

Stellungnahme zum Entwurf des Einzelhandelskonzept Neustadt 2020

SPD-Fraktion im Stadtrat Neustadt an der Weinstraße, 14.12.2020

Die folgende Stellungnahme bezieht sich auf den Entwurf des Einzelhandelskonzept des Büros stad + handel vom 18.11.2020.

Die vorliegende Stellungnahme umfasst zwei Teile: Eine Kurzzusammenfassung und dem folgend die Stellungnahme der SPD Fraktion im Neustadter Stadtrat zum für die Stadtratssitzung am 15.12.2020 vorgelegten Entwurf für ein „Einzelhandelskonzept Neustadt“.

Kurz-Zusammenfassung

Das hier vorgelegte „Einzelhandelskonzept“ ist kein Konzept für die Entwicklung des Einzelhandels in Neustadt und die Entwicklung des Standorts, sondern eine Vorlage zur Bauleitplanung. Das mag für die Bauabteilung ausreichend sein, für uns darf es das nicht sein.

In der Beschlussvorlage der Stadtverwaltung für den Stadtrat wird zugesagt, man wolle sich später auch noch Gedanken über konstruktivere Ansätze machen, aus unserer Sicht ist dies die falsche Reihenfolge. Zunächst sollte Neustadt ein ökonomisch fundiertes Konzept für die Entwicklung des Einzelhandels erstellen und erst dann die entsprechende Bauleitplanung ableiten.

Hilfreich im vorliegenden Entwurf ist vor allem die Analyse:

Der Entwurf zeigt wichtige Herausforderungen für den Handel in Neustadt:

- Konkurrenz durch den digitalen Handel
- Konkurrenz durch die Nachbarstädte
- Infrastruktur in der Innenstadt

Der Entwurf zeigt auch, dass die bisherigen Ansätze, z.B. der Fokus auf die Bauleitplanung, offensichtlich nicht ausreichend oder nicht wirksam sind, denn

- eine Zentralität von 110 kann für ein Mittelzentrum nicht befriedigend sein
- die Zentralität des Standorts ist weiter zurück gegangen und liegt deutlich unter der Zentralität wichtiger Vergleichsstandorte (z.B. Landau und Speyer) (und zwar nicht nur nach den Zahlen im Gutachten, sondern auch bei denen der GfK), bei gestiegener, guter Kaufkraft
- in einigen Sortimenten ist die Zentralität für ein Mittelzentrum und eine attraktive Stadt erschreckend gering
- einige und auch wichtige Sortimente sind im ganzen Stadtgebiet nicht mehr vorhanden (z.B. Kinderkleidung, Musikalien) oder nur sehr begrenzt (z.B. Möbel, Haushaltswaren)
- die Verkaufsflächenausstattung ist deutlich geringer als in Vergleichsstädten

Wir begrüßen, dass die Verwaltung nun wieder einen Entwurf vorlegt, der eher dem ähnelt, der im entsprechenden Arbeitskreis besprochen wurde. Ärgerlich ist, dass die Verwaltung sich nicht an die Zusage im Stadtrat hält, den Entwurf noch einmal im Arbeitskreis zu besprechen, bevor er wieder in den Stadtrat kommt. Die Corona-Begründung für die Missachtung dieser Einigung im Rat ist fadenscheinig. Schließlich hätte die Sitzung auch virtuell stattfinden können.

Über den Entwurf, der hier vorliegt, müsste eigentlich ausführlich diskutiert werden. Das ist in der Stadtratssitzung nicht gewollt. Gerne stellen wir Ihnen untenstehend unsere ausführliche Stellungnahme zur Verfügung. Hier die wichtigsten Punkte, die in der Stellungnahme behandelt werden:

Kritikpunkte am Entwurf sind unter anderem:

1. Dem Entwurf fehlt eine ausreichende Zielsetzung
2. Es fehlt die kritische Auseinandersetzung mit dem bisherigen Einzelhandelskonzept und dessen Maßnahmen
3. Der Entwurf greift zu kurz und bietet keine konstruktiven Entwicklungsempfehlungen
4. Der Entwurf geht zu wenig auf die identifizierten Herausforderungen ein
5. Der Entwurf sieht Neustadt als eine Insel und vernachlässigt die Konkurrenzsituation mit den Nachbarstandorten, v.a. in den Empfehlungen. Diese Inselbetrachtung ist unrealistisch

Noch ausführlicher sollte über mögliche Vorschläge für eine Anpassung und Entwicklung des Konzeptes gesprochen werden. Hier lediglich wenige Stichworte, um Sie zu motivieren, unsere Stellungnahme zu lesen:

1. Wir müssen den künftigen Branchenmix in der Innenstadt überlegen
2. Wir müssen mit den Chancen und Herausforderungen des online-Handels aktiv und konstruktiv umgehen
3. Wir müssen für die Abdeckung aller relevanten Sortimente mit einem attraktiven und umfassenden Angebot sorgen.
4. Die Rahmenbedingungen müssen optimiert werden
5. Bei der Sortimentsliste sollten relevante Kriterien zur Abgrenzung und die Realitäten bei Nachfrage- und Angebotsrealitäten berücksichtigt werden

Was dem Folgend aktiv getan werden sollte, auch hierzu folgen untenstehend einige Punkte. Hierzu gehören Vorschläge zur Ansiedlungspolitik, zur Gründerförderung, zur Erreichbarkeit und Logistik und zur Infrastruktur.

Stellungnahme

I. Ergebnisse der Analyse des Entwurfs

Der Entwurf zeigt wichtige Herausforderungen für den Handel in Neustadt. Die wichtigsten hierbei sind:

- Konkurrenz durch den digitalen Handel
- Konkurrenz durch die Nachbarstädte
- Infrastruktur in der Innenstadt (z.B. Kleinteiligkeit und Andienbarkeit der Geschäfte, verkehrliche Situation in den Bereichen Fahrrad und Parken)

Es ist erforderlich, dass Neustadt Strategien entwickelt, wie mit diesen Herausforderungen umgegangen werden kann. Leider bietet der Entwurf hier keine ausreichenden Lösungsvorschläge.

Der Entwurf zeigt auch, dass die bisherigen Ansätze, wie auch die Regelungen, welche sich aus dem letzten Einzelhandelskonzept ergeben, offensichtlich nicht ausreichend oder nicht wirksam sind, denn

- die Zentralität des Standorts ist weiter zurück gegangen und liegt deutlich unter der Zentralität wichtiger Vergleichsstandorte (z.B. Landau und Speyer), bei gestiegener, guter Kaufkraft.¹
- in einigen Sortimenten ist die Zentralität für ein Mittelzentrum und eine attraktive Stadt erschreckend gering
- 100 Gewerbeeinheiten sind verloren gegangen
- die Verkaufsflächenausstattung ist deutlich geringer als in Vergleichsstädten
- einige und auch wichtige Sortimente sind im ganzen Stadtgebiet nicht mehr vorhanden (z.B. Kinderkleidung, Musikalien) oder nur sehr begrenzt (z.B. Möbel, Haushaltswaren)

Gut aufgestellt ist Neustadt im Bereich der Lebensmittelversorgung, auch wenn es in einzelnen Gebieten Verbesserungsbedarf bei der fußläufigen Nahversorgung gibt.

II. Kritische Auseinandersetzung mit dem Entwurf

Der vorgestellte Entwurf gibt eine erste Analyse des Einzelhandelsstandorts Neustadt und kann für die Entwicklung des Standorts wichtige Informationen und Impulse geben. Ein Konzept zur Entwicklung des Standortes ist das Konzept in der derzeitigen Form nicht. Der Entwurf genügt den Mindestanforderungen der Landesplanung für ein Einzelhandelskonzept, dies kann aber nicht das Ziel der Stadt Neustadt für eine Entwicklung des Standorts sein.

Entwurf greift zu kurz

Eine Analyse alleine und die Ableitung von rein städtebaulichen Empfehlungen ohne Berücksichtigung ökonomischer Zusammenhänge ist nicht ausreichend. Es mag sein, dass die Landesplanung ein „Einzelhandelskonzept“ mit dem Adressat „Bauleitplanung“ vorsieht, wie es auch

¹ Auch wenn im Entwurf steht, die Vergleichswerte seien nur bedingt vergleichbar: Die Zahlen der GfK zeigen das gleiche Bild. Und da das Büro Stadt + Handel auch das Konzept für Speyer (vor einem Jahr) erstellt hat, sollte eine Vergleichbarkeit hier gegeben sein.

im vorliegenden Entwurf als Zielsetzung genannt ist. Das ist aber in zweifacher Hinsicht für Neustadt nicht ausreichend. Zum Einen vergibt Neustadt die Chance, eine echtes Einzelhandelskonzept, d.h. ein Konzept zur Entwicklung des Einzelhandels, vorzulegen und zum Anderen können auch die Empfehlungen für die Bauleitplanung nicht fundiert getroffen werden, wenn die ökonomischen Zusammenhänge nicht ausreichend berücksichtigt sind.

Das Ziel für Neustadt muss es sein, den Standort aus Sicht der Stadt Neustadt – auch im Wettbewerb mit anderen Standorten – zu entwickeln. Neustadt kann sich nicht damit zufrieden geben, lediglich landesplanerische Mindeststandards zu erfüllen, sondern muss sich zum Ziel setzen, sich zu einem für Bewohnerinnen und Bewohnern und Wirtschaftstreibenden attraktiven Standort zu entwickeln.

Die Analyse des Entwurfs belegt die genannte Kritik. Bis auf die Kaufkraft zeigen alle wichtigen Kennzahlen, die erhoben wurden, eine für Neustadt negative Entwicklung seit der Umsetzung des letzten Einzelhandelskonzeptes – auch im Vergleich zu wichtigen Vergleichsstädten. Lediglich die Versorgung mit Lebensmittel hat sich leicht verbessert, dies ist auch das einzige Sortiment, bei dem die Stadt sich durch die Entwicklung des Standorts Martin-Luther-Straße nicht an die Vorgabe der Innenstadtrelevanz hielt.

Die Entwicklung (und die Analyse des vorliegenden Entwurfs) zeigen deutlich, dass sich Kunden nicht an Vorgaben der Stadtplanung halten, sondern eigene Kaufentscheidungen treffen.

Vor diesem Hintergrund muss überlegt werden, ob die Schlussfolgerungen und die bisherige Vorgehensweise aus dem letzten Einzelhandelskonzept richtig war und ob nicht ein konstruktiver, ökonomisch begründbarer Ansatz gewählt werden muss.

Neustadt benötigt ein konstruktives Konzept zur Entwicklung als Einzelhandelsstandort und zur Belebung der Innenstadt. Eine Verhinderungsplanung wird – wie die letzten Jahre gezeigt haben – die Entwicklung der Innenstadt nicht befeuern. Erforderlich ist ein konstruktiver Ansatz, der die folgenden Punkte integriert:

- Konzepte für die Situation der Neustadter Innenstadt (z.B. Möglichkeit kleinteilige Flächen zu vermarkten, Mix aus Einkauf, Erlebnis, Gastronomie, Kultur und Entertainment (wie in der Analyse vorgeschlagen))
- Konzepte und Anreize zur Akquise geeigneter Anbieter
- Konzepte zur Gründerförderung
- Maßnahmen zur Verbesserung der Infrastruktur und sonstiger Rahmenbedingungen

Entwurf geht zu wenig auf die identifizierten Herausforderungen ein

Wie bereits oben erwähnt zeigt der Entwurf in seiner Analyse die wichtigsten aktuellen Herausforderungen auf:

- Konkurrenz durch den digitalen Handel
- Konkurrenz durch die Nachbarstädte
- Entwicklungen auf der Angebots- und Nachfrageseite (z.B. zunehmende Anforderung an Sortimentsbreite und -tiefe)
- Infrastruktur in der Innenstadt (z.B. Kleinteiligkeit und Andienbarkeit der Geschäfte bei gleichzeitig steigenden Anforderungen der Anbieter in Bezug auf Fläche und Andienung, verkehrliche Situation in den Bereichen Fahrrad und Parken)

Leider gibt der Entwurf auf diese Herausforderungen keine Antwort, es wird weiterhin versucht, v.a. durch die Einteilung von Sortimenten Antworten zu finden. Diese Sortimentsklassifizierung und der damit verbundene Lenkungswille geben keine Antworten auf die genannten Herausforderungen. Es

entsteht der Eindruck, dass mit alten Konzepten, die sich auch seit dem letzten Einzelhandelskonzept als wenig hilfreich erwiesen haben, auf neue Herausforderungen reagiert werden soll. Es fehlen v.a. Konzepte zum Umgang mit den Entwicklungen der Digitalisierung, wie z.B. einem Fokus auf Erlebniseinkauf oder Angebots- und Serviceerweiterungen.

Inselbetrachtung ist unrealistisch

Das Konzept geht sowohl als Grundvoraussetzung als auch in seinen Umsetzungsempfehlungen bzw. Einschränkungsvorgaben davon aus, dass die Stadt Neustadt als singuläre Einheit unabhängig von ihrem regionalen Umfeld betrachtet werden könne. In den Fragen der Ansiedlungspolitik, der Flächengestaltung und der Sortimentsliste wird davon ausgegangen, dass sich bestimmte Angebote ansiedeln, wenn es einen mindestens lokalen Bedarf für deren Sortiment gibt. Sei es mit größerer Sortimentstiefe oder lediglich als Basisangebot. Dies führt zur Annahme, dass sich mit den Empfehlungen des Konzeptes die lokale Kaufkraft in der Stadt halten und lenken ließe. Diese Grundannahmen sind falsch und in den daraus folgenden Empfehlungen gefährlich für den Handelsstandort Neustadt. Finden Angebote z.B. in Nachbarstädten kundenfreundlichere Bedingungen vor, werden diese Angebote aus Neustadt abwandern und für Neustadt verloren gehen, da Kundinnen und Kunden in ihrer Entscheidung für einen Einkauf räumlich flexibel sind. Die Vergleichszahlen zeigen bereits, dass sowohl Angebot als auch Nachfrage einfach in die Nachbarstandorte und vermehrt in das Internet abwandern. Gerade im Fall des Internets führt eine geringe Auswahl im Angebot (Sortimentstiefe) zu einem schnellen Wechsel der Nachfrage zum Online-Handel.

Die Wettbewerbssituation muss daher in alle Betrachtungen des Konzeptes einfließen. In der Analyse geschieht dies teilweise, in den Empfehlungen und in der Argumentation der Sortimentsliste nicht.

Analyse berücksichtigt aktuelle Entwicklungen nicht

Die Analyse des Standortes muss auf einen bestimmten Zeitpunkt der Datensammlung abstellen. Dennoch sollten aktuell bereits bekannte Entwicklungen in die Analyse einbezogen werden. So ist bereits heute bekannt, dass z.B.

- der Klemmhof nicht mehr als Einzelhandelsstandort entwickelt werden soll
- die Ansiedlung eines Baumarkts mit über 10.000 qm in Hassloch die Situation in Neustadt erheblich verändern wird, und
- das Hertie-Gebäude entwickelt wird.

Dem Entwurf fehlt eine ausreichende Zielsetzung

Ein Planungskonzept muss eine Zielsetzung haben. Im vorliegenden Entwurf sind die einzigen Zielkennzahlen „Zielzentralitäten“, ohne dass darauf eingegangen wird, wie diese erreicht werden können.

Zur Erreichung solcher Ziele müssen weitere Kennzahlen entwickelt werden, wie z.B. Sortimentsbreite und -tiefe, Attraktivität des Angebots usw.

Abzulehnen ist die Definition einer Zielkennzahl, die unter den bereits erreichten Zentralitäten liegt. Es mag sein, dass in den Bürostuben der SGD bestimmte Planvorgaben für die Sortimentstiefe und -breite für Neustadterinnen und Neustadter gerne gesehen werden. Es kann aber nicht im Interesse einer attraktiven Stadt liegen, sich hier zu beschränken. Zumal eine Beschränkung in einem Sortiment Folgewirkung für den gesamten Standort haben, da die Angebotsvielfalt darunter leiden würde und diese für den Erlebniseinkauf relevant ist.

Fehlende kritische Auseinandersetzung

Der vorliegende Entwurf ist eine Weiterentwicklung des bisher gültigen Einzelhandelskonzeptes. Der Entwurf zeigt, dass sich viele wichtigen Kennzahlen negativ entwickelt haben. Leider geht er in seiner Analyse aber nicht darauf ein, in wie weit die Umsetzung der Ergebnisse und Empfehlungen des aktuellen Einzelhandelskonzeptes für diese Entwicklung relevant sind. Es wird weder untersucht, welche Empfehlungen umgesetzt wurden, noch wird überprüft, ob die damals definierten Ziele durch das umgesetzte Instrumentarium erreicht werden konnten. Oder ob gar die Umsetzung des damaligen Einzelhandelskonzeptes zur negativen Entwicklung beigetragen haben. Es entsteht der Eindruck, man setze weiter auf ein Instrument, das bisher seine Ziele nicht erreicht hat, ohne kritisch zu prüfen, ob und in wie weit und warum dieser Einsatz für die fehlende Zielerreichung verantwortlich ist.

III. Empfehlungen für ein Einzelhandelskonzept für Neustadt

Ein Einzelhandelskonzept, das die Entwicklung Neustadts unterstützen soll und als Grundlage für z.B. die Bauleitplanung gelten soll, kann nicht alleine als Konzept der Erfüllung von Minimalanforderungen der Landesplanung ausgeführt werden. Neustadt muss ein solches Konzept nutzen, geeignete Ansätze zur Entwicklung Neustadt als Handelsstandort zu entwickeln.

Die vorliegende Analyse muss daher auch für ein **Umsetzungskonzept** genutzt werden. Hierbei müssen die erforderlichen Schritte zur Entwicklung der lokalen Wirtschaft festgelegt werden. Dies kann nicht alleine durch die Stadtplanung erfolgen; der Wirtschaftsdezernent und die lokalen Verbände und Vereinigungen müssen einbezogen werden.

Künftigen Branchenmix in der Innenstadt überlegen

Vor dem Hintergrund der aktuellen Herausforderungen, insb. der wachsenden Bedeutung des online-Handels verweist die Analyse auf den notwendigen Mix aus Einkauf, Erlebnis, Gastronomie, Kultur und Entertainment. Die Koordination eines solchen Gesamterlebnisses kann der Markt nicht übernehmen, hierfür müssen geeignete Konzepte entwickelt und organisiert werden.

Herausforderungen des online-Handels als Chance nutzen

Ein lokaler Standort, wie Neustadt, ist für Kunden, die in der Auswahl der Einkaufsstandorte flexibel sind, nur dann interessant, wenn zu den Sortimenten mehrere Anbieter vor Ort sind, und eine **breite Auswahl** (Sortimentsbreite und -tiefe) sicher gestellt ist. Das kann aufgrund der Kleinteiligkeit der Ladenflächen in der Innenstadt durch eine Kombination der Angebote in verschiedenen Lagen (inkl. „Grüne Wiese“) erreicht werden.

Der beschriebene Ansatz, durch eine stärkere Spezialisierung die Nutzung kleinteiliger Ladenflächen zu ermöglichen, führt zur Notwendigkeit, hierfür geeignete Angebote zu finden. Hier sollten **aktiv** Sortimente angeworben werden, für welche sich eine solche Spezialisierung anbietet, da Kunden für diese Sortimente nach Spezialisten suchen (z.B. Sonderschuhgrößen, Biosphärenreservat Pfälzer Wald, Kunsthandwerk). Für viele spezialisierte Betriebe ist dabei ggf. die lokale Nachfrage weniger relevant, hier könnte Neustadt seine Vorteile als lebenswerte Stadt nutzen und den Betreibern ein attraktives Wohn- und Lebensumfeld bieten. Diese Betriebe könnten die Ladenfläche zum Kundenkontakt und zur Präsentation nutzen, während die überregionale Nachfrage durch einen online-Shop befriedigt wird.

Solchen Anbietern müssten in Neustadt Services für die Plattform-Betreuung, ein lokales Logistik-System und schnelle Internetanbindung geboten werden. Eine Ansiedlung wird allerdings nur durch die aktive Vermarktung der Flächen erreicht werden.

Die Corona-Situation zeigt deutlich auf, dass für alle Händler und Gastronomen digitale Ergänzungen und Konzepte gefunden werden müssen. Hier sind die der dem Entwurf angehängten Hinweise zur Corona-Situation eher hilflos. Die Corona-Situation dient lediglich der Argumentation, den Entwurf schneller umzusetzen und damit Lösungsideen der Vergangenheit auf Herausforderungen der Situation und der Zukunft zu wiederholen.

Sortimentsbreite und -tiefe: Notwendiges Mindestangebot erreichen und ausbauen. Vorschläge für Ansiedlungen erarbeiten und aktiv akquirieren

Damit ein Standort als Handelsstandort attraktiv wahrgenommen wird, muss eine ausreichende Sortimentsbreite und -tiefe verfügbar sein. Die Analyse zeigt, dass einige Sortimente in Neustadt unterrepräsentiert sind. Allerdings ist die vorgelegte Kategorisierung für eine Entwicklung der Stadt zu allgemein gewählt. Zwar bestehen z.B. Angebote im Bekleidungsbereich, es wird hier aber nicht deutlich, dass der Bereich der Kinderkleidung in Neustadt nicht mehr existent ist. Eine detailliertere Analyse ist anzuraten und in der Folge müssen Konzepte entwickelt werden, fehlende Sortimente nach Neustadt zu holen.

Einige Sortimente gibt es seit vielen Jahren nicht mehr (z.B. Musikalien) oder kaum (z.B. Möbel, Lampen, Teppiche usw. und Haushaltswaren) in Neustadt. Darüber hinaus erreicht Neustadt bei einigen Sortimenten bei weitem keine akzeptablen Zentralitätswerte.

Die aktuelle Strategie, solche Sortimente „verloren“ zu geben oder – auch nach vielen Jahren – weiter zu hoffen, dass diese sich in den kleinräumigen Leerständen in der Innenstadt ansiedeln, ist in den letzten zehn Jahren nicht erfolgreich gewesen. Es muss diskutiert werden, wie mit Sortimenten verfahren werden soll, die seit vielen Jahren nicht mehr oder nicht in ausreichendem Maße vorhanden sind. Im ersten Schritt müssen Konzepte der **aktiven** Ansiedlung umgesetzt werden (s. oben). Diese Überlegungen müssen dann aber auch die Sortimentsliste einbeziehen. Wenn es seit vielen Jahren nicht mehr gelingt, z.B. Kinderwagen und -möbel usw. in der Innenstadt anzusiedeln, weil hierzu die Flächen und die Möglichkeit der Abholung fehlen, müssen solche Sortimente auch in Randgebieten der Kernstadt oder außerhalb der Stadt ermöglicht werden.

Folgende Maßnahmen sind u.a. zu empfehlen:

- Sortimentsspezifische Analyse der Anforderungen auf Nachfrage- und Angebotsseite
- Entwicklungskonzept für solche Sortimente
- Flächenmanagement durch die Stadt zur Bereitstellung geeigneter Mietflächen mit flexiblen Mietverträgen
- Bereitstellung mind. eines „Testladens“
- Bemühungen zur Zusammenlegung von Flächen
- Akquise und Förderung von Unternehmensgründungen
- Recherche erfolgreicher Geschäftsmodelle und Übergabe an lokale Gründer
- Ansprache von Unternehmen mit erfolgreichen Konzepten in vergleichbaren Städten

Rahmenbedingungen optimieren

Die Analyse des aktuellen Entwurfs und des noch gültigen Einzelhandelskonzeptes zeigen, dass nicht alle erforderlichen Rahmenbedingungen in Neustadt optimal sind. Hierzu zählt z.B. die Erreichbarkeit von Geschäften in der Innenstadt zur Anlieferung, Anforderungen an die Ladenflächen, die Erreichbarkeit der Stadt und der Innenstadt mit dem Fahrrad, das Fehlen attraktiver PKW- und

Fahrradstellplätzen usw. Leider werden in den Empfehlungen der beiden Konzepte diese Herausforderungen nicht mehr genannt. Da nur bei geeigneten Rahmenbedingungen ein für Kunden und Anbieter attraktiver Standort entstehen kann, müssen hierfür Lösungen gefunden werden.

Sortimentsbreite und -tiefe: Attraktives Angebot statt „Zielzentralität“ in den Vordergrund stellen

Wie bereits ausgeführt, muss ein relevanter Handelsstandort eine attraktive Sortimentstiefe und -vielfalt erreichen. Erst bei Auswahl und bei der Bereitstellung vieler Sortimente werden Kunden Neustadt zum Einkaufsbummel aufsuchen.

Nach den Überlegungen der Landesplanung soll sich eine Stadt wie Neustadt an moderaten Zielzentralitätswerten orientieren. Da aktuell kein Ansatz verfolgt wird, Sortimente, bei denen die Zielzentralitäten nicht erreicht werden, auszubauen, bedeutet dies für Neustadt und sein Einzelhandelskonzept ausschließlich, zu kommunizieren, dass bei einigen Sortimenten ein „Zuviel“ in Neustadt vorhanden sei. Solche Sortimente sind seit Jahrzehnten erfolgreich in Neustadt (z.B. Schmuck und Juweliers), insofern widerspricht hier bereits der Markt solchen Überlegungen zu einer „Zielzentralität“.

Solche Zielzentralitäten sind aus Neustadter Sicht abzulehnen. Zum Einen profitiert ein Standort, wenn er in spezifischen Sortimenten als Schwerpunktstandort bekannt ist, da Kunden dieses Sortiments in die Stadt kommen und ggf. Nachfrage für weitere Sortimente mitbringen (z.B. Weihnachtssortiment in Oberammergau, Schuhe in SÜW). Zum Anderen muss Neustadt als Mittelzentrum bestrebt sein, in allen Sortimenten über eine Zielzentralität von 100 zu kommen. Lediglich Standorte, die ein breites Sortiment vorhalten, sind für Kunden attraktiv, die nicht unmittelbar in der Innenstadt wohnen.

Für Sortimente, für deren heute erforderliche Angebotsbreite in der Innenstadt keine ausreichenden Flächen angeboten werden können, müssen solche Flächen durch Flächenmanagement der Stadt oder Motivation von Gebäudeeigentümer geschaffen werden. Wo dies nicht möglich oder sinnvoll ist oder wo die Anforderungen der Händler nicht erfüllt werden können (z.B. Erreichbarkeit, Anlieferung, Barrierefreiheit), müssen Ergänzungsangebote außerhalb der Innenstadt zugelassen werden.

Analyse der Gründe für die Entwicklung der Kennzahlen

Der vorliegende Entwurf zeigt, dass die wichtigsten Kennzahlen rückläufig sind und Neustadt gegenüber den Nachbarstädten verliert. So sind z.B. 100 Gewerbeeinheiten verloren gegangen. Hier wäre es notwendig bei jedem Unternehmen, das verloren geht, zu analysieren, welches die Gründe sind und wie die Situation für die Zukunft verbessert werden kann.

Sortimentsliste: Standort als Ganzes entwickeln mit dem Ziel einer breite, vollständigen und attraktive Sortimentspalette

Die Aufstellung einer Sortimentsliste zur Definition und zum „Schutz“ innenstadtrelevanter Sortimente muss die Lebenswirklichkeit der Kunden berücksichtigen. Ein Grundproblem der Sortimentsliste ist die Überlegung, hiermit ließen sich Kaufströme in bestimmte Stadtbereiche steuern. Es wurde oben bereits gezeigt, dass diese Überlegung nur zutreffen kann, wenn der Standort als Insel oder als eingemauerte Stadt verstanden wird. Attraktive Wettbewerbsstandorte sind aber mit allen Verkehrsmitteln in kurzer Zeit erreichbar.

Gleichzeitig muss eine solche Liste berücksichtigen, dass (auch im Wettbewerb mit dem online-Handel) Kunden im stationären Handel eine gewisse Auswahl wünschen. Dies bedeutet, dass erst bei

Verfügbarkeit einer ausreichenden Sortimentstiefe Kunden den Standort zum Einkaufen in Erwägung ziehen. Diese kann auch über mehrere Anbieter und mehrere Standorte in der Stadt verteilt erfolgen. Ein gutes Beispiel ist der Fahrradhandel, der inzwischen viele Kunden aus Nachbarstädten nach Neustadt lockt. Nur hier ist das Angebot für alle Nachfragebereiche vorhanden. Kostengünstige Räder finden sich bei Decathlon auf der sog. „Grünen Wiese“, ein breites Angebot der zahlreichen Fahrradtypen und -sportarten finden sich großflächig bei Fahrrad Trimpe und in der Innenstadt hat sich erst in letzter Zeit ein spezialisierter Anbieter hochwertiger Sporträder erweitert. Alle Anbieter sind sehr erfolgreich. Und jeder Kunde weiß, dass für jeden Geschmack und Geldbeutel etwas in Neustadt zu finden ist und sich eine Anfahrt daher immer lohnt. Dieses Beispiel zeigt, dass die Vorgaben der Sortimentsliste die Lebenswirklichkeit der Kunden und die Funktionsweise von Handelsmärkten nicht ausreichend berücksichtigen kann, wenn bestimmte Sortimente auf kleinteilige Angebote in der Innenstadt beschränkt werden.

Wird eine Sortimentsliste gewünscht, muss sie nach relevanten Kriterien aufgestellt werden. Zunächst ist es abzulehnen, dass eine Wunschliste der SGD umgesetzt wird. Eine Sortimentsliste für Neustadt muss aus den Interessen und der Situation Neustadts entstehen. Im vorliegenden Entwurf wird versucht, Sortimente als innenstadtrelevant zu definieren, die z.B. in den umliegenden Städten nicht innenstadtrelevant sind. Es kann nicht Aufgabe der Stadt Neustadt sein, die Restriktionen, die Verwaltungsmitarbeitern am grünen Tisch der SGD für die Städte wünschen, aber aus guten Gründen in anderen Städten nicht umgesetzt werden, nun alle in Neustadt umzusetzen. Es ist originäre Aufgabe der Stadt Neustadt ihre Sortimentsliste festzulegen, es gibt für die Einordnung innerhalb der Liste weder eine Weisungsbefugnis vom Land noch von der SGD.

Bei einer Sortimentsliste müssten darüber hinaus integrierte Angebote berücksichtigt werden. Manche Sortimente können sinnvoller Weise nur mit anderen verkauft werden, wenn z.B. für eine Spezialisierung keine ausreichende Kaufkraft vor Ort ist oder aber die Kunden ein Angebotsbündel oder das Angebot komplementärer Produkte erwarten. Es macht bspw. keinen Sinn, Klaviernoten als innenstadtrelevant zu definieren, wenn Klaviere aus gutem Grund als nicht innenstadtrelevant eingestuft werden. Der Bereich der Musikinstrumente als Beispiel eine weitere Entwicklung im Markt; dass nämlich die Bündelung von Produkten, d.h. hier das kombinierte Angebot aller Musikinstrumente und deren Zubehör (inkl. Noten), notwendig sind. Einerseits wegen der Erwartung der Kunden, andererseits zur Markenbildung, Bündelung der Nachfrage und zur Erzielung einer ausreichenden Flächenrendite. Ähnliches gilt für die sinnvolle Eingliederung von Elektrogroßgeräten als nicht innenstadtrelevant, wenn andere Elektro- oder Küchengeräte nicht mitverkauft werden dürfen.

Mögliche Kriterien für eine solche Liste könnten sein:

- Platzbedarf für ein wettbewerbsfähiges und attraktives Angebot (inkl. Lager- und Sozialräume)
- Aufwand beim Abtransport
- Dauer für das Fehlen eines Sortiments in Neustadt
- Notwendigkeit von Vollständigkeit und Vielfalt in einem Sortiment
- Gewerbesteueraufkommen
- Kurzfristige, tägliche Grundversorgung vs. Wocheneinkauf
- Differenzierung Erlebniseinkauf vs. Versorgungseinkauf
- Berücksichtigung integrierter Angebote und von Komplementärprodukten

Manche dieser Kriterien werden im Entwurf zwar angesprochen, spielen dann aber bei der Aufstellung der Liste keine Rolle mehr.

Zusammenfassende Vorschläge für die nächsten Schritte (für Neustadt als Gesamt-Standort)

- Sortimentsanalyse detaillieren
- Entwicklungskonzept für fehlende und unterbesetzte Sortimente
- Aktive Ansiedlungskonzepte entwickeln
- Flächenmanagement durch die Stadt beginnen
- Logistikkonzept erstellen
- Verkehrskonzept Innenstadt entwickeln
- Parkraumkonzept umsetzen
- Aktive Gestaltung der Nebenlagen, Akquise Frequenzbringer z.B. in die obere und untere Hauptstraße angehen
- Leerstandskonzept erstellen
- Umgestaltung Klemmhof umsetzen
- Bahnhofsbereich gezielt entwickeln
- Innovative Ansätze zusammenführen (wie z.B. Testladen, Mietzuschüsse, Akquise fehlender Sortimente, Neue Konzepte für kleinteilige Flächen, Projekte zur Verbindung von Einkauf, Gastronomie, Kultur und Erlebnis)