



EINZELHANDELSKONZEPT FÜR DIE STADT LOHMAR

Nachhaltige Absicherung der Versorgungsqualität



Lohmar, den 06.11.2012

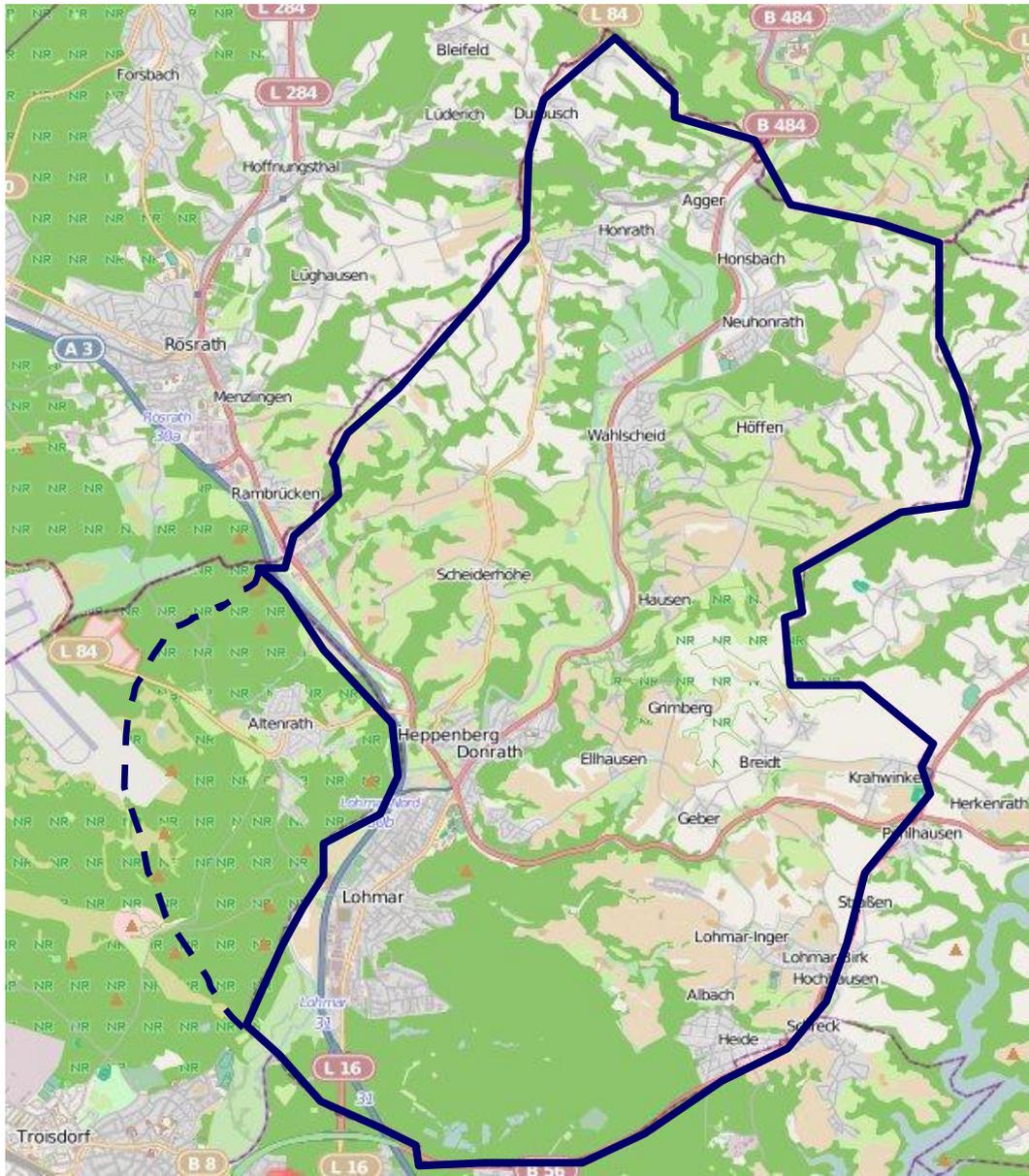
Dipl. -Geogr. Michael Karutz



1. Marktrahmendaten, Kaufkraftbindung, Kaufkraftströme und grundsätzliche Gestaltungsmöglichkeiten
2. Absicherung der Nahversorgung in den Stadtteilen
3. Steuerungserfordernisse mit Blick auf die Landesplanung: Abgrenzung ‚Zentraler Versorgungsbereiche‘ und Lohmarer Liste
4. Räumliche Darstellung des Einzelhandelskonzeptes
5. Ergänzende Handlungshinweise (auch aus der Diskussion)

Marktgebiet des Lohmarer Einzelhandels

Kernbereich und Verflechtungsbereich



Zone I: Kerneinzugsbereich Stadt Lohmar
31.006 Ew.

Zone II: Verflechtungsbereich (Altenrath)
2.440 Ew.

Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen

Einzugsbereich des Lohmarer Einzelhandels



CIMA Warengruppen	Zone I: Stadt Lohmar	Zone II: engerer Verflechtungs- bereich (Altenrath)	insgesamt
Täglicher Bedarf	94,9	7,1	102,0
Lebensmittel und Reformwaren	64,3	4,9	69,2
Gesundheits- und Körperpflege	27,7	2,0	29,7
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	2,9	0,2	3,2
Persönlicher Bedarf insgesamt	24,4	1,8	26,2
Bekleidung, Wäsche	15,9	1,2	17,1
Schuhe, Lederwaren	4,5	0,3	4,9
Uhren, Schmuck, Optik	4,0	0,3	4,3
Medien und Technik insgesamt	20,7	1,5	22,2
Bücher, Schreibwaren	4,3	0,3	4,6
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik			
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	16,4	1,2	17,6
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	7,4	0,5	7,9
Sportartikel	3,3	0,2	3,6
Spielwaren	1,9	0,1	2,0
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	2,2	0,2	2,3
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik			
Haushaltswaren	3,0	0,2	3,2
Einrichtungsbedarf	12,9	0,9	13,9
Möbel, Antiquitäten	10,2	0,7	11,0
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	2,7	0,2	2,9
Baumarktspezifische Sortimente	15,7	1,1	16,8
SUMME	179,0	13,2	192,2
EINWOHNER	31.006	2.440	33.446

Bevölkerungszuwachs bis 2025: + 2,8%
(= + 870 EW im Erstwohnsitz)

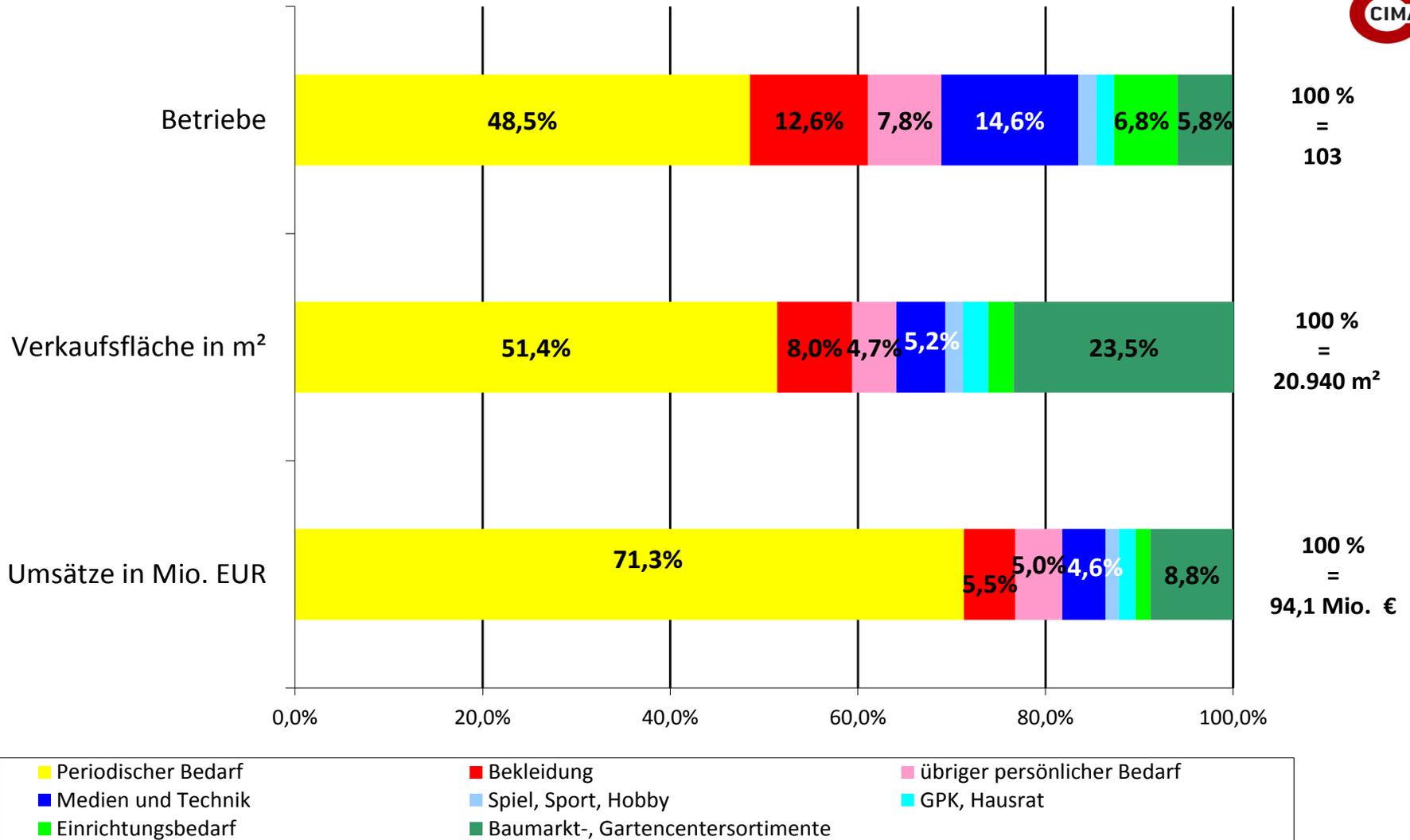
Kaufkraftzuwachs im stationären Einzelhandel , gerechnet in heutiger Kaufkraft: + 1,5 %
(= + 2,7 Mio. € insgesamt)
(= + 1,0 Mio. € ,Lebensmittel, Reformwaren)

(Annahmen:

- weiter sinkender Anteil des Einzelhandels an den Ausgaben insgesamt (Alters- und Gesundheitsvorsorge, Aus- und Weiterbildungskosten, Verteuerung Energie und Wohnraum)
- Wachstum E-Commerce zu Lasten des Stationären Einzelhandels)

Einzelhandelsstrukturen

Stadt Lohmar insgesamt



Einzelhandelsstrukturen

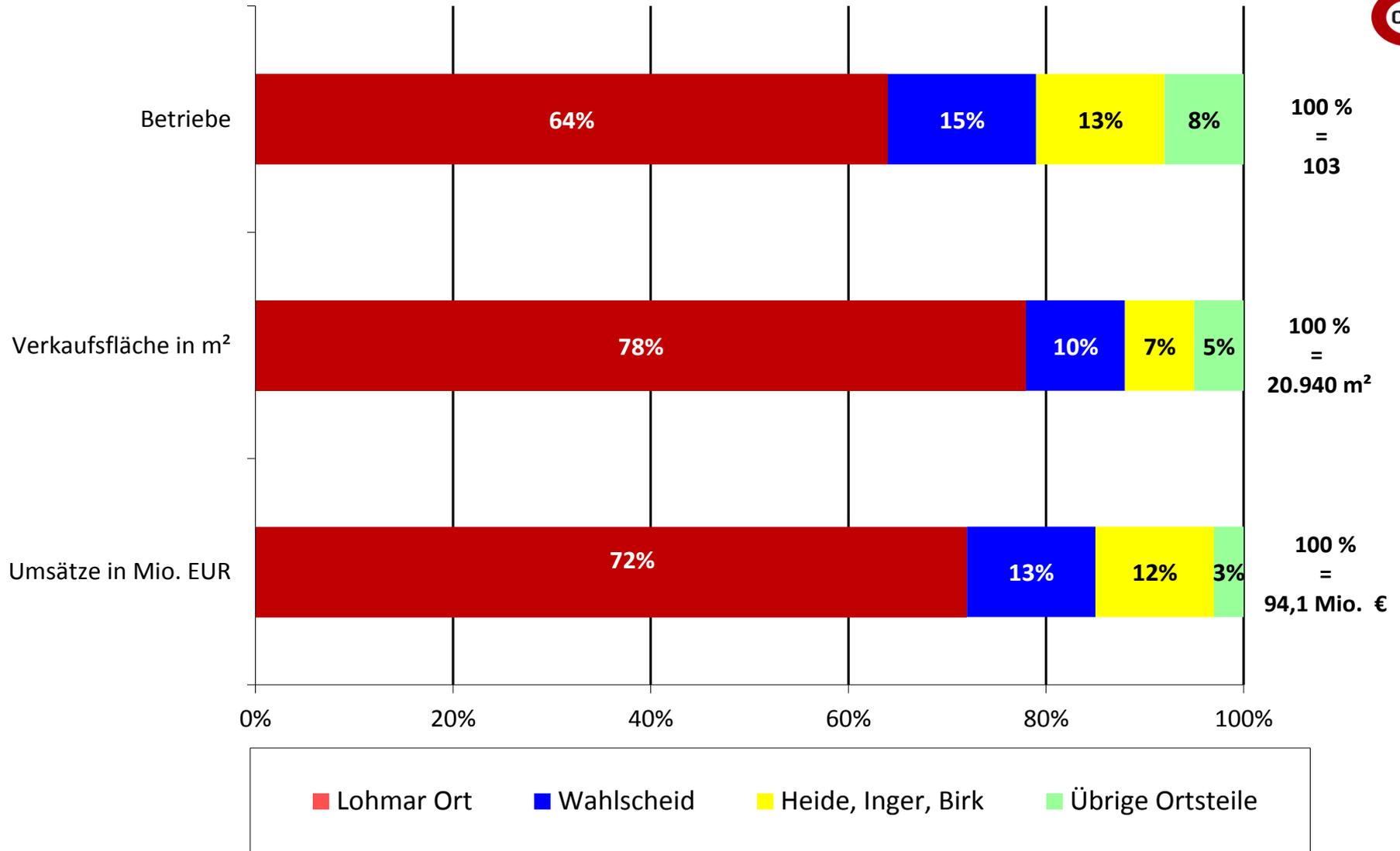
Stadt Lohmar insgesamt



CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	50	48,5%	10.755	51,4%	67,1	71,3%
Lebensmittel und Reformwaren	36	35,0%	8.725	41,7%	47,4	50,4%
Gesundheits- und Körperpflege	7	6,8%	1.540	7,4%	18,0	19,1%
übriger persönlicher Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	7	6,8%	490	2,3%	1,7	1,8%
Persönlicher Bedarf insgesamt	21	20,4%	2.645	12,6%	9,9	10,5%
Bekleidung, Wäsche	13	12,6%	1.670	8,0%	5,2	5,5%
Schuhe, Lederwaren	4	3,9%	625	3,0%	2,2	2,3%
Uhren, Schmuck, Optik	4	3,9%	350	1,7%	2,5	2,7%
Medien und Technik insgesamt	15	14,6%	1.080	5,2%	4,3	4,6%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt						
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik						
Haushaltswaren, Hausrat	4	3,8%	960	4,6%	3,0	3,2%
Einrichtungsbedarf	7	6,8%	570	2,7%	1,5	1,6%
Baumarktspezifische Sortimente (inkl. gartencenterrelevante Sortimente)	6	5,8%	4.930	23,5%	8,3	8,8%
Einzelhandel insgesamt	103	100,0%	20.940	100,0%	94,1	100,0%



Verteilung des Einzelhandelsbesatzes Stadtgebiet Lohmar nach Ortsteilen



Handelszentralitäten

Einzelhandel Stadt Lohmar



CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. € Stadt Lohmar	Handelszentralität Stadt Lohmar	Kaufkraftstrom per Saldo (in Mio. €)
Periodischer Bedarf	67,1	94,9	71	-27,8
Lebensmittel, Reformwaren	47,4	64,3	74	-16,9
Gesundheits- und Körperpflege	18,0	27,7	65	-9,7
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	1,7	2,9	58	-1,2
Persönlicher Bedarf insgesamt	9,9	24,4	41	-14,5
Bekleidung/Wäsche	5,2	15,9	33	-10,7
Schuhe, Lederwaren	2,2	4,5	48	-2,3
Uhren, Schmuck, Optik	2,5	4,0	63	-1,5
Medien und Technik insgesamt	4,3	20,7	21	-16,4
Spiel, Sport, Hobby insgesamt				
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	3,0	10,4	29	-6,1
Sportartikel	0,4	3,3	12	-2,9
Spielwaren, Bastelbedarf	0,7	1,9	38	-1,2
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,2	2,2	9	-2,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat	1,7	3,0	56	-1,3
Einrichtungsbedarf	1,5	12,9	12	-11,4
Baumarktspezifische Sortimente	8,3	15,7	53	-7,4
Einzelhandel insgesamt	94,1	179,0	53	-84,9

Spielraum:

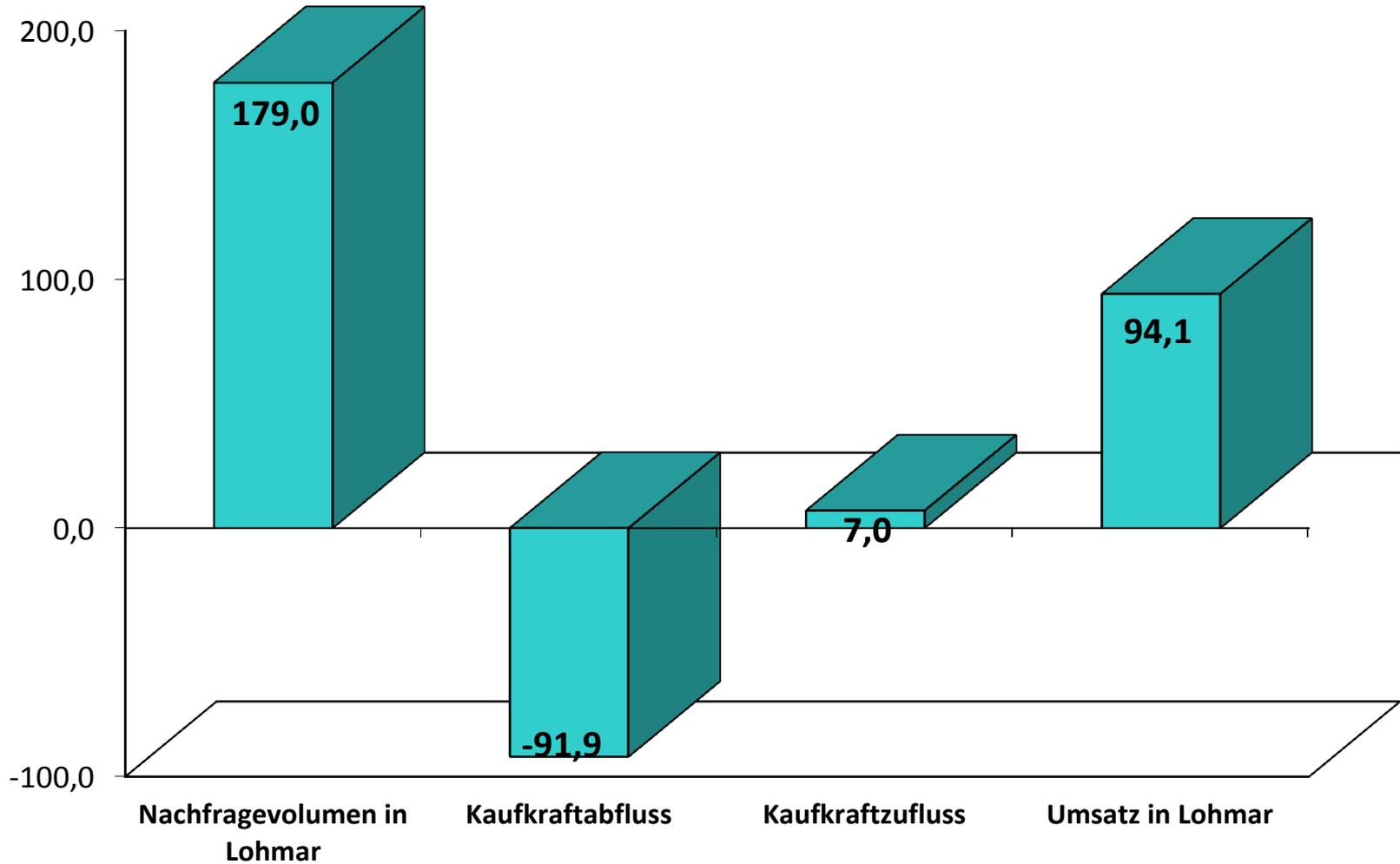
Ansiedlung Frischemarkt in Lohmar-Ort in zentraler Lage

Gestaltungsspielräume in allen zentrenrelevanten Sortimenten mit Ausnahme von Büchern, Schreibwaren und Schuhen

Potenzial für Baumarkt gegeben

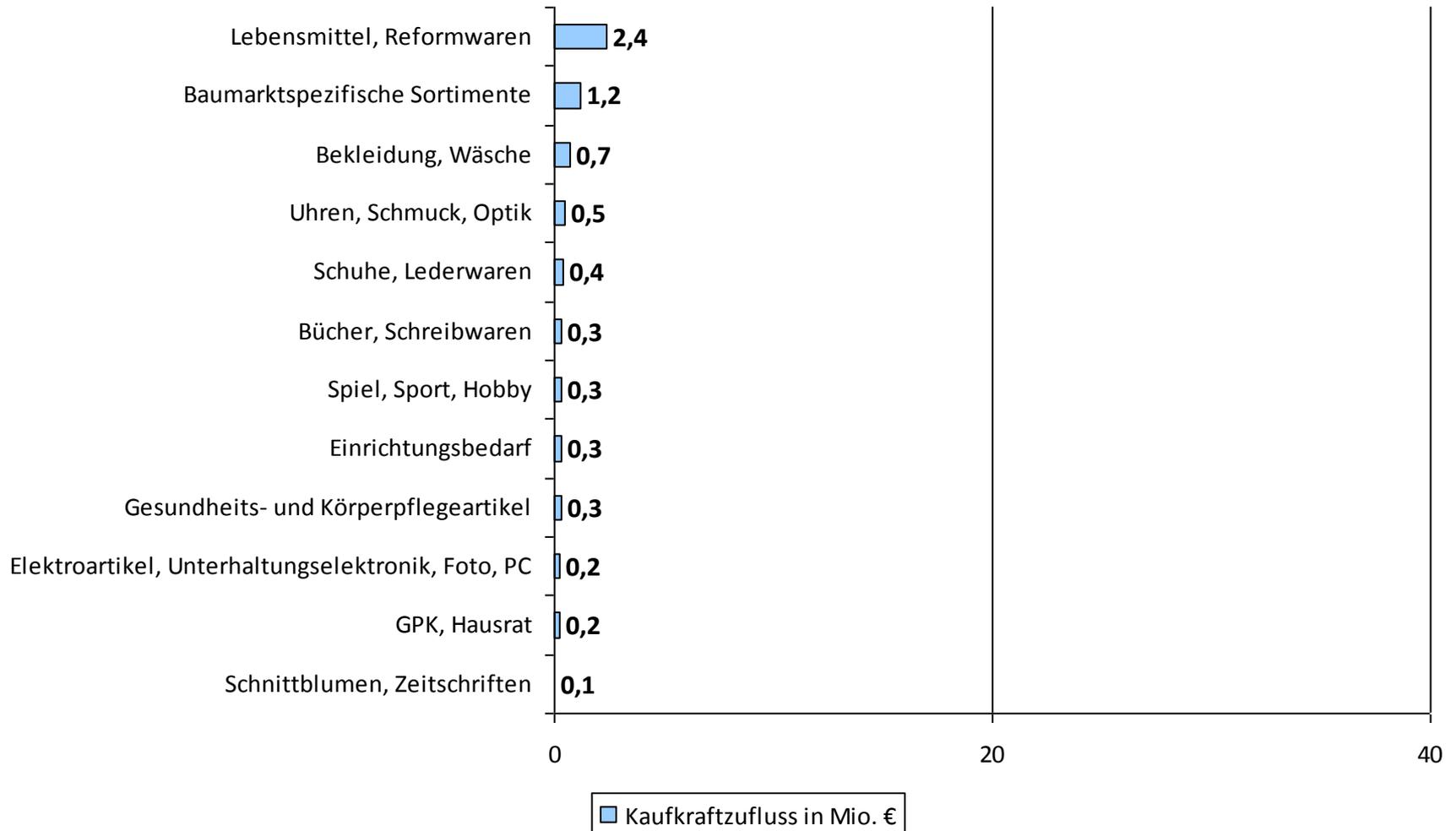
Kaufkraftstrombilanz (alle Warengruppen in Mio. €)

Stadt Pirmasens



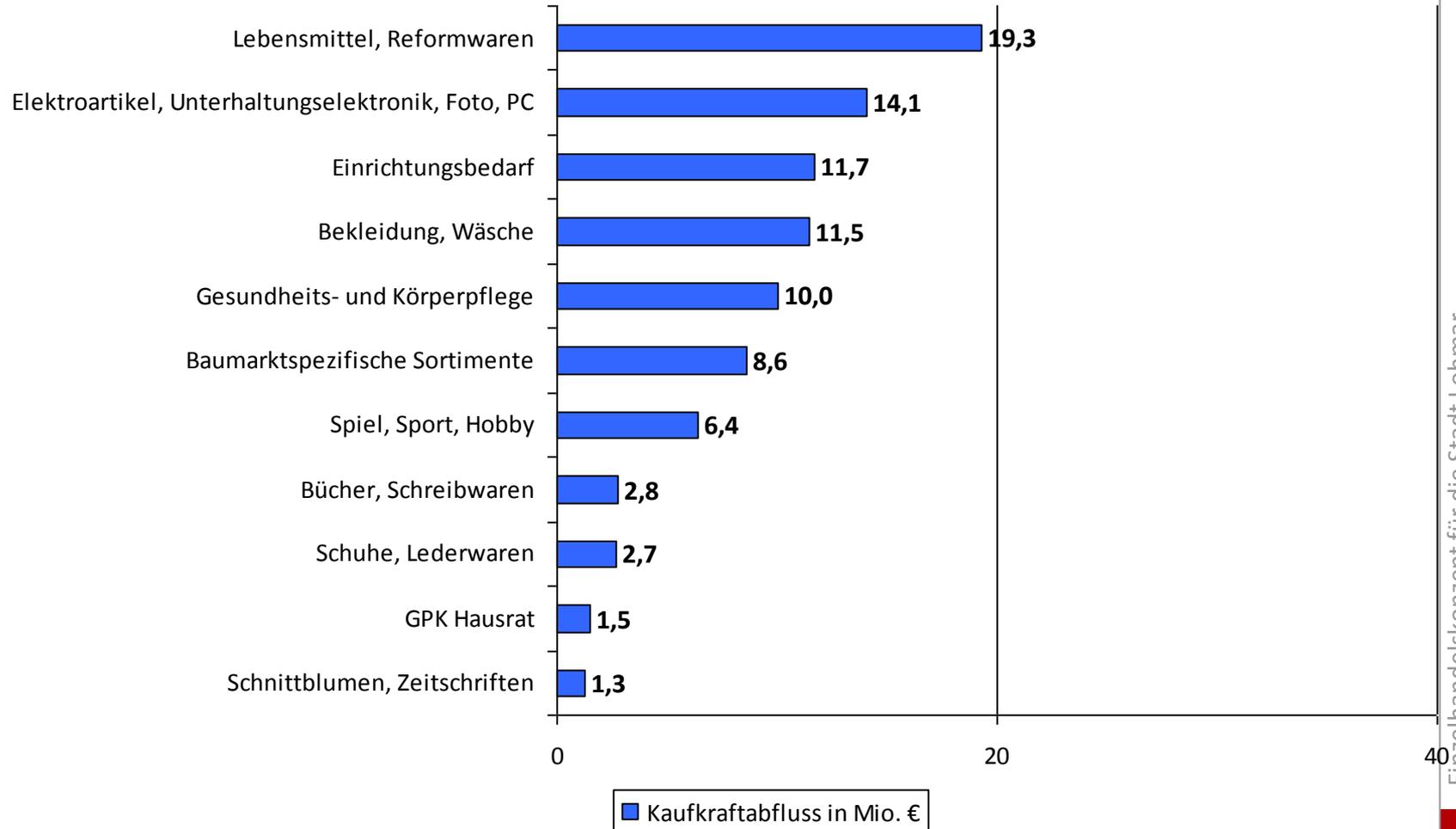


Kaufkraftzuflüsse nach Lohmar insgesamt: 7,0 Mio. €





Kaufkraftabflüsse aus Lohmar insgesamt: 91,9 Mio. €



Mittelfristige Gestaltungspotenziale

Stadt Lohmar insgesamt



CIMA Warengruppe	Zentralität 2012	Ziel-zentralität mittelfristig	entspricht Umsatz-zuwachs (in Mio. €)	entspricht Verkaufsflächen-zuwachs (Korridor in m ²)
Lebensmittel, Reformwaren	74	87	8,6	2.000 - 2.300
Gesundheits- und Körperpflege	65	83	5,0	650 - 900
Bekleidung, Wäsche	33	64	5,0	900 - 1.300
Schuhe, Lederwaren	48	64	0,7	200 - 300
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC	15	61	7,5	1.500 - 1.900
Spiel, Sport, Hobby	18	51	2,5	700 - 900
Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat	56	66	0,3	100 - 200
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	11	48	1,0	300 - 500
Baumarktspezifische Sortimente	53	97	7,0	5.000 - 6.000
mittelfristig Einzelhandel insgesamt	53	73	37,6	

**Unter Berücksichtigung des mittelfristigen Bevölkerungs- und Kaufkraftzuwachses,
Keine zusätzlichen Entwicklungsreserven**



Zur Absicherung der Nahversorgung in den Ortsteilen

Marktgebiet des Lohmarer Einzelhandels

Kernbereich und Verflechtungsbereich

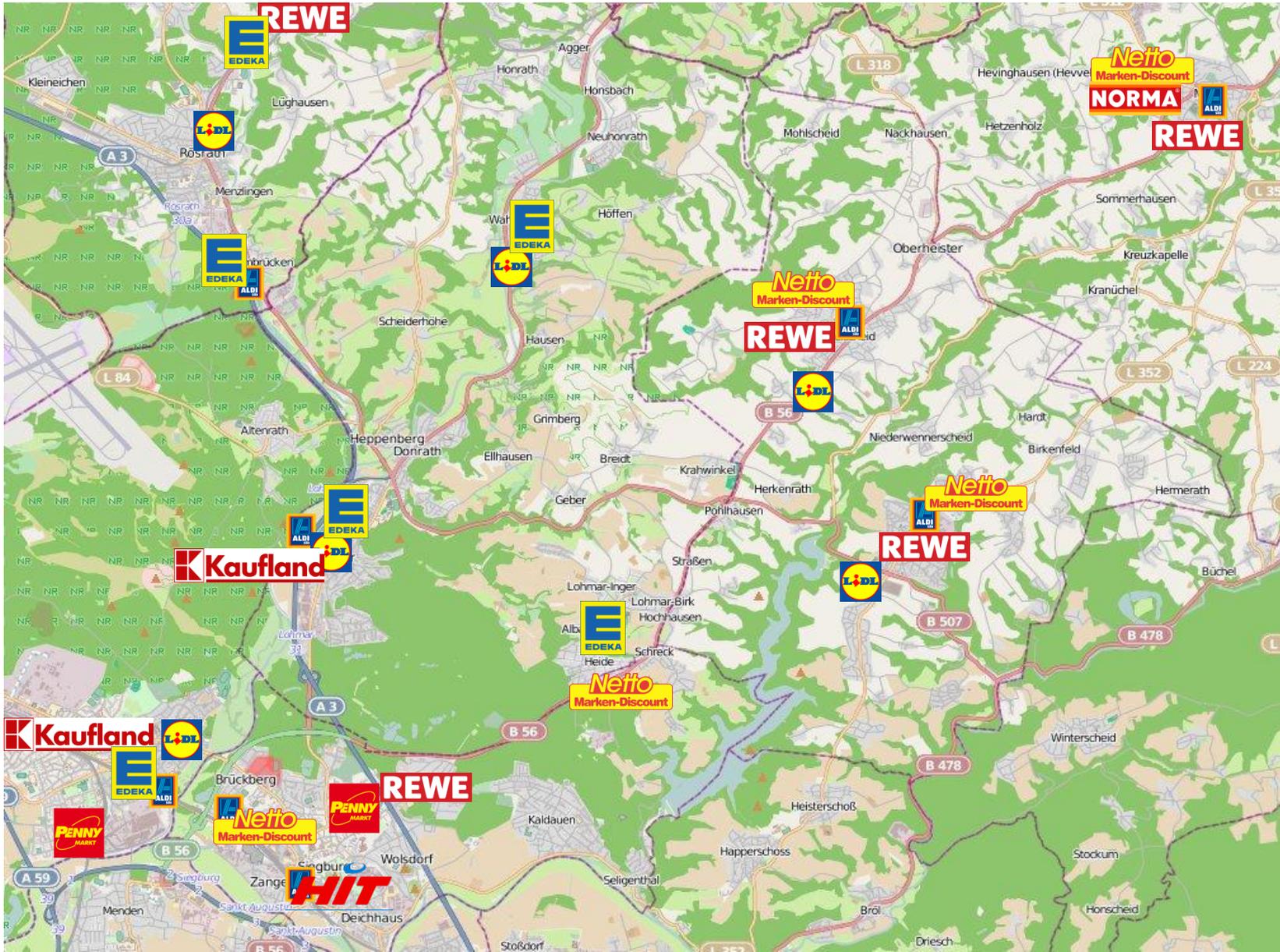


Zone I: Kerneinzugsbereich Stadt Lohmar
31.006 Ew (Hauptwohnsitz)

Zone II: Verflechtungsbereich (Altenrath)
2.440 Ew.

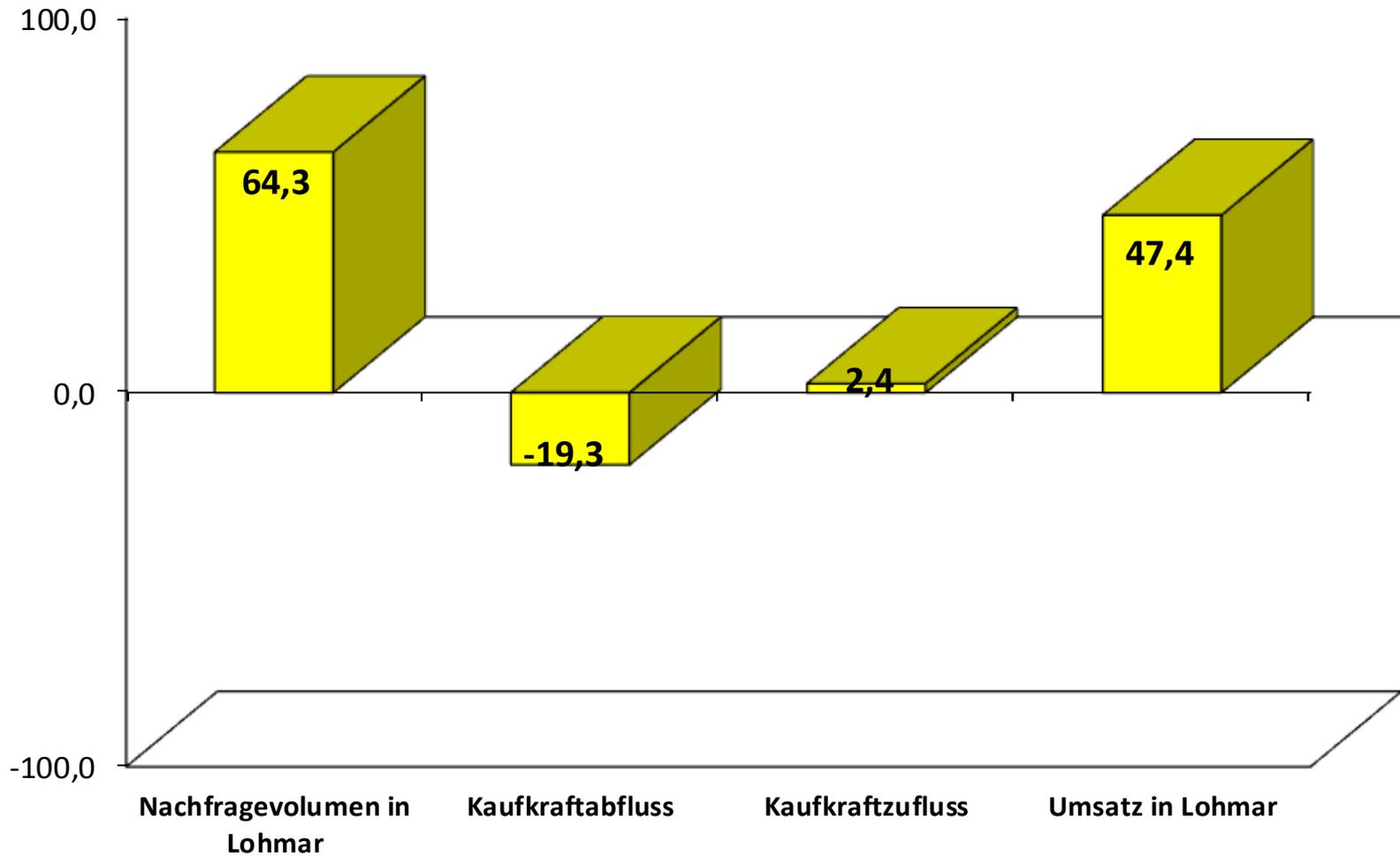
Teileinzugsbereiche Nahversorgung
Lohmar-Ort, Wahlscheid; Heide, Inger Birk

Regionaler Wettbewerb im Segment ‚Lebensmittel‘ (Auswahl relevanter Märkte)



Kaufkraftstrombilanz (Lebensmittel / Reformwaren)

Stadt Lohmar (in Mio. €)



Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen

Einzugsbereich Nahversorgung Lohmar Ort



CIMA Warengruppen	Einzugsbereich OT Lohmar Ort (in Mio. €)
Täglicher Bedarf	49,8
Lebensmittel und Reformwaren	33,8
Gesundheits- und Körperpflege	14,4
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	1,5
Persönlicher Bedarf insgesamt	12,8
Bekleidung, Wäsche	8,3
Schuhe, Lederwaren	2,4
Uhren, Schmuck, Optik	2,1
Medien und Technik insgesamt	10,8
Bücher, Schreibwaren	2,2
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik	
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	8,6
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	3,8
Sportartikel	1,7
Spielwaren	1,0
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	1,1
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik (gehobener Haushaltsbedarf)	1,6
Einrichtungsbedarf	6,8
Möbel, Antiquitäten	5,3
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	1,4
Baumarktspezifische Sortimente	8,2
SUMME	93,7
EINWOHNER	16.381

Berücksichtige Ortsteile:

Donrath
 Heppenberg
 Muchensiefen
 Scheiderhöhe
 Lohmar
Naaferberg
 Weegen
 Wielpütz

Altenrath (Troisdorf)

16.381 Einwohner



CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	26	40,6%	7.285	44,7%	44,7	65,5%
Lebensmittel und Reformwaren	16	25,0%	5.445	33,4%	29,9	43,8%
Gesundheits- und Körperpflege	5	7,8%	1.460	9,0%	13,4	19,6%
übriger persönlicher Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	5	7,8%	380	2,3%	1,4	2,1%
Persönlicher Bedarf insgesamt	18	28,1%	2.450	15,0%	9,2	13,5%
Bekleidung, Wäsche	11	17,2%	1.530	9,4%	4,8	7,0%
Schuhe, Lederwaren						
Uhren, Schmuck, Optik	7	11,0%	920	5,7%	4,4	6,5%
Medien und Technik insgesamt	9	14,1%	770	4,7%	3,2	4,7%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt						
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat						
Einrichtungsbedarf	7	10,9%	950	5,8%	3,0	4,5%
Baumarktspezifische Sortimente	4	6,3%	4.840	29,7%	8,1	11,9%
Einzelhandel insgesamt	64	100,0%	16.295	100,0%	68,2	100,0%

Marktaberschöpfung

Einzelhandel ‚Lohmar Ort‘ im Einzugsbereich Nahversorgung



CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen (in Mio. €) Einzugsbereich 'Lohmar Ort'	Markt-erschöpfung Ortsteil 'Lohmar Ort'
Periodischer Bedarf	44,7	49,8	90
Lebensmittel, Reformwaren	29,9	33,8	89
Gesundheits- und Körperpflege	13,4	14,4	93
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	1,4	1,5	91
Persönlicher Bedarf insgesamt	9,2	12,8	72
Bekleidung/Wäsche	4,8	8,3	58
Schuhe, Lederwaren	2,1	2,4	89
Uhren, Schmuck, Optik	2,3	2,1	111
Medien und Technik insgesamt	3,2	10,8	30
Spiel, Sport, Hobby insgesamt			
Geschenke, Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat			
Einrichtungsbedarf	3,0	12,2	25
Baumarktspezifische Sortimente	8,1	8,2	99
Einzelhandel insgesamt	68,2	93,7	73

Auswirkungsanalyse Ansiedlung Vollsortimenter

Umsatzerwartung eines Vollsortimenters



Sortimente	zusätzliche Verkaufsfläche in m ²	Umsatzerwartung in Mio. €	...davon Lebensmittel	...davon Non-FOOD Randsortiment in Mio. €	Flächenproduktivität in € / m ² (bezogen auf Gesamtumsatz)
Vollsortimenter	1.800	7,50	6,90	0,60	4.167



Auswirkungsanalyse Ansiedlung Vollsortimenter

Standortbewertung



Standortfaktoren	--	-	o	+	++	Bemerkungen
Verkehr				X		gute verkehrliche Lage
Fußläufige Erreichbarkeit						gute Erreichbarkeit über Bürgersteig an der Hauptstraße; gute Querungsmöglichkeiten an der Hauptstraße
Fahrraderreichbarkeit				X		
Erreichbarkeit für den MIV				X		gute innerörtliche Pkw-Erreichbarkeit
Parkmöglichkeiten				X		in ausreichendem Umfang am Standort realisierbar
Erreichbarkeit mittels ÖPNV				X		Haltestelle im Standortumfeld
Taktfrequenz des ÖPNV			X			30 Minuten-Takt zu Hauptverkehrszeiten, Unregelmäßigkeiten im Fahrplan am Wochenende nur stark eingeschränktes Angebot
Standortumfeld / Integration				X		gute städtebauliche Integration; nachhaltiger Stadtentwicklungsansatz
Städtebauliche Integration / Lage im Einkaufslagenetz				X		gute Integration in das Einkaufslagenetz; Reaktivierung des Standortes fördert Kompaktheit des Haupteinkaufsbereich
Nahpotenzial				X		ausreichend Nahpotenzial in den Wohngebieten Lohmar-Ort und Donrath
Kopplungspotenzial Versorgen				X		Einbindung in die Haupteinkaufslagen von 'Lohmar Ort'
Kopplungspotenzial Arbeitsplätze				X		gutes Arbeitsplatzangebot im Standortumfeld (Verarbeitendes Gewerbe, Öffentliche Verwaltung)
Wettbewerb				X		Ansiedlung eines REWE - Marktes erweitert Angebotsspektrum und intensiviert den Wettbewerb
Angebotsqualität				X		Breiteres Angebot erhöht Nahversorgungsqualität
Immobilientechnische Faktoren						
Verkaufsflächenzuschnitte						
Gebäude- / Flächenausnutzung				X		marktkonforme Verkaufsflächendimensionierung realisierbar
Stellplätze			X			brenzter Spielraum zur Ansiedlung von Stellplätze; Kooperation mit VR-Bank erforderlich
Ver- / Entsorgung				X		Ver- und Entsorgungsinfrastruktur kann störungsfrei realisiert werden

Auswirkungsanalyse Ansiedlung Vollsortimenter

Prognose der Umsatzverlagerungen



Umsatzrekutierung aus.../ durch...	Umsatz- verlagerung in Mio. €	derzeitiger Einzelhan- delsumsatz 'Lebensmittel / Reformwaren (in Mio. €)	Relative Umsatzver- lagerung in %
Lohmar-Ort	2,5	29,9	8,4%
Wahlscheid	0,3	8,2	3,7%
Heide, Inger, Birk	0,1	5,0	2,0%
Siegburg	2,7	k. Ang:	< 5,0%
Rösrath	0,4	K.Ang.	< 5,0%
Overath	0,2		< 5,0%
zusätzliche Kaufkraftzuflüsse	0,7		
Umsatzerwartung insgesamt	6,9		

Donrath: Planvorhaben Lebensmitteldiscounter

Umsatzerwartung



Sortimente	zusätzliche Verkaufsfläche in m ²	Umsatzerwartung in Mio. €	...davon Lebensmittel	...davon Non-FOOD Randsortiment in Mio. €	Flächenproduktivität in €/m ² (bezogen auf Gesamtumsatz)
Discounter	800	4,00	3,60	0,40	5.000

Zusätzliche Ansiedlung eines Lebensmittel-discounters ist nicht stadtverträglich; würde insbesondere Gestaltungsspielräume für Wahlscheid ausschließen; aber auch Ansiedlung eines zusätzlichen Vollsortimenters in Lohmar-Ort gefährden!!

Umsatzerwartung des Marktes > 50 % des Nachfragevolumens der Ortsteile Donrath und Heppenberg (2.943 EW = 6,5 Mio. € Nachfragevolumen in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘)

Umsatzrekrutierung aus.../ durch...	Umsatzverlagerung in Mio. €	derzeitiger Einzelhandelsumsatz 'Lebensmittel / Reformwaren (in Mio. €)	Relative Umsatzverlagerung in %
Lohmar-Ort	2,0	29,9	6,7%
Wahlscheid	1,2	8,2	14,6%
Heide, Inger, Birk	0,0	5,0	0,0%
Siegburg	0,1	k. Ang:	< 5,0%
Rösrath	0,1	K.Ang.	< 5,0%
Overath	0,1		< 5,0%
zusätzliche Kaufkraftzuflüsse	0,1		
Umsatzerwartung insgesamt	3,6		

Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen

Einzugsbereich Nahversorgung Wahlscheid



CIMA Warengruppen	Einzugsbereich OT Wahlscheid (in Mio. €)
Täglicher Bedarf	31,7
Lebensmittel und Reformwaren	21,5
Gesundheits- und Körperpflege	9,2
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	1,0
Persönlicher Bedarf insgesamt	8,2
Bekleidung, Wäsche	5,3
Schuhe, Lederwaren	1,5
Uhren, Schmuck, Optik	1,3
Medien und Technik insgesamt	6,9
Bücher, Schreibwaren	1,4
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik	
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	5,5
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	2,5
Sportartikel	1,1
Spielwaren	0,6
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,7
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik (gehobener Haushaltsbedarf)	1,0
Einrichtungsbedarf	4,3
Möbel, Antiquitäten	3,4
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,9
Baumarktspezifische Sortimente	5,2
SUMME	59,8
EINWOHNER	10.361

Berücksichtigte Ortsteile:

Agger
 Dahlhaus
 Durbusch
 Hausen
 Höffen
 Honrath
 Hoven
 Neuhonrath
 Oberstehhöhe
 Scheid
 Wahlscheid

10.361 Einwohner



CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Lebensmittel und Reformwaren	6	40,0%	1.420	69,8%	8,2	67,2%
Übriger Einzelhandel	9	60,0%	615	30,2%	4,0	32,8%
Einzelhandel insgesamt	15	100,0%	2.035	100,0%	12,2	100,0%

Marktabschöpfung

Einzelhandel Wahlscheid im Einzugsbereich



CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen (in Mio. €) Einzugsbereich 'Wahlscheid'	Marktaberschöpfung Ortsteil 'Wahlscheid'
Lebensmittel, Reformwaren	8,2	21,5	38
Übriger Einzelhandel	4,0	38,3	10
Einzelhandel insgesamt	12,2	59,8	20



Entwicklungsspielraum:

Potenzial zur Markterweiterung ist gegeben (Ausbau der VKF auf bis zu 800 m²)

Nachhaltige Standortsicherung durch städtebauliche Aufwertung im Umfeld

Erhalt des Inhaber geführten Einzelhandelsbesatzes durch in der Stadt Lohmar konsequente Orientierung des Einzelhandels auf Zentrenlagen

Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen

Einzugsbereich Heide, Inger, Birk



CIMA Warengruppen	Einzugsbereich Heide, Inger, Birk (in Mio. €)
Täglicher Bedarf	20,5
Lebensmittel und Reformwaren	13,9
Gesundheits- und Körperpflege	6,0
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	0,6
Persönlicher Bedarf insgesamt	5,3
Bekleidung, Wäsche	3,4
Schuhe, Lederwaren	1,0
Uhren, Schmuck, Optik	0,9
Medien und Technik insgesamt	4,5
Bücher, Schreibwaren	0,9
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik	
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	3,5
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	1,6
Sportartikel	0,7
Spielwaren	0,4
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,5
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik (gehobener Haushaltsbedarf)	0,7
Einrichtungsbedarf	2,8
Möbel, Antiquitäten	2,2
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,6
Baumarktspezifische Sortimente	3,4
SUMME	38,7
EINWOHNER	6.704

Berücksichtige Ortsteile:

Albach
 Algert
 Birk
 Breidt
 Deesem
 Ellhausen
 Geber
 Grimberg
 Heide
 Inger
 Krahwinkel

6.704 Einwohner

Einzelhandelsstrukturen

Heide, Inger, Birk



CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Lebensmittel und Reformwaren	8	61,5%	1.210	77,6%	6,8	61,8%
Übriger Einzelhandel insgesamt	5	38,5%	350	22,4%	4,2	39,2%
Einzelhandel insgesamt	13	100,0%	1.560	100,0%	11,0	100,0%

Marktaberschöpfung

Einzelhandel Heide, Inger, Birk im Einzugsbereich



	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- volumen (in Mio. €) Einzugsbereich 'Heide, Inger Birk'	Markt- abschöpfung Ortsteile 'Heide, Inger, Birk'
CIMA Warengruppe			
Lebensmittel, Reformwaren	6,8	13,9	49
Übriger Einzelhandel	4,2	24,8	17
Einzelhandel insgesamt	11,0	38,7	28

Mit Blick auf kleinräumige Siedlungsstrukturen akzeptable Marktaberschöpfung im Segment ‚Lebensmittel, Reformwaren‘



Landesplanerische Rahmenbedingungen: LEP mit Zielen in Aufstellung

Abgrenzung ,Zentraler Versorgungsbereiche

Sortimentsliste: Lohmarer Liste



Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i.S. des § 11 Abs.3 BauNVO dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden

Steuerungsanlass: GIB von anderen Nutzungen freihalten, u.a. Einzelhandel

Ziel 2: Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen



Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i.S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment nur in zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

Ausnahmsweise dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i.S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich

- *eine integrierte Lage in den zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich ist und*
- *die Gewährleistung der wohnortnahen Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs diese Bauleitplanung erfordert und*
- *zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.*

Ziel 3: Zentrenrelevante Kernsortimente: Beeinträchtigungsverbot

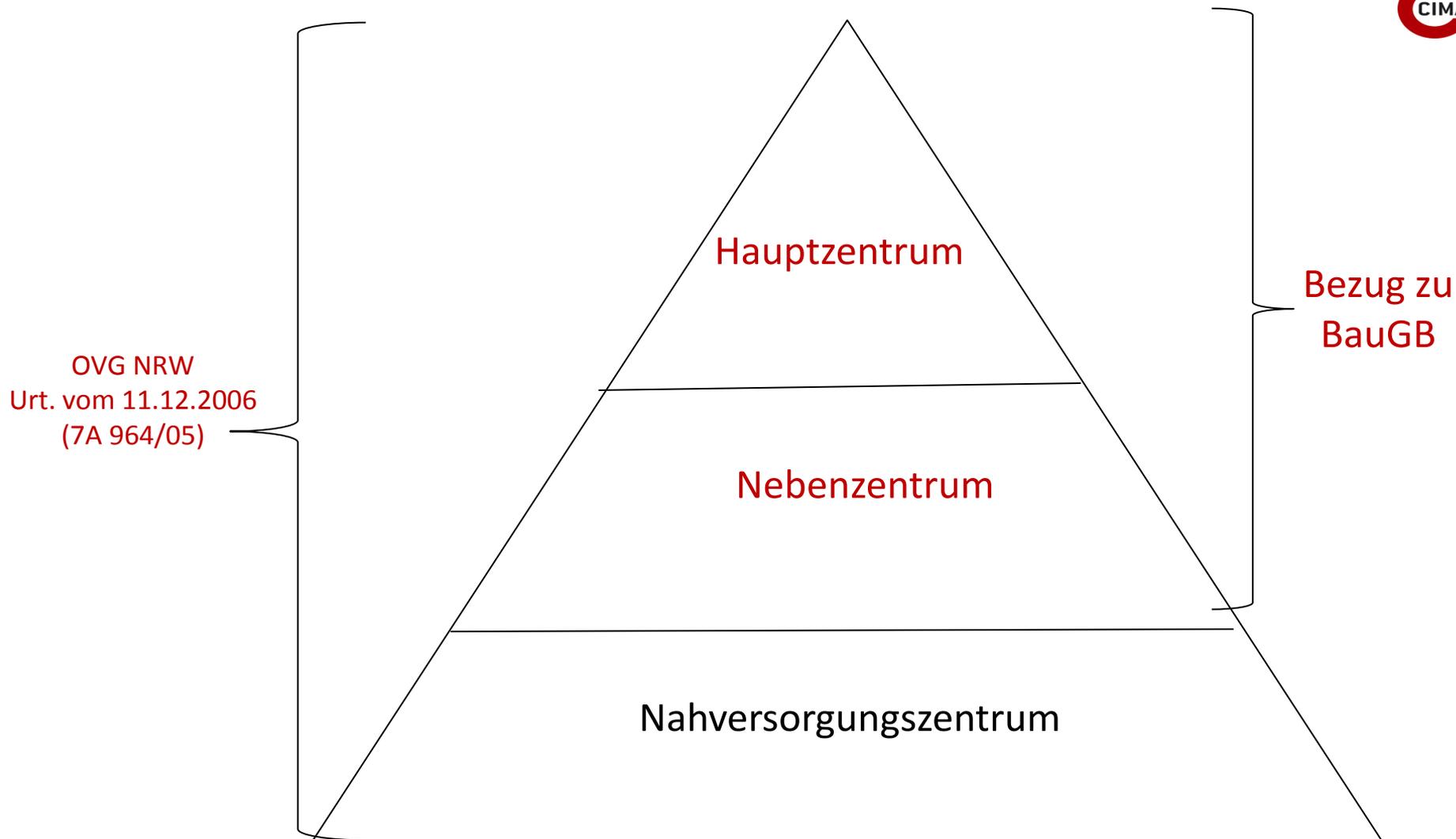


Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i.S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden

Mit der Begrifflichkeit ‚Wesentliche Beeinträchtigung‘ wird auf Art. 49 AEUV und EUGH-Urteil vom 24.03.2011 Bezug genommen. Wesentliche Beeinträchtigung heißt ‚Funktionsstörung‘. Das heißt, der Versorgungsauftrag kann vom Zentralen Versorgungsbereich nicht mehr übernommen werden; damit deutliche Abgrenzung zu marktwirtschaftlich-wettbewerbssteuernden Regelungen

Zentrale Versorgungsbereiche

Hierarchie nach BauGB und Rechtsprechung OVG NRW



Definition Zentraler Versorgungsbereich (BVerwG v. 17.12.2009 4C.1.08. und 4C.2.08)



Zentrale Versorgungsbereiche sind „räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt“

„Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus auch kleinteilig sein...“

BVerwG v. 17.12.2009 4C.1.08 und 4C.2.08

MK ist nicht automatisch der Zentrale Versorgungsbereich; Kirchturm und Rathaus müssen nicht, können aber im Zentralen Versorgungsbereich liegen.

Isolierte Standortlagen sind keine Zentralen Versorgungsbereiche



„Isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bilden keine zentralen Versorgungsbereich, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen“

BVerwG v. 17.12.2009 4C.1.08 und 4C.2.08

Teilplan ‚Großflächiger Einzelhandel‘

Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche

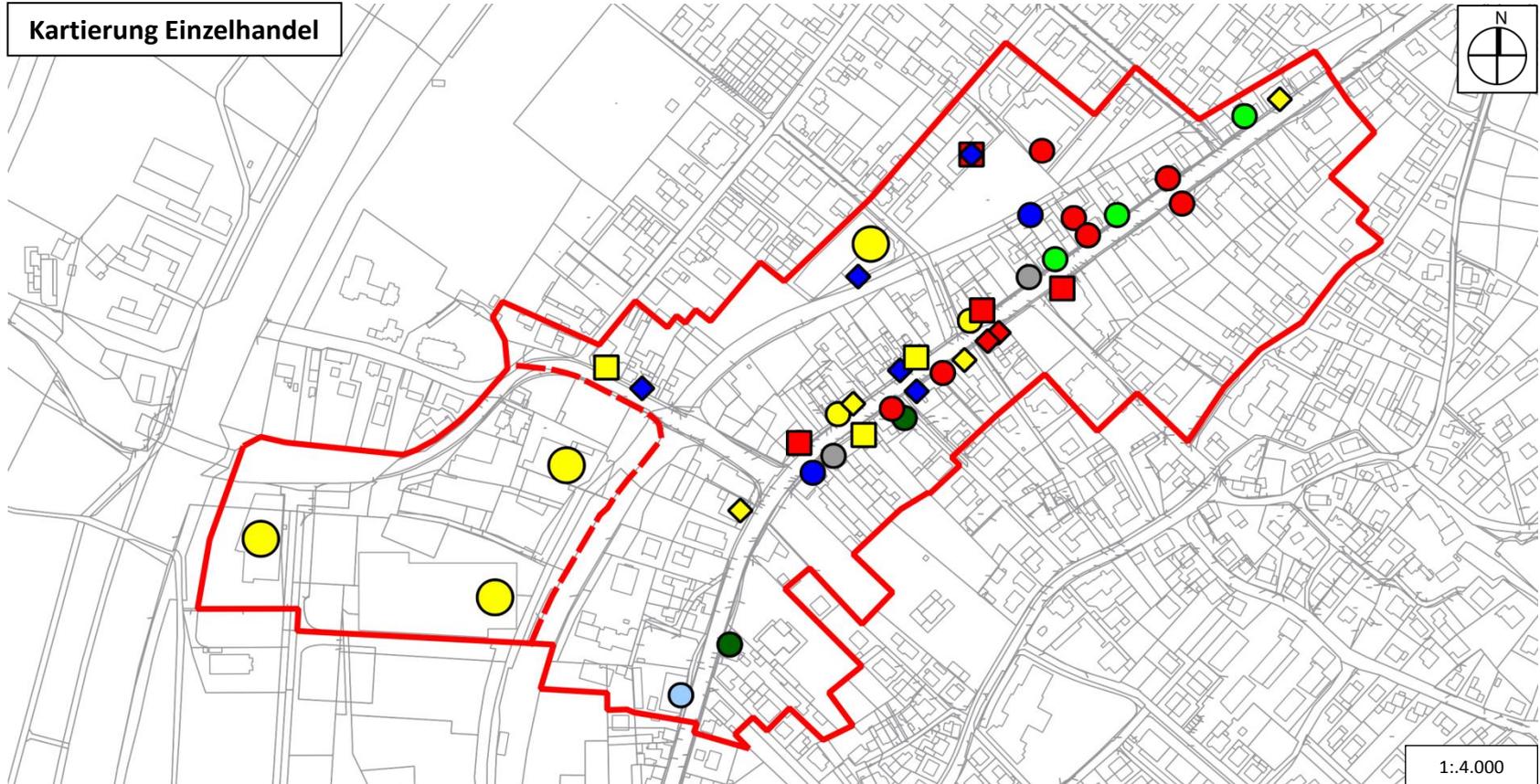


1. **Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
2. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,
3. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden.

(OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7 A 964/05 – BRS 70 Nr. 90)

Zentraler Versorgungsbereich

Lohmar-Ort (Hauptzentrum)



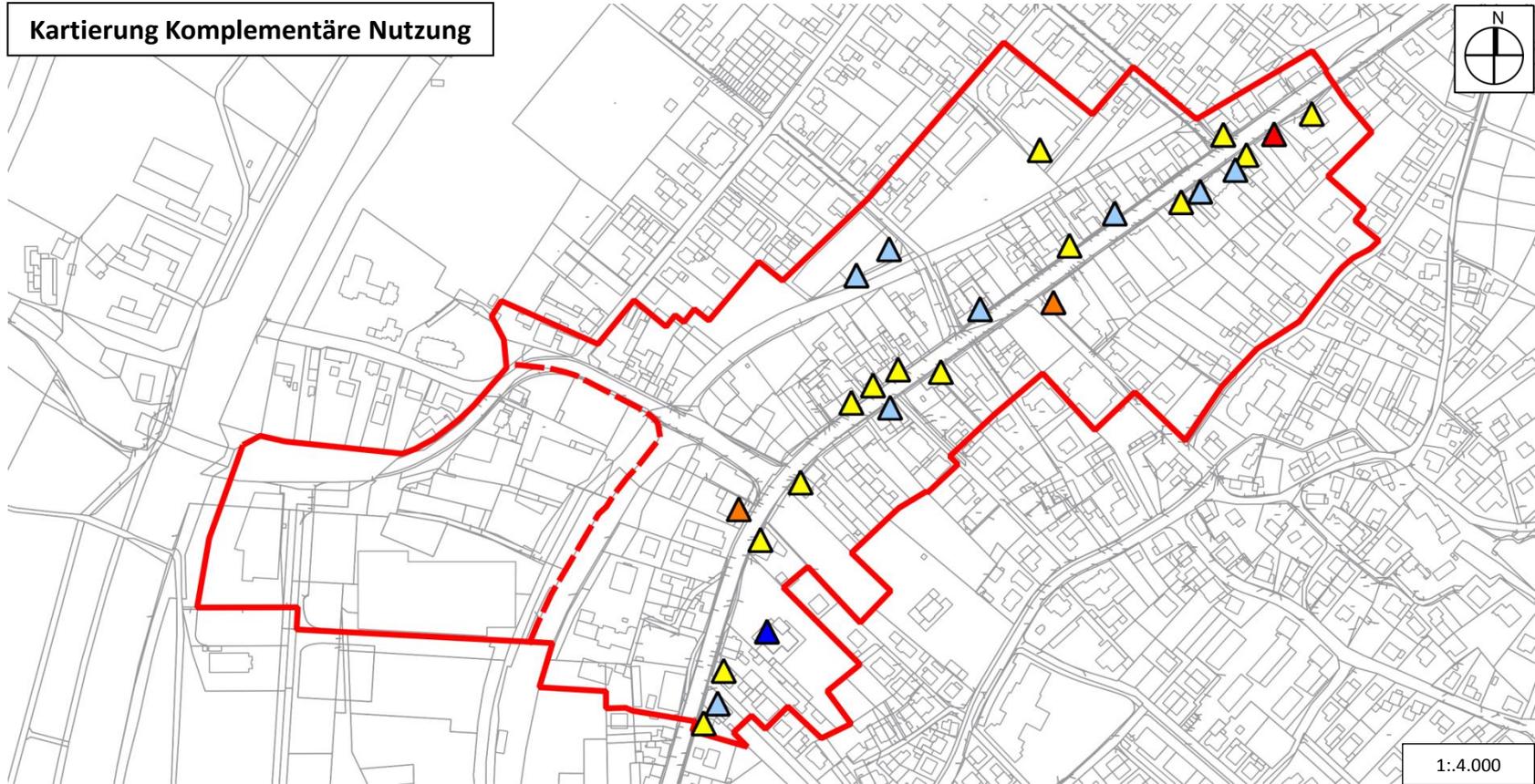
- | | | | |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ● Nahrungs- und Genussmittel | ■ Optik, Uhren, Schmuck | ● Einrichtungsbedarf | — Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich |
| ◆ Gesundheits- und Körperpflege | ● Bücher, Schreibwaren | ● Baumarktspezifische Sortimente | - - - Westlich davon nur großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment (keine Nahversorgung) |
| ■ Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften) | ◆ Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC | ○ Betriebe $800\text{ m}^2\text{ VKF}$ | |
| ● Bekleidung, Wäsche | ● Spiel, Sport, Hobby | ○ Betriebe >math>800\text{ m}^2\text{ VKF}</math> | |
| ◆ Schuhe, Lederwaren | ● Geschenke, Glas, Porzellan, Hausrat | ● Leerstand | |

Zentraler Versorgungsbereich

Lohmar-Ort (Hauptzentrum)



Kartierung Komplementäre Nutzung



▲ Einzelhandelsnahe Dienstleistungen (z.B. Friseur, Textilreinigung)

▲ Post und Banken

▲ Verwaltung

▲ Bildung, Gesundheit und Soziales

▲ Gastronomie und Beherbergung

▲ Kultur und Freizeit

▲ Kirchen etc.

— Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich

- - - Westlich davon nur großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment (keine Nahversorgung)



Zentraler Versorgungsbereich

Hauptzentrum Lohmar - Ort



Abgrenzung ‚Zentraler Versorgungsbereich‘

Westlich davon nur großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment (keine Nahversorgung)

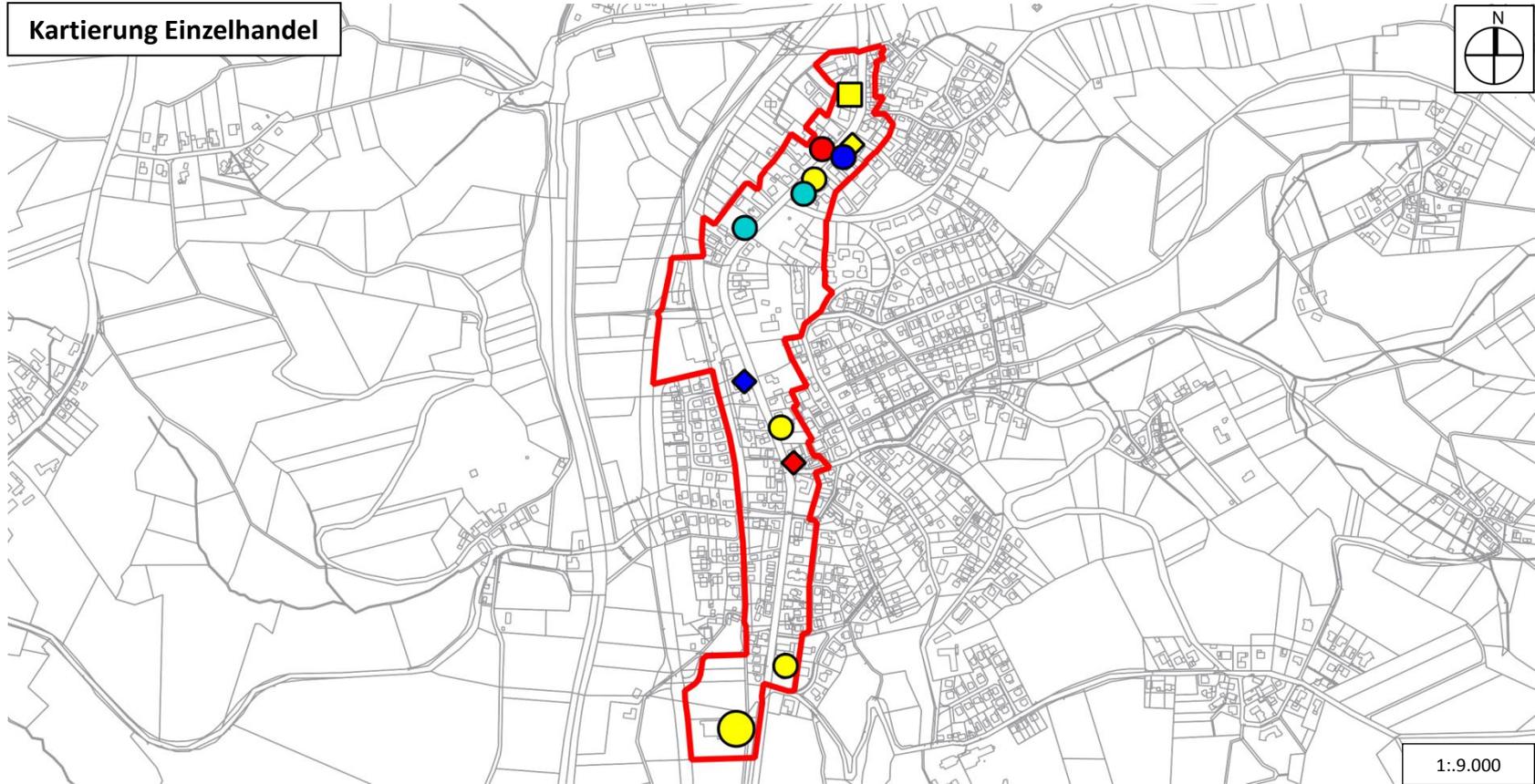
Ggf. Ergänzungsstandort
Baufachmarkt

Zentraler Versorgungsbereich

Wahlscheid (Nahversorgungszentrum)



Kartierung Einzelhandel



- | | | | |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------|
| ● Nahrungs- und Genussmittel | ■ Optik, Uhren, Schmuck | ● Einrichtungsbedarf | — Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich |
| ◆ Gesundheits- und Körperpflege | ● Bücher, Schreibwaren | ● Baumarktspezifische Sortimente | |
| ■ Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften) | ◆ Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC | ○ Betriebe < 800 m ² VKF | |
| ● Bekleidung, Wäsche | ● Spiel, Sport, Hobby | ○ Betriebe ≥ 800 m ² VKF | |
| ◆ Schuhe, Lederwaren | ● Geschenke, Glas, Porzellan, Hausrat | ● Leerstand | |

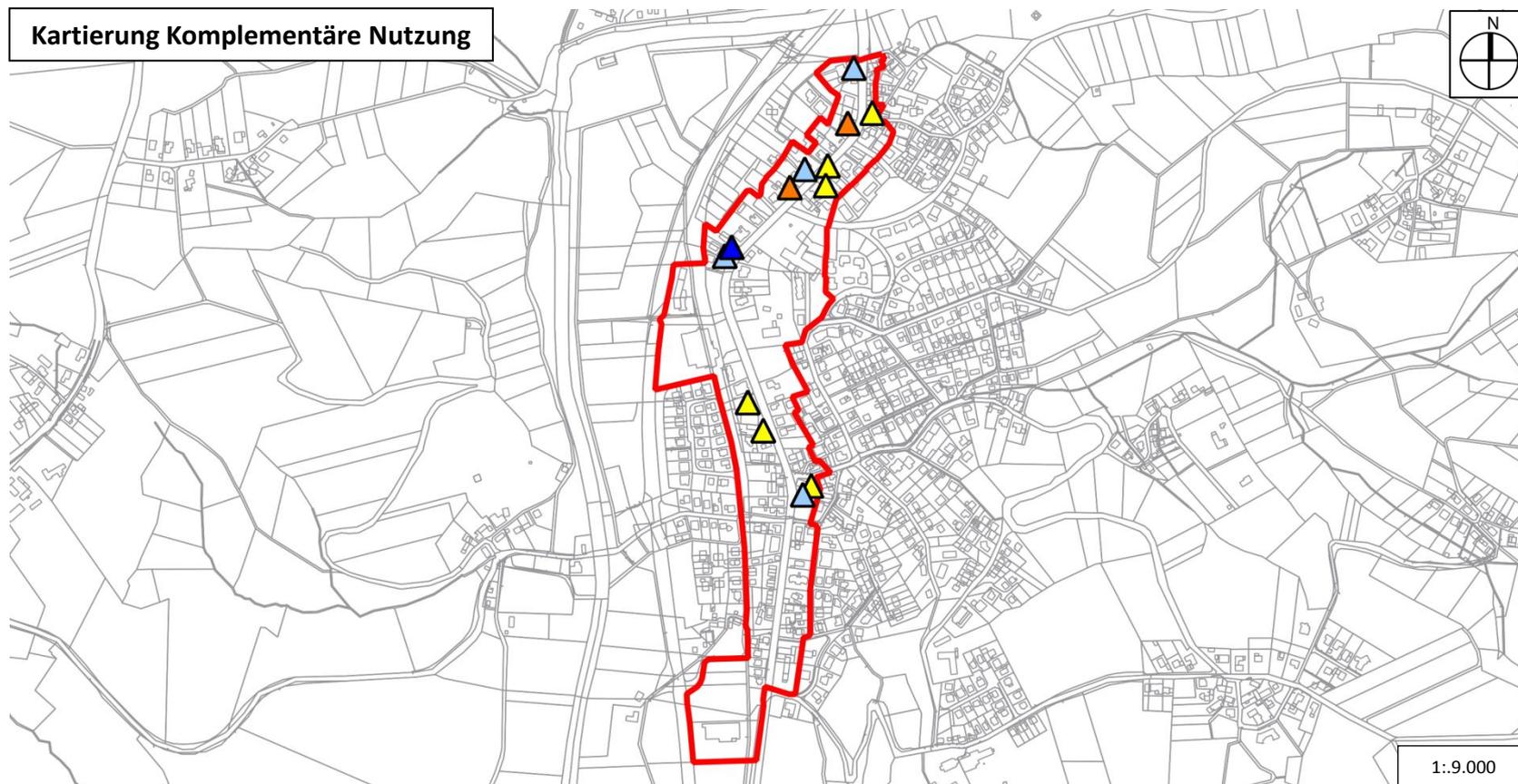
1:9.000



Zentraler Versorgungsbereich Wahlscheid (Nahversorgungszentrum)



Kartierung Komplementäre Nutzung



▲ Einzelhandelsnahe
Dienstleistungen
(z.B. Friseur, Textilreinigung)

▲ Post und Banken

▲ Verwaltung

▲ Bildung, Gesundheit
und Soziales

▲ Gastronomie und
Beherbergung

▲ Kultur und
Freizeit

▲ Kirchen etc.

— Abgrenzung Zentraler
Versorgungsbereich

© CIMA GmbH 2012





Nahversorgungsrelevante Sortimente (zu den zentrenrelevanten Sortimenten)

- Lebensmittel (WZ 47.11, WZ 47.2)
- Getränke (WZ 47.11, WZ 47.25)
- Reformwaren (WZ 47.2, WZ 47.29)
- Tabakwaren (WZ 47.11, WZ 47.26)
- Drogerieartikel (WZ 45.75)
- Hygieneartikel einschließlich haushaltsüblicher Putz- und Reinigungsmittel (WZ 47.74, WZ 47.75)
- Apotheken (WZ 47.73)
- Schnittblumen (Teilsegment aus WZ 47.76.1)
- Zeitschriften, Zeitungen (WZ 47.62.1)
- Tierfutter (Teilsegment aus WZ 47.76.2)



Zentrenrelevante Sortimente

- **Bekleidung, Lederwaren, Schuhe**
Kinder- und Säuglingsbekleidung, Bekleidungszubehör (entsprechend aus WZ 47.71)
Bekleidung, Bekleidungszubehör, Kürschnerwaren (entsprechend aus WZ 47.71)
Schuhe (entsprechend aus WZ 47.72.1)
Lederwaren und Reisegepäck (WZ 47.72.2)
- **Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren, Büroorganisation**
Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren, Bürobedarf (WZ 47.62)
Bücher (WZ 47.61); Antiquariate (WZ 47.79.2)
Noten, Musikliteratur (entsprechend aus WZ 47.59.3)
- **Uhren, Schmuck**
Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck (WZ 47.77)
- **Foto, Optik, Akustik**
Augenoptiker (WZ 47.78.1)
Foto- und optische Erzeugnisse (WZ 47.78.2)
Akustiker (entsprechend aus WZ 47.74)
- **Kosmetik, Medizinische und orthopädische Artikel**
Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel (WZ 47.75)
Medizinische und orthopädische Artikel („Sanitätshausartikel“) (WZ 47.74)



Zentrenrelevante Sortimente

- **Spielwaren, Sportartikel, Campingartikel, Fahrräder**
Spielwaren, Kleinkind- und Babyspielzeug (WZ 47.65)
Sportbekleidung, Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel sowie ohne Sportgroßgeräte (Hometrainer, Fitnessgroßgeräte, Boote, Yachten); (entspr. aus WZ 47.64.2)
Fahrräder (WZ 47.64.1)

- **Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren**
Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Software (WZ 47.41)
Telekommunikationsgeräte (WZ 47.42)
Geräte der Unterhaltungselektronik (WZ 47.43)
Elektrische Haushaltskleingeräte (entsprechend aus WZ 47.54)
Bespielte Ton- und Bildträger (WZ 47.63)

- **Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien**
Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ 47.59.2), Bilderrahmen, Kunstdrucke (entspr. aus WZ 47.78.3)
Nicht elektronische Haushaltsgeräte, Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke (=Haushaltsgegenstände a. n. g. (WZ 47.59.9)
Textilien, Heimtextilien, Bettwäsche, Wolle (WZ 47.51)
Bastelbedarf, Geschenkartikel (entsprechend aus WZ 47.78.3 und WZ 47.62.2)



nicht-zentrenrelevante Sortimenten (nicht abschließend)

- Musikinstrumente
- Möbel, Büromöbel, Antiquitäten
- Vorhänge, Orientteppiche, Teppiche (einschließlich Auslegware, Bodenbeläge)
- Elektrohaushalts Großgeräte (Herde, Geschirrspüler, Kühl- und Gefrierschränke),
- Lampen, Leuchten
- Tapeten, Farben, Lacke, Anstrichmittel
- Baustoffe, Baumarktartikel (Werkzeuge, Metallwaren, Eisenwaren)
- Autozubehör, Reifen
- Gartenartikel, Sämereien, Blumen, Pflanzen, Düngemittel (ohne Schnittblumen),
- Kindersitze, Kinderwagen
- Campingmöbel, Großzelte, Campingmobile, Campingkocher, Campinggeschirr (keine Haushaltswaren i. e. S.; siehe Zuordnung zu zentrenrelevanten Sortimenten)
- Sportgroßgeräte (Hometrainer, Fitnessgeräte, Boote, Yachten)
- Zoologischer Bedarf, Lebewesen

Teilplan ‚Großflächiger Einzelhandel‘ zum LEP NRW

Ziel 5: Nicht zentrenrelevante Kernsortimente, Standort, Beeinträchtigungsverbot, rel. Anteil zentrenrelevanter Randsortimente



Sondergebiete für Vorhaben i.S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt. Dabei dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden durch den absoluten Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Vorhaben i.S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (z.B. Garten-, Möbel-, Bau- oder Heimwerker(fach)märkte sind für die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche nicht zwingend erforderlich und lassen sich dort oftmals nicht unterbringen.

Nichtbeeinträchtigungsgebot für zentrenrelevante Randsortimente, damit Ziel 2 nicht unterlaufen wird; 10 % - Schwelle empirisch als ‚realistisch‘ nachgewiesen; entspricht auch Definition des ‚Randsortiments‘; Nachweis: Grundlagenstudie zum Möbeleinzelhandel; Junker und Kruse. Dortmund 2011



Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben i.S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment soll 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

Empfehlung als Obergrenze vor dem Hintergrund der vorliegenden Angebotsstrukturen in zentralen Versorgungsbereichen; auch hier Bezug zu raumordnerischer Steuerung zum Erhalt und zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche



Vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dürfen als Sondergebiete gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Verkaufsflächen in der Regel auf den genehmigten Bestand zu begrenzen.

Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn diese für eine funktionsgerechte Weiternutzung des Bestandes notwendig sind und durch die Festlegung keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt

Gefährdung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche durch bestehende Standorte mit großflächigem Einzelhandel mit zentrenrelevantem Einzelhandel; Verkaufsflächenbegrenzung auf Bestand, ggf. Zugeständnis ‚geringfügiger Erweiterungen‘

Orientierung an der aktuellen Rechtsprechung der Verwaltungsgerichte und des OVG.



Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender zentrenschädlicher Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung zentrenschädlicher Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch zentrenschädliche Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird

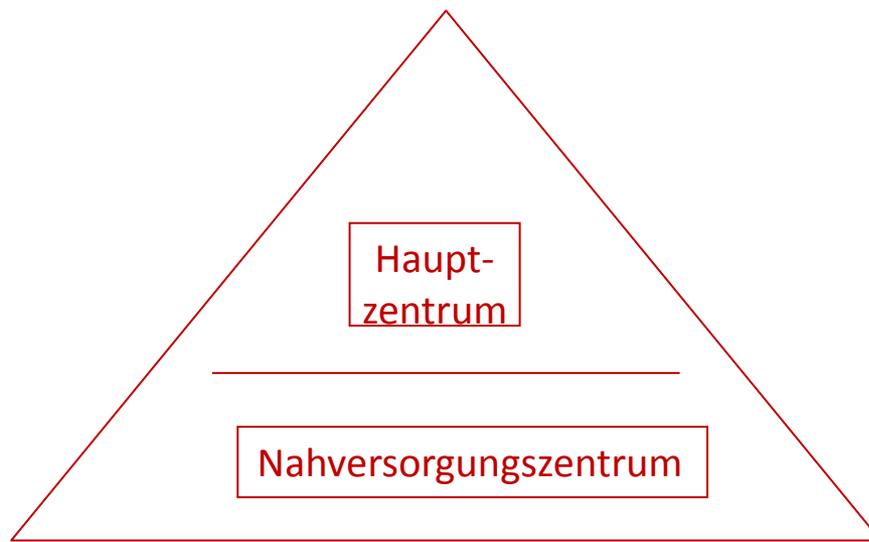
Zulässigkeit einer ‚Agglomerationsregel‘ ist seitens des Bundesverwaltungsgerichtes bestätigt worden (BVerwG 4 CN 9.10 vom 10.11.2011)

Möglichkeiten zum Ausschluss solcher schädlicher Agglomerationen:

- *Ausschluss der Nutzungsart ‚Einzelhandel‘ nach § 1 Abs. 5 BauNVO*
- *Ausschluss sortimentsbezogener Einzelhandelstypen (Anlagentypen) gemäß § 1 Abs. 9 BauNVO*
- *Gliederung des Plangebietes*
- *Festsetzung eines Sondergebietes für ein Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauVO (Fachmarktzentrum) und Untergliederung nach Sortimenten und (Sortiments-) Verkaufsflächen*
- *Fremdkörperfestsetzungen*

Einzelhandelskonzept für die Stadt Lohmar

Steuerungsansätze



Ergänzende integrierte Nahversorgungsstandorte (Bestandsstandorte und Neuentwicklungen gemäß Ziel 2, Sachlicher Teilplan, Großfl. EH zum LEP)

Bestandsagglomerationen des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevantem Kernsortiment innerhalb von ASB (gem. Ziel 7) mit Perspektiven für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment; ggf. auch Neuausweisung (Auelsweg Nord) gemäß Ziele / Grundsatz 4-6, Sachlicher Teilplan Großflächiger EH)

Vermeidung von Agglomerationsansätzen außerhalb von ASB und außerhalb von ZV (zentrenrelevantes Kernsortiment), (gem. Ziel 8)

Abgrenzung zentrale Versorgungsbereiche; Gestaltungsspielräume zentrenrelevanter EH

Entwicklung einer tragfähigen Nahversorgungskonzeption ohne wesentliche Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche

Absicherung des Bestandschutzes; Vermeidung Zentren gefährdender Strukturen; Gestaltungspotenziale für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment

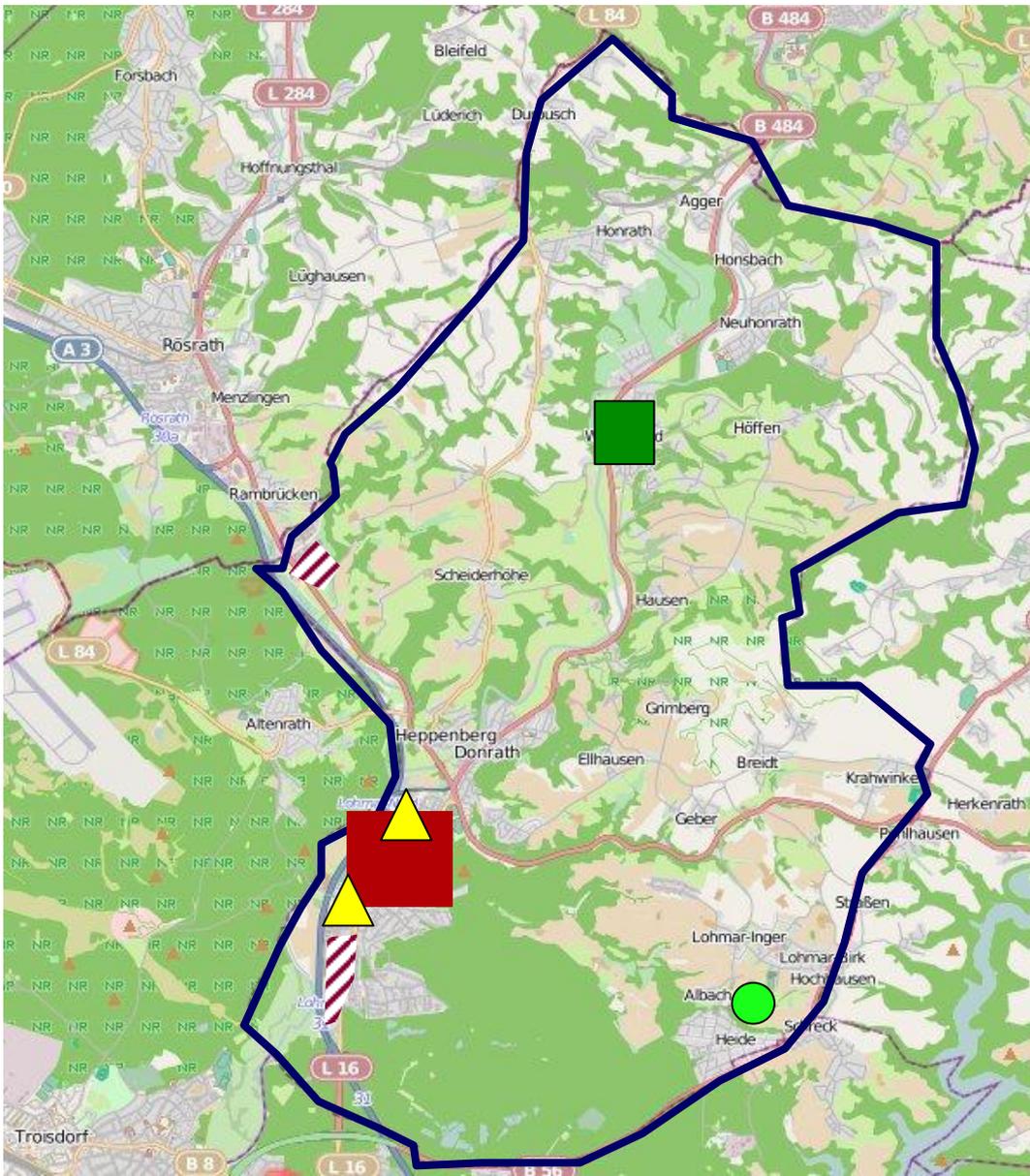
Vermeidung Flächenverbrauch und Zentren gefährdender Strukturen



Zentrenkonzept Lohmar	Zentrenrelevantes Hauptsortiment	Nahversorgungsrelevantes Hauptsortiment	Nicht-zentrenrelevantes Hauptsortiment
Hauptzentrum Lohmar-Ort	Uneingeschränkte Ansiedlung	Ggf. großflächig möglich (keine negativen Auswirkung auf Zentrale Versorgungsbereiche)	Großflächig möglich (Beachtung städtebaulicher Rahmenbedingungen)
Nahversorgungszentrum Wahlscheid	Kleinflächig entsprechend Versorgungsfunktion	Ggf. großflächig möglich (keine negativen Auswirkung auf Zentrale Versorgungsbereiche)	als ergänzendes Angebot groß- und kleinflächig möglich (Beachtung städtebaulicher Rahmenbedingungen)
Ergänzende, integrierte Nahversorgungsstandorte	Keine Ansiedlung	kleinflächig möglich (keine negativen Auswirkung auf Zentrale Versorgungsbereiche)	Keine Ansiedlung
Sonderstandorte (Auelsweg-Nord, Standort Gartencenter RAMMES)	Keine Ansiedlung	Keine Ansiedlung	Uneingeschränkte Ansiedlung (Beachtung städtebaulicher Rahmenbedingungen)
Gewerbegebiete (Gewerbepark Burg Sülz, Auelsweg Süd / Aggerstraße)	Zukünftig Ansiedlung von Einzelhandel vermeiden		

Einzelhandelskonzept Lohmar

Zentrenstruktur und Ergänzungsstandorte



-  **Stadtgrenze**
-  **Hauptzentrum Lohmar (mittelzentrale Versorgungsfunktion; Zentraler Versorgungsbereich)**
-  **Nahversorgungszentrum Wahlscheid (Zentraler Versorgungsbereich)**
-  **Ergänzender Nahversorgungsstandort mit Versorgungsfunktion für benachbarte Ortsteile**
-  **Ergänzungsstandort großflächiger Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment**
-  **Vorrangige Technologie- und Gewerbestandorte**

Einzelhandelskonzept für die Stadt Lohmar



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !!