

Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept

Stadt Bornheim

Fortschreibung 2010 / 2011

erstellt im Auftrag der
Stadt Bornheim

Projektbearbeitung:

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth
Dipl.-Volksw. Corinna Küpper

Köln, im Februar 2011

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	5
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung	5
1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen	6
2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	8
2.1 Lagebeziehungen und Siedlungsstruktur	8
2.2 Demographische Strukturen	12
2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Bornheim	15
3 Einzelhandelssituation in der Stadt Bornheim	17
3.1 Gesamtstädtische Strukturdaten und Einzelhandelszentralität	17
3.2 Zentrale Versorgungsbereiche	26
3.2.1 Bornheim-Königstraße	26
3.2.2 Roisdorf: Rathausumfeld/ Schumacherstraße	28
3.2.3 Zentrale Versorgungsbereiche in den sonstigen Ortsteilen	30
3.3 Wohnungsnahe Versorgung	34
3.4 Einkaufsorientierung der Bornheimer Wohnbevölkerung	40
4 Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bornheim	49
4.1 Konsumtrends in der Gesellschaft	49
4.2 Konsequenzen für den Einzelhandel	51
5 Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Bornheim sowie Handlungsempfehlungen	56
5.1 Grundlegende Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung nach ausgewählten Warengruppen	56
5.2 Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Bornheim	60
5.3 Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche	66
5.3.1 Empfehlungen zur Entwicklung des Hauptzentrums Bornheim/ Roisdorf	66
5.3.2 Empfehlungen zur Entwicklung des Nahversorgungszentrums Hersel	70
5.3.3 Empfehlungen zur Entwicklung des Nahversorgungszentrums Merten	72
5.4 Ergänzungsstandorte für die Nahversorgung	74

5.5	Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels	76
5.6	Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	77
5.6.1	Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente	77
5.6.2	Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten	83
5.6.3	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels	84
5.6.4	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels	88
5.6.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten	89
5.6.6	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	90
5.6.7	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich	90
6	Anhang: Definition der untersuchten Absatzformen	92

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Einwohner in der Stadt Bornheim nach Ortsteilen	9
Abbildung 2:	Lage der Stadt Bornheim und zentralörtliche Gliederung	10
Abbildung 3:	Einwohnerentwicklung in Bornheim und Vergleichsräumen (2000-2010)	12
Abbildung 4:	Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Bornheim	13
Abbildung 5:	Entwicklung ausgewählter Altersgruppen	14
Abbildung 6:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Bornheim nach Warengruppen	15
Abbildung 7:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Bornheim nach Sortimenten	16
Abbildung 8:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Bornheim nach Warengruppen	18
Abbildung 9:	Verkaufsflächen in der Stadt Bornheim nach Warengruppen	19
Abbildung 10:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Bornheim	20
Abbildung 11:	Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Ortsteilen	22
Abbildung 12:	Einzelhandelszentralität (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) nach Stadtbereichen	23
Abbildung 13:	Einzelhandelszentralität (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) nach Warengruppen	24
Abbildung 14:	Einzelhandelszentralität (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) nach Warengruppen	25

Abbildung 15: Räumliche Verteilung und Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels im Ortsteil Bornheim	27
Abbildung 16: Räumliche Verteilung und Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels im Ortsteil Roisdorf	28
Abbildung 17: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Ortsteil Hersel	30
Abbildung 18: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Ortsteil Merten	31
Abbildung 19: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Ortsteil Walberberg	32
Abbildung 20: Umsätze, einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen und Umsatz-Kaufkraft-Relationen in nahversorgungsrelevanten Warengruppen in Bornheim nach Ortsteilen	34
Abbildung 21: Umsätze in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nach Betriebsformen	35
Abbildung 22: Umsatz-Kaufkraft-Relationen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und fußläufige Einzugsradien größerer Lebensmittelbetriebe	36
Abbildung 23: Räumliche Verteilung der Nahversorgungsbetriebe	37
Abbildung 24: Standort-Check Lebensmittelbetriebe	38
Abbildung 25: Struktur der Befragten nach Ortsteilen	40
Abbildung 26: Bevorzugte Einkaufsorte für Lebensmittel	41
Abbildung 27: Bevorzugte Einkaufsorte für Oberbekleidung	42
Abbildung 28: Bevorzugte Einkaufsorte für Bau- und Gartenmarktartikel	43
Abbildung 29: Bevorzugte Einkaufsorte für Unterhaltungselektronik	44
Abbildung 30: Bevorzugte Einkaufsorte für Wohnmöbel	45
Abbildung 31: Einkaufshäufigkeit in Bonn	46
Abbildung 32: Einkaufshäufigkeit in Köln	47
Abbildung 33: Einkaufshäufigkeit in Brühl	48
Abbildung 34: Einkaufshäufigkeit in Wesseling	48
Abbildung 35: Entwicklung der Vertriebsformen im Einzelhandel (2005 – 2015)	55
Abbildung 36: Entwicklung der Verkaufsflächen in Deutschland	55
Abbildung 37: Zentrale Versorgungsbereiche	64
Abbildung 38: Zentraler Versorgungsbereich Bornheim/ Roisdorf	66
Abbildung 39: Nahversorgungszentrum Hersel	70
Abbildung 40: Nahversorgungszentrum Merten	72
Abbildung 41: Bornheimer Liste zur Definition nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente	82

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bornheim soll als fachliche Grundlage für die Bauleitplanung dienen. Hierzu sind vor allem folgende Aspekte von Bedeutung:

- Darstellung von Perspektiven und Potenzialen für den Einzelhandelsstandort Bornheim und grundlegende Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung
- Ableitung eines räumlich und funktional differenzierten Versorgungsnetzes und konkrete Funktionszuweisungen für einzelne Standorte
- Vorschläge zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in den Ortsteilen Bornheim und Roisdorf
- Standortkonzept für die Nahversorgung
- Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels und Identifizierung potenzieller Ansiedlungsstandorte
- Bewertung vorliegender Planungen
- Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels

Das im Jahre 2009 vorgelegte BBE-Gutachten versteht sich als Handlungskonzept zur Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bornheim, basiert zwischenzeitlich jedoch auf einer teilweise veralteten Datengrundlage. Unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich realisierten Einzelhandelsobjekte wird nachfolgend eine Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes vorgelegt. In diesem Zusammenhang sind vor allem folgende Aspekte von Bedeutung:

- Neuberechnung des vorhandenen Kaufkraftpotenzials auf Grundlage aktueller Einwohnerzahlen und Kaufkraftkennziffern (vgl. Kapitel 2.3)
- Aktualisierung des Einzelhandelsbestandes im Stadtgebiet (vgl. Kapitel 3)
- Prognose der derzeitigen Umsatzleistung nach Standorten und Sortimenten (vgl. Kapitel 3)
- Einordnung des Einzelhandelskonzeptes in den veränderten landesplanerischen Steuerungsrahmen (vgl. Kapitel 5.2)
- Überprüfung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel 5.3).

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Die vorliegende Analyse basiert im Einzelnen auf den nachfolgend dargestellten Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung

Zum Ende des Jahres 2010 wurde von der BBE Unternehmensberatung in der Stadt Bornheim eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 22 Warengruppen differenziert erhoben. Anschließend wurde für alle Betriebe unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistung ermittelt.

Nachfrageanalyse

Die im Rahmen der Analyse verwendeten Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Stadt Bornheim stammen von der BBE-Marktforschung.

Auf eine Aktualisierung der Haushaltsbefragung wurde verzichtet, da die grundlegenden räumlichen Einkaufsorientierungen durch die Strukturveränderungen nicht tangiert werden. Damit wurde auf die im November 2006 in der Stadt Bornheim durchgeführte telefonische Haushaltsbefragung zurückgegriffen. Die 500 Befragten wurden nach einem statistischen Zufallverfahren und unter Berücksichtigung der räumlichen Bevölkerungsverteilung aus einem elektronischen Verzeichnis ausgewählt. Abgefragt wurden die bevorzugten Einkaufsorte für fünf ausgewählte Leitbranchen (Lebensmittel, Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Baumarktartikel und Möbel).

¹ Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenige Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Zu den Ladenhandwerksbetrieben gehören Bäckereien, Konditoreien und Metzgereien. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

Weitere Grundlagen

Für die Konzeptentwicklung wurde auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Regionalforschung und des Instituts für Handelsforschung an der Universität Köln zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen der Stadtverwaltung Bornheim wie Flächennutzungsplan, Katasterpläne, Bebauungspläne, Verkehrskonzepte, Bauvoranfragen sowie sonstige vorhandene Gutachten wurden ebenfalls ausgewertet.

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

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Lagebeziehungen und Siedlungsstruktur

Die Stadt Bornheim liegt im Nordwesten des Rhein-Sieg-Kreises, der insgesamt etwa 598.650 Einwohner aufweist.² Ein wichtiges Merkmal der Stadt Bornheim ist ihre zentrale Lage zwischen den Oberzentren Köln und Bonn. Die Stadt Bornheim grenzt im Süden an die Bundesstadt Bonn, im Süd-Westen an die Gemeinden Alfter und Swisttal, im Westen an die Gemeinde Weilerswist, im Norden an die Städte Brühl und Wesseling. Die östliche Stadtgrenze bildet der Flusslauf des Rheins. Die Stadt Bornheim verfügt über ein Bevölkerungspotenzial von ca. 48.190 Einwohnern,³ das sich auf 14 Ortschaften verteilt (Bornheim, Brenig, Dersdorf, Hemmerich, Hersel, Kardorf, Merten, Rösberg, Roisdorf, Sechtem, Uedorf, Walberberg, Waldorf und Widdig).

Sofern im Rahmen der vorliegenden Analyse räumliche Differenzierungen der Untersuchungsergebnisse vorzunehmen sind, werden die erwähnten 14 Ortschaften in sechs Raumeinheiten zusammengefasst: Bornheim/ Brenig/ Roisdorf (16.179 Einwohner), Dersdorf/ Waldorf/ Kardorf/ Hemmerich (7.756 Einwohner), Rösberg/ Merten (6.916 Einwohner), Walberberg (4.776 Einwohner), Sechtem (5.239 Einwohner), Hersel/ Uedorf/ Widdig (7.320 Einwohner) (vgl. Abbildung 1).

Die Ortsteile der Stadt Bornheim erstrecken sich bandförmig entlang des Vorgebirgsrandes und entlang des Rheins. Eine Ausnahme bildet Sechtem, das sich in Insellage im Norden des Stadtgebietes befindet.

In den letzten 10 Jahren ist eine positive Einwohnerentwicklung (ca. + 5 %) zu verzeichnen, die wesentlich durch die Erschließung von Neubaugebieten in der ersten Hälfte des letzten Jahrzehntes in Bornheim, Walberberg, Hersel, Kardorf und Roisdorf bedingt ist. Nur in den kleineren Ortschaften ohne größere Wohnungsbaureserven (Brenig, Dersdorf, Rösberg und Uedorf) sind aufgrund der demografischen Veränderungen leicht rückläufige Bevölkerungszahlen zu verzeichnen.

² Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), Stand: 30.06.2010

³ Quelle: Einwohnermeldeamt der Stadt Bornheim, Stand: 31.12.2010

Abbildung 1: Einwohner in der Stadt Bornheim nach Ortsteilen

Ortsteil	2000	2010	Änderung 2000 - 2010	
	Einwohner abs.		in %	
Bornheim	7.185	7.913	+ 728	+ 10,1
Brenig	2.300	2.287	- 13	- 0,6
Roisdorf	5.714	5.979	+ 265	+ 4,6
Dersdorf	1.209	1.178	- 31	- 2,6
Kardorf	1.521	1.791	+ 270	+ 17,8
Waldorf	3.225	3.330	+ 105	+ 3,3
Hemmerich	1.440	1.457	+ 17	+ 1,2
Merten	5.373	5.461	+ 88	+ 1,6
Rösberg	1.489	1.455	- 34	- 2,3
Walberberg	4.423	4.776	+ 353	+ 8,0
Sechtem	5.046	5.239	+ 193	+ 3,8
Hersel	4.257	4.539	+ 282	+ 6,6
Uedorf	946	909	- 37	- 3,9
Widdig	1.700	1.872	+ 172	+ 10,1
Stadt Bornheim gesamt	45.828	48.186	+ 2.358	+ 5,1

Quelle: Stadt Bornheim, Stand jeweils 31.12.

Der Stadt Bornheim ist im Landesentwicklungsplan NRW die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen (vgl. Abbildung 2). Aufgrund seiner Lage in der Ballungsrandzone der Oberzentren Köln und Bonn kommt der Stadt Bornheim aus Sicht der Landesplanung somit in erster Linie die Aufgabe zu, die Versorgung der eigenen Wohnbevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs sowie des gehobenen und auch des spezialisierten Bedarfs sicher zu stellen.

Die Stadt Bornheim hat eine verkehrsgünstige Lage. Die Ortsteile Bornheim, Roisdorf und Hersel sind seit November 2003 über den Autobahnanschluss Bornheim (Rheinland) zur BAB 555 direkt an das überregionale Verkehrsnetz angebunden. Der Ortsteil Walberberg verfügt über einen Anschluss an die BAB 553, die in westlicher Richtung zum Autobahnkreuz Bliesheim führt und somit eine Verbindung zur BAB 1 und zur BAB 61 herstellt.

Abbildung 2: Lage der Stadt Bornheim und zentralörtliche Gliederung

Quelle: eigene Darstellung

Eine direkte Anbindung an das Streckennetz der Deutschen Bahn ist über die Haltepunkte Sechtem und Roisdorf gegeben. Von Roisdorf aus ist der nächstgelegene IC-Bahnhof in Bonn ca. 4 Minuten, der Kölner Bahnhof als nächstgelegener ICE-Bahnhof in ca. 24 Minuten Fahrzeit erreichbar.

Das Bus- und Stadtbahnnetz in der Stadt Bornheim ist gut ausgebaut, die meisten Verbindungen verkehren in dichter Taktfolge.

Die Stadtbahn der Linie 18 fährt von Bonn nach Köln über Bornheim, Brühl und Merten am Vorgebirge entlang. Die Haltestellen befinden sich in Roisdorf-West, Bornheim-Rathaus, Bornheim-Mitte, Dersdorf, Waldorf und Merten sowie Walberberg.

Die Stadtbahn 68 verkehrt auf der Strecke zwischen Bornheim und Ramersdorf auf der Trasse der Linie 18. Haltestellen sind in Roisdorf-West, Bornheim-Rathaus und Bornheim

Die Stadtbahn Linie 16 fährt von Bonn nach Köln über Bornheim und Wesseling den Rhein entlang. Die Haltestellen sind in Hersel, Uedorf und Widdig.

Neben den Verbindungen des schienengebundenen Verkehrs verfügt die Stadt Bornheim über mehrere Buslinien. Wichtige Funktionen zur Verbindung der Ortsteile erfüllt insbesondere die Linie 818, die vom Stadtbahnhalte Hersel über Bornheim und die Vorgebirgs-Orte Brenig, Dersdorf, Waldorf und Merten zum Bahnhaltepunkt Sechtem verläuft.

2.2 Demographische Strukturen

Nach Angaben des Landesbetriebes Information und Technik Nordrhein-Westfalen lebten in der Stadt Bornheim Mitte 2010 etwa 48.540 Einwohner. Im Vergleich zu 2000 (etwa 45.410 Einwohner) kann die Stadt ein Bevölkerungswachstum um 7 % verzeichnen.⁴

Im Regionalvergleich liegt der prozentuale Bevölkerungszuwachs der Stadt Bornheim deutlich über dem Durchschnitt des Rhein-Sieg-Kreises und über dem Wachstumsindex der Nachbargemeinde Swisttal und der Bundesstadt Bonn. Einzig in Alfter ist ein stärkeres Bevölkerungswachstum im letzten Jahrzehnt abzulesen. Dagegen verzeichnen die Städte Wesseling und Brühl nur ein sehr geringes Wachstum, so dass sich die Bevölkerungszahlen Mitte 2010 fast genau auf dem Niveau des Jahres 2000 befinden (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Einwohnerentwicklung in Bornheim und Vergleichsräumen (2000-2010)

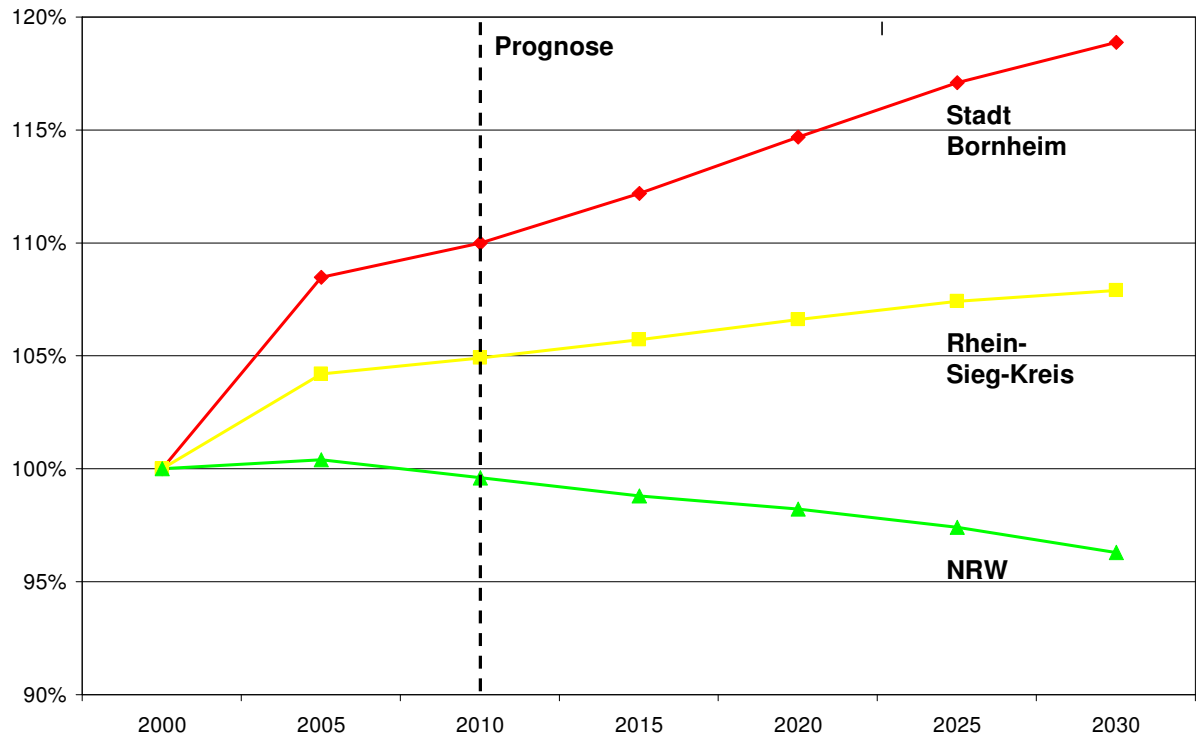
Gemeinde / Kreis	2000	2010	Änderung 2000 - 2010	
	Einwohner abs.		in %	
Bornheim	45.407	48.543	3.136	6,9
Alfter	20.907	22.847	1.940	9,3
Swisttal	17.832	18.241	409	2,3
Rhein-Sieg-Kreis	576.993	598.650	21.657	3,8
Wesseling	34.931	35.086	155	0,4
Brühl	43.839	44.179	340	0,8
Bonn	302.247	320.535	18.288	6,1

Quelle: IT.NRW, Stand 31.12.2000 bzw. 30.06.2010

Für die Bevölkerungsentwicklung ist nach der Prognose des Landesbetriebes Information und Technik NRW (vgl. Abbildung 4) mit einer Fortsetzung der positiven Bevölkerungsentwicklung bis zum Jahr 2030 zu rechnen (2030: ca. 52.880 Einwohner).

⁴ Um den Regionalvergleich zu ermöglichen, wird hier auf die amtlichen Daten des Statistischen Landesamtes zurückgegriffen. Zu beachten ist, dass die eigene Bevölkerungsfortschreibung der Stadt Bornheim zum 31.12.2010 eine Einwohnerzahl von 48.186 Personen ausweist.

Abbildung 4: Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Bornheim

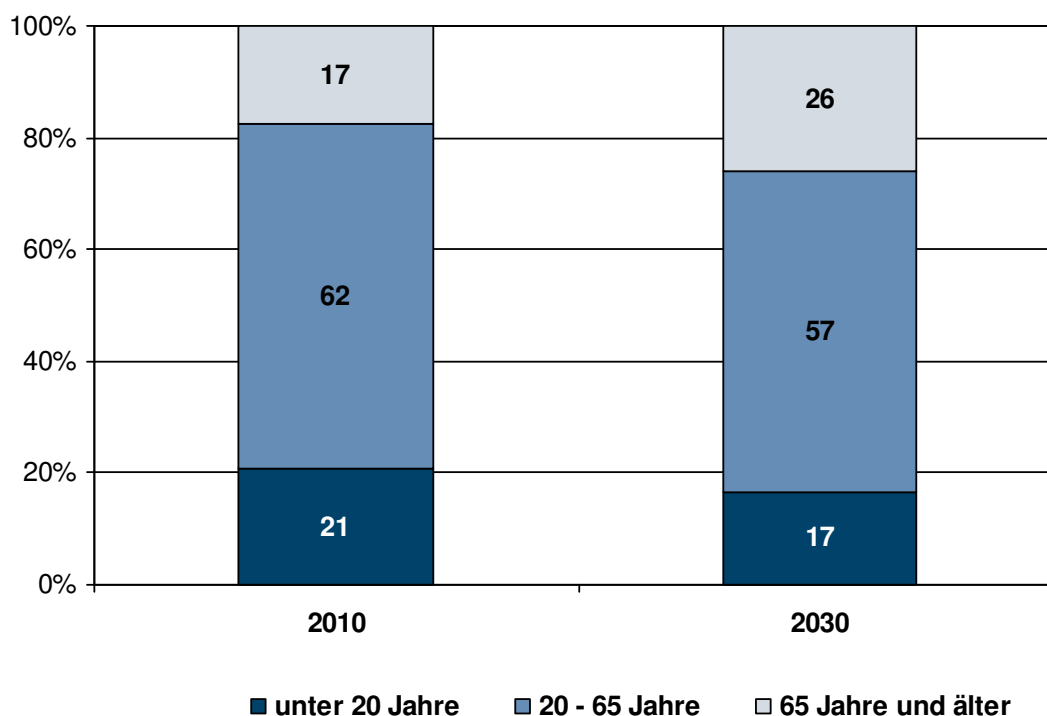


Quelle: IT.NRW, Fortschreibung des Bevölkerungsstandes und Bevölkerungsvorausberechnung (Modellrechnung 2008 - 2030)

Zu beachten ist aber, dass sich aus der zu erwartenden Bevölkerungsentwicklung für die Stadt Bornheim spezifische Veränderungen in der Altersstruktur der Bevölkerung ergeben werden.

So wird der Anteil der Altersgruppe der über 65-Jährigen im Jahre 2030 über 60 % zunehmen. Der Anteil der erwerbsfähigen Bevölkerung (20 - unter 65 Jahre) wird absolut stagnieren, während die Altersgruppe der unter 20-Jährigen (Kinder und Jugendliche) absolut gegenüber heute etwa 14 % verlieren wird (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5: Entwicklung ausgewählter Altersgruppen



Quelle: IT.NRW, Fortschreibung des Bevölkerungsstandes und Bevölkerungsvorausberechnung (Modellrechnung 2008 - 2030)

Im Untersuchungszusammenhang ist weiterhin von Bedeutung, dass die Erwerbsbevölkerung der Stadt Bornheim eine starke Außenorientierung aufweist. So hatten im Jahre 2007 von etwa 16.185 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit Wohnsitz in Bornheim über 13.497 ihren Arbeitsplatz außerhalb des Stadtgebiets. Gleichzeitig pendelten etwa 4.027 Erwerbstätige nach Bornheim, so dass sich ein negatives Pendlersaldo (- 9.470 Erwerbstätige) ergibt⁵.

⁵ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Pendler in Nordrhein-Westfalen 2007.

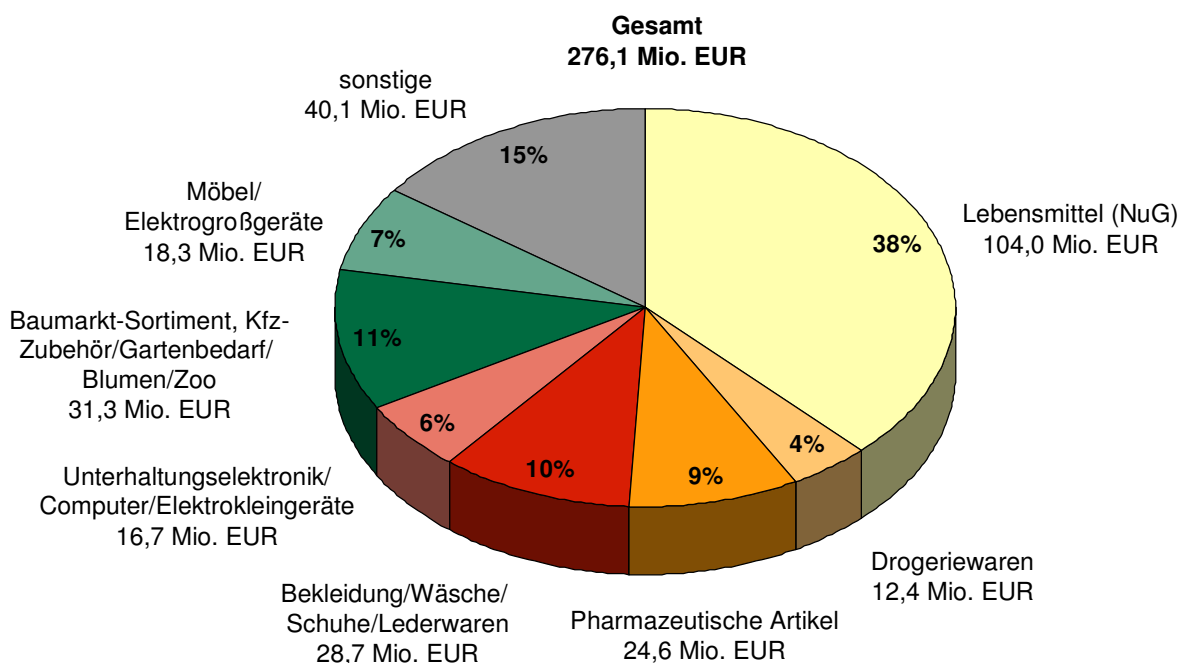
2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Bornheim

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach für das Jahr 2010 pro Kopf insgesamt 5.399 € einzelhandelsrelevant.⁶

Die BBE-Marktforschung weist für das Jahr 2010 für die Stadt Bornheim eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einwohner von 106,2 % aus. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen somit 6,2 % über dem Bundesdurchschnitt.

Auf der Grundlage der BBE-Kenndaten ergibt sich für die Stadt Bornheim eine jährliche Kaufkraft pro Kopf in Höhe von 5.737 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von insgesamt 276,1 Mio. € für das Jahr 2010 errechnen.

Abbildung 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Bornheim nach Warengruppen



Quelle: BBE-Marktforschung

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

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Bornheim nach Sortimenten

Sortiment	Pro-Kopf-Ausgaben 2010 Deutschland	Pro-Kopf-Ausgaben 2010 Bornheim	Kaufkraftpotenzial 2010 Bornheim
	in €	in €	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel/Bäcker/Metzger	2.043	2.159	104,0
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	236	258	12,4
Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel	511	511	24,6
Papier, Büro, Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	190	207	10,0
Bekleidung/Wäsche	435	476	23,0
Schuhe/Lederwaren	109	118	5,7
Baumarkt-Sortiment, Kfz-Zubehör	445	455	21,9
Pflanzen/Gartenbedarf (o. G-Möbel)	83	85	4,1
Schnittblumen	47	49	2,4
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	58	60	2,9
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltsgegenstände	67	74	3,6
Spielwaren, Hobby, Basteln, Musikinstrumente, Kinderwagen	108	117	5,6
Sportartikel, Fahrräder, Camping	77	88	4,2
Heimtextilien/Gardinen/Stoffe/Sicht-, Sonnenschutz, Dekorationsartikel	88	95	4,5
Teppiche	29	32	1,5
Bettwaren	31	33	1,6
Möbel	272	298	14,3
Lampen und Leuchten	19	21	1,0
Elektrogroßgeräte	77	84	4,0
Unterhaltungselektronik/Computer/Kommunikation, Elektrokleingeräte	321	348	16,7
Foto/Optik/Akustik	104	114	5,5
Uhren/Schmuck	49	55	2,6
Gesamt	5.399	5.737	276,1

Quelle: BBE-Marktforschung 2010

Etwa 38 % (ca. 104,0 Mio. €) des Volumens entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel, für die Warengruppe Baumarkt-Sortiment/Gartenbedarf/Blumen/Zoo stehen im Stadtgebiet ca. 31,3 Mio. € oder 11 % der Gesamtausgaben zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für die Warengruppe pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel addieren sich auf etwa 24,6 Mio. €. Für die Sortimente Bekleidung/Wäsche sowie Schuhe/Lederwaren werden ca. 28,7 Mio. € verausgabt (vgl. Abbildung 6 und Abbildung 7).

3 Einzelhandelssituation in der Stadt Bornheim

3.1 Gesamtstädtische Strukturdaten und Einzelhandelszentralität

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

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Erhebungen detailliert aufgezeigt. Aus Datenschutzgründen können dabei zum Teil nur statistisch aggregierte Bestandswerte dargelegt werden.

Im Stadtgebiet Bornheim gibt es insgesamt

- 206 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine
- Verkaufsfläche von 105.850 m² verfügen und einen
- Gesamtumsatz von ca. 250,5 Mio. € erwirtschaften.

Die Aufteilung der Verkaufsfläche und des Umsatzes auf die einzelnen Warengruppen veranschaulicht Abbildung 8.

Die größten Verkaufsflächenanteile entfallen auf die Warengruppen Bau- und Gartenbedarf und Möbel (jeweils etwa 30 %) und Nahrungs- und Genussmittel (etwa 20 %). Die Angebote in der Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat / Geschenkartikel addieren sich auf eine Verkaufsfläche von rd. 4.590 m² oder 4 %, die in der Warengruppe Bekleidung/ Wäsche auf 3.050 m² oder etwa 3 % der Gesamtfläche.

Die Einzelhandelsausstattung in der Stadt Bornheim verzeichnet seit dem Jahre 2007 einen Zuwachs um ca. 5.500 m² Verkaufsfläche (ca. + 5 %) und ca. 26 Mio. € Umsatz (ca. + 11 % nominal, gleichbedeutend ca. + 4 % real). Dabei sind die größten Steigerungsraten bei Nahrungs- und Genussmittel festzustellen (u. a. Ansiedlung des Edeka-Marktes in Walberberg, Verlagerung / Vergrößerung des Aldi-Marktes in Hersel, Erweiterung des Edeka-Marktes in Bornheim, des Biohof Bursch in Waldorf sowie des Obstverkaufs Schmitz-Hübsch in Merten).

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

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

Abbildung 8: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Bornheim nach Warengruppen

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel/Bäcker/Metzger	20.760	19,6	93,7	37,4
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	2.380	2,2	10,3	4,1
Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel	360	0,3	17,1	6,8
Papier, Büro, Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	640	0,6	2,7	1,1
Bekleidung/Wäsche	3.050	2,9	8,3	3,3
Schuhe/Lederwaren	1.110	1,1	2,9	1,2
Baumarkt-Sortiment, Kfz-Zubehör	21.750	20,5	34,7	13,9
Pflanzen/Gartenbedarf (o. G-Möbel),	8.700	8,2	11,3	4,5
Schnittblumen	450	0,4	1,2	0,5
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1.510	1,4	2,8	1,1
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltsgegenstände	4.590	4,3	6,8	2,7
Spielwaren, Hobby, Basteln, Musikinstrumente, Kinderwagen	270	0,3	0,8	0,3
Sportartikel, Fahrräder, Camping	920	0,9	2,2	0,9
Heimtextilien/Gardinen/Stoffe/Sicht-, Sonnenschutz, Dekorationsartikel	1.220	1,2	2,0	0,8
Teppiche	1.320	1,2	2,3	0,9
Bettwaren	950	0,9	1,4	0,6
Möbel	32.590	30,8	38,2	15,2
Lampen und Leuchten	1.270	1,2	2,4	1,0
Elektrogroßgeräte	390	0,4	1,4	0,5
Unterhaltungselektronik/Computer/Kommunikation, Elektrokleingeräte	1.330	1,3	5,8	2,3
Foto/Optik/Akustik	170	0,2	1,5	0,6
Uhren/Schmuck	120	0,1	0,7	0,3
Gesamt	105.850	100,0	250,5	100,0

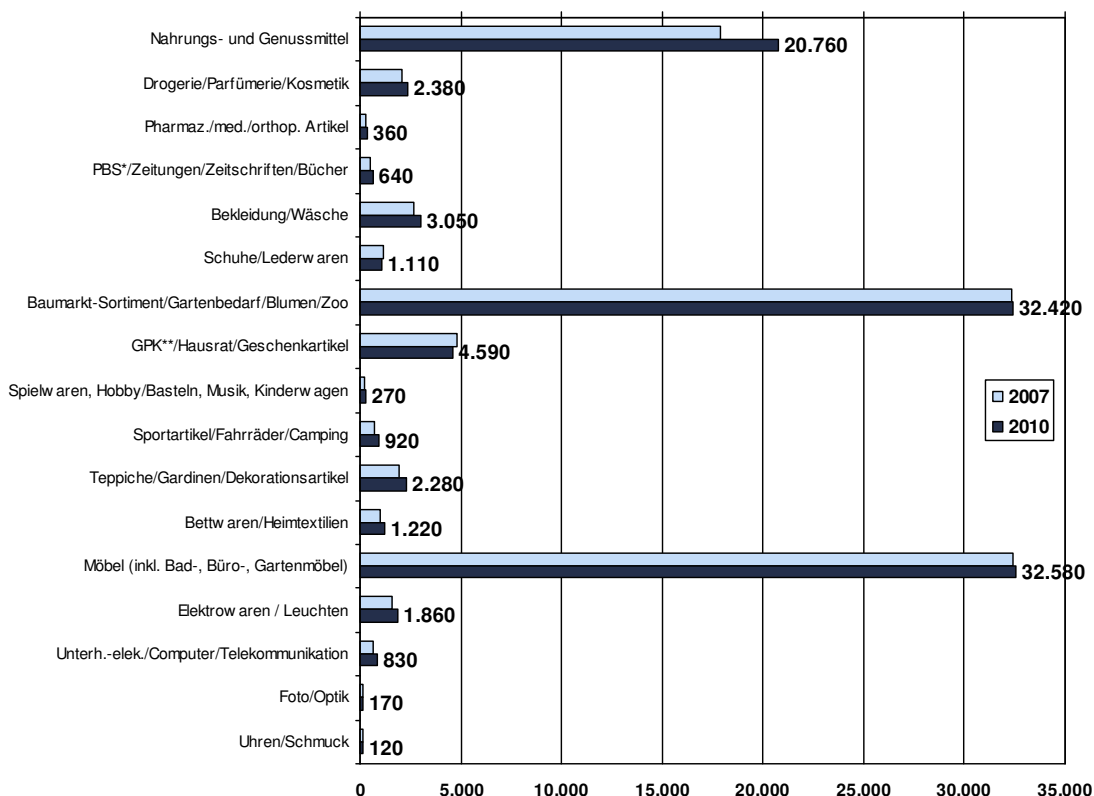
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Im Drogeriesegment ist die Ansiedlung einer Rossmann-Filiale in Hersel und die Schließung einer Schlecker-Filiale in Merten eingetreten. Eine weitere Apotheke wurde in Merten angesiedelt.

Bei Bekleidung/Wäsche sind verschiedene Betreiberwechsel eingetreten (u. a. Fifty seven ersetzt durch Ernsting's Family, Herrenmode Höing ersetzt durch Orthopädie Gütelhofer). Das neue Fachgeschäft Chris wurde in Bornheim angesiedelt.

Im Bereich der Elektrowaren/Unterhaltungselektronik haben ansässige Fachgeschäfte ihre Verkaufsflächen erweitert (vor allem Nelles in Waldorf und Lamprichs in Roisdorf).

Abbildung 9: Verkaufsflächen in der Stadt Bornheim nach Warengruppen

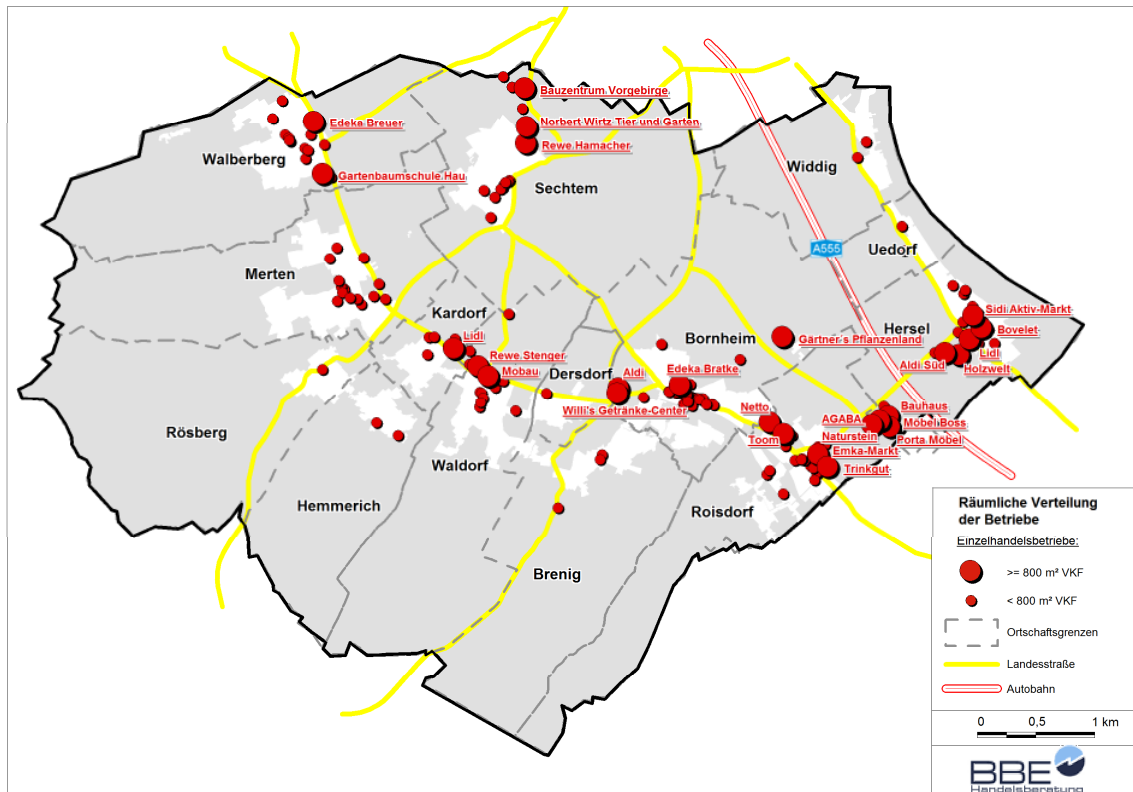


Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In allen anderen Sortimenten sind keine wesentlichen Veränderungen eingetreten (vgl. Abbildung 9).

Bezieht man die Einzelhandelsverkaufsfläche (insgesamt rd. 105.850 m²) auf die Einwohnerzahl, ergibt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 2,2 m² je Einwohner (im Jahre 2007: 2,08 m² je Einwohner). Verglichen mit dem Bundesdurchschnitt von 1,5 m² je Einwohner verzeichnet die Stadt Bornheim somit einen vergleichsweise hohen Flächenbesatz, der insbesondere auf die großen Anbieter aus dem Bereich Bauen/Garten sowie Möbel zurückzuführen ist. Ohne Berücksichtigung der großen Möbelhäuser Porta und Boss sowie des Bauhaus Baumarktes liegt die Arealitätskennziffer bei ca. 1,3 m² Verkaufsfläche je Einwohner und verdeutlicht erhebliche Angebotsdefizite der Stadt Bornheim.

Abbildung 10: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Bornheim



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Betrachtet man die räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet nach der Ortsteilgliederung der Stadt Bornheim, so zeigen sich folgende Strukturen (vgl. Abbildung 10):

- Mit 92 Betrieben, die auf einer Verkaufsfläche von 36.320 m² einen (geschätzten) Jahresumsatz von ca. 89 Mio. € generieren, ist eine starke Konzentration auf die Ortsteile Bornheim/ Roisdorf/ Brenig festzustellen. Angebotsschwerpunkt des Facheinzelhandels ist die Ortsmitte von Bornheim, in der sich auch ein Supermarkt (Edeka Bratke) befindet. Weitere Betriebe aus dem Bereich des Lebensmitteleinzelhandels sind an der Schumacherstraße (Toom-SB-Warenhaus), an der Adenauerallee (Netto-Discountmarkt), an der Bonner Straße (Penny-Markt), im Gewerbegebiet Rosental (Trinkgut-Getränkemarkt) und „Am Hellenkreuz“ (Aldi-Discountmarkt, Willis Getränkemarkt) ansässig.
- Im Gewerbegebiet „Am Hellenkreuz“ finden sich neben den bereits genannten Betrieben noch die Fachmärkte dm (Drogerieartikel), Deichmann (Schuhe), Takko (Bekleidung) und Fressnapf (Heimtierbedarf) sowie eine Tankstelle und ein Schnellrestaurant.

- Weitere großflächige Betriebe sind der Sonderpostenmarkt Emka am Rosental sowie Gärtner's Pflanzenland in Außenbereichslage.
- In den Ortsteilen Dersdorf/ Waldorf/ Kardorf/ Hemmerich sind insgesamt 28 Betriebe ansässig, die eine Verkaufsfläche von 7.220 m² umfassen. In die Nutzungskategorie „Großflächiger Einzelhandel“ fallen hiervon der REWE-Markt und der Mobau Plus Baumarkt in der Blumenstraße. Wichtiger Anbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ist zudem der LIDL-Markt (Ortsteil Kardorf, Auf dem Knickert).
- In den Ortsteilen Merten/ Rösberg befinden sich keine großflächigen Betriebe. Mit einer Verkaufsfläche von ca. 2.130 m² bzw. 2 % der Gesamtverkaufsfläche und einem Umsatz von ca. 10,8 Mio. € ist der Einzelhandelsbesatz insgesamt gering. Wichtigster Nahversorger ist ein REWE-Markt an der Kirchstraße in der Ortsmitte von Merten.
- Im Ortsteil Walberberg wird nach Realisierung des Edeka-Marktes ein Umsatz von ca. 16,7 Mio. € generiert. Mit 800 m² ist die Gartenbaumschule Hau an der Walberberger Straße (Landesstraße 183) der zweitgrößte Betrieb. An der Hauptstraße befindet sich ein weiterer REWE-Markt.
- Der Ortsteil Sechtem verfügt über einen Besatz von 20 Einzelhandelsbetrieben, die auf einer Fläche von 4.370 m² rund 10,6 Mio. € Umsatz erwirtschaften. Größte Betriebe sind Rewe Hamacher, der Fachmarkt für Heimtierbedarf „Norbert Wirtz Tier und Garten“ und der einem Baustoffgroßhandel Mobau angeschlossene Heimwerkermarkt.
- In den Ortsteilen Hersel/ Uedorf/ Widdig existiert eine Verkaufsfläche von ca. 7.880 m², die sich auf 25 Einzelhandelsbetriebe verteilen. Die größten Betriebe sind der Sidi Aktiv-Markt und Möbel Bovelet in der Ortsmitte, der Fachmarkt für Holzausbau Holzwelt Streck, der Aldi Discountmarkt und der Lagerverkauf von Mode Daniels im Gewerbegebiet Hersel sowie der Lidl Discountmarkt in der Havelstraße.
- Der flächenmäßig größte Angebotsstandort befindet sich im Gewerbegebiet Bornheim Süd mit dem 2007 eröffneten Porta-Einrichtungshaus, einem Bauhaus-Baumarkt und dem Möbel-Mitnahmemarkt Boss und zusammen ca. 44.000 m² Verkaufsfläche.

Abbildung 11: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Ortsteilen

Ortsteil / Stadtbereich	Betriebe		Verkaufs- fläche		Umsatz	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Bornheim	62	30,1	15.110	14,3	46,5	18,6
Brenig	4	1,9	440	0,4	1,3	0,5
Roisdorf	26	12,6	20.770	19,6	40,9	16,3
Bornheim/ Brenig/ Roisdorf	92	44,6	36.320	34,3	88,7	35,4
Waldorf/ Dersdorf	20	9,7	5.780	5,4	18,4	7,4
Kardorf/ Hemmerich	8	3,9	1.440	1,4	6,3	2,5
Dersdorf/ Waldorf/ Kardorf/ Hemmerich	28	13,6	7.220	6,8	24,7	9,9
Rösberg/ Merten	19	9,2	2.130	2,0	10,8	4,3
Walberberg	17	8,3	3.750	3,5	16,7	6,7
Sechtem	20	9,7	4.370	4,1	10,6	4,2
Hersel ¹	21	10,2	7.800	7,4	27,5	11,0
Uedorf/ Widdig	4	2,0	80	0,1	0,3	0,1
Hersel/ Uedorf/ Widdig	25	12,2	7.880	7,5	27,8	11,1
GW Bornheim-Süd	5	2,4	44.180	41,8	71,2	28,4
Gesamt	206	100,0	105.850	100,0	250,5	100,0

¹ ohne GW Bornheim-Süd

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Aufgrund des ausgeprägten Besatzes großflächiger Betriebe ergibt sich somit ein deutlicher Angebotsschwerpunkt im Gewerbegebiet Bornheim-Süd. Einen wesentlichen Beitrag zu diesen auffälligen Strukturdaten liefert das Porta Möbelhaus mit einer Verkaufsfläche von 27.000 m² und einer jährlich geschätzten Umsatzleistung von 40 Mio. € (vgl. Abbildung 11).

Noch deutlicher wird die funktionale Bedeutung des Einzelhandels in diesem Teilraum, wenn man die Einzelhandelszentralitäten berechnet. Werden die beiden Größen Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Beziehung zueinander gesetzt, so lassen sich Aussagen über die Ausstrahlungskraft des ansässigen Einzelhandels vornehmen (Einzelhandelszentralität). Befindet sich der Wert unter 100 %, so sind die Abflüsse höher als die Zuflüsse, bei einem Wert über 100 % setzt der Einzelhandel mehr um, als Kaufkraft vor Ort vorhanden ist.

Insgesamt weist Bornheim eine Einzelhandelszentralität von ca. 91 % auf (im Jahre 2007: ca. 87 %). Dies sagt aus, dass der Gesamtumsatz ca. 9 % unter dem vor Ort vorhandenen Kaufkraftpotenzial liegt und somit per Saldo Kaufkraftabflüsse in der Höhe von ca. 26 Mio. € festzustellen sind (vgl. Abbildung 12). Der Standortverbund Porta/ Boss/ Bauhaus übernimmt gesamtstädtische Versorgungsfunktionen und trägt ca. 26 %-Punkte zur gesamtstädtischen Zentralität bei.

Im Stadtbereich Bornheim/ Brenig / Roisdorf beträgt die Umsatz-Kaufkraft-Relation ca. 96 % und liegt damit deutlich über den Messzahlen der anderen Ortsteile. An zweiter Stelle stehen die Stadtbereiche Hersel/ Uedorf/ Widdig (ca. 66 %), Walberberg (ca. 61 %) und Dersdorf/ Waldorf/ Kardorf/ Hemmerich (ca. 56 %), so dass für diese Stadtbereiche vor allem eine ausschnittsweise Nahversorgung sichergestellt werden kann. Die geringste Einzelhandelszentralität ist für die Teilräume Merten/ Rösberg (ca. 27 %) und Sechtem (ca. 35 %) zu registrieren.

Abbildung 12: Einzelhandelszentralität (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) nach Stadtbereichen

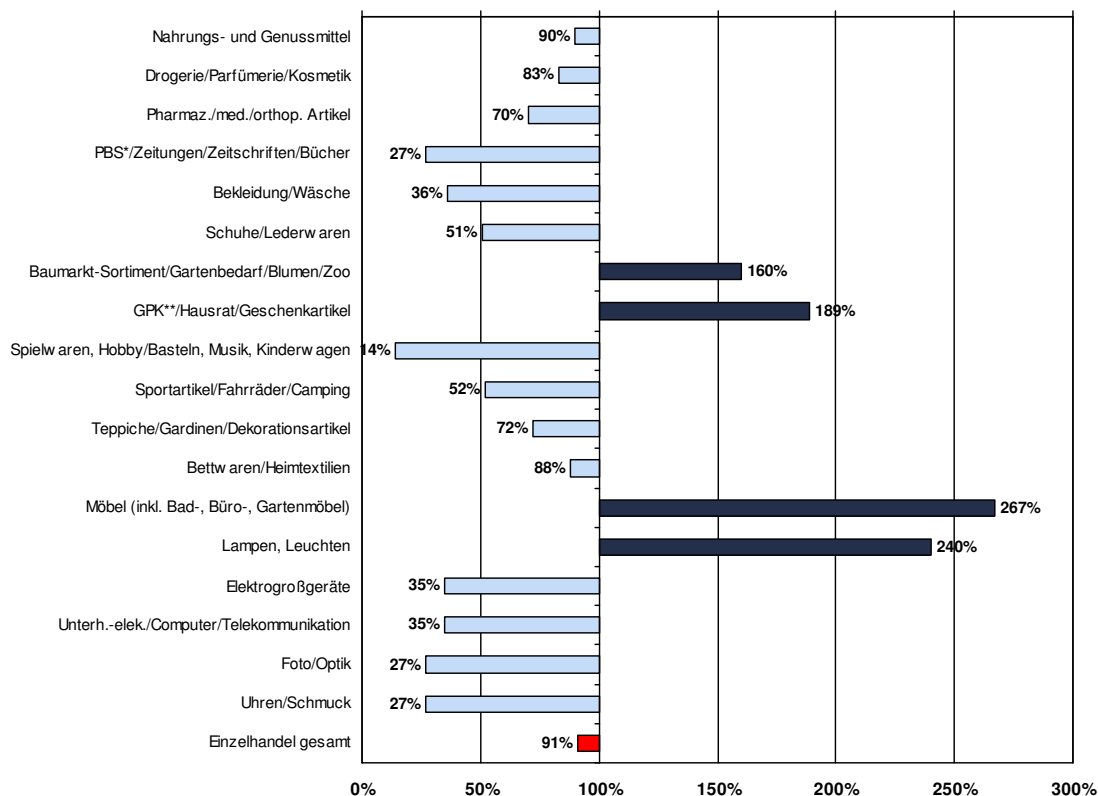
	Einwohner	Kaufkraft	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation
Stadtbereich	abs.	in Mio. €	in Mio. €	in %
Bornheim/ Brenig/ Roisdorf	16.179	92,7	88,7	96
Dersdorf/ Waldorf/ Kardorf/ Hemmerich	7.756	44,5	24,7	56
Rösberg/ Merten	6.916	39,6	10,8	27
Walberberg	4.776	27,4	16,7	61
Sechtem	5.239	30,0	10,6	35
Hersel/ Uedorf/ Widdig	7.320	41,9	27,8	66
GW Bornheim-Süd	./.	./.	71,2	./.
Gesamt	48.186	276,1	250,5	91

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen lassen sich nicht nur für den Einzelhandel eines bestimmten Standortbereichs insgesamt errechnen, sondern auch differenziert nach Warengruppen darstellen. Graphisch umgesetzt, ergibt sich aus den Zentralitätswerten der verschiedenen Teilmärkte ein Polaritätsprofil, das Rückschlüsse auf die quantitativen Stärken und Schwächen des Einzelhandels zulässt.

Die folgende Abbildung 13 zeigt, dass die Gesamtbindungsquote von 91 % starke Unterschiede zwischen den einzelnen Warengruppen überdeckt. So ergeben sich mit ca. 267 % bzw. 240 % die höchsten Werte in den Sortimenten Möbel sowie Lampen / Leuchten, gefolgt von dem Bereich GPK/ Hausrat (ca. 189 %) und dem Bau- und Gartenmarkt-Sortiment (ca. 177 %). Den niedrigsten Wert erreicht mit nur 14 % die Warengruppe Spielwaren, Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente, Kinderwagen. Für weitere 7 Warengruppen ergeben sich Werte von unter 50 %. Es wird deutlich, dass die Baumarkt- und Möbelsortimente sowie zu diesen Warengruppen affine Sortimente deutliche Zuflüsse generieren, während Angebotsdefizite insbesondere in den zentrenrelevanten Leitsortimenten Bekleidung, Schuhe, Foto, Optik, Uhren, Schmuck, Bücher bestehen.

Abbildung 13: Einzelhandelszentralität (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) nach Warengruppen



* PBS: Papier-, Büro-, Schreibwaren

** GPK: Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: BBE-Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen

In der mit fast 94 Mio. € umsatzstärksten Branche Nahrungs- und Genussmittel, wird ein Zentralitätsindex von ca. 90 % erreicht. Dies bedeutet, dass für den Lebensmitteleinzelhandel bezogen auf die Gesamtstadt per Saldo leichte Abflüsse in Höhe von etwa 10,3 Mio. € zu registrieren sind.

Die höchsten absoluten Abflüsse sind – wie Abbildung 14 zeigt – mit 14,7 Mio. bzw. 10,9 Mio. € in den Sortimenten Bekleidung/Wäsche und Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video/ PC/ Drucker/ Kommunikation/ Elektrokleingeräte festzustellen.

**Abbildung 14: Einzelhandelszentralität (Umsatz-Kaufkraft-Relationen)
nach Warengruppen**

Sortiment	Umsatz	Kaufkraft	Umsatz-Kaufkraft-Relation	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel/Bäcker/Metzger	93,7	104,0	90	- 10,3
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	10,3	12,4	83	- 2,1
Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel	17,1	24,6	70	- 7,5
Papier, Büro, Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	2,7	10,0	27	- 7,3
Bekleidung/Wäsche	8,3	23,0	36	- 14,7
Schuhe/Lederwaren	2,9	5,7	51	- 2,8
Baumarkt-Sortiment, Kfz-Zubehör, Pflanzen/Gartenbedarf (o. G-Möbel)	46,0	26,0	177	+ 20,0
Schnittblumen	1,2	2,4	50	- 1,2
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	2,8	2,9	97	- 0,1
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltsgegenstände	6,8	3,6	189	+ 3,2
Spielwaren, Hobby, Basteln, Musikinstrumente, Kinderwagen	0,8	5,6	14	- 4,8
Sportartikel, Fahrräder, Camping	2,2	4,2	52	- 2,0
Heimtextilien/Gardinen/Stoffe/Sicht-, Sonnenschutz, Dekorationsartikel	2,0	4,5	44	- 2,5
Teppiche	2,3	1,5	153	+ 0,8
Bettwaren	1,4	1,6	88	- 0,2
Möbel	38,2	14,3	267	+ 23,9
Lampen und Leuchten	2,4	1,0	240	+ 1,4
Elektrogroßgeräte	1,4	4,0	35	- 2,6
Unterhaltungselektronik/Computer/Kommunikation, Elektrokleingeräte	5,8	16,7	35	- 10,9
Foto/Optik/Akustik	1,5	5,5	27	- 4,0
Uhren/Schmuck	0,7	2,6	27	- 1,9
Gesamt	250,5	276,1	91	- 25,6

Quelle: BBE-Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen

3.2 Zentrale Versorgungsbereiche

Eine wichtige Aufgabe des vorliegenden Gutachtens besteht darin, die zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet Bornheim räumlich abzugrenzen und funktional zu bestimmen.

Dazu wurden die Einzelhandelsnutzungen in den Zentrallagen der Ortsteile einer genauen Analyse unterzogen.

3.2.1 Bornheim-Königstraße

Innerhalb des Ortsteils Bornheim sind zwei Nutzungsschwerpunkte des Einzelhandels vorhanden:

Erstens die am Westrand des Ortes gelegene Fachmarkttagglomeration „Am Hellenkreuz“ mit den Betrieben Aldi, Deichmann, dm, Fressnapf, Takko, Willis Getränkemarkt und einem Tankstellen-shop; diese Betriebe verfügen zusammen über rd. 4.400 m² VKF und generieren eine Jahresumsatzleistung von rd. 16 Mio. €.

Zweitens die Ortsmitte von Bornheim mit der Königstraße als Hauptgeschäftszone (vgl. Abbildung 15).

Den funktionalen Schwerpunkt des Geschäftsbereichs bildet der Abschnitt zwischen Kreuzung Sekundastraße im Osten und Kreuzung Burgweg im Westen. Hier befindet sich ein durchgehender Einzelhandelsbesatz, der von kleinflächigen, größtenteils nicht filialisierten Fachhandelsgeschäften dominiert wird. Größtes Unternehmen in diesem Abschnitt der Königstraße bildet mit einer Verkaufsfläche von rund 250 m² das Modehaus Blumenthal.

Über den Kreisverkehr in westlicher Richtung wird der Edeka Supermarkt erschlossen, der über eine Verkaufsfläche von rund 2.700 m² verfügt. Dieser nimmt sowohl für die innerstädtische Versorgung, als auch für den ansässigen Einzelhandel als Magnetbetrieb eine wichtige Funktion ein. Im Standortumfeld befindet sich eine Post-Filiale und das Modegeschäft Chris mit ca. 400 m² Verkaufsfläche. Der vorgelagerte Kundenparkplatz verfügt zusätzlich über eine Zufahrt aus Richtung Apostelpfad, wodurch sich die Erreichbarkeitssituation des Standorts trotz der integrierten Lage sehr positiv darstellt.

Insgesamt befinden sich in der Ortsmitte von Bornheim 50 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 5.630 m² einen Umsatz von 26,0 Mio. € im Jahr realisieren.

Die größten Verkaufsflächenanteile entfallen auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (2.660 m² VKF), Bekleidung/ Wäsche (1.300 m²) und Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik (300 m²). Positiv hervorzuheben ist, dass zur Zeit der Erhebung nur drei Leerstände mit 15 - 40 m² Verkaufsfläche zu verzeichnen waren.

Abbildung 15: Räumliche Verteilung und Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels im Ortsteil Bornheim



Kartengrundlage: Stadt Bornheim; Quelle: eigene Erhebungen

Im Süden wird der Hauptgeschäftsbereich durch die Stadtbahnlinie 18/ 68 begrenzt, die den Standort mit den Ortsteilen entlang des Vorgebirgsrandes, den Nachbarkommunen Alfter und Brühl sowie den Oberzentren Bonn und Köln verbindet.

Die Aufenthaltsqualität in der Ortsmitte wird durch die sehr hohe Verkehrsbelastung der Königstraße herabgesetzt. Vor diesem Hintergrund wurde von der Stadt Bornheim ein integriertes Handlungskonzept erarbeitet, dessen Umsetzung mit ersten Umgestaltungsmaßnahmen im Bereich der östlichen Königstraße bereits eingeleitet wurde.

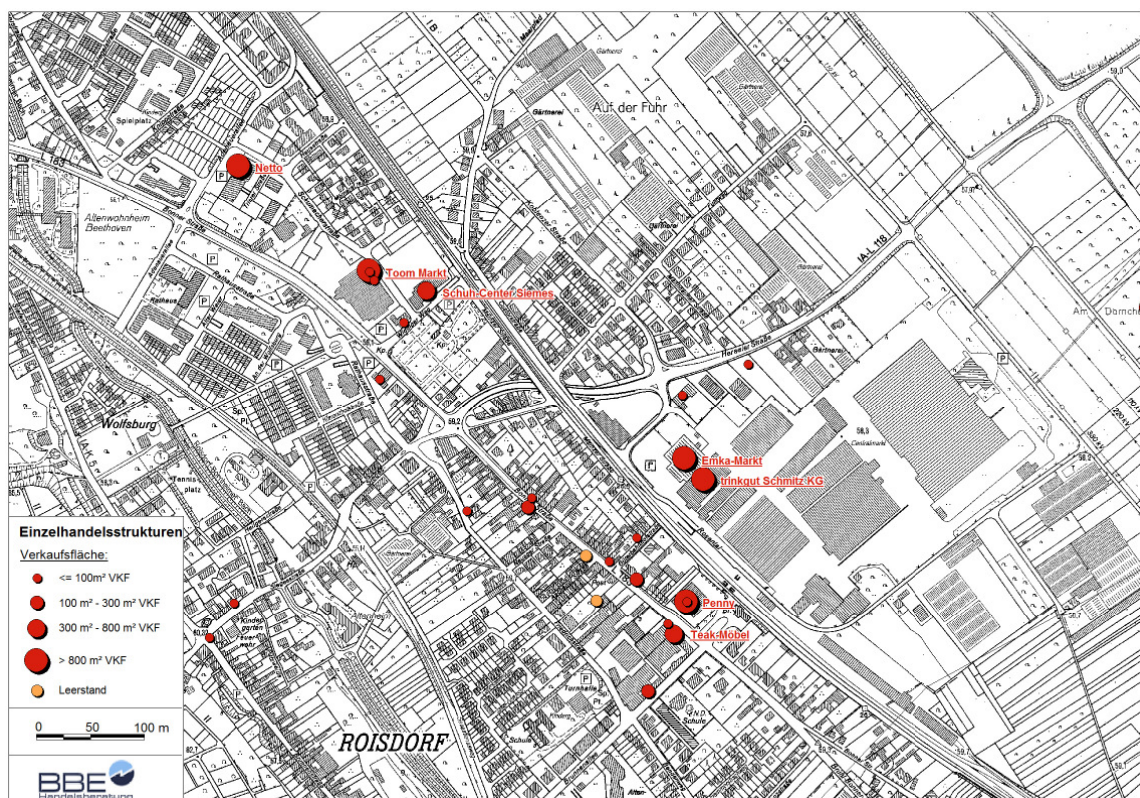
Derzeit wird der Einzelhandelsbesatz um einen Netto Lebensmitteldiscountmarkt im Entwicklungsbereich „Kliehof“ östlich der Feuerwache ergänzt (Verlagerung der Filiale Adenaurallee in Roisdorf).

3.2.2 Roisdorf: Rathausumfeld/ Schumacherstraße

Der wichtigste Einzelhandelsstandort in zentraler Lage von Roisdorf befindet sich zwischen Schumacherstraße und Bonner Straße unweit des Rathauses. Zentraler Betrieb in diesem Standortbereich ist ein Toom SB-Warenhaus. Der mit einer Verkaufsfläche von knapp 5.000 m² ausgestattete Betrieb befindet sich im Standortverbund mit einem Schuhfachmarkts des Betreibers Siemes (750 m² VKF). Das Angebot wird durch eine Apotheke sowie durch einen Zeitschriftenladen und einen Backshop in der Vorkassenzone des SB-Warenhauses ergänzt.

Weiter nordwestlich gelegen (Adenauerallee) befindet sich noch der zur Verlagerung anstehende Netto-Discountmarkt mit knapp über 900 m² (vgl. Abbildung 16). Der Umsatz dieser Einzelhandelsbetriebe beläuft sich auf insgesamt ca. 25,4 Mio. €.

Abbildung 16: Räumliche Verteilung und Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels im Ortsteil Roisdorf



Kartengrundlage: Stadt Bornheim; Quelle: eigene Erhebungen

Das Toom SB-Warenhaus ist aufgrund seiner integrierten Lage wichtigster Funktionsträger der Nahversorgung in Roisdorf. Gleichzeitig stellen die Fachabteilungen des Großbetriebs für Drogeriewaren, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren sowie Unterhaltungselektronik und Elektrohaushaltsgeräte wichtige Ergänzungsangebote für die Gesamtstadt Bornheim dar. Hinzu kommt das Siemes Schuhcenter – mit 750 m² VKF größter Anbieter in diesem Sortimentsbereich im Stadtgebiet. Mit diesen Angeboten übernimmt der Standortbereich Rathausumfeld/ Schumacherstraße wichtige Versorgungsfunktionen für die Gesamtstadt Bornheim.

Weitere Einzelhandelsbetriebe befinden sich innerhalb von Roisdorf an der Bonner Straße im Umfeld des Regionalbahn-Haltepunktes. Dort ist u. a. ein Penny Markt, ein Gartenmöbel-Fachmarkt (Teak-Möbel Hövelmann), ein Baustoff-Handel (Schlösser) und ein Fliesen Fachhandel angesiedelt. Auf dem Eckgrundstück Friedrichstraße/ Brunnenallee befindet sich ein Elektrofachgeschäft (Euronics Lamprichs). Ein Getränkemarkt wurde zwischenzeitlich verlagert in die Brunnenallee.

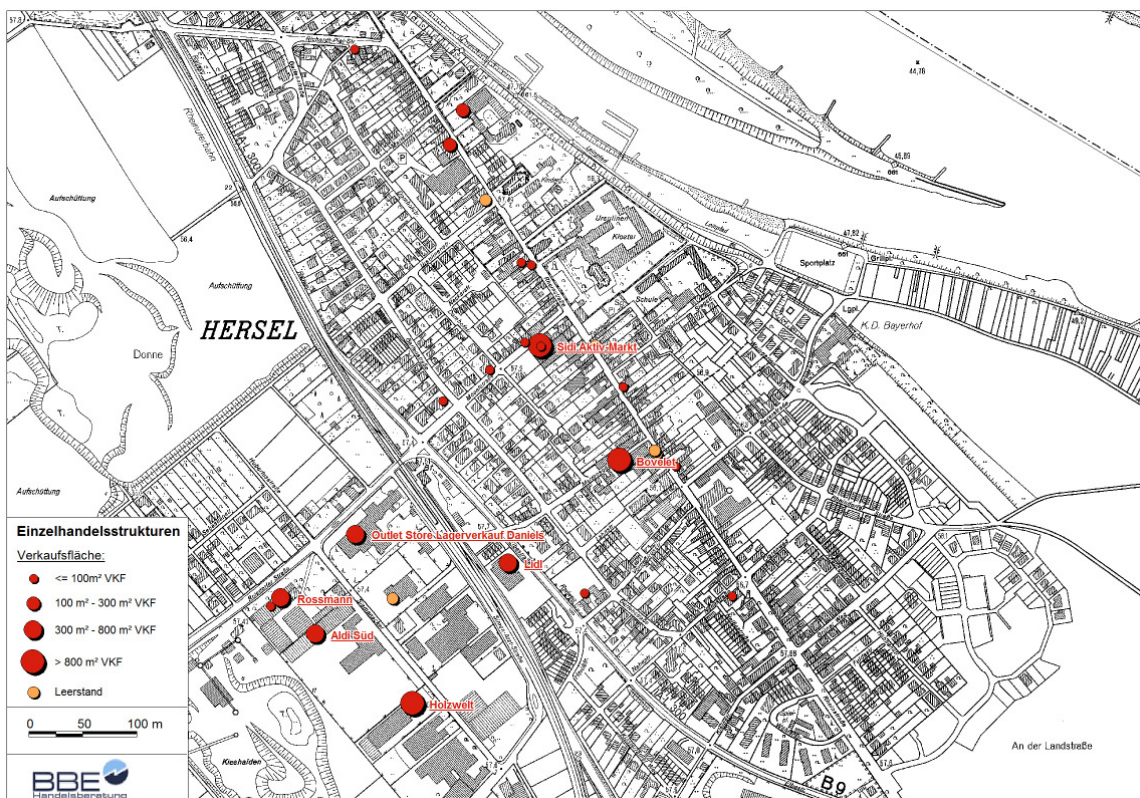
Auf der Nordseite der Bahnlinie ist im Gebäudekomplex des Erzeuger-Großmarktes ein großflächiger Sonderpostenmarkt (Emka) und ein Getränkemarkt (Trinkgut) ansässig.

3.2.3 Zentrale Versorgungsbereiche in den sonstigen Ortsteilen

In den historischen Ortsmitten der übrigen Ortsteile befindet sich lediglich ein geringer Einzelhandelsbesatz. Zusammenhängende Geschäftsbereiche mit einem differenzierten Einzelhandelsbesatz auf dem Niveau eines Ortsteilzentrums sind nicht vorhanden.

Lediglich in den Ortsmitten von Hersel, Merten und Walberberg sind kleinere Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben ansässig, die die Funktion von Nahversorgungszentren für das nähere Umfeld übernehmen.

Abbildung 17: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Ortsteil Hersel



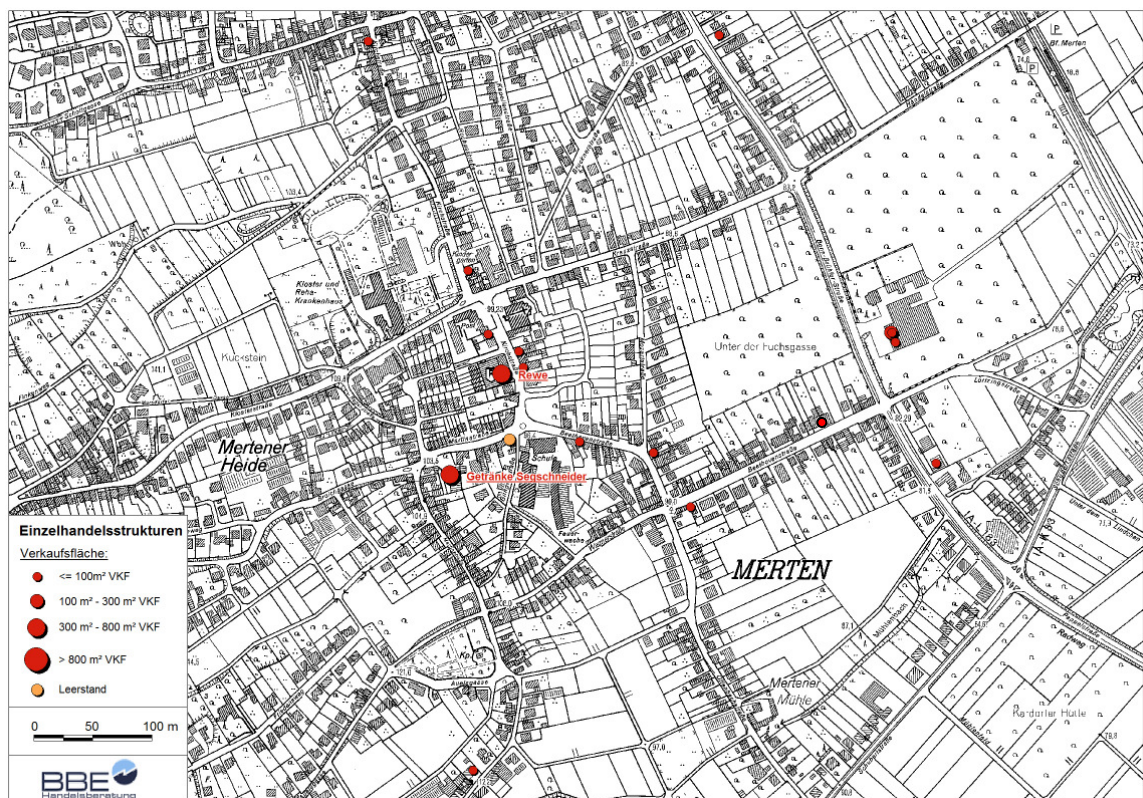
Kartengrundlage: Stadt Bornheim; Quelle: eigene Erhebungen

Größter Betrieb in **Hersel** und gleichzeitig wichtigster Anbieter für Waren des täglichen Bedarfs ist der Sidi Supermarkt mit integriertem Backshop in der Moselstraße. In der Nähe finden sich noch eine Apotheke und der Elektro-Geräte-Markt. Entlang der Rheinstraße ist lediglich ein Streubesatz mehrerer kleinerer Geschäfte (u.a. Bäckerei, Buchladen, Tabak-/ Zeitschriften-Shop) und ein großflächiger Anbieter von Wohnmöbeln (Bovelet) anzutreffen (vgl. Abbildung 17).

Das Nahversorgungsangebot wird durch einen Lidl-Markt an der Havelstraße und den Standortverbund von Aldi und Rossmann an der Roisdorfer Straße ergänzt. Hervorzuheben ist weiterhin der Outlet-Store-Lagerverkauf des Modehändlers Daniel – mit rd. 600 m² Verkaufsfläche der weitaus größte Anbieter von Damen- und Herrenbekleidung im Stadtgebiet Bornheim.

Die historische Ortsmitte von **Merten** befindet sich im Bereich der Kirchstraße. Größter Betrieb und wichtigster Träger der Nahversorgung ist ein Rewe Supermarkt (ca. 600 m² VKF). In dessen Umfeld sind ein Bäckerei, ein Blumenladen und ein Kiosk mit Post-Shop ansässig (vgl. Abbildung 18).⁹

Abbildung 18: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Ortsteil Merten



Kartengrundlage: Stadt Bornheim; Quelle: eigene Erhebungen

⁹ Seit Herbst 2008 liegt der Stadt Bornheim eine Investorenplanung vor, nach der auf Teilen der nördlich der Beethovenstraße gelegenen, heute durch den Obstanbau genutzten Areale zusätzliche Einzelhandelsbetriebe angesiedelt werden sollen. Vorgesehen sind ein Lebensmittel-Discountmarkt, ein Drogeriemarkt und ein Getränkemarkt. Letzterer soll die vergrößerte Getränkeabteilung des an der Kirchstraße ansässigen Supermarktes aufnehmen, der dadurch die Möglichkeit erhält, seine Lebensmittelverkaufsflächen im Bestand zu erweitern.

Der Einzelhandel in der Ortsmitte von **Walberberg** konzentriert sich im Wesentlichen auf den Bereich der Hauptstraße zwischen Walburgisstraße und Flammgasse. Hier und in den umliegenden Gassen waren zum Erhebungszeitpunkt insgesamt 12 Einzelhandelsbetriebe mit weit überwiegend nahversorgungsrelevanten Angeboten (u. a. Bäckerei, Kiosk, Apotheke, Blumenladen) ansässig (vgl. Abbildung 19).

Durch die Ansiedlung des Edeka Supermarktes im März 2009 (Verkaufsfläche ca. 1.750 m²) wurde eine deutliche Verbesserung der Nahversorgung sichergestellt, da der Rewe Lebensmittel-SB-Markt in der Hauptstraße zuletzt keine zeitgemäße Lebensmittelvollversorgung sicherstellen konnte.

Abbildung 19: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Ortsteil Walberberg



Kartengrundlage: Stadt Bornheim; Quelle: eigene Erhebungen

An der Walberberger Straße (L 183) sind darüber hinaus ein Direktvermarkter von Obst- und Gemüse (Heuser) und ein Getränkemarkt (Hausmann) ansässig.

Als größte Betriebe mit über den täglichen Bedarf hinausgehenden Angeboten sind die Gartenbauschule Hau (Walberberger Straße) und Fliesen Gschwendtner (Heinrich-von-Berge-Weg) hervorzuheben.

Der Einzelhandel in den übrigen Ortsteilen nimmt überwiegend Solitärstandorte ein und hat seine Angebotsschwerpunkte im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente. Die Strukturen der wohnungsnahen Versorgung werden im Folgenden analysiert.

3.3 Wohnungsnahe Versorgung

Wie bereits in Kap. 3.1 dargelegt, verzeichnet die Stadt Bornheim im Bereich der nahversorgungsrelevanten Warengruppen per Saldo Kaufkraftabflüsse. So wird für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren eine Gesamtumsatzleistung von rd. 104,0 Mio. € prognostiziert, obwohl im Stadtgebiet in dieser Warengruppe eine sortimentspezifische Kaufkraft von rd. 116,4 Mio. € verfügbar ist (vgl. Abbildung 20).

Abbildung 20: Umsätze, einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen und Umsatz-Kaufkraft-Relationen in nahversorgungsrelevanten Warengruppen in Bornheim nach Ortsteilen

Ortsteil / Stadtbereich	Umsatz (NuG*)/ Drogerie)	Kaufkraft (NuG/ Drogerie)	Umsatz-Kaufkraft-Relation NuG/ Drogerie)	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
Bornheim	25,1	19,1	131	+ 6,0
Brenig	0,7	5,5	13	- 4,8
Roisdorf	23,2	14,4	161	+ 8,8
Bornheim/ Brenig/ Roisdorf	49,0	39,0	126	+ 10,0
Waldorf/ Dersdorf	9,1	10,9	83	- 1,8
Kardorf/ Hemmerich	5,1	7,9	65	- 2,8
Dersdorf/ Waldorf/ Kardorf/ Hemmerich	14,2	18,8	76	- 4,6
Rösberg/ Merten	6,3	16,7	38	- 10,4
Walberberg	9,8	11,5	85	- 1,7
Sechtem	3,8	12,7	30	- 8,9
Hersel	20,6	11,0	187	9,6
Uedorf/ Widdig	0,3	6,7	4	- 6,4
Hersel/ Uedorf/ Widdig	20,9	17,7	118	3,2
Gesamt	104,0	116,4	89	- 12,4

* NuG: Nahrungs- und Genussmittel

Quelle: BBE-Marktforschung; eigene Prognosen und Berechnungen

Bei einer Betrachtung auf Ortsteil- bzw. Stadtbereichsebene zeigt sich, dass sich die Angebote im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren auf Bornheim, Roisdorf und Hersel konzentrieren. In Bornheim und Roisdorf werden per Saldo Zuflüsse in Höhe von 14,8 Mio. € generiert, wodurch sich für diese Ortsteile zusammen eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 144 % ergibt. Es wird offensichtlich, dass Bornheim und Roisdorf im Bereich des täglichen Bedarfs auch Versorgungsfunktionen für die anderen Ortsteile übernehmen. Der Ortsteil Hersel kann durch die Ergänzung des nahversorgungsbezogenen Angebotes Versorgungsfunktionen für die benachbarten Ortsteile Uedorf und Widdig übernehmen. Dies ist in einer

nahversorgungsbezogenen Umsatz-Kaufkraft-Relation in diesem Teilraum von ca. 118 % abzulesen werden. Mit Zentralitätswerten von 30 bzw. 38 % ist in den Ortsteilen Sechtem und Merten/Rösberg dagegen ein deutliches Angebotsdefizit festzustellen.

Hinsichtlich der Verteilung der Lebensmittelumsätze auf die Betriebsformen weisen die Vollsortimentsbetriebe, d.h. die SB-Warenhäuser und Supermärkte, mit rund 44,8 Mio. € (ca. 48 %) die höchsten Umsätze auf. Die ansässigen Discounter Aldi, Lidl, Netto und Penny erzielen nach Schätzungen der BBE einen Umsatzanteil von ca. 28 % - eine Größenordnung, die unter dem Bundesdurchschnitt liegt.¹⁰

Die insgesamt 35 im Stadtgebiet ansässigen Ladenhandwerksbetriebe (28 Backshops/ Bäckereien, 7 Metzgereien/ Fleischereien) generieren zusammen über 8 Mio. € Umsatz, die 8 Getränkemärkte erwirtschaften ca. 7 Mio. €, der übrige Einzelhandel trägt rd. 7,8 Mio. € zur Gesamtumsatzleistung von 93,7 Mio. € bei (vgl. Abbildung 21).

Abbildung 21: Umsätze in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nach Betriebsformen

Ortsteil / Stadtbereich	Umsatz Nahrungs- und Genussmittel	
	in Mio. €	in %
Vollsortimentsbetriebe (SB-Warenhaus/ Supermarkt)	44,8	48
Discounter	26,2	28
Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien/ Metzgereien)	8,1	9
Getränkemärkte	6,8	7
sonstige Lebensmittelgeschäfte	5,7	6
Kioske/ Tankstellenshops	1,4	1
sonstige	0,7	1
Gesamt	93,7	100

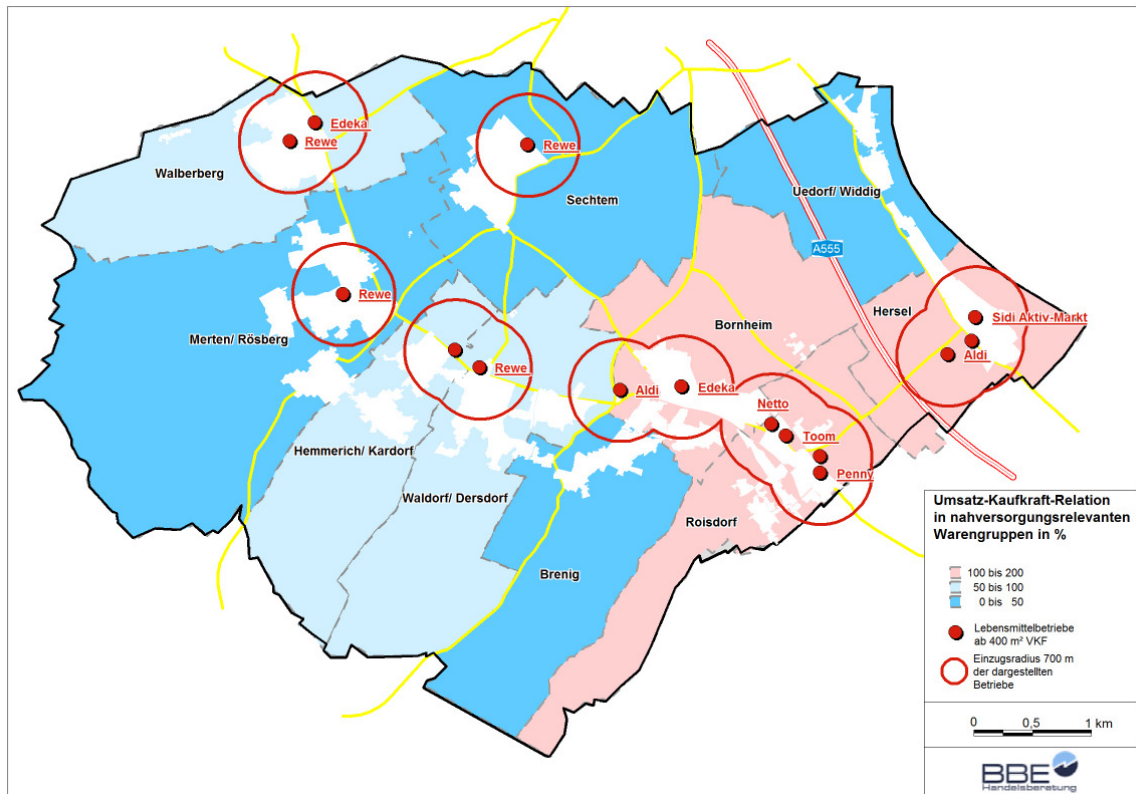
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Die Stadt Bornheim verfügt somit über einen differenzierten Betriebstypenmix im nahversorgungsbezogenen Marktsegment der Nahrungs- und Genussmittel.

Die räumliche Verteilung der, die Nahversorgung prägenden Lebensmittel-SB-Märkte mit mehr als 400 m² Verkaufsfläche sind der nachfolgenden Karte zu entnehmen (vgl. Abbildung 22). Eine fußläufige Versorgung ist innerhalb eines 700 m-Radius anzunehmen.

¹⁰ Im Jahr 2009 generierten die Discounter mit ca. 52,2 Mrd. € etwa 41 % des Gesamtumsatzes der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland (ca. 125,9 Mrd. €), Quelle: EHI Retail Institute, Köln.

Abbildung 22: Umsatz-Kaufkraft-Relationen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und fußläufige Einzugsradien größerer Lebensmittelbetriebe

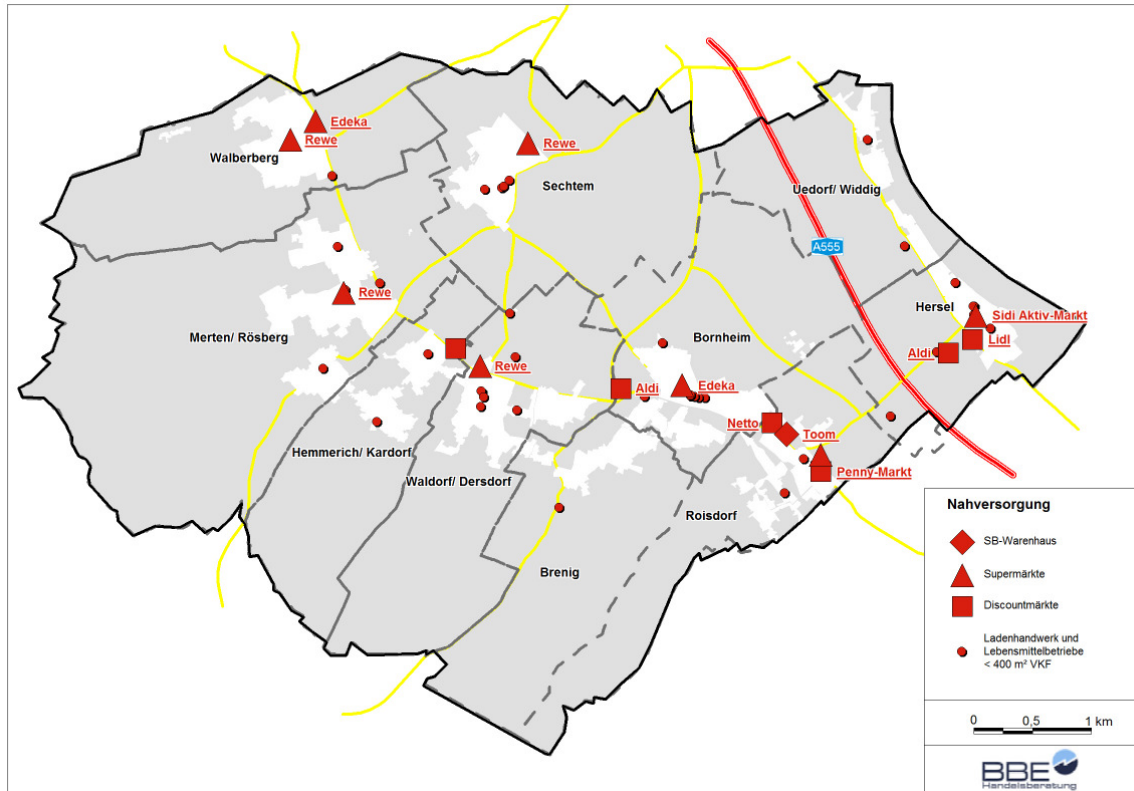


Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Wie sich zeigt, sind weite Bereiche entlang des Vorgebirgsrands sowie die „Rheinorte“ Uedorf und Widdig weiter als 700 Meter von einem Lebensmittelmarkt entfernt, so dass keine umfassende Nahversorgung in einem akzeptablen Umkreis gegeben ist.

In Bornheim, Roisdorf und Hersel liegt dagegen eine Mehrfachversorgung durch die dort angesiedelten Lebensmittelbetriebe vor.

Abbildung 23: Räumliche Verteilung der Nahversorgungsbetriebe



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Um die Zukunftsfähigkeit der wichtigsten Nahversorgungsstandorte beurteilen zu können, werden im Folgenden alle Lebensmittelmärkte mit mehr als 400 m² Verkaufsfläche einem Standort-Check unterzogen. Dabei wird einerseits die betriebliche Situation aus Betreibersicht, nämlich die

- Wettbewerbsfähigkeit der Verkaufsfläche und die
- PKW-Ereichbarkeit (Verfügbarkeit eigener Kundenparkplätze, Sichtbeziehung zu einer Hauptverkehrsstraße)

betrachtet. Zweitens wird die städtebauliche Integration der Betriebe in zentrale Versorgungsbereiche und/ oder ihr Wohngebietsbezug bewertet.

Abbildung 24: Standort-Check Lebensmittelbetriebe

Bornheim/Roisdorf	Aldi Am Hel- lenkreuz 800 m ²	Edeka Bornheim 2.700 m ²	Netto Roisdorf 925 m ²	Toom Roisdorf 4.950 m ²	Penny Roisdorf 800 m ²	Netto neu Bornheim
Betriebliche Situation						
Betriebsgröße	0	+	+	+	+	+
PKW-Erreichbarkeit	+	0	-	0	+	+
Städtebauliche Situation						
Zentrenbezug	-	+	0	+	-	+
Wohngebietsbezug	-	+	+	+	+	+

Bornheim-Nordwest	Rewe Walber- berg 460 m ²	Edeka Walber- berg 1.750 m ²	Rewe Sechtem 1.020 m ²	Rewe Merten 600 m ²	Rewe Waldorf 1.540 m ²	Lidl Kardorf 800 m ²
Betriebliche Situation						
Betriebsgröße	-	+	0	-	+	0
PKW-Erreichbarkeit	-	+	0	-	+	+
Städtebauliche Situation						
Zentrenbezug	+	+	0	+	-	-
Wohngebietsbezug	+	+	+	+	0	0

Hersel	Aldi Hersel 800 m ²	Lidl Hersel 850 m ²	Sidi Hersel 1.650 m ²
Betriebliche Situation			
Betriebsgröße	0	0	+
PKW-Erreichbarkeit	+	+	0
Städtebauliche Situation			
Zentrenbezug	(-)	+	+
Wohngebietsbezug	-	0	+

Quelle: eigene Erhebungen und Bewertungen

Wie die Abbildung 24 illustriert, weisen insbesondere die beiden Rewe Märkte in Merten und Walberberg Schwächen in der betrieblichen Situation auf. Vor allem der Walberberger Filialstandort ist, gemessen an den heutigen Ansprüchen eines Vollsortimenters, dessen „Einstiegsgröße“ aktuell bei rd. 1.200 bis 1.300 m² VKF anzusetzen ist, deutlich zu klein. Hinzu kommt eine eingeschränkte Erreichbarkeit für PKW-Kunden, da die Zahl eigener Kundenstellplätze gering und die räumliche Zuordnung der Parkplätze zum Eingang der Geschäfte verbesserungswürdig ist. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten nehmen die beiden Rewe Märkte jedoch beinahe optimale Lagen ein, da sie sich an zentralen Standorten innerhalb der Ortsmitten befinden.

Der 2009 eröffnete Edeka Markt weist mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.750 m² ein modernes Flächenkonzept auf. Gleichzeitig ist die Erreichbarkeit des Standorts an der Frongasse/ Ecke Walberberger Straße für motorisierte Kunden ebenso positiv zu bewerten wie die Lage zu den umliegenden Wohngebieten.

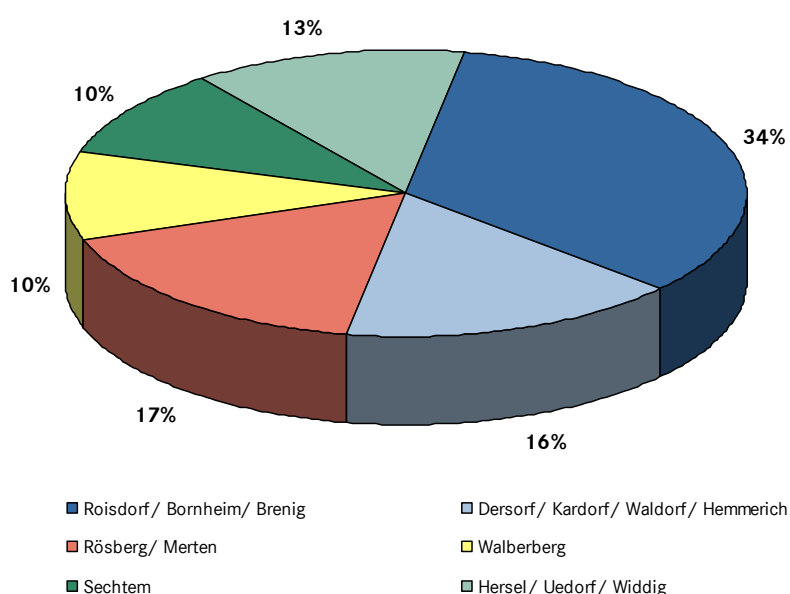
Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ebenfalls positiv zu bewerten sind die Lagebeziehungen der Betriebe Edeka und Netto (neu) in Bornheim, Toom, Netto und Penny in Roisdorf, Rewe in Sechtem sowie Lidl und Sidi in Hersel. Denn diese Standorte weisen einen deutlichen Wohngebietsbezug auf oder befinden sich sogar innerhalb von Versorgungszentren.

Einen nicht-integrierten Standort mit nur geringem Wohngebietsbezug nimmt hingegen die Aldi Filiale „Am Hellenkreuz“ in Bornheim Hersel ein. Da sich im Umfeld des Hellenkreuz-Standorts mehrere Wohngebiete (Hexenweg, Hohlenberg und Königstraße) im Planverfahren befinden, wird dieser zukünftig einen deutlich verbesserten Wohngebietsbezug aufweisen.

3.4 Einkaufsorientierung der Bornheimer Wohnbevölkerung

Im Rahmen der vorliegenden Analyse wurde auf die telefonische Befragung von 500 Bürgerinnen und Bürgern von Bornheim zurückgegriffen, die im November 2006 durchgeführt wurde. Dabei wurden insgesamt 500 Personen interviewt. Die repräsentativ ausgewählten Haushalte verteilen sich entsprechend der jeweiligen Einwohnerzahlen auf die Bornheimer Ortsteile (vgl. Abbildung 25). Veränderungen in der Einkaufsorientierung durch zwischenzeitlich eingetretene Strukturveränderungen werden kommentiert.

Abbildung 25: Struktur der Befragten nach Ortsteilen

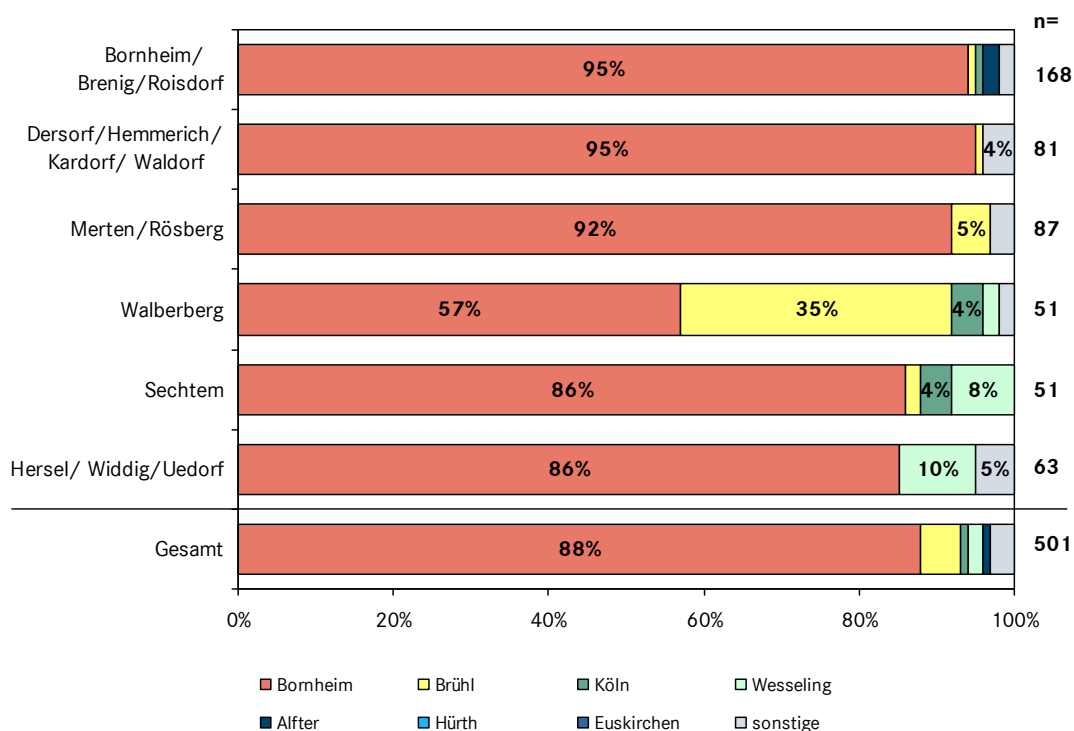


Quelle: Telefonische Bürgerbefragung, 2006

Abgefragt wurden die bevorzugten Einkaufsorte für die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Oberbekleidung, Bau- und Gartenmarktartikel, Unterhaltungselektronik und Wohnmöbel.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der telefonischen Bürgerbefragung dargestellt. Zunächst werden die bevorzugten Einkaufsorte der befragten Bürgerinnen und Bürger, aufgeteilt nach den wichtigsten Warengruppen, vorgestellt. Daraus sind auch ggf. unterschiedliche Präferenzen der Befragten innerhalb der Bornheimer Ortsteile sowie der Nachbarstädte ersichtlich.

Bei Lebensmitteln als klassischer nahversorgungsrelevanter Sortimentsbereich fällt die Wahl des Einkaufsortes eindeutig auf den eigenen Wohnort. In der Gesamtbetrachtung entscheiden sich mit 88 % der überwiegende Teil der befragten Haushalte beim Lebensmittelkauf für ihren Heimatort (vgl. Abbildung 26).

Abbildung 26: Bevorzugte Einkaufsorte für Lebensmittel

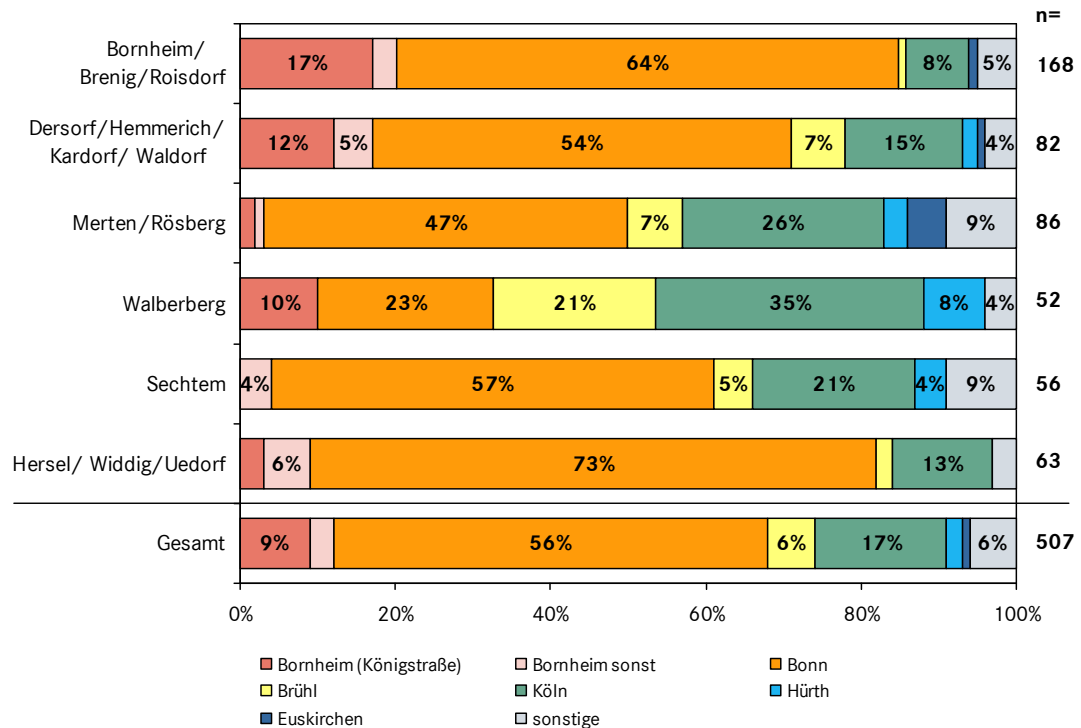
Quelle: Telefonische Bürgerbefragung, 2006

Bei der Betrachtung der einzelnen Ortsteile fällt auf, dass sich die Bewohner aus Walberberg zu 35 % beim Lebensmitteleinkauf in Richtung der Nachbarstadt Brühl orientieren. Durch die Edeka-Ansiedlung dürfte sich dieser Wert zwischenzeitlich verringert haben. Nachwievor besteht jedoch eine Orientierung nach Brühl (u. a. Lidl in Badorf). Im Gesamtbild betrachtet, hat Bornheim für die eigenen Bewohner eine sehr große Bedeutung als Versorgungsstandort für Lebensmittel.

Die starke Position von Bornheim im Bereich der Lebensmittel ist auf das Bestehen von insgesamt 13 großflächigen Lebensmittelbetrieben mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 19.700 m² zurückzuführen.

Erwartungsgemäß zeigt das Einkaufsverhalten ein anderes Bild bei den mittel- und langfristigen Sortimentsbereichen. So befinden sich die benachbarten Oberzentren Köln (17 %) und Bonn (56 %) bei der Warengruppe Oberbekleidung im Focus der befragten Bornheimer Haushalte (vgl. Abbildung 27).

Das Mittelzentrum Brühl ist mit einer Nennungshäufigkeit von 21 % für die Befragten aus dem Ortsteil Walberberg auch als Einkaufsort für Bekleidung von Bedeutung. Insgesamt entscheiden sich mit ca. 10 % der Befragten nur ein kleiner Teil bei der Bekleidung für den Einkauf im eigenen Wohnort.

Abbildung 27: Bevorzugte Einkaufsorte für Oberbekleidung

Quelle: Telefonische Bürgerbefragung, 2006

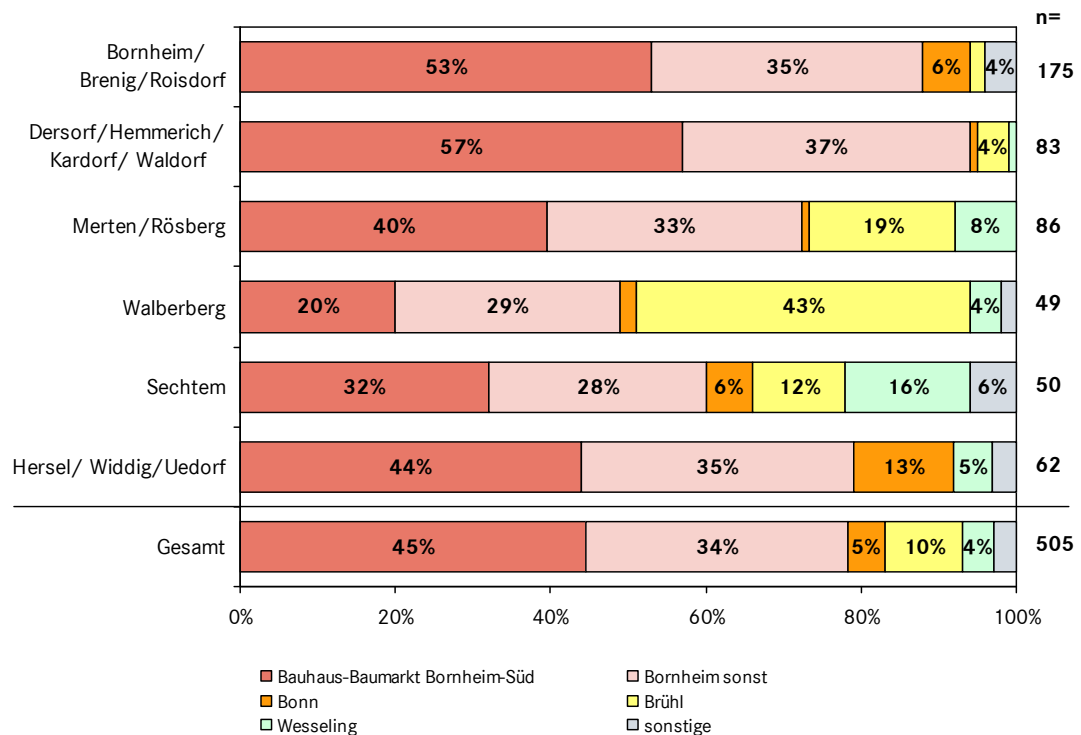
Auch beim Einkauf von Bekleidung ergeben sich unterschiedliche Präferenzen in den Ortsteilen. So gehört das Oberzentrum Bonn mit 73 % der Antworten zu den bevorzugten Einkaufsstandorten für die Befragten aus dem Teilraum Hersel/ Uedorf/ Widdig. Im Teilraum Bornheim/ Brenig/ Roisdorf entfielen 64 % der Antworten auf Bonn. In den nördlichen Ortsteilen zeigt sich hingegen eine deutlich höhere Einkaufsorientierung in Richtung Brühl und Köln.

Das Einkaufsangebot in der Königstraße in Bornheim wird nur von wenigen Befragten bevorzugt in Anspruch genommen. Als Grund dafür ist vor allem der geringe Besatz an Einzelhandelsbetrieben mit dem Angebotsschwerpunkt Bekleidung zu sehen. Zu den wichtigsten, in der Königsstraße vertretenen Einzelhandelsbetrieben, gehören bei einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.300 m² in erster Linie Mode Chris (400 m²), Mode Blumenthal (250 m²), Esprit-Mode (130 m²), kidswear (100 m²) und Ernsting's Family (90 m²).

Ganz anders als bei Oberbekleidung stellt sich die Einkaufsorientierung bei Baumarkt- und Gartenartikeln dar. Die Einkaufsorientierung ist deutlich auf Bornheim ausgerichtet, was auf den ausgeprägten Besatz mit einer Gesamtverkaufsfläche von über 32.000 m² zurückzuführen ist. So unterhält alleine Bauhaus in Bornheim-Süd eine Fläche von rund 14.700 m².

Entsprechend wählen 45 % der Befragten das Bauhaus als „ihren“ Einkaufsort für Bau- und Gartenmarktartikel. Insgesamt 34 % der Befragten tätigen ihre Einkäufe an anderen Standorten in Bornheim (u. a. Mobau Plus). Auch hier ist die Stadt Brühl mit dem dort ansässigen Globus-Baumarkt nur für die Bewohner der nördlichen Ortsteile von Relevanz (vgl. Abbildung 28).

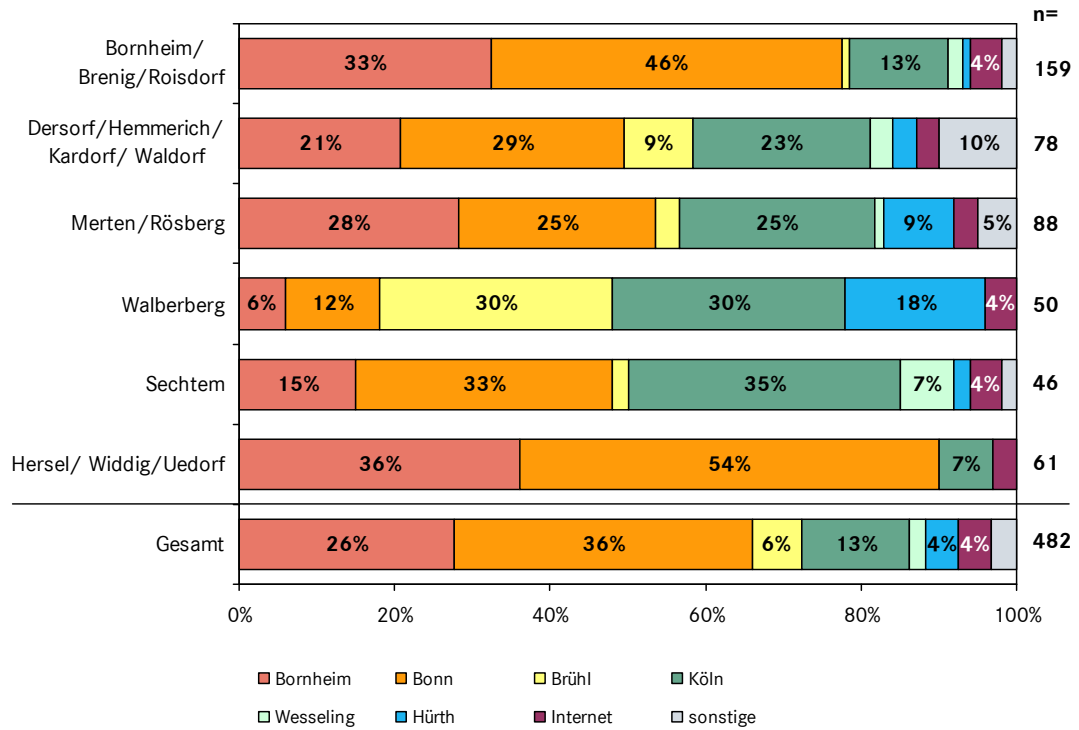
Abbildung 28: Bevorzugte Einkaufsorte für Bau- und Gartenmarktartikel



Quelle: Telefonische Bürgerbefragung, 2006

Das regionale Einkaufsverhalten der Befragten bei Unterhaltungselektronik ist in den Ortsteilen unterschiedlich ausgeprägt. Die Bindung an die eigene Stadt bewegt sich zwischen 6 % in Walberberg und 36 % in Hersel/Widdig/Uedorf. Insgesamt zeigt sich aber, dass der Schwerpunkt des Einkaufsverhaltens auf den Oberzentren Bonn mit 36 % und Köln mit 13 % liegt, während Bornheim selbst nur von 26 % der Befragten als Einkaufsort gewählt wurde. Auch hier wird wieder ersichtlich, dass die Befragten des nördlich gelegenen Ortsteils Walberberg stark in Richtung der Stadt Brühl tendieren, die mit dem Pro Markt in der Giesler-Galerie im Stadtzentrum über einen größeren Fachmarkt verfügt (vgl. Abbildung 29).

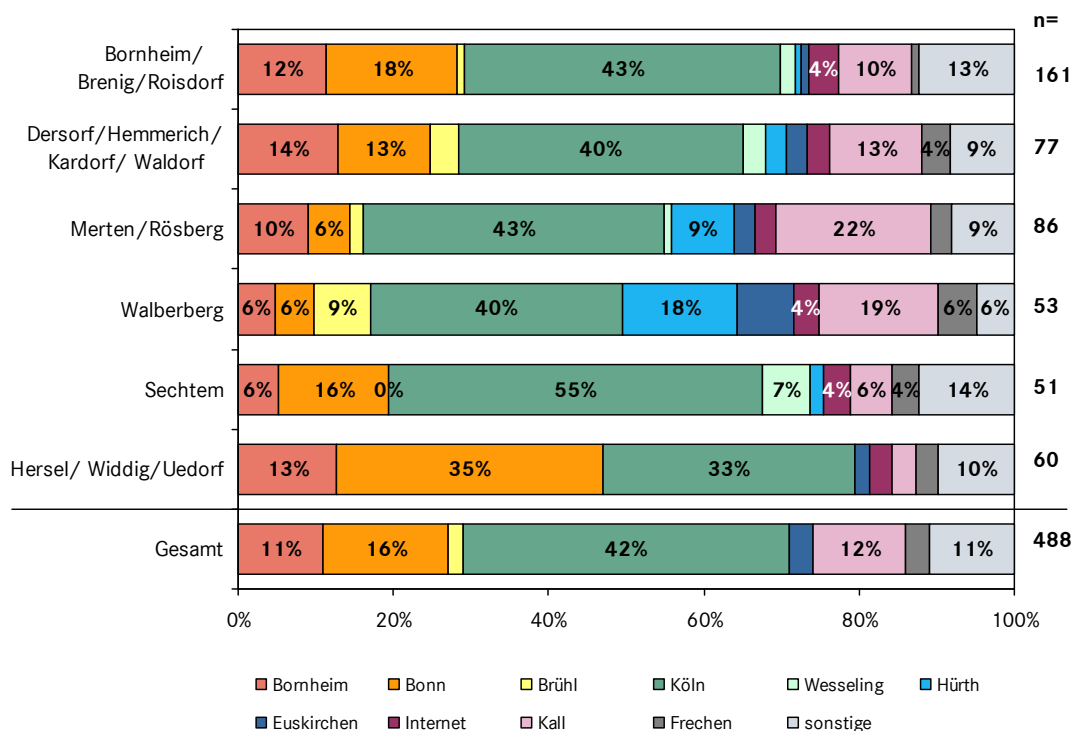
Abbildung 29: Bevorzugte Einkaufsorte für Unterhaltungselektronik



Quelle: Telefonische Bürgerbefragung, 2006

Im Bereich Wohnmöbel ließen die Befragten aus Bornheim zum Befragungszeitpunkt eine deutliche Orientierung auf den Möbele Einzelhandel in Köln erkennen. Hierbei ist allerdings anzumerken, dass die telefonische Befragung vor Eröffnung des Porta-Einrichtungshauses stattfand. Zu diesem Zeitpunkt belief sich die Größe der Verkaufsfläche von Möbeln auf ca. 7.000 m², wovon ca. 4.000 m² auf Möbel Boss entfielen.

Neben den Oberzentren Köln (42 %) und Bonn (16%) wurde das Grundzentrum Kall (Möbel Brucker ca. 70.000 m² Verkaufsfläche) von 12 % der Befragten bevorzugt. Dabei wählten 22 % der Befragten aus Merten/ Rösberg und 19 % der Befragten aus Walberberg im Bereich Wohnmöbel als bevorzugten Einkaufsort Kall (vgl. Abbildung 30).

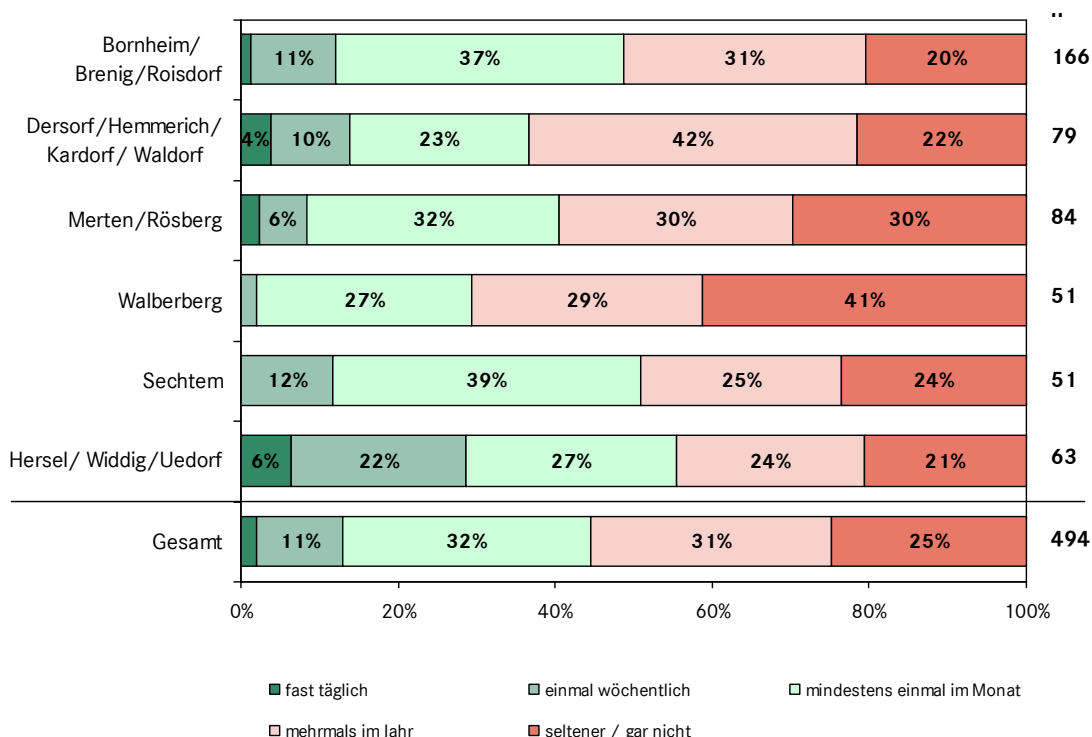
Abbildung 30: Bevorzugte Einkaufsorte für Wohnmöbel

Quelle: Telefonische Bürgerbefragung, 2006

Neben der Einkaufsorientierung in den aufgeführten Warengruppen wurde im Rahmen der Telefonbefragung auch die Einkaufshäufigkeit an ausgewählten Standorten der Region abgefragt.

Von den Bewohnern aus Bornheim gaben insgesamt ca. 15 % an, täglich oder wöchentlich in Bonn einzukaufen. Zusätzlich beträgt der Anteil derer, die monatlich oder mehrmals im Jahr in Bonn Besorgungen erledigen, ca. 60 %, so dass insgesamt ca. 75 % aller Befragten regelmäßig in Bonn einkaufen. Die Ergebnisse aus allen Ortsteilen weisen eine ähnliche Struktur auf (vgl. Abbildung 31).

Zu den bevorzugt in Bonn eingekauften Warengruppen gehören Bekleidung und Unterhaltungselektronik. Weniger nachgefragt werden hingegen Möbel sowie Bau- und Gartenartikel.

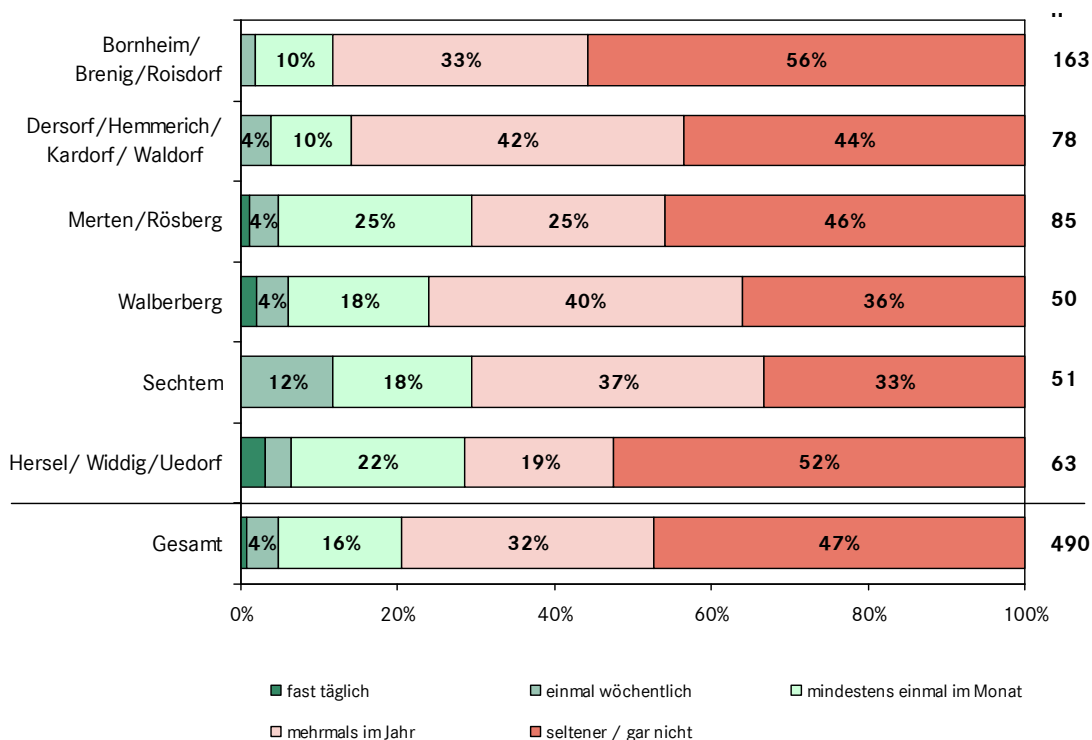
Abbildung 31: Einkaufshäufigkeit in Bonn

Quelle: Telefonische Bürgerbefragung, 2006

Im Vergleich zu Bonn kaufen die Befragten in Köln seltener ein. Insgesamt gaben nur ca. 5 % der befragten Bornheimer an, täglich oder wöchentlich in Köln einzukaufen. Der Anteil der Befragten, die monatlich oder mehrmals im Jahr in Köln einkaufen, beträgt ca. 48 %. Damit ergibt sich mit 47 % im Gegensatz zu Bonn ein ca. doppelt so großer Anteil, der gar nicht oder nur selten in Köln einkauft (vgl. Abbildung 32).

Bei der Betrachtung der Herkunft der Befragten ist festzustellen, dass die Bewohner aus Walberberg und Dersdorf/ Hemmerich/ Kardorf/ Waldorf häufiger im angrenzenden Köln einkaufen als aus den entfernter gelegenen Ortsteilen. Am wenigsten Bedeutung besitzt Köln für die Bewohner der östlich gelegenen Ortsteile Hersel/ Widdig/ Uedorf (52 %) sowie Bornheim/ Roisdorf/ Brenig (56 %).

Zu den von den Befragten in Köln nachgefragten Sortimenten gehörten insbesondere Wohnmöbel.

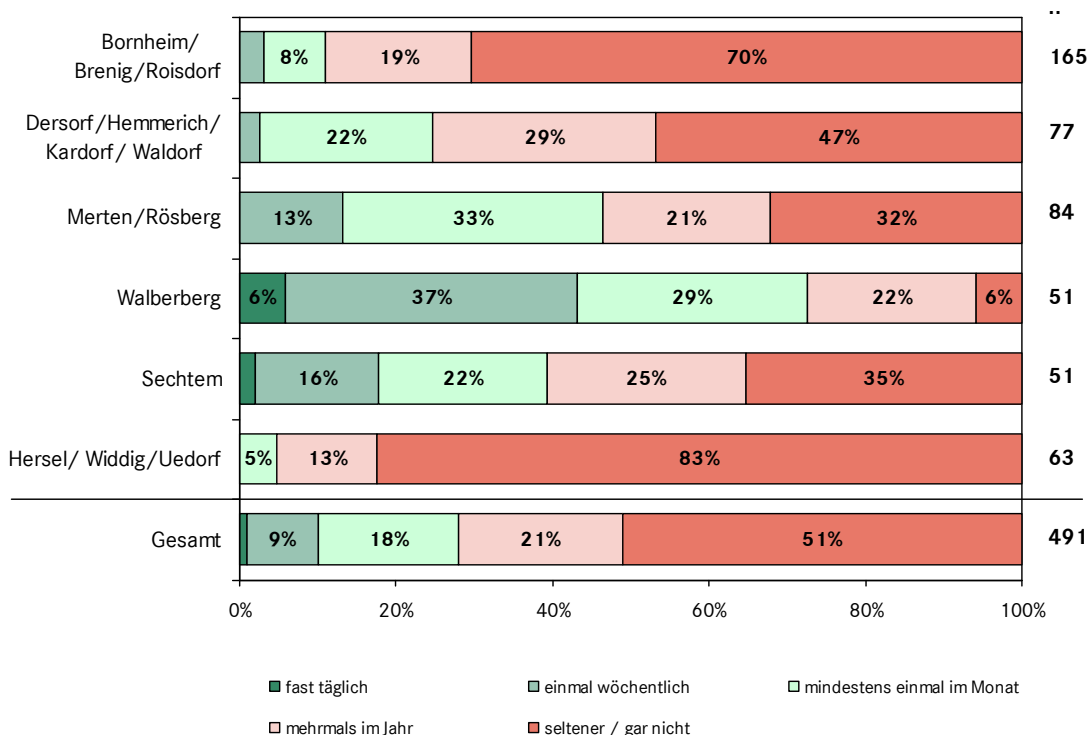
Abbildung 32: Einkaufshäufigkeit in Köln

Quelle: Telefonische Bürgerbefragung, 2006

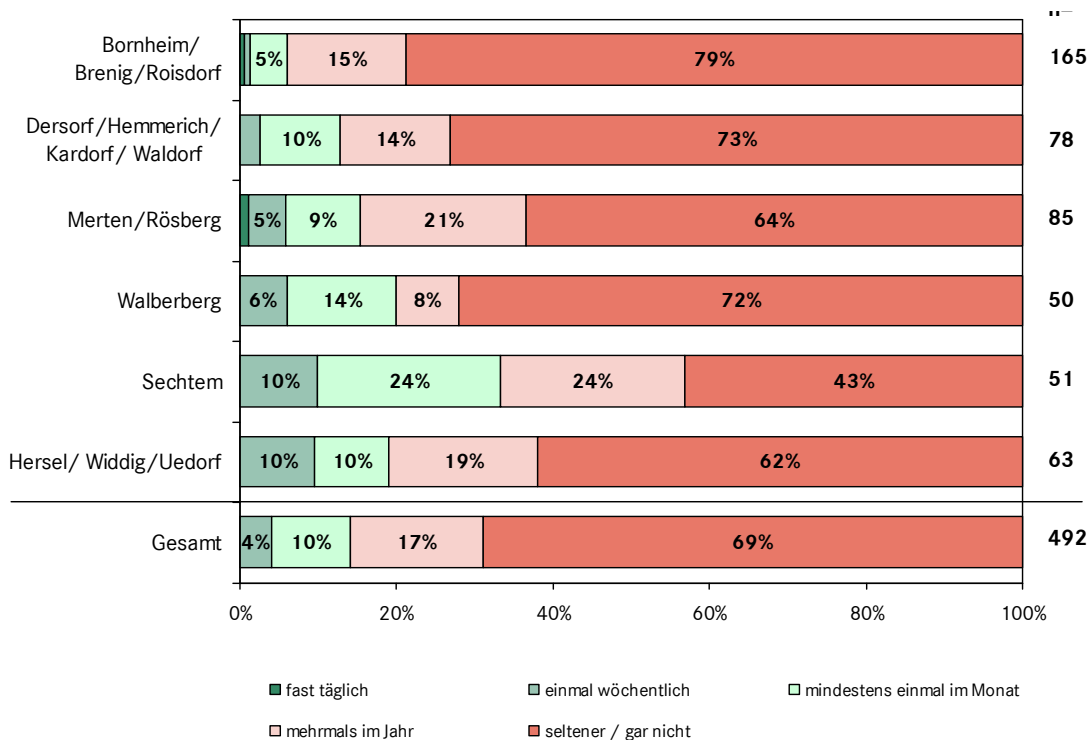
Die Antworten der Befragten auf die Frage „Wie oft kaufen Sie in Brühl ein?“ fielen sehr unterschiedlich aus. Bei der Gesamtbetrachtung gaben ca. 10 % der Befragten an, das Mittelzentrum täglich oder wöchentlich aufzusuchen, weitere 18 % frequentieren mindestens einmal im Monat Brühl (vgl. Abbildung 33).

Erneut zeigt sich sehr deutlich, dass die Stadt Brühl für die Befragten aus dem Bornheimer Ortsteil Walberberg eine sehr große Rolle als Einkaufsort spielt. Hier liegt der Anteil der Befragten, die mindestens einmal wöchentlich in Brühl einkaufen, bei rd. 43 %.

Das nördlich von Bornheim gelegene Mittelzentrum Wesseling hat den Befragungsergebnissen zufolge eine eher untergeordnete Bedeutung als Einkaufsziel der Bornheimer Bürger. Etwa 70 % der Befragten geben an, sehr selten oder gar nicht in Wesseling einzukaufen. Einzig die Befragten aus Sechtem besuchen Wesseling häufiger, während die Befragten aus Bornheim/ Brenig/ Roisdorf fast gar nicht dorthin fahren. Hier gaben 79 % an, das Mittelzentrum seltener oder nie zum Einkaufen aufzusuchen (vgl. Abbildung 34).

Abbildung 33: Einkaufshäufigkeit in Brühl

Quelle: Telefonische Bürgerbefragung, 2006

Abbildung 34: Einkaufshäufigkeit in Wesseling

Quelle: Telefonische Bürgerbefragung, 2006

4 Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Bornheim

4.1 Konsumtrends in der Gesellschaft

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

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

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

Individualismus als Gegenentwurf zu Massenmode

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

Gesundheitsorientierung

Gesundes Essen wird Vielen immer wichtiger. Gesundheit und Genuss sind längst kein Widerspruch mehr, immer mehr Menschen wollen ihr Wohlbefinden gezielt durch bewusstes Einkaufen steigern. So werden Bio-Lebensmittel zum Massenmarkt, Essen „mit Herkunft“ und regionale Produkte sind zunehmend gefragt. „Glokalisierung“ steht bei vielen für eine Neuorientierung und löst die manchem längst überdrüssige „Geiz-ist-geil“-Mentalität ab. Rauchen verliert an Bedeutung.

Wellness und neue Besinnlichkeit

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

Online leben

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

Neue Senioren

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

4.2 Konsequenzen für den Einzelhandel

Die BBE Marktforschung geht unter Würdigung der skizzierten Trends bis zum Jahr 2020 von folgender Entwicklung für die einzelnen Warengruppen aus¹¹:

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

¹¹ Vgl. BBE-Zukunftsstudie „Quo Vadis, Konsum?“

- Bei den übrigen Sortimenten wird es nur leichtes Wachstum geben, vor allem beeinflusst von Körperpflege/Kosmetika und stark steigenden Ausgaben für Gesundheit. Auch Sport- und Spielwaren werden sich mit Blick auf das wachsende Freizeitsegment steigern können.

Entwicklungen im Bereich des Lebensmittel-Einzelhandels

In den vergangenen Jahren sind die Marktanteile der Discounter – nicht zuletzt infolge ihrer verstärkten Expansion seit Mitte der 90er Jahre – stark gestiegen. Allerdings stoßen die Filialnetze zunehmend an Wachstumsgrenzen. 90 % aller Haushalte in Deutschland erreichen innerhalb von 15 Minuten Fahrtzeit eine Filiale des Marktführers Aldi, 87 % davon haben dort auch eingekauft¹². Der Hauptwettbewerber Lidl erreicht nur wenig niedrigere Werte.

Da auf dem Markt für Lebensmittel kein Mengenwachstum mehr zu erwarten ist, ergeben sich Verschiebungen innerhalb der Warengruppen: Feinkost, Frischobst/-gemüse und Molkereiprodukte gewinnen, Fleisch und Wurstwaren verlieren – nicht zuletzt infolge der anhaltenden Qualitätsdiskussionen und der zunehmenden Gesundheitsorientierung der Verbraucher. Hinzu kommt das altersspezifische Konsumverhalten: So kaufen Senioren infolge ihres Bedürfnisses nach Vielfalt, persönlicher Beratung und Service tendenziell lieber im Supermarkt. Viele sehen sich aber steigenden finanziellen Belastungen an anderer Stelle ausgesetzt und sind daher zu preisbewusstem Einkauf gezwungen.¹³ Letztlich darf daher trotz erreichter Grenzen beim Mengenwachstum weiterhin von einem steigenden Marktanteil der Discounter als „Grundversorger“ ausgegangen werden. Durch ihre schlanken Sortimente und ihre klaren Strukturen kommen sie sogar einem zentralen Bedürfnis der Verbraucher nach „Convenience“ (etwa: Bequemlichkeit / Überschaubarkeit) entgegen. Dieses wird ansonsten auch von kleinen Lebensmittelgeschäften und Kiosken im unmittelbaren Wohnumfeld und Tankstellen-Shops bedient.

SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte erreichen dank ihrer größeren Sortimentstiefe und -breite vor allem Familien und Großeinkäufer. Die Pkw-Orientierung ihrer Standorte stellt dabei aber im Gegensatz zu früher heute vielfach keinen Vorteil mehr dar, weil sie einen hohen Zeit- und Energieaufwand für größere „Wochenendeinkäufe“ erforderlich machen und Familien infolge der gestiegenen Berufstätigkeit der Frauen hierzu nicht mehr bereit sind. Die Bedarfsdeckung erfolgt stattdessen in wohnortnäheren Kombinationsstandorten aus Discounter, Supermarkt und Drogeriemarkt. Schließlich meiden auch Senioren tendenziell sehr große Verkaufseinrichtungen und Standorte auf der „Grünen Wiese“, weil sie sich von diesen überfordert fühlen.

Vor diesem Hintergrund bieten sich trotz der insgesamt rückläufigen Marktanteile von Supermärkten neue Profilierungschancen, etwa als „City-Supermärkte“ für Convenience in den Innenstädten,

¹² Quelle: GfK

¹³ Quelle: BBE Marktforschung (Food-Handel 2015)

Nachbarschaftssupermärkte (zur wohnortnahen Versorgung) und „Erlebnissupermärkten“ (mit Spezialisierung auf Bio, regionale Produkte oder Exotik), letztere allerdings weitgehend beschränkt auf Teilräume mit einem hohen Anteil kaufkraftstarker und „bildungsnahe“ Haushalte.

Neuorientierung der Vertriebsformen

Der Strukturwandel im Handel wird vor allem die traditionelle „Mitte“ betreffen, deren Mehrwert für die Verbraucher angesichts zunehmender Preisattraktivität neuer Wettbewerber nicht mehr deutlich erkennbar ist. Immer mehr Unternehmen passen sich diesem Druck an, indem sie sich entweder „nach oben“ oder „nach unten“ bewegen.

Paradebeispiel sind die Kauf- und Warenhäuser, die stärker standortdifferenziert unterschiedliche strategische Ausrichtungen entwickeln – einerseits Karstadt Kompakt andererseits „Flagschiffe“ im gehobenen Preissegment. H & M oder Zara geben sich mit Designer-Linien von Karl Lagerfeld das Ambiente gehobener Preislagen. Baumärkte inszenieren Lifestyle, Drogeriemärkte werden zum Wellnesstempel, Tchibo und Strauss Innovation zum neuen Lifestylewarenhaus. Damit weitet sich die Mitte wieder aus und wird von „Pseudo-Discountern“ wie Mediamarkt oder H&M besetzt.

Do-it-yourself – Strukturwandel bei gesättigtem Markt

Für Baumärkte und Gartencenter gilt der deutsche Markt mittlerweile als „gesättigt“. Dennoch expandieren wenige große Unternehmen immer noch in neue Standorte, deren Verkaufsflächen immer häufiger über 10.000 m² liegen – soweit teilweise oder nicht überdachte Freiflächen voll angerechnet werden. Typisch für diese Betriebe ist etwa der „Drive-In“-Bereich für Baustoffe.

Bei der Bewertung lokaler Märkte ist zu berücksichtigen, dass Bau-, Heimwerker- und Gartenfachmärkte in der Größenordnung ab 1.000 m² VKF mit einem Umsatz von zusammen 17,5 Mrd. € am Gesamtmarkt (36,6 Mrd. €)¹⁴ nur einen Anteil von knapp der Hälfte erreichen. Der Rest verteilt sich auf kleinere mittelständische Märkte, Baustoff- und Holzhandel sowie sonstige Vertriebswege. Für die nächsten Jahre wird ein erheblicher Konzentrationsprozess erwartet, der auch zu massivem Verdrängungswettbewerb und Übernahmen führen wird.

¹⁴ Quelle: KPMG

Reaktionen des Einzelhandels auf gesetzliche Deregulierung

Im Zuge der europäischen Harmonisierung wird der deutsche Handel schrittweise dereguliert. So wurden die gesetzlichen Vorgaben zu Ladenöffnungszeiten dem lockereren Modell einiger europäischer Länder angepasst, was vor allem in größeren Innenstädten, Einkaufszentren und großen Fachmärkten zu Veränderungen führen dürfte. So erweiterten viele Anbieter unmittelbar nach Inkrafttreten der Neuregelung in Nordrhein-Westfalen ihre Öffnungszeiten bereits an mehreren Tagen in der Woche und öffneten bis 22 Uhr. Die Liberalisierung wirkt sich voraussichtlich auf die Angebotsstrukturen aus: Sie stellen einen Nachteil für den Versand- und Onlinehandel sowie für jede Art von „Convenience-Angeboten“ dar, die von den bisher strengen Regeln profitierten. Aber auch kleinere und nicht in Systemen organisierte Fachhandelsbetriebe können die erforderliche Ausweitung des Personalaufwandes meist nicht tragen und werden daher auf die Ausnutzung der neuen Freiheiten weitgehend verzichten.

Agglomerationen an verkehrsgünstigen Standorten, in Innenstadtlagen und Einkaufszentren können von den längeren Ladenöffnungszeiten profitieren, weil sich der „Einkaufsbummel“ in die Abendstunden oder auf das Wochenende verschiebt, Vorortlagen und kleinere Standorte haben dabei das Nachsehen. Ältere Menschen werden die verlängerten Ladenöffnungszeiten weniger nutzen, Familien dagegen umso mehr, insbesondere mit zunehmender Berufstätigkeit der Frauen.

Zuletzt konnte die BAG-Untersuchung Kundenverkehr bundesweit feststellen, dass der Samstag infolge der längeren Öffnungszeiten für die größeren Innenstädte als Einkaufstag wieder an Bedeutung gewonnen hat, dass dabei weniger Familien und mehr Singles einkaufen und diese auch im Durchschnitt mehr Geld ausgeben als noch im Jahr 2000. Zusätzlich macht sich offenbar bereits ein höherer Anteil Älterer bemerkbar.

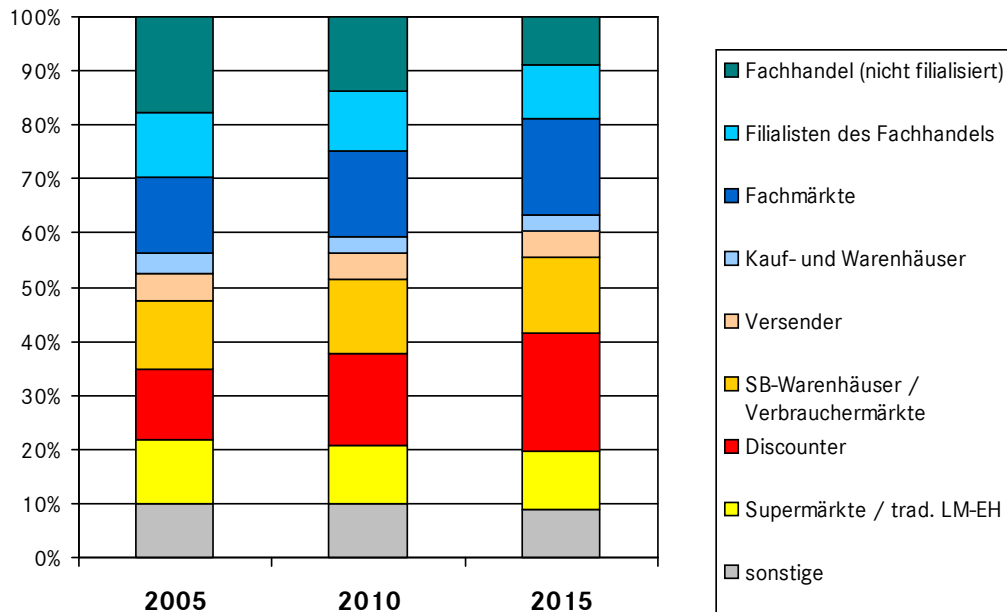
Für den Einkauf von Gütern des täglichen Bedarfs ist hingegen der Freitag der mit Abstand wichtigste Wochentag¹⁵. Jeder bundesdeutsche Haushalt unternimmt rd. 160 Einkäufe im Jahr, davon 70 bei Discounter, 51 bei Verbrauchermärkten und 22 in Supermärkten. Während diese Frequenzen in den letzten Jahren insgesamt nahezu konstant geblieben sind, haben Discounter zu Lasten von Supermärkten deutlich zugelegt¹⁶.

Zusammengefasst wird sich der Anteil der einzelnen Vertriebsformen im Einzelhandel in den nächsten Jahren wie folgt entwickeln:

¹⁵ Quelle: World of Women III, Bauer Media

¹⁶ Quelle: A.C. Nielsen

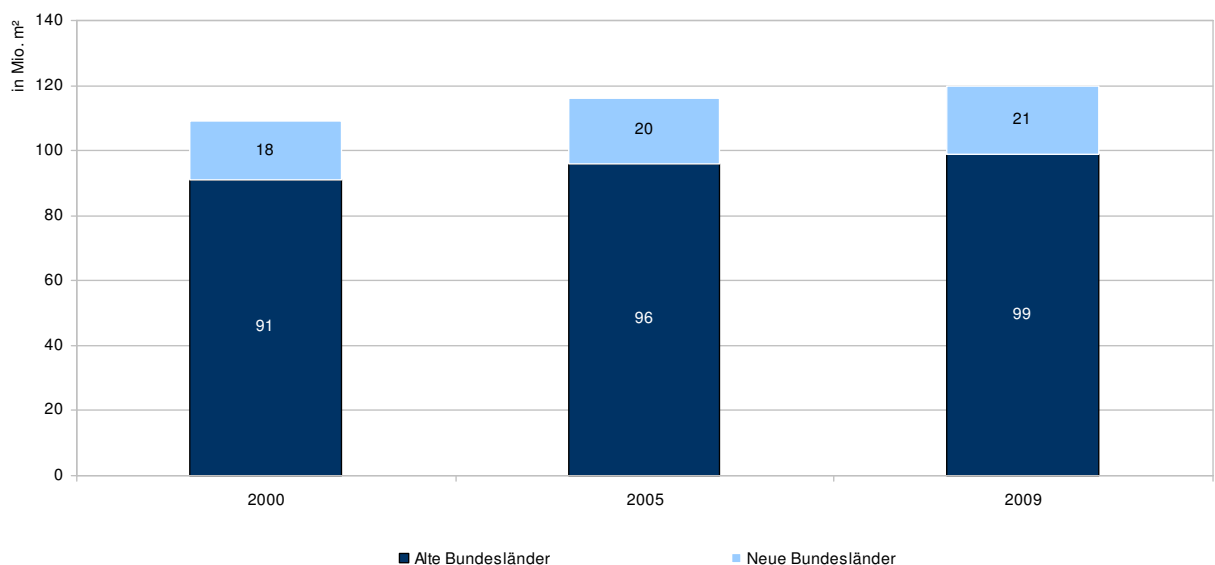
Abbildung 35: Entwicklung der Vertriebsformen im Einzelhandel (2005 – 2015)



Quelle: BBE Marktforschung

Schließlich ist davon auszugehen, dass die gesamten Verkaufsflächen trotz real nur noch gering steigender Einzelhandelsumsätze weiter wachsen werden. Das Wachstum wird jedoch vornehmlich auf die alten Bundesländer entfallen, während in den neuen Bundesländern nur noch geringe Flächenentwicklungen zu erwarten sind.

Abbildung 36: Entwicklung der Verkaufsflächen in Deutschland



Quelle: EHI

5 Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Bornheim sowie Handlungsempfehlungen

5.1 Grundlegende Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung nach ausgewählten Warengruppen

Die Analyse hat gezeigt, dass sich in der Stadt Bornheim der Ausstattungsgrad in den verschiedenen Warengruppen sehr unterschiedlich darstellt. Um Aussagen bezüglich möglicher Verkaufsflächenentwicklungen treffen zu können, werden nachfolgend einzelne Sortimentsbereiche näher betrachtet.

Nahrungs- und Genussmittel

Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel verfügt die Stadt Bornheim über ein Ungleichgewicht in der Standortverteilung der Lebensmittelbetriebe. Defizite existieren insbesondere im Raum Merten/Rösberg und Sechtem.

Darüber hinaus ist die Existenz der in den jeweiligen historischen Ortsmitten ansässigen Rewe-Märkte in Walberberg und Merten aufgrund ungünstiger betrieblicher Bedingungen in ihrem Fortbestand gefährdet. Neben der eingeschränkten Erreichbarkeit für PKW-Kunden verfügen die Märkte mit 460 und 600 m² über - für die heutigen Ansprüche eines modernen Vollsortimenters - zu geringe Verkaufsflächen.

Entsprechend ergeben sich für den Bereich Nahrungs- und Genussmittel folgende Handlungserfordernisse:

- Sicherung und Entwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere in der Bornheimer Königstraße.
- Ausbau des Nahversorgungsangebotes im Raum Merten und Sechtem.
- Soweit aufgrund fehlender Flächenpotenziale in zentralen Versorgungsbereichen erforderlich und sinnvoll: Sicherung und Entwicklung von Ergänzungsstandorten für die Nahversorgung ausschließlich in wohngebietsorientierten Lagen.
- Ausschluss von nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben in den Gewerbegebieten.
- Mehrere bereits in Bornheim ansässige Lebensmittelbetriebe verfügen über Verkaufsflächen, die unter den heute marktüblichen Größen liegen (Rewe-Märkte Walberberg/Merten). In einigen Fällen ist die Erreichbarkeit für Kfz-Kunden nicht zufriedenstellend zu gewährleisten.

ten. Somit ist zu prüfen, für welche der bestehenden Märkte Möglichkeiten zur Vitalisierung am heutigen Standort bestehen. Alternativ sind städtebaulich verträgliche Ersatzstandorte zu identifizieren.

Drogeriewaren, Parfümerien

Die Angebotssituation im Drogeriewaren- und Parfümeriesegment in der Stadt Bornheim ist mit der Präsenz mehrerer Fachanbieter (dm, Rossmann, 2 x Schlecker, Parfümerie) sowie den Angeboten der Lebensmittelmärkte und Apotheken als befriedigend zu bewerten. Ergänzungen durch einen weiteren Spezialisten (Drogeriefachgeschäft, Parfümerie) würden nichtsdestotrotz zu einer höheren Bindung an die Stadt Bornheim in dieser Warengruppe führen. Mit der Schließung des Schlecker-Marktes in Merten ist hier ein örtliches Angebotsdefizit entstanden. Auch Roisdorf verfügt als große Ortschaft über keinen Drogeriemarkt.

Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren/ Büroorganisation

Sowohl im Marktsegment Bücher als auch bei Papierwaren und Büroorganisation zeigen sich enorme Kaufkraftabflüsse. Dies ist auf den äußerst schwachen Besatz zurückzuführen. Insgesamt stehen den Einwohnern 480 m² Verkaufsfläche in diesen Warengruppen zur Verfügung. Drei Fachgeschäfte mit zusammen ca. 100 m² Verkaufsfläche existieren vor Ort. Daneben beschränkt sich das Angebot auf die Sortimente der Lebensmittelmärkte sowie Kioske und Tankstellen-Shops. Somit ist die derzeitige Situation als nicht befriedigend zu bewerten. Die Ansiedlung weiterer qualifizierter Betriebe (Buchhandlung/ Büro-Fachmarkt) wäre für den Standort Bornheim von starkem Interesse.

Bekleidung

Größter Bekleidungsanbieter im Stadtgebiet ist der Outlet Store Lagerverkauf Daniels in der Simon-Arzt-Straße in Hersel, gefolgt von Takko-Fashion im Gewerbegebiet „Am Hellenkreuz“ und Chris Mode in Bornheim. Weitere wichtige Anbieter sind das Modehaus Blumenthal, Ernsting's Family und Esprit. Darüber hinaus fehlen kompetente Bekleidungsfilialisten als Magnetbetriebe und führen zu der starken Einkaufsorientierung in Richtung der Oberzentren Bonn und Köln. Die Ansiedlung von bisher nicht am Standort vertretenen Filialisten wie beispielsweise C&A, Strauss Innovation, New Yorker, Bonita, M&S Mode oder vergleichbarer Konzepte sind dringend zu empfehlen.

Schuhe

Die Situation in der Warengruppe Schuhe ähnelt der im Bereich Bekleidung. Der Besatz vor Ort ist zu gering und zu einseitig auf ein Segment konzentriert. Mit Deichmann und Siemes stellen bisher zwei preisorientierte Fachmärkte die größten Angebote in Bornheim. Ansonsten findet sich im Stadtgebiet nur noch ein Fachgeschäft (Gütelhofer Schuhe). Als Ergänzung zu den filialisierten An-

bieter im preisorientierten Segment wäre es sinnvoll, einen zusätzlichen Anbieter im gehobenen Angebotsegment des Facheinzelhandels für die Innenstadt von Bornheim zu gewinnen.

Sportartikel

Das Angebot von Sportartikeln beschränkt sich auf rund 900 m² Verkaufsfläche im Stadtgebiet. Größte Anbieter sind der Pferdespezialist Ceveau, das Angelzentrum Köln-Bonn und das Siemes Schuhcenter (nur Sportschuhe). Daneben existieren kleinere spezialisierte Fachgeschäfte. Auch hier fehlen größere Filialisten, die als Magnetbetriebe für Bornheim dienen können. Eine Angebots-ergänzung durch die Ansiedlung eines größeren (filialisierten) Fachgeschäftes, vornehmlich in Bornheim-Mitte, ist anzustreben. Tragfähig sind heute Konzepte mit einer Verkaufsfläche ab etwa 300 m². Als Beispiel können die Sportfachgeschäfte bzw. Sportfachmärkte der Verbundgruppen Intersport oder Sport 2000 genannt werden, die auch in Mittelstädten von selbstständigen Einzelhändlern auf bis zu 700 m² realisiert werden. Aufgrund der Zentrenrelevanz dieser Betriebsform sollten Ansiedlungen grundsätzlich auf die zentralen Versorgungsbereiche beschränkt bleiben.

Spielwaren

Das Spielwarenangebot in Bornheim beschränkt sich auf nur ein Fachgeschäft mit 40 m², wobei hier zusätzlich auch Schreibwaren geführt werden. Größter Anbieter in diesem Bereich ist der Toom-Markt mit einer Verkaufsfläche in diesem Bereich von rund 80 m². Die Ansiedlung eines Fachgeschäftes - auch in Verbindung mit komplementären Warengruppen (Schreibwaren, Bücher, Bastelbedarf) - ist zu empfehlen.

Möbel/ Einrichtungsbedarf

Insbesondere aufgrund der im Stadtgebiet ansässigen großflächigen Betriebe Porta sowie Möbel-Boss verfügt Bornheim über ein breites Angebot an Wohnmöbeln und Einrichtungsgegenständen. Ebenfalls breit aufgestellt ist Bornheim deshalb im Bereich Teppiche/ Gardinen sowie Glas/ Porzellan/ Keramik und Hausrat.

In Abhängigkeit von der Entwicklung der regionalen Wettbewerbssituation bestehen im Gewerbegebiet Bornheim-Süd zukünftig u. U. Ansiedlungschancen für spezialisierte Anbieter rund um das Thema Wohnen (z.B. Warengruppen-Spezialisten aus dem Möbeleinzelhandel, Küchen, Teppich-/ Bodenbeläge-Fachmarkt).

Baumarkt, Gartencenter, Blumen, Zoo

Auch in den Bereichen Baumarkt- und Gartenartikel sowie Blumen und Zoo existiert in Bornheim mit insgesamt ca. 32.400 m² Verkaufsfläche ein breites Angebot. Neben dem Bauhaus, Mobau Plus haben sich zahlreiche Unternehmen aus dem Bereich Garten/Zoo, allen voran Fressnapf, Gärtner's Pflanzenland und der Emka-Markt mit einer großen Gartenabteilung, angesiedelt. Die Angebotssituation im Schnittblumensortiment ist aufgrund der ansässigen Blumengeschäfte und Floristik-Fachgeschäfte als gut zu bewerten. Nennenswerte Entwicklungspotenziale sind vor diesem Hintergrund in diesen Segmenten nicht gegeben, einzig eine Eigenentwicklung der ansässigen Betriebe ist sinnvoll.

Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte

Im Bereich Unterhaltungselektronik/ Elektrogeräte werden die vorhandenen Potenziale nicht ausgeschöpft. Dies gilt auch nach der erfolgten Erweiterung der Fachgeschäfte Lamprichs (Roisdorf) und Nelles (Waldorf). Entsprechend sehen die Gutachter Chancen für eine Erweiterung des Angebotes, speziell in Verbindung mit dem Bereich Foto und hochwertigen Hausgeräten.

5.2 Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Bornheim

Aus Sicht der Landesplanung soll ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept in erster Linie Vorschläge für die Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten entwickeln.

Dabei formuliert § 24 a Landesentwicklungsprogramm (LEPro) die Grundsätze der Raumordnung für die Planung großflächiger Einzelhandelsvorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO.¹⁷ Demnach kommen für großflächigen Einzelhandel künftig nur noch Standorte in zentralen Versorgungsbereichen (d.h. in Innenstädten, Ortsmitten, Ortsteilzentren) in Betracht, sofern es sich um Vorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten handelt. Vorhandene Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche genießen Bestandsschutz. Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (u. a. Möbelmärkte, Gartencenter, Baumärkte) und begrenztem Randsortiment dürfen weiterhin außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen entstehen.

Im Einzelnen gilt:

- Die zulässigen Nutzungen müssen sich in Art und Umfang nach der Funktion des zentralen Versorgungsbereiches richten, in dem ihr Standort liegt. Sie dürfen weder zentrale Versorgungsbereiche noch die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet beeinträchtigen.
- Die räumliche und funktionale Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt durch die Kommunen, ist aber an Kriterien gebunden, etwa die „städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichs“ (ASB) und die „gute verkehrliche Anbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz“.
- Eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der Nahversorgung wird regelmäßig nicht unterstellt, solange der erwartete Umsatz eines Planvorhabens die zurechenbare Kaufkraft weder in einzelnen Sortimentsbereichen noch insgesamt übersteigt. Bezugsmaßstab ist bei Hauptzentren die Kommune, bei Nebenzentren und Nahversorgungszentren sind es die funktional zugeordneten Ortsteile bzw. die zu versorgenden Bereiche.
- Gemäß § 24 a Abs. 3 LEPro dürfen Sondergebiete für großflächige Einzelhandelsvorhaben auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen geplant werden, wenn ergänzend zu dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment nur ein begrenztes zentren- und nahversorgungsrelevantes Randsortiment vorgesehen ist. Von einer Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Grundversorgung ist in der Regel dann nicht auszugehen, wenn für das Kernsortiment ausreichend Kaufkraft innerhalb der Standortge-

¹⁷ Gesetz zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung vom 19. Juni 2007 (GV. NRW. 2007 S. 225)

meinde zur Verfügung steht und sich der Umfang des Randsortiments auf 10 % bzw. höchstens 2.500 m² der insgesamt in dem betreffenden Sondergebiet zulässigen Verkaufsfläche beschränkt.

- Standorte von zwei oder mehr Vorhaben mit mind. 50.000 m² Verkaufsfläche müssen in den Regionalplänen als ASB mit Zweckbindung dargestellt werden. Ihre Randsortimente dürfen insgesamt max. 5.000 m² VKF umfassen.

Ergänzend wurde auch der „Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen“ im September 2008 durch die Landesregierung aktualisiert. Die Verwaltungsvorschrift erläutert die wesentlichen Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen und bestimmt das Verwaltungshandeln. Der Absatz 4.1 führt zu gemeindlichen Einzelhandelskonzepten aus:¹⁸

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

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre **Entwicklungsziele für den Einzelhandel** fest. Dies beinhaltet neben den angestrebten Zentrengefüge über die **Festlegung zentraler Versorgungsbereiche** auch die **Bestimmung der Sonderstandorte** für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie **sonstige Sonderstandorte** (u. a. Großeinrichtungen gem. § 24 a Abs. 4 LEPro). Dabei werden auf der Grundlage einer konkreten Bestandserhebung und -analyse der Einzelhandelssituation sowie der städtebaulichen Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung die bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche räumlich und funktional festgelegt. Zu einem Einzelhandelskonzept gehört auch die ortsspezifisch zu entwickelnde **Liste zentrenrelevanter Sortimente**.“

Mit einer Entscheidung des Oberverwaltungsgerichtes Nordrhein-Westfalen wurde § 24 a Abs. 1 LEPro auf den Prüfstand im Jahre 2009 gestellt. Im Urteil vom 26.08.2009 hat der Verfassungsgesichtshof entschieden, dass § 24 a Abs. 1 S. 4 LEPro NRW, wonach FOCs mit mehr als 5.000 m² Verkaufsfläche nur in Gemeinden mit mehr als 100.000 Einwohnern ausgewiesen werden dürfen, mit der Landesverfassung nicht vereinbar ist. Die Regelung verletzt das Recht auf kommunale Selbstverwaltung und ist deshalb nichtig.

¹⁸ Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW). Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr – V.4/ VI A 1 - 16.21 - u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie- 322/323 – 30.28.17. vom 22.09.2008.

§ 24 a Abs. 1 S. 4 LEPro wirke gegenüber Gemeinden mit nicht mehr als 100.000 Einwohnern als striktes Verbot, ein FOC mit mehr als 5.000 m² Verkaufsfläche eigenverantwortlich anzusiedeln. Dieser Eingriff in die gemeindliche Planungshoheit verstoße gegen das Verhältnismäßigkeitsprinzip und das Willkürverbot. Die Verbotsregelung in § 24 a Abs. 1 S. 4 LEPro sei nicht durch überörtliche Interessen von höherem Gewicht gerechtfertigt. Nachvollziehbare Erwägungen für die ausnahmslose Festlegung der Schwellenwerte für die Verkaufsfläche und die Einwohnerzahl seien nicht ersichtlich (Urteil des VerfGH Nordrhein-Westfalen vom 26.08.2009, Az.: VerfGH 18/08).

In Fortsetzung dieses Rechtsstreites hat das Oberverwaltungsgericht (OVG) Münster in seinem Urteil vom 30.09.2009 (10 A 1676/08) die Bezirksregierung Münster verpflichtet, den Flächennutzungsplan der Stadt Ochtrup, der eine Erweiterung des bestehenden FOC von 3.500 m² auf 11.500 m² Verkaufsfläche vorsah, zu genehmigen. Zur Begründung hat das Oberverwaltungsgericht ausgeführt, dass die Planung nicht gegen verbindliche Ziele der Raumordnung verstoße, weil **§ 24 a LEPro** – soweit er hier noch einschlägig sei – allenfalls **in der Abwägung zu berücksichtigende Grundsätze der Raumordnung** enthalte. Denn die Regelungen des § 24 a LEPro erfüllen nach Auffassung des OVG nicht die gesetzlichen Anforderungen an die Gemeinden bindende Ziele der Landesplanung im Sinne von § 1 Abs. 4 BauGB. Der Landesgesetzgeber habe keine der kommunalen Bauleitplanung vorgelagerte abschließende Entscheidung getroffen. Dies aber sei Voraussetzung für die Einordnung einer Regelung als Ziel der Landesplanung. Außerdem sei die Vorschrift nicht hinreichend bestimmt.

Das Urteil hat nach einem Beschluss des Bundesverwaltungsgerichtes vom 14.04.2010 Rechtskraft erlangt. Damit wird die Verantwortung für die Entwicklung des Einzelhandels von den Landesplanungsbehörden wieder auf die Gemeinden zurückverlagert. Grundsätzlich wird den Kommunen damit wieder freigestellt, großflächige Einzelhandelsvorhaben selbst dann außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu planen, wenn diese zentren- und nahversorgungsrelevante Kentsortimente führen. Die Kommunen sind allerdings gehalten, auch die Grundsätze der Raumordnung zu beachten und bei einer Abweichung diese zu begründen und nachvollziehbar abzuwägen.

Der **Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit** über die Verfahren der Bauleitplanung bleibt selbstverständlich weiterhin die wichtigste Genehmigungsvoraussetzung.

Vor diesem Hintergrund werden im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept folgende Aussagen getroffen:

- Stärkung und Sicherung der hervorgehobenen Versorgungsfunktion der Ortsmitte Bornheim/Roisdorf als Hauptzentrum der Stadt Bornheim.
- Förderung der Ortsmitten von Hersel und Merten als Nahversorgungszentren.
- Konzentration zusätzlicher Nahversorgungsangebote ausschließlich auf die zentralen Versorgungsbereiche und Standorte mit Wohngebietsbezug.

- Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf städtebaulich geeignete Standorte im Stadtgebiet.

Unter Berücksichtigung der vorgestellten Zielvorstellungen empfehlen die Gutachter bei der künftigen Entwicklung der Versorgungsstrukturen folgendes **Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept** (vgl. Abbildung 37).

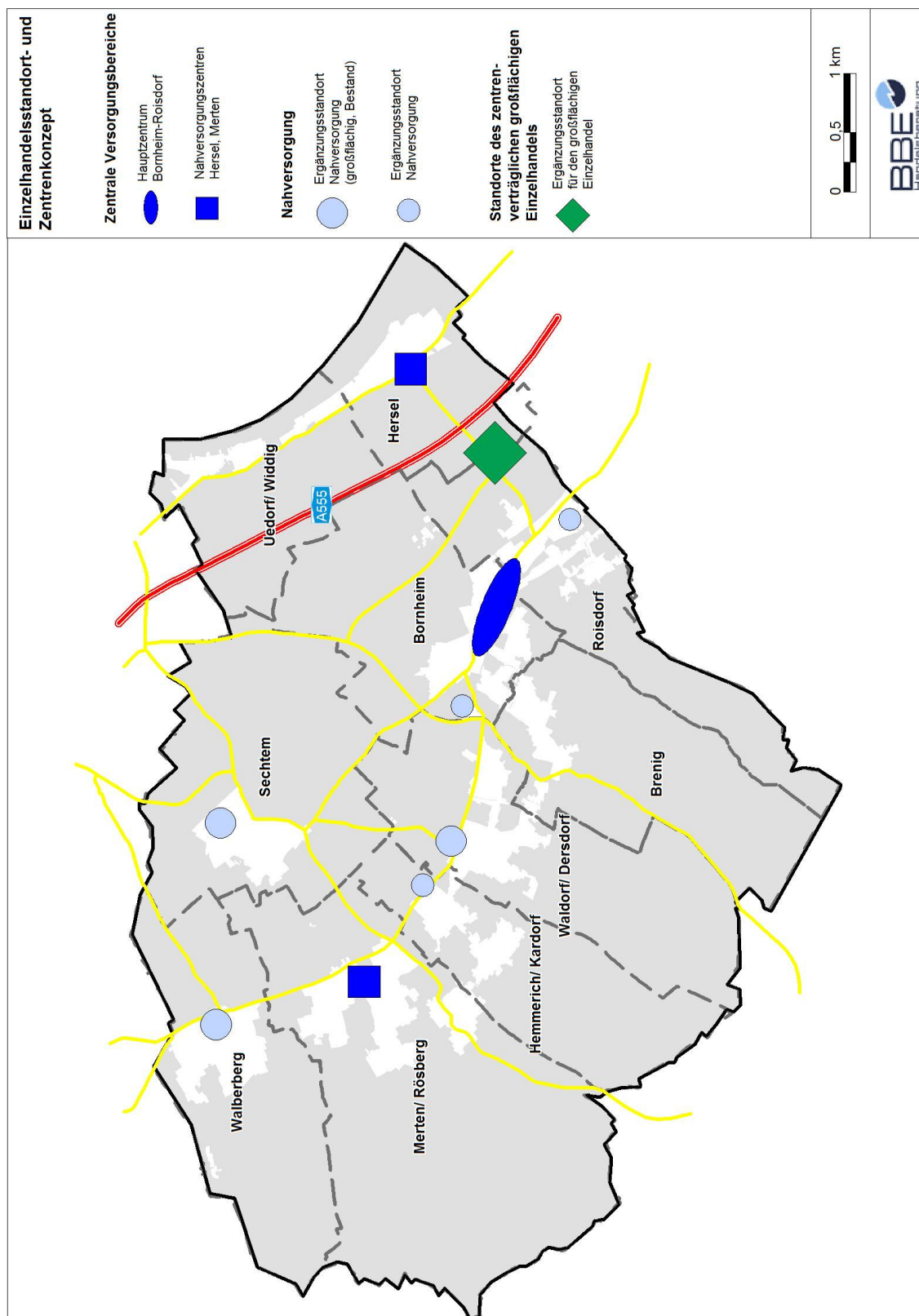
Zentrale Versorgungsbereiche

Die Funktion des **Hauptzentrums** der Stadt Bornheim wird dabei vom zentralen Versorgungsbereich Bornheim/ Roisdorf ausgefüllt, der sich von der Königsstraße in Bornheim bis zum Standortbereich Rathaus/ Schumacherstraße erstreckt.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind zwei Einzelhandelsschwerpunkte vorhanden: Erstens die historisch gewachsene Ortsmitte Bornheim mit der Königsstraße als Hauptgeschäftslage. Zweitens das Rathaus-Umfeld in Roisdorf, das die Funktion eines Ergänzungsstandorts übernimmt und schwerpunktmäßig für die Aufnahme von denjenigen großflächigen zentrenrelevanten Betrieben vorgesehen ist, die in die gewachsene Struktur der Königsstraße baulich nicht integriert werden können. Darüber hinaus findet sich hier mit dem Toom SB-Warenhaus der wichtigste Nahversorgungsstandort für die Wohnbevölkerung der südlichen Ortsteile. An diesem Standort kann die Weiterentwicklung des Hauptzentrums mit einer Ergänzung der aktuell nicht ausreichend vorhandenen Sortimente erfolgen.

Die Ortsmitten von Hersel und Merten erhalten die Funktionszuweisung von **Nahversorgungszentren**. Damit werden sie als zentrale Versorgungsbereiche bestimmt, die unter Berücksichtigung der Vorgaben von § 24a LEPro auch für die Aufnahme großflächiger Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten geeignet sind.

Abbildung 37: Zentrale Versorgungsbereiche



Ergänzungsstandorte für die Nahversorgung

Die Standorte der großflächigen Rewe Supermärkte in Sechtem und Waldorf sowie der im Frühjahr 2009 eröffnete Edeka Supermarkt in Walberberg übernehmen wichtige Ergänzungsfunktionen für die wohnungsnahe Versorgung auf Ortsteilebene.

Aufgrund ihrer Bedeutung für die Versorgung umliegender Wohnquartiere sind die Discounterstandorte von Lidl in Kardorf, Penny am Bahnhof Roisdorf und Aldi am Hellenkreuz als (nicht großflächige) Ergänzungsstandorte in das Konzept aufgenommen. Bei letzterem Standort wird dabei unterstellt, dass dieser nach Realisierung der geplanten Wohngebiete Hexenweg, Hohlenberg und Königstraße zukünftig einen deutlich verbesserten Wohngebietsbezug aufweisen wird.

Ergänzungsstandorte für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel

Als Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentren- und nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimenten wird das Sondergebiet Bornheim-Süd (Alexander-Bell-Str.) in das Standortkonzept aufgenommen.

Eine Ausweisung zusätzlicher Sonderbauflächen innerhalb der Gewerbegebiete Kardorf und Sechtem wird nicht empfohlen.

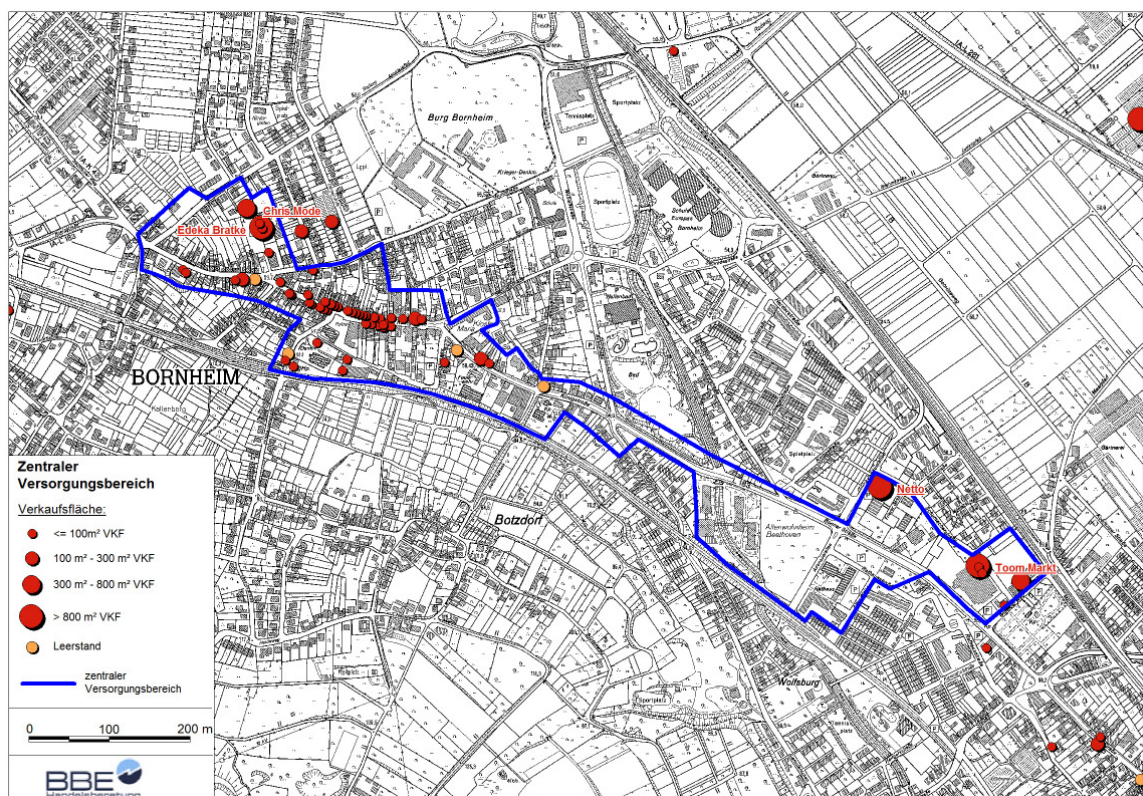
5.3 Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche

5.3.1 Empfehlungen zur Entwicklung des Hauptzentrums Bornheim/ Roisdorf

Die Analyse der Einzelhandelsstrukturen in der Bornheimer Innenstadt zeigte auf, dass sich die Hauptfunktionszonen des Einzelhandels auf die zwei Bereiche Königstraße und Rathausumfeld verteilen.

Diese Nutzungsschwerpunkte bestimmen die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches, der sich von der Ortsmitte Bornheim bis zur Schumacherstraße in Roisdorf erstreckt (vgl. Abbildung 38):

Abbildung 38: Zentraler Versorgungsbereich Bornheim/ Roisdorf



Kartengrundlage: Stadt Bornheim; eigene Darstellung

Dem vorgeschlagenen Zentrenkonzept folgend, sollte dieser Bereich als **Hauptzentrum** für die Stadt Bornheim dienen.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sollte sich der Einzelhandel auf zwei räumliche Schwerpunkte konzentriert bleiben:

Zum einen auf die historische Ortsmitte, die im Wesentlichen die Königstraße zwischen der Einmündung des Apostelpfades im Westen und dem Kliehof-Areal im Osten sowie den Edeka-Standort umfasst. Aufgrund der spezifischen städtebaulichen Situation sollte die Königstraße dabei insbesondere als Standort für kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe dienen.

Zweitens auf das Rathausumfeld, das vor allem großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten aufnehmen sollte. (siehe auch Kap. 5.2).

Für den zentralen Versorgungsbereich sprechen die Gutacher folgende Entwicklungsempfehlungen aus:

Entwicklung des Einzelhandelsschwerpunkts Königstraße

- Möglichkeiten zur weiteren Arrondierung des Einzelhandelsbesatzes ergeben sich bei einer möglichen Verlagerung auf dem Grundstück des Baustoff-Großhandels Schilling. Im Falle einer Neubebauung sollten die Erdgeschosse mit Einzelhandel-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben belegt werden.
- Mit der Fertigstellung des Netto-Discountmarktes im Umfeld des Kliehofs erhält einerseits der Hauptgeschäftsbereich Königstraße in östlicher Randlage, jedoch in fußläufiger Entfernung, einen weiteren wichtigen Frequenzbringer. Andererseits eröffnet dieser Betrieb auch Potenziale, die Bestandsimmobilie Kliehof wieder durch Einzelhandel zu nutzen.
- Der Parkplatz Burgstraße und die benachbarten unbebauten Grundstücke sind aus gutachterlicher Sicht nur eingeschränkt für eine großflächige Einzelhandelsnutzung geeignet. Zum einen ist keine funktionsfähige Anbindung an den Hauptgeschäftsbereich der Königstraße möglich, da die Verbindungsachsen Heinestraße und Withoffstraße als reine Wohnstraßen keinen Informationswert für die Kunden aufweisen, so dass trotz der geringen Entfernung von ca. 200 m keine funktionsfähige Fußweganbindung und damit kein Leistungsaustausch mit der Königstraße geschaffen werden kann. Andererseits ist die Verkehrserschließung insbesondere bei frequenzstarken großflächigen Einzelhandelsbetrieben schwierig, da sich unweit des Standortes eine Grundschule befindet und die Burgstraße bzw. Walrafstraße damit nur eine eingeschränkte Verkehrsaufnahmefähigkeit hat.
- Im Zuge der Umgestaltung des Peter-Fryns-Platzes zu einem Stadt- und Kommunikationsplatz ist eine Umnutzung der derzeit durch die Polizei genutzten Flächen und eine bauliche

Veränderung des Kreissparkassen-Gebäudes vorgesehen. Aus gewerbeplanerischer Sicht erscheint es sinnvoll, in das Gebäude an der Platzfront neben Sparkassenräumen auch Einzelhandels- und Gastronomieeinheiten vorzusehen.

- Hinsichtlich weiterer Empfehlungen wird auf die Aussagen des integrierten Handlungskonzepts Königstraße (Planungsgruppe MWM, Econ-Consult Aachen/ Köln 2004) Bezug genommen.

Entwicklung des Einzelhandelsschwerpunkts Rathausumfeld

- Die Leitfunktion des Standorts sollte die Aufnahme von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten sein, für die in der Königstraße keine ausreichend große Flächen vorhanden sind.
- Um unerwünschte Standortkonkurrenzen zwischen der Königstraße und dem Rathausumfeld zu vermeiden, sollte der Anteil kleinteiliger Ladennutzungen im Rahmen zukünftiger Entwicklungsplanungen durch geeignete Bebauungsplanfestsetzungen gering gehalten werden.
- Die Erreichbarkeitsbeziehungen des Toom-Standortes sollten verbessert werden. Hierzu gehören die Erweiterung und die Verbesserung der räumliche Zuordnung der Stellplätze sowie eine Optimierung der Anbindung an die Bonner Straße über eine zentrale Zufahrt.
- Unter Einbeziehung heute mindergenutzter Grundstücke sollten Möglichkeiten zur Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe geschaffen werden. Aufgrund fehlender Standortalternativen im Bornheimer Stadtgebiet wäre dabei die Ansiedlung eines Elektronik-Fachmarkts besonders zu begrüßen.
- Im Rahmen einer Vorprüfung möglicher Einzelhandelsnutzungen wurde eine Verkaufsflächengröße von insgesamt 20.000 m² vorgeschlagen. Die Angebotsschwerpunkte sollten bei SB- bzw. Fachmärkten mit den Sortimenten Lebensmittel (max. 4.000 m²), Bekleidung (max 5.000 m²) und Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik (max. 3.000 m²) gesetzt werden. Darüber hinaus ist eine Ergänzung durch die Sortimente Drogeriewaren (max. 1.000 m²), Haushaltswaren/ Glas, Porzellan, Keramik (max. 1.000 m²), Schreibwaren, Zeitschriften, Bücher (max. 1.500 m²), Schuhe, Lederwaren (max. 1.500 m²), Sportartikel (max. 1.500 m²), Fahrräder (max. 800 m²), Optik und Apotheke (jeweils max. 30 m²) möglich.
- Der Aufstellungsbeschluss zum Bebauungsplan Ro 17 sieht eine Begrenzung der Verkaufsfläche auf eine verkehrlich angepasste Größenordnung und den Ausschluss eines weiteren Lebensmitteldiscountmarktes vor.

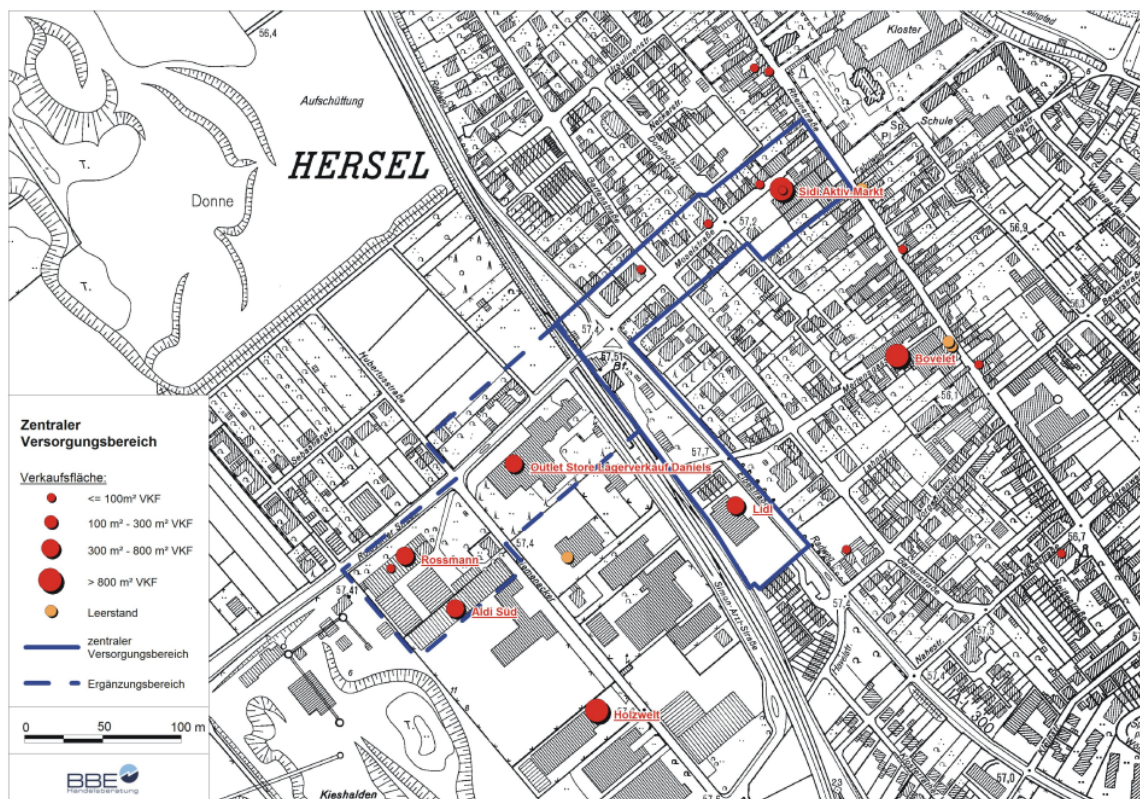
- Langfristig sollte eine Überplanung des heute vom Kfz-Betrieb Reuter genutzten Grundstücks und des Eckgrundstücks Bonner Straße/ Adenauerstraße erfolgen, um so weitere Entwicklungsflächen für den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimente zu schaffen.
- Als Alternative zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsschwerpunktes im Rathausumfeld bietet sich der Standort Schwimmbadwiese an. Für das südliche Areal des städtischen Schwimmbades wird eine „schwimmbadverträgliche“ Umnutzung diskutiert. Der Standort befindet sich in einer Entfernung von ca. 500 m zur Königstraße und könnte somit als Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel dienen. Vor dem Hintergrund der Angebots- und Nachfragesituation in der Stadt Bornheim sollte das Areal jedoch nur alternativ zum Toom-Umfeld durch Einzelhandelsnutzungen belegt werden, da ansonsten die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit sowohl der Königstraße als auch des Toom-Standortes Schumacherstraße beeinträchtigt würde. Entwicklungspotenziale bestehen vor allem im großflächigen Einzelhandel, der nicht in den Hauptgeschäftsbereich der Königstraße integriert werden kann.

5.3.2 Empfehlungen zur Entwicklung des Nahversorgungszentrums Hersel

Derzeit wichtigster Träger der Nahversorgung in Hersel ist der Sidi Supermarkt an der Moselstraße. Darüber hinaus sind mit Lidl an der Havelstraße sowie Aldi und Rossmann an der Roisdorfer Straße weitere wichtige Nahversorgungseinrichtungen ansässig. Der ehemalige Aldi-Standort Siemenacker wurde zwischenzeitlich aufgegeben und sollte nicht durch weiteren zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel nachgenutzt werden.

Mit der Verlagerung des Aldi-Marktes und der Ergänzung durch einen Rossmann Drogeriemarkt und eine Bäckerei mit Café wurde das Nahversorgungszentrum faktisch im Südwesten ergänzt (vgl. Abbildung 39). Um eine bessere Anbindung an die Ortslage und die Siedlungsflächen zu schaffen, sollte aus Sicht des Gutachters geprüft werden, ob für den Bereich westlich des Haltepunktes mit den Grundstücken Daniels und Collo sowie teilweise mindergenutzten Grundstücken eine Gesamtplanung erarbeitet werden kann, die eine Nutzungsverdichtung ermöglicht (ergänzen- der nahversorgungsrelevanter Einzelhandel, Park+Ride-Anlage mit Kiosk/ Backshop/ Café am Bahnhaltepunkt, Dienstleister usw.).

Abbildung 39: Nahversorgungszentrum Hersel



Kartengrundlage: Stadt Bornheim; eigene Darstellung

In Ergänzung können die nördlich der Roisdorfer Straße gelegenen Grundstücke (vgl. Abbildung 39), als Standorte für ergänzende Einzelhandelsangebote in das Nahversorgungszentrum einbezogen werden, die eine Verbindung zwischen dem Aldi-Standort und der Ortsmitte Hersel herstellen.

In jedem Fall ist die Anbindung für Fußgänger und Radfahrer zwischen Roisdorfer Straße und Moselstraße über die Landesstraße 300 und Straßenbahntrasse wesentlich zu verbessern.

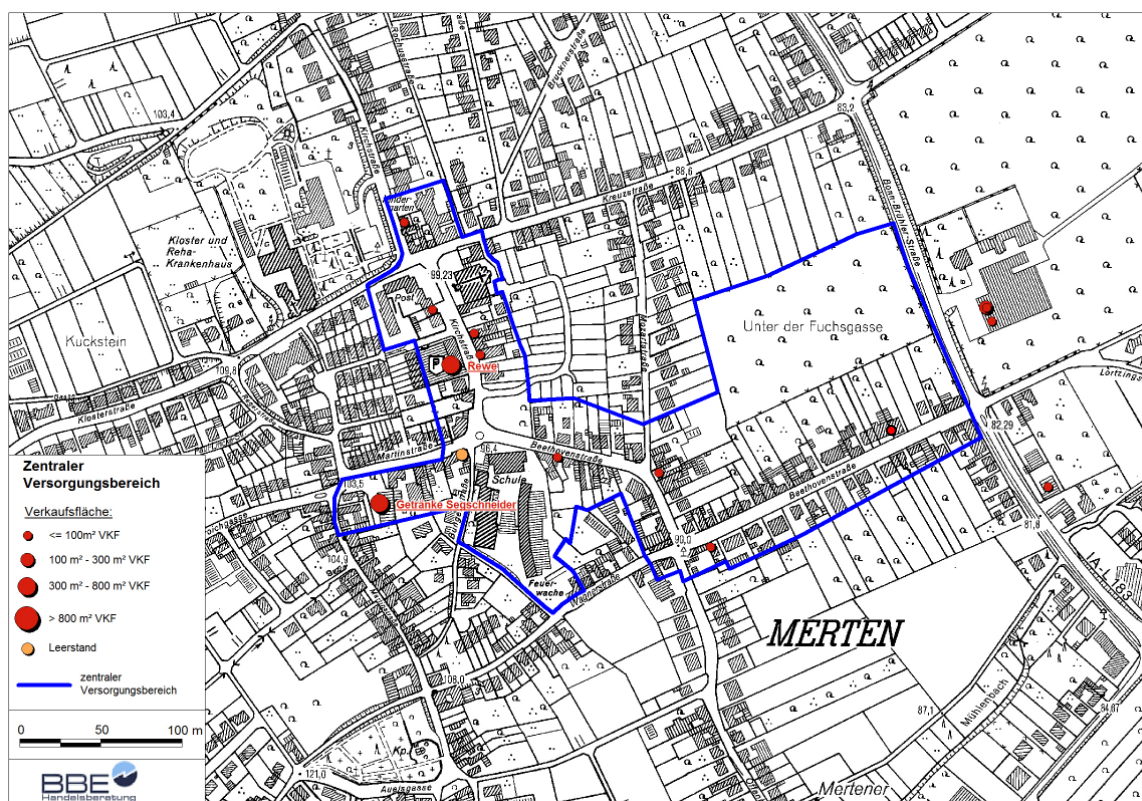
5.3.3 Empfehlungen zur Entwicklung des Nahversorgungszentrums Merten

Der Stadt Bornheim liegen verschiedene Investorenanfragen vor, im Raum Merten weitere nahversorgungsrelevante Betriebe anzusiedeln.

Aus Sicht der Gutachter sind zusätzliche Betriebe zu befürworten, für die Angebotsdefizite bestehen, wenn sie an einem Standort realisiert werden, der eine städtebaulich integrierte Lage einnimmt und dem Ortszentrum Merten räumlich zugeordnet ist (vgl. Abbildung 40).

Aufgrund der Lagebeziehungen zum Ortskern Merten ist unter den in Frage kommenden Entwicklungsarealen das Grundstück nördlich der Beethovenstraße am besten geeignet, die angestrebte Funktion eines Ergänzungsstandorts im Nahversorgungszentrum Merten zu übernehmen.

Abbildung 40: Nahversorgungszentrum Merten



Kartengrundlage: Stadt Bornheim; eigene Darstellung

Für das Nahversorgungszentrum Merten wird somit ein Abgrenzungsvorschlag unterbreitet, der neben den Geschäftslagen Kirchstraße und Beethovenstraße im Bereich der historischen Ortsmitte den potenziellen Entwicklungsbereich nördlich der Beethovenstraße (Flurstück „Unter der Fuchsgasse“) als Ergänzungsstandort einbezieht. Das zu entwickelnde Areal kann - eine Aktivierung pri-

vater Grundstücke vorausgesetzt – über eine Fußwegeverbindung an die zentrale Ortsmitte angebunden werden und eröffnet somit die Möglichkeit für eine Arrondierung des Nahversorgungsangebots in Merten.

Nach dem letzten Diskussionsstand sind in diesem Entwicklungsbereich ein Lebensmittel-Discountmarkt (1.150 m² Verkaufsfläche), ein Drogeriemarkt (ca. 600 m² Verkaufsfläche), ein Getränkemarkt (ca. 1.100 m² Verkaufsfläche) und ergänzende Fachmärkte/ Shops vorgesehen. Der Getränkemarkt soll die vergrößerte Getränkeabteilung des an der Kirchstraße ansässigen Supermarktes aufnehmen, der dadurch die Möglichkeit erhält, seine Lebensmittelverkaufsflächen im Bestand zu erweitern.

Diese Planung ist aus Sicht des Gutachters im Grundsatz zu befürworten, da mit der Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe eine Stärkung des Nahversorgungsschwerpunkts Merten verbunden wäre. Heute noch im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente bestehende Angebotsdefizite würde mit Ansiedlung der drei Betriebe bei gleichzeitiger Vergrößerung der Lebensmittelabteilung des bestehenden Rewe Markts weitgehend ausgeglichen.

Darüber hinaus könnte auch die bestehende Geschäftslage an der Kirchstraße von der Ansiedlung profitieren. Um diesen Effekt zu erreichen, müssen allerdings möglichst direkte Fußwegeverbindungen zwischen Planstandort und Ortsmitte hergestellt werden. Der Stadt Bornheim wird empfohlen, die Schaffung attraktiver Fußwegenetze zur Integration des Standorts in den gewachsenen Geschäftsbereich für den Realisierungsfall einzufordern.

5.4 Ergänzungsstandorte für die Nahversorgung

Neben den im räumlichen Zusammenhang der vorab dargestellten zentralen Versorgungsbereiche ansässigen nahversorgungsrelevanten Betriebe sind im Stadtgebiet Bornheim mehrere Lebensmittelbetriebe ansässig, die wichtige Aufgaben der wohnungsnahen Versorgung übernehmen.

Dies trifft insbesondere auf die großflächigen Rewe Supermärkte in **Sechtem** und **Waldorf** sowie den Edeka Supermarkt in **Walberberg** zu. Mit Bezug auf § 24a Abs 5 LEPro sollten diese Standorte langfristig im Bestand gesichert werden.

Aufgrund ihrer Bedeutung für die Versorgung umliegender Wohnquartiere übernehmen die Discounterstandorte von Lidl in **Kardorf**, Aldi im Gewerbegebiet „**Am Hellenkreuz**“ sowie Penny in **Roisdorf** ebenfalls wichtige Ergänzungsfunktionen für die wohnungsnahen Versorgung.

Beim Standort „Am Hellenkreuz“ ist dabei zu beachten, dass dieser nach Realisierung der geplanten Wohngebiete Hexenweg, Hohlenberg und Königstraße zukünftig einen deutlich verbesserten Wohngebietsbezug aufweisen wird.

Für die weitere Entwicklung der Nahversorgung in der Stadt Bornheim sollen die bestehenden Entwicklungspotenziale bei den **nahversorgungsrelevanten Sortimenten** dazu genutzt werden, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte – soweit die standortseitigen Rahmenbedingungen dies erlauben – zu stärken.

Möglichkeiten der Stärkung können sein: die Umstrukturierung und Anpassung der bestehenden Nahversorgungszentren/ -standorte an die aktuellen Marktanforderungen sowie die Ansiedlung von neuen nahversorgungsrelevanten Betrieben im unmittelbaren Umfeld der bestehenden Nahversorgungszentren/ -standorte.

Die Schaffung weiterer Nahversorgungsstandorte mit wohnungsnaher Versorgungsfunktion soll grundsätzlich möglich sein.¹⁹ Dies sollte allerdings an die Bedingungen geknüpft werden, dass:

- die Standorte einen deutlichen Bezug zu einem durch Wohnungsnutzung geprägten Gebiet aufweisen (wohngebietsintegrierte Lage),
- durch die geplanten Nahversorgungsbetriebe keine negativen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind.

¹⁹ Die Regelungen des § 24 a LEPro und des § 11 Abs. 3 BauNVO lassen die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch an städtebaulich integrierten Standorten außerhalb der festgelegten zentralen Versorgungsbereiche zu. Bei Überschreitung der Regelvermutungsgrenze von 1.200 m² Geschossfläche, gleichbedeutend 800 m² Verkaufsfläche, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung nachzuweisen, dass keine negativen Auswirkungen zu erwarten sind.

Insbesondere im Ortsteil Sechtem bestehen Planungen direkt angrenzend an die Willmuthstraße, die die höchste Konzentration von publikumsintensiven Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen aufweist, einen Lebensmittelsupermarkt anzusiedeln. Aus gutachterlicher Sicht ist diese Projektplanung sehr gut geeignet, den bestehenden Geschäftsstandort Willmuthstraße zu festigen und als Nahversorgungszentrum weiterzuentwickeln. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass mit dem bestehenden wohngebietsorientierten, jedoch isolierten Rewe-Markt nur eine geringe Nahversorgungsausstattung in Sechtem besteht. Der Planstandort östlich der Bahnhofstraße/ Erfurter Straße ist geeignet, das festgestellt Angebotsdefizit durch einen Lebensmittel-SB-Markt zu schließen.

5.5 Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels

Mit Abstand wichtigster Angebotsstandort des großflächigen Einzelhandels in Bornheim stellt die Alexander-Bell-Straße im Gewerbepark Bornheim-Süd dar. Auf ca. 44.000 m² Verkaufsfläche summiert sich das Angebot von Porta, Bauhaus und Boss-Möbel. Die drei Betriebe vereinen somit an diesem - nicht an Siedlungsflächen angeschlossenen - Standort fast 50 % der Gesamtverkaufsfläche von Bornheim.

Trotz des breiten Besatzes stehen in diesem Bereich noch Freiflächenpotenziale zur Verfügung, die zur Ansiedlung großflächiger Einheiten dienen könnten. Vor diesem Hintergrund wird das Gebiet als Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentren- und nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimenten in das Standort- und Zentrenkonzept aufgenommen.

Nach Eröffnung des Porta Möbelhauses nimmt das Gebiet die Funktion eines regional bedeutsamen Angebotsstandortes rund um die Themen „Wohnen, Haus und Garten“ ein. Die Ansiedlung weiterer Betriebe mit entsprechender Sortimentsausrichtung erscheint mittel- und langfristig denkbar. Ansiedlungschancen könnten beispielsweise für spezialisierte Anbieter rund um das Thema Wohnen (z.B. Warengruppen-Spezialisten aus dem Möbele Einzelhandel, Teppich-/ Bodenbeläge-Fachmarkt, Küchen) bestehen.

Darüber hinaus könnte der Standort auch weitere Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten aufnehmen. Zu beachten ist allerdings, dass eine Erweiterung des bestehenden Sondergebiets über seine heutigen Grenzen hinaus nur in begrenztem Maße möglich sein dürfte. Denn das Gewerbegebiet Bornheim-Süd ist als Bestandteil des „GIB Bornheim/Alfter“ vom Grundsatz her Gewerbe- und Industrie-Ansiedlungen vorbehalten. Mit Kapitel 1.2.2, Ziel 2 des Regionalplans wurde für das bestehende Sondergebiet aber eine Ausnahmeregelung getroffen. Nach dieser Vorgabe darf zwar ein Standort für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment geplant werden; dieser muss sich jedoch flächenmäßig der angestrebten Funktion des GIB deutlich unterordnen.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass nach den Grundsätzen von § 24a Abs. 3 LEPro NRW an Standorten mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und insgesamt mehr als 50.000 m² Verkaufsfläche der Umfang zentren- und nahversorgungsrelevanter Randsortimente insgesamt nicht mehr als 5.000 m² betragen darf.

Der bestehende Bebauungsplan sieht bereits heute eine Gesamtverkaufsfläche von 47.500 m² und eine Obergrenze von 3.300 m² für Randsortimente vor.

5.6 Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

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

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

5.6.1 Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei **zentrenrelevanten Sortimenten** sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese weitgehend in den Ortsmitten von Bornheim/Roisdorf, Hersel, Merten, Walberberg und Sechtem einzubinden. Die resultierende Kundenfrequenz soll der Belebung der Hauptgeschäftslagen dienen und diese weiter stärken.

Sofern sich der anzunehmende Einzugsbereich von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten über die Ortsteilebene hinaus erstreckt, sollten diese auf das Hauptzentrum Bornheim/Roisdorf in der Königstraße bzw. im Rathausumfeld konzentriert werden.

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

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

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente anzusehen sind:

- eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten
- eine hohe Beratungsintensität

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

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

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

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

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

Gleichwohl weisen nahversorgungsrelevante Warenangebote auch eine wichtige Bedeutung für Versorgungszentren auf. Insbesondere in den Zentren von Klein- und Mittelstädten übernehmen kundenfrequenzstarke Lebensmittelbetriebe häufig die wichtige Funktion von Frequenzbringern.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen zum Schutz des Innenstadtbereiches bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

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

Bei der Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente sind bestimmte, in der Anlage zu § 24a LEPro aufgeführten zentrenrelevanten Leitsortimente zu beachten. Bezogen auf die spezifische Situation in Bornheim sind die genannten Sortimente hinsichtlich ihrer Zentrenrelevanz wie folgt zu bewerten:

Bücher, Zeitschriften/ Papier-/ Schreibwaren

Die entsprechenden Sortimente werden in Bornheim von Betrieben im zentralen Versorgungsbereich angeboten. Zeitschriften gehören zum Standardangebot von Kiosken, Tankstellen und Lebensmittelsupermärkten. Die Warengruppe ist auch in Bornheim mit allen ihren Teilsortimenten als zentrenrelevant zu bewerten.

Bekleidung, Lederwaren, Schuhe Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik/Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte) Foto/Optik Uhren/Schmuck

Alle aufgeführten Warengruppen erfüllen im hohen Maße die Kriterien der Zentrenrelevanz (s. o.). Zwar werden in Bornheim diese Sortimente innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zum Teil nur in eingeschränktem Maße angeboten, gleichwohl ist die Zentrenrelevanz dieser Sortimente unstrittig, da sie ohne Ausnahme als wichtige Leitsortimente des innerstädtischen Einzelhandels anzusehen sind.

Spielwaren, Sportartikel

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

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

Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)

In diesen Warengruppen wird ebenfalls eine Differenzierung empfohlen: Haushaltswaren, Heimtextilien (z. B. Gardinen, Dekorationsstoff Vorhänge, dekorative Decken, Stuhl- und Sesselaufgaben) sowie Haus- und Tischwäsche aus der Warengruppe Haustextilien werden in den zentralen Ver-

sorgungsbereichen von Bornheim in nur sehr eingeschränktem Maße angeboten, erfüllen dennoch uneingeschränkt die Kriterien der Zentrenrelevanz.

Anders stellt sich hingegen die Situation bei Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken) als Untergruppe der Warengruppe Haustextilien sowie Teppichen dar. Die Standortanforderungen dieser Warengruppen sind mit denen der Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel zu vergleichen, weshalb sie als nicht-zentrenrelevant einzustufen sind.

Über die in der Anlage zu § 24a LEPro genannten Sortimente hinaus, sind folgende Warengruppen hinsichtlich ihrer Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz zu thematisieren:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren

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

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

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

Tiernahrung/ Zooartikel

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe "Zoologischer Bedarf und lebende Tiere" werden gegenwärtig in Bornheim vom einem Fachmarkt (Fressnapf) sowie als Randsortiment in Lebensmittelgeschäften, Drogeriemärkten und in den Bau- und Gartenmärkten geführt. Spezialisierte Fachgeschäfte innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind in Bornheim nicht vertreten. Da diese Sortimente somit überwiegend außerhalb von Versorgungszentren vorgehalten werden und für die Funktionsfähigkeit der Zentren nur eine geringe Bedeutung haben, werden diese als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Kosmetische Erzeugnisse, Parfümerie

Parfümerie- und Kosmetikartikel werden vom qualifizierten Facheinzelhandel, Drogeriefachmärkten sowie im Randsortiment des Lebensmitteleinzelhandels angeboten. Da eine Differenzierung ge-

genüber Drogeriewaren sehr schwierig ist, werden diese Sortimente den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel

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

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

Schnittblumen

Schnittblumen werden nicht als Leitsortiment i. S. d. § 24 a LEPro betrachtet. In Bornheim erfüllen diese jedoch das Kriterium der Zentrenrelevanz und werden auch mehrfach innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten.

Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör

Fahrräder/ -zubehör werden in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Bornheim nur in untergeordnetem Maße (ein Anbieter in der Königstraße) angeboten und sind daher aus Sicht des Gutachters als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Vor dem Hintergrund der vorab dargestellten Zusammenhänge wird im Folgenden eine „Bornheimer Liste“ für die Bestimmung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Stadt Bornheim vorgeschlagen. Sie orientiert sich am inhaltlichen Aufbau der im Anhang von § 24a LEPro aufgeführten Sortimentsliste und stützt sich auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008):

Abbildung 41: Bornheimer Liste zur Definition nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ 2008	Bezeichnung	WZ 2008	Bezeichnung
nahversorgungsrelevante Sortiment			
47.11 / 47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Arzneimittel		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel (inkl. Wasch-/ Reinigungsmittel)		
zentrenrelevante Sortimente		nicht-zentrenrelevante Sortimente	
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
aus 47.51	Haustextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Schrauben und -zubehör, Kleineisenwaren, Bauartikel, Dübel, Beschläge, Schlösser und Schlüssel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Bauelemente aus Eisen, Metall und Kunststoff, Werkzeuge aller Art; Werkstatteinrichtungen, Leitern, Lager- und Transportbehälter, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Drahtwaren, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf, Baumaterial, Sanitärbedarf
aus 47.53	Vorhänge und Gardinen	aus 47.53	Tapeten und Bodenbeläge, Teppiche
aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)	aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte wie Herd, Waschmaschine)
		47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen)
aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel		
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten-/ Campingmöbel, Grillgeräte)
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		

Fortsetzung folgt

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ 2008	Bezeichnung	WZ 2008	Bezeichnung
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.63	Ton- und Bildträger		
		47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
aus 47.64.2	Sport- und Campingartikel (Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Boote, Bootszubehör, Zelte
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
aus 47.76.1	Blumen	aus 47.76.1	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
aus 47.78.9	Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte	aus 47.78.9	Heizöl, Flaschengas, Kohle, Holz
		47.79	Antiquitäten und Gebrauchsgüter
		47.30	Motorenkraftstoffe
		45.32.0	Kraftwagenteilen und -zubehör
	Zentrenrelevante Sortimente gem. Anlage zum § 24 a LEPro NRW		

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

5.6.2 Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten

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

Dazu sind der Stadt Bornheim weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Wie das Bundesverwaltungsgericht in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 BauNVO auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, wenn diese Differen-

zierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64 Nr.28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe²⁰ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

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

5.6.3 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

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

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

²⁰ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 5.6.3.

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

Mit seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) hat sich das Bundesverwaltungsgericht zur Grenze der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben verbindlich geäußert. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr.2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (Tatbestandsmerkmal, unabhängig von lokalen Gegebenheiten).

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

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

Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls

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

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO 1990 sind städtebauliche Auswirkungen bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet.

Weist das Vorhaben mehr als 800 m² Verkaufsfläche, aber weniger als 1.200 m² Geschossfläche auf, ist die Genehmigungsbehörde darlegungspflichtig, ob mit Auswirkungen zu rechnen ist. Bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche obliegt es dem Antragsteller, die Regelvermutung zu widerlegen.

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

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

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

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d.h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche unter 800 m² liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z.B. Baustoffe),
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z.B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

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

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

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

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'vertraglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentrenrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren. Dabei ist darauf zu achten, dass vorhabenbezogene und nicht baugebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenzen und Sortimentsfestlegungen getroffen werden.

Zur Festsetzung „Sondergebiet“ wird im Einzelhandelserlass im Kap. 4.2.4 ausgeführt, dass

für Sondergebiete die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden muss. Während die BauNVO bei den übrigen Baugebieten (§§ 2 bis 9) die Zweckbestimmung des Gebietes und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen diese Regelungen bei Sondergebieten im Bebauungsplan getroffen werden. Dadurch ergibt sich ein größerer Spielraum, die zulässige Nutzung zu konkretisieren. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung (d.h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen) unerlässlich.

Bei Festsetzungen von Verkaufsflächenobergrenzen ist zwischen baugebietsbezogenen und vorhabenbezogenen Obergrenzen zu unterscheiden. Die Festsetzung baugebietsbezogener Verkaufsflächenbeschränkungen ist vom Bundesverwaltungsgericht für ein Sondergebiet für unwirksam erklärt worden, weil sie weder als Bestimmung des Maßes der baulichen Nutzung noch als Festsetzung der Art der baulichen Nutzung zulässig ist. [...]

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen (BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07).

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

Laut § 24a LEPro ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht integrierten Standorten auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, max. jedoch auf 2.500 m² zu beschränken. Sollten zwei oder mehr Einzelhandelsvorhaben an einem Standort realisiert werden und beträgt deren Gesamtverkaufsfläche zusammen mehr als 50.000 m², darf der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente insgesamt maximal 5.000 m² betragen.

5.6.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

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

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.²¹

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

Vor diesem Hintergrund wird der Stadt Bornheim empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in Gewerbegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. Zentrenrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

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

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

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet,

²¹ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

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

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

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

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

5.6.6 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

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

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

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

5.6.7 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

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

Die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Als

zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsmoment ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Ortsteile ohne Ausweisung von Baugebieten im Sinne der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

Die Anwendung des neuen Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen auch von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)²².

Wie § 9 Abs. 2a BauGB in Satz 3 ausdrücklich darlegt, ist bei Anwendung der Rechtsvorschrift insbesondere darzulegen, dass in den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 bereits vorhanden sind oder zumindest durch einen in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan geschaffen werden sollen.

²² zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

6 Anhang: Definition der untersuchten Absatzformen²³

Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein tiefes Sortiment führt und Beratung sowie Service bietet.

Fachmarkt

Ein Fachmarkt ist ein großflächiges Fachgeschäft, das ein branchenbestimmtes breites und tiefes Angebot weitgehend in Selbstbedienung führt, dem Kunden jedoch auch Beratung und Service anbietet. Um ihre Zugehörigkeit zu einer bestimmten Branche erkennbar zu machen, bezeichnen sich die Fachmärkte als Drogeriemarkt, Baumarkt, Tapetenmarkt etc.

Nonfood-Discounter

Ein Nonfood-Discounter ist ein Selbstbedienungsgeschäft, das ein auf umschlagstarke Artikel aus dem Hardware- und/oder Textilbereich konzentriertes Angebot führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht.

Kauf- und Warenhaus

Ein Warenhaus ist ein Einzelhandelsgroßbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment, vor allem der Bereiche Bekleidung, Textilien, Haushaltswaren und Lebensmittel einschließlich Gastronomie. Das Angebot wird überwiegend in Kundenvorwahl verkauft. Der Begriff Kaufhaus betont die branchenbetonte Orientierung.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsfachgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel (u. a. Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II (sonstige Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs) aufweist.

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

²³ Vgl. EHI, Handel aktuell 2009 / 2010

Lebensmitteldiscountmarkt

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

Einkaufszentrum/Shopping-Center

Shopping-Center sind aufgrund zentraler Planung errichtete großflächige Versorgungseinrichtungen, die kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf decken. Sie sind charakterisiert durch:

- räumliche Konzentration von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben unterschiedlicher Größe,
- eine Vielzahl von Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen, in der Regel in Kombination mit einem oder mehreren dominanten Anbietern (Warenhaus/Kaufhaus/SB-Warenhaus)
- ein großzügig bemessenes Angebot an PKW-Stellplätzen
- zentrales Management bzw. Verwaltung
- gemeinsame Wahrnehmung bestimmter Funktionen durch alle Mieter (z.B. Werbung)

und verfügen im Allgemeinen über eine Einzelhandels(geschäfts)fläche von mindestens 10.000 m². Soweit ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb baulich und/oder rechtlich nicht in das Center integriert ist, aus Sicht der Verbraucher mit diesem jedoch eine Einheit bildet, gilt er als Teil des Shopping-Centers. Hotels, Wohnungen und neutrale Büroflächen werden nicht als Bestandteile des Shopping-Centers betrachtet.

Galerien und Passagen

Galerien und Passagen sind bauliche Einheiten in Citylagen, in denen vorwiegend mittlere und kleine Handels-, Gastronomie- und sonstige Dienstleistungsbetriebe angesiedelt sind, deren Sortiment und Einrichtung gehobenen Ansprüchen gerecht wird.

Bei einer Passage handelt es sich um eine für Fußgänger geschaffene Verbindung von zwei Verkehrszonen; bei einer Galerie liegen die Betriebe gewöhnlich auf zwei oder mehr Verkaufsebenen.

- - -

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

- - -