



Einzelhandelskonzept für die Stadt

DAHN

unter Berücksichtigung der Versorgungssituation
in der gesamten Verbandsgemeinde Dahner Fel-
senland

Auftraggeber: Stadt Dahn

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck

Projektbearbeitung: Dipl.-Geogr. Stefan Wolf

Ludwigsburg, im Juni 2013



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer; Dr. Stefan Holl
71638 Ludwigsburg, Hohenzollernstraße 14
Telefon: 07141 - 93600 Telefax: 07141 - 936010
eMail: info@gma.biz Internet: <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

Im Juni 2012 erteilte die Stadt Dahn der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA), Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes unter Berücksichtigung der Versorgungssituation in der gesamten Verbandsgemeinde Dahner Felsenland. Die Untersuchung soll als Grundlage für eine strategische und städtebaulich verträgliche Einzelhandelsentwicklung dienen, wobei der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung mit Lebensmitteln eine hervorgehobene Bedeutung zukommt.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung wurde im Juli 2012 eine Kompletterhebung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Dahn und auch der übrigen Verbandsgemeinde Dahner Felsenland durchgeführt. Darüber hinaus standen der GMA Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes, der Verbandsgemeindeverwaltung Dahner Felsenland sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung. Die Daten der Untersuchung wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen ausgewertet.

Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland sowie der zugehörigen Ortsgemeinden. Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutz der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, im Juni 2013
WFT skh

INHALTSVERZEICHNIS		Seite
I.	Grundlagen	1
1.	Aufgabenstellung	1
2.	Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	2
2.1	Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung	2
2.2	Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	6
2.3	Mittelfristige Einzelhandelsentwicklung	8
3.	Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	11
II.	Situationsanalyse	14
1.	Makrostandort Verbandsgemeinde Dahner Felsenland	14
2.	Aktueller Einzelhandelsbestand in der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland	19
3.	Einzelhandelsausstattung der VG Dahner Felsenland im Vergleich mit anderen Gemeinden	22
III.	Nachfragestruktur im Einzelhandel	25
1.	Marktgebiet und Bevölkerung	25
2.	Kaufkraftpotenzial	27
2.1	Grundlagen der Kaufkraftberechnung	27
2.2	Kaufkraftvolumen	27
3.	Zentralität	28
IV.	Entwicklungspotenziale der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland	30
1.	Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose für das Jahr 2020	30
2.	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale der Verbandsgemeinde	31

V.	Einzelhandelskonzept für die Stadt Dahn	33
1.	Ziele des Einzelhandelskonzeptes	33
2.	Standortkonzept	34
2.1	Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche	34
2.2	Versorgungsbereiche in der Stadt Dahn	36
2.3	Versorgungsbereiche in den übrigen Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde	37
3.	Sortimentskonzept	44
4.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts	46
5.	Sicherung und Weiterentwicklung der Versorgung mit Lebensmitteln	48
6.	Weiterentwicklung des touristisch orientierten Einzelhandelsangebotes in der Stadt Dahn	50
VI.	Zusammenfassung	53

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die im Landkreis Südwestpfalz gelegene Verbandsgemeinde Dahner Felsenland zählt aktuell ca. 15.000 Einwohner, wobei die Stadt Dahn mit ca. 4.500 Einwohnern den Bevölkerungsschwerpunkt bildet. Auch im Hinblick auf die Einzelhandelsstruktur hat die Stadt Dahn als Mittelzentrum die größte Bedeutung. Neben Dahn zählen 14 weitere Ortsgemeinden mit Einwohnerzahlen zwischen ca. 100 und ca. 1.700 Personen zur Verbandsgemeinde.

Im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes sollen die Entwicklungsperspektiven für die Stadt Dahn aufgezeigt werden. Dabei geht es v. a. um die Sicherung und den Ausbau der Nahversorgungsstrukturen und ggf. um die Identifizierung geeigneter Entwicklungsstandorte. Auch die Entwicklungsmöglichkeiten der gewachsenen Stadt- bzw. Ortskerne sollen dabei detailliert betrachtet werden. Um die Versorgungsstrukturen adäquat bewerten zu können erfolgt jeweils eine Betrachtung der Angebots- und Nachfragestrukturen in der gesamten Verbandsgemeinde Dahner Felsenland.

Zur Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes sind die Vorgaben des LEP IV Rheinland-Pfalz zu berücksichtigen und in ein Entwicklungskonzept für die Verbandsgemeinde einzubetten. Das Einzelhandelskonzept soll Grundlage für die zukünftige planerische Steuerung des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde sein. Im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes sollen verbindliche Festlegungen bezüglich „zentraler Versorgungsbereiche“ sowie Festlegungen der sog. zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimente erfolgen. Das Einzelhandelskonzept ist damit Grundlage für zukünftige einzelhandelsbezogene Festsetzungen in Bebauungsplänen und kann zur Fortschreibung des Flächennutzungsplanes herangezogen werden.

Im Rahmen der Erstellung vorliegender Markt- und Standortuntersuchung werden folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

- Darstellung aktueller Trends in der Einzelhandelsentwicklung, im Zusammenhang mit Veränderungen des Angebots- und Nachfrageverhaltens

- Darstellung und Bewertung der Strukturdaten der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland sowie der angehörigen Ortsgemeinden
- Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes
- Berechnung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials
- quantitative Bewertung der Einzelhandelssausstattung anhand von Kennziffern / qualitative Bewertung
- Entwicklung eines Leitbildes für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung
- Bewertung der Möglichkeiten zur Sicherung und Weiterentwicklung der wohnortnahen Grundversorgung mit Lebensmitteln.

2. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

Eine Beurteilung der Entwicklungschancen der Einzelhandelsstandorte in der Stadt Dahn und der übrigen VG Dahner Felsenland kann nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends des Einzelhandels in Deutschland erfolgen. Nachfolgend werden daher die strukturprägenden Aspekte des Wandels auf der Nachfrage- und Angebotsseite dargestellt.

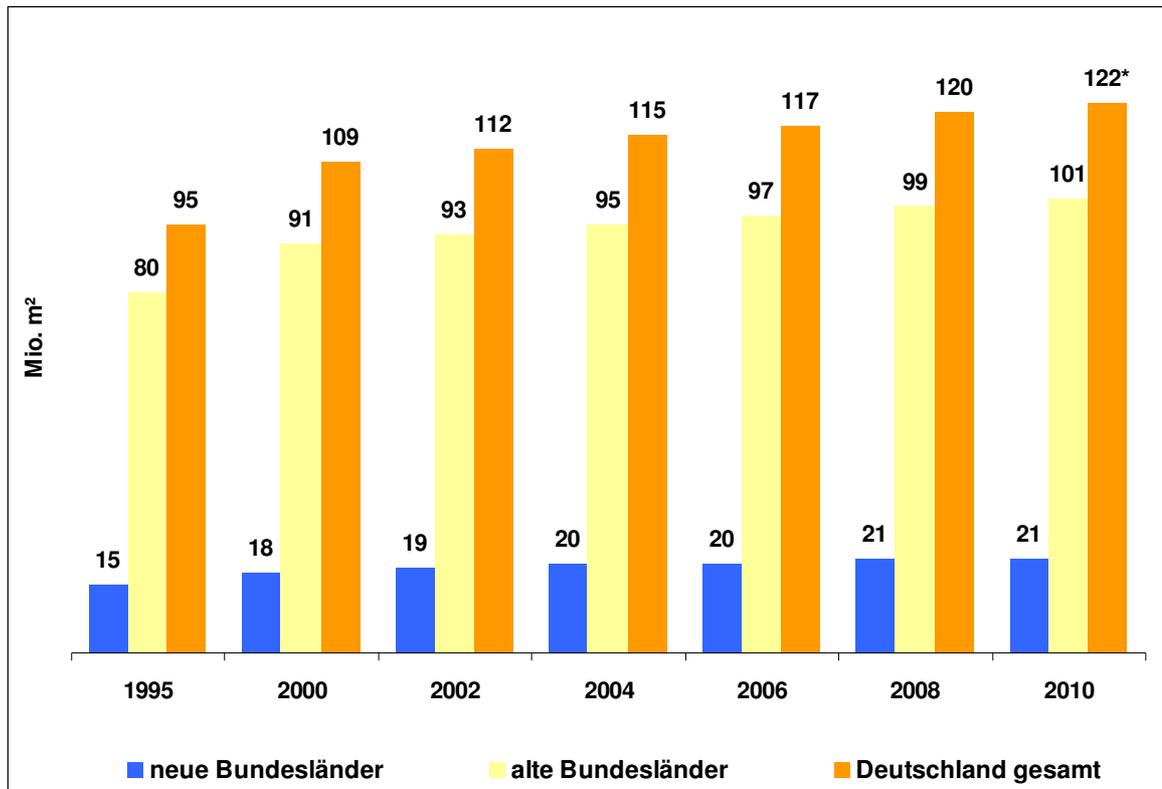
2.1 Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten unternehmergeführter Fachgeschäfte geht. Als Gewinner zeigen sich andererseits filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen.

Neben gesellschaftlichen und demografischen Wandlungsprozessen (u. a. Verschiebung der Altersstruktur, Trend zu kleineren Familieneinheiten) hat v. a. die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft induziert. Gleichzeitig hat der **Anstieg der Mobilität** die Standortwertigkeit von Einkaufslagen verändert. Die Massenmobilität zeitigte v. a. folgende Effekte:

- Sie löste eine **Stadt-Umland-Wanderung** aus, d. h. es entstanden um die Stadtzentren herum neue Wohnstandorte. Ab einer gewissen Größe dieser Siedlungsbereiche waren die Voraussetzungen für die Entwicklung neuer Versorgungslagen gegeben.
- Sie ermöglichte die **Etablierung rein autokundenorientierter Standorte** außerhalb geschlossener Siedlungskörper. Als besonders profitable Einzelhandelsstandorte kristallisierten sich dabei aus Betreibersicht v. a. die Schnittstellen von Fern- und Bundesstraßen sowie Durchgangs- und Ausfallstraßen mit hoher Verkehrsfrequenz heraus.
- Sie bedingte einen **stetig wachsenden Stellplatzbedarf** und konfrontierte damit den Handel in den Innenstädten mit schwierig oder nur sehr kostenaufwändig zu lösenden Problemen.
- Sie profilierte die **Benutzung des Pkw zum Warentransport** und erhöhte sukzessive die Bedeutung des sog. „One-Stop-Shopping“. Von dieser Entwicklung profitierten v. a. Großflächenbetriebe mit einem breiten und tiefen Warenangebot, wie z. B. SB-Warenhäuser und Fachmärkte.

Vor allem infolge eines Bedeutungszuwachses großflächiger Betriebe verzeichnete der Einzelhandel in den alten Bundesländern ab 1995 einen **Verkaufsflächenzuwachs** von ca. 20 Mio. m² (+ 25 %). In den neuen Bundesländern verlief die Verkaufsflächenexpansion sogar noch rasanter. Seit dem Jahr 1995 entstanden dort ca. 6 Mio. m² Verkaufsfläche neu (+ 40 %; vgl. Abb. 1).

Abbildung 1: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 1995 – 2010


* Prognose
 Quelle: GMA-Darstellung nach EHI.

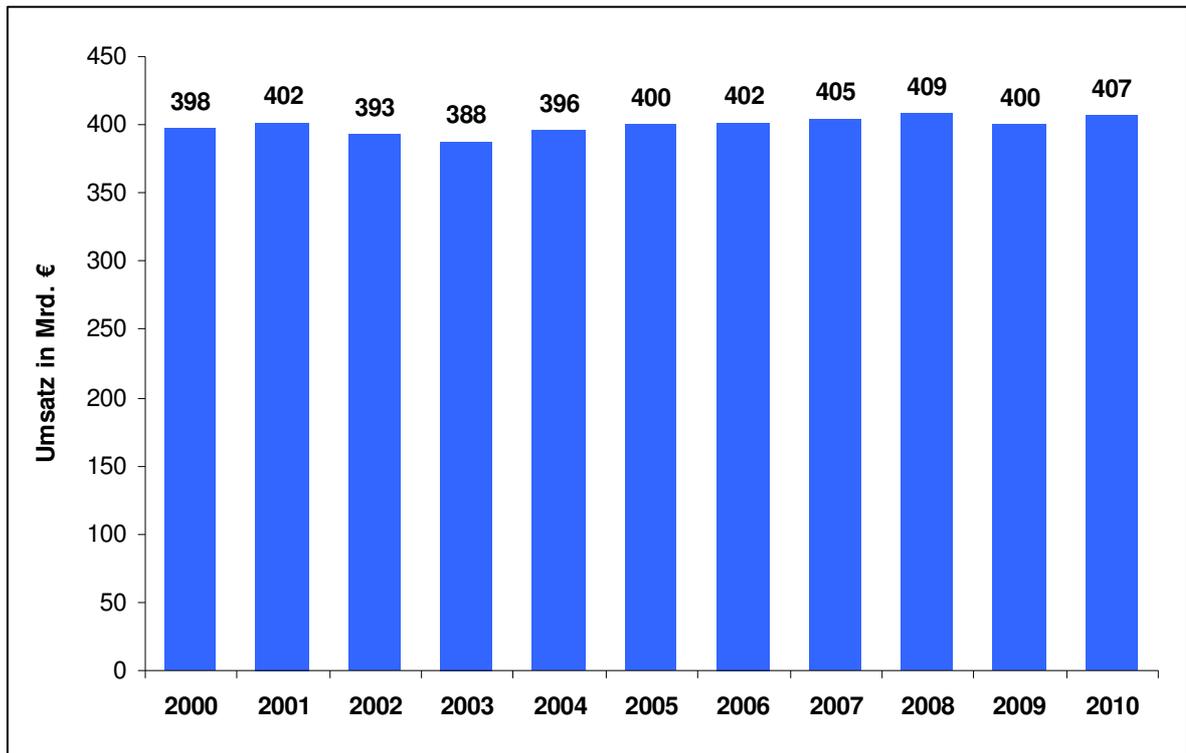
Das Verkaufsflächenwachstum des Einzelhandels vollzog sich in den vergangenen 10 Jahren zu mehr als zwei Dritteln außerhalb traditioneller Geschäftslagen. In der Folge wuchsen die **Verkaufsflächen an dezentralen und solitären Standorten** stark an, während die Geschäftslagen der Innenstädte, die Stadtteilzentren und die Nahversorgungslagen einen Bedeutungsverlust hinnehmen mussten. Ihr relativer Anteil am Verkaufsflächenbestand sank um mehr als 10 %.

Im Hinblick auf die spezielle **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten und Ortszentren** waren in den vergangenen Jahren folgende wesentliche Trends festzustellen:

- Die **Konsumzurückhaltung** breiter Bevölkerungsschichten und der Wunsch der Verbraucher v. a. preiswert einzukaufen, hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus der Einzelhandelssortimente geführt; vielerorts geraten dadurch v. a. Anbieter des mittleren Preissegmentes unter Druck.

- Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation und Leerstandsbildung** auf. Meist sind 1a-Lagen von dieser Entwicklung noch nicht betroffen.
- Die **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel führt in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes (Stichwort: Banalisierung).
- Die Warenhäuser und der Fachhandel verlieren als Leitbetriebe der Innenstädte an Boden. An ihre Stelle treten zunehmend Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“), die bundesweit beworben werden.
- Als erfolgreiche Angebotsform kristallisieren sich **multifunktionale Einkaufszentren** heraus. Ihr Markterfolg gründet sich u. a. auf ein stringentes Management und aufwändige Marketingmaßnahmen sowie attraktive bauliche Rahmenbedingungen (Stichworte: Sauberkeit, Sicherheit). Innerstädtische Einkaufszentren erreichten – flächenbereinigt – in den vergangenen Jahren Umsatzsteigerungen von bis zu 5 % pro Jahr.

In der Gesamtbetrachtung resultierte der beschriebene Strukturwandel des deutschen Einzelhandels – wie bereits erwähnt – in einer beachtlichen Verkaufsflächenexpansion. Gleichzeitig stiegen die Bruttoumsätze nominal nur leicht an und gingen real, d. h. unter Berücksichtigung des Wertverlustes durch Inflation, sogar zurück (vgl. Abbildung 2). Durch die disparate Entwicklung von Verkaufsflächen und Umsätzen gaben die Produktivitäten (= Umsätze je m² VK/Jahr) nach, so dass die ökonomische Auslastung – v. a. in Branchen, die an kostenintensiven Standorten wirtschaften – nicht mehr durchgängig gewährleistet ist.

Abbildung 2: Entwicklung des deutschen Bruttoeinzelhandelsumsatzes 2000 – 2010


Quelle: GMA-Darstellung nach EHI 2011

Auch aus diesem Grund war das Verkaufsflächenwachstum im Einzelhandel begleitet von einem **Rückgang der Betriebszahl**. V. a. im Lebensmitteleinzelhandel zeigt sich seit 1990 eine starke Zunahme der Verkaufsflächen. Insgesamt stieg die Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel um ca. 14,9 Mio. m² an (ca. + 44 %).

2.2 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland kommt **diskontierenden Angebotsformen** zu. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen, wie z. B. Lebensmitteldiscounter. Letztere haben z. T. indirekt als Folge der jahrelangen Konjunkturflaute in Deutschland ihre Betriebszahl seit 1991 verdoppelt. Im gleichen Zeitraum expandierte ihre Verkaufsfläche von ca. 2,99 Mio. m² auf ca. 11,3 Mio. m²¹. Konsequenz dieser ökonomischen Erfolgsgeschichte ist ein hoher Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 41 %.

¹ Quelle: EHI.

Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine durchaus divergente Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen Bedeutungsverlust. Insgesamt ist die Anzahl der Lebensmittelgeschäfte um rd. 20.000 gesunken, die Verkaufsfläche ist im gleichen Zeitraum dagegen um ca. 28 % auf aktuell rd. 33,4 Mio. m² gestiegen (vgl. Tabelle 1). Immer weniger Geschäfte vereinigen demnach immer mehr Verkaufsfläche auf sich.

Tabelle 1: Entwicklung der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels 2000 – 2010

Daten	2000	2010	Veränderung 2000 / 2010	
			abs.	in %
Anzahl der Betriebe				
Lebensmitteldiscounter	13.180	15.490	2.310	17,5
Supermarkt, SB-Warenhaus	11.222	11.478	256	2,3
übrige Lebensmittelgeschäfte	45.950	23.048	- 20.902	- 47,6
Summe	70.352	50.016	- 20.336	- 28,9
Verkaufsfläche in Mio. m²				
Lebensmitteldiscounter	7,24	11,3	4,1	56,1
Supermarkt, SB-Warenhaus	11,65	17,71	6,1	52,0
übrige Lebensmittelgeschäfte	7,26	4,43	- 2,8	- 39,0
Summe	26,15	33,44	7,3	27,9
Quelle: GMA-Zusammenstellung nach EHI.				

Als **Standorte** werden sowohl von Lebensmitteldiscountern als auch von Supermärkten, Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern Areale mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

Daten	Lebensmittel-discounter	Supermarkt (inkl. Getränkemarkt)	Großer Supermarkt
Verkaufsfläche	800 – 1.200 m ²	1.500 m ²	2.500 m ²
Parkplätze	100	100	250
Grundstücksgröße	ab 5.000 m ²	ab 5.000 m ²	ab 8.000 m ²
Einzugsgebiet	ab 5.000 EW	ab 5.000 EW	ab 15.000 EW
Quelle: GMA-Standortforschung, ca.-Werte gerundet			

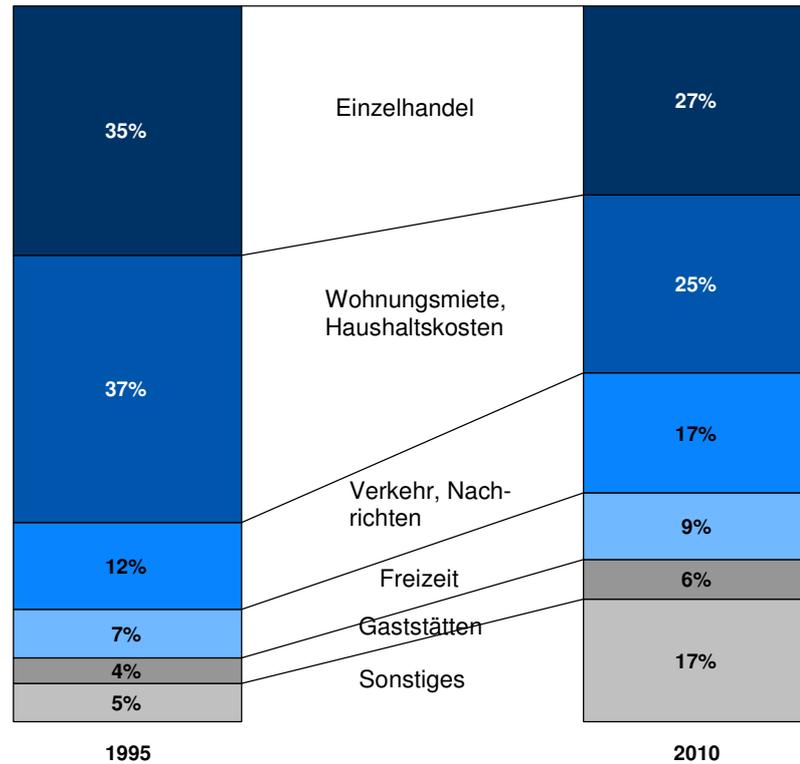
Innenstadtstandorte oder Stadtteil- und Nahversorgungszentren, mit ihren relativ hohen Standortkosten, werden andererseits weniger oft belegt; dies auch aufgrund der recht geringen Umsatzrendite des Lebensmitteleinzelhandels von durchschnittlich nur ca. 1 – 2 %. Sie macht diese Branche besonders kostensensibel.

2.3 Mittelfristige Einzelhandelsentwicklung

In den kommenden Jahren ist als mögliches Hemmnis für ein nachhaltiges Anspringen der Einzelhandelskonjunktur der Trend zur Ausgabenumschichtung vom Einzelhandel in andere Kostenbereiche anzuführen (vgl. Abbildung 3). In den vergangenen Jahren hat sich der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben kontinuierlich verringert; dieser beträgt aktuell nur noch rd. 27 % der gesamten Ausgaben.

Eine Relativierung seines Stellenwertes wird der Einzelhandel auch durch die weitergehende **Entwicklung zur Freizeitgesellschaft** erfahren, denn in Zukunft wird der Einkauf von den Verbrauchern noch stärker unter dem Aspekt seines Freizeit- und Erlebniswertes beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesem Trend durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt.

Abbildung 3: Entwicklung des privaten Verbrauchs in Deutschland 1995 / 2010



Quelle: GMA-Darstellung nach EHI

Zudem hat sich in den letzten Jahren der Typus des „**hybriden Verbrauchers**“ herausgebildet. Er erwirbt beim selben Einkaufsgang teure Markenware und unmittelbar im Anschluss Billigprodukte beim Discounter. Die sich aus der Entwicklung dieses volatilen Konsumententyps ergebenden Trends sind in Abbildung 4 überblicksartig zusammengefasst.

Abbildung 4: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



Quelle: GMA-Konsumentenforschung 2011.

Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen darstellen:

▪ **Verkaufsflächen wachsen weiter**

Bereits Ende 2009 war in den alten Bundesländern ein Verkaufsflächenbestand von rd. 100 Mio. m² erreicht. In den neuen Bundesländern waren bis dato ca. 21 Mio. m² etabliert. Der weitere Verkaufsflächenzuwachs wird sich auch zukünftig zu etwa zwei Dritteln außerhalb der Stadtzentren vollziehen. In der Folge verschärft sich der Verdrängungswettbewerb zu Lasten des City-Handels und der städtebaulich integrierten Stadtteilzentren und Nahversorgungszentren.

- **Konzentrationstendenz im Einzelhandel setzt sich fort**
Der Marktanteil von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 2,5 Mrd. € wird mittelfristig auf fast 85 % anwachsen. Andererseits werden v. a. kleinflächige und unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen aus dem Markt ausscheiden. Dies gilt in besonderem Maße für die neuen Bundesländer, wo viele Betriebe über eine unzureichende Eigenkapitaldecke verfügen.
 - **Fachmärkte und Discounter boomen**
Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren v. a. durch Fachmärkte und Discounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen. Auch bei innerstädtischen Shopping-Centern ist mit einer weiteren Expansion zu rechnen. Beleg hierfür sind 51 derzeit bekannte Planungen mit einer Gesamtfläche von rd. 1,5 Mio. m²¹.
 - **Filialisierungswelle hält an**
Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.
 - **Internet-Shopping gewinnt an Bedeutung**
Das „E-Commerce“ (Internet-Handel) zeigt selektiv hohe Zuwachsraten, insbesondere in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger. Voraussetzung für den Erfolg des E-Commerce ist allerdings der weitere Ausbau von Logistik- und Distributionsstrukturen, welcher als sehr kostenintensiv einzustufen ist.
- 3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel**

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

¹ Quelle: EHI 2009 / 2010.

Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO - teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe - in allen Baugebieten vorgesehen:

- sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO)
- in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m² Verkaufsfläche) dann:
- liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

Nicht beplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden können.

Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr gezielt die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können. Dies sei an dieser Stelle nur kurz erwähnt.

II. Situationsanalyse

1. Makrostandort Verbandsgemeinde Dahner Felsenland

Die Verbandsgemeinde Dahner Felsenland liegt im Süden des Bundeslandes Rheinland-Pfalz im Landkreis Südwestpfalz und grenzt unmittelbar an das Nachbarland Frankreich. Die Stadt Dahn, Sitz der Verbandsgemeindeverwaltung, ist landes- bzw. regionalplanerisch die Funktion eines Mittelzentrums im Grundnetz zugewiesen. Der Mittelbereich erstreckt sich über die gesamte Verbandsgemeinde mit den 15 Ortsgemeinde sowie die nördlich gelegene Verbandsgemeinde Hauenstein.

Die Verbandsgemeinde Dahner Felsenland zählt aktuell ca. 14.740 Einwohner.¹ In den vergangenen zehn Jahren war dabei eine Abnahme der Bevölkerung um ca. 8,4 % zu verzeichnen. Diese negative Entwicklung zeigt sich auch in den einzelnen Ortsgemeinden. Lediglich Bundenthal musste keinen Rückgang der Bevölkerungszahl hinnehmen. Die Entwicklung in der Verbandsgemeinde spiegelt damit auch den Trend des gesamten Landkreis Südwestpfalz wider. Hier schrumpfte die Bevölkerung in den vergangenen zehn Jahren um etwa 6,7 %.

¹ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand: 31.12.2011

Tabelle 3: Einwohnerentwicklung der VG Dahner Felsenland im Zeitraum 2002-2011

Stadt / Ortsgemeinde	Einwohner		Entwicklung 2002 – 2011	
	2002	2011	Absolut	Relativ
Bobenthal	348	328	- 20	- 5,7 %
Bruchweiler-Bärenbach	1.775	1.594	- 181	- 10,2 %
Bundenthal	1.141	1.143	+ 2	+ 0,2 %
Busenberg	1.398	1.293	- 105	- 7,5 %
Dahn	4.993	4.457	- 536	- 10,7 %
Erfweiler	1.218	1.182	- 36	- 3,0 %
Erlenbach	359	342	- 17	- 4,7 %
Fischbach	1.692	1.577	- 115	- 6,8 %
Hirschthal	104	102	- 2	- 1,9 %
Ludwigswinkel	911	807	- 104	- 11,4 %
Niederschlettenbach	376	314	- 62	- 16,5 %
Nothweiler	174	151	- 23	- 13,2 %
Rumbach	505	452	- 53	- 10,5 %
Schindhard	622	580	- 42	- 6,8 %
Schönau	477	422	- 55	- 11,5 %
VG Dahner Felsenland	16.093	14.744	- 1349	- 8,4 %
LK Südwestpfalz	105.168	98.114	- 7054	- 6,7 %
Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand: 31.12.2002 bzw. 31.12.2011; GMA-Berechnungen				

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** für den Individualverkehr wird insbesondere durch die Bundesstraße B 427 (Hinterweidenthal – Dahn – Bad Bergzabern – Kandel) gewährleistet. Über die nördlich der Verbandsgemeinde verlaufende B 10 besteht darüber hinaus eine gute Anbindung an die Städte Pirmasens und Landau. Im ÖPNV-Bereich verfügt die VG Dahner Felsenland über keinen regulären Bahnanschluss. In den Sommermonaten verkehren an Sonn- und Feiertagen die Ausflugszüge „Felsenland-Express“ (von Karlsruhe) und „Bundenthaler“ (von Mannheim). Der nächstgelegene Bahnhof befindet sich in Hinterweidenthal. Die Linie 251 der Saar-Pfalz Bus GmbH sowie die Linie 548 des Ver-

kehrverbundes Rhein-Neckar (VRN) verbinden die Ortsgemeinden mit den umliegenden Gemeinden.

Die **Siedlungsstruktur** der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland wird von den topographischen Gegebenheiten innerhalb des Biosphärenreservats Naturpark Pfälzerwald geprägt. Die einzelnen Ortsgemeinden sind durch einige rund 500 Meter hohe Erhebungen räumlich voneinander getrennt (Drachenfels, Großer Eyberg, Großer Mückenkopf). Der Siedlungsschwerpunkt befindet sich in der Stadt Dahn, welche mit ca. 4.460 Einwohnern die größte Ortsgemeinde darstellt, sowie weiter südlich entlang der Lauter mit den Ortsgemeinden Bruchweiler-Bärenbach und Bundenthal. Bis auf die Ortsgemeinden Dahn und Fischbach sind die Ortsgemeinden der VG Dahner Felsenland überwiegend von Wohngebieten mit niedrigem bis mittlerem Verdichtungsgrad geprägt. Die Stadt Dahn verfügt im Ortsteil Reichenbach entlang der Industriestraße über ein großes Gewerbegebiet. Ein weiteres Gewerbegebiet, das sich in zwei Abschnitte teilt (Gewerbepark Neudahn 1 und 2), befindet sich nördlich der Stadt Dahn entlang der B 427. Des Weiteren befindet sich unmittelbar nordwestlich des Fischbacher Ortsteils Petersbächel der Gewerbepark Fischbach.

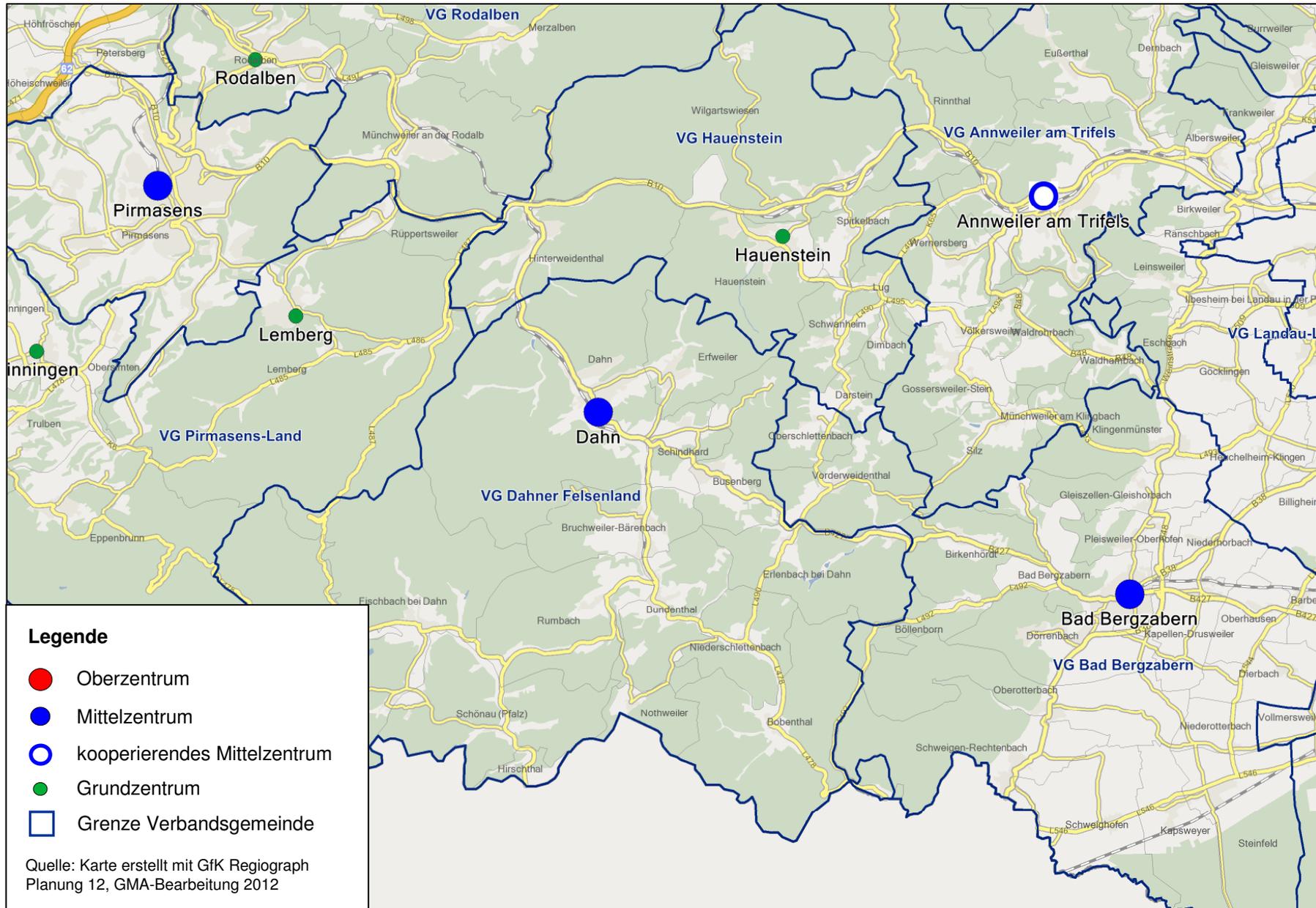
Die **Einzelhandelsstruktur** der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland wird im Wesentlichen von drei Standortbereichen geprägt:

- Die Stadt Dahn weist aufgrund ihrer zentralörtlichen Funktion als Mittelzentrum den höchsten Besatz an Einzelhandelsbetrieben auf. Im Kernort entlang der Pirmasenser Straße, Marktstraße und Schulstraße dominiert überwiegend kleinteiliger Fachhandel. Der Lebensmitteleinzelhandel hat sich einerseits nördlich der Kernstadt im Bereich der Pirmasenser Straße (Edeka, Penny) und andererseits im Süden der Kernstadt (SBK) etabliert. Des Weiteren existieren im Ortsteil Reichenbach zwei Lebensmitteldiscounter (Aldi, Lidl).
- Entlang der L 489 (Bahnhofstraße) befinden sich in den zusammenhängenden Ortsgemeinden Bundenthal und Bruchweiler-Bärenbach mehrere kleine Fachhändler. Daneben ist im Bereich Industriestraße / Rumbacher Straße in Bundenthal auf einen Lebensmittelmarkt (Wasgau) sowie einen Lebensmitteldiscounter (Netto) hinzuweisen.

- In der Ortsgemeinde Fischbach existieren entlang der Hauptstraße und der Bit-scher Straße einige Fachgeschäfte, vorwiegend aus dem Bereich Elektrogeräte. Des Weiteren hat sich im Ortskern ein Lebensmittelmarkt etabliert (Wasgau).
- In den übrigen Ortsgemeinden ist lediglich vereinzelt Einzelhandel vorzufinden. Dabei handelt es sich zumeist um Bäcker oder kleine Fachgeschäfte.

Die Stadt Dahn wie auch die übrigen Verbandsgemeinde weisen eine hohe **touristische Wertigkeit** auf. Neben der reizvollen Landschaft wirkt u. a. auch das Freizeitbad „Fels-land-Badeparadies“ mit jährlich rund 180.000 Besuchern (Bad und Sauna) als Besucher-magnet. Auch der Einzelhandel in der Verbandsgemeinde hat sich mit einem teilweise touristisch orientierten Angebot auf diese Nachfragekomponente eingestellt.

Karte 1: Lage der VG Dahner Felsenland und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



2. Aktueller Einzelhandelsbestand in der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland

Die nachfolgenden Daten beruhen auf einer vollständigen Erhebung des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland im Juli 2012. Dabei wurden die Betriebe nach ihrem Umsatzschwerpunkt einzelnen Warengruppen zugeordnet. Zusätzlich erfolgte eine Einteilung nach der Fristigkeit der Waren in kurz-, mittel- und langfristige Bedarfsbereiche. In Anlehnung an das von der Handels- und Gaststättenzählung verwendete Gliederungsschema, ergibt sich nachfolgende Unterteilung in Warengruppen:

Überwiegend kurzfristige Bedarfsdeckung

- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk)
- Waren der Gesundheits- und Körperpflege
- Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf

Überwiegend mittelfristige Bedarfsdeckung

- Bücher, Papier-, Büro-, Schreib-, Spielwaren, Zeitschriften
- Bekleidung, Textilien
- Schuhe, Lederwaren, Sportartikel

Überwiegend langfristige Bedarfsdeckung

- Elektrowaren (Elektrogroß- und -kleingeräte, Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger, Lampen und Leuchten, Computer, Telefone, Fotowaren)
- Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel
- Möbel, Einrichtungsgegenstände
- Heimtextilien, Raumausstattung
- Heimwerkerbedarf
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstige Waren (u. a. Autozubehör, Sportgroßgeräte, Musikalien, Waffen).

Zum Zeitpunkt der Erhebung waren in der Verbandsgemeinde Dahn insgesamt **145 Betriebe** des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer **Gesamtverkaufsfläche von ca. 20.520 m²** ansässig.

Hiervon entfallen auf **Nahrungs- und Genussmittel**

- 60 Betriebe (= ca. 41 % des Gesamtbestandes)
- ca. 9.880 m² VK (= ca. 48 % der Gesamtverkaufsfläche).

Auf **Nichtlebensmittel** entfallen

- 85 Betriebe (= ca. 59 % des Gesamtbestandes)
- ca. 10.640 m² VK (= ca. 52 % der Gesamtverkaufsfläche).

Die Betrachtung des Einzelhandelsbestandes nach **Ortsgemeinden** differenziert (vgl. Tabelle 4), macht deutlich, dass ein Großteil der Einzelhandelsbetriebe und auch der Verkaufsflächen in Der Stadt Dahn ansässig sind (ca. 72 %). Ca. 10 % der Gesamtverkaufsfläche entfallen auf Bundenthal, ca. 9 % auf Fischbach. Die übrigen Ortsgemeinden haben mit insgesamt ca. 9 % hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile nur eine untergeordnete Bedeutung.

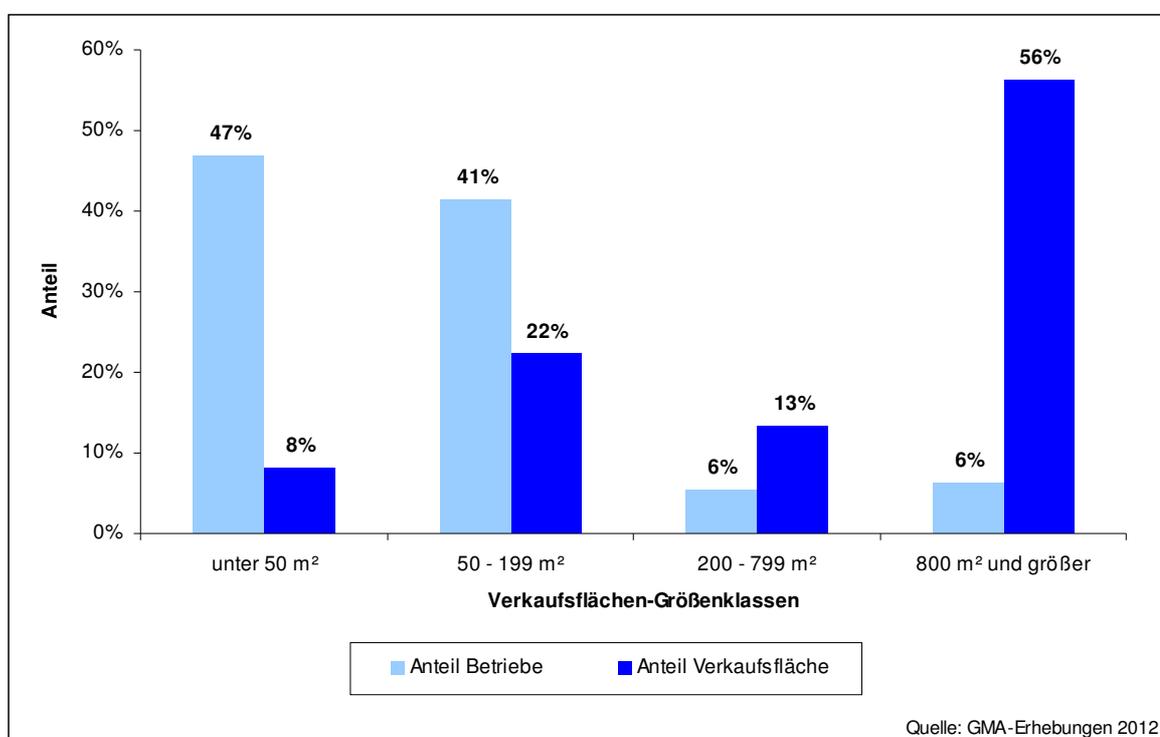
Tabelle 4: Einzelhandelsbestand der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland

Daten Warengruppen	Nahrungs- und Genussmittel		Nicht-Lebensmittel		Einzelhandel insgesamt	
	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK in m ²	Betriebe	VK in m ²
Dahn	22	6.490	51	8.225	73	14.715
Bundenthal	6	1.680	4	455	10	2.135
Fischbach	10	1.100	10	800	20	1.900
Restliche OG	22	610	20	1.160	42	1.770
Gesamt	60	9.880	85	10.640	145	20.520

Quelle: GMA-Erhebung 2012, ca.-Werte gerundet

Die Analyse der **Größenstruktur** macht deutlich, dass der Einzelhandelsbestand stark von Kleinbetrieben dominiert wird. So liegt die rechnerische Durchschnittsgröße der Geschäfte bei 142 m² Verkaufsfläche. Dieser Wert ist deutlich niedriger als der Durchschnitt des Bundesgebietes (240 m² VK). In der Tat verfügen ca. 88 % der Betriebe über weniger als 200 m² Verkaufsfläche (vgl. Abbildung 5). Diese Betriebe repräsentieren jedoch nur einen Verkaufsflächenanteil am Gesamtbestand von ca. 30 %. Anbieter über 200 m² Verkaufsfläche machen hingegen nur ca. 12 % des Betriebsbestands aus, nehmen jedoch einen Verkaufsflächenanteil von ca. 70 % ein.

Abbildung 5: Einzelhandelsbestand der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland nach Größenklassen



Hinsichtlich der **Betriebstypenstruktur** wird der lokale Einzelhandel von Fachgeschäften dominiert. Von den insgesamt 145 Einzelhandelsbetrieben sind 127 Anbieter diesem Segment zuzuordnen. Daneben existieren vier Supermärkte (SBK und Edeka, Dahn; Wasgau in Bundenthal und Fischbach), vier Lebensmitteldiscounter (Aldi, Lidl und Penny in Dahn; Netto in Bundenthal) und drei Fachmärkte, drei Tankstellenshops sowie einige Direktvermarkter bzw. Fabrikverkäufe.

Tabelle 5: Betriebstypenstruktur des Einzelhandels in der VG Dahner Felsenland

Betriebstypen	Anteil Betriebe in %	Anteil Verkaufsfläche in %
Nahrungs- und Genussmittel		
Fachgeschäft	78	12
Supermarkt / SB-Warenhaus	7	47
Lebensmitteldiscounter	7	34
sonst. Betriebstypen (inkl. FM)	8	7
Nahrungs- und Genussmittel gesamt	100	100
Nichtlebensmittel		
Fachgeschäft	94	81
sonst. Betriebstypen (inkl. FM)	6	19
Nichtlebensmittel gesamt	100	100
Quelle: GMA 2012, ca.-Werte gerundet		

3. Einzelhandelsausstattung der VG Dahner Felsenland im Vergleich mit anderen Gemeinden

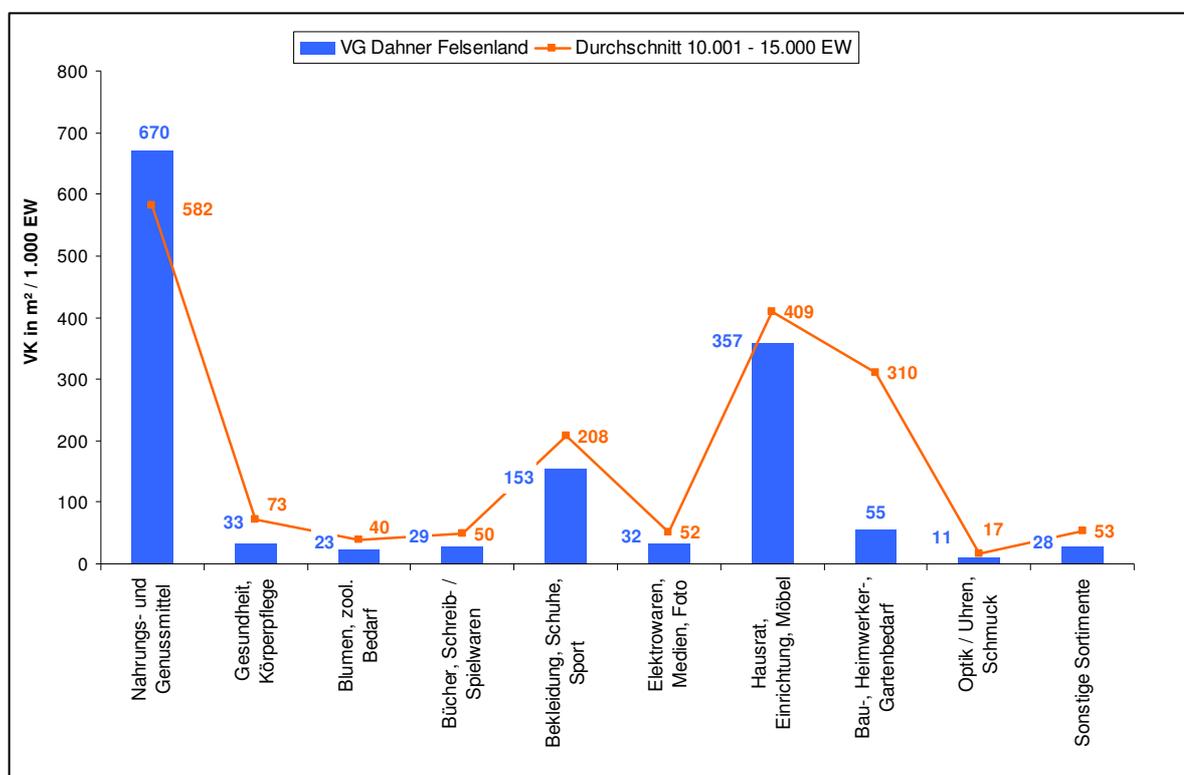
Für ein besseres Verständnis der Einzelhandelsausstattung ist es hilfreich, die Situation im Vergleich mit anderen Kommunen zu betrachten. Grundlage hierfür sind sogenannte Versorgungskennziffern, die die Einzelhandelsausstattung der Kommunen auf die Einwohnerzahl beziehen und somit vergleichbar machen:

- Die Verbandsgemeinde Dahner Felsenland verfügt im gesamten Einzelhandel über ca. 9,9 **Arbeitsstätten** je 1.000 Einwohner. Davon entfallen ca. 4,1 Arbeitsstätten auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor und ca. 5,8 Arbeitsstätten auf den Nichtlebensmittelsektor.
- Bezogen auf 1.000 Einwohner existiert im Bereich der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland ein **Verkaufsflächenbesatz** von ca. 1.390 m² Verkaufsfläche, davon ca. 670 m² im Nahrungs- und Genussmittelsektor und ca. 720 m² im Nichtlebensmittelsektor.

Zum regionalen Vergleich dienen Durchschnittswerte einer GMA-Kennzifferstudie. Allerdings sind diese Vergleichskennziffern nicht als Zielgröße oder Richtwert zu verstehen, sondern sollen lediglich der Vergleichbarkeit dienen.

Im Lebensmittelbereich wird eine leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung transparent (vgl. Abbildung 6). Die GMA-Kennziffer zeigt hier einen etwas niedrigeren Wert. Im Nichtlebensmittelbereich wird hingegen durchweg ein unterdurchschnittlicher Ausstattungsgrad erreicht.

Abbildung 6: Ausstattungskennziffern im Vergleich



Der leicht überdurchschnittliche Wert im Lebensmittelbereich verdeutlicht insbesondere die Bedeutung der Stadt Dahn, in der der weitaus größte Teil des Lebensmitteleinzelhandel in der Verbandsgemeinde etabliert ist, als Mittelzentrum. Auch die Versorgungsfunktion für die beachtliche Zahl an Übernachtungs- und Tagesgästen kommt hier zum Ausdruck. Der niedrige Wert im Bereich Gesundheit / Körperpflege ist insbesondere der vor kurzem erfolgten Schließung der Schlecker-Filialen in Folge der Unternehmensinsolvenz geschuldet.

Die niedrigen Ausstattungswerte im übrigen Nichtlebensmittelbereich spiegeln das begrenzte Nachfragepotenzial in der Verbandsgemeinde bzw. im Einzugsgebiet wider. Für verschiedene Angebotsformate lässt sich dadurch eine wirtschaftliche Tragfähigkeit nicht darstellen. So hat die Mehrzahl der großen deutschlandweit tätigen Filialisten Standortanforderungen, die in der Stadt Dahn bzw. der Verbandsgemeinde unterschritten werden. Entsprechend ist die GMA-Kennziffer für die VG Dahner Felsenland auch nicht als „Zielgröße“ anzusehen.

Zusammenfassend ist auf die besondere Bedeutung des Lebensmitteleinzelhandels und des sonstigen kurzfristigen Bedarfsbereiches für die Ausstrahlung des Mittelzentrums Dahn hinzuweisen. Während für größere Mittelzentren meist vordergründig der mittelfristige Bedarfsbereich ausschlaggebend für die Zentralität und die Marktreichweite sind, liegen für dieses Segment in Dahn aufgrund der begrenzten Nachfragepotenzials nur begrenzte Entwicklungsmöglichkeiten vor. Um die hohe Umlandbedeutung aufrecht zu erhalten ist es für die Stadt Dahn daher besonders wichtig, mit einem modernen und umfassenden Angebot in den Bereichen Lebensmitteleinzelhandel und im sonstigen kurzfristigen Bedarfsbereich Kundschaft aus der Region anzusprechen.

III. Nachfragestruktur im Einzelhandel

1. Marktgebiet und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Marktgebietes stellt die wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Es dient der Berechnung der Kaufkraftströme für die Verbandsgemeinde Dahenr Felsenland. Als Marktgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

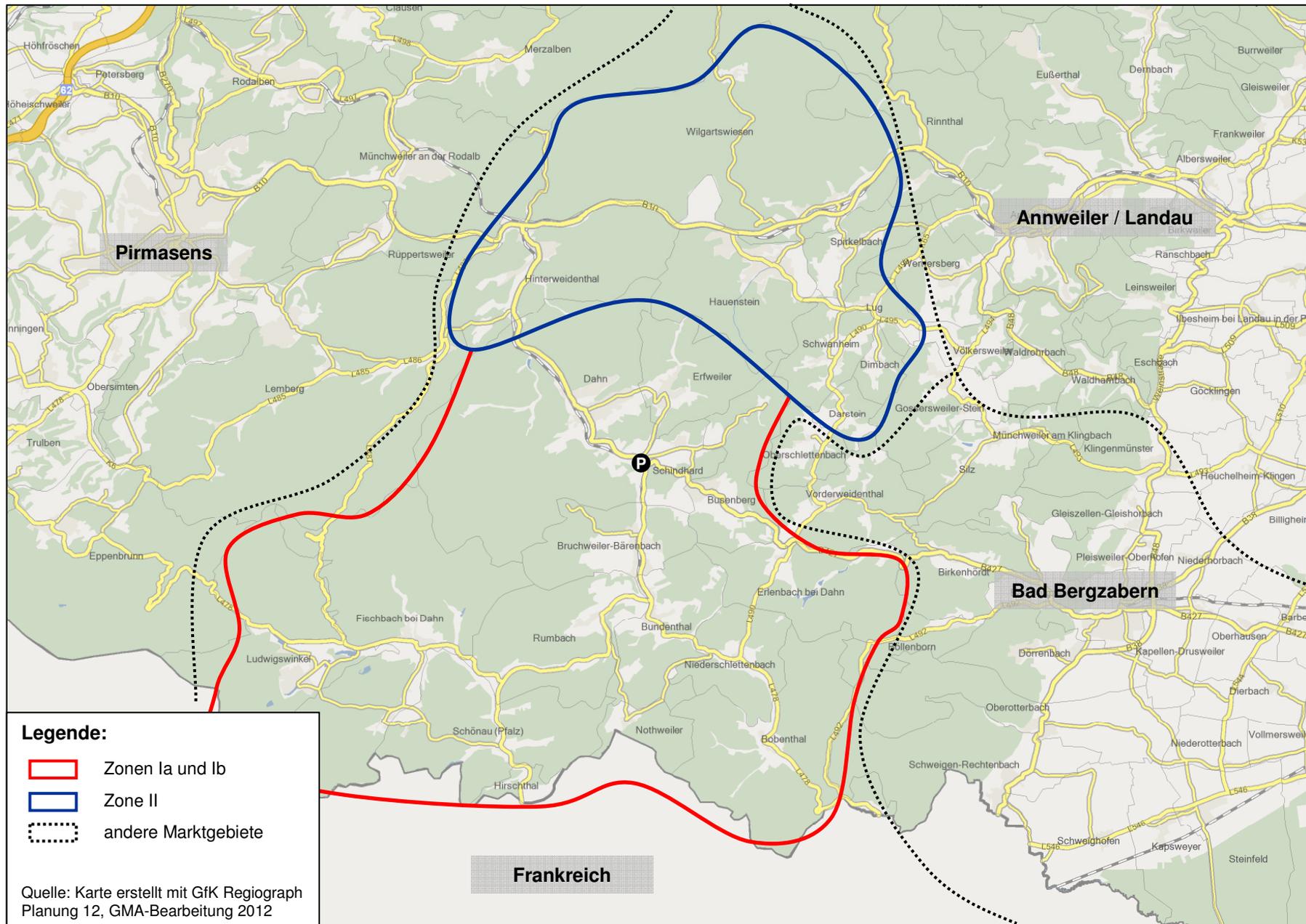
Zur Abgrenzung und Einteilung des Marktgebietes wurden folgende Kriterien herangezogen:

- wesentliche Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Topografie, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur) und die daraus zu ziehenden Schlussfolgerungen
- die Verkehrserschließung im Untersuchungsraum und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- die Angebotssituation in den umliegenden Städten und Gemeinden
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region.

Als Marktgebiet des Einzelhandels in der Stadt Dahn kann im wesentlichen der Mittelbereich des Mittelzentrums Dahn eingeordnet werden. Dieser umfasst neben der VG Dahner Felsenland auch die nördlich angrenzende VG Hauenstein. Das Marktgebiet stellt sich entsprechend wie folgt dar:

▪	Zone Ia:	Stadt Dahn	ca. 4.460 Einwohner
▪	Zone Ib:	übrige VG Dahn	ca. 10.290 Einwohner
▪	Zone II:	VG Hauenstein	ca. 8.920 Einwohner
▪	Zone I – II:	Marktgebiet insgesamt	ca. 23.670 Einwohner

Karte 2: Marktgebiet der Stadt Dahn



Beim überwiegenden Teil der Anbieter in den übrigen Ortsgemeinden der VG Dahner Felsenland kann davon ausgegangen werden, dass sie keine regionale Bedeutung aufweisen sondern vielmehr der Deckung der lokalen Grundversorgung dienen. Wegen der Nahlage untereinander sind jedoch Austauschbeziehungen zwischen den Ortsgemeinden vorhanden.

2. Kaufkraftpotenzial

2.1 Grundlagen der Kaufkraftberechnung

Die Berechnung der seitens der erschließbaren Nachfragepotenziale wird speziell für die Wirtschaftsgruppe Ladeneinzelhandel und Ladenhandwerk vorgenommen. Als Grundlage dienen aktuelle Daten des statistischen Landesamtes sowie GMA-Kaufkraftwerte.

Die einzelhandelsrelevante Nachfrage (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) für die abgegrenzten Bedarfsgüter liegt laut GMA-Berechnungen bei ca. 5.349 € pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland. Davon entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor ca. 1.810 € p. a., auf den gesamten Nichtlebensmittelsektor ca. 3.539 € p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. Alle Ortsgemeinden verfügen jeweils über einen leicht unterdurchschnittlichen Kaufkraftkoeffizienten.¹

2.2 Kaufkraftvolumen

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren ergibt sich für das Marktgebiet der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland das in Tabelle 6 dargestellte einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial.

¹ Die GfK Nürnberg errechnet die Kaufkraftkoeffizienten auf der Grundlage der Steuerstatistik. Für die Verbandsgemeinde Dahner Felsenland werden folgende Werte ausgewiesen: Dahn = 99,3; Bobenthal = 90,7; Bruchweiler-Bärenbach = 92,6; Bundenthal = 99,7; Busenberg = 95,3; Erfweiler = 97,4; Erlenbach bei Dahn = 100,0; Fischbach bei Dahn = 93,1; Ludwigswinkel = 91,1; Niederschlettenbach = 98,1; Nothweiler = 96,2; Rumbach = 92,5; Schindhard = 98,0; Schönau (Pfalz) = 88,9; Hirschthal = 88,3.

Tabelle 6: Kaufkraft im Marktgebiet

Daten Hauptwarengruppe	Kaufkraft in Mio. €			
	Raumeinheit			Marktgebiet gesamt
	Zone Ia (Stadt Dahn)	Zone Ib (restl. VG Dahner Fel- senland)	Zone II (VG Hauenstein)	
Nahrungs- und Genussmittel	8,0	17,6	15,5	41,1
Gesundheit, Körperpflege	2,9	6,3	5,5	14,7
Blumen, zool. Bedarf	0,5	1,1	1,0	2,6
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1,2	2,6	2,2	6,0
Bekleidung, Schuhe, Sport	3,0	6,7	5,9	15,6
Elektrowaren, Medien, Foto	2,2	4,8	4,2	11,2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2,3	5,1	4,4	11,8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	2,0	4,4	3,9	10,3
Optik / Uhren, Schmuck	0,5	1,0	0,9	2,4
Sonstige Sortimente	1,1	2,4	2,1	5,6
Nichtlebensmittel insg.	15,7	34,4	30,1	80,2
Einzelhandel insg.	23,7	52,0	45,6	121,3

Quelle: GMA-Berechnungen 2012 (ca.-Werte, gerundet).

Zusätzlich zum Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet ist auf das Nachfragepotenzial durch Übernachtungs- und Tagesgäste hinzuweisen. Weiterhin entsteht durch Grenzgänger aus Frankreich eine zusätzliche selektive Nachfrage.

3. Zentralität

Für den gesamten Einzelhandel der VG Dahner Felsenland kann eine jährliche Brutto-Umsatzleistung von ca. 71,3 Mio. € veranschlagt werden. Von diesem Gesamtumsatz entfielen auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor ca. 39,7 Mio. € und auf den Nichtlebensmittelsektor ca. 31,6 Mio. €. Neben den Umsätzen mit den Einwohnern der VG Dah-

ner Felsenland sind auch Kaufkraftzuflüsse von außerhalb, z. B. durch Touristen, zu berücksichtigen.

Durch Gegenüberstellung des ermittelten Nachfragepotenzials in der VG Dahner Felsenland (Zonen Ia und Ib) und der Umsatzwerte können die Zentralitätswerte errechnet werden. Dies erfolgt dabei getrennt für die Segmente Nahrungs- und Genussmittel und Nichtlebensmittel sowie für den Einzelhandel insgesamt.

Für den Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** beträgt die Zentralität

$$\begin{array}{l} \text{ca. 39,7 Mio. €} \\ \text{(Umsatz in der} \\ \text{VG Dahner Felsenland)} \end{array} : \begin{array}{l} \text{ca. 25,6 Mio. €} \\ \text{(Kaufkraft in der} \\ \text{VG Dahner Felsenland)} \end{array} = \text{ca. 155 \%}$$

Für den Bereich **Nichtlebensmittel** beträgt die Zentralität

$$\begin{array}{l} \text{ca. 31,6 Mio. €} \\ \text{(Umsatz in der} \\ \text{VG Dahner Felsenland)} \end{array} : \begin{array}{l} \text{ca. 50,1 Mio. €} \\ \text{(Kaufkraft in der} \\ \text{VG Dahner Felsenland)} \end{array} = \text{ca. 63 \%}$$

Für den **Einzelhandel insgesamt** beträgt die Zentralität

$$\begin{array}{l} \text{ca. 71,3 Mio. €} \\ \text{(Umsatz in der} \\ \text{VG Dahner Felsenland)} \end{array} : \begin{array}{l} \text{ca. 75,7 Mio. €} \\ \text{(Kaufkraft in der} \\ \text{VG Dahner Felsenland)} \end{array} = \text{ca. 94 \%}$$

IV. Entwicklungspotenziale der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland

1. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose für das Jahr 2020

Die Entwicklung des Kaufkraftvolumens im Marktgebiet der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland bis zum Prognosehorizont 2020 ist neben konjunkturellen Einflüssen auch von der künftigen Entwicklung des Verbraucherverhaltens sowie der soziodemografischen Entwicklung abhängig.

Unter Berücksichtigung der Prognose des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz zur zukünftigen Einwohnerentwicklung ist für die Verbandsgemeinde Dahner Felsenland zukünftig eine leicht rückläufige Einwohnerentwicklung zu erwarten. Demnach werden im Prognosejahr 2020 ca. 13.790 Einwohner¹ im Verbandsgemeindegebiet leben, was eine Abnahme von ca. 6,5 % gegenüber dem aktuellen Stand entspricht. Auch im überörtlichen Marktgebiet (VG Hauenstein) ist mit einer rückläufigen Einwohnerzahl zu rechnen (- 4,6 %).

Auf Grundlage dieser Bevölkerungsentwicklung ergeben sich für das Prognosejahr 2020 die in Tabelle 7 dargestellten Kaufkraftvolumina. Damit ist gegenüber dem aktuellen Stand eine Kaufkraftabnahme zu erwarten. Diese beträgt:

- im Lebensmittelbereich ca. - 1,9 Mio. €
- im Nichtlebensmittelbereich ca. - 1,2 Mio. €.

¹ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; zweite kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung (Basisjahr 2006).

Tabelle 7: Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland 2020

Daten Hauptwarengruppe	Kaufkraft in Mio. €			
	Raumeinheit			Marktgebiet gesamt
	Zone Ia (Stadt Dahn)	Zone Ib (restl. VG Dahner Felsenland)	Zone II (VG Hauen- stein)	
Nahrungs- und Genussmittel	7,6	16,7	14,9	39,2
Gesundheit, Körperpflege	2,9	6,5	5,8	15,2
Blumen, zool. Bedarf	0,5	1,1	1,0	2,6
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1,1	2,5	2,2	5,8
Bekleidung, Schuhe, Sport	2,9	6,4	5,7	15,0
Elektrowaren, Medien, Foto	2,1	4,7	4,2	11,0
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2,2	4,9	4,4	11,5
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1,9	4,2	3,8	9,9
Optik / Uhren, Schmuck	0,5	1,0	0,9	2,4
Sonstige Sortimente	1,1	2,4	2,1	5,6
Nichtlebensmittel insg.	15,2	33,7	30,1	79,0
Einzelhandel insg.	22,8	50,4	45,0	118,2

Quelle: GMA-Berechnungen 2012 (ca.-Werte, gerundet).

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale der Verbandsgemeinde

Vor dem Hintergrund der zukünftigen Entwicklung des Nachfragepotenzials sowie der bestehenden regionalen Angebotssituation in den verschiedenen Einzelhandelsbranchen (vgl. Kapitel II 4.) können für die Verbandsgemeinde wie folgt eingeschätzt werden:

- Nahrungs- und Genussmittel:** Im Lebensmittelbereich ist für die VG insgesamt, wie bereits dargelegt, quantitativ eine leicht überdurchschnittliche Ausstattung festzuhalten. Allerdings ist qualitativ auf das Fehlen eines modernen, frischeorientierten Vollsortimenters hinzuweisen. Die vorhandenen Anbieter sind aus verschiedenen Gründen (insb. Dimensionierung, Marktauftritt) als nur bedingt zeitgemäß einzuordnen. Auch der mit Abstand größte Anbieter SBK in Dahn stellt mit seinem umfangreichen Nichtlebensmittel-Randsortiment einen Sonderfall dar. Im Discountsegment sind hingegen modern aufgestellte Märkte vorhanden.

- **Gesundheit, Körperpflege:** Auch in diesem Segment ist die Verbandsgemeinde unterdurchschnittlich ausgestattet. Während sich im Apothekenbereich kein Potenzial für einen weiteren Betrieb ableiten lässt¹, sind im Drogeriewarenbereich Entwicklungsmöglichkeiten zu sehen. Insbesondere nach der Insolvenz der Fa. Schlecker ist hier ein erhebliches Defizit festzustellen. Mit rund 14.740 Einwohnern verfügt die Verbandsgemeinde insgesamt über ein mehr als ausreichendes Potenzial für mindestens einen modernen Drogeriemarkt (ab 500 m² Verkaufsfläche).
- In den **sonstigen Sortimentsbereichen** sind vor dem Hintergrund des Nachfragepotenzials nur begrenzten Entwicklungspotenziale i. S. einer Ansiedlung zusätzlicher Verkaufsflächen abzusehen. Für die bestehenden Einzelhandelsbetriebe sollte das Hauptaugenmerk auf die Bestandssicherung und ggf. Modernisierung gelegt werden. Dabei ist festzuhalten, dass sich der Marktauftritt einiger Anbieter desuboptimal darstellt. Die Ergänzung des vorhandenen Angebotes durch moderne Filialisten (z. B. im Bekleidungssektor) wäre zwar grundsätzlich wünschenswert, allerdings erfüllt die Verbandsgemeinde mit der begrenzten Einwohnerzahl und der zusätzlich räumlich zergliederten Siedlungsstruktur in den meisten Fällen nicht die Expansionsanforderungen der Betreiber.

Zusammenfassend kann damit hinsichtlich der Entwicklungspotenziale für die Verbandsgemeinde Dahner Felsenland festgehalten werden:

- Im **Lebensmittel- und im Drogeriewarenbereich** ist eine qualitative, im Drogeriewarenbereich auch quantitative Entwicklungspotenziale vorhanden. Hier ist auch die Ansiedlung zusätzlicher moderner Anbieter (Lebensmittelmärkte, Drogeriefachmarkt) realistisch. Im Lebensmittelbereich sollte dabei die Ansiedlung eines modernen Lebensmittel-Vollsortimenters angestrebt werden.
- Im **Nichtlebensmittelbereich** sind aufgrund der Siedlungsstruktur sowie des Nachfragepotenzials nur sehr begrenzte Potenziale für zusätzliche Verkaufsflächen zu sehen. Die Etablierung zusätzlicher Betriebe setzt entweder die Belegung einer Marktnische oder aber ein überdurchschnittlich attraktives Angebot bzw. Vermarktungskonzept voraus.

¹ In Deutschland existieren je 1.000 Einwohner im Schnitt ca. 0,26 – 0,27 Apotheken. Für die Verbandsgemeinde Dahner Felsenland errechnet sich mit insgesamt 4 bestehenden Betrieben eine Ausstattungskennziffer von 0,27 Apotheken je 1.000 Einwohner.

V. Einzelhandelskonzept für die Stadt Dahn

1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes

Zur Sicherung und gezielten Weiterentwicklung des Einzelhandels ist die Verabschiedung eines Einzelhandelskonzeptes zu empfehlen, welches künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung herangezogen werden sollte.

Als **wesentliche Zielsetzungen** des Einzelhandelskonzeptes sind zu formulieren:

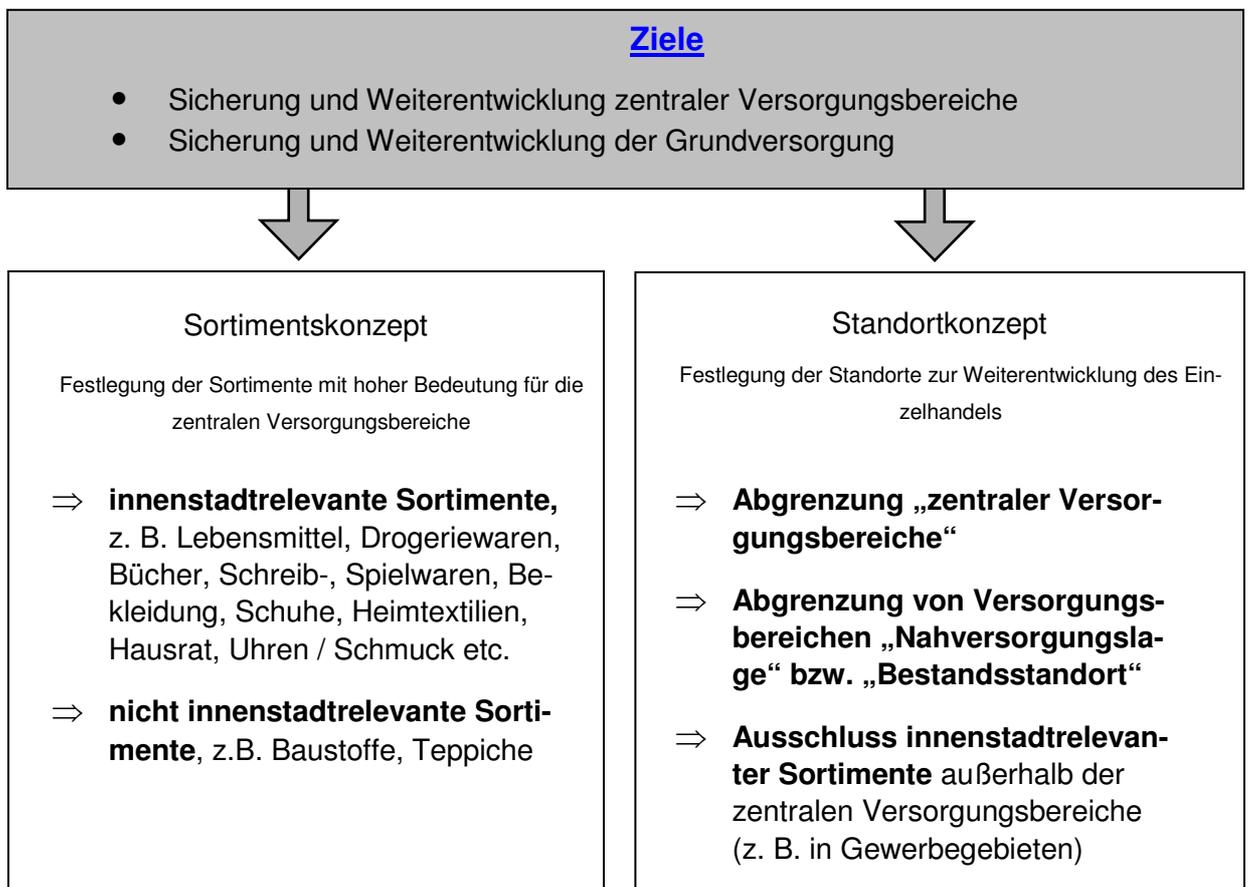
- Erhalt und Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Dahn
- Sicherung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches
- Sicherung und Weiterentwicklung einer Grundversorgung mit Lebensmitteln
- verbesserte Erschließung touristischer Potenziale für den Einzelhandel, insb. für den innerstädtischen Einzelhandel in der Stadt Dahn.

Eine geordnete Weiterentwicklung des Einzelhandels erfordert die Beachtung zweier städtebaulich relevanter Kernpunkte (vgl. Abbildung 7):

- die Erstellung eines sortimentsbezogenen Leitbildes der Stadtentwicklungsplanung, das als Grundlage für die weitere Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben heranzuziehen ist (= **Sortimentskonzept**),
- die Formulierung von räumlichen Prioritäten hinsichtlich der Weiterentwicklung der Flächen des Einzelhandels nach Standorten (= **Standortkonzept**).

Mit dem vorgeschlagenen Sortiments- und Standortkonzept sollen die Rahmenbedingungen für eine zukunftsorientierte und geordnete Stadtentwicklung geschaffen werden. Es ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass ein Zentrenkonzept nur die entsprechenden Rahmenbedingungen für eine adäquate Entwicklung bereitstellt. Es entbindet jedoch nicht von weiteren aktiven Modernisierungs- und Aufwertungsmaßnahmen an städtebaulich gewünschten Standorten (v. a. in den zentralen Lagen).

Abbildung 7: Standort- und Sortimentskonzept



Quelle: GMA 2012

2. Standortkonzept

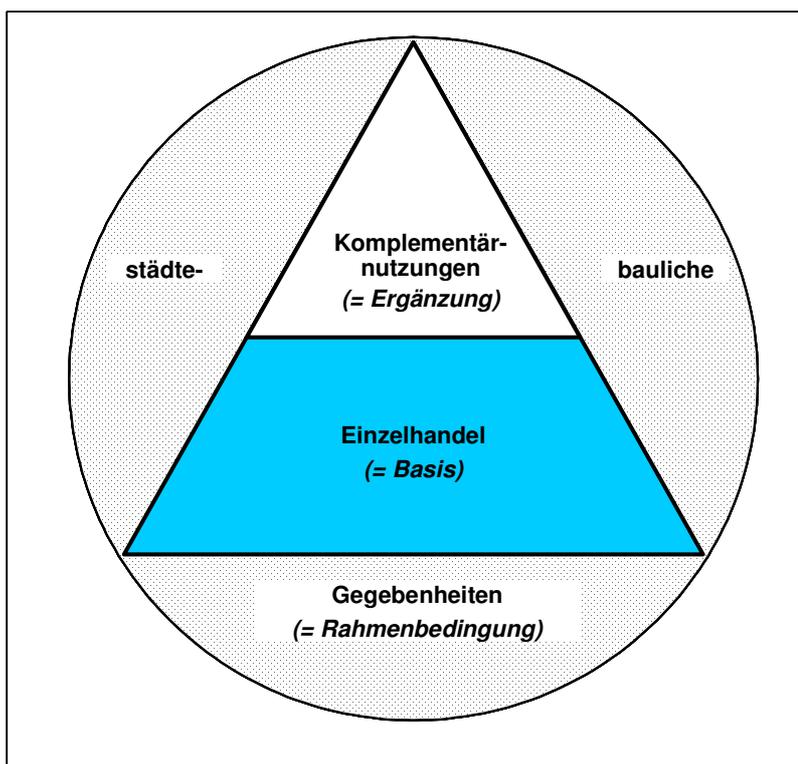
2.1 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche übernehmen die Funktion eines Zentrums zur Versorgung der Gemeinde bzw. eines Teilbereichs der Gemeinde mit einem bestimmten Spektrum an Waren und Dienstleistungen. Es handelt sich um schutzwürdige Bereiche im Sinne des Baugesetzes, d. h. diese Bereiche dürfen durch Einzelhandelsneuan siedlungen in der Kommune und in Nachbarkommunen nicht geschädigt werden

Bei der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche kommt dem Einzelhandel eine konstituierende Funktion zu. Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen und vom Kunden

als zusammenhängende Versorgungslage wahrgenommen werden. Als Maßstab kann hier die fußläufige Erreichbarkeit und ein Geschäftsbesatz ohne bzw. nur mit kleineren Lücken angesetzt werden. Eine ausreichend hohe Kundenfrequenz wird häufig maßgeblich von größeren „Magnetbetrieben“ gewährleistet. Jedoch kann sich die Attraktivität eines zentralen Versorgungsbereiches auch aus einer bestimmten Anzahl kleinerer Betriebe begründen, sofern eine hohe Funktionsdichte gegeben ist. Ergänzend werden bei der Abgrenzung die Standorte öffentlicher und privater Dienstleistungen berücksichtigt. Zur Abrundung kommen darüber hinaus städtebauliche Gegebenheiten (z.B. Ringstraße, Topographie, markanter Wechsel der Bebauungsstruktur) sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z.B. Rathaus, Stadthalle) zum Tragen (vgl. Abbildung 8).

Abbildung 8: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche



Quelle: GMA-Darstellung 2012.

2.2 Versorgungsbereiche in der Stadt Dahn

Auf Basis der aktuellen GMA-Erhebung und der vorstehend aufgeführten Abgrenzungskriterien kann **in der Stadt Dahn ein zentraler Versorgungsbereich** ausgewiesen werden. Neben dem Einzelhandelsangebot bedingen Gastronomie- und Dienstleistungsanbieter sowie Verwaltungseinrichtungen eine umfassende Multifunktionalität. Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich lässt sich wie folgt charakterisieren (vgl. Karte 3):

- Der zentrale Versorgungsbereich weist verdichteten Geschäftsbesatz v. a. entlang von Pirmasenser Straße, Marktstraße und Schulstraße auf. Auch in den daran angrenzenden Lagen (insb. Hasenbergstraße, Kirchgasse / Kanalstraße) findet sich teilweise Geschäftsbesatz, allerdings nicht durchgängig. Es handelt um überwiegend kleinstrukturierte Fachhandelsangebote mit Ladenflächen unter 200 m² Verkaufsfläche. Einziger großflächiger Anbieter (> 800 m² VK) ist Möbel Naab in der Hasenbergstraße.
- Der zentrale Versorgungsbereich weist, angesichts der Stadtgröße, eine beachtliche räumliche Ausdehnung auf (Distanz Nordwest – Südost ca. 600 m). Eine funktionale Anbindung an die außerhalb gelegenen größeren Lebensmittelmärkte (SBK, Edeka, Penny) besteht nicht. Fußläufige Kundenaustauschbeziehungen finden nur sehr eingeschränkt statt. Die Schaffung einer funktionalen Anbindung zwischen zentralem Versorgungsbereich und den Lebensmittelmärkten ist angesichts der schon heute großen räumlichen Ausdehnung wenig realistisch.
- Im zentralen Versorgungsbereich oder direkt angrenzenden Bereichen sind keine größeren Freiflächen vorhanden, die sich für die Ansiedlung größerer Einzelhandelsbetriebe eignen würden.

Da innerhalb der überwiegend kleinteiligen innerstädtischen Strukturen die Ansiedlung moderner Lebensmittelmärkte nur in seltenen Fällen möglich ist, mussten diese Anbieter (SBK, Edeka, Penny, Aldi, Lidl) auch in der Stadt Dahn außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden. Diese Märkte außerhalb der Stadtmitte übernehmen eine wichtige Funktion hinsichtlich der wohnortnahen Versorgung. Darum wurden die Standorte der größeren Lebensmittelmärkte in der Stadt Dahn als Versorgungsbereiche der Kategorie „**Bestandsstandort**“ ausgewiesen. Im Einzelnen umfasst diese Ausweisung folgende Standortlagen:

- Bestandsstandort - Weißenburger Straße (u. a. SBK, SBK-Getränke)
- Bestandsstandort - Pirmasenser Straße (u. a. E aktiv markt Kappes, Penny)
- Bestandsstandort - An der Reichenbach, Ortsteil Reichenbach (Lidl)
- Bestandsstandort - Industriestraße, Ortsteil Reichenbach (Aldi).

2.3 Versorgungsbereiche in den übrigen Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde

Für die übrigen Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland können auf Basis der aktuellen GMA-Erhebung und der vorstehend aufgeführten Abgrenzungskriterien keine zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen werden. In den meisten Ortsgemeinden sind nur wenige Einzelhandelsbetriebe vorhanden. Keine oder jeweils weniger als fünf Einzelhandelsbetriebe finden sich in **Bobenthal, Busenberg, Erlenbach, Hirschtal, Ludwigswinkel, Niederschlettenbach, Nothweiler, Rumbach sowie Schönau**. Ebenfalls nur ein geringer Einzelhandelsbesatz ist mit sechs Betrieben in **Erfweiler** sowie jeweils 10 Betrieben in **Schindhard und Bruchweiler-Bärenbach** vorhanden. Dabei handelt es sich ausschließlich um Kleinflächenanbieter mit jeweils deutlich unter 200 m² Verkaufsfläche.

In **Bundenthal** finden sich unter den 10 Einzelhandelsbetrieben mit den Lebensmittelmärkten Netto (Hauptstraße) und Wasgau (Industriestraße) zwei Betriebe an der Grenze zur Großflächigkeit (je ca. 800 m² Verkaufsfläche). Mit insgesamt ca. 2.100 m² verfügt die Ortsgemeinde nach Dahn auch über die umfangreichste Verkaufsflächenausstattung. Allerdings ist hier keine größere und funktional zusammenhängende Einkaufslage i. S. eines innerörtlichen zentralen Versorgungsbereiches ausgebildet. Jedoch erfüllen die zwei Lebensmittelmärkte eine wichtige Versorgungsbedeutung und wurden daher jeweils als **Versorgungsbereiche der Kategorie „Bestandsstandort“** ausgewiesen. Damit umfasst die Ausweisung von Versorgungsbereichen in der Ortsgemeinde Bundenthal folgende Standortlagen:

- Bestandsstandort - Industriestraße (Wasgau)
- Bestandsstandort - Hauptstraße (Netto).

Zur langfristigen Sicherung der Nahversorgung wäre es grundsätzlich vorteilhaft, den bestehenden Lebensmittelmärkten bei Bedarf Entwicklungsperspektiven i. S. einer Verkaufs-

flächenvergrößerung ermöglichen zu können. Allerdings ist festzuhalten, dass beide Märkte bereits heute über rund 800 m² Verkaufsfläche verfügen, was dem Schwellenwert der Großflächigkeit entspricht. Einer Erweiterung stehen entsprechend raumordnerische Ziele entgegen, da die Ortsgemeinde Bundenthal kein zentraler Ort ist und auch die Mindesteinwohnerzahl für eine Ausnahmeregelung gem. LEP IV (min. 3.000 Einwohner) bei weitem unterschritten wird.

Der hinsichtlich der Betriebszahl neben der Stadt Dahn umfangreichste Einzelhandelsbesatz findet sich in der Ortsgemeinde **Fischbach** mit 20 Einzelhandelsbetrieben und insgesamt ca. 1.900 m² Verkaufsfläche. Die Einzelhandelsstrukturen lassen sich hier wie folgt charakterisieren:

- Räumlich liegt der Schwerpunkt entlang der Hauptstraße, wobei der Einzelhandelsbesatz hier mehrere Lücken aufweist, sowie im Einmündungsbereich Hanauerweg / Bitscher Straße (Wasgau).
- Die Betriebsgrößenstruktur ist einerseits vom Wasgau-Supermarkt, der leicht oberhalb dem Schwellenwert der Großflächigkeit liegt, sowie andererseits von Kleinflächenbetrieben mit max. 200 m² geprägt.
- Branchenseitig sind zwei Schwerpunkte festzustellen:
 - Die Hälfte der Betriebe entfällt auf Nahrungs- und Genussmittel. Neben dem Wasgau-Markt sind mehrere Bäckereien und Getränkeanbieter, eine Metzgerei, ein Hofladen sowie ein Tankstellenshop vorhanden.
 - Weitere 8 Betriebe sind dem langfristigen Bedarf zuzuordnen, die zudem teilweise schwerpunktmäßig auf die touristische Nachfrage ausgerichtet sind. Zum überwiegend langfristigen Bedarfsbereich zählen die vorhandenen Betriebe aus den Segmenten Elektrowaren, Holz(-kunst) / Möbel und Baustoffe.

Sehr gering ist entsprechend das Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich, wo sich lediglich Kleinanbieter für Blumen und Wäsche finden.

Zusammenfassend kann für die Ortsgemeinde Fischbach festgehalten werden, dass, mit Ausnahme der touristischen Nachfragekomponente, eine fast ausschließlich lokale Versorgungsbedeutung besteht. Die Mindestanforderungen für einen zentralen Versorgungsbereich sind als nicht erfüllt anzusehen. Maßgeblich für diese Einschätzung ist insbeson-

dere auch das nur rudimentäre Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich.¹ Unabhängig davon kommt aber dem Wasgau-Markt, insbesondere auch im Verbund mit den übrigen Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels, eine wichtige Versorgungsfunktion i. S. der Nahversorgung mit Schwerpunkt im Lebensmittelbereich zu. Daher wird empfohlen, den Versorgungsbereich durch eine Ausweisung als „**Nahversorgungslage**“ abzusichern.

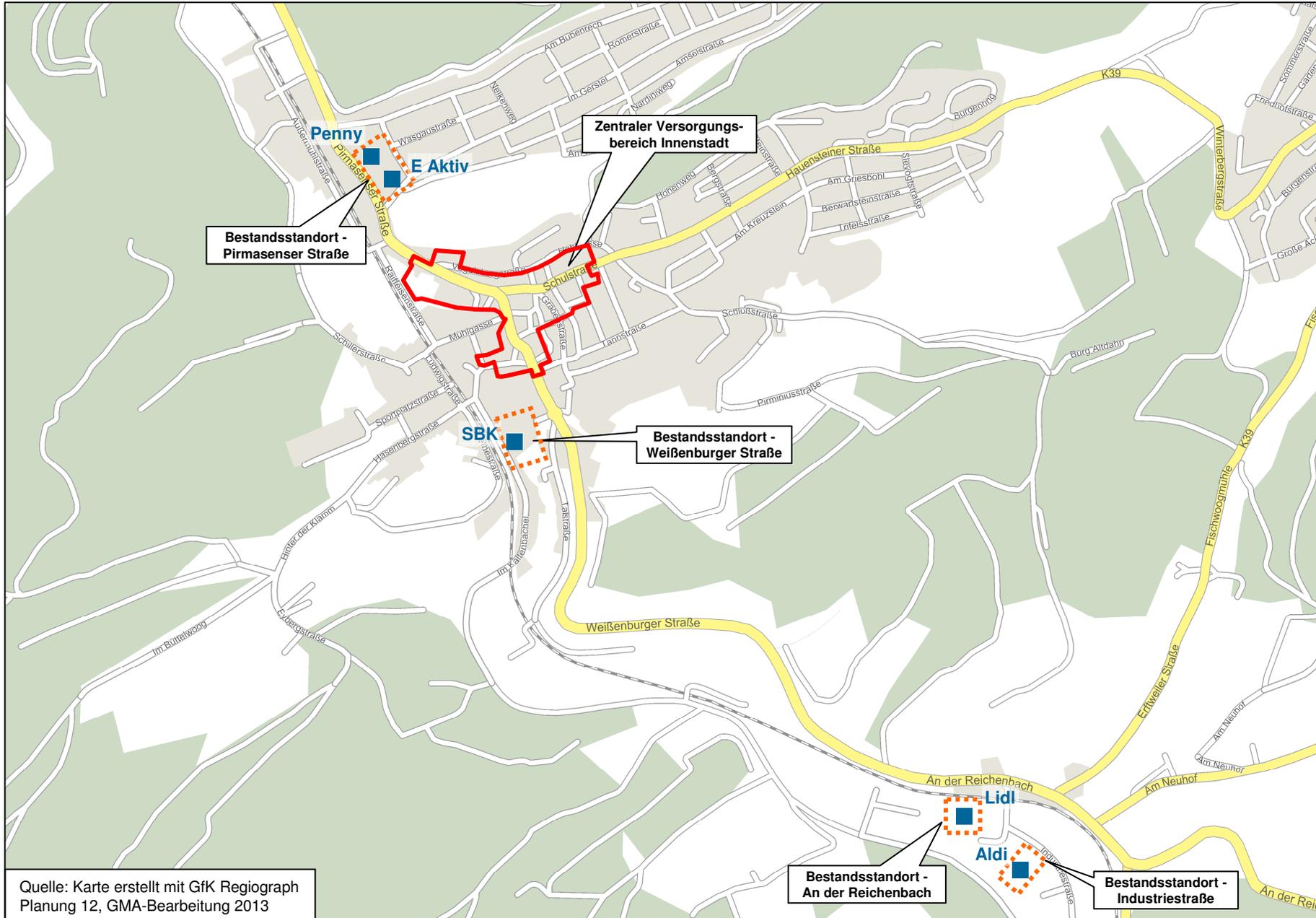
Zur langfristigen Sicherung der Nahversorgung wäre es grundsätzlich vorteilhaft, dem Wasgau-Markt als Magnetbetrieb der Nahversorgungslage bei Bedarf Entwicklungsperspektiven i. S. einer Verkaufsflächenvergrößerung ermöglichen zu können. Allerdings ist festzuhalten, dass der Markt bereits heute den Schwellenwert der Großflächigkeit leicht übersteigt. Einer zusätzlichen Verkaufsflächenerweiterung stehen somit raumordnerische Ziele entgegen, da Fischbach, wie auch Bundenthal, kein zentralörtlicher Status zugewiesen ist und auch die Mindesteinwohnerzahl für eine Ausnahmeregelung gem. LEP IV bei weitem unterschritten wird.

¹ Vgl. aktuelle Rechtsprechung des VGH Mannheim (Urteil vom 20.04.2012, Aktenzeichen 8 S 198/11)

Karte 3: Innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich der Stadt Dahn

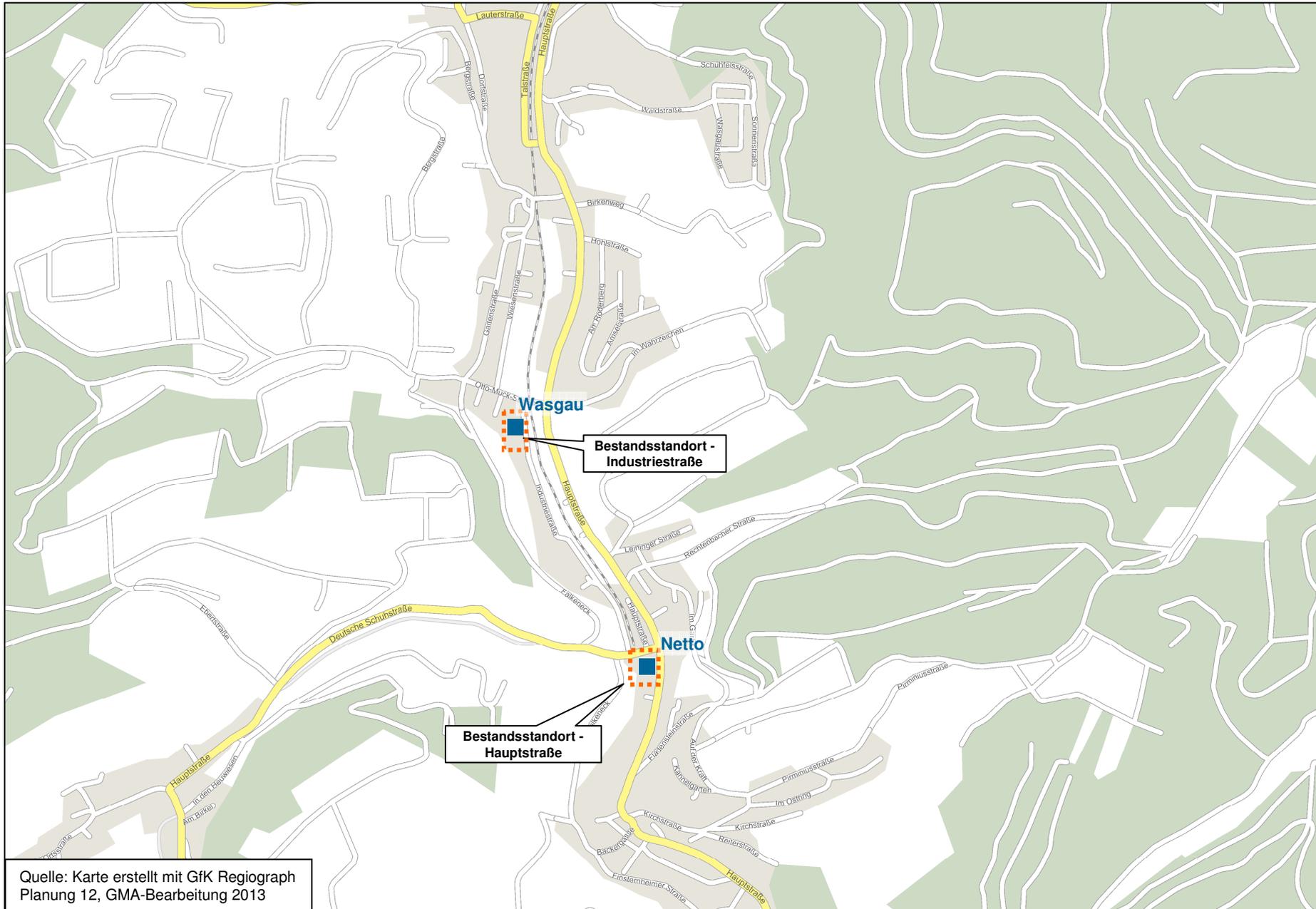


Karte 4: Versorgungsbereiche in der Stadt Dahn

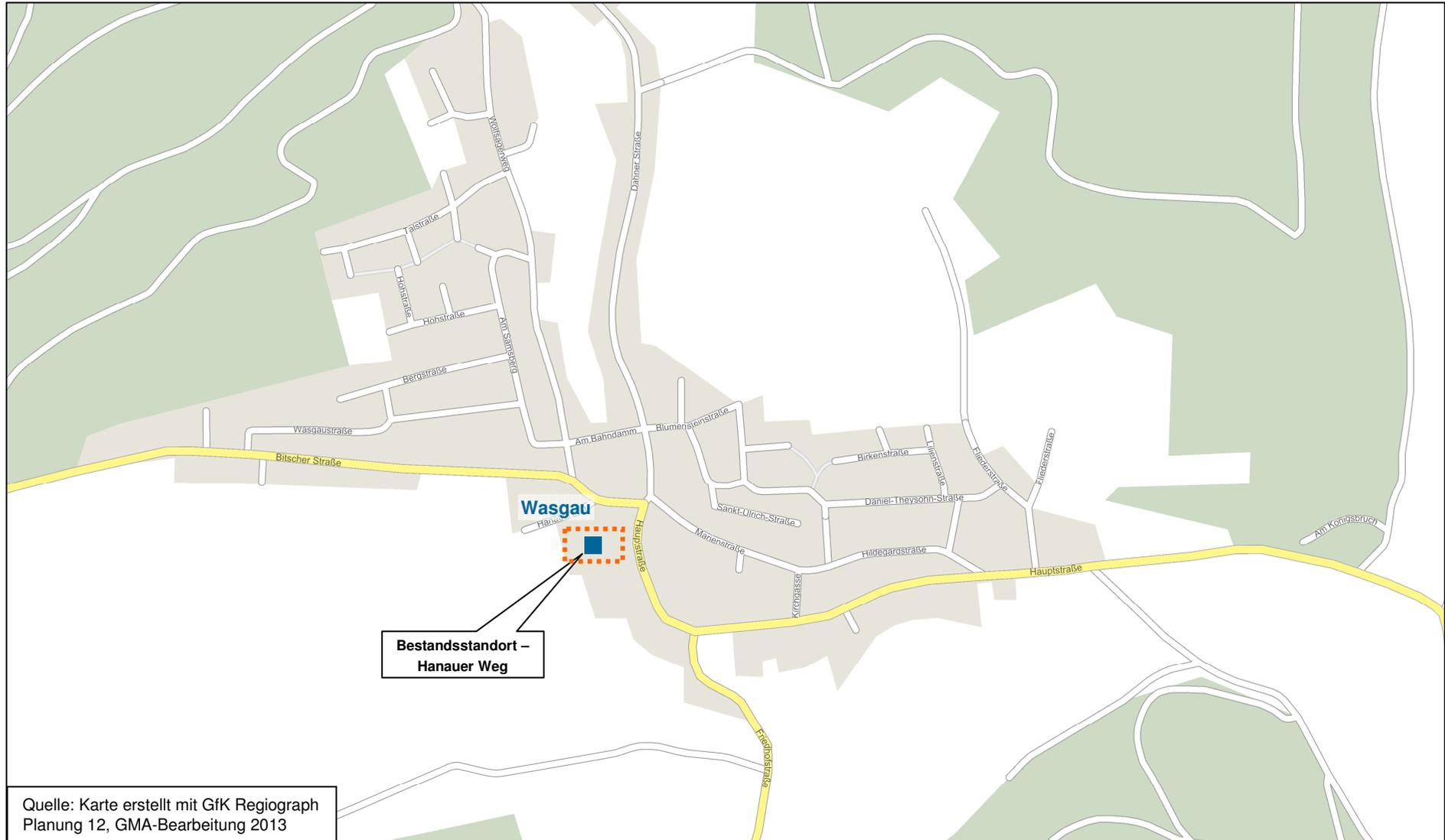


Quelle: Karte erstellt mit GfK Regiograph
Planung 12, GMA-Bearbeitung 2013

Karte 5: Versorgungsbereiche in der Ortsgemeinde Bundenthal



Karte 6: Versorgungsbereiche in der Ortsgemeinde Fischbach



3. Sortimentskonzept

Zur Erarbeitung des **Sortimentskonzeptes** gilt es zunächst festzuhalten, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können. Diese Sortimente werden als **innenstadtrelevant** bezeichnet.

Das Angebot von **nicht-innenstadtrelevanten** Sortimenten hingegen stellt auch an städtebaulich nicht integrierten Standorten keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Lagen dar. Sie sind an solchen Standorten unter Umständen aus planerischer Sicht auf Grund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz sogar erwünscht.

Mit Bezug auf das Sortimentskonzept ist auch die Problematik der sog. Randsortimente in die Betrachtung mit einzubeziehen. Um einen geordneten Umgang mit innenstadtrelevanten Randsortimenten zu gewährleisten, sollte bei Ansiedlungen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche die Summe der innenstadtrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche des Betriebes nicht überschreiten.

In Tabelle 8 werden die innenstadtrelevanten sowie die nicht-innenstadtrelevanten Sortimente aufgeführt. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur am derzeitigen Bestand orientiert, sondern auch städtebauliche Ziele berücksichtigt. So wurden auch Branchen, die derzeit nicht im zentralen Versorgungsbereich angeboten werden als innenstadtrelevant eingestuft, sofern entsprechenden Ansiedlungen in den zentralen Versorgungsbereichen grundsätzlich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Die Sortimentsliste wurde dabei maßgeblich unter Berücksichtigung des Einzelhandelsbestandes und der Entwicklungsmöglichkeiten im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Dahn als einzigem Versorgungsbereich dieser Kategorie in der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland abgeleitet.

Tabelle 8: GMA-Gliederung für die Stadt Dahn nach innenstadtrelevanten Sortimenten und nicht- innenstadtrelevanten Sortimenten

Innenstadtrelevante Sortimente	Nicht-innenstadtrelevante Sortimente
Nahversorgungsrelevante Sortimente <ul style="list-style-type: none"> - Nahrungsmittel, Getränke - Drogeriewaren, Kosmetikartikel Sonstige Innenstadtrelevante Sortimente <ul style="list-style-type: none"> - Bücher / Zeitschriften, Papier / Schreibwaren, Büroartikel - Haushaltswaren, Glas/Porzellan - Baby-/ Kinderartikel - Bekleidung, Schuhe, Lederwaren - Unterhaltungselektronik, Computer, HiFi Elektrokleinartikel - Elektrogroßgeräte („Weiße Ware“), Leuchten - Foto, Optik - Einrichtungszubehör, Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe - Möbel / Küchen - Musikalien - Uhren / Schmuck - Spielwaren, Sportartikel - Blumen - Campingartikel, Fahrräder - Sanitär- / Badeinrichtung - Teppiche / Bodenbeläge 	<ul style="list-style-type: none"> - Zooartikel, Tiernahrung, Tiere - Kunst / Antiquitäten - Heimwerkerbedarf - Baustoffe, Bauelemente, Fliesen - Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel, Torf und Erde, Pflanzengefäße, Gartenmöbel, Gartenwerkzeuge, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Naturhölzer - Brennstoffe / Mineralölerzeugnisse - Kfz / Motorräder und Zubehör - Bettwaren, Matratzen
Quelle: GMA-Empfehlung 2012.	

Das Instrumentarium der Sortimentsdifferenzierung (innenstadtrelevant – nicht-innenstadtrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können mit dem Instrumentarium der Baunutzungsverordnung die innenstadtrelevanten Sortimente in den nicht integrierten Gewerbegebieten ausgeschlossen werden. Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- a) Die positive Festsetzung, d.h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen werden ausgeschlossen.
- b) Die negative Festsetzung, d.h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen werden zugelassen.

Mit diesen Festsetzungen bestehen für die Städte und Gemeinden Differenzierungsmöglichkeiten, mit denen innenstadtrelevante Sortimente in den Randbereichen auch unterhalb der Grenze der Großflächigkeit ausgeschlossen werden können, um damit zentrale Versorgungsbereiche zu stärken oder weiterzuentwickeln. Gleichzeitig ist generell darauf hinzuweisen, dass alle bestehenden Betriebe Bestandsschutz genießen.

Da die Entwicklungspotenziale wie bereits erläutert begrenzt sind, sollte in den **dezentralen Standortbereichen** in jedem Fall eine restriktive Ansiedlungspolitik, v. a. hinsichtlich innenstadtrelevanter Sortimente, beibehalten werden. Dies ist letztlich nur durch entsprechende Ausschlüsse in den jeweiligen Bebauungsplänen umsetzbar. Ein schlüssiges Gesamtkonzept muss damit neben konkreten Maßnahmen im zentralen Versorgungsbereich auch durch eine entsprechende Bebauungsplanung in den übrigen Standortlagen abgesichert werden. Sortimentsausschlüsse in dezentralen Standortlagen sind daher als flankierende Maßnahmen zur Stabilisierung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches zu sehen.

Unabhängig vom Einzelhandelskonzept soll weiterhin der Verkauf von Waren als untergeordnete Nutzung von Handwerks- oder produzierenden Betrieben ermöglicht werden.

4. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in Abstimmung mit der Stadt Dahn und der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

- **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Stadtrat der Stadt Dahn** als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:
 - Städtebauliche Ziele für die Einzelhandelsentwicklung
 - Grundsätze zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

- Zentren- und Standortstruktur
 - Definition und Abgrenzung der Versorgungsbereiche
 - Sortimentsliste.
- **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**

Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Stadtrat beschlossen worden ist.¹
 - **Prüfung und ggf. Anpassung von Bebauungsplänen in Gewerbegebieten**

Teil einer bauplanungsrechtlichen Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes ist die Prüfung und ggf. Anpassung bestehender Bebauungspläne. Eine Anpassung der einzelhandelsbezogenen Festsetzungen an das Standort- und Sortimentskonzept ist zum Schutz der Dahner Innenstadt insbesondere in den Gewerbegebieten der Stadt Dahn vorzunehmen
 - Insgesamt ist das Einzelhandelskonzept i. S. einer verbindlichen städtebaulichen Zielsetzung vom Stadtrat zu beschließen und über die Bauleitplanung umzusetzen. Dabei sollte die Ergebnisse des Einzelhandelskonzeptes mittelfristig in den Flächen-nutzungsplan der Stadt Dahn aufgenommen und betroffene Bebauungspläne gemäß den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes geändert werden. (vgl. Tabelle 10).
 - **Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes durch aktive Wirtschaftsförderung**

Die Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um das Einzelhandelsangebot zu sichern und gemeinsam mit Immobilieneigentümern, Investoren und Betreibern weiterzuentwickeln. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im aktuellen Einzelhandelsbesatz und bietet zum anderen durch die Beschlussfassung im Stadtrat Investitionssicherheit

¹ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

im Hinblick auf Investitionen im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Innenstadt eine Entwicklung innerhalb der Innenstadt aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre. Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung der Versorgung mit Lebensmitteln enthält auch das nachfolgende Kapitel V. 5.

▪ **Weiterentwicklung des touristisch orientierten Einzelhandelsangebotes**

Das Einzelhandelskonzept sollte gezielt als Auftakt zur Weiterentwicklung des touristisch orientierten Einzelhandelsangebotes in der Stadt Dahn in Bezug auf verkehrliche, stadtgestalterische, einzelbetriebliche und branchenbezogene Maßnahmen genutzt werden. Konkrete erste Ansätze dafür sind nachfolgend aufgeführt (vgl. Kapitel V. 6.). Diese sollten in einem ausführlichen integrierten Tourismuskonzept unter Einbindung der örtlichen Gewerbetreibenden weiter präzisiert und anschließend umgesetzt werden.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept ist als aktuelle Grundlagenuntersuchung der Einzelhandelsentwicklung in Dahn zu verstehen, welche insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (ca. 5 - 8 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

5. Sicherung und Weiterentwicklung der Versorgung mit Lebensmitteln

Über das Standort- und Sortimentskonzept hinaus gilt es zu prüfen, welche Möglichkeiten zu einer **Sicherung und ggf. Verbesserung der Grundversorgung** bestehen. Dabei ist der Bereich Nahrungs- und Genussmittel von hervorgehobenem Interesse.

Die Ausgangssituation stellt sich wie folgt dar:

- Rein quantitativ ist derzeit eine gute Angebotssituation in der Verbandsgemeinde festzustellen.

- Einige der vorhandenen Lebensmittelmärkte sind nur bedingt zeitgemäß aufgestellt, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächendimensionierung.
- Die Standortrahmenbedingungen machen praktisch an alle Bestandsstandorten Erweiterungen schwierig, wenn nicht unmöglich.
- Das Nachfragepotenzial für Märkte außerhalb der Stadt Dahn ist begrenzt. Die Einwohnerzahlen von jeweils deutlich unter 2.000 Einwohnern in den übrigen Ortsgemeinden reicht nicht für die Auslastung eines modernen Lebensmittelmarktes aus.
- Die voraussichtlich rückläufige Bevölkerungsentwicklung in den kommenden Jahren wird die Nachfragesituation tendenziell verschlechtern.

Angesichts dieser Situation unterliegen Neuansiedlungen damit schwierigen Rahmenbedingungen, insbesondere an Standorten außerhalb der Stadt Dahn. Bei den bereits etablierten Märkten in den Ortsgemeinden Fischbach und Bundenthal ist zudem nicht zu erwarten, dass seitens der Betreiber eine Modernisierung oder gar grundlegende Neuaufstellung mit Standortwechsel angestrebt wird. Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass die Modernisierung mit Verkaufsflächenerweiterung bzw. Neuansiedlung eines modernen großflächigen Lebensmittelmarktes außerhalb des Stadtgebietes von Dahn wohl ohnehin nicht in Frage kommt. Dafür sind folgende Gründe ausschlaggebend:

- Die topografischen Gegebenheiten und Siedlungsstrukturen begrenzen die Auswahl an möglichen Standorten mit einer ausreichenden Grundstücksgröße und günstigem Zuschnitt. In den meisten Ortsgemeinden sind innerhalb der bebauten Siedlungsfläche keine geeigneten Standorte vorhanden.
- Durch landesplanerische Vorgaben (LEP IV) ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben nur in Gemeinden mit mindestens 3.000 Einwohnern grundsätzlich genehmigungsfähig. Außer der Stadt Dahn unterschreiten alle anderen Ortsgemeinden diesen Schwellenwert deutlich. Die drei bestehenden Märkte in Bundenthal und Fischbach verfügen schon heute über Verkaufsflächendimensionierungen an der Grenze oder leicht oberhalb der Großflächigkeit. Einer Erweiterung stehen damit raumordnerische Ziele entgegen

Vielmehr ist fraglich, ob die derzeit etablierten und z. T. hinsichtlich der Dimensionierung nicht mehr zeitgemäßen Märkte vor dem Hintergrund einer unzureichenden Nachfrage möglicherweise aufgegeben werden. Insofern kann die Versorgungssituation im Lebensmittelbereich in der Verbandsgemeinde mittel- bis langfristig nicht als gesichert angesehen werden.

Zur langfristigen Sicherung einer Grundversorgung mit Lebensmitteln sollte entsprechend bereits präventiv an betriebswirtschaftlich tragfähigen Standorten eine Etablierung moderner Anbieter ermöglicht werden. Eine häufig als Idealvorstellung gesehene flächendeckende Versorgung i. S. möglichst vieler räumlich verteilter Lebensmittelmärkte, die eine wohnortnahe bzw. fußläufige Nahversorgung abbilden, ist angesichts der besonderen Strukturen in der VG Dahrer Felsenland als nicht realistisch einzuordnen. Vielmehr müsste zur nachhaltigen wirtschaftlichen Auslastung eines modernen großflächigen Lebensmittelmarktes angesichts der zergliederten Siedlungsstrukturen ein Standort gefunden werden, der eine gute Erreichbarkeit aus möglichst allen Ortsgemeinden aufweist. Unter Berücksichtigung des Zentralitätsgebotes gem. LEP IV kommt zudem nur ein Standort im Stadtgebiet von Dahn in Frage, da alle übrigen Ortsgemeinden über keinen zentralörtlichen Status verfügen und auch die für eine Ausnahmeregelung notwendige Mindesteinwohnerzahl unterschreiten.

6. Weiterentwicklung des touristisch orientierten Einzelhandelsangebotes in der Stadt Dahn

Der Einzelhandel in der Verbandsgemeinde und insbesondere auch in der Stadt Dahn erzielt beachtlichen Umsatzanteile mit Übernachtungs- und Tagesgästen. Entsprechend hoch ist der Stellenwert touristisch orientierter Angebotsformen des Einzelhandels. Um zukünftig touristische Umsatzpotenziale in Dahn noch besser erschließen zu können, bieten sich zwei grundlegende Strategien an¹:

¹ Selbstverständlich sollten darüber hinaus auf Ebene der Verbandsgemeinde sowie im Verbund mit weiteren Städten und Gemeinden der Region unter Einbeziehung übergeordneter Stellen (Land Rheinland-Pfalz, Landkreis) auch weiterhin Anstrengungen unternommen werden, eine positive Entwicklung der Besucherzahlen (Übernachtungs- und Tagesgäste) in der gesamten Region einzuleiten.

- die Weiterentwicklung des tourismusorientierten Einzelhandels- und Gastronomieangebotes in quantitativer, aber v. a. in qualitativer Hinsicht
- die gezielte Lenkung von Besucherströmen in die Hauptgeschäftslagen.

Auf Basis der aktuellen Situation leiten sich verschiedene mögliche Maßnahmen ab, um das touristisch orientierte Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot und die Rahmenbedingungen weiterzuentwickeln:

Ziel: Optimierung der Absatzpolitik / Verbesserung der Geschäftspräsentationen

- Auswechslung veralteter Werbeelemente / Renovierung der Geschäftsfronten / Attraktivierung der Fassadengestaltung
- Schaufenstergestaltung und Warenanordnung nach kaufpsychologischen Kriterien
- Professionalisierung des Außenverkaufs (Warenträger, Positionierung, Gestaltung von Preis- / Werbeschildern)
- Dekoration / Kennzeichnung der Geschäftseingänge
- Attraktivierung der Außengastronomiebereiche
- Ergänzung um Gastronomiebetriebe mit modernem Marktauftritt / entsprechende Weiterentwicklung bestehender Betriebe
- absatzpolitische Beratung für Einzelhandel und Gastronomie (z. B. EH-Verband, Dehoga)

Ziel: Verbesserung der Besucherorientierung / Imagebildung

- Optimierung des Besucherleitsystems unter besonderer Berücksichtigung der Wegebeziehungen zwischen den größeren Parkplätzen und den Hauptgeschäftslagen / Installation von gut lesbaren Wegweisern
- Imagewerbung für den Tourismus-, Gastronomie- und Einzelhandelsstandort Dahn an den Ortseingängen (z. B. Werbebanner / Branchenführer / Wegweiser)
- Installation von übersichtlichen Stadtplänen mit Branchenführern (Ausweisung von Sehenswürdigkeiten, Tourist-Info, Einzelhandel, Gastronomie, Übernachtungsmög-

lichkeiten) / zur Reduzierung der Informationsdichte ggf. Entkopplung in verschiedene thematische Pläne bzw. Branchenführer

- attraktive Neugestaltung und Kennzeichnung der Eingangsbereiche zur innerstädtischen Hauptgeschäftslage (z. B. Schaffung von Torsituationen, Bewerbung des Einzelhandelsstandortes sowie aktueller Veranstaltungen)
- Ausgabe von Gutscheineften für Einzelhandel und Gastronomie (z. B. in der Tourist-Info, bei den Einzelhandels-, Hotellerie- und Gastronomiebetrieben)
- für alle Maßnahmen der Besucherorientierung bzw. Imagebildung: professionelle und einheitliche Gestaltung / durchgängige Verwendung eines „corporate design“ / gute Lesbarkeit (Schriftgrößen, Kontrast), auch für ältere Besucher
- Prüfung der Möglichkeiten zur Verlegung der Touristinfo an den Verkehrsknoten Pirmasenser Straße / Schulstraße / Marktstraße als zentrale Anlaufstelle für Besucher direkt im Zentrum des zentralen Versorgungsbereiches.

VI. Zusammenfassung

Die Untersuchungen im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Dahn unter Berücksichtigung der gesamten Verbandsgemeinde Dahner Felsenland kommen zu folgenden wesentlichen Ergebnissen:

- Die Verbandsgemeinde Dahner Felsenland liegt im Landkreis Südwestpfalz und zählt derzeit ca. 14.740 Einwohner. Die setzt sich aus der Stadt Dahn und 14 weiteren Ortsgemeinden zusammen.
- Der Einzelhandelsbestand in der VG Dahner Felsenland umfasst 145 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 20.520 m². 60 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 9.880 m² können dem Nahrungs- und Genussmittelsektor zugeordnet werden. Auf dem Nichtlebensmittelsektor entfallen 85 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 10.640 m². Die rechnerische Durchschnittsgröße der Betriebe liegt bei 142 m² Verkaufsfläche und damit deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts (240 m² VK je Betrieb).
- Im Vergleich weist die Verbandsgemeinde Dahner Felsenland eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung auf. Lediglich im Lebensmittelbereich wird eine adäquate Ausstattung erreicht.
- Der Einzelhandel in der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland erzielt eine jährliche Umsatzleistung von ca. 71,3 Mio. €. Bei einer Gegenüberstellung der Umsätze mit dem vorhandenen Kaufkraftpotenzial ergeben sich eine Zentralitätskennziffer von 155 % im Lebensmittelbereich und 63 % im Nichtlebensmittelbereich.
- Zur Verbesserung und langfristigen Sicherung der Versorgungssituation in der Verbandsgemeinde wird die Ansiedlung ergänzender moderner Einzelhandelsbetriebe empfohlen. Dies sind:
 - die Ansiedlung eines modernen Lebensmittel-Vollsortimenters zur qualitativen Verbesserung der Angebotssituation
 - die Prüfung der Möglichkeiten der Ansiedlung eines Drogeriemarktes.
- In der Stadt Dahn konnte ein innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt werden. Der zentrale Versorgungsbereich weist einen überwiegend kleinteiligen Einzelhandelsbesatz auf und wird durch Komplementärnutzungen aus dem Dienstleistungs- und Gastronomiebereich ergänzt. Unter Berücksichtigung des Einzelhandelsbestandes im zentralen Versorgungsbereich wurde eine Liste mit innenstadtrelevanten Sortimenten erstellt. Es wird empfohlen, die Ansiedlung und

Erweiterung von Betrieben mit den darin aufgeführten Sortimenten zukünftig nur innerhalb zentraler Versorgungsbereiche zuzulassen.

- Der hervorgehobene Bedeutung der Lebensmittelmärkte in der Stadt Dahn außerhalb der Innenstadt wurde durch die Ausweisung von mehreren Versorgungsbereichen der Kategorie „Bestandsstandorte“ Rechnung getragen. Auch die größeren Lebensmittelmärkte im übrigen Gebiet der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland wurden entsprechend berücksichtigt. So wurden die Filialen von Wasgau und Netto in der Ortsgemeinde Bundenthal jeweils als Versorgungsbereiche der Kategorie „Bestandsstandort“ ausgewiesen. Der Ortskern von Fischbach hingegen wurde als Versorgungsbereich der Kategorie „Nahversorgungslage“ eingestuft.

Karten-, Tabellen- und Abbildungsverzeichnis **Seite**

Kartenverzeichnis

Karte 1: Lage der VG Dahner Felsenland und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	18
Karte 2: Marktgebiet der Stadt Dahn	26
Karte 3: Innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich in der Stadt Dahn	40
Karte 4: Versorgungsbereiche in der Stadt Dahn	41
Karte 5: Versorgungsbereiche in der Ortsgemeinde Bundenthal	42
Karte 6: Versorgungsbereiche in der Ortsgemeinde Fischbach	43

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Entwicklung der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels 2000 – 2010	7
Tabelle 2: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	8
Tabelle 3: Einwohnerentwicklung der VG Dahner Felsenland im Zeitraum 2002-2011	15
Tabelle 4: Einzelhandelsbestand der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland	20
Tabelle 5: Betriebstypenstruktur des Einzelhandels in der VG Dahner Felsenland	22
Tabelle 6: Kaufkraft im Marktgebiet	28
Tabelle 7: Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland 2020	31
Tabelle 8: GMA-Gliederung für die Stadt Dahn nach innenstadtrelevanten Sortimenten und nicht- innenstadtrelevanten Sortimenten	45

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 1995 – 2010	4
Abbildung 2: Entwicklung des deutschen Bruttoeinzelhandelsumsatzes 2000 – 2010	6
Abbildung 3: Entwicklung des privaten Verbrauchs in Deutschland 1995 / 2010	9
Abbildung 4: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	10
Abbildung 5: Einzelhandelsbestand der Verbandsgemeinde Dahner Felsenland nach Größenklassen	21
Abbildung 6: Ausstattungskennziffern im Vergleich	23
Abbildung 7: Standort- und Sortimentskonzept	34
Abbildung 8: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	35