

Meckenheimer Sortimentsliste:

Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept

für die

Stadt Meckenheim

Auftraggeber:
Stadt Meckenheim

Durchführung:
BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG

Rainer Schmidt-Illguth
Jens Block
Anna Heynen

Köln, im September 2008



Geschäftsführer: Hilmar Juckel
Aufsichtsratsvorsitzender: Josef Sanktjohanser, Präsident des HDE e.V.
Sitz der Gesellschaft: Köln/Registergericht Köln: HRA 25675

Komplementär: BBE Verwaltungs GmbH
Geschäftsführer: Hilmar Juckel
Sitz der Gesellschaft: Köln/Registergericht Köln: HRB 62231

BBE RETAIL EXPERTS
Unternehmensberatung
GmbH & Co. KG
Agrippinawerft 30/D-50678 Köln
Telefon +49(0)221 93655- 01
Telefax +49(0)221 93655-101
info@bbe-retail-experts.de
www.bbe-retail-experts.de

Inhaltsverzeichnis

| | <u>Seite</u> |
|--|--------------|
| 1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung | 4 |
| 1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung | 4 |
| 1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen | 5 |
| 2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung | 7 |
| 2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung | 7 |
| 2.2 Siedlungsstruktur und demographische Entwicklung | 10 |
| 2.3 Einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen in der Stadt Meckenheim | 12 |
| 3 Einzelhandelssituation in der Stadt Meckenheim | 14 |
| 3.1 Gesamtstädtische Strukturdaten und Einzelhandelszentralität | 14 |
| 3.2 Zentrale Versorgungsbereiche in Meckenheim | 21 |
| 3.2.1 Nutzungsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche | 21 |
| 3.2.2 Kundeneinzugsgebiet der Meckenheimer Zentren | 27 |
| 3.3 Wohnungsnahe Grundversorgung | 28 |
| 3.4 Einkaufsorientierung in Meckenheim | 32 |
| 3.5 Der Einzelhandelsstandort Meckenheim im Meinungsbild der Befragten | 38 |
| 4 Prognose der Einzelhandelsentwicklung | 41 |
| 4.1 Einzelhandelsrelevante Strukturveränderungen und Trends | 41 |
| 4.1.1 Konsumtrends in der Gesellschaft | 41 |
| 4.1.2 Konsequenzen für den Einzelhandel | 43 |
| 4.2 Auswirkungen der demographischen Entwicklung auf die Nachfrage | 44 |
| 5 Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Meckenheim | 45 |
| 5.1 Vorgaben der Landesplanung | 45 |
| 5.2 Leitziele und Standortkonzept | 48 |
| 5.3 Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche | 50 |
| 5.3.1 Empfehlungen zur Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereichs Alt-Meckenheim | 52 |
| 5.3.2 Empfehlungen zur Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereichs „Neuer Markt“ | 57 |
| 5.4 Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung | 62 |
| 5.5 Empfehlungen zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels | 65 |

| | | |
|-------|---|----|
| 5.6 | Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung | 67 |
| 5.6.1 | Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente | 67 |
| 5.6.2 | Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten | 76 |
| 5.6.3 | Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels | 77 |
| 5.6.4 | Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels | 80 |
| 5.6.5 | Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten | 80 |
| 5.6.6 | Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten | 82 |
| 5.6.7 | Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich | 82 |
| 5.6.8 | Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts durch die Bauleitplanung – Zusammenfassung der Empfehlungen | 83 |

Abbildungsverzeichnis:

| | | |
|----------|--|----|
| Abb. 1: | Lage der Stadt Meckenheim und zentralörtliche Gliederung | 9 |
| Abb. 2: | Altersstruktur der Bevölkerung der Stadt Meckenheim: Jahre 2003 und 2020 im Vergleich | 11 |
| Abb. 3: | Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Warengruppen | 13 |
| Abb. 4: | Verkaufsflächen in der Stadt Meckenheim nach Warengruppen | 16 |
| Abb. 5: | Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Stadt Meckenheim | 17 |
| Abb. 6: | Umsatz-Kaufkraft-Relation nach Warengruppen (in %) | 20 |
| Abb. 7: | Einzelhandelsstrukturen in der Innenstadt von Alt-Meckenheim | 21 |
| Abb. 8: | Einzelhandelsstrukturen am „Neuen Markt“ | 24 |
| Abb. 9: | Ergebnisse der Kundenwohnorterberhebungen in Alt-Meckenheim und am „Neuen Markt“ | 27 |
| Abb. 10: | Umsatz-Kaufkraft-Relationen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und fußläufige Einzugsradien größerer Lebensmittelbetriebe | 29 |
| Abb. 11: | Standort-Check Nahversorgung | 31 |
| Abb. 12: | Repräsentativität der befragten Haushalte | 32 |
| Abb. 13: | Bevorzugte Einkaufsorte für Lebensmittel | 33 |
| Abb. 14: | Bevorzugte Einkaufsorte für Oberbekleidung | 34 |
| Abb. 15: | Bevorzugte Einkaufsorte für Bau- und Gartenbedarf | 35 |
| Abb. 16: | Bevorzugte Einkaufsorte für Unterhaltungselektronik | 36 |
| Abb. 17: | Bevorzugte Einkaufsorte für Wohnmöbel | 37 |
| Abb. 18: | Vermisste Einzelhandelsangebote in Meckenheim | 38 |
| Abb. 19: | Verbesserungsvorschläge für den Bereich Alt-Meckenheim | 39 |
| Abb. 20: | Verbesserungsvorschläge für den Bereich Neuer Markt | 40 |
| Abb. 21: | Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Meckenheim | 49 |
| Abb. 22: | Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs Alt-Meckenheim | 52 |

| | | |
|----------|--|----|
| Abb. 23: | Empfehlungen zur Strukturentwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt Alt-Meckenheim im Raumbezug | 53 |
| Abb. 24: | Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs „Neuer Markt“ | 57 |
| Abb. 25: | Empfehlungen zur Strukturentwicklung des Einzelhandels im Zentralen Versorgungsbereich „Neuer Markt“ | 59 |
| Abb. 26: | Lagebeziehungen des geplanten Ortsteilzentrums „Merl-Steinbüchel“ | 62 |
| Abb. 27: | Potenzialflächen für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel | 65 |
| Abb. 28: | Meckenger Liste zur Definition der nahversorgungsrelevanten, zentren- sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimente | 74 |

Tabellenverzeichnis:

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabelle 1: | Einwohnerzahlen nach Stadtteilen | 10 |
| Tabelle 2: | Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Meckenheim nach Warengruppen | 12 |
| Tabelle 3: | Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Meckenheim nach Warengruppen | 15 |
| Tabelle 4: | Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Stadtteilen | 18 |
| Tabelle 5: | Verkaufsflächen nach Stadtteilen <u>mit</u> und <u>ohne</u> Außenverkaufsflächen im Vergleich | 19 |
| Tabelle 6: | Umsatz-Kaufkraft-Saldo nach Warengruppen (in Mio. EUR) | 20 |
| Tabelle 7: | Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebsgrößenklassen in Alt-Meckenheim | 22 |
| Tabelle 8: | Verkaufsflächen und Umsätze in Alt-Meckenheim nach Warengruppen | 23 |
| Tabelle 9: | Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebsgrößenklassen am „Neuen Markt“ | 25 |
| Tabelle 10: | Verkaufsflächen und Umsätze am „Neuen Markt“ nach Warengruppen | 25 |
| Tabelle 11: | Umsatz-Kaufkraft-Relationen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nach Stadtteilen | 28 |
| Tabelle 12: | Mögliche Verkaufsflächengrößen zentrenrelevanter Planvorhaben bei Ausschöpfung landesplanerisch verträglicher Umsatzleistungen | 51 |

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Stadt Meckenheim hat die BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung mit der Erarbeitung eines Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes beauftragt.

Erste Aufgabe des Gutachtens ist es, die zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet funktional zu bestimmen und räumlich abzugrenzen und dabei auch diejenigen Standorte zu identifizieren, die unter städtebaulichen Gesichtspunkten für die Aufnahme weiterer zentrenrelevanten Einzelhandelsbetriebe geeignet sind. Darüber hinaus ist zu begründen, in welchen Teilbereichen des Stadtgebietes auf die Ansiedlung zentrenrelevanter Betriebe auch unterhalb der Großflächigkeitsgrenzen verzichtet werden sollte.

Zweitens ist die Frage zu beantworten, an welchen Standorten außerhalb der bestehenden Zentren ergänzende Nahversorgungseinrichtungen betriebswirtschaftlich tragfähig und städtebaulich verträglich sind. Im Rahmen dieses Themenkomplexes haben die Gutachter insbesondere die Planung zur Errichtung eines Nahversorgungszentrums im Bereich „Tennenplatz“ im Stadtteil Neu-Merl zu bewerten und in das Standortkonzept einzuordnen.

Ein weiterer Schwerpunkt des Entwicklungskonzepts liegt in der Erarbeitung von konkreten Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. Dabei bilden die in Nordrhein-Westfalen mit der Änderung des Landesentwicklungsprogramms eingeführten Neuregelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels (§ 24a LEPro NRW) einen wichtigen Hintergrund. Darüber hinaus werden die Vorgaben des voraussichtlich im Herbst 2008 vorliegenden neuen Einzelhandelserlasses NRW bei der Konzepterarbeitung berücksichtigt.

In Orientierung an die im § 24a LEPro NRW fixierten zentrenrelevanten Leitsortimente und unter Berücksichtigung der spezifischen Angebotsstrukturen und Entwicklungspotenziale sind in diesem Zusammenhang auch diejenigen Sortimente zu bestimmen, die für die Funktionsfähigkeit der Meckenheimer Zentren von besonderer Bedeutung sind („Meckenheimer Sortimentsliste“).

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung

Im September 2007 wurde von der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 18 Warengruppen differenziert erhoben. Soweit einsehbar, wurden auch die leerstehenden Ladenlokale mit ihrer Verkaufsfläche erfasst. Anschließend wurden für alle Betriebe unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistung ermittelt.

Telefonbefragung

Zur Ermittlung der Einkaufsorientierung und Einschätzung der Einzelhandelssituation in der Stadt Meckenheim wurden September 2007 Telefoninterviews im Stadtgebiet durchgeführt. Die Probanden wurden nach einem statistischen Zufallsverfahren und unter Berücksichtigung der räumlichen Bevölkerungsverteilung ausgewählt. Es wurden insgesamt 500 Bewohner der Stadt Meckenheim nach den bevorzugten Einkaufsorten befragt. Dabei wurden die Einkaufsorte für fünf Warengruppen (Lebensmittel, Oberbekleidung, Bau- und Gartenbedarf, Wohnmöbel, Unterhaltungselektronik) abgefragt. Außerdem wurde die Einkaufshäufigkeit an ausgewählten Einzelhandelsstandorten in Meckenheim und in der Nachbargemeinde Wachtberg abgefragt.

Mittels der offenen Fragen:

- Welche Einzelhandelsangebote vermissen Sie in Meckenheim?
- Welche Verbesserungsvorschläge haben Sie für die Innenstadt von Alt-Meckenheim und für den Neuen Markt?

konnten sich die Befragten spontan zur Einzelhandelssituation in ihrem Wohnort äußern.

¹

Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenige Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Zu den Ladenhandwerksbetrieben gehören Bäckereien, Konditoreien und Metzgereien. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

Kundenwohnorterhebung

Im September 2007 (21. und 22.09.07) wurden am Neuen Markt in Meckenheim 609 Personen nach ihrem Wohnort befragt.

Eine entsprechende Erhebung wurde an zwei Tagen im Frühjahr 2008 (24.04. und 03.05.08) auch innerhalb des Hauptgeschäftsbereichs von Alt-Meckenheim durchgeführt. Dabei konnten die Herkunftsorte von insgesamt 578 Kunden erfasst werden

Die Kundenwohnorte wurde dabei differenziert nach Kommunen und Ortsteilen erhoben.

Weitere Grundlagen

Für die Konzeptentwicklung wurde auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Regionalforschung² zurückgegriffen. Vorliegende Planungunterlagen der Stadt Meckenheim wie Flächennutzungsplan, Katasterpläne, Bebauungspläne, Bauvoranfragen sowie sonstige bereits vorliegende Untersuchungen (u. a. Kaufkraftstudie und Standortanalyse des Einzelhandels für die Stadt Meckenheim aus dem Jahre 2000; Fortschreibung und Aktualisierung der vorgenannten Studie aus dem Jahre 2005) wurden ebenfalls ausgewertet.

Alle Erhebungsprogramme wurden mit dem Auftraggeber abgestimmt, die Datenschutzbestimmungen sind bei dieser Untersuchung gewährleistet.

² Die BBE-Marktforschung analysiert und dokumentiert die Entwicklungstendenzen im Bereich Einzelhandel. Es werden jährlich mehrere aktuelle Fachdokumentationen und Publikationen erstellt und publiziert.

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung

Die Stadt Meckenheim mit rd. 26.100 Einwohnern³ liegt im Südwesten des Rhein-Sieg-Kreises. Im Norden und Nordosten grenzt das Stadtgebiet der Bundesstadt Bonn (rd. 314.000 EW), im Osten die Gemeinde Wachtberg (rd. 19.000 EW), im Westen die Stadt Rheinbach (rd. 26.000 EW) und im Süden die rheinland-pfälzische Gemeinde Grafschaft (rd. 11.000 EW) an das Stadtgebiet Meckenheim an.

Die Stadt Meckenheim übernimmt gemäß der zentralörtlichen Einstufung des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen die Funktion eines Grundzentrums. Der Stadt kommt damit in erster Linie die Aufgabe der Versorgung der eigenen Wohnbevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des kurz- und teilweise auch des mittelfristigen Bedarfs zu.

In dieser Funktion steht Meckenheim als Einzelhandelsstandort im Wettbewerb mit umliegenden Grund-, Mittel- und Oberzentren. Von besonderer Bedeutung ist hier speziell das Oberzentrum Bonn, das in starkem Maße auf Meckenheim ausstrahlt. Im Bereich der grundversorgungsrelevanten Sortimente steht Meckenheim mit Angebotsstandorten im benachbarten Mittelzentrum Rheinbach und im Grundzentrum Wachtberg in Konkurrenz.

Aufgrund der gegebenen Raumstruktur mit der räumlichen Nähe zum Oberzentrum Bonn sowie zum angrenzenden Mittelzentrum Rheinbach sind die Möglichkeiten für den Einzelhandelsstandort Meckenheim, neben der eigenen Wohnbevölkerung auch die Bewohner des Umlandes anzusprechen, vergleichsweise begrenzt.

Hinsichtlich der verkehrlichen Erreichbarkeit ist festzustellen, dass Meckenheim sehr gut an das regionale bzw. überregionale Straßennetz angebunden ist, was nicht zuletzt auf die günstige Anbindung an die Autobahnen A 61 (Anschlussstellen Rheinbach und am Autobahnkreuz Meckenheim) und A 565 (Anschlussstellen Meckenheim-Merl und Meckenheim-Nord) zurückzuführen ist.

Die Stadt Meckenheim setzt sich aus dem Stadtteil Meckenheim (rd. 17.300 EW) und vier weiteren Stadtteilen (Merl, rd. 5.200 EW; Lüftelberg, rd. 1.400 EW; Altendorf, rd. 1.300 EW; Ersdorf, rd. 950 EW) zusammen. Die Siedlungsbereiche der Stadtteile Meckenheim und Merl bilden jeweils einen gemeinsamen Siedlungskörper. Die Ortsteile Lüftelberg und Ersdorf/Altendorf befinden sich nördlich und südlich der Siedlungsbereiche von Alt-Meckenheim in dörflicher Alleinlage.

³ Einwohnerzahl am 31.07.07; Quelle: Stadt Meckenheim

Die wesentlichen Angebotsstandorte des Einzelhandels befinden sich in den zentralen Ortslagen von Alt-Meckenheim im Bereich der Bahnhofstraße und der Hauptstraße sowie am „Neuen Markt“. Hier konzentrieren sich Nahversorgungsstandorte sowie Angebote im Bereich des mittelfristigen Bedarfs. In den übrigen Ortsteilen finden sich nur wenige Einzelhandelsangebote.

Auffallend und charakteristisch für das Landschaftsbild der Stadt Meckenheim sind zahlreiche Obst- und Gemüsebauflächen mit dazugehörigen Ab-Hof-Verkaufsstellen.

Für die weitere Stadtentwicklung sind zusätzliche Baugebiete ausgewiesen. Diese neuen Baugebiete konzentrieren sich vornehmlich auf den Stadtteil Merl. So sind auf dem Projektareal „Tennenplatz“ 90-100 Wohneinheiten geplant. Auf dem ehemaligen DRK-Gelände sollen ca. 62 Wohneinheiten entstehen. Im Bereich „Merler Keil“ werden im ersten Bauabschnitt insgesamt 65 Wohneinheiten, in einem zweiten Bauabschnitt weitere 220 Wohneinheiten errichtet. Im Stadtteil Alt-Meckenheim ist ebenfalls ein neues Baugebiet geplant. Nördlich des Bahnhaltopunktes sollen insgesamt 220 Wohneinheiten entstehen.

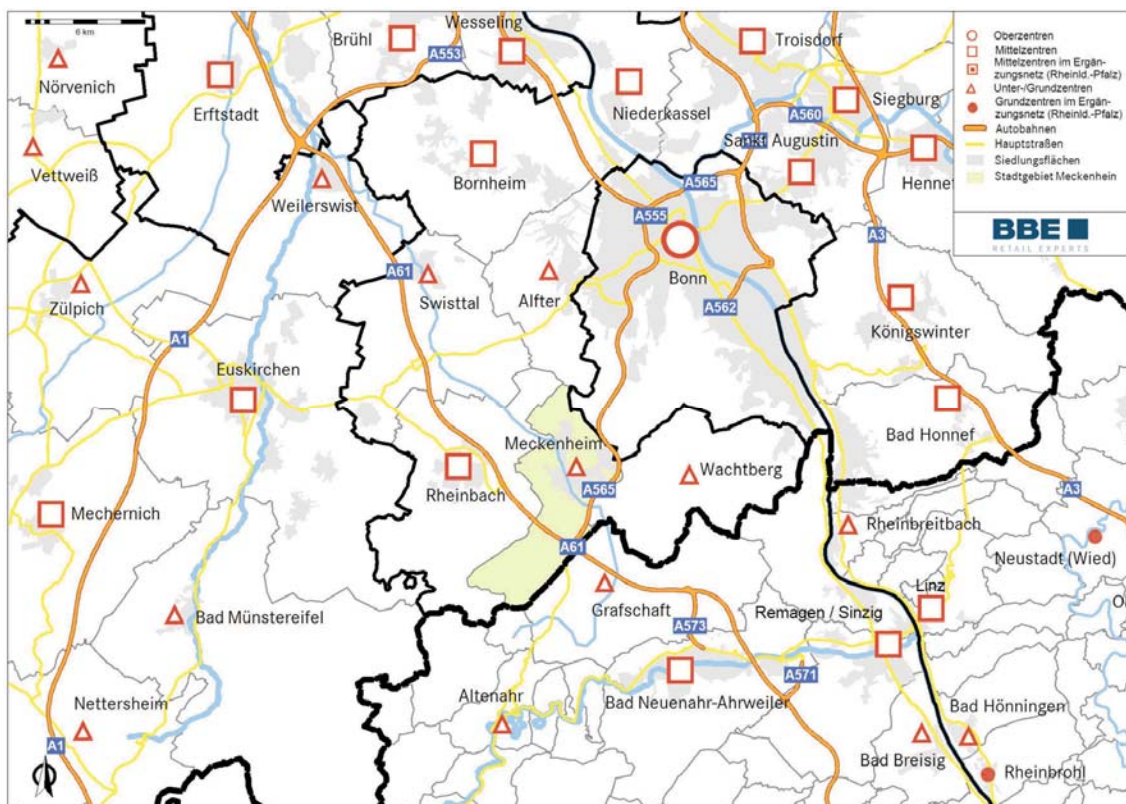
Ausgehend von einer durchschnittlichen Haushaltsgröße von rd. 1,9 Einwohner je Wohneinheit, ist mittelfristig in diesen Wohngebieten mit einem zusätzlichen Bevölkerungspotenzial in einer Größenordnung von rd. 1.200 Einwohnern zu rechnen.

Darüber hinaus sind durch die Realisierung des Projektes „Herkules“ mit Ansiedlung der BWI Informationstechnik GmbH in Meckenheim-Merl zum Jahreswechsel 2007/2008 zusätzlich rd. 400 Arbeitsplätze neu entstanden.

Im Schienenverkehr ist die Stadt Meckenheim über die Regionalbahn-Linie an das Schienennetz der Deutschen Bahn angebunden. Diese Linien verkehren über Bonn in Richtung Bad Münstereifel und Euskirchen.

Mehrere Buslinien des Regionalverkehrs Köln gewährleisten eine Anbindung der Ortsteile sowohl an die Kernstadt als auch an umliegende Kommunen. Der Einsatz von bei Bedarf verfügbaren Anrufsammeltaxen erhöht die Mobilität der Bewohner in Meckenheim und unterstützt die regulär in der Hauptverkehrszeit fahrenden Busse.

Abb. 1: Lage der Stadt Meckenheim und zentralörtliche Gliederung



Quelle: eigene Darstellung

2.2 Siedlungsstruktur und demographische Entwicklung

Die Stadt Meckenheim verfügt über ein Bevölkerungspotenzial von etwa 26.100⁴ Einwohnern, das sich auf fünf Ortsteile verteilt (Alt-Meckenheim, Merl, Lüftelberg, Ersdorf und Altendorf). Die Stadt besitzt einen vergleichsweise kompakten Hauptsiedlungskörper, der aus den Stadtteilen Alt-Meckenheim und Merl besteht. Die Stadtteile Lüftelberg, Ersdorf sowie Altendorf nehmen dagegen eine eher isolierte Lage ein. Der einwohnerstärkste Stadtteil ist Alt-Meckenheim mit rd. (17.300 Einwohner), gefolgt von den Stadtteilen Merl (rd. 5.200 Einwohner) sowie Lüftelberg und Altendorf (rd. 1.300 Einwohner). Der Stadtteil Ersdorf zählt mit 950 die wenigsten Einwohner (siehe Tabelle 1).

Tabelle 1: Einwohnerzahlen nach Stadtteilen

| Stadtteil | Einwohner |
|--------------------|---------------|
| Alt-Meckenheim | 17.323 |
| Merl | 5.181 |
| Lüftelberg | 1.346 |
| Ersdorf | 950 |
| Altendorf | 1.276 |
| Gesamtstadt | 26.076 |

Quelle: Stadtverwaltung Meckenheim;

Im Hinblick auf die Einwohnerzahl der Stadt Meckenheim ist in der Zeitspanne 2000-2007 ein leichter Bevölkerungsrückgang um etwas über 2 % gegenüber dem Basisjahr festzustellen. Im gleichen Zeitraum hat dagegen im Rhein-Sieg-Kreis ein deutliches Bevölkerungswachstum von rd. +8,0 % stattgefunden.

Nach einer Bevölkerungsprognose der Bertelsmann-Stiftung⁵ aus dem Jahr 2003 soll sich der Trend einer negativen Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Meckenheim auch weiterhin fortsetzen. So weist diese Prognose für den Zeitraum bis zum Jahr 2020 einen Rückgang der Bevölkerungszahl um 2 Prozentpunkte aus. Berücksichtigt man allerdings die bereits absehbare, umfangreiche Wohnbauflächenentwicklung im Stadtgebiet (siehe Kap. 2.1), so kann davon ausgegangen werden, dass sich das

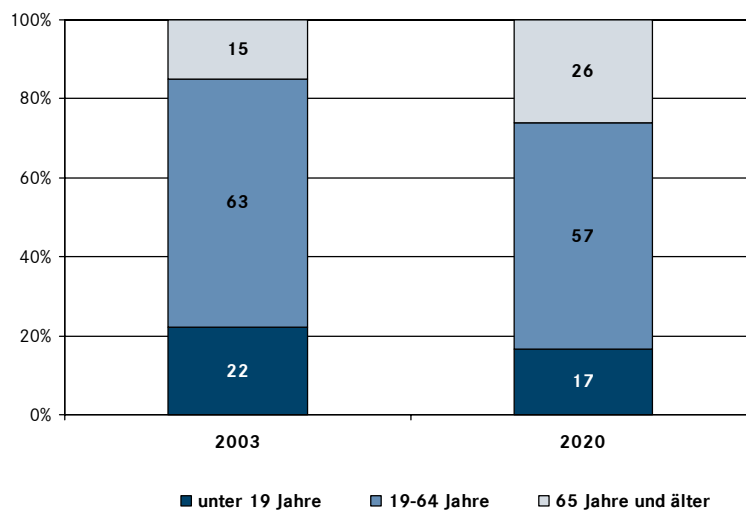
⁴ Quelle: Einwohnermeldeamt der Stadt Meckenheim, Stand: 31.07.2007

⁵ Quelle: Bertelsmann-Stiftung, Wegweiser Demographischer Wandel (www.wegweiserdemographie.de)

Bevölkerungspotenzial über das nächste Jahrzehnt annähernd auf dem heutigen Niveau stabilisieren wird.

Zu beachten ist allerdings, dass sich infolge des demographischen Wandels auch bei stabiler Einwohnerzahl deutliche Veränderungen in der Alterszusammensetzung der Bevölkerung ergeben werden. So werden im Jahre 2020 nach der Bertelsmann-Prognose rd. 26 % der Meckener das fünfundsiebzigste Lebensjahr erreicht oder überschritten haben (2003: 15 %), während gleichzeitig der Anteil der Kinder und Jugendlichen von heute 22 % auf künftig 17 % sinken wird (siehe Abb. 2).

Abb. 2: Altersstruktur der Bevölkerung der Stadt Meckenheim: Jahre 2003 und 2020 im Vergleich



Quelle: Bertelsmann-Stiftung, *Wegweiser Demographischer Wandel*; eigene Darstellung

2.3 Einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen in der Stadt Meckenheim

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenziales werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind für das Jahr 2007 pro Kopf insgesamt 5.480 EUR einzelhandelsrelevant.⁶

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Meckenheim nach Warengruppen

| | Pro-Kopf-Ausgaben Deutschland | Kaufkraftniveau Meckenheim | Pro-Kopf-Ausgaben Meckenheim | Nachfragevolumen in Meckenheim |
|--|-------------------------------|----------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| Warengruppe | in EUR | in % | in EUR | in Mio. EUR |
| Nahrungs- und Genussmittel | 2.002 | 111,1 | 2.224 | 58,1 |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik | 232 | 117,2 | 272 | 7,1 |
| Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel | 499 | 100,2 | 500 | 13,1 |
| Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren/Zeitungen/ Zeitschriften/ Bücher | 199 | 117,1 | 233 | 6,1 |
| Bekleidung/Wäsche | 475 | 117,9 | 560 | 14,6 |
| Schuhe/Lederwaren | 109 | 116,5 | 127 | 3,3 |
| Baumarkt-Sortiment/Gartenbedarf/Blumen/Zoo | 638 | 105,5 | 673 | 17,6 |
| Glas, Porzellan, Keramik/ Hausrat/ Geschenkartikel | 99 | 118,2 | 117 | 3,1 |
| Spielwaren, Hobby/Basteln/Musikinstrumente | 124 | 117,7 | 146 | 3,8 |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | 84 | 119,0 | 100 | 2,6 |
| Teppiche/Gardinen/Dekorationsartikel | 64 | 114,1 | 73 | 1,9 |
| Bettwaren/Haus-, Tisch-, Bettwäsche | 57 | 115,8 | 66 | 1,7 |
| Möbel (incl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel) | 291 | 118,2 | 344 | 9,0 |
| Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte | 128 | 117,2 | 150 | 3,9 |
| Unterhaltungselektronik/Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation | 318 | 116,4 | 370 | 9,7 |
| Foto/Optik/Akustik | 109 | 119,3 | 130 | 3,4 |
| Uhren/Schmuck | 52 | 125,0 | 65 | 1,7 |
| Gesamt | 5.480 | 112,2 | 6.150 | 160,6 |

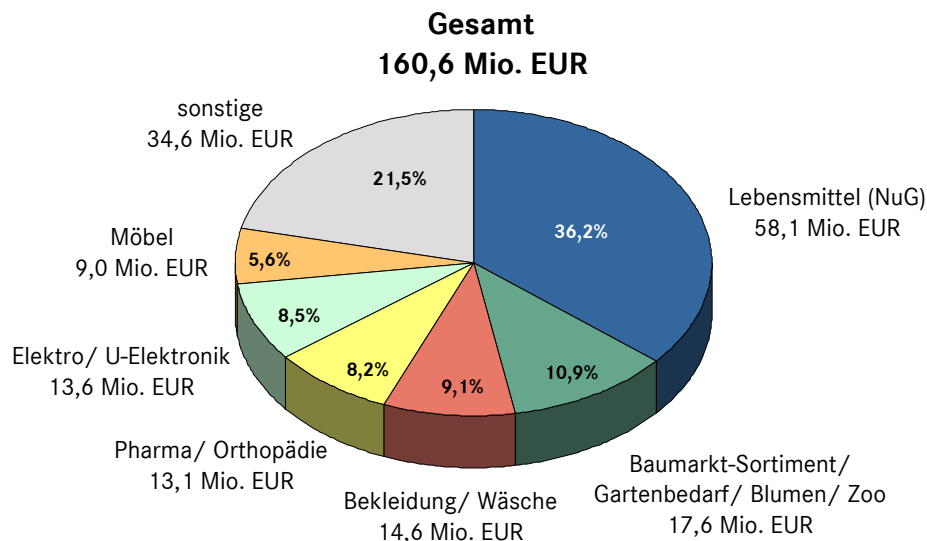
Quelle: BBE-Marktforschung, Kaufkraftkennziffern 2007

⁶ Unter den einzelhandelsrelevanten Ausgaben ist derjenige Ausgabenteil zu verstehen, der pro Kopf der Bevölkerung dem Einzelhandel zufließt (ohne die Ausgabenanteile, die von den gesetzlichen und privaten Krankenkassen für Arzneimittel und Sanitätsartikel erstattet werden). Um zu diesem Wert zu gelangen, werden von der Gesamtkaufkraft die pro Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

Für das Jahr 2007 ergibt sich für die Stadt Meckenheim eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einwohner von 112,2 %. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen somit 12,2 % über dem Bundesdurchschnitt.

Auf der Grundlage der BBE-Kaufkraftdaten ergibt sich für die Stadt Meckenheim eine jährliche Kaufkraft pro Kopf in Höhe von 6.150 EUR. Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von insgesamt 160,6 Mio. EUR für das Jahr 2007 errechnen (siehe Tabelle 2).

Abb. 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Warengruppen



Quelle: BBE-Marktforschung

Bei der Betrachtung des Kaufkraftpotenzials nach Warengruppen ist festzuhalten, dass der größte Anteil etwa 36 % (rd. 58 Mio. EUR) des Volumens auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt, während für die Warengruppe Baumarkt-Sortiment/ Gartenbedarf/ Blumen/ Zoo nur etwa 11 % (rd. 18 Mio. EUR) der Gesamtausgaben zur Verfügung stehen. Die jährlichen Ausgaben für die Warengruppe pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel addieren sich auf etwa 13,1 Mio. EUR und erreichen damit ein ähnlich hohes Niveau wie das Sortiment Elektro- und Unterhaltungselektronik. Im Bereich der Warengruppe Bekleidung/Wäsche verfügen die Einwohner Meckenheims über insgesamt rd. 14,6 Mio. EUR Kaufkraft. Die übrigen einzelhandelsrelevanten Ausgaben verteilen sich auf sonstige Warengruppen, in denen das einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Durchschnitt 130 EUR pro Kopf beträgt (siehe Abb. 3).

3 Einzelhandelssituation in der Stadt Meckenheim

3.1 Gesamtstädtische Strukturdaten und Einzelhandelszentralität

Im Rahmen der Betriebsstättenenerhebung wurden die Verkaufsflächen aller im Stadtgebiet Meckenheim ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe⁷ einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops⁸ differenziert nach Warengruppen, erfasst.

Im Stadtgebiet Meckenheim waren zum Erhebungszeitpunkt insgesamt 164 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe vertreten, die zusammen über eine Verkaufsfläche von 61.330 qm verfügen. Zu beachten ist dabei, dass über 37 % (rd. 23.000 qm) der Gesamtverkaufsfläche auf die Außenverkaufsfläche der Gartencenter entfallen. Insgesamt wird in der Stadt Meckenheim nach eigener Prognose ein Gesamtumsatz von ca. 124 Mio. EUR getätigt.

Zusätzlich waren zum Erhebungszeitpunkt 17 leerstehende Ladenlokale mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.500 qm vorhanden.

Von der geschätzten Jahresumsatzleistung in Höhe von rd. 124 Mio. EUR entfallen über 45 % auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (rd. 56 Mio. EUR). Dieser Umsatz wird auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 10.200 qm erwirtschaftet (siehe Tabelle 3), von der über die Hälfte (rd. 5.500 qm) auf die am „Neuen Markt“ ansässigen Betriebe Hit, Lidl, Norma und Rewe entfallen.

Der mit Abstand größte Flächenanteil ist in der Warengruppe Bau- und Gartenbedarf/ Blumen/ Zoo zu verzeichnen (rd. 34.500 qm, rd. 56 %). Fast genau zwei Drittel dieser Fläche (rd. 23.000 qm) ist dabei der Außenverkaufsfläche der Gartencenter und Gartenbaubetriebe zuzurechnen (flächenmäßig größte Betriebe: Baumschule Frey und Sängershof Ley, Baumschule Spilles).

⁷ Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölserzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

⁸ Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

Tabelle 3: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Meckenheim nach Warengruppen

| Warengruppe | Verkaufsfläche | | Umsatz | |
|---|----------------|--------------|--------------|--------------|
| | in qm | in % | in Mio. EUR | in % |
| Nahrungs- und Genussmittel | 10.210 | 16,6 | 56,1 | 45,4 |
| Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik | 1.760 | 2,9 | 6,5 | 5,3 |
| Pharmazeutische, medizinische u. orthopädische Artikel | 325 | 0,5 | 5,2 | 4,2 |
| Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschriften/ Bücher | 879 | 1,4 | 3,8 | 3,1 |
| Bekleidung/Wäsche | 2.900 | 4,7 | 8,7 | 7,0 |
| Schuhe/Lederwaren | 1.140 | 1,9 | 3,3 | 2,7 |
| Baumarkt-Sortiment/ Gartenbedarf/ Blumen, Zoo | 34.463 | 56,2 | 15,7 | 12,7 |
| Glas, Porzellan, Keramik/ Hausrat/ Geschenkartikel | 2.783 | 4,5 | 2,8 | 2,3 |
| Spielwaren, Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente | 945 | 1,5 | 2,5 | 2,0 |
| Sportartikel/ Fahrräder/ Camping | 1.505 | 2,5 | 3,2 | 2,6 |
| Teppiche/ Gardinen/ Deko | 445 | 0,7 | 1,1 | 0,9 |
| Bettwaren/ Haus-, Tisch-, Bettwäsche | 320 | 0,5 | 0,9 | 0,7 |
| Möbel (inkl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel) | 1.770 | 2,9 | 3,1 | 2,5 |
| Elektro/ Leuchten/ sonstige hochwertige Haushaltsgeräte | 725 | 1,2 | 2,4 | 1,9 |
| Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video/ PC/ Drucker/ Kommunikation | 725 | 1,2 | 4,6 | 3,7 |
| Foto/ Optik/ Akustik | 335 | 0,5 | 2,6 | 2,1 |
| Uhren/ Schmuck | 100 | 0,2 | 1,2 | 1,0 |
| Gesamtfläche | 61.330 | 100,0 | 123,7 | 100,0 |

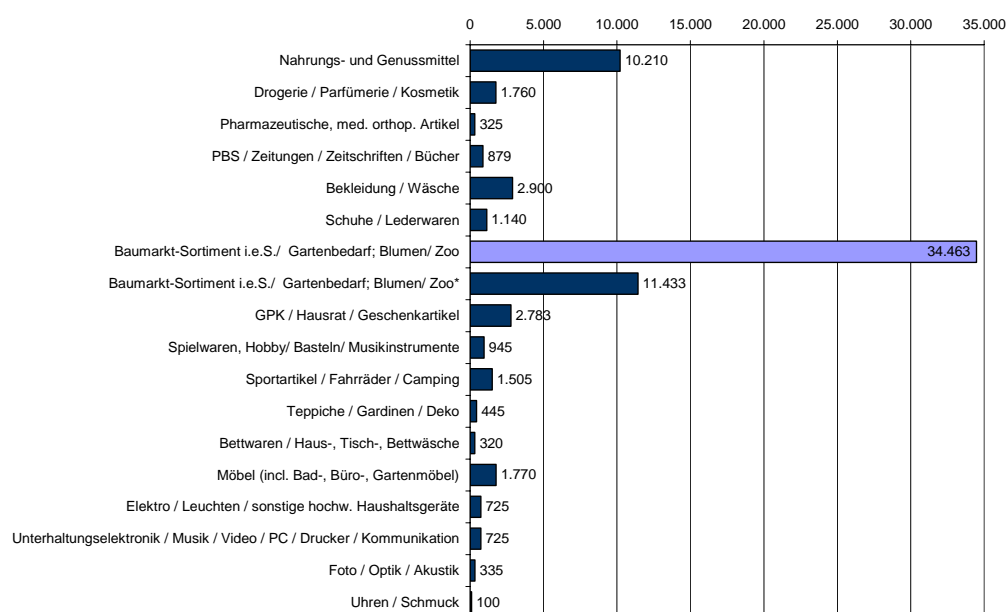
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Weitere Verkaufsflächenschwerpunkte befinden sich in den Warengruppen Bekleidung/Wäsche (2.900 qm) und Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Geschenkartikel (2.700 qm).

Danach folgen die Warengruppe Möbel, für die sich die Angebote auf eine Verkaufsfläche von rd. 1.800 qm oder etwa 3 % der Gesamtfläche addieren und die Warengruppe Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, die über eine ähnliche Verkaufsflächenausstattung verfügt (siehe Abb. 4).

Die Summe der leerstehenden Verkaufsflächen beläuft sich insgesamt auf rd. 1.500 qm und erreicht damit einen Anteil an der Gesamtfläche von knapp 2,5 %.

Abb. 4: Verkaufsflächen in der Stadt Meckenheim nach Warengruppen



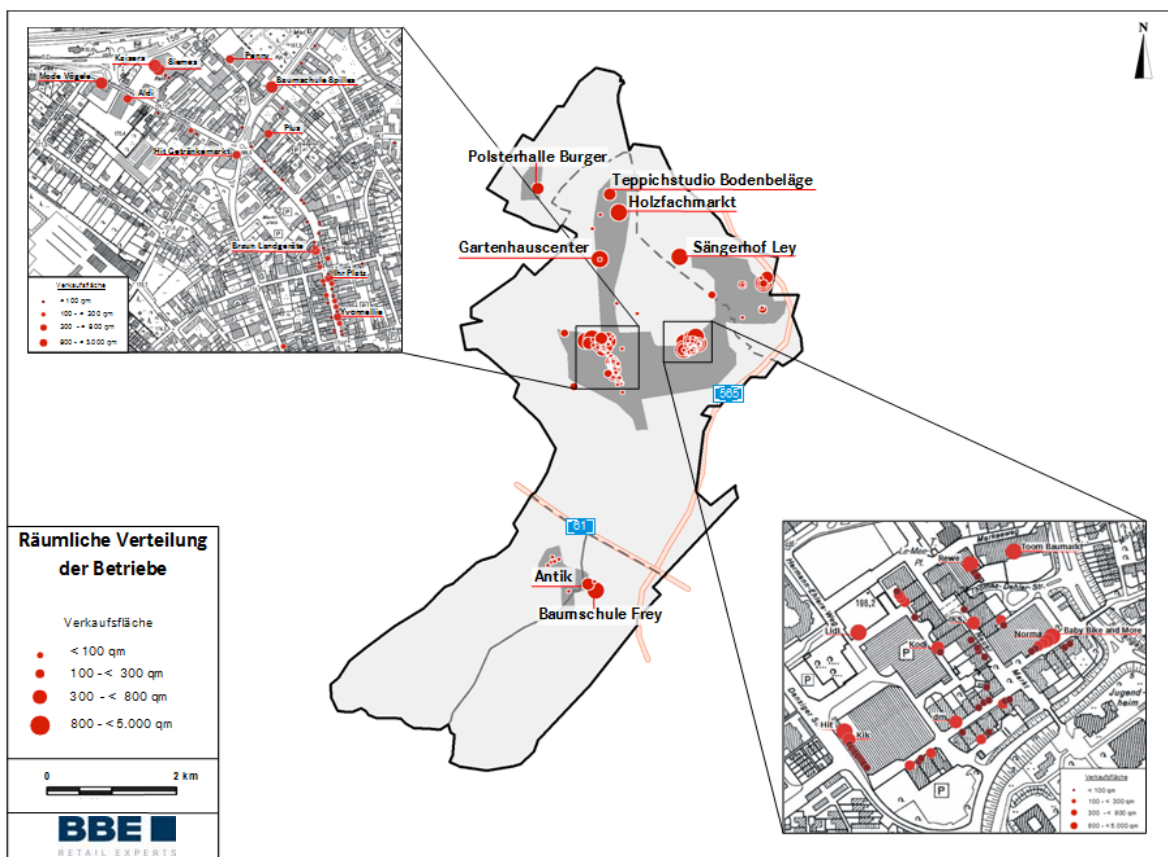
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Bezieht man die Gesamtverkaufsfläche inkl. der Außenverkaufsflächen der Gartencenter und Gartenbaubetriebe auf die Einwohnerzahl, ergibt sich ein Dichtewert von 2,3 qm je Einwohner. Verglichen mit dem Bundesdurchschnitt von 1,35 qm je Einwohner verzeichnet die Stadt Meckenheim somit nach dieser Rechnung einen sehr hohen Flächenbesatz. Ein anderes Bild ergibt der statistische Vergleich jedoch, wenn man die Außenverkaufsfläche der Gartenbaubetriebe von rd. 23.000 qm außer Acht lässt. Demnach sinkt der Dichtewert auf rd. 1,47 qm je Einwohner und liegt nur leicht über dem Bundesdurchschnitt.

Betrachtet man die räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet, so lässt sich feststellen, dass sich der erhebliche Teil der Einzelhandelsbetriebe auf den Stadtteil Meckenheim konzentriert (siehe Abb. 5).

Dort sind 80 % der Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 30.205 qm ansässig, die einen Umsatz von rd. 106 Mio. EUR erwirtschaften. Etwa 17 % der Betriebe und somit die Hälfte des Verkaufsflächenbestandes verteilen sich auf die restlichen vier Stadtteile, von denen Lüftelberg, Ersdorf als auch Altendorf einen geringen Einzelhandelsbesatz aufweisen.

Abb. 5: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Stadt Meckenheim



Quelle: Kartengrundlage Stadt Meckenheim; eigene Darstellung

Von den in dem Stadtteil Meckenheim ansässigen 136 Einzelhandelsbetrieben entfallen auf die Ortsmitte von Alt-Meckenheim 66 Betriebe, die insgesamt über rd. 10.000 qm Verkaufsfläche verfügen.

Im Standortbereich „Neuer Markt“ sind 53 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 13.800 qm ansässig (siehe Tabelle 4).

Tabelle 4: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Stadtteilen

| Standortbereich | Betriebe | | Verkaufsflächen | | Umsätze | |
|---------------------------|------------|--------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|
| | Anzahl | in % | in qm | in % | in Mio. € | in % |
| Alt-Meckenheim Innenstadt | 66 | 40,2 | 10.054 | 16,4 | 42,6 | 34,5 |
| Alt-Meckenheim Sonstige | 17 | 10,4 | 6.386 | 10,4 | 4,5 | 3,7 |
| Meckenheim Neuer Markt | 53 | 32,3 | 13.765 | 22,4 | 59,0 | 47,7 |
| Merl | 18 | 11,0 | 16.530 | 27,0 | 14,1 | 11,4 |
| Lüftelberg | 1 | 0,6 | 30 | 0,0 | 0,2 | 0,1 |
| Ersdorf | 5 | 3,0 | 105 | 0,2 | 0,8 | 0,6 |
| Altendorf | 4 | 2,4 | 14.460 | 23,6 | 2,4 | 1,9 |
| Gesamtstadt | 164 | 100,0 | 61.330 | 100,0 | 123,6 | 100,0 |

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Angesichts der großen Außenverkaufsflächen (rd. 23.000 qm) in der Warengruppe Baumarkt- und Gartenbedarf/ Blumen/ Zoo ist die Betrachtung des Verkaufsflächenbestandes ohne Berücksichtigung der Außenflächen in dieser Branche notwendig.

Reduziert man die Gesamtverkaufsfläche um die Außenverkaufsfläche bei den Gartencentern und Gartenbaubetrieben, weist die Stadt Meckenheim demnach einen um rd. 38 % (rd. 23.000 qm) geringeren Verkaufsflächenbestand auf. Dies wirkt sich überwiegend auf die Verkaufsflächenausstattung im Stadtteil Altendorf aus, in dem die Verkaufsfläche um rd. 95 % abnimmt. Das größte Gartencenter dort ist die Baumschule Frey, die nach der eigenen Erhebung über rd. 14.000 qm Außenverkaufsflächen verfügt.

Weitere Einzelhandelsanbieter mit ausgedehnten Außenverkaufsflächen in der Branche Baumarkt- und Gartenbedarf, Blumen, Zoo befinden sich mit dem Sängershof Ley (rd. 5.800 qm Außenverkaufsfläche) im Stadtteil Merl und mit der Baumschule Spilles in Alt-Meckenheim (siehe Tabelle 5).

Tabelle 5: Verkaufsflächen nach Stadtteilen mit und ohne Außenverkaufsflächen im Vergleich

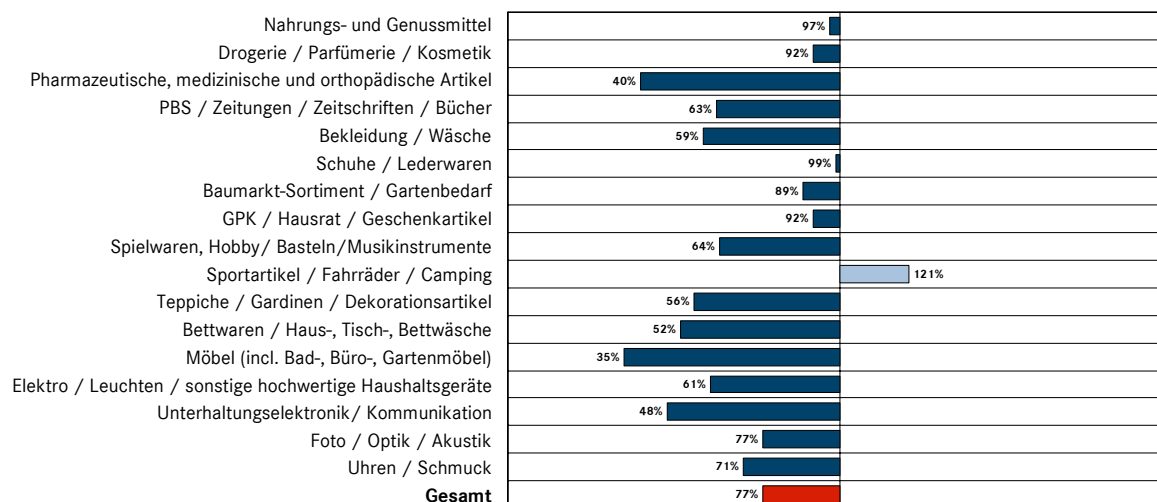
| | Verkaufsfläche (in qm) | | |
|--------------------------|------------------------|---------------------|-----------------------------|
| | insgesamt | Außenverkaufsfläche | „bereinigte“ Verkaufsfläche |
| Alt-Meckenheim Ortsmitte | 10.054 | 0 | 10.054 |
| Alt-Meckenheim Sonstige | 6.386 | 3.630 | 2.756 |
| Meckenheim Neuer Markt | 13.765 | 0 | 13.765 |
| Merl | 16.530 | 5.750 | 10.780 |
| Lüftelberg | 30 | 0 | 30 |
| Ersdorf | 105 | 0 | 105 |
| Altendorf | 14.460 | 13.700 | 760 |
| Gesamtstadt | 61.330 | 23.080 | 38.250 |

Quelle: eigene Erhebungen

Werden die beiden Größen Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Beziehung zueinander gesetzt, so lassen sich Aussagen über die Ausstrahlungskraft des ansässigen Einzelhandels vornehmen (Einzelhandelszentralität). Für die Stadt Meckenheim kann eine Kennzahl von 77 % bestimmt werden. Dieser Prozentwert sagt aus, dass der erwirtschaftete Gesamtumsatz rd. 23 Prozentpunkte unter dem vorhandenen Kaufkraftpotenzial liegt und somit per Saldo Kaufkraft in Höhe von rd. 37 Mio. EUR aus dem Stadtgebiet abfließt.

Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen lässt sich differenziert nach Warengruppen darstellen. Graphisch umgesetzt, ergibt sich aus den Zentralitätswerten der verschiedenen Teilmärkte ein Polaritätsprofil, aus dem sich die quantitativen Stärken und Schwächen des Einzelhandels ablesen lassen (siehe Abb. 6).

Bei der Betrachtung der Umsatz-Kaufkraft-Relation nach Warengruppen ist festzustellen, dass fast alle Warengruppen mit Ausnahme der Branche Sportartikel/ Fahrräder/ Camping eine niedrige Umsatz-Kaufkraft-Relationen aufweisen (siehe Tabelle 6). Die quantitativ höchsten Kaufkraftabflüsse sind in der Warengruppe pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel (-7,9 Mio. EUR), Bekleidung/Wäsche (-5,9 Mio. EUR), Möbel (-5,9 Mio. EUR) sowie Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video/ PC/ Drucker/ Kommunikation (-5,1 Mio. EUR) festzustellen. Die höchste Umsatz-Kaufkraft-Relation wird mit 121 % in der Warengruppe Sportartikel/ Fahrräder/ Camping erreicht. Dies bedeutet, dass in der Stadt Meckenheim in dieser Branche per Saldo Zuflüsse in Höhe von etwa 0,6 Mio. EUR generiert werden (siehe Tabelle 6).

Abb. 6: Umsatz-Kaufkraft-Relation nach Warengruppen (in %)

Tabelle 6: Umsatz-Kaufkraft-Saldo nach Warengruppen (in Mio. EUR)

| | Umsatz | Kaufkraft | Umsatz-Kaufkraft-Relation | Umsatz-Kaufkraft-Saldo |
|---|--------------|--------------|---------------------------|------------------------|
| Warengruppe | in Mio. EUR | in Mio. EUR | in % | in Mio. EUR |
| Nahrungs- und Genussmittel | 56,1 | 58,1 | 97 | -2,0 |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik | 6,5 | 7,1 | 92 | -0,6 |
| Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel | 5,2 | 13,1 | 40 | -7,9 |
| PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher | 3,8 | 6,1 | 62 | -2,3 |
| Bekleidung/Wäsche | 8,7 | 14,6 | 50 | -5,9 |
| Schuhe/Lederwaren | 3,3 | 3,3 | 100 | 0,0 |
| Baumarkt-Sortiment/Gartenbedarf/ Blumen/Zoo | 15,7 | 17,6 | 89 | -1,9 |
| GPK/Hausrat/Geschenkartikel | 2,8 | 3,1 | 90 | -0,3 |
| Spielwaren, Hobby/Basteln/Musikinstrumente | 2,5 | 3,8 | 66 | -1,3 |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | 3,2 | 2,6 | 123 | 0,6 |
| Teppiche/Gardinen/Deko | 1,1 | 1,9 | 58 | -0,8 |
| Bettwaren/Haus-, Tisch-, Bettwäsche | 0,9 | 1,7 | 53 | -0,8 |
| Möbel (incl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel) | 3,1 | 9,0 | 34 | -5,9 |
| Elektro/Leuchten/sonstige hochw. Haushaltsgeräte | 2,4 | 3,9 | 62 | -1,5 |
| Unterhaltungselektronik/Musik/Video/PC/ Drucker/Kommunikation | 4,6 | 9,7 | 47 | -5,1 |
| Foto/Optik/Akustik | 2,6 | 3,4 | 76 | -0,8 |
| Uhren/Schmuck | 1,2 | 1,7 | 71 | -0,5 |
| Gesamtfläche | 123,7 | 160,7 | 77 | -37,0 |

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

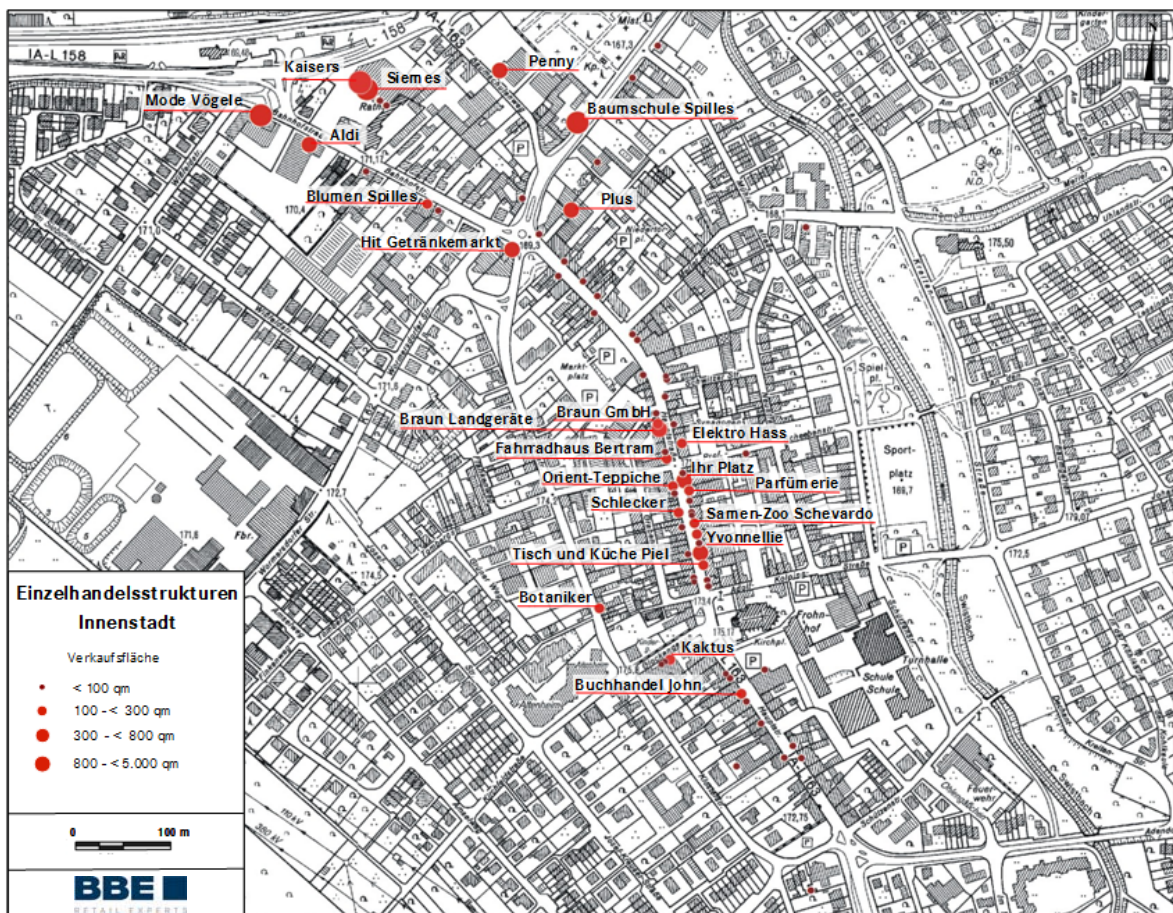
3.2 Zentrale Versorgungsbereiche in Meckenheim

Eine wichtige Aufgabe des vorliegenden Gutachtens besteht darin, die zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet Meckenheim räumlich abzugrenzen und funktional zu bestimmen. Dazu wurden die Zentrallagen in der Stadt Meckenheim einer genauen Analyse unterzogen.

3.2.1 Nutzungsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche

Der Hauptfunktionsbereich des Einzelhandels in **Alt-Meckenheim** erstreckt sich von der Einmündung der Adendorfer Straße entlang der Hauptstraße nach Nordwesten bis zur Rheinbacher Landstraße (L 158). Innerhalb dieses langgezogenen, fast genau 1.000 Meter langen Geschäftsbereichs sind zwei Nutzungsschwerpunkte zu erkennen. Erstens die Hauptstraße zwischen dem Marktplatz und der Kirche, zweitens die obere Bahnhofstraße (siehe Abb. 7).

Abb. 7: Einzelhandelsstrukturen in der Innenstadt von Alt-Meckenheim



Quelle: Eigene Darstellung

Im Straßenabschnitt zwischen der Kolpingstraße und der Mantelhofstraße sind auf beiden Straßenseiten nahezu geschlossene Schaufensterfronten vorhanden, so dass hier die A-Lage des Zentrums zu verorten ist. Nördlich und südlich ist der Einzelhandel nur noch als Streubesatz anzutreffen und Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe und teilweise auch Wohnnutzungen bestimmen das Nutzungsgefüge.

Die flächenmäßig größten Betriebe finden sich mit der Agglomeration von Aldi, Kaiser´s, Lidl und Vögele an der Bahnhofstraße unweit der Einmündung zur Rheinbacher Landstraße. Dieser Standortbereich erfährt eine besondere Lagegunst aus der Sichtbeziehung zur Landesstraße, die als Zubringer zu den Autobahnen A 61 und A 565 und als wichtige Verbindungsachse zwischen Rheinbach bzw. der Voreifel und der Bundesstadt Bonn eine hohe Verkehrsbelastung aufweist.

Der Einzelhandel in Alt-Meckenheim ist sehr kleinteilig organisiert. Insgesamt sind in der Innenstadt⁹ 66 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von etwa 10.000 qm ansässig. Wie die nachfolgende Tabelle 7 illustriert, verfügt ungefähr die Hälfte der Betriebe über eine Verkaufsfläche von höchstens 50 qm, nur 11 Betriebe sind größer als 200 qm. Die Folge dieser kleinteiligen Struktur ist eine ausgeprägte Flächenkonzentration auf sehr wenige größere Betriebe. So bündeln die 8 Anbieter, die jeweils über Verkaufsräume von mehr als 500 qm verfügen, zusammen 56 % (5.810 qm) der Gesamtverkaufsfläche, während die 34 Kleinbetriebe zusammen lediglich 8 % der Flächen bewirtschaften.

Tabelle 7: Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebsgrößenklassen in Alt-Meckenheim

| Betriebsgrößenklasse (VKF) | Betriebe | | Verkaufsfläche | |
|----------------------------|-----------|------------|----------------|------------|
| | Anzahl | in % | in qm | in % |
| ≤ 50 qm | 34 | 52 | 784 | 8 |
| > 50 qm - ≤100 qm | 10 | 15 | 800 | 8 |
| > 100 qm - ≤200 qm | 11 | 17 | 1.580 | 16 |
| > 200 qm - ≤500 qm | 3 | 5 | 1.080 | 11 |
| > 500 qm - ≤800 qm | 5 | 8 | 3.140 | 31 |
| > 800 qm | 3 | 5 | 2.670 | 27 |
| Gesamt | 66 | 100 | 10.054 | 100 |

Quelle: eigene Erhebungen

⁹ Zur genauen Abgrenzung der Innenstadt siehe Kap. 5.3.1. Aus sachlichen Gründen wurde für die Innenstadt der Raumbezug des vorgeschlagenen zentralen Versorgungsbereichs gewählt.

Betrachtet man die Verkaufsflächen in Alt-Meckenheim differenziert nach Warengruppen, so werden zwei Angebotsschwerpunkte ersichtlich. Erstens Nahrungs- und Genussmittel, die von 19 Betrieben auf insgesamt 3.350 qm angeboten werden. Zweitens Bekleidung/ Wäsche mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.950 qm in sieben Betrieben, darunter die Filialisten Mode Vögele und NKD mit zusammen bereits ca. 1.300 qm Verkaufsfläche (siehe Tabelle 8).

Tabelle 8: Verkaufsflächen und Umsätze in Alt-Meckenheim nach Warengruppen

| Warengruppe | Verkaufsfläche | | Umsatz | |
|---|----------------|------------|-------------|------------|
| | in qm | in % | in Mio. EUR | in % |
| Nahrungs- und Genussmittel | 3.345 | 33 | 20,4 | 48 |
| Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik | 805 | 8 | 2,8 | 7 |
| Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschriften/ Bücher | 317 | 3 | 2,8 | 7 |
| Bekleidung/Wäsche | 1.935 | 19 | 6,1 | 14 |
| Schuhe/Lederwaren | 955 | 9 | 2,6 | 6 |
| Baumarkt-Sortiment/ Gartenbedarf/ Blumen, Zoo | 1.157 | 12 | 2,0 | 5 |
| Glas, Porzellan, Keramik/ Hausrat/ Geschenkartikel | 285 | 3 | 0,7 | 2 |
| Spielwaren, Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente | 325 | 3 | 0,9 | 2 |
| Teppiche/ Gardinen/ Deko | 265 | 3 | 0,8 | 2 |
| Elektro, Elektronikwaren, Foto, Optik, Akustik | 300 | 4 | 1,8 | 4 |
| Sonstige Warengruppen | 365 | 3 | 1,7 | 3 |
| Gesamt | 10.054 | 100 | 42,6 | 100 |

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

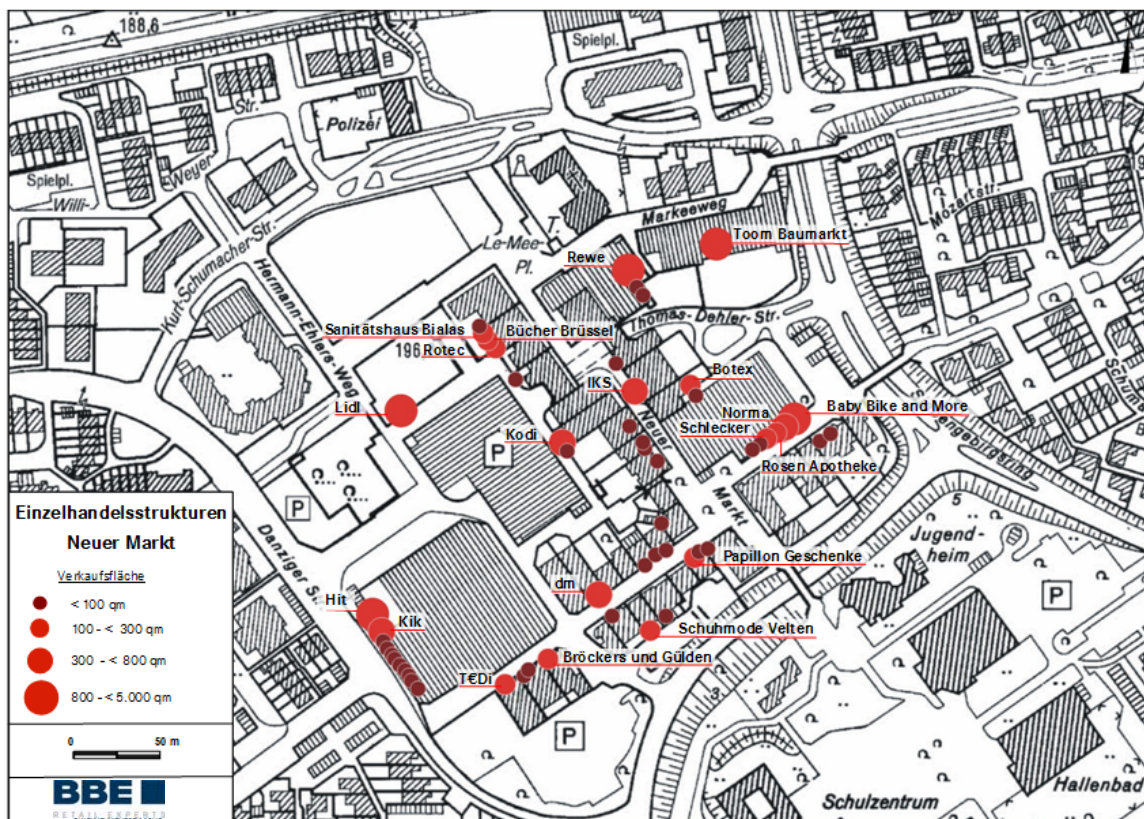
Der zweite Zentrale Versorgungsbereich befindet sich ebenfalls im Stadtteil Meckenheim am „**Neuen Markt**“. Der Standortbereich bildet das Zentrum der ab 1962 zwischen den alten Ortslagen Meckenheim und Merl entwickelten „Neuen Stadt“ Meckenheim.

Die Fußgängerzone im Zentrum erstreckt sich rechtwinklig von der Danziger Straße am Südwest-Rand bis zum Le-Mee-Platz im Norden (siehe Abb. 8).

Größter Betrieb des Geschäftsbereichs ist mit über 3.500 qm Verkaufsfläche der Hit Verbrauchermarkt am südwestlichen Zugang zur Fußgängerzone. Weitere großflächige Betriebe sind:

- der Toom Baumarkt an der Thomas-Dehler-Straße in Randlage des Zentrums und ohne Anbindung an die Fußgängerzone,
- der Fachmarkt für Baby-Artikel, Fahrräder und Spielwaren „Baby bike & more“ im Markt-Center,
- der Rewe Supermarkt am Nordende der Fußgängerzone und
- der Lidl Discountmarkt am Hermann-Ehlers-Weg.

Abb. 8: Einzelhandelsstrukturen am „Neuen Markt“



Quelle: Eigene Darstellung

Diese genannten fünf Betriebe verfügen zusammen über insgesamt rd. 8.450 qm Verkaufsfläche (61 % der Gesamtverkaufsfläche von ca. 13.800 qm).

Ähnlich wie in Alt-Meckenheim, ist der übrige Einzelhandel kleinteilig strukturiert. So weisen 28 der insgesamt 53 ansässigen Betriebe Ladengrößen von maximal 50 qm auf, nur acht Betriebe verfügen über Verkaufsflächen zwischen 200 und 800 qm.

Tabelle 9: Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebsgrößenklassen am „Neuen Markt“

| Betriebsgrößenklasse (VKF) | Betriebe | | Verkaufsfläche | |
|----------------------------|-----------|------------|----------------|------------|
| | Anzahl | in % | in qm | in % |
| ≤ 50 qm | 28 | 53 | 660 | 5 |
| > 50 qm - ≤100 qm | 7 | 13 | 590 | 4 |
| > 100 qm - ≤200 qm | 5 | 9 | 710 | 5 |
| > 200 qm - ≤500 qm | 6 | 11 | 1.830 | 13 |
| > 500 qm - ≤800 qm | 2 | 4 | 1.530 | 11 |
| > 800 qm | 5 | 9 | 8.445 | 61 |
| Gesamt | 53 | 100 | 13.765 | 100 |

Quelle: eigene Erhebungen

Tabelle 10: Verkaufsflächen und Umsätze am „Neuen Markt“ nach Warengruppen

| Warengruppe | Verkaufsfläche | | Umsatz | |
|---|----------------|------------|-------------|------------|
| | in qm | in % | in Mio. EUR | in % |
| Nahrungs- und Genussmittel | 5.875 | 43 | 31,3 | 53 |
| Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik | 700 | 5 | 2,9 | 5 |
| Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschriften/ Bücher | 485 | 4 | 2,0 | 3 |
| Bekleidung/Wäsche; Schuhe/ Lederwaren | 1.060 | 8 | 3,0 | 5 |
| Baumarkt-Sortiment/ Gartenbedarf/ Blumen, Zoo | 1.577 | 11 | 4,2 | 7 |
| Glas, Porzellan, Keramik/ Hausrat/ Geschenkartikel | 748 | 5 | 1,5 | 3 |
| Spielwaren, Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente | 610 | 4 | 1,5 | 3 |
| Elektro, Elektronikwaren, Foto, Optik, Akustik | 1.400 | 10 | 7,5 | 13 |
| Sonstige Warengruppen | 1.310 | 10 | 5,1 | 9 |
| Gesamt | 13.765 | 100 | 59,0 | 100 |

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Differenziert man die Verkaufsflächen und Umsätze nach Warengruppen, so zeigt sich, dass der Schwerpunkt eindeutig in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt.

Auf dieses Sortiment, das von 11 Betrieben angeboten wird, entfallen 43 % der Verkaufsfläche und sogar 53 % der Umsätze (siehe Tabelle 10).

Vergleichsweise dünn vertreten sind die innerstädtischen Leitsortimente Bekleidung und Schuhe. Größter Textilanbieter ist der Discounter Kik, Schuhe werden von einem Fachgeschäft (Schuhmode Velten) und ansonsten fast nur noch im Randsortiment der Lebensmittelbetriebe angeboten. Ein breites Sortiment an Baby- und Kinderbekleidung führt „Baby bike & more“.

Hohe Angebotskompetenz hat der „Neue Markt“ im Bereich der Elektronikwaren: IKS bietet auf rd. 750 qm VKF sowohl „weiße“ als auch „braune“ Ware an, Rotec ist spezialisiert auf Unterhaltungselektronik und Computerwaren; Optische Geräte werden gleich von drei Fachgeschäften (Fritsche, Krüger, Optello) geführt. Abgerundet wird das Technik-Segment durch zwei Fotogeschäfte (Staab, Friese) und einen Hörgeräteakustiker („Der gute Ton“).

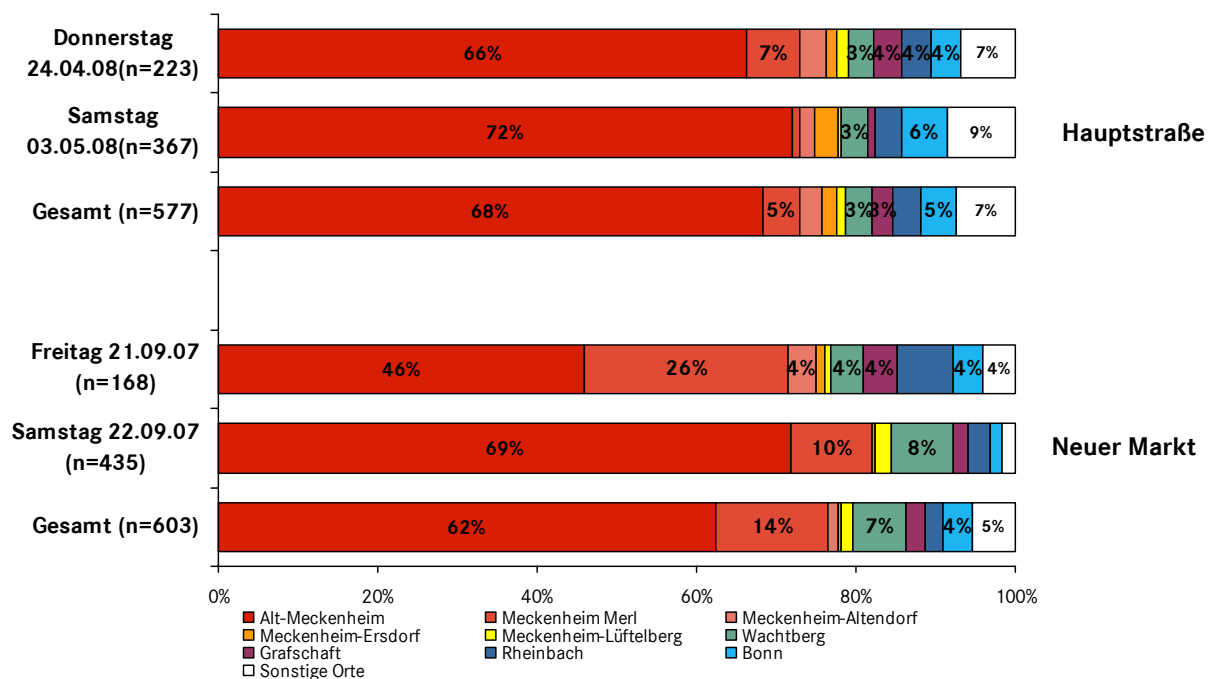
Ein vergleichsweise breit gefächertes Angebot findet sich auch in der Warengruppe Drogerieartikel mit den Drogeriemärkten Schlecker und dm sowie dem qualifizierten Parfümerie-Fachgeschäft Goebel.

3.2.2 Kundeneinzugsgebiet der Meckenheimer Zentren

Im September 2007 (Freitag, 21. und Samstag, 22.09.07) wurden am „Neuen Markt“ in Meckenheim 603 Personen nach ihrem Wohnort befragt. Eine entsprechende Erhebung wurde an zwei Tagen im Frühjahr 2008 (Donnerstag, 24.04.08 während des Wochenmarktes und Samstag, 03.05.08) auch innerhalb des Hauptgeschäftsbereichs von Alt-Meckenheim durchgeführt. Dabei konnten die Herkunftsorte von insgesamt 577 Kunden erfasst werden.

Die Auswertung der Befragungsergebnisse zeigt, dass in beiden Zentren etwa 80 % der Kunden aus dem Stadtgebiet Meckenheim kommen. Auswärtige Kunden stammen im Wesentlichen aus den Nachbarkommunen Wachtberg, Grafschaft und Rheinbach sowie aus der Bundesstadt Bonn (siehe Abb. 9).

Abb. 9: Ergebnisse der Kundenwohnorterhebungen in Alt-Meckenheim und am „Neuen Markt“



Quelle: Eigene Erhebungen

3.3 Wohnungsnahe Grundversorgung

Eine der wichtigsten Aufgaben des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes besteht darin, Aussagen zur Situation und den Entwicklungspotenzialen im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung zu treffen.

Die Qualität der Nahversorgung wird wesentlich vom Lebensmitteleinzelhandel bestimmt. Die Stadt Meckenheim weist in der Warengruppe (Nahrungs- und Genussmittel) eine unterdurchschnittliche Umsatz-Kaufkraft-Relation auf. So wird für diese Warengruppe bei einer sortimentspezifischen Kaufkraft von rd. 58 Mio. EUR eine Gesamtumsatzleistung von rd. 56 Mio. EUR prognostiziert. Dies bedeutet, dass die Stadt Meckenheim per Saldo einen Kaufkraftabfluss in Höhe von rd. 2 Mio. EUR zu verzeichnen hat.

Tabelle 11: Umsatz-Kaufkraft-Relationen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nach Stadtteilen

| | Umsatz (NuG) | Kaufkraft (NuG) | Umsatz- Kaufkraft- Relation | Umsatz- Kaufkraft- Saldo |
|------------------|-------------------------|----------------------------|--|---|
| Stadtteil | in Mio. EUR | in Mio. EUR | in % | in Mio. EUR |
| Meckenheim | 52,9 | 38,5 | 137 | 14,4 |
| Merl | 2,0 | 11,6 | 17 | -9,6 |
| Lüftelberg | 0,2 | 3,0 | 6 | -2,8 |
| Ersdorf | 0,7 | 2,1 | 32 | -1,4 |
| Altendorf | 0,4 | 2,8 | 13 | -2,4 |
| Gesamt | 56,1 | 58,1 | 97 | -2,0 |

Quelle: BBE Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen

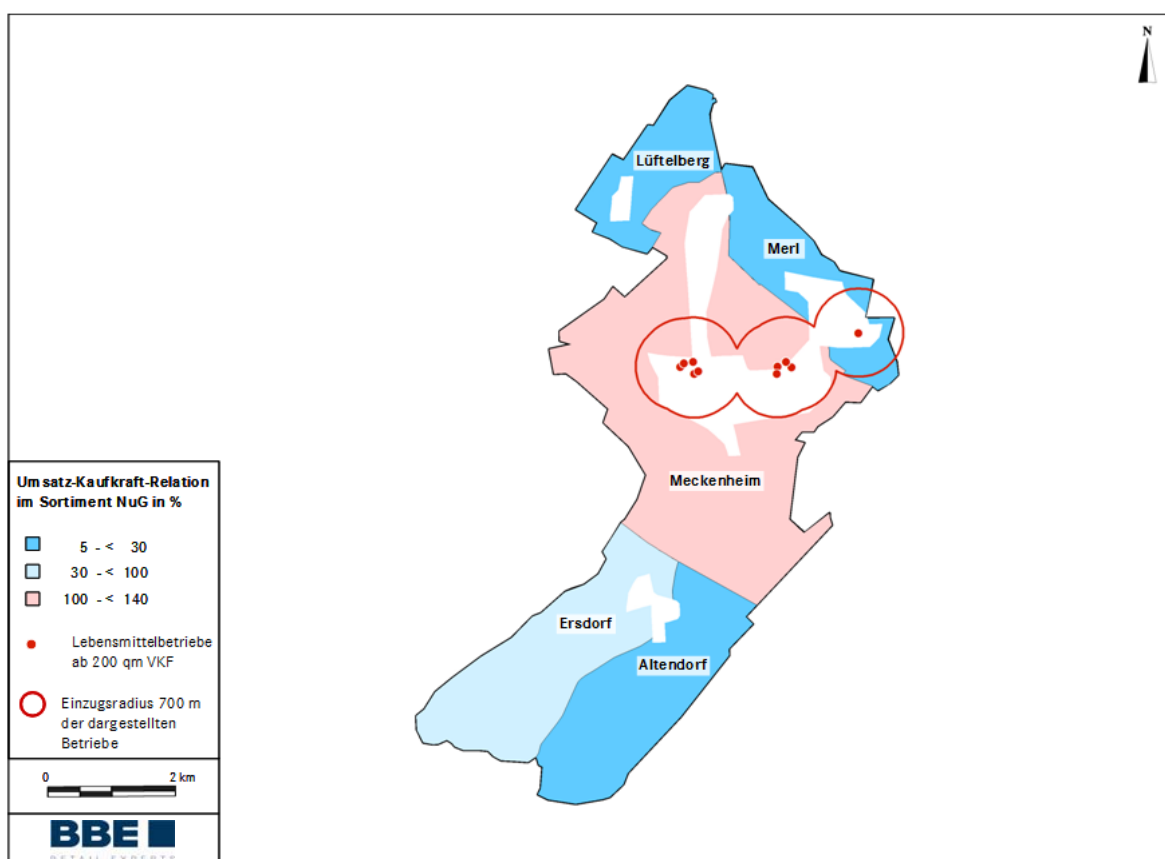
Bei der Betrachtung der Nahversorgungssituation auf Stadtteilebene sind in fast allen Stadtteilen deutliche Kaufkraftabflüsse festzustellen. Eine Ausnahme bildet dabei der Stadtteil Meckenheim, in dem bei einer sortimentspezifischen Kaufkraft von 38,5 Mio. EUR ein Umsatz in Höhe von 52,9 Mio. EUR erwirtschaftet wird (Umsatz-Kaufkraft-Relation von 137 %). Somit wird in diesem Stadtteil per Saldo ein Kaufkraftzufluss von 14,4 Mio. EUR erzielt.

Der Stadtteil Ersdorf erreicht bei einem Umsatz von 0,7 Mio. EUR eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 31 %. Bei den sonstigen Stadtteilen bewegt sich die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei einer Spannweite

zwischen 6 % und 17 %, wobei per Saldo die quantitativ höchsten Abflüsse im Stadtteil Merl zu verzeichnen sind.

Als wichtigste Träger der Nahversorgung sind in die folgende kartographische Darstellung (siehe Abb. 10) alle Lebensmittelmärkte (Discounter und Vollsortimenter) mit mehr als 200 qm Verkaufsfläche aufgenommen worden. Zur räumlichen Bewertung der Nahversorgungssituation wird sodann um jeden Standort ein 700-Meter-Radius gezogen. Denn es kann davon ausgegangen werden, dass sich die Bevölkerung, die im 700-Meter-Umkreis eines Marktes wohnt, in einem akzeptablen Zeitaufwand fußläufig versorgen kann.

Abb. 10: Umsatz-Kaufkraft-Relationen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und fußläufige Einzugsradien größerer Lebensmittelbetriebe



Quelle: Eigene Berechnungen, eigene Darstellung

Wie sich zeigt, gibt es in der Stadt Meckenheim einige Bereiche, die weiter als 700 Meter von einem Lebensmittelmarkt entfernt sind. Dazu gehören die Stadtteile Ersdorf, Altendorf, Lüftelberg sowie die Wohngebiete im Bereich Neu-Merl/ Steinbüchel. In letzterem Teilraum ist zu beachten, dass der hier ansässige Edeka-Markt über lediglich rd. 200 qm Verkaufsfläche verfügt und nach der Stadt Meckenheim vorliegenden Informationen von der Schließung bedroht ist.

Als sehr gut zu bewerten ist dagegen die fußläufige Versorgung in den Wohngebieten von Alt-Meckenheim und im Umfeld des „Neuen Marktes“.

Um die Zukunftsfähigkeit der wichtigsten Nahversorgungsstandorte beurteilen zu können, werden im Folgenden alle vorab bereits in ihren Lagebeziehungen dargestellten Lebensmittelmärkte einem Standort-Check unterzogen. Dabei wird einerseits die betriebliche Situation aus Betreibersicht, nämlich die Wettbewerbsfähigkeit der Verkaufsfläche und die PKW-Erreichbarkeit betrachtet. Zweitens wird die städtebauliche Integration der Betriebe in Zentrale Versorgungsbereiche und/ oder ihr Wohngebietsbezug bewertet.

Die Kriterien und ihre Wertungsstufen im Einzelnen:

- **Betriebsgröße:** Orientierung an den heute üblichen Größen neu projektierter Objekte der jeweiligen Betriebsform. Discounter erhalten eine negative Wertung bei Verkaufsflächen von deutlich unter 800 m², eine neutrale Wertung bei rund 800 m² und eine positive Wertung bei über 800 m² Verkaufsfläche.
- **PKW-Erreichbarkeit:** Kriterien sind die Sichtbeziehung zu einer Hauptverkehrsstraße und die Verfügbarkeit eigener Kundenparkplätze. Fehlt die Sichtbeziehung zu einer Hauptverkehrsstraße oder der Kundenparkplatz ist schlecht zugänglich und klein dimensioniert, ist die Erreichbarkeitssituation aus Betreibersicht allenfalls als durchschnittlich zu bewerten. Werden beide Punkte in negativer Hinsicht erfüllt, ist eine negative Wertung zu vergeben.
- **Zentrenbezug:** Lage innerhalb (positive Wertung), am Rand (neutrale Wertung) oder außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs.
- **Wohngebietsbezug:** Integrierte Lage innerhalb eines größeren Wohngebiets (positive Wertung), am Rand eines größeren Wohngebiets (neutrale Wertung) oder an einem isolierten Standort ohne bzw. mit nur eingeschränktem fußläufigen Wohngebietsbezug.

Abb. 11: Standort-Check Nahversorgung

| | Kaiser´s Bahnhofstraße | Aldi Bahnhofstraße | Plus Hauptstraße | Penny Baumschulenweg rd. 600 qm |
|-----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|--|
| Alt-Meckenheim | rd. 890 qm | rd. 770 qm | rd. 550 qm | |
| Betriebsgröße | - | o | - | - |
| PKW-Erreichbarkeit | + | + | o | + |
| Zentrenbezug | + | + | + | + |
| Wohngebietsbezug | + | + | + | + |

| | Hit Neuer Markt | Lidl Hermann- Ehlers-Weg rd. 1.000 qm | Norma Neuer Markt | Rewe Neuer Markt |
|--------------------|----------------------------|--|------------------------------|-----------------------------|
| Neuer Markt | rd. 3.600 qm | rd. 1.000 qm | rd. 780 qm | rd. 1.000 qm |
| Betriebsgröße | + | + | o | o |
| PKW-Erreichbarkeit | + | + | o | - |
| Zentrenbezug | + | + | + | + |
| Wohngebietsbezug | + | + | + | + |

| | Edeka Dorfplatz rd. 200 qm |
|--------------------|---|
| Merl | |
| Betriebsgröße | - |
| PKW-Erreichbarkeit | o |
| Zentrenbezug | - |
| Wohngebietsbezug | + |

Quelle: eigene Erhebungen

Wie die vorstehende Abb. 11 illustriert, weisen mehrere Märkte Schwächen in der betrieblichen Situation auf. So verfügen die Anbieter Kaiser´s, Penny und Plus in Alt-Meckenheim über Verkaufsflächen, die in ihrer Größe unter den Standards der jeweiligen Betriebsform liegen.

Allenfalls durchschnittliche bzw. sogar wenig zufrieden stellende Erreichbarkeitsbeziehungen kann den Betrieben Rewe und Norma am „Neuen Markt“ und Plus in Alt-Meckenheim konstatiert werden.

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten nehmen die genannten Betriebe durchweg sehr gute Lagen ein, da sie sich an zentralen Standorten im räumlichen Zusammenhang der Zentren befinden.

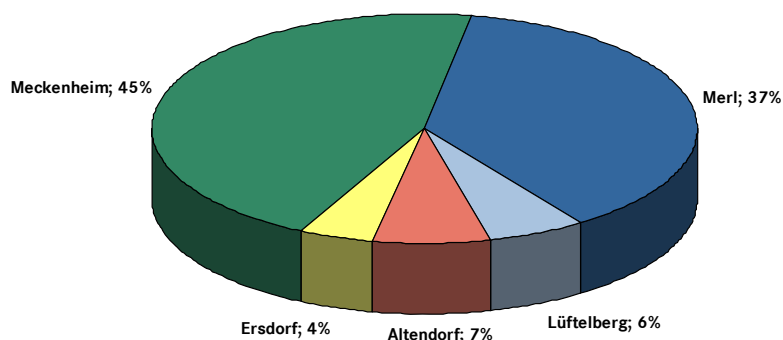
Ebenfalls positiv zu bewerten ist der Standort des Edeka SB-Marktes am Dorfplatz in Merl, der sich in integrierter Wohngebietslage befindet. Unter betrieblichen Gesichtspunkten ist aber insbesondere die begrenzte Verkaufsfläche ein ausgeprägtes Defizit, so dass eine Aufgabe des Betriebes an diesem Standort unvermeidlich sein dürfte.

3.4 Einkaufsorientierung in Meckenheim

Im Rahmen der vorliegenden Analyse wurde eine telefonische Befragung der Bürgerinnen und Bürger der Stadt Meckenheim durchgeführt. Dabei wurden insgesamt 500 Personen interviewt.

Die 500 repräsentativ ausgewählten Haushalte verteilen sich anteilig entsprechend der jeweiligen Einwohnerzahlen auf die einzelnen Meckenheimer Stadtteile. Dabei wurden die ausgewählten Haushalte telefonisch nach ihrer Standortwahl beim Einkauf der wichtigsten Warengruppen (Lebensmittel, Oberbekleidung, Bau- und Gartenmarktartikel, Unterhaltungselektronik und Wohnmöbel) befragt. Darüber hinaus wurden Verbesserungsvorschläge hinsichtlich der Einzelhandelsituation im Speziellen sowie der allgemeinen Situation in Meckenheim abgefragt.

Abb. 12: Repräsentativität der befragten Haushalte

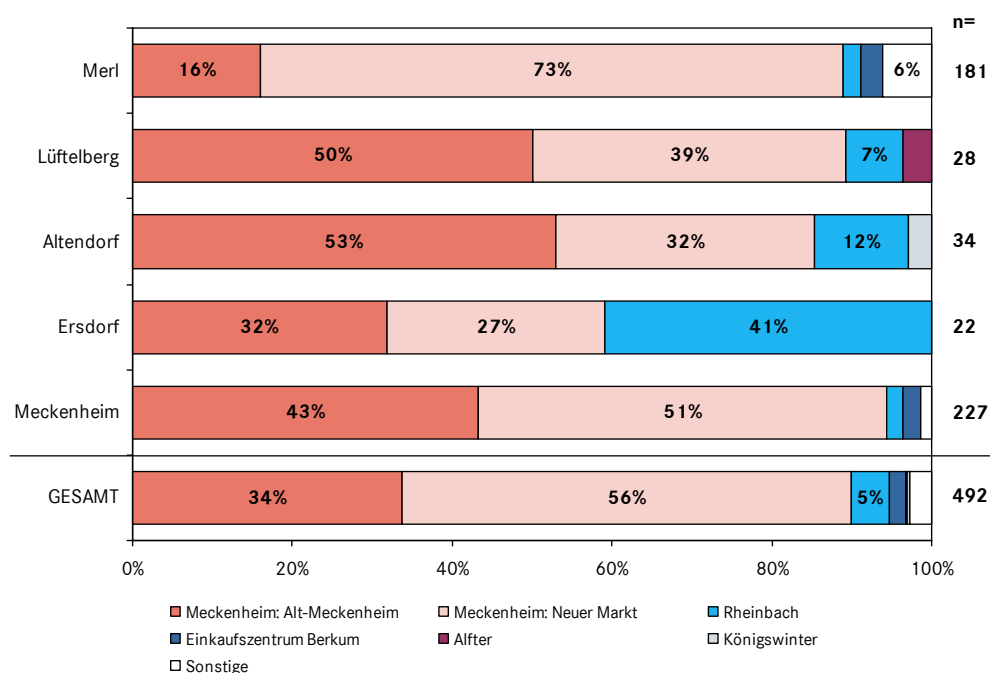


Quelle: Telefonische Bürgerbefragung

Im Folgenden werden die Ergebnisse der telefonischen Bürgerbefragung dargestellt. Zunächst werden die bevorzugten Einkaufsorte der befragten Bürgerinnen und Bürger, aufgeteilt nach den wichtigsten Warengruppen, vorgestellt.

Bei **Lebensmitteln** als klassischer nahversorgungsrelevanter Sortimentsbereich fällt die Wahl des Einkaufsortes eindeutig auf den eigenen Wohnort. In der Gesamtbetrachtung entscheidet sich mit 90 % der überwiegende Teil der befragten Haushalte beim Lebensmittelkauf für ihren Heimatort. Hiervon fallen 56 % auf den Bereich „Neuer Markt“, 34 % auf Alt-Meckenheim. Die benachbarten Gemeinden spielen in der Gesamtbetrachtung kaum eine Rolle (siehe Abb. 13).

Abb. 13: Bevorzugte Einkaufsorte für Lebensmittel



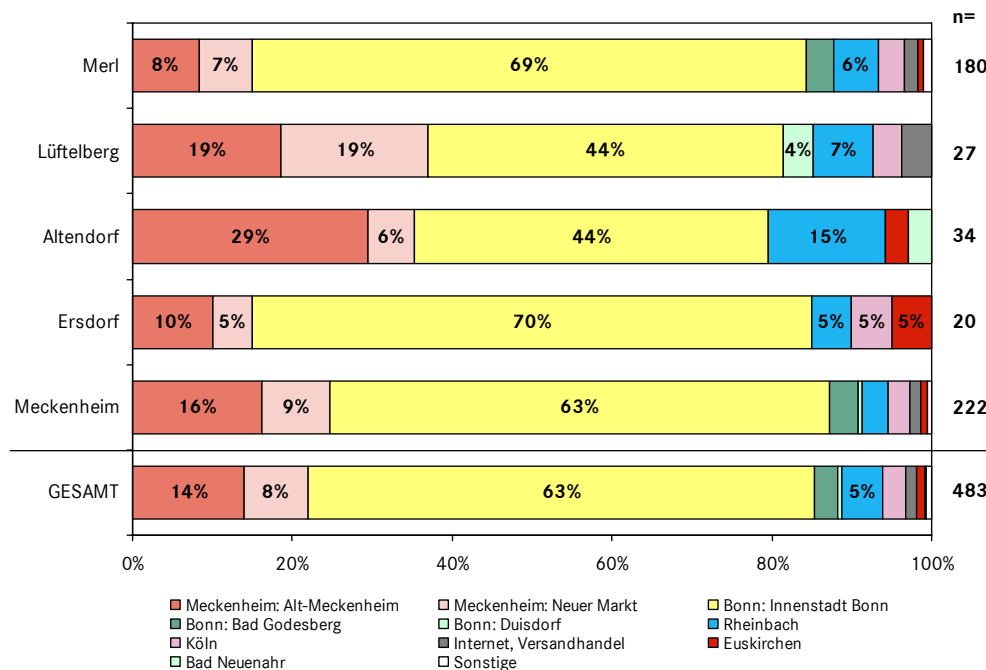
Quelle: Telefonische Bürgerbefragung

Bei der Untersuchung der einzelnen Stadtteile konnte erwartungsgemäß festgestellt werden, dass sich die Bewohner aus Merl mit 73 % überdurchschnittlich stark in Richtung „Neuer Markt“ orientieren. Des Weiteren lässt sich erkennen, dass die Nachbargemeinde Rheinbach eine große Bedeutung als Nahversorgungsstandort für die Bewohner aus dem Meckenger Stadtteil Ersdorf besitzt.

Die starke Position von Meckenheim als Einkaufsort für Lebensmittel ist auf die Präsenz von insgesamt vier großflächigen Lebensmittelbetrieben - HIT (ca. 3.600 qm), Rewe (1.050 qm), Lidl (1.045 qm), Kaiser's (890 qm) - zurückzuführen. Hinzu kommen vier Lebensmitteldiscounter mit Verkaufsflächen zwischen 550 und 800 qm (Norma, Aldi, Penny, Plus).

Erwartungsgemäß ändert sich das Bild beim Einkaufsverhalten bei den längerfristigen Sortimentbereichen. So orientieren sich die Meckenheimer Haushalte beim Einkauf von **Oberbekleidung** überwiegend auf das benachbarte Oberzentrum Bonn (Nennungshäufigkeit Bonn-Innenstadt und Bad Godesberg zusammen 66 %). Meckenheim führten insgesamt 22 % als bevorzugten Einkaufsort an (siehe Abb. 14).

Abb. 14: Bevorzugte Einkaufsorte für Oberbekleidung



Quelle: Telefonische Bürgerbefragung

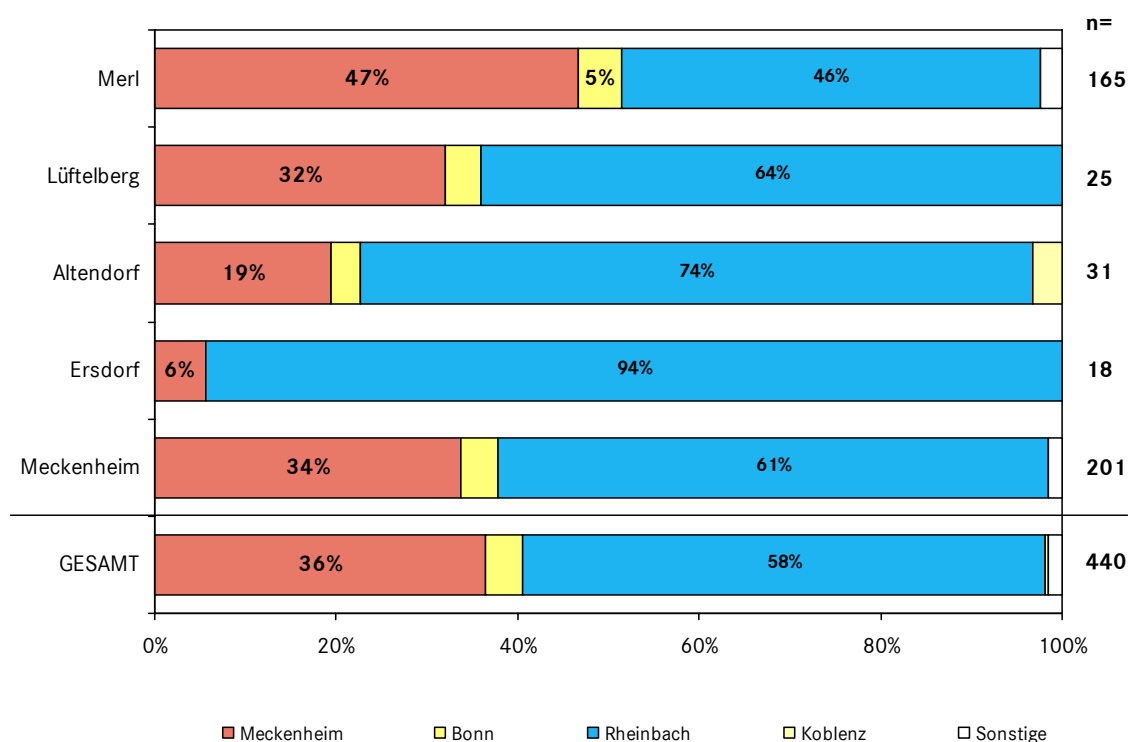
Die stärkste Bindung an den eigenen Wohnort weisen mit 38 bzw. 35 % Nennungshäufigkeit die Bewohner der Stadtteile Lüftelberg und Altendorf auf. Zudem tendiert die Altendorfer Bevölkerung zu 15 % in Richtung Rheinbach.

Insgesamt hat die nahegelegene Bundesstadt Bonn für die Meckenheimer Bevölkerung die größte Bedeutung als Einkaufsort für Bekleidung, während Meckenheim nur von relativ wenigen Haushalten als Haupteinkaufsort gewählt wird. Für die weit überwiegende Zahl der Befragten stellt auch die Nachbarstadt Rheinbach ebenso wenig eine Alternative dar wie sonstige Orte.

Die Ergebnisse der Befragung zur Einkaufsorientierung bei **Baumarkt- und Gartenmarktartikeln** belegen deutlich, dass die in Meckenheim ansässigen Gartenfachmärkte sowie der Toom Baumarkt in der Thomas-Dehler-Straße (rd. 1.500 qm Verkaufsfläche) die Nachfrage der Meckenheimer Haushalte bei weitem nicht vollständig abdecken können. So präferieren nur 36 % der Befragten Meckenheim als bevorzugten Einkaufsort für diese Artikel, während 58 % Rheinbach nennen. Wichtigster Anbieter in der Nachbarstadt ist der im Sondergebiet „An den Märkten“ ansässige Obi Baumarkt, der über eine Verkaufsfläche von über 9.000 qm verfügt.

Sonstige Einkaufsorte für Bau- und Gartenmarktartikel stellen für die Meckenheimer Bevölkerung keine Alternative dar (siehe Abb. 15).

Abb. 15: Bevorzugte Einkaufsorte für Bau- und Gartenbedarf



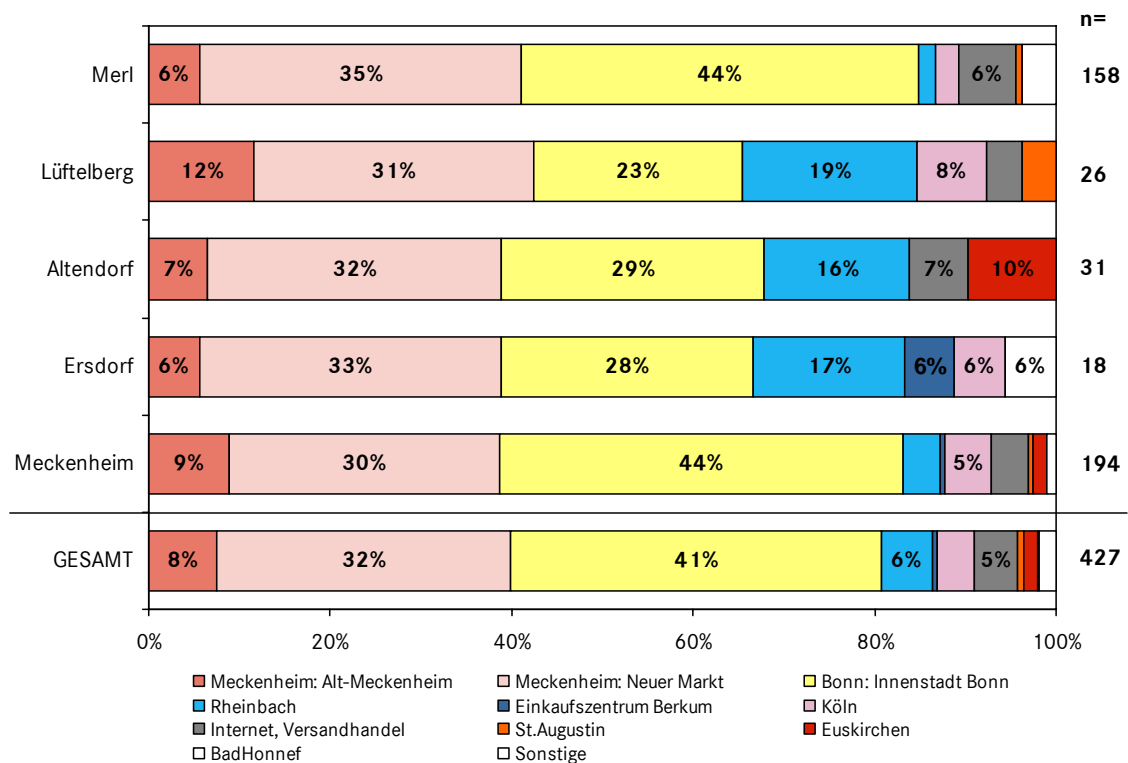
Quelle: Telefonische Bürgerbefragung

Betrachtet man die Ergebnisse auf Stadtteilebene, so zeigt sich erneut, dass die Befragten aus Altendorf und Ersdorf noch deutlicher als die Kunden aus dem übrigen Orten auf die Stadt Rheinbach orientiert sind.

Auf die Frage nach den bevorzugten Einkaufsorten für Unterhaltungselektronik nennen in allen Stadtteilen ca. 40 % der Befragten Meckenheim als ihren bevorzugten Einkaufsort. Häufig genannt wird insbesondere der „Neue Markt“ mit den dort ansässigen Betrieben IKS und Rotec.

Wichtigste Einkaufsalternative ist die Bundesstadt Bonn, u. a. mit dem ProMarkt an der Bornheimer Straße und den Elektronik-Fachabteilungen der Warenhäuser Karstadt und Kaufhof in der Bonner City.

Abb. 16: Bevorzugte Einkaufsorte für Unterhaltungselektronik

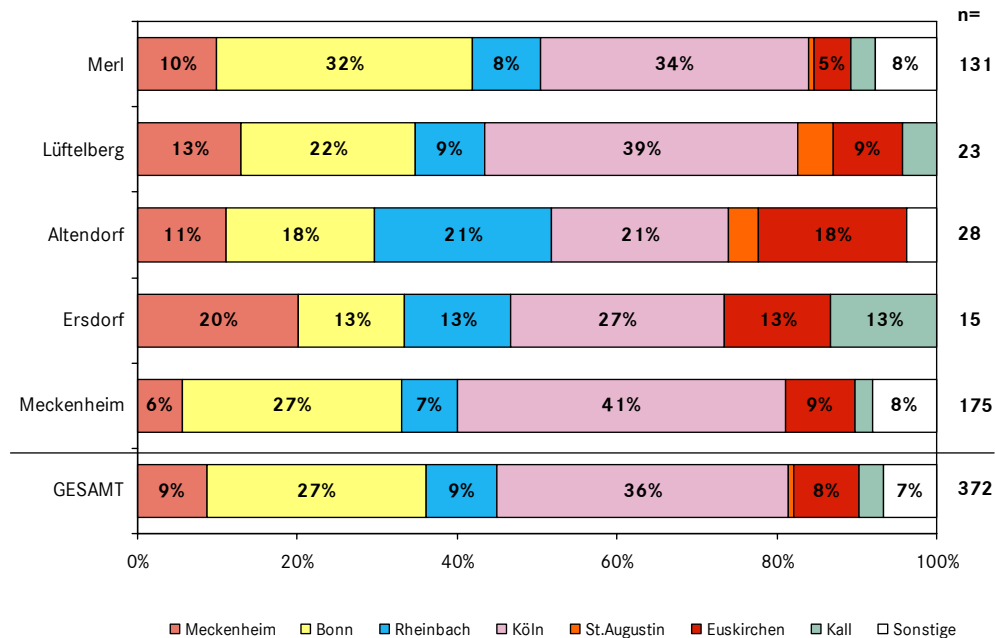


Quelle: Telefonische Bürgerbefragung

Als bevorzugte Einkaufsorte von Wohnmöbeln nennen die Befragten vor allem die Standorte der großen Möbelhäuser mit überregionalem Einzugsgebiet. Am häufigsten aufgeführt wird die Stadt Köln, u. a. mit den Anbietern Ikea in Rodenkirchen (ca. 22.000 qm), Porta in Marsdorf/ Frechen und Porz-Lind (38.000 qm, 34.000 qm) sowie Realkauf in Marsdorf/ Frechen (36.000 qm).

Häufig genannt wird auch die Bundesstadt Bonn, wo neben Mambo (Bonner Nordstadt) mehrere Warengruppen-Spezialisten (z. B. Dansk Design in Bad Godesberg, Polstermöbel Schmandt an der Brühler Straße, mehrere Küchenstudios) ansässig sind.

Abb. 17: Bevorzugte Einkaufsorte für Wohnmöbel



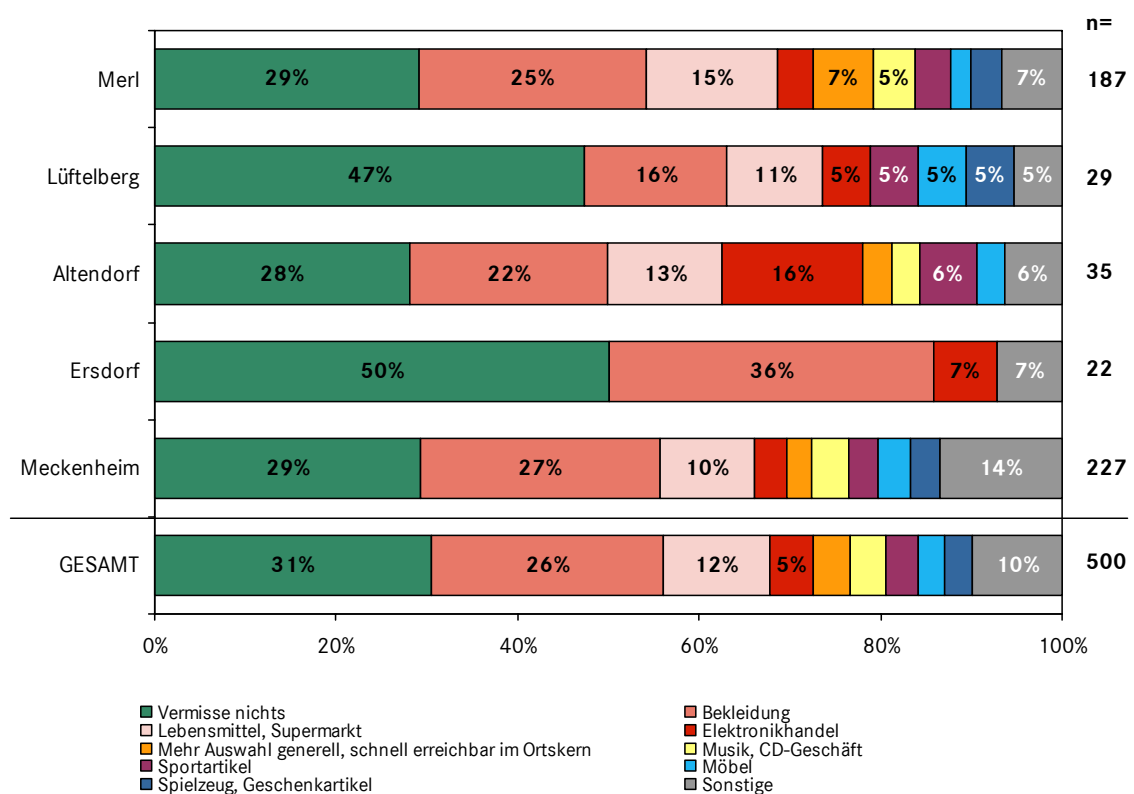
Quelle: Telefonische Bürgerbefragung

3.5 Der Einzelhandelsstandort Meckenheim im Meinungsbild der Befragten

Über die Einkaufsorientierung hinaus, wurden mit der Telefonbefragung auch die in den jeweiligen Wohnorten vermissten Einzelhandelsangebote abgefragt. Darüber hinaus wurden die Befragten aufgefordert, mögliche Maßnahmen zur Erhöhung der Attraktivität der Innenstadt zu nennen.

Die Befragung zeigt, dass über alle Stadtteile hinweg 31 % mit der derzeitigen Situation zufrieden sind. Besonders hohe Werte werden in den Stadtteilen Lüftelberg und Erzdorf erreicht. Den größten Mangel sehen die Befragten im Bereich Bekleidung. Jeder Vierte vermisst in dieser Warengruppe zusätzliche Angebote in Meckenheim. An zweiter Stelle befindet sich der Bereich Lebensmittel. Etwa 12 % der befragten Bürger beurteilen hier das Angebot als nicht ausreichend.

Abb. 18: Vermisste Einzelhandelsangebote in Meckenheim

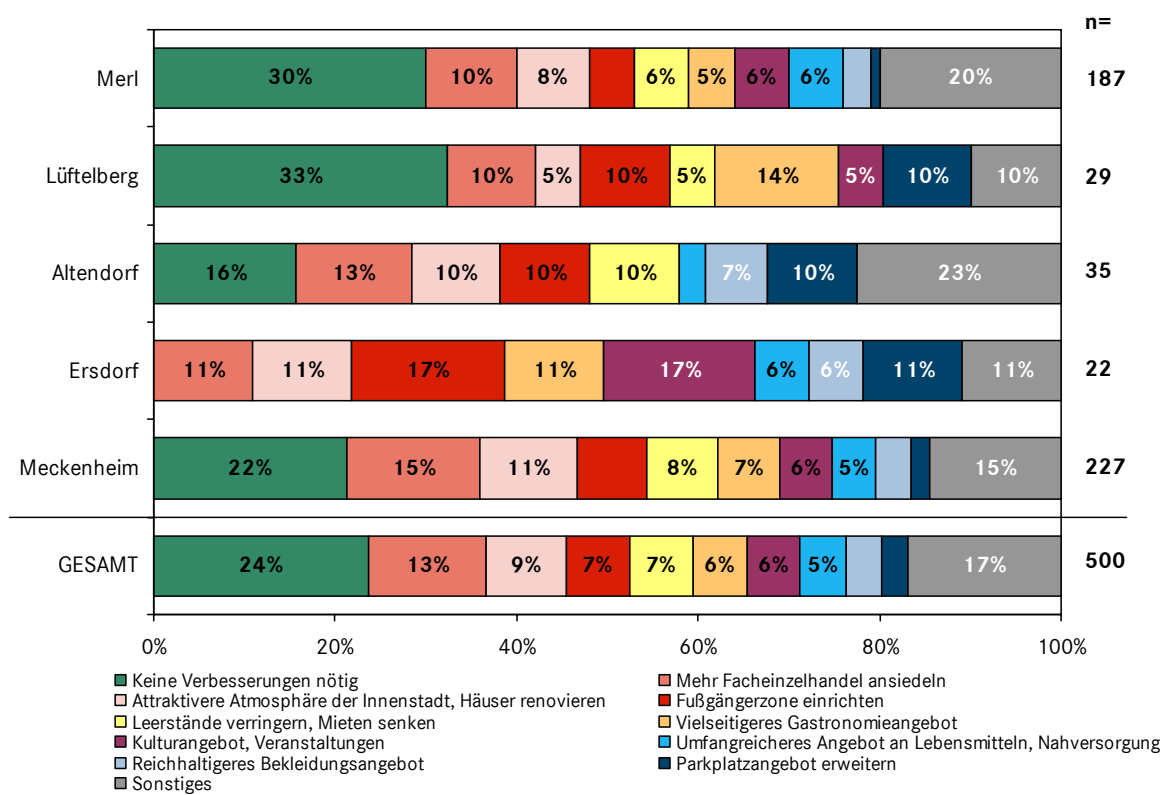


Quelle: Telefonische Bürgerbefragung

In einer weiteren Frage wurden die Interviewten aufgefordert, konkrete Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung der Zentren Alt-Meckenheim und „Neuer Markt“ zu nennen.

Etwa 24 % der Befragten zeigten sich bei dieser Frage mit dem Bereich Alt-Meckenheim zufrieden. Die am häufigsten genannten Verbesserungsvorschläge betrafen die Ansiedlung von mehr Facheinzelhandelsgeschäften (13 %). Auf die Themen Einrichtung einer Fußgängerzone und Verringerung der Leerstände/Mieten entfielen jeweils 7 % der Antworten (siehe Abb. 19).

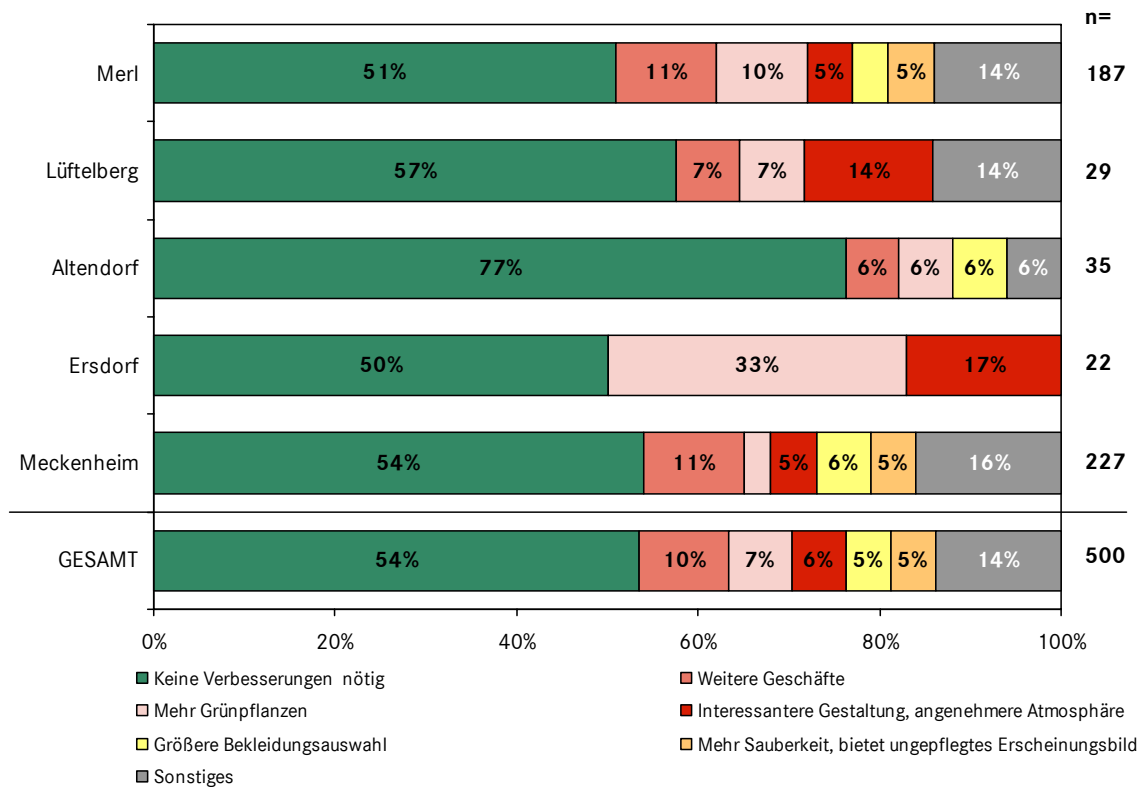
Abb. 19: Verbesserungsvorschläge für den Bereich Alt-Meckenheim



Quelle: Telefonische Bürgerbefragung

Der Bereich „Neuer Markt“ wird im Vergleich zu Alt-Meckenheim besser bewertet. Rund 54 % der Befragten sind zufrieden mit der derzeitigen Situation. 10 % wünschen sich hier weitere Geschäfte, 7 % eine umfangreichere Begrünung (siehe Abb. 20).

Abb. 20: Verbesserungsvorschläge für den Bereich Neuer Markt



Quelle: Telefonische Bürgerbefragung

4 Prognose der Einzelhandelsentwicklung

4.1 Einzelhandelsrelevante Strukturveränderungen und Trends

4.1.1 Konsumtrends in der Gesellschaft

Nicht nur die Bevölkerung, ihre soziodemographische Struktur und die Höhe der für Konsumzwecke verfügbaren Kaufkraft haben maßgeblichen Einfluss auf die weitere Entwicklung der Versorgungsstrukturen. Auch die Präferenzen und Gewohnheiten beim Einkauf werden die räumliche Verteilung, die Sortimentsgestaltung und damit letztlich die unterschiedlichen Vertriebsformen weiterhin einem stetigen Wandel unterwerfen. So sollen zunächst die aus Sicht der BBE-Marktforschung wesentlichen Verbrauchertrends aufgezeigt werden.

„Smart-Shopping“: Discount und Luxus sind kein Widerspruch mehr

Grundbedürfnisse sollen effizient und preisgünstig erfüllt werden, das gesparte Geld kann dann für Luxus ausgegeben werden. Aber auch da muss das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmen. Traditionelle Verhaltensmuster verschwinden: Der Konsument schlüpft ständig in andere Identitäten und sucht einerseits das ultimative Sonderangebot, andererseits Erlebnisse, Freundlichkeit und Bequemlichkeit. Für Marken wird nicht automatisch mehr ausgegeben. Hinzu kommt aber auch, dass nur rd. 40 % der Haushalte so kaufkraftstark sind, dass sie ihre Konsumwünsche weitgehend erfüllen können, der größere Rest der Bevölkerung muss sich zwangsläufig zurückhalten.

Individualismus als Gegenentwurf zu Massenmode

Viele Verbraucher machen aus der Not eine Tugend: Lifestyle zeigt sich für sie nicht mehr durch regelmäßigen Kauf von modischer Kleidung, Schuhen oder persönlichen Accessoires. Stattdessen wird die Nachfrage immer mehr von einem Wunsch nach Individualität bestimmt. Stil ist gefragt, rastloser Konsum nicht. Markenprodukte können dank kundenindividueller Massenfertigung sogar nach eigenen Vorstellungen abgeändert oder gestaltet werden.

Gesundheitsorientierung

Gesundes Essen wird Vielen immer wichtiger. Gesundheit und Genuss sind längst kein Widerspruch mehr, immer mehr Menschen wollen ihr Wohlbefinden gezielt durch bewusstes Einkaufen steigern. So werden Bio-Lebensmittel zum Massenmarkt, Essen „mit Herkunft“ und regionale Produkte sind zu-

nehmend gefragt. „Glokalisierung“ steht bei vielen für eine Neuorientierung und löst die manchem längst überdrüssige „Geiz-ist-geil“-Mentalität ab. Rauchen verliert an Bedeutung.

Wellness und neue Besinnlichkeit

Es wird immer erstrebenswerter, Arbeit und Freizeit ins Gleichgewicht bringen. Der Rückzug ins Private ersetzt hektischen Konsum, stattdessen wird Zeit mit der Familie oder dem Lebenspartner verbracht. Aus kulturellem Interesse – aber auch dank „Billigflieger“ und günstiger Pauschalangebote – werden mehr Städtereisen durchgeführt, „sanfte“ Sportarten wie Nordic Walking oder Wandern sowie Musik, Lesen und kreative Tätigkeiten bieten Entspannung. Langsamkeit und Authentizität sind gefragt. Dabei ist durchaus Eitelkeit im Spiel: „Selbstoptimierung“ durch gesunde Ernährung, „Selbstmedikation“, Sport, Entspannung und falls nötig plastische Chirurgie spielen vor allem für kaufkraftstarke Haushalte eine zunehmende Rolle.

Online leben

Immer mehr Haushalte sind ans Internet angeschlossen, immer leistungsfähigere Technik ermöglicht schnellen Informationsaustausch, Mediengenuss und nicht zuletzt Preisvergleiche und Online-Einkauf. Mobile Geräte und die ständige Verbindung zum Netz bestimmen den Alltag und verändern die Kommunikations- und Freizeitgewohnheiten nicht nur junger Menschen. Medienkompetenz entscheidet über Zukunftschancen: Während gut Ausgebildete von den faszinierenden Möglichkeiten profitieren, fallen „Computeranalphabeten“ und Kaufkraftschwache weiter zurück.

Neue Senioren

Es wird mehr ältere Menschen geben, ihr Einkaufsverhalten wird sich von dem früherer „Senioren“ unterscheiden: Sie wollen das Leben genießen, haben Ansprüche und stellen Sparen nicht mehr in den Mittelpunkt. Sie schätzen die Vielfalt, allerdings nur wenn sie mit persönlicher Ansprache durch das Personal einhergeht. Sie wollen, dass man sich Zeit für sie nimmt und erwarten Service. Viele sind bis ins hohe Alter mobil, an neuen Erfahrungen interessiert und kaufkraftstark. Auch als Singles wollen sie dabei nicht allein sein. So ist Wohnen in der Stadt zunehmend gefragt, dient Einkauf auch der Begegnung mit anderen Menschen und werden überschaubare Versorgungsstrukturen in Wohnortnähe bevorzugt.

4.1.2 Konsequenzen für den Einzelhandel

Die BBE Marktforschung geht unter Würdigung der skizzierten Trends bis zum Jahr 2020 von folgender

Entwicklung für die einzelnen Warengruppen aus ¹⁰ :

- Nominal wird der Einzelhandelsumsatz in Deutschland geringfügig wachsen. Im Rahmen einer so langfristigen Betrachtung bewegt sich dieser Wert in der Mitte einer Prognose-Bandbreite von rd. 330 bis 420 Mrd. €, die bei Annahme verschiedener Szenarien aus heutiger Sicht denkbar erscheint. Dennoch gilt als gesichert, dass reale Zuwächse nur in begrenztem Maße zu erwarten sind.
- Der „Food“-Bereich – Nahrungs- und Genussmittel sowie sonstiger kurzfristiger Haushaltsbedarf (Tiernahrung, Reinigungsmittel, Blumen) kann – gemessen am Einzelhandelsdurchschnitt – trotz anhaltendem Preiswettbewerb leicht überdurchschnittlich wachsen. Die Konsumenten werden tendenziell gesünder/besser essen – Bio-Produkte und Convenience/ Out of Home bewirken vor allem ein qualitatives Wachstum, hingegen werden keine größeren Mengen nachgefragt.
- Die Entwicklung zeigt vor allem bei Bekleidung/Wäsche/Strickwaren und Schuhen nach unten. Dazu tragen ein rückläufiger Mengenverbrauch und der Trend zu preiswerter Bekleidung bei.
- Das Segment Einrichtung/Haushalt könnte bei steigendem Haushaltsbestand mit 10 % leicht überdurchschnittlich wachsen, vor allem bezogen auf Möbel/Einrichtung und auch Hausgeräte/Beleuchtung inkl. sanitäre Haustechnik. Impulse gehen dabei von neuen Technologien und vom Trend zum Rückzug ins eigene Heim aus. Hausrat/Eisenwaren und Heimtextilien legen dagegen nur unterdurchschnittlich zu.
- Allenfalls geringes Wachstum ist im Bereich Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf bei anhaltend hartem Wettbewerb der großen Filialisten im Handel zu erwarten. Impulse kommen aber aus dem Freizeitbereich, auch wirken zunehmende Haushaltszahlen begünstigend.
- „Consumer Electronics“ zählen trotz anhaltend ruinöser Preiskämpfe nach wie vor zu den Wachstumssegmenten. Im Einzelnen fallen darunter: klassische Unterhaltungselektronik, PC/Zubehör und Telekommunikation, bespielte Bild- und Tonträger, PC- und Videospiele/Software sowie aus dem Fotobereich Digitalkameras. Mit Blick auf die steigende Zahl von "Home Offices" wird voraussichtlich auch der Bürobedarf gute Zuwächse haben. Unterdurchschnittlich wird hingegen der Fotobereich –ohne Digitalkameras- zulegen.
- Bei den übrigen Sortimenten wird es nur leichtes Wachstum geben, vor allem beeinflusst von Körperpflege/Kosmetika und stark steigenden Ausgaben für Gesundheit. Auch Sport- und Spielwaren werden sich mit Blick auf das wachsende Freizeitsegment steigern können.

¹⁰ Vgl. BBE-Zukunftsstudie „Quo Vadis, Konsum?“

4.2 Auswirkungen der demographischen Entwicklung auf die Nachfrage

Unter Berücksichtigung der vorliegenden Wachstumsprognosen ist davon auszugehen, dass der Einzelhandel in der Stadt Meckenheim allenfalls in begrenztem Maße zusätzliche, aus einem Bevölkerungswachstum resultierende Umsatzpotenziale erwarten kann.

Stattdessen wird es erforderlich werden, auf die sich abzeichnenden qualitativen Veränderungen in der Nachfrage zu reagieren:

- Die Trends zu einer allgemein gesünderen Ernährung, aber auch zu Convenience, sollten vom Lebensmitteleinzelhandel auch in Meckenheim aufgegriffen werden.
- Sport, Gesundheit, Fitness sind Themen, an denen auch ältere Zielgruppen künftig noch stärker als heute interessiert sein werden.
- Es gilt, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen jugendorientierten Angeboten und speziell auf die zunehmende Zahl von Senioren zugeschnittenen Leistungen zu finden.
- Speziell im Bereich des modischen Bedarfs ist es erforderlich, der zunehmenden Polarisierung der Nachfrage zu entsprechen. Waren im mittleren Preissegment werden an Bedeutung verlieren; stattdessen wird einerseits die Nachfrage nach preiswerten Produkten noch weiter zunehmen. Andererseits wird aber auch eine Reaktion des Handels auf die Konsumwünsche der kaufkraftstärkeren Bevölkerungsgruppen nach gehobenen Waren und außergewöhnlichen Serviceleistungen erforderlich.

5 Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Meckenheim

5.1 Vorgaben der Landesplanung

Aus Sicht der Landesplanung hat ein kommunales Einzelhandelskonzept insbesondere die Funktion, unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten und Problemlagen der jeweiligen Kommune genaue Vorschläge für eine Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes zu entwickeln.

Seit Mitte 2007 sind dabei neue Vorgaben zu beachten. Denn mit Inkrafttreten des Gesetzes zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung vom 19. Juni 2007 (GV. NRW. 2007 S. 225) wurde die bisherige Kernvorschrift für die Planung großflächiger Einzelhandelsvorhaben aus § 24 Abs. 3 Landesentwicklungsprogramm (LEPro) durch § 24a LEPro ersetzt. Das neue Ziel der Raumordnung für die Planung großflächiger Einzelhandelsvorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO gilt seit dem 5. Juli 2007.

Demnach kommen für großflächigen Einzelhandel künftig nur noch Standorte in zentralen Versorgungsbereichen (d.h. in Innenstädten, Ortsmitten, Stadtteilzentren) in Betracht, sofern es sich um Vorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten handelt. Vorhandene Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche genießen Bestandsschutz. Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (insb. Möbelmärkte, Gartencenter, Baumärkte) und mit begrenztem Randsortiment dürfen weiterhin außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen entstehen.

Im Einzelnen gilt:

- Die zulässigen Nutzungen müssen sich in Art und Umfang nach der Funktion des zentralen Versorgungsbereiches richten, in dem ihr Standort liegt. Sie dürfen weder Zentrale Versorgungsbereiche noch die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet beeinträchtigen. Hersteller-Direktverkaufszentren (ab 5.000 qm VKF) dürfen – wenn überhaupt – nur in Großstädten (ab 100.000 Einwohnern) entstehen.
- Die räumliche und funktionale Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt durch die Kommunen, ist aber an Kriterien gebunden, etwa die „städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs“ (ASB) und die „gute verkehrliche Anbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz“.
- Eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der Nahversorgung wird regelmäßig nicht unterstellt, solange der erwartete Umsatz eines Planvorhabens die zurechenbare Kaufkraft weder in einzelnen Sortimentsbereichen noch insgesamt übersteigt. Bezugsmaßstab ist bei Hauptzentren die Kommune, bei Nebenzentren sind es die funktional zugeordneten Stadtteile.

- Gemäß § 24a Abs. 3 LEPro dürfen Sondergebiete für solche Vorhaben auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen geplant werden, wenn ergänzend zu dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment nur ein begrenztes zentren- und nahversorgungsrelevantes Randsortiment vorgesehen ist. Von einer Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Grundversorgung ist in der Regel dann nicht auszugehen, wenn für das Kernsortiment ausreichend Kaufkraft innerhalb der Standortgemeinde zur Verfügung steht und sich der Umfang des Randsortiments auf 10 % bzw. höchstens 2.500 qm der insgesamt in dem betreffenden Sondergebiet zulässigen Verkaufsfläche beschränkt.
- Standorte von zwei oder mehr Vorhaben mit mind. 50.000 qm Verkaufsfläche müssen in den Regionalplänen als ASB mit Zweckbindung dargestellt werden. Ihre Randsortimente dürfen insgesamt max. 5.000 qm VKF umfassen.

Ergänzend wird auch der „Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen“ vom 7. Mai 1996 zur Zeit durch die Landesregierung aktualisiert, der als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammenfasst und erläutert. Wie der bisherige Erlass auch, soll dessen fortgeschriebene Fassung¹¹

(...) den Regionalräten als Trägern der Regionalplanung, den Bezirksregierungen, den Gemeinden als Trägern der Bauleitplanung und den Bauaufsichtsbehörden als Grundlage für die Beurteilung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben i. S. v. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung - BauNVO - (Einzelhandelsgroßbetriebe) dienen und für Investoren, Grundstückseigentümer und den Einzelhandel Planungs- und Investitionssicherheit schaffen.

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Entwurf des neuen Einzelhandelserlasses NRW einleitend aus:

„Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Absicherung dieser Konzepte durch Bauleitpläne können die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren unterstützen und für eine ausgewogene Versorgungsstruktur sorgen. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben wie auch andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für den Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel (angestrebte Einzelhandelsausstattung für die angemessene Versorgung der Bevölkerung) und die Standorte für die weitere Entwicklung des Einzelhandels (Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer konkreten Lage und räumlichen Ausdehnung und ihrer konkret gegebenen Versorgungsfunktion) fest. Dabei werden auf der Grundlage einer konkreten Bestandserhebung und -analyse der Einzelhandelsituation sowie einer Darstellung der städtebaulichen Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung die bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die erstmalige oder weitere Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt.“

¹¹ Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass). Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr - V A 3 / VI A 1 - 16.21 - u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie- 323 - 58 - 28. Entwurfsfassung mit Datum vom 20.12.2007.

Vor diesem Hintergrund werden im vorliegenden Standortkonzept folgende Aussagen getroffen:

- Ableitung eines funktional differenzierten Versorgungsmodells mit einem zweigeteilten Hauptzentrum (Alt-Meckenheim und Neuer Markt) und einem Nahversorgungszentrum im Stadtteil Merl
- Genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (räumliche Festlegung)
- Identifizierung von Entwicklungsarealen für standortgerechte Einzelhandelsnutzungen innerhalb der Zentren
- Standorte für die wohnungsnah Versorgung in den Wohngebieten ohne direkten Zentrenbezug
- Vorschläge zu standortverträglichen Entwicklungen im Bereich des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und Identifizierung potenzieller Ansiedlungsstandorte
- Identifizierung und Begründung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente unter Beachtung der ortsspezifischen Besonderheiten in den Angebotsstrukturen
- Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts im Rahmen der Bauleitplanung

Wird das kommunale Einzelhandelskonzept vom Rat der Stadt Meckenheim beschlossen, wäre dieses als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen und würde dadurch zu einer verbindlichen Leitlinie für die künftige Stadtentwicklungsplanung.

5.2 Leitziele und Standortkonzept

Diese neuen Ansätze der Landesplanung bilden den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Meckenheim, das sich aus Sicht des Gutachters an folgende **Leitziele** ausrichten sollte:

- Sicherung und Stärkung der hervorgehobenen Versorgungsfunktion der Innenstadt von Alt-Meckenheim und des „Neuen Markt“ als gemeinsames Hauptzentrum der Stadt Meckenheim.
- Verbesserung des Nahversorgungsangebotes in Neu-Merl/ Steinbüchel und Entwicklung eines Nahversorgungszentrums
- Förderung der wohnungsnahen Grundversorgung in den Ortsteilen Altendorf, Ersdorf und Lüftelberg.
- Entwicklung eines Ergänzungsstandorts für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten.

Unter Berücksichtigung der vorgestellten Zielvorstellungen empfehlen die Gutachter, die künftige Entwicklung der Versorgungsstrukturen in Meckenheim an folgendem **räumlichen Versorgungsmodell** auszurichten:

Zentrale Versorgungsbereiche

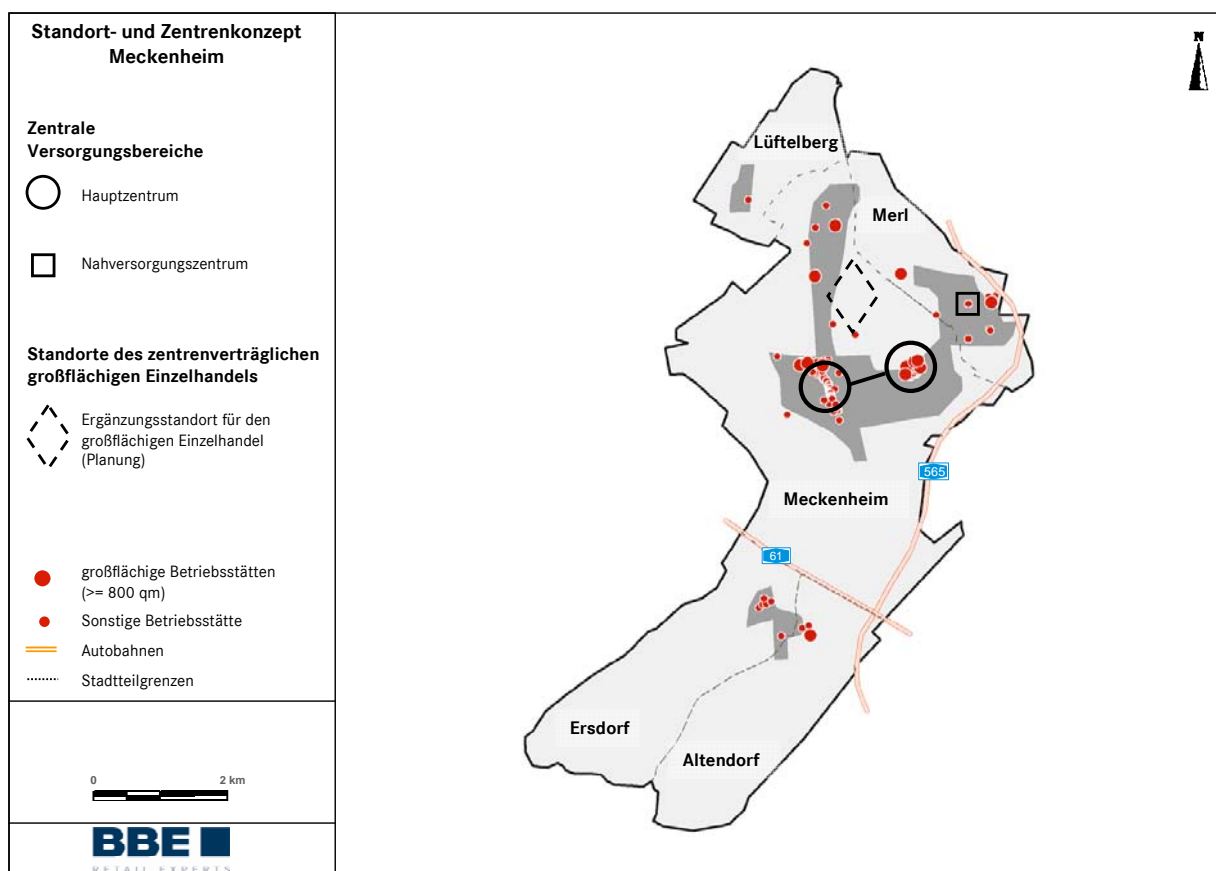
Die Funktion des **Hauptzentrums** der Stadt Meckenheim wird dabei vom zentralen Versorgungsbereich **Alt-Meckenheim** und dem Standortbereich **Neuer Markt** gemeinsam ausgefüllt.

Der Standortbereich Neuer Markt sollte schwerpunktmäßig für die Aufnahme von großflächigen zentrenrelevanten Betrieben vorgesehen werden, die in die gewachsene Struktur der Hauptstraße in Alt-Meckenheim baulich nicht integriert werden können. Darüber hinaus ist die wichtige Nahversorgungsfunktion zu erhalten und zu stärken.

Der Standort Tennenplatz/Heroldspassage in Neu-Merl erhält die Funktionszuweisung eines **Ortsteilzentrums**. Damit wird dieser Standort als ein Nahversorgungszentrum bestimmt, das unter Berücksichtigung der Vorgaben von § 24a LEPro NRW auch für die Aufnahme großflächiger Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten geöffnet wird.

Vertiefende Empfehlungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche werden im folgenden Kapitel ausgesprochen.

Abb. 21: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Meckenheim



Quelle: eigene Darstellung

Ergänzungsstandort für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel

Als Ergänzungsstandort für den großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel wird der Bereich westlich der Meckenheimer Allee (L 261) vorgeschlagen. Das Areal liegt innerhalb des im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB).

Ein rechtskräftiger Bebauungsplan besteht bisher nicht. Aus Sicht der Gutachter könnte hier jedoch bei Vorliegen entsprechender Ansiedlungsinteressen auch Planungsrecht für großflächige Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten geschaffen werden. Diese würden an dieser Stelle aufgrund der hohen Verkehrszentralität des Standorts sowie der auch unter städtebaulichen Gesichtspunkten günstigen Lage sowohl zu Alt-Meckenheim als auch zum Stadtteil Merl geeignete Standorte finden.

5.3 Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird vorgeschlagen, den beiden zentralen Versorgungsbereichen Alt-Meckenheim und „Neuer Markt“ nach dem Leitbild einer räumlich-funktionalen Arbeitsteilung die **Funktion eines gemeinsamen Hauptzentrums** zuzuweisen. Damit werden die beiden Zentren nach den Zielvorgaben von § 24a LEPro NRW als einzige Standortbereiche dazu privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten und gesamtstädtischen Versorgungsfunktionen aufzunehmen.

Aufgrund der spezifischen städtebaulichen Situation sollte die **Hauptstraße** in Alt-Meckenheim – wie bereits bisher – Schwerpunktstandort für den kleinteiligen zentrenrelevanten Einzelhandelsbetriebe bleiben. Zusätzliche Einzelhandelsflächen sollten lediglich im Umfeld des Marktplatzes geschaffen werden. Der Standortbereich Bahnhofstraße sollte innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs als Schwerpunktstandort für die Nahversorgung vorgesehen werden, ein Ausbau zentrenrelevanter Verkaufsflächen dort nicht weiter erfolgen (siehe Kap 5.3.1).

Der „**Neue Markt**“ sollte als zweiter zentraler Versorgungsbereich im Stadtgebiet Meckenheim zusätzlich zum heutigen Bestand weitere großflächige zentrenrelevante Betriebe aufnehmen. Dazu sollte keine räumliche Ausweitung der Geschäftsbereiche erfolgen, sondern durch gezielte Maßnahmen zur baulichen Weiterentwicklung im Bestand neue Standortpotenziale erschlossen werden (z. B. in den Bereichen Parkpalette und an der Thomas-Dehler-Straße, siehe Kap. 5.3.2).

Werden die beiden zentralen Versorgungsbereiche als gemeinsames Hauptzentrum bestimmt, bedeutet dies, dass zentrenrelevante Planvorhaben innerhalb der beiden Zentren hinsichtlich ihrer Dimensionierung dann mit den Zielen der Landesplanung übereinstimmen, wenn weder in einzelnen Sortimentsbereichen noch insgesamt Umsatzleistungen erreicht werden, die höher als die im Stadtgebiet Meckenheim vorhandene Kaufkraft sind.

Um die Größenordnung von damit aus Sicht der Landesplanung verträglicher Planungen zu verdeutlichen, sind in der nachfolgenden tabellarischen Übersicht für wichtige zentrenrelevante Leitbranchen die jeweils möglichen Verkaufsflächenobergrenzen aufgeführt (siehe Tabelle 12).

Tabelle 12: Mögliche Verkaufsflächengrößen zentrenrelevanter Planvorhaben bei Ausschöpfung landesplanerisch verträglicher Umsatzleistungen

| | Sortimentspezifische Kaufkraft | hohe Flächenleistung | niedrige Flächenleistung |
|--|--------------------------------|----------------------|--------------------------|
| Warengruppe | in Mio. EUR | in qm | in qm |
| Bekleidung/Wäsche (1.500 bzw. 3.500 EUR/qm) | 14,6 | 4.100 | 9.700 |
| Schuhe/Lederwaren (1.500 bzw. 3.500 EUR/qm) | 3,3 | 950 | 2.200 |
| Spielwaren (1.500 bzw. 3.500 EUR/qm) | 3,8 | 1.100 | 2.500 |
| Sportartikel (1.500 bzw. 3.500 EUR/qm) | 2,6 | 750 | 1.700 |
| Elektronikwaren (4.000 bis 8.000 EUR/ qm) | 13,6 | 1.700 | 3.400 |

Quelle: BBE Marktforschung; eigene Berechnungen

Dargestellt werden jeweils zwei Berechnungsvarianten. Variante 1 mit niedriger Flächenleistung gibt die maximal möglichen Verkaufsflächen für den Fall wieder, dass discountorientierte Fachmarktnutzungen geplant werden. In Variante 2 werden Flächenleistungen unterstellt, die z. B. bei einer Realisierung der Verkaufsflächen innerhalb einer integrierten innerstädtischen Lage mit gehobenen Einzelhandelsnutzungen unterstellt werden müssten.

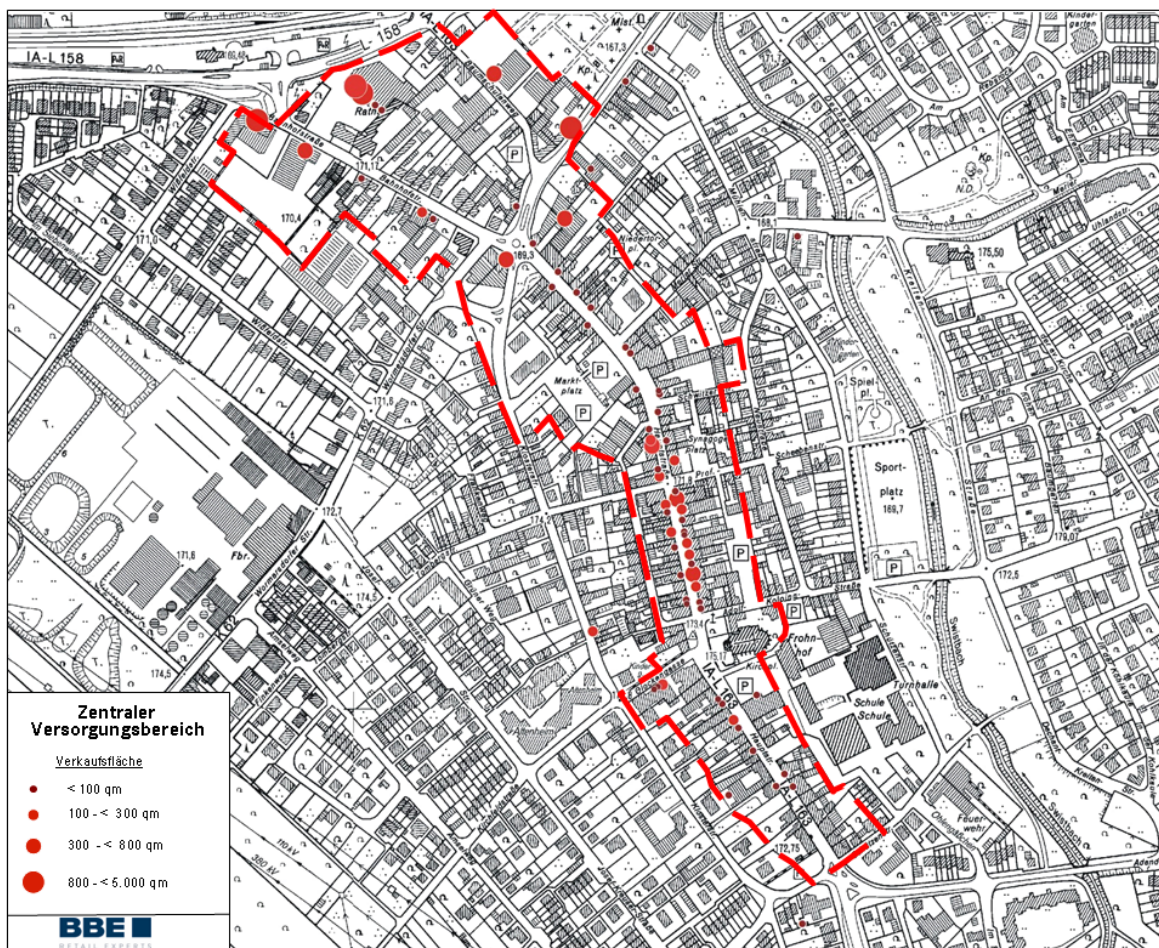
Die Rechenbeispiele zeigen, dass die mit LEPro 24a NRW definierten Ziele zur Größenbegrenzung möglicher Einzelhandelsplanungen Spielräume vorgeben, die keine Einschränkungen von unter den gegebenen wettbewerblichen Rahmenbedingungen möglichen Nutzungen erwarten lassen .

5.3.1 Empfehlungen zur Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereichs Alt-Meckenheim

Räumliche Festlegung des Zentralen Versorgungsbereichs Alt-Meckenheim

Die Gutachter schlagen zunächst vor, die von der Hauptstraße erschlossenen Grundstücke in den zentralen Versorgungsbereich einzubeziehen. Darüber hinaus werden Grundstücke entlang der Bahnhofstraße bis zur Einmündung der Wißfeldstraße sowie die zwischen Bahnhofstraße und Baumschulenweg gelegenen Areale mit einbezogen (siehe Abb. 22).

Abb. 22: Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs Alt-Meckenheim

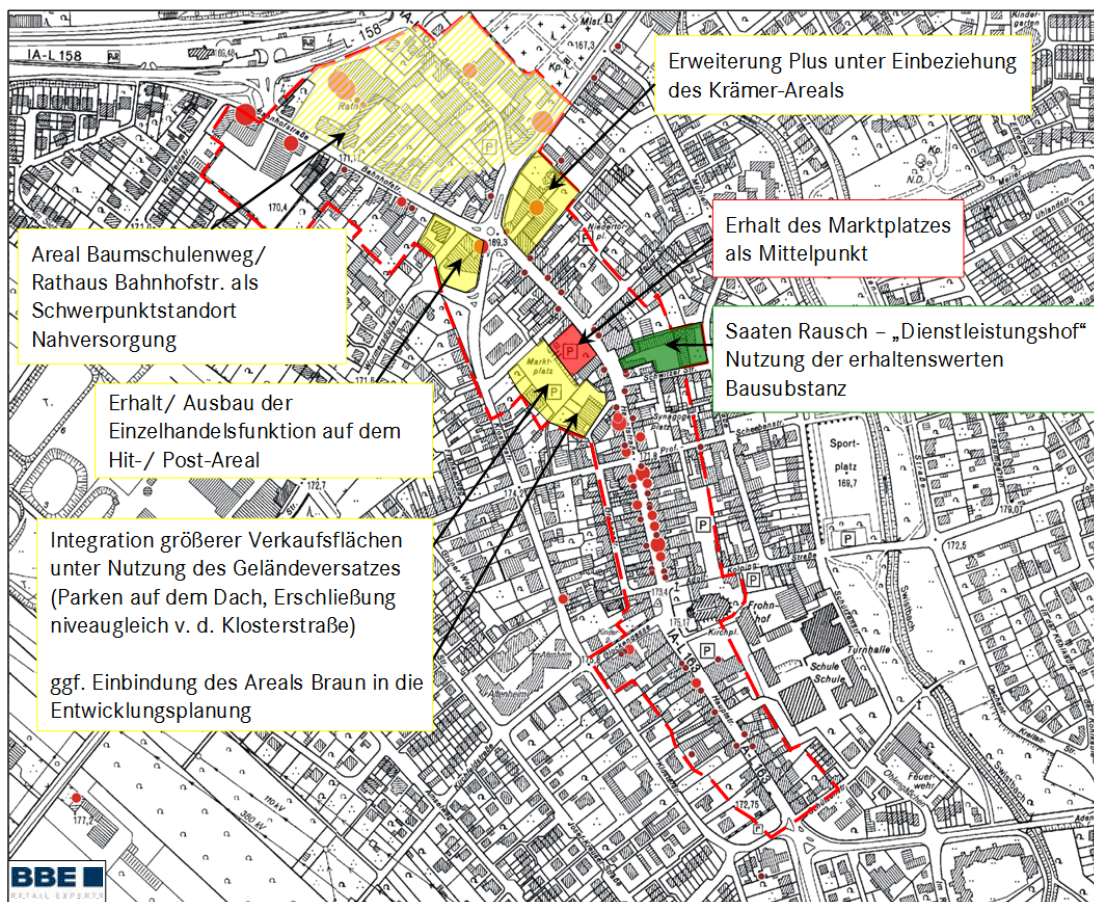


Quelle: Eigene Erhebungen, eigene Darstellung

Empfehlungen zur Strukturentwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt Alt-Meckenheim

Im Folgenden werden konkrete Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt von Alt-Meckenheim ausgesprochen. Eine zusammenfassende Übersicht findet sich dazu in der nachfolgenden Abb. 23.

Abb. 23: Empfehlungen zur Strukturentwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt Alt-Meckenheim im Raumbezug



Quelle: eigene Darstellung

Die Analyse der Nutzungsstrukturen in der Innenstadt von Alt-Meckenheim kam unter anderem zu dem Ergebnis, dass der Betriebsformenmix vom kleinteiligen Einzelhandel dominiert wird. Vor diesem Hintergrund wäre es wünschenswert, ergänzend zum Bestand Flächenpotenziale für zusätzliche Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt zu erschließen.

Marktplatz

Günstige Standortvoraussetzungen ergeben sich im Bereich zwischen Marktplatz (Foto) und Klosterstraße, der heute als öffentlicher Parkplatz genutzt wird. An der Westseite des Marktplatzes ist eine ausgeprägte Geländekante vorhanden. Unter Nutzung dieses Geländeversatzes könnten das Areal auf die Höhe des Marktplatzes abgegraben und ein Gebäudekörper mit Eingängen auf dem Platzniveau erreicht werden.



Auf dem Dach des Gebäudes könnte eine Parkieranlage mit der Kapazität des heute bestehenden Parkplatzes neu errichtet werden, so dass keine spürbaren Einbußen im Stellplatzangebot für die Innenstadtbesucher hinzunehmen wären.

Würde in diesem Bereich eine Entwicklung erfolgen, sollte von einer Überbauung des Marktplatzes abgesehen werden. Denn in der bandförmigen Struktur des Geschäftsbereichs sollte der Markt neben dem Kirchplatz als zweite multifunktional nutzbare Platzfläche in der Innenstadt erhalten bleiben.

Zusätzliche Flächenkapazitäten könnten an dieser Stelle geschaffen werden, wenn die hofseitigen Grundstücke von Landmaschinen Braun in die Planung eingebunden werden könnten. Hier finden sich dem Anschein nach heute nur noch mindergenutzte Gebäude und Grünflächen, so dass es für den Eigentümer von Interesse sein könnte, diese in eine Entwicklungsmaßnahme einzubringen.

Konkrete Aussagen zu den am Marktplatz geeigneten Einzelhandelsnutzungen können erst getroffen werden, wenn die an dieser Stelle realisierbaren Flächengrößen ermittelt worden sind. Wünschenswert wäre es in jedem Fall, den Schwerpunkt auf eine Entwicklung größerer Mieteinheiten zu legen, um hier größere Vertriebskonzepte mit Angeboten an Bekleidung, Schuhen, Sportartikeln und anderen zentrenrelevanten Warengruppen realisieren zu können, die den Vertriebsformen- und Branchenmix der Hauptstraße sinnvoll ergänzen könnten. Aus dem nahversorgungsrelevanten Bereich wäre auch ein zweiter Drogerieanbieter vorstellbar. In Abhängigkeit von den realisierbaren Flächengrößen wäre als Frequenzbringer für den Hauptgeschäftsbereich auch ein Lebensmittel-Supermarkt vorstellbar, der allerdings auch an dieser integrierten Lage mindestens 1.300 qm Verkaufsfläche aufweisen sollte. Ob ein kundenfrequenzstarker Vollsortimenter am Marktplatz sinnvoll ist, hängt auch davon ab, ob ausreichende Stellplatzkapazitäten am Standort bereit gestellt werden können.

Areal Saaten Rausch

Für den zur Zeit weitgehend ungenutzte Gebäudekomplex (ehemals Saaten Rausch) soll in einem Zwangsversteigerungsverfahren ein neuer Besitzer gefunden werden. Für das Objekt (Foto) wurden bereits von verschiedenen Seiten Nutzungskonzepte entwickelt, die alle eine Mischung von Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen und Wohnen vorsehen.



Das Gebäude ist an dieser Stelle ortsbildprägend und ein Symbol für die Geschichte der Stadt Meckenheim als Agrarstadt. Wünschenswert wäre es deshalb, die Baussubstanz zu erhalten. Mit einer Öffnung des Innenhofs würde ein neuer attraktiver Stadtraum mit insbesondere für gastronomische Betriebe interessanten Standortbedingungen geschaffen.

Nördliche Hauptstraße

Beidseits des Kreisverkehrs im Übergangsbereich zwischen Hauptstraße und Bahnhofstraße befinden sich exponiert gelegene Grundstücke mit guter Standorteignung für den Einzelhandel, die langfristig für diese Funktion gesichert werden sollten.



Der an der Westseite ansässige Hit Getränkemarkt stellt an dieser Stelle keine Optimallösung dar. Falls der Eigentümer Planungen zur Umnutzung des Grundstück entwickelt, sollte Einzelhandel als Leitnutzung für die Erdgeschosse vorgesehen werden.

Auf dem gegenüberliegenden Eckgrundstück befindet sich u. a. ein Plus Discountmarkt, der als Frequenzbringer an dieser Stelle eine wichtige Funktion hat. Problematisch ist allerdings die Erreichbarkeitssituation des Marktes. Denn durch die Einbahnstraßenregelung auf der Hauptstraße ist das Grundstück vom Kreisverkehr aus nicht direkt anfahrbar. Es wird deshalb angeregt, die Hauptstraße auf dem kurzen Stück bis zur Einfahrt des Plus-Kundenparkplatzes für den Zweirichtungsverkehr zu öffnen.

Wünschenswert wäre es auch, den Standort des Lebensmittelmarktes, der nach heute üblichen Maßstäben mit rd. 550 qm über eine vergleichsweise gering dimensionierte Verkaufsfläche verfügt, durch eine Flächenvergrößerung aufzuwerten. Dies könnte bei einer gleichzeitigen Überplanung des Krämer-Areals (Foto) möglich werden.



Neben einem vergrößerten Discountmarkt wären auf diesem Grundstück ausreichende Flächenkapazitäten vorhanden, eine attraktive Verkaufsstelle für den Krämer Obst- und Gemüseverkauf zu errichten und zusätzlich die Erschließungssituation in diesem Bereich neu zu regeln,

Rathausquartier

Die nördliche Bahnhofstraße hat heute durch die hier ansässigen Betriebe Aldi und Kaiser´s eine wichtige Funktion als Nahversorgungsstandort. Hinzu kommt der Discounter Penny am Baumschulenweg, der das Lebensmittelangebot ergänzt.

Die Stadt Meckenheim denkt darüber nach, das Gesamtareal zwischen Bahnhofstraße und Baumschulenweg (Luftbild) im Rahmen eines städtebaulichen Ideewettbewerbs überplanen zu lassen.



(Quelle des Luftbilds: Google Earth)

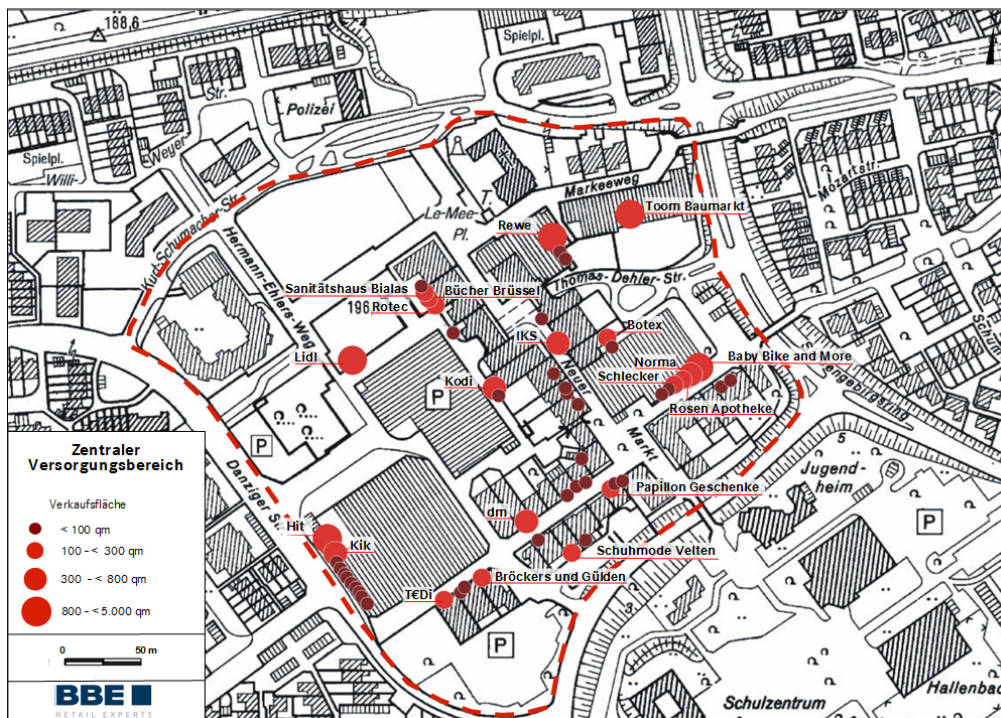
Im Zuge dieser Planung sollte mittels geeigneter Bebauungspläne sicher gestellt werden, dass der nördliche Teil des Zentralen Versorgungsbereichs auf seine heutige Funktion als Nahversorgungsstandort beschränkt bleibt. Verkaufsflächen für Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten nicht wesentlich über den heutigen Bestand hinaus entwickelt werden, um für die Hauptgeschäftslage Hauptstraße unverträgliche Standortkonkurrenzen zu vermeiden.

5.3.2 Empfehlungen zur Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereichs „Neuer Markt“

Räumliche Festlegung des Zentralen Versorgungsbereichs „Neuer Markt“

Die räumliche Ausdehnung des Zentralen Versorgungsbereichs „Neuer Markt“ wird von den ausgeprägten städtebaulichen Zäsuren der das Zentrum tangential umlaufenden Erschließungsstraßen bestimmt. Eine Ausdehnung des Geschäftsbereichs über die mit der Anlage der „Neuen Stadt Meckenheim“ geplanten Grenzen hinaus ist aus Sicht der Gutachter deshalb nicht angezeigt. Die vorgeschlagene Abgrenzung illustriert die nachfolgende Darstellung (siehe Abb. 24):

Abb. 24: Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs „Neuer Markt“



Quelle: Eigene Erhebungen, eigene Darstellung

Empfehlungen zur Strukturentwicklung des Einzelhandels im Zentralen Versorgungsbereich „Neuer Markt“

Bisherigen Ausführungen zur Einzelhandelsentwicklung in Alt-Meckenheim zeigen auf, dass die heute in Meckenheim im Bereich der zentrenrelevanten Warengruppen bestehenden Angebotsdefizite nicht ausschließlich durch bauliche Entwicklungen innerhalb der historischen Ortsmitte abgemildert werden können. Deshalb ist zu prüfen, ob im baulichen Zusammenhang der Geschäftslagen am „Neuen Markt“ Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der Einzelhandelsfunktionen vorhanden sind.

Angebotsseitig sind folgende Entwicklungsempfehlungen auszusprechen:

Erhalt der Nahversorgungsfunktion

Mit den beiden Vollsortimentsbetrieben Hit und Rewe, den beiden Discountmärkten Lidl und Norma, den beiden Drogeriemärkten dm und Schlecker sowie mehreren attraktiven Ladenhandwerksbetrieben übernimmt der „Neue Markt“ wichtige Funktionen für die Versorgung der Meckenheimer Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs. Bei zukünftigen städtebaulichen Entwicklungsmaßnahmen sollte darauf geachtet werden, die Standortbedingungen insbesondere für kundenfrequenzstarke Lebensmittelbetriebe weiter zu verbessern.

Abbau von Angebotsdefiziten

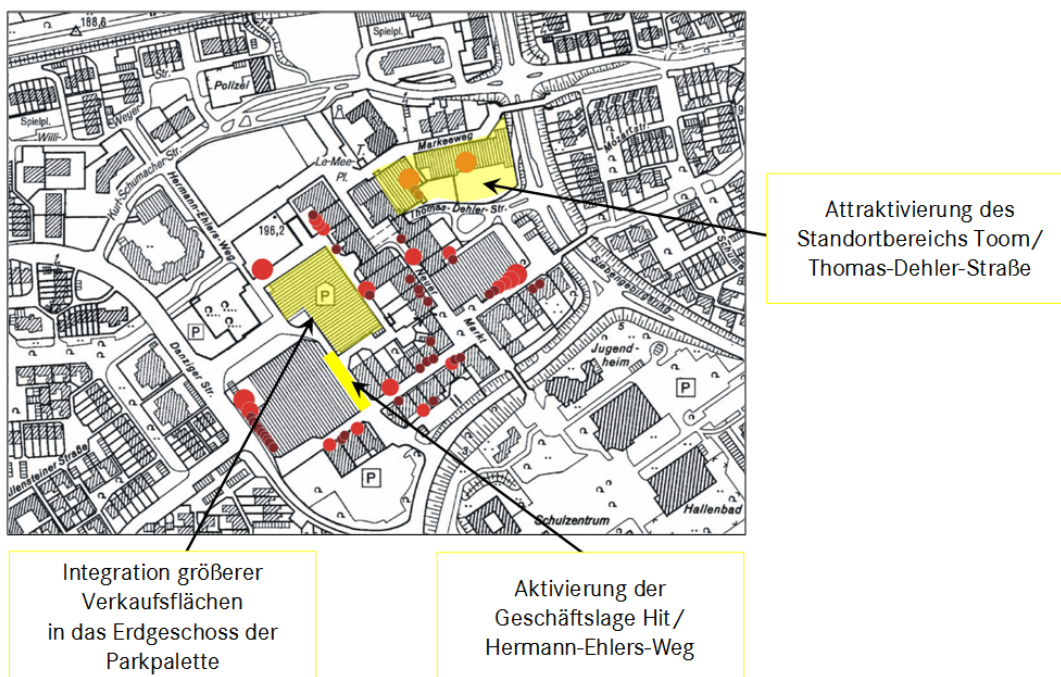
Eine Erweiterung des Bekleidungsangebots ist anzustreben. Die heute ansässigen Bekleidungsanbieter verfügen zusammen über lediglich 900 qm Verkaufsfläche; davon werden über 400 qm von Betrieben aus dem Discountsegment vorgehalten. Vor diesem Hintergrund ist es dringend erforderlich, die Angebotskompetenz in diesem wichtigen innerstädtischen Leitsortiment auszubauen. Als Ergänzung wünschenswert wäre beispielsweise ein bisher nicht am Standort vertretener Bekleidungsfilialist. Die Ansiedlung eines namhaften und im Marktauftritt attraktiven Anbieters würde einen zusätzlichen Frequenzbringer in das Zentrum bringen, wovon auch die bereits ansässigen Bekleidungsgeschäfte profitieren könnten.

Ebenfalls anzustreben ist eine Erweiterung des Angebotes in den Warengruppen Schuhe und Sportartikel, beispielsweise in Form spezialisierter Fachmarktkonzepte.

Elektrohaushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik werden bereits von kompetenten Fachgeschäften angeboten. Um diese Angebotskompetenz zu stabilisieren und weiter auszubauen, könnte zukünftig aber eine Erweiterung der Verkaufsfläche sinnvoll werden.

Innerhalb der vorhandenen Gebäudesubstanz sind die Möglichkeiten für eine Integration zusätzlicher Verkaufsflächen sehr begrenzt. Vor diesem Hintergrund wäre es wünschenswert, ergänzend zum Bestand zusätzliche Flächenpotenziale für größere Einzelhandelsbetriebe im räumlichen Zusammenhang der bestehenden Geschäftslagen zu erschließen. Entsprechende Empfehlungen werden im Folgenden ausgesprochen (siehe Abb. 25).

Abb. 25: Empfehlungen zur Strukturentwicklung des Einzelhandels im Zentralen Versorgungsbereich „Neuer Markt“



Quelle: eigene Erhebungen, eigene Darstellung

Integration größerer Verkaufsflächen in das Erdgeschoss der Parkpalette

Der Standort der Parkpalette (Foto) stellt die einzige größere Entwicklungsfläche im zentralen Versorgungsbereich dar. Überlegungen der Stadt Meckenheim, die Parkieranlage durch einen Neubau zu ersetzen, der das Erdgeschoss für den Einzelhandel erschließt und das Parken auf ein aufgesetztes Parkdeck im Obergeschoss verlagert, sollten deshalb aus Sicht der Gutachter weiter verfolgt werden.



Ingesamt könnte eine Gesamtnutzfläche im Erdgeschoss von rd. 3.500 m² geschaffen werden, so dass sich eine zusätzliche Verkaufsfläche in einer Größenordnung von 2.500 bis 2.800 qm ergeben würde.

Mit Blick auf die heute vorhandenen Betriebsgrößenstrukturen sollten die neu geschaffenen Flächen nicht mit kleinteiligen Nutzungen, sondern mit größeren Ladeneinheiten ab 500 qm Verkaufsfläche belegt werden.

Aktivierung der Geschäftslage Hit/ Hermann-Ehlers-Weg

Gelingt es, zusätzliche Einzelhandelsflächen am Standort der Parkpalette zu realisieren, sollte die Anbindung an die bestehende Geschäftslage verbessert werden, um die sich durch den neuen Angebotsstandort ergebenden Synergieeffekte für den umliegenden Einzelhandel bestmöglich zu nutzen.



Vorstellbar ist es, in den Gebäudekomplex des Hit Verbrauchermarktes außenseitige Ladenflächen zu integrieren und den Fußgängerbereich in Richtung der heutigen Parkpalette zu verlängern. Eine zusätzliche Aufwertung würde der Standortbereich erfahren, wenn auch entlang des Kreissparkassen-Gebäudes zusätzliche Läden errichtet werden könnten (Foto).

Attraktivierung des Standortbereichs Toom/ Thomas-Dehler-Straße

Der an der Thomas-Dehler-Straße ansässige Toom Baumarkt befindet sich an diesem Standort in einer ungünstigen Standortsituation. Denn mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.500 qm weist die Verkaufsfläche des Betriebes eine nach den heute für diese Betriebsform üblichen Maßstäben viel zu kleine Verkaufsfläche auf.



Vor diesem Hintergrund ist zu erwarten, dass der Betreiber des Baumarktes der Möglichkeit zu einer Verlagerung an einen anderen, wettbewerbsfähigen Standort innerhalb des Meckenheimer Stadtgebiets aufgeschlossen gegenübersteht. Infrage kommt insbesondere der mit diesem Standortkonzept vorgeschlagene Ergänzungsstandort an der L 261 (siehe Kap 5.5).

Sollte der Baumarkt den Standort verlassen, wäre zu prüfen, ob in das Gebäude ein Lebensmittelmarkt integriert werden kann. Denkbar wäre dabei eine kleinräumige Verlagerung des Rewe Supermarktes, der hier ein Angebotskonzept mit rd. 1.500 qm Verkaufsfläche realisieren könnte. Vorteile würden dem Betrieb so nicht nur aufgrund der Möglichkeit entstehen, einen moderneren Verkaufsraum auf vergrößerter Fläche zu errichten. Zusätzlich würde der Standort dadurch gestärkt, dass ein eigener Kundenparkplatz in optimaler räumlicher Zuordnung zum Eingangsbereich vorhanden wäre.

Schließlich würde die kleinräumige Verlagerung des Rewe Supermarktes auch noch den Vorteil erbringen, dass zusätzliche Flächenpotenziale für den zentrenrelevanten Einzelhandel in der Fußgängerzone verfügbar würden.

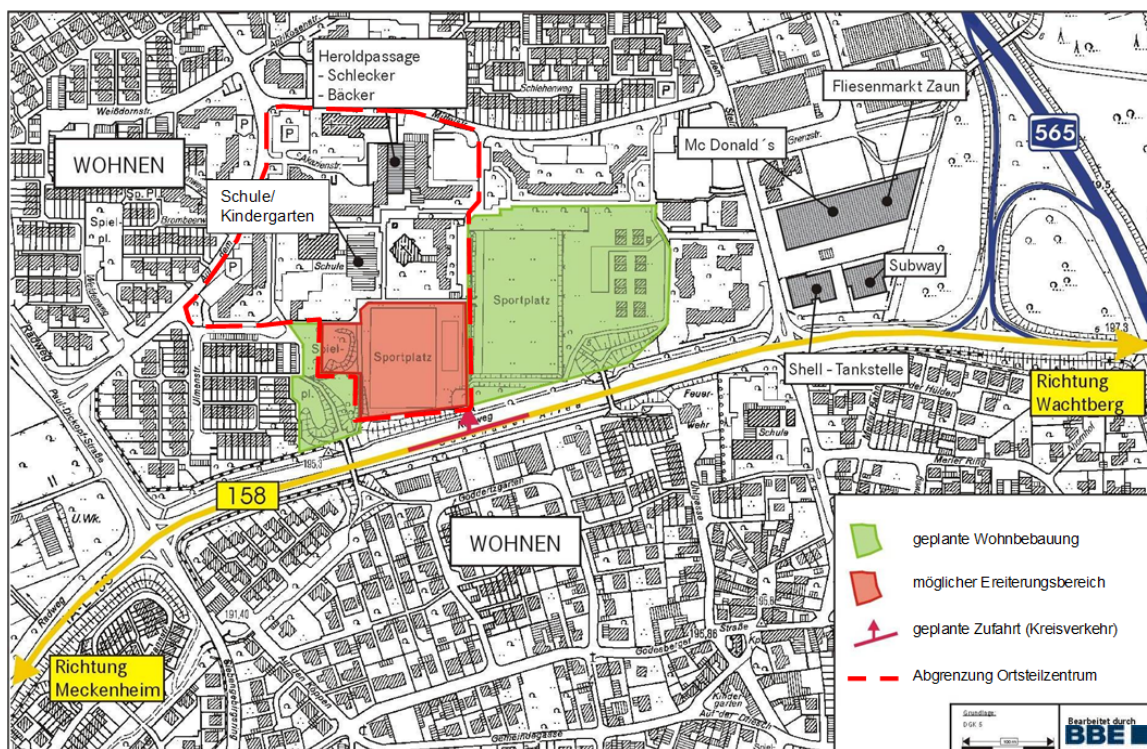
5.4 Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung

Die Analyse der Nahversorgungssituation auf Stadtteilebene kam unter anderem zu dem Ergebnis, dass im Stadtteil Merl deutliche Angebotsdefizite vorhanden sind. Hinzu kommt, dass der heute noch am Dorfplatz ansässige Lebensmittel-SB-Markt geschlossen werden soll. Die Folge wird sein, dass in Merl nur noch eine rudimentäre Grundversorgung gegeben sein wird.

Vor diesem Hintergrund wird mit diesem Konzept vorgeschlagen, den Standort Heroldspassage/Tennenplatz in Neu-Merl als **Ortsteilzentrum für die wohnungnahe Versorgung im Stadtteil Merl** in das Standortkonzept aufzunehmen.

Damit wird dieser Standort als ein Nahversorgungszentrum bestimmt, das unter Berücksichtigung der Vorgaben von § 24a LEPro NRW auch für die Aufnahme großflächiger Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten geeignet ist. Voraussetzung ist dabei, dass die erwartete Umsatzleistung geplanter Betriebe die Kaufkraft im funktional zugewiesenen Verflechtungsbereich nicht übersteigt.

Abb. 26: Lagebeziehungen des geplanten Ortsteilzentrums „Merl-Steinbüchel“



Quelle: eigene Darstellung

Im Stadtteil Merl leben zur Zeit etwa 5.200 Einwohner. In absehbarer Zeit wird die Einwohnerzahl im Stadtteil noch deutlich zunehmen, da im Bereich des geplanten Ortsteilzentrums (siehe Abb. 25) und auf anderen heute noch unbebauten Arealen („Merler Keil“, ehemaliges DRK-Gelände) bis zu 400 neue Wohneinheiten geplant sind. Perspektivisch ist somit mit einem Bevölkerungspotenzial im Stadtteil Merl von rd. 6.000 Einwohnern zu rechnen.

Ausgehend vom heutigen Bevölkerungsstand von 5.200 Einwohnern, errechnet sich für den Stadtteil Merl ein Kaufkraftpotenzial in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren in einer Größenordnung von rd.12,9 Mio. EUR. Dem steht aktuell insgesamt ein Einzelhandelsumsatz von rd. 2,8 Mio. EUR gegenüber, so dass sich per Saldo heute Kaufkraftabflüsse in einer Größenordnung von über 10 Mio. EUR ergeben.

Vor diesem Hintergrund wird ein Ausbau der Nahversorgungsangebote in Merl von den Gutachtern ausdrücklich empfohlen. Bereits länger verfolgte Planungen der Stadt Meckenheim aufgreifend, wurde der Standort Heroldspassage/ Tennenplatz auf seine Eignung als Standort für die ergänzende Nahversorgung untersucht. Die Prüfung der städtebaulichen Rahmenbedingungen erbrachte folgende Ergebnisse:

- Der von der Stadt Meckenheim vorgesehene Standort Tennenplatz nimmt eine integrierte Lage innerhalb der Wohngebiete von Neu-Merl/ Steinbüchel ein. Bereits vorhandene Fußgängerbrücken über die Gudenauer Allee erlaubt es der Wohnbevölkerung aus den südlich gelegenen Wohngebieten, den Standort auch zu Fuß oder mit dem Rad zu erreichen.
- Der Standort befindet sich in einem Bereich, in dem bereits heute die wichtigsten öffentlichen Infrastruktureinrichtungen konzentriert sind (z. B. Kindergarten, Gemeinschaftsgrundschule, kirchliche Einrichtungen).
- Nördlich des Standorts befindet sich mit der Heroldspassage bereits ein Nahversorgungsbe- reich, der allerdings dringend der Vitalisierung bedarf. Bei einer Überplanung des Tennenplatzes ergeben sich auch neue Nutzungspotenziale für die bestehenden Ladenlokale, die heute über- wiegend leer stehen.

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten weist der Bereich Heroldspassage/ Tennenplatz in Neu-Merl somit günstige Rahmenbedingungen für einen ergänzenden Nahversorgungsstandort auf.

Hinsichtlich der Größenordnung wurde im Rahmen der gutachterlichen Arbeit ein Nutzungskonzept geprüft, das die Ansiedlung eines Supermarktes mit max. 1.500 qm im räumlichen Verbund mit einem Discountmarkt (max. 1.000 qm Verkaufsfläche) vorsieht.

Die Analyse kam zu folgenden Ergebnissen:

- Ein Verbundstandort von Supermarkt und Discountmarkt würde in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten eine Umsatzleistung von rd. 11 Mio. EUR erreichen können. Damit würde der erwartete Umsatz unterhalb der im Stadtteil gegebenen Kaufkraftpotenzialbasis von 12,9 Mio. EUR verbleiben.
- Städtebauliche Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche Alt-Meckenheim und „Neuer Markt“ wären auszuschließen, da für keinen der in den Zentren ansässigen Wettbewerber existenzbedrohende Umsatzverluste prognostiziert werden.
- Auswirkungen auf die Zentren und die wohnungsnahe Versorgungsbereich in Nachbarkommunen wären ebenfalls auszuschließen.

Vor diesem Hintergrund wäre die Realisierung eines leistungsfähigen Nahversorgungszentrums mit Supermarkt und Discountmarkt vertretbar. Gleichwohl belegen die Ergebnisse der Auswirkungsanalyse aber auch, dass eine Verkaufsfläche von 2.500 qm die Obergrenze einer städtebaulich vertretbaren Standortentwicklung darstellen.

Vor diesem Hintergrund wird der Stadt Meckenheim empfohlen, im Realisierungsfall die Ausweisung eines Sondergebietes im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO vorzunehmen. Dies eröffnet die Möglichkeit, genaue Festlegungen zur zulässigen Gesamtverkaufsfläche zu treffen und zusätzlich auch langfristig sicher zu stellen, dass sich am Standort ausschließlich Nutzung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten niederlassen können.

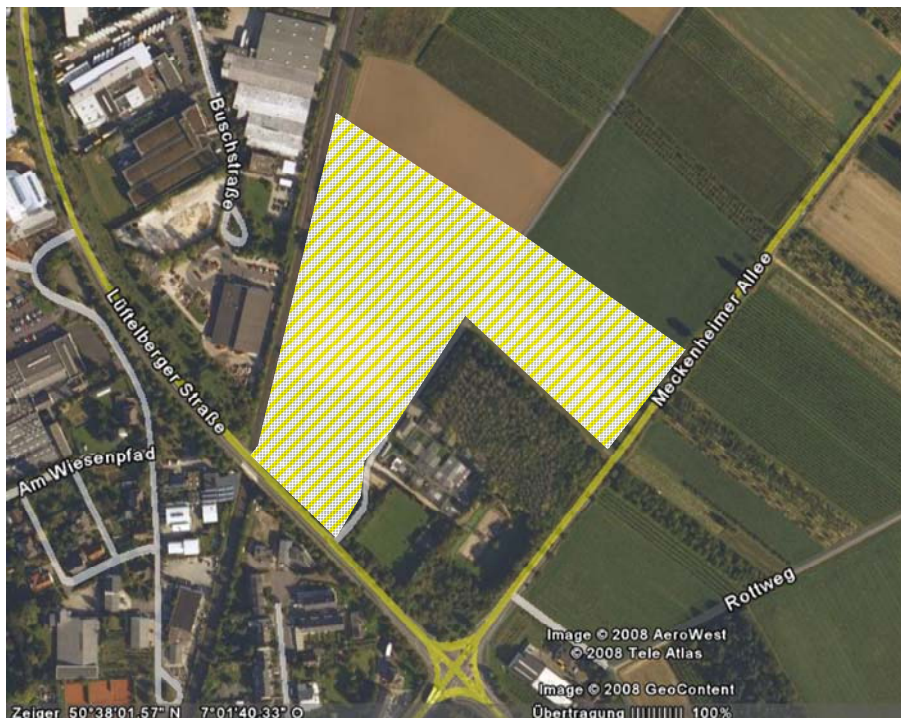
Unter Beachtung der Nahversorgungsstrukturen in den übrigen Stadtteilen wird empfohlen, außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche Alt-Meckenheim und „Neuer Markt“ und dem geplanten Ortsteilzentrum Merl keine weiteren Nahversorgungsbetriebe zuzulassen. Ausnahmen bilden selbstverständlich kleinere Läden, die überwiegend der Versorgung einzelner Wohngebiete dienen und deshalb auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 BauNVO zulässig sind. Darüber hinaus sollten auch Ab-Hof-Verkaufsstellen weiterhin zugelassen werden, die in Meckenheim eine wichtige Ergänzungsfunktion für die wohnungsnahe Versorgung übernehmen.

5.5 Empfehlungen zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels

Die Stadt Meckenheim verfügt heute nur über einen vergleichsweise geringen Besatz an großflächigen Fachmärkten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Hinzu kommt, dass der am „Neuen Markt“ ansässige Toom Baumarkt über eine vergleichsweise geringe Verkaufsfläche verfügt und eine Verlagerung des Betriebs deshalb perspektivisch nicht auszuschließen sind.

Vor diesem Hintergrund wird der Stadt Meckenheim empfohlen, für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten einen geeigneten Schwerpunktstandort zu definieren, auf den zukünftige Ansiedlungersuche gelenkt werden können.

Abb. 27: Potenzialflächen für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel



Quelle: Google Earth; eigene Darstellung

Die vorstehende Abb. 27 illustriert, in welchem Bereich aus Sicht der Gutachter Ansiedlungen von zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandelsbetrieben ermöglicht werden könnten. Der graphisch markierte Bereich markiert dabei lediglich den „Suchraum“ und soll keineswegs die Grenzen eines möglichen Sondergebiets vorwegnehmen.

Das markierte Areal befindet sich innerhalb des im Regionalplan dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB)“, so dass hier die Planung eines Sondergebiets für den großflächigen Einzelhandel mit den landesplanerischen Zielen zur siedlungsstrukturellen Integration entsprechen würde. Die Erschließung könnte über die Lüftelberger Straße erfolgen.

Das Areal weist eine städtebaulich günstige Lage sowohl zu Alt-Meckenheim als auch zum Stadtteil Merl auf und verfügt aufgrund seiner Anbindung an die Landesstraßen L 158 und L 261 eine hohe Verkehrszentralität auf und könnte somit betreibergerechte Standort für zentrenverträgliche Einzelhandelsnutzungen aufnehmen.

Als Nutzungen kommen beispielsweise infrage:

- Baumarkt mit 6.000 bis 10.000 m² Verkaufsfläche (z. B. Verlagerung und Neupositionierung des bereits ansässigen Toom Baumarktes)
- Fachmarktnutzungen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, z.B.
 - Betten-/ Matratzen-Fachmarkt
 - Warengruppenspezialisten aus dem Bereich Möbel/ Einrichtungsbedarf
 - Fachmarkt für Heimtierbedarf
 - Fachmarkt für Bodenbeläge
 - Autozubehör-Fachmarkt

Im Falle konkreter Ansiedlungersuche sollte die Stadt Meckenheim mittels geeigneter Bebauungspläne sicher stellen, dass ausschließlich Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und begrenzten Randsortimenten (max. 10 % der Verkaufsfläche) realisiert werden können (siehe Kap. 5.6.4).

5.6 Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Die Umsetzung der vorgeschlagenen Zentrenkonzeption erfordert einen maßvollen Einsatz planungsrechtlicher Steuerungsinstrumente. Denn nur so wird es gelingen, die aus unternehmerischer Sicht am Standort Meckenheim zusätzlich wettbewerbsfähigen Einzelhandelsnutzungen auf diejenigen Standorte zu lenken, die sich städtebaulich bestmöglich in das Siedlungsgefüge einordnen.

Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden grundlegende Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen.

5.6.1 Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei **zentrenrelevanten Sortimenten** sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese weitgehend zentralen Versorgungsbereiche „Hauptstraße/ Bahnhofstraße“ sowie „Neuer Markt“ einzubinden. Die daraus resultierende Kundenfrequenz soll der Belebung der Hauptgeschäftslagen dienen und diese weiter stärken.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in der Innenstadt führen kann.

Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einer Innenstadt vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einer Innenstadt angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Innenstadt anzusehen sind.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente anzusehen sind:

- eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten
- eine hohe Beratungsintensität
- eine hohe Flächenproduktivität
- eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind)

Dagegen sind alle diejenigen Sortimente als **nicht-zentrenrelevant** anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen.

Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z.B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.

Gewissermaßen eine Untergruppe der zentrenrelevanten Sortimente stellen die **nahversorgungsrelevanten Sortimente** dar. Es handelt sich dabei vor allem um Angebote des kurzfristigen Grundbedarfs, die von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt werden.

Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Eine Beschränkung solcher Angebote ausschließlich auf die die größeren Zentren würde die verbrauchernahe Versorgung mit Waren des Grundbedarfs einschränken. Insofern können bei Beachtung der spezifischen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen nahversorgungsrelevante Sortimente auch an Standorten zugelassen werden, die zwar außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen liegen, aber einen deutlichen Wohngebietsbezug aufweisen.

Gleichwohl weisen nahversorgungsrelevante Warenangebote auch eine wichtige Bedeutung für Versorgungszentren auf. Insbesondere in den Zentren von Klein- und Mittelstädten können kundenfrequenzstarke Lebensmittelbetriebe die wichtige Funktion von Frequenzbringern übernehmen. Auch in Meckenheim ist dies der Fall. So ist etwa der Hit Verbrauchermarkt als ein wesentlicher Magnetbetrieb am „Neuen Markt“ zu betrachten. Ebenso sind im zentralen Versorgungsbereich von Alt-Meckenheim an der Bahnhofstraße mehrere Lebensmittelbetriebe vertreten. Insofern weisen nahversorgungsrelevante Waren für die Stadt Meckenheim auch eine hohe Zentrenrelevanz auf.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden.

Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen zum Schutz des Innenstadtbereiches bestimmte Warensortimente an nicht-integrierten Standorten

ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Vor diesem Hintergrund verzichtet der Landesgesetzgeber darauf, mit § 24a LEPro konkrete Vorgaben zu zentrenrelevanten Sortimenten zu machen. Stattdessen werden die Kommunen mit § 24a Abs. 2 LEPro aufgefordert, die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente festzulegen.

Unter Beachtung der landesplanerischen Ziele und der spezifischen Standortbedingungen ergibt sich in der Stadt Meckenheim folgende Sortimentszuordnung:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Drogeriewaren sind als Angebote des Grundbedarfs den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu zurechnen. Grundsätzlich ist auch das Sortiment "Getränke" zunächst als nahversorgungsrelevant einzustufen.

Im Falle der Vertriebsform des Getränkefachmarktes ist jedoch eine differenzierte Betrachtung sinnvoll. Denn diese Betriebe bieten überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen an. Dies bedeutet, dass die Märkte fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden und deshalb Standorte mit guter Anfahrbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten verfügen müssen. Darüber hinaus ergibt sich aus der Großvolumigkeit der Waren ein großer Flächenbedarf.

Vor diesem Hintergrund ist die Integration von Getränkefachmärkten in Zentrale Versorgungsbereiche oder Wohngebietslagen nicht grundsätzlich zu fordern und die Ansiedlung z.B. in einer Gewerbegebietslage im Einzelfall durchaus angemessen.

Tiernahrung/ Zooartikel

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe "Zoologischer Bedarf und lebende Tiere" werden gegenwärtig in Meckenheim vorwiegend im Randsortiment von Lebensmittelbetrieben geführt. Darüber hinaus ist nur ein spezialisiertes Fachgeschäft in Alt-Meckenheim ansässig. Da diese Sortimente somit für die Funktionsfähigkeit der Zentren nur eine geringe Bedeutung haben, werden diese als **nicht-zentrenrelevant** eingestuft.

Kosmetische Erzeugnisse, Parfümerie

Parfümerie- und Kosmetikartikel werden vom qualifizierten Facheinzelhandel sowie im Randsortiment von Drogeriefachmärkten und des Lebensmitteleinzelhandels angeboten. Da der qualifizierte Parfümerie-Einzelhandel in Meckenheim ausschließlich in der „Neuen Mitte“ und in der Hauptstraße in Alt-Meckenheim präsent ist, werden diese Sortimente den **zentrenrelevanten Sortimenten** zugeordnet.

Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel

Bei diesen Sortimenten wird eine Aufteilung in nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente empfohlen. Pharmazeutische Artikel gehören neben den Nahrungs- und Genussmitteln sowie den Drogeriewaren zum Grundbedarf und sind vor diesem Hintergrund als nahversorgungsrelevante Sortimente einzustufen.

Medizinisch-orthopädische Artikel werden hingegen von Verbrauchern seltener nachgefragt, weshalb die hierauf spezialisierten Fachgeschäfte einen Einzugsbereich benötigen, der in der Regel über den Nahbereich hinausgeht. Medizinisch-orthopädische Artikel sind deshalb als **zentrenrelevant** anzusehen.

Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Zeitschriften/ Bücher

Die Sortimente Papier-, Büro-, Schreibwaren/Zeitschriften/Bücher erfüllen die oben aufgeführten Kriterien der Zentrenrelevanz und werden in Meckenheim vor allem von Betrieben in den zentralen Versorgungsbereichen angeboten. Zeitschriften gehören zum Standardangebot von Kiosken, Tankstellen und Vollsortiment-Lebensmittelbetrieben.

Die Warengruppe ist mit allen ihren Teilsortimenten als **zentrenrelevant** zu bewerten.

Fahrräder und Fahrradzubehör

Im Marktsegment Fahrrad und Fahrradzubehör ist in Deutschland eine zunehmende Polarisierung zu verzeichnen. Ähnlich wie in anderen Sortimenten, etablieren sich zunehmend großflächige Fachmärkte, die gemeinsam mit den Fachabteilungen der Baumärkte und SB-Warenhäuser den niedrig- bis mittelpreisigen Bereich abdecken. Der Facheinzelhandel spezialisiert sich verstärkt auf höherpreisige Waren und versucht, sich durch eine intensive fachliche Kundenberatung und den Service nach dem Kauf vom discountorientierten Wettbewerb der Fachmärkte abzusetzen.

In Meckenheim befanden sich zum Erhebungszeitpunkt qualifizierte Fahrradanbieter sowohl innerhalb (Bertram, Alt-Meckenheim) als auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche (Rad + Sport, Am Steinbüchel). Konkrete Entwicklungsabsichten des erstgenannten Betriebs, in ein vorübergehend leerstehendes Ladenlokal an der Hauptstraße in Alt-Meckenheim zu verlagern, deuten darauf hin, dass Fahrräder in Meckenheim durchaus auch in zentraler Innenstadt-Lage betriebswirtschaftlich rentabel angeboten werden können. Vor diesem Hintergrund empfehlen die Gutachter, Fahrräder den **zentrenrelevanten** Sortimenten zuzuordnen.

Sportartikel

Sportbekleidung, Sportschuhe und die meisten Sportartikel sind wie die vorab betrachteten Warengruppen als innerstädtische Leitsortimente zu bewerten und deshalb in Meckenheim **zentrenrelevant**. Für einzelne Sortimente innerhalb der Warengruppe ist jedoch eine differenzierte Betrachtung erforderlich:

- **Sport- und Freizeitboote:** Anbieter von Sport- und Freizeitbooten sind hinsichtlich ihrer Standortanforderungen dem Kfz-Handel gleichzusetzen und deshalb als **nicht-zentrenrelevant** zu bewerten.
- **Campingartikel:** Aufgrund des hohen Flächenbedarfs der Ausstellungsflächen - insbesondere für Zelte und Zeltzubehör - werden diese Waren nur noch in Ausnahmefällen vom innerstädtischen Einzelhandel geführt. Campingartikel werden deshalb als **nicht-zentrenrelevant** betrachtet.

Bau- und Heimwerkerbedarf Wohnmöbel

Der in Meckenheim ansässige Toom Baumarkt befindet sich an einem Standort, der nach diesem Konzept dem zentralen Versorgungsbereich „Neuer Markt“ zuzuordnen ist. Ansonsten ist die Warengruppe Bau- und Heimwerkerbedarf wie auch die Warengruppe Wohnmöbel in den zentralen Versorgungsbereichen von Meckenheim wie in fast allen anderen Kommunen nur in geringem Umfang vertreten. Zu nennen ist beispielsweise noch der Betrieb Landmaschinen Braun an der Hauptstraße, der unter anderem auch Heimwerkerbedarf anbietet.

Aus der Präsenz des Toom Baumarktes in Randlage zum Zentrum „Neuer Markt“ und von Landmaschinen Braun in Alt-Meckenheim lässt sich allerdings nicht ableiten, dass Baumarktartikel in Meckenheim zentrenrelevant sind. Denn der genannte Baumarkt verfügt mit rd. 1.500 qm lediglich über eine Verkaufsflächengröße, die mit Blick auf die heute in diesem Wettbewerbssegment üblichen Betriebsgrö-

Ben als weit unterdurchschnittlich einzustufen ist. Deshalb wird von den Gutachtern auch eine Verlagerung dieses Betriebs aus dem Zentrum an einen Standort ohne direkten Zentrenbezug befürwortet.

Langfristig wettbewerbsfähige Baumärkte und Möbelhäuser haben einen großen Flächenbedarf und realisieren dabei nur geringe Flächenproduktivitäten. Sie sind in die zentralen Versorgungsbereiche von Meckenheim deshalb nicht integrierbar, weshalb Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel als **nicht-zentrenrelevant** einzustufen sind.

Gartenbedarf, Blumen

Bei den gartenmarktspezifischen Sortimenten wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und Gartenbedarf empfohlen: Während **Schnittblumen** zumeist über Fachgeschäfte verkauft werden und daher als **zentrenrelevantes** Sortiment anzusehen sind, werden Waren des Gartenbedarfes wie z.B. Erde, Torf, Gartengeräte, (Topf-)Pflanzen und Pflanzgefäße auch in Meckenheim vor allem über Gartencenter verkauft, die aufgrund ihrer niedrigen Flächenproduktivität und ihres Flächenbedarfes in integrierten Lagen nicht rentabel zu betreiben sind.

Die Waren des **Gartenbedarfs** werden daher als **nicht-zentrenrelevant** eingestuft.

Haustextilien (Haus- und Tischwäsche; Bettwaren)

Heimtextilien (Gardinen, Dekorations- und Möbelstoffe, Vorhänge, Kissenbezüge, Auflagen) Teppiche/ textile Bodenbeläge

In diesen Warengruppen wird ebenfalls eine Differenzierung empfohlen: **Heimtextilien sowie Haus- und Tischwäsche** erfüllen uneingeschränkt die Kriterien der **Zentrenrelevanz**.

Anders stellt sich hingegen die Situation bei **Bettwaren** (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken) sowie Teppichen und textilen Bodenbelägen dar, die vor allem von Betrieben außerhalb der zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden. Die Standortanforderungen dieser Warengruppen sind mit denen der Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel zu vergleichen, weshalb sie als **nicht-zentrenrelevant** einzustufen sind.

Alle nachfolgend aufgelisteten Warengruppen erfüllen im hohen Maße die Kriterien der Zentrenrelevanz (s. o.) und bedürfen deshalb keiner weiteren Erläuterung:

- Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren
- Glas, Porzellan, Keramik (GPK)/ Hausrat/ Geschenkartikel
- Spielwaren, Bastelartikel

- Unterhaltungselektronik/ PC/ Kommunikation, Elektrohaushaltswaren
- Foto/Optik/Akustik
- Uhren/ Schmuck

Die Zentrenrelevanz dieser Sortimente ist unstrittig, da sie ohne Ausnahme als wichtige Leitsortimente des innerstädtischen Einzelhandels anzusehen sind.

Vor dem Hintergrund der vorab dargestellten Zusammenhänge wird im Folgenden eine „Meckenheimer Sortimentsliste“ für die Bestimmung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Warengruppen in der Stadt Meckenheim vorgeschlagen. Sie berücksichtigt die mit § 24a LEPro vorgegebenen Leitsortimente.

Darüber hinaus leiten sich aus der Definition der nahversorgungs- sowie zentrenrelevanten Sortimente ebenso die nicht-zentrenrelevanten Sortimente ab. Zu diesen gehören in erster Linie Bau- und Gartenmarktartikel, wie z.B. Metall- und Kunststoffwaren, Werkzeuge, Gartenmöbel, Pflanzen oder Pflanzgefäße sowie Möbel. Wie bereits erläutert, sind auch Campingartikel und Campingmöbel sowie Tiernahrung/ Zooartikel den nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten zuzurechnen.

Die Bezeichnung der Warengruppen in der nachfolgenden Auflistung stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008):

Abb. 28: Meckenheimer Liste zur Definition der nahversorgungsrelevanten, zentren- sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimente

| Nahversorgungsrelevante Sortimente | |
|------------------------------------|--|
| WZ 2008 | Bezeichnung |
| 47.2 | Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln |
| 47.73 | Apotheken |
| aus 47.75 | Drogerieartikel (ohne kosmetische Erzeugnisse und Parfümerieartikel) |

| Zentrenrelevante Sortimente | |
|-----------------------------|---|
| WZ 2008 | Bezeichnung |
| 47.41 | Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software |
| 47.42 | Telekommunikationsgeräte |
| 47.43 | Geräte der Unterhaltungselektronik |
| aus 47.51 | Haushaltstextilien (z.B. Haus- und Tischwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche ohne Bettwaren |
| aus 47.53 | Heimtextilien (Gardinen, Dekorationsstoff, Vorhänge, dekorative Decken) |
| aus 47.54 | Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse (ohne Großgeräte wie Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen) |
| 47.59.2 | keramische Erzeugnisse und Glaswaren |
| 47.59.3 | Musikinstrumente und Musikalien |
| aus 47.59.9 | Haushaltsgegenstände (nicht elektrische Haushaltsgeräte, Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke) |
| aus 47.59.9 | Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel |
| 47.61.0 | Bücher |
| 47.62.1 | Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen |
| 47.62.2 | Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel |
| 47.63 | bespielte Ton- und Bildträger |
| 47.64.1 | Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör |
| aus 47.64.2 | Sportartikel (Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportgeräte) |
| 47.65 | Spielwaren, Bastelartikel |
| 47.71 | Bekleidung |
| 47.72 | Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck |
| 47.74 | medizinische und orthopädische Artikel |
| aus 47.75 | kosmetische Erzeugnisse und Parfümerieartikel |
| aus 47.76.1 | Schnittblumen |
| 47.77 | Uhren und Schmuck |
| 47.78.1 | Augenoptiker |
| 47.78.2 | Foto- und optische Erzeugnisse |
| 47.78.3 | Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel |

| Nicht-zentrenrelevante Sortimente | |
|--|--|
| WZ 2008 | Bezeichnung |
| aus 47.51 | Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken) |
| 47.52.1 | Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Schrauben und -zubehör, Kleineisenwaren, Bauartikel, Dübel, Beschläge, Schlösser und Schlüssel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Bauelemente aus Eisen, Metall und Kunststoff, Werkzeuge aller Art; Werkstatteinrichtungen, Leitern, Lager- und Transportbehälter, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Drahtwaren, Rasenmäher) |
| 47.52.3 | Anstrichmittel, Elektroinstallationszubehör, Bau- und Heimwerkerbedarf |
| aus 47.53 | Tapeten und Bodenbeläge, Teppiche |
| aus 47.54 | elektrische Haushaltsgeräte - Großgeräte (u. a. Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen) |
| 47.59.1 | Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel |
| aus 47.59.9 | Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohhwaren), Kinderwagen |
| aus 47.59.9 | Bedarfsartikel für den Garten, Gartenmöbel, Grillgeräte |
| aus 47.64.2 | Campingartikel und Campingmöbel |
| aus 47.76.1 | Pflanzen, Saatgut und Düngemittel (u. a. Baumschul-, Topf- und Beetpflanzen, Weihnachtsbäume, Blumenbindereierzeugnisse, Blumenerde, Blumentöpfe) |
| 47.76.2 | Zoologischer Bedarf und lebende Tiere |
| 47.79 | Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchtwaren |

Quelle: eigene Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008)

5.6.2 Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandels auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erreichen, wird der Stadt Meckenheim mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu treffen.

Dazu sind der Kommune weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Wie das Bundesverwaltungsgericht in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 BauNVO auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64 Nr.28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe¹² begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen.

¹² Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 5.6.3.

5.6.3 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

Die Baunutzungsverordnung (BauNVO) enthält mit § 11 Abs. 3 eine Sondervorschrift für die planungsrechtliche Behandlung des großflächigen Einzelhandels. Die grundlegende Vorgabe besteht darin, großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich auf die Ziele der Raumordnung oder die städtebauliche Entwicklung auswirken können, lediglich in Kerngebieten und in Sondergebieten zuzulassen.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe insbesondere mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Darüber hinaus ist eine weitere Grundvoraussetzung entsprechend der Vorgabe nach LEPro (§ 24a), dass sich der Planstandort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

Aus städtebaulicher Sicht ist im Zuge von Ansiedlungsverfahren zu prüfen, ob der großflächige Einzelhandelsbetrieb mit dem städtebaulichen Gefüge vereinbar ist. Dabei ist ein wesentlicher öffentlicher Belang das Interesse der Gemeinden an der Erhaltung und Weiterentwicklung ihrer Zentren.

Mit seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) hat das Bundesverwaltungsgericht sich zur Grenze der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben verbindlich geäußert. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr.2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 qm überschreiten (Tatbestandsmerkmal, unabhängig von lokalen Gegebenheiten).

Im Rahmen seiner Auseinandersetzung mit den Bestimmungsgrößen großflächiger Einzelhandelsbetriebe hat das Bundesverwaltungsgericht weiterhin die Frage beantwortet, wann die Funktionseinheit mehrerer Einzelhandelsbetriebe als großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu betrachten ist. Die Eckpunkte lassen sich wie folgt zusammenfassen (BVerwG 4 C 14.04, Urteil vom 24. November 2005):

- Ob es sich bei einer Verkaufsstätte um einen einzigen oder um mehrere Betriebe handelt, bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten.
- Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebs ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen.
- Eine Verkaufsstätte kann nur dann ein selbstständiger Einzelhandelsbetrieb sein, wenn sie selbstständig, d.h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und deshalb baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig wäre.

Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls

- einen eigenen Eingang,
 - eine eigene Anlieferung und
 - eigene Personalräume haben sowie
 - unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.
- Ist innerhalb eines Gebäudes die Betriebsfläche baulich in mehrere selbstständig nutzbare betriebliche Einheiten unterteilt, bilden diese Einheiten gleichwohl einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z.B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften).

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO 1990 sind städtebauliche Auswirkungen bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 qm überschreitet.

Weist das Vorhaben mehr als 800 qm Verkaufsfläche, aber weniger als 1.200 qm Geschossfläche auf, ist die Genehmigungsbehörde darlegungspflichtig dafür, ob mit Auswirkungen zu rechnen ist. Bei mehr als 1.200 qm Geschossfläche obliegt es dem Antragsteller, die Regelvermutung zu widerlegen.

Hierzu bedarf es zunächst des Nachweises einer "atypischen Fallgestaltung". Dazu müssen Anhaltspunkte dafür bestehen, dass von einem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung ausgehen.

Dabei sind nach dem Verordnungstext "... in Bezug auf die in Satz 2 [des § 11 Abs. 3 BauNVO] bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Insofern kann diese Atypik aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren. Dabei können **betriebliche Besonderheiten** z.B. vorliegen

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d.h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 qm Geschossfläche unter 800 qm liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z.B. Baustoffe),

- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z.B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB –also innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes– kann die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO in bestimmten Fällen Anwendung finden. Sie gilt beispielsweise dann, wenn nach § 34 Abs. 2 BauGB die Eigenart der näheren Umgebung faktisch einem der Baugebiete der BauNVO, z.B. einem Gewerbe- oder Industriegebiet, entspricht. Auch in diesem Fall ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig, es sei denn die Eigenart der näheren Umgebung wird bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt und entspricht somit faktisch einem Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO.

In einem Bebauungsplan, der ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel festsetzt, kann die Stadt Festlegungen über die höchstzulässige Verkaufsfläche nach Quadratmetergrenzen treffen. Dabei kann sie –innerhalb der vom BauGB gesetzten Grenzen– die maximal zulässige Verkaufsfläche ohne Bindung an bestimmte Anlagetypen selbst bestimmen, um städtebauliche Fehlentwicklungen zu vermeiden. Zu beachten ist dabei, dass eine Abwägung mit den Eigentumsinteressen erfolgen muss und evtl. bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben Möglichkeiten für betriebsnotwendige Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen einzuräumen sind.

5.6.4 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem „verträglichen Rahmen“ zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentrenrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren.

Bei großflächigen Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten hängt die städtebaulich verträgliche Obergrenze für zentrenrelevante Randsortimente jeweils von der Art und Größe des konkreten Vorhabens sowie auch von der örtlichen Situation ab.

Laut § 24a LEPro ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht integrierten Standorten auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, max. jedoch auf 2.500 qm zu beschränken. Sollten zwei oder mehr Einzelhandelsvorhaben an einem Standort realisiert werden und beträgt deren Gesamtverkaufsfläche zusammen mehr als 50.000 qm, darf der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente insgesamt maximal 5.000 qm betragen.

5.6.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist der Stadt Meckenheim nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO grundsätzlich dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen.

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte¹³.

In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

¹³ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

Vor diesem Hintergrund wird der Stadt Meckenheim empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in Gewerbegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt.

Zentrenrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

Ausnahmen sind für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. ein Kiosk).

Auch sollten Verkaufsstätten von produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist
- und die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Zu beachten ist, dass bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben individuell auf sie zugeschnittener Bestandsschutz eingeräumt werden muss.

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

- die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert,
- Handwerks- und Gewerbebetrieben die Möglichkeit gegeben, funktional untergeordneten Einzelhandel mit dem Produktionsbetrieb angemessen zu verknüpfen und
- zum Zeitpunkt der Planänderung bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen zugestanden.

5.6.6 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes kann es unter Umständen erforderlich werden, auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 oder Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen zu treffen.

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen eines Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes beruhen können.

Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass jeweils der Gebietscharakter gewahrt bleibt, was einem generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen in der Regel entgegenstehen dürfte.

5.6.7 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

Am 1. Januar 2007 ist das Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte in Kraft getreten. Mit ihm sind das Baugesetzbuch (BauGB) sowie das Gesetz über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVPG) und die Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) geändert worden.

Die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsmoment ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Ortsteile ohne Ausweisung von Baugebieten im Sinne der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, um Zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

Die Anwendung des neuen Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen auch von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)¹⁴.

¹⁴ zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

5.6.8 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts durch die Bauleitplanung – Zusammenfassung der Empfehlungen

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzepts werden für die künftige Bauleitplanung zusammen gefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

(1) Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur noch in den beiden (siehe Einzelhandelskonzept) abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen „Hauptstraße/ Bahnhofstraße“ sowie „Neue Mitte“ anzusiedeln.

(2) Großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist nur noch in den im Konzept ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen sowie dem Ortsteilzentrum „Merl-Steinbüchel“ zuzulassen.

(3) Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und dem Ortsteilzentrum „Merl-Steinbüchel“ durch Bebauungspläne mit Kerngebietsfestsetzungen gemäß § 7 BauNVO oder über Festsetzungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.

(4) Großflächiger Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist außer in den zentralen Versorgungsbereichen nur noch innerhalb der dafür ausgewiesenen Ergänzungsstandorte zuzulassen. Dabei ist der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, max. jedoch auf 2.500 qm zu beschränken. Bei einem Ausbau vorhandener Standorte dürfen zentrenrelevante Randsortimente über den Bestand hinaus nur noch in einem eng begrenzten Umfang zugelassen werden.

(5) Um Schädigungen der beiden Innenstadtbereiche sowie des Ortsteilzentrums „Merl-Steinbüchel“ zu vermeiden, sind Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in Gewerbegebieten konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen auszuschließen. Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher sind in Gewerbegebieten auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. Zentrenrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind. Ausnahmen sind für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. ein Kiosk). Auch sind Verkaufsstätten von produzierenden und

weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben zuzulassen, wenn die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet, in betrieblichem Zusammenhang errichtet, dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist und die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

(6) In Mischgebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche „Hauptstraße/ Bahnhofstraße“ und „Neue Mitte“ sowie dem Ortsteilzentrum „Merl-Steinbüchel“ sollten Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten nur dann zugelassen werden, wenn deren Ansiedlung die Entwicklung der Zentren nicht gefährdet. Vorhandene Bebauungspläne sind daraufhin zu überprüfen, ob der angestrebte Schutz der zentralen Versorgungsbereiche den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Sortiment bis auf eng begrenzte Ausnahmen gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen.

(7) Für den unbeplanten Innenbereich sind Bebauungspläne aufzustellen, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten. Dabei ist auch zu prüfen, ob als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsmoment Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB Anwendung finden können. Danach ist es möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Ortsteile ohne Ausweisung von Baugebieten die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen zu treffen, um Zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

Die vorliegende Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung an Dritte weiterzugeben, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts, insbesondere Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe der Untersuchung nur mit vorheriger Zustimmung der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG erlaubt.
