

Beschlussvorlage



Landeshauptstadt
Mainz

öffentlich		Drucksache Nr. 0644/2016
Amt/Aktenzeichen 12.1/12 14 45 41 7	Datum 23.09.2016	TOP

Behandlung im Stadtvorstand gem. § 58 (3) S. 2 i. V. m. 47 (1) S. 2 Nr. 1 GemO am 23.08.2016

Beratungsfolge Gremium	Zuständigkeit	Datum	Status
Wirtschaftsausschuss / Bau- und Sanierungsausschuss / Haupt- und Personalausschuss	Vorberatung	29.09.2016	Ö
Stadtrat	Entscheidung	04.10.2016	Ö

Betreff:

4. Fortschreibung des Zentrenkonzepts Einzelhandel - Fortschreibung Mainzer Sortimentsliste

Dem Oberbürgermeister und dem Stadtvorstand vorzulegen

Mainz, September 2016

gez.
Christopher Sitte
Beigeordneter

Mainz, September 2016

Michael Ebling
Oberbürgermeister

Beschlussvorschlag:

Wirtschaftsausschuss, Bau- und Sanierungsausschuss und Haupt- und Personalausschuss empfehlen, der Stadtrat beschließt die 4. Fortschreibung des Zentrenkonzeptes Einzelhandel mit der Fortschreibung des Mainzer Sortimentsliste entsprechend der Vorlage und die anschließende Abstimmung der Vorlage mit der Regionalplanung gem. Landesentwicklungsprogramm (LEP) IV.

Problembeschreibung / Begründung

1. Sachverhalt
2. Lösung
3. Alternativen
4. Ausgaben/Finanzierung
 - a) einmalige Ausgaben
 - b) laufende Ausgaben einschl. Folgekosten (z.B. Sach- und Personalkosten, Schuldendienst)

zu 1. Sachverhalt

1.1 Fortschreibung der Mainzer Sortimentsliste

Das Zentrenkonzept Einzelhandel legt in der Mainzer Sortimentsliste die zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente fest. Die fortwährende Entwicklung der Einzelhandelsstruktur lässt es angeraten erscheinen, diese Sortimentsliste mit der ökonomischen und sozialen Realität abzugleichen und einige Änderungen im Bereich der grenzständigen Sortimente vorzunehmen. Grenzständige Sortimente sind solche, für die gute Gründe des Beibehalts als zentrenrelevant, aber auch gute Gründe für die Entlassung aus der Zentrenrelevanz sprechen können.

Zentrenrelevant werden im Allgemeinen Sortimente genannt, die eines oder mehrere der folgenden Kriterien erfüllen:

- sie sind für einen attraktiven Branchenmix notwendig
- sie bedürfen einer zentralen Lage, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind
- sie sind in der Innenstadt und den Stadtteilen am stärksten vertreten
- sie ziehen Innenstadtbesucher oder Besucher in den sonstigen zentralen Lagen an
- sie haben einen geringen Flächenanspruch oder sind stapelbar
- sie verfügen über hohe Überschussbedeutung oder Seltenheit („Einzelhandelszentralität“)
- sie werden häufig in Zusammenhang mit anderen Waren gesucht („Komplementäreffekt“) wie z.B. Computertechnik mit Software und Peripheriegeräten, Bekleidung mit Kosmetik und Schmuck
- sie werden häufig in Zusammenhang mit anderen Innenstadt oder sonstigen zentralen Einrichtungen besucht („Koppelungsaffinität“), wie z.B. Bildung und Literatur, Reise und Outdoor-ausrüstung oder Sportausübung und Sportartikel, Gesundheit und Sanitärhandel/Pharmazie
- sie sind auch zu Fuß/mit dem Fahrrad/ÖPNV transportierbar (Taschensortiment)

Nicht-zentrenrelevant sind Sortimente, die eine städtebauliche, betriebliche oder warenspezifische Atypik aufweisen, weil sie

- die zentralen Standorte nicht prägen, d.h. wenig zu Kundenfrequenz und Attraktivität beitragen
- aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe, Gartenbauprodukte)
- aufgrund ihres spezifischen Flächenbedarfs für zentrale Lagen nicht geeignet sind (Möbel, Baustoffe)
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen (Umsatz/qm Verkaufsfläche)

Fortsetzung
Ergän-
zungsblatt

Finanzielle Auswirkungen zu 2. und

	ja, Stellungnahme Amt 20 Anlage 1		Nein x
--	-----------------------------------	--	-----------

Die Grenzen der Zentrenrelevanz sind bei einigen Sortimenten fließend und obliegen der gemeindlichen Abwägung. Da die Rechtsprechung einerseits ortsspezifische Sortimentslisten fordert, andererseits aber im Sinne der planerischen Entwicklung nach dem Baugesetzbuch auch Sortimente als zentrenrelevant einstuft, die grundsätzlich in einem jeweiligen Zentrum angeboten werden könnten, wurden die Zuordnung der Sortimente in der Sortimentsliste des Mainzer Zentrenkonzeptes Einzelhandel nach folgenden Leitlinien vorgenommen:

- Im Zweifel für die Zentren / das Zentrum
- (noch) nicht vorhandene, aber für das Zentrum/ die Zentren wünschenswerte, im Allgemeinen als zentrenrelevant eingestufte Sortimente, sind in Mainz ebenfalls zentrenrelevant

Die aktuelle Überprüfung der Mainzer Sortimentsliste ergibt anhand der genannten Kriterien folgende Einschätzung:

Sportartikel und -bekleidung

Sportartikel einschließlich Sportbekleidung allgemein sind in der Mainzer Sortimentsliste als zentrenrelevant festgelegt. Einzelhandelsbetriebe mit diesen Sortimenten dürfen demnach nur in zentralen Versorgungsbereichen (Innenstadt/Stadtteilzentren) neu errichtet oder erweitert werden. Ausgenommen von dieser Festlegung sind Sportgroßgeräte, Boote, Campinggroßartikel (z.B. Großzelte, Caravans, Wohnwagen, Anhänger). Sie dürfen auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angeboten werden (z.B. Gewerbegebiete). Damit folgte die Stadt Mainz der in fast allen Städten und Regionen vorherrschenden planerischen Einstufung dieses Einzelhandelssortiments im Hinblick auf seine wirtschaftliche und städtebauliche Bedeutung für die Erhaltung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadt/Stadtteilzentren). Die Einstufung dieser Sortimente zeigt nach den Recherchen der Verwaltung nur graduelle Unterschiede in Bezug auf die Großteile.

Gerade im Sportbereich gibt es jedoch spezifische Betriebstypen, auf die die alleinige Unterscheidung „Kleinteilige Sportartikel und Bekleidung“ versus „Sportgroßgeräte“ nicht anwendbar ist. Es handelt sich einerseits um die universellen Sportgroßmärkte, andererseits um Spezialgeschäfte oder –märkte, deren Angebot auf eine oder mehrere bestimmte Sportarten fokussiert ist: Golf, Tauchen, Segeln und andere Bootssportarten, Reiten, Angeln und Motorradsport. Dieses Angebot könnte zwar auch in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt sein. Es ist aber derzeit hier nicht vorhanden. In den nicht-integrierten Lagen (z.B. Gewerbegebieten) können diese Geschäfte bei aktuellem Interesse nicht errichtet werden, weil sie neben den nicht-zentrenrelevanten Großteilen eine Vielzahl von kleinteiligen zu der Sportart gehörigen Artikeln und die entsprechende Spezial- und Funktionsbekleidung im Angebot haben (bestehende alte Baurechte ausgenommen).

In Mainz gibt es in der Innenstadt derzeit 30 Anbieter von Sportartikeln und –bekleidung (einschließlich der Sportabteilungen der Warenhäuser und gemischten Fachgeschäften wie z.B. Wildwechsel oder Coconut bzw. Sportmodegeschäften wie snipes und superfly) auf rd. 4.100 qm. Sportartikel im engeren Sinn (einschließlich Sportbekleidung) werden von 23 Geschäften auf rd. 2.800 qm angeboten. Es sind i.d.R. Geschäfte mit universellem oder speziellem (Tischtennis, Boxen, Kampf-

sport, Skaten, Outdoorbekleidung, Camping) kleinteiligem Angebot. In der Innenstadt gibt es noch 6 Anbieter von Fahrrädern und –zubehör. Spezialanbieter etwa aus den Bereichen Golf, Reiten, Motorradsport, Tauchen, Bootssport, Angeln, Flugsportarten sind nicht vertreten. In den Stadtteilen sind insgesamt 21 Anbieter von Sport-, Camping-, Caravaning-, Fahrrädern und Motorradzubehör auf zusammen ca. 7.700 qm Verkaufsfläche zu finden. Flächenmäßig ragen hier Fahrrad Franz XXL, die Sport- und Fahrradabteilung des REAL-Marktes, Caravaning Fritz Berger und die Motorradzubehörläden heraus. Alle in Gewerbegebietslagen gelegen. Die restlichen Geschäfte sind kleine Stadtteilläden (siehe Tabellenanhang).

Dadurch gibt es in Mainz eine Angebotslücke, die in einem Oberzentrum nicht vorhanden sein sollte. Das Oberzentrum steht gerade für spezifische Fachgeschäfte. Es gibt jedoch immer wieder Anfragen von Unternehmen, die sich für eine entsprechende Ansiedlung in nicht-integrierten Lagen interessieren.

Durch eine Errichtung in diesen gefragten Lagen könnte die Angebotslücke deshalb geschlossen werden und damit Zentralität und Kaufkraftbindung in der Stadt insgesamt angehoben werden.

Gleichzeitig hat diese Art von Fachgeschäften nach Zahl und Umfang eine untergeordnete städtebauliche und wirtschaftliche Bedeutung für Innenstädte oder Stadtteilzentren. Sie richten sich an eher spezifische kleinere Zielgruppen. Sie prägen die Innenstädte nicht vordergründig. Sie tragen nach allgemeiner Ansicht wenig zur Kundenfrequenz bei und haben dadurch eher geringe Kombinationskauffeffekte auf andere Sortimente.

Es wird als vertretbar erachtet, wenn die Mainzer Sortimentsliste im Zentrenkonzept Einzelhandel mit einer Ausdifferenzierung der Produktgruppe Sport fortgeschrieben wird. Aus der Zentrenrelevanz werden damit Produkte entlassen, die üblicherweise ausschließlich zur Ausübung einer Reihe von abschließend aufgezählten Spezial- oder Nischensportarten dienen.

Die Artikel der Breitensportarten wie Fußball, Handball, Volleyball, Basketball, Tennis, Squash und Badminton, Skilauf, Snowboarden, Eislauf und –tanz, Leichtathletik, Laufen, Walken, Kampfsportdisziplinen, Kraft- und Fitnesstraining, Turnen, Gymnastik, Ballett, Tanz, Inline-Skating sollen dagegen weiterhin im Angebot der zentralen Versorgungsbereiche bleiben. Dies ist der Eignung als Frequenzbringer für die zentralen Versorgungsbereiche und der überwiegenden Produkteigenschaften (klein, leicht, geringer Flächenbedarf) geschuldet.

Zur Abgrenzung und Klarstellung, dass nicht jedes auch für die genannten Spezial- und Nischensportarten nutzbare Kleidungsstück, jeder nutzbare Schuh oder anderer Sportartikel aus der Zentrenrelevanz entlassen ist, wird eine Unterscheidung getroffen zwischen **Geräten, Funktionsartikeln und Funktionsbekleidung, die ausschließlich zur Ausübung dieser spezifischen Sportarten dienen** und solchen Produkten, die nach allgemeiner Anschauung alltagstauglich (Sport und Freizeit) benutzbar sind.

Der z.B. in der Surferszene beliebte Kapuzenpullover, ebenso wie Baseballmütze oder -shorts sind alltagstaugliche Kleidungsstücke, keine Funktionsbekleidung, das T-Shirt und das Sweat-Shirt, das Polo-Hemd und die Sommerhose im Golfstil sind Alltagskleidungsstücke, die auch für manche Sportart verwendet werden, genauso wie die Lederjacke ohne spezifische Schutzapplikationen nicht zur Motorradfunktionsbekleidung gezählt werden kann. Der Trainingsanzug, der Badeanzug, die Badehose, das Badetuch, die Unterwäsche aus Microfaser und die sog. Sportsocken sind nicht als spezielle Funktionsbekleidung zu betrachten, sondern als alltägliche Freizeitbekleidung. Dies gilt gleichermaßen für das Schuhsortiment. So werden z.B. Turn- und Sportschuhe, sog. Boots- und Segelschuhe oder Sneakers im Alltag wie zur Sportausübung angezogen und sind deshalb weiterhin zentrenrelevant. Spielzeuge wie Bälle, Schwimmreifen, Wasserbälle, Luftmatratzen, Spiel- und Lenk-

drachen sind nicht zu den Sportgeräten zu zählen, sondern zu den Spielwaren (siehe auch tabellarische Aufzählung auf Seite 7).

Eine solche klarstellende Abgrenzung in den Sortimentslisten der Zentrenkonzepte gehört noch nicht in das herrschende Standardrepertoire der Zentrenkonzepte und des Planungsrechts. In der Fortschreibung der Sortimentsliste des Zentrenkonzepts wird versucht, sie mit Blick auf die ökonomische und soziale Realität so weit als möglich zu umschreiben und damit hinlänglich umsetzbar zu machen.

Wird die Unterscheidung unterlassen, besteht die Gefahr, dass ein nicht unbedeutender Teil des Bekleidungs-, Schuh- und Spielwarensortiments, der grundsätzlich den zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere der Innenstadt, als Einzelhandelsangebot vorbehalten bleiben sollte, künftig in beeinträchtigender Weise auch außerhalb dieser Standorte angeboten wird. Das gesamtstädtische Angebotsplus könnte dann kontraproduktiv und mit städtebaulich negativen Auswirkungen zu einem Attraktivitätsverlust in den zentralen Versorgungsbereichen führen.

Waffen, Jagd- und Angelbedarf

Diese Sortimente sind aufgrund ihrer Warenstruktur eher den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Ihre geringe Präsenz in der Innenstadt und die spezifische kleine Kundenzielgruppe können jedoch auch eine Entlassung aus der Zentrenrelevanz rechtfertigen. In Mainz gibt es noch zwei Waffengeschäfte und keinen Angelladen mehr. Allerdings sprechen der Spezialgeschäftscharakter und die Notwendigkeit der sozialen Kontrolle bei den Waffen- und Jagdgeschäften für einen Verbleib in den zentralen Versorgungslagen. Anders ist dies beim Angelbedarf. Er ist seit Jahren nicht mehr präsent in der Stadt und wird gerne von Fachmärkten für Boot- und Wassersport in Kombination angeboten. Ein bestimmter Standort zur sozialen Kontrolle dürfte hier ebenfalls nicht erforderlich sein. Eine Entlassung aus der Zentrenrelevanz könnte neues Ansiedlungspotential erschließen und damit eine spezifische Stärkung von Zentralität und Kaufkraftbindung für die Gesamtstadt ergeben.

Fahrräder und Zubehör

Dieses Sortiment, das bislang überwiegend in allen Städten und Regionen als zentrenrelevant eingestuft wurde, verliert nach und nach seine ihm einstmals zugesprochene Bedeutung für die zentralen Versorgungsbereiche. Der Wandel der Einzelhandelslandschaft hat in diesem Bereich zu neuen großflächigen Betriebstypen geführt, die ein umfassendes vielfältiges Angebot und Service bieten (siehe Fahrrad-Franz). Dieses Angebot können die mittelständischen, kleinflächigen Geschäfte in den zentralen Versorgungsbereichen nicht bieten. Auf der Kundenseite nimmt außerdem die gezielte Sport- und Freizeitnutzung gegenüber der Alltagsnutzung zu. In der Innenstadt von Mainz gibt es noch sechs, in den zentralen/integrierten Lagen der Stadtteile noch zehn inhabergeführte Fahrradgeschäfte mit Reparaturservice. Fahrrad-Franz im Industriegebiet-Mombach ist der einzige großflächige Fahrradmarkt mit umfassendem Angebot. Eine Entlassung aus der Zentrenrelevanz könnte neues Ansiedlungspotential erschließen und damit eine spezifische Stärkung von Zentralität und Kaufkraftbindung ergeben. Es ist allerdings nicht auszuschließen, dass einzelne inhabergeführte Geschäfte dem zusätzlichen Wettbewerb nicht standhalten können und dieses Sortiment mittel- bis langfristig aus den zentralen Lagen verschwindet. Zu beachtende städtebaulich unerwünschte Folgen (z.B. langfristige Leerstände aufgrund Kundenrückgangs) dürften dennoch nicht entstehen.

Das breitere Angebot in den Fachmärkten an der Peripherie wird dann allerdings mit erschwerter Erreichbarkeit für viele Fahrradnutzer erkaufte, da z.B. bei Reparaturbedarf des Fahrrads der nächste Laden nicht mehr zu Fuß, sondern nur noch mit dem PKW (ggf. ÖPNV) aufgesucht werden kann.

2. Lösung

Im Ergebnis wird die Mainzer Sortimentsliste wie folgt geändert:

In der Spalte „zentrenrelevante Sortimente“

- a) wird die Zeile
- Spielwaren, Sportartikel (außer Großteile)
ersetzt durch den Absatz
 - Spielwaren, Sportartikel, **Sportbekleidung, Sportschuhe, Badebekleidung und -artikel außer**
 - **Sportgroßgeräte generell,**
 - **Geräte, Funktionsartikel und Funktionsbekleidung, die ausschließlich zur Ausübung einer der folgenden spezifischen Sportarten dienen:**
 - **Golf**
 - **Motorradfahren**
 - **Reiten**
 - **Segeln, Surfen, Rudern, Paddeln**
 - **Tauchen**
 - **Motor- und Segelflug (nicht Modellflug)**
 - **Drachenfliegen, Gleitschirmfliegen, Fallschirmspringen, Ballonfahren**
- b) In der Zeile Waffen, Jagd- und Angelbedarf (außer Großteile) wird der **Angelbedarf gestrichen**.
- c) Die Zeile **Fahrräder und Zubehör** wird gestrichen.

In der Spalte „nicht-zentrenrelevante Sortimente“

werden die Zeilen/Begriffe

- **Angelbedarf**
- **Fahrräder und –zubehör**
- **Sportgroßgeräte generell**
- **Geräte, Funktionsartikel und Funktionsbekleidung, die ausschließlich zur Ausübung einer der folgenden spezifischen Sportarten dienen:**
 - - **Golf**
 - **Motorradfahren**
 - **Reiten**
 - **Segeln, Surfen, Rudern, Paddeln**
 - **Tauchen**
 - **Motor- und Segelflug (nicht Modellflug)**
 - **Drachenfliegen, Gleitschirmfliegen, Fallschirmspringen, Ballonfahren**

neu aufgenommen.

Im Anschluss an diese Liste werden folgende Aufzählungen und ergänzende Erläuterungen aufgenommen:

Zu den Produkten, die im Zusammenhang mit den hier aus der Zentrenrelevanz entlassenen Sportarten genutzt und in den Fachgeschäften angeboten werden, aber nach allgemeiner Anschauung überwiegend universell im Alltag gebraucht oder getragen werden und nicht als spezifisches Funktionsprodukt einer Sportart erkennbar sind und deshalb **weiterhin zentrenrelevant sind, zählen z.B.:**

Badeaccessoires	Badeanzug	Badehose
Bademoden	Badeschuhe	Badetuch
Bikini	Bücher	Fanartikel
Gummistiefel	Handschuhe (Universal)	Halstücher und Schals
Hüte		Kappen
Kinderbälle	Lederjacken und -hosen ohne Schutzapplikation	Luftmatratzen
Mützen	Outdoor- und Regenoberbekleidung	Poloshirts
Pullover	Rucksäcke	Schlittschuhe
Schwimmanzüge	Schwimmbrillen	Schwimmhilfen aller Art
Schwimmtiere	Socken und Strümpfe	
Bekleidung im Sportstil (z.B. Golf, Jagd, Segeln, Surfen)	Sonnenbrillen	Spielwaren
Sport-, Freizeit- und Trendschuhe (z.B. Bade-, Boots- und Segelschuhe, Sneakers, Turnschuhe)	Strandbekleidung und -textilien	Sweat-Shirts
Taschen (Universal)	Trainingsanzüge	T-Shirts
Unterwäsche	Wasserbälle	Wasserspielzeug

Die Aufzählung in dieser Liste kann nicht vollständig oder abschließend sein. Deshalb werden hier nicht genannte Produkte nach ihrem sachlogischen Zusammenhang zugeordnet.

Die Randsortimenteregulierung bleibt durch die 4. Fortschreibung der Sortimentsliste unberührt. Weiterhin dürfen in Betrieben mit ansonsten nicht-zentrenrelevantem Angebot max. 5 % der Verkaufsfläche, aber höchstens 450 qm Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten belegt werden.

3. Alternativen

Als Alternative stellt sich der Verzicht auf die Änderungen der Mainzer Sortimentsliste dar. Dadurch wird auf das beschriebene Ansiedlungspotential in den nicht-integrierten Lagen verzichtet. Mittelfristig bleibt die vage Chance, dass die genannten Sortimente nicht gänzlich aus den zentralen Versorgungslagen abwandern bzw. sich dort das eine oder andere Fachgeschäft neu ansiedelt. Dies würde zur Stärkung der Innenstadt beitragen. Die durch eine Entlassung dieser Sortimente aus der Zentrenrelevanz gewünschte Steigerung der gesamtstädtischen Angebotsvielfalt, Kaufkraftbindung und Zentralität würde dagegen möglicherweise unterbleiben.

4. Analyse und Bewertung geschlechtsspezifischer Folgen

Keine/geschlechtsneutral

5. Finanzielle Auswirkungen

Keine

Anlagen:

- 1) Einzelhandelsbetriebe in Mainz-Altstadt mit Sport-, Camping-, Fahrrad-, Angelbedarf und Waffen; Stand Juli 2016
- 2) Einzelhandelsbetriebe in den Mainzer Stadtteilen für Sport-, Camping-, Fahrrad-, Motorrad- und Caravanbedarf 2016
- 3) Mainzer Sortimentsliste nach 4. Fortschreibung des Zentrenkonzepts - Entwurf, August 2016