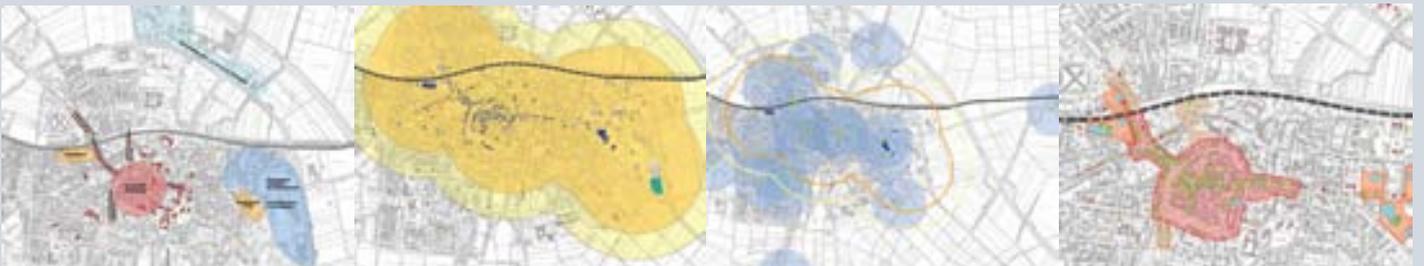
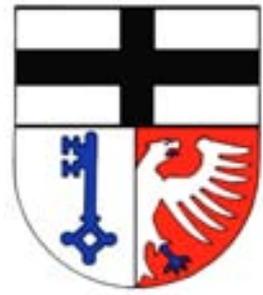


EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT RHEINBACH



STADT RHEINBACH
SACHGEBIET PLANUNG UND UMWELT

SEPTEMBER 2008



HERAUSGEBER
STADT RHEINBACH
SACHGEBIET PLANUNG UND UMWELT

ERARBEITUNG
ROBIN DENSTORFF
BERIT WEBER

RHEINBACH, SEPTEMBER 2008

INHALTSVERZEICHNIS

1. ANLASS	5
2. FUNKTION UND ZIELE	7
3. AUFBAU	9
4. AUSGANGSLAGE	10
4.1 Perspektiven für die Einzelhandelsentwicklung	10
4.2 Verkaufsflächenentwicklung	12
5. REGIONALES EINZELHANDELSKONZEPT	14
5.1 Bedeutung des Regionalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts	14
5.2 Charakterisierung der Stadt Rheinbach	15
5.3 Empfehlungen des Regionalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts	16
6. BESTANDSANALYSE DER EINZELHANDELSSTRUKTUR	19
6.1 Rahmenfaktoren der Stadt Rheinbach und Anbindung in die Region	19
6.2 Einzelhandelsangebot in Rheinbach	25
6.2.1 Räumliche Struktur des Einzelhandels in Rheinbach-Zentralort	25
6.2.2 Struktur und Lage des Einzelhandelsangebotes	31
6.2.3 Sortimentslücken- und Defizite im Einzelhandelsangebot	40
6.2.4 Nahversorgungssituation in den Ortschaften	42
6.2.5 Nahversorgungssituation in Rheinbach-Zentralort	47
6.2.6 Flächenpotenziale für den Einzelhandel im Stadtgebiet	52
6.3 Nachfragesituation in Rheinbach	57
6.3.1 Kennziffern des Einzelhandels	57
6.3.2 Einkaufsorte der Rheinbacher	64
6.3.3 Gründe für die Wahl des Einkaufsortes	68
7. RHEINBACHER SORTIMENTSLISTE	70

8. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE	76
8.1 Rechtliche Einordnung	76
8.1.1 Regelungen auf Ebene der Landesplanung	76
8.1.2 Regelungen auf Gemeindeebene	78
8.1.3 Standortkategorien in Rheinbach	81
8.2 Abgrenzungskriterien für die zentralen Versorgungsbereiche	82
8.2.1 Methodik der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche	82
9. ZIELE FÜR DIE EINZELHANDELSENTWICKLUNG IN RHEINBACH	84
9.1 Gesamtstädtische Vorgaben	84
10. ZIELE FÜR DIE ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHE, ENTWICKLUNGSBEREICHE UND SONSTIGEN EINZELHANDELSSTANDORTE	87
10.1 Zentraler Versorgungsbereich und Entwicklungsbereiche Innenstadt	87
10.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	91
10.1.2 Entwicklungsbereiche Innenstadt	92
10.2 Nahversorgungszentren (Zentralort)	96
10.3 Nahversorgungsbereiche in den Ortschaften	97
10.4 Fachmarktzentren	103
11 UMSETZUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTES	105
11.1 Durch die Bauleitplanung	105
11.2 Durch die Wirtschaftsförderung	106
11.3 Durch Einzelhändler und Investoren	106
11.4 Durch interkommunale Abstimmung	106
12. VERZEICHNISSE	107
12.1 Planverzeichnis / Kartenanhang	107
12.2 Quellenverzeichnis	107
12.3 Abbildungsverzeichnis	111
12.4 Tabellenverzeichnis	113

1. ANLASS

„Wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig unterlag der Handel in den zurückliegenden Jahren in seiner räumlichen, konzeptionellen und institutionellen Struktur erheblichen Veränderungen.“¹

Als typische Problemstellungen in diesem Kontext sind sicherlich die Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes, der zunehmende Filialisierungsgrad und der damit einhergehende Rückgang des inhabergeführten Einzelhandels, die zunehmende interkommunale Konkurrenzsituation sowie die Zunahme von Betrieben an nicht integrierten Standorten am Stadtrand zu nennen. Die Folgen sind eine sich verschlechternde Nahversorgungssituation sowie eine Schwächung des Standortes Innenstadt.

Der ursprünglich aus dem Jahre 1990 stammende Grundsatzbeschluss des Rates der Stadt Rheinbach zur Gewerbeansiedlungspolitik, der regelmäßig überprüft und den geänderten Anforderungen und Rahmenbedingungen angepasst wird, beinhaltet in seiner aktuellsten Fassung vom 11.11.2002 das Oberziel, die Versorgung der Bevölkerung mit Einzelhandel, Handwerk und Dienstleistung² zu sichern.

Ein wichtiger Baustein zur Umsetzung dieses Ziels ist das vorliegende Einzelhandelskonzept. Es soll insbesondere dazu beitragen, sowohl die Funktion der Innenstadt zu sichern, zu stärken und auszubauen als auch die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung langfristig sicherzustellen und zu optimieren.

Hinsichtlich einer aktiven strategischen Steuerung von Einzelhandelsvorhaben kommt dem Einzelhandelskonzept hierbei eine wichtige Allokationsfunktion durch das Aufzeigen von möglichen Standorten zu. Auf der anderen Seite wird im Sinne der o.g. städtebaulichen Zielsetzungen ein Ausschluss oder eine Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in bestimmten Stadtbereichen verfolgt, da zentrenschädigende Auswirkungen einzelner Einzelhandelsvorhaben die städtebaulichen Zielsetzungen konterkarieren würden.

Somit stellt das Einzelhandelskonzept eine wichtige Entscheidungs- und Beurteilungsgrundlage für zukünftige Planungsentscheidungen speziell im Rahmen der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung, aber auch im Hinblick auf die Entscheidung über die Zulässigkeit von Einzelvorhaben dar.

Die neuere Rechtsprechung, aber auch diverse Gesetzesnovellen (insbesondere die des Baugesetzbuches und des Landesentwicklungsprogramms) erfordern zur Steuerung des Einzelhandels sowie für die Rechtssicherheit der Bauleitpläne eine differenzierte Betrachtung der örtlichen Einzelhandelstruktur. Hier sind vor allem die Identifizierung und planerische Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen im Gemeindegebiet sowie eine gemeinde- und standortspezifische Betrachtung der jeweiligen zentren- und

¹ Deutscher Bundestag 2004, S. V

² Stadt Rheinbach Grundsätze zur Wirtschaftsförderung vom 11.11.2002

nahversorgungsrelevanten Warengruppen und deren Zusammenfassung in Sortimentslisten erforderlich. Dabei ist auf die örtlichen Verhältnisse und besonderen Entwicklungsabsichten in der Gemeinde abzustellen; ebenfalls sind die zentrenrelevanten Leit-sortimente der landesplanerischen Zielvorgaben des Landesentwicklungsprogramms zu berücksichtigen.

Über diese empirisch erhobene ortbezogene Sortimentsliste werden zentrenrelevante- und nahversorgungsrelevante Sortimente definiert, und somit die Möglichkeit geschaffen, über gezielte Ausschlüsse oder Einschränkungen bestimmter Sortimente zentrenschädigenden Auswirkungen entgegenzusteuern, um letztlich die Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche zu erhalten und fortzuentwickeln.

Der Rat der Stadt Rheinbach hat in seiner Sitzung vom 15.09.2008 das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB beschlossen.

2. FUNKTION UND ZIELE

Die ökonomische und stadtbildende Kraft des Einzelhandels ist eine der zentralen Säulen der Stadtentwicklung und des Wirtschaftslebens in Rheinbach. Einzelhandel und Stadtentwicklung sind eng miteinander verzahnt und aufeinander angewiesen.

Stadt und Einzelhandel brauchen daher einen gemeinsamen, allgemein verbindlichen Entwicklungsrahmen, um negative Auswirkungen des anhaltenden Strukturwandels im Einzelhandel auf die Zentren- und Versorgungsbereiche Rheinbachs in Grenzen zu halten und zu einer positiven und nachhaltigen Entwicklung des Mittelzentrums Rheinbach beizutragen. Die Stadt Rheinbach hat daher ein Einzelhandelskonzept zur räumlichen Steuerung von Einzelhandelsvorhaben und zur Stärkung der Innenstadt und Zentren erstellt.

Das Einzelhandelskonzept soll im Sinne der übergeordneten städtebaulichen Zielsetzungen (Sicherung, Stärkung und Ausbau der Funktion der Innenstadt, Sicherstellung und Optimierung der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung) im Rahmen eines Gesamtkonzepts Ziele für die Einzelhandelsentwicklung im Rheinbacher Stadtgebiet formulieren.

Hintergrund³ dieser Zielsetzung ist, dass die Stadt Rheinbach in den vergangenen Jahren mit beachtlichem finanziellen Aufwand und mit Unterstützung des Landes NRW umfangreiche Sanierungsmaßnahmen im Stadtkern von Rheinbach durchgeführt hat. Zielsetzung der Sanierung war die Stärkung der mittelzentralen Funktion und des städtebaulichen Erlebniswertes in der Innenstadt sowie die Stärkung der innenstadttypischen Einzelhandelsstruktur durch bauleitplanerische Maßnahmen. Diese Ziele sind auch heute noch aktuell.

Gesamtstädtisch strebt die Stadt Rheinbach ein Konzept der funktionalen Arbeitsteilung an. Insofern ist es eine wichtige Funktion des Einzelhandelskonzeptes, die Rahmenfaktoren des Einzelhandels sowohl in ökonomischer als auch räumlicher Sicht aufzuzeigen und zu analysieren, die verschiedenen Einzelhandelsstandorttypen im Gemeindegebiet zu definieren sowie standorttypenbezogene Entwicklungsziele zu formulieren. Die ökonomische Komponente stellt die ökonomischen Rahmendaten der Einzelhandelsituation der Stadt Rheinbach dar, wohingegen die räumliche Komponente des Konzeptes die vorhandenen Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet verortet, die Zentrenbereiche abgrenzt und somit der Steuerung von Einzelhandelsvorhaben im Sinne der definierten Leitlinien und Zielsetzungen dient.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept benennt weiterhin die Entwicklungsabsichten und Perspektiven im Kontext der Gesamtstadt. Jeder Standort hat im Geflecht der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung eine individuelle Funktion und Bedeutung. Nur wenn

³ Siehe ausführlicher dazu: Gutachten von Dr. Paul G. Jansen, Stadt- und Regionalplanung: Gewerbeansiedlungskonzept Rheinbach, 1991/1992

Entwicklungsziele für einzelne Standortbereiche vorhanden sind, kann nachhaltig und effizient gesteuert werden. Weiterhin geben die aufgezeigten Entwicklungsperspektiven im Stadtgefüge sowohl den bestehenden Einzelhändlern als auch den potenziellen Investoren Investitionssicherheit, da eine gesamtstädtische, abgestimmte Einzelhandelsstrategie vorhanden ist.

Diese Strategie im Rahmen der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung sowie bei informellen Planungen umzusetzen, ist Aufgabe der Stadtplanung und Stadtentwicklung. Zudem kommt dem Einzelhandelskonzept eine wichtige Funktion als Beurteilungsgrundlage für die Zulässigkeit von Einzelvorhaben zu.

3. AUFBAU

Das Einzelhandelskonzept Rheinbachs gliedert sich in einen Analyseteil und einen konzeptionellen Teil.

In dem Analyseteil werden die Grundlagen zur Bewertung des Einzelhandels erhoben. Die Analyse splittet sich in die angebotsseitigen Faktoren und die nachfrageseitigen Faktoren auf.

Auf der Angebotsseite werden u.a. die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe im Raum, die vorhandenen Sortimente, die Verkaufsflächengrößen, die Verkaufsflächenentwicklung und die bestehenden Flächenpotenziale untersucht. Anhand dieser Basisdaten werden die einzelnen Zentren räumlich abgegrenzt und Entwicklungsrichtungen identifiziert. Zur Analyse der Angebotsseite wurde im Stadtgebiet Rheinbach eine Erhebung über Ortsbegehung und Bauakten durchgeführt und die Ergebnisse in Karten, Grafiken und Tabellen aufbereitet. Ergebnis der Analyse ist eine detaillierte Übersicht der Lage, Größe, Vielfalt und Struktur der Gewerbetriebe in Rheinbach und eine Liste der in Rheinbach typischen Sortimente, differenziert nach zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Anhand der räumlichen Lage der Betriebe lassen sich Bereiche identifizieren, die auf Grund ihrer Bedeutung, Lage, Agglomeration etc. ein Zentrum bilden. Diese Zentren können unterschiedliche Funktionen im Stadtgebiet übernehmen. Die unterschiedlichen Kategorien werden auf Basis der Analyse hergeleitet und beschrieben.

Auf der Nachfrageseite sind die wesentlichen Untersuchungsgrößen die Kaufkraft, der Umsatz in der Stadt und die Kaufkraftbindung in Rheinbach. Weiterhin werden über das Kaufverhalten der Rheinbacher Bürger Aussagen zu den Stärken und Schwächen Rheinbachs in Bezug auf verschiedene Warengruppen getroffen. Die Daten der Nachfrageseite werden bestehenden Gutachten, dem Internet, bereits erfolgten Untersuchungen und Umfragen entnommen. Eine Haushalts- oder Passantenbefragung wurde nicht durchgeführt, da die Verfügbarkeit von Informationen aus Sekundärdatenquellen ausreichend und aktuell ist.

Auf dieser Datenbasis aufbauend, werden im konzeptionellen Teil – unter Berücksichtigung der aktuellen Einzelhandelsentwicklungen – Ziele und Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsentwicklung artikuliert. Diese Empfehlungen beziehen sich auf die identifizierten und räumlich verorteten zentralen Versorgungsbereiche und weiteren Standortkategorien in Rheinbach.

4. AUSGANGSLAGE

Die historisch gewachsenen Zentren sind mit ihrer wirtschaftlichen und kulturellen Vielfalt seit jeher auch massiv durch den Einzelhandel geprägt worden. Der Einzelhandel besitzt nicht nur Versorgungsfunktion, sondern ist für attraktive Zentren ein wichtiger sozialer und stadtgestalterischer Faktor. Es ist vielerorts erkennbar, dass dort, wo der Einzelhandel „wegbricht“, auch die Funktionen Wohnen, Kultur, Freizeit, und Arbeit in Mitleidenschaft gezogen werden. Die Stärkung und der Erhalt der Zentren verlangen daher in der Stadtentwicklungsplanung besondere Aufmerksamkeit.

Die Zentren und Ortskerne, die originär Treffpunkt und Identifikationsort waren, stehen jedoch zunehmend unter wirtschaftlichem Druck. Die Einzelhandelslandschaft unterliegt seit mehr als drei Jahrzehnten einem tiefgreifenden Strukturwandel⁴. In den letzten Jahren konnte im Einzelhandel auf der Angebotsseite ein Flächen- und Größenwachstum festgestellt werden. Gleichzeitig stellte sich auf der Nachfrageseite eine Stagnation der einzelhandelsrelevanten Ausgaben ein. Folge dieses hier einfach dargestellten Prozesses ist ein zunehmender Wettbewerb zwischen Standorten auf der „Grünen Wiese“ bzw. nicht integrierten Standorten in Gewerbegebieten und den gewachsenen Zentren.

Weiterhin werden diese angebotsseitigen Entwicklungen durch die zunehmende Mobilität der Bevölkerung unterstützt. Das Einkaufsverhalten wird zunehmend autoorientierter. Dieses ist ein weiterer Faktor, der die Konkurrenz der außerhalb der Zentren liegenden Einzelhandelsstandorte stärkt. Bessere Erreichbarkeiten, Kopplungskäufe auf dem Weg von der Arbeit nach Hause, eine gute Parkplatzausstattung, günstigere Bodenpreise und ein höheres Flächenangebot sind nur einige Faktoren unter vielen, die den Zentren nach und nach die wirtschaftliche Basis entziehen könnten.

Diese komplexen Zusammenhänge machen es erforderlich, bei allen Konzepten und Maßnahmen die Bevölkerungsentwicklung, Stadtentwicklung und Einzelhandelsentwicklung immer im Zusammenhang zu betrachten. Nachfolgend werden daher kurz die Rahmenfaktoren der Einzelhandelsentwicklung für Rheinbach vorgestellt. Wichtige Fragestellung ist dabei, wie sich die Stadt in Zukunft entwickeln wird, denn die Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung sind unter anderem davon abhängig, welche Bevölkerungsentwicklung Rheinbach in Zukunft zu erwarten hat.

4.1 Perspektiven für die Einzelhandelsentwicklung

Der Rhein-Sieg-Kreis ist entgegen des allgemeinen Trends eine Wachstumsregion. Selbst bei einer Stagnation der Bevölkerungszahlen ist noch ein weiteres Wachstum durch steigende Haushaltszahlen in Bezug auf die Wohnungsnachfrage zu erwarten.

Die Stadt Rheinbach hat, bedingt durch die positive Entwicklung des Rhein-Sieg-Kreises, die Möglichkeit an dem allgemeinen Wachstum der Region teilzuhaben. Vor-

⁴ vgl. Junker und Kruse, Stadtforschung und Stadtplanung, Einzelhandelskonzept Hennef, Oktober 2002

aussetzung dafür ist jedoch, eine vorausschauende Bodenpolitik und die Bereitstellung angemessener Flächenreserven für unterschiedliche Nutzungen. Gerade die Flächenverfügbarkeiten und die Lage innerhalb der Region sind entscheidende Faktoren, um von dem allgemeinen Wachstumstrend zu profitieren. Zusätzlich wird vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und dem dadurch ausgelösten Jugendmangel die Fähigkeit einer Region oder Stadt, junge kreative Menschen anzuziehen und dauerhaft zu binden, zu einer Schlüsselrolle in der Regional- bzw. Stadtentwicklung. Voraussetzung dafür ist ebenfalls ein quantitativ ausreichendes und zugleich qualitativ hochwertiges Wohnraumangebot und eine attraktive Infrastruktur. Besonderes Augenmerk liegt dabei auch auf dem Fokus, preiswertes Bauland bereitstellen zu können.

Rheinbach zählt auf Grund seiner räumlichen Nähe zu Bonn, seiner weichen Standortfaktoren, der ausreichenden Baulandangeboten und der attraktiven Infrastruktur zu den „Gewinnern“ innerhalb der Region. Die Weichen dafür wurden bereits in den 1990er Jahren gestellt. Rheinbach hat, wie die Gesamtregion auch, den durch den Bonn-Berlin-Beschluss initiierten Strukturwandel bewältigen müssen. Wichtig war vor allem der Aufbau einer eigenen Wirtschaftsbasis, da durch die Abhängigkeit der Stadt Rheinbach zur Regierungsfunktion Bonn eine große Anzahl Auspendler zu verzeichnen war. Die drei Säulen des Umstrukturierungsprozesses führten zu einer Neupositionierung: Vorausschauende Flächenbevorratungspolitik im Bereich Gewerbe und Industrie, Flächenvorsorge für Wohnbauland auf Basis realistischer Bevölkerungsprognosen im Flächennutzungsplan bzw. Regionalplan, ergänzt durch ein aktives kommunales Baulandmanagement und die kontinuierliche Baulandbereitstellung sowie die Stärkung und der weitere Ausbau der Bildungsinfrastruktur, haben bisher Rheinbach jährlich um ca. 1% wachsen lassen.

Der Rhein-Sieg-Kreis und auch die Stadt Rheinbach werden jedoch nicht unbegrenzt Zuwächse verzeichnen. Die negativen Bevölkerungssaldi können nicht dauerhaft durch steigende Haushaltszahlen und Zuzüge abgemildert werden. Ab 2020 ist mit Stagnation und Rückgang zu rechnen. Auch Rheinbach weist stagnierende Geburtenraten auf und hat zukünftig mit einer merklich schnelleren Alterung der Bevölkerung umzugehen, auch wenn Zuzüge junger Familien den Prozess derzeit verzögern. Im Sinne einer vorausschauenden und vorsorgenden Stadtentwicklung bedarf es daher einer intensiven Diskussion bzgl. der aus dem demografischen Wandel resultierenden Veränderungen und Zielvorstellungen der Stadtentwicklung.

Rheinbach hat reagiert und daher „Grenzen des Wachstums“ definiert. Bis 2020 soll Rheinbach bis auf 30.000 EW wachsen können. Diese Grenze ist im Stadtentwicklungskonzept der Stadt Rheinbach formuliert und basiert auf einer Bevölkerungsprognose in Abhängigkeit zu Flächenverfügbarkeiten im Stadtgebiet. Mit Erreichen dieser Wachstumszahl wären auch die Flächenreserven erschöpft⁵.

⁵ vgl. Stadtentwicklungskonzept Rheinbach, Hamerla Dortmund, Mai 2005, Seite 14 ff.

Die für die Stadt Rheinbach im Rahmen des Regionalen Handlungskonzepts Wohnen 2020 errechneten Prognosedaten sehen bis zum Jahr 2020 ein Bevölkerungswachstum auf ca. 28.500 Einwohner vor.

Die 2004 im Rahmen des Stadtentwicklungskonzeptes erstellte Einzelhandelsprognose ermittelt bis zum Jahr 2015 einen Bedarf von 8.000 bis 11.000 m² zusätzlicher Verkaufsfläche. Bei der Prognose wurde als Annahme zugrundegelegt, dass Rheinbach jährlich zwischen 1-2 % Bevölkerungszuwachs zu verzeichnen hat, die Höhe der Kaufkraftbindung (= Zentralitätskennziffer) den Status quo von 90 Prozent beibehält und die Einwohnerzielzahl von 30.000 EW erreicht werden kann.

Diese Annahmen sind bezogen auf die reale Bevölkerungsentwicklung im Jahr 2006 und die Einzelhandelskennziffern aus dem Jahr 2006 realistisch. Derzeit hat Rheinbach ca. 27.500 EW bei einem jährlichen Wachstum von ca. 1,3 % und einer Zentralitätskennziffer von 90,4.

Ausgehend von den etwas schlechteren Vorjahreswerten aus 2005 (Zentralität 87,1) und einer Annahme, dass Rheinbach gemäßigt bis auf ca. 28.500 EW bis 2020 wächst, kann heute ein zeitnaher Verkaufsflächenzusatzbedarf von 2.000 – 4.500 m² prognostiziert werden.

Vor dem Hintergrund der prognostizierten Bedarfe ist es daher wichtig ein Instrumentarium zu schaffen, das geeignet ist, den möglichen Verkaufsflächenzuwachs an geeignete Stellen im Stadtgebiet zu lenken. Die damit verfolgte Stabilisierung und die Stärkung der Innenstadt und Optimierung der Nahversorgungsstruktur sind einerseits für Rheinbach elementarer Standortfaktor und andererseits im regionalen Kontext ein Beitrag zum Wohlstand der Region. Aus dieser Erkenntnis heraus hat sich nicht nur die Stadt Rheinbach, sondern auch die Region des Themas Einzelhandel angenommen (vgl. Kap. 5).

4.2 Verkaufsflächenentwicklung

Eine gegenüberstellende Betrachtung der Verkaufsflächenentwicklung ist auf Grund der erstmaligen Gesamterhebung nicht möglich. Es wäre statistisch ungenau, Datensätze verschiedenen Ursprungs zu verwenden, um die Verkaufsflächenentwicklung im Zeitverlauf darzustellen, da ggf. unterschiedliche Erhebungsmethoden und Berechnungsmethoden der Verkaufsfläche verwendet wurden.

Mit dem nunmehr zur Verfügung stehenden Datensatz kann zukünftig im Rahmen der Fortschreibung eine Entwicklung aufgezeigt werden. Voraussetzung dafür ist die regelmäßige Pflege und Aktualisierung der Datenbank unter Mithilfe aller relevanten Akteure.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in Rheinbach: Prognosewert und Realentwicklung

	1993	Ziel FNP 2015	06.09.2006
Kernstadt Rheinbach	12.570	16.850	15.567
Ortschaften	10.765	11.450	12.040
Gesamt	23.335	28.300	27.607

Flerzheim	1.655	1.840	1.969
Hilberath	445	470	466
Neukirchen			2.554
Neukirchen/Irlenbusch	605	620	719
Berscheid/Kurtenberg	110	110	120
Berscheid			47
Groß-Schlebach			125
Klein-Schlebach			239
Irlenbusch			366
Krahforst			10
Kurtenberg			73
Merzbach	1.475	1.560	1.291
Neukirchen			353
Nußbaum			1
Scherbach			40
Vogelsang			9
Niederdrees	475	440	511
Oberdrees	1.360	1.310	1.500
Queckenberg (Gesamt)			934
Queckenberg/Loch	760	790	694
Eichen			19
Hardt			97
Haus Winterburg			12
Loch			435
Queckenberg			259
Sürst			112
Ramershoven/Peppenhoven	605	590	527
Peppenhoven			122
Ramershoven			405
Todenfeld	370	390	367
Wormersdorf	2.905	3.330	3.212
Klein Altendorf			18
Wormersdorf			3.194

5. REGIONALES EINZELHANDELSKONZEPT

Nachfolgend werden kurz die Inhalte des regionalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (REZK) Bonn-Rhein-Sieg erläutert, da ein kommunales Einzelhandelskonzept auch immer den regionalen Kontext berücksichtigen sollte. Weiterhin sind darin grundlegende Rahmenfaktoren, Ziele und Handlungsempfehlungen für kommunale Konzepte aufgezeigt. Die Inhalte des REZK sind durch den Rat der Stadt Rheinbach beschlossen worden und somit als Selbstverpflichtung Grundlage der städtischer Einzelhandelsentwicklung und Verfahrensweise.

5.1 Bedeutung des Regionalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

In den Jahren 2001 und 2002 hat die Region Bonn-Rhein-Sieg das regionale Einzelhandels- und Zentrenkonzept (REZK) erarbeitet. Dieses Konzept ist am 03.11.2003 vom Rat der Stadt Rheinbach zustimmend zur Kenntnis genommen worden. Weiterhin wurde der Beschluss zur regionalen Vereinbarung mit dem Inhalt gefasst, dass sich die Stadt Rheinbach an eine gemeinsame regional abgestimmte Verfahrensordnung halten wird.

Hintergrund dieses REZK ist, dass die Entwicklung des Einzelhandels in der Region günstiger gestaltet werden kann, wenn eine abgestimmte Verfahrensweise vorliegt.

Umfang und Struktur der Einzelhandelsangebote werden von den Kommunen fast ausschließlich über das Planungsrecht beeinflusst. Die Initiative der Ansiedlung liegt hingegen bei den Investoren und Betreibern. Interkommunale Konflikte, vor allem bei der Ansiedlung von Bau- und Möbelmärkten, waren in den letzten Jahren allgegenwärtig⁶.

Das regionale Einzelhandelskonzept soll daher dazu beitragen, die bestehenden, weitestgehend gesunden Strukturen im Einzelhandel zu sichern und präventiv Probleme der Einzelhandelsversorgung und Zentrenentwicklung zu vermeiden.

Alle Kommunen in der Region müssen den Spagat zwischen der Ansiedlung und Erhaltung von erlebnisorientiertem Einzelhandel im lebendigen, individuellen Zentrum und parallel dazu der Ansiedlung von autogerechtem, großflächigem Einzelhandel, der im Zentrum keinen Platz findet, schaffen. Schwierigkeit in diesem Zusammenhang ist das Grunddilemma, dass großflächiger Einzelhandel an nicht integrierten Standorten unter Umständen zentrenschädigende Wirkung entfaltet. Zu nennen sind zum Beispiel nicht integrierte Standorte in Gewerbegebieten oder auf der „Grünen Wiese“ vor den Toren der Stadt, an denen Fachmärkte mit zentrenrelevanten Randsortimenten entstehen.

Das regionale Einzelhandels- und Zentrenkonzept beinhaltet als Kernpunkte ein umfassendes Planungssystem für Einzelhandel, Kultur- und Freizeiteinrichtungen und ein freiwilliges, aber im Hinblick auf die Ziele und Vorgehensweisen, verpflichtendes Ab-

⁶ Rothkirch und Partner, Planquadrat Dortmund: Kurzfassung des Regionalen Einzelhandels und Zentrenkonzept Bonn/Rhein-Sieg/ Ahrweiler, September 2002, S.7 ff.

stimmungsverfahren zwischen den Kommunen bei der Ansiedlung, Erweiterung und Umnutzung von Einzelhandels-, Kultur- und Freizeiteinrichtungen.

Für die Umsetzung des REZK ergeben sich fünf zentrale Aufgabenstellungen⁷:

- Sicherstellung der Grundversorgung auch für die nicht mobilen Bevölkerungsgruppen
- Keine Schädigung der gewachsenen (Orts-)Zentren durch Fachmärkte mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der zentralen, integrierten Lagen
- Vermeidung der schleichenden Umwandlung von Gewerbegebieten zu Gebieten mit hohem Besatz an Handelsbetrieben
- Ansiedlung von Fachmärkten mit „nicht-zentrenrelevanten“ Sortimenten an regional sinnvollen Standorten, bei deren Auswahl sowohl die verkehrlichen Aspekte Berücksichtigung finden als auch die Größenverhältnisse der Kommune im Einzugsbereich
- Zentrenverträgliche Begrenzung der innenstadtrelevanten Nebensortimente in den vorgenannten Fachmärkten, um gewachsene Zentrenbereiche nicht zu gefährden
- Flankierende Stärkung der Zentren durch Freizeit und Kultur, attraktive Gestaltung und Abstimmung der kommunalen und kommerziellen Angebote

5.2 Charakterisierung der Stadt Rheinbach

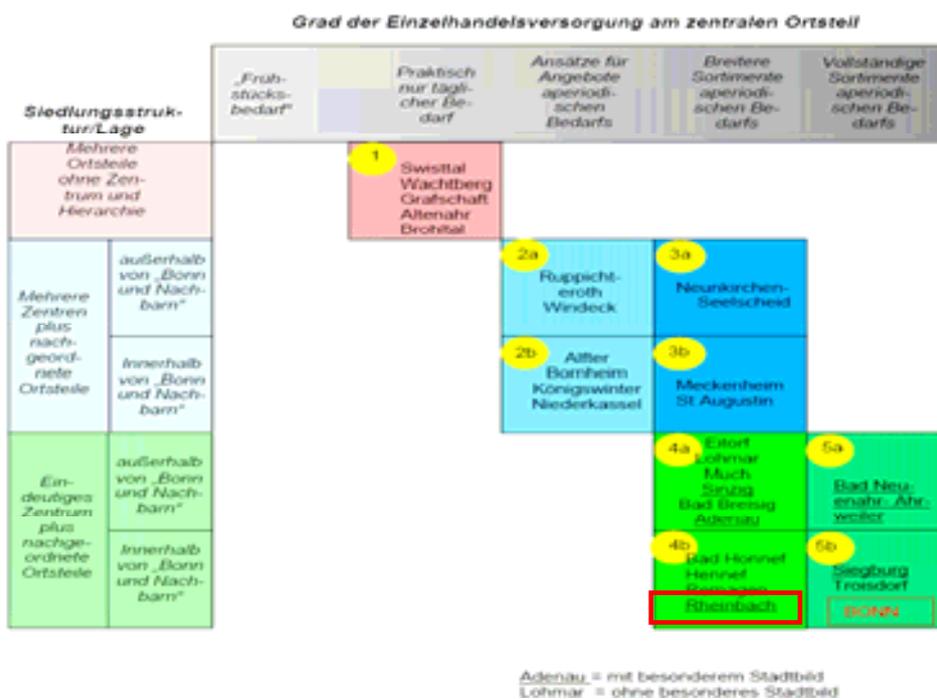


Abb. 1: Charakterisierung der Städte nach Siedlungsstruktur und Grad der Einzelhandelsversorgung

⁷ Vorlage für die Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses am 13.10.2003 und 03.11.2003

Die Struktur der Kommunen in der Region ist sehr heterogen, sowohl in Hinblick auf ihre Wirtschafts- und Stadtstruktur, als auch im Speziellen auf die Einzelhandels- und Zentrumsituation bezogen. Dennoch können die Kommunen anhand ihrer Einzelhandels- und Siedlungsstruktur bestimmten Gruppen zugeordnet werden.

Rheinbach weist nach der Typeneinordnung ein besonderes Stadtbild auf, deckt mit der Einzelhandelsstruktur vor Ort breitere Sortimente des aperiodischen Bedarfes ab und besitzt ein eindeutiges Zentrum und nachgeordnete Ortsteile.

5.3 Empfehlungen des REZK

Das REZK beschreibt ein Einzelhandelsszenario, aus dem Handlungsanleitungen für die Stadt Rheinbach abgeleitet werden können. Ausgangslage des Szenarios ist, dass der Einzelhandel in den Zentren zunehmend unter Druck steht, da konkurrierende Angebote in nicht integrierten Lagen Kaufkraft aus den Zentren ziehen und die Innenstädte nach und nach schwächen.

Aus diesem Szenario des REZK lassen sich folgende Ziele und Handlungsempfehlungen in Bezug auf Lage und Art des Einzelhandels für Rheinbach ableiten:

- Stärkung der Fachgeschäfte in den Zentren durch zentrenverträgliche Ansiedlungspolitik,
- Vermeidung von konkurrierenden Angeboten in nicht integrierten Lagen z.B. in Gewerbegebieten, d.h. großflächiger Einzelhandel soll außerhalb der Zentren das örtliche Angebot ergänzen, ohne die Zentren zu schädigen. Die Ansiedlung solcher großflächigen Betriebe erfolgt nur nach sorgfältiger Überprüfung der Auswirkungen,
- Beschränkung der zentrenrelevanten Sortimente in ergänzenden Fachmarktzentren in nicht integrierten Lagen z.B. in Sondergebieten oder Gewerbegebieten,
- Sicherung der Nahversorgung in den Ortsteilen, d.h. Sicherung und Entwicklung der wohnortnahen Grundversorgung.

Zentrale Fragen, die sich eine Kommune im Rahmen ihrer Ansiedlungspolitik stellen und durch ein Einzelhandelskonzept untermauern muss, sind:

- Wo sollen Fachmärkte im Stadtgebiet entstehen, die auf Grund ihrer Größenbedarfe nicht im Zentrum anzusiedeln sind, z.B. Baumärkte, Möbelhäuser, Gartenzentren etc.?
- Wie sind die zentrenrelevanten Randsortimente dieser Fachmarktzentren in nicht integrierten Lagen zu begrenzen?
- Wie groß dürfen die Randsortimente der Lebensmittelversorger sein?
- Wie wird die Nahversorgung mit Lebensmitteln im Stadtgebiet sichergestellt und wo sollen diese Standorte sinnvoller Weise liegen?

- Wie soll mit „Altsünden“ umgegangen werden, d.h. mit rechtlich gesicherten Fachmarktstandorten und Einzelhandelsstandorten in nicht integrierten Lagen?

Das Erfordernis eines spezifischen, kommunalen Einzelhandelskonzeptes ergibt sich aus der Notwendigkeit der Beantwortung der Fragen.

Das REZK empfiehlt, dass die Kommunen auf Grundlage einer systematischen Analyse möglichst interkommunale und regional abgestimmte Entwicklungspläne und -konzepte erarbeiten, die machbare Standortbereiche für den Einzelhandel und für Güter des täglichen Bedarfs zur Nahversorgung ausweisen. Diese Konzepte bilden dann die Informations- und Verhandlungsgrundlage für die Investoren- und Ansiedlungsgespräche und geben den Kommunen ein Steuerungsinstrument zur Hand, um in nicht integrierten Lagen über Sortimentsausschlüsse schädliche Auswirkungen zu vermeiden.

Für die Standortbereiche empfehlen sich gemäß REZK verschiedene Strategien der Ansiedlungspolitik:

Standorte / Strategien für den Lebensmitteleinzelhandel (nahversorgungsrelevante Sortimente):

- In größeren und mittleren Kommunen sollte bei ausreichender Siedlungsdichte das Prinzip verfolgt werden, nach dem Lebensmittelgeschäfte in die Zentren (Haupt- und Nebenzentren) oder in die Nähe zu Wohnvierteln gehören.
- Dabei sollte auch geprüft werden, ob Möglichkeiten für größere integrierte Standorte, z.B. in Kerngebieten (MK) oder in innerstädtischen Sondergebieten (SO) in oder an Wohngebieten, bestehen. Dabei sollten die bisher ungenutzten Flächenpotenziale betrachtet werden oder die Umnutzungsmöglichkeiten im Bestand geprüft werden.
- Erfassung unterversorgter Bereiche im Stadtgebiet und Prüfung, ob eine Einzelhandelsansiedlung wirtschaftlich tragfähig ist.

Standorte / Strategien für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Randsortimenten:

- Überprüfung der Alt-Standorte: Bestehende Standorte sind in der Gesamtplanung einzubeziehen und durch Aktualisierung des Baurechtes umzuplanen. Überprüfung, ob eine Weiterentwicklung der Standorte sinnvoll und zulässig erscheint.
- Kontrollierte Ausweitung / Ansiedlung der Fachmärkte: Priorität sollte die Ansiedlung von Fachmärkten oder vergleichbaren großflächigen Angeboten in oder nah an Zentren haben.
- Beschränkte Ansiedlung von Fachmärkte in nicht integrierten Lagen: Nur in Ausnahmefällen sollten Fachmärkte mit zentrenrelevanten Sortimenten als Einzelan-

siedlung oder in Einkaufszentren außerhalb der Zentren zulässig sein, wenn nachgewiesen ist, dass keine zentrenschädigende Wirkung zu erwarten ist.

- Begrenzung der Fachmärkte in ihrer Verkaufsfläche: Fachmärkte in ihren Sortimenten oder in der Gesamtverkaufsfläche so beschränken, dass keine negativen Auswirkungen auf eigene oder nachbarliche Zentren entstehen.
- Beschränkung der zentrenrelevanten Nebensortimente: Der NRW Einzelhandelserlass begrenzt die Nebensortimente auf 10% der Verkaufsfläche oder höchstens 2.500 m² als Obergrenze (sofern die Größenordnung des Sortiments der zentralörtlichen Gliederung entspricht). Diese sollte immer individuell für die Kommune selbst definiert werden und ggf. enger gefasst werden, wenn absehbar ist, dass eigene oder benachbarte Zentren geschädigt werden könnten.

Standorte / Strategien für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten:

- Die Landesplanung in NRW gestattet die Ansiedlung von großflächigen Fachmärkten / Märkten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. In der Regel müssen diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe dennoch in Bezug auf Größe und Umsatz mit der Zentralitätshierarchie verträglich sein.

6. BESTANDSANALYSE DER EINZELHANDELSSTRUKTUR

Als Einführung in die Bestandsanalyse werden kurz die Rahmenfaktoren der Einzelhandelsentwicklung in Rheinbach beschrieben. Im Anschluss daran wird die Angebotsituation und die Nachfragesituation in Rheinbach dargestellt. Bei der Analyse der Angebotsseite basieren die Datengrundlagen überwiegend auf eigenen Erhebungen der Stadt Rheinbach. Bei der Analyse der Nachfrageseite ist auf Sekundärdatenquellen wie z.B. bestehende Gutachten, Einzelhandelskennziffern und Umfragen zum Einkaufsverhalten anerkannter Institutionen zurückgegriffen worden.

6.1 Rahmenfaktoren und Anbindung in die Region

Rheinbach liegt ca. 30 Autominuten vom Ballungsraum Bonn entfernt. Die ca. 27.500 EW⁸ Einwohner verteilen sich auf den Zentralort und die umliegenden zwölf Ortsteile Flerzheim, Hilberath, Irlenbusch, Loch, Merzbach, Neukirchen, Niederdrees, Oberdrees, Queckenberg, Ramershoven, Todenfeld und Wormersdorf. Die Ortsteile erstrecken sich mehr oder weniger konzentrisch um den Zentralort und sind über die Hauptausfallstraßen mit dem Zentralort Rheinbach verbunden.



Abb. 2: Einzugsbereich des Rheinbacher Einzelhandels⁹

⁸ Stand Juli 2007: Einwohnerstatistik der Stadt Rheinbach

⁹ Von 100 befragten Gewerbetreibenden in Rheinbach nannten 51 Personen Bonn, Meckenheim und Euskirchen als direkte Konkurrenten und einen engeren Einzugsbereich von 20 km für Kunden, die in Rheinbach einkaufen. Der weitere Einzugsbereich wurde mit 50 km um Rheinbach angegeben. Wegen der geringen Grundgesamtheit ist diese Aussage nur als Orientierungswert anzusehen. Repräsentativ wird eine Umfrage erst, wenn mindestens eine Grundgesamtheit von 100 Befragten als Ergebnis vorliegt.

PKW-Anbindung

Rheinbach ist besonders verkehrsgünstig gelegen. Im Norden erstreckt sich die A 61, die Rheinbach nach Norden über die A1 an den Großraum Köln-Bonn anbindet und nach Süden den Raum Koblenz, Wiesbaden Darmstadt direkt anbindet. Rheinbach bietet daher optimale Voraussetzungen zur Ansiedlung von Gewerbe und für die Erreichbarkeit aus dem Umland in Bezug auf Einkäufe.

Schiennetz

Die Voreifelbahn verbindet Rheinbach im bis zu viertelstündigen Takt mit Bonn und im halbstündigen Takt mit Euskirchen, in den Abendstunden ist der Takt auf eine Stunde verringert. Von den dortigen Bahnhöfen aus hat man direkten Anschluss an das Hochgeschwindigkeitsnetz der Deutschen Bahn. Diese Verbindung ermöglicht es auch, den Großraum Köln-Bonn gut innerhalb einer halben Stunde zu erreichen. Diese sind adäquate Voraussetzungen für Rheinbach als Wohn- und Einzelhandelsstandort. Durch die gute Erreichbarkeit sind Köln, Bonn und Euskirchen jedoch auch große Konkurrenzstädte im Bereich des Einzelhandels.

ÖPNV

Das ÖPNV-Netz im Stadtgebiet ist gut ausgebaut und ergänzt das Schienenangebot Richtung Bonn und Euskirchen. Das Stadtgebiet des Zentralortes selbst ist fast flächendeckend mit dem Bus erschlossen. Die Anbindung der Ortschaften in einem Stundentakt ist vorhanden¹⁰. Gerade für nicht mobile Menschen, z.B. jugendliche und ältere Menschen, ist dies die Grundvoraussetzung, um am öffentlichen Leben selbständig teilzunehmen und sich mit Gütern des täglichen Bedarfs (Nahversorgung) zu versorgen.

Auch wenn das Stadtgebiet flächendeckend über ein Busnetz verfügt, nimmt der Bus als Beförderungsmittel nur eine untergeordnete Rolle ein¹¹. Trotz seiner hohen Bedeutung für die Nahversorgung der nicht mobilen Bevölkerungsgruppen ist die Akzeptanz eher als gering einzustufen. Eine Angebotsausweitung durch zusätzliche Linien oder eine verbesserte Taktung wäre mit hohem finanziellem Aufwand verbunden¹². Dieser Aufwand ist proportional zum erzielten Effekt nicht gerechtfertigt. Die dennoch wichtige Bedeutung des ÖPNV in Bezug auf die Nahversorgung ist in Kapitel 6.2.5 beschrieben.

Der Zentralort und die Hauptgeschäftslage an der Hauptstraße sind über den Schienenpersonennahverkehr, Busse und fußläufig vom Bahnhof gut zu erreichen. Fuß- und Radwege sind im Stadtgebiet und an den Hauptausfallstrassen überwiegend vorhanden, so dass der Zentralort auch aus den Ortsteilen mit dem Fahrrad gut zu erreichen ist. Eine Busanbindung aus den Ortsteilen in den Zentralort ist gewährleistet. Hauptverkehrsmittel aus den Ortsteilen in den Zentralort ist und bleibt jedoch das Auto. Daher ist

¹⁰ Stadtentwicklungskonzept Hamerla 2005, S.40 ff.

¹¹ Gemäß Modal Split liegt der ÖPNV-Anteil an allen Fahrten bei 3,4%.

¹² Stadtentwicklungskonzept Hamerla 2005, S.30 und 40 ff.

das Parkraumangebot in Rheinbach ein entscheidendes Kriterium für den Einkauf und die Attraktivität in der Innenstadt.

Nähere Informationen zur Verkehrssituation in Rheinbach sind dem aktuellen, im Jahr 2006 vom Rat beschlossenen, Entwicklungs- und Handlungskonzept zu entnehmen. Hier werden weiterhin die Bereiche Tourismus, Verkehr, Wohnen, Innenstadt, Einzelhandel in Auszügen und die Bevölkerungsentwicklung u.v.m. behandelt.

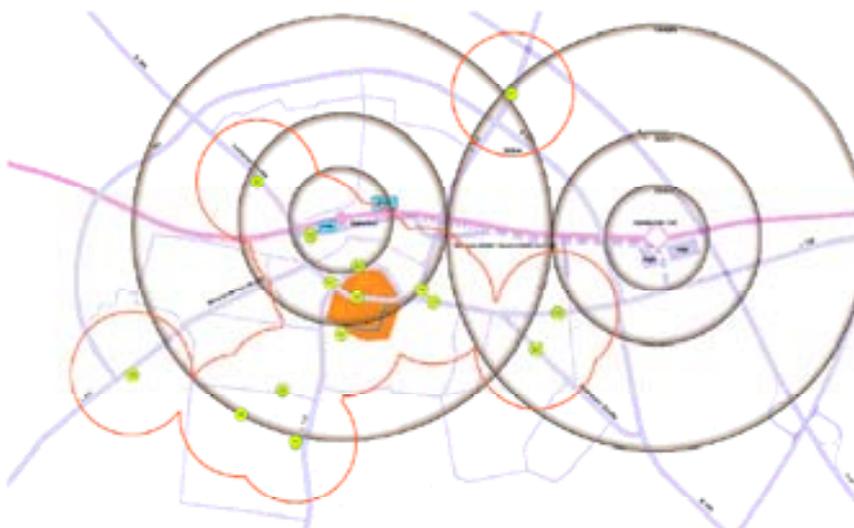


Abb. 3: ÖPNV Erreichbarkeit in Rheinbach-Zentralort mit geplantem Haltepunkt Ost

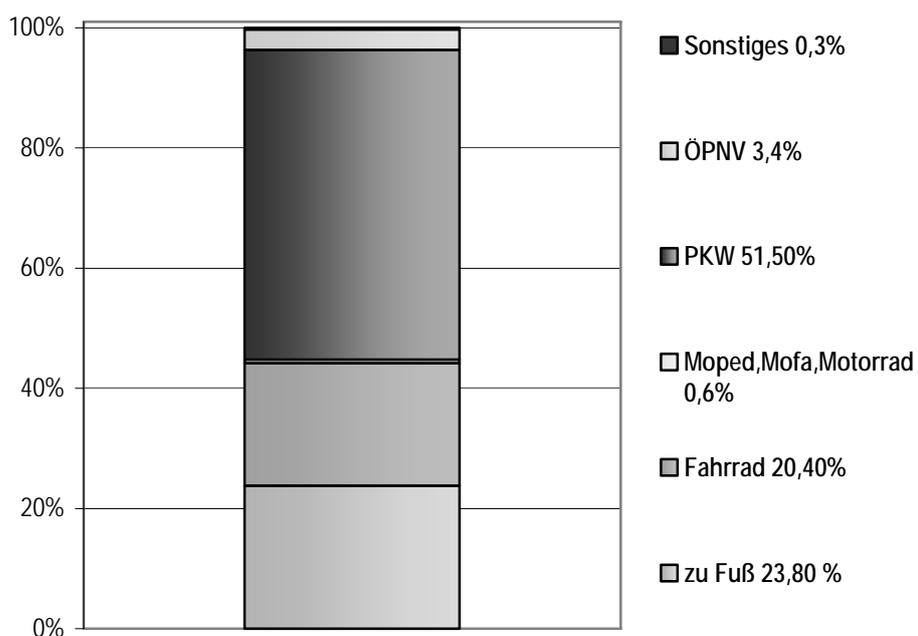


Abb. 4: Modal-Split 2001 (Verkehrsmittelwahl)

Tabelle 2: ÖPNV-Verbindungen in Rheinbach

Linie	Verkehrsmittel	Linienband
RB23	Eisenbahn	Bonn – Meckenheim – Rheinbach – Euskirchen – Bad Münstereifel
TaxiBus828	Bus	Bad Münstereifel Bf – Scheuren – Houverath – Wald – Scheuerheck – Bad Münstereifel-Effelsberg
TaxiBus840	Bus	Berg – Krälingen – Hilberath – Rheinbach
TaxiBus849	Bus	Rheinbach – Hilberath – Grafschaft – Altenahr – Kreuzberg
800	Bus	Bonn Hbf – Bonn-Duisdorf – Alfter – Witterschlick – Meckenheim - Lüftelberg – Rheinbach Bf
802	Bus	Euskirchen Bf – Palmersheim – Rheinbach-Kurtenberg – Bad Münstereifel-Wald – Bad Münstereifel-Scheuerheck
805	Bus	Rheinbach Bf – Swisttal-Ludendorf { Swisttal-Odendorf Swisttal-Heimerzheim }
840	Bus	Berg – Krälingen – Hilberath – Rheinbach
842	Bus	Rheinbach Bf – Swisttal-Odendorf – Euskirchen-Kuchenheim – Euskirchen Bf
844	Bus	Bad Neuenahr – Ahrweiler – Grafschaft - Meckenheim
846	Bus	Rheinbach Bf. – Swisttal-Morenhoven – Swisttal Buschhoven
849	Bus	Rheinbach – Hilberath – Grafschaft – Altenar – Kreuzberg
855	Bus	Bonn-Bad Godesberg – Wachtberg-Villip – Meckenheim-Merl – Meckenheim Hf. – Rheinbach Bf.
AST 884	Anrufsammeltaxi	Anrufsammeltaxi Rheinbach

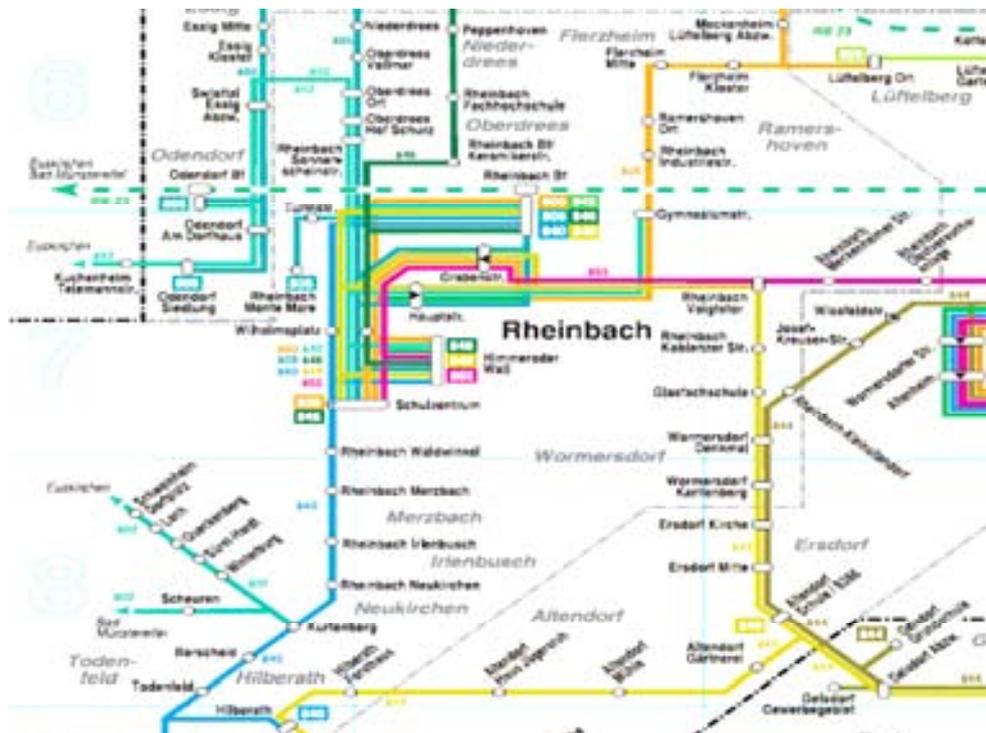


Abb. 5: Liniennetzplan Rheinbach

Parkplatzsituation in Rheinbach

Der Zentralort Rheinbach bietet zahlreiche öffentliche Parkplätze, die augenscheinlich auch gut besetzt sind. Zentral gelegen ist der Parkplatz Himmeroder Wall / Prümer Wall mit ca. 160 Parkplätzen, der gleichzeitig auch Festplatz für die Rheinbacher Stadtkirmes ist. Die Tiefgarage Deinzer Platz, die sowohl öffentliche als auch private Stellplätze enthält, bietet eine direkte Ergänzung. Hier sind 74 öffentliche Parkplätze verfügbar. Zusätzlich gibt es den Parkplatz Grabenstraße mit ungefähr 100 Parkgelegenheiten, den Parkplatz „Römerkanal“ mit ca. 33 Plätzen, den Parkplatz „Am Jüdischen Friedhof“ (P+R) mit ca. 40 Stellplätzen, den P+R Keramiker Straße mit ca. 50 Stellplätzen (ST), den Parkplatz Bungert mit ca. 30 Stellplätzen. Von diesen Parkplätzen aus ist die Innenstadt und das dortige Einzelhandelsangebot fußläufig innerhalb von 2 bis 5 Minuten zu Fuß zu erreichen. Hinzu kommen die zahlreichen geschäftszugehörigen Kundenparkplätze.

Die Lage der Parkplätze ist über das Parkraumkonzept der Stadt Rheinbach vorbestimmt. Rund um die historische Altstadt sind öffentliche Parkplätze angelegt, um eine optimale Erreichbarkeit des Hauptgeschäftszentrums zu gewährleisten.

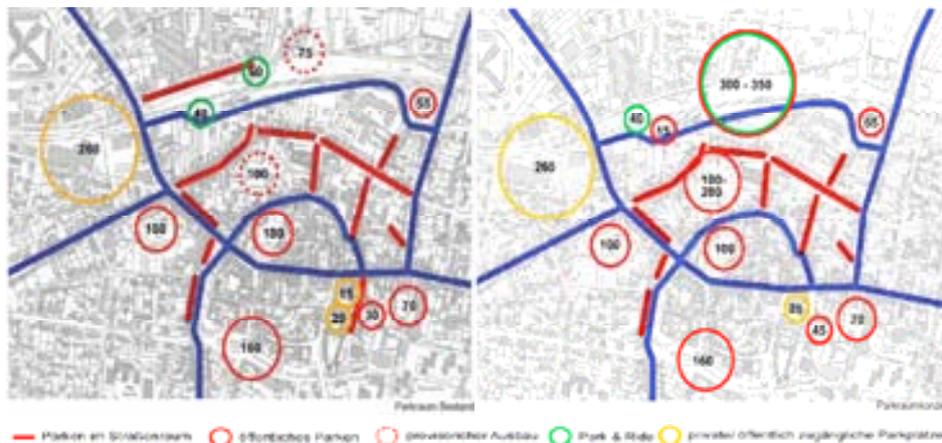


Abb. 6: Parkplatzsituation in Rheinbach

Wie aus der Abbildung 6 ersichtlich ist, sind aus jeder Einfahrtrichtung in die Stadt öffentliche Parkplätze zu erreichen. Abgesehen von Sonderveranstaltungen und innerhalb saisonaler Spitzenzeiten ist davon auszugehen, dass das Angebot ausreicht und sogar noch Kapazitäten vorhanden sind. Im weiteren Innenstadtbereich sind mit den straßenbegleitenden Parkplätzen ca. 1100 öffentliche Stellplätze vorhanden¹³. Hinzugerechnet sind die privaten Parkplätze, die aber öffentlich zugänglich sind, wie z.B. an den Supermärkten im Stadtgebiet. Ein Beschilderungssystem erleichtert die Orientierung und lenkt die Verkehrsströme in Richtung der Parkplätze. Es ist anzumerken, dass die günstig gelegenen Parkplätze häufig überlastet sind. Weitere Informationen sind dem Stadtentwicklungskonzept Rheinbach zu entnehmen.

¹³ Erfassung aus 2004 durch das Büro Hamerla, Dortmund

Tabelle 3: Öffentliche Parkplätze in Rheinbach 2007¹⁴

Parkplatz	Anzahl Stellplätze	Gehminuten bis zur Hauptstraße	Kostenpflichtig
Himmeroder Wall	75	2 min	ja
Prümer Wall	86	2 min	ja
Deinzer Platz Tiefgarage	64	2 min	ja
Deinzer Platz Oberdeck	10	2 min	ja
Grabenstraße	100	3 min	nein
Bungert Parkplatz	32	2 min	ja
Pallotti Parkplatz	34	3 min.	nein
Römerkanal	33	5 min	nein
Park+ Ride Keramiker Straße	ca. 50	5 min	nein
Park + Ride Am Jüdischen Friedhof	ca. 40	5 min	nein
Bahnhofstraße	28	2 min.	nein
Aachener Straße	8	3 min.	nein
Grabenstrasse	14	2 min.	nein
Löher Strasse	17	2 min.	nein
Ramershovener Strasse	19	4 min.	nein
Kriegerstraße	17	2 min.	nein
Schweigelstraße	25	2 min.	nein
Vor dem Dreeser Tor	20	2 min.	nein
Langgasse	4	2 min.	nein
Kallenturm	3	2 min.	nein
Gerbergasse	29	2 min.	nein
Gymnasiumstrasse	21	4 min.	nein
Vor dem Voigtstor	17	1 min.	nein
Hauptstraße	8	0 min.	nein
Bachstraße	7	2 min.	nein
Polligstrasse	26	2 min.	nein
Wingchen	5	5 min.	nein
Mittelweg	16	5 min.	nein
Weiberstraße	4	1 min.	nein
Martinstraße	21	2 min.	nein
Schützenstraße	6	6 min.	nein
Mühlengasse	6	3 min.	nein
Summe	833		

¹⁴ Öffentliche Stellplätze innerhalb des Abgrenzungsbereiches der Stellplatzsatzung, Erhebung aus Juli 2007, Stadt Rheinbach

Eine Umfrage des Bonner Generalanzeigers aus dem Jahr 2005 ergab, dass sich 15 % der 500 befragten Rheinbacher eine Verbesserung der Parksituation in Rheinbach wünschen. Vor allem der Wunsch nach kostenlosen Parkplätzen ist bei 31 % der 500 Befragten vorhanden¹⁵.

Die Verfügbarkeit von verkehrsgünstig gelegenen Parkplätzen hängt eng mit der Attraktivität des Einkaufsstandortes zusammen. In Rheinbach ist das Hauptgeschäftszentrum fußläufig innerhalb weniger Minuten zu erreichen. Dies spricht für den Einkaufsstandort Rheinbach. Eine optimale Parkplatzstruktur, wie es sich der Kunde häufig wünscht, gibt es nicht. Die Wunschvorstellung, mit dem Auto vor jedem Geschäft parken zu können, würde teuer durch den Verlust der Attraktivität erkaufte werden und den Einkaufsstandort Innenstadt schädigen. Es ist dem Kunden daher zuzumuten, wenn keine Kundenparkplätze vorhanden sind, bis zu 5 Minuten zu Fuß zu laufen und dafür den ruhenden Verkehr an geeigneten Stellen zugunsten der Innenstadt zu bündeln.

6.2 Einzelhandelsangebot in Rheinbach

„Es wird eine Renaissance einiger, hoffentlich vieler Innenstädte geben. Die Selektion wird aber gravierend sein. Es werden nur die Zentren zu den Gewinnern gehören, die spätestens heute die richtigen Weichen für die Zukunft stellen.“¹⁶

Die Innenstadt Rheinbachs lebt durch ihre Vielfalt. Die Lebens- und damit auch die Kaufgewohnheiten verändern sich und werden sich, ausgelöst durch die demographische Entwicklung und die Wirkung der neuen Medien, noch deutlicher verändern. Die hieraus resultierenden Ansprüche an hohe Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums, umfassende Angebote mit Erlebniseinkauf, Gastronomie, Cafes und Restaurants, an Freizeiteinrichtungen und Kulturangebote im Innenstadtbereich sowie die Möglichkeit zur Verknüpfung des Einkaufs mit dem Besuch bei Ärzten und Behörden, erfordern eine umfassende Mischung der Angebote in einem Umfeld mit hoher Urbanität. Die Voraussetzungen für das Rheinbacher Zentrum sind trotz einer gewissen Konkurrenzsituation an nicht integrierten Standorten (noch) günstig¹⁷.

6.2.1 Räumliche Struktur des Einzelhandelsangebotes in Rheinbach-Zentralort

Der mittelalterliche Kern stellt auch heute noch das historisch gewachsene Geschäftszentrum der Stadt Rheinbach dar. Das Angebot konzentriert sich im Wesentlichen auf die Hauptstraße und ihre östlichen und westlichen Verlängerungen. Sie ist die Haupteinkaufszone der Stadt. Als historisch gewachsene Einzelhandelsachse schafft sie mit den

¹⁵ Telefoninterviews Bonner Generalanzeiger / OmniQuest, September 2005, 500 Befragte in der Rheinbacher Innenstadt, 52 % Frauen, 51 % Berufstätige, 49 % aus dem Zentrum, Befragung ab 16 Jahren und Alter, Zeitungsartikel GA, 19.01.2006 „Die Atmosphäre ist das große Plus der Innenstadt“

¹⁶ Auszug aus dem Stadtentwicklungskonzept der Stadt Rheinbach, Büro Hamerla, 2005, S.83ff

¹⁷ a.a.O., Hamerla S.83 ff

unter Denkmalschutz stehenden bzw. zu erhaltenden mittelalterlichen Gebäuden das notwendige stilvolle Ambiente für den Einkauf und/oder das Flanieren¹⁸.

Abbildung 8 zeigt die Altstadt Rheinbachs, die als zentraler Einzelhandelsstandort Innenstadt zu charakterisieren ist. Innerhalb der historischen Mauern verläuft die Hauptstraße in Ost-West Richtung und weist einen dichten Einzelhandelsbesatz auf. In Nord-Süd-Richtung sind die Weiherstraße und die Pützstraße zu nennen, die den Parkplatz Himmeroder Wall mit der Hauptstraße verbinden.



Abb. 7: Stadtansichten

Hinzu kommt der Deinzer Platz als Verlängerung der Raiffeisenpassage, über den die Grabenstraße mit an die Hauptstraße angeschlossen ist. Als weitere Einzelhandelslagen im historischen Zentrum sind mit einem deutlich geringeren EH-Besatz die Schweißstraße, der Himmeroder Wall und die Bachstraße zu nennen.

Der Verlauf der historischen Stadtmauer ist auch im heutigen Stadtbild noch gut ablesbar. Im Süden entlang des Himmeroder Wall / Prümer Wall, im Westen durch die Martinstraße begrenzt, im Norden durch die Grabenstraße und die Löherstraße markiert und im Osten durch den Bungert wieder an den Himmeroder Wall angebunden. Reste der Stadtmauer prägen auch heute noch markant das Stadtbild Rheinbachs.



Abb. 8: Einzelhandelsstandort Innenstadt¹⁹

¹⁸angelehnt an Hamerla, S 83 ff.

¹⁹ Anmerkung: Zur Innenstadt gehört sowohl die innere als auch äußere Gebäudezeile entlang des historischen Verlaufes der Stadtmauer

Dieser äußere Ring der Altstadt Rheinbachs ist Standort für einige Einzelhandelsgeschäfte. Auf Grund der historischen Stadtentwicklung und dem realen Besatz an Einzelhandelsgeschäften kann man den historischen Altstadt kern optisch und funktional als Hauptzentrum für den Einzelhandel definieren.

Die historische Innenstadt Rheinbachs ist gekennzeichnet durch ein breites Spektrum an Einzelhandelsangeboten. Die Ladenstruktur ist kleinteilig und abwechslungsreich.

In der nachfolgenden Tabelle ist der vorhandene Einzelhandelsbesatz der Altstadt in Auszügen aufgelistet.

Einzelhandelsbesatz Innenstadtzentrum Rheinbach

- Lebensmittel, Feinkost
- Obst und Gemüse
- Lebensmittelhandwerk Fleisch- und Wurstwaren
- Lebensmittelhandwerk Backwaren
- Elektrofachhandel, TV, Hifi, Computer, Telekommunikation
- Blumen, Schnittblumen, Dekoration, Topfpflanzen
- Bekleidung Damen und Herren
- Bücher Fachzeitschriften
- Optik, Akustik, Gesundheit
- Süßwaren, Tabakwaren, Unterhaltungszeitschriften
- Schreibwaren
- Heimtextilien, Gardinen, Dekorationsbedarf
- Möbel, Teppiche
- Einrichtungsbedarf, Geschenke, Wohnaccessoires
- Drogerieartikel, Parfümerie, Kosmetik, Körperkosmetik
- Naturkost, Tee, Kräuter
- Uhren, Edelsteine, Edelmetall
- Lederwaren, Schuhe
- Sportartikel und Sportbekleidung
- Fotofachhandel
- Musik, Tonträger
- Antiquitäten, Bilder, Grafiken
- Orthopädiebedarf, Gesundheitsbedarf, medizinische Artikel
- Medikamente, Apotheken

Die Analyse hat zum Ergebnis, dass im inneren Altstadtbereich sowohl das kurz-, mittel- und langfristige Marktsegment vertreten ist.

Der kleinteilige Einzelhandelsbesatz entlang der Hauptstraße setzt sich über die historischen Stadtmauern hinaus auf der Straße „Vor dem Dreeser Tor“ und der Straße „Vor dem Voigtstor“ nach Westen und Osten fort und wird sinnvoll ergänzt.

Diese beiden Fortführungen der Innenstadt „Vor dem Dreeser Tor“ und „Vor dem Voigtstor“ sind auf Grund ihrer Einzelhandelsstruktur der historischen Innenstadt sehr ähnlich und können daher zum Innenstadtzentrum hinzugezählt werden.

Der straßenbegleitende Einzelhandel „Vor dem Dreeser Tor“ ist eine logische und räumlich zusammenhängende Fortführung des Einzelhandels von der Hauptstraße bis zum Nahversorgungszentrum „Alte Molkerei“. Danach bricht der Einzelhandelsbesatz stark ab. Die Bahnlinie als räumliche Zäsur markiert die Grenze der „integrierten Einzelhandelslage“. Nördlich der Bahnlinie bestehen vereinzelte Betriebe, z.B. ein Fachgeschäft für Öfen, ein Möbel- und Einrichtungshaus und ein Lebensmitteldiscounter (LB-Discounter) etc. Diese haben jedoch momentan nicht das Gewicht, ein eigenes Zentrum zu definieren bzw. den Innenstadtzentrumsbereich über die Bahn hinweg zu verlängern. Zusätzlich sind die angebotenen Waren überwiegend nicht zentrentypisch.

Im östlichen Fortsatz der Hauptstraße reißt der dichte kleinteilige Einzelhandelsbesatz nicht so „eindeutig“ ab. Entlang der Straße „Vor dem Voigtstor“ ist der Einzelhandelsbesatz noch relativ dicht, danach dünnt er mit zunehmender Entfernung zum historischen Zentrum aus. Noch weiter östlich des Zentrums, d.h. entlang der Koblenzer- und Meckenheimer Straße, steigt der Anteil an großflächigen Betrieben wie z.B. Autohäuser bzw. KFZ Einzelhandelsbetriebe, Supermärkten, Fachmärkten, nicht großflächige Lebensmittel-Discounter deutlich an. Diese strukturell veränderte Einzelhandelslandschaft setzt sich fort bis zum Fachmarktzentrum „An den Märkten“, das als Gewerbegebiet (GE) und Sondergebiet (SO) rechtlich ausgestaltet ist.

Die beiden Standorte „Alte Molkerei“ und „An den Märkten / Meckenheimer Straße“ sind erst in den letzten Jahren gewachsen. Man kann sie bedingt als Konkurrenzstandorte zum traditionellen Einzelhandelsstandort im historischen Stadtzentrum einstufen. Die Konkurrenz besteht jedoch nicht im Bereich der Hauptsortimente, sondern eher über die angebotenen, zulässigen Randsortimente der Einzelhandelsbetriebe.

Der integrierte Nahversorgungsstandort „Alte Molkerei“ liegt ca. 250 m von der Innenstadt entfernt und in direkter räumlicher Nähe zum Bahnhof Rheinbach. Er ist geprägt durch einen großen LB-Vollsortimenter mit integriertem Textildiscounter, einem LB-Discounter, einen eigenständigen Modemarkt, einen Schuhmarkt und einen Matratzen-Markt im vorderen Bereich zur „Aachener Straße“. Der frequenzstarke LB-Vollsortimenter ist Grundlage für die Ansiedlung weiterer nahversorgungsrelevanter Angebote im Inneren des Supermarktes. Typischerweise sind Nutzungen wie Blumenhandel, Tabakwarenverkauf, Zeitschriftenverkauf, Lottoannahmestelle, Feinkost und Backwaren vorhanden. Der Standort „Alte Molkerei“ wird auf der anderen Bahnseite

ergänzt durch den Raiffeisen-Markt mit größtenteils baumarkttypischem Sortiment, einen weiteren LB-Discounter an der Aachener Straße, einen Computerfachhändler sowie ein Möbel- und Einrichtungshaus. Der Schwerpunkt des Nahversorgungszentrums „Alte Molkerei“ liegt auf dem Lebensmittelbereich, jedoch wurde das Angebot durch Textil-, Schuhe und Lederwaren im niedrigeren Preissegment ausgeweitet und der Einzelhandelsbesatz straßenseitig zur Straße „Vor dem Dreeser Tor“ bis zur Eisenbahntrasse fortgeführt.

Auf der anderen Seite der Kernstadt hat sich das nicht-integrierte innenstadtnahe Fachmarktzentrum „An den Märkten“ in Fortführung der Meckenheimer Straße gebildet. Dieser Standort ist ca. 1000 m von der Altstadt entfernt. Dominiert wird dieser Bereich durch einen großen Baumarkt. Weitere Prägung erfährt das Gewerbegebiet z.B. durch Schnellrestaurants, diverse Autohandelsbetriebe, weitere Fachmärkte mit Baustoff- und Heimwerkerbedarf sowie durch Möbeleinzelhandel. Dieser nicht-integrierte Standort ist durch Zweckbauten dominiert. Der Charakter dieses Standortes hebt sich ganz deutlich von dem Charakter des Nahversorgungszentrums „Alte Molkerei“ ab. Der Standort „Alte Molkerei“ kann im Gegensatz zum Standort „An den Märkten“ als integriert bezeichnet werden, da er durch die Lage und den straßenbegleitenden Einzelhandel „Vor dem Dreeser Tor“ an das Zentrum unmittelbar angebunden ist. Vom Zentrum aus in östlicher Richtung zu dem Standort „An den Märkten“ bricht der Einzelhandelsbesatz jedoch hinter dem „Voigtstor“ ab und findet erst entlang der Meckenheimer Straße in einem grundlegend veränderten Charakter seine Fortführung. Zwischen der Innenstadt und dem östlichen Fachmarktzentrum bestehen keine Führungsvorteile, d.h. die Innenstadt profitiert nicht von dem frequenzstarken Fachmarktzentrum.

Ebenfalls an der Meckenheimer Straße, am westlichen Rand des Fachmarktzentrenbereiches, liegt das zweite Nahversorgungszentrum mit einem großflächigen Lebensmittelvollsortimenter. Auch hier ist der Lebensmittelmarkt Frequenzbringer für zahlreiche komplementäre Nutzungen. Dieser Bereich übernimmt eine wichtige gesamtstädtische Versorgungsfunktion sowie eine Nahversorgungsfunktion für die umliegende Wohnbebauung.

Aus einer Umfrage des Bonner Generalanzeigers aus dem Jahr 2006²⁰ geht hervor, dass die beiden genannten Nahversorgungszentren insbesondere im Sortiment Lebensmittel die Rheinbacher Bevölkerung anziehen.

Das Gebiet „An den Märkten“ hingegen hat seine stärkste Anziehungskraft im Sortiment Heimwerkerbedarf. Der Baumarkt in Kombination mit einem Baustoffzentrum mit seinen nicht nur baumarkttypischen Randsortimenten ist in diesem Bereich dominierend.

Eine neue Entwicklung im Einzelhandel ist die Umnutzung und Erweiterung des „Alten Gymnasiums“ am Standort „Vor dem Voigtstor“. Das Gebäude stand lange leer und war ursprünglich mit Textileinzelhandel besetzt. Die neue Konzeption sieht vor, im historischen Teil Gastronomie und ärztliche Dienste sowie eine Apotheke anzusiedeln. Er-

²⁰ Bonner Generalanzeiger 2006, Umfrage des Institutes Omni - Quest, Grundgesamtheit der Befragten 500 Personen

gänzt wird diese Konzeption durch Wohnnutzungen in den Obergeschossen. Diese Entwicklung erfolgt an einem integrierten Standorte in der Innenstadt und zeigt quasi den Übergang bzw. den Wechsel einer sich verändernden Einzelhandelslandschaft an.

Eine weitere Standortkategorie der Einzelhandelsstandorte ist in den Ortsteilen zu verorten. Die Hauptfunktion ist hier die Sicherung der Nahversorgung mit Waren für den kurzfristigen, täglichen Bedarf. Differenziert werden muss in dieser Standortkategorie zwischen den Bereichen für Nahversorgung im Zentralort und denen in den Ortschaften.

Das Einzelhandelsangebot in den Ortschaften hat sich innerhalb der letzten Jahre reduziert. Gründe sind veränderte Betriebsformen und die zunehmende Mobilität der Bevölkerung, die zu Standortverlagerungen oder zu Betriebsaufgaben geführt haben. Die meisten Bewohner müssen daher den Zentralort aufsuchen, um Waren des täglichen, mittelfristigen und langfristigen Bedarfes zu kaufen. Nur vereinzelt lässt sich eine effektive Nahversorgungsfunktion in den Ortschaften identifizieren.

Zusammenfassend kann man festhalten, dass im Zentralort unterschiedliche Standortkategorien von Einzelhandelsnutzungen bzw. -agglomerationen identifiziert werden können.

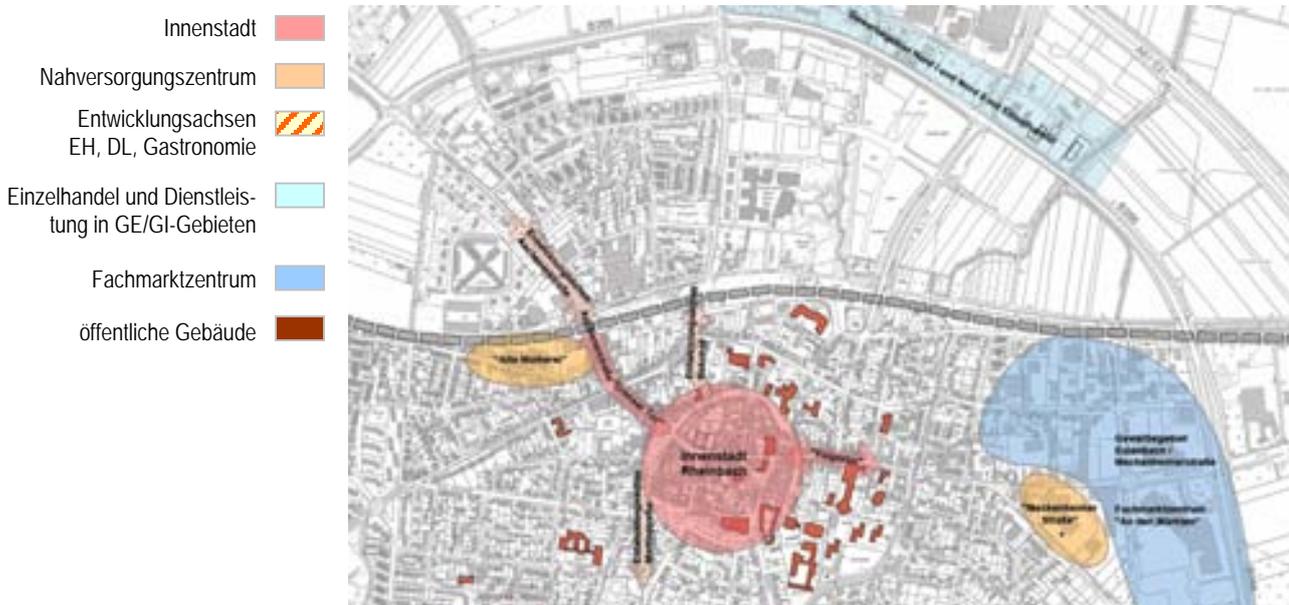


Abb.9: Räumliche Struktur des Einzelhandelsangebotes in Rheinbach-Zentralort²¹

Differenzieren kann man in „Innenstadtzentrum“, den innenstadtnahen, nicht integrierten Bereich des Fachmarktzentums „An den Märkten und Eulenbach“ und die Nahversorgungszentren „Alte Molkerei“ und „Meckenheimer Straße“.

Neben Bereichen mit dichtem Einzelhandelsbesatz sind aber auch Übergangsbereiche, d.h in Entwicklung befindliche Bereiche oder Achsen, zu identifizieren. Hier zeichnet sich durch die stadträumliche Lage Entwicklungspotenzial für den Einzelhandel ab.

²¹ Die solitären Nahversorgungsstandorte z.B. Discounter sind in der schematischen Übersicht nicht enthalten.

Beispielsweise ist vom Zentrum aus in Richtung Norden, als Verbindung zwischen Innenstadt und Bahnhof, eine zukünftige Entwicklungsachse abzuleiten. Das Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingkonzept zeigt auf, dass diese Achse langfristig zu stärken und baulich ausprägen ist, um eine attraktive Verbindung zwischen Bahnhof und Innenstadt herzustellen. Mit der Ausbildung dieser Wegebeziehung wird die Passantenfrequenz erhöht. Ziel für diese Entwicklungsachse ist es, Einzelhandelsgeschäfte und zentrenspezifische Dienstleister anzusiedeln. Flächenpotenziale entlang dieser Achse bieten große Erweiterungsmöglichkeiten.

Die Abbildung 9 „Räumliche Struktur des Einzelhandelsangebotes in Rheinbach“ verdeutlicht schematisch die beschriebene Einzelhandels- und Zentrenstrukturstruktur für den Rheinbacher Zentralort. Die Standorte des Einzelhandels in den Ortsteilen werden an dieser Stelle noch nicht dargestellt. In Kapitel 6.2.4 und 10.3 werden dazu nähere Aussagen getroffen.

6.2.2 Struktur und Lage des Einzelhandels

Bisher sind für Rheinbach 240 Einzelhandelsbetriebe mit Ladenlokalen erhoben worden. Insgesamt verfügt Rheinbach damit über ca. 61.400²² qm Verkaufsfläche (VKF).

Tabelle 4 zeigt, wie sich die Gesamtverkaufsfläche auf die einzelnen Warensortimente verteilt. Die Sortimente wurden zu Hauptgruppen zusammengefasst. Die nebenstehenden Klassifikationen der Wirtschaftszweige (WZ- Codes) orientieren sich an denen des statistischen Bundesamtes und zeigen an, welche Einzelgruppen jeweils enthalten sind. Für Unterkategorien sind vereinzelt neue Codes zur Fein-Differenzierung gewählt worden.

Wie aus der Tabelle 4 ablesbar ist, stellen die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel²³ mit 32,66 %, der KFZ Einzelhandel mit 11,48 % und Baumarktbedarf mit 9,62 % den größten Anteil an der Verkaufsfläche in Rheinbach dar.

Die drei Warengruppen beinhalten ca. ein Drittel (35 %) der erhobenen Betriebe und besitzen mehr als 50 % Verkaufsflächenanteil in Rheinbach²⁴. Dieses Ergebnis ist jedoch nicht ungewöhnlich, da die drei genannten Warengruppen betriebsbedingt sehr hohe Flächenbedarfe besitzen.

Neben den einzelnen Verkaufsflächenzahlen ist jedoch auch die räumliche Lage der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet von Bedeutung.

Die nachfolgenden Karten zeigen die Lage der Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe in Rheinbach Zentralort und in den Ortschaften. Es sind insbesondere im Zentralort deutliche Agglomerationen zu erkennen, aus denen sich auch die zentralen Versorgungsbereiche in Rheinbach ableiten lassen.

²² genau 61.372 m²

²³ ohne Großhandel Lebensmittel

²⁴ 240 Betriebe gesamt, davon NuG 56 + KfZ 21 + Baumarkt 5 = 82 Betriebe (ca. 35 % von 240 Betrieben); NuG 13.668 m² + KfZ 7.042 m² + Baumarkt 5.901 m² = 26.612 m² (ca. 44 % von 61.372 m² VKF)

Tabelle 4: Verkaufsfläche in Rheinbach nach Warengruppen

Hauptbranchen	VKF nach Sortiment in m ²	Anzahl Betriebe	% an VKF	WZ Codes der aggregierten Branchen
Lebensmittel, Nahrungs- und Genussmittel ²⁵	13.668,91	56	32,66	52.24.1, 52.22 52.25, 52.25.1 52.11, 52.27 52.62, 52.27
Großhandel Lebensmittel	6.971,00	1	11,36	51.39
Blumen, Schnittblumen, Gebinde, Zimmerpflanzen	266,85	6	0,43	52.49.1
Gesundheit- und Körperpflege, Drogerieartikel, Kosmetik, Parfümeriewaren, Optik, Akustik, Sanitätsbedarf	2.771,77	28	4,51	52.33.2, 52.33.1, 52.33, 52.32.0, 52.31.0, 52.49.3(1) ²⁶
Bekleidung /Textil Miederwaren, Wäsche, Handarbeitswaren	4.361,14	32	7,10	52.42.1, 52.41, 52.42.2, 52.42.4, 52.41.2, 52.41.2(1) ²⁷
Schuhe und Lederwaren, Täschnerwaren Schuhreparatur Schlüsseldienst	1.292,45	6	2,11	52.43.1, 52.71.0, 52.43.2
Hausrat und Porzellan, Glas Keramische Erzeugnisse, Kunsthandel, Galerie, Bilder	377,75	7	0,61	52.44.4, 52.44.6, 52.48.2
Sportartikel, Sportkleingeräte, Sportbedarf	770,00	3	1,25	52.49.8
Campingartikel und Zubehör, Campingwagen, Wohnmobile und Zubehör	4.247,86	3	6,92	52.49.8(1) ²⁸
Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör, Fahrradtextil	593,00	3	0,97	52.49.07
Spielwaren	94,95	2	0,15	52.48.6
Bücher, Fachzeitschriften, buchhandlungsspezifische Artikel, Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel, Bürobedarf	624,67	7	1,02	52.47.2, 52.47.1
Tabakwaren, Lotto, Toto, Süßwaren Unterhaltungszeitschriften, Spirituosen	382,77	6	0,62	52.26.0
Uhren, Schmuck; Edelmetallwaren, Goldschmiedekunst	369,81	4	0,60	52.48.5
Elektroartikel, hochwertige Haushaltsgeräte, TV- Hifi, Radio, Elektrogroßgeräte („Weiße Ware“), Telekommunikation und Zubehör, Hardware, Computer, Bauteile, Software, , Elektronische Spiele, Lernspiele, Video, Videospiele, Computerspiele	1.499,74	13	2,44	52.45.1, 52.49.5, 52.49.6, 52.45.1(2) ²⁹

²⁵ Backwaren, Konditorei, Fleischerein, Feinkost, Tee, Getränkehandel, Reformhaus, Naturkost, sonst. Lebensmittel

²⁶ kein WZ-Code vorhanden, daher eigene Codierung 52.49.31 für Hörgeräteakustik als Untergruppe zu Augenoptik

²⁷ Wäsche gehört eigentlich zu Kurzwaren WZ Code 52.41.2 . Zur besseren Unterscheidung wird jedoch eine eigene Kategorie eingeführt Code 52.41.2(1)

²⁸ kein WZ Code vorhanden, eigene Codierung 52.49.8(1) als Untergruppe zu Sport und Campingartikeln für alles rund um das Camping inklusive Camping KFZ aber ohne Möbel

²⁹ hierfür kein WZ-Code vorhanden, daher eigene Codierung 52.45.1(2) als Kategorie „Weiße Ware“ = zur Kategorie **Großelektro** gehörend, insbesondere Kühlschrank, Elektroherd, Waschmaschine, Spülmaschine und Wäschetrockner. Im Jargon heißt diese Kategorie - nach ihrer klassischen Farbe - auch **Weiße Ware**. In der Kategorie **Kleinelektro** hingegen sind Geräte wie Toaster, Haartrockner, Mikrowellenherd, Staubsauger und Kaffeemaschine. Diese haben den WZ-Code 52.45.1

Musik, Tonträger, Musikinstrumente, Musikalien CD, DVD; Schallplatten	44,00	1	0,07	52.45.3
Foto, Optik Fotozubehör. Fotoapparate, Entwicklung Bilder- rahmen etc.	123,18	2	0,20	52.49.4
Heimtextilien Unterart Bettwaren	274,16	2	0,45	52.44.7(1) ³⁰
Inneneinrichtung, Raumausstatter, Wohnstudios Kleine Möbel, Heimtextilien, Gardinen, Dekorationsgegenstände	2.781,20	4	4,53	52.44.1(1) ³¹ , 52.44.7,
Wohnaccessoires, Geschenke	188,00	4	0,31	52.44.1(3) ³²
Teppiche, antike Teppiche, Bodenbeläge (Ohne Meterware)	300,00	1	0,49	52.50.1(1) ³³
Einzelhandel mit Waren verschiedener Art z.B. Warenhan- delsgesellschaften mit Waren aller Art, saisonal wechsell- dem Sortiment z.B. Tchibo	86,79	2	0,14	52.1
Versandhandel	164,85	2	0,27	52.61.1, 52.61.3
Möbel aller Art inkl. Bettgestelle und Campingmöbel Kü- chenstudios	2.276,79	6	3,71	52.44.1, 52.44.1(2) ³⁴
Tapeten und Bodenbeläge aus verschiedenen Materialien Hand- und Heimwerkerbedarf	1.180,00	1	1,92	52.46.2
Bau- und Gartenmarktsortiment	5.901,17	5	9,62	52.46.3, 52.46
KFZ Einzelhandel, KFZ – Zubehör, Tuning, Ersatzteile Motorräder, Mofa, Roller, Motorisierte Zweiräder, Zweirad- zubehör und Ersatzteile	7.042,57	21	11,48	50.10.3, 50.30.3, 50.40.3
Tankstellen Shops mit Einzelhandel	548,85	4	0,89	50.50
Tiernahrung Tierfutter, allg. Tier- und zoologischer Bedarf	1.174,00	2	1,91	52.49.3
Sonstige z.B. spezielle, untypische Angebote Whirlpools Holzverarbeitungsmaschinen etc.. Eisproduktion etc.	994,00	5	1,61	50.00.0, 52.00.0 ³⁵
Summe	61.372,23	240	100	

³⁰ kein WZ-Code vorhanden, daher eigene Codierung 52.44.7(1) als Unterkategorie der Heimtextilien 52.44.7 mit der Bezeichnung Bettwaren, Matratzen. Auflegmatratzen, Steppdecken, Deckbetten, Polster, Schlummerrollen, Kopfkissen und ähnliches. Diese Waren gehören nicht direkt zu den Heimtextilien, sondern zu den Bettwaren. Lampen mit Stoffschirmen gehören ebenfalls nicht zu den Heimtextilien, sondern zu den Lampen unter WZ Code 52.44.2

³¹ kein WZ-Code vorhanden, daher neuer Code vergeben für Inneneinrichtungshäuser, die aber keine „Großmöbel“ führen, sondern eher auf Inneneinrichtungsbedarf, kleine Möbelstücke und Wohnaccessoires spezialisiert sind.

³² kein WZ-Code vorhanden, zur Differenzierung neuer Code eingeführt als Unterkategorie 52.44.1(3) Geschenkartikel/Wohnaccessoires da die Bezeichnung Einzelhandel Wohnmöbel nicht zutreffend ist.

³³ eigener WZ Code zur Abgrenzung hochwertiger Teppiche gegenüber Meterware und /Teppichwaren und Bodenbelägen

³⁴ eigener WZ Code zur Differenzierung von Küchenmöbeln

³⁵ WZ 52.00.0 und 50.00.0 sind eigene Codes um im statistischen Datensatz diese „Ausreißer“ bzw. Sonderfälle zu codieren

Abb. 10: Anteile an der gesamten Verkaufsflächen (nach Sortimenten gesplittet)

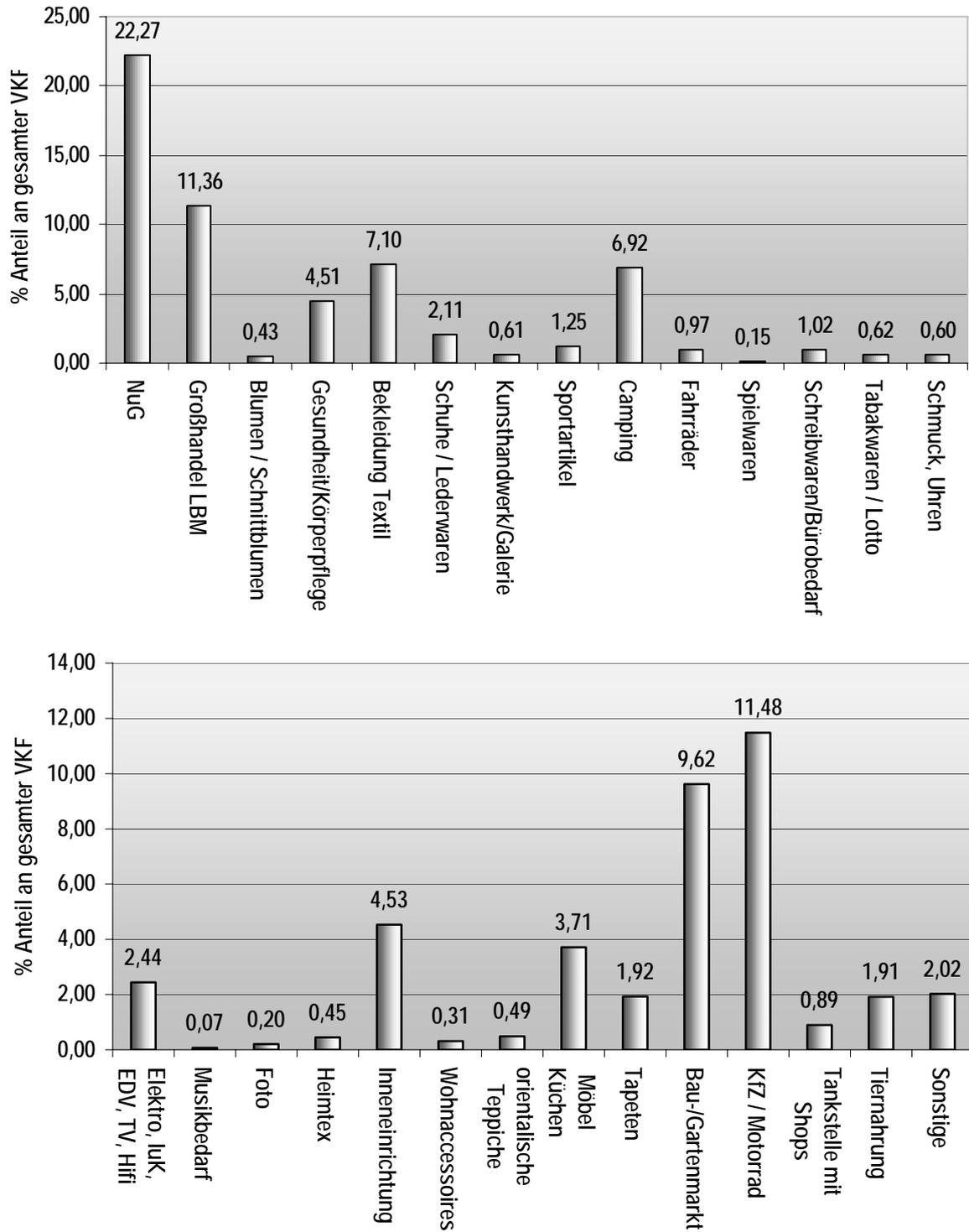


Abb. 11: Übersicht über die Lage der Einzelhandelsbetriebe in Rheinbach-Zentralort

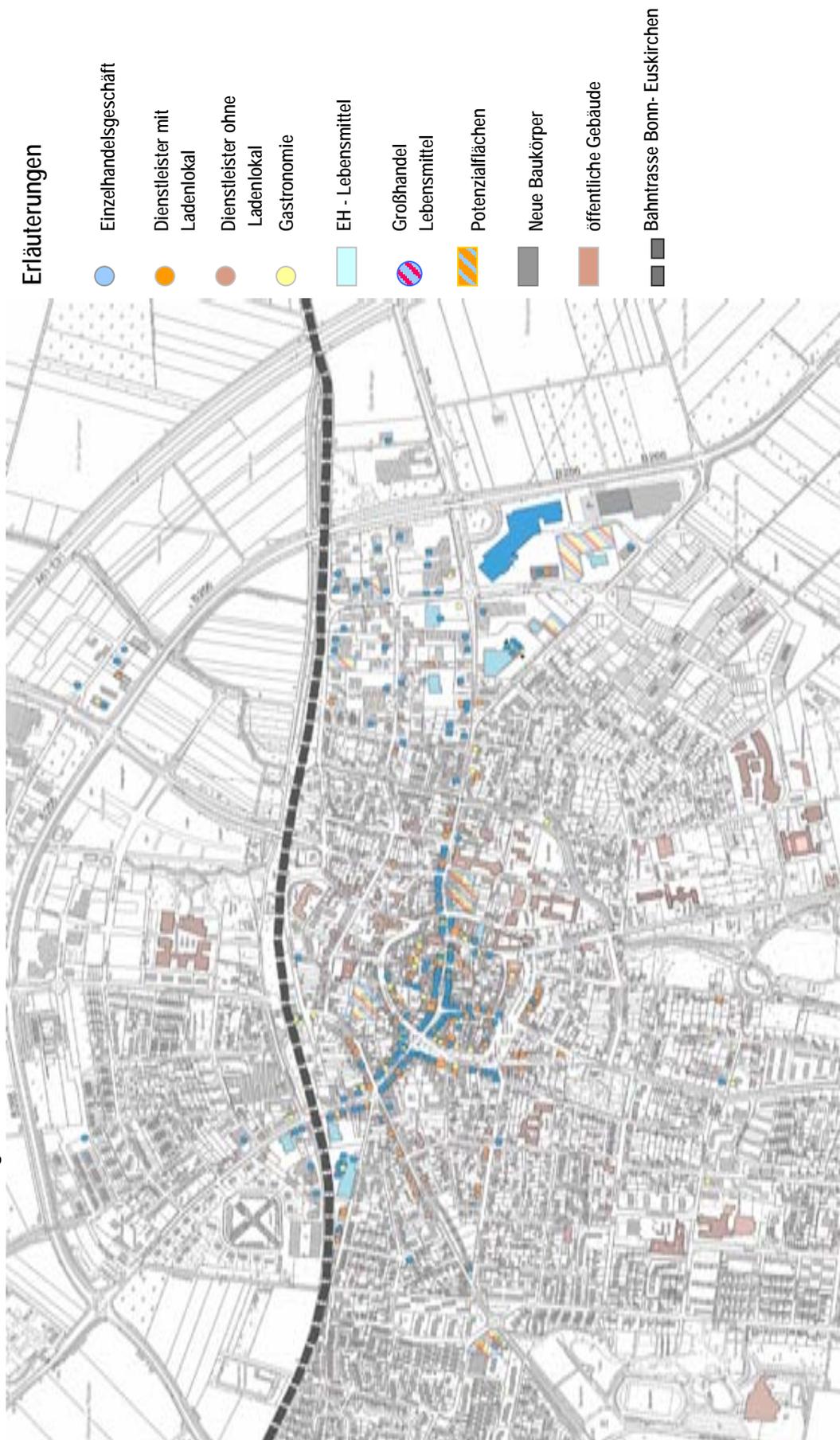


Abb. 12: Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt Rheinbach-Zentralort

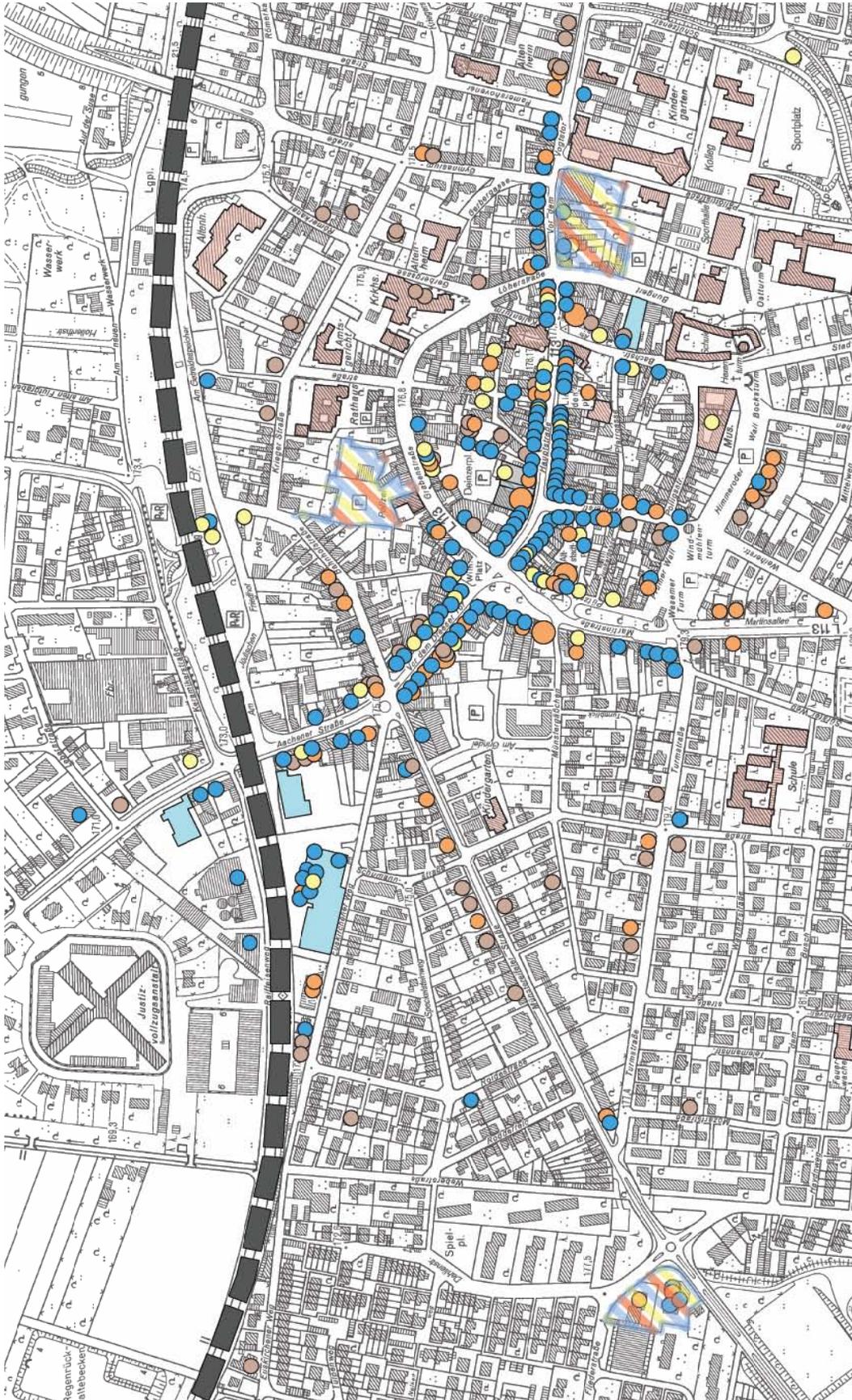


Abb. 13 : Einzelhandelsbetriebe im Gewerbegebiet Am Eulenbach / Meckenheimer Straße sowie im Gewerbe- und Industriepark Nord I und II



Ausschnitt GE Eulenbach und GE /SO Meckenheimer Straße



Ausschnitt Fachhochschulviertel und GE/GI - Gebiet Nord I und Nord II

Abb. 14: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach zentrenrelevantem und nicht-zentrenrelevantem Sortiment in Rheinbach-Zentralort

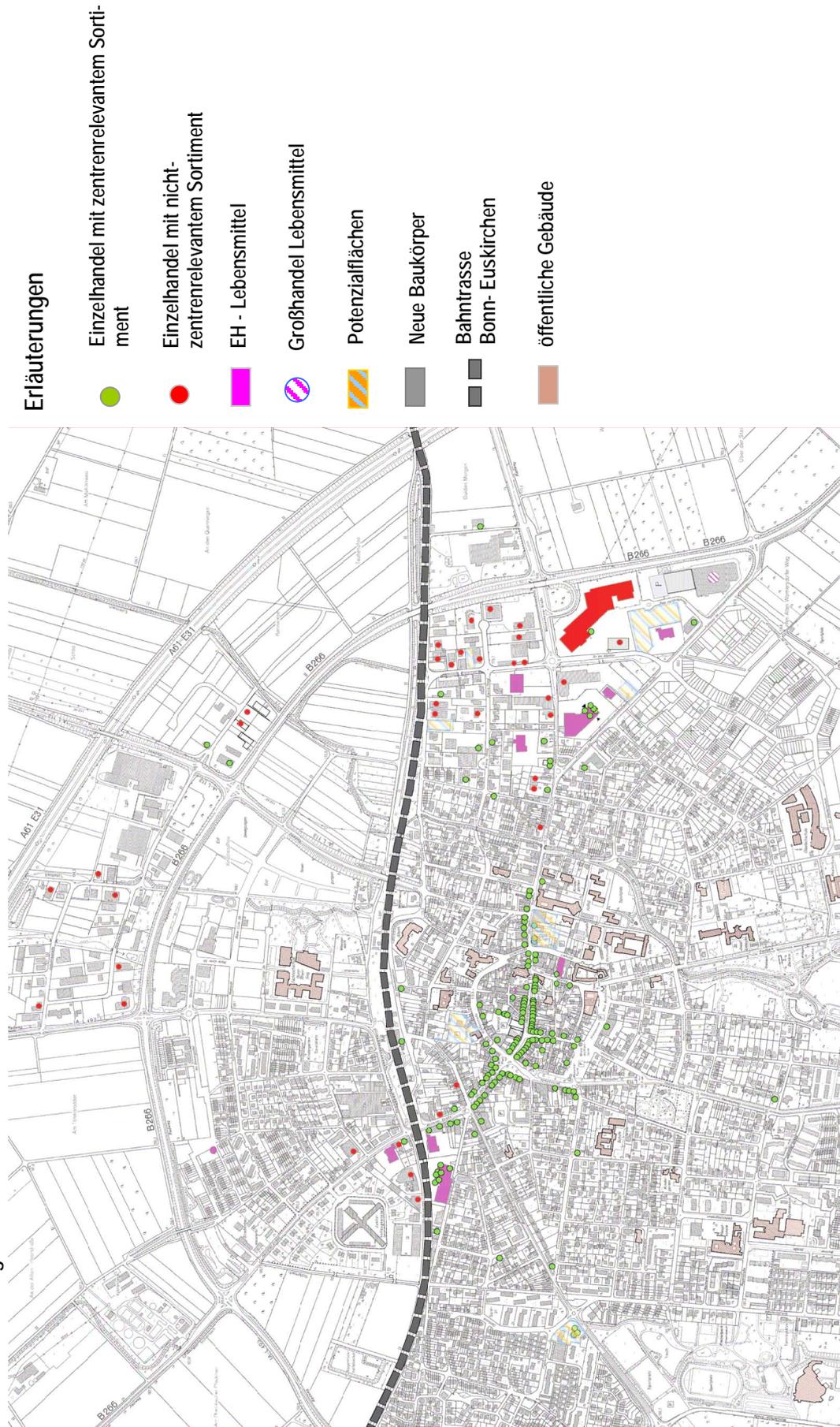


Tabelle 5: Betriebsgrößenstruktur in Rheinbach einschließlich Ortschaften

Größenkategorien	Anzahl der Betriebe	% Anteil an gesamten Betrieben	% Anteil an VKF gesamt	VKF in m ²
1 - 50 m ²	88	36,37	4,94	3.033,96
51 - 100 m ²	70	29,17	8,88	5.449,40
Zwischensumme	158	65,83	13,82	8.483,36
101 – 200m ²	25	10,42	6,16	3.782,98
201 – 500m ²	31	12,92	16,52	10.140,79
501 – 800 m ²	13	5,42	14,15	8.684,88
801 <	12	5,00	37,98	23.309,22
6001 ³⁶ <	1	0,42	11,36	6.971,00
Summe	240	100 %	100%	61.372,23

Die Tabelle 5 zeigt sehr deutlich die Kleinteiligkeit des Einzelhandels in Rheinbach. Über 65 % der Einzelhandelsbetriebe haben eine Verkaufsfläche bis 100 qm. Weiterhin ist erkennbar, dass nur einige wenige großflächige Betriebe (ca. 5%) über 800 m² ungefähr 40 % der Gesamtverkaufsfläche stellen³⁷. Umso wichtiger ist es daher, bei großflächigem Einzelhandel die zentrenrelevanten Randsortimente inhaltlich und größenmäßig zu steuern.

Die Verteilung des Einzelhandels zwischen dem Zentralort und den Ortschaften ist nicht überraschend. Der überwiegenden Teil der Einzelhandelsbetriebe ist dem Zentralort Rheinbach zuzuordnen. Nur wenige Ortschaften weisen einen nennenswerten Einzelhandelsbesatz auf. Diese Situation ist dem Strukturwandel im Einzelhandel geschuldet, da sich gerade auch der Lebensmitteleinzelhandel immer mehr aus der Fläche zurückzieht.

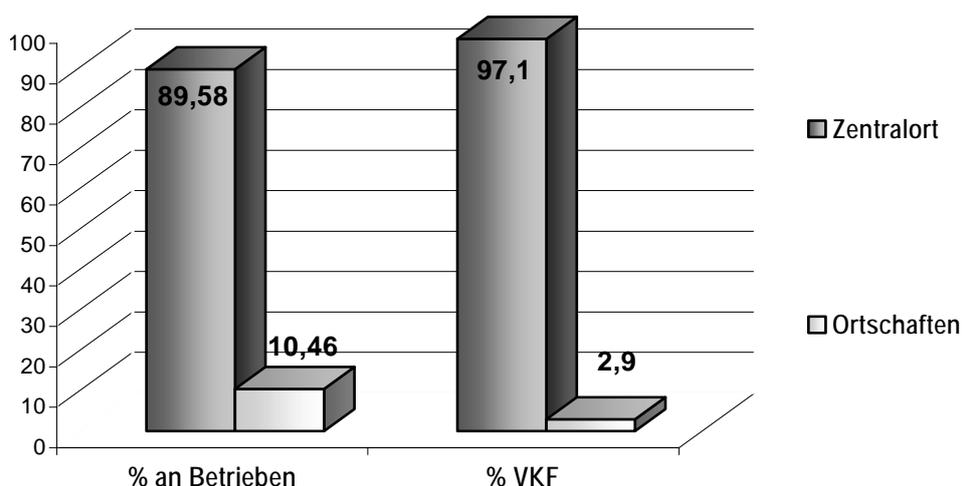


Abb. 15: Verteilung der Betriebe und der Verkaufsfläche

³⁶ Großhandel Lebensmittel

³⁷ Großhandel nicht mitgezählt und aufgerundet

Etwa 90% aller 240 erhobenen Betriebe sind dem Zentralort Rheinbach zuzuordnen. Diese vereinen ca. 59.595,40 m² VKF (97,10 % an der gesamten VKF) auf sich. Der verbleibende Anteil der Betriebe von ca. 10% ist auf die Ortschaften in Rheinbach verteilt und hat in der Summe ca. 1.776,83 m² VKF (2,9 % an der gesamten VKF).

Bezogen auf die Gesamtstadt nehmen die Ortschaften daher eher eine untergeordnete Rolle im Rahmen der Versorgung mit Waren des kurz-, mittel-, und langfristigen Bedarfes ein. Die Bedeutung einer ausreichenden Nahversorgungsinfrastruktur in den Ortschaften im Sinne einer wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung ist jedoch nicht zu unterschätzen (vgl. Kap. 6.2.4).

6.2.3 Sortimentslücken- und Defizite im Einzelhandelsangebot

Nach einer Umfrage des Bonner Generalanzeigers³⁸ nannten 500 gefragte Personen folgende Angebotslücken in Rheinbach:

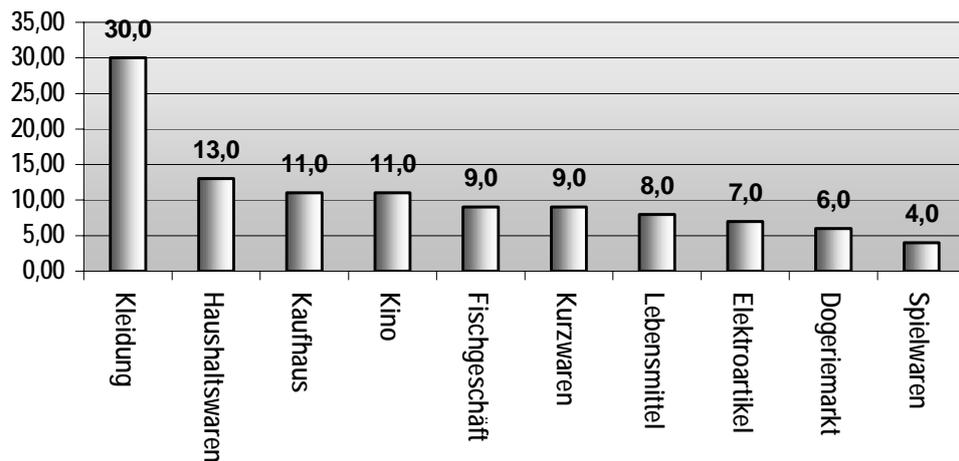


Abb. 16: Fehlende Produkte und Dienstleistungen in Rheinbach-Zentralort

Die in der Umfrage genannten Angebotslücken lassen sich anhand der Erhebungsergebnisse nur bedingt bestätigen. Um die Ergebnisse werten zu können, ist zusätzlich die Tabelle 4 „Verkaufsfläche nach Warengruppen“ hinzuzuziehen.

Am Beispiel „Drogerie“ wird deutlich, dass die Umfrageergebnisse als subjektiv gewertet werden müssen. In Rheinbach gibt es drei reine Drogeriemärkte, die insgesamt ca. 860 qm Verkaufsfläche auf sich vereinen. Insgesamt sind das 1,40 % an der Gesamtverkaufsfläche. Es ist jedoch anzumerken, dass auch Lebensmitteldiscounter und Lebensmittel-Vollsortimenter Drogeriewaren führen. Vor diesem Hintergrund ist das Umfrageergebnis dahingehend zu korrigieren, dass es sich nicht um eine klassische „Sortimentslücke“ handelt.

³⁸ Bonner General Anzeiger, Januar 2005: Einkaufsverhalten der Rheinbacher Bevölkerung, Bonn

Der Bereich Bekleidung wurde von jüngeren Frauen überdurchschnittlich häufig genannt. In Rheinbach ist auch für den Bereich Bekleidung für Damen und junge Frauen keine Angebotslücke vorhanden, jedoch nimmt dieses Sortiment nur einen geringen Anteil von ca. 1,60 % an der gesamten Verkaufsfläche ein. Die Grundaussage, dass weiterer Bedarf in diesem Segment besteht, ist aus der Umfrage ableitbar.

Um die Umfrageergebnisse besser einschätzen zu können, werden aus einer aktuellen Unternehmensumfrage des Einzelhandelsverbandes Bonn zusätzlich die Ergebnisse bezüglich fehlender Angebote dargestellt³⁹.

Diese Umfrage ging von einer Befragung von 100 Gewerbetreibenden in Rheinbach aus. Da der Adressat der Umfrage nicht der Kunde, sondern der Anbieter war, ist das Ergebnis nur bedingt vergleichbar⁴⁰.

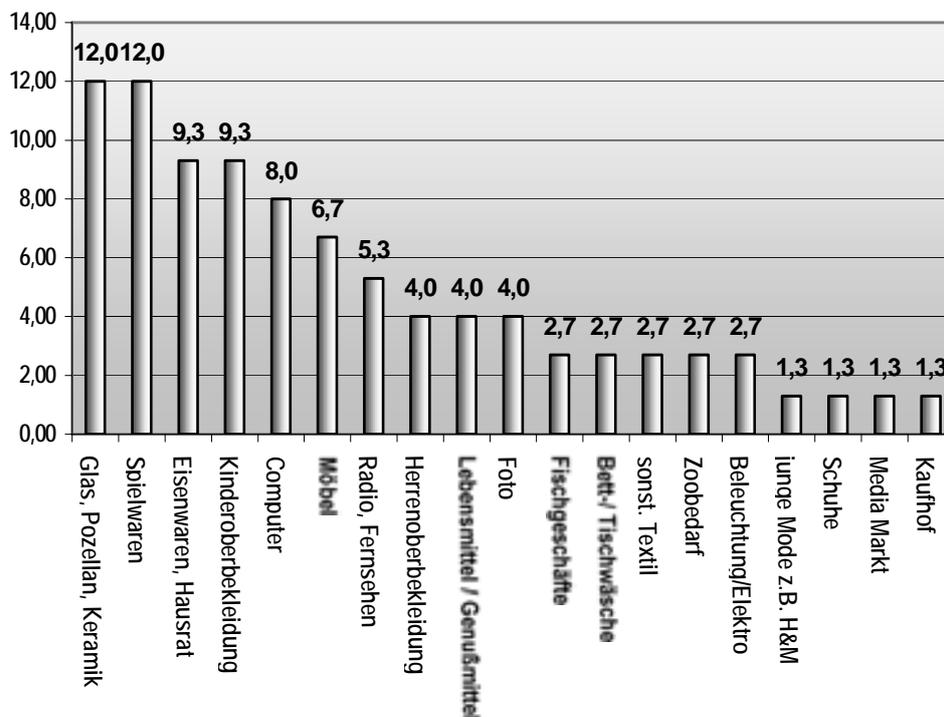


Abb. 17: Fehlende Angebote in Rheinbach nach Umfrage des Einzelhandelsverbandes

Ergebnis der Befragung ist, dass ähnliche Sortimente, wie schon in der Umfrage des Bonner Generalanzeigers, wie z.B. Bekleidung, Fischgeschäft, Haushaltswaren etc., angegeben wurden.

Es ist daher plausibel anzunehmen, dass in diesen Warengruppen definitiv ein Defizit gesehen wird und ein entsprechender Bedarf vermutet werden kann.

³⁹ Untersuchung des Einzelhandelsverbandes aus März 2006, Vortrag Herr Sessinghaus am 22.03.2007

⁴⁰ Die Grundgesamtheit der Befragten war 100, der Rücklauf der Befragung lag jedoch nur bei 20%, d.h. 20 von 100 Gewerbetreibenden haben geantwortet. Da die verbleibende Grundgesamtheit sehr gering ist, ist die Umfrage nicht als repräsentativ zu bewerten. Sie dient nur der plausiblen Überprüfung der Umfrage des Bonner Generalanzeigers.

6.2.4 Nahversorgungssituation in den Ortschaften

Nur wenige Ortschaften in Rheinbach besitzen heute noch einen nennenswerten Einzelhandelsbesatz. Dieses ist besonders bedenklich, da die wohnungsnahe Nahversorgung in den Ortschaften insbesondere für die in ihrer Mobilität eingeschränkten Bevölkerungsschichten in Rheinbach bedeutsam ist. Gerade die wohnungsnahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs spielt im Kontext des demografischen Wandels und der damit einhergehenden Überalterung der Gesellschaft eine wichtige Rolle. Die Versorgung und eine gute fußläufige Erreichbarkeit ist daher besonders zu berücksichtigen.

Der Einzelhandel zieht sich jedoch zunehmend aus den Ortschaften zurück. Dies hat zur Folge, dass das Nahversorgungsnetz immer grobmaschiger wird. Ursache sind zumeist betriebswirtschaftliche Erfordernisse in Bezug auf wachsende Raumansprüche, das Bedürfnis nach ausreichendem Parkplatzangebot und die Notwendigkeit einer ausreichenden Mantelbevölkerung für die Tragfähigkeit eines Betriebes.

Auch sind innergemeindliche Konkurrenzangebote oder Konkurrenzbetriebe in Umlandgemeinden Ursache für einen Rückzug der Nahversorgungsangebote aus den Ortschaften, da gerade im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels ein intensiver Preiswettbewerb stattfindet. Kleinere Lebensmittelläden müssen unter diesem Druck häufig aufgeben. Hieraus erwachsen ernsthafte Probleme für die Nahversorgung der Bevölkerung. Weiterhin besitzen Angebote auf der „Grünen Wiese“ häufig Wettbewerbsvorteile gegenüber den gewachsenen Zentren, da niedrigere Immobilienpreise, mehr Parkplatzangebote und häufig größere Betriebsformen mit einem bereiteren Angebotsspektrum realisiert werden können.

Bereits seit mehreren Jahren stellt sich die Nahversorgungssituation in Rheinbach so dar, dass eine breite Bevölkerungsschicht der Ortschaften – wegen fehlender Angebote – im Zentralort oder sogar in verkehrsgünstig gelegenen Umlandgemeinden einkaufen muss. Gefördert wird dieser Trend durch die zunehmende Motorisierung der Bevölkerung, dem Wandel in den Betriebsstrukturen des Einzelhandels und den sinkenden Raumüberwindungshemmnissen der Bevölkerung.

Die Bestandsaufnahme und Analyse ergab, dass in den größeren Ortschaften Rheinbachs nur noch einige Nahversorgungsangebote vorhanden sind, die auf Grund ihrer Lage und Anzahl eine Nahversorgungsfunktion übernehmen. Sie markieren insbesondere in Kombination mit Schulen, Kindergärten und Kirchen sowie öffentlichen Einrichtungen in der Regel den Ortsmittelpunkt und tragen zur Belebung der Ortschaft bei. Daher ist eine befriedigende Nahversorgungssituation in Bezug auf die Attraktivität eines Wohnstandortes ein wichtiger Faktor.

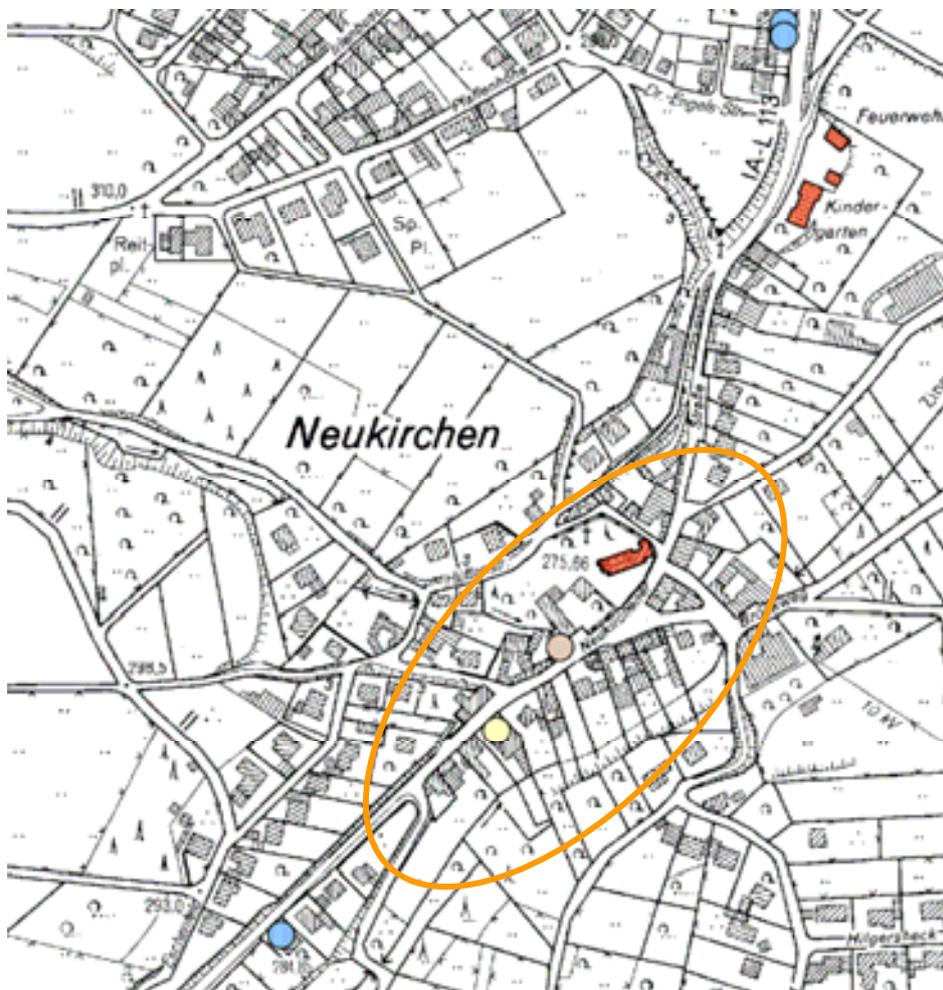
Nachfolgend werden die Ortschaften und der Zentralort hinsichtlich ihres Nahversorgungsangebotes näher beschrieben. Die **blauen** Punkte markieren Einzelhandelsgeschäfte, die **gelben** Punkte markieren Gastronomie einschließlich Imbiss, die **orangefarbenen** Punkte Dienstleistungen mit Ladenlokalen und die **braun-roten** Punkte Dienstleister wie z.B. selbständige, Ärzte, Architekten, Immobilien, Steuerberater u.v.m.,

die in der Regel keine stadtbildprägenden Geschäftsräume, d.h. Ladenlokale, aufweisen.

Nicht alle Ortschaften in Rheinbach weisen Einzelhandelsbesatz in den Ortskernen auf. Daher sind nachfolgend nur jene Ortschaften beschrieben, die eine nennenswerte Nahversorgungsfunktion aufweisen.

Neukirchen

Im südlichen Anschluss von Merzbach liegt Neukirchen. Trotz der geringen Mantelbevölkerung sind vereinzelt Einzelhandelseinrichtungen vorhanden.



Im Norden prägt ein Autohaus in Verbindung mit einer Tankstelle die Ortseinfahrt. Diese Nutzungen sind nicht zentrenbildend. Im eigentlichen Ortskern sind jedoch keine Einzelhandelsnutzungen vorhanden. Am südlichen Ortsrand ist eine Pferdemetzgerei mit Verkauf von Fleischprodukten angesiedelt. Ergänzt wird diese Nutzung durch ein gastronomisches Angebot im Ortskern und einen Kindergarten im Norden. Eine Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in Kombination mit Dienstleistungen ist nicht zu erkennen.

Wormersdorf

Der Ortsteil Wormersdorf ist im Vergleich zu anderen Ortschaften gut ausgestattet. Entlang der Wormersdorfer Straße hat sich in räumlicher Nähe zur Schule und zum Kirchvorplatz ein Ortszentrum herausgebildet. Zwischen der Straße Unterdorf und der Tombergerstraße sind diverse Einzelhändler und Dienstleister angesiedelt.



Im Bereich Ellig / Wormersdorfer Straße sind eine Bäckereifiliale, ein kleiner SB-Lebensmittelladen, eine Apotheke, eine Sparkasse, ein Reisebüro sowie diverse Ärzte angesiedelt. Ergänzt wird dieses durch eine Fahrschule und eine Bäckerei/Konditorei mit angegliedertem Café-Betrieb.

Nördlich davon, in direkter Nähe zur örtlichen Grundschule, sind zwei Gaststätten mit Hotelbetrieb angesiedelt. Ergänzt werden diese Nutzungen in der Straße Unterdorf durch ein kleines Lotto-Geschäft mit Zeitschriften, Tabak- und Schreibwaren sowie einer integrierten Postfilialstelle. Hinzu kommt gegenüberliegend ein kombiniertes Geschenk-, Hausrat-, Haushaltswaren- und Schreibwarengeschäft.

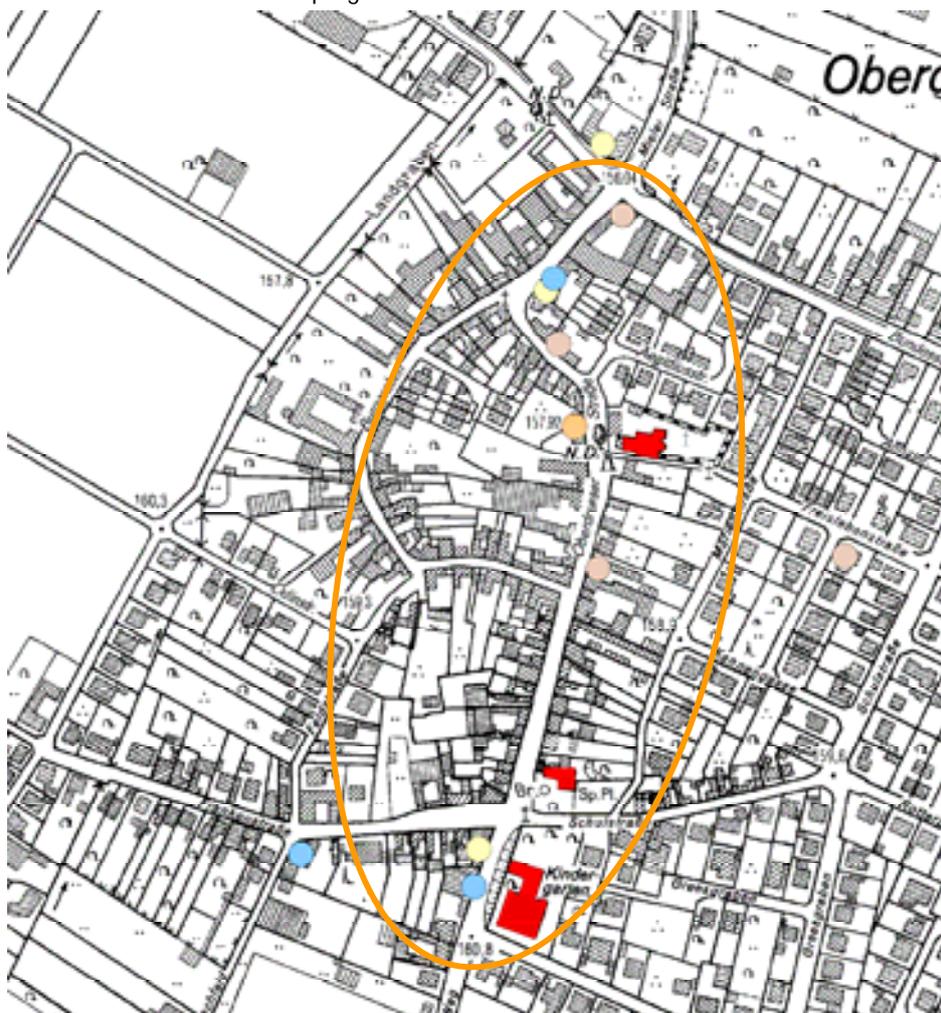
In der davon süd-östlich liegenden Tomberger Straße ist zudem ein Fleischereifachgeschäft mit Party-Service vorhanden. Im weiteren Umfeld sind ein Versandbuchhandel, ein Biokost-Hofverkauf und Pinienholzmöbelverkauf sowie eine Tankstelle vorhanden. Überwiegend, d.h. mit Ausnahme des Möbelverkaufes, handelt es sich dabei um zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Sortimente.

Der Ortsteil Wormersdorf besitzt im Gegensatz zu anderen Ortsteilen eine gute Nahversorgungsinfrastruktur, was seine Attraktivität als Wohnstandort wesentlich mitbestimmt. Dennoch werden i.d.R. auf Grund der zunehmenden Motorisierung die überwiegenden

Einkäufe des täglichen Bedarfes nicht in Wormersdorf, sondern zum Teil in Meckenheim oder in Rheinbach-Zentralort getätigt. Für die nicht mobile Bevölkerung bietet Wormersdorf jedoch ausreichende Grundversorgungsangebote.

Oberdrees

Oberdrees weist verstreut über das Ortsgebiet zahlreiche Dienstleister auf. Es sind vier gastronomische Einrichtungen entlang der Nord-Süd-Achse Oberdreerer und Mieler Straße vorhanden, wobei eine davon eher als Imbiss mit Pizzalieferservice einzustufen ist. Die Lage der Gastronomie ist weitläufig auseinandergezogen. Ganz im Norden der Ortschaft an der Mieler Straße ist ein Geldautomat der Raiffeisenbank und ein Catering-Unternehmen angesiedelt. Im eigentlichen historischen Ortskern sind eine Bäckerei und ein Getränkehändler vorhanden. Diese nahversorgungsrelevanten Angebote werden flankiert von sozialer Infrastruktur wie dem Kindergarten und kirchlichen Einrichtungen. Bei den Dienstleistern handelt es sich überwiegend um Selbständige ohne Ladenlokal, so dass sie nicht als zentrenprägend einzustufen sind.



Flerzheim

In der Ortschaft Flerzheim ist eindeutig die Konrad-Adenauer-Straße einschließlich der Einmündungsbereiche der abzweigenden Straßen der zentrale Standort für Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe.



Es sind ein kombiniertes Geschäft mit VB-Automat, Poststelle, Tabakwaren, Backwaren, Lebensmitteln, Schreibwaren und Geschenkartikeln sowie eine Metzgerei und Bäckerei vorhanden. Neben drei Gaststätten sind zusätzlich ein Antikhandel und im Süden ein Futtermittelhandel mit Spezialisierung auf Reitsport vor Ort. Die Nahversorgungssituation ist im Vergleich zur Größe der Ortschaft als ausreichend einzustufen.

Merzbach



In Merzbach sind zahlreiche Dienstleister (z.B. Selbständige im Bereich Immobilien, Ingenieure, Steuerberater u.s.w.), aber proportional dazu wenig Einzelhandel vorhanden. An der Merzbacher Straße war bis vor kurzem ein Kombinationsgeschäft mit Kiosk, Lotto-Toto, Reinigungsannahme, Metzgerei und Lebensmittel vorhanden. Im Frühjahr 2008 wurde im dem Ladenlokal eine Bäckereifiliale eröffnet.

Flankiert wird die Einzelhandelsnutzung durch zwei Gaststätten, ein Sportgeschäft und einen Friseur. Die soziale Infrastruktur (Grundschule und Jugendbildungsstätte) liegt in süd-östlicher Ortsrandlage und wirkt daher nicht zentrenstärkend.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass nicht alle Ortsteile in Rheinbach über eine ausreichende Nahversorgung verfügen. Dies liegt überwiegend daran, dass sich gerade der Lebensmitteleinzelhandel aus betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten aus den Ortschaften zurückzieht und damit das Versorgungsnetz weitmaschiger wird. Mit dem Rückzug des Lebensmitteleinzelhandels ist zumeist auch der Rückzug der ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe verbunden.

Charakteristisch und in den Karten durch die Bebauungsstruktur gut zu erkennen, ist jedoch, dass der Einzelhandel zumeist in den historischen Ortsmitten der relevanten Ortschaften liegt. Kennlich gemacht ist dieses in den Karten durch eine Umrandung in orange.

6.2.5 Nahversorgungssituation in Rheinbach-Zentralort

Anhand der Abbildung 18 ist zu erkennen, dass im Osten und im Westen Rheinbachs zwei große Vollsortimenter mit entsprechenden nahversorgungsrelevanten Komplementärnutzungen und Einzelhandelsbetrieben angesiedelt sind. Diese großflächigen Betriebe sind von Wohnen und Gewerbe umgeben, liegen an Haltepunkten des ÖPNV und sind wegen der begleitenden Betriebe nicht monostrukturiert. Der Standort „Alte Molkelei“ und der Standort „Meckenheimer Str.“ können daher als integrierte Nahversorgungszentren charakterisiert werden. Das dortige Nahversorgungsangebot wird durch diverse Discounter an solitären Nahversorgungsstandorten und zahlreichen Bäckereien, Fleischereien, Apotheken und Getränkemärkten, Obst- und Gemüseverkäufen in der Innenstadt ergänzt. Zu erwähnen ist ebenfalls der Wochenmarkt entlang der Pützstraße.

Dieser Markt leisten zu den Marktzeiten einen wichtigen Beitrag zur Belebung des Stadtzentrums und zu einer Diversifikation des Angebotes speziell im Bereich der Nahversorgung. Hervorzuheben ist in diesem Kontext insbesondere der Handel mit regionalen Produkten.

Abb. 18: Nahversorgungssituation der Bevölkerung in Rheinbach Zentralort

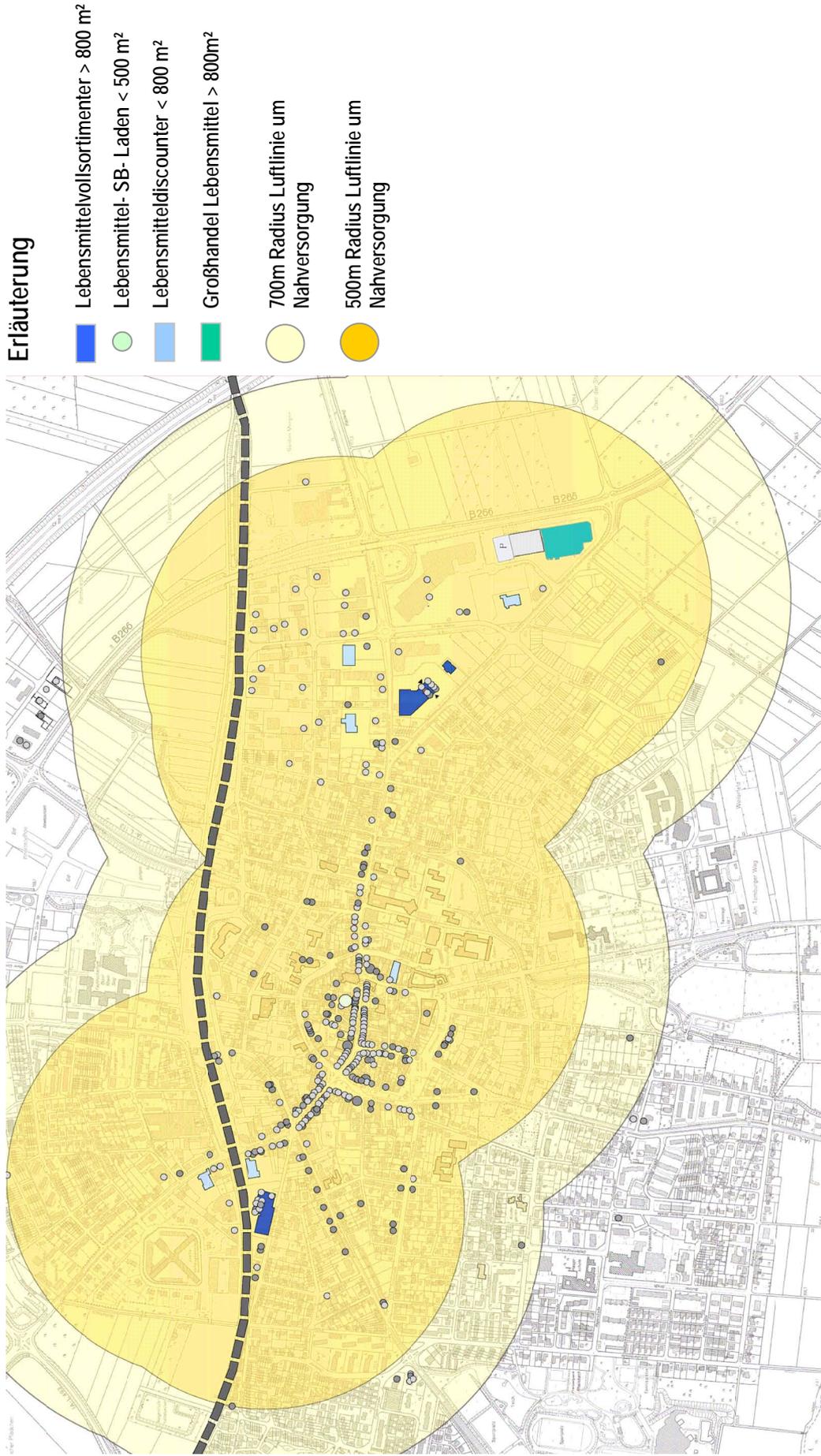


Abbildung 18 zeigt versorgte und unterversorgte Bereiche auf. Die Radien stellen die Distanz von 500 m Luftlinie um einen Lebensmittelmarkt und darüber hinaus einen weiteren Umkreis von 700 m dar. Die Darstellung beider Radien hat folgende Gründe: Nahversorgungsangebote sollten innerhalb einer fußläufigen Distanz von 10 Gehminuten zu erreichen sein (Einzelhandelserlass NRW⁴¹). Nimmt man eine Geschwindigkeit zwischen 3-7 km/h als Schrittempo an⁴², dann sind die 10 Gehminuten umzurechnen bei 7 km/h in ca. 1166 Gehmeter. Wählt man die untere Grenze (3 km/h) aus, dann sind es nur noch 500 m, die innerhalb von 10 min bewältigt werden können. Als Maßstab kann selbstverständlich nicht die Obergrenze angenommen werden. Der Mittelwert 4-5 km/h erscheint als Durchschnittswert für Fußgänger realistisch, so dass man zu einer Entfernung von 700 bis 800 m kommt.

Da die Gesellschaft zunehmend altert, ist die Erreichbarkeit von Nahversorgungsangeboten innerhalb von 500 m Luftlinie wünschenswert. Dabei ist zudem zu bedenken, dass 500 m Luftlinie nicht der tatsächlichen Wegelänge entspricht. Diese ist in der Regel weit länger. Die Darstellung von Radien um Nahversorgungsangebote ist daher nur ein Hilfsmittel, um mögliche Versorgungslücken zu identifizieren.

Insgesamt ist die Nahversorgungssituation in Rheinbach als gut zu bewerten. Besonders positiv wirkt sich die Lage der Nahversorgungsstandorte „Meckenheimer Straße“ und „Alte Molkerei“ aus. Aufgrund ihrer spezifischen Lage im Stadtgebiet überschneiden sich deren fußläufigen Einzugsgebiete nicht, sondern ergänzen sich. Eine wichtige Nahversorgungsfunktion kommt auch den Betrieben in der Innenstadt zu. Nur im südlichen und westlichen Stadtgebiet sind unterversorgte Bereiche zu identifizieren.

Die Zielvorstellung, eine flächendeckende fußläufige Nahversorgung für alle Stadtbereiche zu ermöglichen, erscheint im Hinblick auf die spezifische Siedlungs- und Bebauungsstruktur Rheinbachs unrealistisch.

Dennoch kann die Nahversorgungssituation – unter Berücksichtigung der gegebenen Rahmenbedingungen – als relativ weit optimiert bezeichnet werden.

Eine weitere Verbesserung, insbesondere für die momentan unterversorgten Stadtbereiche, würde durch eine Reaktivierung des Nahversorgungsstandortes an der Münstereifeler Straße erreicht werden können.

Ergänzend ist zu berücksichtigen, dass die „Unterversorgung“ mancher Stadtbereiche durch eine gute ÖPNV-Erreichbarkeit kompensiert werden kann. Hierbei wird vorausgesetzt, dass die Erreichbarkeit einer Haltestelle in einer Entfernung von 300 m auch in

⁴¹ Parallel zur Novelle des LEPro NRW ist auch eine Novelle des Einzelhandelserlass NRW zu erwarten. Maßgeblich bei Erstellung des Konzeptes ist jedoch noch der momentan gültige Erlass.

⁴² Als Schrittempo ist eine relativ niedrige Geschwindigkeit zu verstehen, eine mäßige Fortbewegung, mit der ein gesunder, erwachsener, durchschnittlich voran schreitender Fußgänger mithalten könnte. Der Begriff "Schrittempo" ist in der Rechtsprechung nicht genau definiert. Sie liegt nach Urteilen verschiedener Obergerichte zwischen 4 und 7 km/h. Nimmt man den nicht sportlichen Menschen an, ist es realistisch, das Tempo auf 3 km/h als Untergrenze herabzusetzen.

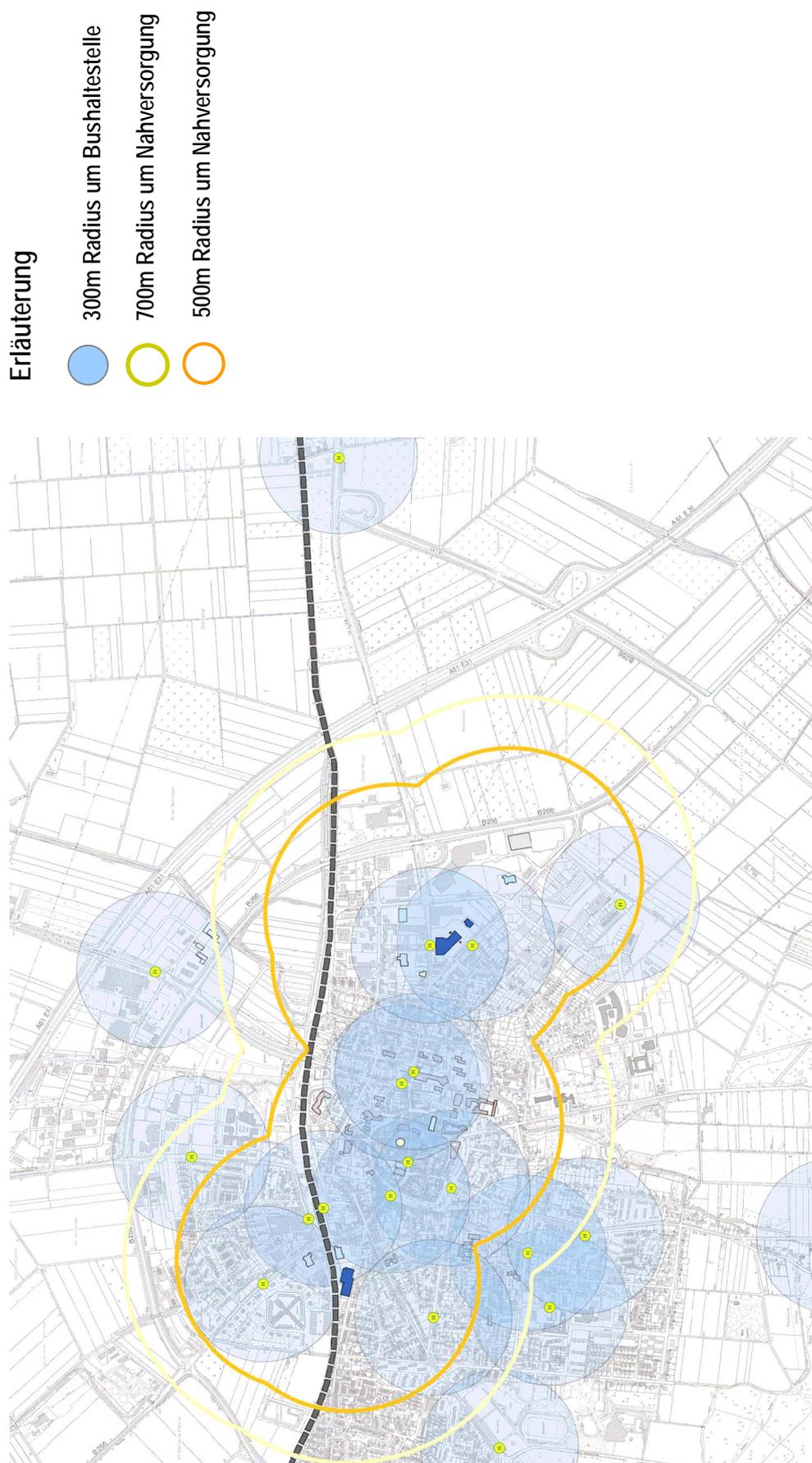
ihrer Mobilität eingeschränkten Menschen ermöglicht, sich mit Waren des kurzfristigen Bedarfs zu versorgen.

Wie Abbildung 19 zeigt, trägt das ÖPNV-Netz in Rheinbach zu einer weitgehenden Schließung der Nahversorgungslücken bei.

Abschließend bleibt festzustellen, dass ein Großteil der Nahversorgung in Rheinbach durch die Betriebe in der Innenstadt und in den Nahversorgungsstandorten „Meckenheimer Straße“ und „Alte Molkerei“ gewährleistet wird. Durch die Lage entlang einer gedachten Ost-West-Achse ergänzen sich diese Standorte hinsichtlich ihres fußläufigen Einzugsbereiches. Darüber hinaus gewährleisten die Nahversorgungsstandorte „Meckenheimer Straße“ und „Alte Molkerei“ trotz ihrer weitestgehend integrierten Lage eine komfortable Nahversorgung mit dem Automobil.

Demzufolge sind die vorhandenen Standorte in ihrer Funktion und Attraktivität zu erhalten und zu stärken.

Abb. 19: Nahversorgungssituation und Erreichbarkeit mit dem ÖPNV Rheinbach Zentralort



6.2.6 Flächenpotenziale für den Einzelhandel im Stadtgebiet

Im Stadtgebiet Rheinbachs sind verschiedene Potenzialflächen vorhanden. Zu unterscheiden sind sie in großräumige Standortbereiche, Leerstände und mindergenutzte oder neu in Wert zu setzende Flächen. Diese Flächenpotenziale sollten genutzt werden, um die Innenstadt zu stärken. Das Stadtentwicklungskonzept der Stadt Rheinbach formuliert für diese Bereiche diverse Ziele und Maßnahmen im gesamtstädtischen Kontext, die auch Ziele der Einzelhandelsentwicklung beinhalten.

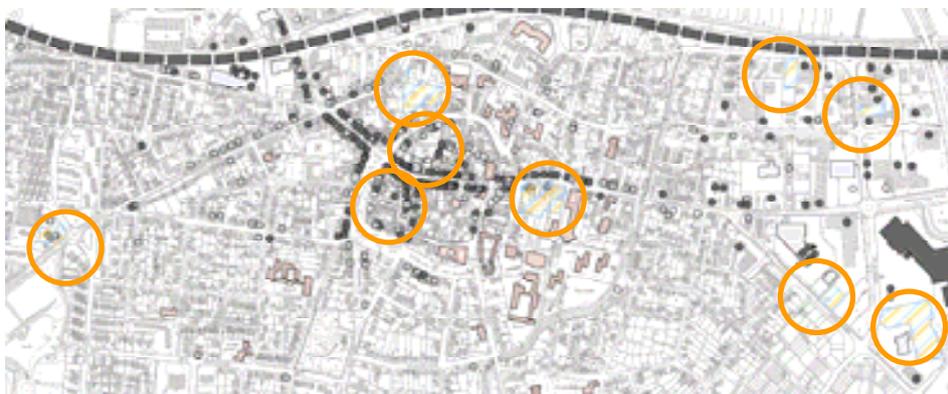


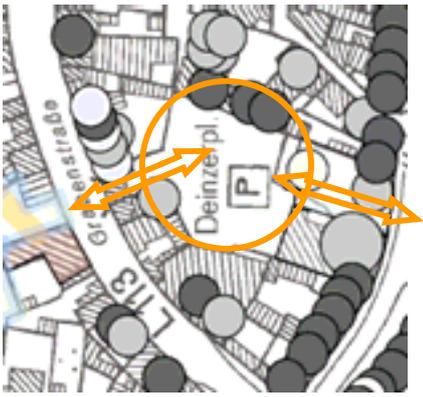
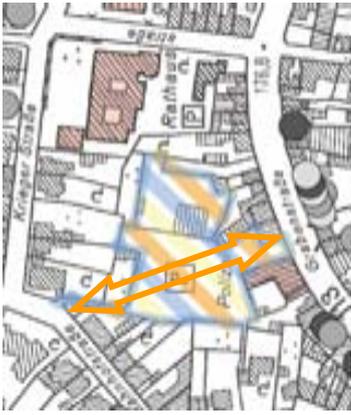
Abb. 20: Übersicht über die Potenzialflächen im Zentralort

Die orange umrandeten Areale sind Flächen, die entweder brach liegen, untergenutzt sind und Nachverdichtungspotenziale aufweisen oder wo vorhandene bauliche Strukturen derzeit leer stehen. Im Folgenden werden die Potenzialflächen näher beschrieben und mögliche Entwicklungsrichtungen aufgezeigt:

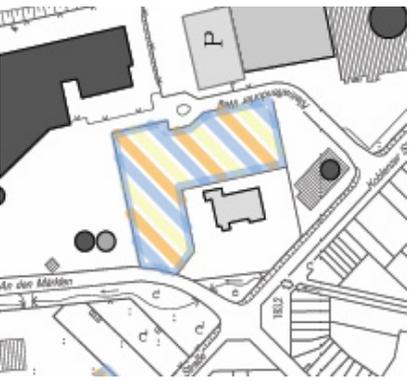
- **Altes Gymnasium:** Umnutzung leerstehender Bausubstanz und Nachverdichtungspotenzial im rückwärtigen Bereich
- **Weihersstraße / Altstadtplatz:** Umnutzung leerstehender Scheunengebäude
- **Deinzer Platz:** Nutzung des Platzraumes
- **Grabensstraße** und dahinterliegender **Baublock Grabenstraße:** Revitalisierung straßenbegleitender Geschäfte, Nachverdichtung des Baublockes Grabenstraße
- **Freiflächen im Gewerbegebiet** Eulenbach und Meckenheimer Straße: Nachverdichtung
- **Freifläche Koblenzer Straße:** Nachverdichtungspotenzial und Neubau- oder Umnutzungspotenzial
- **Ehemaliger Edeka Münstereifeler Straße:** Nahversorgungseinrichtungen, Umnutzung, Erweiterungen, Zusammenlegung

Übersicht über mögliche Potenzialflächen für die Einzelhandelsentwicklung

Kriterien Standorte	Beschreibung	Zukünftige Funktion EH
 <p>Altes Gymnasium</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zentrale Lage, direkt an den Kernbereich Innenstadt angrenzend ▪ Grundstücksfläche: ca. 7.000 m² ▪ Es sind zwei Bestandsgebäude mit Umnutzungspotenzial auf der Fläche vorhanden, weitere Potenziale entstehen durch einen möglichen Abriss und Neubau von Bestandsgebäuden ▪ Planungsrecht: gemäß FNP Mischfläche (M) und Gemeinbedarfsfläche, derzeit Planrecht nach § 34 BauGB, Bebauungsplan im Aufstellungsverfahren, zukünftig Mischgebiet (M) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zentrenrelevanter Einzelhandel gemäß Rheinbacher Sortimentsliste sowie Gastronomie und Dienstleistungen insbesondere Gesundheitsdienstleistungen oder innerstädtische Wohnfunktion ▪ Chance für bestehenden Einzelhandel größere Betriebseinheiten über 200 m² Verkaufsfläche zu realisieren ▪ Chance zur Schließung von Sortimentslücken und Etablierung ergänzender Angebote
 <p>Weierstraße/ Altstadtplatz</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zentrale Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt ▪ Der Altstadtplatz ist die Verbindung zwischen Putzstraße (Gastronomie-Meile) und der Weierstraße (Einzelhandel). Die Weierstraße fungiert als wichtige Verbindung zwischen Himmeroder Wall und Hauptstraße. ▪ Am Altstadtplatz ist der Umbau eines alten Scheunengebäudes zum Wohn- und Geschäftshauses bereits erfolgt. ▪ Planungsrecht: Mischgebiet 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zentrenrelevanter Einzelhandel gemäß Rheinbacher Sortimentsliste ▪ Gemäß Stadtentwicklungskonzept hat der Altstadtplatz Potenzial in Bezug auf die Etablierung eines Qualitätsquartiers (Lebensmittel, Antiquitäten) ▪ Der Altstadtplatz stellt eine wichtige Verbindung zwischen Putzstraße und Weierstraße dar. Es bestehen Potenziale in Bezug auf die Öffnung der jetzigen Rückseiten zum Altstadtplatz. ▪ Der Altstadtplatz ist der einzige Platz in Rheinbach ohne Verkehrslärm, und ist daher für Außengastronomie (ggf. mit zeitlichen Beschränkungen) besonders geeignet.

Kriterien Standorte	Beschreibung	Zukünftige Funktion EH
<p>Deinzer Platz</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Teil des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Derzeit keine Leerstände aber Unternutzung eines Gebäudes am Platz und des Platzraumes selber. Niveaunterschiede auf der Platzfläche, undeutlich definierte Raumkanten, Angsträume, fehlende Aufenthaltsqualität und uneinheitliche Belagsmaterialien sind einige der erlebbaren Mängel am Platz. Der Platz stellt einen wichtigen Verbindungsbereich in der Achse Innenstadt – Bahnhof dar. Die Platzfläche wird derzeit schwerpunktmäßig als Parkplatz genutzt. Planungsrecht: Kerngebiet 	<ul style="list-style-type: none"> Zentrenrelevanter Einzelhandel gemäß Rheinbacher Sortimentsliste Dienstleistungsangebote sowie Gastronomie und Wohnen Mit Bebauung des Deinzer Platzes wären weitere Flächenpotenziale für den Einzelhandel vorhanden. Der Platz ist über die Volksbankpassage mit der Hauptstrasse verbunden Gestaltungsstudien im Stadtentwicklungskonzept sehen eine zentrale Bebauung mit einem Glasbaukörper vor.
<p>Grabenstraße und Baublock Grabenstraße</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Verbindungsbereich von der Hauptstraße bis zum Bahnhof. Wichtiger Baustein zur Herausbildung der Entwicklungsachse Bahnhof Leerstände und Unternutzung der Erdgeschosszonen in der Grabenstraße Der Baublock Grabenstraße bietet Flächenpotenziale zur Nachverdichtung Fläche ca. 5000 m² Planungsrecht: Kerngebiet und Parkplatz 	<ul style="list-style-type: none"> Zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandel gemäß Rheinbacher Sortimentsliste Dienstleistungsangebote sowie Gastronomie und Wohnen Im Rahmen einer Neuplanung muss die Stellplatzproblematik gelöst werden Es besteht die Möglichkeit innerstädtische Wohnangebote und gleichzeitig erdgeschossig Einzelhandelsgeschäfte zu etablieren Eine begehbare, begrünte, attraktive Achse zum Bahnhof sollte ausgebildet werden.

Kriterien Standorte	Beschreibung	Zukünftige Funktion EH
<p>Entwicklungssachse Aachenerstraße</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Bahnlinie Bonn-Euskirchen stellt eine städtebauliche Zäsur dar. ▪ Der vorhandene Einzelhandel ist überwiegend nicht-zentrenrelevant. ▪ Die Wohnfunktion dominiert bei zunehmender Entfernung zur Bahnlinie. ▪ Umnutzungspotenziale sind im südlichen Bereich vorhanden. ▪ Planungsrecht: Mischgebiet 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dienstleistung und Gastronomie denkbar ▪ Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel mit eingeschränkten zentrenrelevanten Randsortimenten ▪ Kein großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel zulässig ▪ Zentrenrelevanter EH nur mit Nachweis der Verträglichkeit ▪ Ergänzung der Einzelhandelslage Innenstadt ▪ Baulich markanten Abschluss, als Abgrenzung zur anschließenden Wohnbebauung bilden
<p>Potenzialflächen Gewerbegebiet Meckenheimer Straße</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lage im Gewerbegebiet ▪ Nicht-integrierter Standort am östlichen Ende des Zentralortes ▪ Das Gewerbegebiet ist stark mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel durchmisch. ▪ Beide Flächen sind noch nicht bebaut. ▪ Flächen 2.000 m² und 1.500 m² ▪ Planungsrecht: Gewerbegebiet 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel gemäß Rheinbacher Sortimentsliste ▪ Kein Einzelhandel mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zulässig ▪ Ergänzung der vorhandenen Nutzungen mit Fachmärkten oder klassischem Gewerbe

Kriterien Standorte	Beschreibung	Zukünftige Funktion EH
<p>Potenzialfläche Gewerbegebiet Am Eulenbach, südlich des Baumarktes</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Die Fläche ist derzeit noch nicht bebaut. Im Nordosten grenzt ein Baumarkt, im Nordwesten ein dänischer Möbelanbieter und ein Fitnessstudio, im Westen ein Discounter und ein Tierfutter-Fachhandel sowie im Südosten ein Großhandel mit Lebensmitteln an. Das gesamte Areal liegt innerhalb des nicht integrierten Fachmarktzentrums „An den Märkten“ Flächengröße ca. 9.500 m² Planungsrecht: Gewerbegebiet (GE) 	<ul style="list-style-type: none"> Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel gemäß Rheinbacher Sortimentsliste zulässig Kein Einzelhandel mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zulässig Stärkung des Fachmarktzentrums durch weitere Gewerbeansiedlungen und Fachmärkte, ggf. Erweiterungsflächen für bestehende Fachmärkte.
<p>Potenzialfläche ehemaliger Edeka Münsterfelder Straße</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Ehemalige Nutzung: Einzelhandel mit Lebensmitteln Auf Grund des Strukturwandels im Einzelhandel ist der damalige Lebensmittel Einzelhandel aufgegeben worden. Derzeitige Nutzungen: Sonnenstudio, Getränkehandel und Fitness-Studio Auf dem Areal sind Bestandsgebäude vorhanden, in die eine neue Nutzung integriert werden könnte. Planungsrecht: Allgemeines Wohngebiet (WA) 	<ul style="list-style-type: none"> Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel gemäß Rheinbacher Sortimentsliste. Der Versorgung des Gebietes dienende Läden, Schank- und Speisewirtschaften Eine Einzelhandelsnutzung auf der Fläche könnte durch eine Umnutzung die Nahversorgungssituation in diesem Stadtbe reich verbessern. Nachweis der Zentrenverträglichkeit bei zentrenrelevantem Randsortiment

Entsprechend der aufgezeigten Potenzialflächen sind grob überschlägig 14.000 m² Bruttofläche für nicht-zentrenrelevanten und 12.000 m² Bruttofläche für zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel vorhanden.

Jedoch muss hierbei berücksichtigt werden, dass nicht sämtliche Flächen unmittelbar zur Disposition stehen, weshalb nur bei einem Teil dieser Flächen kurz bis mittelfristig – in Abhängigkeit der Verfügbarkeit der Flächen und der Standortanforderungen von Einzelhandelsbetrieben – mit einer Einzelhandelsansiedlung zu rechnen ist.

Heterogene Eigentumsverhältnisse oder die nicht vorhandene Verkaufsbereitschaft bei Interesse eines Investors sind typische Entwicklungshemmnisse, die einer Aktivierung der verfügbaren Potenziale entgegenstehen können.

Aufgrund dieser Hemmnisse, die die Entwicklung von Brachflächen erschweren, erscheint vordergründig die Entwicklung auf der „Grünen Wiese“ umso attraktiver. Dieser Entwicklung entgegen zu steuern, ist jedoch das Ziel dieses Einzelhandelskonzepts.

Eine wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Steuerung von Einzelhandel ist das Vorhandensein eines Investoreninteresses in Kombination mit der Verfügbarkeit von Flächen-, Umnutzungs- oder Nachverdichtungspotenzialen.

Grundsätzlich kann man für Rheinbach trotz diverser Hemmfaktoren festhalten, dass Entwicklungsmöglichkeiten bzw. Flächenpotenziale bestehen.

Der Vergleich des Verkaufsflächenbedarfs (vgl. Kap. 4.1) mit den aufgezeigten Flächenpotenzialen zeigt, dass eine Bedarfsdeckung möglich ist und die planungsrechtlichen Voraussetzungen, soweit sie nicht schon vorhanden sind, dafür geschaffen werden können.

6.3 Nachfragesituation in Rheinbach

Nachdem die Angebotsseite vorangehend vorgestellt wurde, ist im Gegenzug auch die Nachfrage in Rheinbach entsprechend zu charakterisieren. Dazu werden zunächst die Einzelhandelskennziffern analysiert und im Anschluss das Einkaufsverhalten der Rheinbacher Kunden vorgestellt.

6.3.1 Kennziffern des Einzelhandels

Die Kaufkraft stellt die Summe des verfügbaren Einkommens einer Stadt oder Region dar. Die Kaufkraft bildet das Konsumpotenzial einer Region / Stadt ab. Sie setzt sich zusammen aus der Summe aller Nettoeinkünfte inklusive Renten, Pensionen, Arbeitslosengeld I und II Sozialhilfe und Kindergeld oder BAföG. Die Kaufkraftkennziffer bezieht sich immer auf den Bundesdurchschnitt, der als Indexwert = 100 gesetzt ist. Gebildet wird sie durch den Quotienten aus Kaufkraft €/ Kopf Rheinbach durch Kaufkraft €/ Kopf BRD mal 100. Gleiches gilt nachfolgend.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft⁴³ ist der Teil der allgemeinen Kaufkraft, der nur im Bereich Einzelhandel ausgegeben wird. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer bezieht sich immer auf den Bundesdurchschnitt, der als Indexwert gleich 100 gesetzt wird⁴⁴. Die Kennziffer von z.B. 102 sagt aus, dass das verfügbare Einkommen für den Bereich Einzelhandel leicht über dem Bundesdurchschnitt liegt.

Die sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer ist der Teil der allgemeinen Kaufkraft, der nur im Bereich Einzelhandel für ein bestimmtes Sortiment / Warengruppe ausgegeben wird.

Der Umsatz umfasst die in einer Region erwirtschafteten Einzelhandelsumsätze und wird im Gegensatz zur Kaufkraft direkt am Ort des Einkaufes erfasst. Die Kennziffer Umsatz zeigt also den Teil der allgemeinen Kaufkraft an, der im Einzelhandel umgesetzt wird. Die Umsatzkennziffer ist jeweils auch auf den Bundesdurchschnitt mit dem Indexwert von 100 bezogen⁴⁵. Ist die Umsatzkennziffer höher als die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer, ist dies ein Indikator dafür, dass in einer Stadt mehr Einkäufe getätigt werden, als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel theoretisch ausgibt. In diesem Fall kommen Einwohner aus dem Umland in diese Stadt, um dort Einkäufe zu tätigen.

Die Zentralitätskennziffer wird ermittelt aus der Gegenüberstellung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer und der Umsatzkennziffer⁴⁶. Sie ist ein Wert, der die Attraktivität einer Stadt als Einkaufsort abbildet. Liegt der Wert über 100, dann bedeutet dieses, dass mehr Umsatz in der Stadt getätigt wird, als an Kaufkraft für Einzelhandel in der Stadt durch die dortige Bevölkerung vorhanden ist. Es gibt also einen Kaufkraftzufluss aus dem Umland. Umgekehrt bedeutet ein Wert unter 100, dass Kaufkraft in andere Städte abfließt bzw. dass ein Teil der örtlichen Bevölkerung Einkäufe in einer anderen Stadt tätigt und damit nur ein Teil des verfügbaren Einkommens für Einzelhandelswaren in Rheinbach ausgegeben wird.

Anzumerken ist, dass aus den nachfolgenden Zahlen bzw. Kennziffern nicht abgeleitet werden kann, welche Kaufkraftbindung nur für die Rheinbacher Bevölkerung vorhanden ist. Die Aussage wie viel der verfügbaren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im eigenen Wohnort umgesetzt wird ist nur über Erhebungen möglich. Da der Umsatz am Einkauf-

⁴⁴ Die GfK Nürnberg, prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommensteuer-Statistiken die Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen für alle Städte mit 5.000 und mehr Einwohnern.

⁴⁴ Für die einzelhandelsrelevante Kaufkraft werden alle Einzelhandelsausgaben am Wohnort gemessen. 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. Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenziales werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Es werden z.B. Ausgaben für Miete, Hypotheken, Versicherungen, Kraftfahrzeuge, Reisen oder Dienstleistungen abgezogen. Quelle: GfK Marktforschung GmbH Nürnberg 2003 und Magazin „Die Wirtschaft“, Ausgabe 2/2005, S. 18 ff

⁴⁵ Liegt der Wert einer Stadt bspw. bei einem Indexwert der Kaufkraftkennziffer von 110 bedeutet dieses bezogen auf den Bundesdurchschnitt, dass die Kaufkraft in der Region /der Stadt um 10 Prozentpunkte höher ist.

⁴⁵ Auch bei der Umsatzkennziffer bedeutet bspw. ein Wert von 105, dass der Umsatz der Stadt/ der Region den Bundesdurchschnitt um 5 Prozentpunkte überschreitet. Umsatz €/Kopf Rheinbach durch Umsatz €/Kopf BRD mal 100

⁴⁶ Die Zentralitätskennziffer ergibt sich aus dem Quotienten (Umsatzkennziffer je EW / einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je EW) multipliziert mit 100.

sort gemessen wird und die einzelhandelsrelevante Kaufkraft am Wohnort, ist daraus zwangsläufig keine direkte Beziehung der Werte ableitbar. Der Umsatz gibt zwar an wie viel der allgemeinen Kaufkraft am Ort gebunden wurde, aber die Herkunft der Umsätze ist dabei nicht lokal begrenzt. Lediglich die Relation der beiden Werte zeigt an, wie viel des örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials ausgeschöpft wird. Wenn der Umsatz vor Ort geringer ist als die einzelhandelsrelevante Kaufkraft dann ist die Ausnutzung suboptimal, wobei immer die spezifischen regionalen Verhältnisse berücksichtigt werden müssen.

Die nachfolgende Tabelle 6 gibt einen Überblick über die in Rheinbach insgesamt vorhandene Kaufkraft, die einzelhandelsbezogene Kaufkraft, die Umsatzkennziffer und die daraus entwickelte Zentralitätskennziffer.

Tabelle 6: Einzelhandelskennzahlen für Rheinbach im Vergleich zum Jahr 1997⁴⁷

Jahr	Kaufkraft in Mio. €	Kaufkraft Kennziffer	EH - Kaufkraft Mio. €	EH-Kaufkraft- kennziffer	Umsatz Mio. €	Umsatz- Kennziffer	KK- Indikator Bindung	Zentralitäts- Kennziffer
2006	510,1	110,1	142,8	106,9	122,9	96,0	0,90	90,4
2005	499,5	111,8	141,7	104,9	117,5	91,4	0,871	87,1
2003	471,6	109,3	141,9	104,8	105,4	81,7	0,78	78,0
2001	455,4	109,6	145,6	104,3	110,3	83,1	0,80	80,0
2000	432,9	107,9	140,9	105,4	97,88	76,72	0,727	72,73
1999	417,7	107,7	136,2	102,1	100,1	78,9	0,77	77,3
1997 ⁴⁸	390,6	107,9	129,7	102,0	96,63	79,6	0,78	78,0

⁴⁷ Anmerkung: Der Zeitreihenvergleich ist statistisch ungenau, da sich die Erhebungsmethoden kontinuierlich verbessern und verändern und so die Datensätze schwer vergleichbar sind. Es können sich daher Fehlinterpretationen ergeben. Die Einwohnerdaten erhält die GfK aus der offiziellen amtlichen Statistik. Die Daten werden zwar für Gesamtdeutschland immer am Anfang des jeweiligen Jahres veröffentlicht, allerdings nur für Gesamtdeutschland. Für die einzelnen regionalen Ebenen werden die Daten immer erst im September zur Verfügung gestellt. Deshalb besteht statistisch keine andere Möglichkeit, als sich immer auf die Daten des Vorjahres zu beziehen.

⁴⁸ Umrechnung von DM zu €

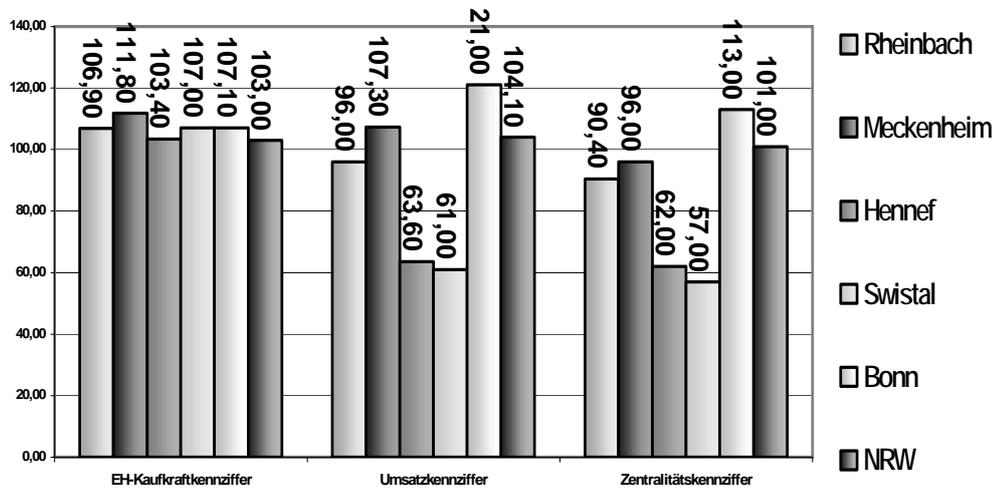


Abb. 21: Einzelhandelskennzahlen 2006 im regionalen Vergleich

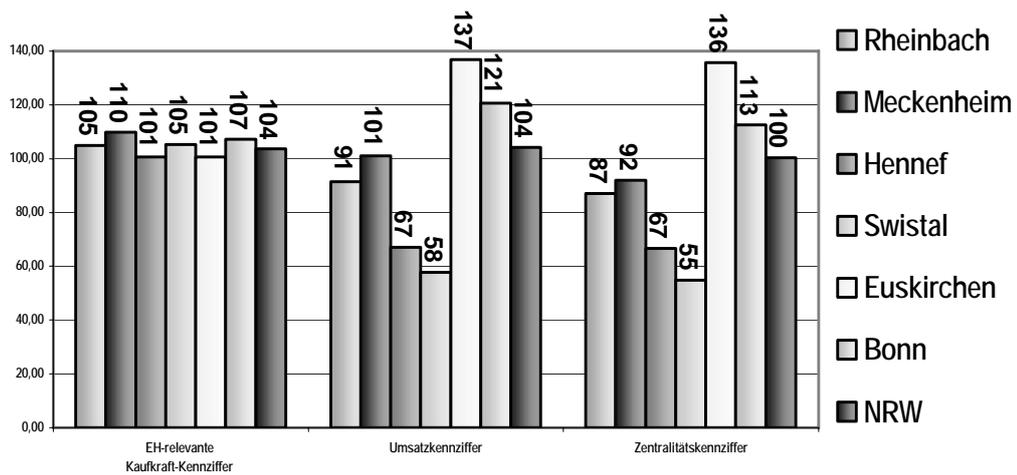


Abb. 22: Einzelhandelskennziffern 2005 im regionalen Vergleich

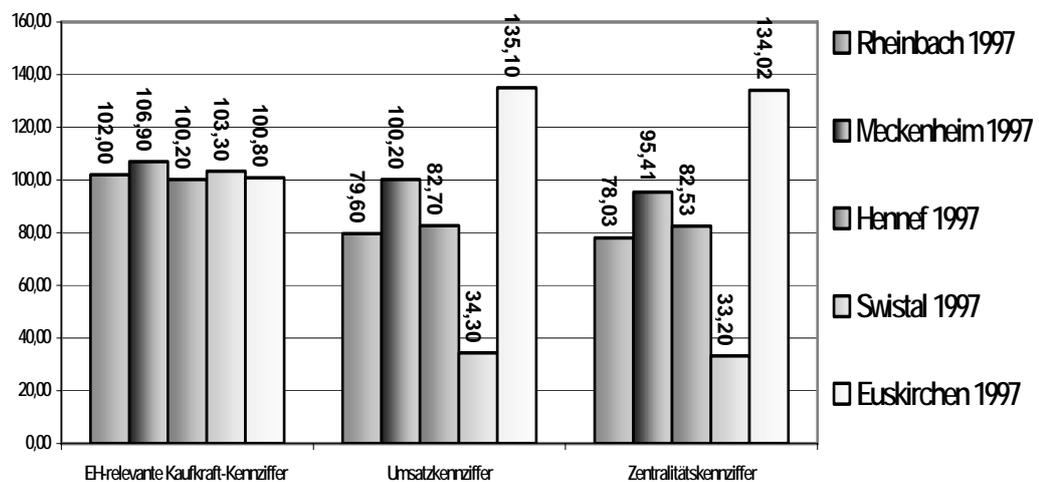


Abb. 23: Einzelhandelskennziffern 1997 im regionalen Vergleich

Man kann aus den Abbildungen 21, 22 und 23 ablesen, dass sich die Situation in Rheinbach in Bezug auf die Umsätze und die Kaufkraftbindung seit 1997 wesentlich verbessert hat. Alle Kennziffern sind gestiegen. Das bedeutet, dass mehr Kaufkraft zur Verfügung stand, mehr Umsatz getätigt wurde und die Kaufkraftbindung an Rheinbach verbessert werden konnte. Ein Kaufkraftzufluss von umliegenden Gemeinden, in dem Sinne, dass mehr Umsätze verzeichnet wurden als örtliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft vorhanden ist, ist nicht zu verzeichnen.

Die Zentralitätskennziffer gibt Auskunft darüber, wie das Einzelhandelspotenzial ausgeschöpft wird, d.h. wie hoch die Kaufkraftbindung in Rheinbach ist. Im Vergleich zu den Nachbarstädten schöpft Rheinbach sein Potenzial relativ gut aus. Dennoch ist z.B. die Kaufkraftbindung in Meckenheim besser. Zu erkennen ist weiterhin, dass Bonn und Euskirchen mit ihrem Einzelhandelspotenzial zusätzliche Kaufkraft aus dem Umland abschöpfen, da die Umsatzkennziffer höher als die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer ist. Es wird also mehr Umsatz getätigt, als durch die eigenen Einwohner an Kaufkraft vorhanden ist.

Neben der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer, die den Durchschnittswert über alle Warengruppen abbildet, gibt es von der GfK Marktforschung GmbH Nürnberg auch sortimentspezifische Kaufkraftkennziffern. Diese Differenzierung ermöglicht es, Besonderheiten im Ausgabeverhalten festzustellen. Die sortimentspezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist für die Stadt Rheinbach in Tabelle 7 dargestellt. Die Tabelle zeigt, wie sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf die einzelnen Sortimente verteilt.

Tabelle 7: Sortimentsspezifische, einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 1997, 2003 und 2005

Sortiment	EH - relevante Kaufkraft in Mio. €/2005	Kaufkraft-Kennziffer 2005 nach Sortimenten	EH relevante Kaufkraft in Mio. €/ 2003	Kaufkraft-Kennziffer 2003 nach Sortimenten	EH relevante Kaufkraft in Mio. €/ 1997 ⁴⁹	Kaufkraft-Kennziffer 1997 nach Sortimenten
Nahrungs- und Genussmittel	48,6	100,5	47,5	100,5	41,57	101,3
Gesundheits- und Körperpflege	19,4	106,0	19,4	106,0	14,73	101,8
Bücher und Schreibwaren	5,5	104,6	5,7	106,8	4,70	103,6
Kurzfristiger Bedarf	73,50		72,60		60,99	
Bekleidung	13,3	112,2	14,0	111,4	18,30	104,2
Schuhe	3,1	111,8	3,0	107,3	2,97	104,9
Hausrat, Glas, Porzellan	2,1	106,5	2,2	107,1	2,86	102,3
Spiel, Hobby,	3,7	117,6	3,5	107,7	5,32	102,5
Sport, Camping	2,3	104,0	2,5	108,8	xx	xx
Photo, Optik	2,9	107,2	2,9	109,4	xx	xx
Mittelfristiger Bedarf	27,40		28,10		29,45	
Einrichtungsbedarf	14,1	111,1	13,8	108,3	3,9	102,9
Uhren, Schmuck, Lederwaren	1,5	116,6	1,5	111,5	2,8	106,2
Baumarktspezifisches Sortiment	14,4	103,6	14,7	108,3	14,8	99,1
Elektrohaushaltsgeräte und Beleuchtung	3,9	108,5	4,0	102,5	7,72	102,8
Langfristiger Bedarf	33,90		34,00		39,27	
Unterhaltungselektronik	3,9	97,9	4,0	107,2	4,5	100,6
Informationstechnologie	2,0	96,7	2,0	107,5	xx	xx
Telekommunikation	2,9	107,2	0,9	106,3	xx	xx

Tabelle 8: Entwicklung des Umsatzes für Rheinbach im Zeitverlauf bis 1998

Bedarf	Umsatz 1987 in Mio. € ⁵⁰	Anteil gesamt in %	Umsatz 1998 in Mio. €	Anteil gesamt in %
kurzfristig	45,50	63	61,05	63
mittelfristig	18,41	25	8,39	9
langfristig	8,69	12	27,25	28
gesamt	75,16	100 %	96,63	100%

⁴⁹ Originalzahlen in Mio. DM, daher i.S.d. der Vergleichbarkeit Umrechnung in €, Quelle: GfK Nürnberg

⁵⁰ Umrechnung von DM zu Euro

Tabelle 9: Entwicklung der Kaufkraftbindung im Zeitverlauf 1987 bis 2006 für Rheinbach

Kennziffer	1987	1994	1997	2001	2003	2005	2006
Umsatz in Mio. €	75,16	103,28	96,63	110,3	105,4	117,5	122,9
EH relevante Kaufkraft in Mio. €	88,45	123,73	129,86	145,6	141,9	141,7	142,8
Kaufkraftbindung (Zentralitätskennziffer)	82	83	75	80	78	87,1	90,4

Tabelle 10: Übersicht über die Entwicklung der Kennziffern der Einzelhandelsnachfrage von 1997-2006

Jahr	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Umsatz-Kennziffer	Zentralitätskennziffer (Kaufkraftbindung)
1997	102,0	79,6	75,0
1999	102,1	78,9	77,0
2001	104,3	83,1	80,0
2003	104,8	81,7	78,0
2005	104,9	91,4	87,1
2006	106,9	96	90,4

Die Tabellen 9 und 10 zeigen, dass die Kaufkraftbindung also die Zentralität kontinuierlich bis zum Jahr 1997 gesunken ist. Dieser Trend konnte jedoch bis zum Jahr 2006 aufgefangen werden, so dass eine deutliche Steigerung der Kaufkraftbindung erfolgte. Dieses spricht für eine Verbesserung der Angebotssituation im Einzelhandel in Rheinbach.

Die Entwicklung in der vorangehenden Tabelle 8 verdeutlicht, dass sich die Umsatzanteile in den Jahren 1987 bis 1998 für das Segment des kurzfristigen Bedarfs auf stabilem Niveau bewegt hat. Die Umsätze für den langfristigen Bedarf haben sich zunehmend gesteigert und bis zum Jahr 1998 verdoppelt.

Der mittelfristige Bedarf nimmt einen zunehmend kleiner werdenden Umsatzanteil ein. Die Entwicklung der Kaufkraftbindungsquote im betrachteten Zeitraum 1987 bis 1998 bestätigt das aus dem Umsatz ersichtliche Bild⁵¹. Die Kaufkraftbindungsquote sank von 76 auf 30.

Eine mögliche Erklärung dieser Entwicklung kann ein verändertes Einkaufsverhalten der Bevölkerung sein. Rheinbach wächst jedes Jahr etwas mehr als 1%⁵². Ein Großteil des Wachstums basiert auf Zuzügen aus dem Ballungsraum. Rheinbach als Mittelzentrum vereint die Vorzüge von Stadt und Land. Durch seine Lagegunst und gute verkehrliche

⁵¹ Zwischenbericht zum Stadtentwicklungskonzept, Hamerla, Januar 2000, Seite 47 ff.

⁵² Im Zeitraum 1987 bis 1998 ist ein Wachstum um 14% zu verzeichnen gewesen. Das entspricht ca. 1,2 % pro Jahr. Dieses ist auch für den Zeitraum 1998 bis 2006 das ungefähre jährliche Wachstum.

Anbindung ist Rheinbach beliebter Wohnstandort. Die zugezogenen Neubürger haben im Gegensatz zu den ortsansässigen Rheinbachern ein verändertes Kaufverhalten und decken gewohnheitsmäßig ihren Bedarf an Bekleidung und Schuhen eher in Bonn und Köln als in Rheinbach.

Neben dem Einkaufsverhalten ist als weiterer Einflussfaktor jedoch zusätzlich das örtliche Angebot in diesem Segment zu betrachten. Die vorangegangene Analyse der Angebotsseite (vgl. Kap. 6.2) zeigt, dass im mittelfristigen Bedarfsbereich Defizite bestehen.

Diese Entwicklung ist mit den Umfrageergebnissen des Bonner Generalanzeigers aus dem Jahr 2006⁵³ annähernd deckungsgleich. Rheinbach bietet seinen Kunden in diesem Segment nicht so viel Auswahl und Angebot, wie die umliegenden Städte Euskirchen und Bonn⁵⁴. Am bezeichnendsten ist dieses im Bereich Bekleidung. Hier fließt sehr viel Kaufkraft in andere Städte ab.

6.3.2 Einkaufsorte der Rheinbacher

Im Rahmen einer repräsentativen Umfrage⁵⁵ des Bonner Generalanzeigers, durchgeführt durch das Unternehmen OmniQuest, wurde das Einkaufsverhalten der Rheinbacher Bevölkerung ermittelt. Es handelte sich um eine Stichprobenerhebung im Rahmen einer C.A.T.I.⁵⁶-Umfrage. Als betrachtete Grundgesamtheit wurde die Bevölkerung ab 16 Jahre angenommen. Befragt wurden 500 Rheinbacher Bürger. Dabei wurden Männer und Frauen sowie Bürger des Zentralortes und der Stadtteile in annähernd gleichen Anteilen befragt.

Tabelle 11: Altersstruktur der Befragten

Alterklassen der Befragten	Anteil der befragten in dieser Altersklasse
Bis 30 Jahre	12%
31 Jahre bis 49 Jahre	36%
50 bis 64 Jahre	28%
Über 65 Jahre	24%

Da die Grundgesamtheit⁵⁷ relativ niedrig ist, sind die Ergebnisse nur Orientierungswerte bzw. Grundtendenzen. Dennoch lassen sich daraus Hinweise ableiten, welche Kunden-

⁵³ Umfrage des Bonner Generalanzeigers zum Einkaufsverhalten, Januar 2006

⁵⁴ anzumerken ist, dass nicht gemeint ist, das Rheinbacher Angebot auf Bonner oder Euskirchener Niveau zu heben. Das kann ein Mittelzentrum in der Größe Rheinbachs nicht leisten. Eine Konkurrenz und ein damit verbundener Kaufkraftabfluss ist daher zu erwarten.

⁵⁵ Quelle: Umfrage des Bonner Generalanzeigers zum Einkaufsverhalten der Rheinbacher Bevölkerung, Januar 2006, eigene Darstellung

⁵⁶ C.A.T.I. bedeutet: Computer Assisted Telephone Interview

⁵⁷ Grundgesamtheit: 500 befragte Rheinbacher Bürger im Rahmen der Erhebung

struktur die einzelnen Einzelhandelsstandorte in Rheinbach aufweisen und welche örtlichen Präferenzen die Rheinbacher Bürger bei ihrem Einkaufsverhalten besitzen⁵⁸.

Zielsetzung der durchgeführten Befragung war es herauszufinden:

- welche Einkaufswege die Rheinbacher Bevölkerung hat,
- welche Produkte wo in Rheinbach gekauft werden ,
- welche Stärken und Schwächen Rheinbach als Einkaufsstadt besitzt,
- welche Produkte aus Sicht der Rheinbacher Bürger fehlen,
- und wie die Attraktivität der Innenstadt im Vergleich zu anderen Standorten in Rheinbach einzuschätzen ist.

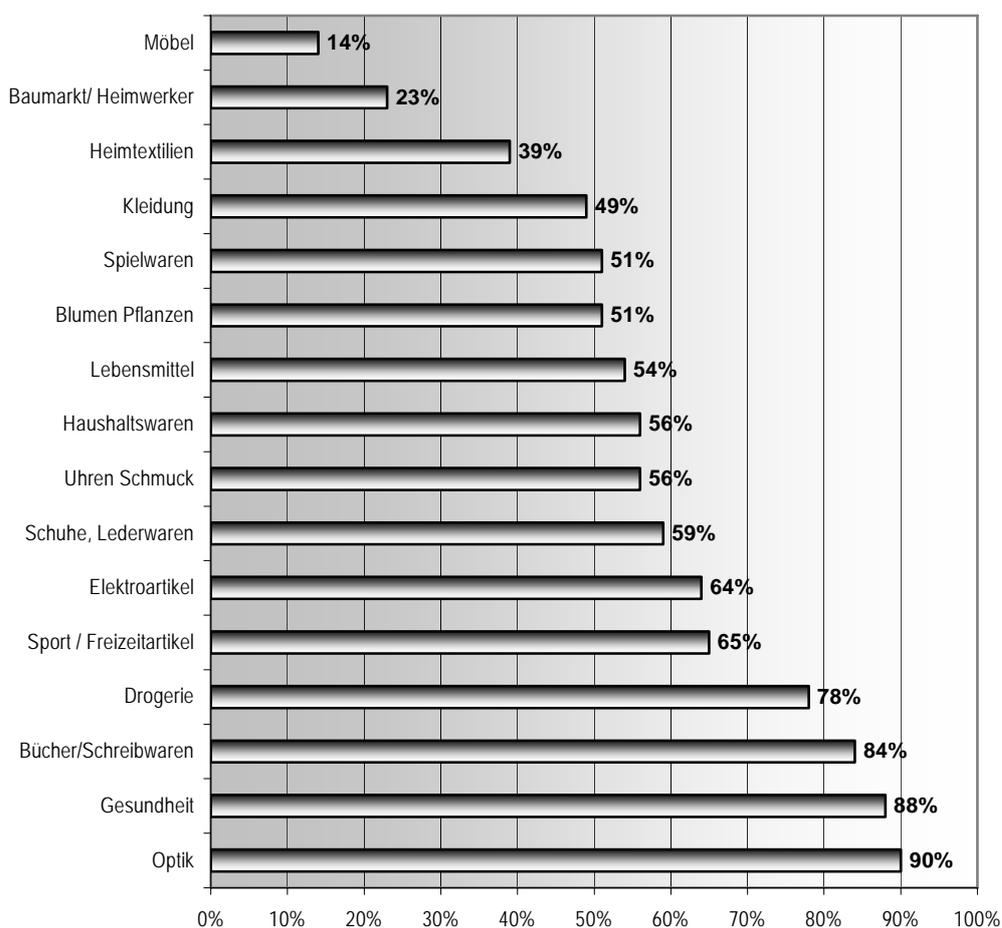


Abb. 24: Prozentanteile der Rheinbacher, die bestimmte Waren in der Innenstadt kaufen

⁵⁸ Den Befragten wurde die Frage gestellt, wo die sie bestimmte Produkte einkaufen. Die %-Angaben stellen die Häufigkeit der Nennungen dar, z.B. 54 % aller Befragten nannten die Innenstadt als Einkaufsort für die Warengruppe Lebensmittel

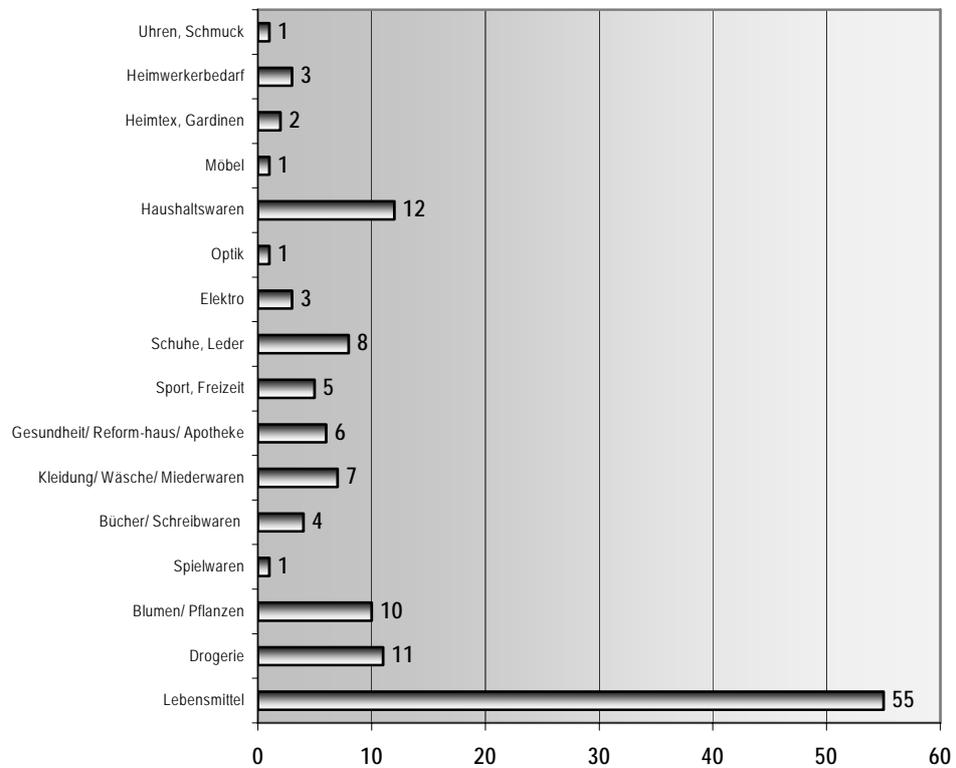


Abb. 25: Prozentanteile der Rheinbacher die bestimmte Waren am Standort „Alte Molkerei“ einkaufen

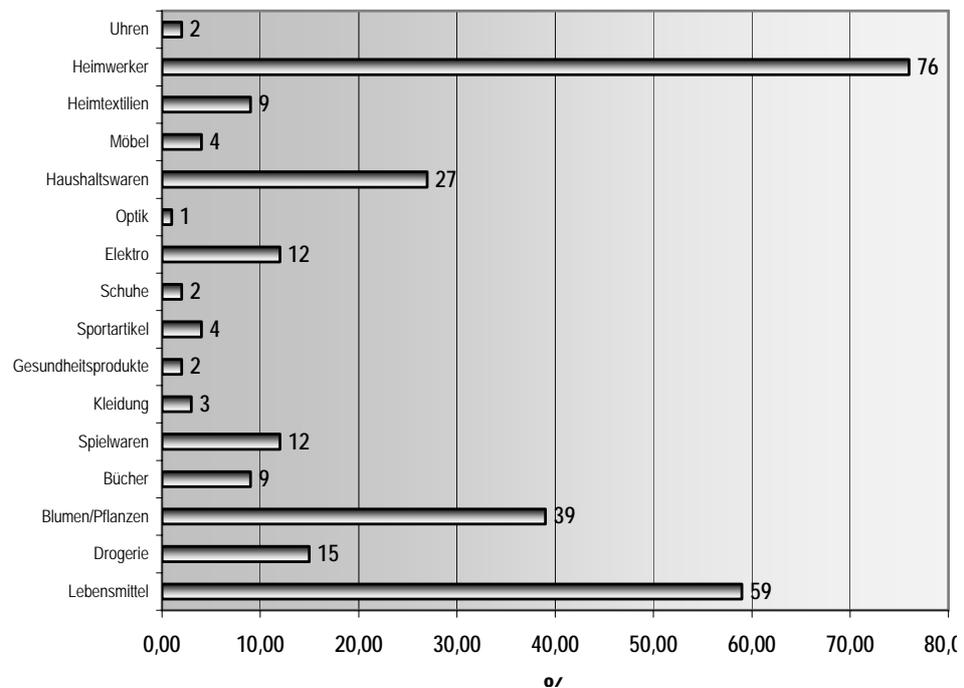


Abb. 26: Prozentanteile der Rheinbacher die bestimmte Waren am Standort „Meckenheimer Straße“ und „An den Märkten“ einkaufen

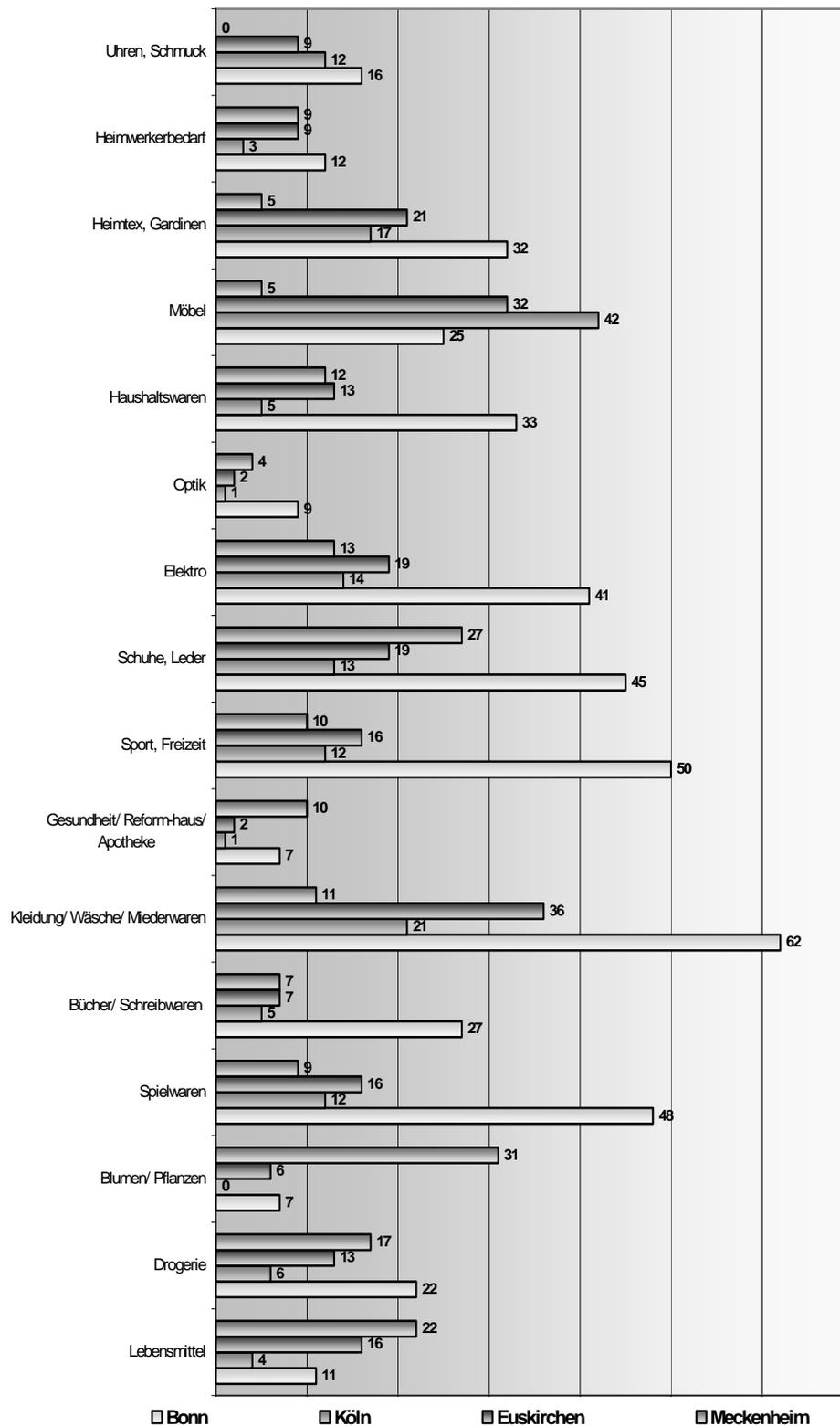


Abb. 27: Prozentanteil der Rheinbacher die bestimmte Waren in Bonn, Meckenheim, Euskirchen oder Köln einkaufen

Ergebnis der Umfrage für diesen Themenbereich ist, dass sich die Stadt Rheinbach in zahlreichen Produktbereichen gegenüber den Oberzentren Köln und Bonn und gegenüber den Nachbarkommunen behaupten kann.

Im Warensortiment Optik, Gesundheit, Drogerie, Bücher und Schreibwaren ist eine starke Kundenbindung an Rheinbach vorhanden. Rheinbach ist in den Sortimentsgruppen Optik, Gesundheit, Bücher, Schreibwaren, Inneneinrichtung und Wohnaccessoires gut aufgestellt und kann sich in der Region behaupten. In dem Bereich Möbel ist Köln größter Konkurrent, in den Bereichen Bekleidung Bonn und Euskirchen.

6.3.3 Gründe für die Wahl des Einkaufsortes

Die Konkurrenz der Städte Bonn, Köln und Euskirchen im Bereich Bekleidung ist trotz Angeboten vor Ort als groß einzuschätzen, zumal Rheinbach hervorragend über die Bahn und das Straßennetz angebunden ist. Gerade in dem Bereich Bekleidung verliert Rheinbach viele Kunden an das Umland, z.B. Bonn und Euskirchen. In diesen Städten sind gerade im Bereich Damenbekleidung viele Filialisten im unteren und mittleren Preissegment vertreten, wohingegen in Rheinbach eher das Inhaber geführte Geschäft im tendenziell hochpreisigem Segment dominiert.

Um die Nachfrage abzubilden, ist jedoch nicht nur die Frage zu stellen, wo die Rheinbacher ihre Einkäufe erledigen, sondern auch, welche Gründe für die Wahl des Einkaufsortes entscheidend sind.

Bei der Frage, warum diese weiter entfernten Ziele aufgesucht werden, konnten Köln und Bonn in den Kategorien „große Auswahl“, „Atmosphäre“ und „Fachgeschäfte“ sowie gute „Verkehrsanbindung“ und die Stadt Euskirchen durch „Fachgeschäfte“ sowie „bestimmte Geschäfte“ überzeugen. Dieses lässt vermuten, dass gerade die Bereiche Bekleidung und Möbel in Rheinbach nicht ausreichend vertreten sind.

Anmerken muss man allerdings, dass Rheinbach auf Grund seiner Einwohnerzahl nicht mit Köln und Bonn zu vergleichen ist. Köln und Bonn profitieren davon, einen hohen Filialisierungsgrad im Bereich Bekleidung zu haben. Zu nennen sind z.B. H&M, ZARA, ZERO, MANGO, diverse Monolabelstores wie ESPRIT und MEXX, aber auch große Kaufhausketten, die eine entsprechende Kaufkraft aus dem Umland anziehen.

Die Vorstellung in Rheinbach, durch eine Angebotsausweitung im Segment Bekleidung abfließende Kaufkraft nach Köln und Bonn komplett zu verhindern, ist utopisch. Dennoch kann davon ausgegangen werden, dass eine Stabilisierung und eventuell leichte Steigerung der Kaufkraftbindung erfolgen könnte, zumal die Rheinbacher Innenstadt in Bezug auf Qualität, Entfernung, Kundenfreundlichkeit gegenüber den Konkurrenzstädten einiges zu bieten hat. Die nachfolgende Abbildung 28 zeigt die Gründe für die Wahl des Einkaufsortes in Prozentanteilen der Nennungen insgesamt an.

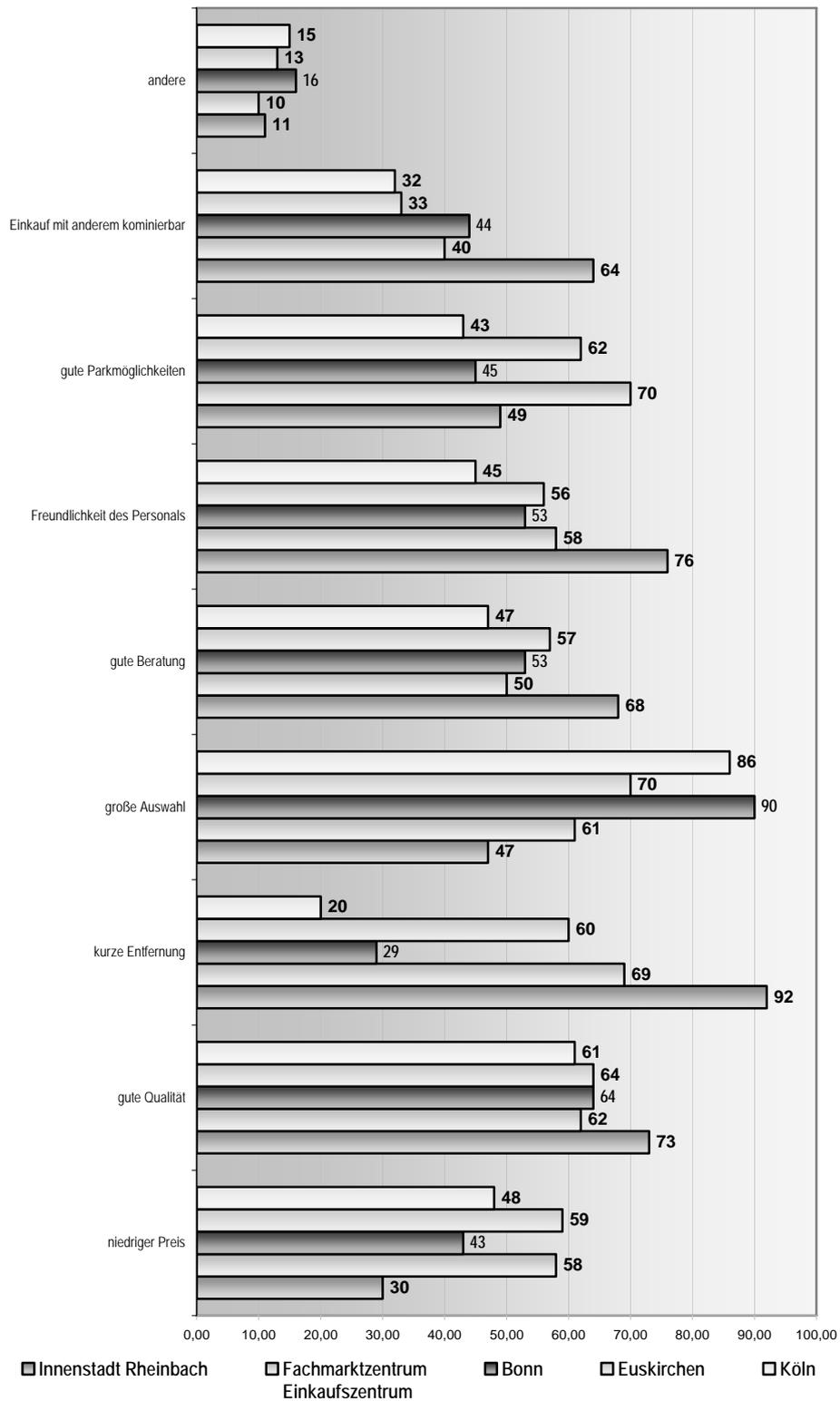


Abb. 28: Gründe für die Wahl des Einkaufsortes

7. RHEINBACHER SORTIMENTSLISTE

Neben der konzeptionellen Funktion im Sinne eines strategischen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes kommt dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept eine wichtige Rolle hinsichtlich der planungsrechtlichen Steuerung und Zulässigkeit von Einzelvorhaben, aber auch im Hinblick auf die landesplanerisch zulässige Ausweisung von Baugebieten zu.

Unerlässlich für die Einzelhandelssteuerung ist eine individuell auf die örtliche Situation abgestellte Bestimmung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten und deren Zuordnung zu faktischen und/oder planerisch festgelegten zentralen Versorgungsbereichen.

Der Charakter eines Einzelhandelsbetriebs wird – neben seiner Größe – durch das angebotene Kernsortiment bestimmt. Ergänzend hierzu wird bei einer Vielzahl von Betrieben ein Randsortiment angeboten, welches sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen muss. Hierbei kann es sich sowohl um branchenübliche (z.B. Pflanzenschutzmittel in einem Gartencenter) als auch branchenfremde Sortimente (z.B. Zweiräder im Baumarkt) handeln.

Die Sortimentszuordnung geht davon aus, dass zentrenrelevante Sortimente täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (kurzfristiger Bedarf), vom Kunden direkt mitgenommen werden können, d.h. hohe Handlichkeit aufweisen (Einkaufstaschen-Sortiment), einer zentralen Lage bedürfen, weil sie i.d.R. auf Laufkundschaft ausgerichtet sind, in der Innenstadt bzw. in zentralen Lagen am stärksten vertreten sind und diese entsprechend prägen. Weitere Merkmale sind eine hohe Beratungsintensität, eine starke Verbundwirkung mit anderen Sortimenten und eine hohe Flächenintensität (Umsatz/m²)⁵⁹.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind demgemäß dadurch zu unterscheiden, dass sie die zentralen Lagen nicht prägen, auf Grund der Größe und Beschaffenheit der Ware überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden, zumeist eines motorisierten Transportmittels bedürfen, d.h. die Betriebe PKW-orientiert sind (z.B. Baustoffe), auf Grund ihres hohen Flächenbedarfes zumeist einer nicht zentralen Lage bedürfen (z.B. Möbel) und eine geringe Flächenproduktivität (Umsatz/m²) besitzen⁶⁰.

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind dadurch gekennzeichnet sind, dass sie in der Regel täglich verbraucht werden, eine geringe Haltbarkeit aufweisen, regelmäßig nachgekauft werden müssen und beim Kauf keine komplexen Entscheidungsprozesse getroffen werden müssen. Zumeist werden Lebensmittel, Drogerieartikel und Medizin dazugezählt.

⁵⁹ vgl. <http://www.wuppertal.ihk24.de/servicemarken/branchen/handel/innenstadtsortimente.jsp>

⁶⁰ vgl. IHK Wuppertal, a.a.O

Hinsichtlich der o.g. Steuerungsfunktion ist im Rahmen des Einzelhandelskonzepts zu ermitteln, welche Sortimente an welchen Standorten angeboten werden, um auf dieser Basis eine ortstypische Sortimentsliste festzulegen.

Es ist darauf hinzuweisen, dass die Einstufung eines Sortimentes als zentrenrelevant allerdings nicht zwingend voraussetzt, dass dieses Sortiment in einem zentralen Versorgungsbereich vertreten ist. So können auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden, die zum Zeitpunkt der Bewertung nicht oder nur in einem geringen Umfang im betreffenden Zentrum angeboten werden, deren erstmalige oder erneute Etablierung in diesem Zentrum aber einen wesentliche Beitrag zu dessen Gesamtattraktivität leisten würde. Weiterhin sollte eine solche Ansiedlung aber auch aus der betriebswirtschaftlichen Sicht möglicher Betreiber realistisch sein, was für einige Großbetriebsformen des Einzelhandels infolge der städtebaulichen, verkehrlichen und marktseitigen Rahmenbedingungen (Flächendimension, -zuschnitt, Miet-/Kaufpreisniveau) nicht gegeben ist.

Die Rechtsprechung hat herausgestellt, dass es zur Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung erforderlich ist, eine ortspezifische Sortimentsliste zu erstellen. Dabei sind landesplanerische Vorgaben aus dem Landesentwicklungsprogramm NRW zu beachten.

Aus den Analyseergebnissen und der ortspezifischen Situation, d.h. der Lage der Einzelhandelsbetriebe, ist nachfolgend die Rheinbacher Sortimentsliste angeführt. Die Liste ist der Diskussion zugänglich und sollte regelmäßig überprüft werden.

Bei der Erstellung der nachfolgenden Sortimentsliste ist methodisch so vorgegangen worden, dass zunächst alle Einzelhandelsbetriebe erhoben, im Stadtgebiet verortet und nach ihren Kernsortimenten kategorisiert wurden. Unter Beachtung des Anhang 1 des Landesentwicklungsprogramms und der übergeordneten städtebaulichen Zielsetzungen im Hinblick auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Rheinbach wurde in der Sortimentsliste eine Differenzierung nach zentrenrelevanten, nicht-zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimenten vorgenommen.

Anhand der so unterschiedenen Einzelhandelsbetriebe und ihrer Lage im Stadtraum lassen sich Besonderheiten identifizieren, die für Rheinbach typisch sind. Eine solche Besonderheit wäre z.B. gegeben, wenn ein üblicherweise als zentrenrelevant eingestuftes Sortiment in Rheinbach ausschließlich oder überwiegend in Gewerbegebieten vorkommt. Unter der Voraussetzung, dass eine Fehlentwicklung ausgeschlossen ist, könnte wegen dieser ortspezifischen Besonderheit das betroffene Sortiment z.B. abweichend vom Einzelhandelserlass als nicht-zentrenrelevant für Rheinbach klassifiziert werden. Im umgekehrten Fall kann es auch sein, dass ein als nicht-zentrenrelevant eingestuftes Sortiment in Rheinbach zentrenrelevant ist.

Tabelle 12: Rheinbacher Sortimentsliste

Hauptbranchen	Sortimentsgruppen	zentrenrelevant	nahversorgungsrelevant	nicht-zentrenrelevant
Lebensmittel, Nahrungs- und Genussmittel	Backwaren, Konditorei		x	
	Fleischwaren		x	
	Getränkhandel		x	
	Wein, Spirituosen, Sekt		x	
	Nahrungs- und Genussmittel		x	
	Reformhausware, Naturkost		x	
Gesundheit- und Körperpflege	Drogerieartikel, Reinigungs- und Putzmittel, Kosmetika, Körperpflege, Parfümerie, Parfümeriewaren		x	
	Medizinische und orthopädische Artikel	x		
	Sanitätsbedarf	x		
	Apotheken	x		
Bekleidung Textil	Bekleidung allgemein (Berufsbekleidung, Pelzwaren, Lederbekleidung, etc)	x		
	Damenbekleidung	x		
	Herrenbekleidung	x		
	Kinder- und Baby-Kleidung	x		
	Wäsche, Miederwaren, Bademoden	x		
	Handarbeitswaren, Kurzwaren, Meterware Stoffe, Wolle, Stickerbedarf, Schneidereibedarf	x		
	Haushaltstextilien	x		
Schuhe und Lederwaren/Täschnerwaren	Schuhe	x		
	Lederwaren, Taschen, Koffer	x		
	Freizeitschuhe	x		
Hausrat und Porzellan, Glas	Geschenkartikel	x		
	Glas, Porzellan, Keramik	x		
	Bestecke	x		
	Haushaltswaren	x		
Keramische Erzeugnisse und Glaswaren	Glaskunst, Veredelung, Manufaktur und Verkauf der Erzeugnisse	x		
	Töpferei und Verkauf von Töpferwaren	x		
Sportartikel	Sportartikel, Sportkleingeräte	x		
	Sportbekleidung, Sportschuhe aller Art	x		
	Sportgroßgeräte			x
Campingartikel und Zubehör	Campingartikel und Zubehör			x
	Campingmöbel			x
Camping Fahrzeuge und Camping Zubehör	Wohnwagen, Wohnmobile, Verkauf von spezifischem Zubehör			x
Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör	Fahrräder, Fahrradrahmen	x		
	Fahrradzubehör, Fahrradteile, Fahrradtextil	x		
Spielwaren, Hobby, Bastelartikel,	Künstlerbedarf, Bastelartikel und Dekoartikel	x		
	Spielwaren	x		

Hauptbranchen	Sortimentsgruppen	zentrenrelevant	nahversorgungsrelevant	nicht-zentrenrelevant
Schreibwaren, Bürobedarf – und zubehör, Schulbedarf Bücher, Fachzeitschriften	Bücher, Fachzeitschriften	x		
	Büromaschinen, Büroorganisationsbedarf	x		
	Papier, Bürobedarf, Schreibwaren, Zeichenmaterial	x		
	Zeitungen, Zeitschriften, Unterhaltungszeitschriften	x		
	Büromöbel			x
Tabakwaren, Lotto, Toto, Süßwaren	Lotto, Toto, Gewinnspiele	x		
	Süßwaren	x		
	Tabakwaren und Zubehör	x		
	Spirituosen	x		
Pokale, Wimpel, Waffen, Schlüssel	Pokale, Wimpel, Waffen, Schlüssel	x		
Uhren, Schmuck, Edelmetallwaren	Uhren, Schmuck; Edelmetallwaren, Goldschmiedekunst	x		
Unterhaltungselektronik, Musik, Video und DVD, Telekommunikation	CD, DVD; Schallplatten, sonst. Tonträger	x		
	Telekommunikation und Zubehör	x		
	Elektronische Spiele, Lernspiele	x		
	Video, Videospiele, Computerspiele	x		
EDV, Zubehör und Software	Hardware, Computer, Bauteile, Software, Zubehör	x		
Musikinstrumente und Zubehör	Musikinstrumente, Noten, Liederbücher, Zubehör, Pflege	x		
Foto, Optik, Akustik	Hörgeräte	x		
	Fotozubehör. Fotoapparate, Entwicklung	x		
	Bilderrahmen etc.	x		
	Brillen, Kontaktlinsen	x		
Bettwaren, Matratzen, Haus-, Tisch-, Bettwaren (ohne Bettgestelle)	Haus- und Tischwäsche	x		
	Matratzen, Lattenroste			x
	Betttextilien	x		
Elektroartikel, hochwertige Haushaltsgeräte, TV- Hifi, Radio	Elektrogeräte „Weiße Ware“ ⁶¹	x		
	Elektrokleingeräte, z.B. Toaster, Kaffeemaschinen etc.	x		
	Radio- und Fernsehtechnik	x		
	Musikanlagen, Hifi- Zubehör, Abspielgeräte	x		
Leuchten, Leuchtmittel	Lampen, Lichtobjekte, Leuchten	x		
	Leuchtmittel	x		
	Kabel, Zubehör, Ersatzteile	x		
Möbel	Möbel aller Art inkl. Bettgestelle			x

⁶¹ „Weiße Ware“ = zur Kategorie **Großelektrogeräte** gehörend: insbesondere Kühlschrank, Elektroherd, Waschmaschine, Spülmaschine und Wäschetrockner. In der Fachsprache heißt diese Kategorie - nach ihrer klassischen Farbe - auch **Weiße Ware**. In der Kategorie **Kleinelektrogeräte** hingegen sind Geräte wie Toaster, Haartrockner, Mikrowellenherd, Staubsauger und Kaffeemaschine usw. angesiedelt

Hauptbranchen	Sortimentsgruppen	zentrenrelevant	nahversorgungsrelevant	nicht-zentrenrelevant
Wohnungseinrichtungsbedarf /Teppiche	Bilderrahmen, Bilder, Drucke, Kunstgegenstände	x		
	Einrichtungsgegenstände, kleine Möbelstücke	x		
	Steingut, Dekoration, Gardinen, Heimtextilien	x		
	Rollläden			x
	Gardinenmeterware und Zubehör	x		
	Markisen, Sichtschutz, Zaun- und Toranlagen			x
Bau- und Gartenmarktsortiment	Schnittblumen, Sträuße, Gestecke, Trockenblumen, Seidenblumen, Zimmertopfpflanzen	x		
	Gartenbedarf			x
	Gartengeräte			x
	Saatgut, Düngemittel, Pflanzenschutz			x
	Pflanzen, Topfpflanzen draußen, Pflanzgefäße			x
	Zoologischer Bedarf, Tierfutter, Lebewesen			x
	Bauelemente, Baustoffe, Teppiche, Auslegewaren, Bodenbeläge, Eisenwaren, Fliesen, Heimwerkerbedarf, Malerbedarf, Farben und Lacke Anstrichmittel			x
	Gartenmöbel, Kaminzubehör			x
KFZ- Einzelhandel und Zubehör	KFZ Einzelhandel			x
	KFZ - Zubehör, Tuning, Ersatzteile			x
Motorradeinzelhandel und Zubehör	Motorräder, Mofa, Roller, Motorisierte Zweiräder			x
	Zweiradzubehör und Ersatzteile			x
	Motorradkleidung			x

Besonderheiten ergeben sich in Rheinbach in den Sortimenten Fahrräder, Tiernahrung, Campingartikel, Teppiche und Blumen.

Das Sortiment Fahrräder wird in der Rheinbacher Sortimentsliste unterteilt in Zubehör und Fahrräder/Rahmen. In Rheinbach sind sowohl in der Innenstadt, als auch in den Gewerbegebieten Fahrradgeschäfte vertreten. Langfristig ist es wegen des hohen Platzbedarfes realistisch, dass Ausstellungs- und Lagerräume für Räder in die Gewerbegebiete ausgelagert werden. Fahrräder- und Rahmen sind daher als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Das eigentliche Zubehör sowie die dazugehörigen Textilwaren und Bekleidungen sind jedoch weiterhin im Rahmen von Freizeitwaren als zentrenrelevant einzustufen und daher in Gewerbegebieten nicht oder nur eingeschränkt als Randsortiment zulässig.

Motorradbekleidung wird als Sonderbekleidung und daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Aufgrund der eindeutigen Zuordnung zum Bereich Sonderbekleidung ist ein Widerspruch zu Anhang 1 LEPro NRW nicht gegeben.

Das Sortiment Tiernahrung / zoologischer Bedarf kommt in Rheinbach in keinem Zentrum vor. Typischerweise wird Tiernahrung in Rheinbach entweder in Baumärkten oder eigens dafür vorgesehenen Fachmärkten verkauft. Es wird für Rheinbach als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Auch der Bereich Campingartikel ist in Rheinbach eine Besonderheit. Es gibt zwei Anbieter, die eine große Auswahl an Wohnwagen, Wohnmobilen und sonstigen Caravanen anbieten. Wegen des hohen Platzbedarfes kommen sie nur in den Gewerbegebieten vor. Neben den reinen Kfz-Verkaufsflächen bieten diese Anbieter auch Campingzubehör und Möbel an. Wegen der speziellen Platzanforderungen von Campingzubehör, wie z.B. Zelte, Sonnendächer, Sonnenschirme, Möbel etc., sollen diese daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden. Trekkingware und -zubehör ist jedoch als Unterart der Freizeit- und Sportbekleidung und Ausstattung als zentrentypisch einzustufen und sollen außerhalb der zentralen Lagen nur eingeschränkt angeboten werden dürfen.

Elektrogeräte, Leuchtmittel sowie Kabel, Zubehör und Ersatzteile werden im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angeboten und ergänzen somit die Vielfaltigkeit und die Sortimentsbandbreite des Einzelhandelsangebots im Innenstadtbereich. Von daher werden sie als zentrenrelevant eingestuft. Jedoch sind für bestehende Einzelhandelsbetriebe in den Gewerbegebieten Ausnahmen und Erweiterungsmöglichkeiten vorzusehen.

Das Sortiment Teppiche ist in Rheinbach ebenfalls differenziert zu betrachten. Antike Teppiche und Orientteppiche sind in Rheinbach zentrenrelevant. Teppichware als Meterware im Sinne von Bodenbelägen sind in Rheinbach als baumarkttypische Sortimente einzustufen und nicht-zentrenrelevant.

Das Sortiment Blumen ist sehr heterogen. Schnittblumen und Sträuße sowie Blumendekorationen in Kombination mit Einrichtungsgegenständen also Produkte des klassischen Floristikhandwerkes sind in Rheinbach zentrenrelevant. Typische Gärtnerei-, Garten- und Landschaftsbau- und Baumschulware, wie z.B. Gehölze, Stauden etc., die sperrig sind und in der Regel als Massenware gekauft werden, sind als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

8. ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

8.1 Rechtliche Einordnung

8.1.1 Regelungen auf Ebene der Landesplanung

Zentralen Versorgungsbereichen kommt für die Steuerung von Einzelhandelsvorhaben eine wichtige Funktion zu.

Diese setzt bereits auf der Ebene der Landesplanung ein und hat damit unmittelbare Relevanz für die kommunale Bauleitplanung, da die Bauleitpläne der Gemeinden gem. § 1 (4) BauGB den Zielen der Raumordnung anzupassen sind. Der **§ 24a LEPro** ist als Ziel der Raumordnung gem. § 4 (1) ROG von den Gemeinden zu beachten.

Der Landtag des Landes Nordrhein-Westfalen hat in seiner Sitzung am 13.06.2007 eine **Änderung des Landesentwicklungsprogramms (LEPro)** durch das Einfügen eines neuen § 24 a beschlossen. Ziel dieser Novelle ist es, die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben (VKF > 800 m²) auf städtebaulich integrierte Lagen zu lenken und somit die Innenstadtzentren und die wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung zu sichern.

Die neue Vorschrift gibt vor, dass Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i.S.d. **§ 11 (3) BauNVO** (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe → **Einzelhandelsgroßbetriebe**) nur in zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden dürfen.

Grundsätzlich sieht der § 24a LEPro vor, dass durch die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben niemals die Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahе Versorgung in der Standortgemeinde oder in Nachbargemeinden beeinträchtigt werden dürfen. Abweichungen von diesem Grundsatz sind nur möglich, wenn mindestens drei „kommunale Partner“ (kreisfreie Städte oder Kreise) ein gemeinsames zentrales Einzelhandelskonzept aufstellen (§ 24a (6) LEPro).

Die zentralen Versorgungsbereiche definieren die Gemeinden für ihr Gemeindegebiet als Haupt-, Neben- oder Nahversorgungszentren selbst. An die Festlegung der Nahversorgungszentren werden keine besonderen Anforderungen gestellt. Haupt- und Nebenzentren müssen sich jedoch auszeichnen durch:

- ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels und
- eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs und
- eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Gebietsausweisungen für Einzelhandelsgroßbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen nur in Haupt- und Nebenzentren stattfinden.

Standorte für Einzelhandelsgroßbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z.B. Baumärkte, Möbelhäuser) dürfen auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden, wenn die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente nicht mehr als 10 % der Verkaufsfläche, maximal jedoch 2.500 m² betragen und der Standort innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs liegt.

Die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente legen die Gemeinden selbst fest, jedoch sind zentrenrelevanten Leitsortimente zu beachten, die im Anhang 1 des Gesetzes aufgeführt sind.

Zentrenrelevanten Leitsortimente gem § 24 a LEPro:

- Bücher/Zeitschriften/Papier/Schreibwaren
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik/Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte)
- Foto/Optik
- Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)
- Uhren/Schmuck
- Spielwaren, Sportartikel

Weiterhin sieht der § 24a LEPro Regelungen zu Hersteller-Direktverkaufszentren (Factory-Outlet-Center) und Einzelhandel in raumbedeutsamen Großeinrichtungen vor.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass vom Regelungsbereich dieser Norm nur großflächige Einzelhandelsbetriebe i.S.d. § 11 (3) BauNVO erfasst sind.

Wie aufgezeigt, wurde ein **dreistufiges System von zentralen Versorgungsbereichen** eingeführt, nämlich:

1. **Hauptzentren**
2. **Nebenzentren**
3. **Nahversorgungszentren.**

Die unterschiedlichen Versorgungsbereiche werden von den Gemeinden räumlich und funktional selbst festgelegt. Das Bestehen eines faktisch vorhandenen, aber noch nicht planerisch festgelegten zentralen Versorgungsbereichs scheint offensichtlich nicht ausreichend zu sein, so dass die Gemeinden – i.d.R. im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts – die entsprechenden Bereiche definieren müssen.

Besondere Anforderungen werden in diesem Kontext an die Haupt- und Nebenzentren gestellt. Nur in diesen Bereichen ist großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten zulässig.

Die landesplanerische Regelung hat für Rheinbach im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente nur eingeschränkte Relevanz, da das Tatbestandsmerkmal der Großflächigkeit nur auf einen einzigen Betrieb mit zentrenrelevanten Sortimenten zutrifft. Die anderen Betriebe sind größtenteils deutlich unterhalb der Großflächigkeitsschwelle von 800 m² Verkaufsfläche und fallen demzufolge nicht unter den Steuerungsbereich des § 24a LEPro.

Anders verhält es sich bei Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, da diese regelmäßig – auch in Rheinbach – die Schwelle der Großflächigkeit überschreiten.

8.1.2 Regelung auf Gemeindeebene

Aber auch auf Ebene der gemeindlichen Planung kommt den zentralen Versorgungsbereichen eine wichtige Steuerungsfunktion zu.

Das Baugesetzbuch nimmt mehrfach Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche:

Die Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ist einer der Belange im Katalog des § 1 (6) **BauGB**, die bei der Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind.

Weiterhin zu erwähnen ist das gemeindliche Abstimmungsgebot des § 2 (2) **BauGB**, das ein Abwehrrecht vorsieht, bei dem sich die Gemeinden auf (negative) Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen können.

Mit dem § 9 (2a) **BauGB** ist seit 2007 die Möglichkeit gegeben, einen einfachen Bebauungsplanes im vereinfachten Verfahren aufzustellen, mit dem Ziel, nur bestimmte Arten baulicher Nutzungen zulässig zu machen, insbesondere Festsetzungen zum Einzelhandel zu treffen und damit die zentralen Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

Gem. § 34 **BauGB** bestimmte sich die Zulässigkeit von Einzelhandelsansiedlungen innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile in der Vergangenheit lediglich dadurch, ob sich das Vorhaben nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden sollte, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist. Die Fernwirkung dieser Einzelhandelsvorhaben war dabei nicht zu berücksichtigen. Auch war bei der Beurteilung der Zulässigkeit bisher irrelevant, ob das Vorhaben zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante oder nicht-zentrenrelevante Sortimente anbot.

Die Steuerung derartiger Vorhaben war erschwert und es kam vielfach zu Fehlentwicklungen im Stadtgebiet. Sobald bereits Vorbilder vorhanden waren oder es sich bei dem §34er Gebiet um ein solches faktisches Baugebiet nach BauNVO handelte, in dem die jeweiligen Vorhaben zulässig waren, bestanden häufig keine Versagungsgründe für weitere Vorhaben.

Mit der Neuregelung in § 34 (3) **BauGB** wird diesem Tatbestand Rechnung getragen. Die Fernwirkung im Sinne von schädlichen Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale

Versorgungsbereiche der Standortgemeinde oder benachbarter Gemeinden ist als zusätzliches Zulässigkeitskriterium eingeführt worden.

Eine weitere Regelung ist im **§ 11 (3) BauNVO** vorgesehen. Demzufolge sind Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, von den bestimmte Auswirkungen ausgehen, nur in Kerngebieten und speziell für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Unter anderem sind Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder in anderen Gemeinden aufgeführt.

Hinsichtlich der Steuerungswirkung des § 34 (3) BauGB ist zwischen faktischen und planerisch festgelegten, aber noch nicht bestehenden zentralen Versorgungsbereichen zu differenzieren. § 34 BauGB gilt für den sog. unbeplanten Innenbereich und hat die Funktion eines Planersatzes, was so zu verstehen ist, dass für die Zulässigkeit eines Vorhabens nicht irgendeine gemeindliche oder sonstige Planung maßgeblich ist, sondern die gebaute Realität den Zulässigkeitsmaßstab definiert.

Ein Vorhaben ist also grundsätzlich zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden sollte, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist.

Insofern hat § 34 (3) BauGB eigentumsgestaltende Wirkung, da durch ihn bei Erfüllung der o.g. Voraussetzungen ein ansonsten zulässiges Vorhaben seinen Rechtsanspruch auf Bebauung bei Erfüllen des Tatbestandes des § 34 (3) BauGB verliert.

Einer informellen Planung wie z.B. eines Einzelhandelskonzeptes kann allein schon aus verfassungsrechtlichen Gründen eine solche eigentumsgestaltende Wirkung nicht zukommen, da bei ihrer Erarbeitung sämtliche Wirkungen (also auch über das Gemeindegebiet hinausgehend) ermittelt, bewertet und abgewogen werden müssten. Insofern greift die Schutzwirkung des § 34 (3) BauGB nur bei bereits faktisch bestehenden zentralen Versorgungsbereichen⁶².

Anders verhält es sich mit den übrigen Regelungen des Baugesetzbuches und der Bau-nutzungsverordnung. Hier entfalten auch planerisch festgelegte, also entweder im Entstehen befindliche oder vollständig neu geplante Bereiche, denen zukünftig die Funktion eines zentralen Versorgungsbereichs zukommen soll, eine entsprechende Steuerungsfunktion.

Grundsätzlich empfiehlt es sich aber auch im Hinblick auf den Regelungsbereich des Baugesetzbuches, faktische zentrale Versorgungsbereiche planerisch festzulegen, da sich die Möglichkeit ergibt, diese zu präzisieren, Entwicklungsmöglichkeiten vorzusehen und ihre Funktion im Gemeindegebiet zu definieren.

Parallel zu den landesplanerischen Anforderungen an die zentralen Versorgungsbereiche sind auch auf bauplanungsrechtlicher Ebene – insbesondere durch die Rechtspre-

⁶² vgl. Kuschnerus 2007, S. 164, RdNr. 330

chung – entsprechende Anforderungen formuliert worden, da der unbestimmte Rechtsbegriff des zentralen Versorgungsbereichs einer gewissen Inhaltsbestimmung bedarf.

Das Bundesverwaltungsgericht bestätigte durch sein Urteil vom 11. Oktober 2007 (BVerwG 4 C 7.07) die Rechtssprechung des 7. Senats des Oberverwaltungsgerichts NRW vom 11. Dezember 2006 (7 A 964/05), in dem es ausführte, dass **„zentrale Versorgungsbereiche räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde** sind, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich** hinaus zukommt. Dabei können sie sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben.“

Das OVG konkretisierte zuvor den unbestimmten Rechtsbegriff des zentralen Versorgungsbereichs, indem es ausführte, dass zentrale Versorgungsbereiche nicht zwingend der gemeindeweiten Versorgung dienen müssen, sondern dass sie auch nur **Bereiche für die Grund- oder Nahversorgung** sein können.

Zentral seien die Versorgungsbereiche, wenn sie die Versorgung des gesamten Gemeindegebiets oder eines Teilbereiches mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs funktionsgerecht sicherstellten. Klassische Fachmarktbereiche, die nur ein begrenztes Spektrum von Waren anbieten, hätten nur eine so genannte sektorale Versorgungsfunktion.

Das OVG führte weiterhin aus und verwies dabei auf die Begründung zum Regierungsentwurf des EAG Bau (BT- Drs 15/2250, S. 54), dass sich zentrale Versorgungsbereiche sowohl aus planerischen Festlegungen, beispielsweise aus Darstellungen und Festsetzungen in den Bauleitplänen oder aus Festlegungen in den Raumordnungsplänen, aus sonstigen planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z.B. Einzelhandelskonzept) und aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben können.

Das OVG definierte eine 3-stufiges hierarchisches System von zentralen Versorgungsbereichen:

Innenstadtzentren

- größerer Einzugsbereich (i.d.R. gesamtes Stadtgebiet, ggf. weiteres Umland)
- breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf

Nebenzentren

- mittlerer Einzugsbereich (Bezirke größerer Städte)
- breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. langfristigen Bedarf

Grund- und Nahversorgungszentren

- kleinerer Einzugsbereich (Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte)
- Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs

Die Frage, ob die Innenstadt von Rheinbach die rechtliche Qualität eines **Innenstadtzentrum** aufweist, ist unstrittig.

Genauso eindeutig ist das **Nichtvorhandensein eines Nebenzentrums**.

Insbesondere mit Blick auf die Ortschaften ist jedoch zu überprüfen, welchen Anforderungen ein **Grund- und Nahversorgungszentrum** entsprechen muss.

Hinweise hierzu sind insbesondere in der Fachliteratur zu finden: Als unverzichtbar für ein Grund- und Nahversorgungszentrum wird eine umfassende Versorgungsfunktion mit Gütern des täglichen Bedarfs angesehen, die ergänzt wird durch ein Angebot an Dienstleistungen und ggf. auch einzelner Waren des mittelfristigen Bedarfs.

Weiterhin sollte auch zumindest ein größerer Lebensmittelmarkt vorhanden sein.⁶³

Ebenso sollte der zentrale Versorgungsbereich eine gewisse räumliche Ausdehnung aufweisen; eine Mindestgröße ist jedoch nicht definiert. I.d.R. ist ein Versorgungsbereich nicht anzunehmen, wenn die Einzelhandelsnutzungen lediglich eine Grundfläche von 1.000 m² überdecken.⁶⁴

8.1.3 Standortkategorien in Rheinbach

Für die Definition der zentralen Versorgungsbereiche in Rheinbach wird sich an der Nomenklatur der landesplanerischen Vorgaben orientiert, da dies die Handhabbarkeit im Bauleitplanverfahren im Hinblick auf das landesplanerische Anpassungsverfahren gem. § 32 LPlG optimiert und die Kategorien des § 24a LEPro für die Bestimmung der zentralen Versorgungsbereiche in Rheinbach ausreichend sind.

Mangels von Bereichen mit der Funktion eines Nebenzentrums kommen **für Rheinbach nur die Kategorien Hauptzentrum (zentraler Versorgungsbereich Innenstadt) und Nahversorgungszentrum** in Frage. Ergänzend dazu werden für den Bereich der Ortschaften „**Nahbereichszentren**“ definiert, die aktuell und perspektivisch (kurz- bis mittelfristig) nicht die von der Rechtssprechung formulierten Anforderungen eines zentralen Versorgungsbereich erfüllen, für die jedoch die gleichen Entwicklungsziele wie für die Nahversorgungszentren gelten.

Auch wenn dadurch für diese Bereiche nicht der besondere rechtliche Schutz des BauGB, der BauNVO und des LEPro greift, entfaltet die Festlegung im Einzelhandelskonzept dennoch gem. **§ 1 (6) Nr. 11 BauGB** als bedeutendes Abwägungskriterium eine Bindungswirkung im Hinblick auf Bauleitplanverfahren und auf die baurechtliche Genehmigung von Einzelvorhaben.

⁶³ vgl. Kuschnerus 2007, S. 87 ff., RdNR. 164 ff.

⁶⁴ vgl. Kuschnerus 2007, S. 79 ff., RdNR. 144 ff.

8.2 Abgrenzungskriterien für die zentralen Versorgungsbereiche

Eine weitere zentrale Fragestellung ist nicht nur, welche zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt identifiziert werden können und wie sie zu definieren sind, sondern auch wo die Grenzen der Versorgungsbereiche zu ziehen sind und warum.

Nur bei einer plausiblen Abgrenzung ist die Steuerung von Einzelhandel rechtssicher möglich. Zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen sind aus Gründen der Nachvollziehbarkeit daher bestimmte Kriterien heranzuziehen.

Mögliche Abgrenzungskriterien sind z.B.:

- Dichte der Einzelhandelsbetriebe und in Ergänzung Dichte der Dienstleistungen und gastronomischen Einrichtungen (Ballungen)
- Mindestangebot: Lebensmittelgeschäft mit ergänzenden Dienstleistungen
- Versorgungsfunktion im Stadtgebiet
- Lage im Stadtgebiet (fußläufige Erreichbarkeit), insbesondere in Bezug zur Wohnnutzung
- historische Bezüge, historische Stadtstruktur
- stadträumliche Struktur (Straßenraumgestaltung, Architektur etc.)
- Zäsuren und erschwerte Erreichbarkeiten (bauliche und infrastrukturelle Barrieren, Angebotslücken, städtebauliche Brüche etc.)
- Entwicklungsachsen bzw. Entwicklungsziele der Stadt
- Passantenfrequenz
- allgemeine ortspezifische Besonderheiten
- Art des angebotenen Sortiments (zentrenrelevant, nicht-zentrenrelevant, nahversorgungsrelevant)

Diese Kriterien sollen nachfolgend auch im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes Rheinbach herangezogen werden, um zentrale Versorgungsbereiche abzugrenzen.

8.2.1 Methodik der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Die methodische Abgrenzung der Zentrenbereiche kann wie folgt vorgenommen werden:

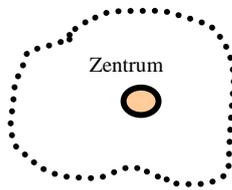
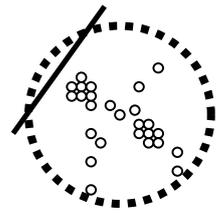
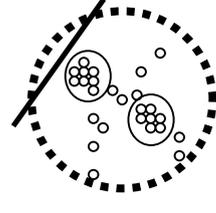
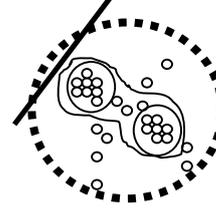
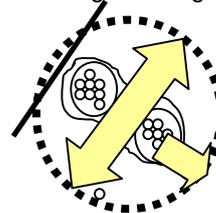
<p>Voraussetzung: Lage des Zentrums (im Sinne von Stadtmittelpunkt) im Stadtgebiet ist bekannt.</p> <p>Ausgangspunkt in Rheinbach ist z.B. das historische Stadtzentrum</p>	<p>Schema Zentrum</p> 																											
<p>1. Bestandsaufnahme der zentrenrelevanten Nutzungen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ soziale Infrastruktur, ▪ Gemeinbedarf ▪ Parkplätze, Haltestellen ÖPNV ▪ Einzelhandelsbetriebe mit VKF ▪ Dienstleistungsbetriebe, Gastronomie ▪ ggf. Freizeiteinrichtungen und Stadtgestaltung 	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Sortiment</th> <th>Strasse</th> <th>VKF</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Blumen</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lebensmittel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bekleidung</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tabakwaren</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Geschenke</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Parfümerie</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Schuhe, Leder</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hausrat</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Sortiment	Strasse	VKF	Blumen			Lebensmittel			Bekleidung			Tabakwaren			Geschenke			Parfümerie			Schuhe, Leder			Hausrat		
Sortiment	Strasse	VKF																										
Blumen																												
Lebensmittel																												
Bekleidung																												
Tabakwaren																												
Geschenke																												
Parfümerie																												
Schuhe, Leder																												
Hausrat																												
<p>2. Verortung der Nutzungen in einer Karte Die vorhandenen Einzelhandelsgeschäfte, Dienstleister und Gastronomieeinrichtungen werden erfasst und in eine Karte eingetragen. Eine Datengrundlage, die über die Verkaufsflächen Auskunft gibt, ist anzulegen und regelmäßig zu aktualisieren.</p>	<p>2. Verortung der Nutzungen</p> 																											
<p>3. Lokalisierung von Ballungen Wo liegen Agglomerationen der Einzelhandelsnutzungen in Verbindung mit Dienstleistern und gastronomischen Einrichtungen?</p>	<p>3. Ballungen identifizieren</p> 																											
<p>4. Abtragung des Zentrenbereiches z.B. unter Berücksichtigung besonderer Kriterien</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ortsspezifischer Gegebenheiten ▪ Zäsuren ▪ Distanz zwischen den Einzelnutzungen ▪ u.v.m. 	<p>4. Abtragung Zentrenbereich</p> 																											
<p>5. Markierung der (gewünschten) Entwicklungsrichtung der weiteren Zentrenentwicklung In welchen Bereichen gibt es Fortsetzungen des Einzelhandelsbesatzes und ist dieses unschädlich bzw. städtebaulich erwünscht?</p>	<p>5. Entwicklungsrichtung</p> 																											

Abb. 29: Abgrenzungsmethodik

9. ZIELE FÜR DIE EINZELHANDELSENTWICKLUNG IN RHEINBACH

Durch konkrete Zielformulierungen für die zentralen Versorgungsbereiche werden nachfolgend die verschiedenen übergeordneten Zielvorgaben auf eine räumliche und funktionale Ebene überführt.

Dies geschieht zunächst anhand von gesamtstädtischen Vorgaben zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, indem bestimmte Sortimentsgruppen den jeweiligen Typen von zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Einzelhandelsstandorten zugewiesen werden.

Auf dieser Basis werden dann die jeweiligen Standorte parzellenscharf abgegrenzt und für diese spezifische Entwicklungsziele formuliert.

9.1 Gesamtstädtische Vorgaben

Wie die Analyse der Einzelhandelsituation in Rheinbach aufgezeigt hat, sind die städtebaulich integrierten Einzelhandelsstandorte einem sich zunehmend verschärfenden Wettbewerb, ausgelöst durch den Ansiedlungsdruck an nicht-integrierten Standorten, ausgesetzt.

Insofern besteht die Notwendigkeit, die integrierten Standorte durch eine Konzentration der Ansiedlungen auf diese Bereiche zu schützen und zu stärken.

Die Funktion der Innenstadt zu sichern, zu stärken und auszubauen sowie die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung langfristig sicherzustellen und zu optimieren, sind die zentralen Ziele in diesem Kontext. Hinsichtlich der Sicherung und Optimierung der Funktion Rheinbachs als Einkaufsstandort gilt es aber auch, über die Allokation von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, bei gleichzeitigen Ausschlüssen oder Einschränkungen von zentrenrelevanten Sortimenten in bestimmten Stadtbereichen, eine innenstadtverträgliche Fachmarktentwicklung anzustreben.

Im Folgenden werden, nach Sortimentsgruppen gem. der Rheinbacher Sortimentsliste gegliedert und bezogen auf die zentralen Versorgungsbereiche, grundsätzliche stadtgebietsweite Vorgaben zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung formuliert. Diese Vorgaben gelten sowohl für Neuansiedlungen, Umnutzungen und Erweiterungen.

Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten

Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten ist zukünftig auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu konzentrieren. Dies gilt, wie auch schon durch die landesplanerischen Vorgaben geregelt, insbesondere für Betriebe, die oberhalb der gerichtlich bestimmten Großflächigkeitsgrenze von über 800 m² Verkaufsfläche liegen.

Da aufgrund der kleinteiligen Einzelhandelsstruktur Rheinbachs das Tatbestandsmerkmal der Großflächigkeit alleine für eine wirksame Einzelhandelssteuerung nicht ausreicht, sind Ansiedlungen unterhalb der Großflächigkeitsgrenze ebenfalls auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu konzentrieren. Ausnahmen für nicht-großflächige Betriebe können zugelassen werden, wenn der Nachweis erbracht wird, dass keine negativen bzw. schädlichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt entstehen. Diese Ausnahmen beziehen sich insbesondere auf Betriebe, die das Angebot in den Nahversorgungszentren ergänzen und damit deren Nahversorgungsfunktion unterstützen sowie auf die Entwicklungsbereiche des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt.

Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Analog zur Regelung der zentrenrelevanten Sortimente sind Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und in den Nahversorgungszentren zulässig. Diese Vorgabe ist ebenfalls nicht an das Tatbestandsmerkmal der Großflächigkeit geknüpft, sondern gilt für alle Betriebsgrößen. Jedoch sind hier Ausnahmen ausdrücklich vorgesehen, wenn sie der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung dienen. Bei Betrieben oberhalb der Großflächigkeitsgrenze ist jedoch ein politischer Beschluss, evtl. einhergehend mit einer Änderung des Einzelhandelskonzeptes, notwendig.

Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten

Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig. Jedoch erfolgt auch hier eine gezielte Standortzuweisung. Die zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente der Betriebe müssen dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sein. Zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente werden grundsätzlich auf max. 10 % der Verkaufsfläche und abweichend von der landesplanerischen Regelung größtenfalls auf 800 m² begrenzt sowie ein Nachweis gefordert, dass keine negativen bzw. schädlichen Auswirkungen auf die Zentrenstrukturen entstehen. Gegebenenfalls kann eine weitere Reduzierung oder der Ausschluss von zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimenten notwendig sein.

Zusammenfassung

- Großflächiger Einzelhandel mit **zentrenrelevanten Kernsortimenten** ist nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zulässig. Ausnahmen sind nur bei nicht-großflächigen Betrieben möglich, wenn keine negativen bzw. schädlichen Auswirkungen auf die Zentrenstrukturen entstehen.
- Großflächiger Einzelhandel mit **nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten** ist nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und in den Nahversorgungszentren

zulässig. Ausnahmen sind möglich, wenn die Betriebe der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung dienen und keine negativen bzw. schädlichen Auswirkungen auf die Zentrenstrukturen entstehen.

- Bei Betrieben mit **nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche müssen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sein.

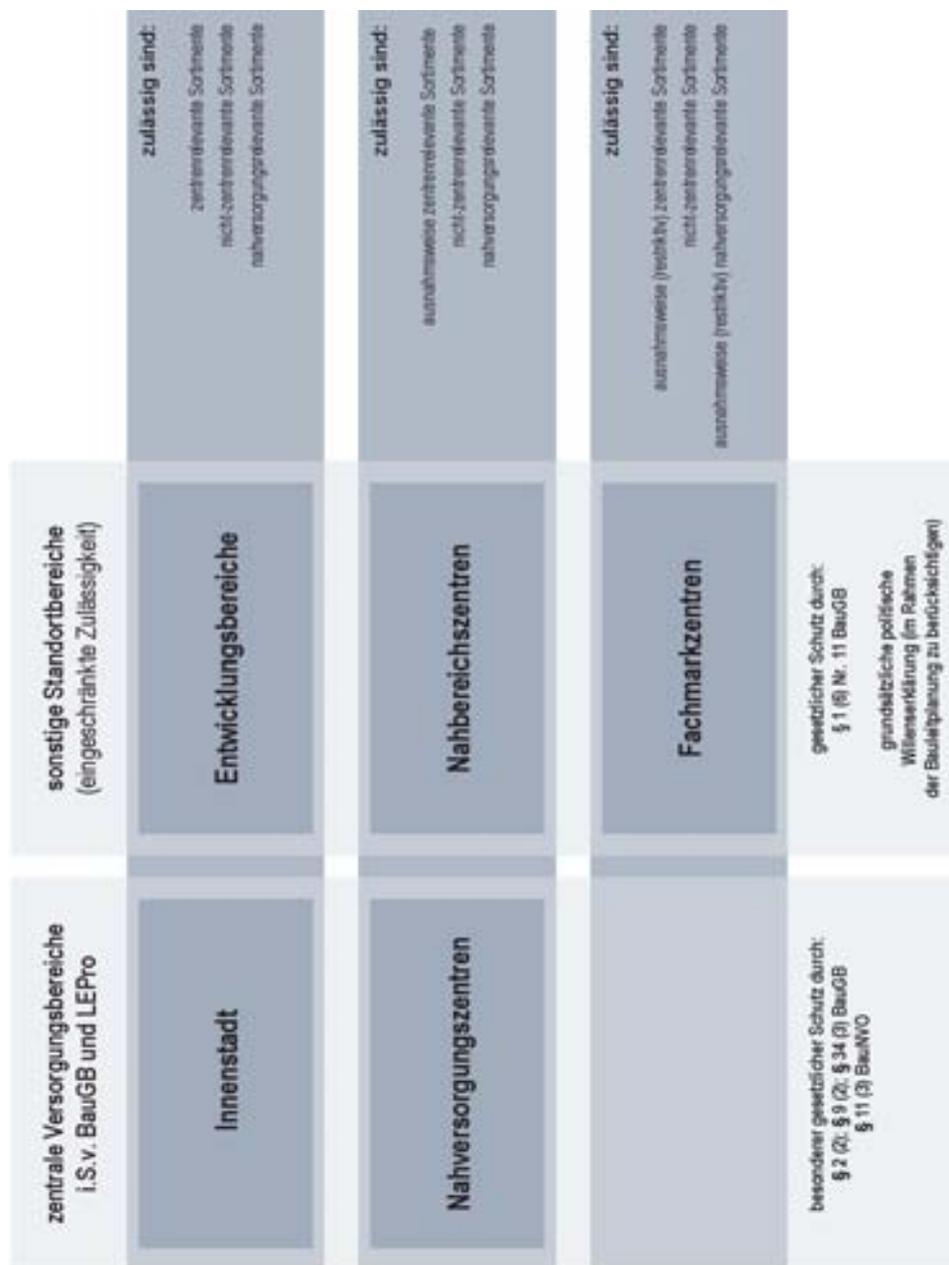


Abb. 30: Zentrenstruktur und Zulässigkeit nach Sortimentsgruppen

10. ZIELE FÜR DIE ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHE, ENTWICKLUNGSBEREICHE UND SONSTIGEN EINZELHANDELSSTÄNDORTE

Im Folgenden werden die zentralen Versorgungsbereiche, Entwicklungsbereiche und sonstigen Einzelhandelsstandorte identifiziert, beschrieben, räumlich und funktional abgegrenzt sowie für deren Entwicklung und zukünftige Funktion Ziele formuliert.

Hierbei wird zunächst auf den **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** eingegangen, dessen Erhalt und Weiterentwicklung aufgrund seiner gesamtstädtischen und regionalen sowie stadtbildprägenden Funktion höchste Priorität besitzt.

Ergänzend dazu werden durch die Definition von **Entwicklungsbereichen** Erweiterungsmöglichkeiten des zentralen Versorgungsbereichs aufgezeigt, um im Bedarfsfall Flächenpotenziale für eine Erweiterung zur Verfügung zu stellen. Wichtig hierbei ist jedoch, dass diese Bereiche nicht die rechtliche Qualität eines zentralen Versorgungsbereichs haben, so dass die mögliche Ansiedlung von Einzelhandelsvorhaben einer erhöhten Kontrolle unterliegt und grundsätzlich keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich entstehen dürfen.

Zur Sicherung einer wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung werden **Nahversorgungszentren** definiert. Ergänzend dazu werden für die Ortschaften, in denen die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich nicht erfüllt werden, **Nahbereichszentren** abgegrenzt. Diesen fehlt zwar ebenfalls die rechtliche Qualität eines zentralen Versorgungsbereichs, jedoch gelten für diese Bereiche die gleichen Ziele wie für die Nahversorgungszentren.

Im Sinne einer innenstadt- und nahversorgungsverträglichen Fachmarktentwicklung werden Bereiche identifiziert, die z.T. bereits aktuell durch Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind und sich zukünftig als **Fachmarktstandorte** eignen. Unerlässlich sind hierbei präzise quantitative und qualitative Vorgaben zur Zulässigkeit bestimmter Sortimente.

10.1 Zentraler Versorgungsbereich und Entwicklungsbereiche Innenstadt

Die schematische Übersicht verdeutlicht vorab noch einmal die Lage der Einzelhandelsstandorte an. Die danach folgende Karte (Abb. 32) zeigt auf, wo sich welche Einzelhandelsnutzungen konzentrieren. Im Anschluss daran werden die einzelnen Bereiche, wie sie sich aus der Analyse, der örtlichen Situation, der Definition und auf Grund der Abgrenzungskriterien ergeben, abgegrenzt.

Abb. 31: Schematische Darstellung der Einzelhandelslagen in Rheinbach Zentralort

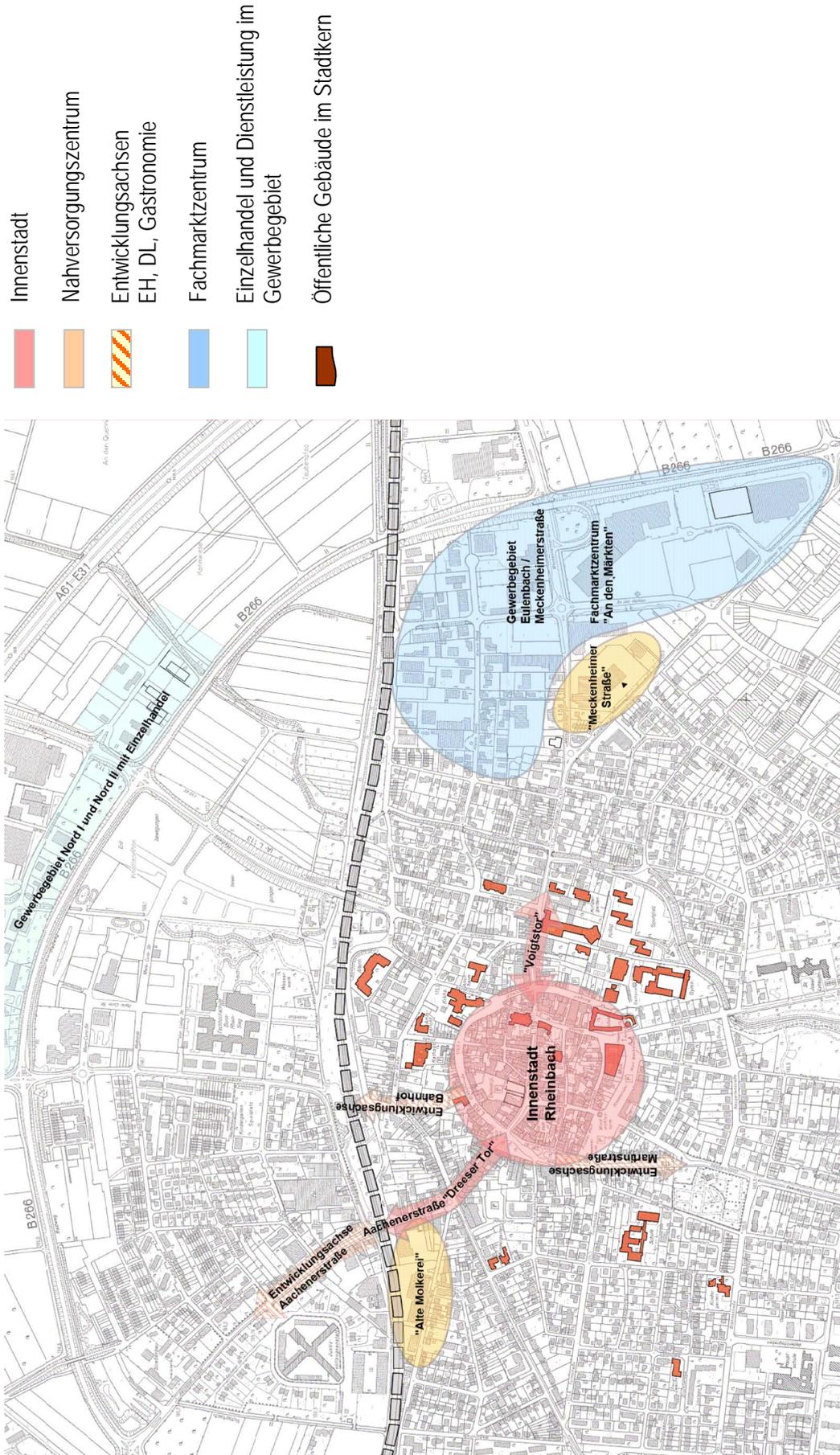
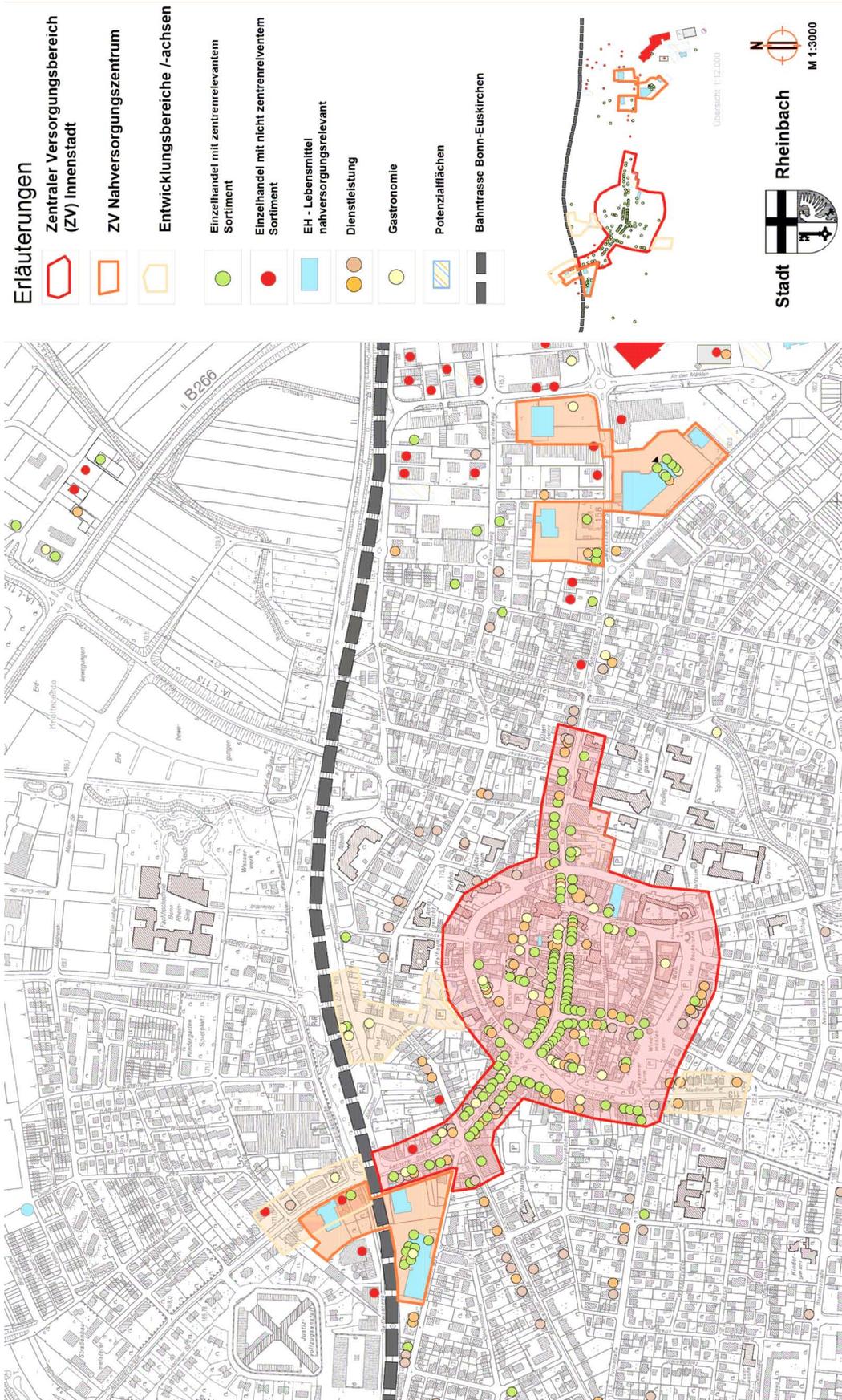


Abb. 32: Lage der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Einzelhandelsbetriebe



Abb. 33: Zentrale Versorgungsbereiche und Entwicklungsbereiche im Zentralort



10.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



In Rheinbach konzentrieren sich die meisten Einzelhandels-, Dienstleistungs-, und Gastronomiebetriebe auf den Bereich der historische Altstadt sowie ihrer Fortführung im Bereich der Straßen „Vor dem Voigtstor“, „Vor dem Dreeser Tor“ sowie der unteren „Aachener Straße“.

Der Gleiskörper stellt nach Norden eine infrastrukturelle Barriere dar, so dass die Passantenfrequenz eindeutig

abreißt und ein stadtstruktureller Bruch erfolgt. Der Einzelhandelbesatz wird hinter der Bahn deutlich dünner und ist durch nicht-zentrenrelevante Sortimente geprägt.

In Richtung Osten, in etwa ab Höhe der Ramershovener Straße, ist ebenfalls eine deutliche Abnahme der Einzelhandelsdichte zu verzeichnen.

Zusammenfassend lässt sich also festhalten, dass sich der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt alleine schon über die Dichte der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe und seine heterogene Zusammensetzung gegenüber anderen Bereichen eindeutig abgrenzen lässt. Historische Bezüge verstärken zusätzlich diese Abgrenzung. Die Innenstadt Rheinbachs übernimmt eine gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktion. Neben dieser Versorgungsfunktion ist dieser Bereich zusätzlich Sitz der öffentlichen Infrastruktur und gleichzeitig Wohnstandort sowie kulturelles Zentrum.

Ziele

Primäres Ziel ist es, die Innenstadt als „Juwel“ der Stadtentwicklung zu erhalten und zu stärken.

Die Innenstadt Rheinbachs mit ihrem historischen Stadtgrundriss und der denkmalwerten Bausubstanz leistet einen wichtigen Beitrag zur Imagebildung und Profilierung der Stadt und trägt dabei in hohem Maße zur Identifizierung der Bevölkerung mit ihrem Wohnstandort bei.

Das Image Rheinbachs als freundliche Einkaufsstadt mit hoher Aufenthaltsqualität ist langfristig nur durch ein hochwertiges, auf den mittelalterlichen Kern und auf die unmittelbar angrenzenden Entwicklungsbereiche konzentriertes Angebot zu erhalten.

Ziel der Stadtentwicklung und der Einzelhandelsentwicklung für das Innenstadtzentrum soll es daher sein, Ansiedlungen von Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu konzentrieren. So kann der vorhandene Facheinzelhandel durch die Ansiedlung zusätzlicher Geschäfte unterstützt werden.

Hierbei sollte darauf hingewirkt werden, Angebotslücken zu schließen, die bestehende Qualität zu sichern und eine dominierende Filialisierung zu vermeiden.

Eine gesunde Konkurrenzsituation, die im Sinne der Kunden die Einkaufsvielfalt erhöht, ist dabei durchaus beabsichtigt.

Um geeignete Flächen für die avisierten Einzelhandelsnutzungen zur Verfügung zu stellen, sollten alle Möglichkeiten ausgeschöpft werden. Diese reichen von der Zusammenlegung von Geschäftsräumen, um größere Betriebseinheiten zu erhalten (unter der Prämisse der Wahrung des Stadtbildes) über die Umnutzung von Bestandsgebäuden bis hin zur Nutzung von Nachverdichtungsmöglichkeiten bzw. der Bebauung bestehender Potenzialflächen.

Im Innenstadtbereich ist neben dem Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten auch Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten zulässig und erwünscht. Diese Nutzungen generieren in der Regel eine hohe Kundenfrequenz, erweitern das Angebotsspektrum und stellen eine wohnungsnah Nahversorgung für die Bewohner der Innenstadt und der angrenzenden Gebiete dar.

Ebenfalls zulässig sind Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, auch wenn zumeist aufgrund des spezifischen Flächenbedarfs für diese Angebotsform keine geeigneten Standorte im Innenstadtbereich zur Verfügung stehen.

10.1.2 Entwicklungsbereiche Innenstadt

Die Entwicklungsbereiche dienen als Innenstadterweiterungs- und -ergänzungsstandorte. Sie fungieren sowohl als Flächenpotenziale für bedarfsgerechte Erweiterungen des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt als auch als Standorte für ergänzende Nutzungen. Es sollen insbesondere Angebotslücken geschlossen und leerstehende Ladelokale genutzt werden.

Die Entwicklungsbereiche ergeben sich zum einen aus der Örtlichkeit und bereits bestehende funktionalen Bezügen, zum anderen aber auch aus konzeptionellen Überlegungen beispielsweise im Rahmen des Stadtentwicklungskonzeptes.

Sie erfüllen derzeit noch nicht die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich, jedoch ist es aus stadtstrukturellen Gesichtspunkten wünschenswert, dass sich diese Bereiche in Bezug auf den Besatz mit Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie fortentwickeln.

Wichtig ist jedoch, dass jede Einzelhandelsansiedlung fallspezifisch zu betrachten ist, d.h. die Zentrenverträglichkeit gegeben sein muss. Es ist daher das jeweilige Sortiment, die Lage und die Größe der Verkaufsfläche auf Zentrenverträglichkeit abzu prüfen. Die Bewertung kann bei unstrittigen Fällen auf Basis des Einzelhandelskonzepts erfolgen – bei strittigen oder komplexen Fällen sollte jedoch der Nachweis der Zentrenverträglichkeit durch ein Gutachten erbracht werden.

Grundsätzlich gilt auch, dass funktionale Brüche vermieden werden und die Entwicklungsbereiche so angeordnet sind, dass sich ein zusammenhängender Einkaufs- bzw. Innenstadtbereich entwickeln kann.

In den Entwicklungsbereichen sind grundsätzlich keine großflächigen Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten zulässig. Betriebe unterhalb der Großflächigkeitsschwelle sind nur nach einer Einzelfallprüfung zulässig.

Im Rahmen der regelmäßigen Aktualisierung des Einzelhandelskonzepts werden die Entwicklungsbereiche auf die Erfüllung der Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche überprüft und gegebenenfalls dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zugeordnet.

Entwicklungsbereich Grabenstraße-Bahnhof



Dieser Entwicklungsbereich ist der nördliche Teil einer städtebaulichen Achse vom Himmeroder Wall bis zum Bahnhof, die über die Weiherstraße, den Deinzer Platz, die Grabenstraße und die Bahnhofstraße geführt wird. Dieser Bereich ist heute noch nicht baulich ausgeprägt, so dass die fußläufige Wegeverbindung nur den „Ortskundigen“ bekannt ist. Die

wichtigsten Potenzialflächen für eine zukünftige Einzelhandelsansiedelung werden derzeit als Parkplatz genutzt.

Entlang der Grabenstraße ist bereits ein gewisser Besitz an Einzelhandelnutzungen festzustellen, jedoch weist dieser Bereich nur eine geringe Passantenfrequenz und diverse bauliche Mängel auf.

Ziele

Dem Bahnhofsbereich kommt eine wichtige Entrée-Funktion in die Innenstadt für bahnfahrende Besucher und Bewohner der Stadt zu. Von ihm aus muss eine bauliche und funktionale Anbindung an die Innenstadt hergestellt werden. Hierbei ist diese Verbindung sowohl baulich-räumlich (d.h. durch Gebäude und Straßen) als auch funktional (durch Nutzungen) zu betonen, so dass sie im Stadtraum ablesbar ist. So wird die direkte Verbindung zur Innenstadt in der Örtlichkeit wahrnehmbar und eine attraktive Fußwegeverbindung angeboten. Diese Funktion ist in Rheinbach derzeit weder baulich noch funktional ablesbar.

Neben einer Aufwertung des Bahnhofsumfeldes und dem Abschluss der Umnutzung des Bahnhofsgebäudes kann insbesondere eine Einzelhandelsentwicklung entlang der Achse

se dazu beitragen, den Bahnhofsbereich baulich und funktional mit der Innenstadt zu verknüpfen.

Die wichtigste Potenzialfläche in diesem Kontext stellt der Baublock Grabenstraße dar. Für diesen Bereich wurden bereits Gestaltungsstudien im Rahmen des Stadtentwicklungskonzeptes durchgeführt. Grundsätzlich wünschenswert wäre eine Mischung aus Wohnen, Büros, Dienstleistungen und Einzelhandel.

Von einer Entwicklung im Bereich des Baublocks Grabenstraße könnte ein wichtiger Impuls ausgehen, die Einzelhandelsfunktion der Grabenstraße auszubauen. Insofern ist parallel zur Entwicklung des Baublocks Grabenstraße und einer Aufwertung des Bahnhofsumfelds eine Verbesserung der Straßengestaltung Grabenstraße und Löherstraße anzustreben. So wird nicht nur die Achse Innenstadt-Bahnhof gestärkt, sondern auch die Chance genutzt, durch die Platzierung von frequenzerzeugenden Nutzungen einen Rundlauf entlang der Grabenstraße/Löherstraße mit Anknüpfung an die westlichen und östlichen Enden der Hauptstraße zu etablieren.

Hinsichtlich der erzielbaren positiven Effekte sollte die Entwicklung des Entwicklungsbereichs Grabenstraße-Bahnhof mit besondere Priorität verfolgt und mögliche Projekte im Sinne der o.g. Zielvorstellungen konzipiert und realisiert werden.

Entwicklungsbereich Achener Straße



Der Entwicklungsbereich Achener Straße ist unmittelbar an den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angebunden. Der südliche Teil der Achener Straße weist einen dichten Einzelhandelsbesatz auf. Dieser ergibt sich aus der Verlängerung der Hauptstraße als Haupteinkaufsstraße über die Straße „Vor dem Dreeser Tor“ als deren westliche Verlängerung bis hin zur Achener Straße. Der Gleiskörper stellt jedoch eine prägnante Zäsur dar. Nördlich der Bahngleise wandelt sich das städtebauliche Erscheinungsbild – der Bereich ist insgesamt von gewerblichen Nutzungen geprägt, der Einzelhandelsbesatz ist eher durch nicht-zentrenrelevante Sortimente gekennzeichnet und die Kundenfrequenz fällt stark ab.

Nördlich an den Entwicklungsbereich schließen sich durch Wohnen geprägte Stadtbe-
reiche an.

Ziele

Dieser Entwicklungsbereich stellt einerseits stadtstrukturell die logische Verlängerung der bisherigen Einkaufslagen dar, andererseits kommt dem nördlich des Gleiskörpers gelegenen Bereich eine wichtige Eingangsfunktion in den Innenstadtbereich zu. Er fungiert als Übergangszone zwischen Innenstadt und den nördlichen Wohngebieten. Insofern wird diesem Bereich schwerpunktmäßig eine Funktion als Ergänzungsstandort für den Innenstadtbereich zugewiesen. Hochwertige Angebote mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (beispielsweise das bereits vorhandenem Wohnstudio) in Kombination mit Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten prägen bereits jetzt diesen Standort. Umsatzverlagerungen durch Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten würden das Ziel einer kompakten Innenstadt mit kurzen Laufwegen konterkarieren. Insofern ist Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten nur in untergeordnetem Maße und nur nach einer Einzelfallprüfung zulässig.

Entwicklungsbereich Martinstraße



Der Entwicklungsbereich Martinstraße ist südlich an den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angebunden. Momentan ist dieser Bereich durch Dienstleistungsangebote geprägt. Im Anschluss an den Friedhofsbereich wandelt sich das städtebauliche Gefüge und wird durch eine reine Wohnfunktion dominiert. Aufgrund des Parkplatzangebotes auf dem Himmeroder Wall weist dieser Standort gute Rahmenbedingungen für Einzelhandel und Dienstleistungen auf. Im Gegensatz zum Entwicklungsbereich

Aachener Straße ist dieser Bereich eher kleinteilig strukturiert.

Ziele

Der Entwicklungsbereich Martinstraße ist bis zum Schnittpunkt mit der Weierstraße als Fortführung der jetzigen Entwicklung zu sehen. Stadtstrukturell wäre dieses die logische Fortführung des jetzigen Bestandes an Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie im nördlichen Bereich der Martinstraße. Der Friedhof im Übergangsbereich zum Ölmühlenweg stellt die südliche Begrenzung dieses Entwicklungsbereiches dar. Eine weitere

Fortführung erdgeschossiger Läden in südliche Richtung ist weder sinnvoll noch möglich.

Aufgrund seiner momentanen Ausrichtung auf den Dienstleistungsbereich und seiner kleinteiligen Bebauungsstruktur ist dieser Entwicklungsbereich als Innenstadterweiterungs- und -ergänzungsstandort zu kategorisieren. Jedoch ist Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten nur in untergeordnetem Maße und nur nach einer Einzelfallprüfung zulässig, so dass auch die kleinteilige Bebauungsstruktur bewahrt werden kann.

Wie dem Entwicklungsbereich Aachener Straße kommt diesem Bereich eine wichtige Eingangsfunktion in den Innenstadtbereich zu.

10.2 Nahversorgungszentren (Zentralort)

Die Nahversorgungszentren im Zentralort haben aufgrund ihrer Ausstattung und Lage eine gemeindeweite Versorgungsfunktion. Wegen ihrer unmittelbaren Nähe zu Wohngebieten und zur Innenstadt leisten sie einen wichtigen Beitrag zur fußläufigen Nahversorgung, auch wenn sie von ihrer Grundkonzeption (große Parkplätze, Lage an Hauptverkehrsstraßen) auf den automobilorientierten Einkauf ausgerichtet sind. Es ist daher das Ziel, die Standorte zu erhalten, zu stärken und insbesondere im Hinblick auf die Konkurrenz an nicht integrierten Standorten „auf der grünen Wiese“ zu schützen.

Die beiden Nahversorgungszentren „Meckenheimer Straße“ und „Alte Molkerei“ weisen jeweils einen großflächigen Lebensmittelsortimenter, mindestens einen Lebensmitteldiscounter sowie dazugehörige komplementäre Einzelhandelsnutzungen und Dienstleistungen auf. Die Lebensmittelmärkte sind Frequenzbringer und Grundvoraussetzung für die Ansiedlung weiterer kleinteiliger Angebote für die Nahversorgung. Ergänzt wird das Angebot durch Gastronomiebetriebe.



Zudem sind die Standorte gut an das ÖPNV-Netz angebunden, so dass alle Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich erfüllt sind.

Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sind uneingeschränkt zulässig. Zur Stärkung der Nahversorgungsfunktion sind in untergeordnetem Maße auch zentrenrelevante Sortimente zulässig – jedoch nur als untergeordnetes Randsortiment bei Be-

etrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten und bei kleinen Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten (z.B. kleiner Blumenladen, Apotheke). Grundsätzlich ist aber hier der Nachweis der Zentrenverträglichkeit zu erbringen.

10.3 Nahversorgungsbereiche in den Ortschaften

Aufgrund der zum Teil dezentralen Lage der Ortschaften im Stadtgebiet übernehmen die jeweiligen Ortszentren eine wichtige Funktion für die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung. Jedoch haben insbesondere wirtschaftliche Zwänge und der damit einhergehende Wandel der Betriebsformen zu einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes geführt.

Städtebauliche Steuerungsmöglichkeiten können über diese wirtschaftlichen Zwänge im Bereich der Nahversorgung nicht hinweghelfen. Weiterhin ist nicht nur der Rückzug des Einzelhandels zu beklagen, sondern zumeist geht ein Rückzug komplementärer Dienstleister wie z.B. Sparkassen, Ärzte, Postdienstleistungen etc. damit einher.

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels, d.h. einer weniger und älter werdenden Bevölkerung, ist dieses eine nicht-wünschenswerte Situation. Deshalb müssen dort, wo die Nahversorgungsbereiche bedroht sind, neue Betriebsformen gefunden werden, um nach dem Rückzug der Einzelhandelsbetriebe trotzdem eine ausreichende Grundversorgung sicher zu stellen.

Beispiele in den Ortschaften wie z.B. Flerzheim zeigen, dass Bündelungen von Einzelhandelsangeboten und Dienstleistungen unter einem Dach, die alleine nicht lebensfähig sind, ein Mindestmaß an Grundversorgung sicherstellen können. Weitere Möglichkeiten bieten zukünftig z.B. mobile Einzelhandelsangebote (Wochenmarkt, Verkaufswagen, rollender SB-Markt, Bringdienste etc.). Dies sind mögliche Alternativen, die sich anbieten, um dem Rückzug des Einzelhandels aus der Fläche zu begegnen. Ergänzend unterstützen die Hofverkäufe in den Ortschaften die Grundversorgung.

Diese o.g. Problemstellungen sind nicht hoheitlich über die Gemeinde im Rahmen von Konzepten und verbindlicher Bauleitplanung zu lösen, sondern ausschließlich durch Maßnahmen, die Immobilieneigentümer, Unternehmer, Gastronomen, Dienstleister und Einzelhändler vor Ort durch gemeinsames Handeln aus eigener Kraft leisten müssen. Die Stadtplanung kann nur die planungsrechtlichen Voraussetzungen schaffen, um das örtliche Engagement im Einzelhandel zu unterstützen und städtebauliche Fehlentwicklungen an den Ortsrändern und den damit verbundenen Schädigungen der Ortszentren zu vermeiden.

Ziel der Stadtentwicklung und der Einzelhandelsentwicklung kann daher nur sein, gewachsene Handelslagen so lange wie möglich zu stabilisieren und damit die Grundversorgungsfunktion der Ortszentren zu erhalten und zu stärken.

Daher ist die Ansiedlung von Betrieben außerhalb der zentralen Lagen nicht zulässig. Einzelhandelsnutzungen sind auf die definierten Nahversorgungs- und Nahbereichszentren zu konzentrieren.

Die Wohnbaulandstrategie der Stadt Rheinbach unterstützt dieses Ziel, indem neue große Baugebiete nur in Ortschaften mit vorhandener Infrastruktur durch Darstellungen im Flächennutzungsplan gesichert sind.

Weiterhin sind die planerischen Voraussetzungen zu schaffen, dass Nachnutzungen, Umnutzungen oder Neuansiedlungen in vorhandenen Geschäftslagen in den Ortschaften weiterhin möglich sind.

Aufgrund des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes, der ergänzend angebotenen Dienstleistungen und Komplementärnutzungen erfüllt nur das Ortszentrum in **Wormersdorf** die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich (i.S.d. BauGB und des LEPro) und wird daher als **Nahversorgungszentrum** definiert. Die **übrigen Ortszentren** mit nennenswertem Einzelhandelsbesatz, die diese Anforderung momentan, aber auch mittelfristig nicht erfüllen, werden als **Nahbereichszentren** definiert, für die die gleichen Ziele gelten, wie für die Nahversorgungszentren. Dadurch entfalten auch diese Zielsetzungen – insbesondere in der Bauleitplanung, aber auch in der Genehmigungspraxis – eine bindende Wirkung.

Die Abgrenzung der Nahversorgungsbereiche (Nahversorgungs- und Nahbereichszentren) in den Ortschaften erfolgt nach den gleichen Abgrenzungskriterien wie im Zentralort. Die Ortszentren übernehmen in der Regel für die Ortschaft selbst Nahversorgungsfunktion und sind zumeist Sitz der sozialen und öffentlichen Infrastruktur. Stadtfunktional sichern sie, in Ergänzung zum Zentralort, die fußläufige Erreichbarkeit nahversorgungsrelevanter Angebote. Dies ist vor allem im Hinblick auf die zunehmend älter werdende Bevölkerung und nicht mobile Menschen wichtig.

Mindestangebote eines Nahversorgungsbereichs in den Ortsteilen Rheinbachs sind ein Lebensmittelgeschäft mit ergänzenden Dienstleistungen und zentrenstärkenden Komplementärnutzungen. Das bloße Vorhandensein einer Bäckerei macht in der Regel noch kein Nahversorgungs- oder Nahbereichszentrum aus.

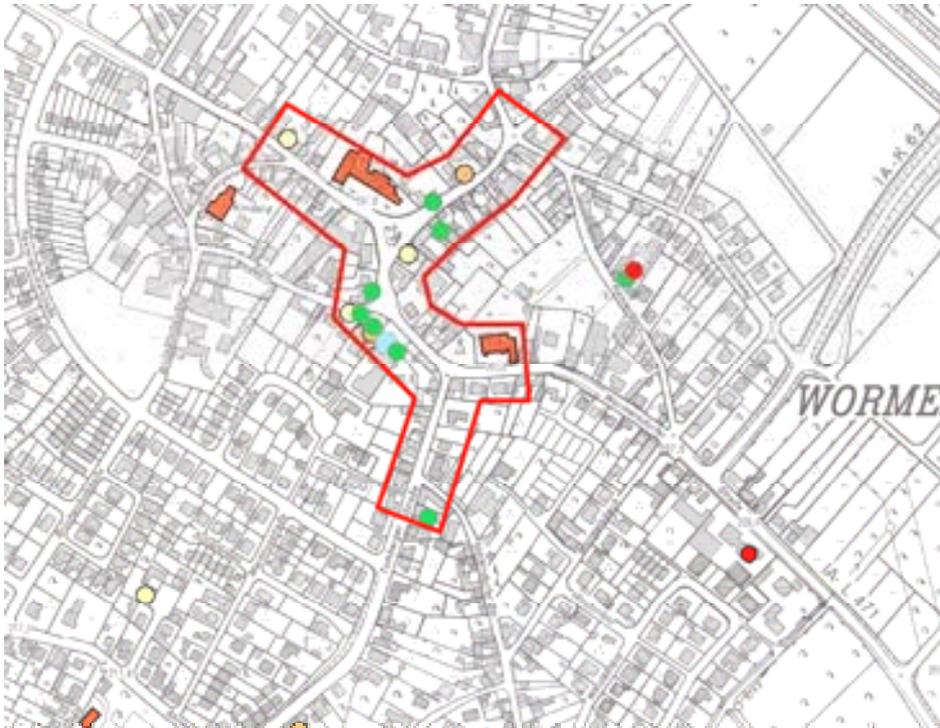
Die getroffene Abgrenzung basiert vorwiegend auf den Kriterien Lage und Art der Angebote, historische Bezüge, stadtstrukturelle Brüche oder bauliche bzw. infrastrukturelle Zäsuren und ortstypische Besonderheiten.

Nachfolgend werden die Ortschaften angeführt, in denen ein Nahversorgungs- oder Nahbereichszentrum mit dem Mindestangebot „Lebensmittelgeschäft mit ergänzenden Dienstleistungen“ vorhanden sind.

In Grün sind Geschäfte mit zentrenrelevantem Sortiment, in rot Geschäfte mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment, in gelb gastronomische Einrichtungen, in orange Dienstleistungen mit Ladenlokal und in rot-braun Dienstleistungen ohne Ladenlokal dargestellt.

-  zentrenrelevant
-  nicht-zentrenrelevant
-  gastronomische Einrichtungen
-  Dienstleistungen mit Ladenlokal
-  Dienstleistungen ohne Ladenlokal

Nahversorgungszentrum Wormersdorf:

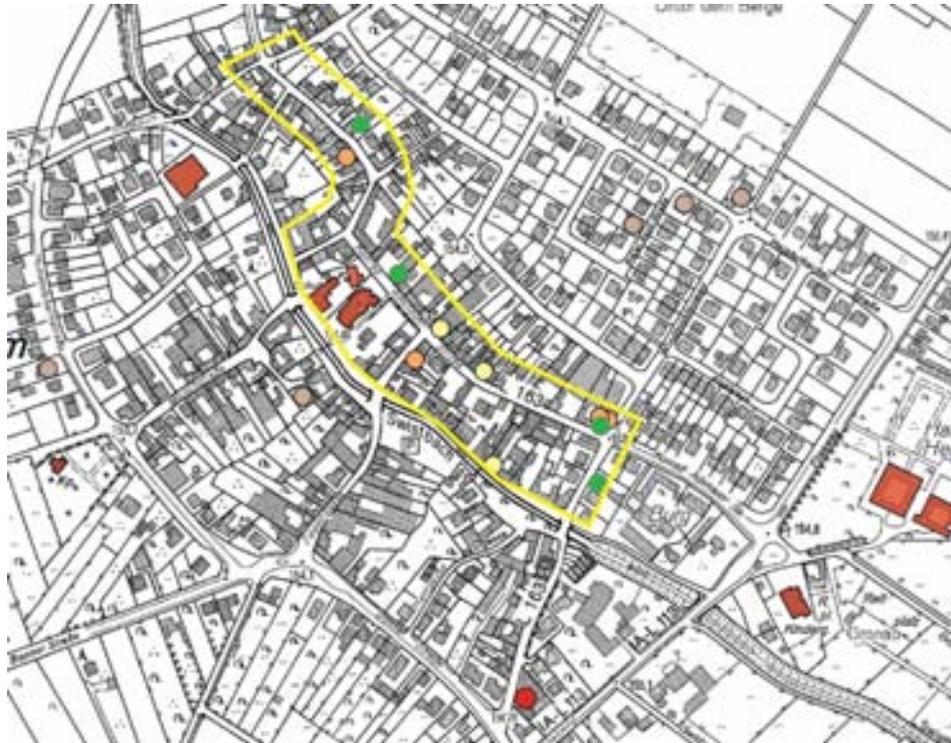


Wormersdorf hat ein ausgeprägtes Ortszentrum mit einem im Vergleich dichteren Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz. Die meisten Geschäfte konzentrieren sich auf den Bereich zwischen Grundschule und Kirche. Städtebaulich stimmt die Lage der Geschäfte mit dem historischen Ortskern überein. Die bauliche Dichte ist höher als in den umliegenden Bereichen. Daher hebt sich die Bebauungsstruktur innerhalb des Grundversorgungsbereiches deutlich von der restlichen Wohnbebauung ab.

Städtebaulich markanter Punkt ist der „Dorfplatz“ im Kreuzungsbereich Unterdorf und Wormersdorfer Straße, der im Übergangsbereich zwischen zwei unterschiedlichen Einzelhandelslagen angeordnet ist. An diesem „Platz“ liegt die örtliche Grundschule mit vorgelagertem eingezäuntem Spielplatz. In der Situation vor Ort bildet dieser Bereich den Ortsmittelpunkt.

Die Wormersdorfer Straße stellt an dieser Stelle keine infrastrukturelle Barriere dar, ist aber viel befahren. Von der Wormersdorfer Straße aus ist die Metzgerei in der Tombergerstraße noch wahrnehmbar, daher wird der Zentrenbereich bis dorthin verlängert. Danach nimmt die bauliche Dichte merklich ab und die Wohnfunktion dominiert das Straßenbild. Die Mindestkriterien für ein **Nahversorgungszentrum** sind erfüllt.

Nahbereichszentrum Flerzheim

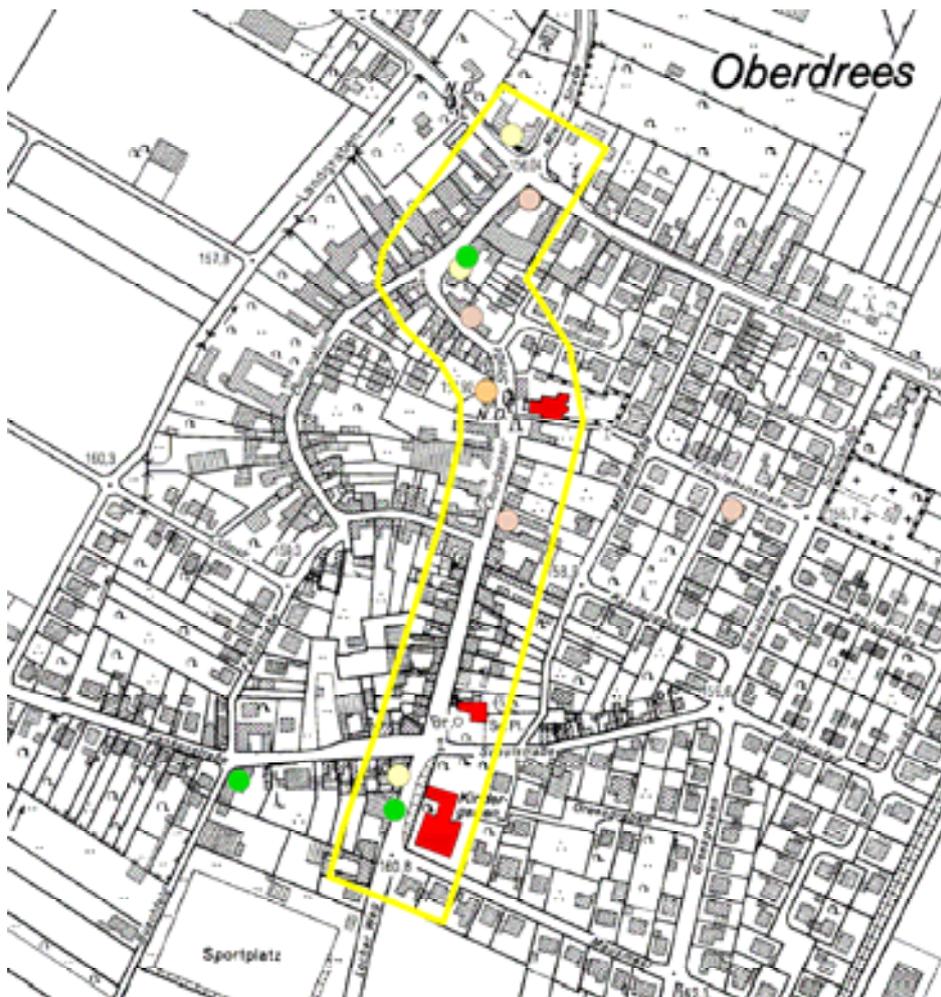


Auch bei starker Streuung der einzelnen Angebote ist sowohl aus der Stadtstruktur als auch aus der Lage der Angebote der Ortskern ablesbar. Dienstleistungsangebote, aber auch Nahversorgungsangebote (Lebensmittel, Fleischwaren, Tabakwaren etc.) sowie gastronomische Angebote sind entlang der Konrad – Adenauer - Straße in Flerzheim vorhanden. Baulich ist die Straßenrandbebauung ohne Vorgartenbereiche charakteristisch und grenzt sich somit zu anderen Wohnbereichen in Flerzheim ab. Stadtstrukturell ist der abgegrenzte Grundversorgungsbereich ungefähr identisch mit dem historischen Ortskern. Die soziale Infrastruktur liegt etwas außerhalb.

Die Struktur ist sehr kleinteilig, die Verkaufsflächen gering, so dass die Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum nicht erfüllt sind. Daher wird das Ortszentrum Flerzheims als **Nahbereichszentrum** definiert.

Nahbereichszentrum Oberdrees

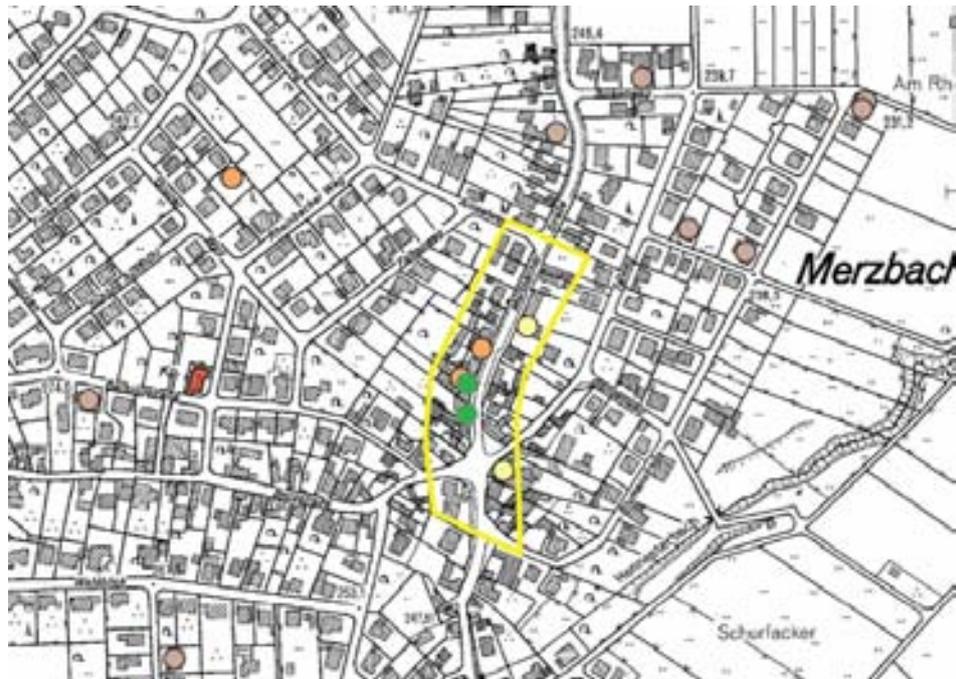
Auch in Oberdrees sind die Angebote entlang der Oberdreeser Straße in großen Abständen zueinander verteilt. Es sind zwei Konzentrationen im Norden im Bereich der Kreuzung Oberdreeser Straße / Burggraben bis hin zur Mieler Straße und im Süden gegenüber des Kindergartens auszumachen. Aus der historischen Struktur und dem Bebauungszusammenhang vor Ort ist es jedoch sinnvoll, einen zusammenhängenden Bereich von Nord nach Süd abzugrenzen. Kurz nach der Abzweigung der Mieler Straße von der Bundesstrasse erfolgt im Norden ein baustruktureller Bruch. Bevor die Bebauung fortgeführt wird, grenzen einzelne landwirtschaftliche Parzellen an die Mieler Straße an. Die in Ost-West-Richtung verlaufende Bundesstrasse stellt für die Verbindung der südlichen Ortschaft mit dem nördlichen Teilbereich eine infrastrukturelle Zäsur dar und begrenzt daher den Grundversorgungsbereich nach Norden. Die ortsbildprägende Gaststätte an der Bundesstraße sollte jedoch als funktional zugehörig mit in den Zentrumsbereich einbezogen werden. Die Grenze nach Süden ist der Ortsrand.



In Oberdrees sind die Mindestvoraussetzungen an ein Nahversorgungszentrums nicht erfüllt, so dass das Ortszentrum Oberdrees als **Nahbereichszentrum** definiert wird.

Nahbereichszentrum Merzbach

In Merzbach ist das Ortszentrum relativ schwach ausgeprägt. Der Bereich wird über das lokal gebündelte Einzelhandelsangebot in Ergänzung mit der Gastronomie und den Dienstleistern gebildet.



Die Grenze nach Norden und Süden ergibt sich durch die bauliche Struktur vor Ort. Außerhalb des Ortszentrums sind noch einige Dienstleister, z.B. Selbständige, Immobilienmakler etc., vorhanden, die aber auf Grund ihrer Lage nicht zentrenbildend wirken. Die soziale Infrastruktur befindet sich am süd-östlichen Ortsrand in großer räumlicher Entfernung zum definierten Zentrenbereich. Die soziale Infrastruktur bildet ein eigenes Zentrum im Übergang zum Landschaftsraum.

Da die Mindestvoraussetzungen an ein Nahversorgungszentrums nicht erfüllt sind, wird das Ortszentrum Merzbachs ebenfalls als **Nahbereichszentrum** definiert.

10.4 Fachmarktzentren



Gewerbegebiete Meckenheimer Straße (Nord) und Am Eulenbach (Süd)



Gewerbegebiet (GE/GI) Nord I und II (2)



Gewerbegebiet Nord I, Foto wfeg Rheinbach

Nicht integrierte Konkurrenzstandorte „auf der Grünen Wiese“ beziehungsweise in Rheinbachs Gewerbegebieten würden den Standort Innenstadt, die potenziellen Entwicklungsbereiche und die Nahversorgungszentren stark schwächen, ihrer weiteren Qualifizierung entgegenstehen und damit den Standort Rheinbach im regionalen Kontext beeinträchtigen. Es ist daher darauf zu achten, dass keine Betriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten in peripherer, nicht integrierter Lage entstehen, um Leerständen und Funktionsverlusten im Zentrumsbereich vorzubeugen sowie den Innenstadtbereich zu stärken und weiterzuentwickeln.

Auch im Hinblick auf die Sicherung und den Ausbau der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung ist eine Steuerungserfordernis in Bezug auf Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten gegeben.

Erforderlich ist es in diesem Kontext, die vorhandenen und in Planung befindlichen Gewerbegebiete zu differenzieren. Dazu sind einerseits Gewerbegebiete zu bezeichnen, in denen ein gänzlicher Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen erfolgen soll, um der gewerblichen Entwicklung den Vorrang zu geben, andererseits aber auch Gewerbegebiete zu definieren, in denen nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel zulässig sein soll. Ergänzende Regelungen zu zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Randsortimenten sind als Feinstuerung vorzusehen.

Das Fachhochschulviertel sollte gänzlich von Einzelhandel frei gehalten werden, da hier der Fokus auf der Ansiedlung hochwertiger Technologiebetriebe gemäß Leitbranchenkonzept liegt.

Um ausreichende Flächen für Gewerbebetriebe zur Verfügung zu stellen und lageunangemessene Anstiege der Grundstückspreise zu verhindern, sollen in den nördlichen Gewerbe- und Industriegebieten Nord I und II Betriebe des Einzelhandels nicht mehr zulässig sein. Ausnahmsweise sollten den bereits bestehenden Betrieben jedoch weitere Entwicklungsmöglichkeiten zugestanden werden. Auch sollten Ausnahmen für Handwerks- und Produktionsbetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher vorgesehen werden, wenn das angebotene Sortiment aus eigener Herstellung stammt und die Verkaufsfläche einen untergeordneten Teil des Betriebs einnimmt.

Die Gewerbegebiete Am Eulenbach (mit dem Sondergebiet Baumarkt) und Meckenheimer Straße sollen als Fachmarktzentren für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel weiter gefördert werden. Zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente sind zugunsten der Zentrenstruktur zu beschränken. Eine weitere Stärkung des Fachmarktzentrums „An den Märkten“ sollte nur über nicht-zentrenrelevante Sortimente erfolgen.

Auch der Ansiedlung eines weiteren großflächigen Vollsortimenters in diesem Bereich ist kritisch gegenüberzutreten, da die geführten Sortimente eine deutliche Konkurrenz zum kleinteiligen Facheinzelhandel in der Innenstadt darstellen. Speziell die Fachgeschäfte mit innenstadtrelevanten Sortimenten wie Bücher, Schreibwaren, Zeitschriften, Elektro, Reformhaus und Drogeriewaren würden darunter leiden.

11. UMSETZUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTES

11.1 Durch die Bauleitplanung

Die Bauleitplanung ist das zentrale Instrument zur gezielten und präzisen Steuerung von Einzelhandelsnutzungen. Im Sinne der städtebaulichen Zielsetzungen, nämlich die Funktion der Innenstadt zu sichern, zu stärken und auszubauen sowie die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung langfristig sicherzustellen und zu optimieren, kann im Rahmen der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung über Darstellungen und Festsetzungen ein genereller Ausschluss oder eine Feinsteuerung von Einzelhandelsnutzungen betrieben werden. Die Rheinbacher Sortimentsliste und die definierten zentralen Versorgungsbereiche, Entwicklungsbereiche und sonstigen Einzelhandelsstandorte stellen hierfür die städtebauliche Rechtfertigung dar.

Ein genereller Ausschluss von Einzelhandel, entweder durch die Festsetzung bestimmter Baugebiete nach BauNVO oder durch die Nutzung der Feinsteuerungs- und Gliederungsmöglichkeiten des § 1 (4-10) BauNVO, hat zum Ziel, das betreffende Baugebiet nur solchen Nutzungen vorzubehalten, für die das Baugebiet primär bestimmt ist. Wie bereits aufgezeigt wurde, soll speziell in Gewerbegebieten Einzelhandel grundsätzlich ausgeschlossen werden, um das produzierende Gewerbe zu stärken. Ebenfalls möglich ist beispielsweise auch ein Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen in anderen Gebiets-typen, beispielsweise in allgemeinen Wohngebieten, um diese primär für das Wohnen und sonstige dort zulässige Nutzungen zu reservieren. Vorhandene Betriebe sollen aber planungsrechtlich nicht ausschließlich auf passiven Bestandsschutz gesetzt werden, sondern diesen durch eine Fremdkörperfestsetzung gem. § 1 (10) BauNVO Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt werden (erweiterter Bestandsschutz).

Eine Feinsteuerung von Einzelhandelsnutzung kann in Bebauungsplänen sowohl über eine größenmäßige Beschränkung als auch über den Ausschluss bestimmter Sortimentstypen erfolgen. Ergänzend dazu können Regelungen zu unselbstständigen Verkaufsstätten, die im Zusammenhang mit andern Nutzungen betrieben werden, getroffen werden.

Grundsätzlich sollte ein konkretes, positives städtebauliches Ziel verfolgt werden; eine reine Verhinderungsplanung ist unzulässig. Höchststrichterlich anerkannt ist das Ziel der Erhaltung und Entwicklung der Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche. Festsetzungen, die mit diesen städtebaulichen Zielsetzungen begründet sind, haben sich in der Praxis als wesentlich rechtssicherer erwiesen als das bloße Abstellen auf mögliche schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche.

Unwesentliche Abweichungen von den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes können im Einzelfall aus sachlichen Gründen berechtigt sein. Jedoch wird darauf hingewiesen, dass durch ein wiederholtes, von den städtebaulichen Zielsetzungen abweichendes Handeln das Einzelhandelskonzept seine Funktion als Argumentations- bzw. Begründungsgrundlage verliert.

11.2 Durch die Wirtschaftsförderung

Über eine gezielte Standortpolitik – vor dem Hintergrund der aufgezeigten Ziele des Einzelhandelskonzeptes und Stadtentwicklungskonzeptes – ist es möglich, ansiedlungswilligen Unternehmen eine langfristige Perspektive in Rheinbach zu vermitteln. Über ein abgestimmtes Vorgehen und Austauschprozesse ist ein Hand in Hand von Wirtschaftsförderung und Bauleitplanung sicher zu stellen. Die Konzepte geben den Investoren Planungssicherheit und koordinieren die hoheitlichen Planungsprozesse vor dem Hintergrund einer gesamtstädtischen Perspektive.

11.3 Durch Einzelhändler und Investoren

Die Analyse hat unter anderem die Entwicklungsmöglichkeiten, die dafür notwendigen Potenzialflächen, ausbaufähige oder fehlende Sortimente und Zielgruppen aufgezeigt. Die Chance zu nutzen, Schlussfolgerungen aus diesen Erkenntnissen zu generieren und in der Praxis umzusetzen, ist Aufgabe der Wirtschaft.

11.4 Durch interkommunale Abstimmung

Das Baugesetzbuch sichert über § 2 (2) BauGB, dass eine interkommunale Abstimmung bei der Bauleitplanung stattfindet. Dies ist seit Jahrzehnten bereits gängige Praxis und daher nicht neu. Die Ansiedelung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben ist mit den Kommunen abzustimmen, die sich darauf berufen können, dass zentrenschädigende Auswirkungen im eigenen Stadtgebiet zu erwarten sind. Das Einzelhandelskonzept gibt auch den Umlandgemeinden einen verlässlichen Rahmen, zeigt die Ziele der Stadt Rheinbach auf und gibt Planungssicherheit.

Im Umkehrschluss liefert das Einzelhandelskonzept der Stadt Rheinbach eine verlässliche Beurteilungsgrundlage zur Abschätzung von Einzelhandelsentwicklungen der Umlandgemeinden und erleichtert die Beurteilung und Argumentation, ob zentrenschädigende Wirkungen zu erwarten sind.

12. VERZEICHNISSE

12.1 Planverzeichnis / Kartenanhang

Die Pläne sind als Verkleinerungen dem Bericht angehängt. Der angegebene Maßstab gilt für das Original.

- Plan 1:** Standorttypen für die Einzelhandelsentwicklung in Rheinbach-Zentralort
- Plan 2:** Lage der Einzelhandels-, Dienstleistungs-, und Gastronomiebetriebe in Rheinbach-Zentralort
- Plan 3:** Lage der Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe in den Ortschaften
- Plan 4:** Potenzialflächen in Rheinbach-Zentralort
- Plan 5:** Nahversorgungssituation in Rheinbach-Zentralort
- Plan 6:** Nahversorgungssituation und Erreichbarkeit von Buslinien
- Plan 7:** Lage der Einzelhandelsbetriebe in Rheinbach-Zentralort
- Plan 8:** Zentrale Versorgungsbereiche und Entwicklungsbereiche in Rheinbach-Zentralort
- Plan 9:** Nahversorgungs- und Nahbereichszentren in den Ortschaften

12.2 Quellen- und Literaturverzeichnis

Acocella, Dr. Donato: Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Bonn-Entwurf, Lörrach 2007

Blotevogel: Handels- und Dienstleistungsgeographie, Kapitel 03 Einzelhandel, Universität Dortmund, Wintersemester 2003/ 2004

Bonner Generalanzeiger: Umfrage des Institutes OmniQuest zum „Einkaufsverhalten der Rheinbacher Bevölkerung“, Bonn 2006

Bundesverwaltungsgericht: Urteil zum großflächigen Einzelhandel, BVerwG 4C 8.05 vom 24. November 2005

CIMA Stadtmarketing: Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Troisdorf, Köln 2006

Deutscher Bundestag (2004) (Hg.): Städtebaulicher Bericht der Bundesregierung 2004 Nachhaltige Stadtentwicklung – ein Gemeinschaftswerk, Drucksache 15/4610, Berlin.

Econ Consult: Integriertes Handlungskonzept Königstraße – Planungskonzept Einzelhandel und Versorgung für Bornheim und Roisdorf, Köln 2003

Fachhochschule Bonn- Rhein -Sieg, Prof. Grass: Befragung der Studenten und Mitarbeiter der Fachhochschule im Rahmen des Stadtentwicklungskonzeptes Rheinbach, März 1999

Fachhochschule Bonn- Rhein -Sieg, Prof. Löwenbein: Passantenbefragung im Rahmen des Stadtentwicklungskonzeptes Rheinbach, März 1999

GfK Marktforschung GmbH: Marktdaten der Stadt Rheinbach 1997,1999,2000, Nürnberg 2003

GMA Info Dienst Februar 2007

GMA Info Dienst August 2007

GMA Info Dienst Mai 2007

Stadt Rheinbach: Gutachten Dr. Paul G. Jansen Gewerbeansiedlungskonzept Rheinbach, 1992

IHK Bonn/Rhein/Sieg: Marktdaten Bonn/ Rhein-Sieg-Kreis aus 2005 und 2006

IHK Köln: Die Stadt Rheinbach als Standort für den Einzelhandel, Köln 1998

IHK Nord Westfalen: Gesetzliche Grundlagen für großflächige Einzelhandelsansiedlungen und Erweiterungen vom 12.09.2007 unter

IHK Wuppertal: unter <http://www.wuppertal.ihk24.de/servicemarken/branchen/handel/innenstadtsortimente.jsp>

Insight-Newsletter vom 26.10.2007: Handel im Wandel - Mehr Einzelhandelsfläche bei sinkender Flächenproduktivität, Bernd Heuer Dialog GmbH

Junker und Kruse Stadtforschung und Stadtplanung: Einzelhandelskonzept Hennef, Dortmund Oktober 2002

Kuschnerus, U. (2007): Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn

LexisNexis Beitrag Nr.110657 vom 22.01.2007: „Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche, §34 BauGB unter <http://www.lexisnexus.de/aktuelles>

Magazin Die Wirtschaft 2/2005, S. 18 ff

Ministerium für Bauen und Wohnen: Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 07.05.1996

Novelle des Landesentwicklungsprogrammes NRW

OVG –Entscheidungen, Baurechtliche Zulässigkeit nach §34 (3) BauGB in **NVwZ 2007,** Heft 6 Seite 727ff.

OVG Urteil vom 11.12.2006 - 7 A 964/05

Reidt, Dr. Olaf, Zentrale Versorgungsbereiche auf Grund von (informellen) Planungen - §34 (3) BauGB in **NVwZ 2007,** Heft 6 Seite 664 ff.

Rothkirch und Partner, Planquadrat Dortmund, Ursula Stein Büro für Raumplanung: Kurzfassung und Gesamtübersicht des Regionalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Bonn/Rhein-Sieg/ Ahrweiler als Baustein einer nachhaltigen Regionalentwicklung, September 2002 im Auftrag des :rak

Stadt Münster: Beiträge zur Stadtforschung, Stadtentwicklung Stadtplanung: Einzelhandelskonzept Münster- Leitlinien der räumlichen Entwicklung, Münster 2004

Stadt Münster: Beiträge zur Stadtforschung, Stadtentwicklung Stadtplanung: Funktionale Stärkung von Stadtteilzentren in Münster, Münster 1999

Stadt Münster: Beiträge zur Stadtforschung, Stadtentwicklung Stadtplanung: Arbeitshilfe Großflächiger Einzelhandel, Münster 2000

Stadt Rheinbach: Einwohnerstatistik Stadt Rheinbach Stand Juli 2007

Stadt Rheinbach: Basisdaten der Erhebung der Gewerbetreibenden in Rheinbach Kernstadt Claudia Radünz, 2002

Stadt Rheinbach: Einzelhandels- und Verkaufsflächenerhebung Berit Weber, Oktober 2007

Stadt Rheinbach: Flächennutzungsplan der Stadt Rheinbach- Bevölkerungsentwicklung, Rheinbach 1998

Stadt Rheinbach: Gewerbsansiedlungskonzept Dr. Jansen, 1992

Stadt Rheinbach, Grundsätze der Wirtschaftsförderung, 2002

Stadt und Handel Ausgabe Juni 2006, Dipl.-Ing. Ralf M. Beckmann: § 34 (3) BauGB noch in den Kinderschuhen, Dortmund 2006

Städte und Gemeindebund Presseinformation 20/2007: Wichtiger Schritt zum Schutz der Zentren, Düsseldorf 12.06.2007:

Städte- und Gemeindebund: Landesplanerische Steuerung für den großflächigen Einzelhandel, Vorbericht zur 164. Sitzung des Präsidiums, Düsseldorf Oktober 2006

Stadtentwicklungskonzept Rheinbach, Hamerla Dortmund, Mai 2005

Statistisches Bundesamt Wiesbaden: Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2003 (WZ 2003), Wiesbaden 2002

Untersuchung des Einzelhandelsverbandes aus März 2006: Vortrag Herr Sessinghaus am 22.03.2007 beim Gewerbeverein Rheinbach

www.ihk-nordwestfalen.de/handel/gestzl._Grundl._grossfl._EH-Ansiedl...u._-erw...

Zeitungsartikel im Bonner Generalanzeiger, 19.01.2006: „Die Atmosphäre ist das große Plus der Innenstadt“

Zwischenbericht zum Stadtentwicklungskonzept, Hamerla, Januar 2000, Seite 47 ff.

12.3 Abbildungsverzeichnis

Abbildung	Bezeichnung	Seite
1	Charakterisierung der Städte nach Siedlungsstruktur und Grad der Einzelhandelsversorgung: aus: Rothkirch und Partner, Planquadrat Dortmund: Kurzfassung des Regionalen Einzelhandels und Zentrenkonzeptes Bonn/Rhein-Sieg/ Ahrweiler, September 2002, S.9ff	15
2	Einzugsbereich des Rheinbacher Einzelhandels: aus: Umfrage Einzelhandelsverband Bonn/Rhein-Sieg/ Euskirchen e.V., März 2007, Vortrag Herr Sessinghaus	19
3	ÖPNV Erreichbarkeit in Rheinbach-Zentralort mit geplantem Haltepunkt Ost: aus: Stadtentwicklungskonzept Hamerla, S.40	21
4	Modal - Split 2001 (Verkehrsmittelwahl): aus: eigene Darstellung auf Basis der Verkehrsuntersuchung Rheinbach , März 2002	21
5	Liniennetzplan Rheinbach: aus: www.vrs-online.de	22
6	Parkplatzsituation in Rheinbach: Stadtentwicklungskonzept Hamerla mit Bezug auf das Parkraumkonzept der Stadt Rheinbach aus 1989	23
7	Stadtansichten: aus: www.rheinbach.de	26
8	Einzelhandelsstandort Innenstadt: aus: Stadtentwicklungskonzept der Stadt Rheinbach 2005, Seite 86, eigene Ergänzungen	26
9	Räumliche Struktur des Einzelhandelsangebotes in Rheinbach-Zentralort: eigene schematische Darstellung	30
10	Anteile an der gesamten Verkaufsflächen: eigene Darstellung	34
11	Übersicht über die Lage der Einzelhandelsbetriebe in Rheinbach-Zentralort: eigene Darstellung	35
12	Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt Rheinbach-Zentralort: eigene Darstellung	36
13	Einzelhandelsbetriebe im Gewerbegebiet Am Eulenbach / Meckener Straße sowie im Gewerbe- und Industriepark Nord I und II: eigene Darstellung	37
14	Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach zentrenrelevantem und nicht-zentrenrelevantem Sortiment in Rheinbach – Zentralort: eigene Darstellung	38
15	Verteilung der Betriebe und der Verkaufsfläche: eigene Darstellung	39
16	Fehlende Produkte und Dienstleistungen in Rheinbach-Zentralort: eigene Darstellung, aus: Umfrage des Bonner Generalanzeigers zum	40

	Einkaufsverhalten der Rheinbacher Bevölkerung, Januar 2006	
17	Fehlende Angebote in Rheinbach nach Umfrage des Einzelhandelsverbandes: eigene Darstellung, aus: Umfrage des Einzelhandelsverbandes Bonn, März 2007	41
18	Nahversorgungssituation der Bevölkerung in Rheinbach Zentralort: eigene Darstellung	48
19	Nahversorgungssituation und Erreichbarkeit mit dem ÖPNV Rheinbach Zentralort: eigene Darstellung	51
20	Übersicht über die Potenzialflächen im Zentralort: eigene Darstellung	52
21	Einzelhandelskennzahlen 2006 im regionalen Vergleich: eigene Darstellung, Daten: GfK Nürnberg und Zwischenbericht Stadtentwicklungskonzept Seite 47ff., <u>Daten 2005</u> aus Marktdaten Bonn und Rhein-Sieg-Kreis und GfK Nürnberg 2005, sowie www.euskirchen.de: Strukturdaten Kaufkraft; <u>Daten 1997:</u> aus dem Zwischenbericht zum Stadtmarketing und Stadtentwicklungskonzept, Hamerla 2000 S.47 ff	60
22	Einzelhandelskennzahlen 2005 im regionalen Vergleich: eigene Darstellung, Daten: GfK Nürnberg und Zwischenbericht Stadtentwicklungskonzept Seite 47ff., <u>Daten 2005</u> aus Marktdaten Bonn und Rhein-Sieg-Kreis und GfK Nürnberg 2005, sowie www.euskirchen.de: Strukturdaten Kaufkraft; <u>Daten 1997:</u> aus dem Zwischenbericht zum Stadtmarketing und Stadtentwicklungskonzept, Hamerla 2000 S.47 ff	60
23	Einzelhandelskennzahlen 1997 im regionalen Vergleich: eigene Darstellung, Daten: GfK Nürnberg und Zwischenbericht Stadtentwicklungskonzept Seite 47ff., <u>Daten 2005</u> aus Marktdaten Bonn und Rhein-Sieg-Kreis und GfK Nürnberg 2005, sowie www.euskirchen.de: Strukturdaten Kaufkraft; <u>Daten 1997:</u> aus dem Zwischenbericht zum Stadtmarketing und Stadtentwicklungskonzept, Hamerla 2000 S.47 ff	60
24	Prozentanteile der Rheinbacher, die bestimmte Waren in der Innenstadt kaufen: eigene Darstellung, Daten: Umfrage des Bonner Generalanzeigers zum Einkaufsverhalten der Rheinbacher Bevölkerung, Januar 2006, eigene Darstellung	65
25	Prozentanteile der Rheinbacher die bestimmte Waren am Standort „Alte Molkerei“ einkaufen: eigene Darstellung, Quelle: Umfrage des Bonner Generalanzeigers zum Einkaufsverhalten der Rheinbacher Bevölkerung, Januar 2006	66
26	Prozentanteile der Rheinbacher die bestimmte Waren am Standort „Meckenheimer Straße“ und „An den Märkten“ einkaufen: eigene Darstellung, Quelle: Umfrage des Bonner Generalanzeigers zum Einkaufsverhalten der Rheinbacher Bevölkerung, Januar 2006	66

27	Prozentanteil der Rheinbacher die bestimmte Waren in Bonn, Meckenheim, Euskirchen oder Köln einkaufen: eigene Darstellung, Quelle: Umfrage des Bonner Generalanzeigers zum Einkaufsverhalten der Rheinbacher Bevölkerung, Januar 2006	67
28	Gründe für die Wahl des Einkaufsortes: eigene Darstellung, Quelle: Umfrage des Bonner Generalanzeigers zum Einkaufsverhalten der Rheinbacher Bevölkerung, Januar 2006	69
29	Abgrenzungsmethodik: aus: eigene Darstellung, angelehnt an Junker & Kruse Stadtforschung und Stadtplanung in Münsteraner Beiträge zur Stadtentwicklung 2/99	83
30	Zentrenstruktur und Zulässigkeit nach Sortimentsgruppen: eigene Darstellung	86
31	Schematische Darstellung der Einzelhandelslagen in Rheinbach Zentralort: eigene Darstellung	88
32	Lage der zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe: eigene Darstellung	89
33	Zentrale Versorgungsbereiche und Entwicklungsbereiche im Zentralort: eigene Darstellung	90

12.4 Tabellenverzeichnis

Tabelle	Bezeichnung	Seite
1	Bevölkerungsentwicklung in Rheinbach: Prognosewert und Realentwicklung: : eigene Darstellung, Einwohnerstatistik Rheinbach 2006	13
2	ÖPNV Verbindungen Rheinbach: aus: www.vrs-online.de	22
3	Öffentliche Parkplätze in Rheinbach 2007: eigene Erhebung Stadt Rheinbach im Juli 2007	24
4	Verkaufsfläche in Rheinbach nach Warengruppen: eigene Erhebung	32
5	Betriebsgrößenstruktur in Rheinbach einschließlich Ortschaften: eigene Erhebung	39
6	Einzelhandelskennzahlen für Rheinbach im Vergleich zum Jahr 1997: Quelle: Daten 2006-2001 aus Marktdaten IHK Bonn, Quelle GfK Nürnberg 2005 Daten 1999-1997 Homepage wfeg Rheinbach Daten und Fakten sowie GfK Nürnberg, Daten 1997 aus dem Zwischenbericht zum Stadtmarketing und Stadtentwicklungskonzept, Hamerla 2000 S.47 ff, Daten 2000 aus regionalem Einzelhandels- und Zentrenkonzept, BBE Unternehmensberatung Köln	59

7	Sortimentspezifische, einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 1997, 2003 und 2005: Quelle: Zwischenbericht zum Stadtmarketing- und Stadtentwicklungskonzept, Hamerla 2000 S.47 ff, Ergänzungen GfK Marktforschung 2005-1997, eigene Darstellung, Zahlen der IHK Bonn 2003 und 2005	62
8	Entwicklung des Umsatzes für Rheinbach im Zeitverlauf bis 1998: Quelle: Zwischenbericht zum Stadtmarketing- und Stadtentwicklungskonzept, Hamerla 2000 S.47 ff.	62
9	Entwicklung der Kaufkraftbindung im Zeitverlauf 1987 bis 2006 für Rheinbach: Quelle: Zwischenbericht zum Stadtmarketing- und Stadtentwicklungskonzept, Hamerla 2000, S.47 ff., Werte 1987 bis 1997 von DM in € umgerechnet, GfK Marktforschung	63
10	Übersicht über die Entwicklung der Kennziffern der Einzelhandelsnachfrage von 1997-2006: Quelle: www. Rheinbach. de , GfK Marktforschung, IHK Bonn	63
11	Altersstruktur der Befragten: Quelle: eigene Darstellung, Datengrundlagen aus der Umfrage des Bonner Generalanzeigers (GAs) zum Einkaufsverhalten, Januar 2006	64
12	Rheinbacher Sortimentsliste: Quelle: eigene Darstellung aus den Ergebnissen der Einzelhandelserhebung	72

