a. durch drei Drogeriefachmärkte, ergeben. Darüber hinaus sind auch in dem nahversorgungsrelevantem Sortimentsbereich Blumen, zoologischer Bedarf mit einer Zentralität von 94 % geringe Kaufkraftabflüsse festzustellen.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** weist die Stadt Ingelheim a. R. eine deutlich unterdurchschnittliche Zentralität von 70 % auf, wodurch die Kaufkraft in diesem Bedarfsbereich nicht vollständig im Ingelheimer Stadtgebiet gebunden werden kann. Lediglich in der Warengruppe Pflanzen/Gartenbedarf besteht ein Kaufkraftzufluss durch eine Zentralität von 112 %. In den weiteren Warengruppe bspw. in den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung (75 %) und Schuhe/Lederwaren (71 %), sowie in den Sortimentsbereichen GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör (72 %) und Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente (69 %) werden durchgängig Zentralitäten von deutlich unter 80 % erreicht. Der niedrigste Wert im mittelfristigen Bedarfsbereich entfällt mit einer Zentralität von 46 % auf die Warengruppe Baumarkt i. e. S., was auf die unterdurchschnittlich ausgeprägten Angebotsstruktur bzw. dem Fehlen eines Baumarktes in einer für ein Mittelzentrum der Größe Ingelheims a. R. angemessenen Dimensionierung zurückzuführen ist<sup>23</sup>.

Die Zentralitäten im **langfristigen Bedarfsbereich** (gesamt 37 %) fallen wie in den anderen Bedarfsbereichen je nach Warengruppe sehr differenziert aus. Während in der Warengruppe Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche die höchste Zentralität mit 77 % im gesamten langfristigen Bedarfsbereich erreicht wird, weisen andere Warengruppen deutlich niedrige Zentralitäten auf. Deutliche Kaufkraftabflüsse sind v. a. aufgrund vergleichsweise gering ausgeprägter Bestandsstrukturen, sowie fehlender Fachmärkte in der Warengruppe Neue Medien/Unterhaltungselektronik (27 %) und Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz (11 %) zu verzeichnen.

Mit einem abschließenden Blick auf die betrachteten sortimentspezifischen Zentralitäten bleibt festzuhalten, dass die Stadt Ingelheim a. R. insgesamt den zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsauftrag für die Stadt selbst und die umliegenden Kommunen nur in Teilen erfüllen kann.

---

<sup>22</sup> Bundesdeutscher Durchschnitt: rd. 0,41 m<sup>2</sup> je Einwohner/-in, Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m<sup>2</sup>); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.

<sup>23</sup> Dies bedingt sich auch durch entsprechende leistungsfähige Wettbewerber im Ingelheimer Umland.













## 4.6 BEWERTUNG DER ENTWICKLUNG IM ZUGE DER FORTSCHREIBUNG

Im Rahmen der Konzeptfortschreibung wird auch die Entwicklung des Einzelhandels seit der Konzepterstellung im Jahr 2006/2012 für die Stadt Ingelheim a. R. sowie die Konzepterstellung 2016 für die bis 2019 eigenständige Verbandsgemeinde Heidesheim a. R. mit der Ortsgemeinde Heidesheim a. R. sowie Wackernheim betrachtet. Dazu werden die relevanten Strukturdaten der aktuellen Analyse aus dem Jahr 2021 mit den Daten der Einzelhandelskonzepte verglichen (s. Tabelle 7).

- Die Einwohnerzahl der zuvor eigenständigen Kommunen ist in den letzten Jahren (+ rd. 4,7 %) gestiegen. Zukünftig wird ein geringerer Zuwachs prognostiziert.
- Im Vergleich zu den vorangegangenen Bestandserhebungen ist die Anzahl der Betriebe um - rd. 27,5 % zurückgegangen. Im Vergleich zu den Betriebsrückgängen ist die Verkaufsfläche mit - rd. 5 % weniger stark gesunken. Insgesamt wurde eine VKF von 70.400 m<sup>2</sup> erfasst.
- Bezüglich der Gesamtverkaufsflächenausstattung je Einwohner ist aufgrund des Verkaufsflächenrückgangs und der steigenden Einwohnerzahl ein Absinken der VKF-Ausstattung pro Einwohner festzustellen.
- Sowohl das Kaufkraftniveau (+ 11 %) als auch das Kaufkraftvolumen insgesamt (+ 37,4 %) sind deutlich angestiegen. Stellt man diese deutliche Steigerung ins Verhältnis zur Entwicklung des Umsatzes (+ 4,6 %) und der negativen Entwicklung der Zentralität (- 32 %), wird deutlich, dass die Einzelhandelsstrukturen in Ingelheim nicht in der Lage sind, das deutlich gestiegene Kaufkraftvolumen vor Ort zu binden.

**Tabelle 7: Bewertung der Entwicklung im Zuge der Fortschreibung – Relevante Kennwerte im Vergleich**

| Strukturdaten  | Ingelheim<br>2006/2012 | Heidesheim<br>2016 | 2021   | Entwicklung |   |
|--|------------------------|--------------------|--------|-------------|---|
| Einwohner (Hauptwohnsitz)                                    | 24.310                 | 10.000             | 36.007 | 4,7 %       |    |
| Anzahl der Betriebe  | 172                    | 28                 | 145    | -27,5 %     |    |
| Gesamtverkaufsfläche<br>in m <sup>2</sup>                    | 63.600                 | 10.500             | 70.400 | -5 %        |   |
| Verkaufsflächenausstattung<br>in m <sup>2</sup> je Einwohner | 2,62                   | 1,05               | 1,95   | - 10%       |    |
| Kaufkraft in Mio. Euro                                       | 172,9                  | 57,0               | 315,9  | + 37,4 %    |    |
| Kaufkraftniveau  | 129,1                  | 105,2              | 135    | + 11 %      |    |
| Umsatz in Mio. Euro  | 187,2                  | 34,7               | 232,1  | + 4,6 %     |   |
| Zentralität  | 105 %                  | 61 %               | 73 %   | - 32 %      |    |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 03/2021, Ingelheim a. R. (Stand: 02/2021), EHK Ingelheim a. R. (CIMA 2006), Potenzialanalyse für Einzelhandelsnutzungen in der Innenstadt von Ingelheim (CIMA 2012) sowie EHK für die VG Heidesheim (GMA 2016); Verkaufsfläche auf 100 m<sup>2</sup> gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet.

Hinsichtlich der Analyse der gesamtstädtischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sowie unter gleichzeitiger Berücksichtigung der dargestellten Trends im Einzelhandel sind folgende wesentliche Erkenntnisse und Rückschlüsse festzuhalten, die im weiteren Verlauf als Grundlage für die Ableitung von konzeptionellen Handlungsansätzen zur Sicherung und Fortentwicklung der Einzelhandelsstruktur in Ingelheim a. R. dienen.

- Die Stadt Ingelheim a. R. befindet sich in einem relativ dichten Zentrengewebe, dessen Umfeld von einer Vielzahl an Mittelzentren und dem nahegelegenen Oberzentrum Mainz geprägt ist. Die nächstgelegenen Zentren sind Bingen, Bad Kreuznach sowie die Landeshauptstadt Mainz in einer Entfernung von deutlich unter 30 Min. Fahrtzeit. In Verbindung mit der guten verkehrlichen Erreichbarkeit über die A 60 ist von einem überdurchschnittlich regionalem Wettbewerbsumfeld auszugehen. Dementsprechend gilt es für eine Stadt wie Ingelheim a. R., insbesondere vor dem Hintergrund des regionalen Einzelhandelswettbewerbs, der Entwicklungen im Online-Handel und der Auswirkungen der Corona-Pandemie das **Einzelhandelsangebot** im Stadtgebiet zukünftig **räumlich zu fokussieren sowie quantitativ und qualitativ zu stärken**.
- Mit einer **einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 132** liegt die Stadt Ingelheim a. R. sowohl deutlich über dem Bundesdurchschnitt als auch deutlich über dem durchschnittlichen Wert in Rheinland-Pfalz. Trotz eines deutlich gestiegenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens wuchs gleichzeitig der Umsatz im Einzelhandel deutlich unterproportional. Vor dieser Entwicklung in den letzten Jahren besteht für die Stadt Ingelheim a. R. die Notwendigkeit, die Funktion als Einzelhandelsstandort zu sichern sowie diese zukünftig **auszubauen**, weiter zu **attraktiveren** und **profilieren**, um perspektivisch mehr Kaufkraft binden zu können.
- Die **Verkaufsflächenausstattung** für Ingelheim a. R. fällt im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt mit einem Wert von 1,95 m<sup>2</sup> je Einwohner **überdurchschnittlich** aus. Mit Blick auf die **gesamtstädtische Zentralität von 73 %** sowie die in einigen Sortimentsbereichen **unterdurchschnittlichen Zentralitäten** ergeben sich gleichwohl (z. T. deutliche) Entwicklungspotenziale zur Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen.
- Die Einzelhandelsbetriebe konzentrieren sich zu einem großen Teil auf städtebaulich nicht integrierte Lagen. **Rd. 64 % des gesamten Verkaufsflächenanteils sind in nicht integrierten Lagen** verortet, von der gesamten Verkaufsflächen entfallen rd. 50 % auf Ergänzungsstandorte. Rd. 36 % der gesamten Verkaufsfläche sind in städtebaulich integrierten und zentralen Lagen angesiedelt, in diesen sind die **rd. 20 % der gesamten Verkaufsfläche, welche im Stadtzentrum angesiedelt sind**, inkludiert. In diesem Kontext ist es von hoher Bedeutung, die bestehenden Strukturen zu sichern und qualitativ zu stärken, wobei insbesondere eine **Sicherung und Weiterentwicklung des Stadtzentrums** als multifunktionale, soziale, wirtschaftliche und kulturelle Mitte der Stadt **im Fokus stehen sollte**. Hierbei kommt neben dem Einzelhandelsangebot insbesondere der Weiterent-

wicklung der Funktionsmischung aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung und Wohnen zu einem attraktivem Nutzungsmix eine besondere Bedeutung zu.

Der Einzelhandel kann als wesentlicher (jedoch nicht einziger) Frequenzbringer durch eine konsequente und zielführende bauleitplanerische Steuerung seinen Beitrag für ein zukunftsfähiges und lebenswertes Ingelheimer Stadtzentrum leisten. Der Anspruch an eine entsprechende konzeptionelle Grundlage steigt dabei weiter. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund fortschreitender Konzentrations- und Filialisierungsprozesse, der Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel, dem Online-Handel, den geänderten Konsumverhaltensmustern sowie den disruptiven Verwerfungen, welche die Corona-Pandemie im Einzelhandel ausgelöst hat.

Entsprechende Handlungs- und Lösungsansätze sind in den nachfolgenden Teilbausteinen des Einzelhandel- und Zentrenkonzeptes sowohl aus funktionaler als auch aus städtebaulicher Sicht dargestellt.

# 6 Entwicklungsziele

Bevor aufbauend auf der Markt- und Standortanalyse ausführliche Beschreibungen, städtebaulich-funktionale Analysen und parzellenscharfe Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche sowie Analysen der Nahversorgungsstandorte und Ergänzungsstandorte erfolgen, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen und die daraus resultierenden übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Ingelheim a. R. zu erarbeiten.

## 6.1 VORBEMERKUNG ZUM ERMITTELTEN ABSATZWIRTSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNGSRAHMEN

Die Ableitung eines absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. Es werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht.

Der nachfolgend absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte wie folgt zu interpretieren:

Die absatzwirtschaftliche Betrachtung dient als Beurteilungsbasis einer zukünftigen angebots- und nachfrageseitigen Entwicklung. Diese stellt somit **keine „Grenze der Entwicklung“** dar, sondern dient vielmehr als eine von mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels. Folgende Aspekte sind dabei wie folgt zu berücksichtigen:

- Insbesondere im Kontext des aktuellen Urteils des Europäischen Gerichtshofes in der Sache Visser/Appingedam<sup>24</sup> soll die hier aufgezeigte absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive **keinen abschließenden Begründungszusammenhang** für die Beurteilung von Einzelhandelsentwicklungen liefern, sondern eine erste Einschätzung bezüglich der Auswirkungsintensität **neuer Entwicklungen** bieten. Diese sind zwingend hinsichtlich ihrer jeweiligen städtebaulichen Wirkungen **im Einzelfall** zu untersuchen.
- Eine geringe oder fehlende Entwicklungsperspektive (insgesamt oder auch in einzelnen Warengruppen) stellt somit **keinesfalls ein „Entwicklungsverbot“** dar, sondern ist im Rahmen einer späteren **standortbezogenen und städtebaulichen Gesamtabwägung** zu berücksichtigen. Insbesondere Entwicklungen in den zentralen Versorgungsbereichen sind unter Beachtung landesplanerischer und städtebaulicher Ziele und Grundsätze sowie der Zielstellungen des Einzelhandelsentwicklungskonzepts zu befürworten.
- Werden über diese Entwicklungsperspektive hinaus Verkaufsflächen geschaffen, so sind zunächst grundsätzlich **erhöhte Umsatzumverteilungen** zu erwarten. Die **Standortfrage** ist in diesem Fall entscheidend. Eine städtebauliche Beurteilung erfolgt **einzelfallbezogen**.
- Dies impliziert, dass die hier beschriebene Entwicklungsperspektive im engen Kontext mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen und dem Zentren- und Standortkonzept zu sehen ist. Erst im Kontext des **räumlich**

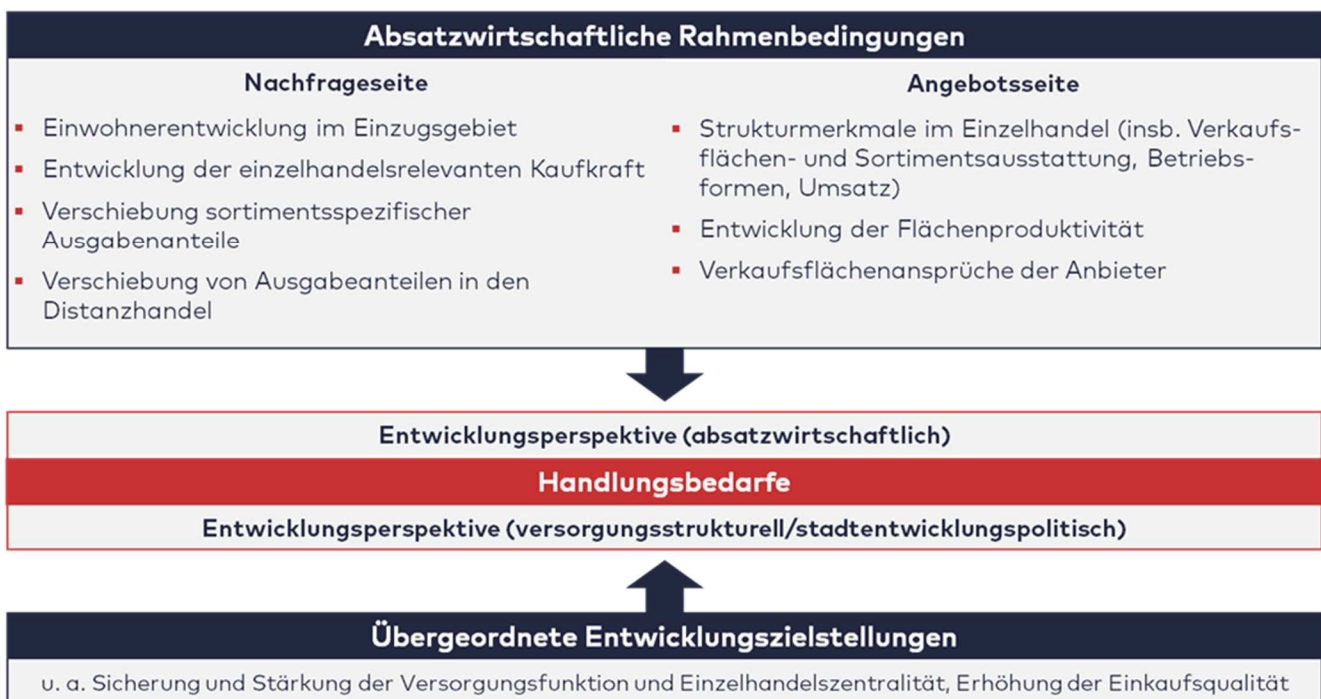
<sup>24</sup> Vgl. Appingedam-Urteil (EuGH 2018/44 zur Auslegung der Dienstleistungsrichtlinie – EuGH 2006/123).

**gefassten Zentren- und Standortkonzepts** (s. Kapitel 7) kann die absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter hat die hier dargestellte Entwicklungsperspektive darüber hinaus nur eine begrenzte Aussagekraft, da sie in der aktuellen Form der Analyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb der Stadt Ingelheim a. R. gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial größtenteils neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist und der Altstandort nicht in gleicher Weise nachgenutzt wird.

## 6.2 METHODIK UND BERECHNUNG

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose der zukünftigen Verkaufsflächenentwicklung die vergangenen, gegenwärtigen und prognostizierten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie die versorgungsstrukturellen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Ingelheim a. R. werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt.



**Abbildung 10: Ermittlungsmethodik der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

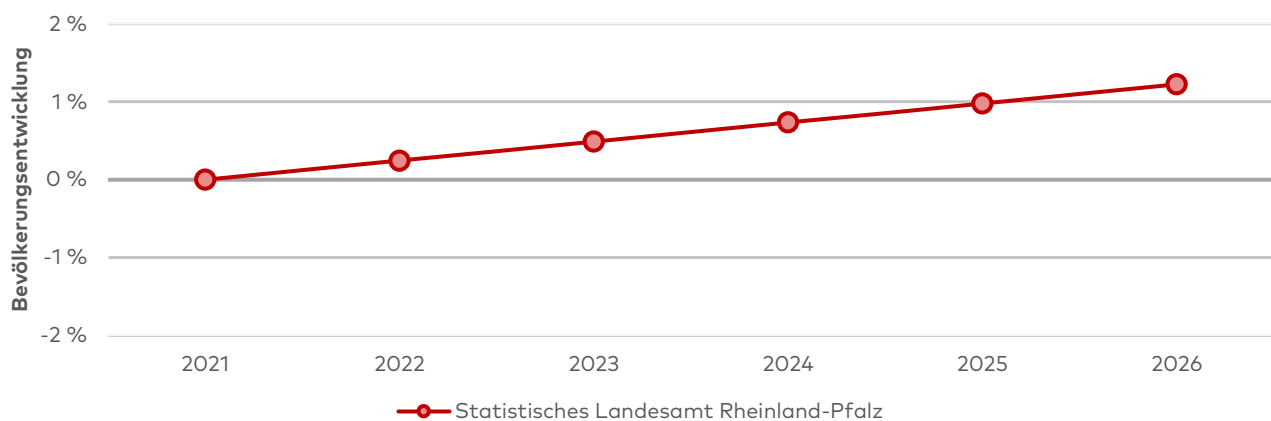
Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Landes- und Regionalplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in der Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren z. B. breit gefächerte Einzelhandelsangebote auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt die wohnstandortnahe Versorgung mit dem qualifizierten Grundbedarf zu. Dieser planerisch und rechtlich

zugebilligte Versorgungsauftrag wird mit den stadtentwicklungspolitischen Zielstellungen für die Zentren- und Standortstruktur in Ingelheim a. R. (s. Kapitel 7) abgeglichen und als Zielperspektive für die Stadt Ingelheim a. R. aufgegriffen.

Im Folgenden werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für das **Prognosejahr 2026** einzeln erläutert.

### Bevölkerungsentwicklung in Ingelheim a. R.

Zur Untersuchung der zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Ingelheim a. R. werden Prognosedaten des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz zugrunde gelegt. Die Bevölkerungsprognose berücksichtigt einen Bevölkerungszuwachs um rd. 1,22 %. Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung sind geringfügige Impulse im Hinblick auf das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial zu erwarten.



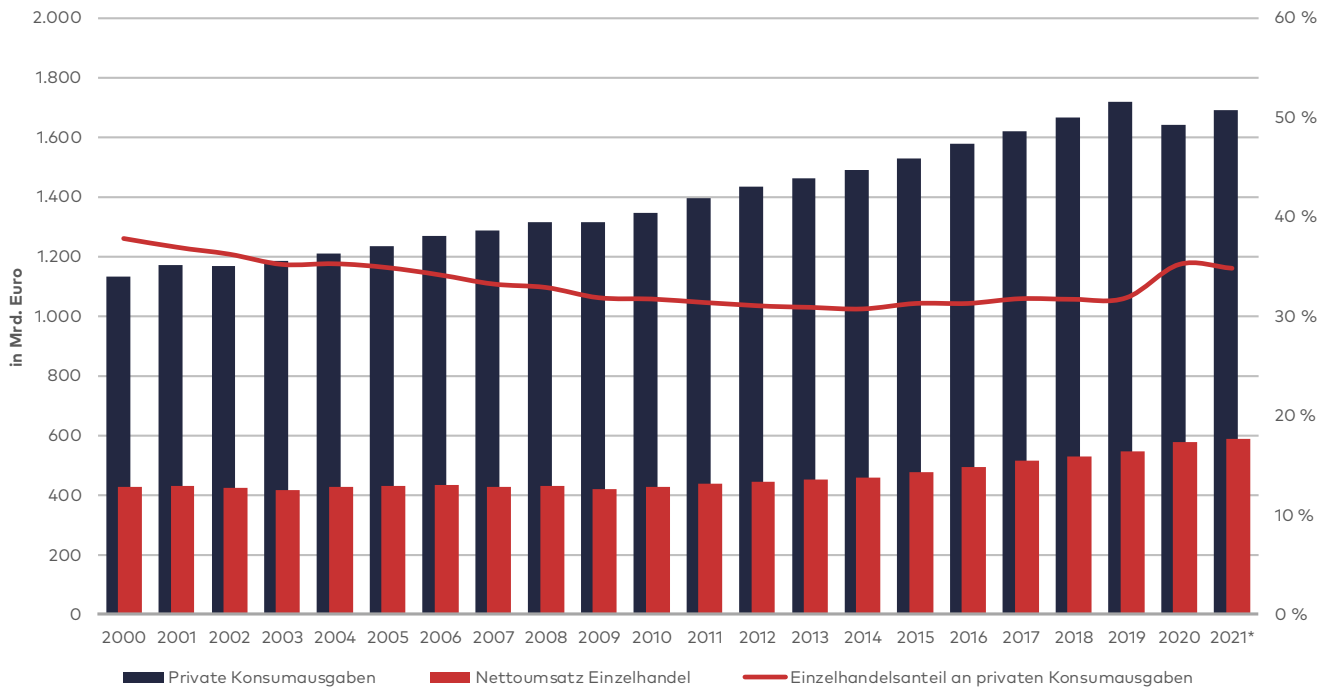
**Abbildung 11: Einwohnerprognose für Ingelheim a. R.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohnerprognose gemäß Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz.

### Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Der Nettoumsatz im Einzelhandel stagnierte zwischen den Jahren 2000 und 2010 bei knapp über 400 Mrd. Euro pro Jahr. Von etwa 2010 bis 2019 war ein spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, sodass diese im Jahr 2019 bei rd. 543,6 Mrd. Euro lagen. Dies entspricht einem Wachstum von rd. 19 % von 2014 bis 2019. Während die privaten Konsumausgaben von 2000 bis 2019 stetig angestiegen sind, zeigt sich im Jahr 2020 ein durch die Corona-Pandemie bedingter Rückgang um rd. 7 % (geschlossene Gastronomie, geringere Reisetätigkeit etc.). Im Jahr 2021 stiegen die privaten Konsumausgaben wieder um rd. 3 % an, verbleiben mit rd. 1.690 Mrd. Euro allerdings unterhalb des Niveaus von 2019 mit rd. 1.717 Mrd. Euro. Im Gegensatz zu den leicht rückläufigen privaten Konsumausgaben stieg der Nettoumsatz des Einzelhandels 2020 und 2021 weiter kontinuierlich an (jedoch mit umfänglichen Verschiebungen in digitale Absatzkanäle). Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt nach deutlichen Rückgängen in den 2000er Jahren seit 2010 insgesamt relativ stabil um rd. 30 % und ist im Jahr 2020 sogar auf rd. 35 % gestiegen. Dieser deutliche Anstieg ist mit einem erhöhten Anteil an Ausgaben für Lebensmittel und Güter des kurzfristigen Bedarfsbereichs während der Corona-Pandemie zu erklären. 2021 sank der Anteil wieder leicht ab. Der spürbar gestiegene Einzelhandelsumsatz ist u. a. auf eine höhere Ausgabebereitschaft bei Lebensmitteln (z. B. Selbstversor-

gung im Rahmen des Home-Office), hohen Umsatzsteigerungen im Online-Handel und auf das insgesamt positive Konsumklima der letzten Jahre (ausgenommen die Jahre seit 2020) zurückzuführen. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Nettoumsatz im Einzelhandel sowohl den stationären als auch den Online-Einzelhandelsumsatz beschreibt. Die Online-Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. u.).



**Abbildung 12: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland**

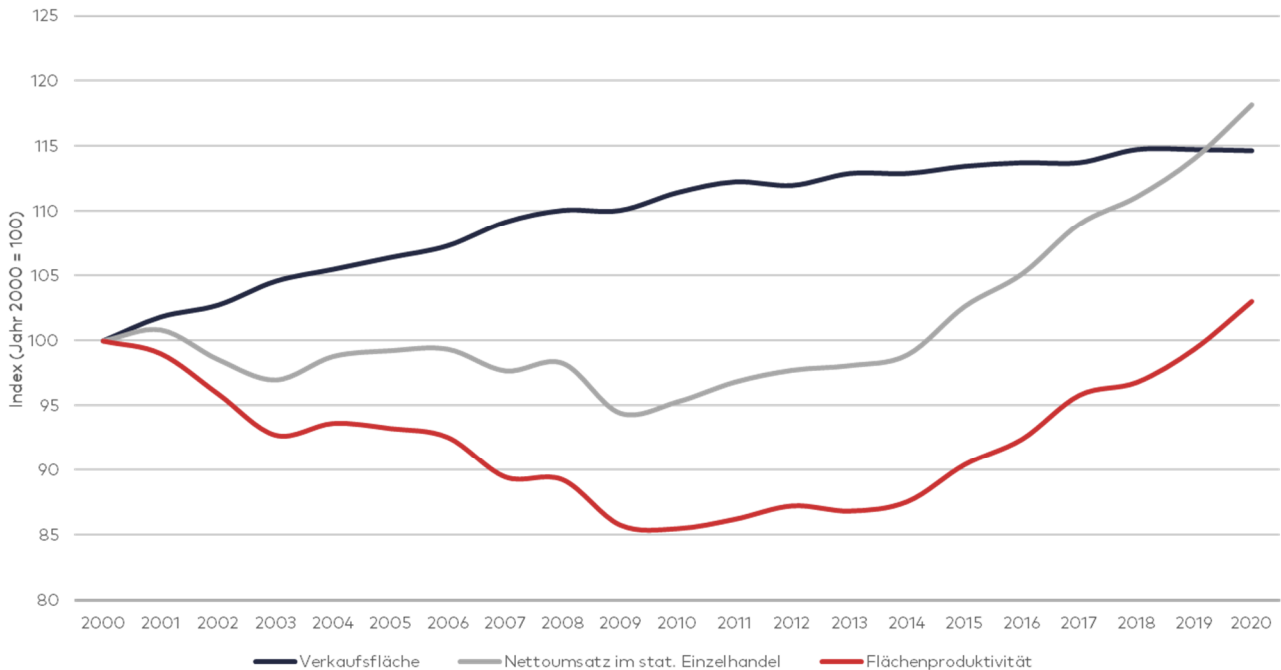
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Mit Ausnahme der Jahre 2020 und 2021, welche durch die Corona-Pandemie bestimmt waren, ist eine moderate Steigerung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben zu verzeichnen. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts aktueller Unsicherheiten in der Entwicklung des stationären Einzelhandels nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven wird daher für die nächsten Jahre eine insgesamt stagnierende Entwicklung der stationär relevanten Kaufkraft mit sortimentspezifischen Unterschieden angenommen. Für einzelne Sortimente ergeben sich allerdings deutliche Unterschiede: Während die stationär relevante Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel z. B. in den nächsten Jahren aufgrund der nur moderat zu erwartenden Steigerung des Online-Anteils, der Preisentwicklung sowie dem veränderten Konsumverhalten weiter deutlich ansteigt, ist insbesondere bei innenstadtaffinen Sortimenten (z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik) von einem weiteren Rückgang der stationär relevanten Kaufkraft (insb. aufgrund des weiter zunehmenden Online-Anteils) auszugehen.

### Entwicklung der Flächenproduktivität

In der Zeit von 2000 bis 2018 war bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben zu beobachten. In den Jahren 2018 und 2019 ist eine leichte Stagnation der Verkaufsfläche erkennbar. Eine Rückkehr zum Trend des Verkaufsflächenwachstums ist nicht zuletzt aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels (s. u.)

unwahrscheinlich. Die Umsatzentwicklung lag zwischen 2002 und 2014 unterhalb des Indexwertes von 2000 und stagnierte nahezu. Dies führte folglich dazu, dass die Flächenproduktivität bei steigenden Verkaufsflächen stetig abnahm. Der stationäre Einzelhandelsumsatz (und damit auch die Flächenproduktivität) ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. umgekehrt (s. Abbildung 13).



**Abbildung 13: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Zukünftig kann daher von deutlichen Unterschieden bei der Entwicklung der Raumleistung ausgegangen werden. Dabei sind selbst in der gleichen Warengruppe je nach Betreiber gegensätzliche Entwicklungen zu konstatieren.

### Entwicklung des Online-Handels

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre stetig angewachsen ist. Im Jahr 2020 lag der Einzelhandelsumsatz im Online-Segment bei rd. 72,8 Mio. Euro (rd. 12,6 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes). Es wird deutlich, dass die Corona-Pandemie den bereits bestehenden Trend zum Online-Einkauf massiv verstärkt hat (s. Abbildung 14).



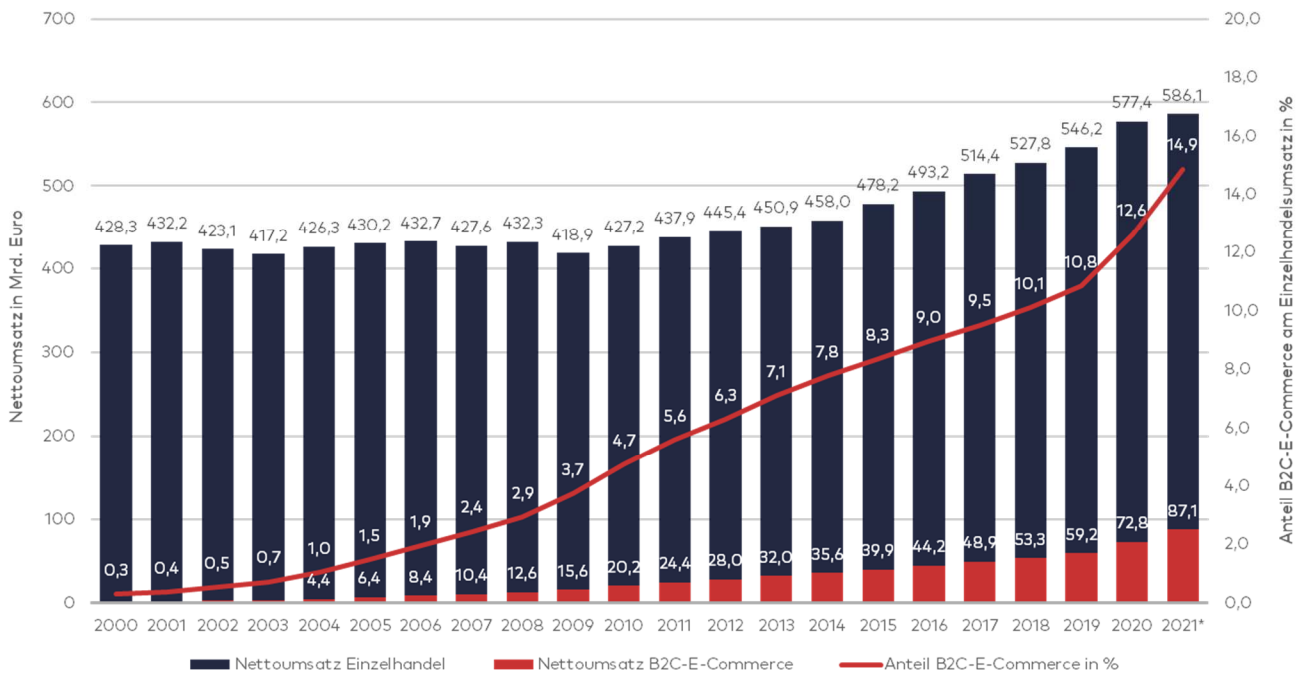


Abbildung 14: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); \*Prognose.

Der Anteil ist sortimentspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik nimmt der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz im Einzelhandel stetig zu (s. Abbildung 15). Damit sind vor allem innenstadtrelevante Sortimente und im besonderen Maße innerstädtische Leitsortimente betroffen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen davon aus, dass der Online-Anteil im Jahr 2025 je nach Sortiment zwischen rd. 6,7 % und rd. 40,2 % liegen wird. Es ist erkennbar, dass die im Zuge der Covid-19-Pandemie auferlegten Kontaktbeschränkungen und Geschäftsschließungen zu einem deutlichen Wachstumsimpuls des Online-Handels geführt haben, den aktuelle Prognosen noch nicht vollumfänglich abdecken können.

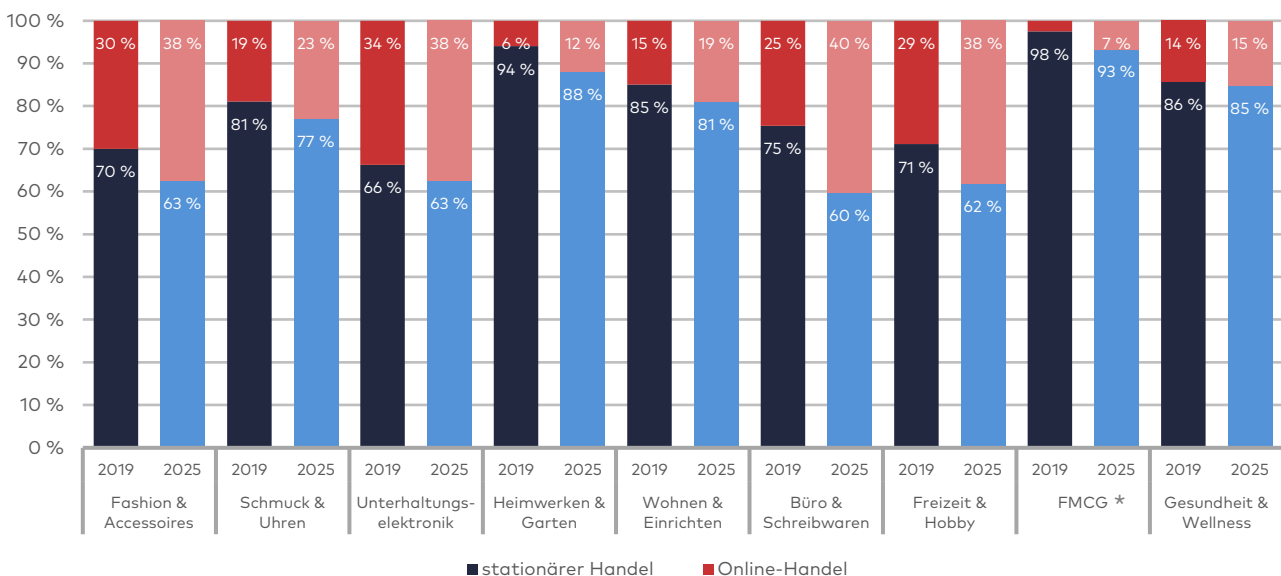


Abbildung 15: Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2019 und 2025 (Prognose)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Handelsverband Deutschland (HDE), Institut für Handelsforschung (IFH) 2020, BBSR 2017; Prognose: BBE/elaboratum; \* FMCG = Fast Moving Consumer Goods (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren).

## Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen (Flächenangebot) und verkehrsseitigen (mikro- und makroräumliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) Aspekten in erster Linie absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Einwohnerentwicklung, Siedlungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um Kopplungseinkäufe zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

## Mögliche warengruppenspezifische Entwicklungsperspektiven

Die heutige Einzelhandelszentralität der Stadt Ingelheim a. R. beträgt rd. 73 %, wobei jedoch sortimentspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind (s. Tabelle 6, S. 31). Hieraus erwachsen für einige Warengruppen Ansiedlungs- und Erweiterungspotenziale bis zur jeweiligen Entwicklungsperspektive (s. Kapitel 6.3).

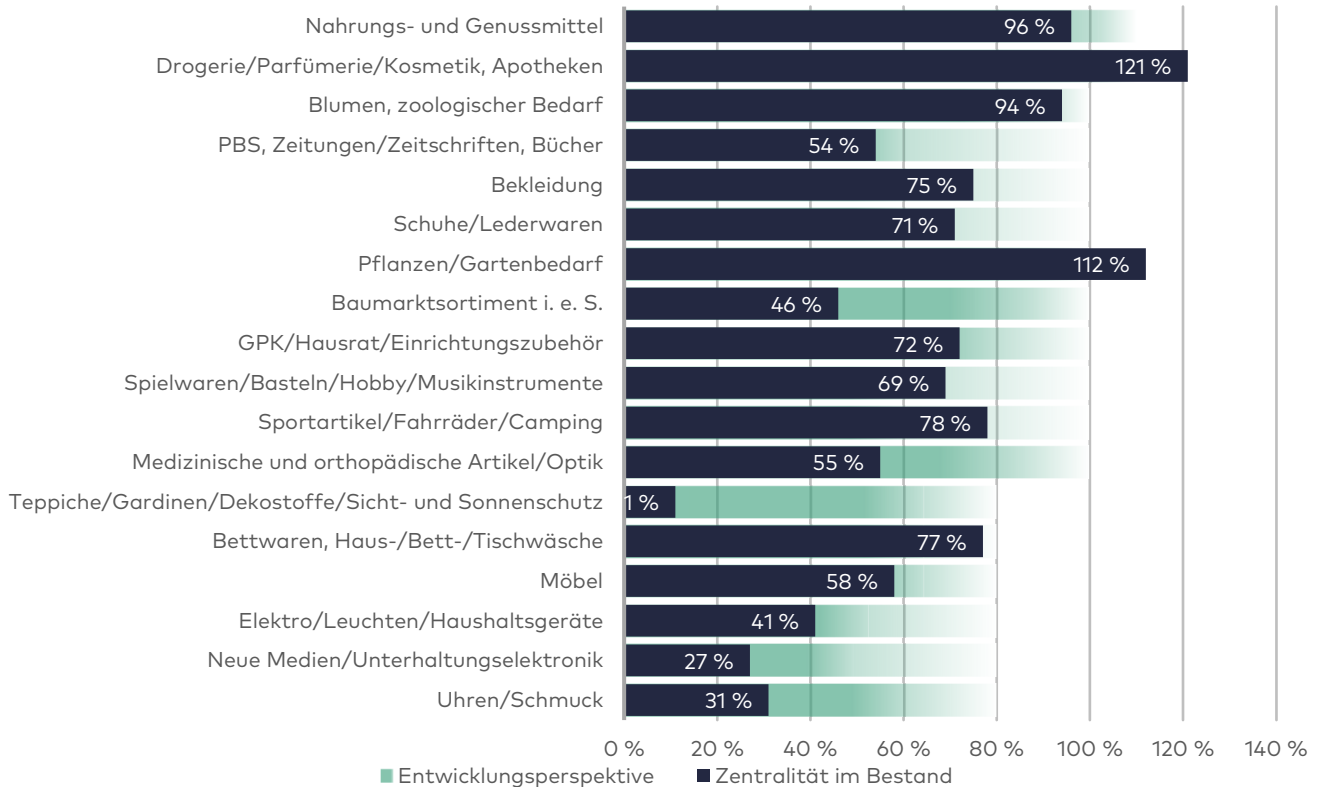
Demnach ist für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches aus fachgutachterlicher Sicht eine Zentralität von mindestens 100 % stadtentwicklungspolitisch plausibel. Diese Sortimente sollen grundsätzlich von allen Kommunen gemessen an der jeweiligen vor Ort verfügbaren Kaufkraft i. S. einer wohnortnahen Grundversorgung vollständig zur Verfügung gestellt werden. Für die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken wird allerdings aufgrund der bestehenden Versorgungsfunktion – insb. für kleinere Orte, die aufgrund eingeschränkter Kaufkraftpotenziale bestimmte nahversorgungsrelevante Betriebstypen (z. B. Verbrauchermärkte, Drogeriefachmärkte) nicht vorhalten können – eine Entwicklungsperspektive von jeweils 110 % angenommen, die zumindest im Sortimentsbereich Drogerie bereits erreicht wird.

Für die Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches stellen sich mögliche Entwicklungsperspektiven differenziert dar. So können insbesondere für das Sortiment Pflanzen/Gartenbedarf bereits eine hohe Zentralität attestiert werden. Für die Sortimente Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör, Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente sowie Sportartikel/Fahrräder/Camping besteht ein gewisser Handlungsbedarf. Unter Berücksichtigung des Online-Handels und weiterer marktseitiger Entwicklungen ist in den nächsten fünf Jahren von eher geringen Entwicklungsperspektiven auszugehen. Unter Beachtung der aktuellen Angebotssituation in Ingelheim a. R. kann dagegen in den Warengruppen Baumarktsortimente i. e. S. ein erhöhter Handlungsbedarf festgestellt werden.

Für die Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereiches wird mit Ausnahme der Warengruppe Medizinische und orthopädische Artikel (Entwicklungsperspektive 100 %) eine Entwicklungsperspektive von 80 % als realistisch erachtet. Eine höhere Entwicklungsperspektive kann aufgrund des landesplanerischen Versorgungsauftrages als Mittelzentrum, des leistungsstarken Oberzentrums Mainz in

direkter räumlicher Nähe sowie des geänderten Konsumverhaltens der Verbraucher nicht als realistische Prognosevariante zugrunde gelegt werden.

Aus den dargestellten Entwicklungsperspektiven (s. Abbildung 16) ergeben sich für die Stadt Ingelheim a. R. gewisse stadtentwicklungspolitische und versorgungsstrukturelle Entwicklungspotenziale für bestimmte Warengruppen, v. a. im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich.



**Abbildung 16: Aktuelle Sortimentsspezifische Zentralität und Entwicklungsperspektive**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik.

### Zusammenfassung der relevanten Rahmenbedingungen

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der für den zu ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zugrunde gelegten Parameter ist Tabelle 8 zu entnehmen.

**Tabelle 8: Relevante Rahmenbedingungen des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens von Ingelheim a. R.**

| Rahmenbedingung                                       | Impuls    | Entwicklungsperspektive für Ingelheim a. R. bis 2026   |
|---|-----------|--|
| Demografische Entwicklung                             | ↔ / ↑     | Leicht positive Einwohnerentwicklung bei zunehmend höherem Anteil älterer Menschen   |
| Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft     | ↔         | moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)           |
| Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der Anbieter | ↑ / ↔ / ↓ | leichte Impulse bei Filialisten im kurzfristigen Bedarfsbereich, branchenübergreifend keine nennenswerten Impulse, teilweise abnehmend |
| Entwicklung der Flächenproduktivität                  | ↔         | nennenswerte positive Entwicklung nur in ausgewählten Sortimentsbereichen  |
| Entwicklung des Online-Handel                         | ↓         | konstant steigender Online-Anteil mit deutlichen sortiments-spezifischen Unterschieden   |
| Versorgungsauftrag (Zielperspektive)                  | ↔         | sortiments-spezifische Entwicklungspotenziale im Rahmen des mittelzentralen Versorgungsauftrages                                       |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

### 6.3 ABSATZWIRTSCHAFTLICHER ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN FÜR INGELHEIM A. R.

Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie der Entwicklungsperspektiven ergeben sich für die Stadt Ingelheim bis 2026 absatzwirtschaftliche Entwicklungspotenziale, die in Tabelle 9 nachfolgend dargestellt werden.

**Tabelle 9: Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektiven – Handlungsbedarfe bis 2026**

| Warengruppe                     | Handlungsbedarf | Erläuterung  |
|---------------------------------|-----------------|--|
| Nahrungs- und Genussmittel      | ■ ■ ■           | Erhalt und Stärkung der bestehenden strukturprägenden Lebensmittelmärkte zur Grundsicherung; Handlungsbedarf v. a. i. S. einer Verbesserung der stadtteil-spezifischen Nahversorgung (unterversorgte Bereiche) sowie Bestandssicherung/Ausbau                                  |
| Drogerie, Parfümerie & Kosmetik | □ □ □           | Erhalt und Sicherung der Bestandsbetriebe sowie Sicherung der lokalen Fachgeschäfte (Apotheken, Parfümerie-/Kosmetikfachgeschäfte) als Ergänzung des Angebotes   |
| Sonstiger kurzfristiger Bereich | ■ ■ □           | Rechnerisches Potenzial für die Ansiedlung von Fachgeschäften im Bereich Blumen, zoologischer Bedarf sowie PBS, Zeitungen/Zeitschriften und Bücher   |
| Fashion & Accessoires           | ■ ■ ■           | Erhalt und Stärkung der Bestandsbetriebe unter besonderer Beachtung der Konkurrenz zum Online-Handel; im Bereich Bekleidung rechnerische Potenziale für Angebotsergänzung durch weitere Fachmärkte bzw. -geschäfte; rechnerisches Potenzial für ein weiteres Schuhfachgeschäft |
| Heimwerken & Garten             | ■ □ □           | Erhalt und Sicherung der Bestandsbetriebe; rechnerisches Potenzial v. a. im Baumarktsortiment  |
| Freizeit & Hobby                | ■ ■ □           | Erhalt und Stärkung der Bestandsbetriebe wie Rofu Kinderland und Krämer MEGA STORE; perspektivische Ergänzung der Warengruppe im innerstädtischen Bereich  |
| Gesundheit & Wellness           | ■ □ □           | Sicherung und Stärkung der lokalen Fachgeschäfte (Sanitätshaus, Optiker, Hörgeräteakustiker, Orthopädie-fachgeschäft)  |
| Wohnen & Einrichten             | ■ ■ □           | Angebotsergänzung durch spezialisierten Fachmarkt im Bereich Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz; in den Bereichen Bettwaren, HBT sowie Möbel Potenziale in Fachgeschäftgröße oder Erweiterung im Randsortiment   |
| Elektronik & Haushaltsgeräte    | ■ ■ ■           | Sicherung und Stärkung der lokalen Fachgeschäfte; im Bereich Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik rechnerisches Potenzial für Angebotsergänzung durch einen Fachmarkt  |
| Uhren & Schmuck                 | ■ □ □           | Sicherung und Stärkung der bestehenden Fachgeschäfte im ZVB Stadtzentrum   |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel.

Die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven verdeutlicht Entwicklungsspielräume in verschiedenen Warengruppen. Die Stadt Ingelheim a. R. übernimmt als Mittelzentrum eine Versorgungsfunktion vornehmlich für den qualifizierten Grundbedarf sowie zusätzlich für den gehobenen Bedarf für ihre Bürger und das unmittelbare Umland. Hierzu zeigen sich in einzelnen Warengruppen noch z. T. deutliche Handlungserfordernisse.

In den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** und **Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken** sowie in den weiteren Warengruppen des kurzfristigen

Bedarfsbereichs bestehen rechnerisch, mit Ausnahme der Drogeriewaren, deutliche Entwicklungspotenziale. Vor allem für den Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel besteht ein hoher Handlungsbedarf, welcher sich i. S. e. Verbesserung der stadtteilspezifischen Nahversorgung (unterversorgte Bereiche) widerspiegeln sollte. Bei der Entwicklung neuer Wohnsiedlungsbereiche sollte geprüft werden, ob sich Handlungsnotwendigkeiten zur Herstellung oder Verbesserung der fußläufigen, wohnungsnahen Nahversorgung ergeben.

In den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** ergeben sich vor allem in der Warengruppe Fashion & Accessoires deutliche Entwicklungsspielräume zur Angebotsergänzung durch einen Bekleidungsfachmarkt/-fachgeschäfte sowie Potenziale für die Neuansiedlung eines weiteren Schuhfachgeschäfts.

In den Warengruppen des **langfristigen Bedarfsbereiches** konnten vor Allem für die Warengruppe Elektronik & Haushaltsgeräte rechnerische Entwicklungspotenziale ermittelt werden. Genutzt werden könnten diese durch die Ansiedlung eines entsprechenden Fachmarktes der Bereiche Neue Medien/Unterhaltungselektronik sowie Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte oder durch die Ausweitung der Randsortimente bestehender Anbieter (bspw. Möbelanbieter oder Baumärkte).

Ansiedlungsvorhaben, welche die dargestellten Entwicklungsperspektiven überschreiten, sind nicht kategorisch auszuschließen. Hier spielt die **Standortfrage** eine übergeordnete Rolle. Zudem sind die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

Für Ingelheim a. R. bedeuten die Prognoseergebnisse zum absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen, dass

- die landesplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion von Ingelheim a. R. in einigen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden kann;
- in den Warengruppen ohne ein nennenswertes quantitatives Entwicklungspotenzial neue Angebote und Verkaufsflächen mit höherer Wahrscheinlichkeit durch stärkere Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern allerdings nur bedingt zu);
- bei Entwicklungen von Einzelhandelsvorhaben an nicht konzeptkonformen Standorten in Warengruppen mit nur geringer Entwicklungsperspektive ein stadtentwicklungspolitisch nicht zielführender Wettbewerb mit städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für die zentralen Versorgungsbereiche von Ingelheim einerseits und die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert;
- bei Warengruppen mit begrenzten Entwicklungspotenzialen der Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Generell muss die hier dargestellte absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektive stets mit üblicherweise am Markt vertretenen Betriebstypen und -formen verknüpft werden – nicht jeder rechnerische Handlungsbedarf entspricht einem für die jeweilige Warengruppe üblichem Fachgeschäft oder Fachmarkt. Zudem legen Handelsunternehmen für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht berücksichtigte Marktfaktoren zugrunde. Diese

können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die von der hier ermittelten Entwicklungsperspektive ggf. abweichen und städtebaulich nicht zwangsläufig verträglich sind.

Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die Prognosewerte **keine „Grenze der Entwicklung“** darstellen, sondern vielmehr als **Orientierungswert** verstanden werden. Auch Vorhaben, die das absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungspotenzial überschreiten, können zur Verbesserung des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Ingelheim a. R. korrespondieren und sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

#### **6.4 VERSORGUNGSSTRUKTURELLE UND STADTENTWICKLUNGSPOLITISCHE ENTWICKLUNGSZIELSTELLUNG FÜR INGELHEIM A. R.**

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Stadt Ingelheim a. R. bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte, übergeordnete Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung angestrebt werden:

- 1. Stärkung der Gesamtstadt:** Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion sowie der Einzelhandelszentralität der Stadt Ingelheim a. R. im regionalen Kontext durch Stärkung regionaler Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmalen sowie die Ausschöpfung der ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale.
- 2. Stärkung der zentraler Versorgungsbereiche:** Stärkung der ZVB durch Ergänzung des Angebots und Etablierung leistungsfähiger Strukturen sowie Sicherung und Stärkung der Funktionsvielfalt der ZVB in Abhängigkeit zu deren Funktion. Bereits erkennbare Stärken wie Tourismus/Veranstaltungen oder höherwertige Angebote bewusst stärken.
- 3. Sicherung und Stärkung der Nahversorgung:** Erhalt und Stärkung des Nahversorgungsangebots im Stadtzentrum sowie in den Stadtteilzentren mit Nahversorgungsfunktion und den Bestandsstandorten Lebensmittelnahversorgung<sup>25</sup> (LMNV) sichern, weiterentwickeln und stärken im Kontext ihrer jeweiligen Versorgungsfunktion bei gleichzeitiger Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf die ZVB. Ortsteilspezifisch angepasst Nahversorgung in kleineren räumlich abgesetzten Stadtteilen ermöglichen und sichern.

Die nachfolgende Abbildung 17 veranschaulicht zusammenfassend die versorgungsstrukturellen und stadtentwicklungspolitischen Entwicklungszielstellung für die Stadt Ingelheim a. R..

---

<sup>25</sup> Im Folgendem abgekürzt als **LMNV**.

| 1. Ziel<br>Stärkung<br>der Gesamtstadt  | 2. Ziel<br>Stärkung der Zentralen<br>Versorgungsbereiche  | 3. Ziel<br>Sicherung und Stärkung<br>der Nahversorgung   |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion</li> <li>▪ Sicherung der Einzelhandelszentralität</li> <li>▪ Stärkung von regionalen Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmalen</li> <li>▪ Berücksichtigung und Ausschöpfung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stärkung der Zentralen Versorgungsbereiche durch Ergänzung des Angebotes und Etablierung leistungsfähiger Strukturen in Abhängigkeit der Funktion des ZVB</li> <li>▪ Stärken bewusst weiterentwickeln (z. B. Tourismus/Veranstaltungen, höherwertiges Angebot, Aufenthaltsqualität)</li> <li>▪ Sicherung und Stärkung der Funktionsvielfalt der ZVB (je nach Funktion) aus Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Einzelhandel</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nahversorgungsangebot in den ZVB sichern und stärken</li> <li>▪ Städtebaulich integrierte Stadtteilzentren mit NV-funktion/ Bestandsstandorte LMNV* sichern, entwickeln und stärken (nur bei Entwicklungsperspektive) ohne gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf ZVB auszulösen</li> <li>▪ Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Nahversorgungsstrukturen im Rahmen des demografischen Wandels</li> <li>▪ Kleinere, räumlich abgesetzte Stadtteile/Siedlungslagen: ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung ermöglichen bzw. sichern</li> </ul> |

**Abbildung 17: Übergeordnete versorgungsstrukturelle und stadtentwicklungspolitische Entwicklungszielstellung für Ingelheim a. R.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Zwischen diesen jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, sodass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet. Vor diesem Hintergrund erfolgt in den nächsten Schritten eine räumliche und inhaltliche Konkretisierung der übergeordneten Entwicklungszielstellungen in Form eines Zentren-, Nahversorgungs- und Ergänzungsstandortkonzeptes, einer Liste innerstadtrelevanter und nahversorgungsrelevanter Sortimente (Ingelheimer Sortimentsliste) sowie in Form von bei Standortfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze.

# Räumlich-funktionales Einzelhandels- und Zentrenkonzept für Ingelheim a. R.

Aufbauend auf der gesamtstädtischen Markt- und Standortanalyse und den versorgungsstrukturellen und stadtentwicklungspolitischen Entwicklungszielstellung wird im Folgenden das Zentren- und Standortkonzept für die Stadt Ingelheim a. R. entwickelt.

Nach einer planungsrechtlichen Einordnung zentraler Versorgungsbereiche und insbesondere einer Ausführung zu deren Festlegungskriterien (s. Kapitel 7.1) wird anschließend das Zentren- und Standortsystem von Ingelheim a. R. von der Zentrenstruktur mit den zentralen Versorgungsbereichen (Kap. 7.2), das Nahversorgungskonzept (Kap. 7.3) und das Ergänzungsstandortkonzept (Kap. 7.4) beschrieben.

## 7.1 PLANUNGSRECHTLICHE EINORDNUNG UND FESTLEGUNGSKRITERIEN VON ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHEN

Die Innenstädte und Ortszentren sowie die Stadtteil- oder Nebenzentren und Grund- oder Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut i. S. des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtlich hohe Anforderungen gestellt, die sich aus bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Zentrale Versorgungsbereiche bilden die essenzielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

### 7.1.1 Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigendem Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB. Darüber hinaus sieht § 5 Abs. 2 BauGB vor, dass im Flächennutzungsplan die Ausstattung des Stadtgebiets mit zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden kann, um Einzelhandelsentwicklungskonzepten als informelles Planungsinstrument stärkeres rechtliches Gewicht zu verleihen. Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche



auch als Grundsatz der Raumordnung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG) eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.<sup>26</sup>

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.<sup>27</sup>

Bei der Beurteilung, ob ein städtebaulich-funktionales Zentrum einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen.<sup>28</sup>

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt.<sup>29</sup>

#### **Ein Zentraler Versorgungsbereich ist ein**

- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
- eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene (Bestand) und/oder realistischerweise perspektivisch zu erwartende (Entwicklung) Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote – geprägt ist.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung

<sup>26</sup> Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

<sup>27</sup> Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

<sup>28</sup> Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.

<sup>29</sup> Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbraucherernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.<sup>30</sup>

### 7.1.2 Beurteilung in der Planungspraxis

In der Planungspraxis ist die Beurteilung, ob bestimmte Lagen noch als zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Grund- oder Nahversorgungszentrums einzustufen sind, zuweilen überaus anspruchsvoll. Regelmäßig ergeben sich Streitfälle bei zwar städtebaulich integrierten Bereichen mit einer historischen Zentrenfunktion, die aber nur über eine eingeschränkte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus verfügen<sup>31</sup>. Standortbereiche, die nicht über eine ausreichende Größe und ein Spektrum von Waren und Dienstleistungen sowie keinen marktgängigen Lebensmittelmarkt verfügen, können gemäß aktueller Rechtsprechung keine zentrale Versorgungsfunktion in größeren Städten übernehmen und sind somit bei fehlender Entwicklungsperspektive (z. B. in Form konkreter Potenzialflächen) nicht als zentraler Versorgungsbereich einzustufen.<sup>32</sup>

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Abbildung 18 veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Bestandsstruktur hinausgeht.

---

<sup>30</sup> Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

<sup>31</sup> Die entsprechenden Lagen in Ingelheim a. R. werden als städtebaulich integrierte Siedlungskerne ausgewiesen (s. Kapitel 7.2.4), diese stellen jedoch keine zentralen Versorgungsbereiche dar.

<sup>32</sup> Vgl. OVG NRW Urteil 15. Februar 2012 – AZ: 10 A 1770/09.

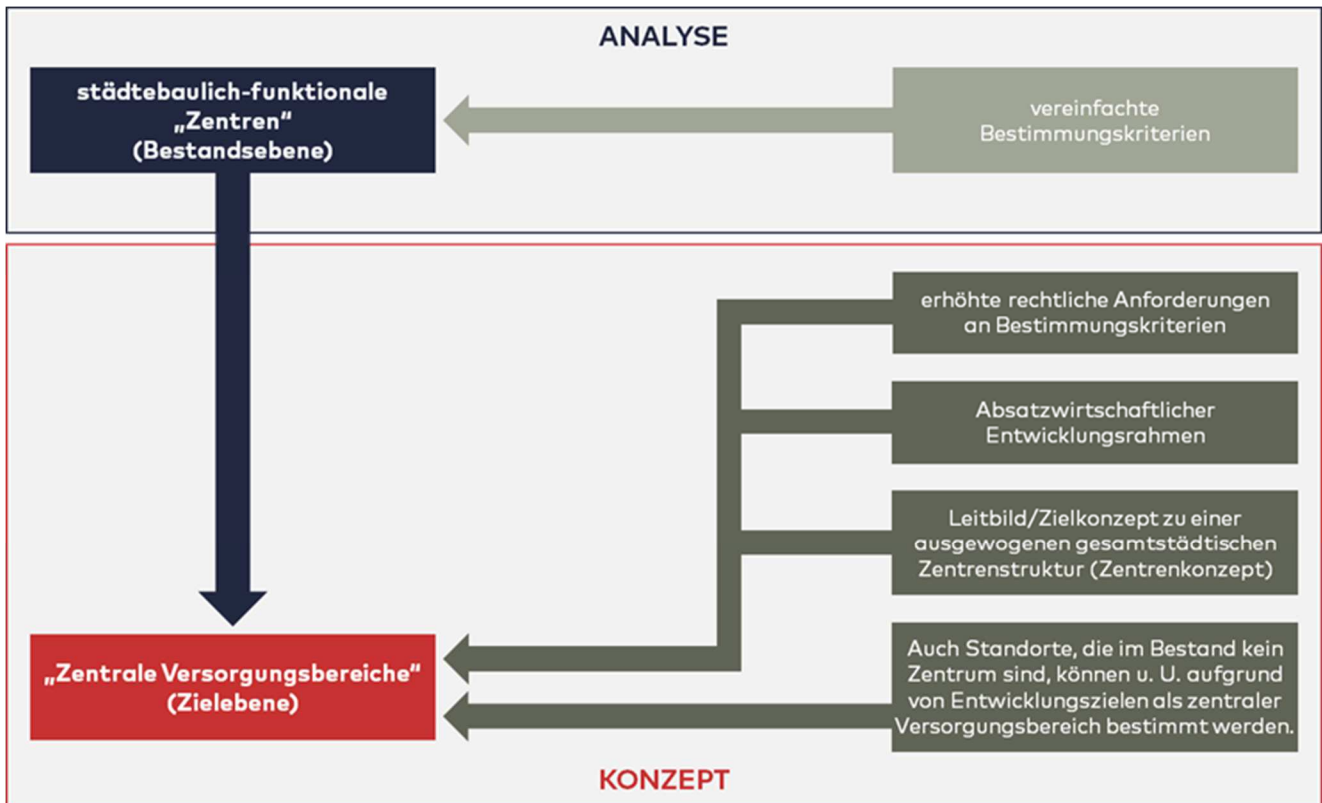


Abbildung 18: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen  
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

### 7.1.3 Festlegungskriterien für Zentrale Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:

#### Aspekte des Einzelhandels

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).

#### Sonstige Aspekte

- Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.),
- städtebauliche Gestaltung und Dichte, stadtgeschichtliche Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums,
- integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets,
- verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen,
- ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.<sup>33</sup>

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsgebiete stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches als Ganzem beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.<sup>34</sup>

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),
- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten oder
- wenn potenzielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

Zentrale Versorgungsbereiche sind gemäß Ziel 58 des LEP IV in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen.

#### 7.1.4 Zentren- und Standorthierarchie

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich, je nach Größe und Struktur einer Kommune, ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadt-/Stadtzentrum, aus Neben- oder Stadtteilzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren. Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem. Dabei unterscheiden sich die einzelnen Zentrentypen hinsichtlich der Tiefe und Breite ihrer jeweilig spezifischen Versorgungsfunktion<sup>35</sup>.

- **Innenstadtzentren** verfügen über einen großen Einzugsbereich (i. d. R. gesamtes Stadtgebiet, ggf. weiteres Umland) und bieten regelmäßig ein

<sup>33</sup> Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG NRW bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07).

<sup>34</sup> Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

<sup>35</sup> Vgl. Kuschnerus/Bischopink/Wirth 2018, S. 101.

breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.

- **Nebenzentren** verfügen über einen mittleren Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Stadtteile größerer Städte) und bieten regelmäßig ein größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen (ggf. auch langfristigen) Bedarfsbereiches an.
- **Nahversorgungszentren** verfügen über einen kleinen Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. Zentren kleinerer Orte) und bieten ein begrenztes Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen (ggf. auch Teilbereiche des mittel- und langfristigen) Bedarfsbereiches an.

## 7.2 ZENTRENKONZEPT INGELHEIM A. R.

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Ingelheim a. R. aus dem Jahr 2006 sowie das Einzelhandelskonzept und Auswirkungsanalyse für die Verbandsgemeinde Heidesheim a. R. definieren mit dem Stadtzentrum in Ingelheim, dem zentralen Versorgungsbereich Stadtteil Ingelheim-West sowie dem zentralen Versorgungsbereich Ortszentrum Heidesheim drei zentrale Versorgungsbereiche innerhalb des Stadtgebiets.

Darüber hinaus wurden im Einzelhandelskonzept für die Stadt Ingelheim a. R. aus dem Jahr 2006 weitere Bereiche als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen: zentraler Versorgungsbereich Stadtteil Frei-Weinheim, zentraler Versorgungsbereich Stadtteil Nieder-Ingelheim, zentraler Versorgungsbereich Stadtteil Ober-Ingelheim. Zudem wird die Nahversorgungslage Stauferring Stadtteil Nieder-Ingelheim ausgewiesen. Diese Standortbereiche lassen zwar aktuell z. T. noch eine gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelsschicht zu bewertende Agglomeration erkennen, gleichwohl erfüllen diese nicht die Ansprüche, welche seitens der Rechtsprechung an zentrale Versorgungsbereiche formuliert werden (s. Kapitel 7.1). Gleichwohl weisen einige der genannten Standortbereiche die erforderlichen Merkmale für die Ausweisung als Bestandsstandort Lebensmittelversorgung (bzgl. Definition s. Kapitel 7.3.2) auf. Im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes (s. Kapitel 7.3) werden diese Standortbereiche näher beleuchtet und ggf. als Standortbereiche mit besonderen Funktionen definiert. Ebenso weisen einige Stadtteil- bzw. Ortskerne spezifische Funktionsbedeutungen auf – diese werden kompakt in Kapitel 7.2.4 dargestellt und für diese Entwicklungsperspektiven aufgezeigt.

Konkret auf die städtebaulich-funktionalen Zentren und weiteren Standortbereiche/-lagen in Ingelheim a. R. bezogen, ergibt sich das nachfolgende gesamtstädtische, hierarchische Standortsystem für Ingelheim a. R. mit zwei Ebenen zentraler Versorgungsbereichen sowie nachgeordneten Standortbereichen:



Abbildung 19: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem in Ingelheim a. R.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

## 7.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Stadtzentrum

### 7.2.1.1 Räumliche Ausprägung

Der zentrale Versorgungsbereich Stadtzentrum umfasst diejenigen Bereiche der Innenstadt mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere die Bereiche mit relevanten Kundenläufen sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Stadtzentrums wichtigen zentrenergänzenden Funktionen. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst 55 Einzelhandelsbetriebe (entspricht anteilig bezogen auf Gesamtstadt rd. 38 %), durch welche eine Verkaufsfläche von rd. 14.200 m<sup>2</sup> (entspricht anteilig bezogen auf Gesamtstadt rd. 20 %) bereitgestellt wird<sup>36</sup>.

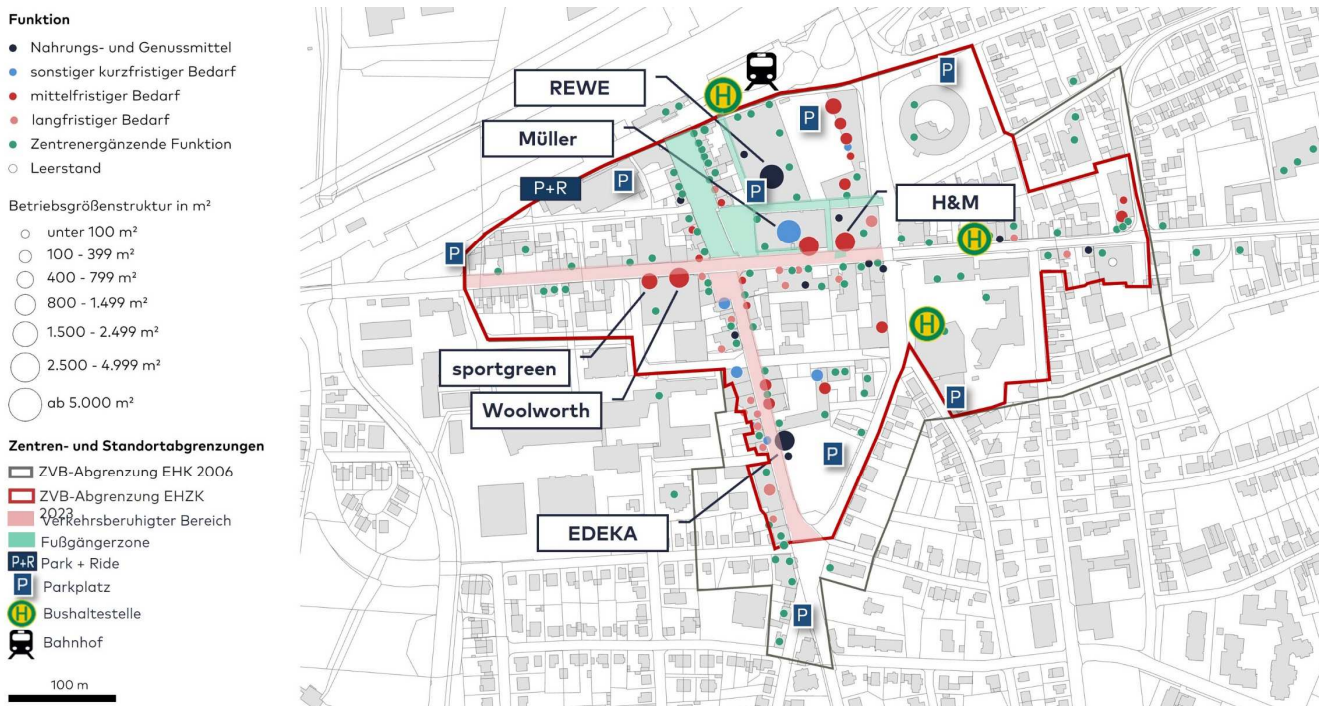
Die Festlegungsempfehlung orientiert sich im Wesentlichen an den bestehenden Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereichs aus dem EHK 2006 und den vorhandenen Bestandsstrukturen unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielstellungen für die Stadt Ingelheim a. R.

<sup>36</sup> Berechnung Stadt + Handel auf Basis Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 03/2021.

Es ergibt sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien (s. Kapitel 7.1) begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Stadtzentrum:

- Gegenüber dem EHK 2006 wird mit einem verstärkten Fokus auf den Einzelhandelsbesatz eine Verkleinerung des ZVB vorgenommen.
- Im Süden erfolgt eine Verkleinerung des ZVB in Richtung des Lavendelkreisels; zudem erfolgt im angrenzenden westlichen Bereich eine Beschränkung des ZVB in erster Reihe der Bebauung und östlich entlang der Gartenfeldstraße.
- Im östlichen Randbereich wird nördlich und südlich der Binger Straße eine weitere Einschränkung vorgenommen, sodass sich die Abgrenzung auf den entlang der Binger Straße verorteten Einzelhandelsbesatz fokussiert.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in der folgenden Abbildung für den zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum dargestellt.



**Abbildung 20: Räumliche Abgrenzung ZVB Stadtzentrum Ingelheim a. R.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 03/2021; Kartengrundlage: Stadt Ingelheim a. R..

Im Zuge der engeren Fassung der neuen ZVB-Abgrenzung des Stadtzentrums fallen einige Flächen im südlichen und östlichen Bereich aus dem Geltungsbereich des ZVB heraus. Die ehemaligen ZVB Flächen sind überwiegend durch Wohnbebauung und zentrenergänzende Funktionen geprägt. Als direkt an den ZVB angrenzende Bereiche sollten diese i. S. e. den Funktions- und Nutzungsmix des Stadtzentrums ergänzenden Funktionen beibehalten und weiterentwickelt werden.

Im Bereich der ZVB-Abgrenzung Stadtzentrum bestehen folgende rechtskräftige Bebauungspläne<sup>37</sup> (dabei reichen einzelne Bebauungspläne über die ZVB-Abgrenzung hinaus): Keltenweg I, Stadtzentrum I, Stadtzentrum II, Stadtzentrum III, Stadtzentrum IV, Stadtzentrum V – Rathaus, Stadtzentrum VI.

### 7.2.1.2 Innere Organisation

Das Stadtzentrum ist nicht homogen ausgebildet, sondern kann in verschiedene Lagekategorien differenziert werden. Zur inneren Gliederung des zentralen Versorgungsbereiches werden Hauptlage, Nebenlage, Ergänzungslage sowie Funktionslage öffentliche und private Dienstleistungen im Folgenden näher betrachtet. Die Einordnung erfolgt dabei anhand der baulichen und handelsprägenden Strukturen der verschiedenen Lagebereiche. Die innere Gliederung des Stadtzentrums wird gemäß der nachfolgend weiter definierten Zielperspektive in der folgenden Abbildung dargestellt.

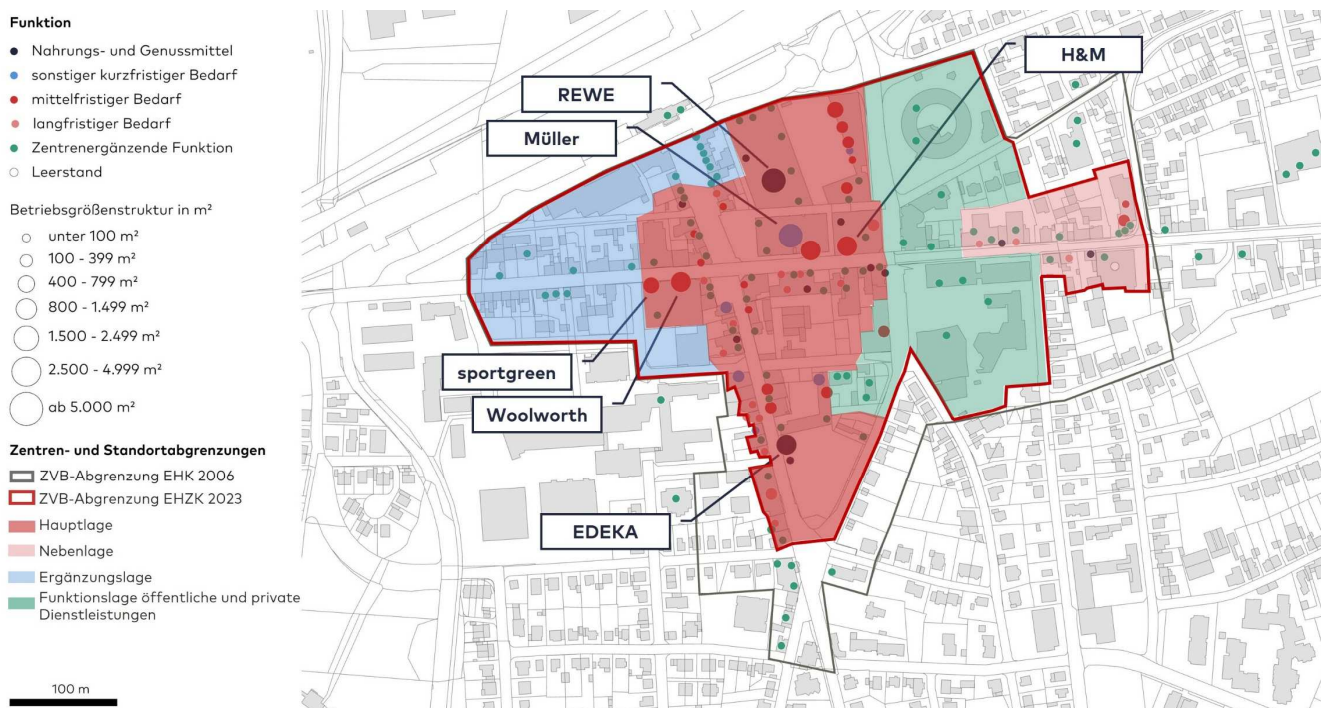


Abbildung 21: Innere Organisation des Stadtzentrums Ingelheim a. R.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 03/2021; ZVB-Abgrenzung: Stadt + Handel 2021; Kartengrundlage: Stadt Ingelheim a. R.

### HAUPTLAGE

Die **Hauptlage des Stadtzentrums** erstreckt sich im Wesentlichen im Kreuzungsbereich zwischen Binger Straße und Bahnhofstraße und umfasst somit den Bereich der Fußgängerzone sowie einen Großteil des verkehrsberuhigten Bereichs innerhalb des Stadtzentrums. Der nördliche sowie der östliche Bereich der Hauptlage reicht bis zum Bahnhof Ingelheim und schließt somit die Neue Mitte als wichtigen Angebotsschwerpunkt innerhalb des ZVB mit seinen strukturprägenden Nutzungen wie REWE, Müller, H&M und C&A mit ein. Südlich verläuft die Hauptlage entlang der Bahnhofstraße und endet am Lavendelkreisel mit dem im Mai

<sup>37</sup> Die rechtskräftigen Bebauungspläne in der Stadt Ingelheim am Rhein inkl. der jeweiligen konkreten Festsetzungen können auf der Homepage [http://gis.kmainzbingen.service24.rlp.de/MapSolution/apps/map/client/Oeffentlich/bplaene\\_stadt\\_ingelheim\\_oeffentlich?username=buerger&password=%21buerger%21](http://gis.kmainzbingen.service24.rlp.de/MapSolution/apps/map/client/Oeffentlich/bplaene_stadt_ingelheim_oeffentlich?username=buerger&password=%21buerger%21) abgerufen werden.



2021 neu eröffneten EDEKA-Markt. In westlicher Richtung schließt die Hauptlage nach sportgreen als letztem Einzelhandelsbetrieb in diesem Bereich ab.

Die Hauptlage ist geprägt durch eine Bündelung von strukturprägenden Einzelhandelsnutzungen (z. B. H&M und Drogeriemarkt Müller), aber auch durch eine Vielzahl an inhabergeführten Fachgeschäften, v. a. entlang der Bahnhofstraße. Hier besteht ein Mix aus frequenzsteigernden und frequenzabhängigen Nutzungen, in welchem zum Zeitpunkt der Erhebung kein Leerstand verzeichnet werden konnte. Positiv ist der hohe städtebaulich-funktionale Zusammenhang hervorzuheben, u. a. durch eine hohe Handelsdichte und eine dichte Bebauung.

#### **Lagespezifische Empfehlungen:**

- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktion; sowohl Filialisten als auch inhabergeführte Fachgeschäfte.
- Erhaltung und Stärkung der zentrenergänzenden Funktionen und der Funktionsvielfalt.
- Urbanes Grün im Bereich des Stadtplatzes als zentralen Innenstadtbereich ausweiten.

**Zielperspektive:** Schwerpunktraum für klassische Handelsnutzungen – weiterhin Nutzung des Potenzials der Neuen Mitte als Ankerpunkt im ZVB sowie perspektivisch Angebotsergänzung bzw. Ausbau zwischen Binger Straße und Friedrich-Ebert-Straße.

#### **NEBENLAGE**

Die **Nebenlage des Stadtzentrums** erstreckt sich im östlichen Randbereich des ZVB entlang der Binger Straße und grenzt westlich an die Funktionslage öffentliche und private Dienstleistungen. In diesem Bereich ist ein Streueinzelhandelsbesatz vorhanden sowie ein schwächerer städtebaulich-funktionaler Zusammenhang zu konstatieren. Gleichzeitig ist dieser Bereiche durch einen höheren Anteil an Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie durch weniger frequenzbedeutsame und -unabhängige Nutzungen geprägt.

#### **Lagespezifische Empfehlungen:**

- Erhalt und Stärkung der etwas schwächer ausgeprägten Handelsfunktion.
- Sofern möglich: Entwicklung von frequenzunabhängigen Einzelhandels- und Gastronomiebetrieben mit hohem identitätsstiftenden Potenzial.
- Erhaltung und Stärkung der zentrenergänzenden Funktionen und Funktionsvielfalt.
- Stärkung der Verbindungsfunktion der östlichen Binger Straße.

**Zielperspektive:** gezieltere Anknüpfung der östlichen Nebenlage an die Hauptlage.

#### **FUNKTIONSLAGE ÖFFENTLICHE UND PRIVATE DIENSTLEISTUNGEN**

Der **Funktionslage öffentliche und private Dienstleistungen** befindet sich zwischen Haupt- und Nebenlage und ist durch eine Konzentration öffentlicher und privater Einrichtungen gekennzeichnet, welchen eine bedeutende Frequenzfunktion für das Stadtzentrum (z. B. Stadtverwaltung, Kreisverwaltung, WBZ, KING) zukommt.

#### **Lagespezifische Empfehlungen:**

- Funktionale Ergänzung des Stadtzentrums durch öffentliche und private Dienstleistungseinrichtungen.

- Sicherung und Erhöhung der Besucherfrequenz durch öffentliche Einrichtungen wie KING Kultur- und Kongresshalle; dadurch ggf. Kombination mit nutzungsaffinem Einzelhandel.

**Zielperspektive:** Schwerpunktraum für zentrenergänzende Funktionen.

### **ERGÄNZUNGS-LAGE**

Die **Ergänzungslage**, welche den westlichen Bereich der Binger Straße ab dem Betrieb sportgreen umfasst, weist eine deutlich untergeordnete Zentrenfunktion zur funktionalen Ergänzung gegenüber den restlichen Lagen auf und ist ausnahmslos durch zentrenergänzende Funktionen geprägt. Diese Ergänzungslage stellt einen Potenzialbereich für die Weiterentwicklung des Einzelhandels dar.

#### **Lagespezifische Empfehlungen:**

- Funktionale Ergänzung und Stärkung des Stadtzentrums.
- Potenzialbereich für Fortentwicklung des Einzelhandels und zentrenergänzender Funktionen.

**Zielperspektive:** Schwerpunktraum für zentrenergänzende Funktionen und ggf. geeignete Handelsnutzungen in Ergänzung zur Haupt- und Nebenlage.

#### **7.2.1.3 Grundsätzliche Entwicklungsziele und Empfehlungen für den ZVB Stadtzentrum**

Aufgrund der Versorgungsfunktion des Stadtzentrums für die Gesamtstadt ist vor allem die Sicherung und Weiterentwicklung i. S. einer mittelzentralen Versorgungsfunktion eine künftige Herausforderung, aus welcher nachfolgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele abgeleitet werden. Diese sollen in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Ingelheim a. R., welche einen Bezug zum Stadtzentrum aufweisen, berücksichtigt werden.

- Fortschreibung des Stadtzentrums als zentraler Versorgungsbereich für die Stadt Ingelheim a. R. als Positivstandort für Einzelhandel mit kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsgütern.
- Sicherung und Stärkung der Vielfalt an kleinen Fachgeschäften sowie im allg. der Bestandsbetriebe, auch im Hinblick auf die Funktion der Stadt Ingelheim a. R. als Mittelzentrum.
- Gleichzeitig Sicherung und Stärkung bestehender Magnetbetriebe.
- Erhalt und Weiterentwicklung der Funktionsmischung aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung.
- Sofern sich zukünftig Leerstände oder Potenzialflächen ergeben, diese konsequent nutzen und in weitere Entwicklung zur Stärkung und Funktionsdifferenzierung mit einbeziehen.

Wie sich aus der Analyse des Stadtzentrums sowie aus den dazu geführten Expertengesprächen sowie den Gesprächen in den beiden projektbegleitenden Arbeitskreisen herausgestellt hat, gilt es den ZVB Stadtzentrum in seiner Funktion als zentralen Einzelhandelsstandort der Stadt Ingelheim a. R. zu sichern, weiterzuentwickeln und zu stärken.

Grundsätzlich gilt es die Stärken des ZVB Stadtzentrum durch geeignete (Marketing-)Maßnahmen herauszustellen, weiter zu qualifizieren und zu kommunizieren sowie einen funktional und städtebaulich attraktiven „Rahmen“ für zukünftige

Entwicklungen bereitzustellen. Hierfür empfiehlt sich ein **ganzheitlicher Planungsansatz** zur Stärkung, Positionierung und Profilierung, der neben einer angemessenen, qualitätvollen Entwicklung des Einzelhandelsbestands auch einen ausgewogenen Mix aus Freizeit-, Kultur- und Erholungsangeboten mit hohen Aufenthaltsqualitäten umfassen sollte.

#### 7.2.1.4 Die Ingelheimer Innenstadt und der Einzelhandel aus Sicht ausgewählter Experten

Im Zuge der Erstellung des vorliegenden Einzelhandel- und Zentrenkonzept wurden Experteninterviews durchgeführt, zu welchen in Abstimmung mit der Stadt Ingelheim insgesamt neun Personen aus verschiedenen Bereichen ausgewählt wurden (s. Tabelle 1, S. 13). Hierbei wurden die Teilnehmenden um eine Bewertung des Ingelheimer Einzelhandels, des zentralen Innenstadtbereichs sowie teilweise zur Nahversorgungssituation in den umliegenden Stadtteilen gebeten. Das Ziel der Gespräche bestand darin, weitere ortsspezifische Erkenntnisse und fachliche Einschätzungen zu erlangen. Nachfolgend werden die wesentlichen Ergebnisse dieser Expertengespräche für die Stadt Ingelheim zusammenfassend dargestellt.

Die Experten waren sich darin einig, dass das Stadtzentrum sich in den vergangenen Jahren durchweg positiv entwickelt hat. Als erfolgreicher Impuls wurde insbesondere das Projekt „Neue Mitte“ genannt. Mit der Etablierung des Stadtzentrums als Einkaufszentrum hat dieses deutlich an Attraktivität und Ausstattung gewonnen. Eine weitere positive Folge besteht in der verstärkten Frequentierung des Stadtzentrums, welche durch das neu geschaffene und ausgebaute Einzelhandelsangebot, bspw. durch die Magnetbetriebe Müller, REWE, H&M oder C&A in der „Neuen Mitte“, unterstützt wurde. Positiv wurde für den Ingelheimer Einzelhandel – trotz der Konkurrenz zum Oberzentrum Mainz – das vielfältige Angebot sowie die Angebotsstruktur im Stadtzentrum bewertet. Hier finden sich viele inhabergeführte Geschäfte und größere Einzelhandelsformate, deren Angebot durch den Wochenmarkt abgerundet werden. Neben der Frequentierung des Einzelhandels konnten auch durch die Veranstaltungshalle KING im kulturellen Bereich zusätzliche Frequenzen gewonnen werden, die sich positiv auf den Einzelhandel im Allgemeinen sowie auf das Stadtzentrum auswirken.

Im Rahmen der Expertengespräche wurden auch Stärken und Schwächen des Einzelhandels in Ingelheim insbesondere in Bezug auf das Stadtzentrum thematisiert, welche im Folgenden dargestellt sind.

Tabelle 10: Stärken und Schwächen der Stadt Ingelheim a. R. als Einzelhandelsstandort laut Experten

| Stärken   | und  | Schwächen |
|---|--|-----------|
| der Stadt Ingelheim als Einzelhandelsstandort aus Expertensicht   |  |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schaffung eines „Stadtzentrums“ durch die Entwicklung der „Neue Mitte“ – Attraktivitätsgewinn für Einheimische und Touristen</li> <li>▪ Gewinn eines zusätzlichen kulturellen Angebots durch das KING – Schaffung zusätzliche Frequenzen</li> <li>▪ Diversifiziertes Angebot im Stadtzentrum durch Einkaufen, Kultur und Verwaltung</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wenig „Grün“ in Stadtzentrum – Wunsch nach mehr „Grün“ in der Stadt ermöglichen bzw. umsetzen</li> <li>▪ Gastronomie verbesserungs- und ausbaufähig, v. a. in Bezug auf Außengastronomie</li> <li>▪ Keine öffentlichen Toiletten<br/><i>(A. d. V.: in der Innenstadt sind 3 vorhanden)</i></li> <li>▪ Aufenthaltsqualität im Stadtzentrum verbessern, um die Verweildauer zu erhöhen</li> </ul> |           |

- Vielfältiges Angebot und gute Angebotsstruktur, v. a. durch Vielzahl an inhabergeführten Geschäften
- Ausreichend Parkmöglichkeiten mit niedrigen Gebühren
- Eigenengagement des Handels wird als gering wahrgenommen
- Ingelheim steht durch räumliche Nähe in Konkurrenz zur Landeshauptstadt Mainz – gute Erreichbarkeit und geringe Parkgebühren mildern diesen Faktor jedoch ab

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Expertengespräche 05/06.2021.

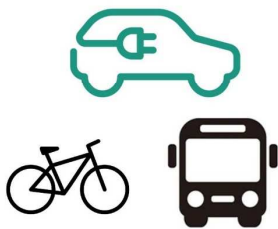
Die Einzelhandelssituation vor der Corona-Pandemie wurde von den Experten vor dem Hintergrund der übergeordneten Trends im Handel grundsätzlich positiv eingeschätzt. Trotz dem veränderten Einkaufsverhalten durch die Corona-Pandemie, sind – aktuell – keine Veränderungen in der Ingelheimer Innenstadt i. S. v. Betriebsaufgaben festzustellen.

Weiter gaben die Experten konkrete Vorschläge wie sich Ingelheim in Zukunft weiterentwickeln könnte. Hierzu wurden drei übergeordnete Kategorien mit einzelnen Unterpunkten abgeleitet, welche in der nachfolgenden Abbildung 22 dargestellt werden.

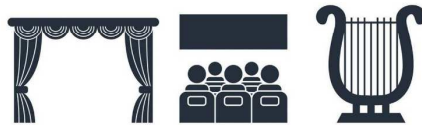
### Infrastruktur und Mobilität

### Kultur und Gesellschaft

### Umwelt



- Radnetz erweitern und ausbauen
- Autonome Kleinbusse und E-Mobilität
- ÖPNV-Anbindung Stadtteile verbessern



- Kulturelle Feste integrieren
- Tourismus fördern
- Angebot ausweiten



- Regionalität stärken
- Urbanes Grün ausweiten
- Unverpackt-Laden

**Abbildung 22: Visionen und Wünsche aus Experten-Sicht für die Zukunft von Ingelheim a. R.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Expertengespräche 05/06.2021.

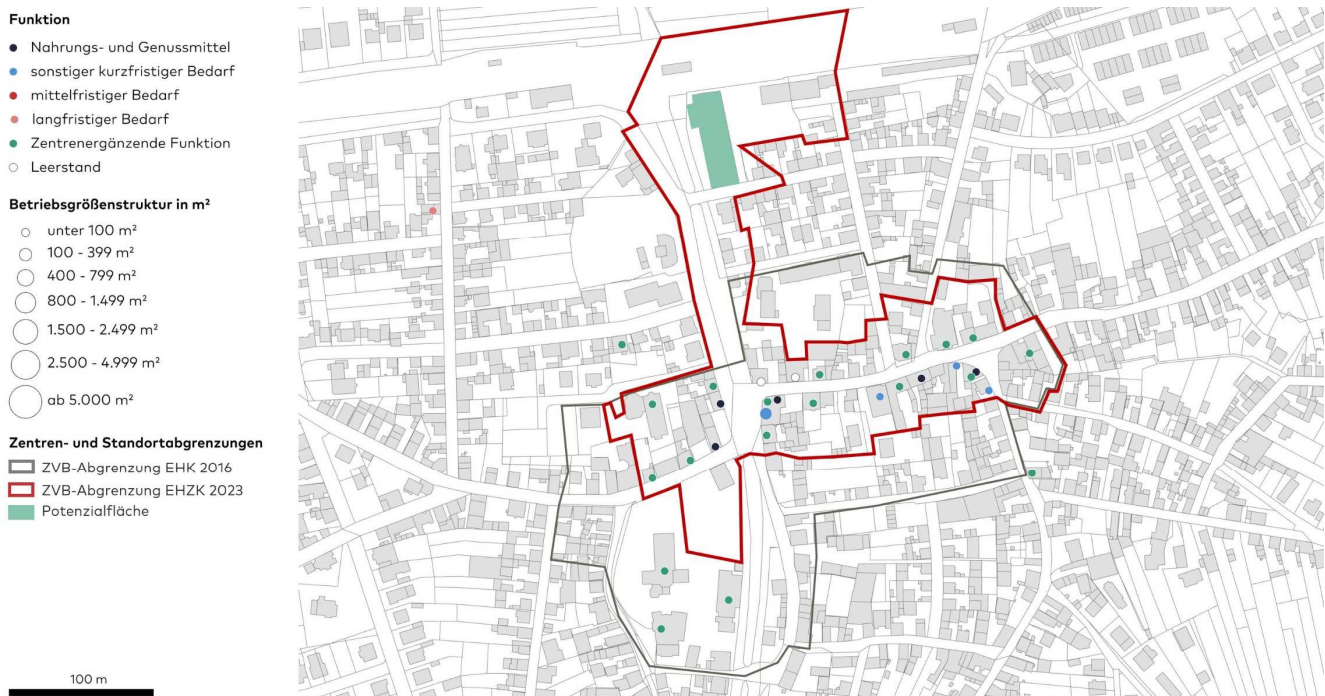
## 7.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Heidesheim

Das Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Heidesheim wurde bereits im kommunalen Konzept 2016 als zentraler Versorgungsbereich festgesetzt und wird als solcher im vorliegenden EHZK fortgeschrieben. Aktuell umfasst das Angebot ausschließlich kleinteilige Strukturen des Lebensmittelhandwerks sowie Betriebe des sonstigen kurzfristigen Bedarfsbereichs wie Apotheken oder ein Blumengeschäft, welche durch zentrenergänzende Funktionen (z. B. Bankfilialen, Gastronomie) ergänzt werden. Das Stadtteilzentrum weist aktuell neun Bestandsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 400 m<sup>2</sup> auf, was einem Anteil der gesamtstädtischen Verkaufsfläche von 1 % entspricht.

Das Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion umfasst den Standortbereich zwischen Binger Straße und Mainzer Straße und dehnt sich in Richtung Norden

weiter entlang der Bahnhofstraße bis hin zu den Bahngleisen aus. Die Festlegungsempfehlung orientiert sich teilweise an der alten Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. Es besteht das stadtentwicklungspolitische Ziel der Stadt Ingelheim a. R., zur Herstellung einer wohnungsnahen Nahversorgung in Heidesheim a. R., im Bereich der Alten Markthalle einen Lebensmittelmarkt anzusiedeln. Demnach wird dieser Standortbereich als zu entwickelnde Potenzialfläche mit in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs mit einbezogen. Das stadtentwicklungspolitische Ziel der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes auf dieser Potenzialfläche ist zwingende Voraussetzung, dass der Lagebereich als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden kann, da der Lagebereich ohne diesen Magnetbetrieb nicht die Ansprüche, die seitens der Rechtsprechung an zentrale Versorgungsbereiche formuliert werden (s. Kapitel 7.1), erfüllen kann.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs erforderlich. Diese wird in Abbildung 23 für das Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Heidesheim dargestellt.



**Abbildung 23: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs STZ mit Nahversorgungsfunktion Heidesheim**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 03/2021; Kartengrundlage: Stadt Ingelheim a. R.

Der Standortbereich verfügt aktuell über keine strukturprägenden Anbieter i. S. einer quantitativ und qualitativ gut zu bewertenden (Nah-) Versorgungsfunktion, welche über den Nahbereich hinausgeht. Die stadtentwicklungspolitischen Zielstellung der Stadt Ingelheim a. R., die Alte Markthalle als Standort für einen Lebensmittelmarkt zu entwickeln, wie auch alle Entwicklungen die in Bezug zum Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Heidesheim in Verbindung stehen, sollten entsprechend in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen berücksichtigt werden.

### Entwicklungsziele und -empfehlungen

- **Fortschreibung** des ehemaligen Ortszentrums als zentraler Versorgungsbereich i. S. e Stadtteilzentrums mit Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Heidesheim.

- Zusätzlich Erweiterung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs in Richtung Norden, sodass die Alte Markthalle als ausgewiesene Potenzialfläche für eine zukünftige Entwicklung berücksichtigt werden kann → **dort Etablierung eines Lebensmittelmarkts als Magnetbetrieb, da sonst keine Entwicklungsperspektive gegeben und keine Ausweisung als ZVB möglich ist.**
- Bestandssicherung und Stärkung der bestehenden Betriebe sowie Erhalt der Funktionsmischung aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung.
- I. S. d. Nahversorgungsfunktion des Stadtteilzentrums sowie zum Schutz der Bestandsstrukturen und der Entwicklungsmöglichkeiten des Stadtzentrums **keine Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment** oder mit innenstadtrelevanten Randsortimenten mit mehr als 800 m<sup>2</sup> VKF.

Im Bereich der ZVB-Abgrenzung Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Heidesheim besteht folgender rechtskräftiger Bebauungsplan<sup>38</sup> (dieser reicht über die ZVB-Abgrenzung hinaus): Ortskern.

### 7.2.3 Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Ingelheim-West

Das Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Ingelheim West ist ein zentraler Versorgungsbereich mit einer Versorgungsfunktion primär im kurzfristigen Bedarfsbereich, ergänzt durch einen geringeren Verkaufsflächenanteil des mittelfristigen Bedarfsbereichs. Innerhalb der Abgrenzung des Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion ist nur eine zentrenergänzende Funktion angesiedelt. Insgesamt beträgt die Verkaufsfläche des Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion rd. 2.700 m<sup>2</sup> was einem gesamtstädtischen Anteil von rd. 4 % entspricht.

Durch die Lage des Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion an der Binger Straße als wichtige Hauptverkehrsstraße im westlichen Stadtgebiet von Ingelheim a. R. ist der Standortbereich verkehrlich gut erreichbar und einsehbar. Die Abgrenzung wird mit Ausnahme des südwestlichen Bereichs auf der gegenüberliegenden Straßenseite aus dem Konzept 2006 fortgeschrieben.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs erforderlich. Diese wird in Abbildung 24 für das Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Ingelheim West dargestellt.

<sup>38</sup> Die rechtskräftigen Bebauungspläne in der Stadt Ingelheim am Rhein inkl. der jeweiligen konkreten Festsetzungen können auf der Homepage [http://gis.kmainzbingen.service24.rlp.de/MapSolution/apps/map/client/Oeffentlich/bplaene\\_stadt\\_ingelheim\\_oeffentlich?username=buerger&password=%21buerger%21](http://gis.kmainzbingen.service24.rlp.de/MapSolution/apps/map/client/Oeffentlich/bplaene_stadt_ingelheim_oeffentlich?username=buerger&password=%21buerger%21) abgerufen werden.



**Abbildung 24: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs STZ mit Nahversorgungsfunktion Ingelheim West**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 03/2021; Kartengrundlage: Stadt Ingelheim a. R.

Das Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Ingelheim West verfügt durch den Lebensmitteldiscounter LIDL sowie den Drogeriefachmarkt dm über eine qualitativ und quantitativ gut zu bewertende Nahversorgungsfunktion für den zentralen Siedlungskern des Stadtteils Ingelheim West. Zudem wird das Angebot vor Ort durch den Bekleidungsfachmarkt Takko sowie den Zoofachmarkt Fressnapf ergänzt. Die Versorgungsfunktion reicht durch die Bestandsbetriebe und die gute verkehrliche Erreichbarkeit deutlich über den Nahbereich hinaus.

Aufgrund der genannten Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums mit Nahversorgungsfunktion Ingelheim West steht der Erhalt und sofern notwendig ein bedarfsgerechter Ausbau der nahversorgungsrelevanten Angebote im Fokus. Diese sollten in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Ingelheim a. R., die einen Bezug zum Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Ingelheim West aufweisen, berücksichtigt werden.

### Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Ausweisung als **Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion**.
- Bestandssicherung der nahversorgungsrelevanten Betriebe und sofern zur Bestandssicherung notwendig, bedarfsgerechter Ausbau des nahversorgungsrelevanten Angebots.
- Keine zusätzliche Attraktivierung des Angebots im Bereich des innenstadtrelevanten Einzelhandels (kein Verkaufsflächenausbau von Betrieben mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment).
- I. S. d. Nahversorgungsfunktion des Stadtteilzentrums sowie zum Schutz der Bestandsstrukturen und der Entwicklungsmöglichkeiten des Stadtteilzentrums **keine Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment** oder mit innenstadtrelevanten Randsortimenten mit mehr als  $800\text{ m}^2$  VKF.

Im Bereich der ZVB-Abgrenzung Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Ingelheim West bestehen folgende rechtskräftige Bebauungspläne<sup>39</sup> (dabei reichen einzelne Bebauungspläne über die ZVB-Abgrenzung hinaus): Zwischen Albrecht-Dürer-Straße und Dresdener Straße, Westlich Roter Turm, Westlich Roter Turm 1. Änderung, Westlich Roter Turm 3. Änderung.

#### 7.2.4 Städtebaulich integrierte Siedlungskerne

Im Einzelhandelskonzept der Stadt Ingelheim a. R. aus dem Jahr 2006 wurden in den Stadtteilen Frei-Weinheim, Nieder-Ingelheim und Ober-Ingelheim zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen. Vor dem Hintergrund der seitens der Rechtsprechung an zentrale Versorgungsbereiche formulierten Anforderungen (s. Kapitel 7.1) werden bzw. können diese im Rahmen der Fortschreibung des EHZZ Ingelheim a. R. nicht als zentrale Versorgungsbereiche fortgeschrieben werden:

- Den Standortbereichen fehlt jeweils ein strukturprägender Anbieter bzw. Magnetbetrieb; zudem besteht auch nicht die Perspektive, einen solchen dort anzusiedeln.
- Die Standortbereiche weisen jeweils nur einen relativ geringen Anteil an Einzelhandelsbetrieben auf, wesentliche städtebaulich-funktionale Zusammenhänge sind größtenteils nicht erkennbar.
- Die Bestandsstrukturen der Standortbereiche wirken nicht wesentlich über den unmittelbaren Nahbereich hinaus.

Gleichwohl weisen diese Bereiche – wie auch die Ortskerne von Großwinterheim und Wackernheim – jeweils eine städtebaulich integrierte Lage auf und lassen durch den Besatz mit kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben, ergänzt um Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe jeweils eine eingeschränkte Funktionsbedeutung – auch im Kontext der Funktion als (ehemals stärker ausgeprägte) Stadtteil- bzw. Ortskerne – erkennen. Vor diesem Hintergrund werden die nachfolgenden Lagen als **städttebaulich integrierte Siedlungskerne** bezeichnet:

- **Frei-Weinheim:** Rheinstraße/Brüder-Grimm-Straße
- **Ober-Ingelheim:** Alter Ortskern rund um den Marktplatz
- **Nieder-Ingelheim:** Mainzer Straße
- **Großwinterheim:** Schwabenheimer Straße
- **Wackernheim:** rund um Rathausplatz

Es ist stadtentwicklungspolitischer Wille der Stadt Ingelheim a. R., dass in den vorgenannten städtebaulich integrierten Siedlungskernen

- vor dem Hintergrund der ehemals stärker ausgeprägten Stadtteil- bzw. Ortskernfunktionen,
- des Beitrages der Siedlungskerne zur Stadt- und Ortsteilidentität wie auch
- i. S. einer Stadt der kurzen Wege und
- einer wohnungsnahen Grundversorgung

weiterhin kleinflächige Einzelhandelsansiedlung zur Versorgung des umliegenden Gebiets bzw. des jeweiligen Stadt- und Ortsteils möglich sind. In diesem Kontext

<sup>39</sup> Die rechtskräftigen Bebauungspläne in der Stadt Ingelheim am Rhein inkl. der jeweiligen konkreten Festsetzungen können auf der Homepage [http://gis.kmainzbingen.service24.rlp.de/MapSolution/apps/map/client/Oeffentlich/bplaene\\_stadt\\_ingelheim\\_oeffentlich?username=buerger&password=%21buerger%21](http://gis.kmainzbingen.service24.rlp.de/MapSolution/apps/map/client/Oeffentlich/bplaene_stadt_ingelheim_oeffentlich?username=buerger&password=%21buerger%21) abgerufen werden.



kann in den genannten städtebaulich integrierten Siedlungskernen Einzelhandel in kleinflächiger Ausprägung zur Versorgung des umliegenden Gebiets angesiedelt werden<sup>40</sup>.

### 7.3 NAHVERSORGUNGSKONZEPT

Aufgrund der hohen Bedeutung von Angeboten des täglichen Bedarfs werden nachfolgend die Nahversorgungsstrukturen in Ingelheim a. R. analysiert und darauf aufbauend konzeptionelle Empfehlungen in Form von räumlichen Steuerungsinstrumenten (Kategorisierung von Standortbereichen) sowie allgemeinen und stadtteilspezifischen Entwicklungszielen erarbeitet. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung, insbesondere in den Wohngebieten, flächendeckend gewährleistet werden kann.

Die Analyse und Bewertung sowie die konzeptionellen Empfehlungen behandeln neben den räumlichen Rahmenbedingungen auch quantitative, qualitative und absatzwirtschaftliche Aspekte. Eine Differenzierung erfolgt nach den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren. Das Nahversorgungskonzept beinhaltet darüber hinaus ein Prüfschema der Konzeptkongruenz bei der Ansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (Fokus: klassische Lebensmittelmärkte).

#### 7.3.1 Gesamtstädtische Nahversorgungsstruktur

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürgerschaft wird die Nahversorgungsstruktur der Stadt Ingelheim a. R. im Folgenden vertiefend analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung quantitativ, qualitativ und räumlich gewährleistet wird. Zu den Trends im Bereich Nahversorgung sei auf Kapitel 4.1 verwiesen.

#### Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Ingelheim a. R.

Die Stadt Ingelheim a. R. weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 17.500 m<sup>2</sup> in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. von rd. 3.800 m<sup>2</sup> in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken<sup>41</sup> auf, was einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,48 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. rd. 0,10 m<sup>2</sup> je Einwohner in der Warengruppe Drogeriewaren entspricht. Mit diesem quantitativen Ausstattungsniveau liegt die Stadt Ingelheim a. R. sowohl im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel als auch im Bereich der Drogeriewaren leicht über dem Bundesdurchschnitt von rd. 0,41 m<sup>2</sup> je Einwohner<sup>42</sup> bzw. von rd. 0,08 m<sup>2</sup> je Einwohner<sup>43</sup>.

In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel wird eine Zentralität von rd. 96 % erreicht. Trotz einer überdurchschnittlichen VKF-Ausstattung von rd. 0,48

<sup>40</sup> Im Kontext der Entwicklungsoptionen für die städtebaulich integrierten Siedlungskerne ist auf Z 61 („Agglomerationsverbot“) des LEP IV Rheinland-Pfalz hinzuweisen. Entsprechend darf der Verkaufsflächenumfang von innenstadtrelevanten sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten des jeweiligen städtebaulich integrierten Siedlungskerns 800 m<sup>2</sup> VKF in Summe nicht überschreiten.

<sup>41</sup> Die Warengruppe wird in diesem Kapitel aufgrund der Lesbarkeit im Folgenden mit Drogeriewaren abgekürzt.

<sup>42</sup> Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m<sup>2</sup>); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.

<sup>43</sup> Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Erhebungen.

m<sup>2</sup> VKF NuG/Einwohner<sup>44</sup> und eines relativ guten Betriebstypenmixes (Discounter, Supermärkte, SB-Warenhaus, Getränkemärkte, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk, Spezialanbieter) sind in dieser Warengruppe Kaufkraftabflüsse festzustellen. Dies ist v. a. auf die siedlungsräumliche Struktur von Ingelheim a. R. in Verbindung mit Wettbewerbsstrukturen in den Nachbarkommunen zurückzuführen. In der Warengruppe Drogeriewaren bestehen hingegen mit einer Zentralität von 121 % deutliche Kaufkraftzuflüsse, die sich aus der hohen sortimentspezifischen Verkaufsflächenausstattung, u. a. durch drei Drogeriefachmärkte, ergeben. Tabelle 11 fasst die relevanten Rahmenbedingungen zusammen und schließt mit einer Bewertung der quantitativen und qualitativen Nahversorgungssituation in Form einer Ampel.

**Tabelle 11: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in der Stadt Ingelheim a. R.**

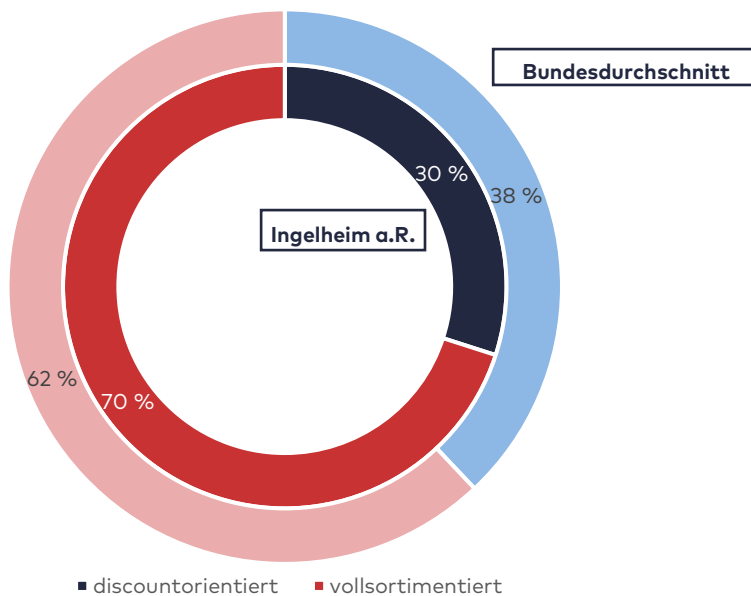
| Ausstattungsmerkmal                                   | Nahrungs- und Genussmittel  | Drogeriewaren  |
|---|---|--|
| Einwohnende   | 36.007  |  |
| Sortimentspezifische Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> | 17.500  | 3.800  |
| Verkaufsflächenausstattung in m <sup>2</sup> je EW    | 0,48  | 0,10   |
| Sortimentspezifische Zentralität                      | 96 %  | 121 %  |
| Betriebstypenmix                                      | 1x Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus<br>4x Lebensmittelsupermarkt<br>6x Lebensmitteldiscounter<br>1x Getränkemarkt<br>37x sonstige Lebensmittelbetriebe | 3x Drogeriefachmarkt<br>9x sonstige Drogeriewarenanbieter* |
| <b>Quantitative Nahversorgungssituation</b>           |   |  |
| <b>Qualitative Nahversorgungssituation</b>            |   |  |

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 03/2021; Einwohner: Stadt Ingelheim a. R. (Stand: 02/2021); Verkaufsfläche auf 100 m<sup>2</sup> gerundet; \* inkl. Parfümerie/Kosmetik, Apotheken.

Insgesamt sind im Stadtgebiet 12 strukturprägende Lebensmittelmärkte (VKF > 400 m<sup>2</sup>) vorhanden. Davon sind sechs Betriebe Lebensmitteldiscounter und vier Betriebe Supermärkte. Außerdem sind ein SB-Warenhaus sowie ein großflächiger Getränkemarkt im Ingelheimer Stadtgebiet verortet. Darüber hinaus sind im Stadtgebiet 37 sonstige Lebensmittelbetriebe wie Bäckereien, Metzgereien, Lebensmittelfachgeschäfte etc. angesiedelt.

Das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln in Ingelheim a. R. ist hinsichtlich des Betriebstypenmixes als nahezu ausgewogen zu bewerten. So ist in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zwar in Bezug auf den Bundesdurchschnitt eine leicht überdurchschnittliche Angebotsprägung durch das Vollsortiment gegeben, welche aber angesichts der Dimensionierung des SB-Warenhauses real zu relativieren ist. Abbildung 25 verdeutlicht die Verkaufsflächenausstattung nach Betriebstypen in Ingelheim a. R.

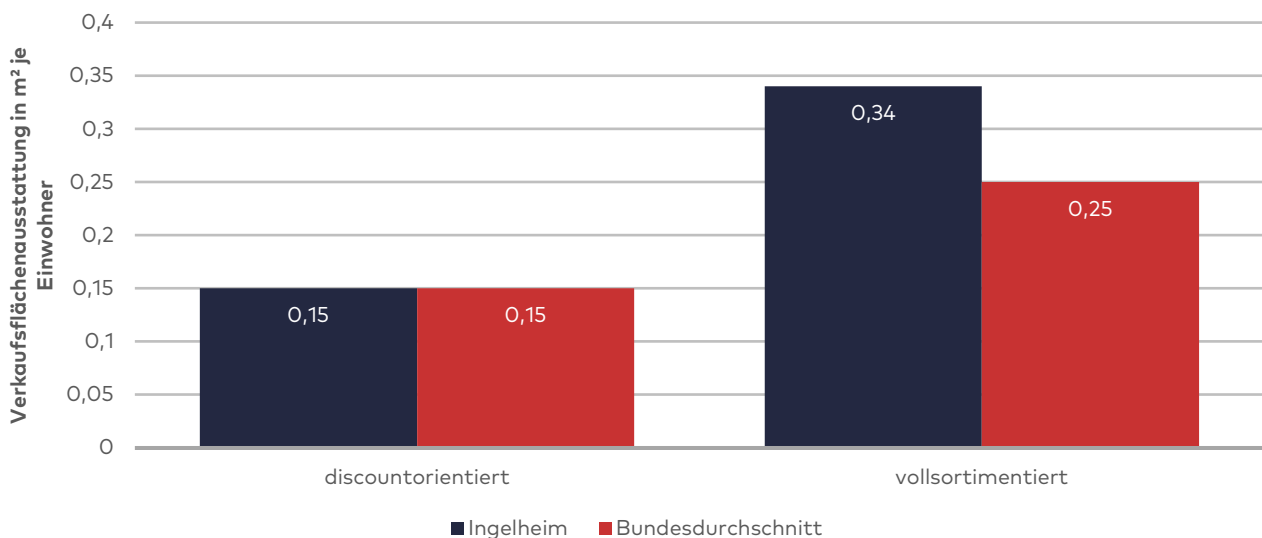
<sup>44</sup> Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel pro Einwohner. Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m<sup>2</sup>); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.



**Abbildung 25: Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 03/2021; EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen; innerer Ring: Stadt Ingelheim a. R.; äußerer Ring: Bundesdurchschnitt.

Hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung zeigt sich, dass diese bezüglich der Lebensmitteldiscounter mit rd. 0,15 m<sup>2</sup> VKF/EW dem Bundesdurchschnitt entspricht, während die Verkaufsflächenausstattung hinsichtlich der Lebensmittelvollsortimenter mit rd. 0,34 m<sup>2</sup> KF/EW über dem Bundesdurchschnitt liegt (s. Abbildung 26)<sup>45</sup>. Die deutliche Prägung des Angebots durch Vollsortimenter ist insbesondere auf das SB-Warenhaus real zurückzuführen.



**Abbildung 26: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt**

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 13/2021; EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen.

Die Versorgung im Sortimentsbereich Drogeriewaren wird neben drei Drogeriefachmärkten auch durch die oben genannten Lebensmittelmärkte (hier jedoch nur als Randsortiment) sichergestellt. Bei neun weiteren Einzelhandelsbetrieben mit dem entsprechenden Hauptsortiment handelt es sich Großteils um Apotheken so-

<sup>45</sup> Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; inkl. Non-Food-Flächen.

wie in Teilen um kleinere Fachgeschäfte. Die überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung resultiert hier insbesondere aus den im Ingelheimer Stadtgebiet angesiedelten drei Drogeriefachmärkten (Müller, 2x dm).

### **Räumliche Nahversorgungssituation in Ingelheim a. R.**

Um die Versorgungsqualität und die **räumliche Erreichbarkeit** der Angebote zu verdeutlichen, wird eine Gehzeit von rd. 10 Min. als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung angenommen. Um möglichen topografischen Gegebenheiten und der individuellen Mobilität Rechnung zu tragen, wird dieser Nahbereich nicht nur für rd. 10 Gehminuten, sondern auch für rd. 8 und rd. 12 Gehminuten dargestellt (s. Abbildung 27). Damit soll ferner verdeutlicht werden, dass die Nahversorgungsfunktion von Lebensmittelmärkten nicht schlagartig hinter einer „roten Linie“ endet, sondern die Qualität der fußläufigen Nahversorgung mit zunehmender Entfernung zum nächsten Lebensmittelmarkt sukzessive abnimmt. In Siedlungsgebieten deutlich jenseits der dargestellten Nahbereiche ist somit die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bezeichnen.

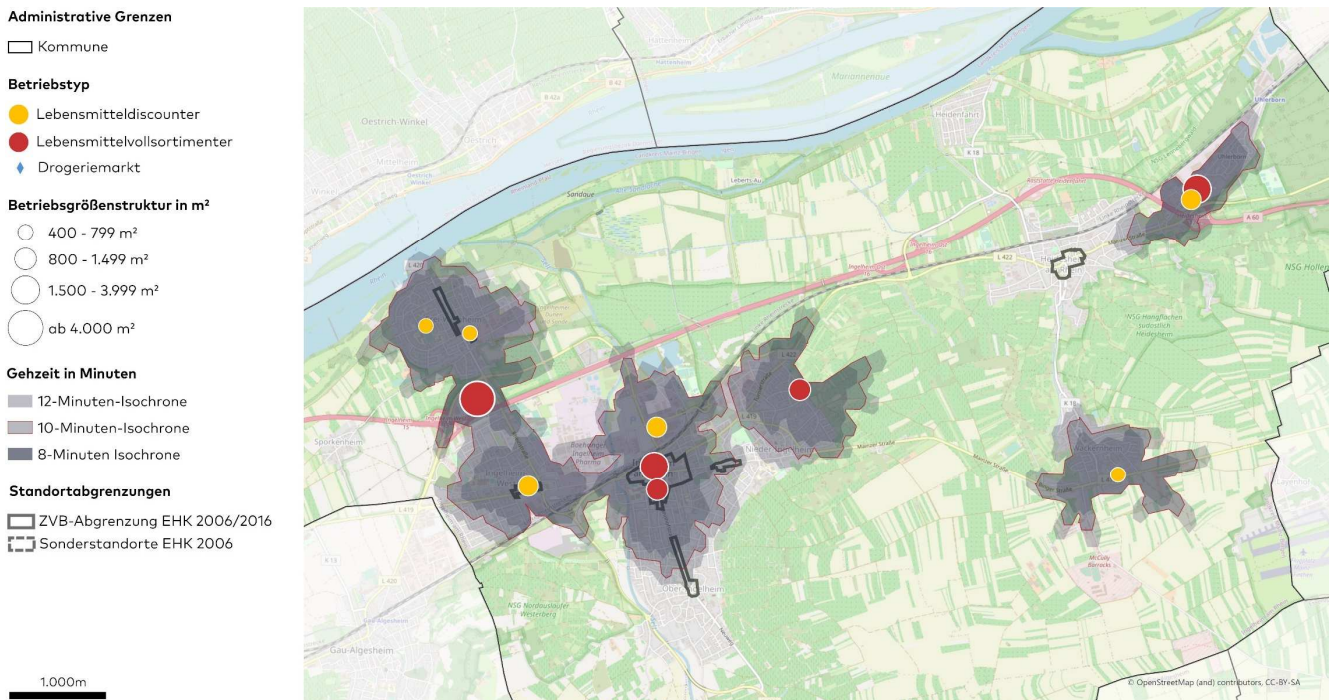
Diese Gehzeit-Isochronen entsprechen einer Annäherung an die realen Bedingungen vor Ort. In Abhängigkeit von der Dichte der Wohnbebauung, topografischen Gegebenheiten, städtebaulichen/naturräumlichen Barrieren und dem Wettbewerbsumfeld sollte für die einzelfallbezogene Betrachtung ein an den örtlichen Gegebenheiten orientierter **situativer Nahbereich** abgegrenzt werden, der sich an den oben genannten Faktoren orientiert. Für Ingelheim a. R. ist die Darstellung der Nahversorgungsisochronen als erste Einschätzungshilfe zu verstehen. So kann z. B. auch die Ausweisung eines deutlich über den **wohnungsnahen Bereich** (rd. 10 min Gehzeit) hinausgehender Nahbereich in begründeten Ausnahmefällen zielführend sein, um bislang und auch zukünftig dauerhaft unterversorgte Siedlungslagen (z. B. aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung) einzuschließen, die im Einzugsbereich des Vorhabenbetriebs liegen.

In die Analyse der räumlichen Nahversorgungsstruktur werden alle filialisierten Lebensmittelmärkte mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel und mehr als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eingestellt, da ab dieser Betriebsgröße i. d. R. ein ausreichendes Warensortiment – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – handelsseitig bereitgestellt werden kann. Es wird zudem zwischen den Betriebstypen Vollsortimenter und Lebensmitteldiscounter unterschieden. Weiterhin werden die Drogeriefachmärkte dargestellt.

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über das Grundgerüst der derzeitigen räumlichen Nahversorgungsstruktur in Ingelheim a. R. Die Abbildung verdeutlicht, dass im Kernbereich der Stadt eine nahezu flächendeckende räumliche Nahversorgung durch die strukturprägenden Lebensmittelmärkte gewährleistet wird. Räumliche Defizite bestehen vor allem im südlichen Bereich des Kernsiedlungsgebiets von Ingelheim a. R. in Ober-Ingelheim sowie in den räumlichen abgesetzten Stadtteilen Heidesheim (Kernsiedlungsbereich) und Großwinternheim.

Während im Stadtteil Heidesheim a. R. die Ansiedlung eines Lebensmittelmarkts zur Schaffung einer fußläufigen Nahversorgung im Stadtteilzentrum Heidesheim in der Diskussion steht (s. Kapitel 7.2.2), sind in Großwinternheim entsprechende

Perspektiven nicht erkennbar. Mit 1.397 Einwohnern<sup>46</sup> erscheint aus fachgutachterlicher Perspektive das Einwohnerpotenzial für die Ansiedlung eines standardisierten Lebensmittelmarkts nicht ausreichend, da die am Markt aktiven Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels im Rahmen von Standortentwicklungen i. d. R. ein Bevölkerungspotenzial ab rd. 3.000 - 4.000 Einwohnern voraussetzen. Entsprechend wären entweder alternative Nahversorgungsmodelle (z. B. Dorfläden) für Großwinternheim vorzusehen oder eine Verbesserung der Nahversorgung über entsprechende Entwicklungen in Zusammenschau mit Oberingelheim bzw. aktuellen Entwicklungen in Schwabenheim an der Selz<sup>47</sup> anzustreben.



**Abbildung 27: Räumliche Nahversorgungssituation im Stadtgebiet von Ingelheim a. R.**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 03/2021; Abgrenzung gemäß EHK 2006/2016; Isochronen: ESRI, here.com (Geschwindigkeit: 5 km/h); Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

### 7.3.2 Standortkriterien zur Bewertung von Nahversorgungsstandorten

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgung für die Bevölkerung Ingelheims ist die Steuerung von nahversorgungsrelevanten<sup>48</sup> Einzelhandelsstrukturen ein wichtiger Teilaspekt des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts. Ein effektives, konsistentes, städtebaulich zielführendes und gleichzeitig die Markterfordernisse berücksichtigendes Nahversorgungskonzept ist allerdings auf ein entsprechend ausdifferenziertes Standortmodell angewiesen, das im Folgenden vorgestellt werden soll. Die hierfür definierten Bestandsstandorte Lebensmittelnahversorgung ergeben sich dabei überwiegend aus den nachfolgenden Versorgungskriterien.

- **Städtebauliche Integration**
- **ÖPNV-Erreichbarkeit**
- **Schutz zentraler Versorgungsbereiche**

<sup>46</sup> Stadt Ingelheim a. R. (Stand 2/2021).

<sup>47</sup> In Schwabenheim an der Selz (Verbandsgemeinde Gau-Algesheim) steht die Verlagerung des Lebensmitteldiscounters PENNY an den nördlichen Ortsrand an die L 428 in der Diskussion, was zu einer Verbesserung der wohnungsnahen Nahversorgung in Großwinternheim beitragen könnte.

<sup>48</sup> Unter Beachtung des LEP IV Rheinland-Pfalz sind nahversorgungsrelevante Sortimente zugleich auch immer innenstadtrelevant (s. Erläuterung Tabelle 12 in Kapitel 8.2).

- **Sicherung/Optimierung der Nahversorgung**

### **Städtebauliche Integration**

Der Standort soll überwiegend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sein bzw. in einem engen räumlich-funktionalen Zusammenhang zu diesen stehen. Dies ist regelmäßig der Fall, wenn der Vorhabenstandort mindestens von zwei Seiten (besser drei Seiten oder mehr) von Wohnbebauung umgeben ist.

Darüber hinaus soll eine fußläufige Anbindung an die zugeordneten Wohnsiedlungsbereiche vorliegen (z. B. Fußwege, Querungshilfen über stark befahrene Straßen, keine städtebaulichen oder naturräumlichen Barrieren).

Ein nur teilweise städtebaulich integrierter Standort (z. B. bei umgebender Wohnbebauung an nur zwei Seiten und Lage an stark befahrener Straße ohne Querungshilfe) erfährt bei der Bewertung eine entsprechende Abwertung. Ein städtebaulich nicht integrierter Standort (z. B. Gewerbegebietslagen oder bei gänzlich fehlender umgebender Wohnbebauung) stellt ein Ausschlusskriterium dar.

### **ÖPNV-Erreichbarkeit**

Der Standort ist in das Netz des ÖPNV eingebunden und verfügt über einen regelmäßig frequentierten Haltepunkt in unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort. Von einer immer noch ausreichenden ÖPNV-Anbindung ist bis zu einer Luftlinienentfernung von 300 m zwischen Prüfstandort und ÖPNV-Haltepunkt auszugehen. Bei einer Entfernung von mehr als 300 m Luftlinie stellt sich die ÖPNV-Anbindung als nicht mehr ausreichend dar. Das Kriterium gilt in diesem Fall in der Regel als nicht erfüllt.

### **Schutz zentraler Versorgungsbereiche**

Zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche darf sich der situative Nahbereich eines Bestandstandorts LMNV nicht mehr als unwesentlich mit dem Nahbereich der nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche überschneiden. Für den **situativen Nahbereich** wird kein fester Radius vorgegeben<sup>49</sup>. Stattdessen ist der situative Nahbereich im Einzelfall unter Berücksichtigung der siedlungsräumlichen, wettbewerblichen und topografischen Gegebenheiten abzuleiten und sollte sich grundsätzlich an einer Gehzeit-Isochrone von 10 Gehminuten orientieren. Nahegelegene Wettbewerber und zentrale Versorgungsbereiche können jedoch zu einer Reduzierung des situativen Nahbereiches führen. Andererseits können fehlende Nahversorgungsangebote und qualitativ hochwertige Fußwegeverbindungen sowie ggf. auch entsprechende Radweganbindungen auch eine Ausweitung des situativen Nahbereiches begründen. Grundsätzlich sollte sich der situative Nahbereich an siedlungsräumlichen Zusammenhängen sowie städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren orientieren. Ein deutlich über die Gehzeit-Isochrone von 10 Gehminuten hinausgehender situativer Nahbereich kann in begründeten Ausnahmefällen möglich sein, um bislang und auch zukünftig Siedlungslagen mit nicht optimal fußläufig erreichbarer Nahversorgung (z. B. aufgrund eines zu geringen Bevölkerungspotenzials) einzuschließen, die im Einzugsbereich des

---

<sup>49</sup> Als erster Anhaltswert für eine Abgrenzung des Nahbereichs kann jedoch die Gehzeit-Isochrone von 10 Gehminuten angenommen werden.

Bestandsstandorts LMNV liegen. Solche Bereiche können bspw. bis zu 10 min Fahrzeit mit dem Fahrrad oder annähernd 2 km Radfahrdistanz umfassen und sollten sich dabei aber an siedlungsräumlichen Zusammenhängen, Radwegenetzen sowie städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren orientieren.

Von einer mehr als unwesentlichen **Überschneidung** der Nahbereiche ist i. d. R. dann auszugehen, wenn die Einwohnerzahl im Überschneidungsbereich mehr als 10 % der Einwohnerzahl im gesamten Nahbereich des betroffenen, nächst gelegenen zentralen Versorgungsbereiches entspricht. Als Nahbereich des zentralen Versorgungsbereiches ist in diesem Kontext entsprechend von einer Gehzeit-Isochrone von 10 Gehminuten um die räumliche Abgrenzung des ZVB auszugehen. Der Nahbereich zentraler Versorgungsbereiche lässt sich auch unter Berücksichtigung der wettbewerblichen, siedlungsräumlichen und topografischen Gegebenheiten abgrenzen (s. o.).

Eine Überschneidung von bis zu 20 % kann im Rahmen der Standortbewertung zwar nicht mehr als unwesentlich, jedoch lediglich als „leichte“ Überschneidung gewertet werden und führt bei einer entsprechenden Bewertung zu einer entsprechenden Abwertung. Eine noch deutlichere Überschneidung ist i. d. R. ein deutliches Indiz dafür, dass der betrachtete Standort nicht als Bestandsstandort LMNV zu empfehlen ist, sofern kein besonderer, städtebaulicher Begründungszusammenhang (z. B. „Anschmiegen“ an ZVB) vorliegt.

Die voranstehenden Ausführungen sind grundsätzlich auch bei der perspektivischen Ausweisung von zu entwickelnden Bestandsstandorten LMNV zu berücksichtigen.

### **Sicherung/Optimierung der Nahversorgung**

Der Standort soll zudem einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung oder Optimierung der räumlichen, qualitativen und/oder quantitativen Nahversorgung liefern.

Zur Sicherung oder Optimierung der **räumlichen Nahversorgungssituation** soll sich die 10-Min-Gehzeit-Isochrone des Standortes nicht mehr als 50 % mit den 10-Min-Gehzeit-Isochronen von Betrieben anderer Bestandsstandorte LMNV überschneiden. Vereinfachend kann auch ein Radius von 500 bis 700 m Luftlinie angenommen werden. In diesem Falle sollten jedoch städtebauliche und/oder naturräumliche Barrieren berücksichtigt werden. Eine noch deutlichere Überschneidung ist i. d. R. ein deutliches Indiz dafür, dass der betrachtete Standort nicht als Bestandsstandort LMNV zu empfehlen ist, sofern kein besonderer, städtebaulicher Begründungszusammenhang (z. B. Weiterentwicklung der Nahversorgung in bisher unterversorgten Bereichen) vorliegt.

Die Sicherung oder Optimierung der **quantitativen Nahversorgung** ist gegeben, wenn der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Verkaufsflächenausstattung bzw. Zentralität im Stadtteil liefert. Dies kann der Fall sein, wenn der Stadtteil über eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung verfügt. Eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ist hingegen ggf. ein Hinweis darauf, dass kein weiterer Bedarf an einer quantitativen Verbesserung der Nahversorgungssituation besteht.

Sofern der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung des Betriebstypenmixes im Stadtteil liefert bzw. zum Erhalt attraktiver

und vielfältiger Nahversorgungsstrukturen beiträgt, ist eine Sicherung oder Optimierung der **qualitativen Nahversorgung** gegeben. So kann z. B. die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters bei einem fehlenden vollsortimentierten oder nicht mehr marktgängigen Angebot zur Optimierung der qualitativen Nahversorgung beitragen.

Sofern im Nahbereich eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist, kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmittel-discounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (leichter) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern.<sup>50</sup>

Die aufgezeigten Kriterien wurden bei der Ausweisung von Standorttypen und Entwicklungszielen der Nahversorgung berücksichtigt.

Im Kontext der mittel- bzw. längerfristigen Geltungsdauer dieses Konzepts besteht durchaus auch die Möglichkeit, bei sich verändernden Rahmenbedingungen auch neue Standortbereiche, die zum Zeitpunkt der Konzepterstellung noch nicht erkennbar sind, perspektivisch ebenfalls als Bestandsstandorte Nahversorgung auszuweisen. Eine entsprechende perspektivische Ausweisung muss sich dabei an den vorgenannten Kriterien für Bestandsstandorte Lebensmittelnahversorgung orientieren.

### 7.3.3 Bestandsstandorte Lebensmittelnahversorgung (LMNV) in Ingelheim a. R.

In Ingelheim a. R. wird zur langfristigen Sicherung und der geordneten Weiterentwicklung sowie Ergänzung der wohnortnahen Versorgung die Ausweisung von **Bestandsstandorten Lebensmittelnahversorgung (LMNV) mit Entwicklungsperspektive** und **ohne Entwicklungsperspektive** als gebietsscharfe Abgrenzung vorgesehen.

In den **Bestandsstandorten LMNV mit Entwicklungsperspektive (BE LMNV)** soll zukünftig die Ansiedlung und Entwicklung von Nahversorgungsbetrieben (auch großflächigen) mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittelmärkte) – auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche – zur Versorgung des umliegenden Gebiets möglich sein.

Bestandsstandort ohne Entwicklungsperspektive (**B LMNV**) werden auf Ihren Bestand festgeschrieben. Erweiterungen oder Neuansiedlungen von weiteren nahversorgungsrelevanten Betrieben sind in diesem Zusammenhang nicht möglich.

Als Bestandsstandorte Nahversorgung (mit und ohne Entwicklungsperspektive) werden die nachstehenden Standortbereiche festgelegt.

---

<sup>50</sup> Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.



### 7.3.3.1 Standortbereich Stauferring (BE LMNV) Nieder-Ingelheim

Der Standortbereich Stauferring ist als städtebaulich integriert zu bewerten und liegt rd. 1,6 km östlich des ZVB Stadtzentrum im östlichen Randbereich des Siedlungsgebiets der Stadt Ingelheim a. R. Überschneidungen mit den Nahbereichen zentraler Versorgungsbereiche sowie anderen Bestandsstandorten LMNV sind nicht gegeben. Der Bereich weist mit einem REWE-Markt einen Magnetbetrieb des kurzfristigen Bedarfsbereichs auf und übernimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für das gesamte östliche Stadtgebiet bzw. den Stadtteil Nieder-Ingelheim.

Die verkehrliche Erreichbarkeit erfolgt über den gleichnamigen Stauferring mit Anschluss über die Sternbornstraße an die Turnierstraße, als wichtige Hauptverkehrsachse zwischen dem ZVB Stadtzentrum Ingelheim sowie dem räumlich abgesetzten Stadtteil Heidesheim. Eine ÖPNV-Haltestelle befindet sich nicht in direkter Nähe, sondern in rd. 300 m Entfernung zum Standortbereich, so dass die Anbindung an den ÖPNV ausbauwürdig einzuordnen ist.



Abbildung 28: Abgrenzung des Standortbereichs Stauferring

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel: 03/2021 Kartengrundlage: Stadt Ingelheim a. R.

Der Standortbereich verfügt durch den bestehenden Markt über eine räumlich sowie qualitativ gut zu bewertende Nahversorgungsfunktion. Arrondiert wird das Angebot durch ein Betrieb des Lebensmittelhandwerks. Aufgrund dessen, dass der REWE-Markt den einzigen strukturprägenden Anbieter an diesem Standortbereich darstellt und für den Stadtteil Nieder-Ingelheim den nächstgelegenen Nahversorger darstellt, wird der Standortbereich entsprechend als Bestandsstandort Nahversorgung ausgewiesen, welchem eine Entwicklungsperspektive in Bezug auf den REWE-Markt eingeräumt wird.

Vor diesem Hintergrund werden folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert:

#### Entwicklungsziele und -empfehlungen

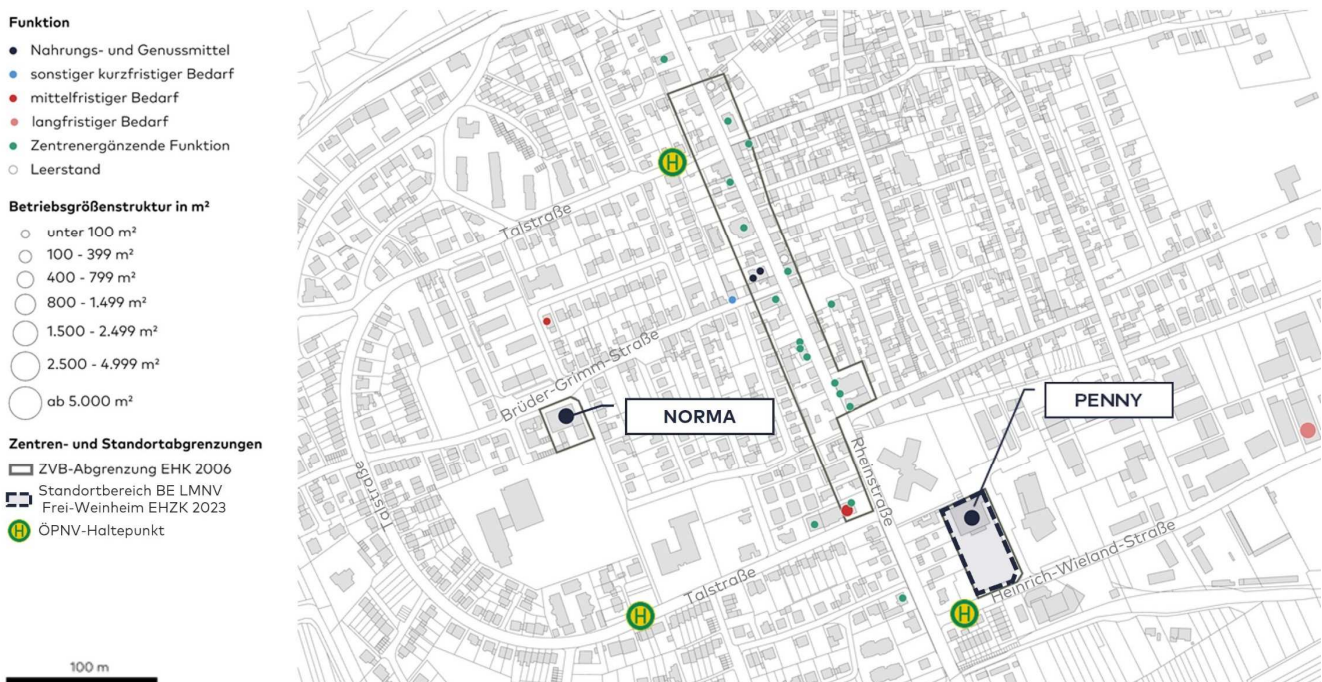
- Ausweisung als **Bestandsstandort Lebensmittelnaheversorgung mit Entwicklungsperspektive Nieder-Ingelheim**

- Funktions- und bedarfsgerechter Ausbau i. S. des Erhalts und der Stärkung des Lebensmittelmarktes als wichtiger Nahversorgungsbetrieb für den Stadtteil Nieder-Ingelheim
- Keine weitere Ansiedlung von strukturprägenden Lebensmittelmärkten, keine Ansiedlung von Betrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten

### 7.3.3.2 Standortbereich Frei-Weinheim (BE LMNV)

Der Standortbereich Frei-Weinheim (PENNY) liegt im gleichnamigen Stadtteil Frei-Weinheim nördlich der Stadt Ingelheim a. R., welche durch den Verlauf der A 60 räumlich voneinander getrennt sind. Wesentliche Überschneidungen mit den Nahbereichen zentraler Versorgungsbereiche sowie anderen Bestandsstandorten LMNV sind nicht gegeben. Der Standort mit einem PENNY-Markt kann trotz der östlich angrenzenden Gewerbegebietslage als städtebaulich integriert bewertet werden, da durch die umliegende Wohnbebauung ein räumlich-funktionaler Zusammenhang besteht.

Der Bereich ist durch seine Lage an der Hermann-Bopp-Straße, welche eine Parallelstraße zur Rheinstraße darstellt, sehr gut aus dem Stadtteil zu erreichen. Die ÖPNV-Anbindung wird durch die direkt an den Standortbereich angrenzende Bushaltestelle in der Heinrich-Wieland-Straße sichergestellt.



**Abbildung 29: Abgrenzung des Standortbereichs Frei-Weinheim**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel: 03/2021 Kartengrundlage: Stadt Ingelheim a. R.

Der Standortbereich PENNY war nach dem alten Einzelhandelskonzept der Stadt Ingelheim a. R. Teil des dreigeteilten Stadtteilzentrums Frei-Weinheim der im Zuge der Fortschreibung EHZK Ingelheim a. R. nicht als ZVB fortgeschrieben wird (s. Kapitel 7.2.4).

Der Standortbereich NORMA – ebenfalls Teil des ehemaligen dreigeteilten Stadtteilzentrums Frei-Weinheim – wird nicht als Bestandsstandort LMNV ausgewiesen, da der Betrieb zum einen nicht strukturprägend<sup>51</sup> ist und für diesen aufgrund

<sup>51</sup> Der in Frei-Weinheim angesiedelte Lebensmitteldiscounter NORMA weist eine GVKF von unter 400 m<sup>2</sup> auf und ist somit gemäß der Systematik nicht als strukturprägenden einzuordnen (vgl. Kapitel 7.3.1).

seiner städtebaulichen Lage insbesondere auch keine Entwicklungsoptionen erkennbar sind.

Der Lebensmitteldiscounter PENNY ist der einzige strukturprägende Nahversorgungsanbieter im Stadtteil Frei-Weinheim, ihm kommt dadurch eine gewichtige Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil zu. Sofern es zur Standortsicherung notwendig ist, kann der Standortbereich bzw. der Lebensmittelmarkt PENNY bedarfsgerecht zur Sicherung und Fortentwicklung der Nahversorgung im Stadtteil Frei-Weinheim ausgebaut werden. Folglich wird der Standortbereich als Bestandsstandort Nahversorgung mit Entwicklungsperspektive ausgewiesen.

#### **Entwicklungsziele und -empfehlungen**

- Ausweisung als **Bestandsstandort Lebensmittelnaheversorgung mit Entwicklungsperspektive Frei-Weinheim**
- Funktions- und bedarfsgerechter Ausbau zur Sicherung des Nahversorgungsangebots für den Stadtteil Frei-Weinheim
- Keine weitere Ansiedlung von strukturprägenden Lebensmittelmärkten, keine Ansiedlung von Betrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten am BE LMNV

Für Frei-Weinheim bestehen Planungen, das Gelände der Feuerwehr zu entwickeln. Zum aktuellen Planungsstand steht in diesem Bereich die Entwicklung eines Mixed-Use-Gebäudes in der Diskussion: im Erdgeschoss soll ein Lebensmittelmarkt angesiedelt werden, in den Obergeschossen sind v. a. Wohnnutzungen vorgesehen. Durch diese Entwicklung könnte sowohl die fußläufige Nahversorgung im nördlichen Bereich von Frei-Weinheim verbessert werden als auch insgesamt die Nahversorgungsstruktur in Frei-Weinheim differenzierter und zukunftsfähiger aufgestellt werden. Die entsprechenden Planungen sollen bei weiterer Konkretisierung i. S. d. Nahversorgungskonzeptes geprüft, bewertet und begleitet werden: dies bedeutet, dass für den Vorhabenstandort zu prüfen wäre, ob dieser gemäß der Kriterien als perspektivischer Bestandsstandort Lebensmittelnaheversorgung (s. Kriterien Kapitel 7.3.2) ausgewiesen werden kann und auch dem Nahversorgungsprüfschema für Lebensmittelmärkte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche (s. Kapitel 7.3.4) entspricht, um zu gewährleisten, dass das Planvorhaben der Verbesserung der Nahversorgung dient und keine Beeinträchtigung der bestehenden Nahversorgungsstrukturen auslöst.

#### **7.3.3.3 Standortbereich Wackernheim (BE LMNV)**

Der Standortbereich Wackernheim weist eine städtebaulich integrierte Solitär-lage im südlichen Bereich des Kernsiedlungsgebiets des Stadtteils Wackernheim auf. Durch das neue Wohngebiet "In den 30 Morgen" südlich der L 419 wird der Standortbereich vollumfänglich von Wohnbebauung umschlossen. Überschneidungen mit den Nahbereichen zentraler Versorgungsbereiche sowie anderen Bestandsstandorten LMNV sind nicht gegeben. Der Bereich weist mit dem Lebensmitteldiscounter NETTO Marken-Discount einen Magnetbetrieb des kurzfristigen Bedarfsbereichs auf, dem als einzigen strukturprägenden Lebensmittelmarkt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Wackernheim zukommt.

Durch die direkte Lage des Standortes an die L 419, welche die Verbindung zur Kernstadt Ingelheim a. R. herstellt, ist die Anbindung mittels MIV als sehr gut zu bezeichnen. In rd. 100 m Entfernung befindet sich zudem der Bushaltepunkt „Kleine Hohl“.



**Abbildung 30: Abgrenzung des Standortbereichs Wackernheim**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel: 03/2021 Kartengrundlage: Stadt Ingelheim a. R.

Der Standortbereich Wackernheim ist durch den Anbieter NETTO Marken-Discount als einzigen strukturprägenden Betrieb im Stadtteil Wackernheim geprägt. Das Angebot durch den Lebensmitteldiscounter wird durch eine Bäckerei und so wie einem Schreib- und Tabakwarengeschäft arrondiert. Der Standortbereich übernimmt folglich eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den Ortsteil Wackernheim, so dieser als Bestandsstandort LMNV mit Entwicklungsperspektive ausgewiesen wird.

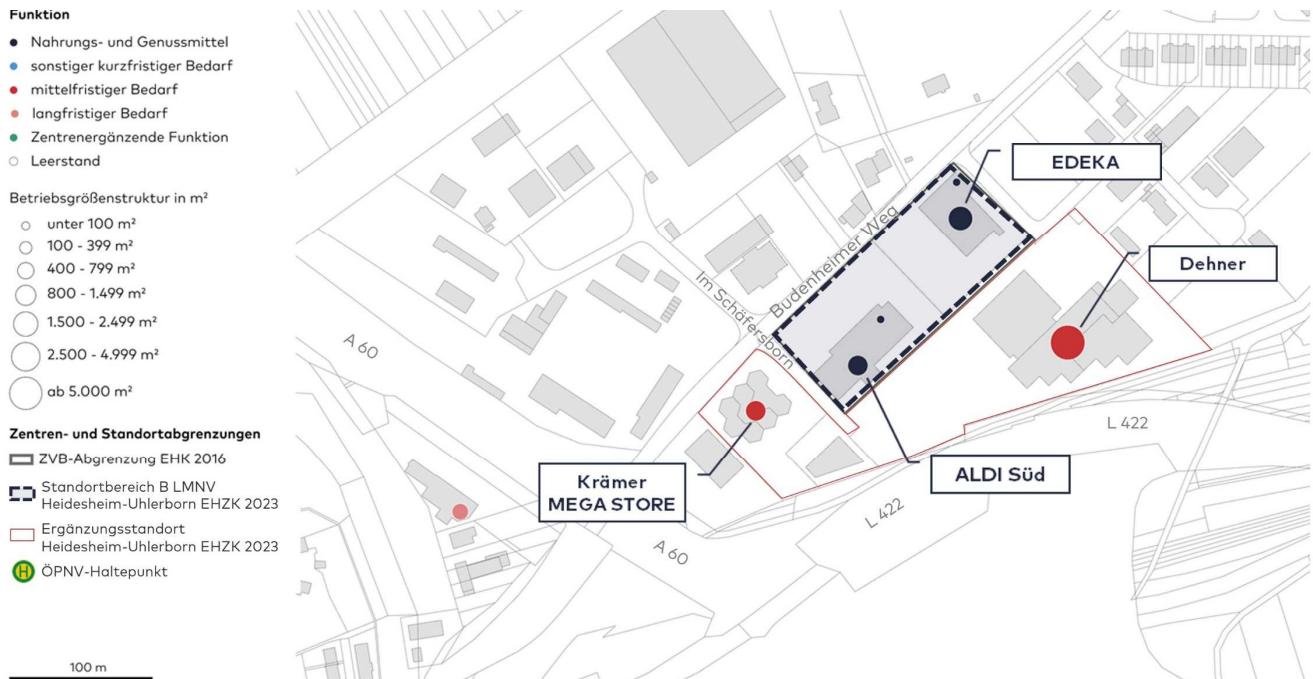
#### Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Ausweisung als **Bestandsstandort Lebensmittelnaheversorgung mit Entwicklungsperspektive Wackernheim**
- Funktions- und bedarfsgerechter Ausbau zur Sicherung des Nahversorgungsangebots für den Stadtteil Wackernheim
- Keine weitere Ansiedlung von strukturprägenden Lebensmittelmärkten, keine Ansiedlung von Betrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten

#### 7.3.3.4 Standortbereich Heidesheim-Uhlerborn (B LMNV)

Der Standortbereich Heidesheim-Uhlerborn ist aufgrund seiner Gewerbegebietslage als nicht städtebaulich integriert zu bewerten. Der Bereich weist mit dem Lebensmitteldiscounter ALDI Süd und dem Lebensmittelsupermarkt EDEKA zwei Lebensmittelmärkte als Magnetbetriebe auf, welche jeweils um einen Betrieb des Lebensmittelhandwerks, hier Bäckereien, ergänzt werden. Der Standortbereich übernimmt für die umliegenden Siedlungsbereiche und den Stadtteil Heidesheim a. R. (aufgrund eines fehlenden eigenen Angebots im Stadtteil) die wesentliche Nahversorgungsfunktion.

Die verkehrliche Anbindung erfolgt über den Budenheimer Weg in Verbindung mit der Mainzer Straße (L 422) als wichtige West-Ost-Verbindung durch das Siedlungsgebiet von Heidesheim. Eine Haltestelle des ÖPNV befindet sich mit dem Haltpunkt „Montessori Schule“ an der Budenheimer Straße in direkter Angrenzung zum Standortbereich.



**Abbildung 31: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts Heidesheim-Uhlerborn**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel: 03/2021 Kartengrundlage: Stadt Ingelheim a. R.

Der Standortbereich Heidesheim-Uhlerborn verfügt durch die bestehenden Märkte über eine räumlich sowie qualitativ und quantitativ gut zu bewertende Nahversorgungsfunktion, die deutlich über den unmittelbaren Nahbereich hinausgeht. Aufgrund einer Entwicklungsperspektive für das Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Heidesheim (vgl. Kapitel 7.2.2), mit der für die Ausweisung als ZVB verknüpften Zielstellung der Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarkts als Magnetbetrieb auf der ausgewiesenen Potenzialfläche der Alten Markthalle, werden die beiden Betriebe ALDI Süd und EDEKA auf ihren Bestand festgeschrieben. Beide Betriebe weisen aktuell Betriebsdimensionierungen auf, die den aktuellen Entwicklungsformaten der Betreiber entsprechen. Vor diesem Hintergrund wird der Standortbereich als Bestandsstandort LMNV ohne Entwicklungsperspektive ausgewiesen, um die Entwicklungsperspektiven des Stadtteilzentrums mit Nahversorgungsfunktion Heidesheim a. R. nicht negativ zu beeinträchtigen.

Die beiden weiteren am Standort ansässigen Betriebe, Dehner Garten-Center und Krämer MEGA STORE, zählen aufgrund ihrer angebotenen Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereichs nicht zum Bestandsstandort LMNV Heidesheim-Uhlerborn, sondern werden als Ergänzungsstandort festgesetzt (vgl. Kapitel 7.4.4).

### Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Ausweisung als **Bestandsstandort Lebensmittelnaheversorgung ohne Entwicklungsperspektive Heidesheim-Uhlerborn** zum Schutz der Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Heidesheim a. R.
- Bestandsschutz der bestehenden Betriebe
- Keine Ansiedlung von weiteren nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben, keine Ansiedlung von Betrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten

### 7.3.4 Nahversorgungsprüfschema für neue bzw. zu erweiternde Lebensmittel­märkte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche

Aufgrund der hohen Bedeutung von Lebensmittel­märkten als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen, sollen **Lebens­mittelmärkte** vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen selbst gesichert und weiterentwickelt werden. **Zentrale Versorgungsbereiche** stellen somit **grundsätzlich Positivstandorte** für **Lebensmittelmärkte** dar<sup>52</sup>

Nachgeordnet soll das integrierte Nahversorgungsangebot durch strukturprägende **Lebensmittelmärkte** außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere an Bestandsstandorten Lebensmittel­nahversorgung mit Entwicklungsperspektive) gesichert und bedarfsgerecht weiterentwickelt werden. Für diese Vorhaben **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** ist im Rahmen künftiger Konformitätsprüfungen zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept das folgende Prüfschema anzuwenden (vgl. nachfolgende Abbildung).



Abbildung 32: Prüfschema zur standortgerechten Dimensionierung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

#### Prüfroutine 1: Nahversorgungsrelevantes Vorhaben

Das Nahversorgungsprüfschema für die Stadt Ingelheim a. R. dient zur Ersteinschätzung von Nahversorgungsvorhaben. Nahversorgungsvorhaben sind i. d. R. nur Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben, deren **Verkaufsfläche mindestens zu 90 % aus nahversorgungsrelevanten Sortimenten** besteht – dies trifft in der Regel nur auf Lebensmittel­märkte zu<sup>53</sup>.

<sup>52</sup> Ob sich entsprechende Vorhaben negativ auf andere zentrale Versorgungsbereiche, Bestandsstandorte Nahversorgung oder sonstige integrierte Nahversorgungsstrukturen oder Ziele der Landesplanung auswirken, ist in entsprechenden Verträglichkeitsgutachten zu untersuchen und bewerten.

<sup>53</sup> Ausnahmen bei den Lebensmittel­märkten stellen hierbei die Betriebsformen Verbräuchermärkte und v. a. SB-warenhäuser dar, die regelmäßig durch ausgeprägte Rand- und Nebensortimentsangebote eine VKF-Anteil von weniger als 90 % nahversorgungsrelevante Sortimente umfassen.

## Prüfroutine 2: Standorteignung

Wenn sich das Planvorhaben an einem ausgewiesenen Bestandsstandort LMNV mit Entwicklungsperspektive befindet, ist grundsätzlich die Konformität zu Prüfroutine 2 anzunehmen.

Befindet sich das Planvorhaben außerhalb eines ausgewiesenen Bestandsstandorts LMNV mit Entwicklungsperspektive, erfüllt jedoch die Kriterien, die an einen Bestandsstandort LMNV gestellt werden (s. Kapitel 7.3), kann der Vorhabenstandort im Rahmen des Prüfschemas weiter i. S. eines potenziellen Bestandsstandorts LMNV geprüft werden.

Ein städtebaulich integrierter Standort, der die Kriterien, die an einen Bestandsstandort LMNV gestellt werden (s. Kapitel 7.3), nicht erfüllt, erfährt in der Prüfroutine 2 eine entsprechende Abwertung.

Ein städtebaulich nicht integrierter Standort (z. B. Gewerbegebietslage oder bei gänzlich fehlender umgebender Wohnbebauung) stellt ein Ausschlusskriterium dar.

## Prüfroutine 3: Kaufkraftabschöpfung – Funktionsgerechte Dimensionierung

Ein wesentlicher Teil des zu erwartenden Vorhabenumsatzes soll aus dem situativen Nahbereich abgeschöpft werden können. Dies ist aus fachgutachterlicher Sicht i. d. R. gegeben, wenn die Umsatzerwartung je nach Standorttyp einen gewissen Anteil der sortimentspezifischen Kaufkraft im situativen Nahbereich nicht überschreitet, da sich der Versorgungseinkauf erfahrungsgemäß auch auf andere Einzelhandelsstandorte und Betriebstypen verteilen wird.

**Kaufkraftabschöpfung und Standorttyp:** Bestandsstandorte LMNV leisten einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung und Optimierung der Nahversorgungssituation. Daher ist für Bestandsstandorte LMNV i. d. R. eine Kaufkraftabschöpfungsquote zwischen 35 und 50 % anzusetzen<sup>54</sup>.

Bei Bestandsstandorten LMNV kann die zulässige Kaufkraftabschöpfungsquote je nach Siedlungslage (z. B. Siedlungslagen mit räumlichen Nahversorgungsdefiziten, die über den wohnungsnahen Bereich hinausgehen oder siedlungsräumlich abgesetzte Stadtteile) jedoch deutlich höher oder niedriger im situativen (wohnungsnahen) Nahbereich angesetzt werden. Entsprechende Abweichungen von der Kaufkraftabschöpfungsquote zwischen 35 und 50 % sind unter anderem unter Berücksichtigung städtebaulicher und absatzwirtschaftlicher Zusammenhänge zu begründen (s. nachfolgende Ausführungen).

Sonstige städtebaulich integrierte Standorte verfügen über eine gegenüber den Bestandsstandorten LMNV nachrangige Bedeutung für die Nahversorgung. Daher soll bei Kongruenzprüfungen für diese Standorte i. d. R. eher der untere Bereich der oben dargestellten Spannweite (rd. 35 %) angesetzt werden.

**Spannweite der Kaufkraftabschöpfung:** Die jeweilige Abschöpfung der sortimentspezifischen Kaufkraft im situativen Nahbereich soll abhängig von verschiedenen Rahmenbedingungen im Einzelfall abgeleitet werden. Relevante Rahmen-

---

<sup>54</sup> Einbezogen wird nur die Kaufkraft der Wohnbevölkerung, nicht die von Beschäftigten, Schülern und Studierenden, Besuchern, Touristen etc. Dies basiert auf einem stadtentwicklungspolitischen Auftrag und der Zielsetzung die Versorgungsqualität am Wohnort als Daseinsvorsorge herzustellen.

bedingungen sind hierbei u. a. die Angebotsqualität in Relation zur Nachfragesituation, die Optimierung der Standortrahmenbedingungen eines Bestandsbetriebes, räumlich unterversorgte Bereiche und siedlungsstrukturelle Gegebenheiten.

Eine Kaufkraftabschöpfungsquote **von annähernd 35 %** ist i. d. R. (aber nicht abschließend) plausibel, wenn

- der Vorhabenstandort in höher verdichteten Siedlungslagen (z. B. Geschosswohnungsbau, dichte Reihenhausbebauung) liegt,
- ein stark ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld (d. h. mehrere Wettbewerber des gleichen Betriebstyps in räumlicher Nähe) vorherrscht,
- die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation (z. B. Verkaufsflächenausstattung, Betriebstypenmix) als stark überdurchschnittlich eingeordnet werden kann und/oder
- eine deutliche Überschneidung des fußläufigen, situativen Nahbereiches mit anderen nahversorgungsrelevanten Betrieben (z. B. an einem Kopplungsstandort) vorliegt.

Eine Kaufkraftabschöpfungsquote **von bis zu 50 %** ist i. d. R. (aber nicht abschließend) plausibel, wenn

- der Vorhabenstandort in deutlich ländlich geprägten und/oder gering verdichteten Siedlungslagen (z. B. abgesetzte, dörflich strukturierte Stadtteile, Einfamilienhausgebiete) liegt,
- ein eher schwach ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld (d. h. keine oder sehr wenige Wettbewerber des gleichen Betriebstyps in räumlicher Nähe) vorherrscht,
- die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation (z. B. Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, Betriebstypenmix) als stark unterdurchschnittlich eingeordnet werden kann und/oder
- keine oder nur eine unwesentliche Überschneidung des fußläufigen, situativen Nahbereiches mit anderen nahversorgungsrelevanten Betrieben vorliegt.

Dieses Kriterium ist nicht als Kontingentierung von VKF zu verstehen sondern als Grundlage für weitergehende und sodann städtebaulich begründete Empfehlungen; insofern ist das Vorgehen kompatibel zu der aktuellen Rechtsprechung des EuGH.

Insbesondere vor dem Hintergrund der anhaltenden Dynamik im Einzelhandel (u. a. Standortverlagerungen, Betriebserweiterungen, Veränderungen der Betriebstypen) ist die empfohlene Kaufkraftabschöpfung als Richtwert – und nicht als fixer Wert – zu verstehen. Eine geringfügige Überschreitung um bis zu 10 %-Punkte wird im Rahmen des Nahversorgungsprüfschemas zwar nicht mehr als angemessene, jedoch lediglich als „leicht höhere“ Abschöpfungsquote gewertet und erfährt demnach eine entsprechende Abwertung („gelbe Ampel“). Eine noch höhere Abschöpfungsquote stellt i. d. R. ein Ausschlusskriterium dar („rote Ampel“). Ausnahmen von der Regel können z. B. begründet sein in unterversorgtem Bereich mit großer Bevölkerungszahl.

**Abgrenzung des situativen Nahbereichs:** Für die Abgrenzung des situativen Nahbereich sei auf die entsprechenden Ausführungen in Kapitel 7.3.2 verwiesen.



## Abschließende Gesamtbewertung

Die Gesamtbewertung ergibt sich aus der durchschnittlichen Bewertung der einzelnen Prüfroutinen. Bei einer insgesamt **positiven Einschätzung** („grüne Ampel“) ist das Vorhaben als grundsätzlich konform zum Zentren- und Nahversorgungskonzept zu bewerten. Es wird zusätzlich empfohlen, die Auswirkungen des Vorhabens im Rahmen einer einzelfallbezogenen Auswirkungsanalyse zu ermitteln, in die das Ergebnis des Prüfschemas mit einfließt. Mehrere nicht eindeutige Bewertungen einzelner Prüfroutinen („gelbe Ampeln“) können zu dem Gesamtergebnis führen, dass das Vorhaben als **bedingt empfohlen** i. S. d. Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes einzustufen ist. Eine Ansiedlung/Erweiterung sollte in diesem Fall jedoch mit situationsabhängigen Empfehlungen (z. B. Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit, leichte Reduzierung der Verkaufsfläche) verknüpft werden. Die genauen Auswirkungen des Planvorhabens sind zudem im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu ermitteln, in die das Ergebnis des Prüfschemas mit einfließt. Eine **negative Bewertung** einer einzelnen Prüfroutine („rote Ampel“) führt stets auch zu einer negativen Gesamteinschätzung des Vorhabens. Eine Konformität zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept liegt damit nicht vor und es wird empfohlen, das Vorhaben mit Bezug auf die Ziele dieses Nahversorgungskonzeptes notfalls bauleitplanerisch zu verhindern, jedenfalls aber nicht durch die Aufstellung bzw. Änderung eines Bebauungsplans zu fördern.

Grundsätzlich sind die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Vorhabens auf Basis einer validen und nachvollziehbaren Methodik zu ermitteln und darzustellen. Dabei sind für die Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens auch realistisch zu erwartende **maximale Flächenproduktivitäten** zu verwenden.

Neben der Ermittlung potenzieller absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (Umsatzumverteilungen) ist in diesem Fall v. a. eine **städtebaulich begründete Analyse** und eine städtebauliche Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsziele für die (untersuchungsrelevanten) zentralen Versorgungsbereiche sowie auf die Nahversorgungsstrukturen zu erbringen. Dabei sind auch mögliche Strukturverschiebungen in den zentralen Versorgungsbereichen von Bedeutung. Die vieldiskutierte **10 %-Schwelle** sollte bei der städtebaulichen Einordnung der Umsatzumverteilungen vor dem Hintergrund der Bestandsstrukturen kritisch gewürdigt werden.

### 7.3.5 Gesamtstädtische Handlungsprioritäten

Das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente in Ingelheim a. R. ist begrenzt. Da mit zunehmendem Überschreiten absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume gesamtstädtische oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen, die wiederum mit Betriebsschließungen, Trading-Down-Effekten und negativen Auswirkungen auf die wohnungsnah sowie flächendeckende Nahversorgung einhergehen können, sollten die zukünftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Ingelheim a. R. aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen (s. nachfolgende Empfehlungen). Grundsätzlich ist das im voranstehenden Kapitel dargestellte Nahversorgungsprüfschema zu beachten.

## **EMPFEHLUNGEN ZUR NAHVERSORGUNG IN INGELHEIM A. R.**

### **Ziel 1: Nahversorgung im ZVB Stadtzentrum, in den STZ mit Nahversorgungsfunktion sowie an den Bestandsstandorten Lebensmittelnahversorgung sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln**

- Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung, insbesondere die der fußläufigen Erreichbarkeit der Lebensmitteldiscounter und Supermärkte
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

### **Ziel 2: Nahversorgung an integrierten Standorten sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln**

- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

### **Ziel 3: Neue Bestandsstandorte Lebensmittelnahversorgung müssen die konzeptionellen Kriterien erfüllen**

- Für die Ausweisung von Bestandsstandorten Lebensmittelnahversorgung sind die notwendigen Kriterien gemäß Kapitel 7.3.2 zu erfüllen

### **Ziel 4: Keine Ansiedlung sowie restriktiver Umgang mit Erweiterungen von Nahversorgungsbetrieben in städtebaulich nicht integrierten Lagen**

- Vermeidung von Funktionsverlusten, die ggf. durch neue Ansiedlungen und Erweiterungen resultieren könnten

### **Sonstige Empfehlungen:**

- Grundsätzlich: Neuansiedlungen/Verlagerungen zur Versorgung des Gebietes (ohne negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Bestandsstandorte Lebensmittelnahversorgung)
- Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze und Service
- Ansonsten konsequenter Ausschluss von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Steuerungsleitsätze (s. Kapitel 9.2), die ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl der zentralen Versorgungsbereiche als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche beinhalten. Zudem wird empfohlen, die vorstehenden Entwicklungsziele durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen umzusetzen.

Vor dem Hintergrund des Ziels der Gewährleistung einer weitestgehend flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung, gewinnt eine optimierte räumliche Verteilung der Betriebe an Bedeutung. Im Zuge der Bestandserhebung im März 2021 sowie in Kapitel 7.3.1 wurden drei Bereiche von Ingelheim a. R. herausgearbeitet<sup>55</sup>, in denen aktuell eine unzureichende Nahversorgungssituation vorherrscht.

---

<sup>55</sup> Ober-Ingelheim sowie in den räumlichen abgesetzten Stadtteilen Heidesheim (Kernsiedlungsbereich) und Großwinternheim.

## 7.4 ERGÄNZUNGSSTANDORTKONZEPT

Neben den zentralen Versorgungsbereichen bestehen in Ingelheim a. R. drei weitere strukturprägende Einzelhandelsagglomerationen mit einem gewissen Standortgewicht in städtebaulich nicht integrierter Lage. Im folgenden Kapitel wird zunächst erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für diese Ergänzungsstandorte grundsätzlich erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind. Darauf aufbauend werden die strukturprägenden Einzelhandelsagglomerationen analysiert und Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung des jeweiligen Standortes gegeben.

### 7.4.1 Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von Ergänzungsstandorten i. S. v. Ziel 59 des LEP IV

Im Sinne der gesamtstädtischen Standortbalance und den übergeordneten Entwicklungszielstellung zur Einzelhandelsentwicklung in Ingelheim a. R. (s. Kapitel 6.4) ist eine spezifische Weiterentwicklung der Ergänzungsstandorte anzustreben.

Ergänzungsstandorte i. S. v. Ziel 59 des LEP IV Rheinland-Pfalz sind in der Zielstellung grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den großflächigen Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevanten Hauptsortimenten<sup>56</sup> zu verstehen. Sie dienen der Ergänzung des Innenstadteinzelhandels, indem sie Einzelhandelsbetriebe aufnehmen,

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen,
- die in der Innenstadt räumlich schlecht anzusiedeln wären und
- die Sortimente führen, die den zentralen Versorgungsbereich wie auch die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Primär sollten an den Ergänzungsstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung von Ergänzungsstandorten und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben sehr kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die realen Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann;
- ihre Leistungsfähigkeit gezielt optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen;
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden;
- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumlich klare Fassung der jeweiligen Ergänzungsstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenen Bodenpreisgefüge, der von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte,

---

<sup>56</sup> Unter Beachtung des LEP IV Rheinland-Pfalz sind nahversorgungsrelevante Sortimente zugleich auch immer innenstadtrelevant (s. Erläuterung Tabelle 12).  
Die nicht innenstadtrelevanten Sortimente sind zugleich als nicht nahversorgungsrelevant zu verstehen.

geschützt werden. Dieses wird insbesondere den auf günstige Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugutekommen.

Eine gesamtstädtische Konzentration auf einige wenige, aber dafür leistungsfähige Ergänzungsstandorte ist aus städtebaulicher Sicht sinnvoll, weil eine solche Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere und damit auch für das überörtliche Nachfragepotenzial im mittelfristigen Einzugsgebiet interessantere Standorte schafft. Die Standortkonzentration kann also zur Sicherung und zum Ausbau der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland beitragen.

Im Zuge des vorliegenden Konzeptes werden die Ergänzungsstandorte Nahering, Konrad-Adenauer-Straße sowie Heidesheim-Uhlerborn geprüft. Nachfolgend werden die Ergänzungsstandorte mit den wesentlichen Rahmenbedingungen sowie spezifischen Entwicklungsempfehlungen dargestellt.

### 7.4.2 Ergänzungsstandort Nahering in Ingelheim a. R.

Der im EHK 2006 als Sondergebiet ausgewiesene Standortbereich Nahering wird vornehmlich durch das SB-Warenhaus real sowie den Möbelanbieter Opti Wohnwelt geprägt. Daneben finden sich noch weitere strukturprägende Betriebe (z. T. deutlich über 400 m<sup>2</sup> VKF) des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs, welche die Angebotsstruktur am Ergänzungsstandort erweitern, wodurch die Ausstrahlung des Standortes weit über die Stadtgrenze hinausreicht. Somit verfügt der Standortbereich auch über einen gewissen Anteil an innenstadtrelevanten Sortimenten wie Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Bettwaren, die durch Fachmärkte am Ergänzungsstandort bereitgestellt werden.



**Abbildung 33: Ergänzungsstandort Nahering**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 03/2021; Kartengrundlage: Stadt Ingelheim a. R.

Der Ergänzungsstandort befindet sich nördlich der Autobahn A 60 und ist Teil des Stadtteils Ingelheim-West (Gemarkung Nieder-Ingelheim). Durch die direkte Lage an der Autobahn mit direkter Auf- und Abfahrt sowie durch die Anbindung an die L 420 und die Rheinstraße, als Hauptverbindung zwischen Frei-Weinheim

und der Stadt Ingelheim ist der Standort verkehrlich gut zu erreichen. Eine direkte Anbindung an den ÖPNV ist innerhalb des Ergänzungsstandortes nicht gegeben, wodurch lediglich die Erreichbarkeit mittels MIV als sehr gut zu bewerten ist. Der nächste Bushaltepunkt befindet sich in rd. 400 m Entfernung nördlich und südlich des Standortbereichs, womit die Erreichbarkeit mittels ÖPNV als sehr eingeschränkt zu bewerten ist.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Standortbereich Nahering folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen werden:

#### **Entwicklungsziele und -empfehlungen**

- Fortschreibung als **Ergänzungsstandort** – Abgrenzung analog EHK Ingelheim 2006
- Positivstandort zur Ansiedlung von Betrieben mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment (Begrenzung der innenstadtrelevanten sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente gemäß Leitsatz III, s. Kapitel 9.2)
- Verkaufsflächenanteil für nahversorgungsrelevante Sortimente langfristig reduzieren
- Verkaufsflächenanteil für innenstadtrelevante Sortimente langfristig reduzieren
- Keine Neuansiedlung nahversorgungsrelevanter Betriebe sowie restriktiver Umgang mit entsprechenden Randsortimenten
- Keine Neuansiedlung innenstadtrelevanter Betriebe sowie restriktiver Umgang mit entsprechenden Randsortimenten
- Keine weiteren Maßnahmen zur Steigerung der Standortattraktivität gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen

Neben den allgemeinen Entwicklungszielen und -empfehlungen werden nachfolgend noch konkrete Entwicklungsziele für das SB-Warenhaus real am Standortbereich Nahering gegeben. Durch die deutschlandweite Umstrukturierung der SB-Warenhäuser real bzw. mehrheitlich der Übernahme der Bestandsbetriebe durch andere Marktteilnehmer, kann auch am Ergänzungsstandort Nahering einer Umstrukturierung des Bestandsbetriebs z. B. im Rahmen eines Betreiberwechsels nicht ausgeschlossen werden. In diesem Zusammenhang sind folgende Entwicklungsziele zu beachten:

#### **Entwicklungsziele SB-Warenhaus real**

- Die Umstrukturierung des SB-Warenhaus real sollte proaktiv durch die Stadt Ingelheim begleitet werden
- Im Rahmen der Umstrukturierung sollte der VKF-Umfang der innenstadtrelevanten sowie der nahversorgungsrelevanten Sortimente keinesfalls ausgeweitet werden
- Idealerweise sollte eine Reduktion der VKF der innenstadtrelevanten sowie der nahversorgungsrelevanten Sortimente im Rahmen der Umstrukturierung erreicht werden
- Es wird empfohlen, bei der Umwandlung von innenstadtrelevanter sowie von nahversorgungsrelevanter VKF des SB-Warenhauses in entsprechende VKF von Fachmärkten, die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen konkret zu prüfen

### 7.4.3 Ergänzungsstandort Konrad-Adenauer-Straße in Ingelheim a. R.

Der ebenfalls im EHK 2006 ausgewiesene *Sonderstandort* Konrad-Adenauer-Straße, umfasst insgesamt drei großflächige Betriebe, die den Standortbereich gleichermaßen prägen. Hierzu zählt neben dem Lebensmitteldiscounter ALDI Süd, ein Schuhfachmarkt sowie ein Bauzentrum. Demnach wird der Standortbereich aktuell durch innenstadtrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel geprägt.



Abbildung 34: Ergänzungsstandort Konrad-Adenauer-Straße

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 03/2021; Kartengrundlage: Stadt Ingelheim a. R.

Der Ergänzungsstandort befindet sich nördlich des ZVB Stadtzentrum bzw. des Hauptbahnhof Ingelheim a. R. und östlich des Boehringer Geländes. Durch den Verlauf der Bahngleise im Süden des Ergänzungsstandortes, ergibt sich eine sehr klare städtebauliche Barriere gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich Stadtzentrum. Trotz der räumlichen Nähe ist keine städtebaulich-funktionale Verbindung gegeben. Durch die Lage an der L 419 ist der Standortbereich für Autokunden gut zu erreichen, wengleich die Anfahrt zu den Betrieben nur über die Straße Am Großmarkt möglich ist. Eine direkte Anbindung des Ergänzungsstandortes an den ÖPNV erfolgt direkt nördlich des Standorts über eine Bushaltstelle in der Straße Am Großmarkt, die Erreichbarkeit mittels ÖPNV ist demnach als gut zu bewerten.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Ergänzungsstandort Konrad-Adenauer-Straße folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen werden:

#### Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Fortschreibung als **Ergänzungsstandort** – Abgrenzung analog EHK Ingelheim 2006

- Positivstandort zur Ansiedlung von Betrieben mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment (Begrenzung der innenstadtrelevanten sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente gemäß Leitsatz III, s. Kapitel 9.2)
- Verkaufsflächenanteil für nahversorgungsrelevante Sortimente langfristig reduzieren
- Verkaufsflächenanteil für innenstadtrelevante Sortimente langfristig reduzieren
- Keine Neuansiedlung nahversorgungsrelevanter Betriebe sowie restriktiver Umgang mit entsprechenden Randsortimenten
- Keine Neuansiedlung innenstadtrelevanter Betriebe sowie restriktiver Umgang mit entsprechenden Randsortimenten
- Keine weiteren Maßnahmen zur Steigerung der Standortattraktivität gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen

#### 7.4.4 Ergänzungsstandort Heidesheim-Uhlerborn

Neben den beiden Ergänzungsstandorten Nahering und Konrad-Adenauer-Straße, welche aus dem Einzelhandelskonzept der Stadt Ingelheim a. R. aus dem Jahr 2006 fortgeschrieben werden, wird mit dem Standortbereich Heidesheim-Uhlerborn ein neuer Ergänzungsstandort ausgewiesen. Der Bereich umfasst mit dem Reitsportfachmarkt Krämer MEGA STORE und dem Dehner Garten-Center zwei großflächige Betriebe des nicht innenstadtrelevanten Sortimentsbereichs, die den Standortbereich gleichermaßen prägen.



Abbildung 35: Ergänzungsstandort Heidesheim-Uhlerborn

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 03/2021; Kartengrundlage: Stadt Ingelheim a. R.

Der Ergänzungsstandort Heidesheim-Uhlerborn befindet sich östlich des ZVB Stadtteilzentrum mit Nahversorgungsfunktion Heidesheim im gleichnamigen Stadtteil und ist aufgrund seiner Gewerbegebietslage als nicht städtebaulich integriert zu bewerten. Neben dem abgegrenzten Ergänzungsstandort befindet

sich mit den beiden Lebensmittelmärkten EDEKA und ALDI Süd ein im vorliegenden EHZK ausgewiesener Bestandsstandort Lebensmittelnahversorgung ohne Entwicklungsperspektive (vgl. Kapitel 7.3.3).

Durch den Verlauf der Autobahn A 60 südwestlich des Standortes besteht eine städtebauliche Barriere zum Kernsiedlungsbereich des Stadtteils Heidesheim. Durch den Anschluss über den Budenheimer Weg in Verbindung mit der Mainzer Straße (L 422) weist der Standortbereich eine verkehrlich gute Lage auf und ist für Autokunden gut zu erreichen. Eine Haltstelle des ÖPNV befindet sich mit dem Haltpunkt „Montessori Schule“ am Budenheimer Weg direkt an den Standortbereich angrenzen, die Erreichbarkeit mittels ÖPNV ist demnach als gut zu bewerten ist.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Standortbereich Heidesheim-Uhlerborn folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen werden:

#### **Entwicklungsziele und -empfehlungen**

- Ausweisung als **Ergänzungsstandort**
- Positivstandort zur Ansiedlung von Betrieben mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment (Begrenzung der innenstadtrelevanten sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente gemäß Leitsatz III, s. Kapitel 9.2)
- Keine Neuansiedlung nahversorgungsrelevanter Betriebe sowie restriktiver Umgang mit entsprechenden Randsortimenten
- Keine Neuansiedlung innenstadtrelevanter Betriebe sowie restriktiver Umgang mit entsprechenden Randsortimenten
- Keine weiteren Maßnahmen zur Steigerung der Standortattraktivität gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen



# 8 Sortimentsliste

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Ingelheim a. R. als innenstadtrelevant, nahversorgungsrelevant und nicht innenstadtrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Steuerungsleitsätzen festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzeptes entspricht. Die Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept 2006 ist plausibel und hat sich im Grundsatz bewährt. Gleichwohl wird im Zuge der Konzeptfortschreibung eine gezielte Überprüfung bestimmter Sortimente unternommen. Die Fortschreibung der Ingelheimer Sortimentsliste erfolgt dabei analog zum Warenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes (WZ-Code) und unter Beachtung der Sortimentsliste des LEP IV Rheinland-Pfalz. In diesem Zusammenhang können Modifizierungen der Benennungen und Gruppierungen von Sortimenten vorgenommen werden.

Die Sortimentsliste soll so eine differenzierte Steuerung von Einzelhandelsvorhaben – auch im Rahmen der Bauleitplanung – ermöglichen.

## 8.1 METHODISCHE HERLEITUNG

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsstruktur von Ingelheim a. R. von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Innenstadtrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als innenstadtrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Innenstadtrelevanz oder Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

### **Innenstadtrelevant sind in der Regel Sortimente,**

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,

- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können und
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollen.

**Nahversorgungsrelevant<sup>57</sup> sind in der Regel Sortimente,**

- die den Merkmalen der Innenstadtrelevanz entsprechen und
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestandes auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

**Nicht innenstadtrelevant<sup>58</sup> sind in der Regel Sortimente,**

- die Innenstadtlagen nicht prägen und
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich für die Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen nicht eignen.

Neben den rechtlichen Anforderungen (u. a. auch Sortimentsliste LEP IV Rheinland-Pfalz), den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen sowie der bewährten Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 für die Stadt Ingelheim a. R. sowie für die Verbandsgemeinde Heidesheim aus dem Jahr 2016 ergibt sich die folgende Liste innenstadtrelevanter nahversorgungsrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente in Ingelheim a. R. als sog. „Ingelheimer Liste“.

## **8.2 SORTIMENTSLISTE FÜR INGELHEIM A. R.**

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen, der methodischen Herleitung sowie auf Basis der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen und der dargestellten städtebaulichen Zielstellungen ergibt sich die folgende zu empfehlende Liste innenstadtrelevanter, nahversorgungsrelevanter sowie nicht innenstadtrelevanter Sortimente in Ingelheim a. R. Für die ausführliche Sortimentsliste mit Bezug zum Warenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes sei auf den Anhang verwiesen.

<sup>57</sup> Unter Beachtung des LEP IV Rheinland-Pfalz sind nahversorgungsrelevante Sortimente zugleich auch immer innenstadtrelevant (s. Erläuterung Tabelle 12).

<sup>58</sup> Die nicht innenstadtrelevanten Sortimente sind zugleich als nicht nahversorgungsrelevant zu verstehen und werden im Folgendem aus Gründen der Lesbarkeit als nicht innenstadtrelevant abgekürzt.

**Tabelle 12: Sortimentsliste für die Stadt Ingelheim a. R.**

| <b>innenstadtrelevante Sortimente</b>  | <b>nahversorgungsrelevante Sortimente*</b>     | <b>nicht innenstadtrelevante Sortimente**</b> |
|--|--|---|
| Augenoptik   | (Schnitt-) Blumen                              | Arbeitsbekleidung                             |
| Bekleidung (ohne Sportbekleidung)  | Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)    | Baumarktsortiment i. e. S.                    |
| Bettwaren  | Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren) | Campingartikel (ohne Campingmöbel)            |
| Bücher   | Papier/Büroartikel/Schreibwaren                | Elektrogroßgeräte                             |
| Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände                     | Pharmazeutische Artikel (Apotheke)             | Fahrräder und Zubehör                         |
| Elektrokleingeräte   | Zeitungen/Zeitschriften                        | Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz                 |
| Glas/Porzellan/Keramik   |  | Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)              |
| Haus-/Bett-/Tischwäsche  |  | Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)          |
| Haushaltswaren (Hausrat)   |  | Lampen/Leuchten                               |
| Heimtextilien (Dekostoffe, Decken, Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen)                            |  | Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)        |
| Kinderwagen  |  | Pflanzen/Pflanzartikel                        |
| Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle) |  | Reitsportartikel                              |
| Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)  |  | Sportgroßgeräte                               |
| Musikinstrumente und Musikalien  |  | Teppiche (Einzelware)                         |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)  |  | Waffen/Jagdbedarf/Angeln                      |
| Parfümerieartikel und Kosmetika  |  | Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere       |
| Schuhe, Lederwaren   |  |   |
| Spielwaren und Bastelbedarf  |  |   |
| Sportartikel (inkl. Sportbekleidung) (ohne Reitsportartikel und Sportgroßgeräte)                 |  |   |
| Uhren/Schmuck  |  |   |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; \* unter Beachtung des LEP IV Rheinland-Pfalz sind nahversorgungsrelevante Sortimente zugleich auch immer innenstadtrelevant; \*\* gleichzeitig auch nicht innenstadtrelevant und nicht nahversorgungsrelevant. Die Aufführung der nicht innenstadtrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Ingelheim a. R. als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend.

Gegenüber der Sortimentsliste der Einzelhandelskonzepte 2006 und 2016 ergeben sich somit folgende Modifizierungen:

- Neu ausgewiesen als einzelne Sortimente werden zusätzlich **Arbeitsbekleidung, Kinderwagen und Reitsportartikel** (bisher nicht einzeln berücksichtigt), um den Differenzierungsgrad der Sortimentsliste innerhalb dieser Bereiche in Anbetracht der sozioökonomischen Realitäten sinnvoll zu erweitern (Einstufung Kinderwagen als innenstadtrelevant; Einstufung Arbeitsbekleidung und Reitsportartikel als nicht innenstadtrelevant).
- Zusammenlegung der Sortimente Computer (PC-Hardware und -Software), Foto und optische Erzeugnisse, Telekommunikationsartikel sowie Unterhaltungselektronik (inkl. Ton- und Bildträger) in ein Sortiment **Neue Medien/Unterhaltungselektronik** (inkl. Ton- und Bildträger).
- Die Warengruppe Baby- und Kinderartikel wird aufgrund unterschiedlicher Sortimentseigenschaften auf die Warengruppen **Spielwaren, Bekleidung, Kinderwagen, Kfz-Zubehör** (Kinderautositze, Maxi Cosi) etc. aufgeteilt.

- Das im alten Einzelhandelskonzept der Stadt Ingelheim a. R. als nicht *zentrenrelevant* ausgewiesene Sortiment **Getränkemarkt** stellt kein Sortiment, sondern einen Betriebstyp des Lebensmitteleinzelhandels dar und kann somit grundsätzlich nicht in einer Sortimentsliste definiert werden. Das Sortiment eines Getränkemarkts – Getränke – ist ein **Teilsortiment des nahversorgungsrelevanten Sortiments Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)**. Das Teilsortiment wird standardmäßig in Lebensmittelmärkten angeboten und trägt zu deren Funktions- sowie Leistungsfähigkeit bei. Getränke sind demnach dem nahversorgungsrelevanten Sortiment Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren) zugeordnet.

Neben den aufgelisteten Modifizierungen ergeben sich gegenüber den Einzelhandelskonzepten 2006 bzw. 2016 noch weitere Änderungen. Resultierend aus der städtebaulichen Verortung der sortimentspezifischen Verkaufsflächen in Ingelheim a. R. sowie der Berücksichtigung der regionalplanerischen Empfehlungen erfolgt für die nachfolgenden Sortimente eine entsprechende Neuzuteilung.

Die im Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Heidesheim a. R. 2016 als innenstadtrelevante eingestuften Sortimente **Zeitungen/Zeitschriften** (hier nahversorgungsrelevant) sowie **zoologischer Bedarf und lebendige Tiere** (hier nicht innenstadtrelevant) wird in der „Ingelheimer Liste“ abweichend gegenüber dem Alt-konzept der ehemaligen Verbandsgemeinde Heidesheim a. R. 2016 neu zugeordnet. Das Sortiment **Zeitungen/Zeitschriften** wird als nahversorgungsrelevant eingestuft. I. S. d. städtebaulichen Verortung ist zwar ein großer Anteil (rd. 64 %) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verortet, jedoch handelt sich hierbei um Randsortimente in Lebensmittelmärkten die vorrangig an Bestandsstandorten Lebensmittelnahversorgung oder Ergänzungsstandorten zu finden sind und das Sortiment deshalb als nahversorgungsrelevant eingeordnet werden kann. Das Sortiment **zoologischer Bedarf und lebendige Tiere** wird abweichend der Zuordnung im EHK Heidesheim 2016 und dem LEP IV als nicht innenstadtrelevant festgesetzt. Da aktuell in den zentralen Versorgungsbereichen keine signifikanten Vorprägungen (rd. 26 %, vorrangig Randsortimentsangebote Lebensmittelmärkte) durch das in Rede stehende Sortiment gegeben ist, wird eine Einstufung des Sortiments als nicht innenstadtrelevant empfohlen. Das Sortiment wird im aktuellen Marktgeschehen zum einen als Fachmarktkonzept (z. B. Fressnapf) oder als Randsortimentsangebot in Lebensmittel- sowie Bau- und Gartenfachmärkten offeriert. Entsprechende Fachmarktkonzepte sind autokundenorientiert ausgerichtet und werden i. d. R. im Rahmen von Ziel- und Versorgungseinkäufen von Kunden gezielt aufgesucht, so dass von diesen Betrieben keine wesentlichen Frequenzaustauschbeziehungen ausgehen. Der Marktauftritt bzw. die übliche Betriebsausprägung der Fachmärkte ist i. d. R. funktional sowie ohne städtebaulichen Anspruch (Fachmarktkonzept) ausgerichtet und weist einen entsprechenden Flächenbedarf (Betriebsgebäude, Parkplätze) auf, so dass diese i. d. R. auch nicht zur Funktionalität von Zentren beitragen bzw. auch nicht den Ansprüchen an eine entsprechende städtebauliche Gestaltung in Zentren genügen.

Die Sortimente **Arbeitsbekleidung** sowie **Reitsportartikel** wurden in der Sortimentsliste der Konzepte 2006 und 2016 nicht als eigenständige Sortiment ausgewiesen. Die Ausweisung der Sortimente in der Sortimentsliste erfolgt unter Be-

rücksichtigung einer möglichen klaren Differenzierung der Sortimente, der vorhandenen Angebotsstrukturen sowie in Hinblick auf den gewünschten Differenzierungsgrad der Sortimentsliste. Das Sortiment **Arbeitsbekleidung** wird i. d. R. vorrangig in Bau- und Gartenfachmärkten als Randsortiment (Handwerks- und Gartenarbeitsbekleidung) sowie in einzelnen Fachgeschäften bzw. Fachmärkten<sup>59</sup> angeboten, jedoch dominieren in diesem Sortiment insbesondere der Großhandel sowie Online- und Versandvertriebswege. Für das Sortiment Arbeitsbekleidung ist derzeit kein Ansiedlungsdruck in den zentralen Versorgungsbereichen Ingelheims erkennbar, da das Sortiment aktuell ausschließlich in dezentralen Lagen durch Bau- und Gartenfachmärkte offeriert wird. Vor dem Hintergrund der oben dargestellten aktuellen Entwicklungen sind für die zentralen Versorgungsbereiche in diesem Sortimentsbereich keine Entwicklungsperspektiven erkennbar. Demnach erfolgt die Einordnung des Sortiments Arbeitsbekleidung als nicht innenstadtrelevant in der Sortimentsliste der Stadt Ingelheim a. R. Dies schließt im Gegenzug nicht aus, dass sich spezialisierte Fachgeschäfte dennoch im ZVB ansiedeln. Das Sortiment **Reitsportartikel** lässt sich als Untergruppe des Sortiments Sportartikel (inkl. Sportbekleidung) eindeutig definieren und abgrenzen. Das Sortiment Reitsportartikel wird als nicht innenstadtrelevant definiert. Mit dem Reitsportfachmarkt Krämer am Ergänzungsstandort Heidesheim-Uhlerborn wird ein relativ schmales und äußerst spezialisiertes Sortiment auf großer Fläche offeriert, das Angebot richtet sich an eine eng definierte Kundenzielgruppe. Aus der Angebotsspezialisierung und der damit einhergehenden eng gefassten Kundenzielgruppe ergibt sich insgesamt eine nur eingeschränkte Attraktivität für gewachsene Zentrenlagen wie bspw. das Stadtzentrum Ingelheim. Zudem können Reitsportfachmärkte aufgrund ihres Flächenbedarfs i. d. R. nicht in zentrale Versorgungsbereiche integriert werden.

---

<sup>59</sup> I. d. R. mit einem spezialisierten oder vollumfänglichen Arbeitsbekleidungsangebot (z. B. für Pflege-/ Küchenpersonal). Diese Betriebe sind deutschlandweit sehr vereinzelt und nicht in jeder Mittel-/Großstadt ansässig.

Die Steuerungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Ingelheim a. R. und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

## 9.1 EINORDNUNG UND BEGRÜNDUNG DER STEUERUNGSLEITSÄTZE

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von übergeordneten Entwicklungszielstellungen, absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen, der Zentren- und Standortsteuerung des künftigen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sowie einer Spezifizierung der innenstadtrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Konzeptbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Steuerungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Die Steuerungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Ingelheim a. R. insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Steuerungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei. Sie garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber.

Die Steuerungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden. Der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

Eine vereinfachte, schematische, jedoch nicht abschließende Übersicht zur Zulässigkeit von Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben gemäß der nachfolgenden Steuerungsleitsätze findet sich im Anhang (s. Abbildung 39, S. 114).

## 9.2 STEUERUNGSLEITSÄTZE FÜR INGELHEIM A. R.

Folgende Steuerungsleitsätze werden für Ingelheim a. R. empfohlen:

**Steuerungsleitsatz I: Einzelhandel mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment soll auf die zentralen Versorgungsbereiche konzentriert werden.**

- Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig prioritär und ohne Verkaufsflächenbegrenzung<sup>60</sup> auf den **ZVB Stadtzentrum Ingelheim** konzentriert werden (klein- und großflächig), um eine weitere Attraktivierung, Spezialisierung und Qualifizierung des zentralen Versorgungsbereichs zu begünstigen.
- In den hierarchisch nachgeordneten **zentralen Versorgungsbereichen Stadtteilzentren mit Nahversorgungsfunktion Ingelheim-West und Heidesheim** ist Einzelhandel mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment bis zur Grenze der Großflächigkeit zulässig, sofern negative städtebauliche Auswirkungen auf den ZVB Stadtzentrum Ingelheim vermieden werden.
- In **sonstigen städtebaulich integrierten Lagen und den städtebaulich integrierten Siedlungskernen**<sup>61</sup> soll eine Entwicklung von Einzelhandel mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment im Rahmen der planungsrechtlichen Möglichkeiten restriktiv gehandhabt werden und maximal in kleinflächiger Ausprägung zur Versorgung des umliegenden Gebiets zulässig sein<sup>62</sup>.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen im ZVB Stadtzentrum Ingelheim als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für das Stadtzentrum daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich beim Stadtzentrum um einen stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Die Begrenzung der Ansiedlung bzw. des Ausbaus von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment in den Stadtteilzentren begründet sich aus dem Schutz des Stadtzentrums vor einem zu deutlichen Standortgewicht in den hierarchisch nachgeordneten Stadtteilzentren. Es bleibt jedoch gleichzeitig ein der Bedeutung der Stadtteilzentren angemessener Entwicklungsrahmen erhalten. Im Rahmen der Bauleitplanung ist im Einzelfall der Nachweis zu erbringen, dass das geplante Vorhaben vorrangig zur Ergänzung der wohnortnahen Versorgung dient und keine negativen Auswirkungen auf das Stadtzentrum oder zentrale Versorgungsbereiche der Nachbarkommunen entstehen.

Betriebe mit innenstadtrelevantem Hauptsortiment sollen grundsätzlich auf den zentralen Versorgungsbereich konzentriert werden, um diesen in seiner Versorgungsfunktion zu sichern und zu stärken. Bei der Umsetzung dieser Empfehlung

<sup>60</sup> Sofern landesplanerische und städtebauliche Gründe (Regelungsinhalte LEP IV Rheinland-Pfalz, Schutz von ZVBs, Nachbarkommunen etc.) nicht entgegenstehen.

<sup>61</sup> Zu den städtebaulich integrierten Siedlungskernen s. Kapitel 7.2.4.

<sup>62</sup> Im Kontext der Entwicklungsoptionen für die sonstigen städtebaulich integrierten Lagen sowie die städtebaulich integrierten Siedlungskerne ist auf Z 61 („Agglomerationsverbot“) des LEP IV Rheinland-Pfalz hinzuweisen. Entsprechend darf der Verkaufsflächenumfang von innenstadtrelevanten sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten der jeweiligen sonstigen integrierten Lage bzw. des städtebaulich integrierten Siedlungskerns 800 m<sup>2</sup> VKF in Summe nicht überschreiten.

sollte jedoch stets die bisherige und zukünftige bauleitplanerische und baugenehmigungsrechtliche Planungspraxis der Stadt Ingelheim a. R. Berücksichtigung finden.

**Steuerungsleitsatz II: Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem<sup>63</sup> Hauptsortiment soll primär in den zentralen Versorgungsbereichen und zur Gewährleistung der Nahversorgung auch an Bestandsstandorten Lebensmittelnahversorgung mit Entwicklungsperspektive vorgesehen werden.**

Aufgrund der hohen Bedeutung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen, sollen Einzelhandelsvorhaben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment primär im ZVB Stadtzentrum Ingelheim sowie in den Stadtteilzentren mit NV-funktion Ingelheim-West und Heidesheim und an den Bestandsstandorten Lebensmittelnahversorgung mit Entwicklungsperspektive zur Sicherung und zum Ausbau bzw. der Entwicklung der Nahversorgung angesiedelt werden:

- Ansiedlungen und Flächenarrondierungen im Bestand sollen zur Sicherung und zum Ausbau der Nahversorgungsfunktion und -bedeutung im **ZVB Stadtzentrum Ingelheim a. R.** sowie in den **Stadtteilzentren mit Nahversorgungsfunktion Ingelheim-West und Heidesheim** ohne Verkaufsflächenbegrenzung möglich sein<sup>64</sup>.
- Zur Sicherung bzw. Optimierung der Nahversorgung können auch an **Bestandsstandorten Lebensmittelnahversorgung mit Entwicklungsperspektive** Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe vorgesehen werden, sofern negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden und das Vorhaben standortgerecht dimensioniert ist.
- In **sonstigen städtebaulich integrierten Lagen und den städtebaulich integrierten Siedlungskernen**<sup>65</sup> sind Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment maximal in kleinflächiger Ausprägung zur Versorgung des umliegenden Gebiets zulässig, sofern negative Auswirkungen auf die ZVB, die Bestandsstandorte Lebensmittelnahversorgung und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden.
- In **städtebaulich nicht integrierten Lagen** sollen keine Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem<sup>66</sup> Hauptsortiment vorgesehen werden (Ausnahmen: Tankstellenshops, Kioske).

**Steuerungsleitsatz III: Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevantem<sup>67</sup> Hauptsortiment soll vorwiegend an den ausgewiesenen Ergänzungsstandorten oder im ZVB Stadtzentrum angesiedelt werden.**

---

<sup>63</sup> Unter Beachtung des LEP IV Rheinland-Pfalz sind nahversorgungsrelevante Sortimente zugleich auch immer innenstadtrelevant (s. Erläuterung Tabelle 12).

<sup>64</sup> Sofern landesplanerische und städtebauliche Gründe ((Regelungsinhalte LEP IV Rheinland-Pfalz, Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen) nicht entgegenstehen.

<sup>65</sup> Die städtebaulich integrierten Siedlungskerne sind: Frei-Weinheim Rheinstraße/Brüder-Grimm-Straße, Ober-Ingelheim Alter Ortskern rund um den Marktplatz, Nieder-Ingelheim Mainzer Straße, Großwinterheim Schwanheimer Straße, Wackernheim rund um Rathausplatz.

<sup>66</sup> Unter Beachtung des LEP IV Rheinland-Pfalz sind nahversorgungsrelevante Sortimente zugleich auch immer innenstadtrelevant (s. Erläuterung Tabelle 12).

<sup>67</sup> Die nicht innenstadtrelevanten Sortimente sind zugleich als nicht nahversorgungsrelevant zu verstehen und werden im Folgendem aus Gründen der Lesbarkeit als nicht innenstadtrelevant abgekürzt.



- Aus städtebaulichen Gründen ist eine **Fokussierung** des Einzelhandels mit nicht **innenstadtrelevantem Hauptsortiment** auf die **Ergänzungsstandorte** ratsam, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und eine Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges, auch im Interesse der Standortsicherung für Handwerksbetriebe sowie Betriebe des produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbes, entgegenzuwirken.
- Darüber hinaus können kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment grundsätzlich im **gesamten Stadtgebiet** vorgesehen werden, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegensprechen.
- Die Verkaufsfläche der nahversorgungsrelevanten<sup>68</sup> Randsortimente ist außerhalb zentraler Versorgungsbereiche auf **bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche (max. 800 m<sup>2</sup> VKF)** je Betrieb zu begrenzen.
- Eine **ausdifferenzierte Steuerung** der Randsortimente kann unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben stattfinden.
- Es soll stets eine deutliche **inhaltliche Zuordnung des Randsortiments** zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungszubehör als Randsortiment in Möbelmärkten, Zooartikel als Randsortiment in Gartenmärkten, Berufsbekleidung als Randsortiment in Baumärkten, nicht jedoch Bekleidung generell oder Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits der zentralen Versorgungsbereiche vermieden.

**Steuerungsleitsatz IV: Ausnahmsweise sind Verkaufsstätten von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben („Annexhandel“) im gesamten Stadtgebiet zulässig, wenn die Verkaufsfläche:**

- dem Hauptbetrieb **räumlich zugeordnet** ist,
- in **betrieblichem Zusammenhang** errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig **deutlich untergeordnet** ist sowie eine **sortimentsbezogene Zuordnung** zum Hauptbetrieb besteht und
- eine Verkaufsflächenobergrenze von **max. 800 m<sup>2</sup>** (Kleinflächigkeit) nicht überschreitet.
- Es sind nur Verkaufsstellen zulässig, welche im überwiegenden Maß **selbst hergestellte Waren** veräußern oder die Waren (im Falle eines Handwerksbetriebs) als **branchenübliches Zubehör** betrachtet werden können bzw. im Zusammenhang mit der erbrachten Dienstleistung stehen.
- Eine Begrenzung der innenstadt- sowie nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.
- Entsprechende Ausnahmeregelungen für den „Annexhandel“ auf Grundlage des §31 Abs. 1 BauGB sind sorgfältig im Hinblick auf die Anforderungen an die Bestimmtheit auszuarbeiten.

<sup>68</sup> Vgl. Fußnote 66.

- Für landwirtschaftliche Betriebe im Außenbereich ergeben sich die Bestimmungen über die Regelungsinhalte des **§35 BauGB bzw. 201 BauGB**.

Durch diese standardisierten Steuerungsleitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Stadt Ingelheim a. R. künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

# Bau- und planungsrechtliche Empfehlungen

Im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen für Einzelhandelsvorhaben in der Stadt Ingelheim a. R. werden in diesem Kapitel Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien sowie für Musterfestsetzungen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen, die sowohl für neu zu erarbeitende Bebauungspläne als auch im Einzelfall für die Anpassung bestehender älterer Bebauungspläne herangezogen werden können.

## 10.1 EMPFOHLENE BAUPLANUNGSRECHTLICHE STEUERUNGSSTRATEGIEN

Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, „erwünschte“ Standorte planungsrechtlich für die entsprechenden Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten sowie „unerwünschte“ Standorte<sup>69</sup> bzw. Sortimenten frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept dient dabei als Grundlage für die verbindliche Bauleitplanung und erlangt mittels Stadtratsbeschluss Wirksamkeit als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Absatz 6 BauGB. Um nach außen Steuerungswirkung zu entfalten, muss eine Umsetzung in die verbindliche Bauleitplanung (Bebauungspläne) umgesetzt werden.

Im Folgenden gilt es die Vorgaben der verbindlichen Bauleitplanung mit den Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes und den Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche zu harmonisieren.

Hieraus begründen sich u. a. folgende strategische kommunale Aufgaben:

- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben im Stadtzentrum gemäß der im Einzelhandels- und Zentrenkonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, -größenordnungen und den im Konzept angesprochenen mikro- und makroräumlichen Standort- und Lagebewertungen.
- Bei akutem Handlungsbedarf zur Vermeidung von Fehlentwicklungen i. S. d. Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes kurzfristiger Standortumbau an Standorten durch Modifizierung der bestehenden Bebauungspläne im Rahmen der juristischen Möglichkeiten, z. B. durch Anpassung der dort zulässigen Sortimenten an die fortgeschriebene Ingelheimer Sortimentsliste und/oder in Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel Rücknahme von unausgeschöpften Baurechten.
- Mittel- bis langfristiger Standortumbau auf Grundlage der Steuerungsleitsätze an denjenigen Standorten, die gemäß dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die entsprechenden Sortimenten (insbesondere innenstadt- sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevante) dauerhaft nicht

<sup>69</sup> „Erwünscht“ bzw. „unerwünscht“ i. S. d. Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes im Zusammenhang mit den Steuerungsleitsätzen.

mehr in Frage kommen sollen, vorbereitet durch eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für diese Gebiete unter Berücksichtigung der planungsrechtlichen Entschädigungsregelungen.

- Konsequenter und frühzeitig erarbeiteter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel an unerwünschten Standorten (z. B. an städtebaulich nicht integrierten Lagen) in Verbindung mit den Ansiedlungsleitsätzen.
- Abwehr bzw. Hinwirken auf die Modifikation von einzelhandelsbezogenen Planvorhaben in Nachbarkommunen, die erkennbar die eigenen zentralen Versorgungsbereiche zu schädigen drohen und die gewünschte zusätzliche Ansiedlungspotenziale in den zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen der eigenen mittelzentralen Ansiedlungsspielräume gefährden, und zwar auf Basis der Abwehrrechte des BauGB und der Ingelheimer Liste innenstadtrelevanter Sortimente.

## **10.2 DAS EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT IM KONTEXT DER NEUAUFSTELLUNG DES FLÄCHENNUTZUNGSPLANS DER STADT INGELHEIM A. R.**

Aus fachgutachterlicher Perspektive<sup>70</sup> sollten die funktionalen und standortbezogenen Zielaussagen, Aspekte und Regelungsinhalte des EHZK Ingelheim a. R. 2023 wie folgt in den sich in Neuaufstellung befindlichen Flächennutzungsplan der Stadt Ingelheim a. R. übernommen werden:

- Zeichnerische Darstellung der im Einzelhandels- und Zentrenkonzept festgelegten zentralen Versorgungsbereiche i. S. v. § 5 Abs. 2 Nr. 2d BauGB (ggf. unter Berücksichtigung der Hierarchiestufe).
- Zudem sollten insbesondere die Abgrenzungen von Sonderbauflächen „Einkauf“ sowie ergänzend der Kerngebiet mit den Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche abgeglichen werden.
- Prüfung der Festsetzungs- bzw. Darstellungsmöglichkeiten der konzeptionell empfohlenen Ergänzungsstandorte als Sonderbauflächen, ggf. mit konkreter Zweckbestimmung (z. B. Einkauf/Fachmarktzentrum/Baumarkt). Hier auch zu beachten, dass Teilbereiche der konzeptionell empfohlenen Ergänzungsstandorte nicht als gewerbliche Bauflächen festgesetzt werden.
- Prüfung der Festsetzungs- bzw. Darstellungsmöglichkeiten von Sonderbauflächen „Einkauf“ der ausgewiesenen Bestandsstandorte Lebensmittelnahversorgung.
- Weiterhin ist bei der Festlegung und Darstellung von Kerngebieten zu beachten ist, dass großflächige Einzelhandelsvorhaben i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO – neben in für sie festgesetzten Sondergebieten – in Kerngebieten zulässig sind bzw. aus und in diesen entwickelt werden können.

Im Erläuterungsbericht zum Flächennutzungsplan sollte bzgl. der entsprechenden Festsetzungen der Bezug zum EHZK Ingelheim a. R. hergestellt werden.

---

<sup>70</sup> Die Empfehlungen sind explizit nicht i. S. e. Rechtsberatung zu verstehen.

### 10.3 DAS EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT IM KONTEXT DER BAULEITPLANUNG

Zur Überprüfung der relevanten Bebauungspläne sollte in einer zur Neuaufstellung des Flächennutzungsplans nachgelagerten Untersuchung eine Baurechtsanalyse durchgeführt werden.

In dieser sollte eine planungsrechtliche Beurteilung der Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben und deren Vereinbarkeit mit dem geltenden Baurecht erfolgen. Aus den Ergebnissen sollte geschlussfolgert werden, inwieweit bauplanungsrechtliche Anpassungen notwendig sind. Im Einzelnen sollte dabei untersucht werden:

- Notwendigkeit zur Anpassung von Bauleitplänen an Ziele der Raumordnung, Landes- und Regionalplanung
- Berücksichtigung städtebaulicher Vorgaben aus dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept
- Erarbeitung konkreter textlicher Festsetzungen zur Feinsteuerung des Einzelhandels in GE-Gebieten
- Prüfung, ob die Überplanung unbepannter Innenbereiche, insbesondere in Bereichen, die potenziell für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Frage kämen, notwendig ist (z. B. über einfache Bebauungspläne gemäß gem. § 9 Abs. 2a BauGB)
- Prüfung der Abgrenzung der Kerngebiete in Zusammenschau mit den festgelegten zentralen Versorgungsbereichen
- Analyse möglicher Vertrauens- und Planungsschäden nach §§ 39ff BauGB
- Wenn nötig: Änderung fehlerhafter Festsetzungen in bestehenden Bebauungsplänen

### 10.4 ALLGEMEINE HINWEISE UND MUSTERFESTSETZUNGEN

Grundsätzlich ist für die folgenden Musterfestsetzungen zu berücksichtigen, dass es sich bei diesen um keine Rechtsberatung i. e. S. handelt. Die Empfehlungen sind vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklung der Rechtsprechung zur bauplanungsrechtlichen Einzelhandelssteuerung auf allen Ebenen bis hin zum EuGH deshalb stets auf ihre Aktualität und Konformität zur Rechtsprechung – ggf. unter Einbezug fachbezogener Beratung (z. B. durch Rechtsanwälte oder auf verbindliche Bauleitplanung spezialisierte Fachbüros) – zu prüfen.

Die vorgenannten strategischen Empfehlungen beinhalten eine Vielzahl möglicher planungsrechtlicher Anwendungsfragestellungen, die je nach Vorhaben und Standort weiter differieren. Insofern können und dürfen keine dauerhaft gültigen generellen Musterfestsetzungen entworfen werden. Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept in Verbindung mit dem bestätigenden Beschluss des zuständigen politischen Gremiums bezieht. Dies sollte jedoch nicht als pauschales Zitat erfolgen, sondern als konkrete und standortbezogene Auseinandersetzung mit

- dem jeweils individuellen Planerfordernis;
- der aktuellen Einzelhandelsbestandsbewertung zu den zentralen Versorgungsbereichen (einschließlich der strukturprägenden Angebotsmerkmale

wie etwa das Warenangebot, prägenden Sortimenten und Betriebsgrößen, Stärken und Schwächen einschließlich Leerstand usw.);

- der Begründung, warum der Erhalt und die Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der Ergänzungsstandorte sinnvoll erscheint und in welcher Weise dies geschehen soll<sup>71</sup> (hierzu hält dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept vielfältige Einzelaspekte standortbezogen vor);
- der Lage des Planvorhabens innerhalb des hier vorliegenden Zentren- und Standortkonzepts dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts;
- den Zielen, die mit der Planung verfolgt werden und deren Bezug zu den o. g. Steuerungsleitsätzen;
- den konkreten städtebaulichen Gründen, aus denen ein bestimmtes Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort hinsichtlich Verkaufsflächengröße und Sortimentsstruktur begrenzt werden soll bzw. aus denen Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort vollständig ausgeschlossen werden sollen.

Die Steuerungsleitsätze, die in diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept enthalten sind, sollten als Abwägungsgrundsätze in die Erarbeitung des jeweiligen Bebauungsplans übernommen werden.

Weitere Begründungen für die Steuerung des Einzelhandels ergeben sich – neben den Zielen und Leitsätzen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts<sup>72</sup> – bereits aus §§ 1 Abs. 6 Nr. 4 und 2 Abs. 2 BauGB i. V. m. § 11 Abs. 3 BauNVO sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben.

Die Musterfestsetzungen selbst sind als Anregungen zur Ausgestaltung im Einzelfall gedacht, die je nach Vorhaben und Standort zu modifizieren sind. Sie sind als rein auf den Einzelhandel bezogene Empfehlungen zu verstehen, die weitere stadtentwicklungspolitische Abwägungserfordernisse sowie zu berücksichtigende weitere Aspekte der zu überplanenden Gebiete noch nicht enthalten. Für atypische Standorte und Vorhaben sollten diese Musterfestsetzungen nicht zugrunde gelegt werden.

Wesentliches Instrument zur Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gem. § 1 Abs. 5 i. V. m. Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten und Unterarten aus (besonderen) städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können. Auf die allgemeinen Anforderungen an die Feinsteuerung in Bebauungsplänen sei verwiesen.<sup>73</sup>

Darüber hinaus ist als Bestimmung der Art und Nutzung eines Sondergebietes die Beschränkung der Zahl der dort zulässigen Vorhaben nicht möglich. Dem Plangeber obliegt es zu bestimmen, welche Anlagen zulässig oder ausnahmsweise zulas-

---

<sup>71</sup> So z. B. die Begründung zum Entwurf eines Gesetzes zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte (BauGB-Novelle 2007) bezogen auf die neuen B-Pläne der Innenentwicklung nach § 9 Abs. 2a BauGB (vgl. BT-Drs. 16/2496: S. 11).

<sup>72</sup> Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept selbst stellt ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB dar.

<sup>73</sup> Z. B. die Wahrung der allgemeinen Zweckbestimmung des Baugebietes, vgl. hierzu u. a. Kuschnerus 2007: Rn. 509 ff., die Gewährleistung real existierender Betriebstypen, vgl. hierzu BVerwG Urteil vom 22.05.1987 - AZ 4 C 77.84 bzw. Kuschnerus 2007: Rn. 519 ff., oder die Vermeidung des sog. „Windhundprinzips“ in gebietsbezogenen Sondergebietsfestsetzungen, vgl. hierzu BVerwG Urteil vom 03.04.2008 - AZ 4 CN 3.07.

sungsfähig sein sollen. Der Plangeber muss aber die vorhabenbezogene Typisierung beachten, die den §§ 2 bis 10 BauNVO zugrunde liegt. Die numerische Beschränkung der in einem Baugebiet zulässigen Anlagen trägt zur Kennzeichnung der Art der zulässigen Nutzung nicht bei. Sie qualifiziert nicht einen Anlagentypen, sondern quantifiziert Nutzungsoptionen, die aufgrund der Möglichkeit eines „Windhundrennens“ potenzieller Investoren und Bauantragsteller unzulässig ist.<sup>74</sup>

Die Ingelheimer Liste innenstadtrelevanter sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sollte, damit sie deutlich erkennbarer Bestandteil der Planung wird, in den Festsetzungen des jeweiligen Bauleitplans aufgenommen werden.<sup>75</sup>

Sofern Bebauungspläne Standorte innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche überplanen, sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der zentrale Versorgungsbereich namentlich und ergänzend ggf. zeichnerisch bezeichnet werden; die Planzeichnung selbst eignet sich auf Grund des begrenzten Planzeichenkatalogs nicht zur Kennzeichnung dieser besonderen Standortkategorie.

### **Empfohlene Musterfestsetzungen**

#### *1. Musterfestsetzung zur Art der Nutzung*

„Das Baugebiet Name wird festgesetzt als Sondergebiet Zweckbestimmung nach BauNVO.<sup>76</sup> In diesem Sondergebiet zulässig sind Einzelhandelsbetriebe des Betriebstyps (z.B. Gartenfachmarkt, Baufachmarkt, Bekleidungsfachgeschäft, Lebensmitteldiscounter usw.) mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von xy m<sup>2</sup> und dem Hauptsortiment xy (einfügen Benennung gemäß Ingelheimer Sortimentsliste).“

*Ggf. Festsetzung innenstadtrelevanter Randsortimente gemäß Ansiedlungsleit-satz III:*

„Für die einzelnen Einzelhandelsbetriebe werden die maximal zulässigen innenstadtrelevanten Randsortimente (gemäß Ingelheimer Sortimentsliste) (entweder) auf insgesamt xy % der jeweiligen Gesamtverkaufsfläche (oder) maximal xy m<sup>2</sup> je Betrieb begrenzt, wobei einzelne Sortimentsgruppen wie folgt begrenzt werden:

- Sortiment oder Sortimentsgruppe xy (einfügen: Benennung gemäß Ingelheimer Sortimentsliste): maximal xy m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (hier ist ein für den Einzelfall abgeleiteter Wert einzufügen),
- weitere Sortimente analog“

---

<sup>74</sup> vgl. OVG NRW vom 28.10.2020 – 10 D 43/17.NE.

<sup>75</sup> Hierbei sollten die Sortimente mit den in der Sortimentsliste angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses (WZ 2008) sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

<sup>76</sup> Dieser Gebietstyp sollte ein Sondergebiet gem. § 11 BauNVO sein, da nur in einem solchen Baugebietstyp Einzelhandel über Verkaufsflächenobergrenzen präzise gesteuert werden kann (vgl. Kuschnerus 2007, Rn. 231 und 249 ff.). In allen anderen Baugebieten müssen die Festsetzungen einer Betriebstypendefinition entsprechen, was allerdings bislang nur für wenige Betriebstypen höchstrichterlich bestätigt ist. Für die Festsetzungen im Sondergebiet ist das sog. Windhundprinzip zu vermeiden (vgl. hierzu BVerwG Urteil vom 03.04.2008 – AZ 4 CN 3.07).

*II. Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten (Haupt-) Sortimenten ausschließende Musterfestsetzung<sup>77</sup>*

„Das Baugebiet Name wird festgesetzt als Gebietstyp nach BauNVO. In diesem Gebiet sind zulässig Benennung der zulässigen Nutzungsarten, etwa bestimmte Gewerbebetriebe [...]. In diesem Baugebiet sind Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevantem (Haupt-)Sortiment entsprechend der nachstehenden Ingelheimer Sortimentsliste nicht zulässig. Nicht zulässig sind auch Einzelhandelsbetriebe, die mehrere, der in der Stadt Ingelheim a. R. angeführten innenstadtrelevanten sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente nebeneinander als (Haupt-) Sortimente anbieten<sup>78</sup> (\*in der Begründung ist auf die beabsichtigte Stärkung des Zentrums sowie dessen Erhaltung und Weiterentwicklung i. S. d. des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts einzugehen\*) nicht zulässig.“

---

<sup>77</sup> Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen umfassen stets auch Kioske. Ihre Bedeutung ist hinsichtlich des städtebaulich-funktionalen Schutzes der zentralen Versorgungsbereiche allerdings eher marginal. Daher dürfte es im Einzelfall in Betracht kommen, einen Kiosk im Wege der Befreiung nach § 31 Abs. 2 BauGB zuzulassen. Es empfiehlt sich, auf diese Möglichkeit im Rahmen der Begründung des Bebauungsplans einzugehen (vgl. Kuschnerus 2007: Rdn. 109 ff. und 460).

<sup>78</sup> In Form eines (Spezial-)Kauf- oder Warenhauses oder themenbezogene Kauf- oder Warenhäuser.



# Das Konzept im Kontext der aktueller Entwicklungen

## 11.1 AUSGANGSSITUATION

Die Corona-Pandemie hat seit März des Jahres 2020 in vielerlei Hinsicht Einfluss auf unser alltägliches Leben genommen. Auch der stationäre Einzelhandel war durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie deutlich betroffen. Die deutschlandweiten Lockdownmaßnahmen im Jahr 2020 wie auch 2021 inkl. Ladenschließungen, die anschließend verhängten Zugangsbeschränkungen und z. T. veränderte Öffnungszeiten, die Maskenpflicht und auch das Abwandern großer Teile der Kunden in den Online-Handel wirkten seit März 2020 in unterschiedlicher Weise auf den stationären Einzelhandel aus. Auch wenn seit dem 20. März 2022 in Deutschland viele Corona-Schutzmaßnahmen wie Kontaktbeschränkungen oder die 2G-Regelung auf Bundesebene endgültig entfallen sind, sind die Aus- und Nachwirkungen der Corona-Pandemie weiterhin für den Einzelhandel spürbar.

Durch die Corona-Pandemie waren alle Segmente des stationären Einzelhandels in gleichem Ausmaß betroffen: insbesondere die klassischen innerstädtischen Branchen wie Bekleidung und Schuhe mussten massive Umsatzverluste hinnehmen<sup>79</sup>. Diese besonders stark betroffenen Branchen konnten sich bis dato auch nicht von diesen Umsatzverlusten erholen, denn nach wie vor bleiben viele in den Online-Handel abgewanderte Kunden den Betrieben und Innenstädten fern. Gleichwohl ist hier die Corona-Pandemie nicht als originärer Auslöser dieser Entwicklungen zu sehen. Vielmehr hat die Pandemie entsprechende, bereits vor Corona zu beobachtende strukturelle Entwicklungen forciert und weiter beschleunigt: die seit Jahren fortschreitende Transformation unserer Innenstädte und Einzelhandelsstrukturen, die Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel sowie die in Konsequenz daraus resultierenden Leerstands- und Trading-Down-Entwicklungen sowie nicht zuletzt die stetig zunehmende Bedeutung und die steigenden Marktanteile des Online-Handels treten durch die Corona-Pandemie noch deutlicher hervor. Die Pandemie hat die Magnet- und Leitfunktion des stationären Einzelhandels, welche dieser bisher (noch) für unsere Innenstädte wahrgenommen hat, wesentlich negativ beeinträchtigt.

Auch die aktuell mit massiven Unsicherheiten behaftete gesamtwirtschaftliche Lage, v. a. bedingt durch den Ukrainekrieg und den damit verbundenen Folgen (Inflation, Energiekrise) wirkt sich negativ auf das Konsumverhalten aus (negativer als die Corona-Pandemie) und trägt damit nochmals zu einer Verschärfung der Problemlage des stationären Einzelhandels bei.

Angesichts dieser mit Unsicherheiten behafteten Ausgangslage wächst der Handlungsdruck für Innenstädte und Zentren als Standorte des Einzelhandels gegenüber Vor-Pandemie-Zeiten weiter an: damit die Innenstädte auch noch zukünftig ihre Funktion als attraktive und lebendige Stadtzentren sowie Mittelpunkt des öffentlichen Lebens – auch mit einem ansprechenden Einzelhandelsangebot – erfül-

<sup>79</sup> vgl. Statistisches Bundesamt 2020: Pressemitteilung Nr.317 vom 20. August 2020.

len können, erscheinen deutliche, zusätzliche Anstrengungen seitens der Kommunen notwendig. Somit werden nachfolgend für die Stadt Ingelheim a. R. Lösungs- und Handlungsansätze aufgezeigt, um sowohl die negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie wie auch der aktuellen unsicheren gesamtwirtschaftlichen Lage abfedern und zugleich auch als Chance für die zukunftsfähige Fortentwicklung des Einzelhandels in Ingelheim a. R. wie auch der Innenstadt als Gesamtes nutzen zu können.

## 11.2 HANDLUNGSERFORDERNISSE UND LÖSUNGSWEGE

In der Konsequenz der voranstehen beschriebenen Ausgangslage erwachsen den Städten und Kommunen Handlungserfordernisse, sofern sie dem Bedeutungsverlust als Einzelhandelsstandort und auch dem Verlust der Einzelhandelsfunktion ihrer Innenstädte entgegenwirken wollen. Aus fachgutachterlicher Perspektive bestehen für Städte und Kommunen trotz aller negativer Folgen der Corona-Pandemie und der aktuellen unsicheren gesamtwirtschaftlichen Lage, jedoch auch Chancen und Ansätze, sich zukunftsfähig als Einzelhandelsstandort aufzustellen bzw. zu repositionieren.

### **Funktion des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts im Kontext der aktuellen Entwicklungen**

Die in diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Ingelheim a. R. formulierten Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien münden in stringenten Instrumenten zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels. Die in diesem Konzept enthaltenen zentralen Steuerungselemente wie

- das Zentrenkonzept (s. Kapitel 7.2),
- das Nahversorgungskonzept (s. Kapitel 7.3),
- das Ergänzungsstandortkonzept (s. Kapitel 7.4),
- die Sortimentsliste (s. Kapitel 8) sowie
- die Steuerungsleitsätze (s. Kapitel 9)

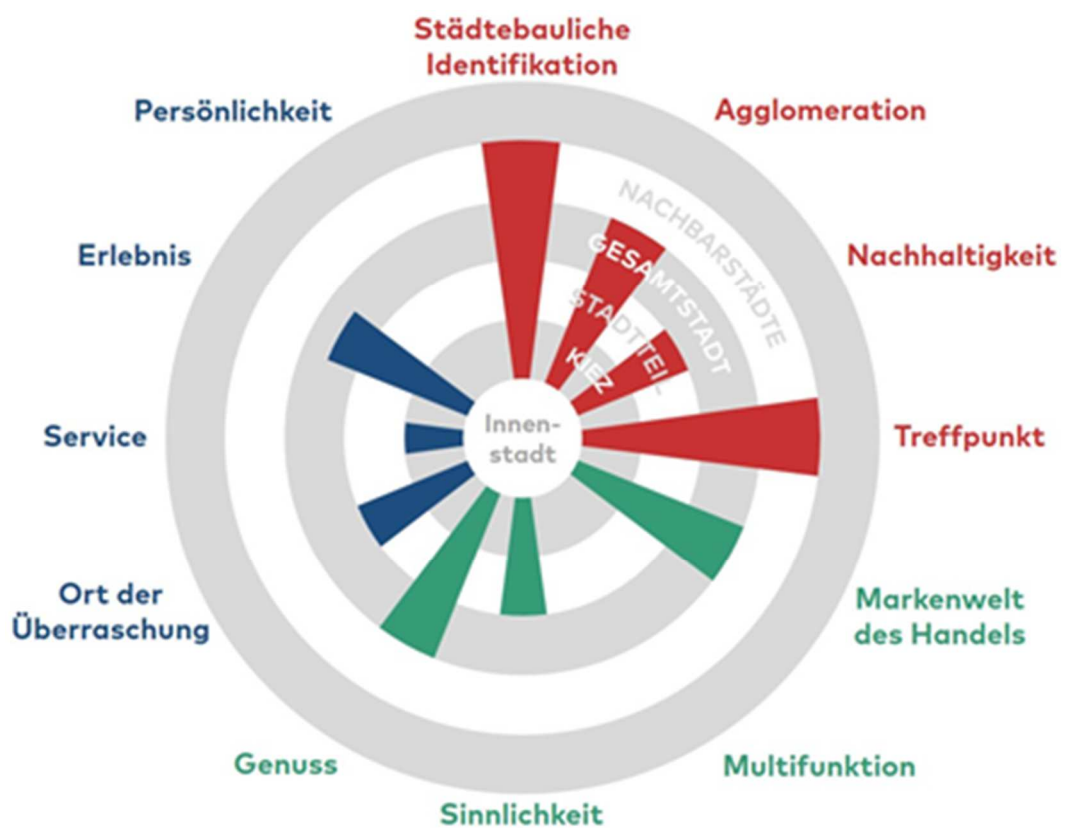
ermöglichen eine stadtentwicklungspolitisch sinnvolle Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels. Dieses Steuerungsregime ist gerade vor dem aktuellen Hintergrund weiterhin als grundlegend und zielführend für die Steuerung des Einzelhandels in Ingelheim a. R. einzuordnen. Insbesondere da das Stadtzentrum und dessen Einzelhandelsbestand durch die aktuellen Entwicklungen besonders vulnerabel sind, erscheint die stringente Steuerung des Einzelhandels in Ingelheim a. R. zwingend geboten. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept sollte daher durch das zuständige kommunalpolitische Gremium beschlossen werden. Gleichwohl sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept auch Elemente enthalten, die durch die Corona-Pandemie und ihre Auswirkungen differenzierter einzuordnen sind. Hierbei handelt es sich vorrangig um den in Kapitel 6 ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen. Wenngleich dieser keinen unmittelbaren Einfluss auf das Steuerungsregime des Einzelhandels- und Zentrenkonzept entfaltet, sind die in diesem ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale durch die aktuellen gesamtwirtschaftlichen Verwerfungen mit großen Unsicherheiten belastet. So dürften die ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale insbesondere

in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Baumarktsortiment sowie Fahrräder und Zubehör ggf. positiver ausfallen als in Kapitel 6 dargestellt. Im Gegenzug dürften insbesondere für die Sortimente Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren geringere bzw. keine Entwicklungsimpulse zu erwarten sein.

Um individuell auf die Erfordernisse vor Ort reagieren zu können, ist es von oberster Priorität, die Entwicklung des Einzelhandels in Ingelheim a. R. fortlaufend zu analysieren, um die aktuellen Entwicklungen und Verwerfungen im Einzelhandelsbesatz der Stadt Ingelheim a. R. beobachten und beurteilen zu können. Damit das Einzelhandels- und Zentrenkonzept langfristig zur Steuerung des stationären Einzelhandels angewendet werden kann, erscheint eine **Evaluation des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts nach rund einem Jahr nach der Erstellung** empfehlenswert.

### **(Re-)Positionierungsstrategie für die Innenstadt von Ingelheim a. R.**

Das vorliegende Konzept für die Stadt Ingelheim a. R. stellt ein primär stadtplanerisches Instrumentarium zur Steuerung und Weiterentwicklung des Einzelhandels und der Innenstadt von Ingelheim a. R. als Einzelhandelsstandort dar. Im der aktuellen Lage erscheint insbesondere vor dem Hintergrund der Auswirkungen auf das Stadtzentrum eine umfassende (Re-)Positionierungsstrategie für die Innenstadt und eine aktive Weiterentwicklung derselben geboten. Dies, um sich einerseits gegenüber Konkurrenzstandorten wie benachbarten Mittel- und Oberzentren, insbesondere aber auch gegenüber dem Online-Handel zukunftsfähig zu (re-)positionieren. Hierbei sollte nicht nur der Einzelhandel im Fokus entsprechender Betrachtungen stehen, sondern die Innenstadt in ihrer Komplexität und Multifunktionalität gesamtheitlich betrachtet werden:



**Abbildung 36: Komplexität und Multifunktionalität einer Innenstadt**

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Entsprechende Profilierungsansätze für einer (Re-)Positionierungsstrategie des Ingelheimer Stadtzentrums können dabei folgende funktionale, städtebaulichen und marktseitigen Aspekte und Qualitäten darstellen:

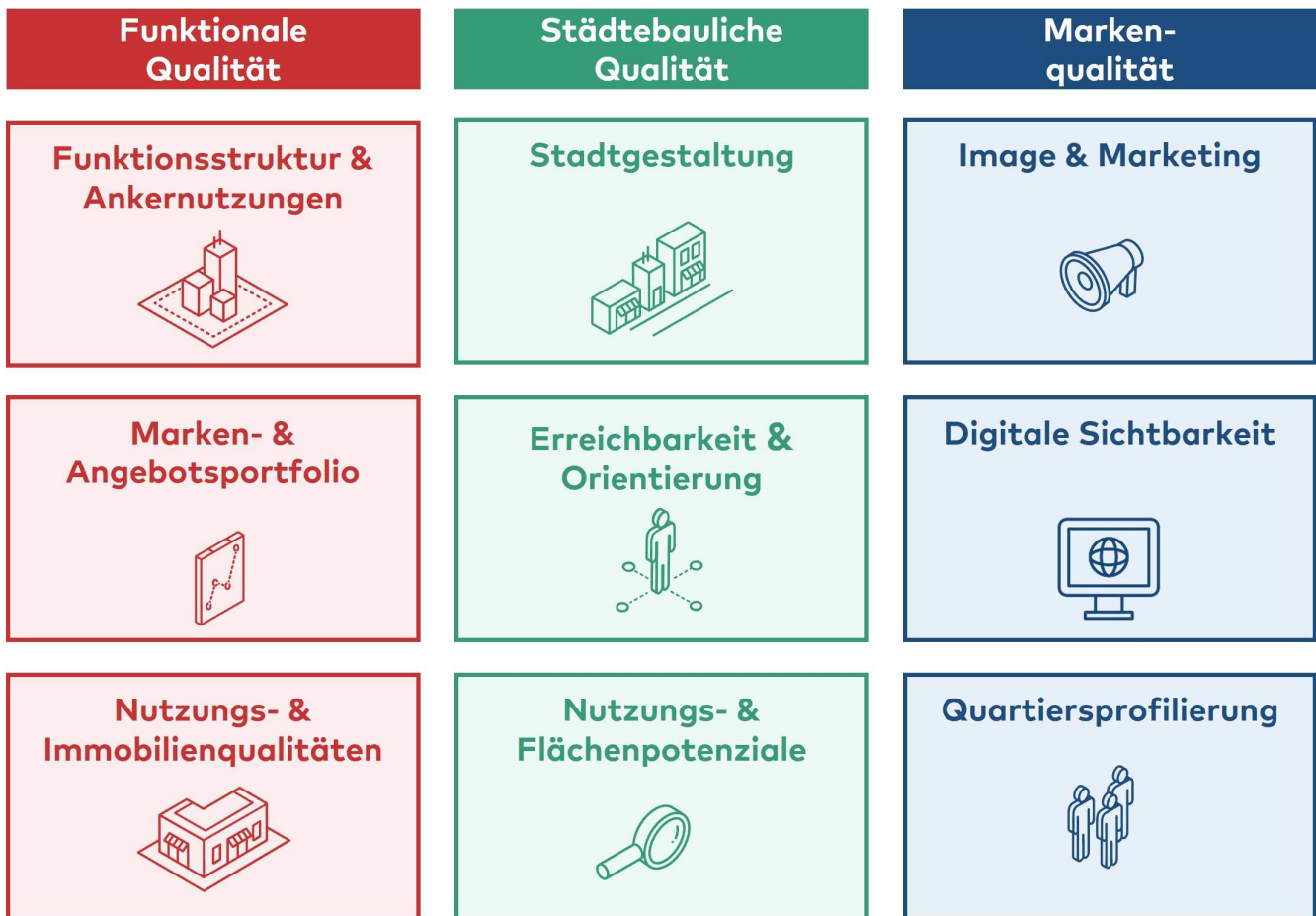


Abbildung 37: Profilierungsansätze für eine (Re-)Positionierungsstrategie des Ingelheimer Stadtzentrums  
 Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die beispielhaft dargestellten Profilierungsansätze einer Positionierungsstrategie sind als umsetzungsorientierte Folgebausteine und in starker inhaltlicher Verknüpfung mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Ingelheim a. R. zu empfehlen<sup>80</sup>. Im Kontext der Vulnerabilität des innerstädtischen Einzelhandels erscheint ein zeitnahes Handeln angebracht, damit die Bestandsstrukturen der Innenstadt von Ingelheim a. R. zunächst gesichert und ggf. gestärkt aus der aktuell unsicheren wirtschaftlichen Lage hervorgehen können.

Demnach sollte mit zu identifizierenden Innenstadtakteuren gemeinsam und auf Augenhöhe die Ausgangssituation bewertet, eine Zielperspektive abgestimmt und die nächsten Handlungsschritte festgelegt werden – ganz ohne analytisches Klein-Klein und auf das Wesentliche fokussiert. Augenhöhe bedeutet dabei, dass die Interessen der Stakeholder vernetzend aktiv eingebunden werden, um ab dem ersten Tag die Umsetzung gemeinsam zu gestalten.

Im Ergebnis sollten aktivierende Handlungsempfehlungen stehen, die das „Handbuch“ für die zukünftige Innenstadtentwicklung darstellen.

<sup>80</sup> In diesem Kontext sei auch auf das bereits erstellte Konzept *Online-Check und Handlungsempfehlungen für die Innenstadt Ingelheim am Rhein* (Stadt + Handel 12/2021) verweisen.

Die Stadt Ingelheim a. R. verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Sicherung und Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche und der städtebaulich integrierten Bestandsstandorte Lebensmittelnahversorgung mit klar definierten Versorgungsaufgaben. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und den parallel abgehaltenen Arbeitskreisen – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten. Vor dem Hintergrund der aktuellen Trends im Einzelhandel, der Herausforderungen der Post-Corona-Zeit wie auch den aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen bzw. Herausforderungen sind in diesem Konzept auch Grundlagen und Empfehlungen für eine (Re-)Positionierungsstrategie für die Innenstadt von Ingelheim a. R. angelegt.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten formuliert und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium, werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB). Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis.

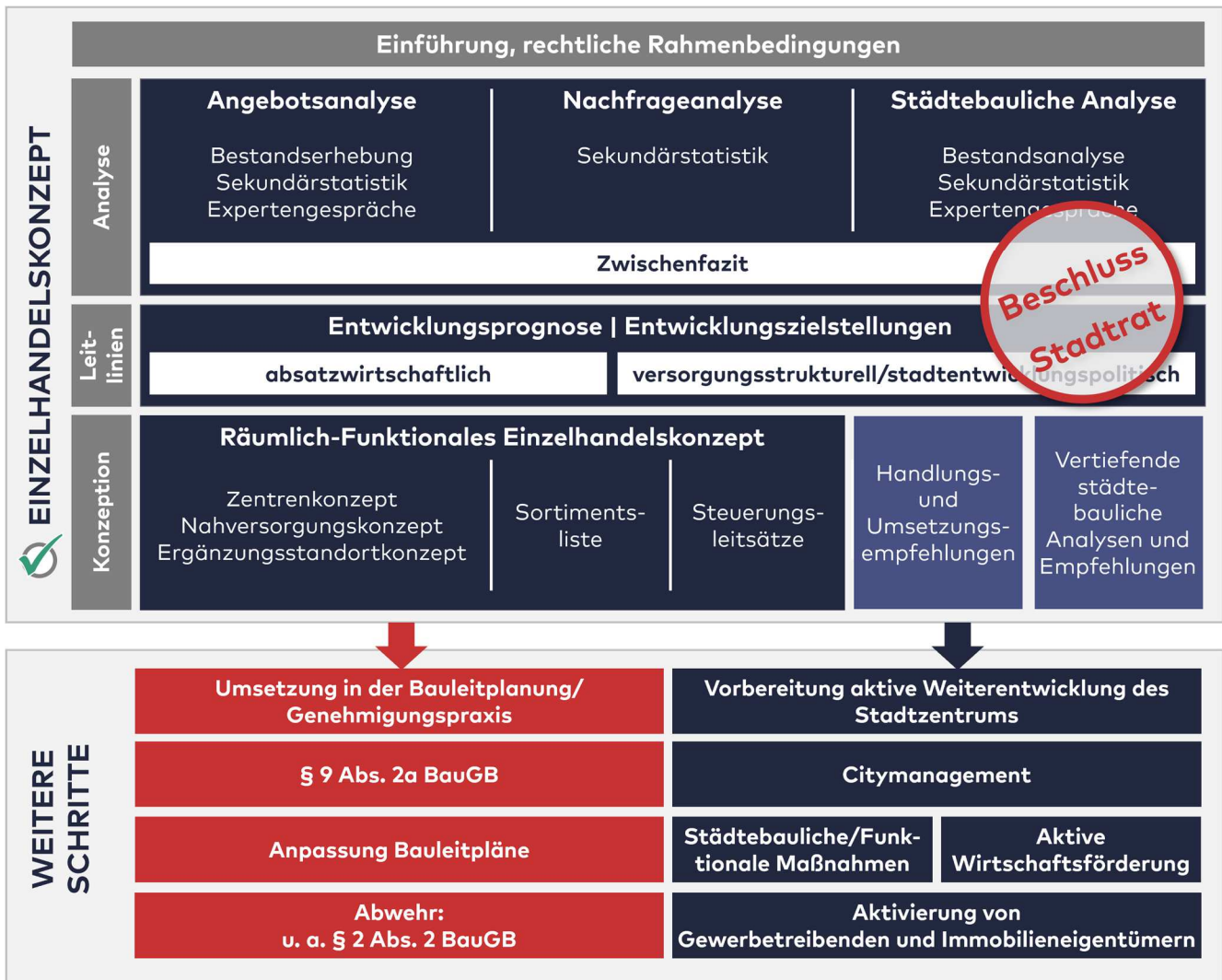


Abbildung 38: Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Obschon dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung oder bei der Etablierung eines Citymanagements. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben (etwa in den zentralen Versorgungsbereichen), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (wie etwa dem Branchenmix oder der Etablierung eines Lebensmittelmarktes in Heidesheim a. R.) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung. Insbesondere kann das Konzept erste Erkenntnisse für eine aktive Weiterentwicklung des Stadtzentrums bieten (s. Kapitel 11.2), die sich stärker gegenüber Konkurrenzstandorten (insbesondere benachbarten Städten) sowie dem Online-Handel positionieren sollte<sup>81</sup>.

Die konzeptionellen Bausteine des Konzepts bedürfen einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Erfahrungsgemäß sollte alle fünf Jahre ein

<sup>81</sup> Entsprechend sei hier auch auf das Konzept *Online-Check und Handlungsempfehlungen für die Innenstadt Ingelheim am Rhein* (Stadt + Handel 12/2021) verweisen.

möglicher Fortschreibungsbedarf bewertet werden. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen sollte.

# Anhang

## LANGFASSUNG DER SORTIMENTSLISTE DER STADT INGELHEIM A. R.

Tabelle 13: Sortimentsliste für die Stadt Ingelheim a. R. (Langfassung)

| Kurzbezeichnung Sortiment  | Nr. WZ 2008* | Bezeichnung nach WZ 2008*  |
|--|--------------|--|
| <b>Innenstadtrelevante Sortimente</b>  |              |  |
| Augenoptik   | 47.78.1      | Augenoptiker   |
| Bekleidung (ohne Sportbekleidung, Arbeitsbekleidung, Reitsportbekleidung; inkl. Kürschnerwaren)  | 47.71        | Einzelhandel mit Bekleidung  |
| Bettwaren  | aus 46.51    | Einzelhandel mit Bettwaren   |
| Bücher   | 47.61        | Einzelhandel mit Büchern   |
| Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände                     | aus 47.78.3  | Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen)  |
|  | aus 47.59.9  | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Korb-, Korb- und Flechtwaren)  |
|  | aus 47.62.2  | Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Postern)  |
| Elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)  | aus 47.54    | Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)  |
| Glas/Porzellan/Keramik   | 47.59.2      | Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren  |
| Haus-, Bett-, Tischwäsche  | aus 47.51    | Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)   |
| Haushaltswaren (Hausrat/Haushaltsgegenstände)  | aus 47.59.9  | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt) |
| Heimtextilien (Dekostoffe, Decken, Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen)                            | aus 47.51    | Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen o. ä.)  |
| Kinderwagen  | aus 47.59.9  | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)  |
| Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle) | aus 47.51    | Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)                                      |
| Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)  | 47.74        | Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln   |
| Musikinstrumente und Musikalien  | 47.59.3      | Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien  |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)  | 47.41        | Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software  |
|  | 47.42        | Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten   |
|  | 47.43        | Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik   |
|  | 47.63        | Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern   |
|  | 47.78.2      | Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen  |
| Parfümerieartikel und Kosmetika  | aus 47.75    | Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)   |
| Schuhe, Lederwaren   | 47.72        | Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren  |
| Spielwaren und Bastelbedarf  | 47.65        | Einzelhandel mit Spielwaren  |
|  | aus 47.62.2  | Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Künstler- und Bastelbedarf)   |
| Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)   | aus 47.64.2  | Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Einzelhandel mit Anglerbedarf, Campingartikeln, Reitsportartikel und Sportgroßgeräte)   |
| Uhren, Schmuck   | 47.77        | Einzelhandel mit Uhren und Schmuck   |



| Kurzbezeichnung Sortiment   | Nr. WZ 2008* | Bezeichnung nach WZ 2008*  |
|---|--------------|--|
| <b>nahversorgungsrelevante Sortimente</b>                                       |              |  |
| (Schnitt-)Blumen  | aus 47.76.1  | Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Blumen)  |
| Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)                                     | aus 47.75    | Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)   |
|   | aus 47.78.9  | Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wach- und Putzmittel)  |
| Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren, Getränke und Reformwaren)         | aus 47.2     | Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)  |
| Papier-/Büroartikel/Schreibwaren  | 47.62.2      | Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln   |
| Pharmazeutische Artikel (Apotheke)  | 47.73        | Apotheken  |
| Zeitungen/Zeitschriften   | 47.62.1      | Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen   |
| <b>nicht innenstadtrelevante und nicht nahversorgungsrelevante Sortimente**</b> |              |  |
| Arbeitsbekleidung   | 47.71        | Einzelhandel mit Bekleidung (daraus NUR: Arbeitsbekleidung)  |
| Baumarktsortiment i. e. S.***   | aus 47.52.1  | Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten) |
|   | 47.52.3      | Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf   |
|   | aus 47.53    | Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten)  |
|   | aus 47.59.9  | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)   |
| Campingartikel (ohne Campingmöbel)  | aus 47.64.2  | Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)   |
| Elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte)  | aus 47.54    | Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)  |
| Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör  | 47.64.1      | Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör  |
| Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz, Markisen   | aus 47.53    | Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (darauf NUR: Einzelhandel mit Gardinen und Sicht-/Sonnenschutz, Markisen)   |
| Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)  | aus 47.59.9  | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten)  |
|   | aus 47.52.1  | Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Kfz- und Motorradzubehör   |
| Kfz- und Motorradzubehör  | 45.32        | Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör   |
|   | aus 45.40    | Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)   |
| Lampen/Leuchten   | aus 47.59.9  | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)  |
| Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)  | 47.59.1      | Einzelhandel mit Wohnmöbeln  |
|   | 47.79.1      | Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen  |
|   | aus 47.59.9  | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)  |
| Pflanzen/Pflanzenartikel  | aus 47.76.1  | Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)  |
| Reitsportartikel  | aus 47.64.2  | Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Reitsportartikel)   |
| Sportgroßgeräte   | aus 47.64.2  | Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Sportgroßgeräte)   |
| Teppiche (ohne Teppichböden)  | aus 47.53    | Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)   |
| Waffen und Jagdbedarf, Anglerbedarf   | aus 47.78.9  | Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)  |
|   | aus 47.64.2  | Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Anglerbedarf)  |
| Zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)        | 47.76.2      | Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren   |

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; \* WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008; \*\* Die Aufführung der nicht innenstadtrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes der Stadt Ingelheim a. R. als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend; \*\*\* umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen.

# VEREINFACHTE ÜBERSICHT ZUR ZULÄSSIGKEIT VON SORTIMENTEN NACH LAGEN

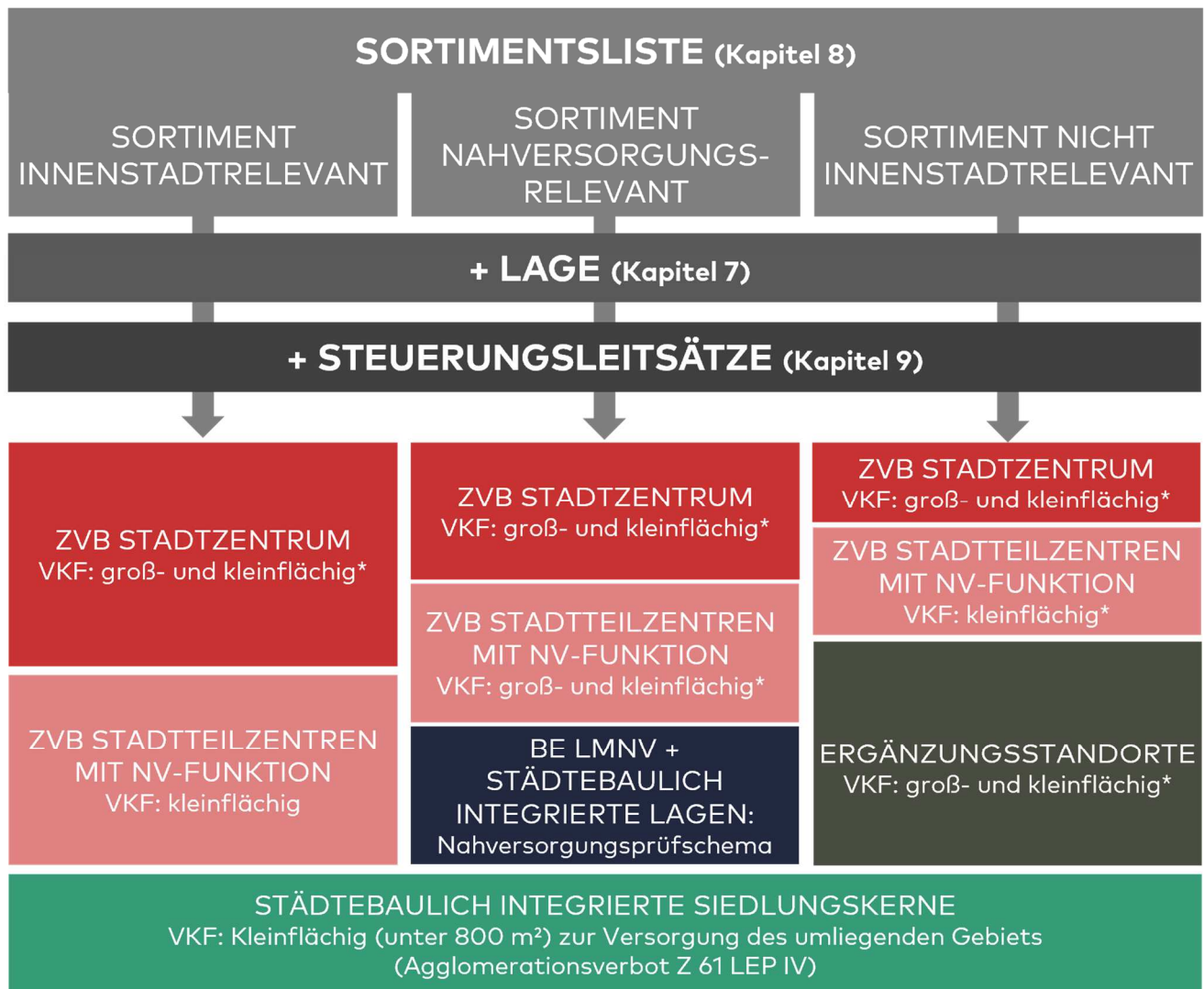
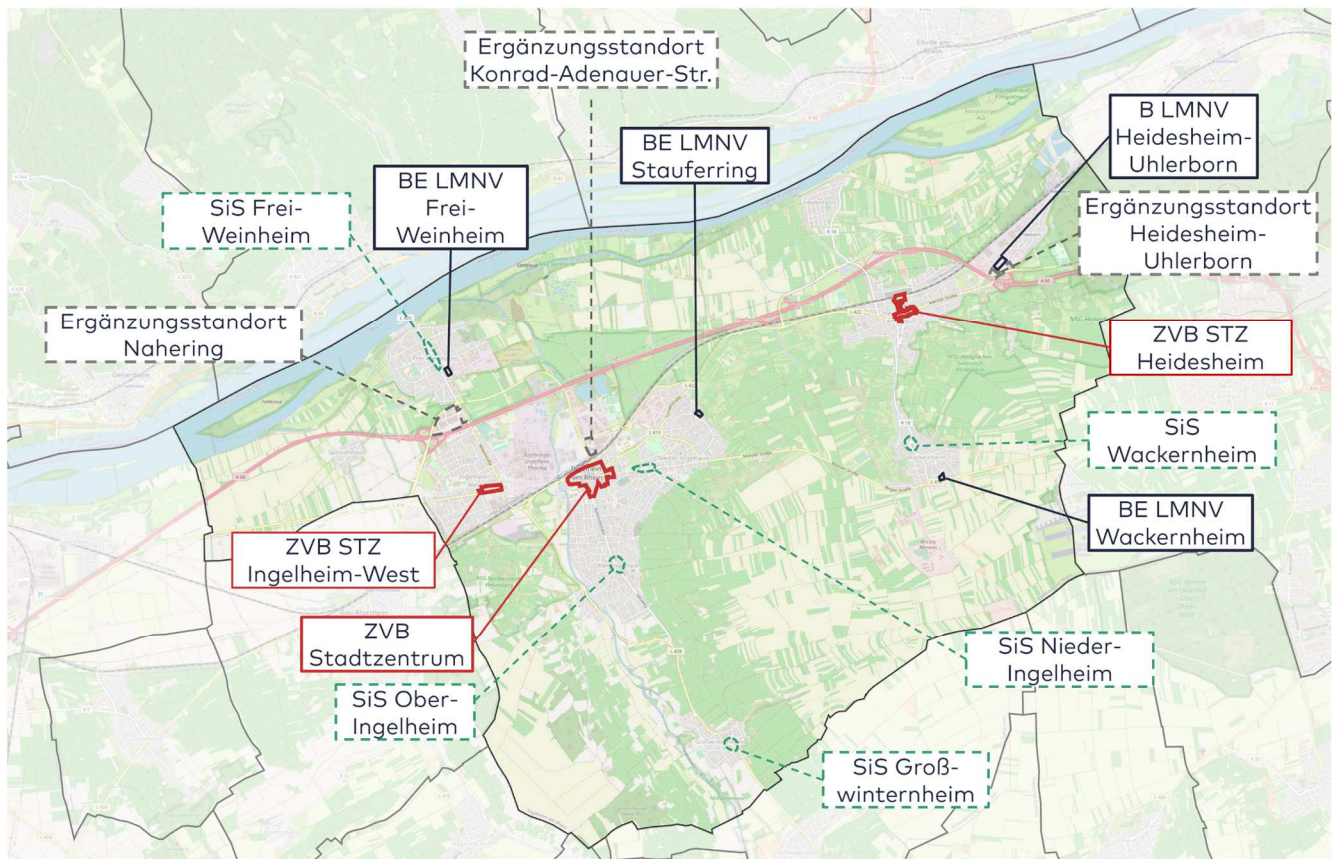


Abbildung 39: Vereinfachte Übersicht zur Zulässigkeit von Sortimenten nach Lagen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel. \* Sofern landesplanerische und städtebauliche Gründe (Regelungsinhalte LEP IV Rheinland-Pfalz, Schutz von ZVBs, Nachbarkommunen etc.) nicht entgegenstehen.

# ÜBERSICHT DER NACH EHZK 2023 DEFINIERTEN LAGEBEREICHE IN INGELHEIM A. R.



## Administrative Grenzen

□ Stadtgrenze Ingelheim

## Standortabgrenzungen

▭ ZVB EHZK 2023

▭ LMNV EHZK 2023

▭ Ergänzugsstandort EHZK 2023

○ Städtebaulich integrierte Siedlungskerne (SiS)

1.000m

Abbildung 40: Übersicht der nach EHZK 2023 definierten Lagebereiche in Ingelheim a. R.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

# ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

|                |  |                 |   |
|----------------|--|-----------------|---|
| <b>A.D.V.</b>  | Anmerkung des Verfassers   | <b>i. S. d.</b> | im Sinne des/der                              |
| <b>BauGB</b>   | Baugesetzbuch  | <b>LMNV</b>     | Lebensmittelnahversorgung                     |
| <b>BauNVO</b>  | Baunutzungsverordnung  | <b>MIV</b>      | motorisierter Individualverkehr               |
| <b>BBSR</b>    | Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung                              | <b>niL</b>      | städtebaulich nicht integrierte Lage          |
| <b>BE LMNV</b> | Bestandsstandort Lebensmittelnahversorgung <u>mit</u> Entwicklungsperspektive  | <b>NuG</b>      | Nahrungs- und Genussmittel                    |
| <b>B LMNV</b>  | Bestandsstandort Lebensmittelnahversorgung <u>ohne</u> Entwicklungsperspektive | <b>NV</b>       | Nahversorgung                                 |
| <b>BGF</b>     | Bruttogeschossfläche   | <b>ÖPNV</b>     | öffentlicher Personennahverkehr               |
| <b>BVerfGH</b> | Bundesverfassungsgerichtshof   | <b>OVG</b>      | Oberverwaltungsgericht                        |
| <b>BVerwG</b>  | Bundesverwaltungsgericht   | <b>PBS</b>      | Sortimentsbereich Papier, Büro, Schreibwaren; |
| <b>Drog</b>    | Drogeriewaren  | <b>s.</b>       | siehe   |
| <b>EH</b>      | Einzelhandel   | <b>siL</b>      | städtebaulich integrierte Lage                |
| <b>EHK</b>     | Einzelhandelskonzept   | <b>SiS</b>      | städtebaulich integrierte Siedlungskerne      |
| <b>EHZK</b>    | Einzelhandels- und Zentrenkonzept  | <b>STZ</b>      | Stadtteilzentrum                              |
| <b>EuGH</b>    | Europäischer Gerichtshof   | <b>VG</b>       | Verwaltungsgericht                            |
| <b>EW</b>      | Einwohner  | <b>VKF</b>      | Verkaufsfläche                                |
| <b>GPK</b>     | Sortimentsbereich Glas, Porzellan, Keramik                                     | <b>ZVB</b>      | zentraler Versorgungsbereich                  |
| <b>GVKF</b>    | Gesamtverkaufsfläche   |                 |   |

# GLOSSAR

## **Betriebsform/Betriebstyp**

Eine Gruppe von Handelsbetrieben mit gleichen oder ähnlichen Merkmalsausprägungen. Es gibt starke Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen/-typen in einem oder mehreren Merkmalen deutlich voneinander unterscheiden. Um Betriebsformen/-typen zu definieren, wird auf Merkmale zurückgegriffen, die das Erscheinungsbild des Handelsbetriebes gegenüber den Abnehmern gestalten. Sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel werden Betriebsformen/-typen unterschieden. Es besteht eine Dynamik in Betriebsformen/-typen, d. h. es entstehen neue Betriebstypen und alte scheiden aus; die Dynamik wird aktuell insbesondere durch den rasanten Wachstum und die Bedeutung des Onlinehandels forciert. Betriebsformen/-typen sind z. B. Fachmarkt, Supermarkt oder SB-Warenhaus.

## **Bindungsquote**

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. An ihr ist ersichtlich, ob Kaufkraft in ein Gebiet zu- (> 100 %) oder abfließt (< 100 %). Anhand der Bindungsquote kann die Zentralität eines Ortes ermittelt werden, je nachdem, ob ein Kaufkraftzufluss, oder -abfluss vorliegt (Kaufkraft).

## **Convenience**

Bei Convenience steht die Bequemlichkeit im Vordergrund – in Bezug auf die angebotenen Waren auf deren unmittelbare Nutzbarkeit (v. a. im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, z. B. verzehrfertige Produkte) bzw. in Bezug auf die Einkaufsstättenwahl auf deren leichte Erreichbarkeit und ausgedehnten Öffnungszeiten (z. B. Tankstellenshops, REWE To Go, Kioske).

## **Einzelhandel**

Im funktionellen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Als Einzelhandel im institutionellen Sinne (auch Einzelhandelsbetrieb, Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandlung) werden jene Institutionen bezeichnet, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzuordnen ist. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist, als aus sonstigen Tätigkeiten.

## **Einzelhandelsrelevante Nachfrage**

Der Teil der Verbrauchsausgaben privater Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird. Nicht berücksichtigt wird die Nachfrage nach Dienstleistungen.

## **Ergänzungsstandort**

Ergänzungsstandorte i. S. v. Ziel 59 des LEP IV Rheinland-Pfalz sind in der Zielstellung grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den großflächigen Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevanten Hauptsortimenten zu verstehen (s. Kapitel 7.4.1 zur ausführlichen Bedeutung, Funktion und Definition).

## **Fachgeschäft**

Spezialisierter und branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau auszeichnet. Die Verkaufsfläche liegt meistens bei weniger als 400 m<sup>2</sup>. Neben der Verkaufsflächengröße ist für die Abgrenzung zu Fachmärkten vor allem der Service (z. B. Kundendienst und Beratung/ Bedienung) entscheidend.

## **Fachmarkt**

Betriebstyp der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentsspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigem Betrieb mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Verkaufsfläche in der Regel > 400 m<sup>2</sup>. Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen an. Bei diskontorientierten Fachmärkten wird zugunsten des Preises weitestgehend bzw. gänzlich auf Beratung oder Dienstleistung verzichtet. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittssortimente aus dem Programm eines Fachmarktes.

### **Fristigkeitsstufen**

Warengruppen lassen sich in 3 Fristigkeitsstufen - oder auch Bedarfsstufen genannt - aufteilen. Der **kurzfristige Bedarf** beinhaltet z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren und wird auch als periodischer Bedarf bezeichnet. Die **mittelfristige Fristigkeitsstufe** ist bereits dem aperiodischen Bedarf zuzuordnen, entsprechende Sortimente werden mindestens über mehrere Wochen oder Monate genutzt; typische Sortimente dieser Fristigkeitsstufe sind z.B. Bekleidung, Schuhe oder Sportartikel. Die Sortimente der **langfristigen Bedarfsstufe** werden über einen langen Zeitraum (bspw. mehrere Jahre) hinweg genutzt, entsprechende Sortimente sind bspw. Elektrowaren, Möbel und Uhren und Schmuck.

### **Kaufkraft**

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Ingelheim beträgt 315,9 Mio. Euro (s. Kapitel 4.3).

### **Kaufkraftbindung**

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in der Region oder Kommune selbst ausgegeben wird. Ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen/kommunalen Kaufkraft außerhalb dieser ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile aus Fremdregionen einem Marktgebiet zufließen.

### **Lebensmitteldiscounter**

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment (i. d. R: zwischen 1.200 - 5.000 Artikel) mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, relativ einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing-Strategien (mit i. d. R. mehrmals wöchentlich wechselnden Aktionswaren). Die Ladengröße liegt in der Regel zwischen 700 - 1.400 m<sup>2</sup>, in Einzelfällen auch darüber.

### **Multi- und Cross Channel Vertriebsstrategien**

Multi-Channel bezeichnet einen mehrgleisigen Vertriebsweg des Handels. Bei diesem Ansatz existieren die verwendeten Vertriebskanäle nebeneinander, ohne jedoch miteinander verknüpft zu sein (bspw. Online Shop und stationäres Geschäft).

Handelsbetriebe mit Cross-Channel Strategie verfügen ebenfalls über mehrere Vertriebskanäle, diese sind jedoch miteinander verknüpft. Der Kunde kann somit bspw. ein Produkt online vorbestellen und in einer Filiale abholen (click & collect), oder bspw. in einem Online-Shop die Warenverfügbarkeit vor Ort überprüfen oder aber den Artikel direkt online bestellen.

### **SB-Warenhaus**

Einzelhandelsbetrieb (großflächig) mit mindestens 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in meist peripherer Lage, der Waren überwiegend in Selbstbedienung und ohne kostenintensiven Kundendienst anbietet. Hohe Werbeaktivität in Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Das Sortiment ist umfassend und bietet ein Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu 100.000 Artikeln. Der Umsatzschwerpunkt (> 50 %) liegt bei Nahrungsmitteln. Der Non-Food-Anteil kommt auf 60 - 75 % bei der Fläche (35 - 50 % des Umsatzes).

### **Sortiment**

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens. Unterschieden wird in Haupt- und Randsortiment.

Das Hauptsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment z. B. Sanitärprodukte (Badewannen, Duschen, Toiletten) beim Sanitärhändler. Die Waren des Hauptsortiments sollen die Rendite des jeweiligen Händlers sichern. Mit dem Hauptsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten (Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerber) oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften. Die Sortimentstiefe hängt proportional davon ab, wie viele Varianten eines Artikels ein Händler anbietet. Die Sortimentsbreite hängt proportional davon ab, wie viele verschiedene Warengruppen ein Händler führt.

### **Städtebaulich integrierte Lage (siL)**

Als städtebaulich integrierte Lage werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die überwiegend in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reichen in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentralen Versorgungsbereich einzuordnen.

### **Nicht integrierte Lage (niL)**

Nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den in Wohnsiedlungsbereichen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und in Wohnsiedlungsbereiche integrierte Lagen. I. d. R. trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

### **Supermarkt**

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 - 2.500 m<sup>2</sup>, das Sortiment umfasst überwiegend Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren. Weitere Sortimente werden nur auf einem geringen Verkaufsflächenanteil angeboten.

### **Trading down Prozess**

„Trading down“ bezeichnet den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz von höherpreisigen Sortimentsbestandteilen durch niedrigpreisige Artikel. Damit verbunden ist die Verflachung (oder Banalisierung) des Angebotes, des Ladenbaus, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwerbung.

**Trading up Prozesse** beschreiben die umgekehrte Entwicklung hin zu höherwertige und -preisigen Anbietern bzw. Angeboten.

### **Umsatz**

Der Umsatz beschreibt die Absatzmengen eines Unternehmens, einer Branche, einer sonstigen Wirtschaftseinheit oder eines definierten Standortes innerhalb einer bestimmten zeitlichen Periode. Im vorliegenden Bericht wird der Umsatz i. d. R. als monetärer Brutto-Jahresumsatz angegeben.

### **Verbrauchermarkt**

Einzelhandelsbetrieb mit Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Tiefes und breites Sortiment an meist autoorientiertem Standort entweder in Alleinlage oder innerhalb Einzelhandelszentren. Großformatiger Betriebstypus (rd. 2.500 - 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), überwiegend Selbstbedienung. Anteil Non-Food-Artikel: Fläche 30 - 60 %; Umsatz 20 - 40 %.

### **Verkaufsfläche**

In die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs werden grundsätzlich nicht nur die von Kunden betretbaren Bereiche mit eingerechnet, sondern auch die Kassenzone, Pack- und Entsorgungszonen, Käse-, Fleisch- und Wursttheken, Pfandrückgaberräume und ein Windfang. Weitere Räumlichkeiten wie Personalbüros, Aufenthalts- und Lagerräume, reine Lagerflächen und für Kunden nicht sichtbare Bereiche zur Vorbereitung der Waren zählen jedoch nicht zur Verkaufsfläche.

### **Zentraler Versorgungsbereich**

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionalen Zentren (Innenstadt, Stadtteilzentren, Stadtteil- oder Ortsteilzentren, Nahversorgungszentren) einer Kommune. Der Begriff ist gleichbedeutend mit dem Schutzgut „zentraler Versorgungsbereich“ z. B. nach § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO und ist damit gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung. Aufgrund der Komplexität des Begriffs sei grundsätzlich auf die umfassende Einordnung und Ausführungen zu zentralen Versorgungsbereichen in Kapitel 7.1 verwiesen.

### **Zentralitätskennziffer**

Die Zentralität (bzw. Zentralitätskennziffer) einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Sie wird als Quotient dieser beiden Werte ermittelt. Ein Wert unter 100 % beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelskaufkraft in andere Orte abfließt; ein Wert über 100 % beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.

Die Zentralität in Ingelheim beträgt insgesamt 73 sowie im kurzfristigen Bedarfsbereich 96, im mittelfristigen Bedarfsbereich 70 sowie im langfristigen Bedarfsbereich 37 (s. Kapitel 4.5).



# LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

## LITERATUR

---

**Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (Hrsg.) (2017):** Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren. Bonn.

**Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2021):** Retail Real Estate Report Germany 2021/2022. Bergisch Gladbach.

**Handelsverband Deutschland (HDE)/IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2021):** Online-Monitor 2021. Berlin.

**IfH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2021):** Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2021. Köln.

**Kuschnerus, Ulrich/Bishopink, Olaf/Wirth, Alexander (2018):** Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn.

**Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008):** Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden.

**Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2015):** Bevölkerung Deutschlands bis 2060 – 13. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung. Wiesbaden.

**Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2020):** Pressemitteilung Nr. 317 vom 20. August 2020. Wiesbaden.

## DATENBANKEN

---

**EHI Retail Institute (Hrsg.):** handelsdaten.de

**Handelsverband Deutschland (Hrsg.):** einzelhandel.de

**Statistische Ämter der Länder und des Bundes (Hrsg.):** regionalstatistik.de

**Statistisches Bundesamt (Hrsg.):** destatis.de

**Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (Hrsg.):** statistik.rlp.de

# ABBILDUNGSVERZEICHNIS

| ABBILDUNG     | SEITE   |
|---------------|---|
| Abbildung 1:  | Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Ingelheim a. R. .... 12                                 |
| Abbildung 2:  | Gesellschaftliche Wandlungsprozesse ..... 17  |
| Abbildung 3:  | Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster ..... 18  |
| Abbildung 4:  | Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ..... 19  |
| Abbildung 5:  | Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten..... 20  |
| Abbildung 6:  | Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz ..... 22  |
| Abbildung 7:  | Zentralörtliche Funktion Ingelheim a. R. .... 24  |
| Abbildung 8:  | Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Ingelheim a. R. und Umgebung ..... 27  |
| Abbildung 9:  | Einzelhandelsbestand in Ingelheim a. R. nach Warengruppen..... 28   |
| Abbildung 10: | Ermittlungsmethodik der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektive..... 37  |
| Abbildung 11: | Einwohnerprognose für Ingelheim a. R. .... 38   |
| Abbildung 12: | Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland.... 39   |
| Abbildung 13: | Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel ..... 40   |
| Abbildung 14: | Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz ..... 41  |
| Abbildung 15: | Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2019 und 2025 (Prognose) ..... 41                             |
| Abbildung 16: | Aktuelle Sortimentsspezifische Zentralität und Entwicklungsperspektive..... 43  |
| Abbildung 17: | Übergeordnete versorgungsstrukturelle und stadtentwicklungspolitische Entwicklungszielstellung für Ingelheim a. R..... 47 |
| Abbildung 18: | Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen ..... 51  |
| Abbildung 19: | Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortssystem in Ingelheim a. R. .... 54                                       |
| Abbildung 20: | Räumliche Abgrenzung ZVB Stadtzentrum Ingelheim a. R. .... 55   |
| Abbildung 21: | Innere Organisation des Stadtzentrums Ingelheim a. R. .... 56   |
| Abbildung 22: | Visionen und Wünsche aus Experten-Sicht für die Zukunft von Ingelheim a. R. .... 60                                       |
| Abbildung 23: | Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs STZ mit Nahversorgungsfunktion Heidesheim..... 61                  |

|               |  |     |
|---------------|--|-----|
| Abbildung 24: | Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs STZ mit Nahversorgungsfunktion Ingelheim West ..... | 63  |
| Abbildung 25: | Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.....                | 67  |
| Abbildung 26: | Verkaufsflächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.....            | 67  |
| Abbildung 27: | Räumliche Nahversorgungssituation im Stadtgebiet von Ingelheim a. R.....                                   | 69  |
| Abbildung 28: | Abgrenzung des Standortbereichs Stauferring .....  | 73  |
| Abbildung 29: | Abgrenzung des Standortbereichs Frei-Weinheim .....  | 74  |
| Abbildung 30: | Abgrenzung des Standortbereichs Wackernheim .....  | 76  |
| Abbildung 31: | Abgrenzung des Ergänzungsstandorts Heidesheim-Uhlerborn .....  | 77  |
| Abbildung 32: | Prüfschema zur standortgerechten Dimensionierung .....   | 78  |
| Abbildung 33: | Ergänzungsstandort Nahering .....  | 84  |
| Abbildung 34: | Ergänzungsstandort Konrad-Adenauer-Straße .....  | 86  |
| Abbildung 35: | Ergänzungsstandort Heidesheim-Uhlerborn.....   | 87  |
| Abbildung 36: | Komplexität und Multifunktionalität einer Innenstadt.....  | 107 |
| Abbildung 37: | Profilierungsansätze für eine (Re-)Positionierungsstrategie des Ingelheimer Stadtzentrums .....            | 108 |
| Abbildung 38: | Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik .....             | 110 |
| Abbildung 39: | Vereinfachte Übersicht zur Zulässigkeit von Sortimenten nach Lagen .....                                   | 114 |
| Abbildung 40: | Übersicht der nach EHZK 2023 definierten Lagebereiche in Ingelheim a. R.....                               | 115 |

# TABELLENVERZEICHNIS

| <b>TABELLE</b> |   | <b>SEITE</b> |
|----------------|---|--------------|
| Tabelle 1:     | Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen .....                  | 13           |
| Tabelle 2:     | Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Ingelheim a. R.....                                    | 25           |
| Tabelle 3:     | Sozioökonomische Rahmenbedingungen im Landkreis Mainz-Bingen .....                                  | 25           |
| Tabelle 4:     | Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen .....  | 26           |
| Tabelle 5:     | Einzelhandelsbestand in Ingelheim a. R.....   | 28           |
| Tabelle 6:     | Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Ingelheim a. R.....                         | 31           |
| Tabelle 7:     | Bewertung der Entwicklung im Zuge der Fortschreibung – Relevante Kennwerte im Vergleich .....       | 33           |
| Tabelle 8:     | Relevante Rahmenbedingungen des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens von Ingelheim a. R. .... | 43           |
| Tabelle 9:     | Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektiven – Handlungsbedarfe bis 2026.....                     | 44           |
| Tabelle 10:    | Starken und Schwächen der Stadt Ingelheim a. R. als Einzelhandelsstandort laut Experten .....       | 59           |
| Tabelle 11:    | Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in der Stadt Ingelheim a. R.....               | 66           |
| Tabelle 12:    | Sortimentsliste für die Stadt Ingelheim a. R.....   | 91           |
| Tabelle 13:    | Sortimentsliste für die Stadt Ingelheim a. R. (Langfassung) ..                                      | 112          |



---

## **KONTAKT**

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

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund

Handelsregisternummer

HRB 33826

Hauptsitz: Dortmund

### **Standort Dortmund**

Hörder Hafestraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

### **Standort Hamburg**

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

### **Standort Karlsruhe**

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

### **Standort Leipzig**

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43